



مقطع تحصیلی: کاردانی  کارشناسی  رشته: **روابط عمومی**...ترم: 2...سال تحصیلی: 1398-1399

نام درس: **اصول خبرنگاری**.. نام و نام خانوادگی مدرس: **رضوان مشاهری فرد**...  
آدرس email مدرس: **rezvan271355@gmail.com**...تلفن همراه مدرس: **09123353127**...

جزوه درس: **اصول خبر نویسی**..... مربوط به هفته : چهارم  پنجم  ششم   
text : دارد  ندارد  voice دارد  ندارد  power point دارد  ندارد   
تلفن همراه مدیر گروه : **09124058720**.....

## اصول و کلیات خبر نویسی در روابط عمومی

روابط عمومی ها با برخورداری از دانش تخصصی و پایبندی به اصول حرفه ای و اخلاقی ضمن شناخت مسئولیتها و جایگاه خویش ، نیازها و منافع متقابلی را با مطبوعات (رسانه ها) مطمح نظر قرار داده و با استفاده از راهکارهای مناسب ارتباطی و پرهیز از انتظارات نامعقول و غیر منطقی سعی در ارائه اطلاعات و اخبار شفاف و درست از سازمان به منظور فراهم سازی شرایط توسعه یافتگی و رشد یکدیگر دارند.

روابط عمومی بدلیل بهره گیری و استفاده از هنرهایی چون نویسندگی ، موسیقی ، طراحی ، خطاطی ، نقاشی و ... همواره به عنوان یک فن ، هنر و دانش تخصصی شناخته شده است . هنر نویسندگی در این میان از بیشترین کاربرد و کارایی در روابط عمومی برخوردار است و دائماً در تهیه گزارش، خبر، مقاله، بیانیه، آگهی، مصاحبه، سخنرانی، تنظیم بروشور، کاتالوگ و ... مورد استفاده قرار می گیرد.

نویسندگی در بیانی ساده عبارت است از بیان افکار و احساسات در قالب الفاظ و کلمات درست و دلنشین بطوریکه خواننده بتواند بدون زحمت و به سهولت آنرا درک نموده و مقصود نویسنده را بخوبی بفهمد.

بنیان روابط عمومی بر ارتباطات استوار است و ارتباط با رسانه از جمله محوری ترین حوزه های تخصصی روابط عمومی بشمار می رود . نگارش و نویسندگی پیش نیاز برقراری ارتباط هم سنگ و موثر و متقابل بین رسانه ها و روابط عمومی ها تلقی می گردد . رسانه ها مناسبترین فرصتها را برای ارتباط بین روابط عمومی با افکار عمومی فراهم می سازند هر چند که روابط عمومی ها باید از سایر امکانات برای انتقال اطلاعات ، اخبار و برنامه ها برای ارتباطات میان فردی و گروهی نیز بهره ببرند اما اثر گذاری و کارایی رسانه های جمعی و بخصوص مطبوعات بیشتر از سایر تکنیکها و وسایل ارتباط جمعی است .

## بررسی رابطه بین روابط عمومی ها و رسانه ها

یکی از مهمترین وظایف روابط عمومی ها بخصوص در بخش های دولتی ، تولید و تنظیم خبر و تلاش در راستای بکار گیری از راهکارهای مهم ارتباطی جهت انتشار به موقع و موثر آن در رسانه هاست .



## نکات راهنما جهت تهیه و تنظیم خبر در روابط عمومی

۱. اطلاعات دقیق، گویا و صحیح را برای مخاطبان بیان کنیم.
۲. مسائل مهم و حساس را بیان کنیم.
۳. مخاطب شناسی کنیم و همواره خود را بجای مخاطب قرار دهیم.
۴. ساده و روان بنویسیم و به غنای محتوا بیندشیم.
۵. قبل از تهیه خبر نسبت به کسب اطلاع از موضوع و افزایش میزان آگاهی از ابعاد مختلف پدیده یا واقعه کوشش نمائیم.
۶. اهداف مورد نظر در خبر رسانی از قبیل نتایج ارتباطی، تعیین نوع پیام، انتخاب کانال ارتباطی و... رابه دقت مورد نظر قرار دهیم.
۷. گویا، رسا، و مختصر بنویسیم.
۸. با زبان سوم شخص و با تکیه بر زمان گذشته بنویسیم بطوریکه احساس بی طرف بودن ما به مخاطب القاء شود.
۹. بر روی موضوع خبر و عناصر خبری تکیه کنیم و هرگز وحدت موضوعی خبر را فراموش نکنیم.
۱۰. ارزشهای خبری را مد نظر قرارداده و بهترین شکل ممکن از آنها بهره ببریم.
۱۱. چارچوب کلی خبر را بصورت مرحله ای بیان کنیم و صرفاً به زوایا یا عناصر خاصی از خبر تکیه نکنیم.
۱۲. تا حد ممکن به شیوه هرم وارونه بنویسیم.
۱۳. ترجیحاً با لیدهای متکی بر عنصر «چه چیزی» شروع کنیم.
۱۴. با بیان نقل قول های مستند، اعتبار و اعتماد خبرها را بیفزائیم و روحی جذاب و زنده به خبرها بدهیم.
۱۵. به اصل خبر بپردازیم و از تعریف، تمجید، تبلیغ یا نفی اتفاق و رویداد پرهیز کنیم.
۱۶. منابع خبری را ذکر کنیم.
۱۷. نظر خود را بجای خبر به خواننده القا نکنیم.





۱۸. از بیان مطالب حاشیه ای و آوردن مطالب جزئی و بی ارزش پرهیز کنیم .
۱۹. چنانچه در خبر مجبور شدیم لید را با « چه کسی » آغاز کنیم ، سمت و عنوان شخص را بر نام و نام خانوادگی او ترجیح دهیم .
۲۰. جمله بندی مناسب و پرهیز از اطناب در جمله نویسی را رعایت کنیم . بهترین حالت بهره گرفتن از حداکثر ۱۵ تا ۱۷ واژه در یک جمله است.
۲۱. از پاراگرافهای کوتاه استفاده کنیم و هر پاراگراف را به موضوعی خاص اختصاص دهیم . بهتر آن است که هر پاراگراف بیشتر از ۶ تا ۸ خط نباشد .
۲۲. دانش خویش در حوزه شناخت ساختار و دستور زبان فارسی را تقویت کنیم .
۲۳. مهمترین عناصر خبری از جمله چه چیزی ، چه کسی و کجا را در پاراگراف اول خبر و تحت قالب لید خبر بیان کنیم.
۲۴. مطالعه کردن و خواندن مقدمه نوشتن است . برای خوب نوشتن باید خوب مطالعه کنیم .
۲۵. بهتر است ارقام را بصورت حروفی بنویسیم .
۲۶. از بیان و بکار گیری کلمات و اصطلاحات محاوره ای در نوشته ها پرهیز کنیم .
۲۷. سرعت در تهیه ، تنظیم و انتشار خبر را هرگز فراموش نکنیم.
۲۸. غلطهای املائی و انشائی آفت خبر است . مواظب اینگونه خطاها باشیم.
۲۹. اصول اخلاقی و حرفه ای را رعایت کنیم و در چارچوبهای قانونی و اخلاقی بنویسیم.
۳۰. از بیان و کاربرد کلمات تخصصی در تنظیم خبر برای مطبوعات تا حد ممکن اجتناب کنیم .
۳۱. در بیان و نوشته ها اغراق نکنیم.
۳۲. موانع پیرامونی انتشار و درج اخبار را شناسایی و آنرا به بهترین نحو مدیریت کنیم .



۳۳. به کار گیری ساختار طراحی حرفه ای و جذاب می باشد. استفاده از فرمت چند ستونی و عناصر گرافیکی مناسب شما را به این اهداف نزدیک خواهند ساخت.

۳۴. یکی دیگر از راههایی که در جذب مخاطبین بسیار حایز اهمیت است، استفاده از دو رنگ (مشکی به همراه یک رنگ تند) در خبرنامه می باشد. استفاده از این قابلیت در رنگ آمیزی خبرنامه، آن را بسیار حرفه ای تر از خبرنامه هایی تک رنگ می نماید.

۳۵. حد اکثر از سه نوع قلم برای تیترها، متن و بخش های مهم، استفاده کنید. در خبرنامه های الکترونیکی فارسی، از قلمی استفاده کنید که نیاز به نصب جداگانه در سیستم عامل نداشته باشد. قلم مورد استفاده در خبرنامه های فارسی معمولاً **Tahoma** است که هرچند زیاد زیبا نیست ولی برای خوانندگان فارسی زبان کاملاً آشنا است. نیازی نیست از سایر قلم ها استفاده کنید. با تغییر اندازه و سایر افکت ها روی همین قلم می توانید به هدف خود برسید. اندازه قلم ۹ و ۱۰ و ۱۲ برای خبرنامه ها مناسب است.

۳۶. استفاده از کادر نظر خواهی به همراه اطلاعات تماس با ناشر، ویراستار و سایر کارمندان یکی دیگر از عواملی است که مخاطبین به آن توجه قابل ملاحظه ای دارند.

۳۷. یکی دیگر از عوامل موفقیت نشریه زمانی حاصل خواهد شد که خبرنامه در بازه های زمانی منظم چاپ شود.

۳۸. در هر نشریه خواستار دریافت پیشنهادات و انتقادات خوانندگان باشید. جهت ایجاد چنین زمینه ای، در هر نشریه از یک سری فرم نظر خواهی استفاده نمایید و یا با گذاردن آدرس پست الکترونیکی خود این امکان را فراهم سازید.





۳۹. زمان رویداد باید در خبر به صورت تاریخ یا به نسبت زمان حال ( دیروز، شنبه گذشته، ... ) ذکر شود.  
۴۰. در نقل مطلب از افراد، ذکر کردن نام کامل و سمت آنان یا رابطه آنان با موضوع خبر ( مثلاً ...، یکی از شاهدان حادثه ) الزامی است .

۴۱. در خبر نویسی فعل معلوم بر مجهول رجحان دارد، مگر فاعل اهمیت خاصی نداشته باشد یا به دلیلی حذف شود.  
از کلمات اضافی در خبر باید اجتناب شود.  
وی در ادامه سخنانش اضافه کرد : غلط  
وی افزود: درست  
در کاربرد صفات در خبر نویسی، باید از صفات سنجشی و شعارگونه خودداری کرد.  
به جای: مذاکرات مهمی بین وزیر امور خارجه ایران و لیبی انجام شد.  
نوشته شود: وزیر امور خارجه گفت: مذاکرات مهمی بین ایران و لیبی صورت گرفت .

در این حالت اظهار نظر از سوی خبرنگار به اظهار نظر از طرف منبع تغییر می یابد که از نظر اصول خبر نویسی بهتر است، البته در تفسیر و تحلیل نویسی استفاده از این گونه صفات جایز و گاهی لازم است.



قابل توجه مدرسین محترم : حداقل 4 صفحه در هر هفته برای ارائه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.