
بسم الله الرحمن الرحيم

شرح جامع

اصول روزنامه نگاری

«علوم ارتباطات اجتماعی»

مولف: هادی رحمان‌زاده

انتشارات ارشد

پیشگفتار ناشر

خداوند بزرگ را شاکریم که فرصتی عنایت فرمود تا بتوانیم قدمی در جهت گسترش علم و فرهنگ کشور عزیزمان برداریم و مسیری هموار را در اختیار مخاطبان و داوطلبان علاقمند به ادامه تحصیل قرار دهیم. از آنجائی که درحوزه کتاب‌های درسی و کمک درسی کارشناسی ارشد کتاب‌های زیادی به رشته تحریر در آمده است با این حال وجود یک مجموعه جامع، دقیق، کامل و دارای رفرنس(منابع) مستند احساس می‌شود.

همیشه دغدغه داشتیم که ای کاش می‌شد تمامی منابع پراکنده و گاهاً دست نایافتنی کنکور در یک مجموعه به گونه‌ای جذاب و شیوا آماده می‌شد و همچنین سوالات دوره‌های قبل کنکور نیز به گونه‌ای تشریحی پاسخ داده می شدند، که خدشه‌ای بر آنها وارد نشود و خیال داوطلبان عزیز آنقدر آسوده باشد که اطلاعات مندرج در پاسخنامه‌ها را برای بهره‌گیری در آزمون خود بکار گیرند. این کار با یاری خداوند بزرگ و همکاری نخبه‌ترین دانشجویان و اساتید کشور در انتشارات ارشد هماهنگ گردید و در تمامی مقاطع تحصیلی از کاردانی به کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در حوزهٔ آزمون‌های سراسری – آزاد و پیام نور بسته‌های آموزشی شامل کتاب‌های بانک سوالات و کتاب‌های شرح جامع درس آماده گردید. در تهیه مجموعه‌های فوق‌الذکر از فارغ‌التحصیلان کارشناسی ارشد و دکتری که حائز رتبه‌های تک رقمی کنکور می‌باشند، استفاده کرده‌ایم، تا شما عزیزان بتوانید در راستای افزایش توان علمی خود در جهت نیل به مقصود خویش نایل آیید. بدون تردید می‌توان گفت که برای اولین بار در نظام آموزشی کشور مجموعه‌ای به این سبک عرضه می‌شود که در کیفیت و کمیت بی‌نظیر بوده و تمامی نیازهای دانشجویان و داوطلبان عزیز را پوشش می‌دهد. امید است که استفاده از این مجموعه عزیزان را در جهت موفقیت در آزمون یاری رسانده باشد. در پایان لازم به ذکر است که بی نقصی محض از آن خداوند متعال می‌باشد، بنا براین از تمامی خوانندگان و داوطلبان عزیز خواهشمندیم نظرات سازنده خود را در مورد این کتاب به سایت انتشارات ارشد اعلام نمایند تا ما را در جهت هر چه بهتر آماده کردن این محصولات یاری رسانند.

با تشکر

ناشـــــر

www.arshadbook. ir

فهرست مطالب

عنوان **صفحه**

پیشگفتار ناشر ۳
پیشگفتار مولف ۴

فصل اول: خبرنویسی؛ مبانی و مفاهیم ۹
فصل دوم: ارزش‌های خبری ۳۵
فصل سوم: عناصر خبر ۵۹
فصل چهارم: سبک‌های خبرنویسی ۷۵
فصل پنجم: لید ۹۳
فصل ششم: تیتر ۱۱۵
فصل هفتم: تهیه و تنظیم خبرهای گوناگون ۱۴۳
فصل هشتم: اصول نگارش رسانه‌ای ۱۶۷
فصل نهم: مصاحبه در مطبوعات ۲۰۹
فصل دهم: مقاله‌نویسی ۲۴۳

پیوست ۱ ..... ۲۸۷

فصل اول

خبرنویسی؛ مبانی و مفاهیم

عناوین اصلی

- تعاریف خبر
- صفات خبر
- مفاهیم اساسی در خبرنویسی
- صفات خبرنگار
- ابتکارهای خبری
- محدودیت اخبار
- عوامل مؤثر در انتشار اخبار
- دروازه‌بانی خبر
- سازمان خبری رسانه‌ها
- ویراستاری خبر
- ساختمان خبر

فصل اول

خبرنویسی؛ مبانی و مفاهیم

▪ تعریف خبر: خبر چیست؟

چشمانتان را ببندید و لحظه‌ای بعد، باز کنید. در همین فاصله در دنیای پیرامون ما، در دهکده، هزاران اتفاق افتاده است. هزاران اتفاقی که نمی‌توان با قاطعیت گفت: «به ما ربطی ندارد.» ولی می‌توان با قاطعیت گفت «همهٔ آنها به ما مربوط نمی‌شود.» و این مسئلهٔ تشخیص اتفاق‌های مربوط، مهم و باارزش، در طول تاریخ منجر به ایجاد یک پرسش شده است: «خبر چیست؟»

شاید قدیمی‌ترین و در عین حال جذابترین پاسخی که تا به حال به این پرسش داده شده است همان مثال سگ و انسان باشد، که اگر اولی (سگ)، دومی (انسان) را گاز بگیرد اتفاق عجیبی نیفتاده است، ولی اگر دومی (به هر دلیل!!) اولی را گاز گرفت می توان با خوشحالی، تولد یک «خبر» را به همکاران تحریریه تبریک گفت! ولی این هرگز به آن معنی نیست که سایرین درصدد تعریف خبر برنیامده‌اند. توجه بفرمایید:

- هرگونه عمل و اندیشه‌ی واقعی که برای عده‌ی کثیری از خوانندگان جالب توجه باشد، خبر است. (لیل اسپنسر، مولف کتاب خبرنویسی)
- خبر هر موضوع جاری است که به علت جالب بودن و طرف توجه قرار گرفتن آن از طرف خوانندگان در مطبوعات منتشر می‌شود. (و.ج بلایر، مولف کتاب روزنامه‌نویسی)
- نقل واقعی حوادث جاری مهمی که در روزنامه‌های جهان چاپ می‌شود و طرف توجه خوانندگان قرار می‌گیرد، خبر نام دارد. (اس مولی، مولف کتاب خبریابی)
- خبر، گزارش مناسب، خلاصه و دقیق یک رویداد است و نه خود رویداد. (میچل. وی. چارنلی، مولف کتاب خبرنگاری)
- خبر، نخستین گزارش از حادثه‌ی با معنایی که مورد توجه عامه است، می‌باشد. (اریک. سی. هوپ وود)
- خبر، نقل ساده و خالص وقایع جاری می‌باشد. (روژه کلوس، مولف کتاب اخبار)
- خبر عبارت از انتشار منظم جریان وقایع و آگاهی ها و دانش‌های انسانی و نقل عقاید و افکار عمومی است. (فرناندترو، مولف کتاب خبر)
- خبر محصول جهان سیاسی و اجتماعی‌ای است که آن را گزارش می‌کند. (تعریف گروه رسانه‌ای گلاسگو)
- خبر باید فوراً، پس از حادثه به جریان افتد، برای عموم جالب باشد، حاوی اطلاعات تازه باشد، خنثی نباشد و ادراکات فرهنگی جوامع خاص خود را منعکس نماید. (تعریف تهیه‌کنندگان گزارش کمیسیون بین‌المللی مطالعه‌ی مسائل ارتباط، کمیسیون مک براید)

- اخبار اطلاعاتی هستند که از طریق خبرنگاران از منابع خبری دریافت می‌شود و به شنوندگان، بینندگان و خوانندگان می‌رسد. خبرنگاران این اطلاعات را مناسب با سلایق و علایق خوانندگان خلاصه و تصفیه می‌کنند و یا تغییر می‌دهند. (هربرت گاتر)
- اخبار، انعکاس موقعیت‌های اجتماعی نیستند، بلکه گزارش جنبه‌های مطرح شده در جامعه‌اند. اخبار به مسائلی می‌پردازند که فوری و تازه و الزاماً پیچیده و مبهم باشند. (والتر لیپمن)
- خبر، گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی است که دارای یک یا چند ارزش خبری باشد. چگونگی ارائه این گزارش، تحت تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل می‌گیرد.

(نعیم بدیعی و حسین قندی / روزنامه‌نگاری نوین)

این تعاریف و صدها و بلکه هزاران تعریف دیگر، هرگز نتوانسته‌اند مفهوم «خبر» را در تعریفی جامع و مانع ارائه نمایند. هرکدام از روزنامه‌نگاران و مولفان کتابهای روزنامه‌نگاری با توجه به دیدگاه خود، خبر را آن‌گونه تعریف نموده‌اند که به آن اعتقاد دارند. برای مثال ویلیام گیبر، از زاویه ی جامعه‌شناسی تولید خبر، خبر را ساخته‌ی دست روزنامه‌نگاران تعریف می‌کند. لرد نورث کلیف (از غول‌های رسانه‌ای انگلیس) خبر را این‌گونه تعریف می‌کند: خبر، چیزی است که یکی می‌خواهد آن را در جایی سرکوب کند و آنچه می‌ماند، آگهی است.

هارولد اوانس (سردبیر پیشین ساندی تایمز و تایمز لندن) معتقد است: «خبر، مردم است» و فرناند ترو رئیس و استاد انستیتوی مطبوعات دانشگاه پاریس در یکی از کتابهای خود به نام «خبر» این تعریف را بیان می‌کند: «خبر عبارت از انتشار منظم جریان وقایع و آگاهی‌ها و دانش‌های انسانی و نقل عقاید و افکار عمومی است.»

با این وجود، دکتر کاظم معتمدنژاد، تعریف زیر را به عنوان تعریف جامع «خبر» بیان می‌کند: «خبر، اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است.»

▪ صفات خبر

۱- تازگی خبر: روزنامه‌ها باید تلاش کنند تازه‌ترین اطلاعات را در اختیار مردم بگذارند.

۲- جالب بودن خبر: یکی از هنرهای خاص روزنامه‌نگار آن است که با توجه به زمان و مکان، تشخیص دهد در موقعیت‌های گوناگون چه نوع اخباری برای عامه جالب است.

خبر جالب، خبری است که در عین تازه بودن، توجه فوری و غیر ارادی افراد را به خود معطوف سازد.

۳- اهمیت خبر: اهمیت خبر یکی معیار نسبی است و به نسبت طبقات مختلف جامعه، اهمیت اخبار تفاوت دارد.

۴- صحت خبر: مهمترین ویژگی هر خبر صحت آن است. اگر خبرهای مطبوعات با واقعیت منطبق نباشند اعتماد مردم از آنها سلب می‌شود.

▪ مفاهیم اساسی در خبرنویسی

خبری که از طریق وسایل ارتباط جمعی به اطلاع مردم می‌رسد باید درست، روشن و جامع باشد.

۱- درستی خبر: همان «صحت خبر» است که در مبحث پیشین (صفات خبر) به آن اشاره شد.

۲- روشنی خبر: نوشتهٔ خبری باید با صراحت و روشنی تنظیم شود و شیوهٔ نگارش آن به گونه‌ای باشد که فهم مطلب برای همگان آسان باشد. مهمترین دلیلی که باعث ابهام خبری می‌شود، درست درک نکردن موضوع توسط خبرنگار است. این مشکل را می‌توان با مطالعهٔ بیشتر، پرسش دوباره از منبع خبر و سماجت در درک مطلب رفع کرد.

۳- جامعیت خبر: خبر باید جامع و کامل باشد و به پرسش‌هایی که برای مخاطبان خبر به وجود می‌آید پاسخ گوید. بدین منظور باید خبرنگار ضمن پاسخ دادن به عناصر خبر (که؟ کی؟ کجا؟ چه؟ چرا؟ چگونه؟) به پرسشهای جانبی نیز پاسخ دهد. استفاده از اطلاعات آرشیوی و اشاره به سابقهٔ خبر در بسیاری مواقع به جامعیت خبر کمک می‌کند.

▪صفات خبرنگار

خبرنگار کسی است که با اتکا به ذوق و استعداد شخصی، پس از گذرانیدن دورهٔ آموزش تخصصی، با توجه به مسئولیت اجتماعی که این حرفه بر عهدهٔ او می‌گذارد، وظیفهٔ کسب، تهیه، جمع‌آوری و تنظیم «اخبار» و انتقال آنها را از طریق وسایل ارتباط جمعی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و خبرگزاری) به مخاطبان برعهده دارد.

خبرنگار برای انجام وظیفهٔ خود (تهیه و تنظیم اخبار) باید خصلت‌ها و شرایطی داشته باشد که مهمترین آنها عبارتند از:

۱- شم خبری: خبرنگار باید شامه‌ای تیز و دیدی قوی و قوهٔ تشخیص نیرومندی داشته باشد و بداند چه خبری جالب است و کجا، چگونه و چه موقع می‌توان خبر به دست آورد.

۲- در مسیر خبر بودن: خبرنگار باید به جای اینکه در انتظار کسب تصادفی خبر بماند، سعی کند خود را در مسیر خبر قرار دهد. مثلاً برای اطلاع یافتن از آتش‌سوزی به جای اینکه به دریافت تصادفی خبر امیدوار باشد، مستقیماً با ادارات آتش‌نشانی در تماس باشد.

۳- لزوم تخصص: برای جستجوی اخبار، حوزه‌های خبری معینی از طرف مطبوعات درنظر گرفته می‌شود و هر خبرنگار با توجه به تخصص خود در یک یا چند حوزه به جستجو یا جمع‌آوری اخبار می‌پردازد.

۴- تماس با مردم: برای آنکه خبرنگار نیروی خبرشناسی خود را افزایش دهد باید از لاک زندگی فردی خویش خارج شود و به میان مردم برود. تماس با مردم نه تنها از جنبه کسب خبر برای خبرنگار اهمیت دارد، بلکه خبرنگاران مطبوعات باید سعی کنند از دردها، خواستها و نیازمندی‌های مردم آگاه شوند و صدای آنها را در نوشته‌های خود منعکس کنند.

۵- ایجاد صمیمیت : برای آنکه خبرنگار در روابط خود با خبردهندگان موفق باشد باید چند ویژگی مهم داشته باشد: صمیمیت، متانت، تفاهم، حسن نیت و رازداری

۶- نگهداری نشانی خبردهندگان: جلب اعتماد و صمیمیت شخصیت‌های اجتماعی و کسانی که به واسطهٔ شغل و مقاوم خویش منبع کسب اخبار قرار می‌گیرند، تنها به خاطر یک رابطهٔ دوستانه نیست، بلکه به منظور آن است که به کمک آنان، خبرنگار در منابع و مراکز خبری راه، پیدا کند و در لحظات لازم برای کسب اطلاعات، کمک بگیرد.

برای تماس فوری با این قبیل اشخاص، خبرنگار باید همیشه یک دفتر آدرس همراه داشته باشد و نام و شماره تلفن آنان را نگهداری کند.

۷- بررسی اسناد و مدارک: تهیه و تکمیل اطلاعات مورد نیاز خبرنگار در یک آرشیو خصوصی نیز از شرایط ضروری کسب اخبار است. خبرنگار برای بیان جریان وقایع اجتماعی همیشه نیازمند اطلاعات تکمیلی است. این اطلاعات را از طریق افزایش معلومات عمومی و به کمک مدارک و اسناد آرشیوی می‌توان به دست آورد.

هم‌چنین خبرنگار می تواند با استفاده از آرشیوهای خصوصی و شخصی متخصصان و محققان، کتابخانه‌ها، آرشیوهای ملی و انتشارات و گزارشهای خصوصی جمعیت‌ها و انجمن‌های علمی و اجتماعی نیز اطلاعات شخصی خود را افزایش دهد.

۸- تکمیل معلومات عمومی: برای تکمیل معلومات عمومی خبرنگار هیچ حد و مرزی نمی‌توان قائل شد. خبرنگار باید در تکمیل معلومات خود به حدی پیشرفت کند که به صورت یک دائره‌المعارف متحرک درآید.

۹- سرعت عمل: اهمیت سرعت عمل در کار تهیه، ارسال و انتشار خبر به حدی است که تمام صفات دیگر خبرنگار بدون وجود این خصوصیت اهمیت چندانی ندارد، زیرا مثلاً ارزش کار خبرنگاری که با شامه و دید قوی خبری خودف جریان رویدادی را به طورکامل درک کند ولی نتواند به موقع آن را برای چاپ و انتشار به روزنامه برساند از همکار دیگر او که خبر را به طور ناقص تهیه کرده ولی توانسته است به موقع آن را منتشر سازد به مراتب کمتر است.

۱۰- رعایت اصول بی‌طرفی: روزنامه‌نگار باید در موقع تهیه خبر و مطلب ملاحظات، اغراض شخصی و احیاناً دوستی‌ها را کنار بگذارد و خبر را به طور «عینی» تهیه نماید. رعایت اصول بی‌طرفی هم‌چنین بدین معنی است که تهیه‌کنندگان خبر از وارد شدن در زندگی خصوصی مردم پرهیز کنند و موجبات بی‌آبروئی و هتک حرمت دیگران را فراهم نسازد.

۱۱- رفتار اجتماعی مناسب: روزنامه‌نگار یک شخصیت اجتماعی است که با تمام طبقات اجتماعی تماس دایم دارد. برای موفقیت در این کار خطیر اجتماعی روزنامه‌نگار باید به نحوی در اجتماع ظاهر شود که اشخاص همیشه مایل و راغب به پذیرش او باشند و برای او احترام قائل شوند.

▪ ابتکارهای خبری

اگر مطبوعات فقط به چاپ اخبار عادی اکتفا کنند هرگز نمی‌توانند خوانندگان خود را راضی نگه دارند. روزنامه‌های بزرگ همیشه تلاش می‌کنند برای متمایز ساختن خود از رقیبان در راه جست‌وجو و تهیه اخبار، ابتکارات جدیدی به کار برند و با انتشار اخبار غیرقابل انتظار خوانندگان بیشتری جلب نمایند.

برای تهیهٔ اخبار ابتکاری از روش‌های زیر می‌توان استفاده کرد:

۱- تشابه: انتشار یک خبر در مورد یک موضوع اجتماعی می‌تواند از نظر تشابه با یک موضوع دیگر، راهنمای خبرنگار برای تهیهٔ یک خبر ابتکاری شود.

مثلاً انتشار خبری دربارهٔ افزایش یا کاهش بودجهٔ دانشگاه علامه طباطبایی ممکن است خبرنگار را به فکر بیاندازد که دربارهٔ بودجهٔ دانشگاههای شهرستانها خبری تهیه کند.

۲- تعارض: انتشار یک خبر ممکن است از جهت تعارض الهام‌بخش یک روزنامه‌نگار باشد و خبری را که در نقطهٔ مقابل خبر منتشر شده قرار دارد به وجود آورد. مثلاً انتشار خبری درباره تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاههای ایران ممکن است سبب شود که خبرنگار آماری دربارهٔ افراد بیسواد کشور تهیه کند.

۳- تعمیم: پاره‌ای از اوقات پیدایش یک موضوع کوچک یا انتشار یک خبر عادی به روزنامه‌نگار امکان می‌دهد از طریق تعمیم، گزارش جالب و بدیعی در باره تمام مسئله بنویسد.

▪ محدودیت اخبار

به طورکلی اخباری که به وسیله مطبوعات در اختیار خوانندگان و شنوندگان و بینندگان قرار می‌گیرند، همیشه تابع شرایط محدودکننده زیر می‌باشد:

۱- امکان دسترسی به اخبار

تمام اخبار قابل دسترسی نیستند. بعضی از وقایع طبیعتاً غیرقابل وصول هستند چون در جاهایی روی می‌دهند که امکان دسترسی به آنها وجود ندارد. بسیاری از اخبار نیز به طور عادی قابل دسترسی می‌باشند اما به علت تداخل با منافع خاص

فردی یا گروهی عملاً موانع و محدودیت‌هایی بر سر راه آنها گذاشته می‌شود و یا مخفی می‌گردند تا خبرنگاران از آن اطلاع حاصل نکنند.

اخباری نیز وجود دارند که از نظر قانونی یا سیاسی انتشار آن‌ها محدود می‌شود.

۲- آگاهی خبرنگار

اخبار قابل دسترسی نیز همه از طرف خبرنگاران مورد جستجو و جمع‌آوری قرار نمی‌گیرند و در عمل جریان بسیاری از وقایع مهم اجتماعی، به علت آگاهی نیافتن خبرنگاران ناشناخته می ماند.

۳- وسایل انتقال اخبار

هرچند امروزه، با پیشرفت فناوری‌های ارتباطی، انتشار اخبار از این جهت محدود نمی‌شوند ولی هنوز هم در برخی کشورهای توسعه‌نیافته خبرنگاران در مخابرهٔ خبرهای خود به روزنامه با مشکل روبرو هستند.

۴- انعکاس اجتماعی اخبار

هر روزنامه‌ای با توجه به هدفهای اجتماعی، نفوذ و عکس‌العمل‌های اجتماعی و خوانندگان خود در ارزیابی و انتخاب اخبار روش و سلیقهٔ مخصوصی دارد.

▪ عوامل مؤثر در انتشار اخبار

از لحظه‌ای که یک رویداد شکل می‌گیرد تا لحظه‌ای که گزارش آن به صورت «خبر» در روزنامه منتشر می‌شود، مراحل مختلفی را طی می‌کند. افراد ضمن اظهارنظرهای گوناگون در انتخاب و نحوهٔ ارائهٔ آن رویداد دخالت و تصمیم‌گیری می‌کنند. در حالی که ارزشهای خبری از عوامل تعیین‌کنندهٔ اهمیت یک رویداد به شمار می‌آیند، عوامل دیگری نقش خود را به صورت آشکار یا نهان ایفا می‌کنند. این عوامل که تحت تاثیر نظام حاکم برهر کشور بر فرایند انتخاب، تهیه و ارائهٔ خبر اثر می‌گذارد عبارتند از:

۱- عوامل درون سازمانی: یعنی عواملی که درون یک سازمان خبری وجود دارند، شامل:

- اعمال نظر مدیریت موسسه به صورت آشکار یا نهان (سیاست خبری)
- جامعه‌پذیری کارکنان موسسه خبری با توجه به معیارها و ارزش‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی و ..
- اعمال نظر شخصی خبرنگار براساس باورها، نگرش‌ها و اعتقادات او
- مسائل فنی رسانه مانند میزان جا و اندازه در روزنامه و وقت در رادیو و تلویزیون

۲- عوامل برون سازمانی: این عوامل اشاره به مواردی دارد که از خارج سازمان خبری بر فرایند خبر اثر می‌گذارد، مانند:

- محدودیت‌های قانونی
- اعمال نفوذ اشخاص حقیقی و حقوقی (دولتی یا خصوصی)
- منابع خبری (روابط عمومی‌ها، خبرگزاری‌ها)

- صاحبان آگهی و سرمایه
- گروه‌های فشار
- مخاطبان رسانه
- و ....

▪ دروازه‌بانی خبر

به کسانی که در تحریریهٔ رسانه‌های خبری در فرایند تهیه، گزینش و ارائهٔ پیامهای خبری فعالیت دارند «دروازه‌بان» می‌گویند.

هر رویدادی که به خبر تبدیل می‌شود قبل از انتشار از دروازه‌های متعددی می‌گذرد، برخی از این دروازه‌ها باز، برخی نیمه باز و تعدادی نیز کاملاً بسته هستند.

عبور یا عدم عبور یک مقولهٔ خبری از دروازه‌ها نتیجهٔ عوامل گوناگون است:

پیشینهٔ دروازه‌بانان از نظر طبقه و لایهٔ اجتماعی، روزآمدی، سطح تحصیلات و طرز تلقی آنها از جهان، ارزشها و برداشت سازمانی که دروازه‌بان برای آن کار می‌کند. مفهوم دروازه‌بانی که گزینشگری، مرزبانی، سوزنبانی و خبربانی نیز ترجمه شده، نخستین بار توسط «کورت لوئین» یکی از کارشناسان علوم اجتماعی آمریکا در زمان جنگ دوم جهانی، مطرح شد.

لوئین در مقاله‌ای تحت عنوان «مجاری زندگی گروهی» به بررسی تصمیم‌های خانم‌های خانه‌دار در مورد خرید مواد غذایی پرداخت و آن را با جریان خبر در وسایل ارتباط جمعی مقایسه کرد.

لوئین معتقد بود بر فرایند انتقال خبر از رویداد تا خواننده نیز، عوامل گوناگون نظارت دارند و اعمال نظر می‌کنند. آنچه به عنوان خبر از رسانه‌ها ارائه و منتشر می‌شود، حاصل انتخاب‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و اعمال نظرهای افراد مختلف است.

▪ سازمان خبری رسانه‌ها

هر سازمان تحریریه در روزنامه‌ها، مجله‌ها، خبرگزاری‌ها و رادیو و تلویزیون‌ها از عوامل زیر تشکیل یافته‌اند که با توجه به نوع رسانهٔ خبری و همچنین مخاطبین آن می‌تواند تغییراتی را شامل شود.

۱- سردبیر: سردبیر روزنامه‌نگار آگاه و خبره‌ای است که بر تمام امور روزنامه‌نگاری تسلط و آگاهی دارد و با یاری گرفتن از علم مدیریت، بهترین و بیشترین بهره را از عوامل خبری خود می‌گیرد. سردبیر در رأس سازمان خبری یا تحریریه قرار می‌گیرد و وظایف او عبارت است از:

- هماهنگ کردن عوامل اجرایی و فعالیت‌های آنها با خط‌مشی رسانه
- ایجاد ارتباط و هماهنگی بین گروه‌ها و سرویس‌های مختلف
- اعمال مدیریت در کلیه بخش‌های خبری
- نظارت بر امور خبری و ارزیابی نهایی اخبار
- تعیین برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت برای حسن انجام کار
- تعیین ستون‌ها و صفحات روزنامه

۲- معاون سردبیر: وظیفهٔ معاون سردبیر اجرای امور تحریریه و نظارت و مدیریت بر مراحل فنی است.

۳- دبیر سرویس: سازمانهای خبری از سرویس‌های گوناگونی تشکیل یافته‌اند که با توجه به نیازهای خبری مخاطبان شکل می‌گیرد.

هر سرویس خبری مرکب از خبرنگاران، گزارشگران، مصاحبه‌گران و نویسندگان است که در رأس آنها دبیر سرویس در محدوده‌ای کوچکتر وظایف سردبیر را در حوزهٔ سرویس خود برعهده دارد و اعمال مدیریت می‌کند.

۴- دبیر فنی: دبیر فنی مسئولیت بخش صفحه‌آرایی، صفحه‌بندی و به طورکلی امور فنی از لحظهٔ حروف‌چینی تا مرحلهٔ چاپ و نظارت بر چاپ را برعهده دارد که در رأس سرویس جداگانه‌ای با عنوان سرویس فنی قرار می‌گیرد.

۵- ویراستاران: ویراستاران وظیفهٔ تطبیق فعالیت خبرنگاران و روزنامه‌نگاران را با مشی روزنامه برعهده دارند و به عنوان کانال پالایش اخبار عمل می‌کنند.

۶- سرویس عکس: این سرویس که از عکاسان آشنا به امور خبری تشکیل می‌شود، تأمین قسمت‌های تصویری روزنامه را برعهده دارد.

۷- آرشیو عکس و خبر: مخزن و گنجینهٔ اطلاعاتی و تکمیل‌کنندهٔ اخبار و یادآورندهٔ آگاهی‌ها و رویدادهای گذشته در هر سازمان خبری آرشیو است.

بانک اطلاعاتی یا آرشیو به اعضای تحریریه‌ها برای غنا بخشیدن به مطالب تهیه شده، رفع بسیاری از ابهامها و تکمیل مطالب خبری کمک شایانی می‌کند.

۸- اتاق خبر: اصطلاحی است که به مرکز دریافت و ارسال اخبار توسط دستگاههای تلکس و نمابر (فاکس) گفته می‌شود.

۹- کتابخانه: در کنار تحریریه‌ها به عنوان مرکز مطالعات آزاد و تخصصی، وجود کتابخانه‌ها نه تنها لازم بلکه حیاتی است.

▪ ویراستاری خبر

وظیفهٔ تحریری ویراستار از دو جنبه قابل بررسی است. یکی ویرایش و دیگری گزینش. ویرایش به معنی حک و اصلاح اخبار و مطالب است که از نظر فرم یا واژگانی و محتوا صورت می‌گیرد.

وظیفهٔ گزینشگری ویراستار علاوه بر انتخاب سبک تنظیم خبر، انتخاب تیترهای اصلی، سوتیترها، زیرتیتر، روتیتر و میان‌تیترها، گزینش خبرهای ضروری از میان صدها خبر، تشخیص برای تلفیق خبر، تغییر جهت و ... تشکیل می‌دهد.

- ویرایش محتوا

ویرایش محتوا به معنی اطمینان از صحت و سقم اطلاعات ارائه شده در اخبار و مطالب مورد ویرایش است. سردبیری به تشخیص این مهم دست می‌یابد که معلومات و اطلاعات گسترده‌ای داشته باشد. در برخی اخبار ممکن است چاپ گفته‌ای که به طرز ناصحیح از قول یک مقاوم مسئول بیان شده به عواقب وخیمی بیانجامد.

برای ویرایش خبر باید به بازخوانی خبر پرداخت بی آن که نسبت به آن پیشداوری کرد. ویراستار با بازخوانی خبر به سبک خبر و نحوهٔ نگارش آن پی می‌برد و چنانچه سبک موردنظر رعایت نشده باشد و نتوان با اصلاحات جزئی خبر را به سبک مورد لزوم تغییر داد، به تهیه‌کنندهٔ خبر باز می‌گرداند.

- تلفیق اخبار

بسیار اتفاق می‌افتد که یک خبر از منابع و کانال‌های مختلف خبری به روزنامه ارسال می‌شود. هرگاه اخبار رسیده از این کانال‌ها، بدون تفاوت با یکدیگر باشند، طبعاً از موثق‌ترین منبع استفاده می‌شود. اما مواقعی پیش می‌آید که خبر ارسال شده

از هر منبع خبری دارای یک آگاهی ویژه است یا این که پیرامون یک رویداد وقایع جنبی رخ می‌دهد و هر منبع خبری یک جنبه از رویداد را ارسال می‌دارند. در این مواقع ویراستار از میان اخبار، گزینش می‌کند و اخبار گزینش شده را نیز با تلفیق به صورت یک خبر واحد با تیتر واحد در می‌آورد.

برای تلفیق اخبار از سه روش استفاده می‌شود:

۱- روش ترتیبی تلفیق اخبار

در این روش از میان اخبار گزینش شده، یا زمان وقوع رویداد یا اطلاعات و محتوا اساس تنظیم قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر تازه‌ترین یا مهمترین خبر در ابتدا قرار می‌گیرد و اخبار بعدی به ترتیب، پس از آن و به دنبال یکدیگر قرار می‌گیرند.

در این روش تیتر از خبر اول نوشته می‌شود و خبرهای بعدی با میان‌تیتر از یکدیگر جدا می‌شود. هر خبر مکان ارسال و منبع خبری خود را دارد و تغییری نمی‌کند.

۲- روش ادغام با لید چند خبری

در این روش، از میان تمام خبرهای گزینش شده یک لید چندخبری نوشته می‌شود. مکان ارسال خبر و منبع خبری در ابتدای لید مربوط به رسانه تنظیم‌کنندهٔ لید خبر است. سپس از میان اخبار گزینش شده به ترتیبی که در لید آمده است، پاراگراف‌های بعدی خبر نوشته می‌شود. هر پاراگراف بعد از لید باید منبع خود را داشته باشد. تیتر از لید نوشته می‌شود و مجموع خبر به صورت یک خبر به سبک «هرم وارونه» درمی‌آید.

۳- روش تحلیلی و تشریحی

این روش هنگامی به کار می‌آید که روزنامه قصد دارد بر رویداد موردنظر تحلیلی ارائه دهد یا درواقع نسبت به رویداد دارای موضع است.

در چنین حالتی از میان اخبار گزینش شده یک لید تشریحی- تحلیلی نوشته می‌شود و تنظیم متن خبر با توجه به انیکه کدام سبک خبری به لید توان و قدرت بیشتری می‌بخشد، انتخاب می‌شود.

مکان و منبع خبر در ابتدای لید مربوط به رسانهٔ تنظیم کنندهٔ خبر است و در پاراگراف‌های بعدی منبع ارسال کننده با توجه به اطلاعات مورد استفاده باید ذکر شود.

باید توجه داشت از ان بخش‌هایی از اطلاعات خبری در تنظیم متن استفاده می‌شود که در جهت تقویت موضع‌گیری در لید باشد.

- بازآفرینی و تکمیل خبر

برخی از اخبار علی‌رغم آن که به عناصر خبر پاسخ می‌گویند، اما در عرف روزنامه‌نگاری پیشرفته به اخبار خنثی معروفند. پرداخت اطلاعات درست در این‌گونه اخبار نه تنها به نیاز خبری مخاطبان پاسخ می‌گوید، بلکه تصویری تازه از خبر پیش روی مخاطب قرار می‌دهد.

بدین منظور می‌توان از اطلاعات آرشیوی، محفوظات خبری که بر اثر استمرار کار در ذهن خبرنگار جمع شده و سایر منابع برای تکمیل خبر سود جست و با استفاده از این اطلاعات به بازآفرینی خبر پرداخت و خبری با توجه به مشی روزنامه به خوانندگان ارائه کرد.

- تغییر جهت در خبر

اخبار منتشر شده در هر روزنامه بیانگر خط‌مشی آن روزنامه می‌باشد. یک روزنامه‌نگاره خبره باید بتواند از میان خبرهای موجود، خبری را برای روزنامه تنظیم کند که در عین پرهیز از قضاوت و داوری با خط‌مشی نشریه‌اش سازگار باشد.

روزنامه‌نگار باید از کپی صرف اخبار دریافتی پرهیز کرده و با توجه و دقت در بار معنایی و بار عاطفی واژه‌ها، خبرهای گوناگون را با توجه به مخاطبات آنها و موضوع خبر به خوبی پرورش دهند.

▪ ساختمان خبر

- متن خبر

متن خبر آن قسمت از خبر است که بعد از لید در سبک هرم وارونه و سبک تاریخی همراه با لید و بعد از مقدمه در سبک تاریخی قرار می‌گیرد و صرف‌نظر از اندازه (طول) مطلب، متن یا بدنهٔ خبر نامیده می شود.

- وحدت خبر

در یک نوشتار مناسب، قابل درک و مجموعاً «خوب» باید مطالب با یکدیگر هماهنگی لازم را داشته باشند. این نکته در خبر به «وحدت خبر» موسوم است که به سه شیوه می‌توان به آن دست یافت:

۱- تکرار به موقع موضوع اصلی در متن خبر
۲- استفاده از واژه‌ها و عبارات ربط‌دهنده
۳- ترکیب موضوعات و نوشتن لید ترکیبی

- مکان، منبع و تاریخ خبر

هر رویداد خبری در مکانی و زمانی به وقوع می‌پیوندد که در پاسخ به عناصر خبری «کجا» و «کی» مشخص می‌شود و همچنین خبر از سوی خبرنگاران رسانه‌های خبری کسب، مخابره و اعلام می‌شود که «منبع» خبر نام دارد.

از نخستین سطر هر خبر، مکان، منبع و تاریخ خبر باید مشخص شود.

همواره مکان و تاریخ ارسال خبر، زمان و مکان وقوع رویداد خبری نیست و منبع خبر نیز می‌تواند منبع یا منابع واسطهٔ خبر باشند.

ذکر تاریخ خبر این مزیت را دارد که مخاطبان دریابند فاصلهٔ زمانی انتشار خبر با وقوع رویداد چه مدت بوده است.

در مورد منبع خبر باید توجه داشت که از جهت حقوقی مسئولیت خبر با منبع انتشاردهندهٔ آن است. البته رسانهٔ استفاده‌کننده از خبر در ویرایش، روش تنظیم مجدد و خلاصه‌کردن خبر مختار است به شرطی که نباید اصالت خبر تغییر یابد.

- روش‌های ذکر منبع در مطبوعات

۱- هنگامی که خبر از منبع واحدی گزارش می‌شود و روزنامه عیناً آن را به چاپ می‌رساند، در این صورت در سطر اول خبر نام منبع قرار می‌گیرد و دیگر نیازی به تکرار آن در متن خبر نیست.

۲- هنگامی که رسانهٔ استفاده‌کننده از خبر دریافتی، اطلاعات تازه‌ای به خبر دریافتی می‌افزاید. در این صورت خبر دارای دو منبع خواهد بود، منبع اول که در سطر اول خبر قرار می‌گیرد نام روزنامه یا رسانهٔ استفاده کننده از خبر خواهد بود و در متن خبر، منبع دوم یعنی ارسال‌کنندهٔ خبر قرار خواهد گرفت.

۳- هنگامی که برخی منابع خبری به عنوان واسطه برای انتقال خبر عمل می‌کنند، در این حالت نام منبع واسطه در سطر اول خبر قرار می‌گیرد و منابع یا منبع اصلی در متن خبر.

۴- در خبرهای تلفیقی که با تعداد بیشتری از منابع خبری مواجهیم، روزنامه‌ها می توانند در ابتدای خبر، نام منبعی که تازه‌ترین و مهمترین خبر را ارسال کرده، بیاورند و نام منابع دیگر در بدنه (متن) خبر قرار گیرد.

- معرفی افراد در خبر

اشخاصی که در خبر به آنان اشاره می‌شود، باید به طور دقیق معرفی شوند، حتی اگر این افراد شناخته شده باشند.

ذکر عناوین دکتر، مهندس و ... ضرورتی ندارد مگر اینکه ذکر میزان تحصیلات یا درجه تحصیلی اشخاص با توجه به نوع خبر الزامی باشد. مثلاً خبرهای علمی، مذهبی و ... نام و نام خانوادگی افراد (منابع خبری) در صورتی در لید نوشته می‌شود که خواننده بتواند با خواندن آن نام، قیافهٔ شخص مذکور را در ذهن خود تداعی کند (ارزش شهرت) در غیر اینصورت بهتر است از شخصیت حقوقی و عنوان آن فرد در لید استفاده شود.

در مواقعی که شخص سمت یا مقام رسمی ندارد برای شناساندن وی می‌توان از واژه‌ها و عبارتهای کوتاه استفاده کرد.

- سابقهٔ رویداد

در مواردی که برای فهم مطالب جدید، احتیاج به سابقهٔ رویداد است، به یکی از صورت‌های زیر می‌توان سابقهٔ خبر را ذکر کرد:

۱- با افزودن یک پاراگراف کامل بعد از مطلب جدید

۲- با ذکر یک عبارت کوتاه در ابتدای خبر

- تفاوت «خبر» با «تفسیر، تشریح و تحلیل»

در خبرنویسی، رویداد آن طور که اتفاق افتاده است، گزارش می‌شود نه آن‌طور که خبرنگار، سردبیر یا هر فرد دیگر مایل باشد، اتفاق بیفتد. از این رو، خبر باید گزارش صحیحی از یک رویداد باشد و خبرنگار می‌بایست امانت‌داری امین و درستکار در انتقال خبر باشد، نه سازندهٔ خبر.

تفسیر و اظهار نظر

جنبهٔ ارزیابی ذهنی و قضاوت شخصی در مورد ریدادهای خبری، تفسیر و اظهار نظر نام می‌گیرد.

تفسیر که در رده‌بندی مقاله‌های روزنامه‌نگاری قرار می‌یگرد، نظر نویسنده در مورد یک رویداد است و در آن به عنصر خبری «چرا» پاسخ داده می‌شود و پاسخ به «چرا» استنباط نویسنده است.

تشریح و تحلیل

عبارت است از توصیف حقیقی یک رویداد بدون اظهار نظر نویسنده. نویسنده معمولاً اطلاعات جمع‌آوری شده از منابع مختلف و سابقهٔ تاریخی رویداد را به هم مرتبط ساخته، کوشش در شناساندن علت و انگیزه و همچنین نحوهٔ وقوع رویداد دارد و در واقع به عناصر «چرا؟» و «چگونه؟» توأمان پاسخ می‌گوید.