



## خبر الکترونیک چگونه نوشته می‌شود؟

اگر برای رسانه‌های الکترونیک خبر می‌نویسید این نکات را رعایت کنید

### یونس شکرخواه

در محافل آکادمیک روزنامه‌نگاری معاصر رسم بر این است که:

- هفته اول را به مقدمه‌ای در ارتباط با خبرنویسی برای رسانه‌ها اختصاص دهند. در این هفته اول بحث‌هایی پیرامون خبرچیست، دفترچه یادداشت خبرنگار، آخرین فرصت‌ها و موضوع زمان (deadline)، عینی‌گرایی، صحت، جمع‌آوری سریع داده‌ها و مسائل پایه‌ای در خبرنویسی مطرح می‌شود.
- هفته دوم به عناصر خبری، لید و سبک هرم وارونه اختصاص می‌یابد.
- هفته سوم را به لیدهای متفاوت و سایر سبک‌ها اختصاص می‌دهند. یعنی

واژه‌ها (برای آنکه حروفچین آنها را یک فونت درشت‌تر بچیند)، گذاشتن علائم نقل قول، استفاده از فونت ایتالیک برای تأکید و... از جمله این موارد است. این امر آنقدر جدی است که خبرگزاری آسوشیتدپرس (AP) شیوه‌نامه مخصوص به خود را تهیه کرده و اکثر روزنامه‌های جهان نیز از همین شیوه‌نامه آسوشیتدپرس استفاده می‌کنند تا شیوه‌ای یکنواخت را بر روزنامه‌های خود اعمال کنند. البته این نوع شیوه‌ها حتی برای خبر الکترونیک هم لازم است، اما این ضرورت فقط در ارتباط با یک‌گویی معنای می‌شود و نه در ارتباط با مجموعه مخاطبان.

خبرنویسی الکترونیک و به عبارت بهتر خبرالکترونیک به شکلی از خبرنویسی اطلاق می‌شود که در رادیو، تلویزیون و شبکه‌های ارتباطی کاربرد دارد. علی‌القاعده ساختار این نوع خبرها، ساختار واژگانی، نحوه ذکر نام‌ها و عناوین نقل قول‌ها و... با خبرنویسی برای روزنامه‌ها تفاوت دارد.

به عنوان نمونه روزنامه‌نگاری که در رسانه‌های نوشتاری کار می‌کند علاوه بر انتخاب ساختار مناسب (Structure) برای خبرنویسی و انتخاب سبک مناسب (هرم وارونه، تاریخی و...) توجهی ویژه را هم صرف شیوه (Style) می‌کند. نقطه‌گذاری، خط کشیدن در زیر برخی از

انواع لید و فیچرنویسی (Feature) و حتی خبرنویسی برای روابط عمومی، تبلیغ و غیره را هم طرح می‌کنند.

□ هفته چهارم بحث‌های مربوط به جمع‌آوری اطلاعات، حوزه‌های خبری، گفت‌وگو، و استفاده از نقل‌قول در خبر و سازماندهی اطلاعات و غیره مطرح می‌شود.

□ هفته‌های پنجم و ششم به کار عملی اختصاص می‌یابد.

□ هفته هفتم متعلق به خبرنگاری برای رسانه‌های الکترونیک است. در این هفته مباحثی چون خبرنگاری برای رادیو و تلویزیون، خلاصه‌نویسی برای اینترنت و همینطور تهیه مطلب کادری برای صفحات اینترنتی در دستور کار قرار می‌گیرد.

در همین هفته مباحث مربوط به فراتصال (Hyperlinks) در دستور کار قرار می‌گیرد تا روزنامه‌نگار با نحوه قرار دادن خبر خود در اینترنت آشنا شود. نوشتن فرامتن (Hypertext) و درک این پدیده خاص اینترنت نیز به خبرنگار آموزش داده می‌شود تا بداند چطور مطالب خود را در صفحات موسوم به وب (WEB) قرار دهد.

□ هفته هشتم تا پایان ترم دوباره به مقوله کار عملی اختصاص می‌یابد.

پروا ختن به مسائل خبر الکترونیک چه در قالب رادیویی نویسی، چه خبر تلویزیونی و چه خبرنگاری برای اینترنت هر کدام می‌توانند به چندین جلد کتاب آموزشی تبدیل شوند، اما اساس آنچه در پی به صورت یک مقاله می‌آید بر اختصار استوار است و تلاش می‌شود به جوانب کاربردی از خبرنگاری برای رسانه‌های الکترونیک - و در این نوشتار فقط رادیو، تلویزیون و گروه‌های خبری اینترنت (Usenets) - اشاره شود. نوشتن درباره خبرنگاری اینترنتی زمانی مؤثرتر

■ خبر الکترونیک چون گران‌قیمت است باید کوتاه نوشته شود.

■ خبر الکترونیک چون به سرعت از برابر چشم و گوش عبور می‌کند و برخلاف خبرنگاری ثابت و ایستا نیست، از جنبه زبانی به حرف‌زدن نزدیک می‌شود.

■ مکان و زمان و نوع خبر رادیویی باید به سرعت عرضه شود تا مخاطب زودتر در مختصات رویداد قرار گیرد.

تلویزیون است و یا ترجمه متون خبرگزاری‌ها از آن جهت دشوار است که ویراستاران آنها می‌کوشند حتی المقدور از واژه‌های اضافی و علائم نگارشی اضافی پرهیز کنند تا زمان مخابره خبر، کوتاه‌تر و قیمت آن ارزان‌تر تمام شود.

خبر الکترونیک چون از برابر چشم و گوش به سرعت عبور می‌کند و برخلاف خبرنگاری، ثابت و ایستا نیست و چون نمی‌توان دوباره آن را بازگرداند و به عبارت بهتر نمی‌توان دوباره از سر سطر یا پاراگراف آغاز کرد، از جنبه زبانی تا حدودی به حرف‌زدن نزدیک می‌شود و این امر به این مفهوم است که در خبرنگاری الکترونیک نباید از «لفظ قلم» استفاده کرد. اتفاقاً در روابط بین فردی اگر

یکی از طرفین به جای استفاده از «زبان محاوره‌ای» با حالتی رسمی و کتابی حرف بزند، طرف مقابل قطعاً به او گوشزد خواهد کرد که چرا «لفظ قلم» حرف می‌زنی؟! بنابراین این انعطاف زبانی و نزدیک شدن نسبی به زبان محاوره‌ای یکی از ضرورت‌های خبرنگاری الکترونیک است. در مدارس روزنامه‌نگاری جهان به دانشجویان می‌گویند فرمول ما در نوشتن S+V+O است و این یعنی فرمول جمله‌نویسی: فاعل (Subject) + فعل (Verb) + مفعول (Object).

آنها به دانشجویان خود می‌گویند اگر

خواهد بود که استفاده از آن در روزنامه‌های ایران به پدیده‌ای رایج تبدیل شود و گرنه تا آن هنگام طرح این نوع خبرنگاری در حالتی ذهنی و بی‌فایده خواهد ماند.

نکته دیگری که باید به آن اشاره کنیم این است که مخاطب من در این مقاله کسانی هستند که پدیده خبر را کاملاً می‌شناسند و به همین دلیل از واگویی مسائل مربوط به مبانی خبر و خبرنگاری پرهیز می‌کنم. ابتدا به نکات کلی مربوط به خبرنگاری الکترونیک اشاره کرده، سپس به رادیویی نویسی و بعد به خبر تلویزیونی و در نهایت به خبرنگاری برای Usenets اشاره خواهم کرد.

#### قاعده‌های جهانی

خبر الکترونیک باید کوتاه باشد چون گران‌قیمت است و این امر به خاطر آن است که مدت زمانی که رسانه‌های الکترونیک صرف پخش یک مطلب می‌کنند، گران از آب در می‌آید. به غیر از مسأله زمان، مسأله جایجایی هم مطرح است. یک تیم خبری تلویزیونی را در نظر بگیرید که باید با دوربین و پرورکتور و غیره به راه بیفتند و خبری را در یک نقطه شهر تهیه کنند و دوباره به استودیو برگشته و کار آماده‌سازی خبر را برای پخش آن آغاز کند. ژورنالیست‌های تلویزیونی بهتر از همه می‌دانند که خبر، گرانترین ژانر

کامل (ماضی نقلی) را هم نباید نادیده گرفت یک مثال به فهم موضوع کمک می‌کند.

غلط: اعتصاب کامیون‌داران ادامه دارد  
مناسب: کامیون‌داران اعتصابی هنوز در حال تصمیم‌گیری برای بازگشت به سرکار خود هستند

مناسب‌تر: کامیون‌داران اعتصابی هنوز تصمیم نگرفته‌اند، کی در سرکار خود حاضر شوند.

در لید خبر رادیویی از زمان گذشته



باید پرهیز کرد. بهتر است از واژه‌هایی مثل دیشب و دیروز استفاده نکنیم. اگر خبر مربوط به امروز است، کلمه امروز را به صورت کلی خرج نکنیم، عباراتی چون ظهر امروز، اوایل صبح امروز، بعد از ظهر امروز می‌توانند در ساعات مختلف پخش خبر مورد استفاده قرار گیرند تا خبر را تروتازه‌تر نشان دهند.

#### جملات و پاراگراف‌ها

جملات و پاراگراف‌ها در خبر رادیویی نباید کوتاه‌تر از جملات و

■ خبر تلویزیونی غالباً بین ۳۰ تا ۹۰ ثانیه عرضه می‌شود. نویسنده خبر تلویزیونی برای میخکوب‌کردن بیننده تنها ۵ تا ۲۰ ثانیه فرصت دارد.

■ مدرک تلویزیون، تصویر است. بنابراین، خبرنگار نویس تلویزیونی باید برای تصاویر بنویسد.

■ خبرنگاری الکترونیک آنقدر به‌خاطر زمان و هزینه، به مقوله‌ای اقتصادی تبدیل شده که حالا یک فرهنگ ویژه هم برای آن در بازار اینترنت عرضه شده است.

قرار است برای رسانه‌های الکترونیک خیر بنویسید می‌توانید عناصر این فرمول را در پاره‌ای از اوقات جایجا کنید و آن را به این صورت در بیاورید: S+O+V.

روزنامه‌نگاران ما متأسفانه این تغییرات را اعمال نمی‌کنند و بین خبرنگاری برای رسانه‌های نوشتاری و رسانه‌های الکترونیک از جنبه انعطاف‌نحوی (Syntax) هیچ تفاوتی قائل نمی‌شوند. من بارها دیده‌ام برخی از دوستان وقتی خبرهای مانتیور شده رادیوهای فارسی زبان بیگانه را - که توسط مانتیورینگ مکتوب شده - خوانده‌اند، ایراد گرفته‌اند که چرا این رادیوها بعضی وقت‌ها فعل را در آخر جمله نمی‌آورند. آنها این تکنیک را که عامدانه توسط این رادیوها به کار گرفته می‌شود، جزو ضعف‌های این رادیوها قلمداد می‌کنند، در حالی که کاملاً برعکس است.

پس فراموش نکنیم چون شنیدن راحت‌تر از خواندن است، باید طوری بنویسیم که حرف می‌زنیم، نه کاملاً اسپیر گرامر نوشتار باشیم و نه کاملاً تسلیم گفتار محض. خبر الکترونیک می‌طلبد که به گفتار نزدیک‌تر شویم.

#### خبرنویسی برای رادیو

مکان و زمان

مکان رخداد (Where) و زمان وقوع

آن (Time) در خبر رادیویی از اهمیت فراوانی برخوردارند (Immediacy) و هر دو باید به سرعت عرضه شوند تا مخاطب فوراً در مکان و زمان رویداد قرار گیرد. شروع خبر در رادیو مثل سبک هرم وارونه است ولی پایان آن الزاماً نباید مثل هرم وارونه باشد. عنصر زمان، به خصوص جزو دارایی‌های خبر رادیویی به‌شمار می‌آید. با این عنصر نباید سرسری برخورد کرد. در خبرنگاری رادیویی ترجیح با زمان حال است، ولی زمان حال

پاراگراف‌ها در خبرنگاری مکتوب باشند تا شنونده آنها را راحت‌تر هضم کند.

### عدد و رقم

اگر با خبری سروکار داریم که در آن عدد و رقم به مقدار زیادی وجود دارد، باید اصلی‌ترین عدد و رقم‌ها را حفظ و اعداد غیرضروری را حذف کنیم. فرضاً اگر خبر ما مربوط به بودجه است، علاوه بر حذف ارقام غیرضروری باید ارقام باقیمانده را هم گرد کنیم. به عنوان مثال رقم ۲۰۰۱۸۹۷۴ را به «کمی بیش از دو میلیون» تغییر دهیم.

نکته دیگری که در عدد نویسی رادیویی و تلویزیونی باید آن را رعایت کرد استفاده از اعداد به صورت رقمی (از ۱۲ تا ۹۹۹) است.

نکته دیگر تبدیل کسرها به حروف است. نویسیم  $\frac{۱}{۳}$  بنویسیم دو سوم. و بالاخره برخی از اعداد را هم می‌توان به عبارت تبدیل کرد: به جای ۵۰ درصد کاهش یافت، می‌توان گفت به نصف رسید.

### نقل قول‌ها

اگر از نقل قول مستقیم استفاده می‌کنیم باید آن را کوتاه‌تر کنیم. بهتر آن است که صدای ناقل مستقیماً از رادیو و در بین خبر به گوش مخاطب برسد. در این حالت مخاطب احساس می‌کند به او سرویس ویژه‌ای داده شده است، این کار سندیت خبر را هم مستحکم‌تر می‌کند. پس، استفاده از صدا در خبر رادیویی اهمیت دارد و همینطور استفاده از صداهای طبیعت.

ضمناً منبع نقل قول می‌تواند در وسط نقل قول هم اعلام شود. یک مثال:

«باید با مصر رابطه برقرار کنیم» این را وزیر خارجه می‌گوید و می‌افزاید «این به نفع ما است».

هنگام استفاده از نقل قول باید مراقب

واژه «من» باشیم، تا مبادا شنونده، این ضمیر اول شخص مفرد را به گوینده خبر نسبت دهد.

اگر ناقل شخصیت مهمی است، باید در ابتدای نقل قول مورد استناد قرار گیرد.

### عنوان و اسم

به یاد داشته باشیم در خبرهای رادیویی عنوان بر اسم مقدم است. مثال: نگوییم: حمید حمیدی، یک بانکدار برجسته، به ریاست بانک ملی برگزیده شد.

بگوییم: یک بانکدار برجسته به نام حمید حمیدی به ریاست بانک ملی برگزیده شد.

**اختصارات**  
اصل بر این است که در خبر رادیویی از اختصارات پرهیز شود و عناوین اصلی عرضه شوند، مگر آنکه اختصارات کاملاً آشنا و رایج باشند: مثل ایدز که مخفف عبارت زیر است:

Acquired Immune Deficiency Syndrome  
و به این معنی می‌باشد: عارضه کاهش سیستم دفاعی بدن.

### تصویرسازی در خبر رادیویی

از آنجا که در خبر رادیویی از تصویر بی‌بهره هستیم، استفاده از واژگان و عباراتی که تصویری را در ذهن تداعی می‌کنند، بسیار گره‌گشاست. مثال:

### ■ سعی کنید اشتباه نکنید، اینترنت یک شبکه جهانی است، ممکن است

کارمندان شما، همسر یا همسایگان، بچه‌ها و دیگران خبر شما را بخوانند و گاف‌های شما را همیشه به خاطر بسپارند!

### ■ در محافل آکادمیک روزنامه‌نگاری معاصر، رسم بر این است که در

هفته هفتم به خبرنگاری برای رسانه‌های الکترونیک پرداخته می‌شود؛ مباحثی چون خبرنگاری برای رادیو و تلویزیون، خلاصه‌نویسی برای اینترنت و تهیه مطلب کادری برای صفحات اینترنتی.

با این تکنیک یعنی با تقدم عنوان بر اسم، گوش مخاطب را برای شنیدن اسم گرم می‌کنیم. تنها در صورتی اسم را بر عنوان باید تقدم داد که از شهرت فراوان برخوردار باشد.

نکته دیگری که در اینجا باید یادآور شد این است که عناوین طولانی را باید شکست.

نگوییم: محمد جواد لاریجانی نماینده تهران و رئیس کمیسیون خارجی مجلس گفت ...

بگوییم: نماینده تهران، محمد جواد لاریجانی که رئیس کمیسیون خارجی مجلس هم هست، گفت...

مناسب: تیم ملی فوتبال استرالیا از ایران شکست خورد  
مناسب‌تر: تیم ملی فوتبال سرزمین کانگاروها از ایران شکست خورد...

### ویژگی‌های برگه خبر رادیویی

۱. از کاغذ A4 استفاده کنید
۲. کاغذ خبر باید نازک باشد (عدم انتقال صدای کاغذ به میکروفن)
۳. ۲/۵ سانت از طرفین کاغذ را سفید بگذاریم (راحتی خواندن)
۴. از خط خوردگی پرهیزیم (تا گوینده راحت‌تر باشد)
۵. فرورفتگی در آغاز پاراگراف‌ها

■ در خبر الکترونیک باید به یاد داشته باشیم که نه کاملاً اسیر دستور زبان نوشتار شویم و نه کاملاً تسلیم گفتار محض.

■ در خبرنگاری الکترونیک نباید از «لفظ قلم» استفاده کرد.

■ انعطاف زبانی و نزدیک شدن نسبی به زبان محاوره‌ای یکی از ضرورت‌های خبرنگاری الکترونیک است.

■ شروع خبر در رادیو مثل سبک هرم وارونه است ولی پایان آن الزاماً نباید مثل هرم وارونه باشد.

■ جملات و پاراگراف‌ها در خبر رادیویی باید کوتاهتر از جملات و پاراگراف‌ها در خبرنگاری مکتوب باشند تا شنونده آنها را راحت‌تر هضم کند.

(تسلط بیشتر برای خبرخوانی) را رعایت کنیم

۶. گوشه بالای کاغذ متعلق به عنوان خبر و پایین صفحه خبر متعلق به نام نویسنده خبر است (برای رفع اشکالات احتمالی خبر)

۷. اگر خبر به صفحه دوم می‌رود با علامت فلش (←) گوینده را هدایت کنیم. و اگر خبر در همان صفحه اول به پایان می‌رسد علامت پایان خبر را قید کنیم (#).

خبرنویسی برای تلویزیون

زمان خبر

خبر تلویزیونی غالباً بین ۳۰ تا ۹۰ ثانیه عرضه می‌شود. در این فاصله استفاده از صدا مثل خبر رادیویی از اهمیت برخوردار است. متأسفانه تلویزیون ما علی‌رغم آنکه به سراغ سوزدها می‌رود و تصویر آنها را هم پخش می‌کند، اما از پخش صدای آنها غالباً خودداری می‌کند. حال آنکه استفاده از صدا یک امتیاز تلویزیونی است به طوری که تلویزیون انگلیس تا زمانی که لندن با چریک‌های ارتش جمهوری خواه ایرلند وارد مذاکره نشده بود، تصویر سخنگویان ارتش جمهوری خواه ایرلند را پخش می‌کرد اما

به جای پخش صدای آنها از زیرنویس (Caption) استفاده می‌کرد.

در هر صورت خبر تلویزیونی برای میخکوب کردن بیننده فقط ۵ تا ۲۰ ثانیه وقت دارد.

استفاده از تصویر

تصویر، مدرک تلویزیون است و اخبار تلویزیونی هم از این قاعده مستثنی نیستند، بنابراین کسانی که برای تلویزیون خبر می‌نویسند باید برای تصاویر بنویسند.

در تلویزیون هم مثل رادیو، خبر باید با جمله‌ای کوتاه آغاز شود تا به سرعت نوبت به صدا یا تصویر برسد.

سادگی زبان

خبر تلویزیونی هم مثل خبر رادیویی ضمن پیروی از سبک هرم وارونه باید به ساده‌نویسی هم پایبند باشد. علاوه بر این زبان خبر در تلویزیون باید از جنبه امری (Imperative) به جنبه تشریحی (Descriptive) گرایش داشته باشد.

چاشنی قدرت

خبر تلویزیونی از جهاتی بسیار پر قدرت‌تر از خبرنگاری است، چرا که در خبر تلویزیونی سه عامل حضور دارند که باعث می‌شوند حتی ضعف‌های ساختاری و مضمونی خبرها هم تا حدودی به چشم نیایند:

۱. گوینده خبر، راوی آن است و نه نویسنده خبر (راوی گفتمان حقیقت)
۲. گوینده خبر در استودیو است (القای مشروعیت)
۳. گوینده خبر با مخالفت مواجه نمی‌شود (القای حقیقت)

خبر زنده

تلویزیون در صورتی می‌تواند مخاطب را اسیر اخبار خود سازد که به



**معرفی چند سایت مفید در زمینه روزنامه‌نگاری الکترونیک**

اگر مایل هستید در زمینه روزنامه‌نگاری الکترونیک اطلاعات بیشتری کسب کنید. سایت‌های زیر می‌توانند به شما کمک کنند:

<http://www.cais.com/makulow/vij.html>

این سایت دارای بخش‌های گسترده مربوط به جوانب گوناگون صنعت روزنامه‌نگاری است.

<http://www.facsnet.org>

این سایت که برای اکثر مسائل مربوط به روزنامه‌نگاری دارای پس‌زمینه (Background) است، می‌تواند در تسلط یافتن بر مقولات مربوط به روزنامه‌نگاری الکترونیک در اینترنت کمک‌های مؤثری ارائه کند.

<http://www.afr.newslink.org/emcolnca.html>

سایتی سرشار از منابع و مقالات مربوط به روزنامه‌نگاری

<http://www.moorhead.msus.edu/~gunarat/ijjr/>

سایت منابع روزنامه‌نگاری اینترنت با زیر بخش‌های: جست‌وجو در اینترنت، منابع روزنامه‌نگاری، ارتباطات بین‌الملل و کمک به نگارش و ویرایش و...

<http://www.newscript.com/basics.html>

مقدمه‌ای بر خبرنگاری رادیویی در جهت تقویت روزنامه‌نگاران علاقه‌مند به خبرنگاری رادیویی

<http://www.journalismnet.com/>

سایتی با ۱۵۰ صفحه (webpage) و ۲۰۰ ارتباط (link) برای راهنمایی روزنامه‌نگاران در اینترنت.

۸. سعی کنید اشتباه نکنید. اینترنت یک شبکه جهانی است، ممکن است کارمندان شما، همسر یا همسایگان، بچه‌ها و دیگران خبر شما را بخوانند و «گاف‌های» (gaffes) شما را همیشه به خاطر بسپارند! □

**پی‌نویس‌ها:**

1. The Associated Press Stylebook and Libel Manual.
۲. Smileys: که در آن با استفاده از علائم نگارش پیام داده می‌شود. مثلاً با استفاده از دو نقطه، یک خط تیره و یک پرانتز می‌گویید من خوشحال هستم (-): (صفحه را به ۱۸۰ درجه به طرف راست بچرخانید) یا من غمگین هستم (-):.
3. Usenet news writing style / <http://www.uea.ac.uk/cpc/services/commns/news writ.html>.

■ اگر از نقل‌قول مستقیم استفاده می‌کنیم باید آن را کوتاه‌تر کنیم. بهتر آن است که صدای ناقل مستقیماً از رادیو و در بین خبر به گوش مخاطب برسد.

■ از آنجا که در خبر رادیویی از تصویر بی‌بهره هستیم، استفاده از واژگان و عباراتی که تصویری را در ذهن تداعی می‌کنند، بسیار گره‌گشاست.

■ تلویزیون در صورتی می‌تواند مخاطب را اسیر اخبار خود سازد که به پخش مستقیم بپردازد.

■ جملات مجهولی، منفی و سؤالی زمان بیشتری را از جنبه درک مطلب طلب می‌کنند، از این نوع جملات بپرهیزید.

۱. پایین‌تر از سطح سواد خواننده بنویسید. افراد عادی در آمریکا از سطح سواد کلاس پنجم برخوردارند (۱۱ ساله‌ها). سطح سواد افراد حرفه‌ای در آمریکا به‌طور میانگین به دیپلم می‌رسد (۱۸ ساله‌ها)

۲. از پاراگراف‌های کوتاه و شیرین استفاده کنید. این امر به معنای خلاصه‌نویسی است نه رمز‌نویسی.

۳. از فضای سفید در متن استفاده کنید، فضای سفید، فضای تلف شده نیست و به وضوح مطلب کمک می‌کند. یک سطر فاصله فقط یک بایت به حجم فایل می‌افزاید، اما به وضوح و درک مطلب هم کمک می‌کند.

۴. در انتخاب واژه‌ها بسیار دقیق عمل کنید. واژه‌ها در این گفتمان الکترونیک، از سایر گفتمان‌ها اهمیت بیشتری دارند.

۵. افراد صرفاً هفت مطلب را به‌طور همزمان درک می‌کنند. این موضوع را در پاراگراف‌های خود در نظر بگیرید.

۶. از اختصارات بپرهیزید اگر از اختصارات استفاده کردید حتماً آن را به‌طور کامل تشریح کنید.

۷. جملات مجهولی، منفی و سؤالی زمان بیشتری را از جنبه درک مطلب طلب می‌کنند، از این نوع جملات بپرهیزید.

پخش مستقیم بپردازد. بنابراین عرضه خبر و باور مخاطب در عرضه پخش مستقیم به مسأله‌ای حل شده تبدیل می‌شود و این امر در حال حاضر ثقل قدرت را در خبرهای شبکه تلویزیونی سی‌ان‌ان تشکیل می‌دهد. این کار حداقل برای روزنامه‌ها امکان‌پذیر نیست. گویندگانی که بر روی این صحنه زنده به خبردهی می‌پردازند از ضریب مهارتی بسیار بالایی برخوردارند که پرداختن به این ادبیات شفاهی خبر نیز بحث مستقلی را طلب می‌کند. به ویژه آنکه در اخبار سی‌ان‌ان مخاطب به جای متن با تیتیر خبر سروکار دارد که این مستلزم یک بررسی ویژه است و اینکه چگونه سی‌ان‌ان عنصر خبری چرا (Why) را کمرنگ می‌سازد. منظور از تیتیر خبر این است که سی‌ان‌ان اگر چه خبر می‌دهد ولی خبرهایش مثل تیتیر، القاگرند.

**خبرنویسی برای یوزنت (Usenet)**

عامل زمان و هزینه در شبکه‌های کامپیوتری هم حرف اول را می‌زند. این نوع خبرنگاری الکترونیک آنقدر اقتصادی شده که حالا یک فرهنگ ویژه هم برای آن در بازار اینترنت عرضه شده است.<sup>۲</sup> در گروه‌های خبری اینترنت سبک خبرنگاری به شکل زیر تعریف شده است.<sup>۳</sup>