



خبرنگار اینستاگرامی

سید مجتبی طباطبایی وایقان

سرشناسه : طباطبائی وایقان، سیدمجتبی، ۱۳۶۹-
عنوان و نام پدیدآور : خبرنگاری اینستاگرامی / سیدمجتبی طباطبائی.
مشخصات نشر : تهران: انتشارات زهره علوی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری : [۸۶] ص.: مصور (رنگی): ۵/۱۴×۵/۲۱ س.م.
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۸۲-۶۰-۳
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : کتابنامه: ص. [۸۶].
موضوع : خبرنگاران و خبرنگاری
موضوع : Reporters and reporting
موضوع : خبرنگاران و خبرنگاری -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع : Reporters and reporting-- Social aspects
رده بندی کنگره : PN۴۷۸۱
رده بندی دیویی : ۰۷۰/۴۳
شماره کتابشناسی ملی : ۷۶۲۶۲۶۳
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیبا

خبرنگاری اینستاگرامی

نویسنده سیدمجتبی طباطبائی وایقان
صفحه آرا مهدیه سادات طباطبائی وایقان
طراح جلد فاطمه عالمیان
نوبت و تاریخ چاپ چاپ یکم / بهار ۱۴۰۰
قطع/ شمارگان/ قیمت رقعی / ۱۰۰۰ / ۳۵۰۰۰۰ ریال
شابک ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۸۲-۶۰-۳

این کتاب براساس مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،
 به شناسه شماره ۵۰۶۱۴۹-۳۳۴۱۲-۹ مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۰۷ به چاپ رسیده است.

انتشارات زهره علوی **تلفن پخش :** ۰۲۱-۷۷۴۴۱۵۹۴
تلفن همراه (پیام رسان) : ۰۹۱۲۴۰۷۸۳۴۹

فهرست

مقدمه

۹

۱. چرا خبرنگاری اینستاگرامی؟

۱۱

۱/۱. در دسترس بودن

۱۳

۱/۲. مستند بودن

۱۴

۱/۳. برانگیختن به موقع واکنش‌های محلی و استانی

۱۴

۱/۴. ناکارآمدی رسانه های محلی

۱۵

۱/۵. کند بودن رسانه های محلی

۱۶

۱/۶. کم اهمیتی سوژه ها برای رسانه های سراسری

۱۷

۲. مشکلات پیش رو

۱۹

۲/۱. سخت بودن سوژه یابی

۲۱

۲/۲. همکاری نکردن سوژه ها

۲۲

۲/۳. موانع امنیتی

۲۲

۲/۴. کیفیت پایین گزارش

۲۳

۳. پر بازدید شدن گزارش ها

۲۵

۳/۱. راهکارهای نرم افزاری:

۲۷

۴. سبک گزارش اینستاگرامی

۳۷

۳۹

۳۹

۴۰

۴۱

۴۲

الف . عکس نوشته

ب . شاهدان عینی

ج . حاشیه نگاری

د . جمع آوری بازخورد های رسانه ای

ه . یادداشت نویسی روزانه

۴۳

۵. راههای سوژه یابی

۴۵

۴۷

۴۸

۴۸

۴۹

۴۹

۵۰

۵۱

۵٫۱ روابط عمومی ها

۵٫۲. منابع مردمی:

۵٫۳ شبکه های اجتماعی محلی

۵٫۴. سوژه یابی از سوژه های کار شده

۵٫۵. مدیریت بازخوردها

۵٫۶. حضور مستمر در بین مردم

۵٫۶. استفاده از خروجی ها

۵٫۷. و نهایتا استفاده از ارزش های خبری

۵۳

۶. تصویر در اینستاگرام

۵۵

۵۷

۶٫۱. افقی یا عمودی در تصویر برداری

۶٫۲. توجه به محدودیت زمانی ویدئوهای ارسالی استوری

مقدمه

دنیای رسانه هر روز شاهد تغییرات جدیدی است. این رسانه‌ها هر روز شخصی‌تر می‌شوند. اگر روزی برای ساخت فیلمی کوتاه، نیاز به افراد مختلف و با توانایی‌های تخصصی بوده‌اند امروز برنامه‌ای مثل اینستاگرام به افراد عادی با هر زمینه و تحصیلاتی این امکان را می‌دهد که برای مخاطبان میلیونی برنامه‌سازی کند. در عرصه خبر و اطلاع رسانه‌ای می‌توان سه مرحله از حیث تخصصی بودن خبرنگاری در نظر گرفت: مرحله اول خبرنگاری سنتی است که در آن چند خبرنگار با مهارت‌های تخصصی به صورت مشترک یک گزارش را تهیه می‌کردند. مرحله میانی، مرحله‌ای بود که یک خبرنگار با داشتن چند مهارت نیمه تخصصی و به صورت انفرادی اقدام به تهیه گزارش می‌کرد. از این مرحله به عنوان خبرنگاری کوله پشتی یاد می‌شود چرا که همه تجهیزات مورد نیاز خبرنگار اعم از دوربین، لپ‌تاپ، مودم و... در کوله پشتی او موجود بود. اما در مرحله سوم که در آن قرار داریم شهروندان با استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند خود می‌توانند به بازیگرانی تاثیر گذار در فضای مجازی تبدیل شوند. آنها با

استفاده از امکانات موجود در تلفن های همراه خود می توانند گزارش های خبری و محتوای مورد نظر خود را تولید کرده و با پخش آن اقدام به تاثیر گذاری در جامعه بکنند.

این موضوع باعث می شود همه شهروندان و مردم عادی به صورت بالقوه یک خبرنگار باشند. این شهروندان در برخی از موارد می توانند تاثیرگذار تر از خبرنگاران حرفه ای باشند. از این رو لازم است کسانی که دغدغه تاثیر گذاری بر محیط پیرامونی خود دارند به سمت استفاده فعالانه از اینستاگرام و پلتفرم های مشابه بروند. حضور فعالانه در اینستاگرام علاوه بر ذوق و استعداد خبرنگاری، به دانش و مهارت هایی نیاز دارد که در این کتاب سعی شده است بخش هایی از آن در اختیار علاقه مندان قرار گیرد.

بدیهی است به دلیل ایجاد تغییرات متعدد و متنوع در محیط اینستاگرام، این کتاب در سال های بعد نیاز به بازنویسی یا ویراست های بعدی باشد. از این رو از تمام علاقه مندان به این حوزه دعوت می شود کاستی ها و پیشنهادات خود را برای کامل تر شدن کتاب،

به ایمیل نویسنده (smtv@gmail.com) ارسال کنید تا در

نسخه های بعدی اضافه شود.