

خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)

جزوه خبرنویسی

(خلاصه‌ای از جزوه خبرنویسی استاد دکتر یونس شکرخواه)

تلخیص از دبیر ایسنا: حسام‌الدین قاموس مقدم

پاییز ۹۳

به نام خداوند جان‌آفرین

حکیم سخن در زبان‌آفرین

تعریف خبر: گزارشی بی‌طرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد مفروض است که وجود برخی از شاخص‌ها و معیارها به انتخاب آن «رویداد» از میان هزاران رویداد دیگر به عنوان «خبر» کمک می‌کند. این عناصر موجود در رویداد را که به گزینش رویداد و تبدیل آن به خبر می‌انجامند، ارزش‌های خبری (News Values) می‌نامیم.

ارزش‌های خبری: معیار گزینش رویداد هستند و در دل رویدادها قرار دارند، نه در شم روزنامه‌نگار ولی این شم و درک به کشف ارزش‌ها کمک می‌کند. به عبارت دیگر، هر رویداد فی‌نفسه حاوی یک ارزش یا مجموعه‌ای از ارزش‌هاست و همین ارزش‌ها هستند که همواره رگه‌های اصلی خبر را شکل می‌دهند.

شم حرفه‌ای، حکم ابزار استخراج ارزش‌های خبری را دارد و به‌ویژه در مقطع تبدیل رویداد به خبر خود را آشکار می‌سازد. روزنامه‌نگاران غالبا پس از مدتی کار و به دیگر سخن، در پی حرفه‌ای‌شدن، به طرزی ناخودآگاه به مفهومی از خبر دست می‌یابند که بیشتر در این چارچوب می‌گنجد:

« خبر، گزارشی است که در آن کوشش می‌شود تا وجوهی از تصویر جاری یک رویداد و یا فرایند که مورد توجه مخاطب است، فراهم آید و پس از اینکه چنین مفهومی در ذهن نضج و ریشه گرفت، شم روزنامه‌نگاری شروع به ایفای نقش می‌کند.

۱. **دربرگیری:** رویدادی دارای ارزش خبری دربرگیری است که بر تعداد فراوانی از افراد جامعه تأثیرگذار باشد و اصلا مهم نیست که این تأثیر مثبت است یا منفی، مستقیم است یا غیرمستقیم. مثلاً خبر ضرورت تعویض شناسنامه‌ها، یک خبر دارای ارزش دربرگیری است؛ زیرا برای همه مخاطبان مهم است و همه آنان را در برمی‌گیرد.

۲. **شهرت:** اشخاص، اشیاء و نهادهایی که دارای شهرت هستند، از ارزش خبری برخوردارند. این ارزش خبری به خودی خود کاملا گویاست. اتفاقات مربوط به زندگی افراد، اماکن و حتی اشیاء دارای شهرت، خبرساز هستند.

۳. **برخورد، اختلاف و درگیری:** رویدادهای دارنده این ارزش حاوی برخوردهایی هستند که در شکل‌های گوناگون جلوه‌گر می‌شوند. این برخوردها میان افراد، گروه‌ها و ملت‌ها و حتی عقاید صورت می‌گیرند. این برخوردها به شکل انسان علیه انسان، انسان علیه محیط و انسان علیه طبیعت، فجایع طبیعی و حوادث مربوط به حیات وحش قابل پیگیری هستند. اخبار مربوط به سرقت‌ها، قتل‌ها، جنگل‌ها، تصادف‌ها، زلزله‌ها، برخی مناظره‌ها و ... از این قبیل خبرهای «برخوردی» به شمار می‌آیند که در هر حال «کشمکش» محور اصلی آنها را تشکیل می‌دهد و غالباً از رویدادهای مورد علاقه رسانه‌ها هستند.

۴. **استثناء و شگفتی:** رویدادهای واجد این ارزش از وجه غیرعادی بودن و یا عجیب و استثنایی بودن از ارزش خبری برخوردارند. به طور کلی این رویدادهای نادر را خوانندگان و مخاطبان عمدتا تحت عنوان «ترین‌ها» می‌شناسند: پیرترین فرد جهان، بلندترین آسمان‌خراش دنیا، کوچک‌ترین کامپیوتر، یا اخباری مانند شاخ‌درآردن یک گربه و مانند اینها.

۵. **بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار:** این ارزش خبری عمدتا به اعداد و ارقام مربوط می‌شود. فرقی نمی‌کند این ارقام مربوط به چیست. هر اندازه که تعداد ارقام بزرگ‌تر باشد چون از جنبه فراگیری اهمیت می‌یابد، از ارزش خبری بیشتری برخوردار می‌شود. به عنوان نمونه، مرگ ۱۰۰ نفر بر اثر یک تصادف از مرگ ۳۰ نفر در یک تصادف دیگر در همان جغرافیای مکانی و زمانی، از بخت بیشتری برای گزینش و تبدیل به خبر برخوردار می‌شود. نقش جغرافیا در تعیین‌کننده‌بودن تعداد مهم است.

۶. **مجاورت:** مخاطبان رسانه‌ها ترجیح می‌دهند که ابتدا از خبرهای مربوط به محله، شهر، کشور و کشورهای همجوار خود اطلاعات کسب کنند. مجاورت به لحاظ ارزش خبری در دو شکل مورد گزینش قرار می‌گیرد: جغرافیایی و معنوی. مجاورت جغرافیایی مثل شهر، کشور و منطقه مجاور و مجاورت معنوی مثل مشابهت‌های فرهنگی، عقیدتی، قومی، اجتماعی و مانندهای آنها.

۷. **تازگی:** دانستن اینکه رویداد در چه وقت به وقوع پیوسته است، در جهان رقابت‌های خبری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. روزنامه و خبرگزاری‌ای موفق‌تر است که حاوی اخبار تازه‌تر و

به عبارت بهتر حاوی اخبار بهنگام باشد. اگر خبر دیروز را امروز چاپ کنیم، تازگی خود را از دست داده است و خواننده رغبتی به خواندن آن نشان نمی‌دهد.

عناصر خبری: اگر ارزش‌های خبری به اخبار شکل می‌دهند، عناصر خبری اخبار را به نمایش می‌گذارند. هر اندازه عناصر خبری کامل‌تر باشند، قیافه خبر از نظر اطلاعاتی که باید به مخاطب بدهد، جذاب‌تر خواهد بود. عنصرهای تشکیل‌دهنده عناصر خبری که در ادبیات روزنامه‌نگاری به آنها 5WH&H می‌گویند، به شرح زیر هستند:

چه؟ (ماهیت رویداد -چه رخدادی-) What

که؟ Who

کجا؟ Where

کی؟ (چه وقت؟) When

چرا؟ Why

چطور؟ (چگونه؟) How

نکته: بین عناصر خبری و ارزش‌های خبری رابطه مستقیم وجود دارد:

چه کسی؟ ـــــــ شهرت

چه چیزی؟ ـــــــ دربرگیری و شگفتی و فراوانی

کجا؟ ـــــــــ مجاورت

چه وقت؟ ـــــــ تازگی

دو عنصر چرا و چطور نیز ارزش تحلیلی - توصیفی دارند؛ زیرا خواننده نمی‌داند رویداد چرا و چطور به وقوع پیوسته است.

نکته: شم حرفه‌ای برای انتخاب عنصر جذاب و به کار بردن آن در نخستین پاراگراف خبر (لید) اهمیت شایان توجهی دارد، هر چند روزنامه‌نگاران در بسیاری مواقع صرفا از یک عنصر خبری در پاراگراف اول خبر استفاده نمی‌کنند و اکثرا آمیزه‌ای از این عناصر را به کار می‌گیرند. به این سه جمله دقت کنید:

۱. وزیر امور خارجه عازم دهلی نو شد.

۲. وزیر امور خارجه امروز عازم دهلی نو شد.

۳. وزیر امور خارجه امروز برای مذاکره در مورد بحران کشمیر عازم دهلی نو شد.

در جمله نخست فقط از دو عنصر «کجا؟» و «چه کسی؟» استفاده شده است.

جمله دوم از سه عنصر «کجا؟» و «چه وقت؟» و «چه کسی؟» برخوردار است.

جمله سوم حاوی عناصر «چه چیزی؟» و «کجا؟» و «چه وقت؟» و «چه کسی؟» است.

سبک‌های خبرنویسی:

۱. سبک هرم وارونه
۲. سبک تاریخی
۳. سبک تاریخی به همراه لید
۴. سبک پایان شگفت‌انگیز

سبک هرم وارونه:

در سبک هرم وارونه، قاعده هرم حاوی جذاب‌ترین و در بسیاری از مواقع، حاوی مهم‌ترین بخش خبر است و نوک آن بخش انتهایی حاوی بی‌اهمیت‌ترین بخش‌های ماجراست.

سبک هرم وارونه عمدتا به دو منظور مورد استفاده قرار می‌گیرد و مقبولیت دارد:

۱. شیوه طبیعی نقل وقایع؛ چنانکه مردم در خبردهی به یکدیگر از همین شیوه و سیاق پیروی می‌کنند.

۲. مشخص‌شدن سریع تکلیف خوانند با متن؛ چنانکه 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 سبک هرم وارونه:

الف. چون اصل مطلب در پاراگراف اول (لید) می‌آید، کار تیترزدن هم آسان می‌شود.

ب. اگر به دلیل تراکم مطلب قرار باشد که از متن خبر کاسته شود، حذف پاراگراف‌های بعد که حاوی مطالب بی‌اهمیت‌تر هستند، امکان‌پذیر است.

ج. به سبب اختصار و ایجازی که دارد، جای کمتری در روزنامه می‌گیرد.

کاربرد سبک هرم وارونه: روزنامه‌نگاران از سبک هرم وارونه برای تنظیم خبرهای مربوط به سمینارها، سخنرانی‌ها و اخبار روزمره بهره می‌گیرند.

سبک تاریخی:

در سبک تاریخی بر خلاف سبک هرم وارونه مطالب به همان صورتی که به لحاظ زمانی تحقق یافته‌اند در قالب خبر ارائه می‌شوند. در این سبک، روزنامه‌نگار به داوری نمی‌پردازد و کاری به این ندارد که کدام خبر یا بخش ماجرا مهم‌تر است تا آن را در پاراگراف نخست (لید) خبر ارائه کند؛ بنابراین در سبک تاریخی تا حدود زیادی از اعمال نظر ول در حد برجسته‌سازی در لید جلوگیری و بر خلاف سبک هرم وارونه، مطلب به طرزی کامل‌تر ارائه می‌شود. البته سبک تاریخی هم لید خاص خود را دارد که به صورت مقدمه بر تارک خبر قرار می‌گیرد اما به این دلیل نمی‌توان آن را لید نامید که بیش از حد کلی است و موارد کلی خبر را بیان می‌کند.

معایب سبک تاریخی:

الف. باید وقت بیشتری را صرف خواندن خبر یا متنی کرد که به این شیوه تهیه شده است.

ب. خواننده را خسته می‌کند؛ چون طولانی است و امکان ترغیب به خواندن ادامه مطلب کم می‌شود.

ج. به خاطر طولانی‌بودن، مشکل تراکم مطلب، همواره وجود دارد.

د. صفحه‌بندی و تهیه ماکت در سبک تاریخی دشوارتر است.

سبک تاریخی به همراه لید:

این سبک، تلفیقی از دو سبک هرم وارونه و سبک تاریخی است و عمدتا خاص پوشش دادن به خبرهای شهری و حادثه‌ای است. در این سبک، اصل ماجرا به صورت لید ارائه می‌شود و سپس با فضاسازی، به تبیین ماجرا پرداخته می‌شود.

سبک پایان شگفت‌انگیز:

در این سبک، قفل ماجرا در پایان خبر باز می‌شود و خواننده را شگفت‌زده می‌کند. البته این سبک نمی‌تواند برای ارائه هر خبری مورد استفاده قرار گیرد. سبک پایان شگفت‌انگیز بیشتر در خور رویدادهایی است که خود از چاشنی شگفتی و ندرت برخوردارند و روزنامه‌نگار برای آن که این چاشنی را کاملا کارساز کند، از این سبک بهره می‌جوید.

توضیح: در دنیای امروز و با بحثهای تازه‌ای که درباره مفهوم «عینیت» مطرح شده در پاسخ به این پرسش کلی که خبرها را به چه سبکی باید تنظیم کرد؟ باید گفت ماهیت هر خبری خودش این موضوع را تعیین می‌کند و این هنر و مهارت خبرنگار یا ادیتور است که بهترین سبک را برگزینند. همچنین این روزها روشهای دیگری نیز با مانور در سبکهای کلاسیک استفاده می‌شوند.

منبع خبر: خاستگاه «پیام» را از هر جا که سرچشمه گرفته باشد، خواه از سوی یک فرد و خواه از جانب گروه‌ها و نهادها «منبع خبر» می‌نامیم.

لید: نخستین جمله خبر پس از تیتر است که جذاب‌ترین بخش خبر را در خود نهفته دارد و به‌وسیله آن خواننده به سوی متن خبر هدایت می‌شود. به عبارت دیگر، لید، مفهومی جز هدایت کردن و کشاندن خواننده به سمت متن خبر ندارد.

در لید می‌توان پاسخ یک یا چند پرسش مربوط به عناصر خبر و حتی پاسخ همه عناصر خبر را به دست داد. لید حسب اینکه کدام عنصر خبر (که، چه، کجا، چه وقت، چرا و چگونه) را در خود جا داده باشد، نام آن عنصر را به خود می‌گیرد:

لید که: نام فرد یا نهاد عامل رویداد در آن می‌آید

لید چه: موضوع رویداد در آن طرح می‌شود

لید کجا: مکان رویداد در آن مطرح است

لید چه وقت: حاوی زمان رویداد است

لید چرا: تفسیر رویداد را در بر دارد

لید چگونه: توصیفی است حاوی نحوه اتفاق خبر

افزون بر انواع فوق، لیدهای دیگری نیز در کار خبرنویسی رایج شده‌اند که ذکر مثال می‌تواند کاربرد آنها را نشان دهد:

لید استنباطی: در این لیدها غالبا استنباط (البته درست) روزنامه‌نگار از رویداد، عنصر اصلی را تشکیل می‌دهد.

لید تک‌موضوعی: به سه صورت ارائه می‌شود: مستقیم، عمقی و تشریحی. مستقیم مثل «ملکه انگلیس از کابینه لندن انتقاد کرد»، عمقی مثل «کنگره آمریکا امروز لایحه مقابله با خشونت را که به موجب آن گارد ملی آمریکا در خیابان‌های این کشور مستقر و دستگیری مجرمان تسریع می‌شود، با حداقل آرای لازم تصویب کرد. طبق این لایحه ...»، تشریحی مثل «مارکوس، فرمانده چریک‌های زاپاتیستای مکزیک در حالی که چهره خود را با نقاب پوشانده بود و فقط چشمان سیاه‌رنگش پیدا بود، با مشت‌های گره‌کرده و صدایی که از شدت خشم می‌لرزید، اعلام کرد که ما با پیمان «نفتا» مخالفت خواهیم کرد.

او در حالی که مشت گره‌کرده‌اش را بالا نگاه داشته بود، اظهار داشت: نبرد ما ادامه خواهد یافت.»

لید تلفیقی: در لیدهای تلفیقی مضامین مختلف به صورت متراکم، فهرست‌وار و مقایسه‌ای ارائه می‌شوند. البته از این لید در صورتی باید استفاده کرد که قادر به عرضه گویای آن باشیم و اگر قرار است لید طولانی شود، ارجح آن است که از لید تلفیقی پرهیز شود. این نکته را هم باید دانست که در لید تلفیقی کوشش می‌شود تا عناصر مهم موجود در خبر، فهرست‌وار ارائه شوند. برای این کار بهتر

است که برای شروع از لیدهایی استفاده شود، که از لحاظ کاربرد تقریباً «رسوب» کرده‌اند، یعنی جا افتاده‌اند.

لید جمع‌بندی: لیدی است که هر شش عنصر خبری را در خود دارد. البته باید یادآور شد که تنظیم لید جمع‌بندی از آنجا که باید در عین برخورداری از آن عناصر کوتاه هم باشد، دشوار است اما با تمرین و ممارست پیوسته این کار آسان می‌شود.

لید پرسشی: مردم می‌پرسند بالاخره تلویزیون کابلی چه وقت راه‌اندازی می‌شود؟

لید دارای پس‌زمینه: سه سال پیش بود که سه گوزن سفید در پارک جنگلی گلستان رها شدند و حالا مسئولان این پارک از خطر سرما علیه ۷۰ گوزن سفید خبر می‌دهند.

لید مبتنی بر نقل قول: وزیر خارجه ایران در کنفرانس خبری امروز تهران ضمن اعلام این مطلب که «واشنگتن کماکان به حضور نظامی خود در جهان ادامه می‌دهد»، افزود ...

لید متعارض: رئیس‌جمهوری آمریکا از دموکراسی حرف می‌زند اما دستور حمله به سپاه‌پوستان را صادر می‌کند.

لید غیرعادی: پرنده کوچولوی دریایی، پرواز بوئینگ غول‌پیکر را مختل کرد.

در هنگام تنظیم لید، به هر صورت که نوشته شود، باید مثل هنگامی که تیتر تدوین می‌شود مواظب کلمات اضافی و زائد یعنی کلماتی که جان و قدرت لید را می‌گیرند، بود. کلمات اضافی فقط هنگامی در لید قابل پذیرش هستند که لید از نوع لید تعقیبی یا توصیفی باشد. از لید تعقیبی هنگامی استفاده می‌شود که بخواهیم خبری را که مثلاً دیروز رخ داده است از لحاظ پیامدهای آن دنبال کنیم. مثلا «راننده‌ای که دیروز باعث مرگ دو کودک شده بود، به دادگاه احضار شد».

برای آنکه زحمت تدوین و نوشتن لیدهای کوتاه به حداقل کاهش یابد، می‌توان دستورالعمل زیر را به کار بست:

۱. پرهیز جدی از کلی‌گویی و مبهم‌نویسی در لید

۲. اجتناب از آوردن مطالب خیلی جزئی

۳. خلاصه‌کردن لید در یک یا دو جمله

۴. پرهیز از شروع لید با زمان و مکان، مگر اینکه این دو عنصر، نقشی کاملا کلیدی در خبر داشته باشند

۵. اگر قرار است که اسم شخصی در لید بیاید، این کار فقط در صورتی مجاز است که خواننده با خواندن آن نام بتواند قیافه فرد مورد نظر را مجسم کند. در صورتی که چنین اطمینانی وجود ندارد، به جای اسم، باید از شخصیت حقوقی فرد استفاده کرد.

۶. اگر خبر مربوط به امروز است، واژه «امروز» در لید و نه در آغاز آن گنجانده شود تا به خبر تازگی بدهد.

تیتر: اعلام خبر به موجزترین بیان را تیتر می‌گویند.

برای حرکت در مسیر تدوین تیتر، علائم و قواعدی وجود دارد که سبب می‌شوند عبور از این مسیر هر چه کم‌خطرتر انجام گیرد:

* تیتر هراندازه که کوتاه‌تر باشد، بهتر است.

* تیتر باید از واژه‌های رسا بهره‌مند باشد.

* تیتر باید روشن و دقیق باشد (نه در همه موارد).

* در تیتر نباید از کلمات تکراری استفاده شود.

* حتی‌المقدور و باید از تیتر سؤالی و منفی پرهیز شود.

* تیتر اگر فعل داشته باشد، جاندارتر خواهد شد، به خصوص اگر فعل به طرزی مناسب به کار گرفته شود.

* نباید در تیتر، واژه‌ها شکسته شوند.

* تیتر باید حتی‌المقدور از لید استخراج شود، مگر اینکه بخواهیم چندین مورد خبری را در تیتر به خواننده القا کنیم که باز هم در این صورت باید سعی کنیم تا لیدی مناسب با تیتر تدوین کنیم.

تابستان
۱۳۹۴

خبرنگاری

خبرنویسی، گزارش نویسی، مصاحبه، عکاسی خبری، آیین نگارش

پورتال صادقان

فهرست عناوین

خبر نویسی ۳
خبر: ۴
ارزش‌های خبری: ۴
ارکان خبر (عناصر): ۵
سبک‌های خبر نویسی ۶
لید خبر: ۷
تیتر یا سر عنوان: ۱۰
مصاحبه ۱۲
مراحل انجام مصاحبه ۱۳
تنظیم مقدمه مصاحبه: ۱۶
نکاتی در مورد عکس وعکاسی مصاحبه: ۱۷
گزارش نویسی ۲۰
گزارش خبری: ۲۱
کاربرد گزارش: ۲۲
ویژگی‌های عکس گزارشی: ۲۴
مراحل گزارش نویسی ۲۴
لید نویسی در گزارش: ۲۶
اجزای گزارش: ۲۶
آیین نگارش ۲۷

مقدمه:

در روزگاری که یک" موبایل "هم تلفن همراه است، هم دوربین عکاسی، هم یک ضبط صوت هم دفترچه یادداشت هم مرورگر وب و... یک 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. شما هم موظفید که خودت را به فنون و کابردهای مختلف مجهز کنید. در این میان یکی از فنونی که به نظر می رسد می بایست امروز بیش از گذشته باید به آن توجه کرد، رسانه و مهارت های بکارگیری آن است.

حال باید دانست که خبرها اعم از تصویر و یا متن در به روز نگه داشتن اعضای وابسته به سپاه پاسداران نقش بسیاری به همراه دارد. بر این اساس همیشه باید از خودتان بپرسید: «خب، کی چی؟»، «چه چیزی اینجا تازه رخ داده که می خواهم آن را گزارش کنم؟»، «این خبر اصلاً درباره چی هست؟»، خود را به جای خواننده بگذارید: «چرا دارم این خبر را می خوانم؟»، «چرا باید این خبر برای خواننده جذاب باشد؟» و انجام کار خبری و فنون خبر نویسی امروزه دیگر فقط در چهارچوب نگارش یک خبر متنی خلاصه نمی شود و گاهاً یک تصویر به جای صدها کلمه در انتشار یک خبر کاربرد دارد. در جهت آموزش و ارتقای کیفی همکاران در پورتال صادقان جزوه ای تهیه گردیده که در ادامه می خوانید.

خبر نویسی

خبر

خبر بیان بی طرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد است.

ارزش‌های خبری

ارزش های خبری در دل یک رویداد قرار دارند که خبرنگار با شم و درک خود آن ها را کشف می کند. ارزش های خبری اساس خبر را تشکیل می دهد و در جذابیت هر چه بیشتر خبر نقش ایفا می‌کند.

۱. **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.

۲. **در بر گیری 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: سرِ ی اول یارانه های دانشجویی به حساب دانشجویان واریز شد.

۳. 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 وکشورهای 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 بهمن در بلده نور مفقود شدند.

۴. **استثنا و شگفتی‌ها:** این نوع خبرها از نظر کم سابقه بودن، غیرعادی بودن و عجیب و استثنایی بودن دارای ارزش خبری هستند. مثال: قد بلندترین فرد جهان،تولید سلول بنیادین جنین توسط جهاد دانشگاهی بزرگی، فراوانی وتعداد این ارزش خبری شامل اعداد و ارقام می شود و هرچه حجم وآمار بیشتر باشد ارزش خبری بیشتر است. مثال: شمار تلفات سیل بهبهان به۱۱ نفر رسید.

۵. **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.

۶. **زمان و تازگی:** هرچه زمان وقوع رویداد تا انعکاس خبر کمتر باشد ارزش خبری بیشتر است. در دنیای امروز رسانه هایی موفق ترند که حاوی اخبار تازه تر و به موقع باشند. مثال: ساعتی پیش یک دانشجوی پسر دانشگاه قم فوت کرد.

ارکان خبر (عناصر)

همانگونه که ارزش های خبری به اخبار شکل می دهند عناصر خبری اخبار را به نمایش می گذارند. هر خبر هر چند کوتاه باید عناصر زیر رادر خود داشته باشد.

۱. **چه کسی (که)**؟ اشخاص و اشیایی که در رویداد شرکت یامداخله 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 (چه)**؟ آنچه که رویداد را تشکیل می‌دهد 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 بسبب آتش گرفتن یکی از موتورها سقوط کرد.

۴,۱. **چه وقت**؟ زمان رویداد مثال: مراسم ازدواج دانشجویی امسال از یک تا هفت بهمن برگزار می شود.

۵. **چطور (چگونه)**؟ نحوه وقوع رویداد مثال: دانشجویان در حالی که شعار می دادند خواستار استعفای رییس دانشکده شدند. بین ارزش های خبری و عناصر خبر ارتباط مستقیم وجود دارد.

سبک‌های خبر نویسی



۱. **سبک هرم وارونه:** در بین سبک های خبر نویسی سبک هرم وارونه رایج ترین سبک است و کلید نگارش آن بدین ترتیب است که چکیده جالب ترین و مهم ترین قسمت رویداد در ابتدا آورده می شود و به ترتیب به طرف پایین از اهمیت خبر کاسته می‌شود. از سبک هرم وارونه درسمینارها، سخنرانی ها، مصاحبه های خبری استفاده می شود.

۲. **سبک تاریخی:** در سبک تاریخی رویداد به همان صورتی که اتفاق می افتد تنظیم می شود و شیوه نگارش آن به ترتیب زمان وقوع ماجرا است. سبک تاریخی لید ندارد و بر عکس هرم وارونه است و تنظیم خبر به طور طبیعی در قسمت شروع از اهمیت کمتری برخوردار است. به دلیل کسل کننده بودن، این سبک منحصر به گزارش های علمی،فرهنگی، سیاسی و تحقیقی می باشد.

۳. **سبک تاریخی همراه با لید:** این سبک ترکیبی از سبک هرم وارونه و تاریخی است. در این سبک ابتدا چکیده مهمترین مطلب در لید آورده می شود و سپس ماجرا به صورتی که اتفاق افتاده شرح داده می شود. از این سبک در اخبارحوادث و رویدادهای شهری استفاده می شود.

۴. **سبک پایان شگفت انگیز:** در این سبک اصل یا قفل ماجرا در پایان خبر باز می شود و خواننده را شگفت زده می کند. این سبک برای خبرهای کم نظیر و شگفت انگیز استفاده می شود. مثال: 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، هیچ کس 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:** این سبک در نقطه مقابل سبک تاریخی است. در این سبک متن خبر با آخرین قسمت واقعه آغاز و سپس سوابق امر برای روشن شدن موضوع بیان می شود.این سبک برای خبرهای کوتاه به کارمی رود و پاراگراف اول می تواند نقش لید داشته باشد.

۶. **سبک تشریحی:** در این سبک رویداد قسمت به قسمت گزارش می شود و برای هر قسمت توضیح لازم داده می شود. از این سبک برای خبرهایی که در آن اختلاف نظر است یا خبرهای بلند استفاده می شود.

لید خبر

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 بر عهده دارد. در لید به عناصر خبری پاسخ داده می شود. لید شامل انواع زیر است:

۱. **لید "که":** نام فرد یا نهاد عامل در آن می آید. مثال:گروه خبری- دادستان کل کشور خواستار رسیدگی قاطع با پرونده دانشگاه هاوایی شد.

۲. **لید "چه":** موضوع رویداد در آ ن مطرح می شود. مثال: تهران-ایسنا: گروهی از دانشجویان دانشگاه تربیت معلم در اعتراض به وضعیت رفاهی دانشگاه مقابل در ورودی تجمع کردند.

۳. **لید "کجا":** مکان رویداد در آن مطرح می شود. مثال:گروه خبری- دانشگاه تهران سال آینده میزبان همایش دانشجویان جهان اسلام می باشد.

۴. **لید "چه وقت":** حاوی زمان رویداد است. مثال: گروه خبری_ به سبب داشتن حجاب اسلامی دانشگاه فرانسه از ادامه تحصیل زنان جلوگیری کرد.

۵. **لید "چرا":** رویداد را تفسیر می کند. مثال: گروه خبری_ فردا همایش هم اندیشی «عرفان و دانشجو»در دانشگاه شیراز برگزارمی شود.

۶. **لید "چگونه":** توصیف نحوه اتفاق خبر مثال: تهران-ایسنا: در حالیکه سالن مملو از دانشجویانی بود.که با شور شعارهایی در حمایت از رییس جمهور می دادند و با سخنرانی او سال تحصیلی جدید آغاز شد.

۷. **لید استنباطی:** این نوع لید از استنباط خبرنگار از رویداد تنظیم می شود. مثال: تهران-خبرگزاری فارس: رشته ساخت وتولید با توجه به اهمیتی که دارد زبان مشترک بین دانشگاه و صنعت است.

۸. **لید تک موضوعی:** به سه صورت ارایه می شود: مستقیم، عمقی و تشریحی

۸,۱ **مستقیم:** مثال : ملکه انگلیس از کابینه لندن انتقاد کرد ۲. عمقی: مثال: کنگره آمریکا امروز لایحه مقابله با خشونت را که به موجب آن گارد ملی آمریکا در خیابان های این کشور مستقر و دستگیری مجرمان تسریع می شود -با حداقل آرای لازم- تصویب کرد. طبقه این لایحه

۸,۲ **تشریحی:** مثال : مارکوس، فرمانده چریک های زاپاتیستای مکزیک در حالی که چهره خود را با نقاب پوشانده بود و فقط چشمان سیاه رنگش پیدا بود، با مشت های گره کرده و صدایی که

از شدت خشم می لرزید، اعلام کرد که ما با پیمان «نفتا» مخالفت خواهیم کـرد. او در حـالی که مشت گره کرده اش را بالا نگاه داشته بود، اظهار داشت: نبرد ما ادامه خواهد یافت.

۸,۳ **لید پرسشی:** در این لید خبرنگار پرسشگر نیست و فقط سوال مطرح شده توسـط رویـداد را مطرح می کند. مثال: گروه خبری- سوال دانشـجویان پزشـکی ایـن اسـت کـه آیـا تغییـر در آموزش پزشکی عمومی دانشگاه های علوم پزشکی کشور ضروری است.

۸,۴ **لید نقل قول:** با آوردن عبارتی از شخص خبرساز آغاز می شود. مثال: آیت الله لاریجانی: نباید با سیاسی کاری در برابر دولت مانع آفرینی کرد.

۸,۵ **لید دارای سابقه:** خبرمربوط به این لید دارای سابقه است. مثال: سه سال پیش بود کـه سـه گوزن سفید در پارک جنگلی گلستان رها شدند و حالا مسئولان این پارک خبر از خطر سـرما علیه ۷۰گوزن سفید می دهند.

۸,۶ **لید تاریخی:** این نوع لید با زمان شروع می شود. مثال: گروه خبری-دوسال پیش بر اثر یـک درگیری،محمد-م دانشجوی رشته مهندسی مکانیک ربوده و ...

۸,۷ **لید تمثیلی:** این نوع لید با ضرب المثل شروع می شود. مثال: گروه خبری-«حسنی به مکتب نمی رفت، وقتی می رفت جمعه می رفت». یکی از استادان برای جبران عقـب مانـدگی درس دانشجویان که ناشی از عدم حضور استاد بود از دانشجویان خواست جمعه ها در کلاس حاضر شوند.

۸,۸ **لید متعارض:** نوعی تناقض و اختلاف نظر را در موردرویداد برجسته کرده وبه نوعی نقـد مـی کند. مثال: رییس دانشگاه از یک سو دم از پاسخگو بودن می زند و از سوی دیگر هـیچ وقـت ملاقاتی با دانشجویان نمی گذارد.

۸,۹ **لید غیرعادی:** مثال: درجریان بازی روز گذشته تیم ملی دو دختر بـا تغییـر ظـاهر خـود بـه شکل پسر قصد ورود به ورزشگاه ازادی را داشتند.

تیتر یا سر عنوان

در تنظیم تیتر تلاش می شود تا خبر به خلاصه ترین شکل ممکن اعلام گردد. اما اصلا قرار نیست که بیان فشرده وضوح آن را از میان ببرد. به غیر از بیان خبر به شکلی کوتاه برای تیتر نقش های دیگری قائل شده اند:

- ✓ ترغیب به خواندن خبر
- ✓ تعیین وزن و اهمیت خبر با توجه به درشتی و ریزی قلم تیتر، بالا یا پایین قرار دادن آن در صفحه که به تعیین اولویت خبر کمک می کند.
- ✓ تفکیک مطالب از یکدیگر

۱. ویژگی‌های یک تیتر:

۱,۱. روشن و دقیق و بدون ابهام تیتر خبر باید گویای متن آن باشد،

۱,۲. خواننده را به خواندن متن خبر راغب سازد و در عین حال دارای جاذبه باشد

۱,۳. تیتر خبر باید کوتاه و بدون تکرار باشد

۱,۴. از کاربرد واژه های غیر مأنوس در آن خودداری شود.؛

۱,۵. کوتاه، حداکثر ۵ تا۷ کلمه؛

۱,۶. عدم شروع با حروف اضافه؛

۱,۷. اجتناب از تکرار و شکستن واژه ه؛

۱,۸. استفاده از "،" (ویرگول) تنها برای مخفف ها؛

۱,۹. نقل قول بهتر است غیر مستقیم باشد؛

۱,۱۰. استفاده از فعل در انتهای جمله؛

۲. اجزای تیتر:

۲,۱. **رو تیتر:** تیتری که در بالای تیتر اصلی با حروف کوچکتر نوشته می شود و بیشتر مقدمه و تکمیل کننده تیتر اصلی است.

۲,۲. **تیتر اصلی:** مهمترین مطلب خبری که به طور خلاصه بیان می شود.

۲,۳. **زیر تیتر:** بعد از تیتر اصلی با حروفی کوچکتر نوشته می شود و توضیحات بیشتری درباره خبر می دهد.

۲,۴. **سو تیتر:** در مواقعی که خبر طولانی است بخشی از خبر را به صورت یک یا دو جمله از متن استخراج می کنند و با حروفی متفاوت از متن می نویسند.این جمله ها در زیر تیتر اصلی و یا در نقاط مختلف متن قرار می گیرند و به زیبایی صفحه کمک می کنند.

۲,۵. **میان تیتر:** در وسط خبرهای طولانی برای تفکیک مطالب عباراتی با حروف بزرگتر از اندازه حروف متن قرار می گیرد.

۲,۶. **منبع خبر:** منبع خبر ریشه خبر را تشکیل می دهد و در واقع به فاعل حقیقی یا حقوقی گفته می شود که اصل خبر از او نشئت می گیرد. منبع خبر باید در قسمت لید همراه با مکان و نام منبع مخابره کننده خبر وزمان آن آورده شود. مثال: تهران-خبرگزاری جمهوری اسلامی: روز گذشته رهبر معظم انقلاب ضمن تقدیر وتشکر از حضور میلیونی مردم در انتخابات بر آلوده نشدن فضای زندگی مردم از غوغاهای تحمیلی تاکید کردند.

مصاحبه

در روزنامه نگاری مصاحبه به ملاقاتی گفته می شود که در آن نظر یک شخص حقیقی یا حقوقی درباره چیزی بیان می شود و هدف آن کسب اطلاعات تفصیلی درباره یک یا چند موضوع است که ممکن است، به صورت گفت و گو، یک مطلب خبری، گزارش یا مقاله انعکاس یابد.

مصاحبه در نشریات دانشجویی به چند منظور انجام می شود:

- ✓ دریافت اطلاعات بیشتر در مورد یک رویداد
- ✓ آگاهی از واکنش افراد عادی و سرشناس در یک رویداد
- ✓ انعکاس عقاید، نظرات، افکار و اطلاعات ویژه شخصیت های خبرساز، مقامات مسوول و دیگر افراد جامعه دانشگاهی
- ✓ معرفی اشخاص سرشناس یا مهم برای جامعه دانشگاهی در نشریات دانشجویی مصاحبه بهترین راه برای انتقال انتقادات دانشجویان به مسئولان می باشد.

مراحل انجام مصاحبه

۱. **انتخاب سوژه مصاحبه:** در نشریات دانشجویی سوژه مصاحبه باید جذاب بوده و از تازگی برخوردار باشد که مورد علاقه جامعه دانشگاهی قرار بگیرد. در بسیاری از نشریات دانشجویی بعضی سوژه ها، ستون ثابتی دارند. به عنوان مثال «شیوه های موفقیت در تحصیل» که از فواید این نوع پرداختن به سوژه، این است که ابعاد مختلف موضوع با استفاده از دیدگاه‌های مختلف موشکافی شده و اطلاعات بهتری از موضوع به خوانندگان ارایه می شود.

۲. **پرورش و تحقیق درباره سوژه:** مصاحبه ای می تواند کامل و موفق باشد که مصاحبه کننده از آن موضوع اطلاعات کافی داشته و بر موضوع مصاحبه مسلط باشد. این اطلاعات را می توان با تحقیق و جست و جو از منابع مختلف مرتبط، همچنین سوابق سوژه و سوژه های مشابه و مرتبط به دست آورد.

۳. **انتخاب مصاحبه شونده:** انواع مصاحبه شوندگان شامل افراد عادی، افراد مهم (مانند مقامات ارشد دولتی، سیاسی و هنرمندان)، افراد متخصص: مانند روابط عمومی ها، شاهدان عینی و کارشناسان

باید برای هر سوژه فردی را انتخاب نمود که بیشترین ارتباط را با سوژه مصاحبه دارد؛ همچنین لازم است خبرنگار کنترل مصاحبه را دست گیرد تا از دادن پاسخ های کوتاه، گذرا و بی ربط مصاحبه شونده که باعث به بن بست کشانده شدن مصاحبه می شود جلوگیری کند.

۴. **تحقیق درباره مصاحبه شونده:** قبل از انجام مصاحبه باید در مورد پیشینه مصاحبه شونده اطلاعات لازم کسب شود. به عنوان مثال هنگام مصاحبه با یک استاد تربیت بدنی بهتر است شرایط مصاحبه کننده متناسب با محیط ورزشی باشد و در صورت لزوم با لباس ورزشی برای مصاحبه حاضر شود تا مصاحبه خودمانی تر شود.

۵. **طرح سوالات مصاحبه:** بهترین روش طرح سوال مصاحبه این است که مصاحبه گر ابتدا سوالات را از قبل آماده نماید و هنگام مصاحبه نیز در بین صحبت های مصاحبه شونده هرجا که به نکات تازه ای دست یافت که میتواند با توجه به آن اطلاعات جدید و بیشتری به دست آورد، پرسش های جدیدی را مطرح نماید.

۶. **انتخاب مصاحبه‌گر:** مصاحبه گر باید بتواند به خوبی با همه افراد و دانشجویان ارتباط برقرار نموده از قدرت تکلم خوبی نیز برخوردار باشد. مصاحبه کننده حرفه ای همیشه یک سوال غافلگیر کننده را باید در ذهن داشته باشد، تا در وقت ضروری از آن استفاده کند.

۶,۱. ویژگی هایی لازم برای یک مصاحبه گر:

۶,۱,۱. داشتن ذوق و استعداد نویسندگی

۶,۱,۲. کنجکاوی، تیزبینی و نکته سنجی

۶,۱,۳. داشتن صبر و حوصله

۶,۱,۴. توانایی ایجاد ارتباط با اقشار مختلف

۶,۱,۵. داشتن عشق و علاقه به کار خبرنگاری

۶,۱,۶. وقت شناسی و حاضر شدن زودتر از وقت مقرر

۷. **انجام مصاحبه:** مصاحبه کننده باید قلم، کاغذ، ضبط صوت، نوار کاست، باطری و لوازم ضروری برای مصاحبه را در اختیار داشته باشد، در شروع مصاحبه، باید با توضیحات بیشتر در خصوص هدف

مصاحبه و پرسش سوالات کلی زمینه صمیمی تری را برای صحبت کردن فراهم کرد؛ یکی از شگردهای به وجود آوردن فضای صمیمی در مصاحبه استفاده از سوالات فانتزی می‌باشد که می توان این سوالات را به دو دسته تقسیم کرد: دسته اول سوالات کلی و عمومی مانند رنگ مورد علاقه و دسته دوم سوالاتی که با توجه به موقعیت و شخصیت مصاحبه شونده تغییر می کند. از فواید پرسش سوالات جزئی، کنترل مصاحبه به دست مصاحبه که باعث می شود مصاحبه شونده اطلاعات درست و دقیق تر بدهد و همچنین پرسیدن سوالات جزئی باعث می شود مصاحبه از حالت دوستانه خارج شود و مصاحبه شونده احساس خطر کند و کم تر حرف بزند که در این صورت مصاحبه کننده باید او را برای پاسخ گویی تحریک کند. مصاحبه کننده می‌تواند در صورت مفید بودن گفته‌های مصاحبه شونده با اعمال خود مانند تکان دادن سر و چهره‌ای خوش باعث تشویق او به دادن اطلاعات بیشتر شود.

۷,۱. ایجاد پارازیت در مصاحبه: پارازیت به مجموعه عواملی گفته می شود که در برقراری ارتباط و انجام مصاحبه اختلال و اشکال ایجاد می کند و ممکن است از طرف مصاحبه شونده یا مصاحبه کننده ایجاد شود.

۷,۲. سبک‌های تنظیم مصاحبه:

۷,۲,۱. **به شکل خبر:** در این نوع مصاحبه پس از لید مهمترین محور انجام مصاحبه در قالب جواب های کوتاه و مختصر آورده می شود و به جای آوردن سوال به عبارت «وی در پاسخ سوالی در مورد... گفت» اکتفا می شود.

۷,۲,۲. **به صورت گزارش:** این سبک در نشریات دانشجویی برای مصاحبه با اشخاص مشهور و یا گزارشی از نارسایی ها، رویداد های دانشگاهی، اعتصابات و ... که در آن از شاهدان رویداد مصاحبه می شود کاربرد دارد.

۷,۲,۳. **به صورت سوال و جواب:** در این سبک سوالات به ترتیب پرسیده می شود که باید باهم در ارتباط باشند تا موجب کامل شدن مفهوم مصاحبه شوند.

تنظیم مقدمه مصاحبه:

هدف از آوردن مقدمه، معرفی مصاحبه شونده، هدف مصاحبه، ضرورت، سوابق قبلی و فراهم کردن زمینه برای آشنا شدن خواننده با موضوع مصاحبه و شخص مصاحبه شونده است که خواننده را به خواندن متن مصاحبه ترغیب می کند. مصاحبه گر باید هنگام مصاحبه نکاتی را رعایت کند از جمله این که مصاحبه گر با یک روال منطقی ابتدا به صورت کلی مهم ترین سوالات را مطرح نموده تا پس از به وجود آمدن ارتباط مناسب در انتهای مصاحبه سوالات حساسیت زا را مطرح کند. مصاحبه را می توان از جنبه های زیر مورد ارزیابی قرار داد:

۸. **مصاحبه از جهت حلقه های ارتباطی:**

۸,۱. مصاحبه فردی یک به یک: یک مصاحبه گر و یک مصاحبه شونده

۸,۲. مصاحبه فردی یک به چند: مصاحبه گر یک نفر، مصاحبه شونده چند نفر هستند

۸,۳. مصاحبه گروهی چند به یک: مصاحبه گر چند نفر، مصاحبه شونده یک نفر است

۸,۴. مصاحبه گروهی چند به چند: مصاحبه گر و چند مصاحبه شونده

۹. **مصاحبه از نظر نوع ارتباط می تواند به دو نوع مصاحبه رو در رو و مصاحبه با واسطه تقسیم شود.**

۱۰. **مصاحبه از نظر محتوا:** مصاحبه سطحی: مصاحبه ای است که در آن موضوعات متعدد مورد گفت و گو قرار می گیرد مصاحبه عمیق: موضوعی خاص مطرح و جزییات آن شکافته و ریشه یابی می شود مثل یک گفت و گوی دو طرفه بین خبرنگار حرفه ای و یک فرد صاحب اندیشه و متخصص مصاحبه تک موضوعی: فقط در مورد یک موضوع انجام می شود مثل مصاحبه ای که نشریه دانشجویی از معاون آموزشی دانشگاه فقط در مورد موضع وضعیت آموزشی دانشگاه انجام می دهد. مصاحبه چند موضوعی: در این نوع مصاحبه به چند موضوع دریک مصاحبه پرداخته می شود. مصاحبه می تواند از نظر نقش مصاحبه کننده یک مصاحبه هدایت شده یا یک مصاحبه آزاد باشد و همچنین از نظر معنا می تواند بدون مطالعه قبلی یا با مطالعه قبلی باشد. و در آخر مصاحبه می

تواند از طریق وسایل ارتباط جمعی نوشتاری مثل روزنامه و مجله و رسانه های ارتباط جمعی شنیداری و دیداری مثل رادیو و تلویزیون و یا از طریق رسانه های ارتباط جمعی الکترونیکی مثل سایت های خبری منتشر شود و انعکاس یابد.

نکاتی در مورد عکس وعکاسی مصاحبه:

در مصاحبه باید علاوه بر مصاحبه گر یک عکاس خوش ذوق و حداقل نیمه حرفه ای نیز خبرنگار را همراهی کند تا بتواند با شکار لحظه ها به جذابیت بصری مصاحبه بیفزاید. عکاس باید به گونه ای تصویربرداری کند که عکس بتواند با خواننده ارتباط برقرار کند و مفهوم خاصی را به او القا نماید.عکس در لحظاتی که در جریان مصاحبه، مصاحبه شونده دچار هیجان، شادی و یا عصبانیت می شود و یا در حالت تفکر و تعجب است می تواند در جذابیت مصاحبه بسیار موثر باشد در اینترنت چهار فرمت برای تصاویر وجود دارد که مرورگرهای اینترنتی قادر به نمایش آنها هستند ولی این فرمتها با یکدیگر تفاوتهای دارند که شما میبایست با توجه به این تفاوتها از هر فرمت به صورت بجا استفاده کنید مطمعنا بعد از یادگیری و درک این مطلب و در اثر تجربه خواهید فهمید که از چه فرمتی در چه موقعیتی باید استفاده کرد و حال توضیحات درباره‌ی این چهار فرمت:

۱. **فرمت jpeg**: شاید به جرات بتوانم بگویم که پر استفاده ترین فرمت تصویری در وب همین فرمت است که با پسوند jpg هم ممکن است دیده شود این فرمت ملیونها رنگ را نشان دهد و به همین خاطر یکی از پرکاربرترین فرمتها حتی برای چاپ میتواند باشد اما ویژگی دیگر این فرمت این است که میتواند بدون افت کیفیت محسوس تا حد بسیار زیادی فشرده شود و برای استفاده در وب که کم بودن حجم فایل بسیار مهم مورد استفاده قرار گیرد. در این فرمت پیکسلها (نقاط تشکیل دهنده ی عکس)فقط به صورت مات هستند یعنی ما در این فرمت پیکسل شفاف یا نیمه شفاف نداریم از این فرمت در وبلاگتان بیشتر برای نمایش عکس‌های با اندازه ی بزرگ که با دوربین عکس برداری از اشخاص یا مناظر طبیعی گرفته شده(تصاویری که تنوع رنگ بسیار زیادی دارند) استفاده کنید

۲. **فرمت gif**: این فرمت که به دو صورت عکس ثابت و انیمیشن(متحرک) ممکن است دیده شود بعد از فرمت قبلی بیشترین طرفدار را دارد در این فرمت تعداد رنگها بیشتر از ۲۵۶ رنگ نمیتواند وجود

داشته باشد و بنابراین حجم عکس هم با توجه به این خصوصیت کاهش میابد البته گرافیست میتواند تعداد رنگها را کمتر هم بکند و یا حتی تعداد رنگها را برابر یک قرار دهد ولی در این صورت عکس به صورت یک رنگ دیده میشود در واقع هرچه تعداد رنگها را کاهش دهیم حجم فایل را هم کاهش داده ایم در این فرمت پیکسلها یا مات هستند یا شفاف و پیکسل نیمه شفاف در این فرمت جایی ندارد همچنین بسیاری از لوگوهای تبلیغاتی با توجه به اینکه این فرمت میتواند به صورت انیمیشن در آید با این فرمت ساخته میشوند در واقع جیف انیمیشن ها عکس های هستند که در آن تعدادی عکس که همان عکسهای با فرمت جیف ثابت هستند فریم به فریم پخش میشوند تا یک انیمیشن را خلق کنند از این فرمت بیشتر برای تصاویر تبلیغاتی مانند لوگها و بنرها و در کل تصاویری که تنوع رنگ بسیار کمی دارند و تصاویری که حاوی نوشته هستند استفاده نمایید

۳. **فرمت png**: این فرمت در دو نوع است یکی -۸png که شبیه فرمت gif است و تقریبا با تمام ویژگی های آن غیر از قابلیت پویانمایی(انیمیشنی) و نوع دیگر این فرمت -۲۴png است که این فرمت هم قادر به نمایش میلیونها رنگ مانند jpeg است و تفاوت این فرمت با جی پی ای جی این است که پیکسل ها میتوانند به سه صورت شفاف - نیمه شفاف و یا مات باشند از این فرمت زمانی استفاده نمایید که تصاویر شما ضمن اینکه تنوع رنگ بسیار زیادی دارند حاوی پیکسلهای شفاف و یا نیمه شفاف هستند در ضمن اندازه ی تصویر هم کوچک باشد

۴. **فرمت bmp**: از آنجا که این فرمت فقط توسط اینترنت اکس پلورر و سیستم عامل ویندوز پشتیبانی میشود (در سایر مرورگرها نمایش داده نمیشود) و نیز برخی ویژگیهای دیگرش اصلا توصیه نمیشود و پیشنهاد میکنم که از این فرمت استفاده نکنلطفا سوالات خود را فقط در انجمن وبلاگنویسان مطرح فرمایید.

۵. **کاهش حجم عکس:** در پستی با نام کاهش حجم آهنگ برایتان شرح دادم که چگونه با استفاده از برنامه ی جت آودیو (jet audio) میتوان حجم آهنگ را برای انتشار در وب کاهش داد حال در این آموزش قصد دارم نحوه ی کاهش حجم تصویر (عکس) برای انتشار بر روی اینترنت با استفاده از برنامه ی مشهور و قدرتمند فتوشاپ (adobe Photoshop) را توضیح دهم همکنون که این

آموزش را تهیه میکنم آخرین نسخه‌ی فتوشاپ با عنوان "CC" یا به طور عامیانه تر فتوشـاپ ۱۴ در بازار نرم‌افزار در دسترس است و البته این آموزش مربوط به نسخه ی خاصی نیست و شما هر نسخه ای را که در اختیار داشته باشید (مثلا ۸ ، ۹ و یا ۱۰) میتوانید از آن برای این آموزش استفاده کنید.

گزارش نویسی

گزارش در لغت به معنی شرح و تفسیرکردن، خبرکامل دادن، جست وجو کردن واظهارکردن و... است. در روزنامه نگاری گزارش یکی ازعمده ترین راه های ارتباط مطبوعات با مردم است و واقعیات را آشکار می کند.

گزارش خبری:

بهترین نوع گزارش، گزارش خبری است که در واقع شکل گسترش یافته خبر محض است که در خلال آن مخاطب به جزییات بیشتر در مورد علت و چگونگی خبر دست می یابد. این گزارش زمانی تهیه می شود که خبر اولیه در مورد یک رویداد، نتواند نیاز کنجکاوی خواننده را ارضا نماید. از ویژگی های این نوع گزارش که به بیان توصیفی و تشریحی رویداد با توجه دو عنصر «چرا» و «چگونه» می پردازد، حضور گزارشگر در صحنه، تماس و ارتباط با همه منابع مرتبط، کسب اطلاعات دقیق واقعی همراه با استفاده از نقل قول ها، مصاحبه ها، آمار و ارقام، توصیف و تشریحی در حد اقتضای موضوع است. گزارش نباید مبهم و گنگ باشد و باید دقت شود که باجمع آوری اطلاعات کامل و متناسب با مقتضیات زمان و با دسته بندی و ارزیابی منطقی،گزارش زمینه تفکر و جهت دهی را در مخاطب زنده کند و او را در نتیجه گیری نهایی شریک نماید. هر گزارش باید دارای زبان قصه گونه و توصیفی در جایگاه مناسب خود باشد و درآن از هرگونه شعارگرایی و سطحی نگری پرهیز شود و توجه شود که تخیل گزارشگر نباید آن را از واقعیت های اجتماعی دور کند. برای تهیه گزارش خبری باید موارد زیرمورد توجه قرارگیرد: سابقه و پیشینه رویداد آورده شود. نظرات مسئولان، کارشناسان، افراد با سابقه و اهل فن مرتبط با آن رویداد آورده شود. نظرات شاهدان و عوامل تشکیل دهنده رویداد آورده شود. از محل رویداد عکس گرفته شود و در گزارش به صورت تصویری و تشریحی محل رویداد تصویر پردازی و مجسم شود. اطلاعات جزیی و مهم از اجزای رویداد آورده شود. از منابع متعدد در گزارش استفاده شود. در شروع گزارش دقت شود از قلم خوب و جذاب برای جذب خواننده استفاده شود. گزارش دارای یک سناریو با چارچوب و قالب هدفمند باشد. از نثر و قلم ساده، روان و صمیمی استفاده شود. از خلاقیت و نوآوری و تصویر پردازی استفاده شود. از قدرت تخیل در گزارش تا حدی که به واقعیت و اعتبار گزارش آسیب نرساند، استفاده شود.

باید توجه داشت که لازم نیست حجم مطالب گزارش زیاد باشد زیرا می توان در حجم کم گزارش جامعی از یک رویداد ارایه داد. مثال: سرویس بین الملل_بانک تسویه های بین المللی اعلام کرد، سطح سپرده های ارزی خارجی ایران در پایان سال ۲۰۰۵ با سه میلیارد دلار افزایش نسبت به سه ماهه پایانی سال ۲۰۰۴ میلادی به۱۵ میلیاردو۹۹۴میلیون دلار رسید. برپایه گزارش این بانک که مقرآن درشهربازل سوییس است، اوایل سال جاری اعلام کرد؛ سطح سپرده های ارزی خارجی کشورمان از آغاز سال ۲۰۰۴ میلادی به طور مرتب در حال افزایش بوده و به نحوی که تنها در طول این سال یک میلیاردو ۸۳۵میلیون دلار بیشترشده است. افزایش این سپرده ها درسال ۲۰۰۵ ازسرعت بیشتری برخورداربوده وظرف این سال نسبت به سال گذشته هفت میلیارد و۸۷۳ میلیون دلار بر مقدار آن افزوده شده که حاکی ازرشد ۹۷درصدی است.

کاربرد گزارش:

۱. بیان چگونگی و چرای وقوع رویداد؛ خبررویداد را مشخص می کند ولی گزارش دلایل و چگونگی وقوع رویداد را شرح می دهد.
۲. انعکاس موضوعاتی که به صورت خبر محض جذابیتی ندارد. مثل: وضعیت زندگی در خوابگاه های دانشجویی، مشکلات آموزش دانشکده ها، بررسی وضعیت اعتیاد دربین دانشجویان و...
۳. انتقال انتقادات، بیان نارسایی ها، نواقص و... مثل: انعکاس کیفیت غذای سلف دانشگاه
۴. انعکاس فعالیت های مثبت مثل:گزارش از روند موفقیت یک داشنجوی مخترع یا المپیادی

با انتشار گزارش خوب، منطقی و جامع در نشریات دانشجویی می توان با برجسته کردن برخی از مشکلات که کمتر به آن توجه می شود، مسئولان مربوطه را برای حل آن به تکاپو واداشت و یا راه حلی مناسب برای رفع مشکل ارائه داد.

یافتن سوژه مناسب یکی از معضلات اصلی است. برخی سوژه‌ها برای نشریات دانشجویی که مورد توجه مخاطبان قرار می گیرد عبارتند از: وضعیت حجاب در دانشگاه، برخورد اساتید با دانشجویان، وضعیت سیاسی-فرهنگی-هنری تشکل ها، معرفی مکان ها، دانشکده ها و ویژگی های خاص دانشگاه، مکانات آموزش دانشکده، ازدواج دانشجویی و...

بهترین راه برای سوژه یابی ارتباط با دانشجویان و آگاهی از مشکلات، نظرات و خبرهای آنها است. همچنین می توان با استفاده از خبرها و مطالب نشریات دانشجویی دیگر، مجلات و روزنامه های موجود درجامعه، برنامه و گزارش های صداوسیما، نشست های دانشجویی، اطلاعیه های منتشر شده توسط دانشگاه و ... برای سوژه یابی استفاده کرد.

۵. گزارش نویسی به غیر از گزارش خبری، انواع دیگری مانند گزارش تصویری، خاطره نویسی، گزارش علمی و تخصصی و ... دارد.

۵,۱. **خاطره نویسی:** کمتر دیده شده است در نشریات دانشجویی از گزارش خاطره استفاده شود در حالیکه خاطرات خواندنی دانشجویان بسیار زیاد است و باید در نشریات دانشجویی ستونی با نام خاطره نویسی در نظر گرفته شود.

۵,۲. **گزارش علمی:** گزارش علمی در نشریات دانشجویی نیز به صورت بررسی یک موضوع علمی و تخصصی در ارتباط با یک رشته و یا یک گرایش تهیه می شود. که به طور عمده مخاطبان آن، دانشجویان همان رشته هستند. نویسنده این نوع گزارش لازم است تا جایی که به ساختار گزارش خدشه وارد نکند از کلمات ساده استفاده کند تا برای سایر افراد هم قابل استفاده باشد؛ در غیر این صورت نویسنده اصطلاحات تخصصی و علمی به کار رفته در گزارش را برای خوانندگان معنی و تشریح کند، تا بدینوسیله حلقه مخاطبان و خوانندگان نشریه گسترده تر گردد و شامل دانشجویان بیشتری شود و جنبه عمومی پیدا کند

مثلا: بررسی انواع سیستم عامل ها.

۵,۳. **گزارش تصویری:** یک عکس به همراه یک لید کوتاه، در بعضی مواقع شرح رویداد را به گونه ای برای مخاطب بازگو می کند که با چندین سطر هم نمی توان به اندازه آن عکس شرح رویداد را برای خواننده مجسم کرد.

مثلا: تجمع دانشجویی، صحنه های مختلف جنگ، راهپیمایی، صحنه تصادف، ترور و...

ویژگی‌های عکس گزارشی:

موضوع ظرفیت تصویری را داشته باشد و با مخاطب ارتباط برقرار کند به گونه ای که با دیدن آن عکس فکر کند. مثل عکس از چهره افراد و اشخاص، اعتصاب، حوادث. حالت خبری و هنری داشته باشد. گزارش تصویری باید نقطه شروع داشته باشد و پس ازحرکت لازم به نقطه ای سنجیده ختم شود. هر عکس یک شرح و زیرنویس متناسب با محتوا داشته باشد. درگزارش تصویری یک عکس نقش محوری و لید دارد و تصویر کلی از گزارش را ارایه می‌دهد. مثلا: در یک اجتماع دانشجویی یاهر اجتماع دیگر، عکاس خبری باید عکس لید خود را یک عکس بازاویه از پشت سخنران، از کل شرکت کنندگان و تریبون بگیرد. برای به تصویر کشیدن جزییات خبر و احساسات شرکت کنندگان، عکاس باید در جمع حاضران ریز شود؛ یا عکس از شخص مجروح شده در یک درگیری درحالی که خون از سر او جاری است یک تصویر زنده خبری است که موفقیتی برای عکاس است چون این عکس صحنه درگیری و میزان خسارت را برای خواننده مجسم می کند اگر شخص مجروح دانشجو باشد خوانندگان دانشگاهی به دلیل مجاورت فرهنگی و معنوی با مجروح ابراز همدردی می کنند.چنین عکسی می تواند برروی مخاطب تاثیر زیادی داشته باشد وبدین ترتیب واکنش دانشجویان و سایر خوانندگان را به دنبال داشته باشد.

مراحل گزارش نویسی

۱. **سوژه پردازی:** مشخص ساختن سوژه یا موضوع گزارش با استفاده از رویدادهایی که تازه اتفاق افتاده و همچنین با مردم مرتبط و نزد آنان مهم هستند. هرچند رویدادهایی که قبلا اتفاق افتاده و الان با زاویه ای دیگر به آن پرداخته شود می توان به عنوان سوژه مطرح شود. بحث سوژه آنقدر مهم است که در بعضی از روزنامه ها، دسته ای از روزنامه نگاران توانمند فقط مشغول سوژه یابی هستند.

۲. **روشن و مشخص ساختن اهداف گزارش نزد خود:** گزارش نویس باید مواردی را که می خواهد برای خواننده برجسته سازد، از قبل مشخص نماید. بنابراین براساس اهداف گزارش است که روزنامه نگار، نقشه گزارش را طرح ریزی می کند.

۳. **جمع آوری اطلاعات و سابقه موضوع از طریق مصاحبه، آرشیو مطبوعات و کتابخانه‌ها**

۴. **گفت و گو با مخاطبان، کارشناسان و مسئولان:** گزارشگر باید با افراد مطلع و متخصص در زمینه موضوع گزارش گفت و گو کندو به طور تخصصی به نقد موضوع پرداخته و آن را مورد انتقاد قرار دهد و با استفاده از نظر کارشناسان راه حل منطقی و عملی ارئه دهد. گزارشگر نشریات دانشجویی باید به سراغ مسئولان دانشگاه و خارج دانشگاه برود چرا که یک طرف گزارش مسئولان هستند و مخاطبان علاقه مندند بدانند که مسئولات درباره مشکلات، معضلات و خواسته های آنان چگونه فکر می کنند و چه نظر و تدبیری دارند. گزارشگر می تواند با دستمایه قرار دادن نظرات کارشناسان از نقاط ضعف انتقاد نماید و پاسخ مسئولان ذیربط را دریابد.

بدین ترتیب جریان اجتماعی همواره فعال می ماند و تا حدود زیادی از فساد، انحراف و تک روی جلوگیری شده و سبب جلوگیری از استبداد فردی می شود و شخص مسئول در هر پستی که باشد نسبت به وظایف و عملکرد خود، در مقابل افکار عمومی دانشجویان، خود را پاسخگو بداند.

۵. **آماده سازی گزارش:** که شامل بررسی میدانی موضوع است و این که چگونه می تواند به سوالات چرا و چگونه گزارش، پاسخ دهد و اطلاعات لازم را جمع آوری و افرادی که با موضوع، ارتباط نزدیک دارند مشخص کند. مثلا تحقیق در مورد صحت اطلاعات به دست آمده، سرعت عمل در جمع آوری اطلاعات و نوشتن گزارش، تهیه عکس های مربوط به مسأله، به عنوان یک سند معتبر برای اقناع مخاطب. همچنین گزارش نویس باید بتواند مسأله را نزد خویش در حد نیاز، تجزیه و تحلیل نماید.

۶. **نوشتن گزارش:** که باید دراین مرحله روزنامه نگار به سه نکته زیر توجه کند:

۶,۱. پیش بینی تعداد کلمات.

۶,۲. بررسی واژه ها و اصطلاحات نامفهوم و مبهم.

۶,۳. درک کردن مخاطب و نوشتن در سطح فهم همه؛ عدم مخالفت گزارش با سیاست روزنامه.

۶,۴. در مرحله پایانی گزارش خود باید با بینش و درایت و فهم شخصی خود، احساس مسئولیت، حفظ بی طرفی و رعایت انصاف و عدالت، نتیجه گیری نماید و مخاطب را در ارزیابی و نتیجه

گیری همراه خودکند. در واقع گزارشگر جایگاه قاضی را پیدا می کنـد و حکـم محکومیـت یـا تبرئه جریان خبرساز را نزد افکار عمومی صادر می نماید.

لید نویسی در گزارش:

لید نویسی در گزارش، عکس مقدمه نویسی است یعنی لید از اوج مطلب شروع می شود اما مقدمه از دامنه به قله و اوج می رود که به دو دسته تقسیم می‌شود:

۱. لید استقرایی: در این نوع لید، نویسنده از کنار هم گذاشتن جزییات به ارائه تصویر کلی موضوع مـی پردازد.
۲. لید قیاسی: در این نوع لید، یک تصویر کلی و جامع و هنرمندانه از موضوع ارائـه مـی شـود، سـپس پنجره ای به روی جزئیات و مسائل جزئی تر گشوده می شود.

اجزای گزارش:

مقدمه، محتوا (متن) و پایان بندی به عنوان سه جز گزارش محسوب می شـوند کـه مـی تواننـد در گزارش به سه شیوه زیر مطرح شوند:

۱. درمقدمه می تواندخلاصه ای از تمام جنبه های موضوع باشد و متن به هریک از جنبه هـا بپـردازد و در پایان ، به نتیجه ای که به آن دست یافته اشاره شود.
۲. گزارش نویس در مقدمه به صورت کلی و وصفی به موضوع خواهد پرداخت سپس در محتوا، جزییات مطرح و در پایان بندی، جمع بندی از موضوع ارائه خواهد شد.
۳. در مقدمه، سوال هایی مهم در ارتباط با موضوع نوشته می شود و در متن از طریق اطلاعاتی کـه بـه دست آمده (مطالعه و مصاحبه) به این پرسش ها پاسخ داده می شود و در پایان، خلاصه ای کوتاه از نتیجه دستاوردها یا نظر گزارش نویس مطرح خواهد شد.

آیین نگارش

به کاربردن درست نویسی از مهم ترین اصول در نگارش خبر است. نکات آیین نگارش عبارت‌اند از:

۱. حفظ استقلال دستوری هرکلمه از نظر معنی و کلمه و مستقل نوشتن هرکلمه از کلمه های دیگر:

۱,۱. بنویسیم: دانشسرای عالی.

۱,۲. ننویسیم: دانشسرایعالی.

۱,۳. بنویسیم: هیچ کس.

۱,۴. ننویسیم: هیچکس.

۲. حرف ربط، ضمیر و صفت پرسشی (را، ای ، تو، یک ، که ، چه) وصفت اشاره (این و آن) را نباید به کلمه های دیگر چسباند مثال:

۲,۱. بنویسیم: دوست را

۲,۲. ننویسیم: دوسترا.

۳. «چه» در کلمه‌های چرا و چسان (به معنی چه چیز را و چگونه) باید پیوسته نوشته شود.

۴. هرگاه «چه» ، «ها» و «که» با «آن»، «این » ، «چنان» و «همچنان» ترکیب شود، باید پیوسته نوشته شود.

۴,۱. بنویسیم: آنکه ،اینکه ،چنانکه ، همچنانکه ،چنانچه ، آنچه آنها، اینها.

۴,۲. ننویسیم: آن که ، این که ، چنان که ، همچنان که چنان چه ،آن چه ، آن ها ،این ها.

۵. «است» هرگز نباید به «که» متصل نوشته شود.مثال:

۵,۱. بنویسیم: درست است که ، مردی است که ، آن است که.

۵,۲. ننویسیم: درست استکه ، مردی استکه ، آن استکه

۶. هنگامی که دو کلمه به گونه ای ترکیب می شوند که از ترکیب آنها کلمه تازه ای با مفهومی غیر از مفهوم هر یک از دوکلمه را بدهد کلمت را متصل به هم می نویسم.

مثلا کتاب و خانه باهم ترکیب می شوند معنی مستقل از هر دو کلمه را می دهند پس متصل نوشته می شوند: کتابخانه مثال:

۶,۱. **بنویسیم**: اینجا ، آنجا ، اینجانب ،چیستان ،نگهداری پنجشنبه ،یکدیگر، هیچکاره.

۶,۲. **ننویسیم**: این جا ، آن جا، این جانب،چیست آن ، نگه داری،یک دیگر،هیچ کاره

۷. پسوند «تر»و «ترین» بهتر است که جدا از کلمه نوشته شود. در قید های: بهتر، بیشتر، کمتر ،مهمتر، کوچکتر، بزرگتر،نزدیکتر و ... که متصل نوشتن آنها رایج شده است می‌توان هردوگونه را نوشت. اما در کلمات دیگر به ویژه کلمات دندانه دار و کلماتی که رسم الخط آن نازیبا می شود حتماً باید جدا نوشته شود.

۷,۱. مثال: رایج تر ، موفق تر، بهینه تر ، خوردنی تر، مستقیم ترین تازه تر ، جامع تر، جالب تر و...

۸. کلمه های مرکبی که متصل نوشتن آنها موجب اشتباه یا دشواری در خواندن یا نوشتن کلمه بشود یا خلاف عرف به نظر بیاید ، آنها را جدا اما نزدیک به هم باید نوشت مثال:

۸,۱. **بنویسیم**: هم منزل ،کینه توز، عدالت پیشه.

۸,۲. **ننویسیم**: هممنزل، کینتوز،عدالتپیشه.

۹. هنگامی که جزء دوم کلمه مرکب با «آ» آغاز می شود ، در ترکیب« مد» را از روی الف حذف می کنیم.

۹,۱. **بنویسیم**:پیشاهنگ ، دلاویز ،پیشامد،دلارام، هماواز.

۹,۲. **ننویسیم**: پیشآهنگ، دلآویز، پیشآمد، دلآرام، همآواز

۱۰. حرف اضافه «به» جدا از اسم و ضمیر نوشته می شود مثال:

۱۰,۱. **بنویسیم**: به تهران، به خانه، به مدرسه،به لندن و...

۱۰,۲. **ننویسیم**: بتهران، بخانه ،بمدرسه، بلندن و...

۱۱. از آنجا که حرف «ب» در کلمه‌های عربی متداول در فارسی، حرف جر عربی است نه حرف اضافه فارسی باید به کلمه بعد متصل شود.

۱۱,۱. بنویسیم: بلافاصله ، بلاشک ، بلامعارض، بلا تکلیف ،ما بازا،بدون، بسم الله

۱۲. گونه های دیگر نوشتن «ب» بدین ، بدان ، بدانان ، بدیشان ،بدو ، بدینوسیله بخرد ، بهوش ،بنام ، بجّ د (حرف ب به عنوان جزء پیشین به کار می رود و صفت یا قید می سازد). مثال: به جدّ و جهد چو کاری نمی رود از پیش....(حرف اضافه) در این کار بجّ د باش(جدی باش)(قید) جزء پیشین (از ترکیب اسم و صفت و قید اگر گلی، بحقیقت عجین آب حیاتی همیشه باید به حقیقت توجه داشت.

۱۳. پیشوند ها و پسوند ها بیشتر مواقع متصل نوشته می شوند.

۱۳,۱. بنویسیم: همنشین ، همدل ، همکار ، همراهی ، باغبان مرغدانی ،دانشمند ،گلزار، کشتزار.

ننویسیم: هم نشین هم دل، هم کار، هم راهی، باغ بان ،مرغ دانی،دانش مند ، گل زار،کشت زار.

۱۴. اجزای پیشین فعل مثل «ب» ،«ن» و «م» را باید پیوسته به فعل نوشت. مثال: بنویسیم: ببینید ،برود ، نخواند، نبینی، مکن.

نکته: پیش جزء های ب، ن ، م وقتی بر سر فعلی که با «آ» آغاز می شود، بیایند، مد از روی الف حذف می شود و به جای آن. مثال: آید ---« ب +آید -----» بیاید گفته بودم چو بیایی غم دل با تو بگویم چه بگویم که غم از دل برود چون تو بیایی نکته : به< را در اول عبارت فعلی را جدا می‌نویسند.

۱۴,۱. بنویسیم: به کاربرد ، به به بار آمد ، به دست آورد ، به خاطر آورد ، به زانو در آمد.

۱۴,۲. ننویسیم: بکار برد، ببار آمد، بدست آورد، بخاطر آورد، بزانو درآمد

۱۵. «می » و «همی» ، جدا از فعل نوشته می شود. مثال:

۱۵,۱. بنویسیم: می گوید، می خواند ، می کند ، می زد ، همی گفت همی رفت ،همی نوشت.

ننویسیم: میگوید، میخواند، میکند، میزد، همیگفت، همیرفت، همینوشت.

۱۶. «بی» دو گونه است:

۱۶,۱. حرف اضافه به معنی «بدون» ، که مثل «به »حرف اضافه جدا و با فاصله بین کلمه‌ای نوشته می شود. مثال: بی تربیت نمی توان به سروری رسید. بی نظم و تربیت هیچ کاری پیش نمی‌رود.

۱۶,۲. پیشوند منفی که بر اسم یا ضمیر می آید و صفت مرکب می سازد، باید پیوسته نوشته شود. مثال: بیخود از شعشعه پرتو ذاتم کردند. باده از جام تجلی صفاتم کردند. او نمی دیدش و از دور خدایا می کرد.

۱۶,۳. نکته: هرگاه در آغاز واژه هایی که چند دندانه دارند و با پیوستن «بی» پیشوند به آنها ،نازیبا یا ناخوانا می شوند و هچنین کلمه هایی که با همزه شروع می شوند و با اتصال «بی»، همزه در تلفظ با الف اشتباه می گردد، «بی» را باید جدا نوشت،اما بدون فاصله بین کلمه ها. مثال:

بنویسیم: بی سر و پا ،بی تربیت، بی سامان، بی اساس، بی ارزش.

ننویسیم: بیسروپا،بیتربیت، بیسامان، بیاساس، بیارزش.

۱۷. «ه» بیان حرکت، در جزء اول از کلمات مرکب و کلمات جمع بسته شده با «ها» حذف می گردد و نه پیوسته نوشته می شود. مثال:

۱۷,۱. **بنویسیم**: علاقه مند، جامه‌ها.

۱۷,۲. **ننویسیم**: علاقمند یا علاقهمند. جامها یا جامهها.

۱۸. در کلمات مرکب عربی متداول در فارسی، کلمه های مستقل را باید جدا از هم نوشت.مثال:

۱۸,۱. **بنویسیم**: ان شاء الله،من جمله ،عن قریب، علی هذا، مع هذا،مع ذلک و...

۱۸,۲. **ننویسیم**: انشاءالله ،منجمله ،عنقریب، علیهذا، معهذا، معذالک و...

۱۹. «ها» علامت جمع جدا از کلمه و بدون فاصله نوشته شود. مثال:

۱۹,۱. بنویسیم: گل‌ها ، باغ‌ها

۲۰. کلمات هارون، اسماعیل، رحمان، اسحاق، ابراهیم، ملایکه، سماوات و سلیمان بهتر است اینگونه نوشته شوند نه به این شکل: هرون، اسمعیل، رحمن، اسحق، ابرهیم،...

۲۱. الف مقصوره در برخی از کلمات عربی همچنان که در فارسی الف تلفظ می شوند در خط الرسم فارسی هم الف نوشته می شوند.

۲۱,۱. **بنویسیم**: محتوا،اعلا،بلوا، تقوا،مبتلا،مصفّا و...

۲۱,۲. **ننویسیم**: محتوی،اعلی،بلوی، تقوی،مبتلی،مصفّی و...

نکته: در اسم های خاص عربی مثل: مصطفی، مرتضی، موسی، عیسی و... شیوه ی نوشتن الف مثل رسم الخط عربی است و همان «ی» نوشته می شود. در اسم هایی مثل صغرا ، کبرا و لیلا با الف نوشته می شود.

۲۲. هرگاه حروف (ب، ن ، م) بر سر افعال آغاز شده با «ا» در آیند، همزه در نوشتن تبدیل به «ی» می شود.مثال:

۲۲,۱. **بنویسیم**: بینداخت ، نینداخت ،مینداز.

۲۲,۲. **ننویسیم**: بیانداخت،نیانداخت، میانداز. ۱۴.هرگاه پس از حرف «ی» حرف بلند و کشیده یاء بیاید هر دوبه صورت یاء نوشته می شود.

۲۲,۲,۱. **بنویسیم**: بوییدن، روییدن.

۲۲,۲,۲. **ننویسیم** : بوئیدن،روئیدن

۲۳. تنوین خاص کلمات عربی است و از به کار بردن آن در کلمات فارسی باید اجتناب کرد

۲۳,۱. **بنویسیم**: به ناچار، جانی ، دوم، گاهی، تلفنی.

۲۳,۲. **ننویسیم**: ناچاراً، جاناً، دوماً، گاهاً،تلفناً

نکته: کلمه های عربی که دارای تنوین نصب است بهتر است معادل فارسی آن ها به کار برود

۲۳,۲,۱. **بنویسیم**: بی درنگ ، به تحقیق.

۲۳,۲,۲. **ننویسیم**: فوراً، تحقیقاً

۲۴. همزه ساکن آخر کلمه های ممدود عربی مثل: ابتداء،انتهاء،صحراء و... در تلفظ فارسی حذف می گردد به این شکل : ابتدا، انتها ، صحرا و...

۲۴,۱. **ننویسیم**: ابتداء کار، املاء درس

۲۴,۲. **بنویسیم**: ابتدای کار، املای درس.

نکته: همزه ساکن وسط یا آخر، درصورتی که پس از فتحه (َ) واقع شده باشد روی کرسی « ا» نوشته می شود. رأس،یأس، رأفت و....

۲۵. نوشتن در صفحه ی وب: آیا نوشتن هزار کلمه بهترین راه روایت یک ماجرا در وب است؟ شاید عکس، ویدئو، یا صدا برای روایت بعضی از ماجراها بهتر باشند. اگر تمایل دارید ماجرایی که روایت می کنید مردم را به فکر وا دارد، شاید بد نباشد از یک گزارش عکس به همراه صدای یک کارشناس یا یک از شخصیت های اصلی داستان استفاده کنید. متنی که برای وب می نویسید باید قرص و فشرده باشد. هر جمله فقط درباره یک موضوع باشد. از جمله ها و عبارت های طولانی پرهیز کنید و مجهول نویسی را کنار بگذارید. کاری کنید تا ایده های تان به شکل منطقی در متن روان بشود.باید هر جمله ای که می نویسید بتواند به خواننده ضربه وارد کند و یک جورهایی نسبت به متنی که برای روزنامه ها می نویسید ضرب آهنگ سریع تری داشته باشد. مطالعات نشان می دهد خوانندگان آنلاین تیترهای صریح و رک و پوست کنده را به تیترهای طنز یا بامزه ترجیح می دهند.