



معهد
الجزيرة للإعلام

فن روایتگری برای تلویزیون

گزارش میدانی برای تلویزیون

محمد بقالی



معهد
الجزيرة للإعلام

راهنمای خبرنگاری

فن روایتگری برای تلویزیون

گزارش میدانی برای تلویزیون

نویسنده:

محمد بقالی

تحریر

محمد خمایسه

مرکز مطالعات رسانه ای الجزيرة

طراح:

أحمد فتاح

حقوق شبکه الجزيرة محفوظ است ۲۰۲۴

فهرست

فصل اول: خبرنگار میدانی و گزارش تلویزیونی:

- گامهای اول ۱۰
- ۱- ویژگی‌های خبرنگار موفق: تلفیق استعداد و آموزش ۱۱
- ۲- چگونه می‌توان در چند دهه خبرنگار موفق شد ۱۳

فصل دوم: گزارش تلویزیونی میدانی: ویژگی‌ها و

- خصوصیات ۱۶
- ۱- گزارش تلویزیونی: روایت تصویری داستان ۱۶
- ۲- ویژگی‌های گزارش تلویزیونی میدانی موفق: لذت خبر ۱۹
- ۳- انواع گزارشهای تلویزیونی میدانی: از خبر تا روایت ۲۲

فصل سوم: گزارش تلویزیونی از ایده تا اجرا

- ۲۷ ۲۷
- ایده: معیارهای انتخاب موضوع گزارشهای تلویزیونی ۲۸
- زاویه پرداخت: اجتناب از کلی گویی ۳۰

فصل چهارم: از ایده تا پخش: مراحل تهیه گزارش

- تلویزینی ۳۲
- تمهیدات اولیه ۳۴
- کار میدانی: تصویر و مصاحبه ۳۷
- تولید نهایی ۳۷

فصل پنجم: مولفه‌های گزارش تلویزیونی: ادوات

- مختلف لحن واحد ۳۸
- ۱- تصویر: پایه گزارش و رکن اساسی آن ۳۹
- الف: انواع تصویر: حجم در خدمت معنی ۳۹

- ب: حرکت دوربین: سیاق و معنی ۴۴
- ج: موقعیت دوربین: پیشی گرفتن از تدوین ۴۵

۲- قواعد دهگانه فیلم-برداری: جستجوی معنی در خلال

- استراحت ۴۷

فصل ششم: مصاحبه-ها: روایت داستان از زبان

- شخصیت-های آن** ۵۷

- ۱- معیارهای انتخاب شخص برای مصاحبه ۵۸

- ۲- انواع مصاحبه-ها ۵۹

- ۳- مصاحبه از زاویه شکل ۶۰

- ۴- مصاحبه از زاویه محتوی ۶۱

- ۵- قواعد کلی مصاحبه ۶۲

- ۶- موقعیت-های خاص ۶۳

فصل هفتم: صدای طبیعی: شنیدن صدای بیننده

- ۱- اهمیت صدای طبیعی: گوش شیفته هر چه زیباست. ۶۵

- ۲- روش بکارگیری صدای طبیعی: ترجیح کیفیت بر کمیت ۶۶

فصل هشتم: تحلیل تلویزیونی: مهارت نوشتن برای

- تصویر** ۶۷

- اهمیت متن درگزارش تلویزیونی: تصویر به تنهایی کافی نیست .. ۶۷

قواعد اساسی نوشتن متن تلویزیونی: نزدیکی به تصویر و دوری

- از انشانویسی ۶۹

فصل نهم: ایستادن در برابر دوربین... امضا با صدا و

- تصویر** ۸۰

- ۱- هدف از ایستادن در برابر دوربین: اولویت اعتبار ۸۰

- ۲- انواع ایستادن در برابر دوربین: مکان و سیاق ۸۱
- ۳- ایستادن در برابر دوربین از نظر شکل: جزئیات تفاوت آفرین ۸۲
- ۴- ایستادن در برابر دوربین از نظر مضمون: انتخابهای سخت ۸۳

فصل دهم: روشهای تولید گزارش: چگونگی روایت

- داستان** ۸۵
- داستان، آغاز همه چیز ۸۶
- روایت داستان از زبان شخصیت‌های آن: جستجوی نمونه‌های نشان دهنده داستان ۸۶
- بیان افکار عمومی با تمام جزئیات ۸۸
- همراه کردن بیننده با داستان ۸۸

فصل یازدهم: تدوین: ساخت نهایی داستان

- ۱- مراحل تدوین: تقسیم روشمند ۹۰
- ۲- برنامه تدوین: اهمیت بافت داستان ۹۱
- ۳- ساختار تدوین: جستجوی معیار نظام بخش ۹۲

فصل دوازدهم: پوشش زنده: قدرت بدیهه و اعتبار

- بخش زنده** ۹۴
- ۱- ویژگی‌های پخش زنده: اینجا و اکنون ۹۴
- ۲- ویژگی‌های پخش زنده موفق: جستجوی قدرت اقناع ۹۵
- ۳- آمادگی لازم برای پوشش زنده: پیش از ایستادن در برابر ۹۶
- دوربین ۹۷
- ۴- انواع مصاحبه‌های زنده: از اخبار عادی تا مصاحبه‌های حرفه‌ای ۹۹



محمد البقالي

درباره نویسنده:

- فرستاده شبکه الجزیره در اورپا و مقیم پاریس
- در سال ۲۰۰۶ فرستاده الجزیره در کشورهای مراکش، تونس، سودان، سودان جنوبی، فرانسه و کشورهای دیگر
- مشارکت در پوشش خبری بسیاری از وقایع مهم از جمله: انقلاب تونس، جنگ علیه لیبی، موجهای مهاجرت به اروپا، جنگ ارمنستان و آذربایجان، گفتگوهای پرونده هسته-ای ایران
- دکترای علوم اجتماعی رسانه از مراکش
- کارشناسی ارشد روابط بین الملل و دیپلماسی از فرانسه
- لیسانس خبرنگاری از مرکز مطالعات پیشرفته رسانه و ارتباطات

مقدمه:

مصرف کنندگان تولیدات رسانه به سختی می-توانند این جهش را درک کنند. این جهش بر پایه دو انقلاب همزمان روی داد: انقلاب اول مربوط به انقلاب تکنولوژی معاصر است که در پی آن ابزارهای رسانه تا حد امکان کوچک شده تا جایی که تلفن همراه اکنون کارکردهای بسیاری از دستگامها را می-تواند انجام دهد. بدین معنی که موبایل جای دوربین فیلم برداری، میکروفون، و هاردهای ذخیره اطلاعات را گرفته و همزمان امکان اتصال به اینترنت را فراهم می-کند. انقلاب دوم نیز مربوط به شبکه-های اجتماعی است. این شبکه-ها امکان ارتباط شبکه-ای بسیار گسترده-ای را فراهم کرده و به کاربران امکان داد بدون موانع اطلاعات را انتشار داده، و عمل گردش اطلاعات را با بالاترین سرعت انجام دهند. این چنین جهان در طول تنها چند سال شاهد جهش بسیار بزرگی در دنیای رسانه و گردش اطلاعات بود؛ و از اطلاعات اندک به دنیایی از اطلاعات منتقل شد.

همانطور که عرضه اندک در اقتصاد باعث افزایش قیمت کالا می-شود، در مقابل افزایش عرضه قیمت آن کالا را کاهش می-دهد. لذا انبوه تصویر جذابیت آن را از بین برده است؛ و پخش مستقیم دیگر جذابیت خود را از دست داده و تلویزیون دیگر تنها منبع اطلاعات نیست. به همین خاطر

چگونه می-توان خبرنگار میدانی شد؟ این سوال در آغاز نگرانی-های فراوانی در دل‌های علاقه-مندان مبتدی برای ورود به این وادی داشت. این افراد تازه کار و علاقه-مند به ورود با حرفه خبرنگاری برای تلویزیون با چالش‌های فراوانی روبه-رو بودند؛ اما با توسعه و تطور وسایل ارتباط جمعی پاسخ به این پرسش اندکی ساده شده و فضای رسانه شاهد ترکیب این حرفه با انواع دیگر انتقال اخبار و وقایع است. به این معنی که هر کس با داشتن تلفن همراه و صفحه-ای در فضای مجازی و شبکه-های اجتماعی، می-تواند وارد این میدان شود.

انقلاب اطلاعاتی که جهان در دهه-های اخیر شاهد آن بود، و با ظهور شبکه-های اجتماعی به اوج خود رسید، ویژگی منحصر به فرد خبرنگار و انتقال اخبار و وقایع را از خبرنگار ستاند و دیگر تنها منبع روایت وقایع نیست. آنچه یک کادر تلویزیونی با همه ادوات و ابزار بزرگ و کوچک مانند دوربین، میکروفون، وسایل تدوین و غیره، انجام می-داد، اکنون هر فردی می-تواند با در دست گرفتن تلفن همراه انجام دهد.

این جهش رو به جلو به صورت تدریجی بدست نیامده تا بتوان با آن سازگار شد؛ بلکه در مدت بسیار کوتاهی صورت گرفت. لذا اهل رسانه و توده

تا زمانی که هر فردی تلفن همراه به دست گیرد و بتواند همزمان تصویر برداری، صدابرداری، و ذخیره اطلاعات را انجام دهد، می-توان آن را به یک گروه خبرنگاری تشبیه کرد.

اما باید پرسید اکنون چه چیزی برای خبرنگار باقی مانده است؟ چه چیزی خبرنگار تلویزیون را از فعالان شبکه های اجتماعی متمایز می-کند؟ چه چیزی خبرنگار را از وبلاگ نویس و حتی شهروند عادی که بر اساس معاهدات بین المللی حق برخورداری از اطلاعات دارد را متمایز می-کند؟ در حالی که هر شهروندی حق دارد اطلاعات مختلف را به دست آورد و آزادانه نشر دهد.

به نظر می-آید فاصله خبرنگار حرفه-ای و فعالان رسانه و کاربران شبکه-های اجتماعی بسیار اندک است. اما تفاوت بین این دو نیازمند استدلال نیست. لذا بدون پرداختن به جزئیات و نظریات می-توان گفت که تفاوت این دو مربوط به قواعد حرفه-ای است که عمل خبرنگار را در چهارچوب معینی قرار می-دهد، همچنین ضوابط اخلاق حرفه-ای، قالبهای فنی، تفاوت بین عمل حرفه-ای و سرگرمی، و قوانین حرفه خبرنگاری این دو را از هم متمایز می-کنند.

این تفاوتها به وضوح بر تعامل مخاطبی که به منبع اطلاعات اعتماد دارد، منعکس می-شود. مخاطب به منبع اطلاعات خبرنگار و رسانه بیشتر از شبکه اجتماعی اعتماد دارد. لذا

می-توان گفت که قدرت رسانه در دقت و اعتبار آن نمود می-یابد؛ این دو امر نیز به طور اساسی به قواعد و ضوابط حرفه-ای و اخلاقی این حرفه در ارتباط-اند.

به طور کل، داشتن تلفن همراهی که دوربین قدرتمندی دارد، داشتن شبکه-ای در یوتیوب، نشر داستان در فیسبوک، و غیره نمی-تواند از فرد عادی خبرنگار یا روزنامه نگار موفق بسازد. درست است که این امور وی را به فرد تاثیرگذاری در شبکه-های اجتماعی تبدیل می-کند، اما نباید بین این تاثیرگذاری و حرفه خبرنگاری برای تلویزیون خلط کرده و این دو را یکی بدانیم. زیرا خبرنگاری تابع قواعد و ضوابط اخلاقی و حرفه-ای بسیار سفت و سخت است.

این دلیل نشان دهنده تفاوت آشکاری است که خبرنگار را از دیگران متمایز می-کند. این امور نشان دهنده خبرنگار موفق و ویژگی-های گزارش تلویزیونی موفق است.

اما همه این دلایل هر چه شامل و کامل باشند، نمی-تواند جایگزین آموزش و تمرین حرفه باشد. همانطور که بدون ورود به آب نمی-توان شناکردن یاد گرفت، نمی-توان بدون ورود به میدان و تولید گزارش به خبرنگار موفقی تبدیل شد. لذا ارتکاب خطا، یادگیری و تکرار امری ضروری است.

محمد البقالی خبرنگار الجزیره در فرانسه

فصل اول

خبرنگار میدانی

و گزارش تلویزیونی

گامهای نخست:

در زمره حرفه‌های آزاد به شمار می‌رود و از راههای مختلفی می‌توان وارد آن شد، و هیچ شرطی برای گذارندن دوره‌های دانشگاهی و واحدهای درسی برای خبرنگار شده وجود ندارد، و خبرنگاران موفقی می‌توان یافت که از رشته‌های مختلف وارد این وادی شده‌اند، اما این آزادی ورود به این وادی، به همان اندازه که موجب غنای این حرفه می‌شود، به همان اندازه خبرنگار را به یادگیری مستمر و توسعه مهارت‌های خود وامی‌دارد.

عقیده بر این است که خبرنگاری بین دو راهی استعداد و حرفه قرار دارد و خبرنگار موفق کسی است که بتواند این دو را با هم جمع کند. گزارش میدانی در وهله اول شور و شوق برای انجام کار است. این شور و شوق خبرنگار را قدر می‌سازد که همه سختی‌های گزارش میدانی را تحمل کند. اما این شور هر چقدر فراوان باشد، به تنهایی کافی نیست. زیرا خبرنگاری حرفه‌ای است که قواعد و ضوابط حرفه‌ای و اخلاقی خود را دارد. درست است که خبرنگاری



ویژگی‌های خبرنگار موفق: تلفیق استعداد و آموزش

الف: اطلاعات عمومی گسترده و متنوع

خبرنگار همیشه در معرض وقایع مختلف قرار دارد و باید به وقایع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و غیره بپردازد، گستره جغرافیایی وسیعی را پوشش دهد، و با شخصیت‌های مختلف با رویکردهای مختلف مصاحبه کند. همه اینها تنها با داشتن اطلاعات عمومی گسترده امکان پذیر است.

ب) توانایی بالای فهم و تحلیل وقایع

خبرنگار به انتقال اخبار بسنده نمی‌کند، بلکه باید آن را در سیاق خود شرح کند. کما اینکه ممکن است از وی خواسته شود آن را تحلیل کرده و پیشینه آن را توضیح دهد. خبرنگار برای انجام این وظایف نیازمند توانایی تحلیل و تفکیک گفتمان و شرح آن و توضیح اسباب و پیامدهای آن است. این توانایی به سادگی بدست نمی‌آید، بلکه نتیجه تراکم دانش، تخصص، پشتکار، مطالعه عمیق و مستمر، تجربه و درک و فهم گسترده است.

ج) قدرت بیان بالا

زبان ظرف معنی است، لذا بدون زبان ارتباط غیر ممکن است. در

رابطه با کار تلویزیونی نیز زبان ابزار ارتباط و تولید معنی و محتوا و زیبایی است. لذا قواعد نویسندگی برای تلویزیون عاملان در این حوزه را وامی‌دارد تا توانایی بیان مسائل و شرح و توضیح رویدادها را بالا برده تا بتوانند به صورت روان و گیرا رویدادهای را نقل کنند. البته یادگیری بکارگرفتن زبان و فن بیان به تنهایی کافی نیست، بلکه خبرنگار باید اضافه بر زبان خود، چند زبان خارجی را فراگیرد تا بتواند از منابع خبری مختلف استفاده کرده و منتظر ترجمه اخبار و تحلیل آنها نباشد. کما اینکه ترجمه ممکن است ضعیف باشد یا همه جنبه‌های یک رویداد را منتقل نکند. اضافه بر این خبرنگار ممکن است مجبور شود به مناطق مختلف جهان سفر کند و بتواند با زبان آنها با آنان ارتباط برقرار کند. اما از آنجایی که یادگیری همه زبانها بسیار سخت است، وی باید حداقل بتواند زبان کشوری که در آن مشغول به کار را فراگرفته و اضافه بر آن بر زبان انگلیسی مسلط باشد.

د) توسعه مهارت‌های تکنولوژی و دیجیتال

خبرنگار تلویزیونی باید نیازمندهای خبرنگار میدانی را به خوبی فراگیرد. منظور در اینجا مهارت‌های تولید گزارش تلویزیونی، پوشش خبری زنده، و شناخت دقیق قواعد و ضوابط حرفه خبرنگاری

و اصول اخلاقی آن است. باید توجه داشت که یادگیری این مهارتها در زمان کوتاه میسر نیست و باید با صبر و شکیبایی است و فراگرفتن این مهارت نیازمند آشنایی با سه حوزه در هم تنیده است که هیچکدام بی-نیاز از دیگری نیست.

۲- چگونه می-توان در

چند دهه خبرنگار موفقی

شد

در گذشته کتابهای کوچکی نشر گردید که به خوانندگان نوید یادگیری زبان، تخصص، و حرفه در زمان بسیار کوتاه می-دادند. مانند کتاب: «یادگیری انگلیسی در پنج روز و بدون نیاز به معلم». البته با گذشت پنج روز و پنجاه روز خریداران و خوانندگان این کتابها هیچ مهارتی در زبان مورد نظر خود نیافتند.

این امر در مورد خبرنگاری نیز صدق می-کند؛ بدین معنی که نمی-توان از یادگیری این حرفه در چند روز یا چند سال سخن راند. لذا بهتر است برای یادگیری آن چند دهه تلاش کرد تا تجربه لازم کسب شود. منظور از این گفته ناامید کردن علاقه مندان نیست. اما این حرفه از دور و خارج از گود به مرکبی می-ماند که به سادگی می-توان بر آن سوار شد؛ اما

است که خبرنگار می-تواند روان و گیرا اخبار را منتقل کند. از میان این مهارتها می-توان به موارد زیر اشاره کرد: گستره دانش و اطلاعات عمومی، تحلیل دقیق و سالم، زبان روان و بی تکلف، زیبایی بیان و قدرت نویسندگی برای خبر.

دوم: آموزش دانشگاهی

درست است که آمادگی مقدماتی و قبل از ورود به دانشگاه شرط ضروری ورود به میدان خبرنگاری است، اما به تنهایی کافی نیست. زیرا آموزش دانشگاهی و آکادمیک شرط اساسی ورود به حوزه رسانه است. زیرا از یک سو به خبرنگار «مشروعیت» می-بخشد، و از سوی دیگر توانایی-های او را دوچندان می-کند و دانش لازم برای یادگیری عمیق جزئیات و کار با ابزار را به وی آموزش می-دهد. اضافه بر این، این مرحله برای تقویت و تثبیت دانشی که خبرنگار از قبل یاد گرفته بود، ضروری است.

این دانشها به حوزه-های اساسی مرتبط است و به طور غیر مستقیم خوراک روزانه خبرنگار را تشکیل می-دهد. لذا وی باید از علوم اجتماعی، حقوق، روابط بین-الملل، اقتصاد سیاسی، روان شناسی، جامعه شناسی رسانه، و علوم ارتباطات سیاسی و غیره اطلاع داشته باشد تا بتواند به خبرنگار موفقی تبدیل شود و بتواند از

زمانی که بر آن سوار می-شوید، درخواهید یافت که به سادگی نمی-توان آن را رام کرد و بر آن مسلط گردید. برای بیان این امر به نکات زیر اشاره می-کنیم:

اول: آمادگی مقدماتی

تحصیل در رشته خبرنگاری در دانشکده خبرنگاری یا هر موسسه دیگر هر چقدر به طول انجامد، برای کسب مهارتهای لازم کافی نیست. لذا خبرنگار باید از همان آغاز تحصیل با شور و شغف و مطالعه مستمر و پیگیری رویدادها مهارت و تجربه لازم را کسب کند. چه بخواهد وارد میدان خبرنگاری شود و چه قصد ورود به آن را نداشته باشد. این دانش پیشین و مهارتهای مقدماتی یکی از ارکان اصلی خبرنگاری حرفه-ای است که مراکز آموزش خبرنگاری و دانشکده-ها توانایی انتقال آن را ندارد. این آمادگی پیشین خبرنگار موفق را از خبرنگار غیر موفق تمییز می-دهد، و عامل موفقیت یک خبرنگار قلمداد می-شود. لذا آنکه با مطالعه، پشتکار و پیگیری رویدادهای مختلف مهارتی کسب کند، مانند فردی که این مهارت را در دانشکده کسب کرده است، برابر نیست. دقیقاً مثل یادگیری زبان دوم؛ به این معنی که اگر زبان آموز هر چه زودتر و در سنین پایین زبان آموزی را آغاز کند، به نتایج بهتری دست خواهد یافت. بدین صورت

ابزارها و روشهای شناختی بهره ببرد و رویدادها را به خوبی تحلیل کند.

سوم: آموزش حرفه-ای

این آموزش شامل یادگیری قواعد اساسی مربوط به حوزه عمل خبرنگار تلویزیونی است. خبرنگار میدانی از جمله فنونی است که جز با یادگیری قواعد و ضوابط آن، نمی-توان آن را به خوبی آموخت. این امر نیز جز با تلاش، آموزش و تمرین میسر نخواهد بود. لذا گزارش تلویزیونی قواعد خاص خود را دارد؛ از انتخاب موضوع گرفته تا تصویر برداری و نوشتن گزارش، میکس و در پایان پخش آن همگی نیازمند تمرین است. لذا اگر خبرنگار همه این مراحل را بر اساس قواعد انجام ندهد، فقط نام خبرنگار را به یدک می-کشد.

چهارم: تمرین مستمر

حرفه خبرنگاری حوزه-ای است که به طور مستمر در حال توسعه و تحول است. لذا خبرنگار نباید به مهارتهایی که در مرحله آموزش یاد گرفته است، بسنده کند. برای یک خبرنگار هیچ چیز خطرناکتر از این نیست که گمان کند همه فنون این حوزه را آموخته است. آموزش و یادگیری در این حوزه پایان ندارد. زیرا یادگیری روندی مستمر است و هر گزارش موفق که خبرنگار تهیه می-کند، برای وی از جنبه فنی و معرفتی تمرین به شمار می-رود.

از جنبه شناختی خبرنگار هر روز خود را در برابر رویدادهای مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و غیره می-بیند. لذا تنوع موضوع و تنوع کشورها و شهرها خبرنگار را بر آن می-دارد که همیشه در حال آموزش و تمرین باشد. لذا اگر این علاقه در وی خاموش شود، حرفه و مهارت وی خاموش و بی-فروغ خواهد شد.

از نظر فنی نیز باید گفت که تکنولوژی همیشه در حال توسعه و تحول است و هر بار شگفتانه-ای برای جهان دارد. لذا خبرنگار بیش از هر کسی باید به این تحول مستمر توجه کند، زیرا بیش از هر کسی به حوزه وی مربوط است؛ زیرا خبرنگار بیش از هر کسی با این ابزار سروکار دارد. به همین خاطر باید همیشه خود را با شرایط جدید انطباق دهد و از فرصتها و امکاناتی که تکنولوژی-های جدید برای وی به وجود می-آورد بیشترین بهره را ببرد.

نباید فراموش کرد که خبرنگاری دیگر آن شغل جذاب نیست؛ زیرا عملی که در انحصار تلویزیون و موسسات رسانه-ای معروف بود، اکنون با تلفن همراه قابل انجام است. به همین خاطر است که خبرنگار در برابر چالشهای جدیدی قرار می-گیرد که شغل وی را تهدید می-کنند، زیرا آنچه تجدید پذیر نیست محکوم به نابودی و فراموشی است.

فصل دوم

گزارش تلویزیونی

میدانی: ویژگی‌ها

و خصوصیات

۱. گزارش تلویزیونی:

روایت داستان بوسیله

تصویر

می‌توان داستان یا رویداد را به وسیله صدا و تصویر و از میدان (محل وقوع آن) روایت کرد؟ اگر جواب مثبت باشد باید ادامه داد و اگر منفی باشد باید متوقف شد.

علاوه بر ارکان چهارگانه پیش گفته، شرطهای دیگری نیز وجود دارد که باید وجود داشته باشند تا گزارش کامل باشد. زیرا هر موضوعی شایسته نقل و گزارش نیست و نباید همه رویدادها را به گزارشی تلویزیونی تبدیل کرد. این شروط عبارتند از:

در وهله اول باید گفت که گزارش بدون وجود انسان به وجود نمی‌آید؛ به این معنی که گزارش روایتگر افراد عادی است که شرایط با شرایط غیر عادی، یا عادی و مهم مواجه هستند. داستان‌هایی که بیننده احساس

تعريفات متعددی از گزارش تلویزیونی میدانی ارائه شده است که همدیگر را تکمیل می‌کنند. اما به طور خلاصه باید گفت، خبرنگاری میدانی: گزارشی تلویزیونی میدانی است که بر پایه روایت رویداد از محل وقوع آن و به وسیله صدا و تصویر استوار است. بر اساس این تعریف می‌توان چهار کلمه کلیدی در آن مشخص کرد که ارکان گزارش تلویزیونی به شمار می‌روند و آن چهار کلمه: میدان، داستان (رویداد)، صدا، و تصویر.

لذا قبل از اتخاذ تصمیم تهیه گزارش تلویزیونی میدانی باید در آغاز این سوال را مطرح کرد: آیا

می-کند برای وی تهیه شده-اند و به گونه-ای احساس کند که از آنها تاثیر می-پذیرد. دقیقا همان چیزی که در فیلم-ها احساس می-شود. در فیلم نیز بیننده با شخصیت-های فیلم ارتباط عاطفی برقرار می-کند یا از آنها متنفر می-شود یا به گونه-ای موضعی در قبال آنها اتخاذ می-کند. حتی زمانی که داستان یک شهر، یک پدیده یا حتی ابزاری را روایت می-کنیم، در واقع انسان را مورد خطاب قرار می-دهیم و داستانهایی آنان را شایسته توجه و اهتمام می-دانیم.

برای مثال:

- اختراع تازه-ای که تنها به اندازه تاثیر آن بر زندگی انسانها، شایسته توجه است.

- همه گیری یک بیماری مانند کرونا به این دلیل مهم است که زندگی و سلامت انسانها را به خطر می-اندازد.

- یک شهر سبز با مهندسی منحصر به فرد به این دلیل اهمیت دارد که بر زندگی ساکنان آن تاثیر می-گذارد و آنان و شهرشان را از دیگران متمایز می-کند.

این حرکت باید واقعی و غیر ساختگی باشد. زیرا گزارش تلویزیونی منتقل کننده داستانه‌های واقعی است. نقش خبرنگار نیز این است که این حرکت و پویایی را به تصویر کشیده، آن را منتقل کند. گزارش بر پایه وقایع استوار است نه بر پایه نمایش. به بیان دیگر، گزارش نشان دهنده وقایع و رویدادهاست. خبرنگار نیز کارگردانی نیست که نقشها را اداره کند، بلکه شاهدهی است که شخصیتها و سخنانشان را نقل می‌کند. نقش وی نیز این است که تا حد امکان با رویدادها سازگار باشد تا بتواند به بهترین شکل نقل کند، نه آنکه آن رویدادها را با روایات مورد نظر وی سازگار کند. باید تاکید کرد که مسؤولیت خبرنگار زیبا یا زشت جلوه دادن رویدادها نیست، زیرا هر دو امر ناپسند هستند و به جایگاه و مشروعیت خبرنگار لطمه وارد می‌کنند.

اگر عنصر اساسی در یک گزارش انسان باشد، موتور محرک آن نیز کنش و حرکت است. لذا گزارش روایتی میدانی از زندگی افرادی است که در حال کنش و فعالیت هستند و تاثیر آن را بعدها در شکل و تصویر مشاهده خواهیم کرد. زیرا تصویر متحرک و پویا زیباتر و موثرتر از تصویر جامد و بی‌حرکت است؛ و حرکت راز زیبایی و گیرایی گزارش تلویزیونی است.

تلویزیونی موفق چه ویژگی‌هایی دارد؟ با چه سازوکاری می‌توان گزارش ضعیف، متوسط و قوی را از هم تمییز داد؟ یک گزارش تلویزیونی موفق دارای چند ویژگی درهم تنیده است که مهمترین آنها توانایی گزارش در انتقال رویداد و حقایق است.

درست است که اطلاع رسانی هدف اول گزارش تلویزیونی است، اما یک گزارش موفق باید در نظر داشته باشد که سرگرمی و لذت مشاهده یکی از کارکردهای مهم تلویزیون است. به همین خاطر گزارش موفق باید دربردارنده دو ویژگی مهم باشد و آن دو: اطلاع رسانی (و شامل اطلاع رسانی، فرهنگ سازی، و آگاهی) و سرگرمی است.

تحقق این دو غایت در اثر روانی‌ای که گزارش بر بیننده می‌گذارد نمود می‌یابد. لذا گزارش تلویزیونی موفق گزارشی است که بیننده را در برابر تلویزیون میخکوب می‌کند و لذت مشاهده اخبار و گزارش را به وی منتقل می‌کند و شور و شغف خبرنگار هنگام تهیه گزارش به وی منتقل شود.

۲- ویژگی‌های گزارش تلویزیونی میدانی موفق: لذت روایت خبر

اگر از ده خبرنگار کارکننده ده گزارش در مورد یک موضوع بخواهید با ده گزارش مختلف مواجه خواهید شد، که چند وجه مشترک در آنها خواهید دید که قواعد حرفه آنها را تحمیل می‌کند؛ اما در کنار آن اختلافات و تفاوت‌هایی نیز مشاهده خواهید رد که بدلیل نوع پرداخت هر خبرنگار به یک موضوع است. هر خبرنگار با دیدگاه خود، سطح آموزشی که دیده است، و توانایی پرداختن به موضوع، رویدادها را نقل می‌کند. اما گزارش

در اینجا ویژگی‌های یگ گزارش تلویزیونی را ذکر می‌کنیم:

۱. این گزارش روایت داستانی

است با ضرباهنگ و ریتمی خاص

گزارش عبارت از داستان است که ضوابط و قواعد خاص خود را دارد. لذا یک داستان اگر از سوی قصه‌گوی ماهر و زبده روایت شود، تاثیری به مراتب بیشتر از روایت آن از سوی یک قصه‌گوی ضعیف و بی‌تجربه است. لذا از یک گزارش انتظار می‌رود شرطهای روایتگری را رعایت کند، به طوری که هر بخشی از آن شنونده را به شنیدن بخش بعدی علاقه‌مند کند و هر بخش از آن با بخش‌های پیش و پس ارتباط ارگانیک داشته باشد و جذابیت مضاعفی برای شنونده داشته باشد. ریتم نیز باید توجه را به خود جلب کند، و متن، صدا و تصویر هر کدام ضرب آهنگ خود را داشته باشند و بدون اغراق در روایت بیننده را به خود جذب کند. اهمیت این امر به این دلیل است که بینندگان آن رغبت سابق به تلویزیون را ندارند و اضافه بر آن انتخابهای فراوانی در برابر خود می‌بینند؛ و با توجه به افزایش شناخت، بیش از گذشته می‌توانند تولیدات ضعیف و قوی را از هم تمییز دهند.

۲- آنچه گزارش تلویزیونی را از

غیر آن تمییز می‌دهد، این است

که این گزارش بر اساس تصویر

تولید می‌شود

گزارش تلویزیونی موفق آن است

که «نشان دهد، نه آنکه نقل کند». مقتضای این امر نیز این است که تصویر توانایی بیان رویداد را داشته باشد. تصویر اصل گزارش است و دیگر عناصر فرع آن هستند. اگر بخواهیم از اصطلاحات فیزیک مدد بگیریم باید بگوییم که تصویر به مثابه هسته در برابر اتم است. لذا تصویر مرکز و کانونی است که همه عناصر بر گرد آن می‌چرخند.

۳- گزارش موفق آن است که

بر قاعده «درون خبرنگار را به

بیننده» منتقل کند.

منظور از این قاعده این است که خبرنگار بر همراه کردن بیننده با خود و شنیدن گزارش علاقه‌مند کند. به طوری که خود را به جای خبرنگار قرار دهد و هر آنچه خبرنگار در تهیه گزارش و روایت آن مشاهده کرده است را خود نیز مشاهده کند. مهمتر از آن احساسی که خبرنگار هنگام تهیه گزارش زیسته است را نیز درک و فهم کند. لذا موفقترین گزارشهای تلویزیونی آن است که تاثیر بسزایی بر بیننده بگذارند.

۴- داستان باید روشن و قابل

فهم باشد

فهم رساله گزارش در وهله اول از خود خبرنگار آغاز می‌شود. لذا اگر رویدادی که درصدد نقل آن است را فهم نکند، یا نتواند آن را در قالب تصویر، جملات کوتاه و بیانگر به بیننده منتقل نکند، بیگمان موجب شکست گزارش خواهد شد. از بین دلایل وضوح داستان، انتخاب دقیق موضوع است. به این



همانا شرط جغرافیایی و روانی است
را رعایت کند.

۶- گزارش باید معیارهای اخلاقی حرفه و ارزشهای انسانی و همدردی را رعایت کند و از بی-توجهی به این قوانین اجتناب کند

انسان معیار انتخاب گزارش است. معیار اساسی انتخاب گزارش انسان و دردهای اوست. لذا مراعات ارزشهای همدردی انتخاب نیست، بلکه ضرورتی که معیارهای اخلاقی حرفه و قوانین آن، آنها را وضع می-کند. منظور از همدردی دخالت دادن نظرات شخصی و مواضع افراد نیست؛ زیرا این امر از نظر اخلاقی و حرفه-ای مردود است. بلکه منظور احترام کرامت انسانی و اعتراض به زیر پا گذاشتن انسانیت افراد است. به همین خاطر چنانچه مصاحبه شونده نخواهد نامش فاش شود، خبرنگار باید به خواسته وی احترام گذارد و تصویری از وی نشان ندهد.

معنی که زاویه پرداخت روشن و دقیق باشد، زیرا کثرت موضوعات و درهم تنیدگی آنها باعث سردرگمی بیننده می-شود؛ و زمان کوتاه گزارش مانع پرداختن به موضوعات مختلف می-شود. این امر باعث می-شود خبرنگار خود را در برابر معضل انتخاب دقیق می-بیند. اما در هر صورت باید بتواند به درستی موضوع مهم را انتخاب کرده و به دقت به آن بپردازد. این دقت را می-توان از نوع پاسخ به سوالات فرضی نزد بیننده سنجید. به این معنی که خبرنگار باید با انتخاب دقیق وضوع و از خلال صدا و تصویر به سوالات سنتی مطرح در رسانه پاسخ دهد؛ این سوالات عبارتند از: چه؟ چه کسی؟ چه زمان؟ و کجا؟ همچنین بهتر است به دو سوال چگونه و چرا نیز پاسخ دهد.

۵. انتخاب درست گزارش تعیین کننده موفقیت آن است

موضوع باید برای بینندگان مهم باشد و توجه آنان را جلب کند. بدین معنی که بتواند قانون خبرنگاری که

۳- انواع گزارشهای

تلویزیونی میدانی:

از خبر تا روایت آن

همچنین می‌توان بر اساس بخش‌های خبری تمییز قائل شد. لذا می‌توان از گزارش بخش خبری، و گزارشهای بخش غیر خبری یا مجلات خبری (magazine)، گزارش مستقل که

گزارشهای تلویزیونی را می‌توان بر اساس موضوع آنها از هم تمییز داد. لذا می‌توان از گزارش سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ورزشی و غیره سخن راند. معیار دیگر مدت گزارش است.

غالباً بسیار طولانی هستند، سخن راند.

اما معیار اصلی تمییز بین گزارش‌هایی که زمان آنها از سه دقیقه بیشتر نیست و برای بخش خبری یا برنامه‌ها و مجلات خبری تهیه می‌شوند، ماهیت آن گزارش است. به این معنی که ماهیت گزارش یا اطلاع رسانی (P.K.G) یا داستانی غیر خبری است.

بر اساس این معیار می‌توان از گزارش کوتاه و گزارش بلند سخن راند. نوع اول معمولاً دو و نیم دقیقه یا سه دقیقه طول می‌کشد. گزارش کوتاه در واقع اساس گزارشهای خبری روزانه تلویزیون را تشکیل می‌دهد. گزارش بلند نیز در برنامه‌های طولانی مدت کاربرد دارد و بیشتر شبیه مستندهای کوتاه است که از ۶ دقیقه آغاز و تا ۱۳ یا ۲۶ دقیقه به طول می‌انجامد.



۱- گزارش تلویزیونی خبری Pkg

تهیه و پخش آنهاست. کما اینکه به سرعت فراموش می‌شود، این امر آن را به وعده تازه‌ای می‌ماند که اگر به موقع میل نشود، از بین خواهد رفت.

لازم به ذکر است که شبکه‌های اجتماعی بر خبرنگار فشار وارد می‌کنند، و در پخش رویدادهای از وی پیشی می‌گیرند؛ لذا نقل به موقع رویدادها برای خبرنگار به چالشی بزرگ تبدیل شده است. لذا زمان «زنده» بودن یک گزارش تلویزیونی در سالهای اخیر به شدت کاهش یافته و شبکه‌های تلویزیونی دیگر انحصار صوت و تصویر را به دست ندارند. این امر سبب شده است که گزارش تلویزیونی باید به سرعت تهیه و پخش شود. از نمونه‌های گزارشهای تلویزیونی خبری می‌توان به انواع اعتراضات و انواع بلایای طبیعی نام برد.

این گزارش مربوط به رویدادی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ورزشی یا غیره است. این گزارش دارای ماهیت اطلاع رسانی است و خود را بر برنامه‌های خبری شبکه‌های خبری تحمیل می‌کند. به همین خاطر از سوی اکثر شبکه‌های خبری نقل می‌شود؛ هر چند نوع پرداختن به آن از شبکه‌ای به شبکه دیگر فرق می‌کند.

معمولا پوشش این نوع رویداد که وقوع آن مورد انتظار است، در برنامه‌ها یا تحریریه خبری مورد نظر قرار می‌گیرد؛ اما اگر وقوع آن غیر منتظره باشد، فوراً زمانی برای پوشش آن در نظر گرفته می‌شود.

ویژگی این نوع گزارشها سرعت





زندگی فروشنده کتابهای دسته دوم که با یورش مدرنیته و ظهور انواع کتابهای دیجیتال مبارزه می-کند، یا داستان زنانی که سه ماه از سال دیار خود را ترک کرده و در کشور اسپانیا برای کار در مزارع توت فرنگی به کار مشغول می-شوند، یا داستان کودکان خیابانی در یک شهر و غیره، از نمونه آنهاست.

این داستانها می-تواند اندوهگین یا شادی آفرین، پیچیده یا ساده، مربوط به افراد یا خاص یا گروه-های خاص و غیره باشد.

می-توان گفت این داستانها، داستانهای غیر عادی مردمان معمولی است. گاهی نیز ممکن است داستان معمولی زندگی افراد غیر معمولی و غیر عادی است

۲- داستان تلویزیونی Feature

داستان تلویزیونی یا Feature به انگلیسی که به زبان فرانسه به آن رپورتاژ می-گویند، گزارشی است که به یک داستان، مسئله، یا موضوعی می-پردازد و رویدادی را پوشش نمی-دهد. به این معنی که دارای ماهیتی خبری نیست. این نوع داستان به چند نوع تقسیم می-شود:

- داستان تلویزیونی غیر خبری

این نوع داستان مستقل بوده و خود هدف داستان است. به این معنی که روایتگر زندگی مردمان و حکایات و داستان حیات آنان و رویدادها و اتفاقات شایان توجه در زندگی آنهاست. مانند داستان

(مانند زندگی یک پادشاه، امیر، یا ورزشکاری مشهور).

داستانهای مربوط به یک رویداد به صورت غیر مستقیم

این داستانها خود رویداد را پوشش نمی‌دهد؛ زیرا در این صورت گزارش خبری خواهد شد. این داستانها مربوط به مسائل مربوط به یک رویداد مهم است؛ مثلا نتیجه یک رویداد یا دلیل، تاثیر، و بازخورد اجتماعی آن است. مثلا یک جنگ (رویداد) تمام شود، اما آثار آن بر جا خواهد ماند و جنگ زدگان، زخمیان، کودکان یتیم، میدان‌های مین و بسیاری آثار دیگر، می‌تواند موضوع داستان‌های خبری شود. یا خشکسالی (رویداد) ممکن است باعث مهاجرت گروهی از روستاها به شهرها شود، و این امر باعث وقوع مسائل بسیاری مانند فقر، حاشیه نشینی، کودکان کار، و بسیاری از نتایج دیگر شود. یا اینکه بحران سیاسی بین دو کشور همسایه ممکن است باعث قطع اتصال بین خانواده‌های ساکن مرزهای این دو کشور شود. چه این داستانها مربوط به وقایع و رویدادهایی باشد یا از آنها مستقل باشد، اصل و اساس داستان تلویزیونی هر چه باشد مربوط به مسائل انسان و زندگی روزمره آن است.

از آنجایی که ممکن است به صورت مستقیم به رویدادی مربوط نباشد، داستانهای تلویزیونی (در مقایسه با گزارش خبری) به آرامی و بدون عجله تولید می‌شود، و می‌توان پخش آن را اندکی به تاخیر انداخت. کما اینکه موضوعات آن متنوع بوده و شامل موضوعات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است.

فصل سوم

گزارش تلویزیونی

از ایده تا عمل

این در حالی است که جامعه معروف دیوید وایت مفهومی دقیق تر از مفهوم «دروازه بان» به دست داده است. وی این مفهوم را هنگام پرداختن به معیارهای انتخاب اخبار در روزنامه‌های آمریکایی ارائه داد. وی همه اخبار یک روزنامه را مورد بررسی قرار داد و اخبار منتشر شده و اخبار لغو شده را از هم تمییز داد و پس از آن با مسئولان انتخاب اخبار دیدار کرد تا از انگیزه‌های آنان مطلع شود.

وی به این نتیجه رسید که تصمیمات دروازه بان مربوط به معیارهای شخصی و ارزشی است و به صورت تصادفی و غیر عمدی این تصمیمات را اتخاذ کرده است. این معیارهای شخصی و ارزشی در درجه اول شامل خط مشی تحریریه موسسه به عنوان عامل تعیین کننده در انتخاب موضوعاتی است که از نظر مسئولان ارزش پوشش داشته و ماهیت و حجم آنها با نوع پوشش سازگار است.

خبرنگار روزانه با حجم فراوانی از اخبار و مسائل سروکار دارد، لذا باید بتواند بهترین و مناسب‌ترین خبری که ارزش تبدیل شدن به رپورتاژ یا گزارش تلویزیونی میدانی شود را برگزیند. معمولاً عمل انتخاب در اتاق خبر و با حضور رئیس تحریریه خبر و خبرنگاران انجام می‌شود. در هیئت تحریر موضوعاتی که باید به آنها پرداخته شود و در بخشهای مختلف خبری پخش شوند مورد بررسی قرار می‌گیرند عمل انتخاب بر اساس اهمیت رویداد، سیاست و خط‌مشی بنگاه خبری یا شبکه، جایگاه مالی و تکنولوژیکی آن، و دیگر معیارها انجام می‌شود. روانشناس اتریشی معروف کروت لوین در سال ۱۹۴۷ نظریه «دروازه بان» را برای تعیین چارچوب نظری عمل انتخاب رسم کرد و بیان کرد که می‌توان رساله و پیام ارتباطی را به کانالی تشبیه کرد که دارای چندین مانع و نقاط بازرسی است که به گفته او «دروازه بان» بر آن نظارت می‌کند و اوست که به یک پیام اجازه عبور می‌دهد یا مانع عبور آن می‌شود.

۱. گام اول ایده: معیارهای

انتخاب موضوع گزارش

تلویزیونی

-رعایت شروط عینی و واقعی که باعث می-شود موضوع ارزش پوشش داشته باشد، امری ضروری است. این شروط که قبلا به آنها پرداختیم از این قراراند: جدید بودن، اهمیت داشتن، نزدیکی و جذابیت.

-اجتناب از موضوعات تکراری و ملال آور؛ خبرنگار آگاه موضوع را از زوایای ناشناخته مورد بررسی قرار می-دهد و همیشه به دنبال نوآوری است.

-بعضی از موضوعات به دلیل اهمیت خود را بر موسسات خبری تحمیل می-کند. اما زاویه پرداختن به آنها می-تواند جذابیت آنها را دوچندان کند. لذا خبرنگار خبره باید از زوایای جدید و منحصر به فرد به موضوع بپردازد و در این امر نوآوری داشته باشد.

-خبرنگار موفق باید به گونه-ای عمل کند که بیننده احساس نکند گزارش وی تکراری بوده و وی قبلا مانند این گزارش را مشاهده کرده است.

با اینکه اختلاف نظری و دیدگاههای مختلف مربوط به معیارهای مورد توجه خبرنگاران برای انتخاب موضوعات اهمیت دارد، اما می-توان گفت این معیارها تحت تاثیر قواعد واقعگرایانه حرفه خبرنگاری و معیارهای عینی و شخصی مربوط به موسسات خبری قرار می-گیرند. در کانونهای آموزش روزنامه نگاری، دانشجو معیارهای انتخاب خبر را می-آموزد. این معیارها شامل: به روز بودن، با اهمیت بودن، نزدیک بودن (خبر یا رویداد باید از نظر جغرافیایی و روانی به توده مورد نظر نزدیک باشد)، و جذاب بودن (خبر باید برای شنونده جالب و جذاب باشد) است. اما معیارهای عینی تر دیگری نیز وجود دارد که به خط مشی تحریریه، و دیدگاه-های سیاسی و مالی آن بسیار نزدیک؛ و اضافه بر آن با دیدگاه-های بینندگان نیز قرابت دارد.

لذا در زمان انتخاب موضوعی که خبرنگار باید به آن بپردازد توجه به موارد زیر ضروری است:

سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که تفاوت بین انتخاب موضوعات گزارشهای خبری و داستانهای تلویزیونی چیست؟

داستانها تلویزیونی موضوع این داستانها خبر یا اطلاع رسانی نیست. هر چند جنبه‌ای از اخبار را دربر دارد. اما انتخاب آنها مرهون توانایی خبرنگار در انعکاس رویداد و حس خبرنگاری وی و پیگیری مستمر رویدادهاست. لذا داستان کوتاهی در یک روزنامه یا تصویری در یک شبکه اجتماعی ممکن است به داستانی تلویزیونی تبدیل شود.

مثال:

در شهر تونسسی تستور مردم خودشان قبرهایشان را می‌کنند. یا داستان پرورش دهنده مار در میدان «جامع الفنا» در مراکش (از شکار تا اهلی کردن) می‌توانند داستان تلویزیونی باشند.

گزارشهای تلویزیونی خبری در این گزارشها موضوع به دلیل رویدادها خود را «تحمیل» می‌کند، و غالباً در همان روز تعیین می‌شوند یا اینکه قبل از وقوع آنها انتظار وقوعشان می‌رود، لذا مورد توجه قرار می‌گیرند. این گزارشها معمولاً در خلال جلسات تحریریه پیشنهاد می‌شوند، و رئیس تحریریه نقش بسزایی در پیشنهاد دادن آنها ایفا می‌کند. هر چند گزارشهای تلویزیونی مختلف معمولاً به گزارشهای خبری شبیه هستند، اما خط مشی تحریریه و مهارت خبرنگار و تهیه کننده گزارش نقش مهمی در ساختار گزارش و جهت دهی به آن ایفا می‌کنند.

مثال:

نوع پرداختن به اعتراضات جهانی علیه یک حکومت بر اساس خط مشی موسسات خبری با هم متفاوت است و شبکه وابسته به حکومت دیدگاهی متفاوت از دیدگاه شبکه اپوزیسیون دارد.

۲. زاویه پرداخت:

دوری از کلیات

می-تواند در گزارشهای بلند موضوع را از چند زاویه مورد بررسی قرار دهد، اما این امر در گزارشهای خبری و به دلیل زمان کوتاه خبر امکان پذیر نیست.

زاویه دید انتخاب تحریری معینی به شمار می-رود که قبل از ورود گروه خبری به میدان گزارش معین است. روشن بودن زاویه دید، نظام بخش گزارش و تعیین کننده چارچوب آن است. همچنین زاویه دید خط مشی و دیدگاه یک بنگاه خبری را نشان می-دهد. این امر در موضوعات خبری داغ و تازه بیشتر نمود می-یابد. کما اینکه این امر به ماهیت و دیدگاه بینندگان، و دیدگاه خبرنگار و توانایی خبرنگاری وی ارتباط دارد.

انتخاب گزارش تلویزیونی به تنهایی برای تهیه و پخش آن کافی نیست. لذا زاویه دید یا نوع پرداختن به موضوع نیز مهم است. زیرا هر موضوعی هر چقدر که معین باشد، در بردارنده زاویه-های دید مختلفی است که نمی-توان در یک دقیق و نیم از همه آنها به موضوع پرداخت. لذا خبرنگار باید بهترین زاویه را بر اساس اطلاعات در دسترس انتخاب کند و به موضوع پردازد.

زاویه دید را می-توان با خلاصه کردن آن در یک سوال مورد نظر گزارش تعیین کرد. اگر خبرنگار



نمونه-هایی از زاویه دید

مثال اول: چالشهای آموزش در یک کشور

پرداختن به چنین موضوع بزرگی در یک گزارش تلویزیونی ممکن نیست. به همین خاطر خبرنگار باید زاویه دید دقیق و معینی را انتخاب کند. زاویه دید یا پرداختن به موضوع می-تواند در «ترک تحصیل دانش آموزان» به عنوان نمودی از نموده‌های این بحران متجلی شود. اما علی‌رغم این تعیین اولیه، زاویه دید همچنان به دقت بیشتری نیاز دارد؛ زیرا ترک تحصیل دانش آموزان می-تواند دلایل فراوانی داشته باشد و درجات آن از شهر به روستا متفاوت است. به همین خاطر خبرنگار باید زاویه دید تنگتر و دقیقتری را برگزیند و مثلاً «ترک تحصیل دانش آموزان روستایی به دلیل دوری مدرسه از روستا» را به عنوان زاویه دید انتخاب کند.

در اینجا مشاهده می-کنیم که زاویه دید دقیق و معین است و به خبرنگار امکان می-دهد گزارش خود را در چارچوب معینی قرار دهد. در چنین حالتی خبرنگار می-تواند گزارش خود را از یک روستای فاقد مدرسه تهیه کند؛ روستایی که دانش آموزان آن مجبورند مسافتهای طولانی را طی کنند تا به کلاسهای درس بپیوندند؛ و این امر موجب شده است بسیاری از کودکان روستا تحصیل را ترک کنند. این شرایط در مورد دختران که والدین آنها نگرانی بیشتری نسبت به آنها در چنین شرایطی دارند، بحرانی-تر بوده و اوضاع بغرنجی را برای دختران روستا به

وجود آورده است.

در چنین گزارشی بهتر است یک خانواده که کودکان آن مجبور شدند به دلیل این شرایط ترک تحصیل کنند را انتخاب کرده و در محیط روستایی با آنها مصاحبه کرد (مثلاً کودکان را در حال چوپانی یا کشاورزی به تصویر کشید)؛ پس از آن با کودکان در راه مدرسه همراه شویم و با آنها وارد کلاس درس شده و گزارشی از آنها و چالش-هایی که با آنها روبه رو می-شوند تهیه کرده و با معلمان آنان و دلایل ترک تحصیل دانش آموزان مصاحبه کنیم.

مثال دوم: تغییرات آب و هوایی

تهیه گزارش در مورد تغییرات آب و هوایی می-تواند موضوع جذابی به نظر آید. اما از کدام زاویه باید به آن پرداخت و چگونه آن را به پایان رساند؟ چگونه می-توان در مدت زمان دو دقیقه و نیم به جزئیات آن پرداخت؟

تهیه گزارش در مورد جزیره-ای که به دلیل تغییرات آب و هوایی و گرمایش زمین در معرض غرق شدن در دریا و نابودی است می-تواند زاویه دید مناسبی به ما ارائه داده و امکان پرداختن به پدیده گرمایش زمین در یک گزارش تلویزیونی را فراهم کند. اگر امکانات سفر مهیا نباشد، می-توان از تجارب محلی مناسب بهره برد. برای مثال «تجربه موفق حمایت از محیط زیست» از طریق تجزیه زباله و بازیافت آن، تجربه محلی درختکاری در یک منطقه در دسترس به این مسئله پرداخت.

فصل چهارم

از ایده تا پخش: مراحل

تهیه گزارش تلویزیونی

به طور کل می-توان بین سه مرحله در تهیه گزارش تلویزیونی میدانی تمییز قائل شد؛ این سه مرحله عبارتند از: تمهیدات اولیه، کار میدانی: تصویر و مصاحبه، و تولید نهایی (نوشتن و ضبط متن، تدوین و میکس).

این مراحل سه گانه را می-توان به مراحل تهیه غذا تشبیه کرد. به این معنی که تمهیدات اولیه به مثابه تعیین وعده غذایی مورد نظر و انتخاب مواد در دسترس بر اساس چند معیار مثل: علاقه افراد خانواده، مبلغ مالی موجود، مواد غذایی موجود در بازار، فرض کنیم خانواده ماهی را به عنوان وعده غذایی انتخاب کرد (ایده وعده غذایی=ایده گزارش)، این انتخاب به معنای پایان تمهیدات اولیه نیست؛ بلکه باید ماهیت این وعده غذایی را تعیین کرد. مثلا نوع ماهی، روش مورد علاقه پخت و تهیه آن، مخلفات و غذاهای همراه با وعده اصلی

پس از تعیین زاویه دید از طرف خبرنگار، آیا می-تواند به طور مستقیم وارد میدان شود و گزارش خود را تهیه کند؟ اگر چنین اقدامی انجام دهد دچار خطای بسیار بزرگی شده که نتایج آن را در کیفیت گزارش مشاهده خواهد کرد. وی ممکن است تلاش فراوانی کند و زمان زیادی به کیفیت گزارش اختصاص دهد، اما به آنچه مورد نظر اوست دست نیابد. دلیل این امر چیست؟ زیرا وی مرحله میانی مهمی که بین ایده و انجام است را نادیده گرفته که همانا مرحله تهیه است. بسیاری از خبرنگاری مبتدی و بی-تجربه این مرحله را نادیده می-گیرند. این مرحله در تولید گزارش تلویزیونی میدانی از اهمیت فراوانی برخوردار است. خبرنگار هر اندازه که به این مرحله توجه کند، کیفیت گزارش میدانی افزایش می-یابد و خبرنگار می-تواند گزارش با کیفیتی را ارائه دهد.

از سوی همسرش تنبیه شود). در اینجا اهمیت تمهیدات اولیه در مورد وعده غذایی و گزارش به وضوح روشن می‌شود.

پس از بازگشت از بازار وارد مرحله طبخ غذا می‌شویم که نیازمند مهارت فراوان است و در صورتی که فاقد این مهارت باشد هم تلاشی که به خرج داده و هم مبالغی که صرف کرده است را از دست خواهد داد و اثری از غذا بر سر سفره نخواهد بود.

(تعیین دقیق وعده غذایی = زوایه دید). پس از آن باید بازار هدف و مبلغ مورد نیاز، لیست مواد مورد نیاز برای تهیه غذا را تعیین کرد (تمهیدات اولیه).

پس از آن وارد مرحله ورود به میدان می‌شویم (که در مثال ما رفتن به بازار است) تا مواد مورد نیاز که قبلاً تعیین شده‌اند را خریداری کنیم. در اینجا اهمیت تمهیدات اولیه روشن می‌شود. لذا هر چه مواد لازم با دقت زیادی تعیین شده‌اند، با سرعت بیشتری می‌توان مراحل را پشت سر گذاشت. تصور کنیم شخصی بدون آنکه وعده غذایی مورد علاقه را تعیین کند وارد بازار شود، روشن است که در این حالت زمان و نیروی زیادی را تلف می‌کند و توانایی و زمان خود را صرف می‌کند. کما اینکه ممکن است بعضی از مواد را فراموش کند یا بعضی دیگر را بیش از مقدار نیاز بخرد (در این صورت ممکن است

در اینجا مراحل سه گانه تولید گزارش را مرور می-کنیم:

۱-تهمیدات اولیه

بعد از تعیین ایده گزارش و زاویه دید، وارد مرحله تولید می-شویم و باید موضوع گزارش را به داستانی مصور تبدیل کنیم. تهمیدات اولیه در یک گزارش باید در چهار مرحله ضروری انجام گیرد: آمادگی تحریری، آمادگی تنظیمی، آمادگی قانونی، و آمادگی تکنیکی.

۱-آمادگی تحریری

پس از تعیین موضوع و دقت در زاویه پرداختن به آن، ایده باید به سوالات مهمی پاسخ دهد. این سوالات از این قرارند: آیا زاویه دید برای بینندگان مهم است؟ آیا زاویه دید دقیق است؟ آیا واضح است؟ آیا امکان تبدیل شدن به گزارش تصویری تلویزیونی را دارد؟

مرحله مستندسازی: این مرحله، مرحله جمع-آوری اطلاعات مربوط به گزارش است، اطلاعاتی مانند اعداد و ارقام، آمار دقیق، و اطمینان از دقت اطلاعات.

تعیین مصاحبه-ها و ارتباطات تلفنی: در این مرحله اشخاص مناسب برای اجرای مصاحبه باید با دقت تعیین شوند. این افراد چه کسانی هستند؟ چه کاری انجام می-دهند؟ سوالات مناسبی که باید طرح کرد کدامند؟

جستجوی موقعیت-های مناسب موضوع در صورت نیاز: گزارش تلویزیونی باید داستان را از زبان قهرمانان آن روایت کند. لذا اضافه بر مصاحبه-هایی که با فعالان، مسئولان، شاهدان، و متخصصان انجام می-شود، مصاحبه-های دیگری وجود دارند که با موقعیت-های گزارش و هدف آن سازگارند. مثلا اگر در مورد مهاجرت باشد، فرد مهاجر برای مصاحبه مناسب است، اگر در مورد آموزش باشد، استاد و شاگرد افراد مناسبی هستند، اگر گزارش در مورد اعیاد مهم باشد، مصاحبه با خانواده-ها مهم است.

تعیین محتوای دیداری: در این مرحله صحنه-ها و تصاویر مربوط به داستان که در گزارش مورد استفاده قرار می-گیرند، تعیین می-شوند. تا زمانی که موعد رفتن به میدان شود، خبرنگار و تصویربردار مستقیماً به سوی هدف مرود نظر خود رهسپار می-شوند.

تعیین اولویتهای تصویر برداری: در هر گزارش تلویزیونی برخی تصاویر چنان ضروری هستند که نمی-توان از آنها بی-نیاز گردید. در مقابل برخی نیز اضافی هستند و برای زیبایی و جذابیت گزارش ثبت می-گردند، برخی نیز ذخیره می-شوند تا در صورت تغییر برنامه و هدف گزارش بتوان از آنها استفاده کرد. ترتیب این اولویتهای قبل از ورود به میدان برای تهیه گزارش تعیین می-شوند.

تعیین ساختار نظری برای گزارش (Story Board): در این ساختار محتوای دیداری گزارش تهیه

می-شود. همچنین گروه تهیه گزارش جزئیات داستانی که روایت گردد را تعیین می-کنند: بخشها، تصاویر و چگونگی آغاز و انجام گزارش در این بخش تعیین می-گردد. در این مرحله شکل گزارش و آنچه که باید در آن گنجانده شود تصور می-گردد و برای اجرای آن برنامه-ریزی می-شود. این ساختار نظری همه اهداف گزارش را دربر دارد که از جمله می-توان به موارد زیر اشاره کرد:

در این مرحله امکان مقایسه ایده گزارش با واقعیت امکان پذیر می-گردد: زیرا این ساختار نظری در مرحله نظریه باقی می-ماند تا زمانی که به اجرا گذاشته شود. همچنین اجازه دستیابی به بهترین تصاویر را می-دهد، بدون نیاز به تعهد به تصورات پیشین. زیرا همه امور در میدان و در مرحله اجرا از هم تمییز داده می-شود و تخیل از واقعیت تمییز داده می-شود. لذا میدان ممکن است دربردارنده حوادث غیرمترقبه باشد که بر گزارش تاثیر مثبت یا منفی می-گذارد.

این تصور پیشین همچنین گروه را از انجام کارهای غیر ضروری بی نیاز می-کند؛ خبرنگار همیشه احساس می-کند تصاویر و مصاحبه-ها اندک هستند و این احساس باعث می-شود بیش از مقدار مورد نیاز تصاویر و مصاحبه تهیه کند که در پایان هیچکدام برای آخر مراحل تهیه گزارش فایده-ای دربر ندارند. این امر ممکن است اعتماد وی به منابع مورد استفاده را از بین ببرد.

در این مرحله می-توان در زمان و هزینه صرفه جویی کرد: زیرا ورود به میدان بدون داشتن تصور روشن از اهداف می-تواند باعث سردرگمی شود و باعث زیاده روی در تصاویر و مصاحبه-ها می-شود که معمولا بی-فایده هستند.

۲- آمادگی تنظیمی و قانونی

قوانین رسانه تابع چارچوب قانونی مشخصی است که از کشوری به کشور دیگر و با نظر به سطح آزادی کشورها، متفاوت است. مثلا تصویر برداری در خیابان در کشورهای اروپایی نیازمند مجوز قانونی نیست و بخشی از حقوق شهروندی به شمار می-رود، در مقابل برخی کشورها داشتن مجوز را شرط این کار می-دانند. همچنین بسیاری از کشورها تصویربرداری در نزدیکی بعضی امکان مانند تاسیسات نظامی و دولتی را ممنوع می-داند. برخی کشورهای اروپایی نیز استفاده از چهارپایه و ابزار جانبی دوربین برای تصویربرداری را جز با داشتن مجوز ممنوع می-دانند، زیرا قانون آنها معتقد است که این امر باعث ایجاد مانع در اماکن عمومی می-شود. لذا توجه به قوانین کشورها در رابطه با تصویربرداری قبل از ورود به میدان برای ثبت تصاویر، امری حائز اهمیت

همچنین این مرحله عمل تدوین را آسان می-کند؛ زیرا تصویربرداری بدون داشتن تصور پیشین عمل تدوین را پیچیده می-کند و خبرنگار و تولید خود را در برابر انبوهی از

است. در اینجا به چند مسئله مهم می-پردازیم:

۱- دریافت مجوز قانونی: کارت خبرنگاری، مجوز خاص بعضی از مکانها، مجوز تصویر برداری در کشورهایی که منع می-کنند.

۲- اطمینان از قوانین لازم الاجرا در رابطه با تصویربرداری در یک کشور: مانند ممنوعیت نشان دادن تصویر صورت کودک در بعضی کشورها.

۳- اطمینان از بعضی مسائل مربوط به حقوق مالکیت: مانند مالکیت حقوقی موسیقی و تصاویر خاص و بازدید از بعضی از مکانها قبل از آغاز تصویربرداری.

3- آمادگی تکنیکی

۱- تعیین دستگاه-های دیجیتال ضروری برای تصویربرداری: بنابر برنامه، زمان و محل تصویربرداری، دستگاه-های دیجیتال لازم بر اساس شرایط تصویربرداری، تهیه و آماده می-شود. مثلا تصویربرداری در شب یا روز، در هوای باز یا اماکن بسته، همگی ابزارهای خاص خود را می-طلبند.

۲- اطمینان از سلامت دستگاهها: دوربین، روشنایی، میکروفون، نورافکن، باتری، هارد و نوارهای کافی همه ابزارهای ضروری بک تصویربرداری هستند (علی رغم سادگی این امر، بسیار پیش آمده که نادیده گرفتن آنها باعث تاخیر در روند کارها یا عدم انجام مسئولیت-ها شده است).

۳- تولید نهایی

این نام به خاطر آن است که پس از بازگشت از میدان آغاز می-گردد و شامل مراحل زیر می-شود:

- ۱- انتقال مواد تصویربرداری
- ۲- انتخاب تصاویر
- ۳- انتخاب مصاحبه-ها
- ۴- ترسیم نقشه راه برای تدوین
- ۵- اسکرپیت یا متن نمایش
- ۶- خواندن گزارش و ضبط صدا و توجه به لحن، ریتم، و تنظیم تنفس.
- ۷- پایان تدوین
- ۸- میکس

در فصل-های بعدی به قواعد تولید، تدوین و نوشتن متن گزارش تلویزیونی و دیگر مراحل می-پردازیم.

۲- عملیات میدانی:

تصویربرداری و مصاحبه-هـ

بعد از پایان عمل آماده سازی که خبرنگار، تهیه کننده و تصویربردار در آن شرکت می-کنند، زمان ورود به میدان کار یا آزمایش نظریات در عمل و اجرای آنهاست.

این مرحله از اهمیت بسزایی برخوردار است. زیرا مرحله میانی است و بر پایه مراحل و تمهیدات اولیه استوار (آمادگی مقدماتی) است و زمینه را برای مرحله بعد آماده می-کند (تولید نهایی). موفقیت این مرحله به سطح آمادگی مرتبط است. این مرحله روند مراحل بعد را تعیین می-کند. در اینجا به چند مسئله کلی اشاره می-کنیم و در فصل مربوط به قواعد تصویربرداری و مصاحبه-ها به تفصیل به آنها می-پردازیم.

مولفه‌های گزارش تلویزیونی: ابزارهای مختلف و لحن واحد

اگر بخواهیم در یک سیاق روشمند که بر اساس آن عناصر تشکیل دهنده گزارش را تقسیم کنیم می‌توانیم بگوییم که تصویر نماد رکن و پایه اساسی یک گزارش میدانی است، بلکه نشان دهنده همه تلویزیون و کارکرد آن است. زیرا بدون وجود تصویر نمی‌توان از تلویزیون سخن گفت. تصویر در یک گزارش تلویزیونی به مثابه ماده اصلی تشکیل دهنده دارو است. اما علی‌رغم همه اهمیتی که دارد، به تنهایی کافی نیست و نمی‌تواند پیام را منتقل کند.

در یک گزارش تلویزیونی موفق حتما باید دربردارنده تصویر قدرتمند باشد که بیننده در آن داستان مردمان را مشاهده کند، و مصاحبه‌هایی که شخصیتها در آن نظرات و دیدگاههای خود را بیان کنند، و نظری که آنچه که تصویر نمی‌تواند نشان دهد را به خوبی بیان کند، و صدایی طبیعی که تصاویر را به فضای داستان پیوند دهد و بیننده را وارد جهان آن کند، و خبرنگاری که با ایستادن در برابر دوربین صداقت و مسئولیت خود را به خوبی نشان دهد و با حضور به موقع در زمان و مکان مناسب بتواند همه آنچه برای انتقال یک پیام لازم است را به جای آورد.

همانطور که داروی تاثیرگذار از ترکیبات مختلفی تهیه شده است، گزارش تلویزیونی نیز نتیجه ترکیب مولفه‌های مختلفی است که هر کدام به مقدار لازم مورد استفاده قرار گرفته اند. لذا اگر یک مولفه نادیده گرفته شود یا به اندازه نیاز استفاده نشود، تاثیر آن بر کیفیت گزارش و ارزش و جذابیت آن تاثیر خواهد گذاشت. در گزارشهای تلویزیونی کمیت مهم نیست، زیرا زمان گزارش کوتاه است و امکان ندارد همه جنبه‌های یک موضوع را دربرگیرد، بلکه هدف کیفیت و توان گنجاندن هر چه بهتر پیام است. سخن درباره مولفه‌های گزارش تلویزیونی امری است که ضرورت قانونمند بودن و نظام مند بودن آن را اقتضا می‌کند و گزارش تلویزیونی یک کل نظامند و منسجم است. دقیقا مانند یک قطعه موسیقی منسجم که با ابزارهای موسیقی مختلف تولید می‌شود، اما به عنوان یک قطعه موسیقی منسجم شنیده می‌شود که بین ابزارهای آن تفاوتی وجود ندارد. آنچه مهم است آهنگی است که همه ابزار در یک هماهنگی و انسجام به شنونده ارائه می‌دهند. لذا اگر یک ابزار خارج از چهارچوب عمل کند، باعث تباهی قطعه موسیقی می‌شود.

مدلول خاص خود را دارد که در اینجا ذکر می‌کنیم.

۱- تصویر عام

تعریف: همانطور که از اسم آن برمی‌آید، این نما گسترده است و از دور گرفته می‌شود و صفات زمان، مکان و سیاق را دربردارد. افراد در این نمای دور در حجم بسیار کوچکی ظاهر می‌شوند به طوری که در یک تصویر غوطه ور به نظر می‌آیند و تمام پیکر افراد نشان داده می‌شود. تصویر از این نمای دور همه جزئیات را نمایش می‌دهد، و بیننده به وسیله آن کنش‌ها و حرکات را در سیاق کلی آنها مشاهده می‌کند.

کارکرد: این نما برای توصیف مکان (شهر، روستا، جنگل، کارخانه، جاده، خانه و غیره)، یا زمان (غروب خورشید، طلوع و غیره)، یا اوضاع هوا (باران، تگرگ، برف و غیره) به کار می‌رود. هدف از آن نیز نشان دادن نمای کلی رویداد است نه جزئیات آن. معمولا نمای دور که به آن لانگ شات گفته می‌شود، در آغاز گزارش به کار می‌رود و به آن تصویر اصلی نیز گفته می‌شود.

در این فصل به پنج مولفه اصلی تشکیل دهنده گزارش تلویزیونی می‌پردازیم که همانا: تصویر، نظر، مصاحبه، صدای طبیعی و ایستادن در برابر دوربین.

تصویر: پایه گزارش و

رکن اساسی آن

تصویر پایه و اساس کارکرد تلویزیون و ابزار متمایز کننده آن است. اگر بتوان تلویزیون را در یک کلمه خلاصه کرد، آن کلمه تصویر است. اما زمانی که درباره تصویر در تلویزیون سخن می‌گوییم در واقع از زبان خاصی سخن می‌گوییم که همانا زبان تلویزیون یا زبان دیداری است.

همان گونه که در زبان شفاهی دارای قواعد خود است، زبان تصویر نیز قواعد و اصول خاص خود را دارد که ارتباط را ممکن و قابل فهم می‌کند. اگر کلمه کوچکترین بخش هر زبان است، تصویر نیز کوچکترین بخش زبان دیداری است.

در این بخش به تصویر تمرکز می‌کنیم و به انواع تصویر، اندازه، کاربرد، و رابطه آن با دوربین می‌پردازیم.

الف: انواع نما: حجم در خدمت

معنی

نما از نظر اندازه انواع مختلفی دارد و هر نمایی در زبان تلویزیون معنی و



تقریر آیمین الزبیر
برشلونة



۲- نمای کلی

تعریف: این نما از نظر تعریف و مفهوم با نمای عام تشابه دارد؛ و فقط یک اختلاف جزئی با آن دارد. به این معنی که تمرکز در نمای کلی بر افرادی است که بخش بزرگی از نما را دربردارند.

کارکرد: این نما کارکرد دوگانه دارد. به این معنی که مکان و فضایی که با کنش همراه را توصیف می‌کند و آغاز یک کنش یا حرکت همراه است را توضیح می‌دهد و عملی که مردم به آن مشغول هستند را به بیننده نشان می‌دهد. این نوع نما نیز در آغاز گزارش کاربرد دارد. همچنین این نما امکان تعیین مکانی که وقایع در آن جریان دارد را مهیا کرده و درک کلی‌ای به بیننده می‌دهد.

دیده می‌شود، اما تمرکز در آن بر فرد هنگام حرکت و کنش است نه بر مکان. این نوع نما یکی از پرکاربردترین نماهای تلویزیون است. زیرا آنچه چشم به طور طبیعی مشاهده می‌کند را منعکس می‌کند؛ به طوری که فرد گویی با چشم خود این صحنه را مشاهده می‌کند.

کاربرد: این نما برای نشان دادن فرد یا ارائه توضیحی برای امری به کار می‌رود. معمولا شخص در این نما به طور کامل یا از زانو به بالا مشاهده می‌شود. این نما به عنوان نمای میانی بین نمای کلی و نمای میانی به کار می‌رود.



نتایج انتخابات الهولندیه تکشف عن النقسام في المجتمع بين المدافعين عن التلوع والراغبين في الانكفاء على الذات

۴- نمای آمریکایی

تعریف: در این نما شخص از زانو به بالا به تصویر کشیده می‌شود. نام این نوع تصویر به خاطر کاربرد آن در فیلمهای آمریکایی است. زیرا در این فیلم‌ها هفت تیر به صورت آویزان از کمربند شخص نشان داده می‌شود. به همین خاطر می‌توان آن را نوعی از انواع تصاویر میانی یا متوسط به شمار آورد.



۳- نمای میانی

تعریف: این نما به دو نمای فوق الذکر شبیه است. به طوری که تمام فرد همراه با بعضی از عناصر مکان در آن

۶- نمای نزدیک

تعریف: این تصویر صحنه-ای را نشان می‌دهد که در آن جزئیات مکان مشاهده می‌شوند. چه هدف شخص باشد چه مکان، شی یا موقعیت.

کاربرد: اضافه بر نقش آن در توضیح جزئیات، تصویر نزدیک با نشان دادن جزئیات، قدرت بیان داستان را بیشتر می‌کند و توجه بیننده را جلب می‌کند. اضافه بر این تصویر نزدیک از نوعی صمیمیت برخوردار است و با بیننده ارتباط برقرار می‌کند، زیرا آنچه با چشم غیر مسلح مشاهده می‌کنیم را منعکس می‌کند؛ به همین خاطر فقط در حالت و سیاق صمیمی (مانند حضور در کنار خانواده، دوستان و غیره) از این نوع تصویر استفاده می‌شود.

اضافه بر این، این تصویر اجازه مشاهده حالتهای روانی را به بیننده می‌بخشد؛ به همین خاطر جزئیات و حالتها را به زیبایی به بیننده منتقل می‌کند و احساسات وی را برمی‌انگیزد.

البته باید بین نمای نزدیک و نمای خیلی نزدیک تمییز قائل شد. بدین معنی که نمای نزدیک صورت شخص را به تصویر بکشد، در حالی که نمای خیلی نزدیک چشم‌ها، یا اشکی که از چشمانش سرازیر می‌شود را نشان می‌دهد. کما اینکه نمای نزدیک یک گل را به تصویر بکشد که در حال شکفته شدن است، در حالی که نمای خیلی نزدیک زنبوری را نشان دهد که در حال خوردن شهد آن گل است، یا شبی را نشان دهد از روی غنچه سرازیر می‌شود.

کاربرد: این نوع تصاویر، بیننده را به اشخاص نزدیک می‌کند.



۵- نمای ایتالیایی

تعریف: در این نوع تصویر بخشی از ساق پا و مابین زانو و پاها را نشان می‌دهد. این نوع تصویر مانند تصویر آمریکایی به عنوان تصویر میانی به کار می‌رود.

کاربرد: این نوع تصویر بیننده را به اشخاص در تصویر نزدیک می‌کند.



۷- نماهای اینسرتی

یکدیگر می-شود. برای نمونه به این مثال توجه کنید:

- نمای اول: مسئولی در حال مطالعه است.
نمای دوم: مسئول با تلفن صحبت می-کند.

انتقال از نمای اول به نمای دوم بدون مقدمه و بدون ارتباط منطقی صورت گرفته است؛ زیرا فرد معمولاً به طور مستقیم از موقعیت مطالعه به موقعیت صحبت با تلفن منتقل نمی-شود، مگر آنکه اقدامی که ربط دهنده این عمل باشد را انجام دهد. مثلاً کنار گذاشتن کتاب و برداشتن تلفن إلخ...

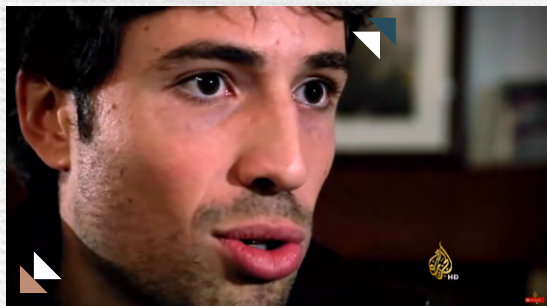
چگونه می-توان معصل نبود چنین ارتباط منطقی-ای را حل کرد؟

راه حل ساده است؛ می-توان با استفاده از نمای اینسرت یا نمای رابط این دو را به هم ربط داد. در این صورت صحنه اینگونه خواهد شد:
نمای اول: مسئول در حال مطالعه کتاب است.

نمای دوم: نمای نزدیک به پرچم (مسئول در کادر تصویر ظاهر نمی-شود)

نمای سوم: مسئول در حال صحبت با تلفن است.

اکنون انتقال از نمای اول به سوم منطقی و پیوسته به نظر می-رسد. چرا؟ زیرا بیننده تصور می-کند زمانی که تصویر پرچم ظاهر شد، مسئول کتاب را کنار گذاشت تا تلفن را برداشت.



خیلی نزدیک می-باشد؛ و همانطور که از اسم آن برمی-آید شبیه به جمله معترضه است.

کاربرد: این نوع نما ضروری نیست، اما در افزایش فهم و دریافت تاثیرگذار است. نقش اساسی آن نیز تسهیل روند انتقال از نمایی به نمای دیگر است. به همین خاطر می-توان آن را به یک تکه از چسب تشبیه کرد که عمل برش نماها را می-پوشاند و نماهای گسسته را به هم پیوند می-دهد.

مثال: نمایی از یک پرچم در دفتر وزیر یا مسئولی که در حال استیضاح شدن است؛ می-توان از این نوع نما برای انتقال سیلس از نمای صورت مسئول به نمای صحنه استیضاح استفاده کرد. علی رغم اینکه این نما ارزش خبری چندانی ندارد، اما از ارزش زیبایی شناختی فراوانی برخوردار است؛ زیرا با پیوند دادن نماها روند کار را زیبا و روان می-کند. همچنین مانع گسست نماها و ارتباط غیر منطقی نماها و صحنه-ها به

این دلیل که در بردارنده چندین نمای متوالی و پی‌درپی است.

کاربرد: این نما/صحنه برای دنبال کردن فرد یا یک شی در حال حرکت پیوسته است. این نما مخصوص نماهای متحرک، پویا و غیر ساکن است. هدف آن نیز نشان دادن یک صحنه کامل از آغاز تا انجام به دلیل اهمیت، زیبایی یا محوری بودن آن است.

مثال: شخصی در حال اعتراض است و پلیس در صدد بازداشت آن است؛ اما وی فرار می‌کند. می‌توان آن را در یک صحنه به هم پیوسته از لحظه اقدام به بازداشت وی تا فرار از دست پلیس به تصویر کشید. این نما در مقایسه با نماهای دیگر بلند و طولانی است؛ مدت آن نیز قدرت تصویر، اهمیت خبری و زیبایی آن مشخص می‌کند.

این نماها پایه و اساس تصویر برداری برای تلویزیون است. لذا تصویر بردار در اثنای تصویر برداری حجم نماها را بر اساس قواعد زبان دیداری و دلالت‌های آن کم و زیاد کند. انتخاب یک نما از بین نماها باید بر اساس نظم خاصی صورت گیرد تا نماها و تصاویر بیانگر، حامل پیام و جذاب به نظر آیند.

همانگونه که حجم و اندازه در تمییز بین نماها عنصری اساسی به شمار می‌رود، حرکت دوربین نیز معیاری است که به وسیله آن بین نماها تمییز قائل می‌شویم. این حرکت

نکته مهم: در بسیاری از مواقع فیلم‌برداران یا خبرنگاران این نماها را نادیده می‌گیرند و این اهمال چالش‌های فراوانی در اثنای تولید فیلم برایشان به وجود می‌آورد. به همین خاطر برای به دست آوردن این نماها باید نهایت دقت را به کار برد. در اینجا چند نمونه دیگر ذکر می‌کنیم:

- تصاویر پلاکاردها در اثنای تظاهرات: این نما به عنوان نمای ارتباط دهنده مناسب است و ارزش خبری را نیز افزایش می‌دهد. زیرا آنچه در پلاکارد نوشته شده ما را از تفسیر بی‌نیاز می‌کند.

- تصویر کتابهایی در دفتر پزشک، کنشگر یا وکیل.

۸- نمای صحنه



تعریف: با اینکه این نما یکی است اما بیشتر شبیه صحنه است تا نما. به این معنی که آن یک نماست به این دلیل که عمل تصویربرداری مستمر و پیوسته است، و صحنه است به

نیز نباید بی-برنامه و فاقد منطق به نظر آیند؛ بلکه باید معانی و دلالت‌های روشن خود را داشته باشند.

دنبال می-کند:

-ارائه اطلاعات درباره اندازه-های مربوط به مکان. مانند نشان دادن انبوه جمعیت در ورزشگاه فوتبال. دوربین از سمت راست ورزشگاه به سمت چپ آن یا بالعکس حرکت می-کند. یا برای نشان دادن انبوه معترضان در خیابان، یا نشان دادن تابلویی بزرگ.

-تشخیص رابطه بین دو عنصر که در یک نما نشان داده نمی-شوند.

مثال: نمایی سراسرنما از دانشجویان و نشان دادن آنها روی پرده نمایش در دوره تحصیلی. در این نما بیننده درمی-یابد که دانشجویان در حال تماشای پرده نمایش هستند.

یک قاعده اساسی: نمای پانورامیک ثابت آغاز می-شود و ثابت پایان می-یابد. به این معنی که دوربین از نقطه الف به طور پیوسته حرکت می-کند تا در نقطه ب به پایان برسد.

بر اساس آنچه گفته شد، تصویر بردار در خلال تصویر برداری نماهای پانورامیک سرعت حرکت دوربین و مدت آن را در نظر داشته باشد. زمان مناسب برای این نوع نما نیز بین چهار تا هفت ثانیه است. زیرا اگر این نما طولانی شود، استفاده از آن سخت می-شود یا تصویر بردار ناچار می-شود آن را قطع کند، که این امر غیر حرفه-ای به شمار می-رود.

ب: حرکت دوربین: سیاق و

معنی

صرف نظر از اندازه نما، در تصویربرداری برای تلویزیون باید بین نمای ثابت و نمای متحرک تمییز قائل شد.

۱- نمای ثابت

تعریف: نمایی است که دوربین از روی پایه ثابت ثبت می-کند. نماهای ثابت ستون فقرات یک گزارش تلویزیونی به شمار می-روند. از آنجایی که این نماها در گزارش تلویزیونی اساس کار را تشکیل می-دهند، کاربرد آنها بر خلاف نماهای متحرک که باید دلیل روشنی آنها را توجیه کند، به دلیل و توجیه نیاز ندارد.

۲- نمای سراسرنما - Pan right- tilt up-tilt down

تعریف: در این نما دوربین بین دو نقطه در حرکت است (نقطه اول-ب) مثلا از راست به چپ یا بالعکس، یا از بالا به پایین یا بالعکس، بدون آنکه پایه حرکت کند.

نقش نما: این نما هدفهای زیر را

۳- نمای عبوری (Travelling shot):

تعریف: در این نمای دوربین همراه با پایه به حرکت درمی-آید؛ کما اینکه فیلم بردار نیز ممکن است حرکت کند، یا پایه دوربین بر روی ریل (Track) حرکت کند (این نوع فیلم برداری در تولیدات حجم بالا به کار می-رود). این نما ممکن است در سطوح سگانه (بالا- پایین، راست- چپ، و عقب) صورت گیرد.

کاربرد:

- امکان کشف فضای متغیر و در حال حرکت را فراهم می-کند.

- دارای صمیمیت بالایی است، زیرا حرکت بیننده را در قلب وقایع قرار می-دهد.

۴- زوم یا بزرگنمایی، یا نزدیک کردن و دور کردن (ZOOM IN-):

تعریف: عملی دیداری است که برای دور یا نزدیک کردن اشیا انجام می-شود. دوربین هنگام زوم یا بزرگ نمایی حرکت نمی-کند، بلکه از طریق دوربین اشیا دور یا نزدیک می-شوند. کارکرد:

نزدیک کردن اشیا، اشخاص یا حالت‌های دور که امکان نزدیک شدن با آنها در موقعیت عادی فراهم نیست.

به بیننده احساس کشف می-دهد؛ چه از طریق کوچک نمایی (zoom-out) که از نمای نزدیک حرکت کرده و با باز شدن عدسی دوربین به صورت تدریجی صحنه را از دور نشان می-دهد، یا از طریق بزرگنمایی (zoom-in) که با نزدیک کردن نما از دور صحنه را توضیح می-دهد.

نکته مهم: بهتر آن است که از این حرکت کمتر استفاده شود. زیرا نزدیک کردن اشیا دور از طریق بزرگنمایی بر کیفیت تصویر تاثیر می-گذارد، لذا بهترین راه نزدیک شدن به اشیا به حرکت درآوردن دوربین است.

چ) موقعیت دوربین: پیشی گرفتن از تدوین

تنوع بخشی به حجم و اندازه نماها و حرکت دادن دوربین اثنای تصویر برداری کافی نیست. بلکه باید به گونه-ای تصویر برداری کرد که هم عمل مونتاژ را آسان کند و هم به زیبایی گزارش بیافزاید.

باید توجه کرد که یکی از کارکردهای تلویزیون تولید سرگرمی است؛ و خبرنگار تلویزیون شبیه قصه-گویی است که حکایتی را روایت می-کند، بدین معنی که محض روایت داستان برای جذب مخاطب کافی نیست، و باید فنون روایتگری را فرا گرفته باشد و به صورت جذاب داستان را روایت کند. زیرا اگر روایت وی جذاب نباشد بدون شک مردم دور او جمع نخواهند شد.

-نمای اول مشتریانی را در یک قهوه خانه را نشان می‌دهد که به بالا نگاه می‌کنند؛ نمای دوم یک تلویزیون را به تصویر می‌کشد؛ بیننده درمی‌یابد که مشتریان در حال تماشای تلویزیون هستند.

نمای بیرون از کادر تصویر Hors

champs: منظور از نمای بیرون از کادر این است که تصویر در خارج از چارچوب نما قرار دارد. به این معنی که آنچه که در نما ظاهر می‌شود با هدف انتقال دادن ذهن به آن چیزی است که در نما نمایان نیست. این تصویر باید اطلاعات جدیدی ارائه دهد، و در غیر این صورت فاقد معنی خواهد بود. مثلاً شاخه نشان از وجود درخت دارد و آینه خودرو نشان از وجود خودرو است، و دکمه پیراهن نشان از وجود یک شخص است.

نمای پشت شانه یا نمای دیگر Amorce: این نما برای نشان دادن گفتگوی بین دو شخص یا چندین شخص است. در این نوع نما شانه معمولاً یک سوم کادر تصویر را اشغال می‌کند، و دو سوم دیگر آن را افراد دیگر یا بقیه صحنه دربر دارد. شانه در اینجا عنصری اساسی به شمار نمی‌رود، اما عمق و غنای خاصی به تصویر می‌بخشد. لذا ممکن است مسئله به چیزی‌های دیگری غیر از شانه تعلق داشته باشد. مانند بخشی از یک درخت، دیوار یا صورت یک فرد

نمای واضح/تار flou/net: واضح نشان دادن بخشی از نما و تار نشان دادن بخش دیگر آن، یکی از فوت

تصویر جذاب از ارکان اصلی گزارش تلویزیونی میدانی است. لذا خبرنگار باید بداند که تصویر تدوین را در پی خواهد داشت، و تدوین زیبا مرهون تصاویر جذاب است.

درست است که نوآوری و ابداع در تصویر به استعداد، توانایی شکار صحنه‌های زیبا، آموزش، نوع دوربین، شرایط تصویربرداری و دیگر مسائل مربوط است، اما بعضی از ضوابط مهم وجود دارند که بر کیفیت تصویر و تولید فیلم تاثیر می‌گذارد و بر زیبایی گزارش می‌افزاید.

از بین این نوآوری‌های مربوط به موقعیت دوربین می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

-دو تصویر روبه‌رو: منظور دو نمای متوالی از دو نقطه مقابل هم است. نقش این توالی تفسیر نمای اول است. به صورتی که دو نما همدیگر را تکمیل می‌کنند.

مثال:

-نمای اول مربوط به مسئولی در حال سخنرانی است و نمای دوم مربوط به شنوندگان است. در چنین حالتی بیننده درمی‌یابد که افرادی که در نمای دوم مشاهده کرده است به سخنرانی مسئول گوش می‌دادند.

-نمای اول مربوط به بازیکنان فوتبال است؛ نمای دوم مربوط به تماشاگرانی است که فریاد می‌زنند؛ بیننده به طور طبیعی به این نتیجه می‌رسد که تماشاگران در حال تشویق تیم خود هستند.

کادر تصویر ما را از تسلسل منطقی تدوین بی نیاز کرده است.

تصویر زاویه از بالا یا پایین: در این نما دوربین شخص را از بالا یا پایین نشان می‌دهد و با آنها همسطح نیست. این کار در ماهیت تصویر و شکل آن تاثیر مثبت می‌گذارد.

انتخاب این نما باید با قصدی همراه باشد، زیرا بر اندازه اشخاص و اشیا تاثیر می‌گذارد و آنها را کوچکتر یا بزرگتر از اندازه واقعی‌شان نشان می‌دهد. زیرا تصویر از پایین بر خلاف نمایی که از بالا گرفته می‌شود، نوعی احساس بزرگی و عظمت می‌بخشد. انتخاب این نوع نما ممکن است به عنوان جایگزین حرکت دوربین به کار رود.

۲- قواعد دهگانه

فیلم برداری: جستجوی

معنی در خلال استراحت

قبل از حرکت به سوی میدان و آغاز عمل فیلم برداری، باید توجه داشت که هدف گزارش تلویزیونی «روایت داستان» است و تصاویری که برداشت می‌شوند باید توانایی روایت داستان به شکل واضح را داشته باشند.

همچنین باید توجه داشت که اولویت در تلویزیون برای تصویر است نه متن، و متن تنها تکمیل کننده تصویر است و نمی‌تواند

و فنهای فیلم برداری است که به وسیله تغییر در عدسی دوربین امکان پذیر است. به این کار فولو نیز می‌گویند. فیلم بردار پس از آن بخش تار را واضح و بخش واضح را تار می‌کند.

این نما با هدف افزودن نگاه هنری از طریق تار و روشن کردن بخشهای مختلف نما انجام می‌شود. این کار به نما زیبایی می‌بخشد و تاثیر کشف ناشناخته‌ها را از طریق روشن کردن بخش تار تصویر، نشان می‌دهد.

ورود به کادر تصویر یا خروج از آن: این عمل برای نشان دادن اشخاص، حیوانات و اشیای متحرک مانند خودرو، هواپیما و غیره است.

مثال ۱: نمای کلاسی که دانش آموزان در آن مشغول بازی هستند که معلم وارد کلاس می‌شود.

اضافه بر معنایی که نما حامل آن است، این نما کمک فراوانی به تدوین ارائه می‌دهد و مانع آنچه آن را پرش تدوین می‌نامند می‌شود. به طوری که خروج شخص از کادر آسان می‌شود و به سهولت می‌توان شخص را در نمای دیگری نشان داد.

مثال ۲: دانشجویی از منزل خارج می‌شود و از کادر تصویر خارج می‌شود.

پس از آن می‌توان آن را در نمای دیگری در اتوبوس یا حتی در داخل تالار دانشگاه نشان داد. زیرا خروج از

جایگزین آن باشد. لذا اگر بیننده نتواند داستان گزارش را بدون شنیدن متن بفهمد، گزارش در بخش تصویر شکست خورده است.

اعمال کرد (زیرا نمی-توان برای مثال مکان تظاهرات را تغییر داد). این امر ممکن است برای حل مشکل نور یا دوری از صداهای بلند صورت گیرد.

لذا تصویر ویژگی بارز تلویزیون و نام و نماد آن است و زبان تلویزیون بر پایه تصویر بنا نهاده شده است. لذا مرحله تصویر برداری در تولید گزارش اگر مهمترین مرحله نباشد، از مراحل مهم آن است. تصویر موفق نیز آن است که بتواند بین اطلاعات روشن و لذت پیوند برقرار کند. این امر تنها با توجه به قواعد حرفه و اجرای آنها در میدان گزارش امکان پذیر است که در اینجا به بخشی از آنها اشاره می-کنیم:

۱- گزارش در میدان تولید می-شود

خبرنگار باید اجازه دهد رویدادها به سیر طبیعی خود ادامه دهند و دوربین آنها را ثبت کند. وی باید کمترین دخالت در اقدامات افراد و کارهایشان را اعمال کند و به آنان اجازه دهد کارهای طبیعی خود را انجام دهند. خبرنگار کارگردان سینما نیست که نقشها را اداره کند؛ بلکه باید به آنها اجازه دهد روند زندگی طبیعی خود را داشته باشند. این امر بر طبیعی بودن گزارش و صداقت آن می-افزاید.

فیلم بردار ممکن است برای معنی بخشیدن به نما از یک فرد بخواهد از یک مکان خارج یا وارد آن شود، یا حرکتی را انجام دهد که در حلات طبیعی انجام نمی-دهد. مثلاً از صیاد بخواهد قلاب ماهیگیری را دوباره به آن اندازد.

هشدارهای حرفه-ای و اخلاقی
دخالت خبرنگار باید محدود باشد و تغییراتی در روند طبیعی رویدادها ایجاد نکند. به غیر از آن، هر گونه دخالتی ناقض قوانین اخلاقی حرفه خواهد بود. خبرنگار ممکن است در معرض بازجویی قانونی و حرفه-ای قرار گیرد. در بخش مربوط به آمادگی مقدماتی در مورد ساخت نظری و تئوریک گزارش سخن گفتیم و بیان کردیم که این امر نباید باعث شود خبرنگار به سناریوهای ساختگی روی آورد و وقایع را به گونه-ای جلوه دهد که با روایت و سناریوی مورد نظر خود سازگار باشد؛ و حقایق را تابع رویکرد خود نشان دهد. زیرا میدان حقایق اصل و اساس کار است و گزارش منعکس کننده این وقایع است؛ لذا نباید غیر از وقایع نقل کند یا آنها را وارونه یا سازگار با روایت مورد نظر خود روایت کند.

خبرنگار نمی-تواند از فردی بخواهد اقدامی خلاف واقع یا قانون انجام دهد، یا از او بخواهد عملی انجام دهد که تاثیر منفی بر شخصیت وی

موارد استثنایی:
گاهی ممکن است برای تغییر مکان تصویر برداری دخالت، و تغییراتی

یا دیگران می-گذارد. برای مثال از افراد بخواهد به طرف پلیس سنگ پرانی کنند یا از افراد بخواهد اعتراض کنند تا از آنان تصویر برداری کند.

ببیند که بر اساس نظم و ترتیبی ثبت نشده-اند و باعث ضعیف شدن گزارش و سستی روایتگری تصویر می-شوند.

مثال-های واقعی از خطاهای حرفه-ای

از میان خطاهایی که خبرنگاران مرتکب شده-اند، تقلید صدای شلیک گلوله در خلال پوشش جنگ، بویژه در زمان ایستادن در برابر دوربین بود. یا مثلاً خبرنگار به گونه-ای رفتار کند که نشان دهد تیراندازی در نزدیکی وی انجام می-گیرد تا خود را در چشم بیننده شجاع و بی-پاک جلوه دهد. (این اتفاقات در عالم واقع روی داده و پس از کشف دروغ و تزویر خبرنگار باعث بروز مشکلات فنی بسیاری برای وی شده است).

نمونه-هایی از خط نظام بخش در موضوعاتی که ارزش تبدیل شدن به داستان تلویزیونی دارند

- گزارشی درباره راهپیمایی اعتراضی از سوی مهاجران غیر قانونی.

بهتر است قبل از برداشتن دوربین و رفتن به سوی میدان برای فیلم برداری از تظاهرات، خط نظام بخشی که باید کارها بر اساس آن سیر کنند را مشخص کنیم. زیرا با اینکه تظاهرات عنصر اصلی گزارش است، اما به تنهایی برای تولید گزارش تلویزیونی کافی نیست. به همین خاطر بهتر است از تظاهرات پیشی گرفته و بر اساس نماهای زیر گزارش را تهیه کرد:

۲- تصویر برداری بر اساس خطی نظام بخش صورت می-گیرد که با زاویه دید ارتباط دارد

خبرنگاری مانند نویسندگی نیازمند وجود خط سیر روشنی برای رویدادهاست تا تصاویری که در میدان گرفته شده-اند را در یک سیر مشخص نشان دهد. در نبود این خط نظام بخش، خبرنگار ممکن است زمان طولانی و توان زیادی برای تصویربرداری از دست دهد، در حالی که نیازی به آن همه تلاش نبود. همچنین نبود این خط نظام بخش باعث می-شود خبرنگار خود را در برابر حجم انبوهی از تصاویر

-برداشت اول: تصویر پناهنده-ای که مشغول زندگی روزمره خود است؛ جایی که به صورت قانونی مشغول کار است؛ بهتر است او را در کارگاه ساختمان سازی، یا فروشنده دوره گرد یا کارهای دیگری که معمولاً مهاجران غیر قانونی به آنها مشغول می-شوند. به تصویر کشید.

-برداشت دوم: تصویر همان پناهنده در حال پیوستن به راهپیمایی اعتراضی که برای احقاق حقوق مهاجران انجام گردیده است.

-برداشت سوم: تصویر متنوعی از راهپیمایی که به سوالات اساسی

معترضان پاسخ می‌دهد. سوالاتی مانند: چه؟ چه کسی؟ چه زمان؟ کجا؟ و چرا؟ از خلال تصاویر نیز به تعداد معترضان و شمار آنها پی می‌بریم (نمای سراسر نما که راهپیمایی را از اول تا آخر نشان می‌دهد). مکان تظاهرات نیز از طریق نشان دادن عنوان خیابان یا میدانی که معترضان در جمع شده اند نشان داده می‌شود. زیرا پناهندگان معمولاً از نشان دادن مدارک هویتی خود خودداری کرده و خود را از دید دیگران پنهان می‌کنند. اما این بار آنان وارد خیابان اصلی شده اند. بیننده هم از خلال تصاویری که از اعتراضات آنها بازتاب می‌شود، و از تصاویر دور و نزدیکی که از پلاکاردها و دست‌نوشته و شعارهایی که سر می‌دهند، از خواسته‌های آنان مطلع می‌شود. همچنین از نهادهایی که از آنان حمایت می‌کند نیز مطلع می‌شود. این نهادها ممکن است نهادهای حقوقی یا سازمانها مردم نهاد و غیره باشد.

برداشت چهارم از وزارت کشور و نیرویهای امنیتی است که به اعتراضات نظم داده و از ایجاد برخورد خودداری می‌کنند.

۳- نشان دادن صحنه - و فیلم - و عدم اکتفا به تصاویر

گزارش تلویزیونی در واقع مجموعه‌ای از کلیپ‌های ویدیویی تشکیل شده از تصاویر و صحنه‌هاست؛ لذا می‌توان نما را به کلمه و صحنه را به جمله تشبیه کرد. لذا یک نما مانند کلمه است و به تنهایی حامل معنایی نیست و باید به کلمات دیگر افزوده شود تا

معنایی دربر داشته باشد. به همین خاطر این امر را باید در نظر داشت که تصویربرداری در میدان بر اساس جملات انجام می‌پذیرد نه بر اساس کلمات؛ به این معنی که صحنه‌ها و تصاویر متعدد باید گرفته شود و به یک یا چند نما اکتفا نکرد. به این معنا که ما مجموعه‌ای از نماهای پی‌درپی را به تصویر می‌کشیم تا معنا را به بیننده منتقل کنیم.

تمرین: نشان دادن تصاویر خاموش (مجموعه‌ای از نماها متوالی) بدون نظر یا کامنت، به شرط آنکه این تصاویر حامل معنایی باشند. منظور استفاده از یک تصویر به عنوان زبان ارتباطی به جای کلمات.

مثال: نشان دادن شخصی که به طرف آرایشگر می‌رود: نمای بزرگ که وی را در حال ورود به آرایشگاه نشان می‌دهد- نمای متوسط که آینه و صندلی را نشان می‌دهد- نمای نزدیک که قیچی و دستان آرایشگر را نشان می‌دهد- نمای بسیار نزدیک که فقط قیچی را نشان می‌دهد- دوباره نمای متوسط که آرایشگر و مشتری و عمل آرایشگری را نشان می‌دهد.

۴- تاثیر کولیچوف:

عمل مهمی در فیلمبرداری است که کارگردان روس «لیو کولیچوف» آن را بر اساس تجربه‌ای که در سال ۱۹۲۱ انجام داد، آن را اختراع کرد. وی در آن سال مدیر موسسه عالی سینما

که این مرد عاشق این زن است و عاشقانه به وی می-نگرد.

خلاصه اینکه یک نما نمی-تواند پیامی را منتقل کند؛ دقیقا مانند کلمه. لذا تصویری که در پی آن آمده است آن را تفسیر کرده و به آن معنی بخشیده است. لذا این قاعده در تصویربرداری و تدوین از اهمیت والایی برخوردار است.

۵- صحنه اصلی:

در هر گزارشی تاکید بر نشان دادن آن چیزی است که آن را «صحنه اصلی» می-نامند که از نماهای تاثیرگذار و اساسی در گزارش تشکیل می-شود و به گزارش دلالت، معنی و زیبایی خاصی می-بخشد و آن را قادر می-سازد افکار را به خود معطوف کرده و توجه بینندگان را جلب کند.

اضافه بر صحنه اصلی بهتر است گزارش حاوی نماهای اصلی شود که زیبایی و قدرت خاصی به گزارش می-افزاید. این نما مانند آنچه درباره صحنه گفته شد، باید دارای قدرت بیان زیادی داشته باشد؛ به طوری که این گفته مشهور درباره آن صدق کند که می-گوید: «شنیدن کی بود مانند دیدن».

نمونه-ای از صحنه اصلی: داستانی در مورد باران تگرگ که به باغ-هایی در فرانسه زیان رسانده و محصولات بسیاری را از بین برده است. صحنه اصلی در این داستان می-تواند کشاورزانی را به تصویر بکشد که گرداگرد مزارع خود

در مسکو بود. این ایده بر این اصل استوار است که در آغاز تصویر یک هنرمند مشهور را در حالت جمود و فاقد احساس نشان می-دهد؛ به طوری که احساس وی از روی ظاهر صورت قابل تشخیص نیست. مثلا نمی-توان تشخیص داد آیا وی خشمگین است؟ آیا خوشحال است؟ آیا نگران است یا اندوهگین؟ پس از آن تصاویر مختلفی از وی نشان داده می-شود. پس از آن از بینندگان در مورد حالت روانی وی سوال می-شود

صحنه اول:

- نمای اول: نمایی از بازیگر است که نشان دهنده هیچ احساسی از وی در آن وجود ندارد.

- نمای دوم: نمایی از سینی غذا. چه چیزی می-توان از این تصویر فهمید؟

این حالت ممکن است بیننده را به تصویر یک انسان گرسنه انتقال دهد.

صحنه دوم:

- نمای اول: تصویر بازیگر با صورت خاموش و فاقد دلالت.

- نمای دوم: دخترکی در یک تابوت. می-توان استنتاج کرد که شخص به دلیل مرگ این دختر اندوهگین است.

صحنه سوم:

- نمای اول: همان بازیگر با همان حالت فاقد دلالت روانی

نمای دوم: زن جوانی که بر تختی تکیه زده است.

می-توان این گونه استنتاج کرد

آتش روشن می‌کنند تا آن را گرم کنند. قدرت بیان صحنه در عجیب و زیبا بودن آن است (نمایی از آتشی که گراگرد باغها را فراگرفته و به آنها آسیبی نمی‌رساند). همچنین در قدرت بیان آن است؛ بدین معنی که توانسته است معنا را کامل به بیننده منتقل کند.

مثال نمای اصلی: نمایی از پلیس که زنی را در خیابانهای پاریس از موهایش می‌کشد.

6- تصویر باید حامل معنایی باشد

این بدان معناست که نما باید دربردارنده معنی و مفهومی باشد و رابطه آن با متن تکمیل کننده است نه جای زین. لذا نباید به متن بسنده کرد و تصاویر به ثبت رساند که معنی و مفهومی نداشته باشند. بهترین حالت در یک گزارش این است که تصویر و متن با هم سازگار باشند و سرشار از زیبایی و دلالت باشند، اما در هر صورت معنی در اولویت است.

باید در نظر داشت که گزارش تلویزیونی با گزارش رادیویی یا گزارش تصویری نیست.

این توصیف در مورد گزارشهایی اطلاق می‌شود که دربردارنده تصاویر عادی است که داستان یا زبان تصویری (مانند تصویر خیابان-

تصویر عادی) دربرداشته باشند که بدون هیچ تلاش و کوششی و به صورت اتفاقی ضبط شده‌اند. لذا بهتر است تصویربردار یک سوال مهم از خود پرسد: هدف از ضبط این تصاویر و صحنه‌ها چیست؟ معنایی که این تصاویر دربردارند چیست؟ چگونه می‌توان قدرت بیان آنها را بیشتر کرد؟

زیبایی تصویر بر اساس معیارهای تلویزیون جذابیت آنها نیست، بلکه در معنایی است که دربر دارند. لذا اگر تعارضی بین زیبایی و دلالت بوجود آید، اولویت با معنی و دلالت تصویر است.

بی‌گمان صحنه غروب آفتاب و پنهان شدن آن در پهنه دریا تصویر بسیار دلربایی است، اما زیبایی آن مرهون همراهی تصویر با یک خبر مهم یا معنای خاصی است. به همین خاطر در خلال تصویر باید در جستجوی نمایی بود که حامل خبر، معنی یا دلالت خاصی باشد؛ و از تصاویر سطحی و فاقد معنی که می‌توان تفسیرهای مختلفی برای آن ارائه داد، دوری کرد. زیرا هیچگونه خبر یا معنای خاصی دربر ندارد.

7- تنوع نما و زاویه تصویر

منظور از تنوع بخشیدن به نما ضبط تصاویر از زوایای مختلف در اندازه‌های مختلف، و حرکت دادن دوربین جهت ثبت فیلمهای زیبا و

متنوع است. این تنوع سه نتیجه دربردارد: توضیح معنی، زیبایی روایت، و روانی تدوین.

توضیح معنی: هر نمایی حامل معنای خاص خود است. لذا باید بر اساس معنای آن معنای خاص بکار برد. در غیر این صورت کاربرد آن نتیجه-ای معکوس دربر دارد.

مثال: یک گزارش در مورد برداشت گل از گلزارهای هلند باید این تصاویر را دربر داشته باشد:

-تصویری از دور که پهنه دشتهای گل را به تصویر کشد. (تصویر اصلی که نشان دهنده محل گزارش است).

-تصویر سراسرنا (در صورت نیاز) که نشان دهنده امتداد یک دشت را به وضوح نشان دهد.

-نمای کلی که در آنها افراد مشغول برداشت گل باشند (تصویر نشان دهنده محل و حرکات افراد است).

-نمای متوسط که برداشت گل را نشان دهد (نزدیک کردن تصویر برای نشان دادن جزئیات).

-نمای نزدیک به تصاویر صورت افراد، دستان و دستگاههای برداشت گل است (نمای خودمانی که بیننده را با جزئیات عمل برداشت آشنا می-کند).

-زیبایی روایت: تنوع بهتر راه زیبایی بخشی است، معمولا بینندگان به سرعت از تماشا خسته می-شوند.

لذا تنوع بخشیدن به تصویر و کاربرد تصاویر با حجمها و اندازه-های مختلف، همراه با ژرف نمایی و حرکت مستمر دوربین، تماشای تلویزیون را برای بیننده جذاب می-کنند.

-تدوین روان: عمل تدوین بر انتقال روان و سلیس تکیه دارد که چشمها را به گونه-ای از تصویری به تصویر دیگر منتقل می-کند، که فرد این انتقال را احساس نمی-کند. این امر جز با تنوع بخشی به اندازه-های تصویر امکان پذیر نیست. در این تنوع انتقال از تصویر سراسرنا به نمای متوسط، نزدیک و خیلی نزدیک بر اساس منطق معینی صورت می-گیرد. حرکت دوربین، و ورود و خروج افراد از کادر دوربین نیز تاثیرگذار است.

تصویربرداری هنری است که بر پایه نوآوری استوار است و می-توان آن را به زبان تشبیه کرد. به این معنی که فرد با مجموعه معینی از کلمات می-تواند قصیده زیبایی بسراید، و شخصی دیگر با همان کلمات متنی رکیک و فاقد زیبایی به دست دهد. بنابراین انتخاب ترتیب و ترکیب کلمات تفاوت آفرین است. افراد ممکن است در شناخت کلمات با هم برابر باشند، اما بی-گمان توانایی آنها در کاربرد این کلمات متفاوت است.

نکته مهم: بعضی از فیلمبرداران مایلند بر نماهای کلی یا متوسط تمرکز کنند و نماهای نزدیک و خیلی نزدیک را نادیده گیرند. این امر باعث بروز چالشهایی در عمل تدوین می-شود.

۸- اندیشیدن به تدوین در خلال تصویربرداری

اهمیت دادن به سازوکار تصاویر و فیلمها از سوی تصویربردار/خبرنگار اهمیت فراوان دارد، و باید در زمانی که در میدان برای تولید مواد گزارش است از نظر فنی و تحریری به آنها فکر کند. این امر انتخاب نیست؛ زیرا اگر چنین کاری انجام ندهد در مرحله تولید با مشکل مواجه می‌شود. لذا معمولا خبرنگارانی که به این امر فکر نمی‌کنند، گزارشهای ضعیفی ارائه می‌دهند. مثلا وی باید به نماهای ارتباط دهنده در یک مصاحبه فکر کند یا فناوری به کار برد که عمل تولید را آسان می‌کند مانند: تنوع بخشی به نما و روند ورود و خروج افراد از کادر و..

خبرنگار باید هنگام تولید گزارش هرگز تدوین و تولید را فراموش نکند؛ لذا عمل تصویر برداری باید بر اساس تدوین ذهنی صورت گیرد. لذا حتما باید در ذهن خود مراحل تدوین را دوره کند.

مثال: گزارشی درباره آخرین ساعت-ساز شهر که برای جلوگیری از انقراض حرفه-اش تلاش می‌کند.

این گزارش یک گزارش آرام است که اتفاقات غیر منتظره در آن وجود ندارد و خبرنگار کاملا می‌داند که دوربین را کجا و در چه حالتی قرار دهد. اما معمولا محل فیلمبرداری تنگ است (معمولا مغازه تعمیر ساعت کوچک هستند). کما اینکه

داستان در مورد یک شخص است. لذا عدم احضار نقشه تدوین (سیناریوی داستان) در خلال عمل فیلم برداری، و کمبود تصاویر یا تکرار آنها، و یا سختی ارتباط دادن آنها به هم، ممکن است خبرنگار را در معرض چالش‌هایی قرار دهد.

به همین خاطر بهتر است به تصویر آغازین اندیشید. این تصویر ممکن است اینگونه باشد:

-تصویر ساعت ساز که در آغاز روز به سوی مغازه خود می‌رود. در این حالت بهتر است اجازه دهیم از کادر دوربین خارج شود تا بهتر بتوان تصاویر را به هم ربط داد.

-تصویر ساعت ساز در حال باز کردن مغازه: در اینجا باید به تصاویر و نماها تنوع بخشید و هم نمای نزدیک گرفت که در آن کلید مغازه یا دسته در مغازه، و هم صدای باز شدن در ثبت شود.

-درون مغازه: نشان دادن ساعت-ساز پیر که در حال تماشای ساعت-ها، دست کشیدن روی آنها، و تعمیر آنهاست. البته نباید فراموش کرد که ثبت تصاویر نزدیک از ساعت-های قدیمی، تابلوها و عکس-های قدیمی روی دیوار مغازه امری ضروری است.

-در چنین موقعیتی که مغازه معمولا کوچک است، ثبت تصاویر سراسرنما برای نشان دادن محتویات مغازه بسیار مناسب است. زیرا حجم مغازه اجازه ثبت نماهای بزرگ را نمی‌دهد. لذا بهترین جایگزین تصویر سراسرنما

۱۰- تصویر تلویزیون بر پایه صوت و تصویر استوار است:

در خلال تصویر برداری باید به اهمیت صدای طبیعی توجه کرده و آن را به صورت واضح و بیانگر به کار برد. اهمیت صدا در توضیح معانی و زیبایی گزارش نهفته است. یکی از خطاهایی که فیلم برداران مرتکب می-شوند این است به صداهایی که تصادفی و به طور طبیعی همراه با تصویر ضبط می-شوند، اکتفا می-کنند و در جستجوی صدای بیانگر و زیبایی افزا اقدامی نمی-کنند.

مثال: یک راهپیمایی اعتراضی بهتر است بخشی از شعارهایی که معترضان سر می-دهند را ضبط کنیم. در کنسرت موسیقی نیز بهتر است یک ترانه کامل که می-توان آن را پخش کرد را ضبط کرد. همچنین در یک سخنرانی سیاسی باید بخش-های واضح و روشن را جستجو کرد.

در بسیاری مواقع زمانی که فیلم بردار به دفتر تولید بازمی-گردد تا صدای ضبط شده را در گزارش خود بکار برد، درمی-یابد که صدا تقطیع شده و امکان استفاده از نیست یا اینکه آن قطعه موسیقی قابل پخش نیست.

یا پانورامیک است که هم ساعت و هم عدسی و ذره بین روی چشمان ساعت ساز را به تصویر می-کشد. در کنار آن بهتر است از ساعت‌های آویزان از دست ساعت ساز که مشغول تعمیر ساعت-هاست نیز تصاویری ثبت کرد.

برای غنای گزارش بهتر است منتظر خریدار باشید تا پویایی گزارش نیز مضاعف شود.

به طور کل، میدان تعداد تصویر را معین می-کند، اما بهتر است که خبرنگار به تصویر آغازین و نحوه آغاز و انجام سیناریو فکر کند. خصوصاً در سیناریویی که انتظار وقوع اتفاقات غیر مترقبه در آنها نمی-رود. زیرا این امر در تسهیل تولید کمک می-کند.

۹- توجه ویژه به نمای اصلی و نمای پایانی

منظور از نمای اصلی نمایی است که بیننده را با موضوع گزارش آشنا می-کند. معمولاً این نما در آغاز پخش می-شود. لذا توجه با نمای اول و آخر اهمیت فراوان دارد. اهمیت نمای اول به این خاطر است که توجه بیننده را جلب می-کند، و اهمیت نمای آخر نیز این است که آخرین نمایی است که بیننده به یاد می-آورد. لذا نمای اول باید جذاب، توجه برانگیز، مستقیم و روشن باشد. همچنین بهتر است با یک صدای طبیعی همراه باشد (مانند صدای شعارها در تظاهرات، صدای دریا و صیادان در گزارش-های مربوط به صید ماهی).

قالب بندی کارها: توصیه‌های مهم در رابطه با عمل تصویربرداری

- تصویربرداری خوب نیازمند زمان مناسب است؛ لذا برای بدست آوردن تصاویر مناسب باید شکبیا بود. کما اینکه بازدید از محل تصویر برداری قبل از اقدام به این امر، می‌تواند کمک شایانی کند. بهتر است قبل از ترک محل تصویر برداری تصاویر را یک بار مشاهده کرد.

- تصویر بردار همکار شما در میدان تصویر برداری است، و رابطه همکاری شما را ملزم به تعاون و همکاری می‌کند. لذا هر چه رابطه شما با تصویر بردار مهربانانه باشد، تصاویری که به دست می‌آورد بسیار زیبا و مفید خواهد بود.

- پس از پایان تصویربرداری و مصاحبه با مهمانان باید از نام‌ها و مناصب آنها را به دقت مطلع شد. همچنین بهتر است نام آنها در برابر دوربین ضبط شود.

- همیشه صدا را از بلندگوی دوربین چک کنید تا مطمئن شوید به دقت عمل می‌کند.

- قبل از ورود به میدان برای تصویر برداری باید درباره موضوع، زاویه دید، و تصاویر مطلوب با تصویر بردار گفتگو کرد.

- در رابطه با دستگاههای که با خود به میدان می‌بریم باید نهایت دقت را مبذول داشت: باتری اضافی، میکروفون با کابل اضافی برای مواجهه با نویزهای احتمالی، و همراه داشتن ابزار اضافی برای احتیاط در کار از اهمیت بالایی برخوردار است.

- بهتر است در میدان تصاویر مورد نظر را به فیلم بردار پیشنهاد دهیم و پس از آن به وی فرصت دهیم تا بر اساس سلیقه خود تصویر برداری کند. زیرا فیلم بردار حرفه‌ای می‌تواند تصاویر زیبایی ثبت کند.

فصل ششم

مصاحبه-ها: روایت داستان از زبان شخصیت-های آن

قواعد کلی اجرای مصاحبه: مصاحبه در میدان یا همان جایی که داستان جریان دارد، اجرا می-گردد. لذا خبرنگار خود به سوی مصاحبه شونده می-رود و با آنان در محیط طبیعی-شان دیدار می-کند. مثلا با کشاورز در مزرعه، با دانش آموز در مدرسه، با سیاستمدار در محل اجتماع وی، و با معترضان در راهپیمایی دیدار می-کند؛ این امر مشروعیت گزارش را افزایش می-دهد. در مورد تصویر نیز باید گفت که تصویر پس زمینه مرتبط با موضوع گزارش باعث افزایش تاثیرگذاری گزارش می-شود.

-خبرنگار باید این امر را در نظر

مصاحبه خبری عبارت است از گزارش تلویزیونی که از پرسش و پاسخ تشکیل شده و هدف آن به دست آوردن اطلاعات مفید درباره موضوع گزارش است. مصاحبه تلویزیونی یکی از ارکان اصلی گزارش تلویزیونی به شمار می-رود که بدون آن گزارش امکان ظهور ندارد.

اهمیت آن نیز به این خاطر است که داستان را از زبان قهرمانان آن روایت می-کند (کنشگران، مسئولان، قربانیان، شاهدان و..)، این امر می-تواند به داستان تلویزیونی مشروعیت، جذابیت و قدرت فراوانی عطا کند.



داشته باشد که وی با فرد مصاحبه می‌کند و مصاحبه با استیضاح امنیتی، و تحقیق قضایی و مصاحبه برای استخدام فرق می‌کند. لذا باید فضای اعتماد و احترام بین خود و مصاحبه شونده را تقویت کند.

برای پاسخ به این سوال باید این قاعده را در نظر داشت: «بهتر است از فردی که خرس را کشت مصاحبه کرد، نه شاهد این ماجرا». به این معنی که بهتر است به طور مستقیم با افرادی که با موضوع ارتباط مستقیم دارند گفتگو کنیم.

- مدت زمان مصاحبه در گزارش تلویزیونی بسیار کوتاه است (کمتر از ۲۰ ثانیه)، لذا باید نهایت تمرکز، ایجاز، و دقت در انتخاب مصاحبه شونده و سوالات را به کار بست. در گزارش تلویزیونی پاسخ مصاحبه شونده به طور مستقیم و بدون پخش سوال خبرنگار پخش می‌شود. به همین خاطر پاسخ باید آنقدر روشن باشد که بیننده را از طرح سوال خبرنگار بی‌نیاز کند. اما این یک قاعده عام و مطلق نیست. در موقعیت‌هایی که سوال ارزش خبری داشته باشد یا حامل اطلاعات مهمی باشد، باید پخش شود. مثلاً سوال خبرنگار از یک وزیر در مورد اتهام وی به فساد مالی دارای ارزش خبری است. زیرا سوال در این مواقع بخشی از پاسخ است.

به همین خاطر در گزارش تلویزیونی با افراد زیر مصاحبه می‌کنیم:

۱-عامل: منظور فرد انجام دهنده عمل یا کسی که در معرض اتفاق قرار گرفته است. وی برای ارائه اطلاعات در مصاحبه از همه مناسبتر است. (پناهنده-ای که در معرض اخراج از کشور، فرد مناسبی برای گزارش مربوط به پناهندگان است؛ مصاحبه با جوانی که دختر کودکی را از خطر سقوط از یک ساختمان بلند نجات داد بهترین فرد مصاحبه شونده در مورد این اتفاق است، همچنین مصاحبه با مخترع دستگاهی که به نابینایان کمک می‌کند بهترین گزینه در این مورد است).

۲-مسئول: مسئول در این مصاحبه در مورد موضع خود یا اطلاعاتی که در رابطه با حوزه اختصاصی وی است صحبت می‌کند و موضع رسمی خود یا حزبش را نشان می‌دهد.

۳-کارشناس: متخصصی که تفسیر علمی و آکادمیک از یک رویداد ارائه می‌دهد. از چنین فردی انتظار می‌رود که با قواعد روشمند و دقیق تحلیل واقعه‌گرایانه ای ارائه دهد.

۴-شاهد: این فرد در مورد آنچه

۱- معیارهای انتخاب

شخص برای مصاحبه

انتخاب شخص مناسب برای مصاحبه یکی از عناصر مهم گزارش است و در موفقیت یا شکست گزارش تاثیرگذار است. لذا سوال مهمی که در زمان اجرای مصاحبه مطرح می‌شود این است: با چه کسی مصاحبه کنیم؟

مشاهده کرده یا شنیده و زیسته است سخن می-گوید. انتخاب شخص برای ارائه اطلاعات بر مصاحبه و ماهیت آن تاثیر می-گذارد.

۲- انواع مصاحبه-

- مصاحبه برای حصول اطلاعات: هدف از آن نیز به دست آوردن بیشترین میزان اطلاعات است (وقایع، اعداد و ارقام، داده-ها و...). این نوع مصاحبه با انجام دهنده کار، مسئول و شاهد صورت می-گیرد.

- مصاحبه در مورد موضع: در این مصاحبه فرد در مورد موضع خود یا حزبی که وی را نمایندگی می-کند، صحبت می-کند. معمولا استیضاح شونده در این مصاحبه-ها مسئول است (در بیشتر اوقات مسئول سیاسی) و به سوالات زیر پاسخ می-دهد: موضع شما چیست؟ نظر شما چیست؟ چگونه ارزیابی می-کنید؟

مصاحبه تحلیل و تفسیر است: هدف این مصاحبه تحلیل رویدادها و پدیده-هاست. در این مصاحبه-ها از مصاحبه شونده انتظار می-رود نظرات خود را بر اساس قواعد علمی و آکادمیک و شناخت عمیق از پدیده-ها ارائه دهد، نه بر اساس مواضع شخصی. در چنین مصاحبه-هایی بهتر است با تحلیلگر و کارشناس در حوزه مورد نظر مصاحبه شود.

مصاحبه در مورد زندگی شخصی: این مصاحبه در مورد زندگی شخصی مصاحبه شونده است؛ لذا وی قهرمان داستان ماست. ویژگی بارز آن نیز این است که بیش از دیگر مصاحبه-ها خودمانی است و در فضایی دوستانه اجرا می-شود. در این مصاحبه فرد در مورد زندگی شخصی و دستاوردهای خود و مواضع شخصی-اش صحبت می-کند. این نوع مصاحبه معمولا در فضایی دوستانه اجرا می-گردد و در مورد شخصی است که در یک زمینه علمی، فرهنگی، ورزشی و هنری موفقیت کسب کرده است.

مصاحبه با مردم: در این مصاحبه باید جانب احتیاط را رعایت کرد. زیرا درباره موضع افراد در مورد قضایا مختلف است که ممکن است پشتوانه علمی و منطقی نداشته باشند. این مصاحبه گاهی اوقات بسیار بی نظم و فاقد منطق سلیم بوده و هدفی جز نشان دادن موضع خبرنگار یا موسسه متبوع در مورد یک مسئله ندارد.

۳- مصاحبه از زاویه شکل

حرکت افراد و در زمان تظاهرات یا انجام کار خاصی انجام می‌گیرد.

- مصاحبه هنگام انجام فعالیت: در این مصاحبه فرد همزمان هم به فعالیت خود مشغول است و هم به سوالات خبرنگار پاسخ می‌دهد. این امر به گزارش پویایی و زیبایی خاصی می‌بخشد. این مصاحبه‌ها معمولاً با افرادی انجام می‌شود که به فعالیت‌هایی با ویژگی بصری مشغولند (مانند صنایع دستی و...).

در مورد شکل ظاهری مصاحبه باید گفت قواعدی وجود دارند که مصاحبه‌ها را در قالب مشخصی قرار می‌دهد و به حجم و اندازه نماها و ماهیت آنها نظم می‌بخشد. قاعده کلی حکم می‌کند که این مصاحبه در میدان و در یک محیط طبیعی که شخص در آن حضور دارد، اجرا گردد. به طور کل در این مصاحبه‌ها باید سه نما را به کار برد:

- در اظهار نظرهای عمومی: در این مصاحبه از نمای متوسط و نزدیک که نیم تنه را نشان می‌دهد استفاده کرد. معمولاً این نما در مصاحبه با مسئول یا کارشناس استفاده می‌شود.

- اظهار نظر دوستانه: این مصاحبه دربردارنده احساسات و تاثیر آنهاست (مثلاً: مادری که فرزندش را از دست داده یا پناهنده‌ای که در چادر زندگی می‌کند و...). در این مصاحبه از نمای نزدیک استفاده می‌کنیم تا حالت روانی فرد را نشان دهیم.

- اظهار نظر حماسی: سیاستمداری که در کمپین انتخاباتی یا مراسم تحلیف سخنرانی می‌کند، می‌تواند از نمای عام یا کلی استفاده کرد تا شخص سخنران به طور کامل و تمام قد نشان داده شود. این نوع مصاحبه‌ها معمولاً بخشی از سخنرانی است.

- مصاحبه سیار: این مصاحبه در حین

مورد مسائل مختلف نظریه -پردازی می-کند و نقش «تحلیلگر مسائل سیاسی» را نیز ایفا می-کند. باید در نظر داشت که تلاش برای انتخاب مهمان مناسب امری ضروری است.

- آمادگی مناسب: آمادگی اساس مصاحبه تلویزیونی را تشکیل می-دهد. لذا نباید سوالاتی که قرار است طرح شود را در لحظه آخر و در زمان ملاقات با مهمان انتخاب کرد. بلکه باید با آمادگی کامل به استقبال برنامه و مهمان رفت.

- تعیین اهداف مصاحبه: خبرنگار باید قبل از انتخاب شخص مصاحبه شونده اهداف مصاحبه و ماهیت آن را مشخص کرد. همچنین باید آنچه را می-خواهیم بدست آوریم معین باشد. اهدافی مانند موضع مصاحبه شونده، اطلاعاتی که ارائه می-دهد، و تحلیل وی از موضوع از اهمیت فراوانی برخوردار است.

- طرح سوالات کوتاه و روشن برای به دست آوردن پاسخ-های روشن: خبرنگار بهتر است از طرح سوالات پیچیده و مرکب خودداری کند. زیرا این امر باعث تشویش ذهن مهمان می-شود و فرصت فرار از بخشی از سوال را به او می-بخشد.

- مواضع شخصی خبرنگار به خود او مربوط است: گزارش تلویزیونی افتتاحیه نیست. لذا باید از طرح مواضع شخصی اجتناب کرد تا جانب واقعگرایی رعایت شود.

- خبرنگار باید از طرح سوالات سربسته که با بله یا خیر پاسخ داده می-شوند

خبرنگار باید از پیش دستی در جواب دادن اجتناب کند. زیرا مصاحبه تلویزیونی با سوالی که خبرنگار طرح می-کند آغاز می-شود. ماهیت سوالی که خبرنگار طرح می-کند نشان دهنده توانایی وی در اجرای مصاحبه و جهت دادن به آن به سوی مسائل مهم است. همچنین باید بتواند مهمان را به گفتن مسائل مهم تشویق کند.

تفاوت بین مصاحبه موفق و مصاحبه کمتر موفق از یک طرف به حسن انتخاب مصاحبه شونده، و از سوی دیگر به میزان تعهد خبرنگار به قواعد مصاحبه بستگی دارد. این امر باعث می-شود مهمان مهمترین اطلاعات را ارائه دهد. این قواعد عبارتند از:

- حسن انتخاب مصاحبه شونده: بعضی از خبرنگاران در دام آسان گیری در انتخاب مصاحبه شونده افتاده و مهمان در دسترس را به مهمان مناسب ترجیح می-دهند. اگر الزامات خبرنگاری بویژه بخش مربوط به سرعت تولید، خبرنگار را ملزم کند در کمترین زمان مهمان برنامه را انتخاب کنند، اما این امر توجیه کننده دعوت از مهمان در دسترس و ترجیح آن به مهمان مناسب نیست.

این آسان گیری و تساهل در انتخاب مهمان باعث تکرار حضور مهمان در شبکه-های تلویزیونی مختلف می-شود. گاهی اوقت نیز همان مهمان در یک شبکه حضور یافته و در

یا سوالهای او را با سوال پاسخ دهد.

- در گزارش بهتر است توازن مواضع رعایت گردد؛ این امر در مسائل جنجال برانگیز اهمیت مضاعف می‌یابد. این توازن فقط با مهیا کردن فرصت برابر برای مهمانان و عدم ترجیح یکی بر دیگری امکان پذیر است.

نکته مهم: مصاحبه خوب مصاحبه‌ای است که مصاحبه شونده در آن سخنران خوبی باشد. در بسیاری مواقع این شخص از نظر جایگاه وی در گزارش شخص مناسبی است، اما سخنران خوبی نیست و دچار لکنت زبان می‌شود و قدرت بیان خود را از دست می‌دهد. بهتر است از چنین افرادی دوری کرد؛ مگر آنکه نیاز مبرمی به حضور آنها داشته باشیم.

۵- قواعد کلی مصاحبه

- مصاحبه شونده یا مهمان باید به جای نگاه به دوربین به مصاحبه کننده نگاه کند.

- خبرنگار بهتر است در کنار دوربین بایستد؛ تا مهمان در برابر آن قرار گیرد و از نمای جانبی و نامناسب از وی تصویربرداری نشود.

- در مصاحبه‌های متوالی با چند مهمان، باید از چند زاویه تصویربرداری کرد تا مهمانان به یک طرف نگاه نکنند.

- در مصاحبه دوربین باید بر کوی پایه قرار گیرد نه بر روی شانه؛ مگر آنکه ضرورتی در میان باشد.

دوری کند. مگر آنکه پاسخ بله یا خیر حاوی ارزش خبری باشد. مثال: سوال از نخست وزیر: آیا استعفای خود را تقدیم می‌کنید؟ جواب در اینجا با اینکه بله یا خیر است، اما در بردارنده ارزش خبری است.

- خبرنگار باید به سخنان مهمان به خوبی گوش فرا دهد و از قطع مکرر سخنان او اجتناب کند. نیازی به ایفای نقش قاضی یا وکیل نیست. قبلاً گفته شد که مصاحبه تلویزیونی استیضاح امنیتی یا مصاحبه استخدام نیست.

- خبرنگار باید بدیهه گو باشد و بتواند فی البداهه سخن بگوید و سوالات خود را با آرامش طرح کند؛ به گونه‌ای که احساس کند با دوست خود گفتگو می‌کند.

- بعضی از مهمانان بویژه سیاستمداران بازی «پرسش و پاسخ» را خوب بلد هستند؛ لذا بعضی از آنها اقدام به تحریک خبرنگار کرده و نقش‌ها را وارونه می‌کنند. بعضی دیگر نیز می‌دانند چگونه موضوع را شناور کرده و در هاله‌ای از ابهام قرار دهند تا از پاسخ‌های روشن سرباز زنند و به پاسخ سرپوشیده اکتفا کنند. گاهی اوقات از آنچه آن را «زبان خشک» می‌نامند استفاده می‌کنند تا از پاسخ فرار کنند. خبرنگار نباید به دام این گفتمان بیافتد. بلکه باید سوال را دوباره و با سیاقهای و عبارات مختلف طرح کند و با اعداد و ارقام و استدلال منطقی مهمان را ملزم به پاسخگویی کند و به کلی گویی و سخنان بی‌پایه و اساس بسنده نکند. همچنین نباید به مهمان اجازه دهد او را تحریک کند

- برای اجرای مصاحبه موفق باید تصاویری از مصاحبه شونده در فضاهایی غیر از فضای مصاحبه ضبط گردد (مثلاً هنگام کار در دفتر و کارهای روزمره و...).

- مصاحبه در درجه اول صداست؛ لذا صدا باید واضح و روشن باشد؛ به همین خاطر باید ابزارهای مناسب صدابرداری را با خود به میدان ببریم.

۶- موقعیت‌های خاص

- اگر فرد نخواهد تصویر او را نشان دهیم، باید به خواسته او احترام گذاشت. زیرا عدم توجه به خواسته وی ممکن است او را در معرض خطرات بزرگ یا توهین‌های سنگین قرار دهد. برای نمونه: شخصی دچار بیماری ایدز است و نمی‌خواهد تصویر وی را نشان دهیم، یا شخصی وابسته به اقلیتی باشد که در معرض تهدید باشد یا جایگاه اجتماعی خوبی نداشته باشد، یا شاهدهی که ممکن است به دلیل شهادت دادن در معرض خطر قرار گیرد، همه اینها مواردی است که نباید تصاویر افراد را در آنها نشان داد.

گاهی اوقات حتی با موافقت شخص برای نشان دادن تصویر صورتش، خبرنگار باید خطرات احتمالی را به او یادآوری کند. این یادآوری در زمانی است که شخص از خطرات احتمالی اطلاعی نداشته باشد. زیرا مسئولیت اخلاقی خبرنگار حکم می‌کند که هرگز نباید منابع خبری خود و اشخاصی که با آنان مصاحبه کرده‌اند را در معرض خطر قرار دهد. در چنین مواقعی باید از تار کردن تصویر، شطرنجی کردن تصویر،

سایه تصویر، و تصویر برداری از پشت سر استفاده کرد.

- در مصاحبه شخصی خاص: مثلاً مصاحبه با مسئول، کارشناس، کنشگر، فیلم بردار یا خبرنگار باید فعالیت‌های وی را در اثنای مصاحبه پخش کند. این تصاویر ممکن است در تدوین مورد استفاده قرار گیرند.

- چنانچه خبرنگار از فرد مصاحبه شونده بخواهد سخن خود را تکرار کند یا واضح و خلاصه بیان کند، برای وی ضعف به شمار نمی‌رود و مانعی وجود ندارد. زیرا این امر در تولید گزارش کمک می‌کند.

- اگر مصاحبه با زبان خارجی باشد و نیازمند ترجمه است، خبرنگار می‌تواند آن بخش از سخنان شخص که برای گزارش وی مفید است را ترجمه و نقل کند؛ به شرط آنکه امانتداری را رعایت کرده و از تحریف و تغییر اجتناب کند.

- در زمانی که مصاحبه شونده دچار لکنت زبان شود و نتواند به صورت روان و سلیس گفتگو کند، خبرنگار می‌تواند به او در سخن گفتن کمک کند. در این امر نیز باید امانتداری را رعایت کند. به این معنی که او را به سوی گفتن آنچه که خود می‌خواهد سوق ندهد. این امر ممکن است در زمانی اتفاق افتد که مهمان نتواند به راحتی به زبان عربی سخن بگوید یا سخنش ترکیبی از زبان عربی فصیح و عامیانه یا زبان خارجی باشد. در این صورت خبرنگار می‌تواند در ساختن جملات به آنان کمک کند. به شرط آنکه در مضمون و مقصود آنان دخالتی نکند.

فصل هفتم

صدای طبیعی: شنیدن صدای بیننده

می-شود نیست؛ برای مثال منظور ما صدای شعارهایی که معترضان در زمان خواندن متن توسط خبرنگار به گوش می-رسد، نیست؛ بلکه این است که خبرنگار سکوت کند تا صداهای طبیعی محیط ضبط شوند و بیننده بدون واسطه آن صداها را بشنود.

برای مثال:

- گزارش اعتراضات: صدای شعارهای معترضان
- گزارش جشنواره موسیقی: صدای موسیقی که در حال پخش است.
- صدای فلش دستگاههای تصویر برداری در کنفرانس.

داستانی که خبرنگار نقل می-کند در عالم خاموش به وقوع نمی-پیوندد. لذا طبیعی است که همراه با صدای مصاحبه شونده صداها و اصوات طبیعی محیط مصاحبه نیز ضبط شوند. قبلا گفتیم که خبرنگار گزارش تلویزیونی «حواس خود را به بیننده به عاریت می-گیرد»، لذا خبرنگار چشم و گوش بیننده خواهد شد؛ به همین خاطر این امر بدون نقل صداها و اصواتی که همراه با مصاحبه ضبط می-شود، امکان پذیر نیست.

منظور از صدای طبیعی صداها و آرامی که همراه با گزارش ضبط



۱- اهمیت صدای طبیعی:

گوش شیفته هر چه زیباست

فهم معنی گردید. این تغییر در مورد فهم احساسی که منظره بر فرد می‌گذارد بیشتر بود. مثلا تشویق، رعب، اندوه و غیره تحت تاثیر موسیقی بودند.

معمولا بیننده پس از مشاهده گزارش جزئیات آن را فراموش می‌کند، و آنچه باقی می‌ماند تاثیر شگرفی است که گزارش بر او گذاشته است. احساسی مانند همدردی، شادی، سرگرمی، و غیره همه تحت تاثیر صدای طبیعی است و این صدا بر شکل‌گیری این احساسات تاثیر می‌گذارد.

صدای طبیعی به گزارش فرصت می‌دهد تا نفسی تازه کند. زیرا انتقال از خواندن متن گزارش به صدای طبیعی باعث می‌شود گزارش سلیس‌تر و جذاب‌تر شود. حتی در خوانندگی نیز خواننده به خود استراحت می‌دهد تا در اثنای پخش موسیقی استراحت کند. این امتزاج صدا و موسیقی زیبایی بخش قطعه موسیقی است. این امر در مورد خبرنگاری که متن گزارش را می‌خواند نیز صدق می‌کند؛ زیرا انتقال دوره‌ای بین خواندن متن و پخش صدای طبیعی به گزارش زیبایی و جذابیت می‌بخشد.

اضافه بر این، صدای طبیعی تقویت کننده متن است. آنچه

اعتبار: صدای طبیعی به گزارش تلویزیونی اعتبار می‌بخشد. شنیدن شعارهای معترضان که فریاد می‌زنند: «ملت خواهان مبارزه با فساد است» بهتر و بیشتر از اعلام این خواسته از سوی خبرنگار است. لذا اگر خبرنگار بگوید «معترضان خواهان مبارزه با فساد بودند» تاثیر کمتری دارد.

زیبایی: گزارش تلویزیونی در نقل خبر و اطلاعات خلاصه نمی‌شود. بلکه لذت نیز دربردارد. سرگرمی بخشی از کارکردهای تلویزیون است و صدای طبیعی در تولید این سرگرمی که بخش جدایی ناپذیر کارکرد تلویزیون است، سهیم است.

مثال: تولید گزارشی از جشنواره موسیقی بدون پخش بخشی از آن امکان پذیر نیست.

تاثیر بر فهم و احساس: آزمایش‌های فراوانی در مورد تاثیر موسیقی همراه با پخش مناظر طبیعی، بر فهم و احساس انسان انجام شده است. نتایج این آزمایشات ثابت کرد که موسیقی تاثیر بسزایی دارد، به طوری که تغییر موسیقی منجر به تغییر

بلکه باید به آن مجال داد. زیرا زیباترین و بلیغ‌ترین بیان است -بهتر است خبرنگار هر بخش از گزارش را با صدای طبیعی آغاز کند. مثلاً بهتر است بیننده قبل از آغاز گزارش چند ثانیه صدای طبیعی بشنود.

-صدای طبیعی باید واقعا «طبیعی» باشد نه ساختگی یا افزوده شده به تدوین. حتی زمانی که موضوع مربوط به موسیقی باشد نیز این صدا باید از دل محیطی که گزارش در آن ضبط می‌شود برخاسته باشد.

تذکر مهم: برای شناخت اهمیت صدای طبیعی در ساختار گزارش تلویزیونی کافی است به یک گزارش تلویزیونی که دربردارنده صدهای طبیعی متنوع است گوش دهیم، سپس همان را بدون آن صدهای طبیعی مشاهده کنیم.

خبرنگار ممکن است در یک یا چند جمله بیان کند، صدای طبیعی می‌تواند در چند ثانیه بیان کند (شعاری که تظاهرکنندگان سر می‌دهند، بخشی از یک قطعه موسیقی، و غیره).

صدای طبیعی برای انتقال از یک بخش به بخش دیگر، یا در اجزای یک بخش به کار می‌رود. همچنین زمینه نمایش صحنه یا پلان بعدی را فراهم می‌کند.

مثال: شنیدن صدای آمبولانس قبل از ظهور آن، باعث می‌شود بیننده صحنه بعدی را پیش‌بینی کند.

۲- روش بکارگیری صدای

طبیعی: ترجیح کیفیت بر

کمیت

نمی‌توان زمان معینی برای استفاده صدای طبیعی در گزارش تلویزیونی به دست داد. این امر به خبرنگار بستگی دارد. اما بعضی قواعد وجود دارد که ممکن است به استفاده درست از صدای طبیعی کمک کند که در اینجا به بعضی از آنها اشاره می‌کنیم:

هر زمان که صدای طبیعی در دسترس باشد خبرنگار نباید در استفاده از آن تردید کند؛

فصل هشتم

تحلیل تلویزیونی: مهارت نوشتن برای تصویر

۱- اهمیت متن در گزارش

تلویزیونی: تصویر به تنهایی

کافی نیست

تلویزیون بر پایه تصویر استوار است. اما تصویر به تنهایی کافی نیست. کما اینکه گاهی ممکن است چند وجهی، یا گمراه کننده باشد و آنچه که در عالم واقع وجود ندارد را نشان دهد. در اینجا اهمیت متن مشخص می‌شود؛ زیرا متن می‌تواند ضعف ناشی از تصویر یا ابهام در مورد آن را جبران کند. به طور کل، متن که یکی از ارکان اصلی گزارش تلویزیونی است چند هدف عمده را دنبال می‌کند؛ از جمله:

- به سؤالاتی اساسی مربوط به رویدادی که خبرنگار پوشش می‌دهد، پاسخ می‌دهد. سؤالاتی مثل: چه؟ چه کسی؟ چه زمان؟ کجا؟ چگونه؟ و گاهی اوقات چرا؟

- اطلاعاتی که بیننده ممکن است نشناسد را توضیح می‌دهد.

نوشتن متن گزارش یکی از مشکل‌ترین مراحل تولید آن است. به طوری که عامل تمییز یک گزارش از دیگری همین متن است. نوشتن متن گزارش بر دو اصل اساسی استوار است: نخست: توانایی کاربرد درست، و توانمند زبان و قدرت بیان و زیبایی تعبیر؛ دوم: شناخت سازوکار کاربرد ابزارها و شروط نویسندگی برای تلویزیون. هر چند ممکن است شرط دوم به آسانی قابل دسترس باشد، اما توانایی کاربرد زبان و قدرت بیان و زیبایی تعبیر جز با تلاش جانکاه قابل دسترسی نیست. این قدرت بیان صاحبش را از دیگران متمایز کرده و به او اسلوب نویسندگی خاصی می‌بخشد. نوآوری در نویسندگی برای تلویزیون نتیجه داشتن اسلوب سلیس و شناخت سازوکار و قواعد نویسندگی است. در بخش‌های آتی به تفصیل در مورد اهمیت و قواعد نوشتن متن گزارش تلویزیونی خواهیم پرداخت.

- تصویر را بر اساس قاعده شرح می‌دهد: به من بگو چرا این تصویر را مشاهده می‌کنم، و به من نگو چه چیزی در تصویر مشاهده می‌کنم. -اطلاعات پیچیده یا مبهم را در اثنای پوشش آسان می‌کند.

- تشدت موضوع را از طریق ترتیب داده‌های متفرق سامان می‌دهد. مثلا ممکن است تصاویر مربوط به مکان‌ها و زمان‌های مختلف باشد -فاصله ضروری بین رویداد را سامان می‌دهد، و دربردارنده بار اخلاقی و انسانی خاصی است. بویژه زمانی که تصاویر مربوط به رنج‌های انسان باشد.

نسبت متن تلویزیونی به گزارش

برای شناخت نسبت گزارش خواننده شده با تمام زمان گزارش، می‌توان محاسبه زیر را انجام داد:

- زمان گزارش کامل تقریباً ۲:۳۰ یا ۱۵۰ ثانیه باشد. (ممکن است اندکی کم و زیاد شود).

- اگر فرض کنیم گزارش دربردارنده دو مصاحبه باشد و مدت هر کدام ۲۰ ثانیه باشد، مجموع زمان تخصیص یافته به دو مصاحبه ۴۰ ثانیه است -ایستادن در برابر دوربین معمولاً ۲۰ ثانیه طول می‌کشد.

- معمولاً ۱۰ ثانی به صدای طبیعی اختصاص می‌دهیم که بر اساس ماهیت موضوع کم و زیاد می‌شود

- بنابراین ۸۰ ثانیه باقی می‌ماند

که باید به خواندن گزارش اختصاص داد. بدین معنی که متن تنها نیمی از گزارش را دربر می‌گیرد. نیم دیگر آن به مصاحبه، ایستادن در برابر دوربین و صدای طبیعی اختصاص دارد.

- اگر فرض کنیم در یک ثانیه می‌توان دو کلمه خواند، تعداد کلمات متن ۱۶۰ کلمه خواهد بود.

ممکن است شخصی سوال کند: چگونه این تعداد اندک کلمات قادر است به اندازه یک متن کامل ابهامات را توضیح دهد، اطلاعات پیچیده را ساده کند و داده‌های پراکنده را تجمیع کند.

این سوال منطقی است و پاسخ آن نیز در قواعد نوشتن متن نهفته است. این قواعد بر تمرکز، پرهیز از تکرار، و ایجاد هماهنگی بین صدا و تصویر نهفته است. در بخش بعدی این قواعد را توضیح خواهیم داد.

۲- قواعد اساسی نوشتن متن

تلویزیونی: نزدیکی به تصویر

و دوری از انشا نویسی

در نویسندگی برای تلویزیون باید بین نوشتن خبر و نوشتن گزارش تلویزیونی تمییز قائل شد. زیرا هر کدام از آنها قواعد و ساختار خاص خود را دارد. خبر تلویزیونی آن است که گوینده قرائت می‌کند؛ در حالی که متن گزارش را خبرنگار ارسالی قرائت می‌کند.

نوشتن خبر تلویزیونی:

خبر به صورت افقی نوشته می‌شود و معمولاً با جمله فعلیه ساده و بدون استعاره آغاز می‌شود. در این جمله نباید از مجاز استفاده کرد. بلکه باید به شرح تصویر بپردازد و در پی استخراج معنای دیگری از آن نباشد

مثال:

سازمان بهداشت جهانی اعلام کرد واکسن جانسون اند جانسون مجاز و کاملاً ایمن است. این سازمان در یک کنفرانس خبری در ژنو اعلام کرد درصد تاثیرگذاری یا واکسن آمریکایی هشتاد و پنج درصد است. از سوی دیگر آژانس دارویی اورپا اعلام کرد این واکسن در اتحادیه اورپا مجوز گرفته و به عنوان چهارمین واکسن در این اتحادیه مورد استفاده قرار می‌گیرد. آنچه این واکسن را در دیگر واکسن‌ها متمایز می‌کند، این است که برخلاف دیگر واکسن‌ها تنها یک بار استفاده از آن کافی است. در حالی که دیگر واکسن‌ها باید دو یا سه بار مصرف شوند.

این خبر برای تلویزیون نوشته شده است و گوینده خبر در زمانی که تصاویر مربوط پخش می‌شود، آن را قرائت می‌کند (تصاویر کنفرانس خبری سازمان بهداشت جهانی و تصاویر واکسن که به شکل انبوه انبار شده، یا تصاویر واکسن زدن مردم).

قاعده اساسی نوشتن خبر برای تلویزیون را عبارت معروف انگلیسی خلاصه می‌کند. این عبارت چنین است: «Keep it short and simple»

یعنی خبر باید کوتاه و ساده باشد. این امر با توجه به قواعد زیر امکان پذیر است:

-جمله باید کوتاه باشد.

-جمله باید مستقیم باشد.

-جمله باید روشن و ساده باشد. اما این به معنای درافتادن در زبان رکیک نیست.

-جمله باید فعلیه باشد. زیرا این امر به مستقیم و روشن بودن جملات کمک می‌کند.

-مجالی برای مجاز و استعاره و دیگر آرایه های ادبی نیست.

سبک نوشتن مشروح گزارش تلویزیونی

نوشتن مشروح گزارش تلویزیونی با سبک نوشتن خبر تفاوت دارد. زیرا گزارش تلویزیونی یک کل منسجم است. به عبارت دیگر گزارش تلویزیونی ترکیبی از تصاویر، متن، مصاحبه و صدای طبیعی است. همه این عناصر باید در یک کل منسجم ذوب شود به طوری که هیچ تضاد و عدم سازگاری در هیچ کدام از مولفه‌ها مشاهده نشود. دقیقاً مثل یک قطعه موسیقی که از ترکیب آواهای سازهای مختلف تشکیل شده و یک کل منسجم را تشکیل می‌دهد؛ به طوری شنونده قادر به تشخیص هر ساز به طور جداگانه نیست. زیرا اگر چنین باشد باید هر کدام از افراد ارکستر ساز خود را می‌نواخت. متن گزارش نیز باید یکی از این مولفه‌های کل منسجم باشد. زیرا ارتباط ارگانیکی با تصویر، مصاحبه و صدای طبیعی دارد.

در اینجا به برخی از قواعد اساسی نویسندگی برای گزارش تلویزیونی اشاره می-کنیم:

۳- چگونه می-توان مشروحی نوشت که به سوالات ضروری پاسخ می-دهد و فهم ماجرا را آسان می-کند بدون آنکه به ریتم و جذابیت متن ضربه-ای وارد نکند؟

برای تحقق این شروط باید به قواعد زیر توجه کرد:

اولا: نویسندگی برای تصویر با توصیف تصویر متفاوت است (قاعده مشهور: به من نگو چه چیزی در تصویر می-بینم، بلکه به من بگو چرا باید تصویر را ببینم). باید توجه داشت که شرح گزارش تلویزیونی تنها توصیف تصاویری که بیننده مشاهده می-کند نیست؛ زیرا گزارش بخشی اساسی از روایت است؛ با این حال کامل کننده روایت است نه چیره و مسلط بر آن.

این امر ما را به توجه به موارد زیر رهنمون می-کند:

۱- تصویر سابق بر متن است و بر آن تسلط دارد: لذا اولویت برای تصویر و صدای طبیعی است و متن باید کامل کننده و کمک کننده باشد. لذا نباید کلمات و اطلاعاتی که تصویر بیان می-کند تکرار شود. به همین خاطر نباید قبل از مشاهده تصاویر متن گزارش را نوشت. ممکن است خبرنگار متن اولیه-ای را بر اساس آنچه انتظار دارد در تصویر مشاهده کند، تالیف کند. این امر ممکن است قبل از تصویربرداری انجام گیرد. اما این متنی که قبل از مشاهده تصاویر نهایی نوشته می-شود،

قبل از آغاز نویسندگی نوشتن گزارش اولین اقدام تولید گزارش تلویزیونی است. البته مراحل فراوان و اساسی قبل از آن وجود دارد؛ به همین خاطر این مرحله نتیجه مراحل پیشین است. آنچه نویسندگی برای تلویزیون را از نویسندگی برای انواع دیگر ابزارهای رسانه مثل رادیو و روزنامه متمایز می-کند، وجود تصویر است. به همین خاطر نویسندگی برای تلویزیون در واقع نوشتن به وسیله تصویر برای تصویر است.

نویسندگی برای تصویر یکی از سخت ترین انواع نویسندگی است و تسلط بر آن شرطهای فراوانی دارد که مهمترین آنها: تسلط بر زبان و کاربرد سبک توانمند، توانایی در تعامل با تصویر و قدرت بدیهه و مهارت دریافت نکات مهم. می-توان گفت این مهارت محل تلاقی مهارت و استعداد است و عامل تمایز خبرنگاران از دیگران می-شود.

لذا قبل از نوشتن هر متن تلویزیونی باید به سه سوال اساسی پاسخ داد:

۱- کدام اطلاعات است که تصویر یا صدای طبیعی منتقل نمی-کند؟

۲- با چه روشی می-توان مشروح گزارشی نوشت که زیبایی گزارش را دوچندان کند؟

پیش نویسی است که برای سرگرمی نوشته شده است، و تصاویری که خبرنگار در گزارش خواهد دید تعیین کننده نوع متن خواهند بود.

جدید در زندگی یک شخص یا کشور تغییر کرد. مثلا از روزنه امید برای حل یک مشکل تعبیر کرد.

۲- خبرنگار باید به دقت و با روشی تعاملی به تصاویر بنگرد: همچنین باید سعی کند در نوشتن متن از تصاویر الهام گیرد. وی باید بتواند تصویر را به سخن آورد و چنان قدرتی به تصویر ببخشد که گویی تصاویر سخن می-گویند.

-کارگری که جسم سنگینی حمل می-کند: این تصویر می-تواند بیان کننده اوضاع اقتصادی نابسامان یک کشور باشد که تحت تاثیر بدهی های سنگین قرار دارد.

-غروب آفتاب می-تواند بیان کننده پایان یک دوره باشد.

مثال: در یک تظاهرات یا راهپیمایی اعتراضی نیازی نیست خبرنگار بیان کند که آنان شعار سر می-دهند، زیرا بیننده شاهد آن است. بلکه متن باید جنبه-هایی را بیان کند که تصویر قادر به بیان آنها نیست. مثلا بیان کند: پزشکان برای دومین بار در یک هفته دست به راهپیمایی اعتراضی زدند.

-شیشه-های شکسته در یک تظاهرات: این تصویر می-تواند بیان کننده رابطه گسسته حکومت و مردم باشد.

شرط آن است که تصاویر از گزارش گرفته شود و با موضوع آن ارتباط داشته باشد. مثلا تصویر آن کارگر باید به طور طبیعی در درون گزارش باشد، نه آنکه آن را بر گزارش تحمیل کنیم. این امر در مورد شیشه-های شکسته، طلوع آفتاب و غروب آن نیز صدق می-کند.

این چنین متن اطلاعات جدیدی ارائه داد که تصویر قادر به بیان آن نبود؛ و آن اعتراض پزشکان برای بار دوم بود.

مثال ۱:

گزارشی از بنگلادش که خبرنگار الجزیره عباس ناصر تهیه کرده است در مورد فقر گسترده در این کشور سخن می-گوید.

۳- کاربرد «الهامات تصویر»: این روش از دنیای سینما وارد این حوزه شده است. باید توجه کرد که الهام گیری باید به اندازه باشد تا در ورطه ابتذال سقوط نکند.

این گزارش روایت زندگی افرادی است که با تلاش جانکاه در پی درسیابی به یک زندگی محترمانه هستند. وی

نمونه-هایی از الهام گیری از تصویر-طلوع آفتاب به معنای آغاز روزی جدید است. اما می-توان از آن در مورد بیان آغاز یک زندگی یا یک آغاز

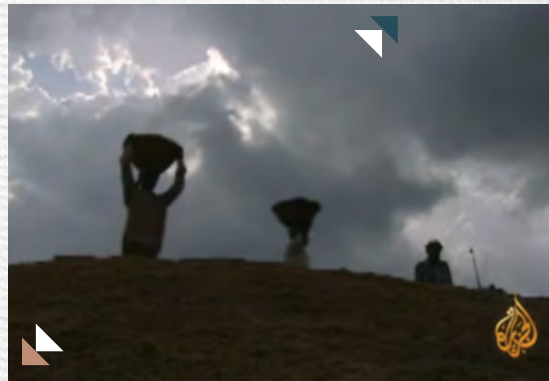
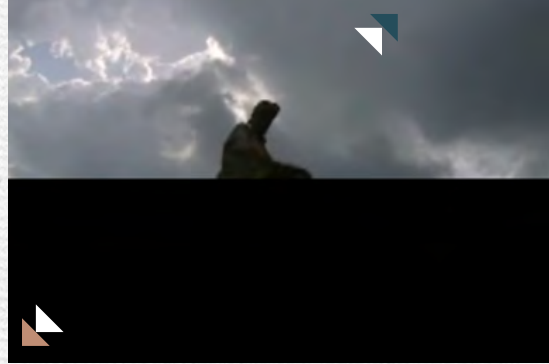
مثال ۲:

تصاویر افراد در حال کار را به دلیل نور آفتاب تار نشان می‌دهد.

در یک گزارش درباره جنگ قره باغ، خبرنگار تصاویر شیشه‌های شکسته در شهر ستیپاناکریت پایتخت اقلیم به دلیل بمباران را نشان می‌دهد تا بگوید «رابطه بین ارمنستان و دوستان غربی به دلیل آنکه برای نجات آن نیامدند، در حال گسست است».

این نما در یک سیاق طبیعی آن که همانا آثار بمباران است نشان داده شده و به گونه ای به کار رفته است که در خدمت گزارش قرار گیرد. لذا بر آن تحمیل نشده است.

شرح: در اینجا صورتهای در غیاب کامل هستند. نه صورتی، نه احساسی، نه وجنات سیمای فردی، نه همدردی و تاثیر و تأثر، تنها و تنها کار است.



لزوج عدد من سكان ستیپاناکریت عاصمة اقلیم کاراباخ
بسبب الممازك التي سبقت إعلان وقف إطلاق النار

مثال ۳:

آن آمده است: «بسیاری از افراد جهان را با چشمان آن می-نگرند». این تصویر درباره موضوع قدرت گرفتن مارین لوپن در فرانسه بود.

در گزارشی از آذربایجان که خبرنگار الجزیره عباس ناصر تهیه کرده است، تناقض وجود نفت و فقر در یک کشور را نشان می-دهد. در این گزارش دستگاههای استخراج نفت و خانه-های حلبی را نشان می-دهد.



أقصى اليمين الفرنسي استقطب فئات اجتماعية كانت
تصوت تقليديا لليسار كالعمال والفرنسيين من أصول أجنبية



مثال 5:

در همان گزارش درباره راست افراطی، خبرنگار از احتمال پیروزی این حزب در انتخابات سخن می-گوید. در این گزارش آمده است: «نظرسخنی-ها نشان می-دهد مارین لوپن به دور دوم انتخابات ریاست جمهوری راه خواهد یافت. به نظر می-آید حزب وی به اهداف خود دست پیدا خواهد کرد».

شرح: از اینجا...از حاشیه باکو تا مرز، هیچ صحنه در کنار صحنه استخراج نفت را نمی-توان مشاهده کرد، جز صحنه-هایی که فقر و فلاکت را نشان می-دهد. این دو نقیض یکدیگر هستند که در کشور آذربایجان درهم تنیده-اند.

مثال ۴:

در گزارشی درباره قدرت گرفتن راست افراطی در فرانسه اندکی قبل از انتخابات در یک شهر در جنوبی ترین نقطه فرانسه، خبرنگار چشمان یکی از طرفداران راست افراطی را نشان می-دهد که در پس زمینه آن تصویر مارین لوپن رهبر راست افراطی مشاهده می-شود. در شرح

پس از آن تصویر قطاری را نشان می‌دهد که در لحظات آخر مسیر خود را به سمت چپ تغییر می‌دهد



نتائج الانتخابات الهولندية تكشف عن انقسام في المجتمع بين المدافعين عن التنوع والراغبين في الانكفاء على الذات



سپس تصویری از یک باشگاه ورزشی را نشان می‌دهد که طرفداران راست افراطی در آن اهدافی را معین کرده و با توپ به آنها ضربه می‌زنند.



أقصى اليمين الفرنسي استقطب فئات اجتماعية كانت تصوت تقليديا لليبار كالعامل والفرنسيين من أصول أجنبية



توماس: فعال سیاسی از راست افراطی: معتقد است که علی‌رغم شکست حزب، این انتخابات درهای زیادی بر روی حزب مورد علاقه اش گشوده است.

در گزارش تصویر وی را در حالی که در خانه اش را باز می‌کند نشان می‌دهد تا اشاره‌ای باشد به آن دردی که معتقد است انتخابات بر روی حزبش گشوده است.



أقصى اليمين الفرنسي استقطب فئات اجتماعية كانت تصوت تقليديا لليبار كالعامل والفرنسيين من أصول أجنبية



مثال ۶:

گزارشی درباره شکست راست افراطی در انتخابات هلند علی‌رغم پیش‌بینی پیروزی آنها و سخن درباره پیروزی قاطع این حزب در این انتخابات.

پیش‌بینی‌ها حاکی از آن بود که نتایج حیرآور خواهد بود، اما رای دهندگان در لحظات آخر نظر خود را تغییر دادند.



نتائج الانتخابات الهولندية تكشف عن انقسام في المجتمع بين المدافعين عن التنوع والراغبين في الانكفاء على الذات



مثال ۷:

کشوری که به توانایی خود در ترکیب رنگها و علایق معروف است. علی رغم اینکه برخی گفتمانها تلاش می-کند او را قانع کند که یک رنگ کافی است. سپس تصویر بازار گل با رنگهای فراوانش نشان داده می-شود.

در گزارشی درباره سبزهها در هلند و نگرانی طرفداران آن از قدرت گرفتن راست افراطی.

آمارینز: فعالی از حزب سبزهها نگرانی خود از آینده کشور را نشان می-دهد و از اینکه ممکن است سکان رهبری کشور به دست راست افراطی بیافتد نگران است.



سپس گزارش تصویر از فعال را نشان می-دهد در حالی که در حال دوچرخه سواری است و تصویر از نزدیک چرخ دوچرخه-اش را نشان می-دهد.



اکنون تلاش کنید گزارشی تهیه کنید که بر پایه یک داستان منطقی و با ریتم آهنگین و جذاب استوار باشد. در چنین گزارشی باید از جملات کوتاه و با ضربهنگ زیبا و صدای طبیعی عنوان عنصر اساسی استفاده کرد.

ثانیا: نویسندگی عمودی

بیشتر به معجزه شبیه بود؛ زیرا غرق شدن قایق همزمان با گذشتن یک کشتی باری از آنجا بود.

بخش اول گزارش: تصاویر گزارش: پناهندگان همراه با گروههای نجات از یک کشتی که آنان را نجات داد، پیاده می-شوند.

متن:
- زندگی دوباره ای برای آنان نوشته شد (جمله کوتاه متشکل از چهار کلمه).

- دهها نفر از همراهان آنها در میان دریا غرق شدند.. (جمله کوتاه متشکل از هشت کلمه).

- این گروه بعد از آنکه رویای مهاجرت به آن کرانه به کابوس تبدیل شد، به طور معجزه آسای نجات پیدا کردند (جمله متوسط متشکل از ده کلمه).

- مصاحبه با یکی از نجات یافتگان که در آن به طور معجزه آسای از این مصیبت دردناک نجات یافت: «ما هفتاد نفر بودیم. قایق به دلیل موج-های خروشان غرق شد. اگر آن قایق به طور تصادفی از کنار ما می-گذشت من هم غرق شده بودم. اما من به مدت یک ساعت به تکه چوبی که از قایق جدا شده بود چنگ زدم. نزدیک بود یخ بزنم. اما ناگهان یک کشتی از کنار ما گذشت و من را به همراه چند نفر دیگر نجات داد.»

۴-در پیش گرفتن اصل «یک ایده در یک جمله»: شرط این ایده آن

بر خلاف خبر که می-توان نوشتن آن را نویسندگی افقی توصیف کرد، گزارش تلویزیونی بر پایه نویسندگی عمودی استوار است که اساس آن را جملات کوتاه با ریتم سریع و قوی تشکیل می-دهد. به گونه-ای که به نظر می-رسد به صورت عمودی نوشته شده-اند. این ویژگی باعث می-شود متن ریتمی آهنگین و جذاب داشته باشد.

جملات کوتاه در متن می-تواند بر اساس هدف اسمیه با فعلیه باشد، اما حتما باید کوتاه باشد. کاربرد جملات کوتاه چند هدف را محقق می-سازد؛ از جمله:

۱-آسان کردن فهم. زیرا بیننده متن را نمی-خواند و هر چه جمله بلند باشد، فهمیدن آن مشکل خواهد شد.

۲-آسان کردن تدوین، زیرا جملات هر چه کوتاهتر باشد، بهتر می-توان با تصاویر مناسب همراه کرد.

۳-فرصت نفس تازه کردن در این جملات وجود دارد. در حالی که جملات بلند نیازمند نفس های بلند است، جملات کوتاه به این نوع نفس نیاز ندارند.

مثال: گزارشی در مورد مهاجرت غیر قانونی. خبرنگار ممکن است این خبر را با مهاجری که از غرق شدن قایقی که دهها مهاجر در آن بود، جات یافت، آغاز کند. نجات این مهاجر

است که حداقل امکان از اسم موصول و جمله معترضه دوری کنیم. اما این به معنای الغای کامل اسم موصول نیست. بلکه منظور اجتناب از کاربرد زیاد آن و تکرار آن در یک جمله است.

۵- تراکم معنی و تمرکز جملات: بلاغت در زبان عربی به معنای گنجاندن معنای فراوان در جملات اندک است. مدت زمان گزارش تلویزیونی نیز همان طور که گفته شد- کوتاه است. لذا باید بیشترین بهره را از این زمان کوتاه ببریم و بیشترین اطلاعات را در کمترین جملات بگنجانیم. این مهم نیز جز با تراکم معنای فراوان در جملات اندک امکان پذیر نیست. منظور ایجاز مفیدی که خللی در معنی ایجاد نکند.

۶- وضوح معنی و دوری از متن ضعیف: متنی که برای تلویزیون نوشته می-شود باید روشن، ساده و بدون ابتذال و ضعف باشد. لذا نباید هنگام نوشتن متن قدرت زبانی و تسلط خود را به رخ کشید و بتحر خود را نشان داد. زیرا مخاطب تلویزیون توده مردم هستند؛ و متن تلویزیونی رمان یا قصیده نیست. اما این به معنای سقوط در وادی ضعف و کاربرد زبان رکیک و مبتذل نیست. زیرا تلویزیون نقش آموزشی دارد که نباید از آن غافل شد. لذا باید بین متن زیبا و توانمند بدون از تکلف و بین متن ضعیف راه میانه را در پیش گرفت. در کنار آن باید از کلمات پویا و سرزنده استفاده کرد و از کلماتی که دلالت آنها روشن نیست اجتناب

کرد. (مثال: دو رهبر در مورد مسائل مشترک به گفتگو پرداختند).

۷- اجتناب از تکرار: تکرار آنچه در مقدمه گزارش آمده است، یا تکرار آنچه در برابر دوربین گفته شد، تکرار اطلاعات ذکر شده در متن با جملات مختلف، و تکرار آنچه مصاحبه کنندگان گفته-اند، همگی باعث ضعف گزارش می-شوند. زیرا گزارش زمینه را برای مصاحبه آماده می-کند، و آنچه در آن ذکر خواهد را تکرار نمی-کند.

مثال:

گزارشی با موضوع واکسیناسیون کرونا در ایتالیا، در مورد پیرزنی صحبت می-کند که برای دریافت واکسن به مرکز واکسیناسیون می-رود بدون آنکه از عوارض واکسن ترسی داشته باشد. زیرا بیشتر از بیماری و مرگ می-ترسد.

متن:

لویزا در سن هشتادونه سالگی توانست زمان دریافت واکسن را دریافت کند. این مانکن سابق از عوارض دارویی ابایی ندارد. او از چیزهای دیگر ترس دارد.....

لویزا در مصاحبه می-گوید:

من نمی-خواهم بمیرم... در وقایع من حتی نمی-خواهم مریض شوم... این همان چیزی است که از آن ترس دارم... شنیدم درد آن شدید است.

مشاهده می-کنیم که او بیان

می-کند که از عوارض دارو هراسی ندارد. زیرا از چیز دیگری می-ترسد. او در اینجا آنچه که از آن ترس دارد را بیان می-کند که همانا مرگ و بیماری است..

آنها بر ما می-شود. در حالی که این چنین نیست و زمانی که مادرم به قتل رسید تنها سی یورو با خود داشت.

اگر ما بیان می-کردیم که این مانکن سابق از عوارض دارو ترس ندارد، دچار تکرار شده-ایم. زیرا او از مرگ، بیماری و درد می-ترسد.

مشاهده می-کنیم که متن به جمله «او قاتلان را نمی-شناسد اما از انگیزه آنها اطلاع کامل دارد»، اکتفا کرده و بیان انگیزه را به مصاحبه کننده موکول کرد. لذا اگر متن انگیزه را بیان می-کرد و مصاحبه کننده نیز بیان می-کرد، دچار تکرار ناخوشایندی می-شدیم.

مثال ۲:

گزارشی درباره تعدی به اقلیت-های آسیایی در پاریس با هدف سرقت که باعث مرگ بعضی از آنها شده و آنان را راهپیمایی اعتراضی واداشته است.

۸-آغاز گزارش با عبارت قوی که در زبان فرانسه به آن Lattaque یا هجوم می-گویند. این نام به خاطر دلالت قوی و صریح آن است. این هجوم عبارت است از جمله کوتاه و مستقلی که قادر است توجه شنونده را به خوبی جلب کند. این عبارت ممکن است درباره مقدار اندکی از جزئیات موضوع گزارش باشد.

گزارش با نشان دادن تصویر شخصی که مادرش را در یک سرقت از دست داده است آغاز می-شود. او به محلی که مادرش مورد هجوم قرار گرفت می-رود.
متن:

مثال ۱:

گزارشی درباره یک انفجار در افغانستان از خبرنگار الجزیره عباس ناصر.

دو سال پیش جایی در همین نزدیکی مادرش به قتل رسید. او قاتلان را نمی-شناسد، اما از انگیزه آنها اطلاع کامل دارد.

فریاد مرگ در افغانستان خاموش نشده است... (پخش تصویر آمبولانس و صدای آژیر)/ جمله کوتاهی متشکل از ده کلمه که ابهام جمله قبل را توضیح می-دهد.

شینگ در مصاحبه می-گوید:
مجرمان تصور کلیشه-ای از آسیایی-ها دارند و آن این است که آنها پول فراوان همراه خود دارند و از خود دفاع نمی-کنند و زمانی که از آنها سرقت شود، به دلیل عدم آشنایی با زبان فرانسوی شکایت نمی-کنند. این امر باعث تعدی

زبان روشن، گیرا، و موجز همراه با صدای طبیعی.

مثال ۲:

همچنین مناظره درباره مسائل مربوط به هویت، دین و..

زیرا سیاست ورزی در امکان دینی از محضورات سکولارسیم هلند نیست. (زبان ساده و روشن اما بدور از ضعف و سستی که از محیطی که گزارش در آن ضبط می-شود که همان مسجد است حکایت می-کند)

مصاحبه: با یکی از شرکت کنندگان در مناظره که دلیل انتخاب مسجد به عنوان محل مناظره توضیحاتی ارائه می-دهد.

۹-ایجاز و دقت: همه چیز را نمی-توان در یک گزارش تلویزیونی بیان کرد. زیرا بسیاری از اطلاعات کشنده همه اطلاعات است. لذا باید ایجاز و دقت را در نظر داشت. باید توجه داشت که گزارش تلویزیونی انتخاب و تصمیم است و حسن انتخاب تفاوت را می-آفریند.

۱۰-تسلسل منطقی در نویسنده: همانگونه که صحنه-های پیاپی تصویربرداری می-شود، متن سپس که از توالی منطقی روشنی تبعیت می-کند نیز می-تواند روایتگر داستان با ریتم و ضرباهنگ جذابی باشد.

گزارشی از تبلیغات انتخاباتی در هلند که کمپین های تبلیغاتی آن در مساجد برگزار می-شود؛ پدیده-ای که در جهان غرب منحصر به فرد است. استفاده از مکان-های دینی برای تبلیغات انتخاباتی در هلند بر خلاف بسیاری از کشورهای اروپایی ممنوع نیست. اجرای کمپین انتخاباتی در مساجد در هلند برای کسب آرای اقلیت مسلمان و گفتگو درباره مسائل مربوط به اسلام، مهاجرت و غیره است.

بخش اول متن گزارش:

تنها برای اقامه نماز نیست... (تصویر مسجد و صدای اذان از دور)/ جمله کوتاهی متشکل از سه کلمه/ عباراتی کوتاه و گیرا برای جلب توجه بیننده؛ بویژه اینکه بیننده تصویر مسجد را می-بیند و صدای اذان را می-شنود، در حالی که خبرنگار می-گوید: «تنها برای اقامه نماز نیست».

مساجد در هلند میزبان مباحث سیاسی است.. (تصویری از مناظره کنندگان از داخل مسجد). جمله متشکل از شش کلمه که ابهام جمله قبل را روشن می-کند. در اینجا صدای خبرنگار خاموش می-شود و فریاد مناظره کنندگان از درون مسجد شنیده می-شود.

اندکی قبل از انتخابات احزاب سیاسی رقیب بر اجرای مناظره-های انتخاباتی در مساجد روتردام موافقت کردند(جمله-ای با طول متوسط - استفاده از جملات کوتاه و بلند)،

فصل نهم

ایستادن در برابر دوربین... امضا با صدا و تصویر

خبرنگار در این فکر است که آیا توده بینندگان او را می-پذیرند یا درباره او می-گویند: «آواز دهل شنیدن از دور خوش است».

ایستادن در برابر دوربین یا Piece to camera-Plateau بخشی است که در آن خبرنگار در برابر دوربین و در حالی که از محل وقوع رویداد گزارش می-دهد، ظاهر می-شود.

۱-هدف از ایستادن در

برابر دوربین: اولویت

اعتبار

اعتبار: ایستادن در برابر دوربین ارتباط وثیقی با محل وقوع رویداد

خبرنگاران همزمان این لحظه را دوست دارند و از آن می-هراسند. از آن جهت دوست دارند که آنان را به شهرت می-رساند، و از آن می-هراسند از آن جهت که نیازمند مهارتهای فراوان مانند قدرت بیان، تسلط بر زبان بدن، اعتماد به نفس و تسلط بر نفس کشیدن و.. است.



انفجار باشد، باید در آن محل حاضر شود، اگر در مورد کشاورزی باشد، باید در مزرعه حاضر شود، اگر در مورد انتخابات باشد، باید در مراکز اخذ رای حضور یابد...). لذا نباید این وقایع را در زمان بازگشت از محل وقوع آنها یا در مکانی در نزدیکی دفتر شبکه ضبط کند. این مسائل سهل انگاری مذموم و ناپسند است و ضعف بزرگی به شمار می‌رود.

اگر این قاعده اساسی را در نظر گیریم، می‌توانیم بین سه نوع ایستادن در برابر دوربین تمییز قائل شویم:

۱- ایستادن در پایان گزارش که به آن ایستادن پایانی می‌گوییم یکی از پرکاربردترین ایستادن در برابر دوربین در گزارش‌های تلویزیونی است. این ایستادن به مثابه امضای خبرنگار در پایان گزارش است.

۲- ایستادن در میانه گزارش که به آن پل Bridge می‌گوییم، و همانطور که از نام آن پیداست به مثابه پلی است که بین دو موضوع، دو زمان یا دو مکان ارتباط برقرار می‌کند. عامل تعیین کننده آن نیز محل وقوع رویداد و سیاق آن است، و قبل از انتقال به مکان یا سیاق دیگر انجام می‌شود. از نمونه‌های کاربرد این ایستادن به موارد زیر اشاره می‌کنیم:

- موضوع دربردارنده بخش سیاسی و بخش میدانی است. مانند رسیدن پناهنجویان به اروپا. در این گزارش

دارد، و اعتبار فراوانی به گزارش می‌دهد. زیرا نشان می‌دهد خبرنگار وقایع را از محل وقوع گزارش می‌کند. این همان قاعده طلایی ایستادن در برابر دوربین است «در زمان و مکان بودن». لذا ایستادن در برابر دوربین زمانی معنی می‌یابد که در محل وقوع رویداد و در زمان وقوع آن باشد.

تاثیر خاص خبرنگار: هنگام ایستادن در برابر دوربین بیننده از طریق صدا و تصویر با خبرنگار آشنا می‌شود. این امر امکان ایجاد ارتباط بین خبرنگار و بیننده را فراهم می‌کند.

نوعی ابراز وجود ایجاد می‌کند: تنها در بخش ایستادن در برابر دوربین است که خبرنگار حق دارد ابراز وجود کند و تاثیر خاص خود را بر گزارش داشته باشد. او در این موضع ممکن است شاهد، تحلیلگر، نتیجه گیرنده باشد، بدون آنکه به خود اجازه دهد موضع خود را بیان کند یا حکمی نهایی صادر کند.

۲- انواع ایستادن در برابر

دوربین: مکان و سیاق

اصل در ایستادن در برابر دوربین ارتباط آن با محل وقوع رویداد است. این اصل عامل اصلی انتخاب آن است. لذا خبرنگار باید هنگام تهیه گزارش به این مسئله توجه داشته باشد و رویداد اصلی را منعکس کند (اگر رویداد تظاهرات باشد، وی باید در محل آن حضور یابد، اگر در مورد

۳-ایستادن در برابر

دوربین از نظر شکل:

جزئیات تفاوت آفرین

محل تصویربرداری: حضور در محل وقوع رویداد بدون ذوب شدن در آن. مثلا اگر گزارش در مورد راهپیمایی باشد، این راهپیمایی باید در پس زمینه تصویر قرار گیرد و خبرنگار در محلی مستقر شود که یکی از راهپیمایان به نظر نیاید.

مثالی از ذوب شدن در رویداد: خبرنگار گزارشی درباره سختی‌هایی که خانم‌های معلمی که در مناطق دور افتاده در یک کشور عربی مشغول تدریس هستند، تهیه کرد؛ این سختی زمانی دوچندان می‌شود که مدرسه از محل شغل همسرش دور باشد. خبرنگاری که به نظر می‌آید شدیداً تحت تاثیر داستان قرار گرفته است، هنگام ایستادن در برابر دوربین، نوزادی را بغل می‌کند تا سختی‌هایی که این خانم‌های معلم متحمل می‌شوند را به بیننده منتقل کند.

روشن است که خبرنگار به شدت تحت تاثیر این وضعیت قرار گرفته و فاصله بین خود و گزارش را رعایت نکرده است. این امر از اعتبار گزارش می‌کاهد، در حالی که هدف از ایستادن در برابر دوربین افزودن اعتبار به آن است. مدت زمان ایستادن در برابر دوربین بین ۱۵ تا ۲۵ ثانیه است. این بدان معناست که باید فشرده و مختصر باشد و با

یک بخش میدانی است و به رسیدن پناهجویان مربوط است، و بخش دیگر آن سیاسی است و به مواضع سیاسی کشورهای ذی ربط مربوط است. لذا ایستادن در کنار پناهجویان در برابر دوربین (مثلا در اردوگاه آنها) قبل از انتقال به مواضع سیاسی که در نهادهای حکومتی اتخاذ می‌شود، مناسب است.

ظهور در میانه گزارش برای پیوند بین شب و روز یا بین دو مکان که شاهد یک رویداد با دو موضع متفاوت است بکار می‌رود. مثلا یک منطقه شاهد محدودیتهای کرونایی کامل است و منطقه‌ای دیگر شاهد محدودیتهای جزئی است. در این حالت می‌توان ظهور در برابر دوربین را از داخل خودرو و انتقال به منطقه دیگر ضبط کرد.

۳-ظهور در آغاز گزارش که به آن ایستادن آغازین Opening piece to camera می‌گویند. این نوع ظهور کمترین کاربرد را در بین خبرنگاران دارد. این نوع ظهور در مواقعی که تصاویر اندکی در دسترس است استفاده می‌شود؛ لذا ظهور در آغاز گزارش به بیننده در قرار گرفتن در سیاق داستان کمک می‌کند؛ این ظهور همچنین در زمانی که گزارش درباره رویداد مهم یا پوشش ویژه یا مکانی که کمتر کسی به آن دست یافته است نیز، به کار می‌رود. خبرنگار از خلال این ظهور درصد جلب توجه بینندگان به رویداد و موضوع گزارش است.

جملات کوتاه و بیانگر روشن کننده باشد.

اهمیت حرکات بدن: ظهور در برابر دوربین از این حیث متمایز است که خبرنگار با صدا و تصویر نشان دادن می‌شود. مسئله در خواندن متن از پیش آماده شده در برابر دوربین نیست، بلکه سخنی از خبرنگار به بیننده از طریق دوربین است. لذا همانطور که در عالم واقع می‌بینیم سخن، ریتم، سرعت، حرکات بدن و دیگر عناصر در ایجاد ارتباط و تاثیر بر شنونده موثرند.

باید دانست که قواعد دیگری نیز وجود دارند که باید یاد گرفت. از جمله: تاکید بر کلمات کلیدی، تنوع ریتم و ضرباهنگ برای دوری از یکنواختی و دیگر عناصر که در درس‌های سخنرانی بیان می‌شوند. اما مهمترین قاعده این است که خبرنگار باید خودش باشد. زیرا دوربین استرس آور است و خبرنگار باید به آن عادت کند. اما نمی‌توان تکلف را پنهان کرد. کما اینکه بیننده در این عصر باهوش و تیز است و دیگر دوربین و پخش مستقیم او را به وجد نمی‌آورد. زیرا همه آنها را می‌تواند با موبایل خود و از داخل اتاقش انجام دهد. لذا خبرنگار باید خودش باشد.

۴- ایستادن در برابر

دوربین از نظر مضمون:

انتخاب‌های سخت

هنگام ایستادن در برابر دوربین چه باید گفت؟ این سوالی است که هر خبرنگاری هنگام تهیه گزارش از خود

تصویر: در تصویربرداری از ایستادن در برابر دوربین معمولا از نمای متوسط یا همان نمای آمریکایی استفاده می‌شود که در آن خبرنگار از زانو به بالا نشان داده می‌شود. یا اینکه از نمای فرانسوی که از پهلو به بالا نشان داده می‌شود، استفاده می‌کنند؛ هر چند این قاعده مطلق نیست و می‌توان بر اساس ماهیت موضوع، پس زمینه و ابزارهای تصویربرداری دست به نوآوری زد. همچنین می‌توان از دو نمای بزرگ و متوسط استفاده کرد و نخست خبرنگار در نمای بزرگ ظاهر می‌شود، سپس در یک نمای نمای متوسط نشان داده می‌شود. این امر نیازمند دو بار تصویربرداری است. یک بار نمای بزرگ و یک بار نمای متوسط و ترکیب آن دو.

انواع متعدد بر اساس سیاق: معمولا ظهور در برابر دوربین به صورت ایستاده است. اما ادامه دادن این عادت نشان دهنده نوعی ترس از نوآوری است. لذا این ظهور می‌تواند ایستاده یا در حال حرکت باشد (مثلا در راهپیمایی یا غیره). همچنین می‌توان زوم آن و زوم آوت را به کار برد یا از نوآوری‌های جدید که تکنولوژی‌های جدید مثل پهپاد در دسترس قرار داده است استفاده کرد. در اینجا قاعده بی‌قاعده بودن حکم می‌کند، زیرا نوآوری و ابداع حد و حدودی نمی‌شناسد.

می‌پرسد. اکثر خبرنگاران عقیده دارند که این لحظه یکی از سخت‌ترین لحظات تهیه گزارش تلویزیونی است. چگونگی آغاز گزارش نیز بسیار سخت است. لذا به استثنای ممنوعات مربوط به تکرار، صدور حکم‌های ارزش گزارانه و بیان مواضع شخصی، در نوآوری و ابداع به روی خبرنگار باز است.

به طور کل می‌توان گفت که ایستادن در برابر دوربین ممکن است دربردارنده موارد زیر باشد:

-مختصری از موضوع که در ذهن بیننده بماند و او را جذب گزارش کند
-استنتاج منطقی که نه اختلافی درباره آن است و نه دربردارنده موضع شخصی باشد.

-ایده جدیدی که تصویر مناسبی برای آن وجود ندارد و خبرنگار مجبور می‌شود آن را با ایستادن در برابر دوربین جبران کند.

-پرداختن به مسئله دیگری که ارتباطی مستقیم با موضوع دارد.

همه موارد فوق باید به دقت مراعات شوند.

فصل دهم

روشهای تولید گزارش: چگونگی روایت داستان

خبرنگاران علاقه مند به تولید گزارش‌های موفق و خاص را به خود مشغول کرده و آنان را بر این مسئله وامی دارد که دست به نوآوری زده و از قالب‌های کلیشه‌ای تبعیت نکنند. در واقع راهکار جادویی برای تولید گزارش موفق وجود ندارد. بلکه راهنماهایی شبیه به تابلوهای

خبرنگار هنگام تهیه هر گزارشی با سوالات مهمی مواجه می‌شود. از جمله: گزارش خود را چگونه تهیه کند؟ چگونه آغاز کند و چگونه به پایان برساند؟ با چه روشی می‌تواند همزمان هم اطلاع رسانی کند و هم لذت و سرگرمی ایجاد کند؟ داستان را چگونه روایت کند؟ این سوالات



عبور و مرور وجود دارند که مسیر را به فرد نشان می‌دهد و به تنهایی نمی‌تواند راننده ماهری از فرد بسازند.

در این فصل بعضی از قواعد اساسی که در تولید گزارش موثرند را نشان می‌دهیم.

گزارش عبارت است از داستان تلویزیونی؛ لذا باید از این زاویه به آن نگریست

کاربرد اصطلاح داستان در توصیف گزارش تلویزیونی بیهوده نیست. چرا که مردم به داستان علاقه دارند. لذا هر چه گزارش را به داستان نزدیکتر کرد، بهتر می‌توان توجه مردم را جلب کرد. مردم زمانی که گزارشهای تلویزیونی را مشاهده می‌کنند، دنبال چه چیزی هستند؟ آیا به دنبال اخبار و اطلاعات هستند؟ آری. درست است. اما اضافه بر آن خواهان سرگرمی نیز هستند. منظور از سرگرمی تولید گزارش کم‌دی نیست. بلکه منظور عدم سقوط در یکنواختی ملال آور است. تلویزیون تولید سرگرمی است و مردم در لابه‌لای اخبار به دنبال سرگرمی هستند. لذا هیچ چیز برای بیننده بهتر از سرگرمی و خبر به صورت توامان نیست. این قاعده اساسی است که باید آن را ام القواعد تولید گزارش تلویزیونی دانست که دیگر قواعد از آن متفرع می‌شوند و برای تحقق این قاعده و تفسیر ابهامات آن ذکر می‌شوند.

داستان از زبان شخصیت‌های آن روایت می‌شود؛ باید نمونه‌هایی که داستان را نمایندگی می‌کنند را جستجو کرد

هیچکس بهتر از شخصیت‌های داستان آن را روایت نمی‌کنند. به همین خاطر گزارش موفق آن است که زمینه را برای شخصیت‌های آن مهیا می‌کند تا خودشان داستان را روایت کنند. در زلزله‌ای که منجر به مرگ دهها نفر گردید، بهتر روایتگر این واقعه دختر کودکی است که والدینش را از دست داده است. این روش بهتر از آن است که با صیغه جمع از قربانیان سخن گفت.

مرگ دهها نفر در این زلزله از نظر کسی که هیچ رابطه‌ای با قربانیان ندارد، تنها یک عدد است. لذا مسئولیت خبرنگار این است که رابطه صمیمانه‌ای بین شخصیت‌های داستان و بینندگان ایجاد کند. این امر تنها با روایت داستان از زبان افرادی که آن داستان را زیسته‌اند، امکان پذیر است. این روش به «شخصیت بخشی به داستان» نامیده می‌شود که به معنای افزودن صبغه انسانی به آن از طریق تجسم آن در اشخاصی که آن را زیسته‌اند، می‌باشد.

قاعده اساسی: داستان تلویزیونی هر چه باشد، باید به «شخصیت بخشی» به آن اندیشید.

مثال: گزارشی درباره افراد بی‌خانمان محض سخن گفتن در مورد

صدای طبیعی آقای مونگ در حال صحبت با پرستار...

لحظه تشکر آمیخته با اشک بیمار و پرستار (دوربین از آقای مونگ به سوی پرستار می‌رود در حالی که اشک‌هایش را پاک می‌کند).

مصاحبه با آقای مونگ در حالی که از پرستار و کادر درمان به خاطر حمایتشان تشکر می‌کند.

آقای مونگ بهبود یافت و اکنون می‌تواند بیمارستان را ترک کند (تصویری از آقای مونگ در حالی که برگ ترخیص را امضا می‌کند).

بهبود وی شبیه به معجزه بود. به همین خاطر روز ترخیص او را باید جشن گرفت و از آنانی که او را درمان کردند مستحق تقدیر و تشکر هستند (تصاویری از پرستاران و پزشکان در حالی که برای او دست می‌زنند و هورا می‌کشند و او اتاق را ترک می‌کند).

کادر درمان ممکن است در این لحظات خوشالت‌تر از بیمار باشند (تصویر پزشکان در حالی که گراگرد آقای مونگ ایستاده اند).

برای رسیدن به این لحظه کادر درمان شبانه روز تلاش کردند. پس از آن باید لحظه دیدار مونگ با همسرش را نشان دهیم.

تذکر مهم: شخصیت بخشی منحصر به گزارشهای مربوط به انسانها

بی‌خانمان‌ها و نشان دادن دو تصویر از آنها کافی نیست. بلکه خبرنگار باید با شخصی که در خیابان زندگی می‌کند مصاحبه کند و برای لحظاتی با او زندگی کند و در محیط طبیعی با او عکس بگیرد و نام او و جزئیاتی از زندگی‌اش را برای بینندگان بیان کند؛ نباید به او بی‌توجهی کرد.

مثال ۲: گزارشی درباره بهبود بیماری کرونا

هیچ بهتر از همراهی یک بیمار در بیمارستان در زمان بستری او و نشان دادن بهبودش پس از بستری زیبا و امیدوار کننده نیست.

گزارشی درباره آقای مونگ که زندگی دوباره یافت:

گزارش را از داخل بیمارستان آغاز می‌کنیم؛ جایی که مردی به نام مونگ نشسته است و تمرین تنفس می‌کند.

متن:

اندک اندک به زندگی بازمی‌گردد (نشان دادن تصاویری از آقای مونگ بر روی تخت در حال تمرین تنفس) این تصویر علی‌رغم سادگی به معنای بازگشت دوباره وی به زندگی است، در حالی که گمان می‌کرد به مرگ نزدیکتر است... (تصویر مرد در حال نفس کشیدن اضافه بر تصویر مانیتوری که ضربان قلب او را نشان می‌دهد).

او را از بین می‌برد. لذا می‌توان افکار بزرگ را با جزئیات کوچک بیان کرد.

مثال: به جای آنکه بگوییم: راست افراطی در یک شهر فرانسوی پیروزی چشمگیری به دست آورد و طرفداران زیادی به دست آورده و در طبقات اجتماعی مختلف نفوذ پیدا کرده است...



می‌توان گفت: مارین لوپن در این شهر از استقبال از وی هراسی ندارد (نشان دادن تصویر مارین لوپن در حالی که در شهر قدم می‌زند و افرادی گراگرد وی جمع شده‌اند). عکس گرفتن با او خجالت آور نیست (تصویر یک جوان که با لوپن عکس سلفی می‌گیرد).

بنابراین پرداختن به جزئیات کوچک مانند تجمع مردم حول مارین لوپن برای گرفتن عکس با او جایگزین آن همه جزئیات بود و نشان دهنده نفوذ یک حزب سیاسی در بین مردم است.

نیست، بلکه حتی در گزارشهای با رویکرد سیاسی نیز اهمیت دارند (این انسان است که سیاست ورزی می‌کند و خود نیز موضوع این سیاست است).

مثال ۳: گزارشی درباره مبارزات انتخاباتی بین راست افراطی و حزب سبز در یک کشور اروپایی:

این گزارش را می‌توان یا گفتگو با دو جوان آغاز کرد که یکی طرفدار راست افراطی است و دیگری چپ گراست، یا یکی از احزاب اپوزیسیون است و دیگری طرفدار حزب حاکم.

مثال ۴: گردشگری پزشکی در فرانسه: این گزارش را می‌توان با مصاحبه با لیدر گردشگری که رابط بین بیماران خارجی و بیمارستان است، آغاز کرد. داستان با تصاویری از این لیدر که در حال رفتن به یک بیمارستان خصوصی است آغاز می‌شود. او یک جلسه با مسئول بیمارستان برگزار می‌کند و در جلسه در مورد بیماری که از یک کشور خلیجی آمده است، سخن می‌گوید. پس از آن دوربین به همراه لیدر به سوی هتل می‌رود تا روند آماده سازی مکان برای مشتری‌اش را پوشش دهد.

سپس تصویر وی همراه با مشتری نشان داده می‌شود...

بیان افکار عمومی با تمام جزئیات

زیاده روی در کلیات به گزارش تلویزیونی زیان می‌رساند و زیبایی

ترکیب تصاویر در داستان

اسم شخص و اشاره).

-ذکر نام شخصیت‌های اصلی و ارائه جزئیاتی از زندگی آنها.

مثال: گزارشی درباره بحران بیکاری: احمد دو سال قبل فارغ التحصیل شد. اما شغل مناسبی پیدا نکرد.

اسم اشاره پس از آن خواهد آمد تا توجه بیننده را جلب کرده و او را وارد فضای داستان کند.

مثال: اما این همه داستان نیست. مسئله به اینجا ختم نمی‌شود. اوضاع بدتر هنوز آغاز نشده است.

-اشاره به تغییر مکان: تغییر مکان با پخش تصویری از مکان دیگر نشان داده می‌شود. مانند صحنه انتقال به وسیله خودرو یا نمایی از مکانی جدید؛ البته اگر مسئله مربوط به مکانی مانند یک موسسه باشد.

اصل در گزارش تلویزیونی این است که بیننده احساس کند در صحنه قرار دارد و وقایع داستان را زندگی می‌کند در حالی که خبرنگار داستان را برای وی روایت می‌کند و درباره شخصیت‌های آن سخن می‌گوید، بیننده با آنان همذات پنداری می‌کند و خود را جزئی از داستان به شمار می‌آورد. این مهم را می‌توان با تحقق شرط‌های زیر به دست آورد:

-تصاویر نزدیک: این تصاویر به پیوند دادن بیننده با داستان کمک می‌کند و او را وارد فضای داستان می‌کند. لذا نباید در استفاده از آنها اسراف کرد و در کاربرد آنها تنوع حجم و زاویه را رعایت کرد.

-زبان اشاره: کاربرد حروف اشاره در گزارش بیننده را وارد فضای داستان می‌کند.

مثال:

-این در از این به بعد باز نخواهد شد. زیرا اداره کارگاه تصمیم گرفت به خاطر تاثیر و پیامدهای بیماری کرونا آن را تعطیل کند (تصویر دروازه بزرگ کارگاه).

-این صداهای بلند مانع خواب ساکنان منطقه شده است (پخش صدای دستگاه‌های حفاری).

-زمانی که احمد پنجره را باز می‌کند، این صدا را می‌شنود (استفاده از

فصل یازدهم

تدوین:

ساخت نهایی داستان

۱- مراحل تدوین: تقسیم

روشمند

تقسیم مراحل تدوین به صورت روشمند انجام می‌شود و برنامه‌ریزی برای آن در مراحل آغازین و مشخصاً در مرحله تشخیص تصور کلی از گزارش انجام می‌گیرد. بنابراین مراحل تدوین بر اساس مراحل زیر انجام می‌گیرد:

-مشاهده تصاویر: مشاهده دقیق تصاویر با هدف استخراج معانی و دلالت‌های آن. در کنار آن باید ملاحظات را ثبت کرده و آنها را به کار بست. کما اینکه می‌توان جدولی تهیه کرد که در آن نماها، زمان ضبط آنها و شرح مناسب آنها را در آن ثبت کرد.

-انتخاب مصاحبه‌ها.

-انتخاب تصاویر اصلی.

-برش.

تدوین یکی از مراحل پایانی تولید گزارش است. هدف اساسی تدوین تبدیل ماده خام Rush به فیلم نهایی که در آن هماهنگی بین روایت و تصویر به خوبی رعایت شده است.

برای تدوین موفق یک ویدیو باید به قواعد زیر توجه داشت:

-باید تصور روشنی از هدف داشته باشیم تا قبل از ورود به سالن تدوین تصاویر مناسبی برای گزارش تهیه کنیم.

-تدوین نتیجه و ماحصل مراحل پیشین است: برای آمادگی اولیه و ورود به میدان باید آماده شد. زیرا اگر آمادگی نداشته باشیم، عمل تدوین سخت و طولانی خواهد شد و نتیجه نهایی آن ضعیف خواهد بود.

-تصویری که تدوین را مد نظر قرار دهد، به پیشبرد مراحل تدوین کمک خواهد کرد.

-تدوین در واقع تجمیع مجموعه-ای از «کلیپ»های منظم و حذف بخشهای خارج از موضوع یا بی-فایده است.

-مسئله مربوط به انتخاب بهترین بخشهای فیلم، و مصاحبه-ها و استفاده از آنها بر اساس رابطه معین است. این امر در مورد تصویربرداری نیز صدق می-کند.

-تدوین به صورت بخشهای پیاپی تولید می-شود که معمولا از ۳ تا ۴ بخش تشکیل می-شود.

-تدوین ریتم گزارش را مشخص می-کند، دقیقا مانند یک قطعه موسیقی. زیرا تدوین تقسیم زمان، گفتار و کردار است. لذا بیننده نباید احساس کند گزارش بلند و ملال آور است؛ در این صورت گزارش موفق نخواهد بود.

-تدوین گزارش حول بخش-های اساسی می-چرخد که همانا تصاویری است که پس از پخش گزارش آنها را به یاد می-آوریم.

-ویدیوی اصلی می-تواند درباره یک کار، شهادت دادن، مصاحبه موثر، یا اوضاع فرد و غیره باشد. هر چه باشد باید آن را بر اساس ریتم مشخصی تولید کرد؛ به طوری که بقیه بخش-ها از آن تبعیت کنند.

با تراکم تجربه و آگاهی ممکن است این مراحل با هم تداخل پیدا کنند. به این معنی که خبرنگار کارکشته همزمان که گزارش را ضبط می-کند، تصاویر اصلی و بخشهای مناسب را انتخاب می-کند و به روند تولید سرعت بخشیده و نیازی به جدول ثبت لحظات مناسب، تصاویر مناسب و غیره ندارند.

به طور کل دو روش برای تدوین وجود دارد:

-آپلود همه تصاویر سپس انتخاب از بین آنها: این روش به خبرنگار کمک می-کند تا از ضبط همه تصاویر مطمئن شود و دیگر نیازی به جستجوی آنها در روند تدوین ندارد.

-برش بخش-های مهم در وهله اول، سپس انتخاب مناسب ترین آنها و در آخر ثبت نهایی: این روش به کاهش عملیات «برش» یا «راش» و صرفه-جویی در زمان کمک می-کند. اما خبرنگار و تدوینگر ممکن است بار دیگر به سراغ تصاویر برود و در صورت نیاز از آنها استفاده کند.

۲- برنامه تدوین: اهمیت

بافت داستان

تدوین نوشتن داستان بوسیله صدا و تصویر است که آغاز، میانه، پایان، فراز، فرود و بافت دارد.

لذا بهتر است خبرنگار به مسائل زیر توجه داشته باشد:

۳- ساختار تدوین:

جستجوی معیار نظام

بخش

-تداوم: عمل تدوین اصل تداوم و استمرار را نشان می‌دهد.

مثال: دانش آموزی به مدرسه می‌رود: در اینجا نباید به یک یا چند نما اکتفا کرد(نشان دادن وی در حالی که از خانه خارج شده و در راه یا سوار اتوبوس می‌شود یا پیاده به مدرسه می‌رود، و وارد کلاس می‌شود). بیننده در اینجا درمی‌یابد که وی از خانه خارج شده و به سوی مدرسه رفته است.

انتقال روان: انتقال از یک نما به نمای دیگر باید به صورت روان و سلیس انجام گیرد؛ به طوری که بیننده احساس نکند نماها برش خورده‌اند. تدوین موفق آن است که بیننده در آن احساس نکند که از نمایی به نمای دیگر منتقل شده، بلکه باید گزارش را به عنوان یک کل منسجم مشاهده کند.

تسلسل منطقی در انتقال از نمایی به نمای دیگر: منظور از تسلسل منطقی این است که تصویر برداری به صورت روان انجام گیرد؛ به طوری که قواعد انسجام صحنه‌ها و نماها رعایت گردد و مشکل دیداری ایجاد نشود. مثلا نمی‌توان صحنه فردی را نشان داد که از خانه خارج شده و پس از آن نمایی از وی در داخل خانه نشان دهیم. زیرا منطق بصری اقتضا می‌کند فرد هنگام خروج از خانه وارد خیابان شود، در خیابان قدم زند، سوار وسیله نقله شود و به مقصد خود برسد.

تدوین نیز مانند تصویربرداری تابع قواعد زیر است:

تدوین حول محور نظام بخشی در گردش است. این محور یا موضوع می‌تواند یک فرد (فاعل)، یا محل وقوع رویداد، یا موضوعی که پیگیر تحولات آن باشیم.

گزارش ممکن است درباره مصاحبه باشد: این امر زمانی است که مسئله مربوط به موضوع مورد اختلافی باشد که باید مواضع مختلف در قبال آن شناخته شود. در این نوع گزارش مصاحبه ماده اصلی تشکیل دهنده گزارش است.

گزارش‌های خبری تلویزیونی میدانی: در این نوع گزارش اطلاعات جدید دارای بالاترین اهمیت هستند.

تدوین بر اساس فیلم استوار است نه چند نما:

مثال: گزارشی درباره صید سنتی: صحنه‌ای که صیادی را نشان می‌دهد که در پی صید ماهی است (مجموعه‌ای چند نمای متنوع و مناسب). لذا پخش یک نما نمی‌تواند پیام را منتقل کند و نشان دهنده ارتباط با موضوع نیست. مگر آنکه به تنهایی دربردارنده پیامی باشد.

توجه به نمای آغاز و پایان: تصویر آغاز توجه را جلب می‌کند، و تصویر پایان احساس نهایی را در نفس بیننده بر جای می‌گذارد. لذا باید توجه مضاعفی به آنها داشته باشیم

نشان دادن محل وقوع رویداد بوسیله تصاویر از اهمیت بسزایی برخوردار است.

لذا باید به این تسلسل منطقی در پخش نماهای را رعایت کرد و به صورت منسجم پخش نمود. این امر هر چند در مرحله تدوین مورد توجه قرار می‌گیرد، اما اگر در زمان تصویر برداری مورد توجه قرار نگیرد، خبرنگار/تدوینگر خود را در برابر کمبود تصاویر و نبود نماهای به هم پیوسته می‌بیند، از سوی دیگر ممکن است خود را در برابر انبوهی از تصاویر ببیند که بیان کننده معنای و مفهوم خاصی نیستند.

این روانی تصاویر با اجتناب از آنچه آن را faux raccord یا پرش jumping می‌نامند امکان پذیر است. منظور احساسی است که به چشم هنگام مشاهده پیاپی دو صحنه نامرتبط دست می‌دهد. مثلاً در یک نما شخصی را ایستاده مشاهده کنیم، سپس بدون نمای واسطه او را در حالت نشسته مشاهده می‌کنیم. بنابراین دوربین باید مانند چشم کار کند.

تنوع بخشی به حجم نماها و ارزش آنها: به این معنی که پس از نمای بزرگ باید نمای متوسط به کار برد؛ لذا کاربرد نماها با یک اندازه و حجم مناسب نیست.

صدای طبیعی: صدای طبیعی دارای اهمیت بسیار است؛ لذا باید بین بخشهای مختلف آن را به کار برد.

ارزش خبری: باید از کاربرد تصاویری که حامل معنی یا ارزش خبری مهمی نباشند، اجتناب کرد.

فصل دوازدهم

پوشش زنده: قدرت بدیهه و

اعتبار بخش زنده

لحظه نقل می-شود. (ج) اعتبار: پوشش زنده در مکان و زمان وقوع رویداد انجام می-گیرد. این امر اعتبار خاصی به پوشش می-دهد.

(د) امکان ارائه بسیاری از اطلاعاتی که در گزارش ذکر نشده-اند را فراهم می-کند؛ به این معنی که بیشترین مدت گزارش دو دقیقه و نیم است و معمولا دربردارنده همه جزئیات نیست؛ لذا پوشش زنده این نقص را جبران می-کند.

(ه) امکان درج اطلاعاتی که تصویری برای آنها نداریم را فراهم می-کند: برای نشان دادن برخی وقایع تصویری در دست نیست. مثلا نمی-توان تصویری از بیانیه مکتوب دفتر یک وزارت خارجه به دست آورد. لذا پوشش زنده می-تواند نقص کمبود تصویر در رابطه با برخی رویدادها را جبران کند.

پوشش مستقیم یا زنده همانگونه که از اسم آن برمی-آید، مصاحبه-های مستقیمی است که خبرنگار برای پوشش وقایع انجام می-دهد. این پوشش مهارت‌های حرفه-ای خاص، قدرت بیان قوی، قدرت سخنوری و ارتجال، و کار در شرایط طاقت فرسا می-طلبد. زیرا دربردارنده سختی‌های پوشش میدانی و سختی‌های پخش زنده است.

۱- ویژگی‌های پخش زنده:

اینجا و اکنون

(الف) ارتباط مستقیم: ارتباط مستقیم و بدون وقفه ویژگی خاصی است که این نوع پخش را از دیگر انواع متمایز می-کند. رویداد در این نوع پخش بدون وقفه و در زمان برای بیننده منتقل می-شود. این همان نقطه قوت آن است و دلیل سختی-هایی است که آن را دربر گرفته-اند.

(ب) فوری بودن: پوشش زنده امکان ارائه آخرین داده-ها را فراهم می-کند. زیرا بر خلاف مصاحبه-های ضبط شده یا گزارش-ها در همان

بر شبکه تاثیر منفی نمی-گذارد.

۲- ویژگیهای پخش زنده

موفق: جستجوی قدرت

اقتناع

۵- زبان روان و قدرت ارتجال در کلام: خبرنگار هر چقدر که بر موضوع اشراف داشته باشد، و هر چقدر قدرت بیان قوی داشته باشد، تا زمانی که قادر به بیان اندیشه خود در برابر دوربین نباشد، هرگز نمی-تواند بینندگان را قانع کند. زبان روان نتیجه اشراف بر موضوع، زبان، و اعتماد به نفس است. در برابر زبان سلیس سردرگمی در گفتار قرار دارد که اگر خبرنگار دچار آن شود باعث نابودی مصاحبه روی آنتن زنده می-شود. زبان روان از راه حفظ آنچه خبرنگار باید در برابر دوربین بگوید نیست، بلکه در فهم و در آن کلام نهفته است.

۶- حضور در برابر دوربین: حضور در برابر دوربین مفهومی انتزاعی مانند مفهوم کاریزما است. این مفهوم به اعتماد به نفس، اشراف بر موضوع، نداشتن ترس و اضطراب ارتباط دارد. بیننده به راحتی قادر است این احساس را دریابد. از آنجایی که حضور در برابر دوربین با شخصیت خبرنگار ارتباط دارد، می-توان آن را با تمرین و غلبه بر ترس و اضطراب و تمرین تنفس به دست آورد.

۷- اهمیت زبان بدن: فرد تنها با زبان خود سخن نمی-گوید، بلکه بدن او نیز سخن می-گوید. لذا باید در کاربرد زبان بدن مانند حرکات دستها و حالات چهره دقت کرد. استفاده از زبان بدن باید به اندازه باشد و از حدود معینی خارج نشود و در تصنع گرفتار گردد یا بالعکس خشک و بی حرکت در برابر دوربین بایستد.

پوشش زنده زمانی موفق خواهد بود که خبرنگار بتواند به وسیله اعتبار پوشش خود بیننده را قانع کند. موفقیت وی مرهون انتقال اطلاعات کافی با زبان روشن و سبک روان و دور از دلهره (ارتباك) است. بنابراین پوشش زنده موفق ثمره و نتیجه موارد زیر است:

۱- حضور خبرنگار در محل: حضور در مکان شرط اساسی اعتبار پوشش زنده است. خبرنگار با این پوشش به بیننده اعلام می-کند که وی در این پوشش به خبرگذاری-ها اتکا ندارد. این امر بالاترین اعتبار را به شبکه می-دهد.

۲- اطلاعات کافی: پوشش زنده تنها در صورت در دسترس بودن اطلاعات امکان پذیر است؛ زیرا بیننده هدفی جز دریافت اطلاعات ندارد.

۳- روش واضح: اطلاعات در دسترس زمانی سودمند هستند که با روش روشن و واضحی ارائه شوند. لذا خبرنگار هر چقدر که از موضوع اطلاعات داشته باشد و بر آن اشراف داشته باشد، تا زمانی که به صورت روشمند و با سبک درست آنها را منتقل نکند، موفق نخواهد بود.

۴- زبان بی نقص: زبان وسیله ارتباط با بیننده است. هیچ چیز به اندازه خبرنگار ضعیف که از قدرت بیان سست و بی-مایه-ای رنج می-برد،

۸- تمرکز و ایجاز: در یک مصاحبه موفق، خبرنگار به اندازه سخن می‌گوید. زیاده سخن گفتن خبرنگار دلیل موفقیت مصاحبه نیست؛ بلکه میزان تاثیرش درجه موفقیت را معین می‌کند. معمولاً زمان مصاحبه با سیاست شبکه، ماهیت رویداد، و سیاقهای دیگر ارتباط دارد. اما در حالات عادی مصاحبه معمولاً از سه دقیقه بیشتر نیست، بلکه کمتر از آن است. برای حفظ تمرکز بیننده باید تا جای ممکن ایجاز و اختصار مفید را رعایت کرد. این امر با تسلط بر زبان که امکان استفاده از کلمات پرمعنی را فراهم می‌کند، و در پرهیز از تکرار غیر مفید امکان پذیر است.

۹- آرامش و توازن: اضطراب خود را بر حالت چهره و رفتار مجرب نشان می‌دهد که معمولاً موجب می‌شود مجری کلمات را با سرعت بیان کند. قاعده روشنی درباره سرعت بیان کلام در مصاحبه وجود ندارد. اما باید به گونه ای باشد که به بیننده امکان فهم سخنان وی را بدهد؛ و احساس نکند مجری یا خبرنگار دچار اضطراب شده است.

-جمع آوری اطلاعات کافی: پوشش زنده در وهله اول جمع آوری اطلاعات مورد نیاز است. به همین خاطر خبرنگار باید توجه شایانی به جمع آوری اطلاعات در مورد موضوعی که درصدد پوشش دادن آن است، داشته باشد. یکی از این راهها مطالعه در مورد موضوع است.

-توجه به تنوع بخشی به منابع: همه موضوعات نیازمند خواندن منابع مختلف و متنوع به ویژه در حوزه سیاسی است. لذا تنوع بخشی به منابع موجب اشراف بر موضوع شده و فرد را از درافتادن در خوانش تک بعدی و جانبدارانه یک رویداد حفظ می‌کند. کما اینکه مانع درافتادن در نقل اخبار کاذب یا نادقیق از منابع نامعتبر مانند خبرگزاری و روزنامه می‌شود.

داشتن روش مشخص در ارائه اطلاعات امری ضروری است؛ زیرا امکان نظم بخشی به افکار خبرنگار شده که این امر به بیننده در فهم موضوع کمک می‌کند.

خبرنگار باید بداد با چه چیزی آغاز کند و با چه چیزی پایان دهد؛ زیرا سردرگمی خبرنگار در آغاز برنامه همه چیز را نابود می‌کند. لذا بهتر است نکاتی که امکان تداخل دارند یادداشت برداری شوند و قبل از رفتن بر روی آنتن بازنگری شوند.

اگر خبرنگار در آغاز راه باشد، تمرین و تکرار مصاحبه قبل از آغاز اشکالی ندارد. اما هرگز نباید متن را حفظ کند، زیرا این امر باعث از بین رفتن پویایی مصاحبه می‌شود.

۳- آمادگی لازم برای

پوشش زنده: پیش از

ایستادن در برابر دوربین

اجرای موفق نتیجه اشرف بر جزئیات این حوزه و آمادگی بالاست؛ این آمادگی بالا با در نظر داشتن موارد زیر امکان پذیر است:

را نقل می‌کند. (البته این ترتیب بر اساس تازگی و ماهیت سوالاتی که طرح می‌شود، قابل تغییر است اما ماهیت روش حکم می‌کند که بخشهای مصاحبه با این شکل یا شکلی مشابه آن تقسیم گردد).

۴- انواع مصاحبه - زنده:

از اخبار عادی تا مصاحبه -

حرفه - ای

این تقسیم بندی یک تقسیم بندی روشمند خالص است. به طوری که قواعد آن بر همه مصاحبه‌ها قابل اجراست.

مصاحبه خبری معمولی: این نوع مصاحبه مربوط به رویدادی مورد انتظار، یا در حال وقوع، یا به وقوع پیوسته است. اما نتایج آن به سرعت تحول می‌یابد، جلسات، کنفرانس‌ها و گفتگوها در رابطه با آن انجام می‌گردد. قواعدی که قبلاً ذکر گردید برای اجرای مصاحبه موفق در رابطه با این نوع رویدادها کافی است.

مصاحبه خبری پیشرفته

این نوع مصاحبه خبری سخت‌ترین نوع مصاحبه است. زیرا با مسائل غیرمترقبه‌ای مانند عملیات تروریستی، اعتراضات و درگیری‌ها، جنگ و اعمال خشونت آمیز مرتبط هستند. خبرنگار معمولاً در میانه میدان و در وسط تظاهرات و اعتراضات قرار می‌گیرد.

به طور کل روش مناسب با تقسیم موضوع به چند بخش امکان پذیر است. مانند: بخش میدانی، سیاسی، و نظامی، و در کنار آن موضع اپوزیسیون و حکومت در بخش سیاسی باید در نظر گرفته شود.

مثال: تظاهراتی علیه خشونت پلیس فرانسه.

مکان: خبرنگار باید در میان تظاهرکنندگان ظاهر شود؛ این امر اعتبار ویژه ای به گزارش وی می‌دهد.

مضمون: در چنین رویدادی باید موضع سه طرف را مشخص کرد: موضع تظاهرکنندگان، پلیس و سندیگاه‌های وابسته به آن، و حکومت (وزارت کشور یا نخست وزیر و...). کما اینکه می‌توان موضع انجمنهای اجتماعی مبارزه با نژادپرستی یا مواضع ساکنان محلی را نیز افزود.

روش مناسب حکم می‌کند گزارش از معترضان آغاز شود. زیرا محل رویداد است و تازگی زیر دارد. این امر به خبرنگار امکان یک آغاز مناسب می‌دهد که به تظاهرات مربوط است. مثلاً درباره شمار شرکت کنندگان، شعارهای آنان و پس زمینه تظاهرات و سیاق آن اطلاعاتی ارائه دهد.

پس از آن خبرنگار باید موضع تحادیه‌های پلیس که نشان دهنده موضع پلیس است را پوشش دهد، و پس از آن موضع حکومت که سعی می‌کند موضعی میانه اتخاذ کند

در این نوع مصاحبه-ها مهمترین چیزی که از خبرنگار انتظار می-رود ارائه اطلاعات مهم و دقیق است.

و بتواند از میزان خطرات احتمالی بکاهد.

بیننده در این وقایع منتظر اخبار جدید است. کما اینکه نیازمند اخبار دقیق است؛ زیرا در این مواقع اخبار فیک و نادرست به سرعت انتشار می-یابد و بار سنگین دیگری بر دوش خبرنگار می-گذارد که همان تحقیق و تفحص در مورد درستی و نادرستی اخبار منتشره است.

این نوع مصاحبه بیش از دیگر مصاحبه-ها جلب توجه می-کند و خبرنگار خبره در آن شناخته می-شود زیرا فرصت آمادگی مناسب در آن وجود ندارد.

مصاحبه تحلیلی

برای بدست آوردن اطلاعات جدید، خبرنگار باید دقت نظر بالایی داشته باشد که وی را به منابع خبر مرتبط کرده و او را قادر سازد چیزی را بیان که تصویر قادر به بیان آن نیست.

این نوع مصاحبه-های زنده بسیار اندک هستند. اما در برنامه-های خبری یا گفتگو محور ممکن است خبرنگار مجبور شود مسائل یا رویدادها را تحلیل کند. این امر نیازمند دانش فراوان و قدرت تحلیل پدیده‌ها و وقایع است.

ویژگی این نوع مصاحبه مدت طولانی آن است. اقتضای این امر آن است که خبرنگار امام کاملی به موضوع و دلایل وقوع آن باشد. زیرا خبرنگار باید به مدت طولانی در برابر دوربین سخن بگوید و برای چندین بار با وی ارتباط برقرار کنند. خبرنگار باید در هر باری که با وی ارتباط برقرار کنند، از یک طرف اطلاعات جدیدی داشته باشد تا دچار تکرار ملال آور نشود، و از طرف دیگر باعث تلف شدن اخبار فوری می-شود.

این نوع مصاحبه-ها معمولا به خبرنگار کارکشته محول می-شود. این خبرنگاران جایگاهی بین خبرنگار و تحلیلگر دارند؛ هر چند حق بیان موضع در قبال رویداد به وی داده نمی-شود. تحلیل در واقع استنتاج از وقایع بر اساس داده-های واقعی است نه نظرات و دیدگاه-های شخصی.

معمولا خبرنگار در وضعیت راحتی قرار ندارد. زیرا در فضای باز و در شرایط آب و هوایی مختلف و شرایط خطرناک (گاز اشک آور، اعمال خشونت آمیز و...) باید کار کند. در چنین شرایطی خبرنگار باید از قدرت جسمی و روانی بالایی برخوردار باشد

مثال: پرونده هسته-ای ایران و مسائل مربوط به آن و موضعی که هر یک از طرفهای پرونده ممکن است اتخاذ کند، مواضع متخاصم فرانسه و ترکیه در قبال لیبی و...

مدت مصاحبه: مدت این مصاحبه بین دو تا سه دقیقه است؛ اما اگر موضوع مسئله مهم یا رویداد بزرگی باشد، ممکن است مدت آن بیشتر باشد.

پایان

یک بار از ویلسون رئیس جمهور آمریکا در مورد مدتی زمانی که برای سخنرانی خود اختصاص می‌دهند سوال شد. وی گفت: برای ربع ساعت نیازمند یک هفته هستم، و برای نیم ساعت نیازمند سه روز، اما برای سخنرانی یک ساعت نیازی به آمادگی پیشین ندارم و می‌توانم فی البداهه ایراد کنم.

این امر نشان دهنده آن است که مدت زمان سخنرانی هر چه کوتاهتر باشد، نیازمند آمادگی بیشتری است. چرا؟ زیرا سخنرانی کوتاه نیازمند بیان مسائل مهم است؛ و این امر نیازمند ایجاز و اختصار، تمرکز و تراکم داده‌هاست. شاید اگر از وی بخواهند برای مدت دو و نیم دقیقه سخنرانی کند، برای آمادگی نیازمند مدتی طولانی است. این امر در مورد گزارش تلویزیونی نیز صدق می‌کند. زیرا گزارش عبارت است از «سخنرانی چند طرفه» بسیار کوتاه است. این امر به معنای آمادگی فراوان برای ارائه اطلاعات دقیق با زبان سلیس، گیرا و جذاب است.

در پایان این کتاب توجه خواننده را به «چند نصیحت» جلب می‌کنیم که ممکن است برای افراد مبتدی یا علاقه‌مندان به این حوزه مفید باشد.

مضامین و محتواهای شناختی و دوره‌های آموزشی مرتبط با

خبرنگاری میدانی، علاقه‌مند را قادر می‌سازد توانایی لازم برای ارائه گزارش تلویزیونی را دارا باشد؛ اما معیار سنجش میدان عمل است. حتی اگر فرد همه قواعد را حفظ کند، باز سنجه واقعی همان میدان است. میدان مکان امتحان همه تجربیات فرد است. میدان همچنین محل اجرای آموزه‌هاست. لذا هر چه عمل میدانی بیشتری داشته باشیم، بهتر می‌توانیم تجربیات عملی کسب کنیم. مهم‌ترین عامل در این زمینه تکرار است و میدان مکان تکرار آموزه‌هاست. دقیقاً مثل آموزش رانندگی. بدین معنی که فرد ممکن است گواهی نامه رانندگی داشته باشد اما تا زمانی که تمرین نکرده است نمی‌تواند راننده خوبی باشد.

ما در میدان می‌آموزیم؛ اما خبرنگار مبتدی و حتی حرفه‌ای باید بداند که حوزه رسانه و کار تلویزیونی عبارت است از یادگیری مستمر و بدون توقف. لذا هر گزارش جدیدی که تهیه می‌کنیم، در واقع تجربه و دانش جدیدی کسب کرده‌ایم. لذا باید با هر گزارشی به گونه‌ای تعامل کنیم که گویی اولین گزارش ما و اولین عمل حرفه‌ای ماست. این امر فرد را به تلاش بیشتر وامی‌دارد.

برای تهیه یک گزارش تلویزیونی یک راه وجود ندارد. بدین معنی که اگر از ده خبرنگار بخواهید درباره یک

موضوع گزارش تهیه کنند، با ده نوع گزارش متفاوت مواجه خواهید شد. در این حالت میزان تعهد به قواعد حرفه، میزان موفقیت یک گزارش را نشان مشخص می‌کند.

سهل-انگاری قاتل گزارش میدانی است و بیشترین افرادی که در دام ساده-انگاری می‌افتند، خبرنگاران حرفه ای هستند. آنان بعد از سالها کار حرفه ای، دچار اعتماد به نفس کاذب می‌شوند و مسائل را ساده می‌گیرند. بیشترین انواع ساده-انگاری و خطرناکترین آن، عدم آمادگی برای تهیه گزارش است. در چنین حالتی خبرنگار بدون آمادگی وارد میدان عمل می‌شود، سوالات مصاحبه را از قبل آماده نمی‌کند، و از زمینه‌ها و عوامل وقوع رویداد اطلاعی ندارد. نوع دیگر ساده-انگاری ضبط صدا و موکول کردن تدوین به مسئول آن است. در این حالت اگر گزارش دچار نقص شود، مشکل از تدوینگر نیست، زیرا ممکن است وی فرد کارکشته‌ای باشد، اما به دلیل نداشتن مواد لازم برای تهیه گزارش، نتواند کار خود را به خوبی انجام دهد.

در گزارش‌های میدانی نباید اعمال سلطه کنیم؛ بلکه باید امکان سازگاری را مهیا کنیم و نقشه جایگزین داشته باشیم. مثلا وضعیت آب و هوایی تاثیر مهمی دارد، مسئله دیگر عدم حضور مهمان است؛ همه این امور نیازمند قدرت سازگاری است. خبرنگار حرفه‌ای آماده وقوع حوادث غیرمترقبه است و خود را از نظر روانی آماده این وقایع می‌کند. هرگز نباید

انتظار بهترین اتفاقات را داشته باشیم. ممکن است برای پوشش تظاهراتی روید که قرار است هزاران نفر در آن شرکت کنند، اما تنها چند ده نفر در آن شرکت می‌کنند؛ در این صورت باید با شرایط جدید سازگار شد و با بزرگ نمایی و وارونه کردن وقایع دچار خطا نشویم.

روزنامه‌نگاران به طور عام و خبرنگاران به طور خاص به بزرگ‌نمایی علاقه دارند. مثلا اعتراضاتی که پوشش داده‌اند بزرگترین تظاهرات، جنگی که در آن حاضر شده خطرناک‌ترین جنگ، کنفرانسی که پوشش داده‌اند، مهمترین کنفرانس، و بحرانی که پوشش داده‌اند بدترین بحران دنیاست و... آنان با این بزرگنمایی گمان می‌کنند ارزش خبری زیادی به گزارش خود داده‌اند. در این نه تنها به اعتبار گزارش ضربه می‌زند، اساسی از حقیقت ندارد. زیرا ممکن است بحرانی پوشش دهند بزرگتر از بحران جنگ جهانی دوم نیست؛ یا راهپیمایی که پوشش داده‌اند بزرگترین راهپیمایی تاریخ نیست. صداقت معیار سنجش ارزش هر گزارش است.

باید توجه داشت که تکنولوژی نوظهور و شبکه‌های ارتباط جمعی بر کارکرد کلاسیک تلویزیون تاثیر می‌گذارد؛ لذا باید برای تغییرات بزرگ و اساسی آماده بود. تغییراتی که ممکن است همه قواعد مربوط به تلویزیون را تحت الشعاع قرار دهد.

خبرنگار بهتر است قواعد

تصویربرداری و تدوین را یاد گیرد. این گفته به معنای آن نیست که خبرنگار جای تصویربردار یا تدوینگر را اشغال کند؛ بلکه به این معناست که زبان مشترکی داشته باشند. کما اینکه پیشرفت تکنولوژی معاصر کار با ابزار نوظهور را به امری ضروری تبدیل کرده است.

اگر خبرنگار سابقه چندانی در زمینه خبرنگاری تلویزیونی نداشته باشد باید به چند مسئله مهم که در سالهای اخیر ظهور کرده و باعث ناامیدی تازه واردان به این وادی شده است، توجه کند. درست است که خبرنگار مسئول کادری است که همراه وی برای ضبط برنامه می-روند، اما گاهی اوقات از وی خواسته می-شود با مبایل تصویربرداری کند، و بیش از نیمی از پوشش خبری اکنون با موبایل انجام می-گیرد. لذا خبرنگار نباید شیفه خود شود. شهرت با یک یا صد گزارش به دست نمی-آید. حتی ممکن است هرگز به دست نیاید، لذا آنچه باقی می-ماند، اعتبار است.

قواعد از اهمیت فراوان برخوردارند. اما نباید همیشه بر اساس منطق درستی و نادرستی عملی، اقدام کرد. گزارش تلویزیونی از علوم محض مدد نمی-گیرد؛ بلکه بر اساس قواعدی که در نتیجه تراکم تجارب به وجود می-آید، عمل می-کند. لذا خبرنگار باید در سنت-شکنی و نوآوری تردید کند.

خبرنگار در این حرفه لاجرم به

افراد نزدیک می-شود. اما نباید در موضوعاتی که درباره آنها گزارش تولید می-کند، ذوب شود. هر چند باید تا جای ممکن جانب انسان و مسائل انسانی باشد؛ مسائلی مورد اتفاق همه انسانها مانند همدردی با قربانیان جنگ، پناهندگان و مهاجران همگی از مسائل انسانی است. خبرنگاری کار ساده ای نیست، نامیدن آن به حرفه رنجها به خاطر آن نیست که رنجهای انسانها را منعکس می-کند، بلکه به خاطر آن است با درد جسمانی و دردهای روانی همراه است و با وجدان انسان سروکار دارد.

این حرفه نیازمند علاقه فراوان است. لذا اگر فرد علاقه-ای به آن ندارد، با سختی-های فراوانی روبه-رو خواهد شد. لذا باید گفت: اگر به این حرفه علاقه ندارید وارد آن نشوید. جامعه شناس مشهور پییر بوردیو می-گوید: روزنامه نگاران بخشی از طبقه بالای جامعه به شمار می-روند، اما در واقع در پایین-ترین طبقات جامعه هستند. چرا؟ زیرا روزنامه-نگاری نیازمند حضور در همه بحرانها، و درگیری-هاست، خبرنگار نباید به مدیریت یک کادر اکتفا کند بلکه باید متن گزارش را تولید کند، وارد میدان شود تا آن را ضبط کند، و با همه سختی-ها مواجه شود. گاهی شبها را در هتل-های پنج ستاره می-گذرانند، و گاهی شبها را در یک خودرو یا حتی در فضای باز به صبح می-رسانند. گاهی در قصر ریاست جمهوری هستند و گاهی نیز در یک درگیری زخمی می-شوند.

مهمترین مسئله در این حرفه اعتبار است. اعتبار ممکن است به سرعت تباه شود، لذا باید در حفظ آن کوشا بود. خبرنگار نباید وارد هر مسئله‌ای شود که ممکن است شهرت خبرنگاری او را به خطر اندازد. این امر حکم می‌کند که خبرنگار به قواعد عمل خود پایبند باشد.

تذکر مهم: سقوط هر چیزی با یک گام آغاز می‌شود. اگر خبرنگار به خود اجازه دهد یک قاعده را زیر پا گذارد، سلسله وار دیگر قواعد حرفه را زیر پا خواهد گذاشت و در پایان همه قواعد اخلاق حرفه‌ای را نادیده گرفته است. تعهد خبرنگار به قواعد اخلاقی معروف مانند صداقت، راستی، دوری از تقلب، و دروغ و سرپوش گذاشتن بر حقایق محدود نمی‌شود، بلکه باید توازن، حقیقت‌جویی و وجدان کاری را در نظر داشته باشد.

یادآوری: در این حرفه ممکن است خبرنگار از سوی ثروتمندان و صاحبان قدرت اغوا شود یا مورد تهدید قرار گیرد. لذا هرگز نقش یک قهرمان را بازی نکند، بلکه تنها به اصول اخلاقی و حرفه‌ای پایبند باشد.



معهد
الجزيرة للإعلام



AJMInstitute



+974 44897666

institute@aljazeera.net

<http://institute.aljazeera.net>