



(اهدایی جمعیت دانشگاهیان آذربایجانلی به نشریات دانشجویی سراسر کشور)

بسمه تعالی

نشریات دانشجویی به عنوان یکی از ابزارهای دانشجویان برای بیان دیدگاه‌های و افکار خود، از جایگاه قابل توجهی برخوردار است. از آنجا که اکثر مطبوعات جامعه ما، پیرو تفکرات خاص سیاسی و جناحی هستند، نشریات دانشجویی می‌توانند پیام‌رسان حقیقی جامعه باشند. افزایش هماهنگی بین این نشریات ضرورتی غیرقابل انکار بوده و است. از اینرو، جمعیت دانشگاهیان آذربایجانی با مساعدت و همکاری نشریات دانشجویی آذربایجانی، «اولین جشنواره نشریات دانشجویی آذربایجانی سراسر کشور» را برگزار نمود.

جزوه اصول روزنامه‌نگاری حاضر که به همت برادر عزیزمان ایرج محمودی دانشجوی کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری تهیه گردیده است، از طرف جمعیت دانشگاهیان آذربایجانی جهت استفاده کلیه نشریات دانشجویی کشور تقدیم می‌گردد.

والسلام

جمعیت دانشگاهیان آذربایجانی

سازمان وسایل ارتباط جمعی

گسترش علوم ارتباطات و نیاز بشر به کسب اخبار و آگاهی‌های روزمره جهانی در حداقل زمان و ارزش‌گذاری خبر در گذر ثانیه‌ها سبب شده‌است تا ضمن توسعه سازمانهای ارتباط جمعی، تخصص‌های گوناگونی نیز با توجه به این نیازها بوجود آید.

تشکیلات و سازمان وسایل ارتباط جمعی در هر کشور با توجه به نیازهای فرهنگی - اجتماعی آن بوجود آمده‌است و هر چند که تفاوتی در ساختار سازمانهای خبری آمریکا، اروپا، آسیا و آفریقا وجود دارد با این حال شباهتهای آن نیز کم نیستند. طبق سازمان خبری هر چند گسترده‌تر و عظیم‌تر باشند، بی‌شک به تعداد بیشتری از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران نیازمند است و به همین دلیل از شعبه یا سرویسهای بیشتری بهره می‌گیرد. اما داشتن خبرنگار و روزنامه‌نگار بیشتر مستلزم توان مالی آن مؤسسه و به طبع رساندن مطلب به مخاطبان خود می‌باشد. با وجودی که در نشریات دانشجویی و نشریات آذربایجانی متخصصان حرفه‌ای خیلی کم وجود دارد. به همین خاطر لازم دیدیم برای کسانی که در امر فرهنگی منطقه خودشان کارهایی را انجام می‌دهند، جزوه‌ای تحت عنوان اصول روزنامه‌نگاری تهیه کنیم، باشد که مورد استفاده آن عزیزان قرار بگیرد.

سازمان تحریریه

- هر سازمان تحریریه در روزنامه‌ها، مجله‌ها، خبرگزاری‌ها و رادیو و تلویزیونها از عوامل زیر تشکیل یافته‌اند که با توجه به نوع رسانه خبری و همچنین مخاطبین آن می‌تواند تغییراتی را شامل شود.
- ۱- سردبیر: وظیفه سردبیر که در رأس سازمان خبری یا تحریریه قرار می‌گیرد، هماهنگ کردن عوامل اجرایی و فعالیتهای آنان با خط مشی رسانه، ایجاد ارتباط و هماهنگی بین گروهها، شعب یا سرویسهای گوناگون و اعمال مدیریت در کلیه بخشهای خبری، نظارت بر امور خبری و تعیین برنامه‌های کوتاه مدت و بلندمدت برای حسن اجرای کار می‌باشد. به همین خاطر سردبیر، روزنامه‌نگار آگاه و خبره‌ای است که بر تمام امور روزنامه‌نگاری اشراف دارد و با یاری گرفتن از علم مدیریت در وسایل ارتباط جمعی بهترین و بیشترین بهره را از عوامل خبری خود می‌گیرد. در بعضی مواقع، معاون سردبیر در حکم جانشین و قائم مقام سردبیر فعالیت می‌کند. در واقع همراه و همگام سردبیر، ناظر بر حسن اجرای کار است.
 - ۲- 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، نویسندگان است که در رأس آنها دبیر سرویس در محدوده‌ای کوچکتر، وظایف سردبیر را در حوزه سرویس خود بر عهده دارد و اعمال مدیریت می‌کند.
 - ۳- دبیر فنی: مسئولیت بخش صفحه‌آرایی، صفحه‌بندی و بطور کلی امور فنی از لحظه حروفچینی تا مرحله چاپ و نظارت را بر عهده دارد. در این سرویس صفحه‌آرا، گرافیست، طراح، خطاط، نقاش و کاریکاتوریست هر یک بنابر هنر خود عضویت دارند.

مفاهیم اساسی در خبرنویسی

خبری که از طریق وسایل ارتباط جمعی، بویژه مطبوعات به اطلاع مردم می‌رسد، باید درست، روشن و جامع باشد. این مفاهیم باید از مرحله گردآوری اطلاعات حول یک رویداد تا مرحله ارائه آن در نظر گرفته شوند.

۱- درستی خبر: یکی از مسئولیتهای رسانه‌های خبری، ارائه اطلاعات درست به مخاطبان است. اطمینان از درستی مطلب از ضروریات حرفه روزنامه‌نگاری است. خبرنگار باید رویداد را آن طوری که اتفاق افتاده است، نه آن طور که مایل است اتفاق افتاده باشد، به اطلاع مخاطبان برساند. چاپ تکذیب‌نامه‌ها از طریق اشخاص و سازمانهای دولتی و خصوصی در روزنامه‌ها و مجله‌ها نشانه بی‌توجهی به تهیه خبر صحیح یا کامل از طرف خبرنگار، سردبیر یا هر مسئول دیگر است. انتشار مطالب نادرست یا اشتباه سبب سلب اعتماد مردم از روزنامه، مجله یا هر رسانه خبری دیگر می‌شود.

۲- روشنی خبر: نوشته خبری باید با صراحت و روشنی تنظیم شود. روزنامه‌نگاری که از یک رویداد یا یک مقاله می‌نویسد اگر نتواند اطلاعات خود را به زبان ساده، رسا، روشن و بدون ابهام بنویسد، نمی‌تواند در کار خود موفق باشد. اصطلاحات حقوقی، فنی، پزشکی و غیره باید طوری نوشته شود که فهم مطالب برای همگان آسان باشد.

۳- **جامعیت خبری:** خبر باید جامع و کامل باشد و به پرسشهایی که برای مخاطبان خبر بوجود می‌آید، پاسخ گوید. بدین منظور باید کوشش کرد به پرسشهای مربوط به «عناصرخبر» به طور کامل پاسخ داده شود، که بعداً در این مورد توضیحاتی ارائه خواهیم کرد.

ارزشهای خبری

هر روز صدها و شاید هزاران رویداد کوچک و بزرگ در گوشه و کنار جهان اتفاق می‌افتد، اما امکان تهیه گزارش از تمام آنها وجود ندارد و تعداد زیادی از وقایع نیز ارزش خبری لازم را برای گزارش و انتقال آنها به مخاطبین ندارند. بنابراین برای تشخیص اینکه چه رویدادی ارزش تهیه گزارش دارد، احتیاج به معیارهایی است که به کمک آن بتوان وقایع را ارزشیابی و گزارش جامعی از آن رویداد برای مخاطبان تهیه کرد. به این معیارها ارزشهای خبری می‌گویند.

۱- **دربرجی:** رویداد هنگامی دارای ارزش دربرگیری است که بر روی تعداد زیادی از افراد جامعه تأثیری در زمان حال یا آینده داشته باشد. دربرگیری ممکن است به نفع یا زیان چه مادی و معنوی افراد جامعه را سبب شود. مثلاً واقعه‌ای که در آذربایجان اتفاق افتاده است، بتواند برای کل افراد و مردم آذربایجان تأثیر بگذارد.

مثال: شناسنامه کلیه اتباع کشور تعویض می‌شود.

۲- **شهرت:** اشخاص حقیقی و حقوقی و حتی برخی از اشیاء هرگاه بخاطر فعالیتها و معروفیتشان در جامعه ملی و فراملی شناخته شده باشند، ارزش خبری دارند.

وزیر صنایع فردا به آلمان می‌رود

رئیس جمهور به آلمان می‌رود

استاندار آذربایجان شرقی به میانه می‌رود

برج ایفل رو به انهدام است

۳- **برخوردها، اختلافها، درگیریها، منازعهها:** این گونه رویدادها حاوی برخورد (اختلاف، کشمکش یا درگیری) میان افراد، گروهها، ملتها، حیوانات با یکدیگر در طبیعت هستند. برخورد ممکن است جهانی (فیزیکی) یا فکری و ایدئولوژیکی باشد.

مثال: تظاهرات دانشجویی سراسر کره جنوبی را فرا گرفت

دانشجویان دانشگاه تبریز نسبت به بدی کیفیت غذا تحصن کردند.

۴- **استثناها و شگفتیها:** سرقت عادی است ولی ممکن است نحوه سرقت عجیب باشد. اختراعات و اکتشافات را

می‌توان بعنوان نمونه‌هایی از رویدادهای دارای این ارزش خبری را نام برد. برای مثال :

زنی ۹۰ ساله در ایالت گرجستان هند طی زایمان طبیعی نوزاد دختری را به دنیا آورد.

دلیل اهمیت: جالب بودن واقعه، تحریک حس کنجکاوی مخاطبان

زنی در استرالیا ۱۲ قلو حامله شده است

تعداد فرزندان یک روستایی در شبستر به ۴۰ نفر رسید.

۵- **بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار:** این ارزش خبری به اعداد و آمار مربوط است. برای مثال،

۷۰ نفر در برخورد دو اتوبوس در جاده تبریز و اورمیه کشته شدند.

۶- مجاورت: واقعه‌ای که برای یک نفر خوب است ممکن برای فرد دیگری خبر نباشد. مجاورت به دو صورت می‌تواند برای مخاطبان ارزش خبری داشته باشد: مجاورت جغرافیایی و مجاورت معنوی. روزنامه‌نگارانی که در حوزه نشریات آذربایجان کار می‌کنند، سعی کنند در صفحه اول خود یک تیتراژ ملی بزنند، یک تیتراژ در حوزه آذربایجان و تیتراژ دیگر در سطح یک شهر که واقعه یا اتفاقی در آن افتاده است. مجاورت جغرافیایی: استاندار جدید ارومیه انتخاب شد. مجاورت معنوی: دانشمند ایرانی اهل میاندوآب، مرد علمی سال شد.

۷- زمان یا تازگی رویداد: رویدادی که امروز اتفاق افتاده است، اگر امروز گزارش نشود از نظر حرفه روزنامه‌نگاری به تاریخ پیوسته است. وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، امروز در اطلاعیه‌ای شایعه شیوع بیماری وبا را در کشور تکذیب کرد.

عناصر خبر (که؟ کجا؟ کی؟ چه؟ چرا؟ چگونه؟)

که؟ (چه کسی؟) (افراد حقیقی)

چهار هزار کودک در سال گذشته میلادی به اتهام ارتکاب جرایم گوناگون در دادگاههای ترکیه محاکمه شدند. در این مثال چهار هزار کودک که در اول تیتراژ آورده شده است، عنصر خبر (که) می‌باشد. مجلس مسلمانان انگلیس از سیاستهای نژادپرستانه دولت این کشور علیه مسلمانان انتقاد کردند. مجلس مسلمانان انگلیس یعنی چه کسی از عناصر خبر که می‌باشد.

کجا؟

مثال: کرمان - خبرگزاری جمهوری اسلامی: طرح برق‌رسانی روستای دارستان با اعتباری در حدود ۴ میلیون ریال پایان یافت و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. (کرمان عنصر خبر کجا می‌باشد)

کی؟ (زمان)

آموزش و پرورش تبریز امروز اعلام کرد نتایج امتحانات چهارم نظری یک هفته به تأخیر افتاد (امروز عنصر خبر کی؟) چه؟

به مثال زیر که مصاحبه با مدیر نمایشگاه بازرگانی ایران در کویت است، توجه کنید:

که: (نام و نام خانوادگی) مدیر نمایشگاه بازرگانی

چه: پایان کار نمایشگاه

چه: فروش بالغ بر ۵ میلیون کالا در طی نمایشگاه

در مصاحبه‌ها به صورتی، عناصر «که» و «چه» نسبت به سایر عناصر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و در این بین، اهمیت عنصر چه از دیگر عناصر خبر بیشتر است.

چرا؟ چگونه؟

عنصر «چرا» علت، دلیل یا انگیزه به وجود آمدن رویداد را بیان می‌کند و عنصر «چگونه» نحوه، چگونگی و طریقه وقوع رویداد را.

مثال: (چرا؟)

شدت بارندگی سبب جاری شدن سیل در استان اردبیل شد و خسارات مالی به مبلغ ۱۰۰ میلیون ریال بر جای گذاشت.

مثال : (چگونه؟)

اولین نمایشگاه منسوجات صادراتی، طی مراسمی با سخنان استاندار آذربایجان شرقی در پارک ائل گلی گشایش یافت.

لید

پاراگراف یا بند اول خبر، مصاحبه، مقاله به سبک هرم وارونه "لید" می‌گویند. "لید" در زبان انگلیسی به معنی "هدایت و راهنمایی" است. در حقیقت پاراگراف اول یا لید خبری می‌تواند خواننده را به خواندن متن خبر، مصاحبه یا مقاله هدایت کند یا او را از خواندن و پیگیری آن باز دارد. لید معمولاً شامل یک یا حداکثر (۳۰ تا حداکثر ۴۰ واژه) است. در لید چکیده مهم‌ترین مطلب یا خلاصه مهم‌ترین قسمت بیان می‌شود تا خواننده را جذب کند و او را به خواندن متن و دنباله آن ترغیب نماید.

هنگام تهیه لید پرسش‌های زیر را باید مطرح کرد :

کدامیک از نکات واقعه از دیگری مهمتر است؟

ارزشهای خبری واقعه کدام است؟

تغییرات جدید رویداد چه بوده است؟

چگونه می‌توان با حداقل واژه‌ها، بهترین لید را نوشت؟

مثال لید :

نمایندگان، بودجه ۲۰ هزار ریالی سال ۱۳۷۸ را در آخرین ساعات سال گذشته در مجلس با اکثریت آرا تصویب و برای اجرا به دولت ابلاغ کردند.

عناصر ششگانه در این لید عبارتند از :

که؟ نمایندگان

کی؟ در آخرین ساعات گذشته

کجا؟ در جلسه علنی مجلس

چه؟ تصویب بودجه ۲۰ هزار میلیارد ریالی ۱۳۷۸

چرا؟ برای ابلاغ و اجرا توسط دولت

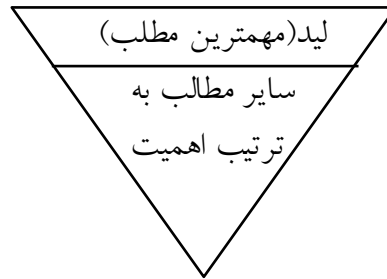
چگونه؟ با اکثریت آرا

هنگام نگارش لید باید توجه داشت که می‌توان مطالب را با تأکید بر یکی از شش عنصر خبر تنظیم کرد و باید در نظر گرفت کدام تأکید و برجستگی با توجه به ارزشهای خبر لازم است تا خواننده (مخاطب) را به سوی مطالب نشریه جذب کرد.

سبک های روزنامه نگاری

۱- یک هرم وارونه: امروزه کارآمدترین و رایج‌ترین سبک ارائه و تنظیم خبر، مصاحبه و مقاله، سبک هرم وارونه است. در سبک هرم وارونه، "مهمترین مطلب" در ابتدای آن و کم‌ارزشترین مطلب در انتهای آن قرار می‌گیرد. و هر قسمت با توجه به میزان اهمیت آنها از بالا به پایین تنظیم می‌شود. سبک هرم وارونه یکی از کاراترین روش انتقال اطلاعات است. باید دانست که اکثر خوانندگان (مخاطبان) روزنامه، حدود نیم تا یک ساعت از وقت خود را صرف خواندن

روزنامه نمی‌کنند. خواننده معمولاً خواندن مطلب را با تیتراژ شروع می‌کند. اگر آن مطلب را مرتبط به کار و زندگی‌اش دانست، به خواندن بقیه خبر ادامه می‌دهد.



سبک هرم وارونه

مزایای سبک هرم وارونه:

- ۱- در لید، چکیده مهم‌ترین مطلب ارائه می‌شود.
- ۲- از نظر خواننده (مخاطب) زمان کمتری برای دریافت مهم‌ترین مطلب لازم است.
- ۳- خواننده را خسته نمی‌کند.
- ۴- حس کنجکاوی خواننده را به سرعت ارضا می‌کند.
- ۵- متن آن بر پایه ارزش مطالب ترغیب می‌کند.

کاتهای سبک هرم وارونه:

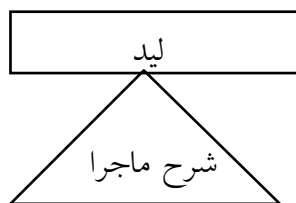
اعمال نظر روزنامه‌نگار در برجسته‌کردن مطالب بیشتر از سایر سبک‌هاست. به علت خلاصه‌شدن مطلب یا حذف مطلب توسط سردبیر، برخی از اطلاعات از متن حذف می‌شود. از هرم وارونه در مصاحبه‌های خبری، سخنرانی‌ها، سمینارها، کنفرانس ... می‌توان استفاده کرد.

۱- **سبک تاریخی:** مطالب با توجه به ارزش خبری آنان نوشته نمی‌شود بلکه به ترتیب زمان وقوع یا به ترتیبی که اتفاق افتاده است، تنظیم می‌شود. دستور جلسه‌های رسمی معمولاً به سبک تاریخی نوشته می‌شود.

۱-۱- مزایای سبک تاریخی:

- الف- کاملترین مطلب بیان می‌شود.
 - ب- اعمال نظر روزنامه‌نگار در برجستگی مطلب به مراتب کمتر است.
- ۱-۲- **کاستی‌های سبک تاریخی:**
- الف- زمان بیشتری برای دریافت مهم‌ترین مطلب لازم است.
 - ب- خواننده را احتمالاً خسته می‌کند.
 - ج- ترغیب همه خوانندگان به خواندن خبر با توجه به تفاوت میزان حوصله، وقت و سواد مشکل است.

سبک تاریخی همراه با لید: ترکیبی از سبک تاریخی و سبک هرم وارونه است. ابتدا چکیده مهم‌ترین مطلب در پاراگراف اول مطلب قرار می‌گیرد. سپس ماجرا یا رویداد به آن صورتی که اتفاق افتاده است به ترتیب زمان وقوع، همانند سبک تاریخی، شرح داده می‌شود.



سبک تاریخی همراه با لید

تیترا

تیترا هدایتگر خواننده به سوی مطلب است. جمله یا عبارتی است که به مطلب هویت می‌دهد، می‌تواند خواننده را به خواندن مطلب ترغیب کند یا او را از خواندن باز دارد. روزنامه‌خوان پویا است و مطالب مختلف را انتخاب می‌کند. مخاطب با نگاه پیدا می‌کند، انتخاب می‌کند و سپس می‌خواند. به همین دلیل نوشتن تیترا مناسب برای خواننده کار آسانی نیست.

ویژگی‌های تیترا:

- ۱- بیان پیام خبری به طور خلاصه و فشرده
 - ۲- ترغیب خواننده به خواندن «لید» و متن خبر (خرید روزنامه)
 - ۳- تعیین اهمیت و ارزشیابی مطالب مختلف
 - ۴- تکلیف مطالب مختلف روزنامه از یکدیگر
 - ۵- کمک به زیبایی صفحه‌های روزنامه
- تیترا را باید از لید مطلب انتخاب کرد. در آخر تیترا نباید نقطه گذاشت.
- روتیترا سازمان سنجش آموزش کشور :
- تیترا: نتایج کنکور سراسری هفته آینده اعلام می‌شود
- تیترا بالا تیترا بدون ابهامی است، اگر روتیترا هم حذف شود ابهامی وجود ندارد. زیرا به صورت یک تیترا مستقل معنی‌دار و مشخص، عمل می‌کند.
- روتیترا: تیترا است که در بالای تیترا اصلی قرار می‌گیرد و با حروف کوچکتری نوشته می‌شود روتیترا مقدمه یا موقرن تیترا اصلی یا مستقل است.
- زیر تیترا: بعد از تیترا اصلی (معمولاً در صفحه اول) و با حروف کوچکتر نوشته می‌شود.
- خلاصه تیترا: در پاره‌ای از موارد که خبر طولانی و حاوی مطالب متعدد است می‌توان خلاصه‌ای از مطالب مهم را بعد از تیترا اصلی یا زیر تیترا به صورت جمله‌های مستقل بیان کرد.
- سوتیترا: سوتیتراها خبرهای طولانی یا مطالبی نظیر گزارش، مصاحبه یا مقاله‌های طولانی به عنوان یک عامل در تنوع، صفحه‌آرایی و زیبایی صفحه به کار می‌رود. تا چشم خواننده در لابلای حروف ریز متن خسته نشود.

مثال :

روتیتر: بهره‌برداری از کشتی «ایران هرمز- ۲۵» در بوشهر
تیتر اصلی: نخستین خط کشتیرانی ایران- قطر افتتاح شد
زیرتیتر: کشتی «ایران-۲۵» ظرفیت ۱۵۰ مسافر و ۵۰۰ تن بار را دارد.
خلاصه تیتر: هر مسافر می‌تواند تا ۵۰ کیلومتر به طور رایگان همراه داشته باشد.

مصاحبه

به طور کلی مصاحبه برای یکی از سه منظور انجام می‌گیرد:

- ۱- دریافت اطلاعات بیشتر در مورد یک رویداد.
- ۲- آگاهی از واکنش افرادی عادی و سرشناس در مورد رویداد.
- ۳- انعکاس عقاید، نظرها، افکار و اطلاعات ویژه شخصیت‌های خبرساز، مقامات مسئول و دیگر افراد جامعه.

مراحل تهیه یک مصاحبه: روزنامه‌نگاری که اطلاعات ناچیزی درباره موضوع مصاحبه و مصاحبه شونده دارد، معمولاً مصاحبه‌ای ناقص تهیه کرده و براساس اطلاعات ناقص بدست آمده، مطلب ناقص تهیه می‌کند. داشتن آمادگی قبلی می‌تواند در موارد زیر به روزنامه‌نگار کمک کند:

- ۱- مصاحبه شونده متوجه می‌شود که روزنامه‌نگار در کارش جدی است و اطلاعاتی درباره موضوع مورد مصاحبه دارد.
- ۲- وقت مصاحبه با طرح مطالب که امکان بدست آمدن آن از راه‌های دیگر ممکن است، تلف نمی‌شوند و مصاحبه به موضوع‌های اصلی اختصاص خواهد یافت.
- ۳- تحقیق قبلی، امکان پرسش‌های مهم را بوجود می‌آورد.
- ۴- جریان مصاحبه در کنترل روزنامه‌نگار خواهد بود و امکان طرح مسایل پیش پا افتاده ضعیف است. ایجاد ارتباط با مصاحبه شونده مهمترین مرحله برگزاری یک مصاحبه است.

تنظیم مصاحبه‌ها: مصاحبه خبری معمولاً برای تکمیل موضوع‌های خبری صورت می‌گیرد، مطالب جمع‌آوری شده در اطراف یک موضوع متمرکز بوده و مناسب‌ترین سبک، سبک هرم وارونه است. هنگامی که در مصاحبه موضوع‌های گوناگون مطرح شده‌باشد، ابتدا در لید چکیده مهمترین مطالب ارائه می‌شود و پس از توضیحات مربوطه به موضوع لید، می‌توان در پاراگراف‌های بعدی (سوم و چهارم) فهرست سایر مطالب مصاحبه را شروع کرد.

گزارش

گزارش به عنوان شعر نغز مطبوعات جایگاه برجسته و مهمی در روزنامه‌ها و مجله‌ها دارد، به این دلیل که شعر زبان تصویری زیبایی دارد و گزارش نیز چنین است. هرچند که با خبر عجین باشد. گزارش یک خبر توصیفی و تصویری است. گزارش توضیح، تشریح و توصیف خبر است.

گزارش توضیح و توصیف خبری است که اتفاق افتاده است.

نقش گزارش در مطبوعات:

در عصری که رسانه‌های الکترونیکی (رادیو، تلویزیون، ماهواره و...) به سرعت برق و باد به اخبار و رویدادهای روز دسترسی دارند و آنها را در سریعترین زمان ممکن در اختیار مخاطبان خود می‌گذارند. نمی‌توان برای مطبوعات، نقش خبررسانی به مفهومی که تا چند دهه قبل رایج بود، قایل شد. اگر مطبوعات در عصر سلطه رسانه‌های الکترونیک ماندگار، تقویت و گسترش یافته‌اند، به دلیل توانایی در خبررسانی الکترونیکی پس از دریافت خبر از آنها، مطرح می‌شود. زیرا که پخش اخبار از رسانه‌های الکترونیکی که معمولاً موجز، ناکافی و فاقد جزئیات و تشریح و تحلیل است، ولی مخاطبان را به یافتن اطلاعات بیشتر، جامع‌تر و دقیق‌تر در مورد آن موضوع و رویداد فزونی می‌بخشد و در جست و جوی اطلاعات افزون‌تر رویکرد عمومی به مطبوعات سیر صعودی می‌یابد، بنابراین آیا ارائه جزئیات و تشریح و تحلیل یک رویداد یا موضوع، جز در قالب "گزارش" می‌تواند صورت گیرد؟

در واقع می‌توان گفت که برای مردم، این مهم است که یک رویداد "چرا و چگونه" به وقوع پیوسته است، واقعیت‌های نهفته در لایه‌های زیرین موضوع چیست، دیگران در مورد آن چه نظری دارند. و به بیان دیگر، این برای مخاطب مهم است که امکان یابد یک موضوع اجتماعی یا رویداد خاص را در ابعاد و زوایای مختلف ببیند و آن را بازکاوی کند. کاربرد دیگر گزارش را برای مطبوعات جهان سوم می‌توان در عرصه پردازش و ارائه اخبار و رویدادهای مربوط به امور توسعه، عمران و آبادانی، اختراعات و ابتکارات، خلاقیتها و نوآوریها و تلاشهای مؤفق افراد، سازمانها و بخشهای مختلف اجتماعی دانست.

بنابراین گزارش از پر جاذبه‌ترین بخشهای هر نشریه می‌باشد. چه از یک طرف مردم حضور خود و تجلی دیدگاهها، مسایل و خواستههای خود را از طریق گزارش در مطبوعات می‌بینند و از جانب دیگر نسبت به درستی یا نادرستی آنها از طریق نظرات گوناگونی که از سوی کارشناسان، مسئولان و... ارائه می‌شوند پی می‌برند و بدین ترتیب امکان رشد اجتماعی بیشتر آنها فراهم می‌گردد. از سوی دیگر فرآیند هوشیارسازی و بسیج اجتماعی در جامعه شکل می‌گیرد. انواع گزارش:

- ۱- گزارش خبری: گزارش از رویداد و حادثه، سخنرانیها، کنفرانسها، مجامع و مراسم مختلف، گزارش درباره خبری که اتفاق افتاده یا در شرف وقوع است یا در آینده اتفاق خواهد افتاد.
- ۲- گزارش تحقیقی یا اجتماعی: این نوع گزارش در مورد مسایل، مشکلات و واقعیتهای مختلف اجتماعی و انتخاب موضوعات مناسب با شرایط خاص زمان و مکان و نیازهای عمومی تهیه می‌شود و از مؤثرترین و کارآمدترین انواع گزارش است.
- ۳- گزارش از محل: این نوع گزارش به مناسبت بازدید از یک محل خاص که می‌تواند برای بخشی از مخاطبان جاذبه داشته باشد. مثل دیدار از یک شهر، منطقه یا بازدید از موزه‌های آثار باستانی، میراث فرهنگی و... تهیه می‌شود.
- ۴- گزارش از شخص: این قبیل گزارشها می‌تواند درباره اشخاص معروف و سرشناس افراد مورد توجه عموم و کسانی که مردم نیاز به شناخت و آشنایی بیشتر با آنان دارند، و حتی افراد گمنام و غیر مشهور که شخصیت، زندگی، کار یا خصوصیات آنان برای مخاطبان هم جاذبه دارد.

۵- گزارش از سفر: این نوع گزارش‌ها همین امروز هم در مطبوعات جای ویژه فرد را دارند. بسیاری از گزارش‌گران در سفرهای خود به یافته‌ها و دست‌آوردها و نکات قابل‌ذکری دست می‌یابند که بیان هنرمندانه و عالمانه آنها می‌تواند برای مخاطبان جالب و خواندنی باشد.

۶- گزارش علمی - تخصصی: گزارشی است که برای تشریح یک رویداد یا موضوع علمی در یک زمینه خاص، یا برای انعکاس عملکردها، فعالیتها، موفقیتها یا شکستهای یک مرکز یا مؤسسه علمی - تحقیقاتی تهیه می‌شود. از جمله تهیه گزارش درباره انجام یک عمل جراحی بی‌سابقه، کشف علمی، طراحی و تولید ماشین‌آلات تازه، ارائه تئوریهای جدید در زمینه‌های مختلف علمی و ... قابل‌ذکرند.

۷- گزارش مصور: گزارشی است که در آن ارائه اطلاعات و واقعیتها از طریق تصویر (عکس) صورت می‌گیرد و به ویژه در مورد حوادثی از قبیل: صفحه‌های مختلف جنگ‌ها و درگیری‌ها، کمک‌رسانی‌ها، زلزله، مراسم اهدای جوایز و موارد دیگر.

گزارش، شکل بسط‌یافته یا گسترش‌یافته خبر است که می‌کوشد جزئیات وسایل دور از دسترس در یک خبر صرف را برای خواننده بازگو کند. گزارش هنر بیان غیرمستقیم واقعیتهاست.

گزارشگر کیست؟

در جریان تهیه گزارش، گزارشگر نقش بسیار حساس و مهمی بر عهده دارد، هم اوست که می‌تواند حامل تلاش و کوشش خود را با بهترین و جذابترین شکل و محتوا به خواننده ارائه کند و نیز این خطر وجود دارد که با سهل‌انگاری، اهمال‌کاری، بی‌مسئولیتی، ضعف، بی‌تجربگی و ناپختگی و عدم تسلط بر موضوع، بذری در شوره‌زار پاشد و دست آخر نه او و نه مخاطبان، هیچ حاصلی نبرند. به طور کلی گزارشگر وظیفه بازگویی واقعیتها را بر عهده دارد و نه ساختن آنها را.

مراحل تهیه یک گزارش:

- ۱- تعیین یا انتخاب موضوع
 - ۲- مطالعه مقدماتی درباره موضوع
 - ۳- گفت‌وگو با مردم
 - ۴- نظرخواهی از کارشناسان
 - ۵- گفت‌وگو با مسئولان
 - ۶- مشاهدات و تجربه‌های گزارشگر
- بهترین سبک برای گزارشگری، سبک هرم وارونه می‌باشد.

مقاله‌نویسی

در مطبوعات مقاله‌نویس در جایگاه بسیار مهمی قرار دارد که جایگاه مقاله در مطبوعات در رأس مطالب دیگر است و از این‌رو نویسندگان مقاله‌ها نیز بعنوان عناصر مجرب، آگاه و فرهیخته شناخته می‌شوند. در واقع این نویسندگان و آراء و نظرات آنهاست که به مقاله وجهه، شان و مقام بالا می‌بخشد. چنان که مخاطبان با مشاهده نام نویسندگان به انتخاب مقاله و مطالعه آن می‌پردازد.

ارکان و ساختار مقاله:

- ۱- وحدت موضوع: یعنی حفظ موضوع (سوژه) واحد که مقاله بر اساس آن که موضوع اصلی را تحت‌الشعاع قرار دهد.
- ۲- وحدت زمان: به معنای حفظ و ثبات زمان مقاله است و مخاطب مقاله باید با زمان رابطه برقرار کند و زمان برایش قابل عکس باشد. این رکن به تازگی موضوع خبر که مقاله در مورد آن نوشته می‌شود هم ارتباط پیدا می‌کند.
- ۳- وحدت مکان: یعنی حفظ مکان واحد در مقاله، همانگونه که زمان مقاله باید برای مخاطب آشنا باشد و خواننده بتواند با احساس قرابت، با آن ایجاد ارتباط کند، به همین دلیل نباید از ظرف مکان خارج شده و وحدت آن را نادیده گرفت.
- ۴- انسجام: حفظ و یکپارچگی جزیه جز مقاله انسجام است، بطوریکه خواننده با سطور مختلف مقاله از شاخه‌ای به شاخه‌ای دیگر پرانده نشود و چون یک قطعه شعر نظمی خاص را شاهد باشد. تسلط بر زبان نگارش و رعایت قواعد دستوری و صرف و نحو و قدرت نویسندگی از مایه‌های اصلی مقاله‌نویسی است که نویسنده با رعایت آن می‌تواند انسجام مقاله را حفظ و از پراکندگی آن اجتناب کند.
- ۵- استنتاج: هر مقاله مطبوعاتی باید دارای وحدت موضوع، وحدت مکان، وحدت زمان و انسجام باشد و در پایان، پیام مقاله، راه حل یا پیشنهاد آن در خلاصه‌ترین و روشترین شکل به خواننده ارائه شود. ارائه پیام با استفاده از چهار رکن یاد شده همان "استنتاج" مقاله است.

چگونه می‌توان مقاله نوشت؟

میل و علاقه به نوشتن، ارائه پیام در مقاله، در نظر گرفتن سلیقه و خواست خواننده و این که در کجا و برای چه کسانی می‌نویسیم از مواردی است که مقاله‌نویسی که در ابتدای کار است باید بیشتر مورد توجه قرار دهد. نویسندگی در مطبوعات بعنوان یک کار هنری، شوق و علاقه به حرفه را طلب می‌کند. مقاله‌نویسی که نوشته‌هایشان در مطبوعات با استقبال مواجه می‌شود درباره موضوع مورد علاقه‌شان می‌نویسند و ضمن اشتیاق به نوشتن، به آنچه به تحریر درمی‌آورند، ایمان دارند. اعتقاد و ایمان به فکر مکتوب لاجرم نوشته را با موفقیت روبرو می‌کند. زیرا خواننده بی‌اختیار جذب صداقت و باورهای گنجانده شده در مقاله می‌شود.

مقاله خواه دارای سوژه واقعی، خواه تخیلی، باید دارای پیام باشد. بعنوان مثال در مورد " وحدت و تفاهم و همبستگی جامعه " پیام باید در یک جمله دقیق و روشن بیان شود. و نویسنده باید احساس و قضاوت خود را در این باره بنویسد و در حقیقت این جمله یا پیام، زمینه اصلی مقاله را تشکیل می‌دهد. پیام در واقع فشرده مقاله و نه تنها مبین عقیده شخصی نویسنده در مورد موضوع مقاله است، بلکه نحوه برداشت و زاویه دید نویسنده را نیز نسبت به آن موضوع خاص روشن می‌کند.

در نگارش یک مقاله خبری یا تحقیقی یا هر نوع مقاله دیگر ابتدا حقایق مورد نظر و سپس نمونه‌ها و مثال‌های مربوطه مطرح می‌شود. چنانچه در بازخوانی مقاله، پیچیدگی حس شد، معنایش این است که مقاله نیاز به تحقیق بیشتر و کاوش در تشریح و توضیح دارد و در واقع مقاله‌نویس باید به این پیچیدگی از این طریق مبارزه کند، اما در مقاله‌هایی با سوژه تخیلی، گاه گره و پیچیدگی عمومی است و ابهام به لطف ماجرا و گیرایی مقاله کمک می‌کند. مثلاً در مورد یک عادت

اجتماعی که در مقاله به آن پرداخته می‌شود، ممکن است تا پایان نوشته گره مطلب را باز نکنیم تا خواننده را تا انتهای مقاله بکشانیم و ضربه یا شوک حاصل از حل‌گره را در پایان به خواننده وارد سازیم.

هنگام مطالعه یک مقاله، خواننده باید با پیام نویسنده احساس همداستانی و نزدیکی کند، چه در زاویه دید خواننده باشد و چه نباشد، هر یک از احساس باید به نحوی خواننده را به شوق وا دارد. طبیعی است که مقاله خبری، تحقیقی و مستند بیشتر مورد توجه افراد متخصص قرار می‌گیرد و مقاله تخیلی مورد توجه کسانی است که ماجرا، هیجان و معما را بیشتر می‌پسندند به هر حال نوشته مؤفق باید هر دو گروه از خوانندگان را جلب کند. شناخت جامعه و آشنایی به روان شناختی مردم، به روزنامه‌نگار کمک می‌کند تا در این راه موفق‌تر از دیگران باشد. در هر حال باید دانست، هر نوشته و مقاله‌ای جایگاه ویژه‌ای در رسانه‌های جمعی دارد و همچنین خوانندگانی متفاوت. چاپ یک مقاله تحقیقی و مستند در یک مجله فکاهی، معقول به نظر نمی‌رسد. همچنین یک مقاله مانند اجتماعی در یک روزنامه صرفاً سیاسی فاقد خواننده است. یک مقاله رادیویی و تلویزیونی نیز باید در جایگاه خود عرضه و ارائه شود تا ضمن آن، هم تکلیف خواننده با مقاله روشن باشد و هم مقاله‌نویس با شناخت از جایگاه ارائه مقاله، بتواند در چهارچوب تعیین شده با مخاطبانش سخن بگوید. این نکته بیشتر در مورد مقاله‌های تخصصی مطرح است، هرچند که جراید روزنامه و همگانی نیز لاجرم در صفحات گوناگون غیر خبری باید چنین امری را رعایت کند. با این اوصاف هر مقاله دارای ارزش ویژه‌ای است. نثر مقاله، دید نویسنده، سبک نوشته و ویژگی‌های بارزی است که سبب شناخت مردم نسبت به مقاله می‌شود.

موضوع یابی:

مقاله بدون موضوع یا سوژه معنا و مفهومی نمی‌یابد، اما بسیاری از کسانی که می‌خواهند مقاله‌نویسی را تجربه کنند در یافتن سوژه در می‌مانند و گاه در چنین بحرانی اصولاً مقاله‌نویسی را به کنار می‌گذارند. روزنامه‌نگاران حرفه‌ای از هر رویدادی حتی ناچیز و غیر مهم، از هر حادثه یا واقعه‌ای که در اطرافشان رخ می‌دهد یا در هر کوچه و خیابان می‌بینند یا در خانه خود یا همسایگان‌شان و دیگران اتفاق می‌افتد، موضوع می‌سازند و با پروراندن آن به کمک شیوه‌های نویسندگی، مقاله‌ای گیرا و جذاب فراهم می‌آورند.

برای کسانی که در ابتدای این راه هستند، موضوع‌یابی ابتدا کاری دشوار می‌نماید، اما با کمی توجه به اطراف و حول و حوش خود و کنجکاوای در مسایل عادی و روزمره موضوع را پیدا می‌کند.

الف : موضوع :

۱ - خاطره و تجربه: یادآوری خاطره و بازگویی تجربه‌های بدست آمده، راهی برای یافتن موضوع برای مقاله‌نویسی است. بخاطر آوردن یادهای شیرین یا اندوهبار گذشته، نگاه به دفتر یادداشت که هر خبرنگاری برای نت‌برداری از حوادث روزمره باید همراه خود داشته باشد و خاطرات دوران کودکی می‌تواند موضوع‌های تازه دیگری برای نگارش مقاله برای مقاله‌نویسان فراهم آورد. کندوکاو و کنجکاوای در مسایل روزمره نیز از این مقوله جدا نیست و منابع سرشاری از سوژه برای مقاله‌نویس خواهد بود.

۲ - تجربه دیگران: یک خبرنگار و روزنامه‌نگار، شریک دنیای دیگران نیز هست. در گفت و گوها در مجالس و محافل عمومی، در تفریحگاه‌های عمومی، سالنهای سینما و هر جا که هست در پی موضوع و سوژه می‌گردد. مکالمه یک راننده تاکسی با مسافر برای او سوژه است گفتگوی دو مسافر برای او سوژه است، نگاه کنجکاویش را باید هر طرف چرخانده پشت چراغ قرمز هنگامی که در اتومبیل نشسته به اطراف و عبور و مرور مردم توجه کند به خاطر حرفه‌ای که انتخاب

کرده می‌بایست موشکافانه‌تر از افراد دیگر با رویدادها، حوادث و رخدادها برخورد کند. یک اتفاق به ظاهر ساده ممکن است، برای او سوژه‌ای گیرا برای نوشتن مقاله باشد. وقتی با کسی سخن می‌گویند، تجربیات شخص مقابل را ارزیابی کند و محک زند، شاید سوژه و موضوع‌های مناسبی برای مقاله‌نویسی یافت.

۳- بهره‌گیری از نشریات: مقاله‌نویس باید در جریان مداوم اخبار و وقایع باشد تا ضمن تقویت قوه حافظه و دید خبری به سوژه‌های مختلفی که می‌توان از زوایای گوناگون روزنامه‌ها، مجله‌ها و هر نوشته‌ای یافت، دست پیدا کند. در لابلای هر خبر و نوشته‌ای در مطبوعات سوژه‌های فراوانی وجود دارد که از نگاه بسیاری از مردم دور می‌ماند، اما چنین موضوع‌هایی از نگاه یک خبرنگار کنجکاو نباید دور بماند.

۴- رادیو و تلویزیون: توجه به برنامه‌های تلویزیونی و رادیو اعم از سخنرانی‌ها، نمایشنامه‌ها، بخشهای خبری و... ضمن آنکه یک مقاله‌نویس را با افکار و عقاید و پیش‌های گوناگون آشنا می‌سازد، منابع سرشار و نامحدودی از موضوع‌های گوناگون را در ذهن متبادر می‌سازد که پرورش هر کدام، سوژه مناسبی برای تهیه مقاله است. انتقاد به یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی، روشنگری در زمینه یک مسئله اجتماعی، استفاده از یک گزارش تلویزیونی که از مردم تهیه شده، تپق یک گوینده، یک اسلاید یا قطعه ای موسیقی که پخش می‌شود و دهها مورد دیگر سوژه مطلوبی برای یک مقاله مطبوعاتی باشد.

۶- آگهی‌های تبلیغاتی: تبلیغات، امروز به عنوان فراگیرترین پدیده اجتماعی در محیط و پیرامون و حتی در زندگی خصوصی و خانوادگی ما رخنه کرده است. این پدیده فراگیر، مطرح‌ترین مسائل اطرافمان را نیز در بر می‌گیرد. حتی در فرهنگ محاوره نیز رسوخ می‌کند و به یادگار می‌ماند، به طوری که بسیاری از ما کالاهای را به نام تجاری آن می‌خوانیم. این هجوم تبلیغاتی عمدتاً از طریق رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد. بیش از نیمی از صفحات جراید یومیه را آگهی پر کرده است که بسیاری از آنها، موضوع‌هایی ناب برای مقاله نویسی است. یک آگهی خداحافظی (تودیع)، آگهی شاگرد اول‌ها و حتی آگهی‌های ترحیم و تسلیت‌گاه موضوع‌هایی در بردارند که نه تنها یک سوژه برای مقاله نویسی بلکه به عنوان یک پدیده اجتماعی مطرح می‌شود. مقاله نویسان پرکار از این پدیده‌ها به نحو مؤثری استفاده می‌برند.

ب- شناخت موضوع - انواع موضوع:

کثرت مسائل و موضوع‌های پیرامون ما به حدی است که لاجرم برای یک مقاله‌نویس تقسیم‌بندی آن مشکل می‌نماید. هر مقاله‌نویس سبک خاص و دید ویژه‌ای نسبت به مسائل دارد و گرد سوژه‌هایی می‌چرخد که با نثر وی سازگار و همگون باشد. به همین دلیل تقسیم‌بندی سوژه‌ها به خودی خود برای یک مقاله نویس مطرح می‌شود و طبعاً در محدوده ذوق و قریحه و نثر وی دور می‌زند. مقاله‌نویسانی که در ابتدای کارند با این قضیه باید آسانتر برخورد کنند تا در کوران کار و تجربه به سبک خویش برسند.

برای چنین مقاله‌نویسانی تقسیم‌بندی زیر می‌تواند دید بازتری نسبت به موضوع‌های مختلف بدهد تا گامهای بعدی را بتواند راحت‌تر و مطمئن‌تر بردارند.

۱- موضوع‌های عینی: موضوع‌های عینی شامل همه سوژه‌های سیاسی، اقتصادی، هنری و فرهنگی است که اکثر افراد جامعه با آنها ارتباط دارند و برای همگان یکسان معنا می‌شود. به عنوان مثال مشکلات آموزشی در مدارس یا واردات مواد غذایی و نظایر آن برای اکثر افراد جامعه ملموس و عینی است.

۲- موضوع‌های ذهنی و مبهم: موضوع‌هایی که مادی و ملموس نیستند و هر یک از افراد جامعه نسبت به تفکر، نحوه برداشت، تجربه و آموزشی که دیده‌اند برداشت خاص از آنها دارند، هر چیزی که عقیده همه درباره آنها یکسان باشد، مانند: شهادت، حسادت، شجاعت یا انسانی که اعتماد به نفس دارد، کیست؟

۳- طراحی یک شخصیت: نگارش مقاله درباره یک شخصیت، بررسی زوایا و نکات ریز، موشکافی و معرفی شخصیت مورد نظر است مانند: پزشک چگونه آدمی است؟ ورزشکار چه خصوصیات دارد؟ روزنامه‌نگار کیست؟ و... در این رده از موضوع‌ها قرار می‌گیرد.

تکلیف مقاله‌نویسی:

الف - شروع یا مقدمه مقاله:

مقاله‌نویسان مجرب به آغاز یا مقدمه مقاله اهمیت ویژه‌ای می‌دهند و آنرا ویرترین نوشته خود می‌دانند. آنچه بعنوان شروع یا مقدمه مقاله می‌آید می‌تواند ضمن جلب‌نظر و توجه خواننده به مطالعه، نکته جدید و تازه‌ای نیز باشد و همین تازگی است که به مقاله جذابیت می‌دهد و آنرا خواندنی می‌کند.

۱- ساده، مستقیم و خبری: در این نوع مقدمه، نویسنده در ابتدا موضوع را برای خواننده مطرح یا خبری که در مورد آن به ارائه نظر می‌پردازد، بیان می‌کند. در یک جریان منطقی - تشریحی با نتیجه‌گیری مقاله را به پایان می‌برد.
مثال:

«قانون جدیدی برای مطبوعات وضع کرده‌اند که من هنوز شأن نزول آنرا نمی‌دانم. اگر سمع قبول و همدلی و تفاهمی وجود داشته باشد با قانون قدیم هم می‌شد خیلی کارها کرد و اگر پای‌بست درست نباشد قانون جدید هم‌دردی را دوا نمی‌کند...»

«نگین - اردیبهشت ۱۳۲۲»

۲- نقل قول و اقتباس از افکار و عقاید دیگران: در این مقدمه، نویسنده با یک جمله یا بند از نوشته یا افکار مشاهیر علمی، ادبی، مذهبی و... مقاله را آغاز می‌کند. ممکن است نقل از یک فرد غیرمشهور و عادی هم باشد.
در هر حال نقل قول باید در ارتباط با موضوع مقاله باشد، در تقویت اظهارنظر نویسنده مؤثر افتد و جذابیت لازم را ایجاد کند.

مثال: لوئیس ممنورد تاریخدان بزرگ، بحث می‌کرد که رم به دلیل عدم کاردان سیاسی یا مشکلات اقتصادی یا حتی بر اثر حملات بربرها سقوط نکرده است. بلکه بر اثر از بین رفتن معانی اصیل زندگی و ایمان در بین مردم سقوط نموده است. ممنورد می‌گوید رم بر اثر بربریت درونی سقوط کرده است. آیا واقعاً فاصله تاریخی زیاد بین رم و آمریکا وجود دارد که نشود گفت، کلمات ممنورد در مورد آمریکای امروز تا حدی صحت دارد؟..

«واشینگتن پست ۳۰ مه ۱۹۹۳ - نورمن لیر»

۳- امثال و حکم (مثل، حکایت، روایت): نوع دیگر شروع مقاله می‌تواند با ذکر مثل، حکایت، باشد. مطالعه و جمع‌آوری این نکته‌ها به مقاله‌نویس در ارائه به موقع آنها کمک می‌کند. هر آنچه که بعنوان مثل، حکایت یا روایت در ابتدای مقاله نوشته می‌شود باید با موضوع و متن مقاله هماهنگ باشد.

مثال: «می‌گویند: برادر مرگ است، ولی کسی نگفته پدر و مادرش کیست، پدر ترس جهل. تا انسان نیست به کسی و چیزی، یا محل و موضوعی بی‌اطلاع نباشد از آن نمی‌ترسد...»

«خواندنیها - شماره ۴ - سال ۳۸»

۴- شعر: آوردن مصرع، بیت یا ابیاتی از اشعار شاعران گذشته و حال، کهن و نو در ابتدای مقاله می‌تواند به جذابیت مقاله کمک کند. در واقع بخاطر کلام و زبان موجز شعر و در عین حال معنای آن می‌توان در کمترین واژه‌ها، بیشترین معنا، منظور و مقصود را از نگارش مقاله بصورت شعر در ابتدای مقاله نوشت.

مثال: این مثل بشنو که شب دزدی نهید در بن دیوار حفره میبیرید

نیم‌بیداری که او رنجور بود طقطق آهسته‌اش را می‌شنود

«مثنوی و معنوی دفتر سلام»

۵ - وضعی: مقاله‌نویسانی که قلم‌شان دارای قدرت تصویرپردازی و تشریح است معمولاً از چنین روشی برای شروع مقاله استفاده می‌کنند. این روش برای توصیف یک واقعه یا صحنه و عینیت بخشیدن به موضوع و خواننده را در صحنه قرار دادن، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مثال: «مصیبتی که هم‌اکنون عراق در آن سر برد، مصیبت آوارگی کرده‌های عراقی در شمال و شرق مرزهای عراق با

ترکیه و ایران نیست، بلکه مصیبتی است برای خود رژیم عراق در بغداد.»

«مجله‌الوطن العربی - ۱۹ آوریل ۱۹۹۱»

نگارش مقاله؛ جمع‌آوری اطلاعات:

نگارش مقاله هر چند که مانند دیگر کارهای مطبوعاتی ریشه در سلیقه مختلف با این حال از تکنیک ویژه‌ای برخوردار است. عده‌ای معتقدند که در مقاله باید سبب نگارش آورده شود و عده دیگر را اعتقاد بر این است که جنبه‌های جدید موضوع مقاله، در آغاز به لطف آن می‌افزاید. هرچند که سابقه موضوع مقاله بستگی به پیشینه سوژه دارد اما اکثر روزنامه‌نگاران براین عقیده‌اند که نویسنده مقاله با آگاهی به اهمیت تازگی موضوع باید تاریخچه و سابقه را ذکر کند زیرا که سابقه به خواننده کمک می‌کند تا مقایسه کند و سوژه‌ها را در زمانهای مختلف بسنجد و اهمیت آنرا درک کند. با این حال در یک جمع‌بندی می‌توان به این افکار و سلیقه‌ها یک سازمان واحد برای نگارش مقاله داد، زیرا بدون هریک از این موارد مقاله به هدف خود نخواهد رسید.

اقدام به تهیه طرح کلی، ذکر نکته مهم، علت تحریر مهم، جنبه‌های تازه و جدید، اشاره به سوابق و نکات مهم، مدارک و اطلاعات (با استفاده از منابع مختلف) و سر آخر نتیجه گیری اقدام کلی برای نگارش یک مقاله مناسب و جالفتاده را پی‌ریزی می‌کند، ضمن آنکه اگر انتقادی در مقاله صورت می‌گیرد، راه‌حل نیز باید گفته شود خواه مقاله‌نویس نکته مهم و هدف مقاله را در لفافه و ابهام گفته باشد یا در ابتدا و مستقیم.

متن مقاله:

از شروع مقاله سخن گفته شده اینک درباره متن مقاله باید گفت که اقدام به طرح کلی به این معنی است که نویسنده قبل از نگارش، فهرستی از آنچه می‌خواهد بنویسد، تهیه کند و این شامل اطلاعات یا موضوع خبری است که درباره آن می‌نویسد. سپس سابقه موضوع را فراهم آورد. نکته اساسی یعنی استدلال خود را با استفاده از منابع مکتوب و غیرمکتوب مثل نظرات دیگران و گفته‌ها و شنیده‌ها، محکم کند و آنچه را بعنوان پیام یا نتیجه خواهد آورد را بسنجد. هر چقدر استدلال محکم باشد، نتیجه‌گیری آسانتر خواهد شد و خواننده را نیز همراه خواهد کرد.

مثال: وقتی که هیچ کس به تجاوز (نه) می‌گوید.

شروع:

وصفی (تراژدی بوسنی به خونهای ریخته شده مردم و ویرانی یک کشور محدود نمی‌شود. میراث واقعی سارایوو، توزلا و سربرنیتسا و سایر شهرهای مسلمان نشین بطور مسلم در سرزمین‌های دوردست، سالها احساس خواهد شد.) این نظریه در مورد عراق، کشوری که توسط قدرتهای اروپایی بعد از جنگ جهانی دوم با هم وصل کردن ایالتهای مختلف از نظر قومی به وجود آمد، کاملاً فرق می‌کند. وقتی بعد از جنگ خلیج فارس کردهای شمال عراق و مسلمانان شیعه در جنوب هر دو علیه رهبری سنی مذهب مرکزی در بغداد، قیام کردند. دنیای خارج از حمایت این قیامها یا اجازه دادن به تجزیه این کشور ثروتمند نقضی خلیج فارس به سه قسمت با نژادهای مختلف کرده متفقین به رهبری آمریکا یکپارچگی خاک عراق را بر مسئله خودمختاری - از ترس اینکه تجزیه عراق موجب بی‌ثباتی یا بروز فعالیت‌های اسلامی در سایر نقاط منطقه خواهد شد، ترجیح دادند. با هر انگیزه‌ای بود، حتی در این رابطه پیام شدیدی برای ناامید کردن و به وجود آوردن کشورهای چندملیتی داده شد.

اطلاعات: در حالی که مدت کمتر از یک سال، دنیا در برخورد با بحران یوگسلاوی درست بر عکس معامله کرد. تحت فشار آلمان، اروپا با شتاب دو کشور اسلونی و کروات را بعد از این که دو جمهوری فوق رأی به جدا شدن از یوگسلاوی دادند، بدون میانجیگری و توجه به عواقب این مسئله به رسمیت شناخت.

استقلال:

در نتیجه، اکنون ادعاهای تجزیه‌طلبانه در کشورهای مشابه نه تنها در اروپا بلکه در سرزمینها به ویژه پس از آن که دنیا هیچ‌گونه داوری درستی در مورد این تقاضاهای تجزیه‌طلبانه اعمال نمی‌کند، خیلی بیشتر شده است. نهایتاً خاموش شدن آتش این بحران، تجزیه بوسنی را در کشورهای سراسر جهان به طور ناخوشایندی به صورت الگو درمی‌آورد. بهره‌گیری از منبع برای قدرت بخشیدن به نظر و استدلال:

آلن کسوف، سرپرست پروژه روابط نژادی در پرینستون نیوجرسی می‌گوید: «اروپا یک سرزمین پیشرفته باتفاوت‌های فاحش، به خاطر مسئله نژادی دوبار درگیر جنگ جهانی شد و به نظر می‌آید که مسئله حل شده و دوباره تکرار نخواهد شد. میلیون‌ها انسان به خاطر این جنگها وهولوکاست (نسل‌کشی - کشتار همگانی) فدا شدند، ولی اروپایی‌ها درس نیاموخته‌اند و این عدم موفقیت فراتر از مسئله نژادی است. این مسئله نشان می‌دهد که اروپا حتی بعد از جنگهای جهانی، اداره امور خود را نمی‌تواند به دست بگیرد.»

اطلاعات: این وضعیت به ویژه در مورد مسائل حقوق بشر انعکاس پیدا می‌کند. در طول نیمه دوم قرن بیستم، استاندارد جدیدی برای رعایت حقوق افراد و اقلیت‌ها تنظیم شده است. کثرت شواهد منطقه‌ای و بین‌المللی برای اولین بار حقوق بشر را طبقه‌بندی نموده است.

استدلال:

ولی بوسنی اکنون تجربه متناقض را پیش کشیده است. یک چنین برخورد سطحی اروپایی‌ها در پاسخ به بدترین نوع نقض حقوق بشر در سرزمین اروپا در پنجاه سال اخیر نه تنها در اروپا بلکه در سایر سرزمینها نیز بار مسئولیت را از گردن سایر گروهها برمی‌دارد.

نظر و استدلال: این از همپاشی بوسنی همچنین به طور مؤثری را به دو منطقه یا مجموعه تقسیم‌بندی می‌کند، آنهایی که ارزش مداخله دارند و آنهایی که ارزش خرج کردن منابع یا سرکوفت سیاسی را ندارند.

پیام - نتیجه: سپس مشکل میلیونها آواره که به طور نامعلومی جابجا خواهند شد، پیش می‌آید. چون مسلمانان بوسنی در سرزمینهای محل تولدشان پذیرفته نمی‌شوند. ناچار مشابه فلسطینیان، اکراد و ارمنیان، عمل خواهند کرد. در اروپا جایی که

کمونیسم بعد از جنگ جهانی دوم نیمه شرقی خاک آن را مورد استفاده قرارداد تنویر افکار در اصل از آنجا گسترش پیدانمود، اینها اولین افرادی خواهندبود که سلب اختیار از آنها می‌شود. تراژدی بوسنی از همین حالا غیر قابل تحمل است، ولی از نظر تأثیر تاریخی، بهای آن قابل تشخیص نیست.

”والسلام“