



### ❖ مازیار ناظمی

مدرس ارتباطات و تهی‌کننده رادیو گفت‌وگو

#### مقدمه

«چرا این مقاله آموزشی تهیه شده است؟ گاهی که برنامه‌های شبکه‌های مختلف رادیویی را گوش می‌کنم، متوجه می‌شوم حجم نسبتاً زیادی از برنامه‌ها خبرها تشکیل می‌دهند؛ خبرهایی که عمدتاً از طریق اینترنت از سایت‌های تخصصی و عمومی دریافت می‌شوند و در اختیار مجریان و گویندگان برای اعلام قرار می‌گیرند. قطعاً این شیوه پخش خبر برای رادیو، تخصصی نیست و خبر در رسانه شنیداری رادیو شرایط خاص خود را می‌طلبد. برای آگاهی بیشتر دوستان برنامه‌ساز و خصوصاً نویسندگان محترم، از مختصات خبرنگاری برای رادیو، خلاصه‌ای از مقاله پروفسور ایروینگ فنگ<sup>۱</sup> (Professor Irving Fang) استاد دانشگاه مینه‌سوتا آمریکا<sup>۲</sup> درباره مقایسه خبر در روزنامه و رادیو را تقدیم می‌کنم و امیدوارم با همکاری دوستان در اداره کل پژوهش‌های رادیو، به‌زودی کتابچه «راهنمای خبرنگاری در رادیو» را تهیه و در اختیار همکاران قرار دهم!»

# مقایسه خبر روزنامه و رادیو

مکتوب‌نویس‌ها وقتی شروع به نوشتن خبر رادیو و تلویزیونی می‌کنند، همان اول راه به مشکل برمی‌خورند؛ چون سالها در دانشگاه و در دنیای خبر به زبان مکتوب نوشته‌اند و خیلی سخت است که به زبان گفتاری بنویسند، غافل از اینکه زبان رادیو و تلویزیون به زبان محاوره بسیار نزدیک است! نوشتن به شیوه جدید کار ساده‌ای نیست، اما مقایسه روش‌های مختلف کمک می‌کند تا متوجه تفاوت‌های این روش‌ها شویم و در نوشته‌های خود این تفاوت‌ها را اعمال کنیم. در دوره‌های آموزش خبر معمولاً به اصول خبرنگاری مکتوب توجه شده و گاهی اشاره‌ای هم به خبر غیرمکتوب می‌شود. البته دوره‌های خبرنگاری رادیو و تلویزیون نیز برگزار می‌شود. اما کمتر دوره‌ای است که به مقایسه خبر نوشتاری و گفتاری بپردازد؛ مقایسه‌ای که نکته به نکته فاکتورهای خبری را بررسی و شباهت‌ها و تفاوت‌ها را مشخص کند. استفاده از اصول خبری در توضیح تفاوت‌ها به مقدار زیادی از سردرگمی خبرنگارها کم می‌کند.

هر چه به خبرنگار رادیو و تلویزیون بگوییم «گفتاری بنویس!» فایده زیادی نخواهد داشت. مقایسه خبر نوشتاری و گفتاری، همه سردرگمی خبرنگار را از بین نمی‌برد. خبرنگار رادیو و تلویزیون باید در تحریریه و در عمل از نوشتار به گفتار رو بیاورد.

بسیاری از استادان خبر، تجربه خبرنگاری تلویزیونی ندارند و در کلاس درس به نکاتی که در کتابها ذکر شده تکیه می‌کنند و نمی‌دانند چگونه تفاوت‌های خبر نوشتاری و گفتاری را توضیح دهند!

### تغییر تدریجی شیوه‌های خبرنگاری

شیوه‌های متفاوت خبرنگاری به صورت اتفاقی به وجود نیامده‌اند. شیوه‌های خبرنگاری در روزنامه، رادیو و تلویزیون ریشه در ساختار این رسانه‌ها و همچنین مخاطبان آنها دارد. هر رسانه طی روندی که سال‌ها در جریان است شیوه خبرنگاری خاص خود را انتخاب کرده است. تغییر تدریجی در بسیاری از روزنامه‌ها و تمایل آنها به زبان گفتاری و همچنین کوتاه‌شدن خبرها و مصاحبه‌ها در رادیو و تلویزیون نشان می‌دهد که این تغییر تدریجی هنوز ادامه دارد.

### شیوه خبرنگاری روزنامه‌ای

خبر در روزنامه طوری نوشته می‌شود که بتوان به راحتی آن را از آخر کوتاه کرد. به قول قدیمی‌های روزنامه، صفحه کاغذ کش نمی‌آید و هر چیزی که اضافه آمد باید قیچی شود. این روش نوشتاری که به هرم وارونه معروف است به زمان جنگ داخلی آمریکا بازمی‌گردد. در آن زمان خبرنگارها از ترس اینکه مبدا خط تلگراف وسط گزارش قطع شود، مهمترین قسمت خبر را در ابتدا می‌گفتند و بقیه خبر را به ترتیب اولویت و ارزش در ادامه ذکر می‌کردند.

خواندن روزنامه نیز از هرم وارونه پیروی می‌کند. خواننده نگاهی به تیتر خبرها می‌اندازد، اگر تیتر برایش جالب بود سراغ پاراگراف اول می‌رود و اگر آن هم جالب بود به خواندن ادامه می‌دهد. خواننده‌ای که خبر را تا آخر نمی‌خواند، درست مثل ویراستاری است که آخر خبر را کوتاه می‌کند و آن را دور می‌اندازد.

اگر قرار بود خبرهای روزنامه هم مثل رادیو و تلویزیون به ترتیب خوانده شوند، شکی نیست که روش خبرنگاری روزنامه نیز تغییر می‌کرد. برای مثال اگر خواننده روزنامه مجبور بود اول همه کلمه‌های صفحه اول را از بالای ستون اول تا پایین ستون آخر بخواند و بعد سراغ صفحه دوم برود، شیوه خبرنگاری روزنامه خیلی زود شبیه خبر رادیو و تلویزیون می‌شد. خواننده روزنامه می‌تواند یک پاراگراف سخت را چند بار بخواند تا آن را کاملاً بفهمد، اما این کار برای

خواندن روزنامه نیز از هرم وارونه پیروی می‌کند. خواننده نگاهی به تیتر خبرها می‌اندازد، اگر تیتر برایش جالب بود سراغ پاراگراف اول می‌رود و اگر آن هم جالب بود به خواندن ادامه می‌دهد.

شنونده رادیو و بیننده تلویزیون ممکن نیست. اگر خواننده روزنامه نیز مجبور شود چند بار متنی را بخواند تا از آن سر در بیاورد، مسلماً ترجیح می‌دهد روزنامه را زمین بگذارد و به سراغ رادیو و تلویزیون برود.

### شیوه خبرنگاری رادیویی

خبر در رادیو به نوبت، پخش می‌شود. شنونده باید ابتدا خبر اول را بشنود و بعد خبر دوم را! خبر هشتم بعد از هفت خبر اول پخش می‌شود که در واقع به این معناست که هفت خبر اول طوری انتخاب شده است که برای بیشتر شنونده‌ها جذاب باشد و اندازه خبرها نیز طوری است که از این جذابیت نمی‌کاهد. علاوه بر انتخاب خبرها و اندازه آنها، طول جمله‌ها و انتخاب واژه‌ها نیز در خبر رادیو مهم است. شنونده نمی‌تواند جمله‌ها را یکبار دیگر بشنود تا معنی آنها را متوجه شود. به قول معروف چشم‌ها می‌توانند به عقب برگردند اما گوش‌ها فقط می‌توانند همراه صدای گوینده جلو بروند.

در سال‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۵۰ که به «سال‌های طلایی رادیو» معروفند، اعضای خانواده بعد از ظهرها جلوی رادیو می‌نشستند و به خبر گوش می‌دادند، چون در واقع رادیو با آنها حرف می‌زد، ولی این روزها شنونده‌ها به رادیو نگاه نمی‌کنند. رادیو از زیر داشبورد ماشین یا از بالای سر با ما حرف می‌زند. برعکس خواننده روزنامه که به خواندن دقیق می‌شود، شنونده رادیو معمولاً در حال رانندگی یا کار است یا به هر حال سرش به کاری جز گوش دادن به آخرین اخبار گرم است. یعنی شنونده شش دانگ حواس خود را به رادیو نمی‌دهد. بنابراین خبر رادیو با واژه‌های آشنا و در جمله‌های کوتاه به زبان محاوره نوشته می‌شود. خبر رادیو درست مثل گفتن چیزی به یک دوست است که می‌خواهد سوار اتوبوسی بشود که هر آن راه می‌افتد.

چون شنونده نمی‌تواند برگردد و دوباره به جمله‌ای گوش کند، ساختار باید ساده باشد؛ منبع جمله‌ها باید در اول بیاید و در استفاده از ضمایر دقت شود تا ابهامی ایجاد نشود. ضمیر نیاز به سابقه دارد که مساوی با برگشتن به جمله‌های قبلی است و این کار در رادیو ممکن نیست.

نویسنده خبر رادیو باید مواظب کلمه‌های کوچکی مانند «این» و «آن» باشد. این موضوع در خبر تلویزیون هم صادق است.



نکته مهم دیگر نحوه ارائه اعداد و ارقام در خبرهای اقتصادی است. این خبرها در عین دقیق بودن باید مفهوم باشند. در یک بسته خبری کوتاه در رادیو، شنونده نباید از خبرها عقب بماند؛ در همان حال باید بتواند انواع خبرهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... را بشنود و متوجه شود. گوینده خبر از یک موضوع به موضوع دیگر و از یک کشور به کشور دیگر می‌پردازد و از شنونده انتظار دارد بدون هیچ مشکلی از سیل در بنگلادش به بحران سیاسی در رومانی و از آنجا به حادثه قطار در جای دیگر برود. دنبال کردن خبرهای رادیو در حالت عادی هم سخت است چه برسد به کسی که در جریان خبرها نیست!

عوامل خبر رادیو چه در نوشتن و چه در اجرا به این نکات توجه می‌کنند، اما نویسنده روزنامه نیازی به رعایت این نکات ندارد.

خبرنویسی رادیو شامل واژه‌ها و جمله‌های ساده و کوتاه است. منبع جمله قبل از جمله می‌آید، درست مانند صحبت کردن معمولی. گاهی جمله‌ها کامل نیست و حتی عبارت‌های بدون فعل نیز شنیده می‌شود. ادبیاتی‌ها ممکن است ناراحت شوند ولی واقعیت این است که در رادیو درک خبر خیلی مهمتر از دستور زبان است.

### مقایسه شیوه و محتوا

خبر نوشتاری با خبر گفتاری تفاوت دارد؛ اما نباید این تفاوت را بیش از حد بزرگ کرد.

خبر رادیو و تلویزیون برای عده‌ای که معتقدند این نوع خبر محتوای زیادی ندارد، دستاویز خنده بوده است؛ اما برتری شبکه‌های خبری و تعطیلی بسیاری از روزنامه‌ها باعث شده روش نگارش در روزنامه‌ها تغییر کند. یکی از این تغییرات، انتخاب نگارشی است که زیاد رسمی نیست. این نگارش جدید به هیچ وجه نگارش رادیویی و تلویزیونی نیست؛ اما به هر حال گرایشی در آن جهت است. محتوا باید جدا از شیوه نگارش بررسی شود. انتخاب خبرها، اندازه آنها و عناوین خبرها فاکتورهایی جدا از شیوه نگارش‌اند.

می‌توان گفت که ساده‌نویسی برای خبرهایی که ساختاری ساده دارند، مناسب‌تر است. به عنوان مثال کلمه‌های کوتاه یک سیلابی برای گفتن حادثه تصادف شهردار خیلی مناسب‌تر است تا اعلام تسلیم بودجه شهر از سوی او. هنر نگارش در خبر مربوط به تصادف آشکار نمی‌شود بلکه ساده تعریف کردن خبر بودجه شهر است

که هنر نویسنده را نشان می‌دهد. اگر خبرهای تلویزیون ساده‌تر از خبرهای روزنامه است، این دلیل بر واردتر بودن نویسنده‌های تلویزیونی نیست. برتری در خبرنگاری یعنی توانایی در ارائه خبرهای پیچیده به شکل واضح، چه در تلویزیون و چه در روزنامه.

### مقایسه شیوه‌های مختلف

در این مقاله، موضوع‌های اصلی خبر (لید)، ساختار خبر، ساختار جمله، انتخاب واژگان و منبع خبر در (روزنامه و رادیو) مقایسه می‌شود. در ابتدای هر قسمت نکات کلی در مورد هر مبحث ارائه می‌شود.

### لید

لید روی یک نکته اصلی تأکید می‌کند؛ جمله‌های بعدی این نکته را تأیید می‌کند و بسط می‌دهد.

خبر رادیو و تلویزیون برای عده‌ای که معتقدند این نوع خبر محتوای زیادی ندارد، دستاویز خنده بوده است؛ اما برتری شبکه‌های خبری و تعطیلی بسیاری از روزنامه‌ها باعث شده روش نگارش در روزنامه‌ها تغییر کند.

خواننده، شنونده و بیننده دنبال اطلاعاتی هستند که بتوانند در مورد آن یا دیگران صحبت کنند. هنگام تنظیم خبر باید بدانیم مخاطب دنبال چه چیزی از واقعه است.

ما باید به دنبال نکته‌ای جذاب در خبر باشیم. این نکته ممکن است همان چیزی باشد که ما برای یک دوست تعریف می‌کنیم.

در هر موضوع مورد اختلاف، دو طرف وجود دارند. اگر دو طرف نباشند در واقع اختلافی وجود ندارد. ما باید از خودمان بپرسیم آیا بین طرفین فقط اختلاف نظر وجود دارد یا اینکه مشکل به حد بحران رسیده است. اگر به حد بحران رسیده است باید نکته بحرانی را پیدا کنیم و بینیم آیا جای آن در لید هست یا نه.

تأثیری که خبر در خواننده، شنونده و بیننده

می‌گذارد، باید بررسی شود.

### مقایسه لید در روزنامه و رادیو

#### اندازه لید

#### روزنامه:

اگر لید جمع‌بندی بتواند مهمترین عناصر خبر را به خواننده ارائه دهد، بهترین لید است: چه کسی درگیر موضوع است، چه اتفاقی افتاده، کجا، کی، چرا، و چگونه این اتفاق افتاده است؟ اگر ذکر همه عناصر خبری باعث شلوغ شدن جمله لید می‌شود، عناصر کم‌اهمیت‌تر در جمله‌های بعد ذکر می‌شود. لید مناسب مرکب از ۳۵ کلمه یا کمتر است.

#### رادیو:

لید ۳۵ کلمه‌ای بلند است؛ نصف این تعداد بهتر است. معمولاً فقط بخشی از شش عنصر خبری در لید استفاده می‌شود؛ چرایی و چگونگی به پاراگراف‌های بعدی منتقل، یا اگر خبر کوتاه باشد کلاً حذف می‌شود. شنونده می‌داند که خبرهای روز را می‌شنود، بنابراین زمان حذف می‌شود؛ مگر آنکه ذکر آن اهمیت خاصی داشته باشد.

#### زمان در لید

#### روزنامه:

زمان خبر تا آنجا که ممکن است در لید گفته می‌شود؛ اگر ممکن نبود حتماً در قسمت‌های دیگر خبر باید ذکر شود.

#### رادیو:

انتظار می‌رود بسته خبری خبرهای روز را پخش کند. زمان خبر فقط باید زمانی ذکر شود که به درک بهتر واقعه کمک کند؛ «امروز صبح»، «امروز عصر» یا «امروز ظهر» دقیق‌تر از «امروز» است

#### ساختار خبر

متن خبر باید لید خبر را بسط دهد. نکات مهم لید نباید در متن خبر فراموش شود.

سابقه خبر که برای درک موضوع اهمیت دارد باید ذکر شود. نباید تصور کنیم که مخاطب می‌داند چه عواملی در گذشته باعث بروز واقعه امروز شده است.

متن خبر باید خیلی روان باشد و جمله‌ها به نرمی به هم وصل شوند.

معنی متن باید برای مخاطب واضح و آشکار باشد.

## سبک تنظیم خبر

### روزنامه:

هرم وارونه<sup>۴</sup> با مهمترین اطلاعات شروع می‌شود. هر چه پایین‌تر می‌رویم، اهمیت اطلاعات کمتر می‌شود. خبرهایی که بر اساس هرم وارونه نوشته می‌شوند، از پایین کوتاه می‌شوند، اما اگر وقت باشد باید خط به خط ویرایش شوند.

### رادیو:

بیشتر خبرها آن قدر کوتاه هستند که فقط جای کمی برای مهمترین مطالب وجود دارد. اگر زمان بیشتری در اختیار باشد، می‌توان هرم وارونه، سبک تاریخی ۵ یا ترکیبی از هر دو را انتخاب و خبر یا گزارش را با مهمترین مطالب شروع کرد.

### ترتیب زمانی

### روزنامه:

## رادیو:

خبرمیزان محدودی از اطلاعات مهم را ارائه می‌دهد. شنونده‌ای که وسط گزارش احساس خستگی کند، چاره‌ای ندارد جز اینکه تا آخر، گزارش را تحمل یا رادیو را خاموش کند.

### ساختار جمله

- باید واضح و روشن بنویسیم.

- جمله باید فشرده باشد. کلمه‌های اضافی باید حذف شوند. جمله‌های طولانی و کشدار نشان‌دهنده تازه‌کار بودن خبرنگار است. کوتاه‌نویسی و فشرده‌نویسی که در آن کلمه اضافی وجود ندارد، نشان‌دهنده حرفه‌ای بودن است.

- جمله‌ها و پاراگراف‌ها کوتاه، ادبیات قوی و جمله‌ها روان باشند. تا آنجا که ممکن است مثبت بنویسیم و از نوشتن جمله‌های منفی خودداری

بین اجزای جمله فاصله انداخت، با این شرط که ساختار دستوری جمله رعایت شود.

«مردی که به دلیل رانندگی بدون گواهینامه و نقض قوانین رانندگی موجب مرگ یکی از اقوامش شده بود، روز سه‌شنبه به یک سال زندان محکوم شد.»

### رادیو:

فاعل باید تا آنجا که ممکن است به اجزای اصلی جمله نزدیک باشد. مثال بالا به هیچ وجه مناسب رادیو نیست. می‌توان آن را به شکل زیر برای رادیو بازنویسی کرد:

«مردی به خاطر قتل غیر عمد به یک سال زندان محکوم شد. او در یک تصادف رانندگی یکی از اقوامش را کشته بود.»

### انتخاب واژگان

- صحت و درستی خبر در همه رسانه‌ها حرف

در نوشته خوب، دستور زبان باید رعایت شود. خواننده وقتی ببیند به دستور زبان اهمیت داده نشده است تصور خواهد کرد که اطلاعات ارائه‌شده هم دقیق نیست.

اول را می‌زند.

- بهتر است فعل‌های مؤثر و پرنرژی استفاده شود.

- معلوم به مجهول ارجحیت دارد.  
- معمولاً متنی که برای تأثیر قراردادن مخاطب نوشته می‌شود، تأثیر خود را می‌گذارد؛ اما نه به آن اندازه که نویسنده خبر انتظار دارد.  
- نویسنده باید ابتدا خودش موضوع خبر را بفهمد؛ اگر نویسنده خود متوجه خبر نشود، مخاطب نیز از خبر او سر در نخواهد آورد.

### دستور زبان

### روزنامه:

در نوشته خوب، دستور زبان باید رعایت شود. خواننده وقتی ببیند به دستور زبان اهمیت داده نشده است تصور خواهد کرد که اطلاعات ارائه‌شده هم دقیق نیست. کلمه‌ها به ویژه نام افراد و مکان‌ها باید دقیق نوشته شوند. در روزنامه املاهای کلمه‌ها مهم است و تلفظ آنها

کنیم.

### ساختار جمله

### روزنامه:

نویسنده روزنامه امکان انتخاب ساختارهای مختلف جمله را دارد. او می‌تواند جمله‌های کوتاه، بلند، ساده، معلوم و مجهول بنویسد؛ گرچه اولویت با جمله‌های معلوم است. جمله‌های معترضه می‌توانند در بخش‌های مختلف جمله اصلی استفاده شوند.

### رادیو:

نویسنده رادیو جمله‌های کوتاه و ساده می‌نویسد و ساختار معلوم را به مجهول ترجیح می‌دهد. در رادیو سعی می‌شود ساختار دستوری «فاعل + مفعول + فعل» رعایت شود.

### فاصله بین اجزای جمله

### روزنامه:

جمله ساده، ایده‌آل روزنامه است؛ اما می‌توان

به دنبال لید یا چند جمله اول خبر، وقایع به ترتیب زمانی گفته می‌شوند.

### رادیو:

خبرها در رادیو معمولاً خیلی کوتاه هستند و فقط می‌توان خلاصه وقایع را به ترتیب زمانی تعریف کرد. ترتیب زمانی را می‌توان در فیچرها<sup>۵</sup> به کار برد.

### حجم اطلاعات

### روزنامه:

خبر باید شامل همه اطلاعات مرتبط باشد. خواننده‌ای که وسط خبر خسته شود، می‌تواند سراغ خبرهای دیگر برود. برای روزنامه‌ها ایده‌آل این است که همه خواننده‌ها تمام روزنامه را کلمه به کلمه بخوانند؛ اما واقعیت این است که خواننده این اختیار را دارد که هر وقت دوست داشت، به صفحه دیگر برود.

مطرح نیست.

### رادیو:

ادبیات صحیح مهم است؛ اما ارتباط با شنونده مهمتر است. بیشتر قواعد دستوری باید رعایت شوند؛ البته عبارت‌های بدون فعل، شکل کوتاه‌شده کلمه‌ها، و شکل‌های دیگر غیردستوری نیز به کار گرفته می‌شوند. املا کلمه‌ها مهم است؛ اما می‌توان از کنار املا غلط گذشت. ولی تلفظ غلط گناهی نابخشودنی است. با اعراب‌گذاری باید به درست‌خواندن اسامی افراد و مکان‌های ناآشنا کمک کرد.

### انتخاب واژگان

#### روزنامه:

بهترین گزینه در اغلب موارد ساده‌ترین کلمه یا عبارتی است که به ذهن می‌آید. با وجود این نویسنده خبر باید با مطالعه زیاد، تعداد واژگان خود را در سطح بالا نگه دارد. انتخاب لغت مناسب یعنی انتخاب بین لغت شفاف و تقریباً شفاف؛ یعنی اختلاف بین گزینه‌ها بسیار کم و معانی خیلی نزدیک است. توانایی نویسنده خبر در انتخاب لغت‌های مناسب از میان مجموعه وسیعی از لغت‌های کاربردی، به او کمک می‌کند به شیوه نگارشی مناسب برسد.

### رادیو:

دایره واژگان وسیع، نقطه قوتی برای همه است؛ اما در رسانه‌های گفتاری خبر با کلمه‌های ساده‌ای که برای بیشتر مخاطبان مفهوم است، نوشته می‌شود. نویسنده خبر باید لغت‌های زیادی بداند تا بتواند با استفاده از آنها مطلب پیچیده را ساده کند.

### اسامی و منبع

- منبع همه اظهارات و نظرها باید گفته شود.  
- منبع هر گفته‌ای که اتهام می‌زند یا بوی اتهام می‌دهد، باید ذکر شود. در تمام جمله‌هایی که اتهام می‌زند یا حاوی مطلبی غیرواقعی است، باید منبع باید تکرار شود.  
- همه جمله‌هایی که در صحت آنها شک داریم، باید با منبع ذکر شوند. گوینده قبل از پخش مصاحبه، مصاحبه‌شونده را معرفی می‌کند.

- اگر اطلاعات ارائه‌شده بحث‌انگیز باشد، باید منبع آنها ذکر شود؛ برای مثال اگر درصد سرقت‌ها افزایش یافته است، باید گفته شود چه کسی یا چه سازمانی آن را اعلام کرده

است.

- اطلاعاتی که اساس آنها اظهارات یا تحقیقات یک متخصص است، باید با منبع ذکر شود. برای مثال اگر تعداد قربانیان سرطان ریه کاهش یافته یا پرتاب ماهواره‌ای یک هفته به تأخیر افتاده است، منبع خبر باید ذکر شود. این منبع ممکن است سازمان یا شخص باشد.  
- منبع نقل قول مستقیم و نقل قول غیرمستقیم باید گفته شود.

- استفاده از عبارت‌هایی مانند "یک منبع آگاه" یا "منابع نزدیک به..." بستگی به سیاست خبری شبکه دارد. بعضی از شبکه‌ها فقط در اوضاع بسیار خاص از این عبارت‌ها استفاده می‌کنند. شبکه‌های دیگری هم هستند که در همه مواقع این عبارت‌ها را به کار می‌برند.

- استفاده از اظهارات افراد، خبر را مستند و معتبر می‌کند.

- این روزها در خبر از واژه‌های «آقا» و «خانم» استفاده نمی‌شود. اگر شخصی عنوان خاصی دارد برای بار اول نام کامل او همراه با عنوان ذکر می‌شود و در موارد بعدی فقط نام خانوادگی یا عنوان وی می‌آید. اگر شخصی فوت کرده است، معمولاً با احترام بیشتری از او یاد می‌شود. گاهی در پایان خبر می‌توان یکبار دیگر نام کامل شخص را ذکر کرد:

مازیار ناظمی ۱۲۰ ساله!

### منبع اطلاعات

#### روزنامه:

منبع اطلاعات همیشه باید ذکر شود. خواننده حق دارد بداند اطلاعات از کجا آمده است. در مورد حوادثی مانند تصادف‌ها و آتش‌سوزی‌ها می‌توان اطلاعات را از پلیس، اداره آتش‌نشانی یا مسئولان بیمارستان نقل کرد.

### رادیو:

اگر اطلاعات عمومی از منبع موثقی گرفته شده است، نیازی به ذکر منبع نیست. مثلاً اگر افسر راهنمایی و رانندگی شمار مجروحان حادثه‌ای را سه نفر اعلام کرده است، می‌توان آن را به عنوان خبر موثقی پذیرفت و نیازی به ذکر منبع نیست. فقط اطلاعات تخصصی باید با منبع ذکر شوند.

### ذکر منبع

#### روزنامه:

ذکر منبع، اطلاعات مفیدی به خبر اضافه

می‌کند. هر بار که نام شخص ذکر می‌شود، اطلاعات بیشتری در مورد او و سابقه‌اش به خواننده داده می‌شود که به موضوع خبر مربوط است.

### رادیو:

ذکر منبع باید محدود شود. ذکر منبع سرعت خبر و گزارش را پایین می‌آورد.

### پی‌نوشت:

۱. پروفسور ایروینگ فنگ استاد روزنامه‌نگاری و ارتباط جمعی و مدرس این رشته، (روزنامه‌نگاری و ارتباط جمعی) در دانشگاه مینه‌سوتا آمریکا است. تخصص ایشان در تاریخ ارتباطات و همینطور ژورنالیسم رادیو و تلویزیون است. متن کامل مقاله ایشان را می‌توانید در این نشانی ببینید:

[writing.umn.edu/docs/publications/Irving%20Fang.pdf](http://writing.umn.edu/docs/publications/Irving%20Fang.pdf)

<http://writing.umn.edu/> .۱

### ۲. لید (Lead)

لید، مضمون اصلی خبر را تشکیل می‌دهد. لید یا همان پاراگراف اول در خبر که نوشتن خبر با آن آغاز می‌شود، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به طوری که عده‌ای از روزنامه‌نگاران حرفه‌ای جهان به آن قلاب (Hook) می‌گویند؛ قلابی که ماهی (مخاطب) را باید با آن به دام انداخت. بنابراین، پیدا کردن زاویه خبر (Angle) را نباید سرسری و یا دست کم گرفت.

### ۳. هرم وارونه (Inverted Pyramid)

یکی از سبک‌های خبری است. در این سبک، مهم‌ترین اطلاعات در قالب لید عرضه شده، و سپس به تدریج تا انتهای خبر از ارزش اطلاعات کاسته می‌شود. به عبارت دیگر، اصلی‌ترین بخش مطالب در بند اول خبر ذکر می‌شوند تا مخاطب بلافاصله در جریان عناصر اصلی خبر قرار گیرد.

### ۴. سبک تاریخی (Chronological style)

در سبک تاریخی برخلاف سبک هرم وارونه مطالب به همان صورتی که به لحاظ زمانی تحقق یافته‌اند، در قالب خبر ارائه می‌شوند. در این سبک، روزنامه‌نگار به دوری 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 خبرنگار جلوگیری می‌شود و برخلاف سبک هرم وارونه، مطلب به طرز کامل‌تر ارائه می‌شود.

### ۵. فیچر (Feature)

با گسترش رسانه‌های خبری در سال‌های اخیر، خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری به پخش خبرها و گزارش‌های زنده و ۲۴ ساعته می‌پردازند. یکی از محصولات اطلاع‌رسانی این رسانه‌ها، فیچر است که از خبر، طولانی‌تر و از گزارش کوتاه‌تر است.