

نگارش خبر
و
سبک‌های اجتماعی

افشین معشوری

سرشناسه	: معشوری، افشین، ۱۳۴۸.
عنوان و نام پدیدآور	: نگارش خبر و شبکه‌های اجتماعی / افشین معشوری
مشخصات نشر	: لنگرود، آوای غزل، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	: ۱۰۴ ص ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۹۶۰۳۹-۲-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: خبرنگاران و خبرنگاری
موضوع	: Reporters and reporting
موضوع	: روزنامه نگاری -- نویسندگی
موضوع	: Journalism -- Authorship
موضوع	: نگارش علمی و فنی -- مطبوعات
موضوع	: Technical writing -- Press
موضوع	: شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Online social networks -- Social aspect
رده‌بندی کنگره	: ۷۲۴۷۸
رده‌بندی دیویی	: ۰۱۴۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۲۰۵۴۳

گیلان - لنگرود - صندوق پستی ۱۱۳۷-۴۷۱۵ تلفن: ۰۹۱۱۳۴۲۰۴۰۱

عنوان کتاب	: نگارش خبر و شبکه‌های اجتماعی
مؤلف	: افشین معشوری
ناشر	: آوای غزل
حروفچینی و صفحه‌آرایی	: هنر و اندیشه
طرح روی جلد	: تامین معشوری
نوبت چاپ	: اول ۱۳۹۸
شمارگان	: ۵۰۰ نسخه
صحافی و چاپ	: شرکت چاپ بسته‌بندی هنر گیلان
قیمت	: ۲۵۰۰۰ تومان
شابک	: ISBN: ۹۷۸-۶۲۲-۹۶۰۳۹-۲-۵

کلیه حقوق برای ناشر و مؤلف محفوظ است و هرگونه کپی برداری به موجب قانون پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

۱۳	پیش‌گفتار.....
۱۳	در چرایی نیاز به نوشتن و انتشار خبر.....
۱۷	فصل یک:.....
۱۷	خبر چیست و خبرنگار کیست.....
۱۷	تعریف خبر.....
۱۸	خبرنگار کیست؟.....
۱۹	چگونه خبر بنویسیم؟.....
۲۱	نمونه‌ی یک خبر.....
۲۱	از راوی «رقص روی یک پا» تقدیر شد.....
۲۳	فصل دوم:.....
۲۳	فرایند خبر از رویداد تا مخاطب.....
۲۱	۱- عوامل درون سازمانی.....
۲۴	۲- عوامل برون سازمانی.....
۲۵	گزینش‌گری یا دروازه‌بانی خبر.....
۲۵	تفاوت خبر با تفسیر، تشریح و تحلیل.....
۲۶	تشریح و تحلیل.....

فصل سوم:	۲۷
سبک‌های خبری	۲۷
سبک هرم وارونه	۲۷
مزایای سبک هرم وارونه	۲۸
سبک تاریخی	۲۹
رایان سبک تاریخی	۲۹
نایب سبک تاریخی	۳۰
سبک تاریخی همراه با لید	۳۰
سبک پایانه شگفتی	۳۱
فصل چهارم:	۳۳
ارزش‌های خبری	۳۳
ارزش خبری چیست؟	۳۳
ارزش‌های خبری	۳۵
درب‌گیری	۳۵
شهرت	۳۶
استثنا و شگفتی	۳۸
بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار	۳۸
مجاورت	۳۹
تازگی	۴۰
فصل پنجم:	۴۱
عناصر خبری	۴۱
عناصر خبر و پیوستگی آن با ارزش‌های خبری	۴۱
عناصر شش‌گانه خبر	۴۲

۴۳	ویژگی‌های عناصر خبر
۴۳	که (چه کسی؟)
۴۴	کجا؟
۴۵	کی؟ (زمان)
۴۶	چرا؟ (چیز)
۴۷	چگونه؟ (چطور)
۴۷	چرا؟
۴۹	فصل ششم
۴۹	ارکان خبر
۴۹	تیتراژ، لید و متن خبر
۴۹	تیتراژ
۵۰	ویژگی‌های تیتراژ
۵۰	وظایف تیتراژ
۵۱	تیترونویسی
۵۱	قواعد تیترونویسی
۵۲	اجزای تیتراژ
۵۳	نمونه‌ی انواع تیتراژ
۵۴	گونه‌های تیتراژ
۵۴	۱- تیتراژ کلی
۵۵	۲- تیتراژ نقلی
۵۵	۳- تیتراژ استنباطی
۵۶	۴- تیتراژ اقتضایی
۵۷	۵- دوتیتراژی
۵۹	۶- تیتراژ با فعل منفی

- ۷- تیتیر سئوالی ۵۹
- ۸- تیتیرهای غیرمتعارف خبری ۶۰
- نشانه‌گذاری در تیتیر ۶۰
- ۱- نقطه: (.) ۶۰
- ۲- ویرگول (,) ۶۱
- ۳- نقطه ویرگول (;) ۶۱
- ۴- دو نقطه: (:) ۶۱
- ۵- علامت نقل قول: ("...") ۶۲
- ۶- علامت خط خاصله: (-) ۶۲
- ۷- علامت‌های استفهام (؟) و خطاب (!) ۶۲
- ۸- علامت‌های دایره ۶۳
- اهمیت تیتیر در صفحه‌ی نخست ۶۳
- لید چیست؟ ۶۴
- نکات کلیدی در نگارش لید ۶۴
- لید، عناصر خبر و ارزش‌های خبری ۶۵
- برجسته کردن عناصر خبر در لید ۶۷
- انواع لید ۶۸
- لید بی‌محتوا ۶۸
- لید با محتوای زیاد ۶۸
- لید سئوالی یا استفهامی ۶۹
- لید نقلی ۶۹
- لید تشریحی و تحلیلی ۷۰
- لید توصیفی ۷۱
- لید تمثیلی ۷۱

۷۲		لید فهرستی
۷۲		لید قیاسی
۷۳		لید ساده
۷۳		لید عمقی
۷۳		لید فشرده
۷۳		لید چندخبری
۷۴		لید غیرمتعارف
۷۴		متن خبر
۷۵		سابقه‌ی خبر
۷۵		نحوه‌ی استقرار «ساق» در خبر
۷۶		مکان، تاریخ و منبع خبر
۷۷		روش‌های ذکر منبع
۷۹		منابع خبری
۸۰		انواع منابع خبری
۸۱		حوزه‌های منابع خبری
۸۱		مزایا و معایب حوزه‌بندی منابع خبری
۸۱		مزایا
۸۲		معایب
۸۲		معرفی افراد در خبر
۸۲		قواعد اشاره به نام و سمت
۸۳		ساختمان خبر
۸۳		تهیه و تنظیم خبرهای گوناگون
۸۳		نگارش خبر از اطلاعات، اعلامیه‌ها، بیانیه‌ها و پیام‌ها
۸۴		تنظیم خبر از سخنرانی

تنظیم خبرهای حوادث و دادگاه‌ها.....	۸۵
تنظیم خبر از مصوبات حقوقی.....	۸۶
تنظیم خبر بر اساس آمار.....	۸۷
نگارش خبر ورزشی.....	۸۸
تدوین خبرهای بزرگداشت.....	۸۸
خطب خبرهای کوتاه.....	۸۹
تعلیم خلاصه خبر.....	۹۰
خبرنویسی در تریات الکترونیک.....	۹۰
فصل هفتم.....	۹۳
خبرنویسی شبکه‌های اجتماعی.....	۹۳
خبر، شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات.....	۹۳
منابع.....	۱۰۲

پیش‌گفتار

در چرایی نیاز به نوشتن رانتش حبیب

دانش آموز، کارمند، کارگرنیاس، سیاست‌مدار و ... همه می‌خواهند از آخرین اخبار اطلاع داشته باشند؛ اما این خبرها از چه دریچه‌ی انتشار می‌یابد، موضوعی است که امروزه جهان رسانه بسیار با آن درگیر است. زیرا با گسترش فضای مجازی به مدد بروز و ظهور اینترنت در پند دهه‌ی گذشته، هر کاربری با داشتن حداقل سواد خواندن و نوشتن، ابتدا در وبلاگ، ساین و امروزه در شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام، واتس‌آپ، اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر و ... به ارسال خبر، یادداشت، گزارش و ... می‌پردازد که در صورت رعایت اصول خبرنگاری و روزنامه‌نگاری، می‌تواند یک خبرنگار باشد.

امروزه در همه‌ی جوامع، کسب خبر نیاز روزمره‌ی انسان‌هاست و از دیرباز نیز به شکل سنتی‌اش وجود داشته است؛ اما به باور بسیاری، هم‌اکنون

رسانه‌ها جهان را زیر سیطره‌ی خود گرفته‌اند، شاید به این سبب که هر اتفاقی در کم‌ترین زمان به اقصی نقاط جهان مخابره می‌شود و در کوتاه‌ترین زمان ممکن، تأثیرات مثبت و منفی بسیاری بر افکار عمومی می‌گذارد.

قرن بیست و یکم را «عصر انفجار اطلاعات» یا «انقلاب انفورماتیک و رشد گسترش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی» نام نهاده‌اند، زیرا مرزهای سیاسی کشورها در برابر امواج فرو ریخته و از این منظر، نظریه پردازان با تکیه بر همین حداد، ررمه‌ی «دهکده‌ی جهانی» سر داده‌اند.

جنگ در ران کنونی، به وسیله‌ی امواج و پیام‌هاست که مردم جهان، از طریق رسانه‌های پیگ خبرها می‌شوند که اعتمادشان را جلب کرده باشد. این رسانه می‌تواند داخلی و یا خارجی باشد، زیرا امروزه با وجود ماهواره‌ها و اینترنت، دسترسی به رسانه‌های همگانی، داخلی و خارجی به شدت افزایش یافته است. این اعتماد در صورتی بوجود می‌آید که افراد شاغل در رسانه‌های خبری تخصص لازم را داشته باشند.

گسترش کیفی وسایل ارتباط جمعی، توسعه‌ی کمی و به دنبال آن سرعت انعکاس رویدادها، تلاش مستمر کارکنان رسانه‌های جمعی را اجتناب ناپذیر ساخته است و مدیران رسانه‌ها به شدت نیازمند «نیروی متخصص و آموزش دیده» هستند، زیرا سرعت انتشار خبرها و رقابت حرفه‌ای، به طوری است که هر رسانه به دو مقوله‌ی «تجهیزات نوین ارتباط و نیروی انسانی کارآمد و متخصص» تجهیز شود.

به این سبب، در جهان کنونی یکی از مهم‌ترین وظایف مطبوعات،

به‌ویژه روزنامه‌ها، اطلاع‌رسانی، هُشیارسازی و گسترش دانش و اطلاعات مخاطبان در زمینه‌هایی است که امکان دسترسی و تجربه‌ی مستقیم از رویدادها برای مخاطب فراهم نباشد. ارسال خبرهای درست با هدف انتقال واقعیت‌های پیرامونی با وجود عوامل بازدارنده‌ی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی کار آسانی نیست. از این رو، نوشتن خبر و خبرنگاری از جمله مشاغل سخت، مهم و کلیدی در رسانه است که نیازمند توانایی‌ها، آگاهی‌ها و مهارت‌های خاصی است و هر میزان فایده‌ی رسانه گسترده‌تر باشد، خبرنگاری در آن از اهمیت بیش‌تری برخوردار است.

مثلاً خبرنگاری مسئولان، ماهنامه، هفته‌نامه، روزنامه، خبرگزاری، سایت خبری، رادیو، تلویزیون هر کدام به‌صورت خاص خود را دارند. بر همین اساس، آموزش حرفه‌ی خبرنگاری و روزنامه‌نگاری بسیار ضروری است. اگرچه کسب مهارت و تکنیک‌های نگارش و تهیه، تنظیم و انتشار خبر با گذراندن دوره‌های آموزشی در دانشگاه امکان‌پذیر است؛ اما «تجربه» در حرفه‌ی خبرنگاری حرف نخست را می‌زند.