



# تفاوت‌های خبر نویسی در رسانه‌های جمعی

مطبوعات، رادیو، تلویزیون و خبرگزاری

● حسین قندی

اشاره

بخش خبری رسانه‌های جمعی از پرتعدادترین بخشهای مطبوعات و برنامه‌های رادیو و تلویزیون است به شرط آن که ویژگیهای تنظیم و تدوین اخبار در این رسانه‌ها رعایت شود. خبرگزاریها نیز از این قاعده، مستثنی نیستند. این وسیله ارتباطی نیز برای جذب مشتری و افزایش آبونمان (اشتراک) باید در ارسال اخبار شرایط و ویژگیهایی را رعایت کند تا دریافت کنندگان اخبار را راضی و اقماع سازد.

به همین دلیل باید ویژگیهای رسانه‌های جمعی را شناخت و در واقع امتیازات و محدودیتهای آنها را مدنظر قرار داد تا با توجه به آنها، به تنظیم مناسب خبر برای هریک از رسانه‌های جمعی دست یافت.

الف. رسانه‌های نوشتاری (مطبوعات)

آن دسته از رسانه‌های همگانی که برای پخش و انتشار اخبار، اطلاعات، آگاهیها و ایجاد ارتباط میان مردم و انتقال ارزشها از زبان و بیان مکتوب استفاده می‌کنند، رسانه‌های نوشتاری (مطبوعات) نام می‌گیرند که در عین حالی که دارای امتیازات و امکاناتی هستند، محدودیتهایی نیز شامل آنها می‌شود.

امتیازات یا ویژگیها

- رسانه نوشتاری ویژه نخبگان است، به دلیل آن که مخاطب آن باید سواد داشته باشد؛

- رسانه‌های نوشتاری در مقایسه با رادیو و تلویزیون از ابزار و امکانات قابل دسترس‌تر برای تولید و انتشار خبر- در شکل ابتدایی آن - استفاده می‌کنند و در نتیجه هر پیام می‌تواند به شیوه‌های گوناگون

- که رایج‌ترین آن تکثیر است - چاپ و در تیراژ بالا منتشر شود، لذا همواره تنوع مطبوعات بیشتر از تنوع دیگر انواع رسانه‌هاست؛

- برای ایجاد سیستم و دستگاه فرستنده و گیرنده رادیو و تلویزیون امکانات فنی متعدد و نسبتاً پیچیده‌ای مورد نیاز است که هزینه‌های هنگفت را دربر دارند و همچنین در اکثر جوامع موانع قانونی و سیاسی در راه ایجاد و تأسیس این گونه رسانه‌ها وجود دارد. لذا در عمل رسانه نوشتاری بیشتر از دو رسانه دیگر نقش مردمی کسب می‌کند؛ - در شکل و محتوا تنوع بیشتری نسبت به سایر رسانه‌ها دارند؛

- ویژگی مکتوب بودن رسانه‌های نوشتاری، آنها را به عنوان سند جلوه‌گر می‌کند و به مخاطبان فرصت انتخاب می‌دهد و آنان را در زمان محدود نمی‌کند. محدودیتها

- در رسانه‌های نوشتاری، خبرها همواره به طور کامل انتشار نمی‌یابند، و این امر به دلیل کمبود وقت و نیز صفحه‌های محدود و معدود است، هر چند که برخی از مطبوعات بالاترین تعداد صفحه‌ها را دارا باشند؛

- رسانه‌های نوشتاری از مشکل زمانی رنج می‌برند، این رسانه‌ها عمر کوتاهی دارند که به ۲۴ ساعت هم نمی‌رسد (روزنامه‌ها) و از سوی دیگر مدت زمان لازم برای تولید یک روزنامه از ۵ تا ۸ ساعت است، به همین دلیل امکان بهره‌گیری از تمام رویدادها را ندارند؛

- محدودیت مکانی، یعنی مشکل توزیع همزمان در همه نقاط یک کشور یا حتی یک شهر بزرگ نیز شامل آنها می‌شود.

ب. رسانه‌های گفتاری (رادیو، کاست و صفحه)

رسانه‌های گفتاری (شنیداری) آن دسته از وسایل ارتباط جمعی‌اند که مهمترین عنصر ارتباطی آنها صوت، بیان و کلام است. زبان مکتوب یا تصویری در این گونه رسانه‌ها جایی ندارد.

■ به خاطر فرار بودن کلام در رادیو، ایجاد ارتباط دشوار است و نیاز به صوت گیرا دارد که بتواند شنونده را مجذوب کند.

■ تلویزیون کامل ترین وسیله ارتباطی از نظر برخورد با احساس پنجگانه انسان است.

■ پیام های خبرگزاری ها عیناً به عموم عرضه نمی شود. مطبوعات، رادیو و تلویزیون اخبار گزارش ها، پیام ها و اطلاعاتی را که خبرگزاری ها در اختیار آنها قرار می دهند با توجه به سیاست و هدف مشخص خود به صورت یک محصول نهایی، تولید و عرضه می کنند.

تمایز می کند، محتوای آن نیست، بلکه مکانیسم و عملکرد آن به عنوان یک وسیله تصویری است؛

- استفاده از تلویزیون به عنوان یک وسیله آموزشی؛

- تلویزیون به دلیل قدرت ایجاد انگیزه و تحرک، دارای قوه جذب استثنایی و فوق العاده مخاطب است؛

- قدرت تحریک و تهییج احساسات و ایجاد ارتباط سریعتر با بهره گیری از تصویر و صوت توأمان، که رنگ نیز به این قدرت می افزاید، یک امتیاز دیگر تلویزیون است؛

- فراگیری با توجه به توسعه فنی و تکنولوژیکی ماهواره ها.

#### امتیازات یا ویژگیها

- سریع ترین و فراگیرترین وسیله ارتباطی هستند؛

- کاربرد سیاسی رادیو و نمایش قدرت به وسیله آن یکی از مهمترین ویژگیهای این رسانه در جامعه است؛

- نقش رادیو در مبارزه با بی سوادى با پخش برنامه های ویژه برای سوادآموزی و آموزش بزرگسالان تردیدناپذیر است. در واقع می توان گفت رادیو کاربرد آموزشی دارد؛

- نداشتن محدودیت زمانی و مکانی یعنی پخش ۲۴ ساعته برنامه های گوناگون و همچنین رساندن صوت به تمام جهان؛

- پیشرفت فرستنده ها و استفاده از ماهواره این وسیله ارتباطی را به وسیله ای بدون مرز تبدیل کرده است؛

- ارزانی بهای گیرنده رادیو، امکان خرید و مصرف بیشتر آن را فراهم کرده است؛

- به زبانها و لهجه های مختلف برنامه پخش می کند؛

- نیاز به توجه و خواندن همچون مطبوعات و تلویزیون را ندارد. در حین هر کاری می توان به آن گوش داد و از آن استفاده کرد؛

- رادیوهای ترانزیستوری، حمل و نقل این وسیله را آسان کرده است.

#### محدودیتها

- به دلیل فرار بودن مطالب نمی توان آن را به عقب برگرداند یا دوباره گوش کرد؛

- نمی تواند به عنوان سند باقی بماند (مگر در صورت ضبط که برای همگان میسر نیست)؛

- به خاطر فرار بودن کلام، ایجاد ارتباط دشوار است و نیاز به صوت گیرا دارد که بتواند شنونده را مجذوب کند و مطمئن باشد که شنونده به برنامه ها توجه دارد.

ج. رسانه های تصویری (تلویزیون، سینما، ویدئو)

رسانه های تصویری برای انتقال اخبار و آگاهیها از پخش تصویر و صوت توأمان استفاده می کنند. تلویزیون نشانه کامل و برجسته تصویر به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی است.

#### امتیازات یا ویژگیها

- تلویزیون کاملترین وسیله ارتباطی از نظر برخورد با حواس پنجگانه انسان است؛

- همزمان می تواند از بیان تصویری، نوشتاری و گفتاری بهره بگیرد؛

- با گرفتن محتوا و پیام از تلویزیون همچنان می تواند به عنوان یک وسیله ارتباطی قوی باقی بماند. به بیان دیگر آنچه تلویزیون را از دیگر وسایل ارتباط جمعی

#### محدودیتها

- امکان استفاده در هر زمان از تلویزیون وجود ندارد؛

- مخاطب به کار دیگری نمی تواند بپردازد و باید همه حواس خود را متوجه تلویزیون کند تا از آن بهره گیرد؛

- مطالبی که در تلویزیون بیان می شوند فرار هستند؛

- عدم امکان حمل و نقل آسان برخلاف سهولتی که در کار حمل و نقل رادیو و مطبوعات وجود دارد؛

- از بُعد فرهنگی یک برنامه تلویزیونی به طور یکسان از سوی مخاطبان دریافت نمی شود.

#### د. خبرگزاریها

خبرگزاری یک سازمان خبری-مطبوعاتی است که وظیفه و مأموریت جست و جو، تحقیق، جمع آوری و تنظیم اطلاعات و پیامهایی را دارد که ضرورتاً باید آنها را در مرکزی انباشت نماید و سپس این اخبار را به مشتریان خود (روزنامه ها، رادیوها و تلویزیونها، مراکز اقتصادی، سیاسی، سفارتخانه ها و...) ارسال دارد.

#### امتیازات یا ویژگیها

- سرعت عمل؛

- وابستگی رادیو و تلویزیون و مطبوعات به خبرگزاریها از لحاظ تهیه

## جدول ۱. تفاوت‌های خبرنویسی و انتشار اخبار در رسانه‌های جمعی

خبرنویسی	مطبوعات	رادیو	تلویزیون	خبرگزاری
سبک خبرنویسی	هرم وارونه - تاریخی همراه با لید	هرم وارونه	هرم وارونه	هرم وارونه - تاریخی همراه با لید
لیدنویسی	انواع لید: لیدنویسی با استفاده از عناصر خبر، لیدهای یک موضوعی، لیدهای چند موضوعی	انواع لید (به جز لیدهای نقلی که ناقل در پاراگراف بعد می‌آید)	انواع لید (به جز لیدهای نقلی که ناقل در پاراگراف بعد می‌آید)	انواع لید
بدنه خبر یا متن خبر	حفظ ارتباط ساختاری پاراگراف‌ها با استفاده از عوامل حفظ وحدت خبر	هر پاراگراف نیاز به منبع دارد.	هر پاراگراف نیاز به منبع دارد.	حفظ ارتباط ساختاری پاراگراف‌ها با استفاده از عوامل حفظ وحدت خبر
اندازه و محتوای خبر	خبر تقریباً کامل است. ستون تعیین کننده است.	معمولاً خبر کوتاه است. زمان تعیین کننده است.	معمولاً خبر کوتاه است. زمان تعیین کننده است.	خبر باید کامل باشد. محدودیت وجود ندارد.
سابقه خبر	تقریباً به صورت کامل می‌آید.	بسیار کوتاه در خبر می‌آید.	بسیار کوتاه در خبر می‌آید.	بطور کامل باید در خبر بیاید.
تحلیل و تفسیر خبر	به منظور ارضای نیاز خبری مخاطب تحلیل و تفسیر باید در کنار خبر بیاید.	فاصله بین خبر و تحلیل و تفسیر خبر وجود دارد.	فاصله بین خبر و تحلیل و تفسیر خبر وجود دارد.	فاصله بین خبر و تحلیل و تفسیر وجود دارد البته بستگی به نوع استفاده دارد.
تیترو	نقش اساسی در جلب و جذب مخاطب دارد.	باید دارای نقش در جذب مخاطب باشد ولی اکنون به جای تیترو از خلاصه خبر استفاده می‌شود.	باید دارای نقش باشد ولی اکنون از خلاصه خبر استفاده می‌شود.	نقش آن در تفکیک مطالب است.
انواع و اجزاء تیترو	کاربرد اساسی دارد.	کاربرد کم دارد.	کاربرد کم دارد.	کاربرد ندارد.
زبان خبر	زبان ساده، مفهوم و روشن	زبان ساده، روشن و مفهوم	زبان ساده، روشن و مفهوم	زبان ساده و زبان تخصصی
سکس، طرح، نقش	کاربرد دارد.	کاربرد ندارد.	نقش و کاربرد اساسی دارد و نقش فیلمهای خبری در جذب مخاطب بسیار مهم است.	کاربرد ندارد.
عرضه یا نمایش خبر	با استفاده از تکنیکهای صفحه بندی تنوع و گیرایی دارد.	با صوت تنوع ایجاد می‌شود موسیقی نقش مهمی دارد.	با تصویر و صوت تنوع و همچنین رنگ	تنوع ندارد.
برجسته سازی خبر	با استفاده از فنون صفحه بندی برجسته سازی صورت می‌گیرد. اندازه تیترو، استفاده از عکس، نقش، طرح، جایگاه خبر در صفحه، کادر، ترام، نگاتیو	اولویت دهی در ترتیب قرائت خبر و صوت	اولویت گذاری در ترتیب خواندن خبر، استفاده از عکس، اسلاید، فیلم صدا، رنگ	می‌تواند در سرعت بخشیدن در ارسال خبر یا تأخیر آن نقش داشته باشد یا خبر را به صورت کوتاه ارسال کند یا پی در پی جزئیات بیشتری بفرستد.

اخبار، زیرا که هیچ یک از آنها قادر نیست به تنهایی آن چنان شبکه اطلاعاتی وسیعی را در سطح جهان برای انجام کارهای خبری خود تأسیس کند. مهمترین مانع این کار هزینه سرسام آور تأمین چنین شبکه‌هایی است؛

- خبرگزاریها فروشنده عمده اخبار و پیامهای مطبوعاتی اند؛

- خبرگزاریها سبب رشد اقتصادی و عامل صرفه جویی در سازمانهای مطبوعاتی به شمار می‌روند (در ازای آبونمانی که

دریافت می‌کنند).  
محدودیتها

- مخاطبان (استفاده کنندگان مستقیم) پیامهای خبرگزاریها محدودند؛

- همه اخبار و پیامهای خبرگزاریها قابل انتشار نیستند؛

- پیامهای خبرگزاریها عیناً به مردم عرضه نمی‌شوند. مطبوعات، رادیو و تلویزیون؛ اخبار، گزارشها، پیامها و اطلاعاتی را که خبرگزاریها در اختیارشان قرار می‌دهند با توجه به سیاست و هدف

مشخص خود به صورت یک محصول نهایی تولید و عرضه می‌کنند.

اکنون با شناخت کلی رسانه‌های جمعی، ویژگیها و محدودیتها آنها، می‌توان نحوه ارائه اخبار در این رسانه‌ها را از جنبه‌های گوناگون همچون سبک خبرنویسی، لیدنویسی، اندازه و محتوا، سابقه خبر، تیترو... مورد بررسی قرار داد. از این رو به منظور سهولت در درک و برداشت، ویژگیهای خبرنویسی بطور طبقه بندی شده در جدول ۱ تنظیم و ارائه می‌شود.