بسم الله الرحمن الرحيم

۱۳۱۵۶
۸۰/۱۰/۳۰

مبانی
گزارشگری تلویزیونی

● نویسنده: ایور یورک
● مترجم: اداره کل پژوهش معاونت سیاسی صداوسیما

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای
سازمان صداوسیما

Basic TV Reporting
Ivor York
Reprinted 1995

York, Ivor — یورک، آیور

مبانی گزارشگری تلویزیونی / نویسنده ایور یورک؛ مترجم محمدرضا حسن‌زاده. ـ تهران: صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، ۱۳۷۹.

۲۴۵ ص: مصور، جدول.

ISBN 964-92554-7-8: ۱۵۰۰۰ ریال

فهرستنویسی بر اساس اطلاعات فیپا.

عنوان اصلی: Basic TV reporting

واژه نامه.

۱. ارتباط ـ پخش اخبار. ۲. خبرنگاری رادیو و تلویزیون ـ فن. ۳. روزنامه‌نگاری ـ فن. الف. جمهوری اسلامی ایران. مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای. ج. عنوان.

۹ ی ۸ ت PN۴۷۸۴ — ۷۰/۱۹۵۲۱

۱۳۷۹

کتابخانه ملی ایران — ۷۹-۲۲۸۲۱م

۱۳۱۵۷ ۸۰/۸/۲۰ کتابخانه مرکز تحقیقات و مطالعات

مبانی گزارشگری تلویزیونی

نویسنده:

ایور یورک

ترجمه:

اداره کل پژوهش معاونت سیاسی صداوسیما

ویراستار:

دکتر مهدخت بروجردی

لیتوگرافی و چاپ:

چاپخانه سروش

چاپ: اول

ناشر:

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

ISBN 964 – 92554 – 7 - 8 شابک: ۸ - ۷ - ۹۲۵۵۴ - ۹۶۴

آدرس: خیابان ولیعصر، خ هتل استقلال، ساختمان جام‌جم

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

فهرست

بسمه تعالی

مقدمهٔ ناشر

با توجه به ضرورتی که در زمینهٔ تأمین منابع مکتوب فارسی برای گزارشگران و دانشجویان و دست‌اندرکاران ژورنالیسم احساس می‌شد، ادارهٔ کل پژوهش معاونت سیاسی صداوسیما تصمیم به ترجمهٔ کتاب «مبانی گزارشگری تلویزیونی» گرفت. مطالب کتاب عمدتاً به تشریح جنبه‌های مختلف گزارشگری در تلویزیون می‌پردازد و با زبان ساده مراحل مختلف، ضرورتها، دشواریها و رموز موفقیت این حرفه را بیان می‌کند.

ترجمهٔ این کتاب توسط آقای دکتر محمدرضا حسن‌زاده از کارشناسان اداره کل پژوهش معاونت سیاسی سازمان صداوسیما انجام یافته است. بنابراین، از زحمات ایشان تشکر و قدردانی می‌گردد. همچنین از زحمات و تلاشهای سایر همکارانی که در این مسیر همکاری داشته‌اند؛ آقایان ابوالفضل خادمی، امیرحسین رئیس‌زاده، سیدرضا حسینی، خانم معصومه پیشخانی، افسانه موفقی و خانم دکتر مهدخت بروجردی که ویراستاری اثر را به عهده داشته‌اند، قدردانی می‌گردد.

انتشار کتاب حاضر محصول تلاش مشترک اداره کل پژوهش معاونت سیاسی و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای سازمان صداوسیما می‌باشد امید است که این اثر مورد قبول دانشجویان ارتباطات و گزارشگران پرتلاش سازمان و سایر علاقمندان واقع گردد.

اداره کل پژوهش معاونت سیاسی و
مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای سازمان صداوسیما

مقدمه

از میان تمام ژورنالیست‌ها و تکنسین‌های دست‌اندرکار تولید اخبار تلویزیون و برنامه‌های مرتبط به اخبار در سرتاسر دنیا، تقریباً هیچیک به اندازهٔ مستعدها[1] (گروه نسبتاً اندکی که خوش‌اقبالی‌شان آنها را در مقام مجری یا گزارشگر در برابر مخاطب قرار می‌دهد) موجب برانگیختن علاقه، جنجال یا رشک نمی‌شوند.

اگر از هر ژورنالیست جوان و آرزومند تلویزیونی در خصوص شغل دلخواه وی بپرسید، به احتمال زیاد، فهرست جالبی از نام کسانی را ارایه می‌دهد که فعالیت‌های آنها را با اشتیاق از طریق گزارشهایشان از مناطق آشوب‌زده جهان، دنبال کرده است و با تمام وجود دوست دارد در صورت فراهم شدن فرصت، کاری مانند آنها انجام دهد. هر اندازه هم که به‌طور قوی استدلال شود که قدرت و مسئولیت، تا حد بسیار زیاد در دست تهیه‌کنندگان و سردبیران است، بسیار مشکل می‌توان یک فرد جوان را قانع کرد که محو جاذبهٔ حضور مرتب در تلویزیون و در برابر میلیونها نفر نشود. اصرار به شریک شدن در «صندلی جلوی تاریخ» که گزارشگران بین‌المللی تلویزیون آن را به‌عنوان یک جنبه عادی از زندگی حرفه‌ای روزمره خود محسوب می‌کنند، همواره این جوانان بلندپرواز را مانند یک آهن‌ربای قدرتمند به سوی خود جذب می‌کند.

اگرچه ممکن است این افراد اصلاً به این موضوع نیندیشند که آیا از توانایی‌های فیزیکی و فکری لازم برای احراز چنین نقش پرهیجانی برخوردارند یا نه، لیکن بیشتر آنها حداقل به این نکته اذعان دارند که

---

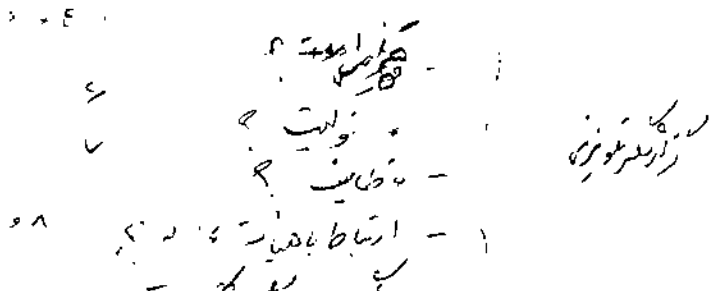
1. Talent

به راهی دشوار گام می‌نهند و به‌علاوه شیوهٔ کار یک گزارشگر هم مانند آرایش موی سر او، ممکن است به سرعت، با کوچکترین دلیل و یا حتی بدون هیچ دلیلی از چشم بیفتد. اما بی‌ثباتی مردم (بی‌ثباتی مدیران تلویزیون جای خود دارد) بندرت موجب عقب‌نشینی کسی، مگر افراد کم‌دل و جرئت می‌شود. تقریباً تمام آنهایی که باقی می‌مانند، می‌خواهند بدانند که چه بهایی را برای موفقیت باید بپردازند و چگونه می‌توانند خود را به ابتدای صف بالارفتن از نردبان ترقی برسانند.

اولین نکته‌ای که لازم است به آنان گوشزد شود، این است که بسیاری از موفقترین گزارشگران تلویزیون، مدتها قبل از اینکه بخت ایستادن جلوی دوربین را بیابند، پشت صحنهٔ مطبوعات و یا رادیو، شاگردی کرده‌اند. در حالی که برخی از سازمانهای خبری، بدون هیچ تردیدی خطر به‌خدمت‌گرفتن گزارشگران کم سابقه و تعلیم ندیده را به جان می‌خرند، بقیه اصرار می‌ورزند که هر استعداد بالقوهٔ روی صحنه، باید مراحل دقیقی را پشت سر بگذارد که در خلال آنها به آموزش و تربیت دقیق توجه شده باشد.

همه مبتدیان نباید انتظار داشته باشند که بتوانند از تحصیلات حرفه‌ای و یا حتی دوره‌های دانشگاهی بهتری که تئوری و عمل را در هم می‌آمیزند سود ببرند. به‌طور قطع، برای آنها صدها سؤال در خصوص شیوه کار، تکنیک و چگونگی اجرا پیش خواهد آمد.

هدف این کتاب آن است که به تعدادی از این سؤالها پاسخ دهد.



presenter reporter

ممکن است نقشهای گزارشگر و مجری با یکدیگر تداخل داشته باشند.

آنچه گزارشگر انجام می‌دهد

تعداد اندکی از علاقمندان به حرفهٔ گزارشگری تلویزیونی، تصوری هر چند مبهم از مقتضیات این حرفه دارند. این حرفه ۲۴ ساعته است، ولی اینکه گزارشگران دقیقاً چگونه عمل می‌کنند، نقطهٔ آغاز و پایان مسئولیتهای آنها کجاست، ارتباط آنها با هیأت تحریریه[۱] چگونه است و مسایلی از این دست، چندان مشخص نیستند. اگر عامه مردم گزارشگری را با عناوین متعدد «گویندگی خبر»[۲] اشتباه می‌گیرند، باید آنها را بخشید زیرا که این نقشها در مواردی با هم تداخل دارند. گزارشگری در حقیقت ممکن است به‌عنوان یک سکوی پرش طبیعی به نظر برسد که پای فرد را به محیط گرم و امن استودیو باز می‌کند، اما زمانی که گزارشگران به جای اشتغال به جمع‌آوری خبر، به کار پردازش خبر مشغول شوند، معمولاً کمتر پدیدآورندهٔ مطالب جدید هستند و بیشتر به مطالب دیگران شکل می‌دهند.

anchor

ریشه‌های ژورنالیسم تلویزیونی

همین که ژورنالیست تلویزیون شدید، به حرفهٔ جوانی می‌پیوندید که به طور عمده ریشه در روزنامه‌ها، مجلات و رادیو دارد. ژورنالیسم تلویزیونی ممکن است دنیایی گیج‌کننده باشد: کسانی که در این زمینه کار می‌کنند نمی‌توانند کاملاً به خود بقبولانند که از طرفی، جزیی از حرفهٔ نمایش هستند و از طرف دیگر، عنوان بسیاری از مشاغل، مؤید پیوند آنها با ژورنالیسم مطبوعاتی است. بنابراین عناوین «دبیر سرویس»[۳] «سردبیر»[۴] «گزارشگر»[۵] «گزارشگر ارشد و یا گزارشگر اعزامی»[۶] را همچنان می‌توان در کنار عناوینی چون «نویسنده متن»[۷] «تهیه کننده»[۸] «کارگردان»[۹] و «مجری»[۱۰] یافت. به مطالب خبری مکتوب، «متن» گفته می‌شود، نه «کپی».

---

1. Editorial Chain
2. Anchor / Newscaster / Newsreader / Presenter
3. Subeditor - Copytyster
4. Editor
5. Reporter
6. Correspondent
7. Scriptwriter
8. Producer
9. Director
10. Presenter

مسئولیتهای گزارشگری

نقشی که به شما واگذار می‌شود کاملاً به‌نظر کارفرمای شما بستگی دارد. در برخی از سازمانها، گزارشگران تلویزیون، به‌عنوان افراد متخصص، در رده‌ای جداگانه طبقه‌بندی می‌شوند. در برخی سازمانهای دیگر، از وی انتظار دارند که وظایف تصویربرداری و یا تدوینگری را هم بر عهده بگیرد. اگرچه این عنوان می‌تواند تمام یا یکی از این وظایف را شامل شود، ولی آنچه گزارشگران را از بقیهٔ ژورنالیستها در تلویزیون متمایز می‌کند، این است که آنها «گزارش تهیه می‌کنند». چنین تعبیری به این معنا است که مسئولیت شکل، محتوا و انسجام نهایی یک گزارش کامل تلویزیونی نیز بر عهدهٔ وی می‌باشد: یعنی ارزیابی ارزش خبری رویداد و افرادی که در متن آن حضور دارند، انجام مصاحبه، «گزارش رو به دوربین»[۱]، نوشتن «تفسیر»[۲] برای «صدای خارج از تصویر»[۳] و هم چنین هماهنگ‌کردن فعالیت گروه تصویربرداری ممکن است مجبور باشید به مسایل تدارکاتی مربوط به ضرب‌الاجلها هم توجه کنید. هیچ‌کس به شاهکاری که بموقع جهت گنجانده‌شدن در برنامهٔ مورد نظر آماده نشود، جایزه نمی‌دهد.

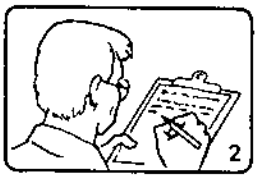
ولی تصور نکنید که تمام عمر حرفه‌ای شما در مأموریت برای تهیه گزارش خواهد گذشت. قسمت عمده‌ای از عمر حرفه‌ای شما در اتاق خبر خواهد گذشت و به وظایفی چون جستجو برای یافتن «لیدهای» مناسب، نگارش متن و یا تهیهٔ صدا برای تصاویر و یا «لیست کاملی از اخبار» رسیده از خبرگزاری‌ها خواهید پرداخت. هم چنین ممکن است از شما بخواهند تا اداره یک مصاحبهٔ زندهٔ تلویزیونی را در استودیو بر عهده بگیرید. در اینجا روی مقولهٔ توانایی اجرا تأکید می‌شود، درست همانند تأکید بر توانایی یک بندباز سیرک، زمانی که بدون تور محافظ به اجرای برنامه می‌پردازد.

---

1. Piece to Camera
2. Commentary
3. Voice - Over

وظایف یک گزارشگر:

۱ - به محل وقوع حادثه رفته و تحقیقات خود را در آن محل انجام می‌دهد.



۲ - در خصوص محتوا و شکل (گزارش) تصمیم‌گیری می‌کند.

۳ - بر گروه تصویربرداری نظارت می‌کند.

۴ - مصاحبه‌ها را انجام می‌دهد.

۵ - گزارش را در مقابل دوربین اجرا می‌کند.

۶ - صداهای جانبی روی تصاویر را آماده و ضبط می‌کند.

۷ - ارتباط با ایستگاه را حفظ می‌کند.

وظایف گزارشگر

گزارشگران در میدان عمل (خارج از استودیو)، به نمایندگی از برنامه یا سازمان خبری خود، مسئول تهیه گزارش هستند. مدیریت گروه تصویربرداری و نظارت بر محتوای گزارش، از جمله مسئولیتهای آنان است.

گزارشگر تلویزیون عضوی از یک گروه است.

جایی در ایستگاه تاکسی

به‌استثنای سازمانهای کوچک که انتظار دارند گزارشگران متکی به خود باشند و تمام ایده‌های گزارش را خودشان تهیه کنند، مسئولیت شما به‌عنوان یک تازه‌وارد در وهله اول، به آن بخش از عملیاتی که در خصوص جمع‌آوری خبر است، ارتباط دارد. «سرویس دریافت / ورودی / مأموریتها»[1] و یا «سرویس خبر»[2] است که تعیین می‌کند چه واقعه‌ای ارزش گزارش‌کردن دارد و بر این مبنا کارکنانی را مسئول گزارش وقایع می‌کند. «سرویس»، زندگی گزارشگری شما را به نیابت از جانب سردبیر خبری کنترل می‌کند. گهگاه ممکن است همین شخص با گماردن شما به جای خویش، موجب شود تا در بخش دریافت نیز تجربه کسب کنید.

اخبار قابل پیش‌بینی است

خبر، پدیده‌ای است که بیش از آنچه که به نظر می‌رسد قابل پیش‌بینی است. بخش عمده‌ای از برنامه‌های خبری، محصول بینش خوب درباره رویدادها، قبل از اتفاق افتادن آنهاست. اطلاعات قبلی در مورد مسائل مهم و یا معمولی، به طرز پایان‌ناپذیری از طریق منابع رسمی و غیررسمی بی‌شمار به‌سوی دفتر مرکزی هر سازمان خبری سرازیر است و پایه و اساس یک دفتر «یادداشت»[3] را تشکیل می‌دهد که از روی آن، برنامه‌های معمول هر روز ساخته می‌شود. ماهیت غیرقابل پیش‌بینی بقیه گزارشها به این معناست که گاهی گزارشگران فقط بعد از وقوع حوادث برای گزارش‌کردن آنها گمارده می‌شوند. بی‌دلیل نیست که گاهی از دفتر کار گزارشگران به‌عنوان ایستگاه تاکسی یاد می‌شود. مشارکت گزارشگر ارشد، یعنی گزارشگران باسابقه، بیشتر به شکل مأموریت سیّار است و به همین دلیل در پوشش رویدادهایی که جزء «دفتر یادداشت» نیستند، نقش بیشتری دارد.

دیگر برنامه‌های مرتبط با اخبار که انجام آنها زمان بیشتری را می‌طلبد، بسیار متفاوت عمل می‌کنند. در اینجا ممکن است گزارشگر جزیی از یک گروه باشد که در خصوص موضوعات خبری تحقیق

---

1. Intake / Input / The Assignment Desk 2. News Desk

3. برنامه کاری Diary

می‌کند و یا ممکن است برنامه‌ای را که دیگران به‌طور مشروح برنامه‌ریزی کرده‌اند، با صدا و تصویری قابل قبول ارائه کند.

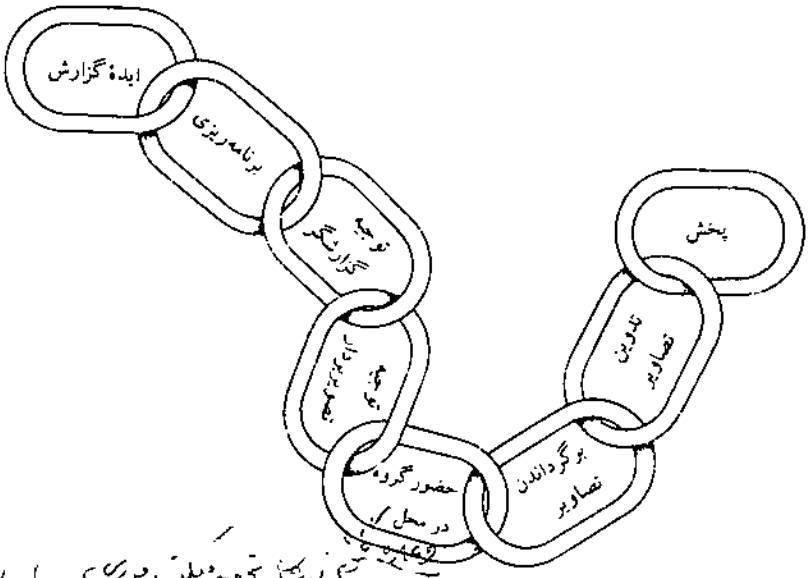
در میدان (خارج از استودیو)

اگر سابقهٔ کار در روزنامه و یا رادیو داشته باشید، احتمالاً این کار را تک‌وتنها انجام داده‌اید. اما شما به‌عنوان گزارشگر تلویزیون، جزیی از یک گروه هستید. اگرچه همه تلاش بر این است که گروههای هر چه کوچکتر تشکیل شود، با این وجود، عملیات در حال حاضر نیز نیازمند تصویربردار، و صدابردار و در صورت امکان دستیار نور و برقکار جهت برپاکردن و نظارت بر تجهیزات نورپردازی سیار است. گاهی اوقات «کارگردان»[1] و یا «تهیه‌کننده برنامه‌های خارج از استودیو»[2] هم به گزارشگر می‌پیوندند تا به‌عنوان رابط وی با گروه تصویربرداری عمل کنند.

تدوین

همین که مسئولیت شما برای پوشش موضوع خبری به‌پایان رسید معمولاً مسئولیت در زنجیرهٔ تحریریه به دوش تدوینگران می‌افتد. این افراد تصاویر و صدا را به ترتیبی که برای پخش مناسب باشد، در کنار یکدیگر قرار می‌دهند. در مواردی از شما خواسته می‌شود تا نظارت بر این کار را بر عهده بگیرید. در غیر این صورت، تهیه‌کننده و یا سردبیر برنامه دربارهٔ محتوا و طول مدت گزارش تصمیم می‌گیرد.

1. Director
2. Field Producer



زنجیرهٔ تحریریه

گزارشگر یکی از حلقه‌های این زنجیره را تشکیل می‌دهد. این زنجیره از خلق ایده برای گزارش شروع و به پخش آن به‌عنوان بخشی از یک برنامه ختم می‌شود. در بیشتر برنامه‌های مرتبط با اخبار، مسئولیت‌های تحریریه تفکیک شده است. یعنی گزارشگران به گروهی از ژورنالیست‌ها (دریافت / ورودی / مأموریت‌ها) تعلق دارند که وظیفهٔ آنها جمع‌آوری خبر است. گروه دیگر (خروجی) وظیفه پردازش و آماده‌کردن موضوعات خبری را جهت پخش بر عهده دارند.

مثبت باشید ولی بدانید که چه موقع کنار بکشید.

ویژگی‌های یک گزارشگر خوب

عوامل سازنده یک گزارشگر خوب برای تلویزیون، همان‌هایی هستند که یک ژورنالیست خوب را در هر رسانهٔ دیگر به‌وجود می‌آورند. (شاید در تلویزیون این عوامل مهمتر باشند).
نیروهایی که اکثر شاغلان این حرفه را به پیش می‌رانند (داشتن شمّ خبری، شک‌گرایی ذاتی، عطش برای حقیقت و دانش، و تمایل به برقراری ارتباط) همگی می‌بایست با قابلیت‌هایی که دارای ماهیت مادی آشکارتری هستند، سنجیده شوند. حداقل این قابلیت‌ها عبارتند از: داشتن ظاهری قابل‌قبول و صدایی که به لحاظ معیارهای پخش مناسب باشد. اما بیشتر از اینها، به پوستی کلفت و قدری تکبر نیاز دارید، ارادهٔ راسخ هم لازم است تا کثرت سایر گروههای خبری که در محل حوادث مهم حضور می‌یابند، عامل بازدارنده‌ای برای شما نباشند.

پشتکار... و حساسیت

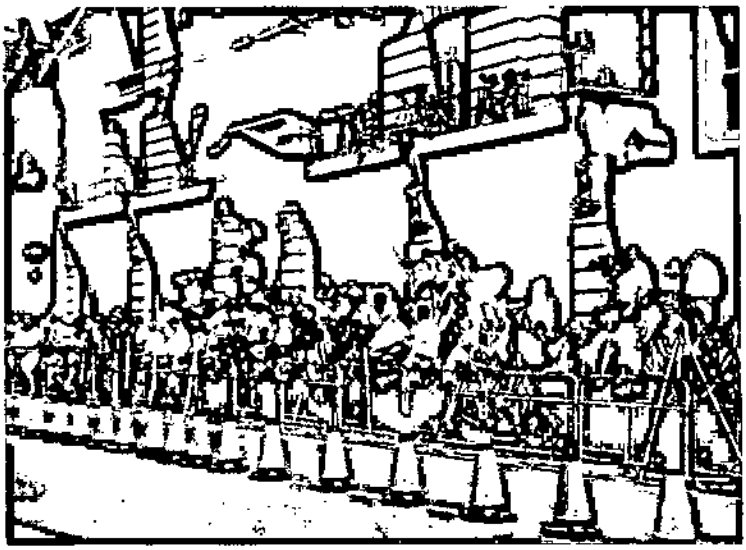
انتظار نداشته باشید که با وجود پنهان‌کردن خود در میان جمعیت، باز هم بتوانید موفق شوید. هیچ سازمان تلویزیونی که برای مدت طولانی گزارشهایی بدون نشان‌دادن تصویر گزارشگر تهیه کند، نمی‌تواند مدت زیادی به حیات خود ادامه دهد. ماهیت این شغل، ذاتاً حضور چشمگیر را می‌طلبد، لذا گاهی اوقات لازم می‌شود تا برای انجام مصاحبه، راه خود را از میان انبوه جمعیت باز کنید. برای تصاویر نمی‌توان نقل‌قول اختراع کرد.
برعکس، از گزارشگر خوب تلویزیونی انتظار می‌رود که بر اساس برداشت شخصی خود، بداند در شرایطی که به «حساسیت» و «تفکر» نیاز هست، چگونه عمل کند. مثلاً در واقعه‌ای که در آن چند نفر کشته شده‌اند، باید دارای ظرفیت و حس همدردی باشد و بداند، که در چه زمانی باید در کمال احتیاط، پیگیری گزارش را متوقف کند.

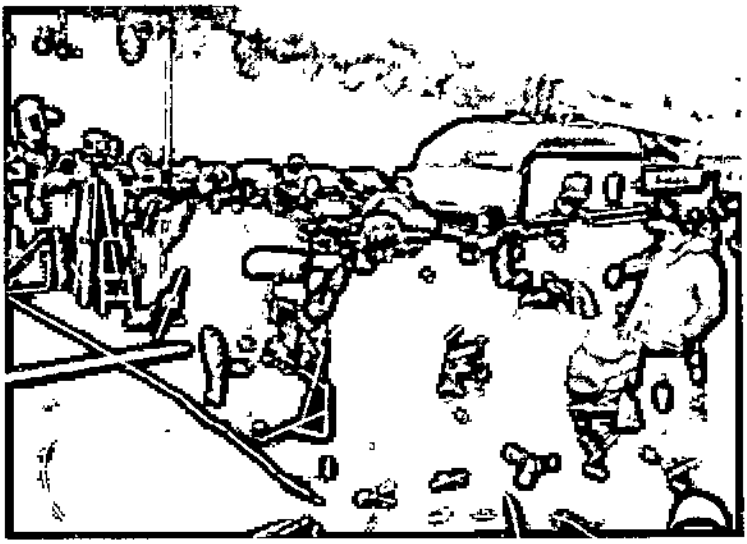
عشق به زبان

فرض این است که هر که می‌خواهد ژورنالیست شود، از توانایی نگارش بهره‌مند است. به گمان عده‌ای، توانایی بیان، دارای اهمیت زیاد نیست. ولی نکته‌ای که نمی‌توان در آن تردید داشت این است که گزارشگر خوب باید از توانایی ذاتی در زبان و غریزه‌ای قوی برای به کاربردن هر کلمه‌ای را در جای خودش، داشته باشد ولی از آنجا که تلویزیون اصرار دارد که زمان باارزش پخش به هدر نرود؛ لذا سعی بر این است از بیان منضبط، مختصر و متعادل کمک گرفته شود. نکات برجستهٔ هر یک از خبرها باید به نحوی معقول و مرتبط با هم مرتب شوند و کلام در نهایت ایجاز در کنار تصاویر قرار گیرد.

نیم‌نگاهی به دوربین

اگرچه گرفتن تصاویر وظیفه گروه تصویربرداری است، با این‌حال هر گزارشگر خوب در مورد عنصر تصویری تهیهٔ گزارش هم قوه ادراک خود را پرورش می‌دهد. قانون طلایی این است که صدا و تصویر باید با هم هماهنگی داشته باشند. انحراف از این قانون، منجر به رقابت این دو و گیج‌شدن مخاطب می‌شود. در چنین شرایطی، همیشه قدرت تصویر پیروز می‌شود.





شرایط یک گزارشگر خوب

داشتن حوصله و پشتکار، بخشی از وجود یک گزارشگر به شمار می‌رود ولی در غوغایی که جزء همیشگی دنیای گردآوری خبر است، هر کس که از رقیب عقب بیفتد سرش بی‌کلاه می‌ماند. تصویر بالا، انتظار دست‌اندرکاران مطبوعات جهان را نشان می‌دهد (۱)، خارج از محوطه بیمارستان لندن که دوشس یورک اولین فرزند خود «پرنس بئاتریس» را در اوت ۱۹۸۸ در آنجا به دنیا آورد (عکس از نویسنده) و (۲) محل وقوع سانحهٔ هوایی در بریتیش میدلند، نزدیک آراد راه شمارهٔ یک در ژانویهٔ ۱۹۸۹.

بدانید که از گروه تصویربرداری چه می‌خواهید.

گزارشگر به عنوان مدیر

در آینده‌ای نه‌چندان دور، یک واحد تصویربرداری حرفه‌ای در هر یک از انواع برنامه‌های خبری، حداکثر از دو نفر تشکیل خواهد شد، یک گزارشگر و یک تکنسین. اما تا زمانی که وضعیت فوق رایج نشده است، آگاهی از نحوهٔ رهبری مؤثر گروه، همچنان جزیی از وظایف گزارشگر به شمار خواهد رفت. زیرا معمولاً داشتن مسئولیت گروه تصویربرداری با داشتن مسئولیت تحریریه گزارش همراه است. عقاید حرفه‌ای‌های یک‌دنده، گه‌گاه به طور اجتناب‌ناپذیری با یکدیگر اختلاف دارد و از «مدیریت»، چشم‌اندازی دلهره‌آور ترسیم می‌کند ولی حتی به‌عنوان یک مبتدی، باید همیشه دارای اعتماد به نفس باشید، رهبری را در دست بگیرید و پیشقدم شوید. همیشه بدانید که چه می‌خواهید. زیرا یک گروه تصویربرداری بی‌تجربه انتظار دارد که مو به مو از یک دستورالعمل از پیش نوشته شده، پیروی کند.

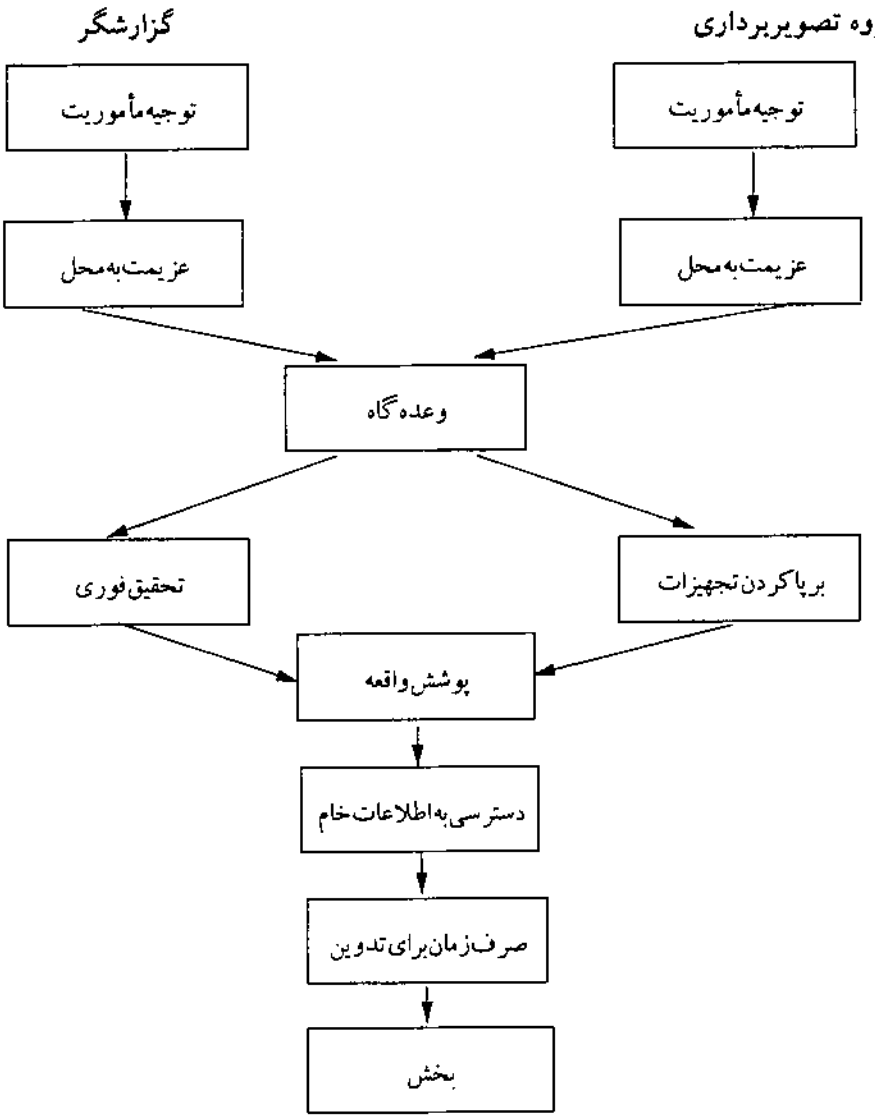
رابطهٔ گزارشگر با گروه

از آنجا که خلق هر گزارش تلویزیونی با ترکیب فرآیندهای ابتکاری ممکن می‌شود، بنابراین وجود رابطهٔ حرفه‌ای مثبت بین گزارشگر و گروه، در مقایسه با شرایطی که افراد در تضاد با یکدیگر هستند، نتیجهٔ بسیار موفقتری در پی دارد. در مواردی، میزان اتفاق رأی در تصمیم‌گیری برای پیگیری گزارش، بسیار مهم است و در واقع مسئلهٔ مرگ و زندگی است.

اعتماد و احساس وابستگی متقابل، برای هر دو مفید است. هیچ چیز به اندازه خودمحوری و غیرقابل اعتماد بودن، یک گزارشگر را در چشم گروه منفور نمی‌کند. بویژه اگر او نتواند بموقع در محل حاضر شود. هم چنین به خاطر بسپارید که مطلع نگاه داشتن گروه بسیار مهم است. به روشنی انتظارات خود را از آنها مطرح کنید. اگرچه نیازی نیست که از جزییات هر یک از وسایل آگاهی داشته باشید، نشان دادن علاقه و داشتن حداقل آگاهی‌ها در مورد نحوهٔ کار دستگاهها به شما در ارائه مطالب کمک می‌کند.

رسیدن به ضرب‌الاجلها

قبل از رواج ارتباطات ماهواره‌ای و مایکروویو، برنامه‌های خبری، به اشکال ابتدایی‌تر ارتباطات متکی بودند تا به مدد آنها، رسیدن بموقع اطلاعات به ایستگاه و در نهایت تدوین و پخش آنها تضمین شود. اگرچه، ابزارها تغییر کرده‌اند، اما اصل کلی همان است. تنها موردی که قابل ذکر است کاهش مدت ضرب‌الاجل‌هاست. این امر فشار بر گروه حاضر در میدان و بویژه گزارشگر را افزایش می‌دهد، زیرا وی باید مأموریت خود را طوری برنامه‌ریزی کند که در همین مدت به حداکثر جزییات دست یابد. برای برآوردن نیازهای برنامه، محاسبات مربوط به زمان لازم برای رسیدن و بازگشتن از صحنهٔ گزارش، جمع‌آوری تصاویر و ارزشیابی آنها، شکل‌دادن به اطلاعات در محل وقوع گزارش و یا بردن مواد خام به ایستگاه مادر جهت تدوین بعدی و نیز یک حاشیه ایمنی باید در نظر گرفته شوند. با ظهور سویت‌های تدوین متحرک و تسهیلات ماهواره‌ای جمع‌آوری خبر که گروههای خبری را از ایستگاههای تلویزیونی محلی بی‌نیاز می‌کند، سرعت کل عملیات بیشتر شده است، ولی توانایی کنترل مشکلات مربوط به تدارک گزارش تقریباً به اندازهٔ مهارت در امور تحریریه‌ای ارزشمند است.



نحوهٔ اداره یک گزارش خبری

نوع مأموریت هر چه باشد، باید با تلاش آگاهانه از تکمیل تمام مراحل، اطمینان حاصل کنید تا اطلاعات، با هر وسیله، بموقع جهت گنجانده شدن در برنامه‌های مورد نظر به ایستگاه برسند. برای تدوین گزارش در محل حادثه و یا برداشتهای خامی که باید در جای دیگر سرهم شوند وقت کافی اختصاص دهید. همیشه، بویژه در عملیات خارج از کشور، یک حاشیه ایمنی در نظر بگیرید.

اجازه ندهید همهٔ خبرهای شما دست دوم باشند.

خبر چیست؟

تشخیص یک رویداد خبری «مهم»، نیاز به استعداد خاصی ندارد. تغییرات سیاسی، تحولات بنیادین اجتماعی، پیروزیهای ورزشی و بلایای طبیعی همگی چنان روشنند که هر کسی قادر به تشخیص آنها هست. آنچه گزارشگر را از بقیه متمایز می‌کند، توانایی ماهرانهٔ وی در شناخت موضوعاتی است که اگر چه کمتر مشهود هستند ولی علایق را برمی‌انگیزند و با زندگی مردم ارتباط واقعی دارند.

فراتر از مک لورگ[1]

بر اساس یکی از باورهای شایع، ژورنالیسم تلویزیونی دیدگاهی بسیار محدود و تنگ نظرانه از جامعه ارائه می‌دهد. پاره‌ای از جامعه‌شناسان به آن «دروازه» می‌گویند و معتقدند که محصول فرعی اجتناب‌ناپذیر تربیت خانوادگی، تحصیلات و نگرشهای اجتماعی دست‌اندرکاران تلویزیون است. عده‌ای دیگر بر این باورند که «مطبوعات»، اولویت‌های خبری تلویزیون را مشخص می‌کنند و تلویزیون از علاقه و منابع لازم برای درهم‌ریختن این قالب برخوردار نیست.

این وظیفه شما و یا هر خبرنگار دیگری است که سعی کنید تا این حیطهٔ عمل را گسترش دهید، حتی اگر به قیمت زیر سؤال رفتن خرد رایج تمام شود. مثلاً یکی از این باورها می‌گوید که اهمیت هر واقعه با افزایش فاصلهٔ آن از پله در خانه شما کاهش می‌یابد[2] (گاهی این نظریه را به شوخی قانون Mc Lurg می‌گویند، زیرا برای اولین‌بار او این مسئله را مطرح کرد). در نتیجه حتی موضوعاتی که برای بشریت واقعاً دارای اهمیت بالقوه هستند، نادیده انگاشته می‌شوند. بدین ترتیب به بسیاری از مناطق جهان پوشش خبری چندانی داده نمی‌شود و بعد ناگهان کشوری که از آن مطالب کمی شنیده شده است، مرکز توجه قرار می‌گیرد.

به این ترتیب، بعضی سوژه‌های خبری بدون هیچ دلیلی مُد می‌شوند و یا از مُد می‌افتند. تکرار یک

---

1. Mc Lurg

۲- این باور، همان ارزش خبری «مجاورت» است که بر اساس آن هر اندازه از محل وقوع رویداد به محل زندگی ما نزدیکتر باشد، آن خبر دارای ارزش خبری بیشتری است. (م)

«گزارش دنباله‌دار»، هر چند هم که مهم باشد برای تماشاگر خسته‌کننده است. برعکس، موضوعاتی که به‌تصویرکشیدن آنها مشکل است، در صورت پخش‌شدن، مورد توجه مردم قرار می‌گیرند.
بنابراین، با به پایان رسیدن این قرن، موضوعاتی چون اقتصاد و محیط زیست وارد اخبار شده و مسائلی نظیر «تظاهرات معمولی یکشنبه» و مسائلی از این دست، در عمل، حذف می‌شوند.

تفاوت در ارزش خبرها

ژورنالیسم تلویزیونی و مطبوعاتی نگرش متفاوتی نسبت به «خبر» دارند. مطبوعاتی که دارای قطع کوچک هستند، [1] صفحات روی جلد خود را به گزارشهای غیرمعمول و عجیب اختصاص می‌دهند که روزنامه‌های جدی، کمتر به آنها توجه دارند. گاهی هم تلویزیون گزارشهای تصویری نشان می‌دهد که برای رسانه‌های چاپی یا رادیو مناسب نیستند. پس چگونه می‌توان فهمید که «خبر» چیست؟

- اول اینکه همیشه از خودتان بپرسید که یک خبر تا چه حد برای مخاطب ارزش دارد.
- در روزنامه‌ها به دنبال سوژه گشتن، جانشین خوبی برای ایده‌های خلاق شما نیست.
- سرجای خود ننشینید تا «خبرگزاریها» [2] لقمه را بجوند و در دهان شما بگذارند.
- تا حد ممکن خود را به منشاء وقایع نزدیک کنید تا به موضوعات دست اول دست یابید.

1. Tabloid Press
2. Wire Services

خبر چیست؟

نگرش ژورنالیست‌ها تفاوت زیادی با یکدیگر دارد. روزنامه‌ها، گروههای اجتماعی - اقتصادی خاصی را هدف قرار می‌دهند و به موضوعاتی که بسیار مورد توجه دیگران است، اهمیتی نمی‌دهند.

ازپیشرفتهای فنی باخبر باشید.

شناخت تلویزیون

هرگز از یک ژورنالیست تازه‌کار تلویزیون انتظار نمی‌رود که کارشناس الکترونیک باشد ولی داشتن شناخت اولیه از اصول فنی‌ای که در پس تجهیزات نهفته است، مفید به‌نظر می‌رسد. برای ما تصویر تلویزیونی پدیده‌ای عادی است: ولی چه تعداد از متقاضیان شغل گزارشگری می‌توانند نحوهٔ دریافت تصاویر را توضیح دهند؟

یک تصویر تلویزیونی از مجموعه‌ای از خطوط افقی تشکیل شده است که با تناوب سریع از چپ به راست و از بالا به پایین روی گیرنده ظاهر می‌شوند. خطوط در دو «میدان» زنجیره‌ای مخابره می‌شوند. مثلاً در تصاویر اروپایی که ۶۲۵ خطی است، ابتدا ۳۱۲/۵ خط با شمارهٔ فرد و متعاقب آن در میدان دوم ۳۱۲/۵ خط با شمارهٔ زوج می‌آید. دو میدان در هم ادغام می‌شوند و بدین ترتیب تعداد واقعی تصاویر دیده‌شده در هر ثانیه دوبرابر و لرزش تصویر کم می‌شود.

هر چه تعداد خطوط بیشتر باشند، تصویر با وضوح بیشتری دیده خواهد شد. و از این رو حرکت به سوی HDTV[1] (تلویزیون با درجهٔ وضوح بالا) در هر یک از سیستم‌های رقابتی در حال تولید، که بیش از هزار خط ارائه می‌کنند، موجب می‌شود تا در صفحات بزرگتر، تصاویر با وضوح عالی دیده شوند.

رنگ

اساس تصاویر رنگی را ترکیب نورهای قرمز، سبز و آبی تشکیل می‌دهد. هر تصویری که وارد عدسی می‌شود، به این سه رنگ اصلی شکسته می‌شود، سپس در داخل دوربین به تیوبهای تصویری مربوط به رنگ خود که از نقاط حساس به نور پوشیده شده است، وارد می‌شود. یک تفنگ الکترونیکی در پشت هر یک از تیوبها پوشش را اسکن می‌کند و جریانی از الکترون‌ها پدید می‌آید که در نهایت به پیام الکترونیکی تبدیل می‌شود. این سه پیام (یکی از هر تیوب) مجدداً با هم ترکیب

1- High Difinition T.V.

می‌شوند و تصویر را ایجاد می‌کنند.

دوربینهای «CCD»[1] به هیچ وجه به تیوب نیاز ندارند و در عوض برای تبدیل نورهای قرمز، سبز و آبی به سیگنالهای الکترونیکی از «تراشه»[2] استفاده می‌کنند.

پیام‌نما[3]

هیچ یک از سیستم‌های پیشرفتهٔ تلویزیونی برای انتقال علایم تصویری به همهٔ خط‌ها نیاز ندارند. از اواسط دههٔ ۱۹۷۰ از برخی خطوط «خالی» برای پخش پیام‌نما استفاده شده است. این روش امکان می‌دهد تا بتوان «اطلاعات» مکتوب و یا گرافیکی را هم روی صفحه تلویزیون نمایش داد. در حال حاضر این صفحات، به شکل مجلاتی حاوی اخبار، اطلاعات ورزشی، هواشناسی، اقتصادی، سیروسفر، سرگرمی و امثال اینها به هم ارتباط داده می‌شوند. دسترسی به هر صفحه از طریق یک صفحه کلید کنترل از راه دور که تقریباً به اندازهٔ یک ماشین‌حساب الکترونیکی است، امکان‌پذیر است.

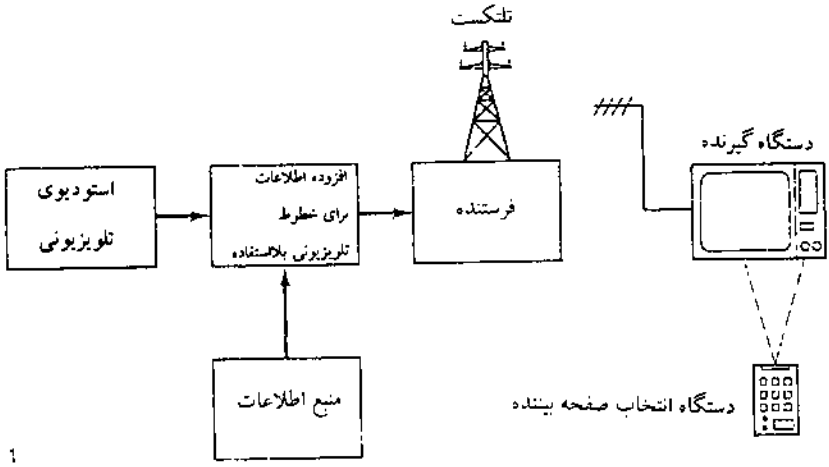
ماهواره و کابل

در شرایط جوی عادی، سیگنالهای مربوط به تصاویر تلویزیونی توسط امواج مایکروویو در خط مستقیم با برد کوتاه مخابره می‌شوند. با فرستادن امواج به فضا و دریافت آنها توسط ماهواره‌های ارتباطی و سپس برگرداندن مجدد آنها به ایستگاههای تلویزیونی زمینی، امکان مخابرهٔ سیگنالها به دوردست فراهم می‌شود. سیستم به حدی پیشرفت کرده است که می‌توان سیگنالها را به خانه‌هایی که آنتن‌های کوچک ماهواره دارند مخابره کرد. این تحول را «DBS»[4] (پخش مستقیم ماهواره‌ای) می‌نامند.

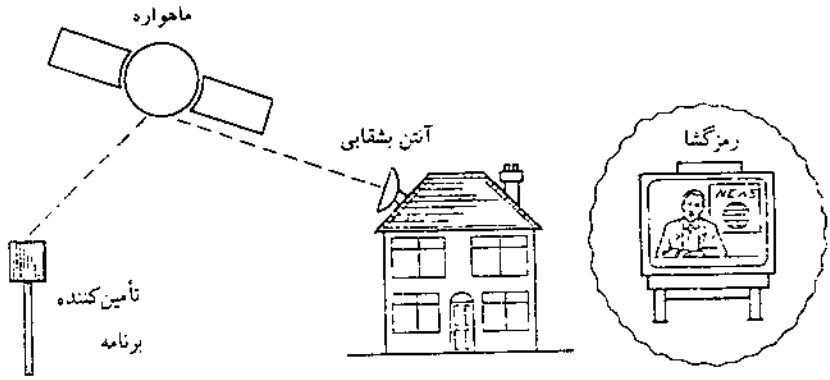
از دههٔ ۱۹۴۰ تلویزیون کابلی در دسترس قرار گرفت که می‌تواند سیگنالها را به مناطقی که از نظر جغرافیایی دسترسی به آنها مشکل است و یا فاصلهٔ زیادی با فرستنده‌ها دارند، برساند. مشترکین جدید می‌توانند از خدمات گسترده و متنوع استفاده کنند.

---

1. Charged Coupled Device
2. Chip
3. Teletext
4. Direct Broadcasting by Satellite



1



2

تحولات پخش

از دهۀ ۱۹۷۰، پیام نما مفهوم جدیدی در زمینۀ پخش اطلاعات ارائه کرده است. اطلاعات که به‌عنوان بخشی از سیگنالهای تلویزیونی منتقل می‌شوند به شکل صفحه‌های حاوی اطلاعات روی صفحۀ تلویزیون ظاهر می‌شوند.

از پیام‌نما (۱) برای مخابرۀ داده‌ها و زیرنویس‌ها هم استفاده می‌شود و پیشرفته‌ترین این سیستم‌ها می‌توانند متن‌هایی را به چند زبان و هم چنین عکس‌هایی با کیفیت بالا مخابره کنند. DBS (۲) که با آنتن‌های بشقابی کوچک خود یک انقلاب تلویزیونی را نوید می‌دهد، طیف وسیعی از خبرها و برنامه‌های سرگرم کننده را برای تماشاگران فراهم می‌آورد، همچنین برای گزارشگران تلویزیون مشاغلی ایجاد می‌کند.

خبریابی فرآیندی سازمان یافته و نظام‌مند است.

برنامه‌ریزی خبری برای آینده

عامه مردم چنین تصور می‌کنند که «اخبار»، از وقایع غیرمنتظره و مهیج در گوشه و کنار دنیا تشکیل شده است. ولی قضیه به این شکل نیست که گزارشگران تلویزیون همراه گروه تصویربرداری خود در جستجوی خبر در خیابان‌ها پرسه بزنند. زیرا این روش وقت‌گیر و کاملاً بی‌نتیجه است. خبریابی باید روندی سازمان‌یافته و اصولی داشته باشد.

با توجه به این موضوع، سرویس‌های خبری حرفه‌ای، تیم‌هایی را مأمور می‌کنند تا در مورد سوژه‌ها به بحث و گزینش بپردازند. این تیم‌ها، لیستی از وقایع در شرف وقوع داخلی و خارجی را تهیه و سپس تعدادی از آنها را برای تهیهٔ گزارش احتمالی گلچین می‌کنند.

وظیفهٔ اصلی «سرویس برنامه‌ریزی»[1] که هسته اصلی بخش دریافت یا ورودی را تشکیل می‌دهد) این است که تاریخ مربوط به جلسات پارلمان، سالگردها، جلسات دادگاه، انتشار اسناد رسمی و طیف وسیعی از دیگر وقایعی را که ممکن است از نظر تلویزیون توجه به آنها ارزشمند باشد، یادداشت کند. برنامه‌ریزان، هر روزنامه یا مجله‌ای را که به دستشان بیفتد، مطالعه می‌کنند (نشریه هر چه ناشناخته‌تر باشد بهتر است)، برنامه‌های تلویزیون‌های دیگر را تماشا می‌کنند و به رادیو، شایعات و گپ‌های خودمانی گوش می‌دهند و با هر کس که بتوانند از قبل در خصوص یک گزارش خبری اطلاعاتی در اختیار آنها بگذارد، ارتباط برقرار می‌کنند. هدف از تمام این تلاشها فراهم‌آوردن حداکثر موضوعات قابل مطرح شدن است تا از میان آنها، موارد مناسب انتخاب شوند.

این جریان دوطرفه است. گاهی برای شرکت در محل رویداد دعوتنامه فرستاده می‌شود و امکانات هم در اختیار قرار می‌گیرد. در بعضی موارد هم، ممکن است برای گزارشگران و گروه تصویربرداری جهت حضور در مراسم خصوصی و یا دولتی اجازه‌نامه درخواست شود. در این صورت، مسایلی چون تهیهٔ کارت ورود برای برداشتن موانع امنیتی و یا تهیهٔ مدارک لازم دیگر، مطرح است. بعضی از وقایع واقعاً بزرگ از سالها قبل برنامه‌ریزی می‌شوند و سازمانهای خبری وقت و تلاش زیادی را صرف

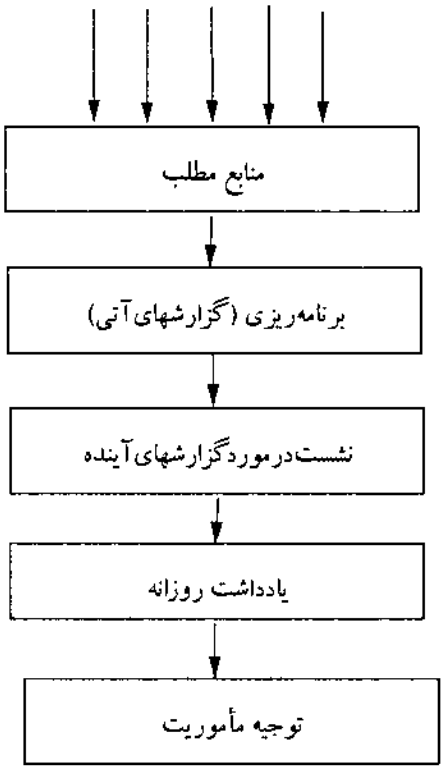
1. Planning or Futures Desk

می‌کنند تا حضور آنها و نیز دسترسی به تسهیلات ارتباطاتی و سایر امکانات تضمین شود.

اخبار خارجی

پوشش اخبار خارجی، توجه خاصی را طلب می‌کند، بویژه زمانی که گزارشگران از وطن خود به یک کشور خارجی اعزام می‌شوند، ممکن است اجازه نداشته باشند که بدون درخواست ویزا آن هم چند هفته قبل از اعزام، وارد کشوری شوند. ضمن اینکه احتمالاً باید برای بردن گروه تصویربرداری هم اجازه اخذ شود،صورت اجناس گمرکی تهیه شود و اعتبارنامه‌های رسمی تقاضا شوند که ترتیب دادن تمام اینها ممکن است وقت زیادی بگیرد.

متأسفانه فقط معدودی از کشورها به ژورنالیست‌های خودی برای تهیهٔ گزارش آزادی کامل می‌دهند، خارجی‌ها که جای خود دارند. برای برنامه‌ریزان، اتلاف ماهها وقت و چانه‌زدن بی‌فایده با صاحبان قدرت برای گرفتن اجازهٔ یک بازدید، امر ناشناخته‌ای نیست. در بسیاری از موارد، آنچه در یک کشور روی می‌دهد، چندان مورد علاقهٔ دنیای بیرون نیست، ولی تنها از این نظر که جامعه‌ای بسته یا پنهانکار به دلایلی حاضر شده است تا دروازه‌های خود را مختصری بگشاید، مورد توجه قرار می‌گیرد.



مسیری که به خبر ختم می‌شود.

ایده‌های خبری تا رسیدن به مرحلهٔ انتخاب، مسیر ثابتی را طی می‌کنند. حتی آن دسته از برنامه‌ها و سازمانها که منابع محدودی دارند، سعی می‌کنند تا افرادی را برای وظایف مهم برنامه‌ریزی اختصاص دهند. هر رابطه‌ای بین ایستگاه‌های تلویزیونی و یا رادیویی وابسته، محلی و منطقه‌ای منابع خبری را افزایش می‌دهد و بر کارایی خبریابی می‌افزاید. هرجا که تلویزیون و رادیو در مجاورت هم و در یک محیط واقعاً «دورسانه‌ای»[1] فعالیت کنند، ممکن است گیگاه لازم شود تا گزارشگران در هر یک از این دو رسانه کار کنند.

1. Bi - Media

مأموریت‌های محوله ممکن است پیش‌پاافتاده، اما ضروری باشند.

برنامه‌ریزی برای مأموریت

بخش دوم وظیفهٔ برنامه‌ریزان این است که فهرستی از مطالب خبری احتمالی را به شکلی مناسب گردآورند تا در سطوح بالاتر سردبیری به بحث گذاشته شود. این نشست‌ها اغلب به‌صورت هفتگی و یا ماهانه برگزار می‌شوند تا به سردبیران برنامه فرصت کافی برای ارزیابی تمام موارد پیشنهادی داده شود. پاره‌ای از موضوعات بلافاصله دور ریخته می‌شوند و بقیه پیش از اتخاذ تصمیم به منظور بررسی بیشتر، برگشت داده می‌شوند. برای آن دسته که انتخاب می‌شوند ممکن است مشکلات تدارکاتی به‌طور مختصر بررسی شوند، لزوم فراهم‌کردن مقدمات ویژهٔ سفر، رزرو ماهواره و همکاری با سازمانها یا بخشهای دیگر، از آن جمله‌اند.

شما به‌عنوان یک گزارشگر، احتمالاً درگیر مراحل اولیه نخواهید شد. حدود دخالت شما بستگی به نوع عملکرد سازمان دارد، بدین معنی که آیا برنامه‌ریزی اخبار و پردازش آن، دو مقولهٔ جدا از هم و یا یکپارچه فرض می‌شوند و اینکه شما چه ایده‌هایی را به سیستم ارائه کرده‌اید.

یادداشت روزانه

زمانی که ابعاد فهرست اولیه به اندازه‌ای که قابل اجرا و واقعی باشد، کوچک شد، تبدیل به نوعی اعلام وظایف می‌شود که در آغاز هر روز با نام «برنامه روزانه» و یا «چشم‌اندازها»[1] منتشر می‌شود. از این لحظه، سازمان‌دهی مشروح هر گزارش آغاز می‌شود که ممکن است در نگاه اول وظیفهٔ ساده‌ای به‌نظر برسد ولی در حقیقت تجربه‌ای کند و پرزحمت و مأیوس‌کننده است. یک روز معمول برنامه‌ریز را می‌توان اینگونه تصور کرد:

- مجموعه‌ای از نشریات دولتی را که مدتها در انتظار آنها بوده‌اید به موقع تنظیم کنید تا با مطالعه و خلاصه‌کردن آنها، موضوعات مناسبی برای اخبار اصلی تهیه کنید.
- اطمینان حاصل کنید که شما و گروه تصویربرداری که هر کدام از محل انجام‌دادن فعالیتهای دیگری

1. Prospect

به محل احضار شده‌اید، هر دو در یک مدخل از ساختمان که مصاحبه‌شوندهٔ مهم در آنجا است، حضور می‌یابید که این خود می‌تواند دقیقاً ده‌دقیقه در وقت شما صرفه‌جویی کند.

● مقامی را پیدا کنید که توان بازکردن دروازه‌های امنیتی را به روی گروه تصویربرداری داشته باشد تا گروه با طی مسافتی کوتاه، تجهیزات خود را در محل لازم مستقر کند.

این طور به نظر می‌رسد که باید کارهای خسته‌کننده‌ای که از حیطهٔ عمل ژورنالیسم بسیار فاصله دارند، به عملیات اضافه کنید در غیر این صورت، ممکن است به مستندات توجه کافی نشود و یا زاویه مهمی از نظر دور بماند. زمانی که شما و گروه تصویربردار در مدخل‌های مختلف ساختمان سرگردان هستید، مصاحبه‌شونده بدون دید شما محل را ترک می‌کند و سر قرار بعدی خود می‌رود، یا ممکن است گروه مجبور باشد تجهیزات خود را حدود نیم‌مایل از محل پارکینگ عمومی اتومبیل حمل کند.

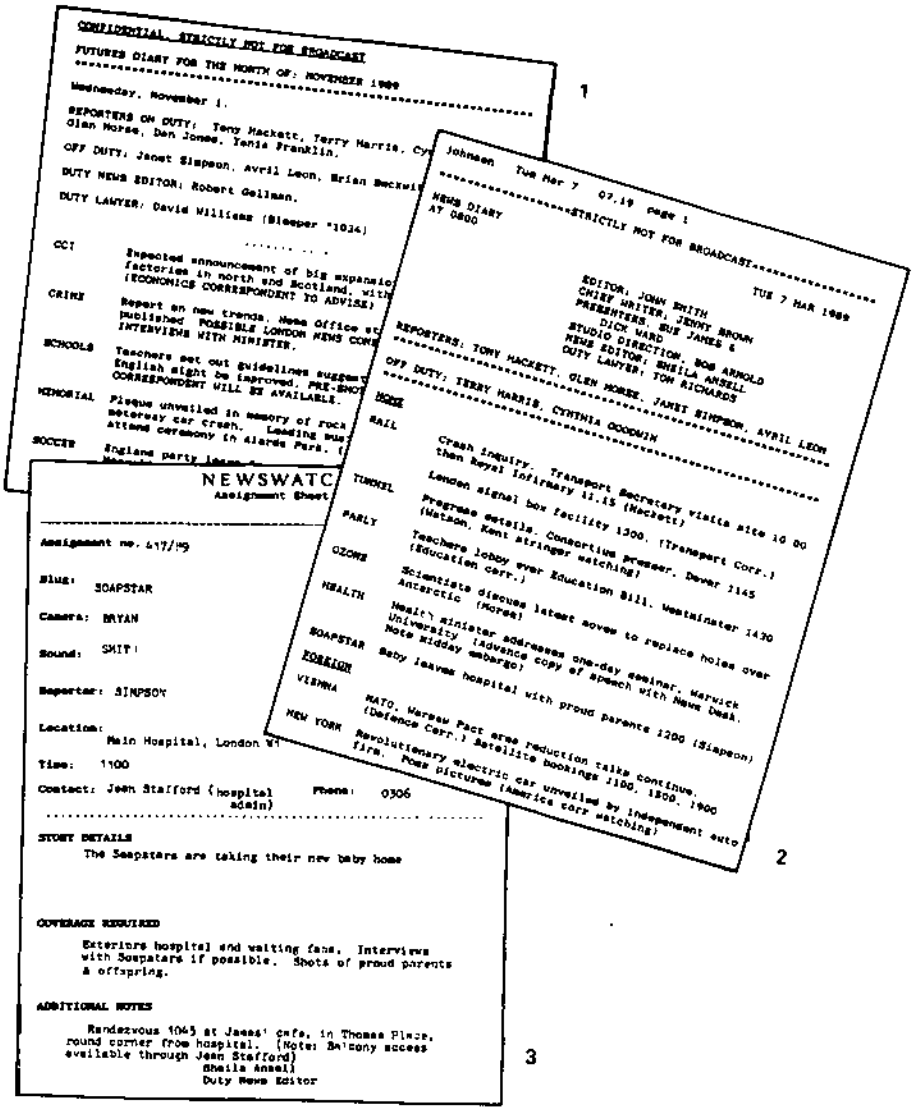
«سرویس مأموریت»[1]

از اینجا به بعد، مسئولیتها از برنامه‌ریزان بر عهدهٔ «مأموریت‌دهندگان»[2] قرار می‌گیرد که ممکن در مواردی همان برنامه‌ریزان باشند و در مواردی نباشند. به گزارشگرانی که در موضوع خاصی مهارت دارند، گزارشهایی واگذار می‌شود که بتوانند حداکثر بهره‌برداری را از تخصص خود به عمل آورند. توجیه وظایف ممکن است طیف وسیعی داشته باشند، از ذکر عنوان موضوع، محل و نام فردی که باید با وی تماس گرفت، تا شرح مفصل در خصوص نحوه رفتار با مصاحبه‌شوندگان و سؤالاتی که باید از آنها پرسیده شود.

(برنامه‌ریزان) سرویس برنامه‌ریزی (خبرهایی) ← سردبیری ← سازمان‌دهی
فهرست اولیه — برنامه‌ریزان / مأموریت‌دهندگان
برنامه‌ریزان ← مأموریت دهندگان ← گزارشگران
(توجیه وظایف)
برای شرح مأموریت

1. Assignment Desk

2. Assigners



CONFIDENTIAL. STRICTLY NOT FOR BROADCAST

FUTURES DIARY FOR THE MONTH OF: NOVEMBER 1989

Wednesday, November 1.

REPORTERS ON DUTY: Tony Hackett, Terry Harris, Cy
Glen Horse, Dan Jones, Tania Franklin.

OFF DUTY: Janet Simpson, Avril Leon, Brian Beckwi

DUTY NEWS EDITOR: Robert Gellman.

DUTY LAWYER: David Williams (Bleeper "1034)

CCI — Expected announcement of big expansio factories in north and Scotland, with (ECONOMICS CORRESPONDENT TO ADVISE)

CRIME — Report on new trends. Home Office st published. POSSIBLE LONDON NEWS CONF INTERVIEWS WITH MINISTER.

SCHOOLS — Teachers set out guidelines suggest English might be improved. PRE-BRIE CORRESPONDENT WILL BE AVAILABLE.

MEMORIAL — Plaque unveiled in memory of rock motorway car crash. Leading mus attend ceremony in Alards Park. (

SOCCER — England party leaves

1

Johnson Tue Mar 7 07.19 page 1

STRICTLY NOT FOR BROADCAST

NEWS DIARY
AT 0800

TUE 7 MAR 1989

EDITOR: JOHN SMITH
CHIEF WRITER, JENNY BROWN
PRESENTERS, DICK WARD, SUE JAMES &
STUDIO DIRECTION, BOB ARNOLD
NEWS DIRECTION, SHEILA ANSELL
DUTY LAWYER: TOM RICHARDS

REPORTERS: TONY HACKETT, GLEN HORSE, JANET SIMPSON, AVRIL LEON

OFF DUTY: TERRY HARRIS, CYNTHIA GOODWIN

HOME

RAIL — Crash inquiry. Transport Secretary visits site 10 00 then Royal Infirmary 11.15 (Hackett)

TUNNEL — London signal box facility 1300. (Transport Corr.)

PARLY — Progress details. Consortium presser. Dover 1145 (Watson, Kent stringer watching)

GZOWS — Teachers lobby over Education Bill. Westminster 1430 (Education corr.)

HEALTH — Scientists discuss latest moves to replace holes over Antarctic (Horse)

SOAPSTAR — Health minister addresses one-day seminar. Warwick University (advance copy of speech with News Desk. Note midday embargo)

FOREIGN — Baby leaves hospital with proud parents 1200 (Simpson)

VIENNA — NATO, Warsaw Pact arms reduction talks continue. (Defence Corr.) Satellite bookings 1100, 1200, 1900

NEW YORK — Revolutionary electric car unveiled by independent auto firm. Film pictures (America corr watching)

2

NEWSWATC
Assignment Sheet

Assignment no. 417/89

Slug: SOAPSTAR

Camera: BRYAN

Sound: SMIT

Reporter: SIMPSON

Location: Main Hospital, London W1

Time: 1100

Contact: Jean Stafford (hospital admin) Phone: 0306

STORY DETAILS

The Soapstars are taking their new baby home

COVERAGE REQUIRED

Exteriors hospital and waiting fans. Interviews with Soapstars if possible. Shots of proud parents & offspring.

ADDITIONAL NOTES

Rendezvous 1045 at Jaeas' cafe, in Thomas Place, round corner from hospital. (Note: Balcony access available through Jean Stafford)

Sheila Ansell
Duty News Editor

3

برنامه‌ریزی برای یک گزارش خبری

همهٔ خبرها در مورد وقایع «غیرمنتظره» نیستند. برنامه‌ریزی مشروح در مورد وقایع شناخته‌شده از مدتها قبل صورت می‌گیرد. چکیدهٔ اطلاعات مربوطه به گزارشهای آتی در یادداشت روزانه منظور می‌شود. «برگهٔ شرح مأموریت»[1] توضیحات اساسی را برای گزارشگر و گروه تصویربرداری در بر دارد.

1. Assignment Sheet

ممکن است طرف‌های صحبت «محلی» شما مقامات آینده کشور باشند.

منابع

سازمانهایی که در زمینهٔ اخبار تلویزیون فعالیت می‌کنند از اطلاعات ناخواسته که توسط مردم و یا به وسیله نامه به دست آنها می‌رسد، انباشته می‌شوند. این اطلاعات، در مواردی شالودهٔ تهیهٔ برنامه‌ها را تشکیل می‌دهند، ولی در بقیه موارد بدون توسل به یک پشتوانهٔ حرفه‌ای محکم بندرت می‌توان برنامه‌ای تهیه کرد.

خبرگزاری‌ها

عمدهٔ موضوعات خام که پایه‌واساس برنامه‌های خبری را تشکیل می‌دهند، از طریق خبرگزاری‌های ملی و بین‌المللی به‌دست می‌آیند. رویتر، آسوشیتدپرس، یونایتدپرس‌اینترناشنال، آژانس فرانس پرس و امثال اینها گزارشهای باارزشی را برای مشترکین ارائه می‌دهند که بر روی تلکس خبری و یا (به‌طور روزافزون) بر روی صفحات ویدئویی اتاقهای خبر تمام دنیا ظاهر می‌شوند. کارکنان خبرگزاری و خبرنگاران آزاد معمولاً اولین کسانی هستند که اخبار را منتشر می‌کنند و زمینه را برای دیگران فراهم می‌کنند تا در صورت تمایل خبرها را پیگیری نمایند.

هر سرویس خبری، معمولاً برای مسائل داخلی دارای منابع قابل‌اعتمادی است که توسط آنها می‌تواند آگاهی خود را بالا ببرد و دفتر یادداشت روزانه‌اش را تکمیل کند. هر گزارشگر و بویژه گزارشگران متخصص دارای یک کتابچهٔ راهنما هستند که اسامی طرف‌هایی که باید با آنها صحبت کنند در آن نوشته شده است.

برقراری تماس

«افراد» خبرسازند، بنابراین نام، نشانی و شماره تلفن هر کسی که به لحاظ حرفه‌ای می‌تواند حداقل کمک را به شما بکند نباید هرگز از قلم انداخته شود. نام کسانی که ممکن است به نحوی با آنها سروکار داشته باشید مثل کسی که قبلاً با او مصاحبه کرده‌اید و یا کسی که قرار است با او مصاحبه کنید و یا فردی که حقیقتی را افشا و یا سوابق و نظراتی را بیان کند، همچنین نام مقامات مؤسساتی که

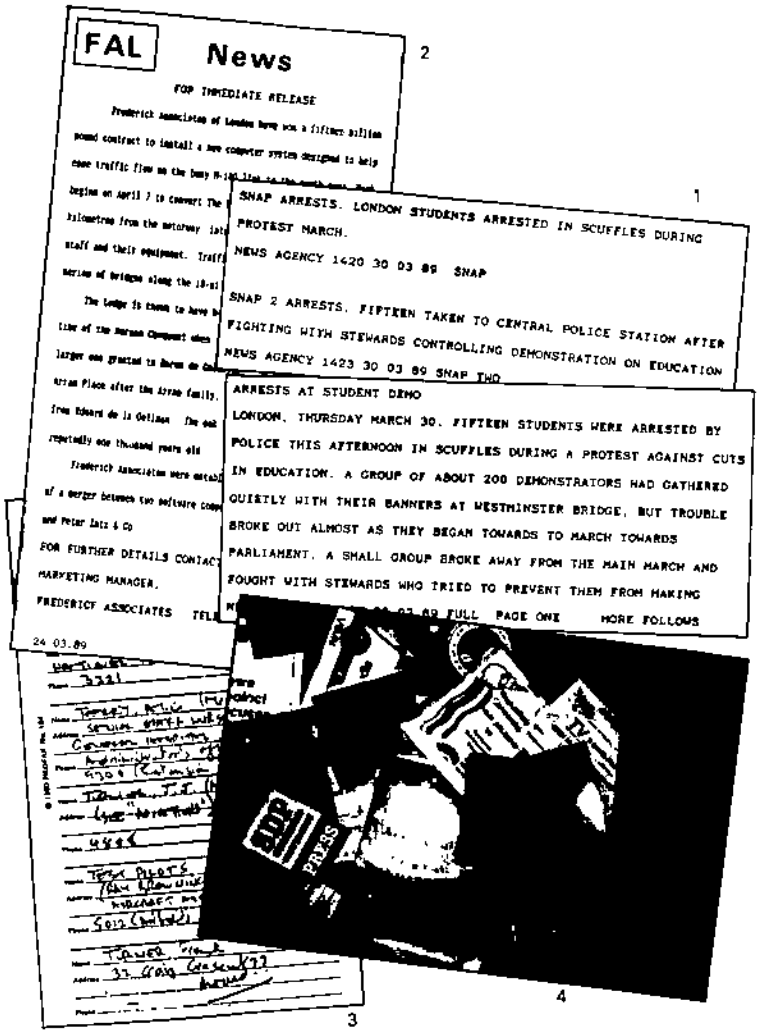
دعوتنامه و اعلامیه‌های تبلیغاتی صادر می‌کنند و نیز نام سیاستمداران محلی و اشخاص مشهور را یادداشت کنید. مقامات دون پایه به مقامات بلندمرتبه تبدیل می‌شوند و سیاستمداران محلی به شخصیت‌های ملی بدل می‌گردند. از کارشناسانی که ممکن است در حلقهٔ دوستان و یا مؤسسه‌ای که در آن شاغلید وجود داشته باشند، نیز غافل نشوید. کارت‌های ویزیت و برگه‌های دارای مشخصات را که حاوی نامها و نشانی‌های مفیدی هستند، نگهداری کنید.

ستون مربوط به نامه‌های رسیده نیز منبع اطلاعاتی مفیدی است. درصد قابل‌توجهی از نامه‌ها از سوی کسانی است که به معرفی انواع سازمانها می‌پردازند و در کمال تعجب افراد مشهور زیادی که مایل نیستند شماره تلفن خود را آشکارا در فهرست مربوطه ثبت کنند، به هنگام مکاتبه با روزنامه‌ها، نشانی خود را درج می‌کنند. پرونده‌ای از نشانی‌های تمام کسانی که ممکن است به نحوی مفید واقع شوند، نگهداری کنید.

اگر بخواهید با دست مایهٔ محدود و کم شروع کنید، زمان زیادی طول می‌کشد پس بهتر است با بقیه شریک شوید. برای شروع بهتر است با یکی از همکاران خود که شرایط مشابهی دارد به ردوبدل‌کردن اسامی و نام‌ها بپردازید. اگر هر یک از شما ذهن خود را روی یک موضوع متمرکز کند، میزان پیشرفت دوبرابر خواهد بود.

نگهداری فهرست

در نهایت، زمانی که فهرست خود را تکمیل کردید، با دقت از آن نگهداری کنید. گزارشگران باتجربه در خصوص کتابچه‌های تماس خود، حساسیت خاصی دارند. به هنگام رفتن به تعطیلات، سپردن آن به بانک، خالی از فایده نیست.



منابع

خبرگزاریها اغلب اولین نشانه‌های یک خبر داغ را ارائه می‌کنند(۱)، هرچند که بسیاری از وقایع، از قبل برنامه‌ریزی می‌شوند. گاهی بیانیه‌های دولتی حاوی اطلاعاتی است (۲) که ارزش پیگیری را دارد. گزارشگران خوب، یک فهرست شخصی از افرادی که می‌توانند با آنها تماس بگیرند، تهیه می‌کنند و با حساسیت از آنها نگهداری می‌کنند (۳). برنامه‌ریزی مفصل برای وقایعی که اهمیت ملی یا بین‌المللی دارند و حاضرشدن در محل آنها وقت و تلاش زیادی می‌طلبد و نیاز به مجوزهای معتبر دارد(۴).

بهره‌برداری از طرف‌های تماس

شایعات و حرفهای خودمانی به هیچ‌وجه نمی‌توانند جای حقیقت را بگیرند. بنابراین شایسته نیست که هر چه را به شما می‌گویند، باور کنید. شک‌گرایی تا حدی که به وسواس منجر نشود و چشمان شما را به روی واقعیاتی که خودتان می‌بینید و می‌شنوید نبندد، بی‌ضرر است.

کنترل مجدد

افرادی که خواستار ملاقات با شما هستند ممکن است واقعاً بخواهند به شما کمک کنند و یا در صدد تأمین منافع خودشان باشند. این امر شدنی است. اگر در این مورد، شک دارید از منابع دیگر پرس‌وجو کنید. به کسانی که از آنها اطلاعات کسب می‌کنید وفادار باشید و چنانچه مایل نباشند، نام آنها را فاش نکنید. بعضی از گزارشگران به زندان تن در داده‌اند ولی حاضر به افشای نام منابع اطلاعاتی خود نشده‌اند. به هر حال مراقب باشید قولی ندهید که نتوانید به آن عمل کنید. در مواردی، روند کسب اطلاعات به خودی خود نقض قانون به شمار می‌رود.

جلسات توجیهی و «لابی‌ها*»[1]

گزارشگرانی که با موضوعات تخصصی سروکار دارند، معمولاً از امتیازاتی برخوردارند که گزارشگران عمومی از آنها محرومند. نسخهٔ گزارشهای رسمی، سخنرانی‌ها و سایر اسناد همگی از قبل و به منظور کمک به تهیهٔ دقیق و کامل گزارشها در دسترس آنها قرار می‌گیرد. برگه‌های عبور و کارت هویت برای گزارشگرانی که اعتبارنامهٔ رسمی دارند، صادر می‌شود.

مثلاً برای اعضای هیئت مطبوعاتی کاخ سفید این امکان وجود دارد که فعالیتهای ریاست جمهوری را گزارش کنند. دستیاران به طور منظم به تشریح دیدگاههای دولت و یا رییس جمهوری در خصوص

---

*. به گفتگوهای خودمانی و غیررسمی اطلاق می‌شود که معمولاً در «لابی» یا در راهروهای ساختمان بین خود سیاستمداران، یا بین خبرنگاران و سیاستمداران انجام می‌شود.

1. Lobbies

اوضاع جهان و یا دیگر مسایل می‌پردازند. رییس جمهوری هر جا که سفر کند، هیئت مذکور نیز وی را همراهی می‌کند. سیستم لابی در بریتانیا، به ژورنالیست‌های سیاسی امکان می‌دهد تا با سیاستمداران و مقامات بلندپایه به طور منظم و به شرط عدم ذکر منبع ملاقات کنند و بدین ترتیب امکان آگاهی از برنامه‌های جدید دولت فراهم می‌شود.

استفاده‌ها و سوء استفاده‌ها

اگرچه این سیستمها در جای خود مورد استفاده قرار می‌گیرند، اما زمینه را برای سوء استفاده نیز فراهم می‌کنند. لابی‌ها به مقامات دولتی و وزرا امکان می‌دهند تا از مطبوعات برای مطرح‌کردن عقاید و نظراتی که منطبق با سیاست رسمی کشور نباشد استفاده کنند. بحث بر سر مسائلی که در این لابی‌ها باید و یا نباید گفته شود، اعتبار کل قضیه را زیر سؤال برده است.

از طرفی، گاهی خبرنگارانی که از شرکتشان در جلسات جلوگیری می‌شود و یا خودشان از حضور در آنها امتناع می‌ورزند، احساس می‌کنند که در موضع ضعف قرار دارند. امکان پوشش وقایع بدون کمک مقامات رسمی محال است. اگر پروازی که رییس‌جمهور را به مقصد بعدی می‌رساند از دست بدهید، نمی‌توانید گزارش سفر وی را تهیه کنید. برای رسیدن به یک منطقهٔ جنگی دوردست نمی‌توانید بلیت بخرید، بنابراین باید به ارتش متوسل شوید تا شما را به آنجا برساند و امکانات ارتباطی را در اختیار شما قرار دهد.

مشکل این است که بعضی مواقع شما در وضعیتی قرار می‌گیرید که میزبانانتان به شما تحمیل می‌کنند. مواردی هم پیش می‌آید که شما فکر می‌کنید دارید بهای سنگینی را می‌پردازید.

۱۳۱۵۶ ۱۵ ۸۰/۱۰/۳۰

On The Record (قابل انتشار) به این معناست که آنچه به شما گفته می‌شود به منظور پخش یا نشر است.

● مشکلی وجود ندارد، مطابق قانون است.

Off The Record (غیر قابل انتشار) به این معناست که آنچه به شما گفته می‌شود برای پخش یا نشر نیست.

● عمدتاً دردسر ایجاد می‌کند. اول تحقیق کنید که چه مقدار از اطلاعات را می‌توانید به کار ببرید. از قبل و بدون سنجیدن دقیق، با شرایط مقرر، موافقت نکنید.

Not For Attribution (با عدم ذکر نام منبع) به این معنی است که با پنهان نگه‌داشتن نام منبع اطلاعات، می‌توانید هرآنچه را که به شما می‌گویند، پخش یا منتشر کنید.

● به احتمال بسیار زیاد، دردسر ایجاد می‌کند. گاهی بخشی از مدیریت اخبار است. بااحتیاط عمل کنید.

Lobby Briefings (اطلاعات اولیه‌ای که از طریق لابی به دست می‌آید) معمولاً ویژه گروه‌های ژورنالیستی متخصص است. که از طریق دولت و یا سایر منابع رسمی دعوت می‌شوند. انتشار اطلاعات تنها با حفظ نام منبع مجاز است.

● ممکن است دردسر ایجاد کند. اگر به لابی می‌پیوندید، انتظار می‌رود که مقررات آن را هم رعایت کنید.

Accreditation (اعتبارنامه) به اندکی از ژورنالیست‌ها امکان دستیابی به وقایع یا شرکت در جاهایی را می‌دهد که در آنجا اطلاعات رسمی ارائه می‌شود.

● مثل مورد قبل. در مواردی، داشتن اعتبارنامه تنها راه دستیابی به یک گزارش است.

Embargoes (اخباری که باید آنها را تا زمان معینی نگه داشت) به ژورنالیست‌ها امکان می‌دهد تا از قبل به نسخه‌های مربوط به اسناد، گزارشها، بیانیه‌ها و یا اطلاعات دیگری دست یابند با این تضمین که تا زمان معینی پخش نشوند.

● مفید است ولی گاهی اوقات باعث بروز مناقشه می‌شود. با هر کدام از این خبرها مطابق ارزش آن برخورد کنید و در مورد احتمال دستکاری اخبار هوشیار باشید. همواره نسخه‌های قبلی هر نطق را با آنچه ایراد می‌شود، مقایسه کنید. تضمینی نیست که سخنران دقیقاً همان متن از قبل آماده شده را قرائت کند.

News Blackouts (حذف خبری) اگر بنا به‌نظر مقامات، پخش یا انتشار اخباری سبب به خطر افتادن جان افراد شود، باید آنها را حذف کنید.

● معمولاً فقط تحت شرایط خاصی که در سطوح بالا تعیین می‌شود، قابل قبول است. هرگز خودتان را متعهد نکنید. همیشه چنین تقاضاهایی را به همکاران ارشد خود ارجاع دهید.

Request For Anonymity (تقاضا برای ناشناس‌ماندن) معمولاً از سوی کسانی مطرح می‌شود که معتقدند پخش یا انتشار اخبار برایشان مضر است.

● با احتیاط برخورد کنید. در مواردی باید با استفاده از آن موافقت کرد: هیچ قولی ندهید و موضوع را به همکاران ارشد خود ارجاع دهید.

برای مشاهده فعالیت‌های کاری دیگران، وقت را غنیمت شمرید.

هفت روز خودآموزی(۱)

الگوی پیشنهادی زیر تلاش می‌کند تا پایه و اساسی برای شناخت موقعیت یک گزارشگر در سازمان خبری فراهم کند. از آنجا که ایستگاه‌های تلویزیونی به لحاظ ساختاری با هم تفاوت دارند، راهنمایی ما فقط جنبهٔ کلی دارد، پس برنامه را با شرایط خود منطبق کنید.

سعی کنید تا در طی دورهٔ فشردهٔ یک هفته‌ای تمام مراحل را تکمیل کنید. در صورتی که این امر امکان ندارد، در روزهای بیکاری خود به این کار بپردازید. فرض برنامه این است که دیگران اجازه می‌دهند شما بر کارشان نظارت کنید. اگر از شما دعوت شود که به صورت عملی همکاری کنید، چه بهتر. با این حال فراموش نکنید که هدف اصلی شما آموختن از دیگران است.

روز اول: برنامه‌ریزی و مأموریت

در کنار کسانی که مسئول ارزیابی دقیق ایده‌های پیشنهادی جهت تهیهٔ گزارش هستند، بنشینید. کمک به پاسخگویی به تلفن‌ها و یا بازکردن نامه‌ها باعث می‌شود تا از طیف اطلاعاتی که باید بررسی شوند، سرنخی به دست آورید. خودتان قضاوت کنید که چه چیز به لحاظ خبری ارزشمند است و بعد تصمیمات خود را با کارکنان اصلی مقایسه کنید. در جلسات برنامه‌ریزان که دربارهٔ جزئیات مربوط به مأموریتهای داخلی و خارجی بحث می‌کنند، شرکت کنید. دقت کنید که چگونه گزارشها به ترتیب اهمیت مرتب می‌شوند و گزارشگران پیش از اعزام به محل گزارش تا چه حد توجیه می‌شوند. به مکالمات گزارشگران حاضر در میدان و سردبیران مستقر در ایستگاه گوش دهید. دقت، کیفیت و حجم اطلاعاتی را که در هر نوبت ارائه می‌شود، ارزیابی کنید. در صورت لزوم تصمیم بگیرید که وقتی نوبت خود شما رسید، آنها را بهبود بخشید.

روز دوم: در راه انجام مأموریت[1]

یک گزارشگر و گروه تصویربرداری را که مأموریت می‌روند همراهی کنید. اولویت با مواردی است که نیاز به تفکر و برنامه‌ریزی دقیق دارند. زیرا اخبار صرف، نکته‌سنجی کمی می‌طلبند. بمانید و تا آخر قضایا را دنبال کنید و هر چقدر هم که کار کسالت‌آور شود، اهمیتی ندهید. از ترتیبی که گزارشگر بر اساس آن وظایف مختلف خود را انجام می‌دهد، یادداشت بردارید و دقت کنید که رفتار وی با مصاحبه‌شوندگان، افرادی که با آنها تماس می‌گیرد و یا دیگران چگونه است.

بویژه روابط حرفه‌ای و شخصی گزارشگر را با افراد گروه تصویربردار تحت نظر داشته باشید. رفتار وی، مقیاس بسیار خوبی است که می‌توانید در آینده بر اساس آن، رهیافت خود را ارزیابی کنید.

روز سوم: تدوین تصاویر

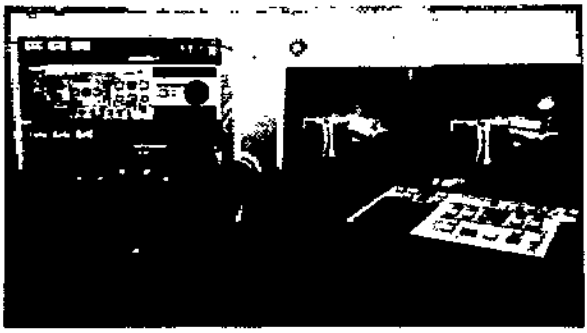
گزارش خود را تا اطاقک تدوین همراهی کنید و تدوینگر را در حین سرهم‌کردن گزارش تماشا کنید. در صورت امکان، با چند تدوینگر کار کنید؛ از عملکرد معمول آنها اطلاعاتی کسب کنید و سبک آنها را با هم مقایسه کنید. آیا سرعت یکی از آنها از بقیه بیشتر است؟ تمایل دارند چه تصاویری را دور بیاندازند؟ در تصمیم‌گیری آنها صدا بیشتر اهمیت دارد یا تصویر؟ آیا برده‌وار دستورات را اجرا می‌کنند یا از قوهٔ تخیل خود کمک می‌گیرند؟ احتمالاً در چه زمانی سردبیر اعمال‌نظر می‌کند؟

1. On The Road

روز اول:
سرویس برنامه‌ریزی و مأموریت

روز دوم:
در راه انجام مأموریت

روز سوم:
تدوین تصاویر



خودآموزی (۱)

اختصاص‌دادن وقت آزاد به تماشای وقایعی که در هر مرحله می‌گذرد، بینش ارزشمندی از روند کار تحریریه به شما می‌دهد و کمک می‌کند تا رهیافت شخصی خود را از روابط کاری پرورش دهید.

از همکاران خود راهنمایی بخواهید.

هفت روز خودآموزی (۲)

بخش دوم از برنامهٔ خودآموزی هفت روزه مربوط به تولید و جنبه‌های فنی است.

روز چهارم: گرافیک

فعالیتهای یک گرافیست را در طی یک روز کامل تحت نظر بگیرید. آیا تنها برای یک برنامه کار می‌کند یا مشتریان متعددی دارد که هر کدام شیوهٔ خاصی را می‌طلبند؟ حتماً از سیستم سر در بیاورید. آیا دستورات به صورت شفاهی داده می‌شوند و یا روند رسمی‌تری دارند؟ آیا ایده‌های گرافیک توسط گزارشگر و ژورنالیست‌های دیگر به هنرمند داده می‌شود تا از آنها پیروی می‌کند و یا قضیه برعکس است؟ زمان بگیرید که خلق هر اثر گرافیکی چقدر طول می‌کشد و در چه اوقاتی از روز فشار کار بیشتر است. تحقیق کنید که چه کسی مسئول نظارت بر صحت طراحی‌ها بویژه ارقام و هجی‌ها و انطباق آنها با ایده‌های اولیه و متن‌های نهایی خبر است. بویژه، به هنگام پخش، قضاوت کنید که آیا بین تصویر و تفسیر همراه آن سنخیتی وجود دارد یا خیر؟ در صورت عدم وجود سنخیت و یا ناکافی بودن آن، علت را جویا شوید.

روز پنجم، اتاق خبر

یک برنامه را انتخاب کنید و بر کار نویسندهٔ خبر یا تهیه‌کنندهٔ موضوع خبری نظارت کنید و هر مرحله از عملیات را تحت نظر بگیرید. دریابید که از چه منابعی استفاده می‌شود و بویژه کدام یک از منابع قابل اعتماد و کدام یک غیرقابل اعتماد در نظر گرفته می‌شوند. توجه کنید که چه مقدار از متن، از کلمات خود نویسنده خبر است و تا چه حد به‌طور مستقیم از خبرهای خبرگزاری‌ها استفاده شده است. به خصوص به رابطهٔ حرفه‌ای نویسندهٔ خبر با سردبیر برنامه، گزارشگر و تدوینگر تصویر که روی همان گزارش کار می‌کنند، توجه داشته باشید و ببینید که دیگران تا چه حد بر کار وی تأثیر می‌گذارند. زمانی که «ترتیب پخش / فهرست موضوعات خبر» تهیه می‌شود در محل حاضر باشید و سعی کنید دریابید که چرا برخی از موضوعات کوتاه و یا حذف می‌شوند. اگر ارزیابی بعد از پخش وجود دارد، برای شرکت در آن، در محل باقی بمانید.

روز ششم: استودیو و تولید

هنگامی که مقدمات لازم برای پخش برنامه آماده می‌شود، مدیر استودیو را تحت نظر بگیرید. در نشست‌های فنی و یا مربوط به متن شرکت کنید و به آنچه در مورد نقش ژورنالیست‌ها گفته می‌شود، گوش دهید. ناظر تمرین‌ها باشید، حتی اگر به نظر سرسری بیایند. میزان کارایی سردبیر را وقتی در شرایط فشار ناشی از پخش زندهٔ اخبار به سر می‌برد، ارزیابی کنید. مدتی را در استودیو بگذرانید. در اینجا می‌توانید قضاوت کنید که آیا پیامهای مدیر صحنه واضح هستند و آیا عملیات مربوط به «متن‌رسانی»[1] مؤثرند یا خیر.

روز هفتم: تمرین

زمانی که روز هفتم فرا می‌رسد، همکارانتان می‌توانند اظهارنظر کنند که آیا شما فردی کمال‌گرا هستید یا فقط یک مزاحم ساده. در هر حال آنها را راضی کنید که هنگام تعطیلی استودیو، به شما امکان تمرین خواندن بدهند. متنی که قبلاً پخش شده است برای این منظور کفایت می‌کند. در صورتی که دستگاه الکترونیکی متن‌رسان وجود داشته باشد، از آن استفاده کنید. آنگاه از آنها بخواهید صادقانه نظرشان را بگویند.

1. Script - Prompting

روز چهارم: گرافیک‌ها

روز پنجم: اتاق خبر

روز ششم: تولید

روز هفتم: تمرین

خودآموز (۲)

بخش دوم برنامهٔ خودآموزی به تولید و جنبه‌های فنی می‌پردازد. در پایان کار باید دقیقاً دریافته باشید که سازمان شما چگونه کار می‌کند و نقش شما در آن چیست؟

به یک موضوع تخصصی روی آورید.

بهره‌برداری بهینه از استعدادهای ذاتی

انتظار این است که گزارشگران تلویزیون افرادی هشیار، مشتاق، کنجکاو و با پشتکار باشند. اینها حداقل توانایی‌هایی است که باید حتی پیش از آنکه تلاش برای کسب مهارتهای نمایشی در تلویزیون را شروع کرده باشید، به آنها دست یابید. بدون آنها نمی‌توان کسب هیچ موفقیتی را تضمین کرد. از این رو اطمینان حاصل کنید که سردبیر برنامه و آنهایی که در رابطه با حرفهٔ ژورنالیسم با شما سروکار دارند و از همه مهمتر «مخاطبان» شما به این توانایی‌ها پی ببرند. قبل از تهیهٔ هر گزارش، موضوع را خوب بفهمید. از بریدهٔ جراید و یا هر وسیلهٔ سودمند دیگر نهایت استفاده را ببرید. فکر کنید. اطلاعات کافی داشته باشید: برای گزارشگر هیچ چیز بدتر از این نیست که مصاحبه‌شونده با استفاده از جهل وی، او را سکه یک پول کند. این یک توصیه بسیار بدیهی است ولی تکرار آن ضرر ندارد. از مطالعه مجلات و روزنامه‌ها غفلت نورزید. تلویزیون تماشا کنید، بخصوص برنامه‌هایی را که خود یا رقیب نزدیکتان در تهیهٔ آن دخیل بوده‌اید. به رادیو گوش دهید. در صورت امکان برخی فنون اساسی آن را یاد بگیرید. شاید به درد بخورند. سعی کنید در زمینهٔ خلاصه‌نویسی، ماشین‌نویسی و پردازش کلمات، سنگ تمام بگذارید، زیرا اینها ابزار حرفه شما هستند. اگر برای جایی که در آن کار می‌کنید مفید است، رانندگی را هم بیاموزید. زبان خارجی یاد بگیرید. خدا را چه دیدید شاید شما را به یک مأموریت پرزرق و برق فرستادند.

سبک کار و «شخصیت»[1]

قابلیت‌هایی که در مجموع به فرد در روی صفحهٔ تلویزیون گیرایی می‌دهند، تقریباً فی‌نفسه تعریف‌ناپذیر هستند. تعریف جنبهٔ منفی آن ساده‌تر است. دوربین با بی‌رحمی، ناهنجاری‌های فیزیکی و ادا و اصول را برملا و میکروفون، ضعف کلام را تشدید می‌کند. با وجود این هر سردبیر در خصوص شخصیت مناسب برنامهٔ خود، نظر خاصی دارد. صدا و ظاهر نیز در گیرایی مؤثرند، زیرا

1. Presence

خواه‌ناخواه جزء جدایی‌ناپذیر سرشت انسان هستند. ولی داشتن چهره زیبا و دوست داشتنی کافی نیست. تغییر روشها که گاه از تکنولوژی ناشی می‌شود، مهارت‌های متفاوتی را طلب می‌کند.

زمانی اخبار تلویزیونی را مردان موقر، میانسال و با موهای خاکستری اجرا می‌کردند، بعداً نوبت به انفجار فرصت‌های شغلی زنان رسید. بزرگترین تغییری که صورت گرفت جایگزین‌شدن «مجری خبر»[1] و یا «گویندهٔ خبر»[2] به جای «خواننده خبر»[3] بود. «گوینده خبر» یک ژورنالیست با تجربه است که می‌تواند از عهدهٔ بخشهای زندهٔ برنامه‌ها که به سرعت در حال افزایش هستند، برآید.

لزوم آموزش

در ابتدا سعی کنید تا از توانایی‌های ذاتی فوق‌العاده‌ای که از قبل داشته‌اید، ارزیابی واقع بینانه‌ای انجام دهید. ممکن است ناراحت شوید اگر به شما بگویند که صدای شما ضعف دارد و احتمالاً قابل‌اصلاح نیست ولی شنیدن این حرف بهتر از آن است که انتظارات نامعقول در خودتان ایجاد کنید. معمولاً تکنیکهای اصلی گزارشگری، چون نگارش و انجام مصاحبه را با آموزشهای مناسب می‌توان فراگرفت. با نشستن در کنار این و یا آن همکار به آسانی می‌توان تکنیک را کسب کرد ولی فراموش نکنید که او هم احتمالاً کارش را به همین ترتیب آموخته است و ممکن است عادات بدی هم کسب کرده باشد.

1. News Presenter
2. News Caster
3. News Reader

بخش اول: ضروریات کار

الف) توانایی نگارش ☐

ب) زیرکی - هوشیاری ☐

ج) کنجکاوی ☐

د) علاقمندی - اشتیاق ☐

و) پشتکار ☐

بخش دوم: آنچه‌ازشماانتظارمی‌رود

الف) علاقمندی کلی به وقایع جاری ☐

ب) آگاهی از موضوعات تخصصی ☐

ج) دانستن زبانی دیگر ☐

بخش سوم: ابزارلازم‌برای‌انجام‌این‌حرفه

الف) خلاصه‌نویسی ☐

ب) ماشین‌نویسی / پردازش کلمات ☐

ج) رانندگی ☐

بخش چهارم: قابلیت‌های شما جهت پخش

الف) بیان رسا ☐

ب) آهنگ صدا ☐

ج) گیرایی ☐

مهارتهای خود را ارزیابی کنید

مهارتهای خود را در هر یک از مربع‌های مناسب علامت بزنید. حداقل باید پاسخ شما به تمام موارد بخش اول مثبت باشد.

برای هر مورد، لباس مناسب همان مورد را بپوشید.

نحوهٔ لباس پوشیدن (۱)

توجهی که تماشاگران و صنعت روزنامه‌نگاری به افرادی که بطور منظم بر صفحهٔ تلویزیون ظاهر می‌شوند، مبذول می‌دارند تا حد یک سرگرمی بین‌المللی پیش‌رفته است. میزان علاقه، شایعات و اظهارنظرها به اندازه‌ای است که می‌توانیم باور کنیم بعد از هر خبر شبانگاهی نوعی لباس گویندهٔ خبر و هزینه آن به اندازهٔ محتوای اخبار محور بحث‌ها قرار می‌گیرد.

حفظ توجه مخاطب

اگرچه مسئله لباس نباید خیلی مهم باشد، ولی واقعیت غیر از این است. زیرا زمانی که مخاطبان دَهنشان به بلوز چین‌دار، یقهٔ آویزان و یا یک کراوات عجیب و غریب معطوف شود، دیگر به آنچه گفته می‌شود توجهی نمی‌کنند. و زمانی که حواس مخاطب پرت شد، گزارشگر و یا برنامه وی را از دست می‌دهند. پس لازم است که آنچه گزارشگر یا مجری می‌پوشد هم مناسب موضوع مورد نظر باشد و هم چشمگیر نباشد. لباسهای رنگارنگ و شاد ممکن است برای برنامه‌ای که مخاطبانش افراد ۱۹-۱۳ ساله و جویای مد هستند مناسب باشد ولی برای برنامه اخبار اصلی اواسط شب قابل قبول نیست. در حالیکه لباسی به رنگ روشن با دو جیب بزرگ، برای تهیهٔ گزارش از یک جنگل، مناسب به‌نظر می‌رسد، ولی برای انجام مصاحبهٔ رسمی با یکی از سران سیاسی در استودیو به درد نمی‌خورد. بر عکس، پوشیدن لباس رسمی و زدن کراوات در جنگل بی‌معنی است. در هر دو مورد، رعایت هنجارهای اجتماعی و آداب صحیح، موجب می‌شود تا به مصاحبه‌شونده و مخاطب توهین نشود. عجیب اینکه در بیشتر کشورها با انحراف از الگوهای رفتاری معیار، به تماشاگر توهین می‌شود.

قوانین لباس پوشیدن در برنامه‌ها

گاهی اوقات برنامه‌ها نحوهٔ لباس پوشیدن را به‌عنوان بخشی که باید با «ظاهر»[1] برنامه متناسب باشد، به مجریان خود تحمیل می‌کنند. برای مثال، گزارشگران و مجریان برنامه‌های صبحگاهی باید پولیور و یا لباسهای راحت دیگر بپوشند که با صندلی‌های راحتی و میز قهوه‌خوری مناسب باشد. برنامهٔ خبری شب با پوشاندن لباس رسمی‌تر و جدی‌تر به تن گزارشگر خود، فضای متفاوتی را ایجاد می‌کند. دیده شده است که عده‌ای دیگر، پوشیدن لباس کار مؤسسه را برای مجریان اجباری کرده‌اند. از طرف دیگر عقل سلیم حکم می‌کند که وقتی گزارشگر به صحنهٔ یک گزارش داغ وارد می‌شود، وقت را برای عوض‌کردن لباس خود و پوشیدن لباس مخصوص برنامه از دست ندهد زیرا خطر از دست دادن این گزارش وجود دارد.

اگر برای گزارشگر، قوانین سفت و سختی در خصوص پوشیدن «لباس کار» وجود نداشته باشد (که در اکثر موارد هم به همین شکل است) دستورالعمل کلی، پوشیدن لباسی است که جلب توجه نکند. لباسهایی را که جلب نظر می‌کنند برای روز تعطیل خود بگذارید.

1. Look

1

2

3

4

لباس

لباس باید با حال و هوای برنامه و نوع مأموریت مناسب باشد.

۱ - برای گزارشگری که از جنگل گزارش تهیه می‌کند، لباس ساده و راحت مناسب است.

۲ - ولی برای استودیو لباس رسمی مناسبتر است....

۳ -... بویژه اگر مصاحبه‌شونده به طرز صحیح لباس پوشیده باشد.

۴ - انتخاب نادرست ممکن است از همه جهت، موجب آبروریزی شود.

ظاهر شما نباید حواس مخاطب را پرت کند.

نحوهٔ لباس پوشیدن (۲)

مشکلات دیگری نیز در خصوص داشتن پوشش مناسب و سازگار با موضوع، وجود دارد. استودیوی تلویزیون نیز مقررات خودش را تحمیل می‌کند. مکانیسم حساس داخل دوربین‌های الکترونیکی رنگی در برخورد با الگوهای شطرنجی و نوارهای باریک دچار اختلال می‌شود و نوعی ارتعاش نوری به نام «چشمک‌زدن»[1] را بوجود می‌آورد. نشانه‌رفتن دوربین روی برخی رنگها (بویژه برخی سایه‌های رنگ آبی) یک سوراخ الکترونیکی ایجاد می‌کند که از طریق آن زمینهٔ استودیو دیده می‌شود. هماهنگی موردی با کارکنان فنی یا تولید برنامه کمک می‌کند تا از بروز چنین اختلالاتی جلوگیری می‌شود.

زیورآلات

در خصوص زیورآلات هم باید به همان اندازه دقت به‌خرج داد. جواهرات درخشان، نور استودیو را منعکس و هاله‌های نوری تحریک‌کننده‌ای ایجاد می‌کنند. رشته‌های بلند و آویزان مهره‌ها، دستبندها و امثال اینها در استودیو و یا محل تصویربرداری ساز خودشان را می‌زنند و به‌طور قطع، توجه تماشاگر را منحرف می‌کنند بویژه زمانی که با وزش باد به جنبش درآیند و دورسیم میکروفون بپیچند و یا بر زمین بیفتند.

مدل مو

در خصوص مدل مو هم باید کمابیش همان شیوه دنبال شود. هر پدیدهٔ غیرعادی به‌طور قطع بین سخنان گزارشگر و مخاطبان فاصله می‌اندازد. زیرا مخاطبان تغییر مدل مو و رنگ مو را به سرعت تشخیص می‌دهند. چه برای مرد و چه برای زن، بهتر آن است که به ترکیب معقولی از پاکیزگی و سادگی روی آورند.

---

1. Strobing

ریش و سبیل

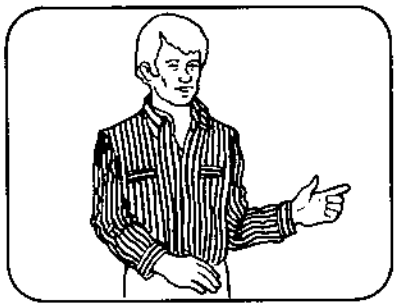
برخی از برنامه‌ها زیاده‌روی می‌کنند و مجریان خود را در صورت گذاشتن ریش یا سبیل، بی‌چون‌وچرا از صحنه منع می‌کنند و در مواردی پا را فراتر می‌گذارند و کسانی را نیز که در گذاشتن ریش و سبیل ثبات ندارند، مستثنی نمی‌کنند. فردی که سابقاً ریش داشته و ناگهان با صورتی اصلاح‌کرده ظاهر شود، چنان بحران هویتی برای تماشاگر ایجاد می‌کند که اثرات ناشی از آن برای ضایع‌کردن یکی دو گزارش اول وی کافی است.

مواد آرایشی

در روزهای اول تولد تلویزیون، هر کس که مقابل دوربین استودیو ظاهر می‌شد، مانند دلقکهای سیرک صورت خود را سفید و لبها را سبز یا آبی می‌کرد. حساسیت تجهیزات پیشرفتهٔ تلویزیونی موجب شده است که صورت طبیعی دست‌اندرکاران برنامه‌های تلویزیون، فقط به آرایش اندکی نیاز داشته باشد. برای خانمها آرایش معمول روزانه، کاملاً قابل قبول است. چهرهٔ آقایان به پودر مختصری نیاز دارد تا مانع درخشندگی پیشانی و بینی در نور استودیو شود. در صورتی که تراشیدن ریش قبل از برنامه امکان نداشته باشد، مالیدن یک کرم با زمینهٔ روشن مانع ایجاد به اصطلاح «سایه ساعت پنج»[1] می‌شود.

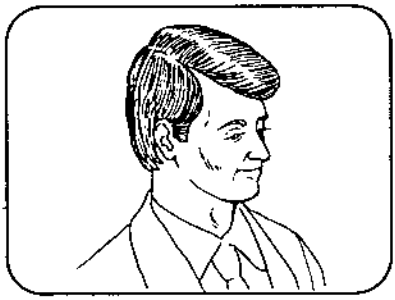
البته نوع پوستها با هم فرق می‌کند، بنابراین، بهتر است بدانیم چه لوازم آرایشی برای هر فرد مناسب‌تر است تا با در دسترس قراردادن آن بتوان در مواقع ضروری، با حداقل تأخیر آنها را مورد استفاده قرار داد.

1- Five O'clock Shadow



1

2



3

4

برخی از مشکلات ناخواسته

۱ - مراقب باشید که الگوهایی شطرنجی و راه راه موجب «چشمک‌زدن» می‌شود.

۲ - جواهرات نور را در استودیو منعکس و «هاله» ایجاد می‌کند.

۳ - سعی کنید مدل مو و رنگ آن ثابت باشد.

۴ - تماشاگران حتی به تغییرات جزیی در ظاهر شخصیت‌های مورد علاقه و معمولی خود توجه دارند.

تولید صدا

«صدا» هم جزیی از «ظاهر» است و احتمالاً در مورد صدا هم به اندازهٔ «ظاهر» مناقشه وجود دارد. البته در بریتانیا باورهای مربوط به شکل‌های قابل قبول بیان در خلال سی‌سال گذشته تغییر کرده است. پیش از آن گویندگان پخش، عموماً با آهنگ صدا و لهجه‌ای سخن می‌گفتند که با جنوب شرقی بریتانیا قرابت زیادی داشت. از آن پس با ظهور رادیو و تلویزیون محلی، گونه‌های وسیعتری از لهجه‌های محلی ارائه شدند. این امر باعث شد تا تماشاگران با راحتی بیشتری با مجریان پخش منطقه خود ارتباط برقرار کنند.

میل به برقراری ارتباط

گرچه تقریباً هر صدایی را می‌توان با تمرین بهبود بخشید، اما هر صدایی هم برای پخش مناسب نیست. اولین نکته برای یک مبتدی آن است که «می‌خواهد» ارتباط برقرار کند. معنی این گفته آن است که شیوه نگارش باید به نحوی باشد که در گوش شنونده طبیعی جلوه کند. جملات باید طوری ساخته شوند که امکان بیان مناسب پدید آید، زیرا این امر به درک شنونده کمک می‌کند. اولویت دوم این است که باید کلمات نوشته شده با شدت و ضعف مناسب بیان شوند. بعضی از صداها به‌سرعت یکنواخت می‌شوند و هرچه سخنران مضطرب‌تر باشد، شدت صدا هم بیشتر است. هر چند گفتن این موضوع آسان‌تر از عمل به آن است ولی گزارشگر باید مدتی به صدای خود استراحت دهد تا تمام طیف صدای وی به وضعیت عادی برگردد. شنونده به «قدرت تصاویر» و «بیان رسا» به یک اندازه وابسته است. بنابراین گزارشگری که بیان ضعیفی دارد، فقط نیمی از وظیفه‌اش را انجام می‌دهد.

مراحل گزینش گزارشگران معمولاً آزمونی سخت از صدا را هم شامل می‌شود و افرادی که لکنت زبان دارند و یا سرزبانی صحبت می‌کنند و یا دارای لهجهٔ نامفهوم هستند قبول نمی‌شوند، حتی اگر دیگر سوابق ژورنالیستی آنها قابل ستایش باشد. پاره‌ای از نواقص گفتاری با تمرین و یا تحت‌نظر کارشناسان گفتار درمانی قابل اصلاح هستند: تماشاگر باید چشم خود را بر سایر مشکلات ببندد.

تلفظ

جزء اساسی دیگر در فرایند صدا و بیان، تلفظ است. این جنبه اغلب جزیی از خط‌مشی تحریریه محسوب می‌شود و به سلیقهٔ شخصی ربط ندارد، زیرا مخاطب می‌خواهد مطمئن شود اسم فرد یا محلی که در اخبار شب قبل ذکر شده است واقعاً همان است که فرد دیگری در همان برنامه، امشب و یا فردا تکرار خواهد کرد. سازمانهای بزرگ خبری از روشهای پیشرفته‌ای برای کمک به این سازگاری استفاده می‌کنند. BBC هر روز به گویندگان خود فهرستی از اسامی مکان‌ها و نامهای دشوار موجود در اخبار را می‌دهد و در مواردی که کنفرانسهای سیاسی بین‌المللی، بازیهای المپیک و یا وقایع مشابه و طولانی دیگر در بین است، صفحات دیگری هم ضمیمه می‌کند. به علاوه، اغلب، در هر یک از اتاقهای اصلی خبر یک فهرست راهنمای کارتی وجود دارد که مرتب تجدید می‌شود. بدیهی است که تمام ایستگاهها دارای چنین امکانات گسترده‌ای نیستند، بنابراین داشتن واژه‌نامه مخصوص تلفظ، حافظهٔ قوی و تهیهٔ یک فهرست راهنمای شخصی با پشتوانهٔ تجربه، می‌تواند به همان اندازه کارآمد باشد.

صدای جانبی روی تصویر برای سفر وزیر

فرودگاه انگلستان صدها تظاهرکننده منتظر ورود وزیر بودند. با این حال پلیس تضمین کرد که آنها در بخش انتهایی فرودگاه و در فاصلهٔ دوری از محوطهٔ استقبال بمانند. عقیدهٔ **اعتراض‌کنندگان هرچه که باشد**، دو دولت علناً قصد خود را برای بهبود روابط با یکدیگر اعلام کرده‌اند و بازدید وزیر، **اولین گام مهم** در این راستا محسوب می‌شود.

حرکت خودرو وزیر امشب در تماس با ریاست جمهوری مراتب امتنان خود را اعلام خواهد داشت و مذاکرات رسمی صبح فردا در وزارت خارجه آغاز می‌شود؛ اقامت وزیر چهار روز طول خواهد کشید و انتظار می‌رود که وی طی این مدت با رهبران احزاب اصلی **مخالف** و نیز اعضای ارشد دولت دیدار کند.

تولید صدا

جملات را برای گفتار و کوتاه بنویسید. این روش و نیز به کاربردن زبان سادهٔ محاوره‌ای به شما کمک خواهد کرد تا اجرا طبیعی جلوه کند. به هنگام قراردادن متن سعی کنید این سنت را به خاطر داشته باشید که متن در سمت راست و دستورات گروه تولید در سمت چپ قرار گیرد. برای کمک به تغییر آهنگ صدا، زیر بعضی از لغات یا عبارتها را خط بکشید.

فکر روشن به بیان رسا کمک می‌کند.

بیان رسا

تولید صدای خوب به عوامل دیگری چون وضعیت بدن و کنترل مناسب تنفس بستگی دارد. چنانچه توان مالی دارید با یک مربی صدا و یا گفتاردرمان مشورت کنید: هر کدام از این درسها در واقع سرمایه‌گذاری برای زندگی شغلی آینده شما خواهد بود. صرف پول در چنین راهی ارزش دارد و به هر حال احتمالاً می‌توان مخارج آن را از مالیاتهای پرداختی کم کرد.

اگر این کار به عهده خود شما گذاشته شده است، چند کتاب از کتابهای متعددی را که در این زمینه نوشته شده، مطالعه کنید و از فن‌آوری‌های جدید سود ببرید.

متنهای خود را ضبط کنید و به هنگام پخش مجدد، تا حد امکان صادقانه به ارزیابی بنشینید. با مراجعه به متن اصلی خود را گول نزنید. آن را کنار بگذارید و با دقت گوش دهید تا زمانی که مطمئن شوید هر کلمه‌ای را که بیان کرده‌اید، می‌فهمید. در غیر این صورت، تا حصول نتیجهٔ نهایی، تمرین کنید.

در مرحلهٔ دوم، استفاده از دوربین ویدئویی در منزل می‌تواند پاره‌ای از نواقص احتمالی دیگر را آشکار کند. احتمالاً عده‌ای از خوانندگان متعجب خواهند شد وقتی بفهمند که به هنگام برخورد با لغات یا تلفظ نامأنوس چشم خود را می‌بندند یا چین می‌اندازند.

از هر روشی که تصمیم دارید استفاده کنید، از تجربه کردن متون دشوار هراس نداشته باشید. کسب مهارت در خواندن انواع متون به شما اعتماد به نفس خواهد داد. اگر نواقصی در خود یافتید، هر چه سریعتر از کارشناس مربوط راهنمایی بخواهید.

کشیدن سیگار ممنوع

کسانی که از صدای خود به نحو حرفه‌ای بهره‌برداری می‌کنند باید بسیار کم سیگار بکشند و یا اصلاً نکشند. «مایکل مک‌کالیون»[1] یکی از مدرسان هنرهای نمایشی در آکادمی سلطنتی که

1. Michael Mc Callion

بازیگران، خوانندگان پاپ و سیاستمداران را در اقصی نقاط جهان یاری می‌کند، معتقد است که از نوشیدن مشروب هم باید اجتناب شود.

غلبه بر «ترس از حضور روی صحنه»[1]

در روزهای سخت گزارشگری خود در تلویزیون (چه در محل و یا استودیو)، استرس‌های عصبی بر کار شما تأثیر می‌گذارند. احساس سنگینی در سینه، تندتر شدن ضربان قلب و خشکی گلو و دهان از علایم این استرس‌هاست. ممکن است چرخهٔ معیوبی به وجود آید: اگر به‌نظر برسد که روی صحنه بیش از حد مضطرب هستید، سردبیران حاضر نیستند خطر کنند و شما را به صحنه بفرستند و هر چه کمتر ظاهر شوید اعتماد به نفس شما افت می‌کند و در نتیجهٔ این افت، مضطربتر خواهید شد و به همین ترتیب، جریان ادامه پیدا می‌کند.

راه حل این است که برای کاستن از ترس خود در مقابل میکروفون از هیچ اقدامی فروگذار نکنید. خواندن صداهای روی تصویر و گزیدهٔ برنامه‌ها در غیاب دوربین، اگرچه در حد و اندازهٔ گزارشگری تمام عیار نیست، با این حال به شما امکان می‌دهد تا در حضور جمع از صدای خود استفاده کنید.

1. Stage Fright

گزارش خود را به یک نفر بگویید.

یک دوست در میان مخاطبان

سعی کنید مخاطبان را به‌صورت توده‌های میلیونی و یا هزار نفری تصور نکنید. این چشم‌اندازی هراس‌انگیز است. پیدا کردن یک مدل واقعی‌تر، به اعتماد به نفس شما کمک می‌کند. اگر «مردی در خیابان»، مفهومی بسیار انتزاعی است، کسی را که می‌شناسید به‌عنوان هدف خود در نظر بگیرید. مثلاً یک دوست یا یکی از اعضای خانواده که در خانهٔ خودش نشسته است و دوربین را فراموش کنید. در عوض، این طور تصور کنید که گزارش را به تنهایی برای آنها می‌خوانید. تلاش کنید واکنش آنها را به گفته‌ها و شیوهٔ بیان خود ارزیابی کنید.

منطقی باشید

به خاطر داشته باشید که هر کاری که انجام می‌دهید، تماشاگر تنها یک بار آن را می‌بیند و همواره در بهترین شرایط و با تمرکز مطلق نیست. بررسی‌ها نشان می‌دهند که درک مخاطبان از برنامه‌های خبری تلویزیون حتی در جوامع بسیار پیشرفته، اغلب بسیار اندک و ضعیف است.

با بلندشدن تماشاگر از جلوی تلویزیون تماشای برنامه به دفعات قطع می‌شود و معلوم شده است که حواس آنهایی هم که به طور مداوم مشغول تماشا هستند به سهولت پرت می‌شود. مردم حتی گزارشهای ساده را هم خوب درک نمی‌کنند و یا با هم اشتباه می‌گیرند، چه برسد به مطالب انتزاعی مربوط به مسائل پیچیده و پیشرفته. به آنها کمک کنید. گزارش خود را برای مخاطبان تهیه کنید و نه برای رییس و یا منتقدان خود. منطقی باشید. از زبانی واضح و صریح که برای همه قابل فهم باشد، استفاده کنید. با این حال از دست‌کم گرفتن و یا اهانت به هوشیاری افراد تحصیل‌کرده خودداری کنید.

رابطه صمیمی برقرار کنید

گزارشگران خوب، رابطهٔ چنان دوستانه‌ای با مخاطبان خود دارند که از جنسیت و نژاد فراتر می‌رود. اینها کسانی هستند که ملتها را از مسایل جدی و خطیر باخبر می‌کنند، به همین دلیل هر شب از ورود آنها به تمام خانه‌ها استقبال می‌شود. این افراد صادق و قابل اعتماد به‌نظر می‌رسند، نیازی به گفتن

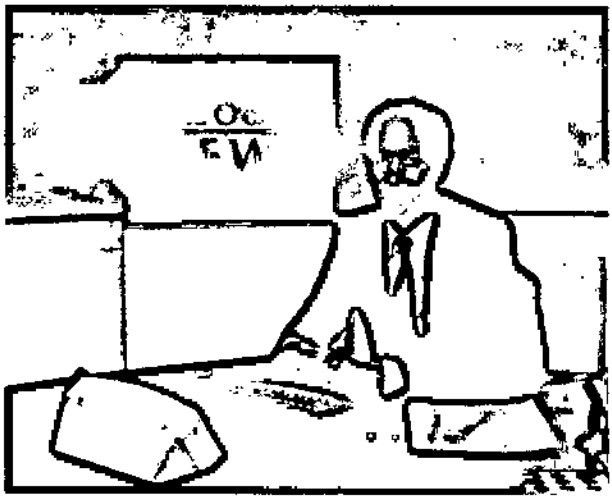
نیست که چرا برای شرکت بسیاری از آنها در آگهی‌های تبلیغاتی سرودست می‌شکنند.

این افراد چه کسانی هستند؟ «والترکرونکایت»[۱] از شبکهٔ CBS همواره به شهادت آرا معتمدترین فرد در آمریکا به شمار می‌رود. نام‌بزرگان اواخر دههٔ ۱۹۸۰ به‌طور مرتب در بحث‌های داخل و خارج ژورنالیسم تلویزیونی مطرح می‌شود. رواج و سرعت سیستم‌های ماهواره‌ای ارتباطات جهانی، به کار «کت آدی»[۲] و دیگران ابعاد بین‌المللی داده است. به کار آنها به‌طور دقیق توجه کنید و دریابید چه چیزی آنها را از دیگران متمایز می‌سازد.

از دیگران بیاموزید

شیوهٔ کار همکاران خود بخصوص آنهایی را که مورد احترام شما هستند، مطالعه کنید. سعی کنید آنها را بشناسید و بدون تقلید آگاهانه، از نقاط ضعف یا قوت آنها درس بگیرید. از اینکه مجبور شوید چندین بار روش کار خود را تغییر دهید، ترسی نداشته باشید و تا زمانی که از شیوهٔ کارتان راضی شوید، به کار ادامه دهید. در صورت لزوم، نظر دیگران را هم جویا شوید. خیلی زود کسانی را که بتوانید به قضاوتهایشان اعتماد کنید، پیدا خواهید کرد.

1. Walter Cronkite
2. Kete Adie



روابط صمیمی با مخاطبان

یکی از شخصیت‌های برجستهٔ بین‌المللی در دههٔ ۱۹۸۰، «مایکل بورک»[1] از BBC است که به واسطهٔ تهیهٔ گزارشهایی از اتیوپی و آفریقای جنوبی به دریافت جوایزی نایل شده است. هم چنین تجربهٔ حرفه‌ای وی به نقش او در گویندگی خبر اعتبار بخشیده است.

1. Michael Buerk

شیوهٔ نگارش برای تلویزیون

با شناخت قدرت تصاویر تلویزیونی، طبیعی است که کلمات همراه تصویر کم اهمیت جلوه کنند. امروزه نیاز به نگارش خوب بیش از هر زمان دیگری است. از مخاطبان تلویزیون خواسته می‌شود تا متوجه مسایل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی که در این سال‌های آخر قرن بیستم و بعد از آن تأثیر اساسی بر زندگیشان خواهد گذاشت، باشند. اگر آنچه را تهیه می‌کنید برای مردم عادی قابل‌فهم نباشد، به‌عنوان یک گزارشگر تلویزیون در کار خود موفق نبوده‌اید.

سادگی را حفظ کنید

اگرچه پیدایش آن دسته از برنامه‌های خبری که به موضوعات تخصصی می‌پردازند، جای خوشحالی دارد ولی هدف ژورنالیسم تلویزیونی مخاطبان عام است. برخلاف روزنامه‌ها که می‌توانند بر اساس گروه‌بندی اجتماعی - سیاسی خوانندگان خود را با دقت هدف‌گیری کنند، تلویزیون باید برای عموم، جذاب و قابل فهم باشد. بنابراین نباید مباحث آن بیش از حد روشنفکرانه و یا برعکس، آنقدر پیش‌پاافتاده باشد که به باسوادترها توهین شود.

هدف اصلی شما باید بیان مطالب به زبانی درست[۱]، روشن[۲]، ساده[۳]، صریح[۴] و بی‌طرفانه[۵] باشد.

همانطور که صحبت می‌کنید، بنویسید

به هنگام نگارش برای تلویزیون، برای بیشتر ژورنالیست‌ها که از جهات دیگر بی‌نقص هستند، اتفاق عجیبی می‌افتد. افکار روشن آنها بی‌جهت در هم می‌ریزد و آشفته می‌شود، جملات ساده پیچانده می‌شوند و رگ‌گویی جای خود را به زبان رسمی می‌دهد.

---

1. Accurate
2. Clear
3. Simple
4. Direct
5. Neutral

این یک قانون است: «پیش از نوشتن فکر کنید». و از آن بهتر: «پیش از نوشتن با صدای بلند فکر کنید». هر چه مطلب به گوش شما غیرطبیعی‌تر جلوه کند، احتمال غلط بودن آن بیشتر است. تا به حال کجا شنیده‌اید که در جریان یک مکالمهٔ طبیعی یک نفر بگوید: به‌نظر من دولت یک کمک یک میلیارد لیره‌ای را به خدمات بهداشت ملی اختصاص می‌دهد. معمولاً اینطور شنیده‌اید: به‌نظر من، دولت قصد دارد که امکانات مالی بیشتری را به خدمات بهداشت ملی اختصاص دهد و مبلغ آن یک میلیارد لیره است.

منطقی باشید

- در صورت امکان، گزارشها را به ترتیب وقوع بیان کنید.
- به‌عنوان یک قاعدهٔ کلی، برای هر موضوعی، یک جمله کوتاه بسازید.
- باید آنچه را که می‌نویسید، برای خودتان قابل فهم باشد. اگر خودتان نفهمید، هیچکس دیگر هم آن را نخواهد فهمید.
- زبان رسمی و خشک اسناد دولتی شما را دلسرد نکند. گاهی اوقات این لغات عمداً به قصد گیج‌کردن خواننده نوشته شده‌اند، ولی در اکثر موارد، علت آن است که خود نویسنده احساسی برای کلمات نداشته است.
- همیشه از خود بپرسید چه می‌خواهم بگویم؟ سپس آن را بیان کنید.

حماقت‌ها را کنار بگذارید

اشتباهات را گزارشگرانی مرتکب می‌شوند که توجه ندارند کلمات خود را در چه متنی به کار می‌برند. لغات دوپهلو، بی‌دقتی و عدم حساسیت که همگی سهوی هستند وارد برنامه‌های پخش می‌شوند. در خصوص تغییر احتمالی کاربرد لغات، گوش به زنگ باشید. مثلاً واژه «سرکارگذاشتن» اکنون معنایی غیر از معنای اولیه خود دارد.

زبان درست

سوق‌دادن گزاشگران به استفاده از زبان صریح و محاوره‌ای بدین معنی نیست که پرت‌وپلا گفتن هم قابل قبول است. آنچه مطلوب است، به کاربردن دقیقترین و مناسبترین لغات است. متأسفانه بسیاری از لغاتی که یک نویسنده معمولی از آنها استفاده می‌کند، بدون توجه به معنای آنها انتخاب شده‌اند.

هر کسی جسارت کند و دیگران را در مورد استفاده از زبان نصیحت کند، دنبال دردسر می‌گردد ولی این مطلب ارزش گفتن دارد که اگر یک ژورنالیست گه‌گاه حافظهٔ خود را تروتازه کند، ضرر نکرده است. برای کسانی که به کار خود مباهات می‌کنند، کتب مرجع عالی (از تخصصی تا کاربردی) وجود دارد که در باب ساختار، معانی و دستور زبان راهنمایی‌هایی ارائه می‌کند.

«زبان کوچه و بازار»[۱]

مرز میان زبان محاوره‌ای و زبان کوچه و بازار، مرز باریکی است که به سهولت می‌توان از آن عبور کرد. تمایز آنها نیز دشوار است، زیرا کلمه یا عبارتی که تا دیروز منفور بود، امروز جذب الگوهای طبیعی گفتار و فردا هم وارد لغت‌نامه می‌شود. توصیه من این است که محتاط باشید و بگذارید فرهنگ‌نویسان در این زمینه پیشقدم شوند.

«عنوان‌دهنده‌ها»[۲]*

فکر کنید بدون وجود (عالی‌جناب چهارم)[۳] ساندویچ (اندرس)[۴] سلسیوس،(کاپیتان چارلز)[۵] بایکوت و (آندره)[۶] آمپر و بقیه که نام خود را به لغات مورد استفادهٔ عموم داده‌اند، چه وضعی

---

1. Slang
2. Eponyms

*. این مسئله در ایران هم وجود دارد. مثلاً مردم به جای پودر لباسشویی، کلمه تجاری «برف» را به کار می‌برند.(م)

3. The 4th Earl of
4. Anders
5. Capitain Charles
6. Andre

می‌داشتیم. با این حال بین عنوان‌دهنده و نام‌های تجاری تفاوت وجود دارد. همهٔ جاروبرقی‌ها ویلیام نیستند و همهٔ خودکارهای جوهردار Biro (Laszlo) نیستند. علیه کاربرد ناآگاهانهٔ نام‌های تجاری محصولات که موجب خدشه‌دارشدن اعتبار آنها می‌شود اقدامات قانونی صورت گرفته است.

قالب (کلیشه)

ژورنالیست‌ها فهرست طویلی از عبارات را در انبار نوشته‌های خود ذخیره کرده‌اند. هر چند که الزاماً به کاربرد آنها علاقه ندارند، خود ژورنالیست‌ها لطیفه‌هایی در مورد گزارشهای خبری که تماماً از کلیشه تشکیل شده‌اند می‌سازند و یکدیگر را مسخره می‌کنند و ترجیح می‌دهند که گزینه‌های وزین‌تری بسازند. لغزشهایی را که تحت شرایط فشار پیش می‌آیند می‌توان بخشید: در بقیه موارد، مطالعهٔ دقیق لغت‌نامهٔ Roget's Thesaurus قویاً توصیه می‌شود.

چگونگی استفاده از «مخففها»[1]

اینها از جهاتی زبان فنی به‌حساب می‌آیند. برخی از آنها از طریق لغت‌نامه وارد زبان شده‌اند که در این مورد می‌توان به NATO و UN اشاره کرد. ولی نویسنده باید معنای آنها را بداند.

در اصطلاح نظامی، کلمهٔ مخفف SAM به جای «موشک زمین به هوا» قرار گرفته است. بنابراین اگر بگوییم موشک «SAM»، مثل این است که گفته باشیم «موشک، موشک زمین به هوا». در بریتانیا «M» به معنی آزادراه است. وقتی می‌گوییم «آزاد راه M یک» در واقع گفته‌ایم، «آزادراه آزادراه‌یک».

1. Acronyms

به جای اسامی تجارتی، بهتر است از اسامی عام استفاده شود. اسامی عام مانع از تبلیغ رایگان می‌شود و در مواردی استفادهٔ نابجا منجر به برخوردهای قانونی شده است. چند نمونهٔ معروف ذکر می‌شود.

نام تجارتی	نام عادی
Ariwick	دستگاه تهویهٔ هوا
Aladdin	بخاری نفتی
Ansafone	دستگاه پاسخگویی به تلفن
Ascot	بخاری آبی گازی
Autocue	متن‌رسان تلویزیون
Band - aid	پانسمان کمک‌اولیه / چسب زخم
Bic \ Biro	خودکار جوهردار
Black and Decker	ابزارآلات برقی قوی
Caterpillar	تراکتور
Catseye	شب‌نمای جاده‌ها
Cellophane	پوشش شفاف
Coca - Cola,coke	نوشیدنی
Dictaphone	صدانگار
Dormobile	مینی‌بوس
Elastoplast	پانسمان کمک‌های اولیه / چسب زخم
Fibreglass	فیبر شیشه‌ای
Formica	ورقهٔ شیشه‌ای
Frigidaire	یخچال
Gallup poll	نظرسنجی
Harbic	کاغذ توالت
Hoover	جاروبرقی
Jacuzzi	حوضچه گردان
Jeep	خودروی صحرایی
Kleenex	دستمال کاغذی
Land - Rover	خودروی چهارچرخ
Lego	آجر پلاستیکی
Latraset	کاربن
Levi's	جین
Li - lo	تشک بادی
Perspex	ورقهٔ آکریلیک
Photostat	فتوکپی
Plasticine	خاک مدل‌سازی
Polaroid	عکس فوری
Portacabin	خانه سیار
Primus	چراغ‌سفری (پیک‌نیک)
Range - Rover	خودروی چهارچرخ
Rawlplug	دوشاخه
Scotch Tape	چسب نواری
Sellotape	چسب نواری
Singer	چرخ خیاطی
Tannoy	دستگاه بلندگو
Tarmac	پیش دامن
Teasmade	دستگاه خودکار تهیه چای
Thermos	فلاسک
Triplex	شیشه نشکن
Underseal	پوشش چرمی
Vynolay	کف پلاستیکی
Xerox	فتوکپی

لغات معانی تازه‌ای می‌یابند و این معانی رایج می‌شوند.

از توهین بی‌جهت اجتناب کنیم

هر فردی که از اهمیت استفادهٔ دقیق از زبان انگلیسی آگاهی کامل دارد، باید از به‌کار بردن زبان نژادپرستانه یا جنسیت‌گرایانه و یا هر بیان توهین‌آمیز دیگری، خودداری کند.

جنسیت‌گرایی[1]

کلماتی که با جایگاه واقعی زنان در یک جامعهٔ پیشرفته منافات دارند، موهن تلقی می‌شوند؛ بویژه اگر بتوان کلمات جایگزین خنثی برای آنها به کار برد. هم چنین زبانی که جنسیت‌گرا باشد اغلب دقیق نیست. بویژه در ایالات متحده و اروپای غربی، پیشرفتهایی در جهت حذف این قبیل کلمات صورت گرفته است ولی هنوز راه درازی در پیش است زیرا برای افراد محافظه‌کار نسل قدیمی، پذیرش این جایگزین‌ها دشوار است. در مقام گزارشگر باید در کمال هوشیاری کلماتی را انتخاب کنید که بار جنسیتی نداشته باشند و در عین حال آنقدر زیاده‌روی نکنید که بقیه مخاطبان را از دست بدهید.

نژادپرستی[2]

در جوامع دموکراتیک و چندفرهنگی دههٔ ۱۹۹۰، استفاده نادانسته و از روی بی‌دقتی از زبان نژادگرایانه نابخشودنی است. معمولاً هیچ ضرورتی ندارد که به رنگ، مذهب و یا ریشهٔ نژادی کسی اشاره کنیم. بنابراین به جز مواردی که کاربرد آنها به فهم گزارش کمک می‌کند، باید از به‌کاربردن آنها خودداری کرد.

ناآگاهی برخی ژورنالیست‌ها از باورهای مذهبی مهم جهان، شگفت‌آور است (و از جمله مذهب خودشان، اگر اعتقادی در کار باشد). بهترین نمونهٔ این خطاها استفاده از عبارت «کلیسای یهود»، دست‌کم‌گرفتن اهمیت اسلام و بودیسم و قاطی‌کردن عناوین رهبران مذهبی است. بیشتر مذاهب، دارای مسئولان روابط عمومی یا معادل آن هستند. برای روشن‌شدن مطلب از آنها کمک بگیرید.

---

1. Sexism
2. Racism

سن‌گرایی[1]

خوشبختانه این وسواس روزنامه‌ها که اصرار دارند سن افراد را در کنار عکس وی بنویسند، در ژورنالیسم پخش، چندان شایع نیست. همیشه باید سنجید که آیا گفتن سن یک فرد در درک بهتر گزارش به مخاطبان کمک می‌کند یا خیر.

برچسب‌های سیاسی

«برچسب‌ها» می‌توانند فوق‌العاده مفید واقع شوند. مثلاً «جناح راست» و یا «چپ افراطی» ضمن اینکه اشارهٔ کوتاهی به دیدگاههای سیاسی افراد می‌کند، تلاش برای قراردادن آنها در موقعیت‌های خاصی نیز هست. در مواردی این عبارتها نه تنها کمک نمی‌کنند، بلکه گمراه‌کننده هم هستند. زیرا کسانی که این برچسب‌ها بر آنها خورده است می‌گویند این برچسب‌ها جایگاه حقیقی آنها را در طیف سیاسی روشن نمی‌کند. اگر کسی را در حزب کارگر، چپ‌گرا بخوانند، ممکن است اعتراض کند که نظر وی فقط در مقایسه با دیدگاه همکارانش که سیاست «راست‌گرایانه‌تری اتخاذ کرده‌اند، چپ‌گرایانه است».

پس، پیش از به‌کار بردن برچسب‌های سیاسی مسئله آفرین، خوب فکر کنید و یا حداقل برای دقت بیشتر، چند کلمه‌ای توضیح دهید.

1. Ageism

پیش به سوی فهماندن مطلب

در جلسات آزمایشی که در آن هیچ‌گونه عامل منحرف‌کننده‌ای وجود نداشت؛ مشخص شد که سطح درک تماشاگران اخبار تلویزیون، به‌طرز مأیوس‌کننده‌ای ناچیز است.

برای بسیاری از تماشاگران، به‌یادآوردن محتوای برنامه‌هایی که به‌تازگی شاهد آن بوده‌اند، دشوار است و نمی‌توانند به‌طور دقیق به‌خاطر بیاورند که هر گزارش در چه موردی بود. هویت اشخاص و موقعیت‌های جغرافیایی نیز از جمله مواردی است که تماشاگران نمی‌توانند به خاطر بسپارند.

کارکنان تلویزیون نیز در به‌وجودآوردن شرایط طبیعی تماشای برنامه، از خود تمایلی نشان نمی‌دهند و کمکی به بهبود وضع نمی‌کنند. گاهی از یاد می‌برند که هر نوع اخلال، تمرکز حتی فرهیخته‌ترین تماشاگران را بر هم می‌زند، تماشاگرانی که در هر حال، فقط نیمی از حواسشان به برنامه است.

حفظ تماس با مخاطب

ضرب‌المثلی در ژورنالیسم وجود دارد که می‌گوید: «اول بگویید که می‌خواهید چه چیزی را بگویید، بعد بگویید. سپس بگویید که چه گفته‌اید.» این عبارت در عین سادگی به خوبی هدف اصلی گزارشگر یعنی حفظ رابطه با مخاطب را یادآوری می‌کند. آنچه که می‌نویسید باید برای گوش خوشایند باشد و در همان بار اول (و احتمالاً تنها بار) قابل درک باشد. ضمن اینکه باید کل گزارش به تدریج و طی یک روند منظم برای مخاطب تکمیل شود.

جملهٔ پیش درآمد[1]

برخلاف خوانندهٔ روزنامه که عادت کرده است چه کسی، چه چیزی، کجا و چه وقت هر گزارش را در هر جمله آغازی بیند، تماشاگر از موهبت نگاه دوم محروم است. اولین وظیفهٔ گزارشگر این

1. Signposting

است که با گفتن جملهٔ پیش درآمد، ذهن مخاطب را آماده کند. این جمله بویژه به‌عنوان مقدمهٔ یک گزارش و نیز در مواردی برای نشان دادن تغییر در سرعت، موضوع و یا ایده مفید است. به علاوه در مواردی برای به تأخیرانداختن اطلاعات بسیار مهم از آن استفاده می‌شود تا در این فاصله تماشاگر برای به ذهن سپردن متن آماده شود.

لزومی ندارد که این جمله از عبارتی کوتاه و یا یکی دو کلمه بیشتر باشد، خصوصاً اگر در متن گزارش از آنها استفاده شود. طراحی آنها نباید ساختگی باشد برعکس، هر نویسنده باید در کمال آگاهی و به‌عنوان بخشی از فن سازماندهی گزارش آنها را بسازد.

اطلاعات دقیق و مشروح

با جزییات به جنگ مخاطب نروید. ارقام مربوط به تجارت و بودجه، نوسانات سیستم ارزی، سهام و سرمایه و مسایل آماری به‌طور اعم، اطلاعاتی هستند که انتقال آنها به تماشاگر در شکل واقعی خود بسیار مشکل است. به‌عنوان یک قاعدهٔ کلی، بهتر است از شیوهٔ سرراست‌کردن اعداد کمک گرفت. مثلاً بهتر است تعداد کل بیکاران یک ماه، به جای «یک‌میلیون و هشتصد و پنجاه و چهار هزار و ششصد و دوازده» به‌صورت «نزدیک به دومیلیون» بیان شود. ارائه جزییات کامل را به نمودارهای همراه گزارش بسپارید.

پیش درآمدها، کلمات یا عباراتی هستند که هدف آنها آماده کردن ذهن مخاطب برای چیزهایی است که قرار است بشنوند.

مناسب	نه چندان مناسب
درحادثه‌ای که گمان می‌رود بدترین سانحهٔ هوایی دنیاباشد، ۷۰۰ نفر کشته‌شده‌اند	۷۰۰ نفر درحادثه‌ای که گمان می‌رود بدترین سانحهٔ هوایی دنیاباشد، کشته شده‌اند.
قهرمان سنگین وزن جهان، مایک تایسون	مایک تایسون، قهرمان سنگین وزن جهان
نرخ بهرهٔ مسکن ۱۲٪ افزایش می‌یابد	۱۲٪ افزایش در نرخ بهرهٔ مسکن در پیش است.

پیش درآمدهای کنار عناوین

عناوین امشب...

حالا، اقتصاد...

بعد، خاورمیانه...

درکشور....

در مورد آب و هوای فردا....

اینک مجدداً به نکات مهم اخبار....

اطلاعات دقیق و مشروح اخبار

تا حد امکان از اعداد سرراست استفاده کنید و بار جزییات را بر دوش نمودارها بگذارید.

ارقامی که صبح انتشار یافت نشان می‌دهد که تعداد بیکاران به زیر دو میلیون نفر کاهش پیدا کرده است.

مجدداً تولید زغال سنگ افزایش یافته است. در ماه گذشته، معدنچیان از سه معدن چهل و شش هزار تن زغال سنگ استخراج...

مکانها

همان قاعده در خصوص اماکن نیز به کار می‌رود. آسانتر این است که مکان جغرافیایی را به صورت عام معرفی کنیم و جزییات را روی نقشه نشان دهیم.

کارخانه قرار است نزدیک «لوتون» درست مجاور آزادراه شمارهٔ یک ساخته شود....

تصاویر و کلمات

برای اینکه معلوم شود یک متن تلویزیونی خوب نوشته شده است، باید دید که وقتی با چشم بسته شنیده می‌شود، مفهوم هست یا نه. به‌طور یقین، این طور نخواهد بود، چرا که بُعد تصویری و اساسی قضیه حذف شده است. بنابراین نقطهٔ شروع برای خبرنگاری که می‌خواهد در آینده گزارشگر خوبی شود این است که کلمات را مناسب تصویر انتخاب کند، نه برعکس. در ادامه خاطر نشان می‌شود که تنها راه تحقق این امر، دیدن و تعیین ارزش همهٔ مواد خام موجود پیش از نوشتن متن است. این قانون در همهٔ موارد صدق می‌کند.

تنبلی را کنار بگذارید و به این اکتفا نکنید که یک تفسیر سرسری بنویسید و سپس تصاویر را متناسب با آنها برش دهید. با این عمل به‌نظر می‌رسد که برای رادیو مطلب می‌نویسید، زیرا در بیشتر موارد، تصاویر به یک کاغذ دیواری کسل‌کننده تبدیل خواهند شد که هیچ کمکی به فهم مطلب نخواهند کرد. از طرفی، به‌طور قطع، این عمل منجر به حذف نماهایی می‌شود که می‌توانند گزارش را به نحو مؤثرتری روایت کنند. علاوه بر اینکه شما به این ترتیب در ادای دین، به خود، همکاران گروه تصویربرداری و مخاطبان کوتاهی کرده‌اید.

قوانین طلایی در نگارش برای تلویزیون

● تصاویر را نگاه کنید و به صدا گوش فرا دهید. هر چند که مهارتهای فنی، نظرات مشورتی و همکاری تدوینگر از ملزومات اساسی هستند، زمانی که نوبت تعیین اولویتهای تحریریه می‌رسد، ژورنالیست باید خود تصمیم‌گیرنده باشد. قضاوت در مورد کاری که شما و یا دیگران در محیط بیرون انجام داده‌اید ممکن نخواهد بود مگر اینکه قبل از تدوین حضور داشته باشید.

● بهترین تصاویر و صداها را که برای گزارشی که می‌خواهید روایت کنید، انتخاب کنید. به هر نکته هر چند جزیی که بتواند به متن شما یک سطر خوب بیفزاید، توجه کنید و سعی کنید از آنچه که می‌خواهید بنویسید یک طرح کلی تهیه کنید. اجازه ندهید که مانع شما شوند و یا شما را وادار کنند تا با عجله، نماها و یا سکانسهایی را انتخاب کنید که صرفاً زیبا ولی بی‌ربط هستند و به روایت گزارش

کمکی نمی‌کنند. گزارش را در همان محدودهٔ زمانی که به آن اختصاص داده شده است بگنجانید. در غیر این صورت، ممکن است از شما بخواهند تا آنرا مجدداً تدوین کنید. در همان حال همواره به دنبال کیفیت‌هایی باشید که به ارزش گزارش شما بیفزاید.

● تدوینگر را برای انجام کار خود تنها بگذارید.

● «نمانامه»[۱] نسخهٔ نهایی را تهیه کنید. اهمیت این مورد فقط از قانون تماشاکردن کمتر است. «نمانامه‌نویسی»[۲] وسیله‌ای است که هماهنگ‌بودن دقیق صدا و تصویر را تضمین می‌کند. در این فرآیند مدت زمان، محتوای تصویری صوتی هر صحنه از گزارش تدوین شده، یادداشت می‌شود.

● متن را از روی نمانامه بنویسید.

● متن گفتار را ضبط کنید. اگر فرصتی باقی است تمرین کنید تا مطمئن شوید که کلمات برای تصاویر مناسب هستند. اگر هرگونه اصلاحی لازم باشد، تغییردادن متن آسانتر از تصاویر است.

1. Shot - list

2. Shot - listing

مثالی از نمانامه‌نویسی

دو تن از شخصیت‌های مشهور یکی از سریالهای داستانی پرطرفدار که با هم ازدواج کرده‌اند، در زندگی واقعی هم زن و شوهر هستند. آنها به تازگی صاحب اولین کودک خود شده‌اند. جمعیت زیادی از طرفداران انتظار می‌کشند تا شاهد بردن بچه به منزل باشند و واحد خبر نیز یک گزارشگر را به منظور تهیهٔ گزارش کوتاهی از این واقعهٔ مسرت‌بخش اعزام می‌کند.

در ایستگاه، تدوینگر و گزارشگر سه مرحلهٔ اول از مراحل ششگانه تدوین و نگارش متن برای گزارش را تکمیل می‌کنند.

تدوینگر، شمارشگر دستگاه ویدئو خود را روی صفر تنظیم می‌کند. در پایان اولین قسمت تدوین شدهٔ دستگاه را متوقف می‌کند تا نویسنده بتواند در انتهای نمای اول، زمان (فرض کنید سه‌ثانیه) و همهٔ محتویات صحنه را یادداشت کند.

«نمای درشت»[1] از ورودی بیمارستان

دستگاه مجدداً به راه انداخته می‌شود و تصاویر تا پایان نمای بعدی به نمایش در می‌آید. نمایش چهارثانیه طول می‌کشد. گزارشگر جزئیات و زمان کل را یادداشت می‌کند:

Zoom - out به «نمای عمومی»[2] از جمعیت خوشحال در جلوی ساختمان ۷ثانیه

این روند تا پایان‌یافتن تدوین گزارش ادامه می‌یابد؛ یعنی تا وقتی که «نمانامه» نهایی شبیه زیر شود: «نمای درشت» از ورودی بیمارستان ۳ثانیه

Zoom - out به «نمای عمومی» از جمعیت خوشحال در جلوی ساختمان ۷ثانیه

«نمای متوسط»[3] آقا و خانم هنرپیشه با نوزاد خود ظاهر می‌شوند، همزمان با هوراکشیدن جمعیت لبخند می‌زنند و برای آنها دست تکان می‌دهند. ۱۳ثانیه

«نمای بین درشت و متوسط»[4] خانم هنرپیشه در حالی که نوزاد را در آغوش گرفته است. ۱۷ثانیه

«نمای عمومی» پرستاران حاضر در بالکن لبخند می‌زنند و دست تکان می‌دهند. ۲۰ثانیه

«نمای متوسط» رسیدن اتومبیل به ورودی بیمارستان ۲۲ثانیه

به دختر کوچکی اجازه داده می‌شود تا از میان جمعیت بگذرد و دسته‌های گل را به خانم هنرپیشه هدیه کند. ۲۶ثانیه

«نمای متوسط» از دختر که به میان جمعیت برمی‌گردد. ۳۲ثانیه

«نمای متوسط درشت و متوسط» از خانم هنرپیشه که دست تکان می‌دهد. ۳۷ثانیه

«نمای متوسط» خانم و آقا در حالی که سوار اتومبیل می‌شوند. ۴۱ثانیه

«نمای عمومی» و *Pan* اتومبیل به راست می‌پیچد و محوطه را ترک می‌کند. ۴۵ثانیه

1. Close - up
2. Long Shot
3. Medium Shot
4. Medium Close - up

استفاده از نمانامه

به محض تکمیل نمانامه، سعی کنید کار نگارش را آغاز کنید تا تصویری که از گزارش تدوین شده در ذهن خود دارید، محو نشود. در روی برگهٔ خط کشی شده، به ازای هر ثانیه سه لغت (معادل یک ثانیه از متن) اختصاص دهید و یا همین را به شکل برنامه به کامپیوتر بسپارید. در نهایت تعجب گاهی به سادگی با نوشتن مطالبی معادل ۳۰ تا ۴۰ ثانیه از یک متن بر روی کاغذ، رشتهٔ کار از دستتان در می‌رود.

همچنان که پیش می‌روید وقت خود را با صیقل‌دادن به نوشتهٔ خود تلف نکنید. با حداکثر سرعت متن خبری را در شکل کلی تکمیل کنید. معمولاً اندیشه‌های نخستین بهتر از همه از آب درمی‌آیند. در هر حال ممکن است وقت کافی برای ظرافت کاری نداشته باشید.

نیازی نیست که همواره گفتار خود را از نمای اول شروع کنید، به خصوص اگر از آن دسته نویسندگانی هستید که در معرض عارضه «رکود نویسندگی»[1] قرار دارند. هر صحنه‌ای که به‌نظرتان کلیدی می‌رسد انتخاب کنید، مثلاً در مثال ما، ۲۲ ثانیه‌ای را که طرفدار جوان دستهٔ گل را به خانم هنرپیشه می‌دهد، انتخاب کنید و در مورد آن شروع به نوشتن کنید، پس از گذشتن از اولین مانع، بقیهٔ متن سر جای خود قرار می‌گیرد.

اشتباهات مرسوم

● اشتباه اول این است که تلاش کنید لغاتی بیشتر و به میزانی بیش از مدتی که تصاویر اجازه می‌دهند. در متن بگنجانید. اگر قرار باشد کلمات مفهوم را برسانند، با توجه به قانون سه کلمه برای هر ثانیه، ۴۵ ثانیه فعالیتهای خانم و آقای هنرپیشه با ۱۳۵ کلمه پوشش داده می‌شود. هر چند هم لغات زیاد باشند، در هر حال تصاویر تمام خواهند شد. بگذارید تصاویر نفس بکشند. اغلب بهترین متن آن متنی است که کلمات کمتری داشته باشد.

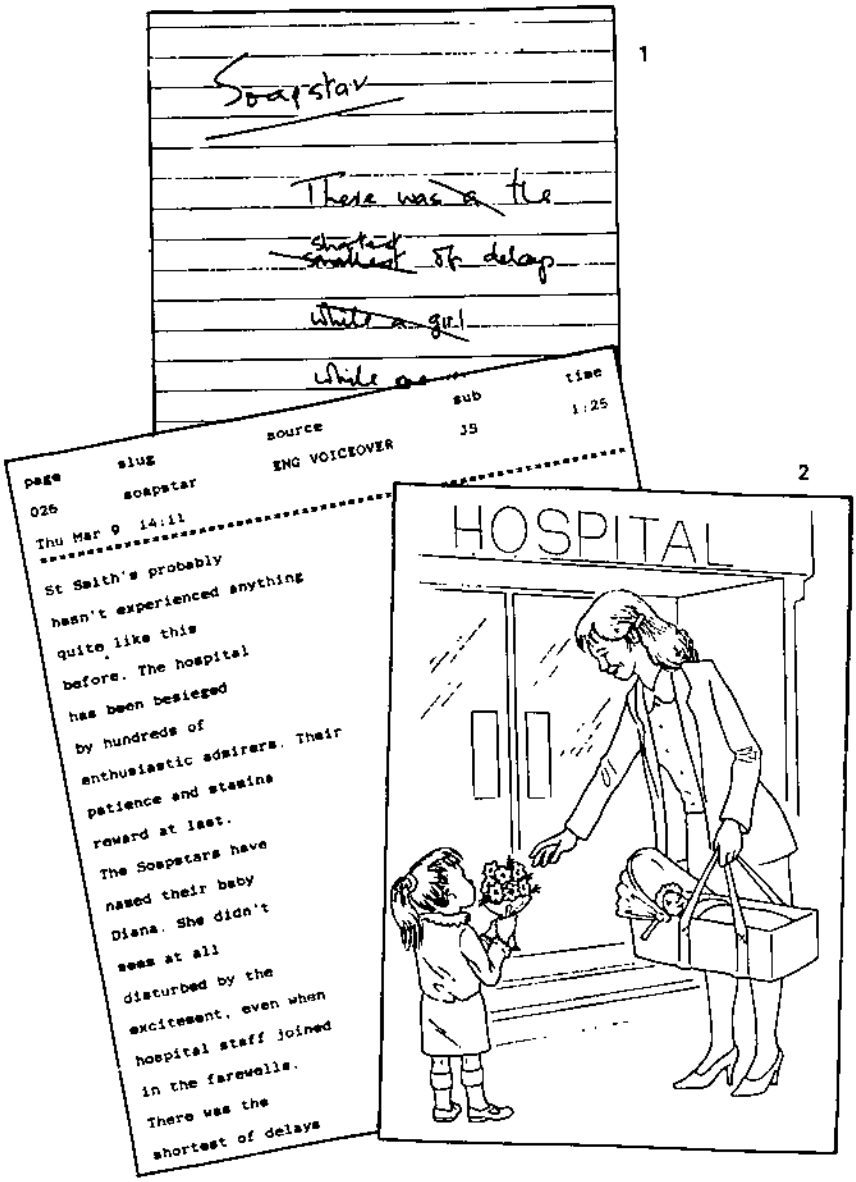
---

1. Writer's Block

● اشتباه دوم، نوشتن مطلب بدون توجه دقیق به محتوای تصاویر است. در عوض به‌طور مفصل به مکانها، مردم و یا وقایعی اشاره می‌شود که نشان داده نمی‌شوند. این امر تماشاگر را تحریک می‌کند، زیرا وی عادت کرده است هر آنچه را که گفته می‌شود ببیند. در مورد صدا نیز وضع به همین ترتیب است. اگر لازم است مطلبی گفته شود که قابل نشان‌دادن نیست، باید به‌صورت غیرمستقیم و به نحوی به آن اشاره شود که توجه مخاطب به سوی چیزی که در گزارش وجود ندارد، جلب نشود.

● اشتباه سوم، تولید محصولی است که عملاً شبیه مجموعه‌ای از چند زیرنویس باشد و دقیقاً چیزی را توضیح می‌دهد که مخاطب خود می‌تواند ببیند. جملات خیلی طولانی و شیوهٔ نگارش خشک، بیشتر مناسب صفحات روزنامه است. بگذارید تصاویر و کلمات به‌طور محسوس و ظریف مخاطب را «لمس» کنند. توضیح واضحات ندهید، تنها به شرح وقایع روی صحنه نپردازید. سعی کنید طول جملات با هم فرق داشته باشند تا به گوش شنونده مصنوعی جلوه نکند.

● اشتباه چهارم، بی‌توجهی به صحت کلام است. مثلاً اگر دربارهٔ تعداد سواری‌های یک خیابان می‌نویسید نما باید خودروهای سواری را نشان دهد و نه عمدتاً اتوبوس‌ها و یا خودروهای بارکش را. اگر مطمئن نیستید، از لغات کلی استفاده کنید. در مورد مثال، کلمهٔ ترافیک، همه چیز از دوچرخه گرفته تا کامیون‌های غول‌پیکر را شامل می‌شود.



شیوه نوشتن متن برای تصاویر

معادل یک‌ثانیه از متن (سه لغت) را روی هر سطر از برگهٔ یادداشت (ترجیحاً خط در میان) و یا صفحهٔ کامپیوتر بنویسید (۱) مطالب در این روش نسبت به زمانی که کلمات به‌صورت ممتد روی خط نوشته شوند، کمتر فراموش می‌شوند. نوشتن را از یک نمای کلیدی آغاز کنید (۲). بقیه متن را می‌توان به سادگی در جای خود قرار داد.

نمونهٔ متن: فرزند هنرپیشه به خانه می‌رود

نمونه‌ای از هنر نگارندهٔ متن: نمونه‌ای معمول و ساده که اگرچه ویژگی بخصوصی ندارد، ولی همهٔ قواعد در آن رعایت شده است. بویژه، به دو نکته باید دقت کرد: (۱) کلمات مکمل تصاویر هستند و نه در رقابت با آنها. و هم‌چنین آنچه را که تماشاگر خود می‌تواند ببیند، توصیف نمی‌کنند(۲). گاهی طول جملات با هم متفاوت است و گاهی اوقات از محدودهٔ یک نما تجاوز می‌کنند.

مقدمه‌گویندهٔ خبر:

تازه‌ترین عضو خانوادهٔ هنرپیشه در پنج روزگی برای اولین بار در حضور عموم ظاهر می‌شود.

شمارهٔ نما	تفسیر	زمان کل (ثانیه)
۱ -«نمای درشت» ورودی بیمارستان	تاکنون بیمارستان *St Smith*	۱ - ۰
«توصیف صحنه»	چنین واقعه‌ای را	۲
	به خود ندیده...	۳
۲ - *Zoom - Out* به نمای عمودی از	...است. بیمارستان با	۴
جمیعت خوشحال در جلوی	صدها طرفدار مشتاق	۵
ساختمان (در حقیقت پایان	اشغال شده است	۶
نمای اول)	آنها بالاخره پاداش	۷
۳ -«نمای متوسط» آقا و خانم	صبر و تحمل خود را	۸
هنرپیشه که با کودک خود	را دریافت می‌کنند.	۹
ظاهر می‌شوند و در حالت	(هورا)	۱۰
ایستاده لبخند می‌زنند و دست	(هورا)	۱۱
تکان می‌دهند	هنرپیشه‌ها نام نوزاد	۱۲
(بدون متن)	خود را دیانا	۱۳
۴ - «نمای بین متوسط تا درشت»	گذاشته‌اند. ولی او	۱۴
خانم هنرپیشه که کودک	به‌نظر نمی‌رسد که	۱۵
را در آغوش دارد (نام	از این شور و	۱۶
کودک تا زمانی که درنما قرار گیرد	هیجان آشفته شده	۱۷
ذکر نمی‌شود)		
۵ - «نمای عمومی» از پرستاران	باشد. حتی زمانی که	۱۸
که از بالکن لبخند می‌زنند.	کارکنان بیمارستان به	۱۹
	مشایعین می‌پیوندند. اندک	۲۰

شمارهٔنما	تفسیر	زمان‌کل(ثانیه)
٦-«نمای متوسط» در ضمنی که	زمانی بعد به یکی	۲۱
به دختر کوچک اجازهٔ عبور	از طرفداران نوجوان	۲۲
از میان جمعیت و اهداء	اجازه داده می‌شود	۲۳
گل داده می‌شود؛ اتومبیل	تا از میان جمعیت	۲۴
به ورودی بیمارستان می‌رسد	بگذرد تا قبل از	۲۵
(بهترین زمان)	آنکه آنها بیمارستان	۲٦
۷-«نمای متوسط» دختر به	را ترک کنند، علاقهٔ	۲۷
جای خود در میان	خود را ابراز	۲۸
جمعیت برمی‌گردد (تفسیر	کند.	۲۹
برای مدت سه ثانیه	(فقط صدا)	۳۰
مکث می‌کند)	(فقط صدا)	۳۱
	(فقط صدا)	۳۲
۸-«نمای بین متوسط تا درشت»	برای خانم هنرپیشه	۳۳
از خانم هنرپیشه که دست	نقش جدید مادر	۳۴
تکان می‌دهد(لحظه‌ای که باید	بودن روی زندگی	۳۵
جزییات بیشتری در مورد	حرفه‌ای وی تأثیری	۳٦
وی افزود)	نخواهد گذاشت. ماه...	۳۷
۹-«نمای متوسط» خانم و	آینده خانم و آقا	۳۸
آقای هنرپیشه که سوار	قطعه جدیدی را برای	۳۹
اتومبیل می‌شوند (تا زمانی که	یک نمایش موزیکال	۴۰
هر دو در نما قرار نگیرند؛ به	تمرین می‌کنند. پس	۴۱
هنرپیشهٔ مرد اشاره نمی‌شود)		
۱۰-«نمای عمومی» و حرکت	تا اینجا جایی برای	۴۲
Pan دوربین، اتومبیل محوطه	دیانا وجود ندارد.	۴۳
را ترک می‌کند .(متن با	(فقط صدا)	۴۴
ثابت شدن تصویر روی نوزاد	(فقط صدا)	۴۵
تمام می‌شود. پیش از پایان تصاویر		
دوثانیه وقت باقی می‌ماند).		

همهٔ گروههای تصویربرداری در زمینهٔ گزارشهای خبری تجربه ندارند.

معرفی گروه تصویربرداری

برنامه «اخبار» از تصویربردارانی که در کنار گزارشگر فعالیت می‌کنند، انتظارات خاصی دارد از جمله توانایی فکر، عمل و کار سریع، بنیه‌بدنی، حداقل شناخت از تصاویری که برای تحریریه دارای ارزش است و پذیرش یک رویه غیرپیچیده و ساده، در هنر تصویربرداری.

به‌علاوه، گروه می‌داند که در کوران رقابتهای مستمر در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، شبکه‌ای و یا بین‌المللی قرار دارد. گروه و گزارشگر همه روزه با نتایجی که به‌دست آورده‌اند، یعنی تصاویری که تهیه کرده‌اند و یا نکرده‌اند (و یا گزارشی که در پس تصاویر نهفته است)، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

کارکنان رسمی در مقابل کارکنان آزاد

سازمان‌های خبری بزرگ بین‌المللی می‌توانند برای پوشش سراسر دنیا، گروههای تصویربرداری رسمی خود را به خدمت بگیرند. سازمانهایی که توان چنین کاری را ندارند، مجبور هستند تا با سایر بخشهای سازمان شریک شوند که خود در صورتی که اخبار در اولویت نباشد، عوارضی همچون تأخیر و کیفیت نامشخصی را به‌دنبال دارد. روشهای دیگر عبارتند از به خدمت‌گرفتن گروههای غیررسمی که روزانه یا پروژه‌ای با آنها قرارداد بسته می‌شود و یا افرادی به‌صورت پراکنده از میان تکنسین‌ها و تهیه‌کنندگان انتخاب می‌شوند و گروه‌های موقتی را تشکیل می‌دهند. بنابراین اگرچه در بالاترین سطوح، گروه تصویربرداری از افراد با معلومات و متخصصی تشکیل شده است، ولی این امر همیشه بدین معنی نیست که گروه فنی در مورد چگونگی تهیهٔ گزارش چیزی بیش از یک گزارشگر بی‌تجربه می‌داند.

تعداد افراد گروه تصویربرداری

برخلاف تعداد افرادی که گروه‌های دست‌اندرکار فعالیتهای نمایشی را تشکیل می‌دهند، در «اخبار»، گروه تصویربرداری بدون احتساب گزارشگر و یا تهیه‌کننده، از سه نفر تجاوز نمی‌کند.البته

یکی از دلایل کوچک بودن گروه، هزینه آن است ولی دلیل مهمتر این است که گروه خبر باید بتواند سبک بار سفر کند و در شرایط فشار، عملکردی سریع داشته باشد، در چنین شرایطی، تعداد زیاد افراد به یک عامل دست و پاگیر تبدیل می‌شود.

«گروه یک نفره»[1]

در سالهای اخیر تلاشهایی صورت گرفته است تا با به‌کارگیری تجهیزات بهتر که استفاده از آنها راحت‌تر است، تعداد افراد گروه باز هم کاهش یابند. تمایل روزافزون به استفاده از یک متصدی واحد برای دوربین، صدا و نور به سرویس‌های خبری کم‌بضاعت محدود نمی‌شود، زیرا انعطاف‌پذیری در برنامه‌ریزی برای کار، سرعت و تحرک، همگی از جاذبه‌های آشکار گروه‌های کوچک هستند. به‌نظر می‌رسد که ایدهٔ تبادل‌پذیرکردن وظایف و تجهیز افراد به دوربین تا حد زیادی بیم‌هایی را که در مورد تأثیرات این اقدام بر وضعیت اشتغال ابراز می‌شد از بین برده است.

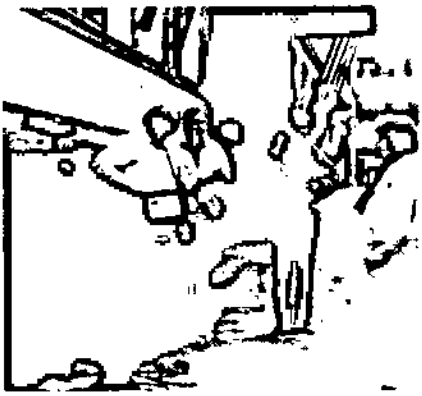
به رغم امتیازات آشکاری که گروه یک نفره دارد، باید به هشداری که در این زمینه داده می‌شود توجه کرد. اگرچه لزوم وجود گروه یک نفره (که بدون استثناء از مردان تشکیل می‌شود) در مناطق دورافتاده واقعیتی غیرقابل انکار به‌شمار می‌رود، ولی صرفهٔ اقتصادی آن در قیاس با کیفیت پایین کار، ناچیز است.

1. Single Crewing

اندازه دوربین کاهش می‌یابد

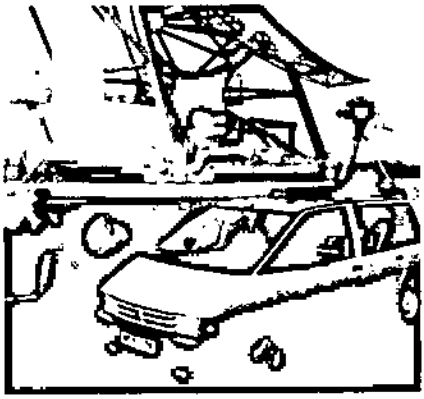
- طی بیش از بیست سال چه در جنگ و چه در صلح، دوربین مجهز به فیلم ۱۶ میلی‌متری در برنامه‌های خبری تلویزیون ابزار اصلی و همه‌کاره بوده است. در محفظهٔ فیلم دوربین، ۴۰۰ فوت فیلم ناطق وجود داشت که در ابتدا سیاه و سفید بود و بعدها رنگی شد.

- خبریابی الکترونیکی. «انقلاب سبک وزن» که در اواسط دههٔ ۱۹۷۰ به‌وقوع پیوست، منجر به پیدایش فیلم ویدئویی $\frac{3}{4}$ اینچی شد که داخل یک کاست فشرده جاسازی شده بود. بدین ترتیب به جای صرف وقت برای ظهور فیلم، امکان نمایش فوری امکان‌پذیر شد.



- در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ قالب نیم‌اینچی آن پیدا شد. به کمک واحدهای جدا از هم و یا ترکیبی دوربین - ضبط، می‌توان به تصاویر عالی و کیفیت خوب صدا دست یافت.

برخی از آنها دارای تجهیزات لازم جهت استفاده در منزل هستند. در اینجا روی صرفه‌جویی و تحرک آنها تأکید می‌شود و در محل‌هایی غیر از استودیو، امکانات ضبط و تدوین را در اختیار گروه قرار می‌دهد.



معرفی گروه تصویربرداری به تفکیک مسئولیت

وظایفی که اعضای یک گروه تصویربرداری معمولی بر عهده دارند، به دو بخش عمده تقسیم می‌شود: تصویر و صدا. جزء سوم یعنی نور مصنوعی، همیشه ضروری نیست ولی در صورت لزوم، گروه یا یک تکنسین دیگر یا با استفاده از تجهیزات محدود قابل حمل، آن را فراهم می‌کند.

دوربین

در اخبار، فردی که «متصدی دوربین»[1] است باتجربه‌تر و ارشد از فرد دوم گروه دونفره به شمار می‌رود. مسئولیتهای وی شامل سوارکردن دوربین، «ترکیب‌کردن تصاویر»[2] و تصویربرداری از صحنه است. متصدیان باتجربه دوربین به جهت آگاه‌بودن از امور تحریری که در طی مأموریتهای فراوان به دست آورده‌اند، مورد احترام هستند و اگرچه به‌طور رسمی، مسئولیت بر عهدهٔ گزارشگر است ولی اگر فردی منطقی باشید، همواره به پندهایی که آنها می‌دهند، گوش می‌کنید.

صدا

صدابردار، مسئول کار با دستگاه ضبط صدا است که یک دست‌بودن صداهای ضبط شده را تضمین و برای هر کاری میکروفون متناسب با آن را انتخاب می‌کند. با پیدایش صدای استریو، وظایف صدابردار دشوارتر شده و دامنهٔ تخصص فنی وی نیز افزایش یافته است؛ به نحوی که حفظ و نگهداری وسایل در درجهٔ اول به وی واگذار شده است. برای کمک به صدابردار در جهت پیشرفت وی، ممکن است تحت شرایط خاص و با نظارت دیگران اجازه کار با دوربین به او داده شود. احتمالاً در آینده که گروه‌های چندنفره جمع‌آوری خواهند شد، صدابرداران بیشترین فایده را از یک‌نفره کردن گروه‌ها و یا اشتراکی‌کردن آنها خواهند برد.

---

1. Camera Operator / Photographer
2. Composing The Picture

نور

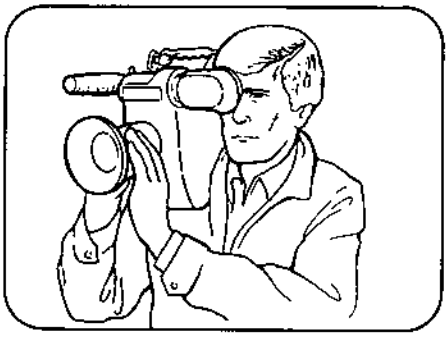
دستیاران نور (برقکاران) احتمالاً مستقل از سایر اعضای تیم کار می‌کنند. تجهیزات آنها شامل چراغهای دستی بدون پایه و قابل حمل است. این چراغها می‌توانند نور لازم جهت تصویربرداری در فضای بسته یا مکانهای باز با نور کم را فراهم کنند. همچنان که هر نسل جدید از عدسی‌ها نسبت به گذشته به لحاظ تنوع در کاربرد و حساسیت به نور، پیشرفته‌تر می‌شوند، نیاز کمتری به نور مجزا پیدا می‌شود.

رسیدن به محل مأموریت

در هر گروه، متصدی دوربین و صدابردار به‌عنوان اعضای یک گروه همکاری نزدیکی با یکدیگر دارند و معمولاً وسیلهٔ نقلیه آنها جدا است. بتدریج خودروهای کوچک آنها جای خود را به وسایل نقلیه بسیار بزرگی می‌دهند که می‌توانند گزارشها را به‌طور مستقیم از محل مخابره کنند. برخی از سازمان‌ها یک گام فراتر رفته‌اند و گروه تصویربرداری و گزارشگری و تدوینگری را به همراه امکانات مخابراتی در یک واحد سیار گنجانده‌اند.

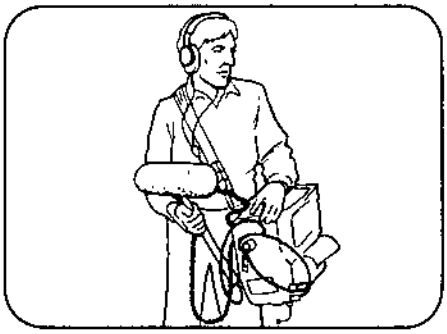
تصویربردار

تصاویر را ترکیب می‌کند، از صحنه تصویربرداری می‌کند و گزارشگر را راهنمایی می‌کند.



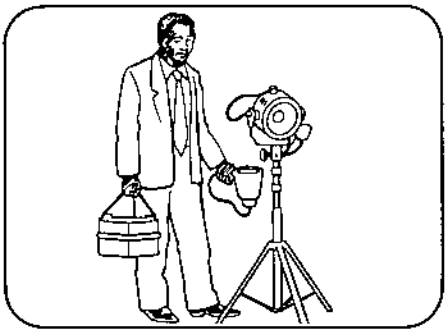
صدابردار

با دستگاه ضبط صدا کار می‌کند، میکروفون را انتخاب می‌کند. تجهیزات گروه را نگهداری می‌کند.



نورپرداز

در مناطق کم نور چراغها را برپا می‌کند. منبع نیروی برق را پیدا می‌کند.



اهمیت تصویربردار

با وجود مهم بودن مهارتهای همهٔ اعضای گروه پشتیبانی فنی که هر یک به نوعی گزارشگر را در کار خود یاری می‌دهند، مهارت‌های یکی از این همکاران جلوهٔ بیشتری دارد: هر کس که متصدی دوربین باشد، حد فاصل شما، ایده‌های شما و اجرای آنها قرار می‌گیرد.

جای سؤال است که چرا ژورنالیسم تلویزیون چنین قدرتی را در دستان یک غیرژورنالیست متمرکز می‌کند. هر مضمونی به گزارشگر منتسب می‌شود و هر انتقادی متوجه او می‌گردد، ولی در کمال تعجب به تصویربردار که در واقع با انتخاب تصاویر نوعی نقش ویرایشی هم دارد، هیچ توجهی نمی‌شود. در ژورنالیسم رادیویی و مطبوعاتی قضیه کاملاً فرق می‌کند و تکنسین‌ها هیچ نقشی در امور تحریری ندارند و تا زمان پایان‌یافتن کار گزارشگر همکاری آنها به حساب نمی‌آید.

بنابراین جای بحث است که آیا اصولاً گزارشگر تلویزیون می‌تواند بهتر از آن حدی که دوربین اجازه می‌دهد، وظیفهٔ خود را انجام دهد. شکی نیست که این نقش بسیار مهم است و خلق‌وخو و توانایی‌های کسانی که مأمور تصویربرداری می‌شوند می‌تواند بر مراحل اولیهٔ کار شما تأثیر سازنده و یا مخرب داشته باشد؛ با دیدن نحوه اجرای وظایف همکارانتان، می‌توانید چیزهای زیادی در مورد شغل خود فرابگیرید.

درباره محتوای گزارش بحث کنید

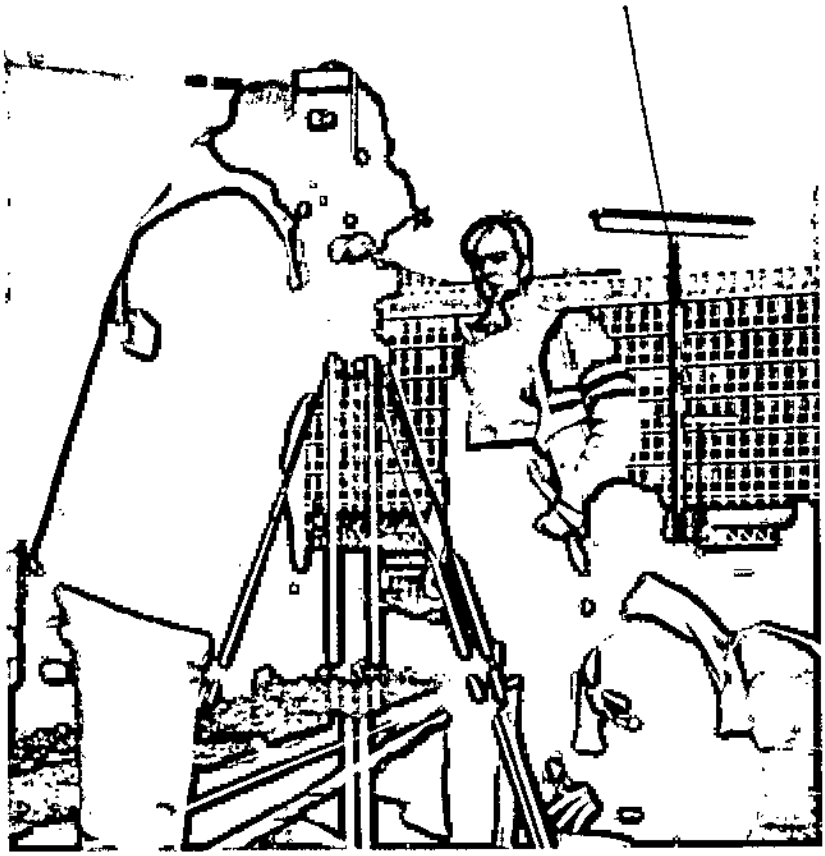
سعی کنید از همان آغاز رابطهٔ خوبی با دیگران برقرار کنید. عادت کنید که درباره شکل و محتوای پیشنهادی گزارش خود پیش از شروع کار بحث کنید. به ویژه اگر هنوز کم‌تجربه هستید، از تجربه، راهنمایی و ایده‌های دیگران استفاده کنید. اعتماد کنید. به‌ندرت شما را مأیوس خواهند کرد: غرور حرفه‌ای تصویربرداران موجب می‌شود تا بگویند «ناکامی گزارشگر، ناکامی ما است».

در هر حال همیشه از شما هر چند هم که بی‌تجربه باشید، انتظار می‌رود که رهبری گروه را در دست بگیرید، بنابراین ممکن است برقراری ارتباط کار دشواری باشد. گاهی اوقات لازم است با وجود یک پیشنهاد بهتر، روی عقیدهٔ خود پافشاری کنید. ولی اگر سرتان به سنگ خورد، با بزرگ‌منشی اشتباه خود را بپذیرید.

حساسیت‌ها

دانستن این نکته مهم است که حساسیت‌های حرفه‌ای دیگران را نباید نادیده گرفت. مثلاً هرگز سعی نکنید «نقش کارگردان را بازی کنید». زیرا این کار علاوه بر اتلاف وقت، عملی متظاهرانه است. چون ژورنالیسم تلویزیونی، ارتباطی به تکنیک فیلم‌های سینمایی ندارد. صبر کنید تا از شما دعوت کنند که بعد از ترکیب تماها، صحنه را تماشا کنید. اگر از شما دعوت می‌کنند، این فرصت را نباید دست کم بگیرید.

نکتهٔ آخر اینکه به خاطر داشته باشید که تصویربردار علاوه بر لیست خودش، باید ضرب‌الاجل‌ها و فرآیند تدوین را هم در ذهن داشته باشد. لذا حتی در مورد اخبار صرف هم چیزی کمتر از یک کار دقیق و بی‌نقص از تصویربردار انتظار نداشته باشید.



اهمیت تصویربرداران

گزارشگر تلویزیون عضوی از یک گروه است، بنابراین از تجربیات همکاران خود نهایت استفاده را ببرید. تصویربردارانی که به کار خود افتخار می‌کنند، از انتقال تجربیات خود به گزارشگران جوان خوشحال می‌شوند و نهایت سعی خود را به خرج می‌دهند تا موفقیت محصول نهایی، تضمین شود ولی برای تکبر و اتکا به نفس بیش از اندازه، هیچ احترامی قایل نیستند.

دوربین

دستگاه تصویربرداری از زمانی که از دوربین ۳۵ میلی‌متری شبیه به دوربین‌های مورد استفاده در فیلم‌سازی برای تهیهٔ «فیلم خبری»[۱] استفاده شد تا به امروز، راه درازی پیموده است. در ابتدا استفاده از دوربین‌های ۱۶ میلی‌متری (که در وهلهٔ اول دوربین آماتوری به شمار می‌رفت) سبک‌تر و با تحرک بیشتر، متداول شد. این دوربین‌ها از صدای مغناطیسی، ظهور سریعتر و تکنیک‌های پیشرفته تدوین هم سود می‌بردند. بیست سال بعد و در اواخر دههٔ ۱۹۷۰، انقلابی دیگر پدید آمد که فیلم را عملاً حذف کرد و به جای آن نوار ویدئویی که قابلیت استفادهٔ مجدد و نمایش فوری را داشت، جایگزین آن کرد. پس‌لرزه‌های این انقلاب هنوز هم احساس می‌شوند. تحولات دنیای الکترونیک و فن‌آوری کامپیوتری که پیشگام حرکت به‌سوی تولید دوربین‌ها و نوارهای کوچکتر و سبک‌تر هستند و به همان اندازه کیفیت صدا و تصویر را هم ارتقاء می‌دهند، مؤید همین نکته است.

(دستگاه) خبریابی الکترونیکی

«ENG»[۲] نامی است که عموماً برای دستگاه ویدئویی سبک وزن مورد استفاده در اخبار، به کار برده می‌شود. اگرچه از عناوینی دیگر همچون «ژورنالیسم الکترونیکی»[۳] (EG) و «دوربین انفرادی قابل حمل»[۴] (PSC) نیز استفاده می‌کنند.

ENG به هر شکلی که باشد، از دوربینی به وزن چند پوند یا کیلوگرم و یک دستگاه ویدئو تشکیل شده است که دستگاه اخیر در واقع ابزاری است که صدا و تصویر را ضبط می‌کند. در برخی از مدلها هر دو عملیات روی یک دستگاه واحد «دوربین - ضبط»[۵] انجام می‌شود.

اولین دستگاه ENG که به‌طور وسیع مورد استفاده قرار گرفت، مجهز به نوارهای $\frac{۳}{۴}$ اینچی (۱۹

---

1 Newsreel

2. Electronic News Gathering (ENG)

3. Electronic Journalism (EJ)

4. Portable Single Camera (PSC)

5. Camcorder

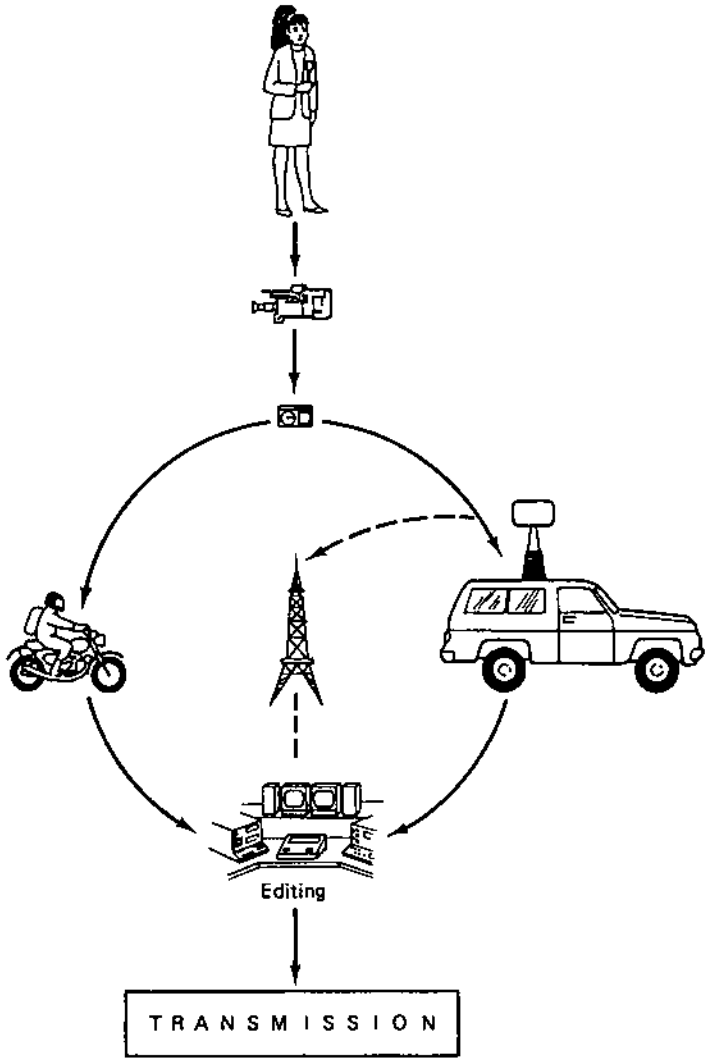
میلی‌متری) بود ولی بتدریج جای خود را به سیستم «بتاکم» [1] (ساخت شرکت سونی ژاپن با نوار نیم‌اینچی یا ۱۲/۵ میلی‌متری) داده است. انواع اولیهٔ بتاکم نیز به تدریج جای خود را به «SP» Betacam می‌دهند و هم اینک سازمان‌های خبری تلویزیونی در اقصی نقاط جهان با شتاب هرچه تمامتر به آن روی می‌آورند. اگرچه نوار را در هر اندازه‌ای که باشد می‌توان با روش الکترونیکی به نوار دیگر منتقل کرد ولی روی‌آوردن به بتاکم مستلزم سرمایه‌گذاری وسیعی است.

پیشرفت‌های فنی برای آن دسته از سرویس‌های خبری که هم به جنبهٔ اقتصادی و هم به معیارهای فنی بالا توجه دارند، امکان استفادهٔ حرفه‌ای از سیستم ویدئویی خانگی نیم‌اینچی VHS را فراهم کرده است.

مزایای ENG

مزیت اصلی ENG که در اخبار مورد توجه است، سرعت بالای آن است زیرا نیازی به طی مرحلهٔ وقت‌گیر ظهور ندارد. هم چنین انعطاف‌پذیری آن بسیار بالا است. کاست ویدئو را می‌توان بیرون آورد، آن را برای ارسال و تدوین به ایستگاه فرستاد و یا سیگنال‌ها را مستقیماً به ایستگاه و یا یک رابط مایکروویو مخابره کرد و یا آنها را همزمان به‌صورت زنده مخابره و یا ضبط کرد. نوار، ارزان و قابل استفاده مجدد است. صدا و تصویر را می‌توان بدون تغییر محسوس در کیفیت آن از نواری به نوار دیگر انتقال داد. مواد خامی که به روش الکترونیکی تدوین می‌شوند، در واقع هرگز برش داده نمی‌شوند و در نتیجه نسخهٔ اولیه دست نخورده باقی می‌ماند.

1. Betacam



مزایای ENG

ویژگی دستگاه دوربین - ضبط، سرعت و قابلیت انعطاف است. می‌توان صدا و تصویر را روی یک نوار ضبط کرد و آن را با دست به ایستگاه برد و یا از طریق مایکروویو مستقیماً به منازل و یا یک مکان واسطه‌ای فرستاد. در صورت لزوم به کمک ماهواره امکان ارسال زنده نیز وجود دارد.

نگذارید میکروفون «استیک» تکان بخورد.

صدا

دستگاه «دوربین - ضبط» به میکروفونی مجهز است که روی قسمت فوقانی تنهٔ دوربین نصب شده است و صدا را از همان جهتی که دوربین روی آن تنظیم شده است، ضبط می‌کند. در برخی مدلها، گزارشگر یا یک عضو دیگر گروه می‌تواند آن را از جای خود جدا کند و در دست بگیرد. در دیگر سیستم‌های ENG سیم‌هایی وجود دارد که به دستگاه ضبط متصل شده‌اند، در نتیجه بسته به شرایط و محل کار، می‌توان انواع میکروفون‌ها را به آن متصل کرد.

در اخبار، از چهار نوع میکروفون زیر استفاده می‌شود:

«میکروفون شخصی»[1]

سبک و جمع و جور است و بویژه، مناسب گزارشگران و مصاحبه‌شوندگان است. میکروفون شخصی، حداقل دو نوع دارد. یکی متصل به بندی است که دور گردن آویخته می‌شود و دیگری را (که «میکروفون یقه‌ای» [2] هم نام دارد) می‌توان مستقیماً به لباس وصل کرد. هر دو در ارتفاع سینه قرار می‌گیرند و بدین ترتیب صدای عقب صحنه ضبط نمی‌شوند. در هر دو نوع، می‌توان سیم رابط را، به راحتی پنهان کرد.

«میکروفون جهتی»[3]

گاهی به آن میکروفون تفنگی هم گفته می‌شود و توسط صدابردار در مقابل گوینده گرفته شود. به شکل استوانه‌ای طویل و باریک است. و معمولاً پوششی از یک تیغهٔ فلزی دارد که آن را از سروصدای باد حفظ می‌کند. این میکروفون صدا را از زاویه باریک و از مسافت‌های دور جمع‌آوری می‌کند. عیب این نوع شکل زشت تفنگ مانند آن است که در برخی شرایط بسیار خطرناک است. مشکل دیگر این است که صدابردار میل دارد آن را وارد نما کند.

---

1. Personal Microphone
2. Lapel Microphone
3. Directional Microphone

میکروفون استیک[۱]

ساده‌ترین نوعی است که در کیف صدابردار یافت می‌شود. گزارشگرانی که «گزارش تلویزیونی»[۲] انجام می‌دهند، خیلی از آن استفاده می‌کنند. سوارکردن آن ساده و در بیشتر موارد قابل‌استفاده است. به هنگام مصاحبه، باید در حالی که آن را از نزدیکی قسمت سر محکم گرفته‌اید، به آرامی جلو مصاحبه‌شونده قرار دهید و هرگز آن را با شدت به جلو نرانید.

«میکروفون بی‌سیم»[۳]

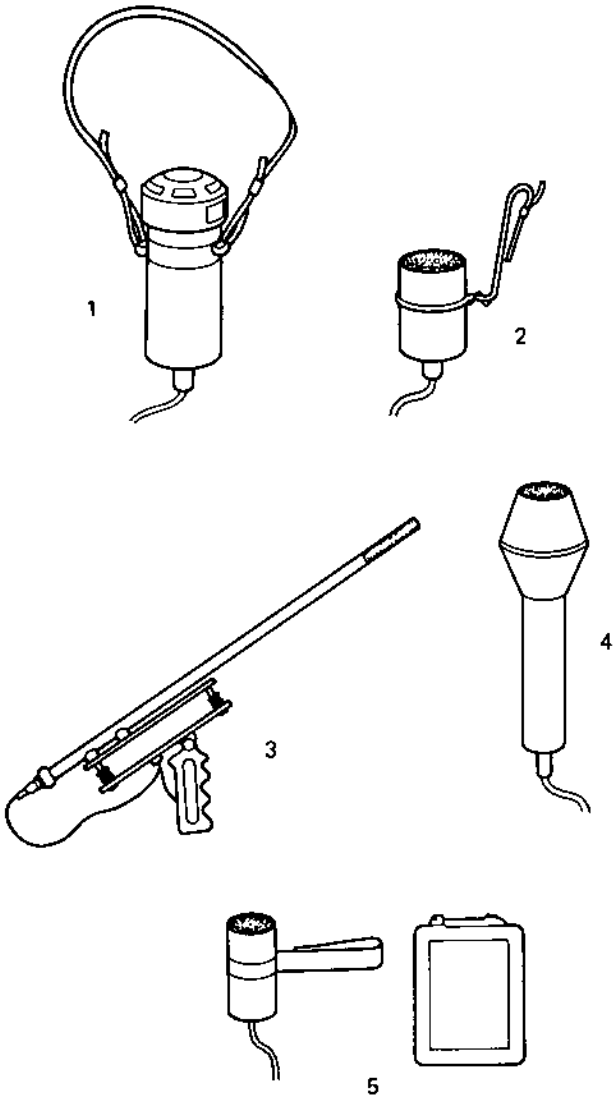
امتیاز این نوع میکروفون این است که به سیم رابط دوربین نیاز ندارد. این دستگاه از یک میکروفون شخصی و یک فرستنده کوچک که در جیب قرار می‌گیرد، تشکیل شده است. امکان می‌دهد تا صدای شما صدها متر منتقل شود. چنانچه زیاد از آن استفاده نشود، کارایی بسیار خوبی خواهد داشت.

انواع دیگر میکروفون

از اینها بیشتر در استودیو استفاده می‌شود تا محل. میکروفون‌های پایه‌دار کیفیت خیلی خوبی به صدا می‌دهند ولی این کیفیت با دیده‌شدن آنها در نما همراه است و «میکروفون‌های دسته‌بلند»[۴] (میکروفون‌های جهتی) سایه‌های نامطلوبی ایجاد می‌کنند.

---

1. Stick Microphone
2. Stand - up
3. Radio Microphone
4. Boom Microphones



انواع میکروفون‌ها

میکروفون‌های شخصی دو نوع دارند، یکی دارای بندی است که دور گردن انداخته می‌شود. (۱) دیگری به لباس وصل می‌شود (۲). میکروفون‌های جهتی (۳) ظاهری شبیه تفنگ دارند. میکروفون استیک (۴) چند منظوره است و به سرعت جهت استفاده آماده می‌شود، در حالی که میکروفون بی‌سیم (۵) دو قسمت دارد: یک میکروفون شخصی و یک فرستنده بسیار کوچک.

این تکنیک را از همه بهتر یاد بگیرید.

«گزارش رو به دوربین»[1]

گزارش کوتاه تلویزیونی همواره به‌عنوان یکی از تکنیک‌های اصلی گزارشگری در تلویزیون مطرح بوده است، گرچه با توجه سلیقه رایج، میزان مطلوبیت آن متغیر است. این تکنیک همچنین معیاری است که به کمک آن می‌توان اعتماد به نفس افراد را در مقابل دوربین سنجید و هر چند پیچیدگی خاصی ندارد، احتمالاً هیچ گزارشگری نمی‌تواند بدون تسلط بر آن در حرفه خود چندان هم پیشرفت کند. گزارش تلویزیونی، سخن‌گفتن مستقیم رو به دوربین و از طریق آن رو به مخاطبان است. هم چنین:

- حضور گزارشگر را در صحنه برقرار می‌کند.
- انجام دادن آن وقت کمی می‌برد.
- تنوع ایجاد می‌کند زیرا که به تنهایی و یا به‌عنوان یکی از اجزای گزارش قابل استفاده است.

اگر مسئله انتخاب باشد، بعضی از گزارشگران ترجیح می‌دهند که از این شیوه هرگز استفاده نکنند، زیرا معتقدند اگر به جای نشان دادن تصاویر بیشتر که از نظر آنان موضوع را بهتر بیان می‌کند، به سخن‌گفتن متوسل شوند، در انجام وظیفهٔ خود شکست خورده‌اند. سایرین کمتر از حد معمول حرف می‌زنند چرا که در کمال تعجب از این فن بی‌بهره‌اند. فن مذکور بر سه پایه استوار است:

- توانایی سخن‌گفتن به زبانی صریح و محاوره‌ای
- داشتن حافظهٔ خوب
- اجرای روان همراه با اتکا به نفس

قبلاً در مورد نگارش خوب برای پخش تاکید کرده‌ایم، پس بیایید به سایر الزام‌های اصلی بپردازیم.

---

1. Stand Upper (Piece to Camera)

پس زمینه‌های مناسب

«پس زمینه‌ها» برای همهٔ گزارش‌های تلویزیونی جنبهٔ اساسی دارند. زیرا هدف این است که به تماشاگر ثابت کنند گزارشگران در همان جایی هستند که از آن سخن می‌گویند. زمینهٔ مرتبط، گزارش تلویزیونی را تقویت می‌کند و همواره باید زمینه‌های مرتبط را بر زمینه‌های مجازی (مستعار) ترجیح داد. صرف وقت برای جستجوی بهترین صحنهٔ ممکن، ارزش دارد ولی پیش از انتخاب مکانی که می‌خواهید در آنجا قرار بگیرید حتماً با گروه تصویربرداری مشورت کنید. اتفاقاتی که در پس زمینه جریان دارند نباید به قدری توجه تماشاگر را جلب کنند که دیگر به سخنان شما توجهی نداشته باشند. زمینه‌های پرسروصدا هم به همین شکل موجب انحراف تماشاگر می‌شوند. هرگز تماشاگر را سرگردان نکنید که نداند دلیل انتخاب یک پس زمینهٔ خاص چه بوده است. کلمات آغازین باید زمینه را آماده کنند.

وسط صفحه یا در یک طرف آن؟

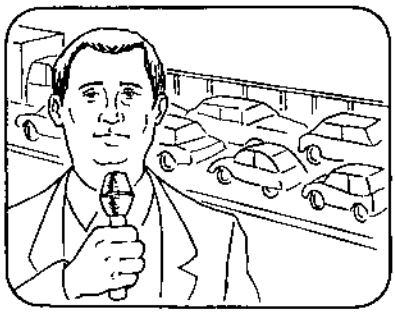
برخی از سازمان‌های خبری تمایل دارند که گزارشگر آنها به هنگام اجرای گزارش تلویزیونی در وسط تصویر قرار بگیرد و چنین استدلال می‌کنند که این روش به تصویر اقتدار می‌بخشد. بقیه که نیم‌نگاهی به ترکیب تصویر دارند، معتقدند که گزارشگر باید در حاشیهٔ تصویر قرار گیرد. زیرا بدین‌ترتیب، گزارشگر جزیی از صحنه می‌شود و این تصور دست نمی‌دهد که تصویر وی مونتاژ شده است. ممکن است شما حق انتخاب نداشته باشید. اگر این اختیار را دارید سعی کنید شیوهٔ ثابتی را دنبال کنید.


1


2


3


4


5

گزارش رو به دوربین

مکان مناسبی را جهت ارائه گزارش خود پیدا کنید. پس زمینه، گزارش تلویزیونی را در متن گزارش اصلی می‌گنجاند (۱). ولی مراقب باشید که با اساشتن صحنه از جزییات بی‌شمار، مخاطب را منحرف نکنید (۲). زمینه‌های مجازی خسته‌کننده‌اند و چیزی اضافه نمی‌کنند (۳). برخی از سازمان‌های خبری ترجیح می‌دهند که گزارشگر آنها در وسط صفحه قرار بگیرد (۴). دیگران معتقدند که قراردادن گزارشگر در یک طرف صفحه، ترکیب تصویر را بهتر خواهد کرد.

متن را بند به بند حفظ کنید.

یاران کمکی حافظه

آشکارترین مشکلی که به هنگام آماده‌کردن نخستین گزارش تلویزیونی با آن مواجه می‌شوید، مشکل به یادآوردن کلمات است. برای آنهایی که قدرت اعصابشان به حدی مأیوس‌کننده است که نمی‌توانند چیزی را به خاطر بیاورند، بدیهه‌گویی چارهٔ کار نیست. بویژه اگر متن روان نباشد، بندرت شنونده را متقاعد می‌کند. در شرایطی که دقت بسیار در افکار و بیان لازم می‌آید، ممکن است بسیار خطرناک هم باشد.

چگونه کلمات را به خاطر بسپاریم

راز این هنر در آن است که فرد مبتدی با احتیاط و به دور از هرگونه بلندپروازی پیش برود. در ابتدا آنچه را قرار است بگویید یادداشت و سپس آن را حفظ کنید. اگر بتوانید یک شعر پنج مصرع را حفظ کنید در واقع می‌توانید ۳۰ کلمه را حفظ کنید. که خود معادل ده ثانیه است. زمانی که راه افتادید، در هر مرحله ۱۵ لغت (معادل ۵ ثانیه) بیفزایید تا جایی که به حد معقول برسید.

جایگزین‌ها

اگر شرایط ایجاب می‌کند که گزارش تلویزیونی شما ۴۰ ثانیه طول بکشد و شما بیشتر از ۲۰ ثانیه توان ندارید، سعی نکنید که به یکباره همه را در یک برداشت بخوانید. برای یادگیری، از گروه تصویربرداری یاری بگیرید و از آنها بخواهید تا سخنان شما را در دو قطعهٔ مجزا ضبط کنند. دقت کنید که دو نیمه «فرم‌هایی» که از شما گرفته می‌شود به حد کافی با یکدیگر متفاوت باشد تا وقتی که دو برداشت در کنار یکدیگر تدوین می‌شوند، غیرعادی به‌نظر نرسند؛ این کار اگرچه زیبا نیست، اما مؤثر هست.

راه دیگر این است که حداقل بندهای اول و آخر را به خاطر بسپارید و بقیه را از روی برگه‌های یادداشت بخوانید. اطمینان حاصل کنید که این برگه‌ها درنما پیدا باشند، در غیر این صورت، تماشاگران متعجب و متحیر می‌مانند که شما دارید به چه چیز نگاه می‌کنید.

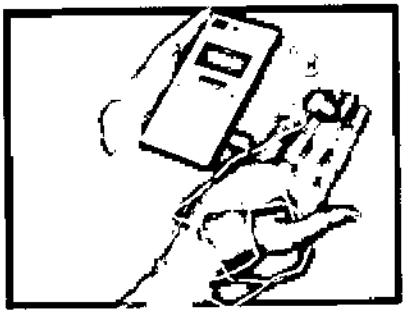
«متن‌رسانی الکترونیکی»[1]

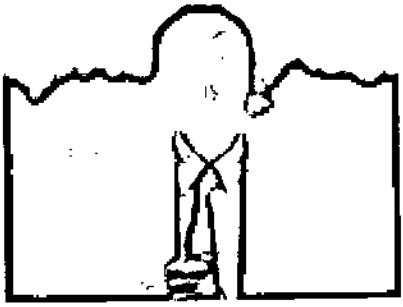
اگر هیچ‌کدام از روشهای فوق مؤثر نباشند، «فن‌آوری» در خدمت شماست. می‌توان از بعضی از انواع ابزارهای متن‌رسان الکترونیکی که معمولاً در استودیو به کار برده می‌شود، در خارج از استودیو نیز استفاده کرد. هرچند که معمولاً برای متن‌های طولانی‌تر و مستند به کار برده می‌شوند و در اخبار کاربرد زیادی ندارد.

ضبط صوت کوچک

وسیلهٔ کمکی دیگری که استفاده روزافزونی دارد، ضبط صوت ظریفی است که با باطری کار می‌کند و به‌عنوان دفتر یادداشت گویا و یا جهت شنیدن موسیقی ضبط شده استفاده می‌شود. در ابتدا متن گزارش تلویزیونی نوشته و ضبط می‌شود. سپس دستگاه را از نما خارج می‌کنند و گزارشگر در حالی که گزارش می‌دهد و کلمات را با صدای بلند تکرار می‌کند. به شرط تمرین، این روش موثرترین راه برای روانتر شدن اجرا است، اگرچه اهمیت این نکته آشکار است که باید بتوانید یک یا دو جمله از دستگاه جلوتر باشید و روی هر دو عمل گوش‌کردن و صحبت‌کردن تمرکز کنید. گوشی باید طوری قرار بگیرد که این تمهید آشکار نشود از سوی دیگر، فراموش نکنید که باتری‌های دستگاه را عوض کنید.

1. Electronic Prompting





کمک به حافظه

اگر به توانایی خود در به خاطر آوردن مطالب اطمینان ندارید یک ضبط صوت کوچک و یک گوشی (۱) تقریباً در تمام شرایط به شما کمک خواهند کرد تا گزارش خود را روان اجرا کنید. پس از آنکه متن را نوشتید (۲) و ضبط کردید دستگاه را داخل جیب خود بگذارید. از پنلو و رمانی که با پخش نوار، متن به شما رسانده می‌شود، گوشی قابل رؤیت است (۳). در صورتی که دقت به‌خرج دهید، دوربین و در نتیجه مخاطبان شاهد یک اجرای توام با اعتماد به نفس خواهند بود (۴) (نویسنده). ابزار کمکی دیگری که پیچیدگی کمتری دارد، «برگه یادآور» [1] است که در ساده‌ترین شکل خود یک متن دست‌نویس است که زیر یا کنار دوربین گرفته می‌شود.

1. Idiot Board

قانون: بدانید که چرا دارید مصاحبه می‌کنید.

هنر مصاحبه کردن

مصاحبه یک هنر است که باید با توجه به هدف شما صورت گیرد. هدف مصاحبه چیزی بیشتر از پرسیدن سؤال‌های چند منظوره‌ای است که به رغم تفاوت مصاحبه‌ها، تنها تفاوت اندکی با هم دارند (درست مثل حرفهای فروشنده‌ها). مصاحبه‌گرهای واقعی کسانی هستند که هر بار حقیقتی را افشا کنند و یا راه را برای فهم بهتر آن باز می‌کنند.

مبتدیان چنین تصور می‌کنند که مصاحبه‌های تلویزیونی را فقط نوع طولانی و سراسر مجادلهٔ آن یعنی نوع «با قرار قبلی»[1] تشکیل می‌دهند که در استودیو و در خلال ساعات پربیننده صورت می‌گیرند و زمانی که به وجود طیف وسیعی از گونه‌ها (علاوه بر آنهایی که برای اخبار هستند یعنی «بایت‌ها»[2] و یا قسمت‌هایی از «گزارش گزارشگر»)[3] پی می‌برند که هر یک روش متفاوتی را می‌طلبند، دچار شگفتی می‌شوند.

آماده شدن

اولین قانون مصاحبه که ربطی هم به اخلاق حرفه‌ای ژورنالیستی ندارد، این است که دریابید با چه کسی و چرا مصاحبه می‌کنید. برای دانستن این پاسخها تا زمان آغاز مصاحبه صبر نکنید و انتظار نداشته باشید که مصاحبه‌شونده به یاریتان بشتابد. البته عده‌ای از مصاحبه‌شونده‌ها به شما کمک می‌کنند ولی بقیه از عدم اطلاع شما و فرصتی که به دست آورده‌اند، خرسند می‌شوند. هیچ چیز به اندازه مصاحبه‌ای که بر پایه‌های غلط بنا شود، اعتبار شما را در نظر تماشاگر مخدوش نکرده و به شما ضربه نمی‌زند. مثلاً ممکن است همان ابتدا نام یا عنوانی را به کار ببرید، که مصاحبه‌شونده به شما تذکر دهد و آن را اصلاح کند، آن وقت افتضاحی تمام عیار به بار می‌آید.

بعد از وقوف به جزییات اساسی موضوع، از خود بپرسید که از مصاحبه شونده چه انتظاری دارید:

---

1. Set - Piece مصاحبهٔ استودیویی
2. Bite (sound bite)

۳- متن با خبرخوان آغاز می‌شود و خبرخوان کارش را متوقف می‌کند و نوار ویدئویی صحنه را نشان می‌دهد که فردی دارد موضوع را تشریح می‌کند.

حقایقی که ثبت می‌شوند؟ یک دیدگاه؟ یا مخلوطی از هر دو؟ آیا مصاحبه کوتاه و تند و گزنده باشد و یا با تأنی و ملایمت انجام شود.

بدیهی است که عمق و گسترهٔ شما بسته به نوع مصاحبه فرق می‌کند. احتمالاً در یک مصاحبهٔ سیاسی، بررسی دقیق زمینه مسایل ضروری‌تر است تا در مصاحبه‌ای که با شاهد عینی یک سرقت صورت می‌گیرد.

سئوالات

بسیاری از ژورنالیست‌ها سئوالات را از قبل آماده نمی‌کنند و ترجیح می‌دهند که عنان را به دست مصاحبه بسپارند تا روند طبیعی خود را طی کند. ایدهٔ فوق در بسیاری از موارد چندان مطلوب نیست و عدهٔ کمتری از مصاحبه‌کنندگان می‌توانند از عهدهٔ آن برآیند. بیرون ریختن سئوالات به محض خطور آنها به ذهن، ضمن اینکه فاقد نظم مشخصی است، منجر به سردرگمی و حذف یا تکرار برخی از سئوالات می‌شود.

با این حال به جز مواردی که خطر «ته کشیدن» سئوالات وجود دارد، نیازی به یادداشت‌کردن فهرست طویلی از سئوالات و اتکای کورکورانه به آنها نیست. اگر می‌ترسید که در حین مصاحبه کم بیاورید، بهتر است برای کمک به حافظهٔ خود معدودی از آنها را یادداشت کنید. اگر یک طرح کلی از آنچه قرار است در مصاحبه مطرح شود به ذهن بسپارید، خودجوشی مصاحبه بیشتر خواهد بود، جزییات را به زمان مصاحبه موکول کنید.

مصاحبه «با قرار قبلی» (۱)

یکی از انواع مصاحبه است که در استودیو و یا محل انجام می‌شود، فرم کلاسیک آن با یک دوربین تصویربرداری می‌شود و از بالای شانه‌های شما از مصاحبه‌شونده تصویر می‌گیرد.

تمرین مفصل، خودجوشی مصاحبه را از بین می‌برد.

آمادگی برای مصاحبه

در روند هر مصاحبه، خودجوش بودن امتیازی به شمار می‌رود. از این رو مرور قبلی سئوالات به شکل مفصل، ایدهٔ خوبی نیست. به علاوه، پیش از آغاز مصاحبه، از تمرین، خواه با دوربین و یا بدون آن، خودداری کنید. زیرا در این صورت مصاحبه‌شوندهٔ کم‌تجربه و یا مضطرب قبل از شروع مصاحبهٔ واقعی همهٔ مطالب خود را بیرون خواهد ریخت. ولی از آنجا که هدف هر مصاحبه به دست آوردن نتیجه‌ای باارزش برای مخاطب است، باید به هر مصاحبه‌شونده یک ایدهٔ کلی از زمینه‌ای که قرار است پوشش داده شود و هم چنین شکل مصاحبه داده شود.

تسلیم سؤالات

به سادگی قبول نکنید که سئوالات از پیش به اطلاع مصاحبه شونده رسانده شود. مگر اینکه تنها راه انجام‌شدن یک مصاحبهٔ مهم و یا مصاحبه‌ای که طرفداران زیادی دارد، همین باشد و به جز موارد نادر و غیرعادی از پذیرش واگذاری حق وتو بر تمام و یا قسمتی از محصول نهایی خودداری کنید.

در مورد ارزش مصاحبه‌ای که مصاحبه‌شونده برای حضور خود شرط تعیین کرده است و یقین دارد که سئوال یا موضوعی خاص طرح نخواهد شد، خودتان قضاوت کنید. پذیرش چنین شرطی به این امر بستگی دارد که تا چه حد به این مصاحبه نیاز دارید. در موارد زیادی چنانچه یک مصاحبه در مسیر مناسبی انداخته شود، می‌توان بر خلاف انتظار موضوع مورد اختلاف را مطرح کرد. در موارد دیگر چنانچه طرح نکردن سئوال مورد نظر مسخره به‌نظر برسد، امتناع مصاحبه شونده از دادن پاسخ نیز در جای خود برای شما ارزشمند است. ولی وقتی شرایط را پذیرفتید، به آن وفادار بمانید. طرح سؤالات اضافی کاری اخلاقی نیست.

شیوهٔ برخورد

بیشترین انتقادی که از مصاحبه کنندگان می‌شود در خصوص شیوهٔ برخورد آنهاست. قبول کنید که بندرت قضاوت خواهند کرد که مصاحبه را بدون نقص انجام داده‌اید. بدون شک برداشتها و

پیش‌داوریهای تماشاگران بر دیدگاه‌های آنان تأثیرگذار است و غیرمعمول نیست که نیمی از مخاطبان صادقانه باور کنند که رفتار شما بسیار خشن و تهاجمی بوده است و نیمی دیگر با همان صداقت، آن را بیش از حد لطیف و غیرقاطعانه بینگارند.

این مسئله پیچیده، همواره مطرح است. شما سعی کنید واکنش مخاطبان را فراموش کنید و در هر مورد، شیوه متناسب با همان مورد را به کار گیرید. در مواردی که لازم است، مصاحبه شونده‌ای را که از دادن پاسخ به سئوالات منطقی طفره می‌رود، رها نکنید. متأسفانه این تاکتیک به‌صورت گسترده توسط سیاستمداران و دیگران به کار گرفته می‌شود. ولی باید پاره‌ای از آداب اخلاقی ابتدایی را رعایت کرده و به خاطر داشته باشید که برگ برنده همواره در دست مصاحبه‌شوندگان است: اگر از رفتاری که با آنها می‌شود خوششان نیاید، همیشه می‌توانند محل مصاحبه را ترک کنند.

1

2

3

مصاحبه از نوع «با قرار قبلی» (۲)

نمای به‌کار رفته معمولاً «نمای نزدیک» متوسط است و دوربین روی مصاحبه شونده متمرکز می‌شود (۱). اگر لازم است تا در حین تصویربرداری ترکیب تصویر عوض شود، به جای متوقف‌کردن دوربین سعی کنید این عمل در حین طرح سئوالات شما انجام شود (۲)، که می‌توان آنها را متعاقباً در فرآیند تدوین حذف کرد (۳).

فن مصاحبه

فن مصاحبه در تلویزیون، با آنچه که مورد استفادهٔ روزنامه‌نگاران است، تفاوت بسیار دارد. روزنامه‌نگاران می‌توانند مصاحبهٔ خود را به کمک تلفن و یا در گوشه‌ای دنج و با لوازم فنی‌ای که حداکثر به یک نوشیدنی، قلم، دفترچه و یا ضبط صوت کوچک محدود می‌شود، انجام دهند. بسته به شرایط می‌توانند مصاحبه را به‌صورت رسمی برگزار و سئوالات را به روش دلخواه مطرح کنند و با هر روشی که مناسب تشخیص دهند، از مصاحبه شونده توضیح بخواهند. سئوالات و پاسخ‌ها لازم نیست از لحاظ دستوری درست باشند و یا در مسیری منطقی پیش روند زیرا خبرنگار بعد از بازگشت به اداره می‌تواند سئوالات و پاسخ‌ها را مرتب کند.

کارگزارشگر تلویزیون اگر علنی نباشد، هیچ چیز نیست. حداقل این که کار مصاحبه در حضور یک کارشناس فنی صورت می‌گیرد که دوربین در دست دارد و این خود فضایی مصنوعی ایجاد می‌کند. تکنیک‌های مصاحبه‌کننده چنان مورد تحلیل مردم قرار می‌گیرد که هرگز هیچ روزنامه‌نگاری چنین نقد نشده است.

سئوال کردن

در هر مصاحبه «نحوه اجرا»[1] همیشه به‌عنوان یکی از عناصر، مطرح است. از این امر آگاهی داشته باشید، هر چند ممکن است سئوالات شما به هنگام تدوین حذف شوند.

- شمرده سخن بگویید.
- واضح و بدون ابهام سئوال کنید.
- سئوال کنید، اظهارنظر نکنید به گونه‌ای که مصاحبه‌شونده نداند که آیا باید پاسخ بدهد یا خیر.
- سئوالاتتان کوتاه باشد ولی نه تا آن حدی که مفهوم نباشد.
- به خاطر داشته باشید که تماشاگر بیشتر مشتاق شنیدن پاسخهای مصاحبه‌شونده است تا سئوالات شما.

---

1. Performance

● پس از طرح سئوال مصاحبه شونده فرصت جواب دادن بدهید. اگر لازم است صحبت وی را قطع کنید. سعی کنید از وقفه‌های طبیعی وی استفاده کنید. صداهایی که روی هم می‌افتد، هنگام تدوین قابل اصلاح نیستند.

● اگر مصاحبه از مسیر اصلی خود خیلی منحرف شده است سعی کنید آن را به مسیر طبیعی برگردانید. در صورت لزوم تصویربرداری را متوقف کنید و مورد اشتباه را به مصاحبه‌شونده توضیح دهید و مجدداً شروع کنید.

● از طرح سئوالات به‌اصطلاح «دست گرمی» پرهیز کنید. این سئوالات موجب اتلاف وقت می‌شوند.

● لغات یا عبارتهای خیلی محترمانه را چاشنی سئوالات خود نکنید که نشانهٔ کمرویی شما باشد. نمونه‌های معمول عبارتند از: جسارتاً، آیا ممکن است؟، آیا می‌توانم؟، ناراحت نمی‌شوید اگر بپرسیم؟

● شجاع و رک باشید ولی بی‌نزاکتی نتیجه عکس دارد.

● از طرح سئوالاتی که پاسخ آنها آری یا نه است، پرهیز کنید. شکل سئوال را عوض کنید.

* سئوالات مکمل

برخی از مصاحبه‌کنندگان تازه‌کار، به حدی توجهشان معطوف به سئوالات خودشان است، که فراموش می‌کنند باید به پاسخهای طرف مقابل هم گوش دهند. همیشه آمادهٔ طرح سئوالات مکمل باشید * و چنانچه مصاحبه ناگهان به مسیری غیرمنتظره و جالب افتاد، آن را دنبال کنید.

* سئوالات کلیشه‌ای

برخی از سئوالات آن‌قدر تکرار شده‌اند که به شکل کلیشه درآمده‌اند. به‌خصوص از موارد زیر اجتناب کنید:

● احساس شما دربارهٔ... چیست؟

● آینده را چطور می‌بینید؟

● عکس‌العمل شما در قبال... چیست؟

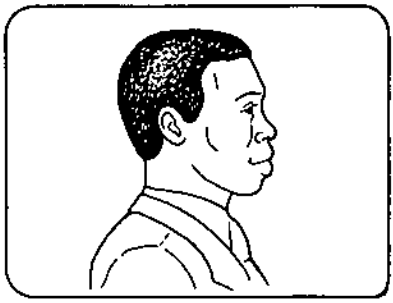
---

* در روزنامه‌نگاری به این گونه سئوالات، «سئوالات ثانویه» می‌گویند. (م)

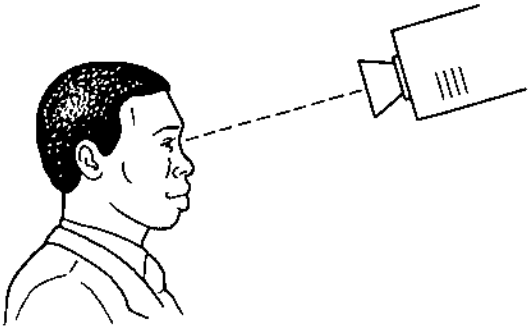
- راستی، موضوع چقدر جدی است؟
- راستی، چه چیز....؟
- راستی، چه وقت...؟
- راستی، چرا...؟

اینها به‌راستی، تماشاگر را عصبی می‌کنند.

1



2



3

تکنیک مصاحبه

سوژه را کمی متمایل به یک طرف قرار دهید، طوری که به سمت خالی صفحهٔ تلویزیون نگاه کند (۱). در نمای «نیم‌رخ»[1] مصاحبه‌شونده به خارج صفحه می‌نگرد و به‌نظر می‌رسد که به مخاطبان توجهی ندارد (۲). نگاه تصویربردار باید دو تا سه اینچ (۷۵ mm - ۵۰) بالاتر از خط دید سوژه باشد (۳).

1. Profile

در طرح سئوالات روالی منطقی در پیش بگیرید.

انواع مصاحبه

بیشتر مصاحبه‌ها در یکی از چند گروه زیر جای می‌گیرند و لازم است بین آنها تمایز قائل شویم. به این ترتیب مصاحبه‌هایی را که در این بخش بررسی می‌کنیم آنهایی هستند که در خارج استودیو و با گروه ENG انجام می‌شوند. در صفحات بعد انواعی از مصاحبه را که جلوی دوربین‌های استودیو انجام می‌شوند، مورد بحث قرار خواهیم داد.

مصاحبه با قرار قبلی[1]

«مصاحبه با قرار قبلی» مواد اولیه اصلی مورد نیاز گزارشگر را برای تهیه یک گزارش تأمین می‌کند. در این نوع مصاحبه فرض بر این است که مصاحبه شونده تمایل دارد در مصاحبه شرکت کند. این بدان معنی است که گزارشگر می‌تواند از مدتها قبل جهت آماده‌شدن خود، مقدمات لازم را فراهم کند.

این نوع مصاحبه احتمالاً در زمینهٔ مورد نظر مصاحبه‌شونده انجام می‌شود و هدف از انجام دادن آن، بیشتر آگاهی از دیدگاه و تفسیرهای اوست تا گردآوری واقعیت‌ها.

نوع معمول مصاحبه با قرار قبلی، در برنامه‌های وابسته به اخبار، احتمالاً بیش از ٦ یا ٧ سئوال ندارد. اطمینان حاصل کنید که مصاحبه با روالی منطقی، آغاز، وسط و انتهای مشخص داشته باشد تا در مراحل بعد، به جای تدوین گسترده بتوان بخش منسجمی از آن را جدا کرد. در این صورت در اتاق تدوین وقت کمتری صرف خواهد شد و آن چه روی صفحهٔ تلویزیون ظاهر می‌شود، تکه‌تکه نخواهد بود.

با انتخاب یک پس‌زمینهٔ مناسب، مصاحبه را در فضای خوبی انجام دهید. چنانچه به جای پس‌زمینهٔ دفتر کار، مورد ملموس‌تری را سراغ دارید، آن را انتخاب کنید. احتمالاً در خلال مصاحبه، دوربین از بالای شانه‌های شما و با «نمای نزدیک» متوسط بر روی مصاحبه‌شونده نشانه می‌رود و تنها صدای شما

---

1. Set - piece

شنیده خواهد شد. هرگونه تغییر ضروری در نما و زاویهٔ دوربین بایستی در حین طرح سئوالاتی که احتمالاً در حین تدوین از نسخه نهایی حذف خواهند شد و جای خود را به سئوالات «برون‌برش»*[۱] خواهند داد، صورت پذیرد.

«مصاحبهٔ درگاهی»[۲]

این واژه کمابیش خودش را توضیح می‌دهد. گزارشگر منتظر می‌ماند (گاهی بدون اغراق جلو درگاه یک ساختمان) تا سروکله مصاحبه شونده پیدا شود. ممکن است فرد خاصی مورد نظر باشد و یا ممکن است فردی را که مایل به صحبت باشد پیدا کند و با وی مصاحبه کند.

سئوالات اغلب بی‌پرده و به‌طور معمول در خصوص نتایج گردهم‌آیی‌ها و مذاکرات رسمی هستند.

این نوع مصاحبه، مثل انداختن تیر در تاریکی است. اگرچه گاهی اطلاعات باارزشی هم از آن به‌دست می‌آید، اما چندان مورد علاقهٔ گزارشگران نیست. همچنین تعجب‌آور است که چگونه آن چه که معمولاً با فریاد زدن یک سئوال از چند متر آن طرف‌تر شروع می‌شود، به یافتن فردی منجر می‌شود که در «درگاه» گیرافتاده و حاضر به شرکت در مصاحبه شده است.

مصاحبه‌های درگاهی به جهت خصلت ذاتی خود، صبر و تحمل بسیار می‌طلبند و باید به حد کافی زرنگ هم بود و از میان نمایندگان دیگر رسانه‌ها راهی باز کرد و خود را به شخص مورد نظر رساند و میکروفون را در مقابل او گرفت.

در میان ازدحام فراموش نکنید که گروه تصویربرداری را همراه خود ببرید.

«مصاحبه با شاهد عینی (در محل)»[۳]

«مصاحبه با شاهد عینی» یا «مصاحبه در محل»، بیشتر به دنبال یافتن اطلاعات واقعی است، بنابراین

---

1. Cutaways

* سئوالاتی که مصاحبه‌کننده در جریان مصاحبه مطرح کرده است، ممکن است در تدوین نهایی حذف شود و به جای آنها، مصاحبه‌کننده، دوباره همان سوالات را در استودیو ضبط و روی فیلم مونتاژ می‌کند. (م)

2. Doorstepping

3. Eye - Witness(spot) interviews

اینجا است که آن توانایی قدیمی ژورنالیستی به کار می‌آید تا افراد را برای صحبت‌کردن در مقابل دوربین متقاعد کند. مصاحبه با شاهدان عینی تصادفات، دیگر بلایا و جنایات، قسمت اصلی در گزارش اخبار داغ به شمار می‌روند. احتمالاً انجام چنین مصاحبه‌هایی آسان است. و هیچ رازی در آن وجود ندارد. فقط نباید سئوالاتی مطرح کنید که حاکی از ایجاد مزاحمت و یا بی‌توجهی باشد.

«صدای مردم»[1]

اتفاق نظر در خصوص معتبر بودن نظرسنجی‌های انجام‌شده توسط مؤسسات تحقیقاتی، موجب شده است تا استفاده از صدای مردم در برنامه‌های خبری تلویزیون، روشی کهنه محسوب شود. این روش احتمالاً چیزی بیش از یک نمونهٔ اتفاقی از دیدگاههای مردم نبوده است، ولی این امتیاز را دارا بود که برخی از افراد عادی اجتماع هم فرصت داشتند تا دیدگاه خود را مطرح کنند. امروزه کاربرد آنها بیشتر در قالب موضوعات سرگرم‌کننده است.

اساس تکنیک آن است که از همهٔ مصاحبه‌شوندگان سئوالی یکسان پرسیده می‌شود تا بتوان پاسخ‌ها را حین تدوین طوری در کنار یکدیگر قرار داد که گزارشگر در خلال مصاحبه‌ها ظاهر نشود.

در خصوص ترکیب تصاویر باید به نکته‌ای اشاره کرد: سعی کنید از همهٔ افراد به یک شکل تصویر گرفته شود (نمای متوسط تا درشت). برای از بین بردن برش تصاویر می‌توان از مصاحبه‌شوندگان خواست تا به نوبت به دوربین چپ و راست نگاه کنند.

کنفرانس‌های خبری

کنفرانس‌های خبری در واقع مصاحبه‌های گروهی هستند که جایگزین چند مصاحبهٔ جداگانه شده و احتمالاً با حضور صدها ژورنالیست انجام می‌شوند. این کنفرانس‌ها با سخنان یک یا چند نفر آغاز و متعاقباً به نوعی پرسش و پاسخ آزاد بدل می‌شود. به جز در مواردی که از پیش ترتیب طرح سئوال معین شده باشد، مشکل گزارشگر این است که چگونه در زمانی که دیگران می‌خواهند سئوال طرح کنند، وی نیز سئوال خود را بپرسد. طرح سئوال در مواردی که دوربین در وضعیتی قرار گرفته است که

1. Vox pops

قدرت مانور و چرخش اندکی دارد؛ مشکل آفرین است. زمانی که مصاحبه شوندگان چندنفر باشند، که اغلب نیز همین طور است، وضع بدتر می‌شود. زیرا که هیچ تضمینی نیست که سئوال شما را همان فرد مورد نظر پاسخ دهد.

اگرچه کنفرانس‌های خبری محل خوبی برای جمع‌آوری اطلاعات است، ولی باز هم آن نوع مصاحبه‌ای نیست که گزارشگران بپسندند. کنفرانس خبری، «مدیریت اخبار» را به ذهن متبادر می‌سازد، چون اگر چند ژورنالیست با هم سئوالات خود را مطرح کنند، مصاحبه شونده ممکن است سئوالات مشکل‌ساز را نشنیده بگیرد و بی‌پاسخ بگذارد. راه حل ایده‌آل آن است که تصویربرداری‌های مربوطه را انجام و بعدها مصاحبه‌های جداگانه‌ای ترتیب دهید. اگر این امر به نظر غیرممکن می‌رسد، شما هم مانند هر کس دیگر شانس خود را آزمایش کنید. اطمینان حاصل کنید که صدابردار میکروفون را روی مناسب‌ترین میز قرار دهد و ترجیحاً به میکروفون تقویت‌کننده صدا متصل کند. به این ترتیب مطمئن خواهید بود که تمام پاسخ‌ها را با صدای واضح گردآوری کرده‌اید و در صورت لزوم بعدها می‌توانید سئوالاتی به شکل «صدای روی تصویر»، به آن اضافه کنید.

سئوالات برون برش

گزارشگر این نوع سئوالات را در مواردی ضبط می‌کند (چه طرح سئوال جدید و یا تغییردادن سئوالات قبلی) که لازم است تدوینگر قسمت‌های منتخب یک مصاحبه را که تنها با یک دوربین تصویربرداری شده‌اند، به هم متصل کند. در واقع نوعی تدوین به روش سینمایی است و هدف آن، حذف پرش‌های ناهنجار تصویر است.

گزارشگر باید بتواند سئوالات را به همان نحو که در مصاحبه طرح شده‌اند در مقابل دوربین تکرار کند، اگرچه احتمالاً دیگر مصاحبه شونده با شما نیست. به فهرست اولیهٔ سئوالات مراجعه کنید یا فیلم مصاحبه را تماشا کنید تا شکل سئوالات تا حد ممکن حفظ شود. عده‌ای هم که سختگیرترند، برای دقت بیشتر سئوالات را روی ضبط صوت شخصی ضبط می‌کنند و پیش از طرح سئوال مجدداً به آن گوش می‌دهند. گرچه می‌توان هنگام طرح سئوال پاره‌ای از اشکالات گرامری قبلی را اصلاح کرد، ولی دقت کنید که در ساختار سئوال تغییرات کلی داده نشود.

تکان دادن سر[1]

جنباندن سر نیز همان هدف سئوال برون برش را دنبال می‌کند، در واقع نمایی است که در آن گزارشگر با تکان دادن سر به سخنان طرف مقابل واکنش نشان می‌دهد. این شیوه نباید بیش از حد مورد استفاده قرار گیرد، زیرا تکان دادن سر این شبهه را ایجاد می‌کند که با سخنان مصاحبه‌شونده موافق هستید. برخی از سازمانهای خبری سئوالهای برون‌برش و تکان دادن سر را ممنوع کرده‌اند زیرا معتقدند تماشاگر حق دارد از روند طبیعی مصاحبه، مطلع شود.

کارآیی هر دو روش به استقرار صحیح دوربین بستگی دارد. در غیر این صورت، پس از تدوین این طور به‌نظر می‌رسد که مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده هر دو به یک جهت واحد می‌نگرند و نه به یکدیگر.

---

1. Noddy

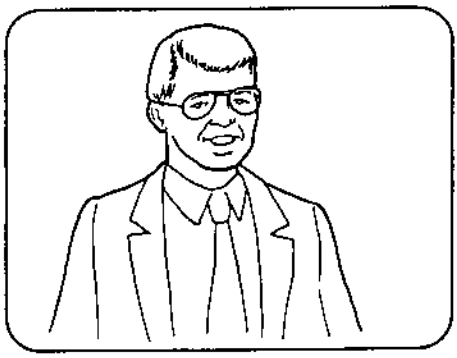
تدوین مصاحبه

در کشورهایی که تا حدی آزادی مطبوعات وجود دارد، همگان احساس می‌کنند که مصاحبه‌های تلویزیونی تدوین می‌شوند و در مصاحبه‌هایی که برای اخبار و برنامه‌های وابسته به آن تهیه می‌شوند، بیشترین تدوین صورت می‌گیرد.

با این حال هنوز کل مسئله بحث‌انگیز است و عامل همیشگی بروز مناقشات است. البته این مناقشات کمتر با افراد مشهور پیش می‌آید بلکه عمدهٔ مناقشات با کسانی است که از ژورنالیسم سردرنمی‌آورند. معمولاً مصاحبه‌شونده شکایت می‌کند که حرف‌های وی تحریف شده‌اند و یا او را غلط نشان داده‌اند. متأسفانه اغلب پاسخی که بتواند شاکی را قانع کند وجود ندارد، هرچند احتمالاً باید بتوانید ثابت کنید که منصفانه و صادقانه عمل کرده‌اید.

نکتهٔ اساسی این است که نباید قول بدهید سئوال یا بخش خاصی را خواهید گنجانید و یا حذف خواهید کرد. هر چند که نیت شما خیر باشد، باز هم ممکن است نتوانید به قول خود وفا کنید زیرا ممکن است تصمیم‌گیری در خصوص تدوین با فرد ارشدی باشد. در همهٔ موارد پیش از مصاحبه با فردی بی‌تجربه، منطقی است که برای وی روشن کنید که اجباری در استفاده از همه یا بخشی از گفته‌هایش ندارید.

1



2

سئوالات برون‌برش

وقتی از یک دوربین استفاده می‌شود، روی مصاحبه‌شونده متمرکز می‌شود (۱). بعداً نمایی از گزارشگر گرفته می‌شود تا به‌عنوان پلی بین بخش‌های تدوین شده مورد استفاده قرار گیرد و از پرش‌های نامطلوب تصویر جلوگیری گردد (۲). چنانچه در طرح این سئوالات دقت لازم نشود، چنین به‌نظر خواهد رسید که مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده به جای نگریستن به یکدیگر هر دو به یک جهت واحد می‌نگرند. این فن به تدریج مطلوبیت خود را در برنامه‌های خبری از دست می‌دهد.

قاعده‌کلی: از محتوای تصاویر آگاه باشید.

ساخت یک «گزارش خبری کامل» (۱)[1]

بزرگترین آزمون برای محک زدن توانایی یک ژورنالیست تمام عیار، تولید گزارش خبری است که در آن مهارتهای اساسی در گزارشگری و شناخت تکنیک‌های تولید تلویزیونی، یک‌جا گردآمده‌اند.

Package ها فاقد شکل معین و یا مدت زمان معین هستند، اما به‌عنوان ابزار دست گزارشگر جهت روایت گزارش، باید روالی واضح و منطقی را دنبال و کشش مستمر ایجاد کنند.

گاهی اوقات و خصوصاً در مراحل ابتدایی، ممکن است یک همکار کمکی مسلط به امور تحریریه در کنار شما باشد و در وضعیت‌های دشوار شما را راهنمایی کند. با این حال در بیشتر موارد باید به خود متکی باشید. در گذشته این امکان وجود داشت که به همکاری یک گروه تصویربرداری باتجربه تکیه کنید. لیکن با کاهش تعداد نفرات گروه تصویربرداری که گاهی شما را ناچار می‌سازد بخشی از تجهیزات را هم حمل کنید، آگاهی از روش‌های تولید، از بخش‌های اساسی آموخته‌های حرفه‌ای شما خواهد بود.

در تمرین زیر فرض می‌کنیم که گروه از سه نفر یعنی گزارشگر، تصویربردار و صدابردار تشکیل شده است.

تحقیق

چنان که قبلاً گفته شد «تحقیق»، هر چند به شکلی محدود، پیش نیاز تهیه یک گزارش خوب تلویزیونی است. نیازی نیست که تحقیق خیلی پیشرفته باشد، اساسی‌ترین جزء آن این است که رسیدن به موقع شما و گروه تصویربرداری را به مکان مورد نظر تضمین کند.

نکتهٔ مهم دیگر این است که باید دریابید موضوع گزارش چیست. واضح است که نحوهٔ کار و میزان مشکل بودن آن بسته به هر موضوعی فرق می‌کند. با برنامه‌ریزی و اختصاص دادن زمانی مناسب

---

1. Constructing a package

و منطقی برای به دست آوردن آمادگی، پیش از آغاز کار می‌توانید اطلاعات باارزشی را در رابطه با موضوع مورد نظر و مصاحبه شوندگانی که قرار است جلوی دوربین ظاهر شوند و یا فقط صدای آنها پخش شود، به دست آورید.

طرح‌ریزی شکل گزارش

به جز در مواردی که گزارش‌های مستقیم و روشن از نوع «اخبار صرف» مطرح باشند که حضور در محل را می‌طلبند، بیشتر گزارش‌های تلویزیونی کامل قالبی قابل پیش‌بینی دارند. آن چه فرق می‌کند ترتیب، تعداد و طول مدت هر یک از اجزاء است. پس می‌توان شکل کلی یک Package را مجسم کرد و بدون قضاوت قبلی در خصوص ارزش نگارشی آن، به‌طور موقت در خصوص شیوهٔ کار برنامه‌ریزی کرد.

شناسایی

در صورت امکان سعی کنید فرصتی را به شناسایی محل گزارش اختصاص دهید. اگر چه بررسی دقیق محل، مزیت و در کارهای مستند الزامی است، با تمهیداتی ساده می‌توان سرعت و کارآیی دوربین را در حین عملیات افزایش داد. به طور جدی از ژورنالیست‌ها انتظار می‌رود که در نحوه عمل خود انعطاف‌پذیر باشند ولی در مجموع، هر چه کار با بررسی قبلی بیشتری انجام شود بهتر است.

در بدترین شرایط لااقل سعی کنید چند دقیقه قبل از گروه تصویربرداری، خود را به محل برسانید و آنجا را ارزیابی کنید، با کسانی که قرار است در گزارش شرکت داشته باشند تماس بگیرید، جایی را برای مصاحبه‌های اصلی تعیین کنید و موارد لازم را جهت «نماهای حمایتی»[1] یادداشت کنید.

در تئوری‌های جدید پیشنهاد می‌شود که می‌توان برای گزارش‌های تلویزیونی بلند که در مورد آنها خوب تحقیق شده باشد، از پیش متن تنظیم کرد.

موضوع هر چه که باشد، اجزای یک گزارش باید از چنان ساختار منسجمی برخوردار باشند که مخاطبان متوجه قطع و وصلها نشوند. صدای روی تصویر باید به شکلی بسیار ظریف در قبل و یا بعد از

1. Supporting Shots

«گزیدهٔ مصاحبه»[1] آورده شود، گزارش رو به دوربین باید چه به لحاظ گفتاری، بصری و شنیداری بدون هیچ وقفه‌ای ادامه یابد، اینها نشانه‌هایی از کار سخت، تفکر و تسلط حرفه‌ای به‌کار رفته در ساماندهی موضوع خبری هستند.

بدانیم از چه چیز تصویر بگیریم

بندرت پیش می‌آید که افراد گروه تصویربرداری ناگهان در صحنهٔ یک گزارش حاضر شوند، از خودروهای خود بیرون بپرند و هر چیزی را که می‌بینند ضبط کنند. جمع‌آوری خبر در بیشتر موارد روندی منظم‌تر و سازمان‌یافته‌تر دارد. در پوشش خبری، افراط و تفریط هر دو زیان‌بخش است. بالاخره یک نفر باید آنها را مرور کند و جلو و عقب‌کردن یک نوار ویدئویی یک ساعته برای به دست آوردن سه دقیقه گزارش خوب، کاری غیرضروری و بی‌فایده است. ارزانی نوار ویدئو قابلیت استفادهٔ مکرر از آن، گزارشگر را وسوسه می‌کند تا بیش از حد لازم تصویر بردارد، با این حال باید در مقابل این وسوسه مقاومت کرد. در اوج اقتدار فیلم یعنی دهه‌های ۱۹۶۰ و اوایل ۱۹۷۰ فیلم‌های خام ۱۶ میلی‌متری در حلقه‌های ۴۰۰ فوتی موجود بودند و بحث‌های زیادی در مورد نسبت فیلم گرفته شده به فیلم پخش شده و هزینهٔ آن مطرح می‌شد.

مشارکت تحریریه

تا به حال باید این قضیه روشن شده باشد که یک گزارش خوب سازمان یافته، محصول رابطهٔ حرفه‌ای قابل قبول بین گزارشگر و گروه تصویربرداری است. ولی باید از محدودیت‌های مربوط به تجهیزات آگاه باشیم و زمان لازم برای برپاکردن اسباب پیچیده را مد نظر قرار دهیم. لازم است بدانید که مشکلات فنی می‌توانند بهترین طرح‌ها را هم با مشکل مواجه کنند.

معمولاً در مورد یک گروه تصویربرداری باتجربه که میل همکاری داشته باشد، دادن طرحی کلی درباره چیزهایی که می‌خواهید، کافی است. با این حال در ایفای نقش مثبت خود تردید نکنید و رهبری کار را بر عهده بگیرید تا مطمئن شوید ایده‌های شما به درستی اجرا می‌شوند.

---

1. Interview extract

گروه را همراهی کنید

هر گزارشگر باید عادت کند که گروه تصویربرداری را در هنگام تهیهٔ یادداشت‌های دقیق در خصوص هر نما یا سکانس همراهی کند. در شرایطی که این امر امکان‌پذیر نباشد همکاران را تا حد ممکن توجیه کنید.

هدف این است که اطمینان حاصل کنید صداهای گذاشته شده، بیشترین استفاده را از تصاویر می‌کند. و این امر بدون دانستن محتوای هر تصویر، محقق نمی‌شود. با داشتن تجهیزات ویدئویی مناسب امکان تماشای تصاویر ضبط شده در محل وجود دارد ولی نوشتن کورکورانه در خصوص صحنه‌هایی که دیگران توصیف می‌کنند، بدون شک به متن‌های پوچ و بی‌خاصیت می‌انجامد.

سکانس‌ها هدفمندند.

ساخت یک گزارش خبری کامل (۲)

داشتن اطلاعاتی ابتدایی از اصول کارگردانی فیلم، دستمایه‌ای باارزش برای هر گزارشگر محسوب می‌شود. البته همیشه این گونه نبوده است. زمانی که موضوعات خبری، ساده و کوتاه بودند، بندرت این اطلاعات، ضروری به‌نظر می‌رسیدند ولی در حال حاضر که گزارش‌ها به لحاظ کیفی نسخهٔ کوچکی از فیلم‌های مستند به شمار می‌روند، نیاز به فنون برتر بیشتر شده است.

آموزش رسمی، در حال گسترش است، هر چند سرعت آنها زیاد نیست، اما کسانی که هنوز از آن بهره‌ای نبرده‌اند باید تلاش کنند تا در حین کار از همکاران خود در گروه تصویربرداری آموزش ببینند.

دستور زبان تصاویر

اگرچه فیلم‌برداری در خبر، درمجموع راه و روش ساده‌ای دارد، با این حال می‌شود تا با دستور تصویری معقول هماهنگ شود. شناخت مخاطبان از این تکنیک در اثر گذشت زمان و به مدد پرده سینما و صفحه تلویزیون افزایش یافته است. با این حال نباید رسوم را نادیده گرفت، مگر این که موجب فهم بهتر شود.

بویژه، انتظار نداشته باشید که کنار هم گذاشتن نماهای منفرد و بی‌ربط بتواند به بیان موثر گزارش شما منجر شود. همواره از سکانس‌هایی استفاده کنید که به تدریج به «حرکت» [1] منتهی شوند: نمای عمومی، نمای متوسط، نمای درشت.

ترکیب تصویر

اکثر گروه‌های حرفه‌ای تمایلی ندارند که شما نسبت به ملاحظهٔ هر نما از منظره‌یاب دوربین قبل از برداشت تصویر، اصرار بورزید. لیکن این امر نباید مانع آن شود که دیدهٔ تیزبین ژورنالیستی شما

1. Action

همواره به دنبال پس‌زمینه‌های مناسب نباشد و یا از خطاهای مربوط به ترکیب تصاویر که به هنگام جمع‌آوری اخبار پیش آمده‌اند، به راحتی بگذرد. اجازه ندهید که درختان، تیرهای چراغ برق و یا چیزهای دیگر از میان سر مصاحبه‌شوندگان سبز شود. مراقب تماشاچیانی که به داخل نما سرک می‌کشند و یا هر واقعه‌ای که در حین تصویربرداری در پس زمینه می‌گذرد، باشید.

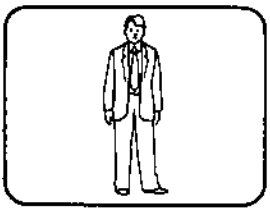
در خلال گزارش رو به دوربین مراقب کلماتی که پشت سر شما و یا مصاحبه شوندگان نوشته شده است، باشید. در مواردی ممکن است این کلمات موهن و زننده باشند. به این دلیل که به زبان خارجی نوشته شده است، خطر نکنید و اهمال نورزید، حتی اگر شما معنای آن را ندانید، بالاخره یک نفر آن را می‌فهمد. نشانه‌های خیابان‌ها و آگهی‌ها هم می‌توانند در حین گزارش ذهن تماشاگر را منحرف سازند.

در یک کلام: اگر شک دارید، دیوار دیگری انتخاب کنید.

صدا

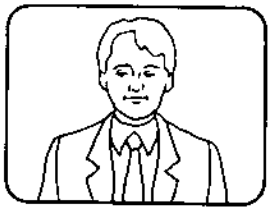
تلویزیون دو بعد دارد؛ صدا، همراه تصویر است. صداهای طبیعی (در این متن آثار صوتی) کمتر مورد استفادهٔ گزارشگر قرار می‌گیرند زیرا حتی برای نفس‌کشیدن هم وقت باقی نمی‌گذارند و سعی دارند همهٔ ثانیه‌ها را با حرف‌های خود و یا مصاحبه‌شوندگان پرکنند.

از هر فرصتی برای استفاده از صداهای طبیعی محیط استفاده کنید. این صداها بر کیفیت کار شما می‌افزایند. در برخی گزارشها اگر حرف زدن را محدود و از صداهای طبیعی استفاده کنید، نتیجهٔ بهتری عایدتان خواهد شد.

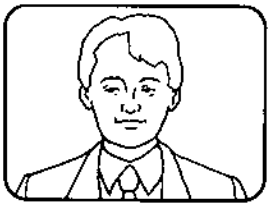


1

2



3



4

نماهای اصلی دوربین

سکانس‌های تصویر را در نظر داشته باشید و نماهای نامربوط را فراموش کنید. نمای عمومی (۱) تمام هیکل آدمی را نشان می‌دهد، نمای متوسط از کمر به بالا، نمای متوسط تا درشت (۳) از سینه به بالا و نمای درشت (۴) شانه‌ها و سر را نشان می‌دهد.

مثالی از یک گزارش کامل خبری

گزارش: نصب یک سیستم جدید کامپیوتری با هدف روان‌کردن رفت و آمد در بخشی بسیار شلوغ از بریتانیا.
تیتر گزارش: ترافیک کامپیوتری
زمان پیشنهادی: ۳ دقیقه و ۳۰ ثانیه
طرح کلی عملیات: هدف به کارگیری طرح را دریابید، با دست‌اندرکاران صحبت کنید و نظر آنها را در خصوص ارزش طرح جویا شوید، زیبایی و آرامش محیط را با موضوع (ترافیک، سر و صدا و ازدحام) مقایسه کنید.
اجزا: نماهایی از رفت و آمد (در صورت لزوم فیلم‌های آرشیوی)، کامپیوتر نصب شده، دستگاه مونیتور، ساختمانها و فضاهای باز. مصاحبه با سرپرست طرح، اجرا در مقابل دوربین، گرافیک‌های کامپیوتری، تفسیرهای لازم برای توصیف تصاویر.
مقدمه: توسط مجری در استودیو و همراه نقشه‌ای که نشان‌دهندهٔ مکان است.
ترتیب قسمت‌های گزارش:
۱ - صدا برای تصاویر آرشیوی که شلوغی ترافیک در منطقه را نشان می‌دهد (زمان پیشنهادی ۱۵ ثانیه)
۲ - گزارش در محل و توضیح این مسئله که چگونه یک خانهٔ قدیمی و مجلل به مرکز طراحی ساخت جاده‌ها و کنترل ترافیک تبدیل شده است (زمان پیشنهادی ۲۰ ثانیه)
۳ - «صدای روی تصویر» برای توضیح نمای خارجی ساختمان (زمان پیشنهادی ۲۵ ثانیه)
۴ - مصاحبه با سرپرست طرح (زمان پیشنهادی ۳۰ ثانیه)
۵ - صدای روی تصویر برای نشان دادن فعالیت سایر کارکنان که به جمع‌آوری اطلاعات مشغولند (زمان پیشنهادی ۲۰ ثانیه)
۶ - صداهای طبیعی هنگامی که متصدیان کامپیوتر مشغول بررسی ترافیک بر روی صفحات ویدئویی هستند (زمان پیشنهادی ۲۵ ثانیه)
۷ - «صدای روی تصویر» که عملیات کامپیوتری را از زاویهٔ مخالف به تصویر می‌کشد (زمان پیشنهادی ۱۰ ثانیه)
۸ - بخش دوم مصاحبه با سرپرست طرح (زمان پیشنهادی ۱۰ ثانیه)
۹ - «صدای روی تصویر» که به طور خلاصه قسمت تعمیر شده ساختمان را نشان می‌دهد (زمان پیشنهادی ۱۵ ثانیه)
۱۰ - آخرین گزارش رو به دوربین بر روی پل مشرف بر رفت و آمد (زمان پیشنهادی ۲۵ ثانیه)

سکانس	مدت	زمان کل	گفتار
۱	۱۲"	۱۲"	به گفتهٔ طراحان هیچ‌کس نمی‌توانست در چند سال قبل چنین رشدی را در ترافیک منطقه پیش‌بینی کند. آنها معتقدند که وقت آن رسیده است که رهیافت جدیدی در خصوص ساخت جاده‌ها اتخاذ شود.
۲	۲۱"	۳۳"	اینجا و در محوطهٔ یک ساختمان ۹۰۰ ساله و به فاصلهٔ کمتر از ۲ مایل از یکی از شلوغ‌ترین آزادراه‌های بریتانیا، جاده‌های آینده طراحی می‌شوند. دولت ۱۵ میلیون لیره را به کامپیوتری اختصاص داده است که می‌تواند بر اساس وضعیت فعلی عبور و مرور، شرایط آینده را محاسبه کند. امید است که مشکل ترافیک به تاریخ بپیوندد.
۳	۲۵"	۵۸"	صدها سال قبل، این خانه متعلق به یک بارون محلی بود که در محوطهٔ وسیع آن به شکار گراز می‌پرداخت. احتمالاً تنها صدایی که شنیده می‌شد صدای خنده و شادی اربابان و بانوان منزل بود که به هنگام صرف تکه‌های گوشت بریان گراز در زیر سایهٔ درخت بلوط سر از پا نمی‌شناختند. این درخت باشکوه هنوز در محوطهٔ چمن جلوی ساختمان خودنمایی می‌کند. در هر حال سرنوشت با جان اسمیت یار بود، چراکه اینک وی مسئول طرح است.
۴	۳۰"	۱'۲۸"	چیزی که واقعاً باید روشن کنیم...
۵	۲۰"	۱'۴۸"	مراحل مربوط به استقرار کامپیوتر هنوز ادامه دارد و تا زمان آزمون برنامه، خود طرح آغاز نخواهد شد. ولی شواهد نشان می‌دهد که متخصصان تمام اطلاعات لازم را برای پی‌ریزی محاسبات آینده در اختیار دارند. در چند هفته‌ای که از اقامت این افراد در محل می‌گذرد حدود یک درصد به حجم ترافیک افزوده شده است.
۶	۲۵"	۲'۱۳"	من گمان می‌کنم که باید دوربین شمارهٔ ۴ را برای برداشتن تصویر بهتر از پل، تغییر مکان داد. نظر تو چیست برایان؟
۷	۱۰"	۲'۲۳"	ولی چه تضمینی وجود داردکه صرف هزینه و تلاش در این طرح امکان پیش‌بینی‌هایی را در پی داشته باشد که دقیق‌تر از قبل باشند؟

سکانس	مدت	زمان‌کل	گفتار
۸	۳۰"	۲'۵۳"	البته نمی‌توان چیزی را تضمین کرد، آنچه می‌توانم بگویم...
۹	۱۷"	۳'۱۰"	با توجه به شکوه و جلالی که زندگی بارون داشته است، می‌توان شدت حسرت وی را تصویر کرد. همچنین حسرت بازماندگان وی را که تلاش می‌کنند راه‌حل مناسبی برای مشکلی که جامعه برای خود ساخته است، پیدا کنند. مسلماً در صورتی که هر دو بتوانند شیوهٔ راحتی برای زندگی خود بیابند، کسی دلگیر نخواهد شد.
۱۰	۳۰"	۳'۴۰"	احتمالاً متقاعدکردن یک رانندهٔ بدبین که در چنین ترافیکی گرفتار شده، غیرممکن است، حال هرچقدر پول صرف طرح‌هایی چون این طرح شده باشد. هیچ‌کس ادعا نمی‌کند که پیشگویی ترافیک کار آسانی است: بهای نفت، گرایش به سوی هوایی عاری از آلودگی و بی‌ثباتی حاورمیانه همگی بر شبهات دامن می‌زنند و بر تعداد خودروهای موجود در جاده‌ها تأثیر می‌گذارند. به اعتقاد من شکارکردن گراز وحشی از روی زین اسب به مراتب کمتر از رانندگی در آزاد راه شلوغ شمارهٔ ۱۸۰ و طی مسیر اداره تا خانه خسته کننده است.

به تدوینگر بگویید که چه می‌خواهید.

تدوین تصاویر

مسئولیت تدوین مواد خام اخبار، معمولاً به تدوینگران تعلیم‌دیده واگذار می‌شود ولی در اینجا هم مثل سایر زمینه‌های تلویزیون، متغیر بودن شیوه‌های کار و پیشرفت فن‌آوری، به پیدایش مهارتهای چندگانه منجر شده است.

در سازمانهایی که عادت ندارند افراد را در واحدهای کاملاً مجزا نگه دارند، می‌توان تصویربردار، صدابردار و یا افراد دیگری را پیدا کرد که در کنار کار خود، عمل تدوین را هم انجام می‌دهند. گزارشگران هم تشویق می‌شوند تا فنون تدوین را به‌عنوان بخشی از اطلاعات جامع خود فراگیرند.

تدوین نوار ویدئو

انقلابی که در اواخر دههٔ ۱۹۷۰ منجر به پیدایش ENG گردید به دوران تخصصی‌بودن تدوین فیلم نیز پایان داد. امروز مواد خام اخبار عمدتاً روی نوار ویدئو ضبط (معمولاً در دو شکل $\frac{۳}{۴}$ و یا $\frac{۱}{۲}$ اینچ) و هرگز عملاً برش داده نمی‌شوند. در عوض، نماهایی که از میان مواد خام انتخاب شده‌اند، به‌ترتیب روی یک دستگاه ویدئو به نمایش درمی‌آیند و روی دستگاه دیگر ضبط می‌شوند و این کار تا آن جا ادامه می‌یابد که گزارش کاملی تهیه شود.

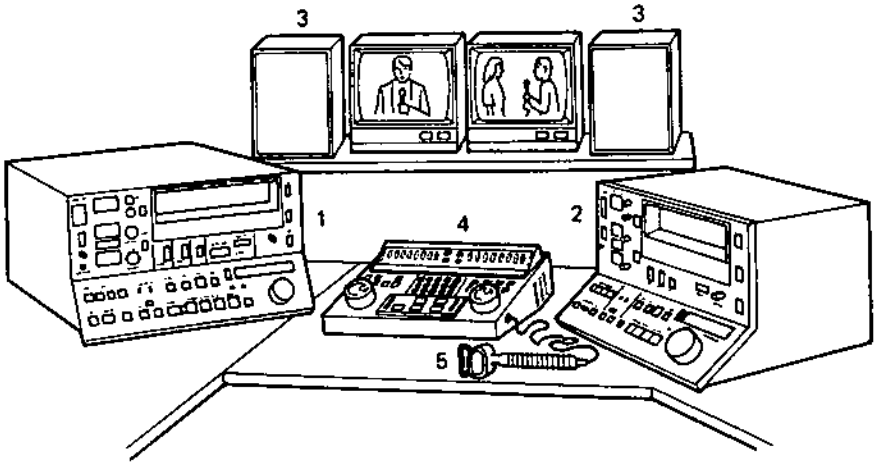
اگر اشتباهی پیش آید و طول یک نمایش، بیش از حد بلند یا از نظر زیبایی شناختی مناسب نباشد (و از همه مهمتر به لحاظ ژورنالیستی نامناسب باشد)، می‌توان کل روند را تکرار کرد بدون اینکه به مورد اصلی آسیب وارد شود.

مزیت دیگر آن، امکان ثبت زمان است که به‌صورت ثانیه‌شمار، روی تصاویر و حین تدوین ظاهر می‌شود و امکان اندازه‌گیری دقیق مدت هر نما را فراهم می‌سازد. در برخی از سیستمها فقط کافی است زمان را به کامپیوتر داد و عمل تدوین به‌صورت خودکار و بدون دخالت انسان انجام می‌شود. هیچ قانونی وجود ندارد که حکم کند برنامه‌ریز الزاماً باید یک تدوینگر تعلیم دیده باشد و نه یک ژورنالیست.

نظارت بر تدوین

هنوز معمول است که میزان قابل توجهی از عملیات تدوین توسط متخصصان انجام شود. در بسیاری از سازمانها رسم بر این است که عمل نظارت تحریریه را تهیه‌کننده، دستیار تهیه‌کننده و یا «جانشین تهیه‌کننده»[1] انجام دهند، زیرا کسانی که از نزدیک درگیر فرآیند خبریابی بوده‌اند، بهترین افراد برای قضاوت در خصوص ارزش نماها هستند. برعکس، در جاهای دیگر همین درگیر بودن در فرآیند خبریابی، ارزش بالایی دارد و وظیفهٔ گزارشگر این است که با مواد خام به ایستگاه برگردد و اولین نفری باشد که بر تدوین نظارت کند. باید گفت که اغلب فرد دیگری برای برعهده‌گرفتن این مسئولیت وجود ندارد. چنانچه هدف این است که حاصل کار انعکاس رضایت‌بخشی از مهارتهای مجزای هردو باشد، درست مثل گروه تصویربرداری، اعتماد و احترام دوجانبه ضرورت دارد. در مرحلهٔ تدوین است که آگاهی شما از جزییات موضوعاتی که تهیه کرده‌اید و موارد استفادهٔ از آنها بسیار اهمیت می‌یابد. عدم توافق‌ها در مورد ارزش و یا موفقیت گروه تصویربرداری، باید دوستانه حل و فصل شود. ولی باز هم مسئولیت کلی شکل نهایی گزارش با شماست.

1- Associate producer (Subeditor)



تدوین تصاویر

اتاقکهای تدوین تمام الکترونیکی هستند. مواد خام هر دوربین با استفاده از دو دستگاه کاست که یکی تصاویر را نمایش می‌دهد (۱) و دیگری آنها را ضبط می‌کند (۲) انتخاب و از آنها گزارش تهیه می‌شود. صدا از طریق بلندگوی (۳) متصل به دستگاه شنیده می‌شود و یک دستگاه مخصوص (fader box) شدت صدا و نوارها را کنترل می‌کند. با استفاده از میکروفون می‌توان گفتار گزارش را ضبط کرد.

در صورت امکان همواره تصاویر را تماشاکنید.

چه چیز را بگنجانیم، چه چیز را حذف کنیم

گزارشگر تازه‌کاری که می‌خواهد برای اولین‌بار از میان انبوهی از مواد ویدئویی دو تا سه دقیقه مواد باارزش خبری جدا کند، بدون شک این کار را وظیفه‌ای دلهره‌آور خواهد یافت. چه چیز را بایستی گنجاند و چه چیز را باید حذف کرد؟ و در تمام این مدت تدوینگر در اطراف پرسه می‌زند و نگاه معنی‌دار خود را به ساعتی می‌اندازد که با صدای تیک‌تیک خود به‌سوی موعد مقرر شما پیش می‌رود.

مشاهدهٔ مواد خام

به‌عنوان اولین گام، اقلام خام دوربین را تماشا کنید. اگر برای مشاهدهٔ کامل وقت کافی ندارید و تعداد کاستها هم چندتاست، از یادداشت‌هایی که سر صحنه برداشته‌اید و در آنها جای سکانس‌های مهم را مشخص کرده‌اید، استفاده کنید. معمول این است که کاستها به ترتیبی که استفاده شده‌اند مشخص شوند.

تا جایی که توان دارید مواد را تماشا کنید، ترجیحاً از اول تا آخر آن را، و سعی کنید طرحی کلی از آن به‌دست آورید. اجازه ندهید شما را به تعجیل وادار کنند. اگر لازم است که نما یا سکانسی را مجدداً ارزیابی کنید، از تدوینگر بخواهید تا آن را مجدداً به نمایش درآورد. برداشتها را با برداشتهای مجدد مقایسه کنید و ببینید کدام یک را می‌توان نشان داد و کدام یک قابل نشان دادن نیستند و چرا؟ اگر مطمئن نیستید، سئوال‌کنید. جزییات نماها را با یادداشتهای اولیهٔ خود مقایسه کنید. در صورتی که همخوانی ندارند، سعی کنید دفعهٔ بعد، دقیق‌تر باشید.

اگر امکان تماشای مجدد ندارید، نماهایی را موقتاً انتخاب کنید. کد زمانی و طول مدت هر نما را برای خود نگهدارید. آنچه را که می‌خواهید، خیلی واضح به تدوینگر بگویید. ابهام هم موجب تأخیر می‌شود و هم به تدوین مجدد که کاری مشکل و وقت‌گیر است، می‌انجامد. همواره تلاشهای خود را مورد نقد قرار دهید. لیکن خود را دست‌کم نگیرید.

ساخت گزارش

پس از مرور مواد خام، تدوینگر مایل است تصمیم شما را در خصوص ترتیب و طول مدت هر نما بداند. تنها به این اکتفا نکنید که زمان هر نما را مشخص کرده و سپس محل را ترک کنید. این کار در صورتی مفید است که ناچار باشید مأموریت دیگری هم انجام دهید. در غیر این صورت هدف باید این باشد که کنار تدوینگر بنشینید و مطمئن شوید که نظر شما را در خصوص ساختار و پیوستگی نماها درک کرده است.

گزیدهٔ نقل‌قولها

در خصوص نحوهٔ انتخاب گزیدهٔ نقل‌قولها، هیچ قانون ثابتی وجود ندارد. تمام سازمانهای خبری روش خاص خود را دارند. به‌طور کلی هرچه برنامه مردم‌پسندتر باشد و یا محتوای پیش پاافتاده‌تری داشته باشد، نقل‌قولها نیز کوتاه‌تر خواهد بود. بنابراین همه‌چیز را می‌توان در سه اصل کلی زیر گنجاند:

- نقل‌قولها را زیاد نزدیک هم قرار ندهید زیرا غیرطبیعی به‌نظر خواهد رسید.
- سعی کنید تا حدی طولانی باشند که مخاطب بتواند با آن رابطه برقرار کند.
- ضمن اینکه بر واقعیت‌ها تکیه می‌کنید سعی کنید تا از نقل‌قولها برای انتقال عقیده و اظهار نظر استفاده کنید.

ساخت گزارش

مطمئن شوید که گزارش تدوین‌شده، بازتابی از تمام فعالیتهای شما در محل باشد. همراه با تدوینگر تصاویر، مواد خام را تماشا کنید(۱) طول مدت هر نما و سکانس را با توجه به ثانیه‌شمار تصحیح کنید (۲).

یک مقدمهٔ ضعیف بهترین گزارشها را خراب می‌کند.

جای شما در برنامه کجاست؟

بعضی از سازمانهای خبری در مراحل پایانی مأموریتهایی که به شما می‌دهند، مشارکت کمتری خواهند کرد. هیچ راهنمایی و یا نظارتی وجود ندارد و شما باید به تنهایی در مورد محتوا و طول گزارش تصمیم‌گیری کنید. تنها همکاران هستند که در صورت تمایل می‌توانند لحظاتی کار خود را رها کنند و شما را در حل مشکلات یاری دهند، زیرا می‌دانند شما نیز در زمان مقتضی تلافی خواهید کرد.

اگر افراد ارشد بخواهند اظهارنظر کنند، این کار را پس از پخش کار شما انجام خواهند داد که در آن زمان هم اظهارنظرها بیشتر جنبهٔ انتقادی دارد و نه ستایش‌آمیز، به‌جز در مواردی که به‌طور مستقیم، نظر آنها را جویا شوید. تنها عاملی که به شما می‌گوید کارتان را درست انجام داده‌اید، ایراد نگرفتن سایرین است.

البته این خط‌مشی، ضرورتاً تعمدی نیست. اعتماد به شما که تصمیمات را خودتان اتخاذ کنید، درواقع نوعی احترام، به شمار می‌رود. در مواردی هم می‌توان علت این امر را کمی وقت و یا کمبود نیرو دانست. واقعاً سردبیران برنامه در فرصت چندساعته خود تا زمان پخش برنامهٔ روزمره چنان گرفتار کار هستند که اگر پیش از پخش، گزارش سه دقیقه‌ای شما را نبینند واقعاً چیزی از دست نداده‌اند.

نوشتن مقدمه

اگر سازمان خبری شما از امتیاز داشتن تهیه‌کننده یا نویسندهٔ مجزا برخوردار نیست، مسئولیت دیگری که به‌عنوان یک گزارشگر به عهدهٔ شماست، نوشتن مقدمه برای گزارش کامل شدهٔ خودتان است. حداقل انتظاری که از شما دارند این است که ایده‌های خود را در قالب یادداشت ارائه دهید.

در هر صورت، لغاتی که در مقدمه آورده می‌شوند باید طوری توجه مخاطب را به خود جلب کنند که وی با علاقه منتظر پخش گزارش شود. در مقدمه هم به همان اندازهٔ گزارش دقت به خرج دهید. در مواردی که گرافیک‌ها مفید باشند، از آنها نیز استفاده کنید. مقدمه باید نقش مکمل داشته باشد و به بیان عبارات یا ارقامی نپردازد که بلافاصله در اولین پاراگراف گزارشتان تکرار می‌شوند.

یک راه برای اجتناب از چنین مخمصه‌ای این است که مقدمهٔ کاملی را مثلاً در سه جمله بنویسید، دو جملهٔ اول را برای گویندهٔ خبر کنار بگذارید تا به‌عنوان مقدمه به کار برد و خودتان از جملهٔ سوم برای شروع گفتار گزارش استفاده کنید. این روش، بیشترین کارآیی را دارد.

اخبار همراه با موسیقی

در پایان اعتراف می‌کنم که شخصاً در عدم استفاده از موسیقی پس‌زمینه‌ای در موضوعات خبری، تعصب دارم. موسیقی اغلب جانشین ساده‌ای برای صدای طبیعی و صدای خارج از تصویر گوینده است و یا تصاویر زیبا را همراهی می‌کند. استفاده از موسیقی نشان‌دهندهٔ فقدان مهارت و قوهٔ تخیل گزارشگر در استفاده از کلمات مناسب و صداهای طبیعی است.

استفاده از موسیقی به جز در مواردی که واقعاً در ارتباط با موضوع باشد، لزومی ندارد و باید آن را به جای خود یعنی بایگانی فیلم‌های خبری فرستاد.

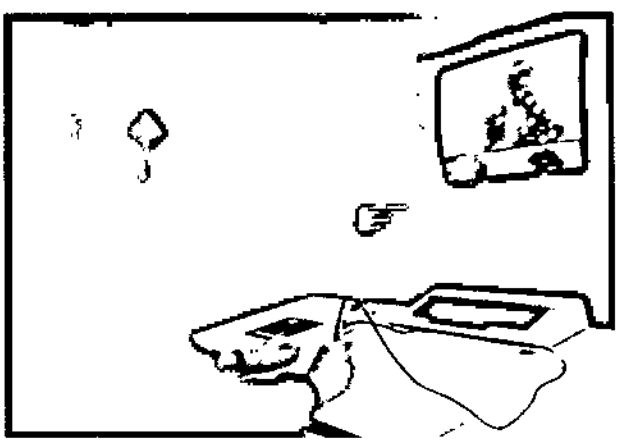
page	slug	source	sub	time
031	computer traffic	CAM 1	JJ	0:22

Mon Apr 3 16:12

John

cam 1 close-up ——— /A plan to free Britain's motorists from traffic jams on the roads of the future has begun to take shape. The work is being carried out by the team in charge of a new computer system which is being installed in

Map ——— /a former stately home in Berkshire not far from the M-180 link road. John Johnson has been finding out the details.



گنجاندن گزارش در برنامه

مقدمه باید مکمل گزارشی باشد که قرار است تماشاگر آن را مشاهده کند. گزارش «ترافیک کامپیوتری» متن کوتاهی به‌عنوان مقدمه دارد(۱) که باید گویندهٔ خبر آن را بخواند و برای جلب توجه بیشتر تماشاگر، گرافیک‌های کامپیوتری(۲) هم در نظر گرفته شده است.

زمانی را برای موارد اضطراری اختصاص دهید.

مأموریت

در بعضی موارد تعجب خواهید کرد که برگرداندن مواد خام به پایگاه، بیش از جمع‌آوری آنها زمان می‌برد. حتی در اروپا و آمریکا که ارتباطات، عموماً عالی است، گزارشگر و گروه تصویربرداری با اشتباهات و حوادثی روبرو می‌شوند که حاصل آن تأخیر در کار و نرسیدن به ضرب‌الاجلهاست.

با آهنگ خودتان

در صورت امکان به دلخواه خود و به هر نحو که دوست دارید گزارش خود را تهیه کنید و به آن وقت اختصاص دهید. فقط خودتان می‌دانید که فراگیری متن گزارش رو به دوربین و یا نوشتن گفتار چقدر طول می‌کشد. اجازه ندهید که گرسنگی، خستگی و یا هراس از این که گروه تصویربرداری از دست شما ناراحت شوند، شما را وادار سازد تا مسئولیت خود را با عجله انجام دهید و یا اجرایی را بپذیرید که تصور می‌کنید از معیار معمول شما پایین‌تر است. برای صرف غذا می‌توان صبر کرد ولی گزارش را نمی‌توان به تعویق انداخت.

اگر گروه تصویربرداری، بی‌تجربه است و یا شناخت قبلی کمی از آنها دارید، خودتان امکاناتی را که برای فرستادن مواد به ایستگاه تدارک دیده‌اند، بررسی کنید. سازماندهی مناسب همیشه مکمل سرعت کار نیست. در نهایت، قوهٔ تشخیص شماست که مورد چون و چرا قرار می‌گیرد و نه هیچ‌کس دیگر.

مخاطرات گزارش زنده

قابلیت انعطاف ENG و توانایی آن در فراهم‌کردن تصاویر زنده از محل، فشار بیشتری را بر گزارشگران وارد کرده است زیرا این افراد باید بخش عمدهٔ وقت خود را در مأموریتهای تهیهٔ گزارشهای کامل صرف کنند.

وقتی از شما می‌خواهند گزارش زنده تهیه کنید، به‌نوعی (هر چند ناپایدار) با برنامه‌گره می‌خورید،

وظیفهٔ گروه تولید هم در سوی دیگر این است که اطلاعات لازم را مدام در اختیار شما بگذارد و برای شروع گزارش «سرنخ»[1] بدهد. با این حال به‌طور کامل به بقیه متکی نباشید. زیرا رعایت پاردای از موارد احتیاطی ساده بد نیست. سعی کنید از زمان دقیق اجرای برنامه آگاه شوید و از مدتها قبل آمادهٔ کار باشید. نباید در جستجوی آخرین اطلاعات اینجا و آنجا سرگردان شوید و با خطر عدم حضور بموقع در محل مواجه گردید. چقدر احمقانه خواهد بود که پس از مقدمهٔ گویندهٔ خبر، تصویری بی‌سر و ته و بی‌ربط نشان داده شود، در حالی که طبق برنامه باید شما آن را پرمی‌کردید.

کنار آمدن با تماشاچیان

در صورت امکان، کار خود را جایی انجام دهید که برایتان مزاحمت ایجاد نکنند. همواره به محض برپاشدن بساط تلویزیون کنجکاوی جمعیت هم تحریک می‌شود و همواره باید انتظار جمع‌شدن تماشاچی را داشته باشید. اگر فکر می‌کنید که این امر مشکلاتی به بار می‌آورد با مقامات و یا همکاران هماهنگی به‌عمل آورید تا مطمئن شوید که به هنگام ارسال گزارش هیچ‌گونه اختلالی بروز نخواهد کرد.

گاهی تنها راه‌حل این است، که پرسروصداترین افراد جمعیت را مسئول ساکت کردن بقیه کنید!

1- Cue

مخاطرات گزارش زنده

به هنگام تهیهٔ گزارش زنده، چشم‌دوختن مردم کنجکاو به شما ممکن است شدیداً موجب حواسپرتی شما شود. حداقل، مردم حاضر در صحنهٔ این گزارش عمل خصمانه‌ای انجام ندادند.

وقایع اندکی واقعاً مستلزم توجه بین‌المللی هستند.

پوشش جهانی

اگرچه بعضی ازمسایل مانند صلح جهانی، نفت، بحرانهای اقتصادی، بلایایی در حد چرنوبیل، زلزله در ارمنستان و قحطی در اتیوپی دارای ابعاد جهانی هستند، اما در درجهٔ اول، مواردی مورد توجه ژورنالیست‌های تلویزیونی قرار می‌گیرند که در زندگی مخاطبان آنها تأثیر مستقیم داشته باشند.

از این رو در درجه‌بندی موضوعات خبری، بافت سیاسی، جغرافیایی و یا تاریخی آنها به اندازهٔ خود رویداد اهمیت دارد.

منابع

علی‌رغم انتقادی که اغلب از خصلت «دید محدوده»[1] خبر تلویزیون می‌شود، هنوز هم گزارش مسایل خارجی، بخش مهم خبر تلویزیونی است. برای شبکه‌های بزرگ که ذهنیتی بین‌المللی دارند و مخاطبانشان عادت کرده‌اند از هر واقعهٔ مهم در همان روز آگاه شوند، بدون شک گزارش اخبار خارجی پرخرج‌ترین نوع عملیات خبریابی را تشکیل می‌دهد. هر حادثهٔ واقعاً مهم و غیرمنتظره فشار مضاعفی را بر بودجهٔ ناکافی آنها که اغلب از قبل هم تحت فشار است، وارد می‌سازد. اخبار خارجی تلویزیون از چند منبع اصلی تأمین می‌شود.

- سرویس‌های محلی خبر، اخبار وقایع داخلی خود را به سرویس‌های بین‌المللی مبادلهٔ اخبار می‌سپارند تا بر اساس گردش نیمه‌دایم، چند نوبت در روز بین کشورهای عضو توزیع گردد.
- خبرگزاری‌های بین‌المللی و یا سازمانهایی که کارشان تهیهٔ تصاویر خبری است، گزارشگرانی دارند که در مهمترین مراکز بین‌المللی و یا در نزدیکی آنها مستقر هستند و بخش بزرگی از مواد خام گزارشها را تهیه می‌کنند.
- «ژورنالیست‌های آزاد»[2] نیز زندگی خود را از همکاری با سازمانهای مختلف تأمین می‌کنند. با این حال برخی از مشتریان باانصاف برای آن که از حداقل خدمات آنها بهره‌مند شوند، مقرری ثابتی

1- Parochialism

2- Freelance journalists

برای آنها در نظر می‌گیرند.

● گزارشگران حق‌الزحمه‌ای[1] در درجهٔ اول به مؤسسه‌ای که آنها را استخدام کرده است وفادار هستند ولی می‌توانند به دیگران نیز به شکل نامنظم خدمات ارائه کنند. ممکن است افراد هر دو گروه، ژورنالیست‌های تمام وقت نباشند.

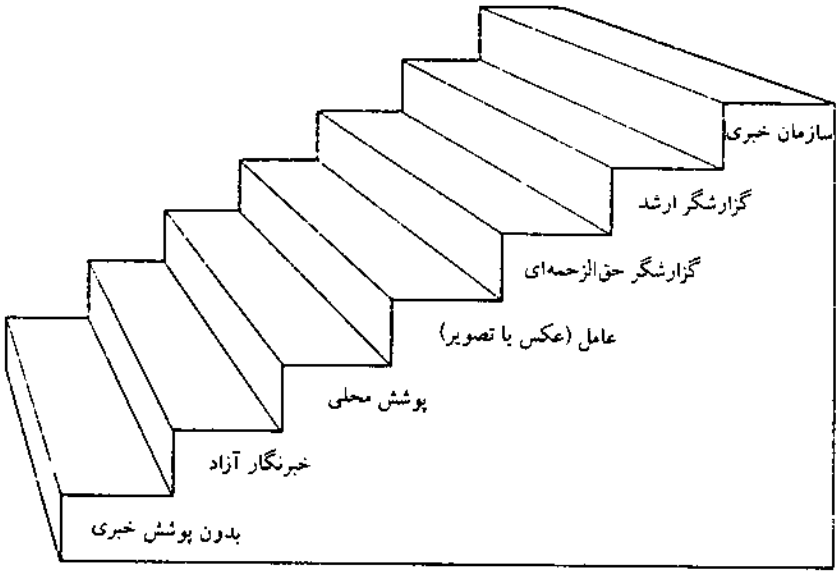
● گزارشگران ارشد مقیم؛ در کشورهایی مستقر هستند که جریان منظمی از اخبار مهم از آنجا به دیگر نقاط برقرار است. بدین‌ترتیب می‌توان هزینهٔ بالای اعزام ژورنالیست‌های دائمی رسمی را توجیه کرد.

● دفاتر خارجی، در مراکز مهمی که حضور یک گزارشگر ارشد کافی نیست و باید از چند گزارشگر و کارمند غیررسمی استفاده کرد، دایر می‌شوند.

● گروه ضربت از تعدادی گزارشگر عمومی تشکیل شده است که جهت پوشش وقایع ویژه و یا پشتیبانی گزارشگران آزاد و حق‌الزحمه‌ای از مرکز به محل اعزام می‌شوند.

● روش دیگر جمع‌آوری اطلاعات خارجی، شنود منظم، اخبار خارجی شبکه‌های مختلف است که اغلب به‌عنوان اولین منبع قابل اعتماد «اخبار رسمی» محسوب می‌شوند.

1- Stringers



مراحل پوشش اخبار خارجی

سازمان‌های خبری، حضور خود در خارج از کشور را بسته به اهمیتی که برای یک منطقه قایل هستند، درجه‌بندی می‌کنند. ولی پوشش اخبار خارجی سه‌برابر بیش از پوشش اخبار داخلی هزینه دربردارد. لذا در بالاترین سطح، شریک شدن با سازمانهای پخش سایر کشورها چه در امکانات و چه در دفاتر، به لحاظ اقتصادی و ژورنالیستی مقرون به صرفه است.

به چه دلیل خبریابی در خارج بسیار پرخرج است.

گزارشگر ارشد اعزامی به خارج از کشور

بهترین راه برای پوشش جامع اخبار یک کشور دیگر، استقرار یک خبرنگار رسمی در آنجا است. این مأموریت در میان تمام مأموریتهای گزارشگری، پرجاذبه‌ترین آنها به‌شمار می‌آید. زندگی در یک کشور خارجی و به‌عنوان نمایندهٔ یک سازمان خبری خارجی، برای گزارشگر وجههٔ اجتماعی و حرفه‌ای به ارمغان می‌آورد. به‌علاوه، گزارشگری که مدتی را در خارج از کشور می‌گذراند به افراد و منابعی دست می‌یابد که توسط آنها می‌تواند روند جریان اخبار کوچک و بزرگ را به کشور خود تضمین کند.

در کشورهایی که دارای رژیم سیاسی دیکتاتوری و یا توتالیتر هستند، حضور گزارشگران سازمانهای خارجی هم بندرت تحمل می‌شود، استقبال از آنها که جای خود دارد. رفت‌وآمد آنها و نوع گزارشی که می‌توانند تهیه کنند، محدود است و در صورت نقض مقررات با اخطارهای رسمی، اخراج، حبس و یا حتی بدتر از آن مواجه می‌شوند.

انتخاب یک پایگاه

در دوران مشکلات و محدودیتهای مالی، تعداد کمی از سازمانهای تلویزیونی می‌توانند چند ژورنالیست را در خارج از کشور مستقر کنند. مگر آن که این کار از لحاظ اقتصادی مقرون‌به‌صرفه باشد. برای چنین منظوری باید مناطقی انتخاب شوند که به‌صورت بالقوه و بالفعل دارای حجم زیادی از اطلاعات باارزش باشند، به‌علاوه باید دارای خطوط مراسلاتی و مواصلاتی کارآمد باشند. لندن، واشنگتن، توکیو، مسکو و پاریس بدون شک در رأس پایتخت‌هایی قرار دارند که هر سازمان خبری معتبر مایل است در آنجا به نحو احسن حضور داشته باشد ولی مطلوبیت مراکز دیگر بسته به وضعیت سیاسی، اقتصادی آنها، متغیر است و مدام تحت بررسی قرار دارد.

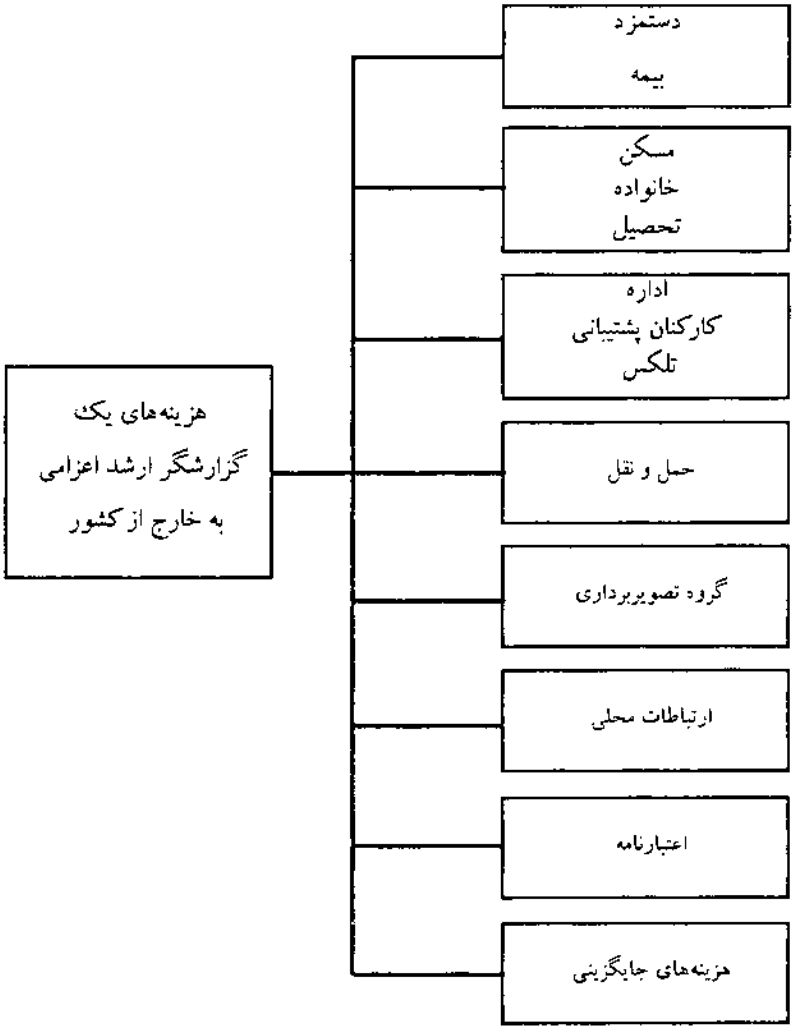
هزینه‌های مربوط به اقامت گزارشگران ارشد

هزینهٔ استقرار یک خبرنگار در هرجا، تنها محدود به حقوق و نیازهای ضروری وی نمی‌شود. بایستی ترتیباتی جهت زندگی شخصی او مثل اقامت، حمل‌ونقل، احتمالاً آموزش بچه‌ها و هزارویک مسئلهٔ دیگر که لازمهٔ یک زندگی معقول است، در نظر گرفته شود. بعضی از خبرنگاران ارشد اعزامی باید چندین کشور و یا حتی یک قاره را به‌تنهایی پوشش خبری دهند و باید هنگام وقوع حادثه در هر نقطه از منطقهٔ تحت پوشش، مقر خود را موقتاً ترک کنند.

خطر «بومی شدن»[1]

مأموریت حتی مطمئن‌ترین گزارشگران ارشد اعزامی به خارج از کشور، بیشتر از دو تا سه سال نیست، زیرا کفهٔ خطر بومی‌شدن ناشی از اقامت طولانی، از کفه آگاهی و تجربه‌ای که کسب می‌کنند، سنگین‌تر خواهد شد. برای عده‌ای دشوار است که تحت تأثیر فضای سیاسی ـ اجتماعی کشوری که با آن آشنایی و انس و الفت برقرار می‌کنند، قرار نگیرند و بهتر است به کشور دیگری بروند و از نو شروع کنند.

1- Going Native



هزینه‌های گزارشگر ارشد خارج از کشور

پرخرج‌ترین نحوهٔ پوشش اخبار خارجی، گماردن یک گزارشگر رسمی در مأموریت دایم خارج از کشور است. هزینه‌های مربوط به شخص و خانوادهٔ وی، تهیهٔ محل کار و استخدام کارکنان و جایگزینی او در ایام تعطیل، همگی را باید در نظر گرفت.

اعتبار گذرنامه را تمدید کنید.

اعزام گروه ضربت

همیشه در میان وقایع مهم خارج از کشور که یک سازمان خبری معتبر باید پوشش دهد، بعضی‌ها در مناطقی روی می‌دهند که گزارشگر ارشد مقیم برای پوشش آنها وجود ندارد. گرچه تعدادی از این وقایع به‌صورت کامل توسط گزارشگران آزاد، حق‌الزحمه‌ای و یا خبرگزاری‌ها گزارش می‌شوند، به‌هر حال دستیابی به تعدادی دیگر، نیاز به رهیافت متمایزی دارد که تنها از عهدهٔ یک ژورنالیست حرفه‌ای برمی‌آید. این مهم تنها با اعزام افراد از محلی دیگر (اغلب ایستگاه داخلی) امکان‌پذیر است، بنابراین یکی از اعضای گروه ضربت به محل فرستاده می‌شود و دستور دارد که ظرف چند ساعت پس از ورود، گزارشهای خود را بفرستد.

غلبه بر موانع نخستین

کار در محیط خارج از کشور، حتی در کوتاهترین مأموریتها برای افراد بی‌تجربه و ناآگاه می‌تواند به کابوس وحشتناکی بدل شود. تجربهٔ کار در یک جامعهٔ باز و بامردمی که مایل به همکاری هستند و یا جامعه‌ای غیردموکراتیک که به هر گزارشگر خارجی با دیدهٔ تردید می‌نگرند، هر دو ممکن است به یک اندازه، ضامن موفقیت نباشند.

هر تازه‌واردی در یک کشور بیگانه، با مشکل روبرو می‌شود. محیط، زبان، آداب و شرایط زندگی ناآشنا، احتمالاً بر ژورنالیست هم مانند هر فرد دیگر تأثیر می‌گذارد و موانعی به وجود می‌آورد که باید پیش از بررسی ملاحظات حرفه‌ای بر آنها غلبه کرد.

مایه‌کوبی و گذرنامه

آمادگی جهت مأموریت خارج از کشور در مقایسه با مأموریتهای داخلی دقت بیشتری می‌طلبد. کسانی که انتظار می‌رود به‌طور ناگهانی عازم خارج از کشور شوند باید همواره در مقابل طیفی از بیماریها واکسینه باشند. در بعضی از کشورها از ورود افراد فاقد گواهینامهٔ پزشکی جلوگیری می‌کنند. مطمئن شوید که اعتبار روادید و گذرنامه به اندازه‌ای باشد که زمان رفت و برگشت را دربربگیرد.

در خصوص حساسیتهای مقامات ادارهٔ مهاجرت کشور میزبان، هوشیار باشید زیرا آنها به دنبال کسانی هستند که بر گذرنامه‌شان مهر حضور در کشورهایی خورده است که کشور میزبان آنها را تحریم کرده و یا به رسمیت نمی‌شناسد. بویژه در آفریقا و خاورمیانه بسیار محتاط باشید. مسافران محتاط و باتجربه از دو گذرنامه استفاده می‌کنند تا دچار این گرفتاری نشوند و با آن مهر لعنتی برای خود دردسر ایجاد نکنند.

داشتن دو ملیت مختلف ارزش خود را در مواقعی نشان می‌دهد که دارابودن یک گذرنامه امتیاز منفی به‌شمار رود. در سال ۱۹۸۲ هنگامی که بین بریتانیا و آرژانتین درگیری کوتاه‌مدتی بر سر مالکیت جزایر فالکلند جریان داشت، تعداد زیادی از ژورنالیست‌ها که با افتخار خود را بریتانیایی می‌دانستند، ناگهان جدّه خود را که مدتها قبل مرحوم شده بودند، در دوبلین و کرک یافتند و با در دست داشتن گذرنامهٔ ایرلندی با شادمانی به بوینوس آیرس رفتند.

ماشین تحریر

رادیوی موج کوتاه و باتری

ضبط صوت و باتری

لباس و کفش مناسب

کلاه

نخ و سوزن (لوازم خیاطی)

لوازم واکس زدن کفش

شانه، شامپو و غیره

مسواک و غیره

لوازم آرایش یا ماشین ریش‌تراش (لوازم اصلاح صورت)

دیگر لوازم شخصی مثل لنز چشم / عینک یدکی، برس و غیره

قرص‌های معده

قرص‌های نمک

قرص‌های تصفیهٔ آب

پودر پا

کرم ضد آفتاب

دو جلد گذرنامه

تجهیزات گروه ضربت

بسته به شرایط، تجهیزات اساسی مورد نیاز گزارشگر در مأموریت گروه ضربت می‌تواند یک یا تمام موارد فوق را شامل شود. تلفنهای همراه در زمرهٔ ملزومات اساسی قرار گرفته‌اند و ماشین تحریر به‌تدریج جای خود را به کامپیوترهای کوچک می‌دهد.

اتاقهای هتل را به استودیوهای ساده تبدیل کنید.

در خاک بیگانه

از هنگام پیدایش ENG، عملیات خبری در خارج از کشور بسیار آسانتر شده است. در گذشته، عضو گروه ضربت، که واقعه‌ای را در یک کشور بیگانه پوشش می‌داد، برای ظهور فیلم و امکانات ارسال آن از طریق خطوط زمینی و یا خطوط مایکروویو و یا ماهواره‌ای بدون استثنا به ایستگاههای تلویزیونی همان محل وابسته بود. زیرا در غیر این‌صورت، باید فیلم را به شکل خام و برش داده نشده به کشور خود می‌فرستاد. تأخیر و یا ناکامی، بویژه در مواقع حساس، بسیار شایع بود. در چنین مواردی گروههای تصویربرداری از سراسر جهان به صورت همزمان خواهان امکانات از ایستگاه تلویزیونی محلی بودند. ایستگاهی که حتی قادر نبود به تعهداتش در قبال برنامهٔ خودش هم عمل کند.

گروه خبری مستقل

امروزه گروهی که مأمور تهیهٔ یک گزارش مهم در خارج از کشور شده است، اغلب دارای یک تدوینگر با تجهیزات کامل و متحرک تدوین است که می‌تواند در محل واقعه به تدوین گزارش بپردازد. به لحاظ ژورنالیستی این بهترین راه‌حل محسوب می‌شود، لیکن فقط سازمانهایی از عهدهٔ آن برمی‌آیند که توان تأمین هزینهٔ سفر هوایی یک گروه کامل و مجهز را به هزاران کیلومتر دورتر از ایستگاه خود داشته باشند.

برپایی تجهیزات

هر تدوینگر ماهر در مدت یک ساعت، تقریباً هر اتاق کوچک را به محلی مناسب برای تدوین و پایگاهی جهت کل عملیات تبدیل می‌کند. با مرتب کردن دقیق پرده‌ها و مبلمان و استفاده از دوربین می‌توان اتاق هتل را به یک استودیوی ساده تبدیل کرد. تمام این تمهیدات از فشار وارد بر گزارشگر می‌کاهد و وی به جای آنکه نگران ناکارآمدی همکاری‌ها و عدم پای‌بندی سایر مؤسسات تلویزیونی به تعهداتشان باشد، می‌تواند ذهن خود را بر جمع‌آوری خبر متمرکز سازد.

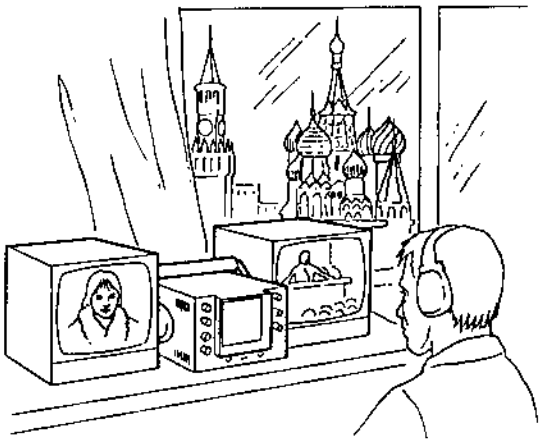
اگر گروه دارای آنتن ارتباطات ماهواره‌ای خصوصی و یا «فیدپک» (یک مبدل استاندارد همراه

که از طریق آن می‌توان تصاویر را به ایستگاه فرستاد) نباشد پس از تدوین فیلم، برای ارسال محصولات به کشور خود، همچنان به ایستگاه تلویزیون محلی وابسته است.

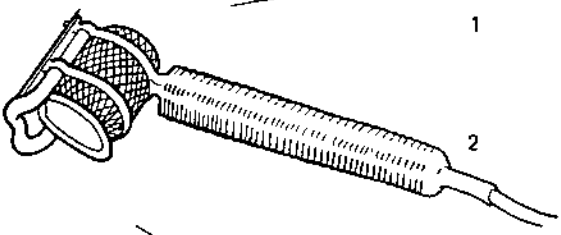
انجام وظیفه

زمانی که در خارج از کشور انجام وظیفه می‌کنید هیچ چیز را سرسری نگیرید. اغماض در مورد ساده‌ترین و پیش‌پاافتاده‌ترین مسایل ممکن است فاجعه‌آفرین باشد. به اختلاف ساعت بین دو کشور توجه داشته باشید. فراموش نکنید نماهایی که با سیستم پال ۶۲۵ خطی برداشته شده‌اند، با سیستم ۵۲۵ خطی NTSC سازگار نیستند و در مواردی که سرویسی که به شما مأموریت داده حداکثر ۱/۵ دقیقه برنامه می‌خواهد، تهیهٔ یک گزارش طولانی پنج دقیقه‌ای کار بی‌موردی است.

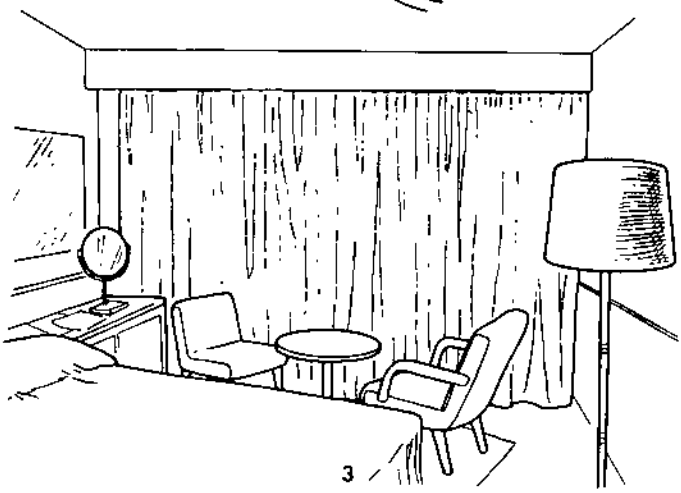
مشاهده شده است که گروههای تصویربرداری به سبب اشتباه گرفتن ساعت محلی با ساعت کشور خود، زمان مقرر را از دست داده‌اند، و یا با مواد خام تهیه شده، برای پخش به یک ایستگاه تلویزیونی خارجی رفته‌اند ولی استانداردهای لازم برای پخش را رعایت نکرده‌اند. آنها تمام تلاش خود را صرف تهیهٔ یک گزارش طولانی کرده‌اند که برای خلاصهٔ خبرهای آخر هفته مناسب بوده است.



1



2



3

در خاک بیگانه

با کمی تلاش می‌توان اتاق کوچک یک هتل را به نسخه‌ای قابل قبول از یک واحد تدوین تبدیل کرد(۱). با کشیدن پرده‌ها می‌توان از سروصداها کاست. تدوینگر به جای بلندگو از گوشی استفاده می‌کند و شما می‌توانید گفتار خود را به کمک میکروفون دهانی روی نوار صدا ضبط کنید(۲). می‌توان هنگام استفاده از دوربین ENG صندلی‌ها را طوری قرار داد که فضای یک استودیوی کوچک برای مصاحبه ایجاد شود (۳).

ماهواره‌های ارتباطاتی

احتمالاً با ظهور نوار ویدئو به‌عنوان مادهٔ خام خبریابی و جایگزینی آن به جای فیلم، انقلابی در زمینهٔ گزارشگری تلویزیون پدید آمده است: اما در نبود ماهواره‌های ارتباطاتی که به ارسال خبرها سرعت می‌بخشند، این انقلاب نمی‌توانست کامل شود.

ژورنالیست‌ها از سال ۱۹۶۲ که ماهوارهٔ Telstar از فلوریدا به فضا پرتاب شد، از فن‌آوری ماهواره‌ها سود برده‌اند. دو سال بعد، سازمان ارتباطات ماهواره‌ای راه دور (اینتلست)[1] شکل گرفت و انگیزهٔ تشکیل سیستمی شد که با پیونددادن قاره‌ها به یکدیگر، پوشش خبری هر رویداد را در هر نقطه از جهان، در همان روز وقوع امکان‌پذیر ساخت.

اولین ماهواره از سلسلهٔ اینتلست به نام «مرغ سحر» خوانده شد و لفظ «پراندن»[2] برای فرآیند ارسال خبر به کمک ماهواره، مورد پذیرش همگان قرار گرفت. در اینتلست که مقر اصلی آن در واشنگتن است، بیش از صد کشور جهان عضویت دارند که نمایندگی بیشترشان را سازمانهای مخابراتی ملی آنها برعهده دارند.

نحوهٔ کار ماهواره‌ها

ماهواره‌ها در مداری که ۲۲۳۰۰ مایل از زمین فاصله دارند قرار داده می‌شوند. در این نقطه، ماهواره‌ها ساکن به‌نظر می‌رسند. با قراردادن یک ماهواره بر فراز هر یک از اقیانوسهای اطلس، آرام و یا هند می‌توان تمام جهان را تحت پوشش قرار داد. در عمل، در هرکدام از نواحی فوق چند ماهواره قرار دارد تا بتواند پاسخگوی نیازهای فزاینده بویژه در ناحیهٔ اقیانوس اطلس، و نیز نقص فنی احتمالی باشند.

ماهواره‌ها صدا و تصویر را بین قاره‌ها و از یک ایستگاه زمینی به ایستگاهی دیگر تقویت و سپس ارسال می‌کنند. تلویزیون تنها از بخشی از ظرفیت مخابراتی ماهواره بهره می‌گیرد: تازه‌ترین نسل

1- Intelsat

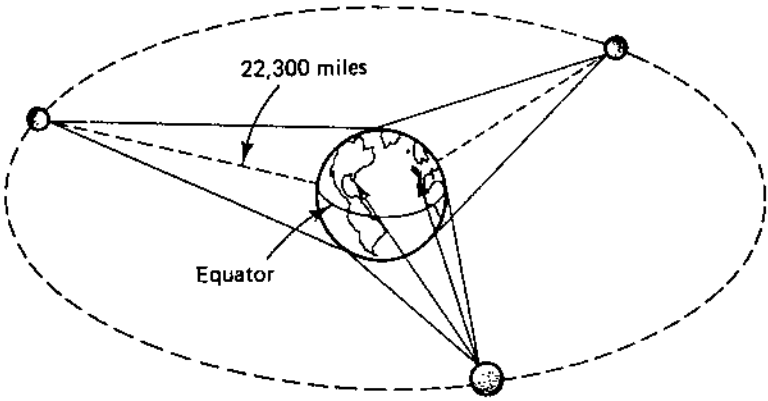
2- Birding

ماهواره‌های اینتلست، توانایی انتقال ۳۰۰۰۰ مکالمهٔ تلفنی همزمان و نیز سه کانال تلویزیونی را دارد.

در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ بهره‌گیری از DBS (پخش مستقیم توسط ماهوارد) به‌وسیلهٔ تلویزیون آغاز شد. در این روش سیگنالها به جای ارسال به ایستگاههای زمینی، مستقیماً به منازل فرستاده می‌شوند. ماهواره‌ها جهت استفادهٔ دولتها یا شرکتهای تجاری ساخته شده‌اند.

خبریابی ماهواره‌ای

نیاز به داشتن امکانات ارتباطی قابل اعتماد چنان است که برخی از سازمانهای خبری بزرگ، سرمایه‌گذاری در ایستگاههای متحرک زمینی خود را باصرفه می‌دانند. می‌توان تجهیزات ماهواره را در کامیون یا هواپیما جاسازی کرد تا تصاویر مربوط به خبرهای مهم مناطق دورافتاده به سرعت در دسترس قرار گیرند. گروه خبریاب که از نظر ماهواره‌ای خودکفا است و از یک گزارشگر، گروه تصویربرداری و تدوینگر تشکیل شده است و توسط کارکنان فنی و امکانات لازم پشتیبانی می‌شود. این گروه به‌طور کلی، تحرک بیشتری به عملیات خبریابی بخشیده است. هزینهٔ هنگفت این عملیات به‌واسطهٔ حذف تعدادی از ایستگاههای زمینی تجاری از زنجیرهٔ انتقال تا حدودی جبران می‌شود.



سیستم ماهواره‌ای کرهٔ زمین

سیگنال‌های تلویزیونی به فضا و ماهواره‌هایی که در فاصلهٔ ۲۲۳۰۰ مایلی به دور زمین می‌چرخند، ارسال می‌شوند. ماهواره‌ها آنها را دریافت و تقویت می‌کنند و به ایستگاههای زمینی آن سوی زمین می‌فرستند. اینتلست ماهواره‌هایی را بر فراز اقیانوس‌های اطلس، هند و آرام در اختیار دارد و به نحو مطلوبی تمام جهان را پوشش می‌دهد.

مخاطراتی راکه مصاحبه‌شنوندگان «ناراضی» ایجاد می‌کنند برآورد کنید!

زنده ماندن

«ژورنالیسم»، می‌تواند حرفهٔ خطرناکی باشد. همیشه کسانی یافت می‌شوند که مایلند اعمالشان پنهان بماند و در راه پوشاندن آنها از هیچ اقدامی فروگذار نمی‌کنند. سخن‌گفتن با آنها در خصوص صداقت، منطق و یا منافع ملی و عمومی بی‌فایده است و نظرشان را تغییر نمی‌دهد.

برخی از رژیم‌ها، مرزهای خود را بر روی هر کس که «همدل» نباشد می‌بندند و بدین‌ترتیب مشکل را حل می‌کنند. تنها کاری که یک گزارشگر می‌تواند انجام دهد، ورود غیرقانونی و یا در لباس یک جهانگرد است که در صورت رسواشدن با عواقب وخیمی روبرو خواهد شد. سایر کشورها، به ژورنالیست‌های خارجی اجازهٔ ورود می‌دهند ولی در عوض چنان اعمال سانسور و یا اشکال‌تراشی می‌کنند که بهتر است عطای مسافرت را به لقایش بخشید.

خصوصاً در چنین کشورهایی باید به این نکتهٔ مهم واقف باشید که اگر مصاحبه شونده‌ای با تشویق شما حرف دلش را بزند، ممکن است زمانی که شما با خیال راحت در خانه‌تان نشسته‌اید مقامات به سراغش بروند.

گروه سوم به ژورنالیست‌ها اجازه می‌دهند تا هر چه می‌خواهند گزارش کنند ولی باید خود پذیرای عواقب آن باشند. در این رابطه، بخشهایی از آمریکای لاتین، آفریقا و خاورمیانه در سالهای اخیر خطرناک بوده‌اند. جنگ‌ها، تنش‌های داخلی و یا بی‌قانونی، گزارشگری را به کاری دشوار تبدیل کرده است. صدها مورد قتل، ضرب و جرح، آدم‌ربایی و حبس به‌وقوع پیوسته است.

آسیب‌پذیری تلویزیون

از آنجا که ژورنالیست‌های تلویزیونی به‌طور انفرادی عمل نمی‌کنند و در معرض دید هستند، در شرایط خصمانه آسیب‌پذیرند. حضور گروه تصویربرداری در جایی که به‌صورت بالقوه مسئله‌دار است کافی است تا مشکل ایجاد کند. بسته به فهم و خرد اخلالگران، مزاحمت بین شکل‌های ضعیف (گذاشتن دست روی عدسی دوربین و یا قطع سیم رابط بین تصویربردار و صدابردار)، جدی (خردکردن تجهیزات) و یا خیلی جدی (حملهٔ فیزیکی به گروه) متغیر است.

گاهی گروه‌های تصویربرداری بدون هیچ دلیل مشخصی دستگیر و بازداشت شده‌اند و اگرچه ممکن است بسیار زود آزاد شوند و از آنها عذرخواهی شود، با وجود این خسارت اصلی یعنی «از دست رفتن گزارش» وارد شده است. ممکن است به جای بازداشت از شما خواسته شود که تصاویر برداشته شده را در شکل اولیه و خام خود به آنها تحویل دهید. اگر در یک کشور دموکراتیک با چنین وضعی روبرو شدید، باید به پلیس بگویید که تهیهٔ گزارش مطابق با روال قانونی بوده است. البته در شرایطی که با تفنگ به سوی شما نشانه رفته‌اند، ابداً چنین توصیه‌ای نمی‌کنیم.

حمایت از ژورنالیست‌ها

مؤسسهٔ بین‌المللی مطبوعات[1] که در سال ۱۹۵۱ تأسیس شد، مسئولیت حمایت از گزارشگران را بر عهده دارد. افراد حرفه‌ای دیگر نیز تلاش کرده‌اند تا جبههٔ متحدی را در مقابل مزاحمت‌ها و بدرفتاری با گزارشگران تشکیل دهند. بسیاری از سازمان‌های خبری دستورعمل‌های مخصوصی برای کارمندان مستقر در مناطق خطرناک، وضع کرده‌اند.

رگ حیاتی (دفتر) صلیب سرخ[2]

از سال ۱۹۸۵ شاخهٔ مطبوعاتی کمیتهٔ بین‌المللی صلیب سرخ واقع در ژنو، یک دفتر ۲۴ ساعته را به گزارشگرانی که در حین انجام مسئولیت‌های حرفه‌ای خود دستگیر یا بازداشت شده‌اند، اختصاص داده است. این دفتر در دسترس گزارشگران، خانوادهٔ آنها، سردبیران و مؤسسهٔ محل اشتغال گزارشگر مورد نظر قرار دارد.

نشانی:

17 Avenue de la Paix, CH - 1202, Geneva, Switzerland. Tel: 346001.

۲۲: کد منطقه

1- The International Press Institute

2- Red Cross Lifeline

توصیه‌های حیاتی برای ژورنالیست‌ها

● شما از گزارش مهمتر هستید. هیچ گزارشی به اندازهٔ زندگیتان ارزش ندارد.

● اگر تهدید شده‌اید، هرچه سریع‌تر کشور را ترک کنید.

● اگر مقامات نمی‌توانند امنیت شما را تضمین کنند، کشور را ترک کنید.

● هرگز تفنگ یا اسلحهٔ دیگری حمل نکنید.

● هرگز دست خود را به علامت اشاره دراز نکنید، ممکن است با تفنگ اشتباه شود.

● کشور، منطقه و مردمی را که با آنها سروکار دارید، بشناسید.

● زبان محلی را حداقل تا حدی فراگیرید که بتوانید خود را به ساکنین معرفی و با آنها صحبت کنید.

● اگر در یک منطقه ناآشنا هستید حتماً با ژورنالیست‌های دیگری که منطقه را می‌شناسند، مسافرت کنید.

● همواره اوراق کامل هویت را همراه داشته باشید.

● در وضعیت‌های خطرناک، به‌خوبی تمام همکاران خود را شناسایی کنید. ممکن است ظاهر افراد بیگانه با باطن آنها تفاوت داشته باشد.

● اعتراض علیه بدرفتاری، برای شما امنیت می‌آورد. نگذارید مقامات با شما و یا همکارانتان بدرفتاری کنند، در ضمن خودتان نیز از بدرفتاری پرهیز کنید.

● محتاطانه عمل کنید. معمولاً افرادی که به شما قول صمیمانه برای تهیهٔ گزارش می‌دهند، نمی‌توانند امنیت شما را تضمین کنند.

● تهیهٔ گزارش در مناطق دورافتاده که در آنجا به مقامات دولتی و خدمات پزشکی دسترسی نیست، مخاطرات بیشتری در پی دارد.

● خودتان را غیر از آن چه هستید، نشان ندهید. این امر به شبهات دامن می‌زند و در ضمن برای دیگر همکاران خطرآفرین است.

● تحت هیچ شرایطی به مبادلهٔ اطلاعات با سازمانهای جاسوسی دولتی و یا سازمانهای اطلاعاتی غیرژورنالیستی مبادرت نکنید و یا برای آنها کار نکنید.

● یک گزارشگر حرفه‌ای همواره باید با وجود مخاطرات طرفدار حقیقت باشد. پاره‌ای از

گزارش‌ها بیش از سایر گزارشها ارزش خطرکردن دارند.

● سنگ کسی را به سینه نزنید. مرز میان یک ژورنالیست و یک فعال سیاسی را زیر پا نگذارید.

● همواره مخاطرات و منافع یک گزارش را با هم قیاس کنید. در مواردی می‌توان واقعه‌ای را از راه دور به همان خوبی پوشش داد.

● بین خطر احتمالی و خطر موجود و قطعی، تفاوت قایل شوید. از خطر آشکار اجتناب کنید و همچنین بی‌جهت خطر نکنید. در این خصوص گاهی مشورت با دوستان و همکاران مفید است.

● در صورت امکان از تهیهٔ گزارش از هر دو طرف درگیر اجتناب کنید. گذشتن از یک طرف به طرف دیگر همواره خطرناک است.

● همیشه یک پرچم سفید با خود حمل کنید.

● در انتخاب راننده و راهنمای مناسب از میان افراد بومی، بسیار دقت کنید. حضور ذهن آنها می‌تواند حافظ شما باشد.

● به زبان محلی و به شکلی واضح کلمهٔ «مطبوعات» را روی اتومبیل خود بنویسید.

● هرگز اتومبیل خود را نشویید. یک اتومبیل کثیف دخالتهای بیجا را بهتر نشان می‌دهد.

● در صورت امکان از دو اتومبیل استفاده کنید، ممکن است یکی از آنها خراب شود.

● تا جایی که می‌توانید با ساکنان محلی هم صحبت شوید و به توصیه‌های آنها گوش دهید.

● لباس مناسب هر موقعیت را بپوشید. البته لباس مناسب معانی متفاوت دارد. گاهی اوقات باید قاطی جمعیت شوید و گاهی لازم است که شما را جزیی از آنها به حساب نیاورند.

● سردبیر «سرویس مأموریت» را به هنگام عزیمت به مکان مورد نظر، در جریان قرار دهید و از زمان تقریبی بازگشت مطلع سازید.

● هرگز لباس سبز زیتونی و یا هر چیزی که شما را شبیه یک سرباز نشان دهد، به تن نکنید.

● همکاران مستقر در هتل را در جریان سفرهای خود قرار دهید.

● اگر افراد متخاصم جلوی شما را گرفتند، خود را به زبان آنها معرفی کنید و از آنچه می‌خواهید انجام دهید تاحدودی آنها را آگاه کنید.

● اگر افراد شبه نظامی در محل‌های ایست و بازرسی از شما «مالیات جنگی» خواستند، بپردازید. این مبلغ زیاد نیست ولی مانع از ایجاد مزاحمت می‌شود.

● هرگز ایست و بازرسی را رد نکنید، هیچ وقت نقشه‌ها را آشکارا نشان ندهید.

● همواره یک رادیوی موج کوتاه همراه خود ببرید تا از طریق BBC با ایستگاههای قابل اعتماد دیگر از تحولات اوضاع باخبر شوید.

● در ضمن مأموریت با خود فکر کنید که به چه نحو می‌توان گزارش بهتری تهیه کرد. مثلاً آیا می‌توان خطر اصابت گلوله را پذیرفت یا باید جوانب امر را بیشتر بررسی کرد.

● همیشه احتمال خطر را بدهید و در این خصوص از خود سئوال‌کنید.

● «اطلاعات در خصوص محل» و «زیرکی» شما، تنها چیزهایی هستند که در شرایط خطرناک به درد می‌خورند. سردبیر و کنوانسیون ژنو در چنین شرایطی به کارتان نمی‌آیند.

● خصوصیات بدنی خود را ارزیابی کنید. به آنچه که توان تکمیل آن را ندارید، مبادرت نکنید.

● مطمئن شوید که کارفرما شما را در موارد قتل یا مجروح شدن بیمه کرده است.

● سردبیران باید همواره از خطرات احتمالی که گزارشگران و تصویربرداران را تهدید می‌کند باخبر باشند. به‌علاوه مسئولیت نیز با آنها است و نباید بدون دلیل افراد را وادار به انجام کاری کنند.

● حتماً بدانید که نشانه‌هایی چون پرچم سفید، پرچم قرمز، سوت‌زدن و حرکات سر و دست در آن منطقهٔ بومی چه معنایی دارند.

مجری اصلی[1]

مهم نیست که گزارشگران از نظر مخاطبان و یا همکاران خود تا چه حد ممتاز و محترم باشند. شکی نیست که زرق و برق و شهرت موجود در ژورنالیسم تلویزیون بیشتر نصیب کسانی می‌شود که به شکل منظم اخبار و یا برنامه‌های وابسته به آن را اجرا می‌کنند. نکتهٔ جالب اینجاست که خبرخوان[2] (یا هر عنوانی که داشته باشد)، در همهٔ موارد، سابقهٔ کار ژورنالیستی ندارد. بدیهی است که خبرخوان‌ها تنها به صرف داشتن صدا و ظاهر مناسب به خدمت گرفته شده‌اند و در روند نگارش نقشی نداشته‌اند. اختیارات آنها در تغییردادن متون (البته پس از مشورت دقیق) فقط محدود به لغات و یا عباراتی است که در بیان آنها مشکل دارند.

ژورنالیست / مجری

ظهور ژورنالیست / مجری با نیازهای جدیدی که زاییدهٔ تحولات فن‌آوری و قالب‌های جدید در ساختار برنامه‌هاست، همزمان شده است. مهارت‌های ژورنالیستی و فنون نمایشی و اجرا غیرقابل تفکیک هستند. اینک هر وقت که سردبیران به دنبال افرادی می‌روند که واجد هر دوی این مهارت‌ها باشند، در وهلهٔ نخست متوجهٔ گزارشگران باتجربه‌تر می‌شوند. بعضی از آنها از وقت زیادی که صرف مأموریتها و سفرهای بی‌حساب کرده‌اند، خسته شده‌اند و مایلند گشت‌وگذار خود را با محیط امن استودیو و ارتقا به مقام یک ستاره عوض کنند. پس استخدام ژورنالیست / مجری صرفاً به دلیل صدا و یا ظاهر وی نیست، بلکه تجربهٔ او نیز مد نظر است. آنها می‌توانند در قیاس با سردبیران برنامه که به لحاظ نظری رتبهٔ بالاتری دارند دستمزدهای بسیار بیشتری تقاضا کنند.

1- Anchor

2- Rresenter, News Reader, Newscaster, Anchor

قدرت مجری

اگر سلسله مراتب به‌خوبی مشخص نشده باشد، برخوردهای شخصی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود و معمولاً ضرر آن متوجه برنامه می‌شود. برخی از مدیران معتقدند که این «تنش سازنده» نقش مثبتی در تحقق ژورنالیسم پویا دارد. دیگر سازمانها فقط برای مدت کوتاهی به گزارشگران اجازه می‌دهند که نقش مجری را برعهده بگیرند و برخی نیز برای جلوگیری از بروز هر نوع مسئله‌ای، اختیارات سردبیری را هم به گزارشگر / مجری می‌سپارند، به‌نحوی که وی مسئولیت اجرایی امور بودجه، تعیین مأموریت‌ها، استخدام و اخراج کارکنان تا تصمیم‌گیری روزمره در مورد مسایل تحریریه را بر عهده دارد. از یک نظر ممکن است این خط‌مشی، مؤثر باشد، اما وقتی زمان پخش فرامی‌رسد و سردبیر /مجری باید فقط برنامه اجرا کند، مشکلات ظاهر می‌شوند و یک فرد، هرچند هم که ماهر باشد باز هم متحمل فشارهای شدیدی می‌شود.

احتمالاً یک گزارشگر تازه‌کار با چنین مشکلی مواجه نمی‌شود ولی اگر در خفا علاقهٔ شدیدی به مجری شدن دارید، سعی کنید داوطلبانه اجرای پاره‌ای از برنامه‌ها را در آخر هفته برعهده بگیرید و دقت کنید که بتوانید به‌عنوان یک جایگزین قابل اعتماد برای خود اعتبار کسب کنید. کسی چه می‌داند که کار به کجا خواهد کشید.

بقیه را تشویق کنید که به سبک شما بنویسند.

در استودیو

اجرای برنامهٔ خبرخوانی در زیر تابش شدید نور پروژکتورهای یک استودیوی تلویزیونی و در مقابل میلیونها تماشاگر خرده‌گیر کافی است تا هر کسی را مضطرب کند.

حتی باتجربه‌ترین مجریان نیز از دل‌شوره‌ای که گه‌گاه قبل از برنامه دست می‌دهد، رنج می‌برند. هرچند که ممکن است این واقعیت را انکار کنند. در محیط خارج از استودیو امکان گرفتن برداشت دوم و حفظ آبرو هست: در داخل استودیو راه گریزی وجود ندارد. به کاربردن پسوند غلط، اندکی مکث و یا تپق‌زدن، نگاه‌کردن به اطراف و چین‌انداختن ماهیچه‌های صورت همگی موضوعاتی هستند که نقل مجالس و محافل خواهند شد.

بالیدن تحت شرایط فشار

اگر از جمله کسانی هستید که تحت شرایط فشار کار و بار مسئولیت رشد کرده‌اید، اجرای یک برنامهٔ زنده و پر دردسر واقعاً مناسب شما است.

ضمن اینکه باید بپذیرید که ممکن است مجبور شوید به‌تنهایی انجام وظیفه کنید. ممکن است از شما بخواهند که کاملاً به‌تنهایی از یک استودیوی واقع در خارج شهر یا دوربین قابل کنترل از راه دور و چراغ‌هایی که باید خودتان روشن کنید، برنامه‌ای را برای مخاطبان ناپیدا اجرا کنید.

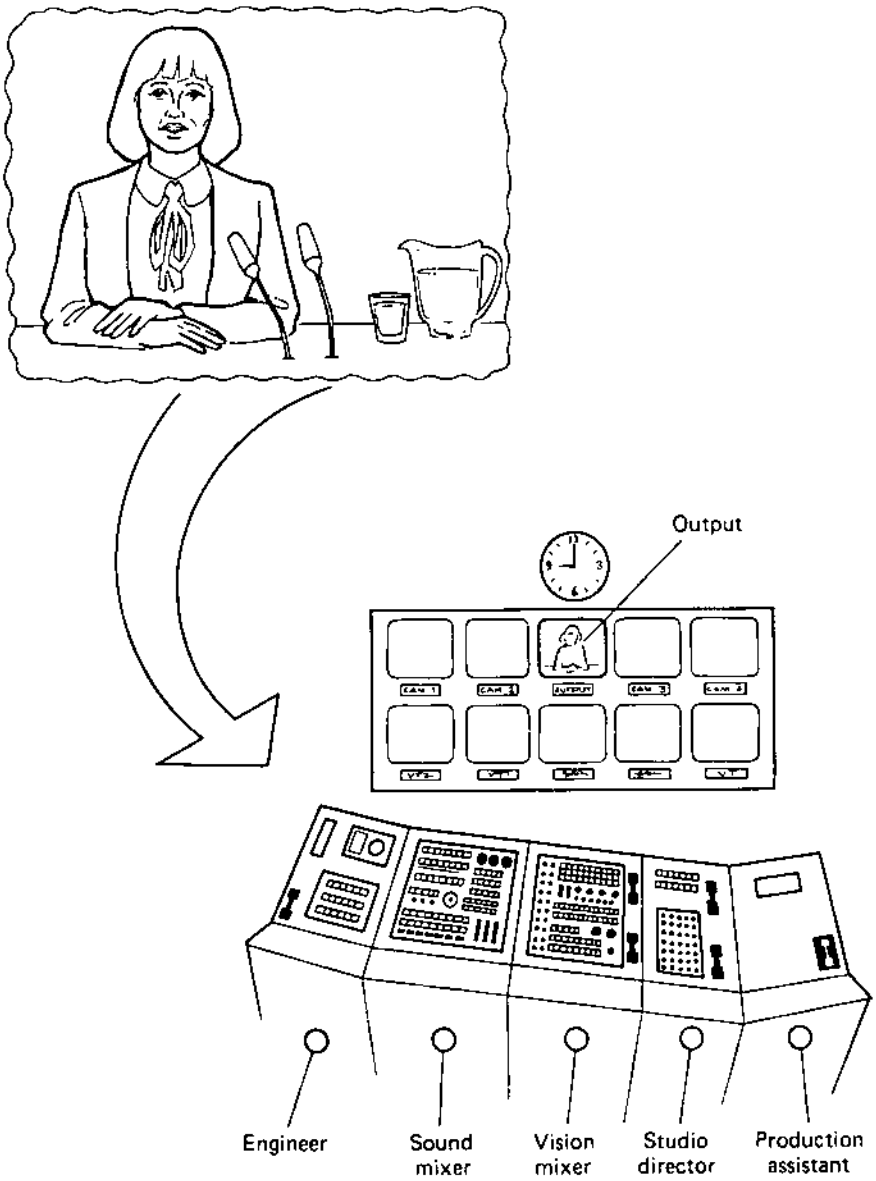
در اجراهای پرزرق‌وبرق در استودیوهای بزرگ نیز تقریباً به همان اندازه تنها هستید. ممکن است از شما خواسته شود که متنی را از روی دستگاه متن‌رسان که بر روی دوربین‌های روبوتیک نصب شده است، به‌دقت بخوانید و یا سلسله تصاویری را که از بخش دیگر ساختمان پخش می‌شوند معرفی کنید و در همان حال به فریادهایی که کارگردان استودیو در گوشتان می‌کشد گوش دهید. نزدیک‌ترین فردی که در این شرایط در دسترس است مدیر صحنه است که او نیز در فاصلهٔ زیادی از دوربین‌ها ایستاده است.

به زبان خودتان...

ممکن است مهمترین مشکل شما این باشد که باید نوشته‌هایی را بخوانید که به احتمال زیاد از سبک و جمله‌بندی آن راضی نیستید. مهم این است که فرد قرائت‌کننده تا چه حد برای تغییر نوشته‌های دیگران و یا استفاده از نوشته‌های خود اختیار دارد. حتی اگر مایل هم باشید، باز هم نوشتن تمام یک برنامه نیم‌ساعته در توان شما نیست. لطفی که بسیاری از برنامه‌ها می‌توانند به ژورنالیست / مجری خود بکنند این است که به آنها اجازه دهند سرفصل‌ها (در صورت وجود) و یا اولین خبر را خودشان بنویسند.

... و از زبان دیگران

حداقل امکانی که احتمالاً در اختیار شما قرار می‌گیرد دیدن هر متن قبل از تکمیل آن است. بدین‌ترتیب می‌توانید تا حدودی نظرات شخصی خود را در آن بگنجانید. بزرگترین مشکل این است که آنها را تشویق کنید تا از همان ابتدا به سبک شما بنویسند و اگر این امر ممکن نیست، متن را طوری تغییر دهید که صحت متن و غرور حرفه‌ای نویسنده حفظ شوند. شکایت در این مورد که شما بدون مشورت، متن را دستکاری و آن را خراب کرده‌اید، به اعتبار شما نزد سایر افراد گروه لطمه خواهد زد.



در استودیو

ممکن است شخص در استودیوی تلویزیون تنها باشد. راهنمایی‌های لازم از اتاق فرمان که احتمالاً کمی دورتر واقع شده است به مجری داده می‌شود. کارگردان استودیو(۱) سرپرستی گروه تولید را برعهده دارد و او ممکن است یک دستیار تولید(۲) نیز داشته باشد؛ تکنسین تصویر(۳)، صدا(۴) و مهندس ارشد(۵) نیز همکاری می‌کنند.

صاف بنشینید و قوز نکنید.

وضعیت مناسب بدن

یکی از شایع‌ترین خطاهایی که افراد هنگام قرارگرفتن جلوی دوربین تلویزیونی استودیو مرتکب می‌شوند، وضعیت بدی است که به بدن خود می‌دهند. برخی در صندلی خود فرومی‌روند و بعضی دیگر هم نمی‌توانند صاف بنشینند، یکی از شانه‌ها را جلو می‌اندازند و حالت تعرض به خود می‌گیرند، ضمن این که بدین‌ترتیب فقط یک چشم آنها رو به مخاطب است. برخی به‌قدری عصبی‌اند که واقعاً روی لبهٔ صندلی به‌صورت ناصاف می‌نشینند و گروهی هم با پشت قوزکرده روی صندلی ولو می‌شوند طوری که هیکل آنها فقط قسمت پایین صفحه را پر کند. این قصه سر دراز دارد. همهٔ این عادت‌ها موجب انحراف توجه مخاطب می‌شود. آن‌چه که تماشاگر از شما می‌خواهد چهره‌ای آرام و توأم با اطمینان و اعتماد به نفس است. نگذارید معایب شما وقت آنها را بگیرد. آنها نخواهند توانست روی مطالب مهمی که باید به آنها بگویید یا نشان دهید، تمرکز حواس داشته باشند. در نهایت، ناراحت و خسته می‌شوند و تلویزیون را خاموش می‌کنند.

حرکت پیشنهادی

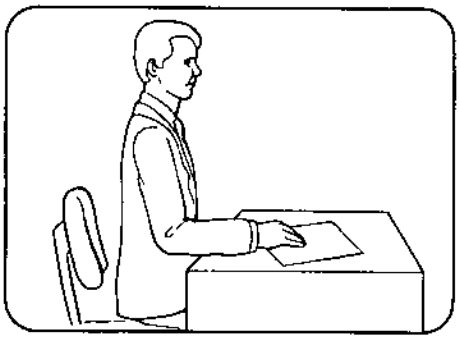
قبل از اینکه شروع به خواندن متن کنید از روش منظم و کوتاه زیر استفاده کنید. ابتدا خیلی راحت درون صندلی قرار بگیرید. اگر بین شما و دوربین میزی وجود دارد (که اکثراً هم همین‌طور است)، مطمئن شوید که صندلی مناسب ابعاد بدن شما باشد، نه به ابعاد بدن آن آدم غول‌پیکری که پیش از شما از آن استفاده کرده است. اگر صندلی‌تان قابل تنظیم نیست، صندلی دیگری بخواهید.

دقت کنید که فاصله‌تان با میز در حدی باشد که بتوانید برگه‌های خود را به شکل طبیعی و بدون کش‌آمدن بدنتان جابجا کنید. به دوربین‌ها فکر نکنید، زیرا این وظیفهٔ کارکنان تولید است که در صورت لزوم آنها را جابجا کنند و از همه مهمتر این که اجازه ندهید شما را دستپاچه کنند. اگر هنوز احساس می‌کنید که ممکن است قوز کنید، سعی کنید روی لبهٔ پشتی کت خود بنشینید اگر عادت به پوشیدن کت ندارید با حروف درشت روی متن خود بنویسید «صاف بنشین»!

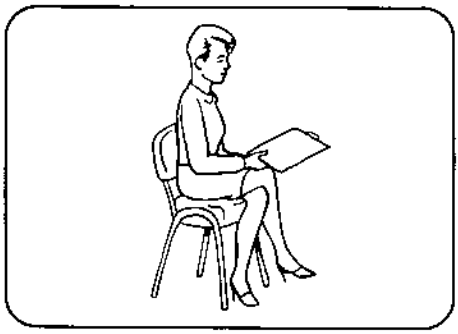
استفاده از تخته گیره‌دار

هرچه برنامه کمتر رسمی باشد، مجری با مشکلات بیشتری روبرو خواهد بود، زیرا باید با شرایطی که در آن یک مشت کاغذ را در یک دست و قلم را در دست دیگر بگیرد، کنار بیاید. اگر میز یا یک سطح صاف در دسترس نباشد، پاهایتان را روی هم بیاندازید و برگه‌ها را روی آن قرار دهید. اگر تعداد برگه‌ها زیاد است سعی کنید منظم باشند و ضمناً آنها را کف استودیو پخش نکنید، زیرا ممکن است مجبور شوید درست قبل از یک مصاحبهٔ مهم بین کابل‌های دوربین به تقلا بیفتید تا دوباره آنها را پیدا کنید.

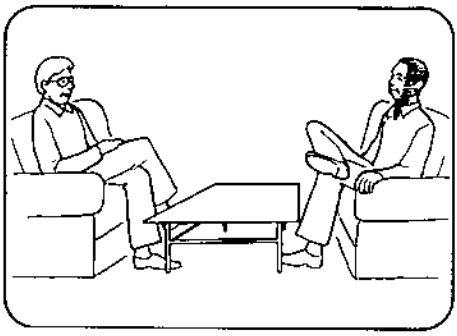
بهترین توصیه این است که از تخته گیره‌دار استفاده کنید و با دستی که قلم را گرفته‌اید برگه‌ها را ورق بزنید. می‌توان در طی برنامه، برگه‌ها را به‌نحوی دورانداخت که در نما مشخص نشود.



1



2



3

رسمی و غیررسمی‌بودن

وضعیت بدن مهم است: سعی کنید روی لبهٔ پشتی کت خود بنشینید تا قوز نکنید(۱). اگر میز وجود نداشته باشد باید متن را روی پاهای خود در حالت تعادل نگاه دارید که در این صورت شاید نشستن صحیح ممکن نباشد(۲). در موارد غیررسمی اثاثیه شامل صندلی راحتی و میز قهوه‌خوری است(۳).

«متن‌رسان»[1]

«متن‌رسان»، یکی از باارزش‌ترین ابزارهایی است که جهت کمک به بهبود عملکرد مجریان در استودیو ابداع شده است و این احساس را القا می‌کند که کلمات از روی حافظه گفته می‌شوند.

این ابزارها به حد کافی تکامل‌یافته و بی‌دردسر هستند و می‌توانند مورد استفادهٔ گویندگانی قرار بگیرند که دوست دارند ضمن ایجاد حضور ذهن، به اعتبار خود نیز بیفزایند. متن‌رسان، رگ حیات برای هر خبرخوانی است که برای خود احترام قایل است و دلش نمی‌خواهد مخاطب به‌طور مداوم با تصویر وسط سر او مواجه شود.

فراتر از «برگهٔ یادآور»[2]

سخت‌افزار دستگاههای متن‌رسان، از زمان اولین برگهٔ یادآور (برگهٔ راهنمای فرد کم‌حافظه) تا به امروز، پیشرفت‌های شایانی کرده است. این برگه‌ها در واقع کارت‌های دست‌نویسی بودند که زیر یا در دو طرف دوربین قرار می‌گرفتند. «فرد کم‌حافظه» همان خبرخوان بود که نمی‌توانست کلمات یک موضوع و یا کل برنامه را به حافظه بسپارد. مشکل قراردادن برگه در وضعیتی که باعث انحراف خبرخوان از دوربین نشود، باعث می‌شد تا کارایی این روش ساده تضعیف گردد.

اگرچه انواعی از این برگه‌ها هنوز مورد استفاده قرار می‌گیرند، انواع پیشرفته‌ای نیز وجود دارند که به موازات ترقی در سایر زمینه‌های ژورنالیسم پدید آمده‌اند.

پیشرفته‌ترین آنها لغات را به کمک آینه‌ای که در جلوی دوربین قرار دارد، به‌نحوی منعکس می‌سازد که در کار عدسی اختلالی پیش نمی‌آید. خبرخوان در حین صحبت، به‌طور مستقیم به آن (و در نتیجه به مخاطبان) نگاه می‌کند. نیمهٔ دیگر سیستم، شامل یک دوربین کوچک است که توسط یکی از اعضای گروه تولید که در گوشه‌ای از استودیو مستقر شده‌اند به کار انداخته می‌شود. دوربین، متن را که صفحه به صفحه و درست زیر آن قرار می‌گیرد، اسکن و کلمات آن را بزرگ می‌کند. در نوع

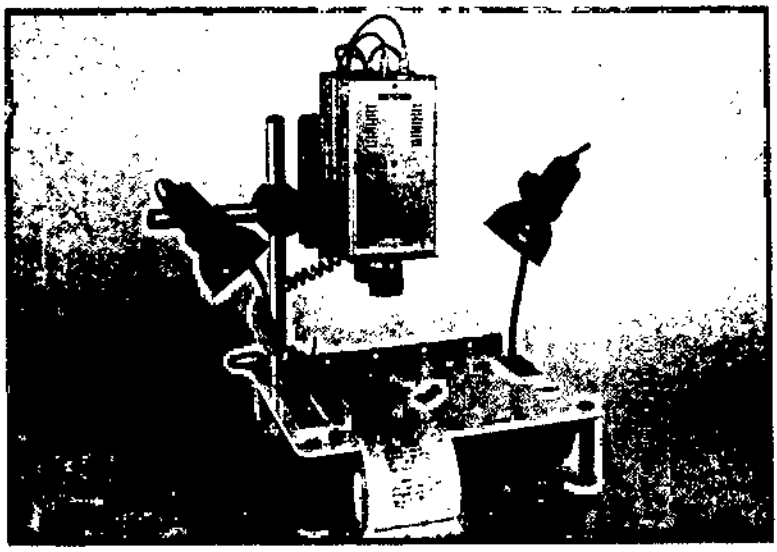
1- Prompter

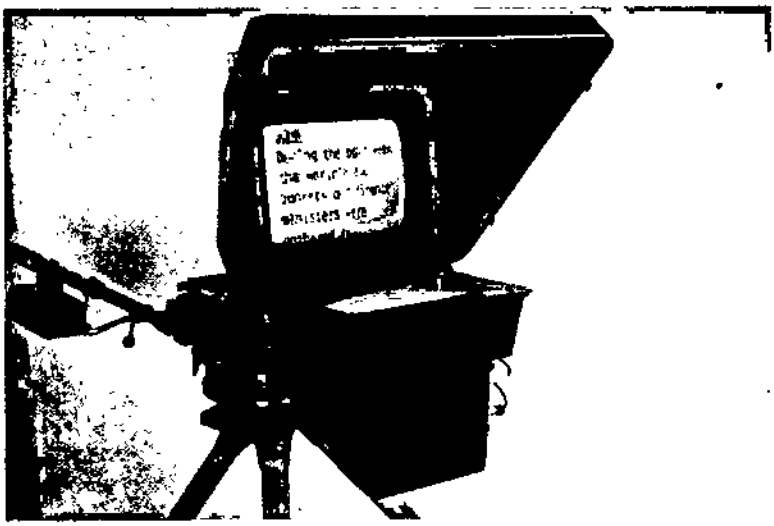
2- Idiot Board

دیگر آن، می‌توان متن را بر روی یک نوار کاغذی باریک مجدداً تایپ کرد و متصدی با سرعتی متناسب با سرعت خواندن خبر، آن را به حرکت درمی‌آورد.

اتصال‌های کامپیوتری

پیشرفته‌ترین نوع متن‌خوان که قابل حمل و نقل است و می‌توان استفاده‌های تخصصی از آن کرد، به سیستم‌های کامپیوتری اتاق خبر متصل می‌شود. این نوع در اواسط دهۀ ۱۹۸۰ به‌تدریج رواج یافت. در این روش متن‌ها در اتاق خبر به روش الکترونیکی تولید و با فشردن یک دکمه پیش روی خبرخوان ظاهر می‌شوند. مزیت این روش آن است که می‌توان بلافاصله گزارش‌ها را بازنویسی کرد و یا آخرین اطلاعات را به آنها افزود. بنابراین از لحاظ نظری، خبرخوان می‌تواند به‌طور مستقیم از روی صفحات متن‌رسان بخواند ولی اغلب آنها ترجیح می‌دهند که خطر نکنند و برگه‌های متن را به همراه خود داشته باشند زیرا ممکن است اشکالی ناگهانی در دستگاه الکترونیکی بروز کند.





متن‌رسان الکترونیکی

دستگاه الکترونیکی متن‌رسان به مجری این امکان را می‌دهد که به هنگام خواندن متن، به‌طور مستقیم به مخاطبان نگاه کند. در این سیستم، یک دوربین تلویزیونی کوچک متنی را که در زیر آن قرار دارد، با سرعت تنظیم‌شده (توسط دست، از راه دور، یا با پدال با) اسکن می‌کند. دستگاه می‌تواند انواع کاغذها را از حلقه‌های ۸ سانتی‌متری متحرک تا کاغذهای کامپیوتری ۲۴ سانتی‌متری ثابت، را قبول کند(۱). کلمات متن روی دستگاهی که به دوربین متصل است و جلوی عدسی را نمی‌گیرد به نمایش درمی‌آید (۲).

... ولی بردهٔ آن نباشید.

فنون متن‌رسانی

معنی استفادهٔ کارآمد از «متن‌رسان» این نیست که مثل چوب خشک به دوربین که زاویهٔ درستی دارد خیره شویم و هر چه را که روی صفحهٔ آن نوشته شده است، بخوانیم. مبتدیان عصبی چنین تصور می‌کنند که دستگاه متن‌رسان سیستمی حیات‌بخش است و جرأت ندارند از آن چشم بردارند. گویا فراموش کرده‌اند که آن هم فقط نوعی ابزار است.

بیشتر این دستگاه‌ها در هر زمان، تنها حدود شش سطر را می‌توانند نمایش دهند. فلش کوچکی که در گوشهٔ سمت چپ قرار دارد، به سطر دوم اشاره می‌کند. سطر بالایی که خوانده شد از بالای صفحه ناپدید می‌شود و سطرهای پایین رو به بالا حرکت کرده و در راستای دید قرار می‌گیرند. در بعضی از سیستم‌های پیشرفته‌تر، سرعت خواندن خبرخوان و اندازه‌گیری به‌صورت برنامه به کامپیوتر داده می‌شود تا کلمات به‌صورت خودکار با سرعت یکنواخت ظاهر شوند. روش معمول‌تر این است که متصدی، خبرخوان را دنبال و بسته به شرایط، سرعت حرکت را کم و زیاد کند.

از نگاه‌های متناوب خودداری کنید

وقتی که متن، توسط دستگاههای خبرخوان، مجدداً تایپ می‌شود، به دلیل باریکی آن، تعداد کلمات هر سطر به ٦ یا ٧ عدد تقلیل می‌یابد. در این جا هدف آن است که خبرخوان تشویق شود تا به هنگام خواندن، از حرکات واضح چشم و سرخود که ممکن است تصنعی به‌نظر آید، اجتناب کند. تلاش کنید متن را از مرکز صفحه بخوانید، نه از یک طرف سطر به طرف دیگر آن. در مواردی که به مدت طولانی مقابل دوربین قرار می‌گیرید گه‌گاه به بدن خود کمی حرکت بدهید تا کمتر شبیه یک روبوت به‌نظر برسید.

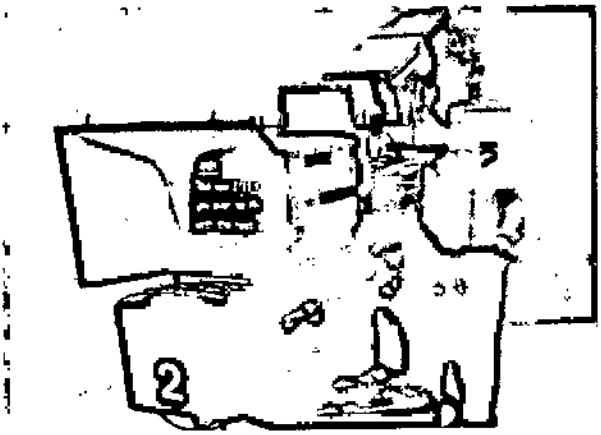
به همین دلیل لازم است تا گاهی سر خود را پایین اندازید و به متن نگاه کنید. اگرچه تماشاگران می‌دانند که هیچ خبرخوانی نمی‌تواند تمامی مطالب را از حفظ بخواند، لازم است تا هرچند وقت یک بار به تماشاگران اطمینان داده شود آنچه که می‌شنوند به‌ویژه اعداد و ارقام، دقیق و واقعی هستند. حیله‌ای که این‌جا می‌توانید به کار ببرید آن است که به پایین نگاه کنید و سپس سرتان را بالا بگیرید و

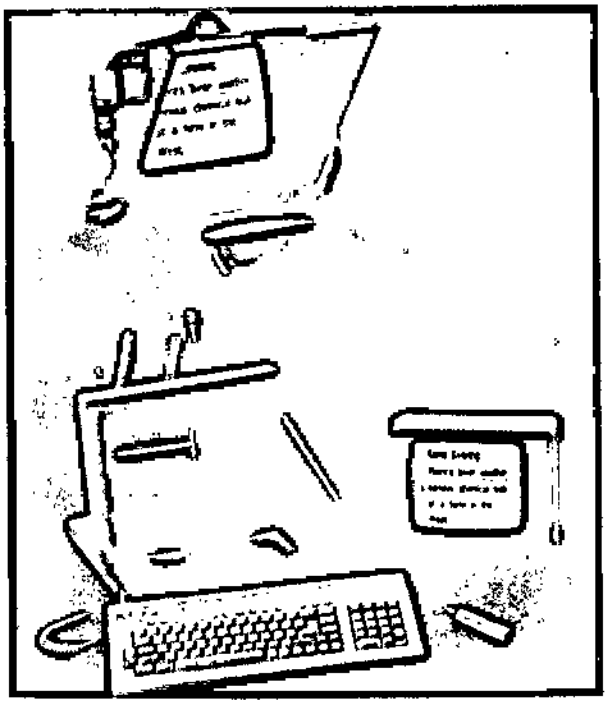
ادامه دهید و وانمود کنید که برای یادآوری مطالب به متن نگاه می‌کنید.

خط خود را گم نکنید

مسئلهٔ مهم، گم نکردن خط روی متن‌رسان است که این کار البته ساده نیست زیرا در برخی از سازمان‌ها مرسوم است که فقط قسمت‌هایی از متن را که قرار است روبه دوربین خوانده شود ماشین کنند و بقیهٔ متن به نحو دیگری مثلاً به هنگام پخش تصاویر خوانده شود. در یک شب پرکار که ممکن است متن در دقایق آخر هم تغییر کند، احتمال اشتباه زیاد است.

آخرین توصیه به کسانی که نمی‌توانند بدون خم شدن به جلو بخوانند این است که از عینک استفاده کنند.





متن‌رسان کامپیوتری

(۱) منظره‌ای که در مقابل چشم خبرخوان قرار می‌گیرد، (۲) سیستم‌های متن‌رسان متصل به کامپیوترهای اتاق خبر این امکان را می‌دهند که آخرین تغییرات در متن صورت گیرد بدون این که لازم شود نویسندگان خبر محل کار خود را ترک کنند و به استودیو بروند.

گوشی سفارش داده شده، بهتر است.

گوشی رابط با اتاق فرمان[1]

گوش سپردن به آنچه که در اتاق فرمان می‌گذرد، بخش دیگری از هنر اجرا در استودیو به شمار می‌رود. با استفاده از این سیستم، ارتباط مستقیم شما با کارگردان و یا سردبیر برقرار می‌شود و لذا دادن دستورات لازم در خلال برنامه به سادگی امکان‌پذیر خواهد بود. استفاده از تلفن روی میز برای این منظور بسیار نمایشی خواهد بود. تقریباً هر مجری ثابت استودیو در هر رتبه و مقامی که باشد دارای یک گوشی شخصی ظریف و کاملاً مناسب گوش خود است که بسیار شبیه به یک سمعک است و از طرف دیگر به وسیلهٔ یک سیم طویل به صفحهٔ الکتریکی پشت میز وصل می‌شود. ممکن است استفاده از این دستگاه در ابتدا برای شما ناممکن به‌نظر برسد: درست شبیه یک بازی بچگانه است که باید سعی کنید از یک طرف آهسته به سر خود ضربه بزنید و به‌طور هم‌زمان شکم خود را مالش دهید. برای کسب مهارت در این کار به تمرین زیادی نیاز دارید. باید عادت کنید که همزمان با شنیدن صدای کسانی که در اتاق مجاور دربارهٔ مسائلی که ارتباطی با شما ندارند، صحبت می‌کنند، تمرکز خود را حفظ کنید و با دقت به کار خود ادامه دهید.

از سوی دیگر سیستم گفت و شنود وسیلهٔ ارتباط بسیار مفیدی است. مثلاً بسیاری از خبرخوانان مایلند از زمان آغاز و پایان تصاویر ویدئویی مطلع شوند و گوش سپردن به گفته‌های دستیار تهیه این امکان را به آنها می‌دهد. بسیاری از خبرخوانان موفق تلویزیونی، شهرت خود را مدیون این سیستم هستند زیرا به یک تهیه‌کنندهٔ موشکاف این امکان را می‌دهد تا از اتاق فرمان به‌طور منظم سؤالاتی را که باید مجری به‌ترتیب در یک مصاحبهٔ زنده مطرح کند، در گوش وی نجوا نماید.

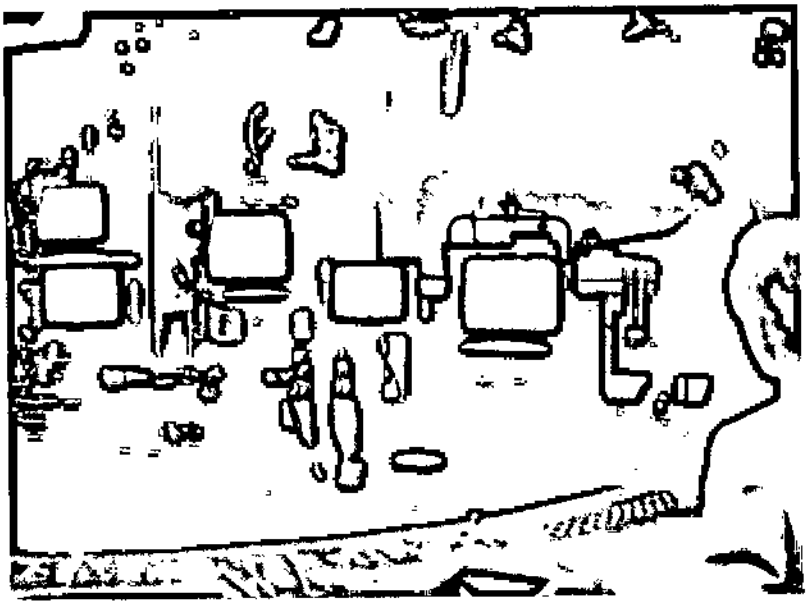
اگرچه واژهٔ گفت و شنود بر روندی دوجانبه دلالت دارد، با این حال تنها راهی که شما می‌توانید از آن طریق با اتاق فرمان ارتباط برقرار کنید استفاده از میکروفون روی میز است. اگر دست به چنین کاری می‌زنید اول اطمینان حاصل کنید که میکروفون به هنگام پخش برنامه روشن نباشد (این کار شما در حین اجرای یک برنامه «زنده» یعنی در خلال پخش برنامه نباشد).

1- Talkback

«مدیر صحنه»[۱]

اگر بخواهید می‌توانید هنگام پخش برنامه، سیستم ارتباط با اتاق فرمان را خاموش کنید و در عوض، به مدیر صحنه که به کمک میکروفون و یک جفت گوشی با اتاق فرمان در تماس است، تکیه کنید. مدیر صحنه پشت دوربین‌ها می‌ایستد ولی فاصله‌اش در حدی است که می‌تواند دستورات کارگردان را با علایم دست به شما منتقل کند. در بسیاری موارد این امر تنها شامل حرکات تمرین‌شدهٔ انگشتان دست است که به کمک آن‌ها زمان باقیماندهٔ نوار ویدئویی نشان داده می‌شود. در موارد دیگر مدیر صحنه نقش اساسی در جریان مصاحبه‌های زنده و یا خبرهایی که مدت زمان آنها به‌دقت تنظیم شده است، بازی می‌کند. در این موارد برای نشان دادن پایان فرصت اختصاص یافته به مصاحبه یا فیلم خبری از حرکاتی چون چرخاندن سریع دست‌ها به‌صورت دایره‌وار یا حرکت دست در حالت قطع گردن استفاده می‌شود.

1- Floor manager



مدیر صحنه

مدیر صحنه به‌عنوان رابط بین اتاق فرمان و خبرخوان استودیو عمل می‌کند.

صمیمیت بیش از حد، تصنعی و ساختگی به‌نظر خواهد رسید.

همکاری بین خبرخوانان

ارائهٔ برنامه‌های خبری به‌وسیلهٔ یک، دو و یا چند خبرخوان به همان اندازه که مولود سلیقهٔ عمومی است، از نیازهای ژورنالیستی نیز تأثیر می‌پذیرد. در اغلب موارد، تغییرات به‌عمل آمده در نحوهٔ پخش اخبار، جزیی از بازنگری ادواری در قالب و سبک و سیاقی است که مدتها ادامه داشته است. تصمیم‌گیری دربارهٔ تغییر تعداد خبرخوان‌ها از یک نفر به دو نفر و یا برعکس، از جمله مواردی است که به هنگام تجدید نظر در محتوای برنامهٔ خبری یا افزودن بخش‌ها و عناوین تازه و استفاده از موسیقی و یا نمودارها صورت می‌گیرد.

در برخی موارد، این‌گونه دگرگونی‌ها صرفاً جنبهٔ ظاهری ندارد بلکه ممکن است ضرورت استقرار خبرخوانان در مراکز مختلف، سرعت و تنوع بخشیدن به اخبار، کاستن از فشار کار بر روی خبرخوانی که مدتی طولانی در این زمینه کار کرده است و اجرای برنامه‌های فنی پیچیده، این‌گونه دگرگونی‌ها را ایجاب کند.

جذب مخاطب

همکاری یک زن و مرد، در میان مخاطبان بیشتر طرفدار دارد. ترکیب‌های دیگری که می‌توان به‌منظور افزایش تماشاگران به کار برد، استفاده از گروههای سنی و نژادی مختلف است.

تقسیم کار

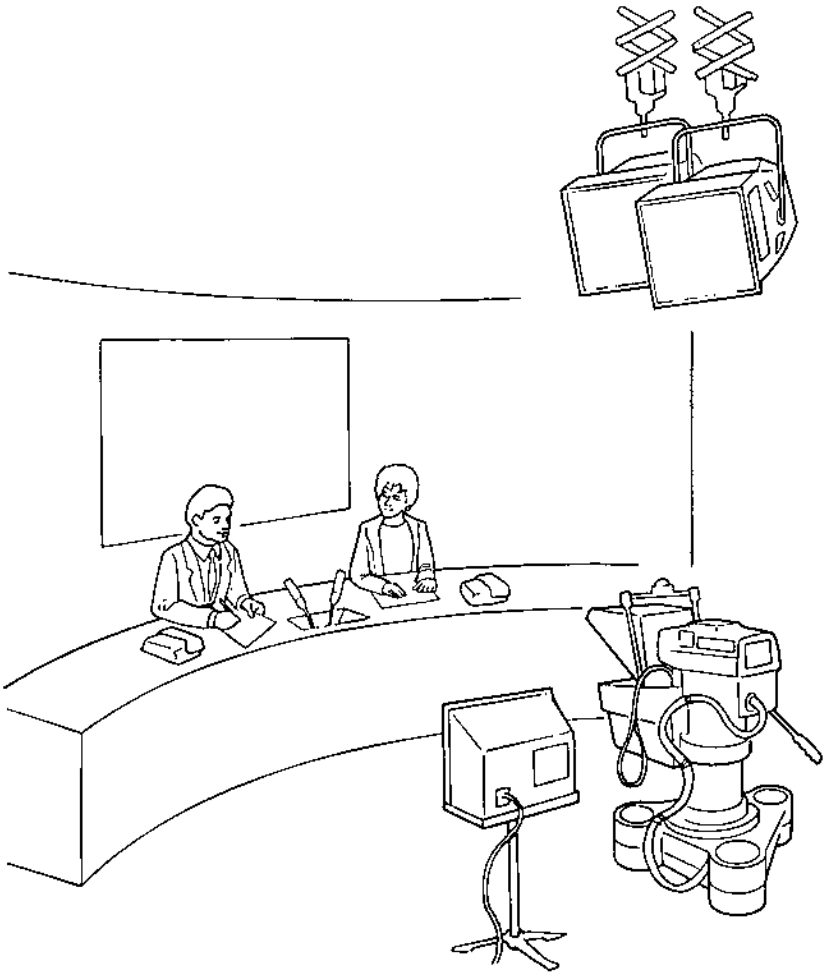
در مواردی که اجرای برنامه‌های خبری به شکل دو نفره انجام می‌شود، هدف این است که کار به‌صورتی کمابیش مساوی تقسیم شود (بعضی از خبرخوانان به هنگام عقد قرارداد بر حداقل سهم خود از زمانی که تصویر گویندهٔ خبر پخش می‌شود، اصرار می‌ورزند). اگر به‌عنوان یک گویندهٔ ذخیره و یا تازه‌کار استخدام می‌شوید، بعید است که بتوانید چنین شرایطی را در قرارداد استخدامی خود بگنجانید، اما بهتر است که از همان ابتدا سهم خود را در خبرخوانی مشخص کنید. مثلاً آیا وظیفهٔ انجام مصاحبه در طی برنامه‌ها با شما است یا باید قسمت‌هایی از متن و یا صدای روی تصویر را

بخوانید. مشخص شدن مسئولیت و نقش شما به‌عنوان خبرخوان از همان ابتدا، اقدام عاقلانه‌ای است، چون خبرخوانان باسابقه و مشهور اغلب به علت احساس ترس از تهدید موقعیت خود، تلاش می‌کنند تا با اعمال نفوذ در بین مدیران برنامه، خبرهای داغ و مصاحبه‌های سیاسی جدی را خود اداره کنند و خبرهای پیش‌پاافتاده را به شما واگذار کنند.

برخورد رسمی و غیررسمی

این که خبرخوانان حین پخش برنامه تا چه حد باید با هم رسمی برخورد کنند، موضوعی است که بحث آن نزد ژورنالیست‌ها همواره داغ است. البته این مسئله به عوامل زیادی بستگی دارد. مثلاً «زمان پخش برنامه»، یکی از این عوامل است. اخبار بامدادی باید از همه راحت‌تر برگزار شود ولی با گذشت روز رسمیت بیشتر می‌شود.

به عقیدهٔ من گویندگان باید روش دوستانه و در عین حال جدی و تأثیرگذار بر مخاطبان در پیش گیرند و از شوخی زیاد و لودگی پرهیز کنند. چون گرم گرفتن بیش از حد خبرخوان، شکل ساختگی به خود خواهد گرفت. اگر به شما توصیه می‌شود که حالت غیررسمی به خود بگیرید، باید بدانید که در مواردی این روش بسیار زننده و بیجا خواهد بود. شوخی و لودگی بین خبرخوانان در پایان خبری که به مرگ یا رویدادی غم‌انگیز اختصاص دارد، به هیچ‌وجه شایسته نیست.



همکاری

در اجرای دو نفره، گرچه در ابتدا و پایان برنامه تصویر مشترک کوتاهی از مجریان برنامه نشان داده می‌شود اما هدف آن است که مخاطب محاب شود که دو خبرخوان از یک استودیوی واحد استفاده می‌کنند. به‌همین دلیل لازم است تا در مواقعی که همکار شما مشغول خواندن خبر است به وی توجه داشته باشید. به محض پایان نوبت همکار شما و هنگامی که دوربین به سمت شما برمی‌گردد، باید شما را در حالی که به سمت همکارتان نگاه می‌کنید، در تصویر داشته باشند، چرخش آرام سر و گردن شما به سمت مخاطب، بر القای وجود همکاری خواهد افزود.

با مصاحبه‌شونده رفتاری منصفانه داشته باشید.

مصاحبه در استودیو(۱)

ورود ژورنالیست / مجری یا خبرخوان به صحنه، به معنای گسترش نقش گویندهٔ خبر و داشتن مهارتی ورای خواندن مستقیم در جلوی دوربین بود. مصاحبهٔ زنده در استودیو به هنگام پخش برنامهٔ خبر، امروزه دیگر آن تازگی پیشین را ندارد و هرکس که بخواهد به گویندهٔ دایمی مستقر در استودیو تبدیل شود، باید زیر و بم کار را فراگیرد.

تفاوت بین مصاحبه‌های داخل و خارج استودیو فقط در وجود اختلاف بین گزارش مستقیم و زنده با گزارش تدوین شده نیست. مصاحبه در فضای بستهٔ استودیو، بیشتر ماهیت رویارویی پیدا می‌کند. عوامل فنی چون دوربین و نورافکن‌ها عامل اصلی این وضعیت هستند که به ساختگی‌بودن صحنه کمک می‌کنند.

مهارت مصاحبه‌کننده

با ارزیابی توانایی شما در برآوردن خواسته‌های زیر، مهارتتان در انجام مصاحبهٔ زنده معلوم می‌شود:

- تلاش کنید تا مصاحبه به جریان افتد.
- به‌منظور ادای تکلیف خود به مخاطبان، حداکثر اطلاعات را از مصاحبه شونده بیرون بکشید.
- از اشتباهات دستوری و یا عنوان‌کردن مطالب نادرست که نمی‌توان آنها را اصلاح کرد، دوری کنید.
- قبل از پایان‌یافتن مهلت مصاحبه، تمام زمینه‌های مورد نظر را پوشش دهید.

وظایف بالا در مورد هر مصاحبهٔ خبری صادق است و ربطی به موضوع ندارد. سیاستمداران زیرک و تیزهوش در صورت تمایل می‌توانند مصاحبه‌کننده را کلافه کنند.

مشکل دیگر این است که مردم از عقب‌نشینی مصاحبه‌کننده لذت می‌برند، با این حال بسیاری از مصاحبه‌کننده‌ها نیز به‌اندازهٔ خبرسازان مشهور می‌شوند. در مواردی ظاهر خشن مصاحبه بین دو نفر که در خارج از استودیو با هم دوست هستند بیشتر به یک بازی شبیه است. فقط رفتار آنها با یکدیگر در قبل و بعد از مصاحبه، رابطهٔ حقیقی آنها را با یکدیگر نشان می‌دهد.

مصاحبهٔ فردی

بیشتر مصاحبه‌های زنده‌ای که در استودیو انجام می‌شود، دو نفره است. باید طراحی صحنه به‌نحوی باشد که آن دو، کمابیش روبروی هم قرار گیرند. اگر کنار هم بنشینند، برای گفتگو باید صورت خود را به سمت یکدیگر برگردانند و به این ترتیب مخاطبان نادیده گرفته می‌شوند. دوربین باید طوری قرار بگیرد که مصاحبه‌شونده بتواند هم به مصاحبه‌کننده و هم به مخاطبان نگاه کند. بهترین راه، استفاده از سه دوربین است. یکی رو به مصاحبه‌شونده، یکی رو به مصاحبه‌کننده و یکی رو به هر دو.

مصاحبه فردی

استفاده از سه دوربین، دوربین(۱) روی مصاحبه‌شونده، دوربین(۲) روی مصاحبه‌کننده و دوربین(۳) روی هر دوی آنها تنظیم شده است.

اظهارنظر کنید: نگذارید به یک تماشاچی تبدیل شوید.

مصاحبه در استودیو (۲)

مصاحبه یک نفر با دو نفر

بدیهی است انجام مصاحبه با دو نفر مستلزم مهارت و زیرکی مضاعفی در قیاس با مصاحبهٔ فردی است. زیرا باید انصاف و بی‌طرفی را در قبال هر دوی آن‌ها رعایت کنید. حتی اگر به لحاظ نظری هر دو از یک جناح باشند باز هم مهم و به صلاح تلویزیون است که هر دو حرف خودشان را بزنند تا عدالت برقرار شود.

همیشه لازم نیست که پرسش واحدی را با مصاحبه‌شوندگان در میان بگذارید. چون این روش، مصاحبه را از تحرک انداخته و شکل کلیشه‌ای به آن می‌دهد. مهارت یک مصاحبه‌گر در آن است که با استفاده از پاسخ‌های دریافتی*، موضوع بحث را به آرامی پیش ببرد، به‌طوری که با پایان‌گرفتن زمان مصاحبه، مطالب قابل ملاحظه‌ای مطرح و دیدگاه‌های هر دو طرف بازگو شده باشد.

اهمیت‌داشتن قاطعیت

در شرایطی که عقاید شرکت‌کنندگان در تضاد با یکدیگر است، نباید اجازه دهید که مصاحبه به جنگ لفظی تبدیل شود. وسوسه نشوید که عمداً برخورد ایجاد کنید و بعد راحت بنشینید و آتش‌بازی را تماشا کنید. اگر چه راه‌انداختن یک دعوای درست و حسابی بین مصاحبه‌شوندگان، نمایشی جذاب را پدید می‌آورد ولی این امکان هم هست که تا حد یک بازی کودکانه و خسته‌کننده پیش رود. بهتر این است که از همان ابتدا اجازه ندهید اوضاع از کنترل شما خارج شود. داشتن قاطعیت لازم است زیرا در غیر این‌صورت در زمانی که توپ به این‌سو و آن‌سو پرت می‌شود، شما فقط نقش تماشاچی را خواهید داشت. از قدرت خود در نهایت ادب بهره بگیرید و این اطمینان را ایجاد کنید که از هیچ کدام جانبداری نمی‌کنید.

برخلاف انتظار، مهیا کردن استودیو برای انجام مصاحبهٔ یک نفر با دو نفر چندان مشکل نیست.

---

*. سئوالات ثانویه (م)

اگر سه دوربین در دسترس باشد و چنانچه هر دو مصاحبه‌شونده در کنار هم و روبروی شما نشسته باشند می‌توان هر دو را در یک نما قرار داد، ولی مهم این است که هرکدام دارای یک میکروفون جداگانه باشند.

مصاحبهٔ یک نفر با بیش از دو نفر

ارزشمندبودن مصاحبه‌های چندنفره در برنامه‌های کوتاه‌مدت خبری، مسئله‌ای است که جای بحث دارد. زمان این‌گونه برنامه‌های خبری آنچنان محدود است که ظاهراً هیچ یک از شرکت‌کنندگان در مصاحبه فرصت نمی‌کنند تا دیدگاههای خود را به‌گونه‌ای مطلوب بیان کنند. از نظر تولید نیز انجام چنین مصاحبه‌هایی مشکل است مگر آن‌که برای تمام افراد تدارک لازم دیده شود.

در موارد معدودی که با این نوع مصاحبه سروکارتان افتاد، قسمتی از وقت خود را صرف راهنمایی در خصوص نحوهٔ چیدن صندلی‌ها نمایید. بدون تدارک و آمادگی قبلی، گروه تولید نخواهد توانست دوربین‌ها و میکروفون‌ها را به هنگام سخن گفتن هر یک از مصاحبه‌شوندگان به آنان اختصاص دهد.

مصاحبهٔ یک نفر یا دو نفر

ترکیبی نامعمول: یک مصاحبه‌کننده و دو مصاحبه‌شونده. شبکهٔ اسکای‌نیوز که در فوریهٔ ۱۹۸۹ آغاز به کار کرد، از دو سیاستمدار با نظرات مخالف، نورمن تبیت از حزب محافظه‌کار و آستین میچل، از حزب کارگر دعوت کرد تا در یک سلسله برنامه‌ها، به سؤالات پاسخ دهند.

«باید»های یک مصاحبهٔ زنده

● باید سوژهٔ خود را به‌خوبی بشناسید. راه بهتری برای جلب توجه و احترام مصاحبه‌شونده وجود ندارد.

● باید سؤالات را از قبل آماده کنید.

● باید به پاسخها گوش دهید و آمادهٔ مطرح‌کردن سؤالات ثانویه باشید.

● باید در صورت لزوم، تنها در لحظه‌ای که مصاحبه‌شونده نفس تازه می‌کند یا در خلال سایر مکث‌های طبیعی، سخن او را قطع کنید.

● باید مصاحبه‌شونده را در محدودهٔ موضوع مورد بحث نگه دارید.

● باید در گرفتن پاسخ برای پرسش‌های منطقی خود اصرار بورزید. اما در این مورد زیاده‌روی نکنید.

● باید در مقابل یک مصاحبه‌شوندهٔ مشهور و یا قدرتمند مرعوب نشوید.

● باید مصاحبه‌شوندهٔ عصبی را آرام کنید. اگر مصاحبه‌شونده‌ای سربه‌زیر است و از نگاه‌کردن مستقیم به شما اکراه دارد برای جلب‌توجه بیشتر، سئوال‌مستقیمی بپرسید.

● باید برای فکرکردن فرصت بدهید: سکوت می‌تواند معنی‌دار باشد.

● باید به حالات چهرهٔ خود مسلط باشید. بالاانداختن ابروها و یا تکان سر هردو می‌توانند نوعی اظهارنظر تلقی شوند.

● باید به‌خاطر بسپارید که وظیفهٔ شما سئوال‌کردن است و نه شرکت در مجادله.

● باید یک گوشتان به اتاق فرمان باشد.

● باید سعی کنید حرف توی دهان مردم نگذارید. «فکر می‌کنم که شما می‌خواهید بگویید که...»

● باید نام کسی را که دارید با وی مصاحبه می‌کنید به‌خاطر بسپارید. فراموشی تحت شرایط سخت، امری طبیعی است. نام و عنوان مصاحبه‌شونده را یادداشت کنید.

● باید سعی کنید سرعت کارتان به‌گونه‌ای باشد که مصاحبه به نتیجهٔ مطلوب برسد.

● باید مطابق وقت مجاز خود عمل کنید. پایان‌یافتن برنامه زودتر و یا دیرتر از وقت، تعادل برنامه‌ها را بر هم می‌زند.

● باید بدانید که فرصتی به‌دست آورده‌اید تا پرسش‌هایی را که برای مردم عادی مطرح است، با مصاحبه‌شونده در میان بگذارید ــ شما نمایندهٔ مخاطبان هستید و نه کس دیگر.

«نباید»های یک مصاحبهٔ زنده

- نباید فرض را بر این بگذارید که مخاطبان دارای همان اطلاعات تخصصی شما هستند.
- نباید سفت و سخت به سؤالات از قبل مطرح‌شدهٔ خود بچسبید و پاسخها را نادیده بگیرید.
- داد سخن ندهید. چون ممکن است مصاحبه‌شونده نداند که چه وقت باید پاسخ بدهد.
- نباید همواره مصاحبه‌شوندگان را با نام کوچک مخاطب قرار دهید چون این کار ممکن است به‌عنوان هواداری تلقی شود.
- نباید توی حرف مصاحبه‌شونده بدوید.
- نباید مجادله کنید و یا بر اثر تحریک، کنترل عصبی خود را از دست بدهید.
- نباید تحت تأثیر مصاحبه‌شونده سلطه‌جو قرار گیرید.
- نباید یک مصاحبه‌شوندهٔ غیرمهم و یا بی‌زبان را بترسانید و یا آزار دهید.
- نباید به کسی که با او هم‌عقیده هستید، آسان بگیرید.
- نباید سئوال بعدی را بلافاصله مطرح کنید. چند ثانیه برای آماده‌شدن به مصاحبه‌شونده وقت بدهید.
- نباید نظرات شخصی خود را مطرح کنید. هیچ‌کس علاقه‌ای به آنها ندارد.
- نباید در برابر پاسخهای داده‌شده کلماتی چون «که این‌طور»، «بله» و یا اصوات نیمه‌مفهوم دیگر به کار برید. ممکن است برایتان عادت شود.
- نباید در مصاحبه به مصاحبه‌شونده خط بدهید یعنی او را به سمت پاسخ خاصی سوق دهید. «پس من این‌طور نتیجه می‌گیرم که شما شاهد بودید خودرو آتش نشانی با سرعت ۶۰ مایل در ساعت داشت نزدیک می‌شد و ...»
- نباید با مصاحبه‌شونده تبانی کنید یا رابطهٔ صمیمانه برقرار کنید و مخاطب را نادیده بگیرید. «شما و من خوب می‌دانیم که بعد از آن غذای محشر در پاریس چه اتفاقی افتاد... ولی بهتر است صدایش را درنیاوریم؛ هاها».
- نباید از ایما و اشاره‌های مدیر صحنه غافل شوید. کار آنها کمک به شما است.
- نباید با گفتن عبارت «متأسفم وقت ما تمام شد» به ناگهان حرف مصاحبه‌شونده را قطع کنید.
- نباید فراموش کنید که این فرصت را یافته‌اید تا پرسش‌هایی را که برای افراد عادی اهمیت دارند، مطرح کنید.

برای مقابله با فشار آمادگی داشته باشید.

مصاحبه‌شونده‌های زیرک

این باور وجود دارد که همه‌چیز بر وفق مراد مصاحبه‌کننده حرفه‌ای تلویزیون است. چون مصاحبه در محیطی صورت می‌گیرد که برای وی مأنوس است. اما ژورنالیست‌ها عقیده دارند که مصاحبه‌شونده باتجربه که راه بهره‌برداری از این رسانه را می‌داند، به‌سرعت می‌تواند ابتکار عمل را به‌دست بگیرد. ممکن است فشارهایی پیش از انجام مصاحبه یا در حین مصاحبه و یا پس از آن بر مصاحبه‌شونده اعمال شود. اما در هر یک از این سه مرحله، چنین فشارهایی بر مصاحبه‌کننده هم وارد می‌شود. در برخی موارد، این فشارها از نگرانی طبیعی و قابل درک مصاحبه‌شونده که می‌خواهد تصویر خوبی از خود ارائه دهد، سرچشمه می‌گیرد و در مواردی نیز این‌گونه فشارها معقول جلوه می‌کند چون طبیعی است که مصاحبه‌شونده می‌خواهد با وی منصفانه برخورد شود. جای نگرانی در اینجاست که در بسیاری از موارد این‌گونه فشارها به فشارهای فاحش مدیریت خبر افزوده می‌شود.

فشار آشکار

بیشتر فشارها، آشکار و بی‌پرده هستند. این‌گونه فشارها اغلب از یک یا چند شرطی ناشی می‌شوند که مصاحبه‌شونده پیش از موافقت با مصاحبه تعیین می‌کند. در میان شایع‌ترین تقاضاها، می‌توان به درخواست مشاهدهٔ پرسش‌ها پیش از مصاحبه، تقاضای پخش بدون تدوین یا دست‌کم، جلب موافقت مصاحبه‌شونده با تدوین انجام‌شده در متن مصاحبه ومسایل مربوط به حق‌الزحمه اشاره کرد.

در مواردی، مصاحبه‌شونده سعی می‌کند تا شرکت در مصاحبه را به اجرای آن توسط شخصی خاص مشروط کند و یا از حق وتو در مورد بقیهٔ شرکت‌کنندگان در مصاحبه برخوردار شود. جای تعجب نخواهد بود اگر مصاحبه‌شونده‌ای در آستانهٔ برگزاری مصاحبه برای اعمال فشارهای بیشتر شرایط تازه‌ای تعیین کند. هیچ چیز بدتر از آن نیست که یک مصاحبه‌شونده سرشناس در آخرین لحظه با تهدید به ترک محل مصاحبه، مصاحبه‌کنندهٔ سرسختی را به بازنگری در پرسش‌های خود وادار کند.

فشار پنهانی

برخی از مصاحبه‌شوندگان که اغلب پست‌های مهم دولتی برعهده دارند و در نتیجه مردم علاقهٔ زیادی به شنیدن سخنان آنها دارند، از میزان نفوذ خود باخبرند. این عده، برنامه و تهیه‌کنندگان آن را می‌شناسند و با توجه به همین شناخت، به درخواست‌های مصاحبه پاسخ مثبت یا منفی می‌دهند. به‌علاوه به فنون ساخت برنامه‌های تلویزیونی آشنایی کامل دارند و می‌توانند از نظام پیچیده‌ای که در مواردی برای ارائهٔ بهتر موضوعات، لازم هستند، به نفع خود استفاده کنند. آنها می‌دانند که «چند ساعت» تأخیر در دادن جواب مثبت به تقاضای یک تهیه‌کننده مستأصل، می‌تواند به امتیاز مثبتی به نفع آنها تبدیل شود، بویژه اگر حضور دیگران منوط به حضور وی باشد.

آموزش مصاحبه

بسیاری از مهارتهای مربوط به برخورد با مصاحبه‌شونده، توسط ژورنالیست‌های حرفه‌ای که در واقع برای آموختن هنر قرارگرفتن در مقابل دوربین استخدام شده‌اند، آموزش داده می‌شود. آموزش فقط به نحوهٔ اجتناب از طرح سؤالات دردسرساز محدود نمی‌شود. به کسانی که احتمال می‌رود به‌طور منظم در تلویزیون ظاهر شوند، نحوهٔ حرکت بدن، اجرا و پوشیدن لباس آموزش داده می‌شود. از هر کس که به‌نظر برسد در تلویزیون «خوش تصویر» نباشد خواسته می‌شود که عطای حضور در صحنه را به لقای آن بخشد زیرا اعتقاد این است که با داشتن ظاهر و بیان خوب بهتر می‌توان تماشاگر را جلب کرد.

قبل از مصاحبه
موارد زیر از شرایطی هستند که معمولاً مصاحبه‌شوندگان قبل از موافقت با شرکت در مصاحبه مطرح می‌کنند:

مصاحبه‌های یک‌نفره
موافقت نمی‌شود مگر:
- پخش به‌صورت زنده باشد
- گنجاندن آن در محل مورد نظر برنامه تضمین شود
- با مدت زمان پیشنهادی موافقت شود
- سؤالات از قبل ارائه شوند
- مصاحبه‌کننده مورد تأیید باشد
- هر برنامهٔ مرتبط دیگر قبلاً تماشا شود
- تدوین انجام نشود
- مصاحبه قبل از پخش بررسی و تأیید شود.

مصاحبه‌های چندنفره
موافقت نمی‌شود مگر:
- حق وتو در مورد سایر شرکت‌کنندگان محفوظ باشد
- حداقل زمان اختصاص‌یافته به وی تضمین شود
- «حرف آخر» با وی باشد
- حق وتو در مورد ترتیب نشستن مصاحبه‌شوندگان محفوظ باشد.

تهدیدات دیگر
- تهدید به ترک استودیو قبل از مصاحبه
- ترساندن مصاحبه‌کننده

در حین مصاحبه
- طفره‌رفتن از دادن پاسخ
- اصرار بر اظهارنظرکردن
- قطع سخنان بقیه
- خطاب‌کردن بقیه با نام کوچک
- تظاهر به عصبانی‌شدن
- ترک استودیو به نشانهٔ اعتراض

بعد از مصاحبه
- شکایت از نحوهٔ برخورد
- اصرار به این که از آنان عذرخواهی شود
- اصرار بر بررسی دقیق مواد ضبط شده
- تهدید به اقدام قانونی

مصاحبه‌های مشکل

کاملاً منطقی است که مصاحبه‌شوندگان قبل از اعلام موافقت خود برای حضور در یک مصاحبه شرایطی را مطرح و در مقابل تحریف، موضع‌گیری می‌کنند. در نهایت، پذیرش شرایط به این امر بستگی دارد که تا چه حد طالب مصاحبه باشید. ولی اگر با هر شرطی موافقت کردید دیگر از حرف خود برنگردید.

از درگیری‌های قبل از بخش بپرهیزید.

مصاحبه‌شونده در آستانهٔ مصاحبه

این که بگوییم تمام مصاحبه‌های تلویزیونی طوری ترتیب داده می‌شوند که بتوانند در پایان نظر هر دو طرف را تأمین کنند و در عین حال به نفع تماشاگر هم تمام شود، سخن بی‌ربطی است. متأسفانه گاهی اوقات قضیه به این شکل نیست. جرّوبحث‌های طولانی حتی دربارهٔ مسایل پیش‌پاافتاده قبل از رسیدن شرکت کننده به استودیو و در پشت صحنه در جریان است. اگرچه باید تأکید کنیم که ما در این جا مصاحبه‌های وابسته به اخبار و یا سایر موضوعات بالقوه مناقشه‌آمیز را مد نظر داریم و به «گپ دوستانه» و یا سایر اشکال مصاحبه که جنبهٔ سرگرمی دارند، کاری نداریم.

نرم‌کردن مصاحبه‌کننده

گاهی حضور موفق در تلویزیون، برای سیاستمداری که دارد محبوبیت خود را میان همتایان خود و رأی‌دهندگان از دست می‌دهد معجزه‌آفرین است. لذا قابل درک است که آن‌ها به چه دلیلی تلاش می‌کنند تا هیچ فرصت روان‌شناختی پیش‌آمده را از دست ندهند. اجازه ندهید قبل از مصاحبه با به‌کاربردن ترفندهایی شما را خلع سلاح کنند. نمونهٔ این ترفندها تذکر خطاهای گذشتهٔ شما به‌صورت نیمه‌شوخی و یا نیمه‌جدی و یا شکایت از خطاهای واقعی و یا خیالی همکارانتان و یا سازمان خبری شما است.

بی‌توجهی به سئوال

گاهی اوقات در حین یک مصاحبه مهم، مصاحبه‌شونده از یک ترفند پرطرفدار و مؤثر استفاده می‌کند، بدین‌ترتیب که به سئوال شما اعتنا نمی‌کند و از جواب‌دادن به آن طفره می‌رود و حرف خودش را می‌زند. خوشبختانه اکثر آنها از قبل آن‌چه را که قرار است پیش آید با گفتن جمله‌هایی با این مضمون خبر می‌دهند: «به‌نظر من شما واقعاً دارید اصل قضیه را گم می‌کنید؛ آن چه بسیار مهم‌تر است...»

دیگر مصاحبه‌شوندگان، حتی این زحمت را هم به خود نمی‌دهند، و عمداً حاشیه می‌روند و یا

چنان معجونی از کلمات می‌سازند که نمی‌توان سر درآورد بالاخره به سئوال جواب داده شد یا نه. اگر حواستان جمع نباشد در اندک مدتی مصاحبه از کنترل شما خارج خواهد شد.

سماجت کنید. سئوال را تکرار نمایید و در صورت لزوم دلیل آن را توضیح دهید. تا هر زمان که مؤدب باشید و کنترل خود را از دست ندهید، مخاطبان طرف شما را خواهند گرفت.

ترفند دیگر

ترفند پرطرفدار دیگر خطاب‌کردن مصاحبه‌کننده با نام کوچک و جلب حمایت وی است. خیلی سخت است که از فردی که از در دوستی و همکاری وارد شده است، سئوالات بسیار حساس و «بودار» بپرسید. با استفاده از القاب احترام‌آمیز مصاحبه‌شونده، با این گرایش مقابله کنید.

مشکلات پس از مصاحبه

حتی اگر مصاحبه به‌خوبی و خوشی تمام شود، تضمینی وجود ندارد که شکایتی ناخواسته از سوی کسانی که نظرشان در خصوص گفته‌ها و یا ناگفته‌های خود عوض شده است، به دستتان نرسد. این اعتراض که دستکاری‌های حین تدوین، مصاحبه ضبط شده را تحریف کرده است، باید جدی گرفته شود.

مشتری‌های حیله‌گر

یک مصاحبهٔ تلویزیونی تخیلی در سه پرده

پس‌زمینه: اقدامات اقتصادی دولت با اعتراضات بسیار مواجه شده است و عده‌ای خواستار استعفای مسئولان هستند. یک مقام ارشد سیاسی که پایه‌های منصبش لرزان است قبول کرده است تا در یک برنامهٔ مربوط به‌مسایل روز شرکت کند.

پردهٔ اول: قبل از پخش

(صحنه، اتاق انتظار. سیاستمدار به همراه چهره‌پرداز وارد می‌شود و در همان حال با مصاحبه‌کنندهٔ خود که یک گزارشگر باتجربهٔ تلویزیونی است، صحبت می‌کند. آنها یکدیگر را خوب می‌شناسند).

س: خوب بیل، می‌دانی که از همکاری بدم نمی‌آید ولی تو که نمی‌خواهی سئوال‌های ناجور بپرسی؟

م: البته قصد من طرح سئوالاتی کلی در خصوص وضعیت اقتصادی است و به‌خصوص این که آیا اجباری در تغییر سیاست هست؟ می‌دانی که جای پای تو هم زیاد محکم نیست.

س: خودم بهتر می‌دانم! ولی نباید قضیه را زیاد بزرگ کنی. هیچ‌کس از این که اعتماد مردم را از فعالیت‌های ما سلب کنی به تو آفرین نمی‌گوید. به‌علاوه نمی‌دانم چرا حرفه سیاسی خودم را باید قربانی اشتباه یک برنامه‌ریز ناشی کامپیوتر کنم.

م: کوتاه بیا، می‌دانی که تو را مسئول خواهند دانست. در هر حال من باید این سئوال‌ها را بپرسم.

س: (دلخور است) شاید حق با تو باشد، ولی قول نمی‌دهم که جواب تو را بدهم.

پردهٔ دوم: در استودیو (مصاحبه دارد صورت می‌گیرد)

م: آقای جونز، آمارهایی که خود دولت منتشر کرده است نشان می‌دهد که اوضاع طبق پیش‌بینی جلو نمی‌رود. به‌نظر شما اشکال کار چیست؟

س: خوب بیل. هردو می‌دانیم که سئوالی که باید مطرح شود این است که چرا کنترل اوضاع از دست دولت قبلی خارج شد. جبران اشتباه آنها خیلی وقت می‌گیرد.

م: چرا این‌طور فرض نکنیم که اوضاع قبلاً مرتب بوده و شما آن را خراب کرده‌اید.

س: اگر از اقتصاد سردرمی‌آورید، باید می‌فهمیدید که حتی کارآمدترین سیاست‌ها و قوی‌ترین اقتصادها نیز تحت تأثیر نیازهای صنعتی و الگوهای تجاری سایر نقاط دنیا هستند. نمی‌توانید انکار کنید که در چند سال گذشته به پیشرفت‌های شایان دست یافته‌ایم.

م: آقای جونز، چه پاسخی برای منتقدان خود در دولت دارید، همان‌هایی که ادعای شما را در خصوص پیشرفت قبول ندارند و معتقدند که هنگام طرح عقاید جدید و افرادی جدید برای اجرای آنها فرارسیده است.

س: جناب بیل، قبل از مصاحبه هم عرض کردم که مجبور نیستم به این سئوال شما پاسخ بدهم. می‌بینم که مطابق معمول، رسانه‌ها علاقه‌ای به حقایق ندارند و فقط به جوسازی و بدگویی علیه شخصیت‌ها می‌پردازند.

م: آقای جونز پس طور دیگری سئوال را مطرح می‌کنم. آیا صلاح است که سیاست اقتصادی کشور در دست کسانی باشد که ظاهراً اعتماد برخی از مقامات به آنها از میان رفته است؟

س: بیل، خودت خوب می‌دانی که من و تو در این بازی آب‌دیده شده‌ایم. از تو بعید است که بخواهی سئوالی را مطرح کنی که قبلاً جواب آن را داده‌ام.

م: ولی تو از جواب‌دادن به آن طفره رفتی، مگر نه؟

س: جواب من این بود که هیچ نظری در خصوص شایعات و حدس و گمان‌هایی که در مورد سمت من مطرح است ندارم لذا پیشنهاد می‌کنم که موضوع بحث عوض شود...

پردهٔ سوم: پس از مصاحبه (صحنهٔ اتاق استراحت)

س: (خوشحال است) خوب بیل. فکر می‌کنم که قضیه به‌خوبی و خوشی تمام شده است مگر نه؟ خیلی ممنون. چطور است یک نوشیدنی...

گزارشگر به‌عنوان داور.

مشارکت مخاطبان

اکثر برنامه‌های خبری سنتی، در خصوص مسایل مهم هستند و در فضای بستهٔ استودیو اجرا می‌شوند. مخاطبان در سوی دیگر دستگاه تلویزیون نگه داشته می‌شوند. ولی از بعضی از مجریان / گزارشگران خبره و پرجاذبه که توانایی بیشتری در چالش‌های دشوار از خود نشان داده‌اند دعوت می‌شود تا در برنامه‌هایی که شرکت مخاطب یکی از ارکان اساسی آن به‌شمار می‌رود، شرکت جویند. «برنامه‌های گروهی»[1] از همین دسته هستند که در استودیو و یا تالارهای بزرگ برگزار می‌شوند. این برنامه‌ها جوّی بسیار آرام و غیررسمی دارند ولی عناوینی که مورد بحث قرار می‌گیرد، مثلاً اجتماعی، زیست محیطی، بهداشتی و یا سیاسی به حد کافی جدی هستند. هر برنامه سعی دارد تا جهت مطرح‌کردن خود شیوه‌ای منحصر به فرد ارائه کند ولی در حال حاضر قالب این نوع برنامه‌ها به‌خوبی تثبیت شده است و فقط تفاوت‌های ظاهری در آنها وجود دارد.

قالب برنامه

چارچوب این برنامه‌ها مرکب از افراد یا گروه‌هایی است که دارای عقاید متضاد هستند و به همین علت توسط سردبیر به برنامه دعوت شده‌اند. همچنین حضاری که متشکل از طرفداران و افراد بیطرف هستند نیز به برنامه دعوت می‌شوند. ممکن است سئوالات از قبل مطرح شده باشند و یا حین اجرای برنامه فی‌البداهه توسط حضار در استودیو / تالار و یا تماشاگران عنوان شوند. جای شما روی یک سکو و در گوشه‌ای روبروی حضار است و یا جایتان مثل تئاتر در وسط است. شما به‌عنوان میزبان وظیفه دارید که اجازه بدهید بازیگران اصلی آرمان‌های خودشان را مطرح و از آن دفاع کنند (به شکل موجه)، از یکدیگر امتیاز بگیرند، پاسخ قانع‌کننده به مخاطبان بدهند و همزمان به سخنان بقیه نیز گوش دهند.

در مواردی، باید به‌عنوان داور مداخله نمایید، توضیح بخواهید، آنهایی را که از دادن جواب طفره

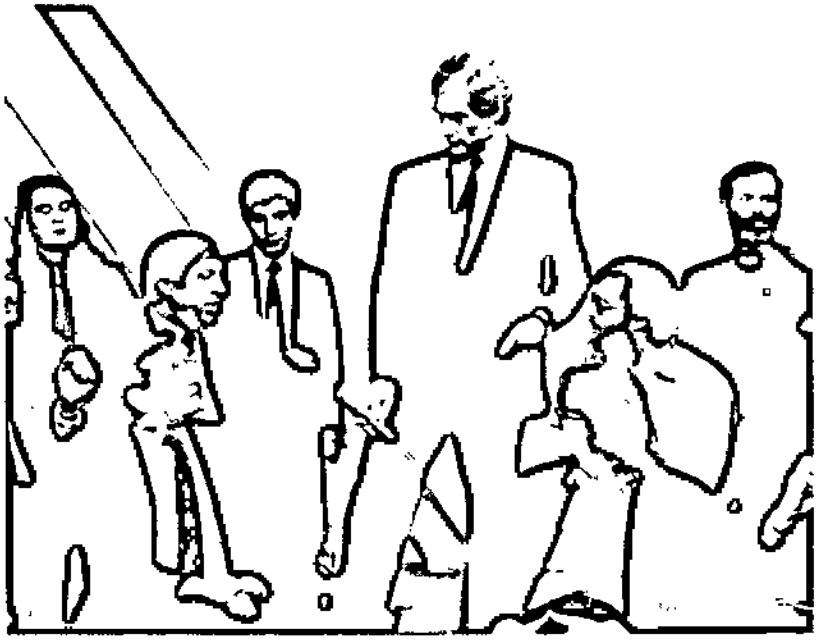
1- Panel programmes

می‌روند، مورد انتقاد قرار دهید، سخنرانانی را که می‌خواهند تمام برنامه را به‌خود اختصاص دهند، کنترل کنید و چنانچه زمان محدود است، نیم‌نگاهی به ساعت داشته باشید.

آمادگی قبلی داشته باشید

این برنامه‌ها به‌صورت زنده پخش می‌شوند و برخی تحت عنوان زنده ضبط می‌شوند ولی هیچ تدوینی روی آنها انجام نمی‌شود. بقیه حدود یک ساعت قبل از پخش ضبط می‌شوند تا فرصت کافی برای حذف قسمت‌های اضافی وجود داشته باشد. به همان اندازه که هدف این برنامه‌ها سرگرم‌کردن است، باید به لحاظ ژورنالیستی نیز مناسب باشند، از این رو سعی کنید با همین روحیه، آنها را تهیه کنید.

اگر قرار است برنامه منعکس‌کنندهٔ مسایل روز باشد، سعی کنید اطلاعات دست اولی را در خصوص مهمترین موضوعات داشته باشید. اگرچه اکثر ژورنالیست‌ها به همین نحو عمل می‌کنند، اما گه‌گاه بهترین‌ها نیز گرفتار می‌شوند. برای کسب آمادگی قبلی حداقل کاری که می‌توانید انجام دهید آن است که بریده‌های روزنامه‌ها را دم‌دست بگذارید تا در مواقع اضطراری از آنها استفاده کنید. دربارهٔ شخصیت‌های اصلی برنامه، از قبل تحقیق کنید. اگر برنامه یک مجموعه است، می‌توانید با تعدادی از شرکت‌کنندگان اصلی در یک میهمانی شام ملاقات و در خصوص کلیات موضوع بحث کنید. آمادگی قبلی به افراد کم‌تجربه کمک می‌کند تا بدون این که خودجوشی برنامه را خراب کنند، دمی بیاسایند.



مشارکت مخاطبان

مخاطبان در برخی از برنامه‌ها نقش اساسی ایفا می‌کنند. میزبان توانا، مانع توقف روند پرسش و پاسخ می‌شود و اجازه نمی‌دهد که یک نفر ابتکار عمل را به‌دست بگیرد. میزبان برنامهٔ فوق (کیلوری) یک سیاستمدار پیشین (رابرت کیلوری ـ سیلک) است.

مشکل‌تر از آن‌چه به‌نظر می‌رسد.

گپ دوستانه[1]

همهٔ میزبانان گپ دوستانه، سابقهٔ ژورنالیستی ندارند و از طرفی همهٔ ژورنالیست‌ها هم دوست ندارند میزبان این‌گونه برنامه‌ها باشند. ولی باز هم می‌بینیم که می‌توان از مهارت‌های لازم در خبر و مسائل روز در برنامه‌های مفصل‌تر رادیویی که اساس آن‌ها را مصاحبه تشکیل می‌دهد، استفاده کرد.

صحنه

در اصطلاح دقیق تلویزیونی، گپ‌های دوستانهٔ زنده، برنامه‌هایی ساده و غیرتخصصی‌اند. یک صندلی راحتی برای مصاحبه‌کننده، یک نیمکت یا صندلی راحتی نیز برای هر یک از میهمانان در نظر گرفته می‌شود. در ابتدا مصاحبه‌ها به شکل یک به یک شروع می‌شود و بقیه به‌تدریج داخل بحث می‌شوند. بدین ترتیب پس از گذشت سی تا چهل دقیقه، مصاحبه‌کننده باید با چهار یا پنج نفر صحبت کند که اغلب کار دشواری است، به‌خصوص زمانی که هرکس بخواهد حرف اول و آخر را بزند.

یک سرگرمی

این برنامه‌ها حتی بیشتر از برنامه‌هایی که با شرکت مخاطبان انجام می‌شوند، جنبهٔ سرگرمی دارند. به‌همین دلیل هم درخواست دست‌مزدهای کلان از سوی میزبانان «ستاره» به مسخره گرفته می‌شود. ولی باید دانست که این برنامه‌ها برخلاف ظاهرشان بسیار مشکل هستند. موفقیت یا شکست این برنامه‌ها به قدرت مصاحبه‌کننده بستگی دارد که تا چه حد بتواند از افرادی که کسل‌کننده، فاقد قدرت بیان، بدعُنق، مست و یا حتی خشن از آب درمی‌آیند، حرف باارزشی بیرون بکشد.

غریزهٔ ژورنالیستی به شما خواهد گفت که تا چه حد می‌توانید به موضوعات بی‌ربط و یا درهم‌وبرهم بپردازید. در مواردی، این برنامه‌ها بر مبنای اختلاف‌نظر پیش می‌روند. اگر عمدی باشد، مسئله‌ای نیست ولی اگر طبق دستور، باید برنامه را نرم و بدون تنش پیش ببرید، به همان نحو عمل کنید.

1- Talk show

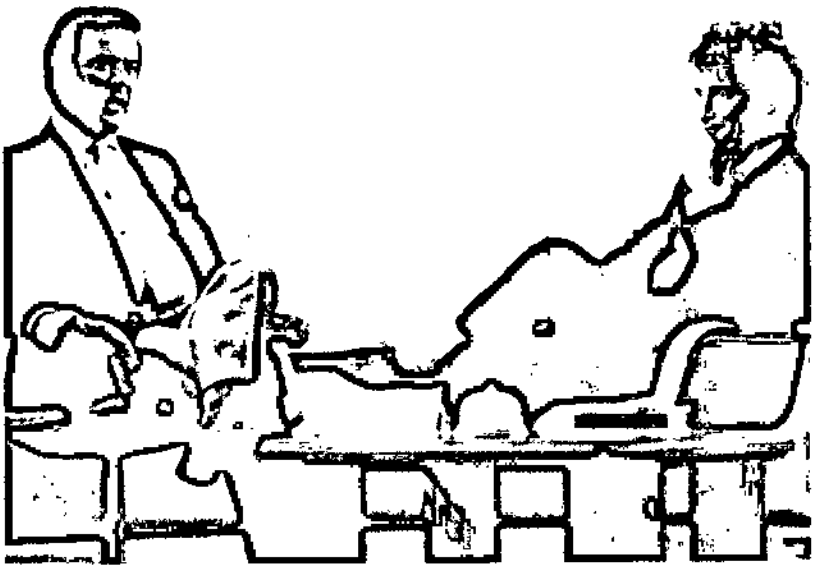
میهمانان

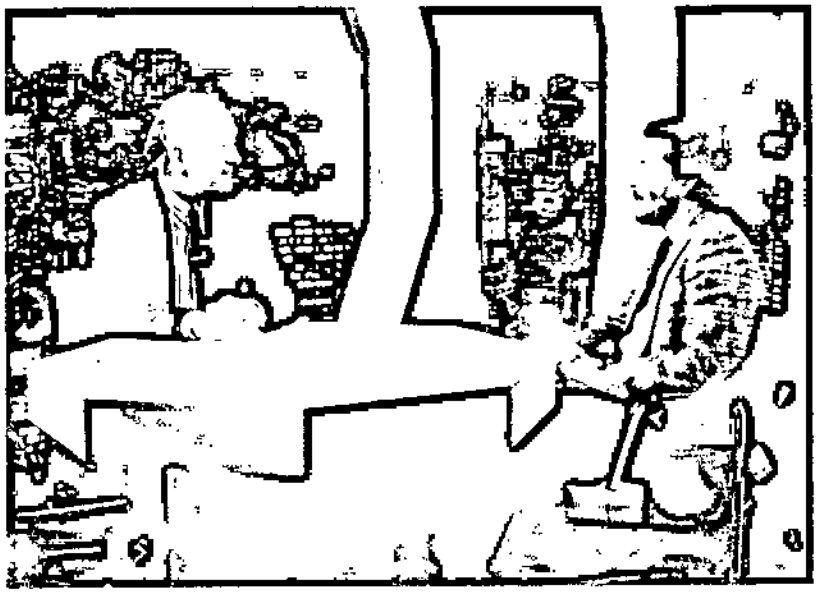
در کنار مجریان، گروههایی از محققان نیز تلاش می‌کنند تا میهمانانی جذاب پیدا کنند. در مرحلهٔ بعد این گروه‌ها باید تضمین کنند که اطلاعات لازم به‌طور کامل و دقیق به شما داده شود.

برخی از برنامه‌ها از نوع موضوعات روز هستند. ممکن است نام میهمانان در خبرها بسیار مطرح باشد و یا معروف باشند و بتوان از فهرست اسامی که هتل‌ها، بنگاه‌ها و خطوط هوایی از ستاره‌ها منتشر می‌کنند و دوست دارند فعالیت مشتریان معروفشان را به همه اطلاع دهند، نام این افراد را استخراج کرد.

افراد مشهوری که در بیشتر ایام سال اظهار می‌کنند به سبب گرفتاری زیاد نمی‌توانند در تلویزیون ظاهر شوند، ناگهان به هنگام شروع یک نقش جدید و یا انتشار یک کتاب، خود را در این برنامه‌ها نشان می‌دهند و به‌دنبال آن، در مدت کوتاهی سیلی از حضور این افراد در یک سری از برنامه‌های مشابه آغاز می‌شود.

گاهی منتقدان اعتراض می‌کنند که چنین برنامه‌هایی تحت نفوذ بنگاه‌ها و با تبلیغات‌چی‌هایی است که آرزو دارند مشتریان خود را در تلویزیون ببینند و با به جان هم‌انداختن برنامه‌ها، بهترین قراردادها، بیشترین زمان پخش آگهی، پربیننده‌ترین برنامه‌ها و معروف‌ترین و مطیع‌ترین میزبان را برای خودشان دست‌وپا کنند. بهتر است سردبیر هر برنامه قبل از تصمیم‌گیری در مورد این که میهمانان تا چه حد مجازند از آخرین فعالیت‌های تجاری خود نام ببرند، به دقت فکر کند.





گپ دوستانه

هدف این است که مصاحبه در جوی آرام و غیررسمی و به شکل گفتگویی سرگرم‌کننده بین مصاحبه‌کنندگان مشهور و میهمانان آنها جریان یابد. تری وگان(۱) از بی‌بی‌سی و فرانک بو(۲) از اسکای نیوز.

به آن‌چه تماس‌گیرنده می‌گوید، علاقه نشان دهید.

ارتباط تلفنی (۱)

چنین تصور می‌شود که ارتباط تلفنی به‌تازگی باب شده است. این تکنیک، بیشتر مناسب رادیو است. زیرا می‌توان از شنوندگان خواست تا به خرج خودشان در مورد موضوعات مختلف با ایستگاه تماس بگیرند و بدین‌ترتیب ساعت‌ها برنامهٔ ارزان‌قیمت تهیه کرد. نمایش آن در تلویزیون نیز سابقه‌ای طولانی دارد (نمونه‌ای مربوط به ژوییه سال ۱۹۵۴ در بایگانی بی‌بی‌سی موجود است که برای یک برنامهٔ سیاسی حزبی تهیه شده بود).

تاکنون شکل‌های مختلفی از این نوع برنامه‌ها ساخته شده‌اند که اکثر آنها ترکیبی ماهرانه از دو بخش اجرای برنامه در استودیو و طرح سئوال تلفنی است. مسایل سیاسی، اجتماعی و مسایل مربوط به مصرف‌کننده‌ها و نامه‌های شنوندگان، عناوین قابل طرح در این برنامه‌ها هستند. اگر داوطلبانه یا به هر نحو دیگر نقش میزبان به شما واگذار شد، احتمالاً باید انتظار داشته باشید که مسئول یک برنامهٔ زنده و طولانی در ساعات پس از نیمه شب باشید.

ایجاد تعادل

ساده‌ترین برنامه‌های ارتباطات تلفنی برنامه‌هایی هستند که در آنها باید به‌تنهایی به تلفن‌های مردم در خصوص موضوعاتی معین پاسخ دهید. در موارد دیگر یک یا دو میهمان، یکی از تماشاگران حاضر در استودیو و سیل تلفن‌ها چاشنی کار می‌شوند. مهارت شما در این است که بتوانید همهٔ این اجزا را با هم هماهنگ کنید و در فاصلهٔ زمانی بین تلفن‌ها، پخش برنامه را ادامه دهید.

احتمالاً از پشت صحنه به شما کمک خواهند کرد. ابتدا شرکت‌کنندگان بالقوه موضوعی را که مایلند مطرح کنند، به محقق یا تهیه‌کننده می‌گویند. بدین‌ترتیب ضمن اجتناب از موضوعات تکراری، تعادل بین بحث‌ها حفظ می‌شود و عناوین تازه و یا مرتبط انتخاب می‌شوند. به‌علاوه، این امر اخطار برای کسانی است که تماس می‌گیرند و احتمالاً مسایل زشت و موهن را مطرح می‌کنند. بعضی برنامه‌ها

1- Phone - ins

مجهز به ضبط صوت هستند که پخش سئوال را به حد کافی به تأخیر می‌اندازد تا بتوان به موقع آن را رهگیری کرد. از تلفن‌کنندگان واقعی خواسته می‌شود تا اندکی صبر کنند و یا وقتی نوبتشان شد با آنها تماس می‌گیرند.

به تماس گیرنده توجه کنید

وظیفهٔ شما ایفای نقش واسطه است و در صورت لزوم باید دخالت کنید تا مطمئن شوید که به فرد جواب داده شده است. عده‌ای هنگامی که می‌خواهند سئوال خود را مطرح کنند، زبانشان بند می‌آید، اینجا شما باید به کمک آنها بشتابید و بسته به شرایط، موضوع را شرح دهید یا تفسیر کنید. نباید اجازه داد که وی احمق به‌نظر برسد و یا نداند چه موقع باید صحبت کند. به کمک گوشی و یا صفحهٔ تلویزیون که در دید تماشاگران نیست، نام افرادی که تماس می‌گیرند به شما اعلام می‌شود. ولی عادت کنید که نام وی، اینکه اهل کجاست و مضمون سئوال را یادداشت کنید. این امر از مشکلات بعدی جلوگیری می‌کند. از حرفهای تکمیلی مضایقه نکنید و سعی نکنید که ارتباط را به‌طور ناگهانی قطع کنید. تشکر مؤدبانه، روش ظریفی است که اعلام می‌کند وقت وی تمام شده است.

مهمتر از همه اینکه، دست و پای خود راگم نکنید.

وقتی که کارها خوب پیش نمی‌روند

حتی حرفه‌ای‌ترین و باتجربه‌ترین مجریان نیز از بلایای بالقوه‌ای که کمین کرده‌اند تا در فرصت مناسب به هر برنامهٔ زندهٔ تلویزیونی ضربه بزنند در امان نیستند. اگرچه ممکن است فن‌آوری‌های جدید در قیاس با گذشته آسیب‌پذیری کمتری داشته باشند، ولی هنوز هم اشتباهات زیادی رخ می‌دهند. سیستم‌های کامپیوتری در هم می‌ریزند، دوربین‌ها کار نمی‌کنند، نورافکن‌ها خاموش می‌شوند و متأسفانه اکثر این اشکالات درست سر بزنگاه بروز می‌کنند. اتصال‌های ماهواره‌ای که در زمان وفور امکانات فنی، کار خود را به‌خوبی انجام می‌دهند درست قبل از پخش، دچار اشکال می‌شوند بدون این‌که وقت کافی جهت یافتن جایگزین برای آنها وجود داشته باشد. دستگاه ویدئو که به‌کار می‌افتد، تصویر ظاهر می‌شود ولی صدا وجود ندارد و یا برعکس صدا دارد ولی از تصویر اثری نیست و یا تصاویر درست است ولی صدا مربوط به تصویر نیست و یا برعکس. دستگاه متن‌رسانی الکترونیکی هم از کار می‌افتد.

در این میان، عامل انسانی هم نقش مهمی دارد. اصطلاح «مشکل انگشتی»[1] تعبیر مناسبی برای اشتباهات مربوط به تولید است. مثلاً میکسر تصویر مستقر در اتاق فرمان، نمای دوربین شمارهٔ یک (نمای درشت گویندهٔ خبرزن) را با نمای شمارهٔ ۲ (نمای درشت از گویندهٔ خبر مرد که در حال خلال‌کردن دندانهایش است) اشتباه می‌گیرد. متن‌هایی که دیر آماده می‌شوند و به زمان پخش نمی‌رسند، کابوس هر سردبیر به‌شمار می‌روند. در مواردی، متن‌ها بموقع نوشته می‌شوند ولی تصاویر ویدئویی آماده نیستند. مصاحبه‌شوندهٔ میهمان، دیر به استودیو می‌رسد، زیرا رانندهٔ تاکسی که دنبال وی رفته بود او را پیدا نکرده است. «حالا به سراغ گزارشگر خود در فلان خیابان می‌رویم.» ولی هیچ تصویری نشان داده نمی‌شود.

1- Finger Trouble

مزاحمان ناخوانده

گروهی که به حقوق اقلیت‌ها معترض هستند، به حریم استودیو تجاوز کرده و در شروع اخبار سراسری که برای میلیون‌ها نفر پخش می‌شود، خود را به دوربین می‌رسانند. خبرخوان اصلی درست مثل این که هیچ اتفاقی نیفتاده است، با خونسردی اخبار را ادامه می‌دهد و در همان حین همکار مرد وی با ترفند مخصوص به خود در حال خاموش کردن صدای آنان است.

آرامش خود را حفظ کنید

تنها کاری که به هنگام بروز اشکال باید انجام داد، حفظ خونسردی است. عذرخواهی در بعضی مواقع مناسب است با این حال برخی معتقدند که لزومی ندارد توجه تماشاگر را به اشکالات فنی کوچکی که افراد عادی متوجه آنها نمی‌شوند، جلب کرد. از سوی دیگر، نادیده گرفتن اشکالات مکرر و آشکار، گویی اصلاً اتفاقی نیفتاده باشد، کاری احمقانه است. معمولاً اتاق فرمان با دادن دستورات از طریق گوشی و یا در مواقع اضطراری، از طریق تلفن روی میز به کمک شما می‌آید. در موارد زیادی بهتر است هرچه سریع‌تر و در حالی که اشکالات فنی را در پشت صحنه رفع می‌کنند، خبر بعدی را شروع کنیم. ولی بدترین کاری که ممکن است از یک خبرخوان سربزند، القای این تصور است که کاری از دست وی ساخته نیست و بقیه مقصر هستند. این مورد قابل بخشش نیست.

با میهمانان خود با احترام و مهربانی رفتار کنید.

سخن آخر در مورد مصاحبه

و در آخر... به‌خاطر داشته باشید که هرچه باشد، مصاحبه‌شوندگان میهمان شما هستند. نحوهٔ برخورد شما، نگرش آنها را در مورد شما و سازمان شما تعیین می‌کند و این که آیا (در صورتی که افراد مهمی باشند) به دعوت بعدی شما پاسخ مثبت بدهند یا نه. به نفع شما است که مصاحبه‌شوندگان در محل و زمان مناسب حاضر شوند. مصاحبه‌شوندگان را دعوت نکنید مگر آنکه واقعاً بخواهید از وجود آنها استفاده کنید در غیر این صورت کمال بی‌ادبی را مرتکب شده‌اید.

بدون شک مواردی پیش می‌آید که در آخرین لحظات باید بنا به ملاحظات تحریریه، یکی از میهمانان را که زحمت زیادی برای طلب موافقت وی صرف کرده‌اید، حذف کنید. در این صورت بیش از اندازه از وی پوزش بخواهید.

پرداخت پول، آری یا نه؟

معمولاً میهمانانی که در مصاحبه‌ها شرکت می‌کنند، چشمداشت مادی ندارند، با این حال نمی‌توان انتظار داشت که همه، وقت خود را رایگان در اختیار شما قرار دهند. ولی اگر جلب موافقت یک نفر، راه دیگری ندارد، پرداخت مبلغی به‌عنوان «حق‌الزحمه» به شکل پرداخت غرامت، خرج سفر و غیره کاری نامعقول نیست.

لزوم توجه به میهمانان

مصاحبه‌شوندگان را به هنگام ورود تنها نگذارید. اگر نمی‌توانید شخصاً به استقبال آنها بروید، عادت کنید که همواره یک نفر را برای راهنمایی آنها به استودیو و یا اتاق انتظار، دم‌دست داشته باشید. میهمانان را در جریان کارها قرار دهید و زمانی را که باید ظاهر شوند، به آنها اطلاع دهید. از میهمانان خود پذیرایی کنید، حتی اگر با یک فنجان قهوه باشد.

به هنگام پخش

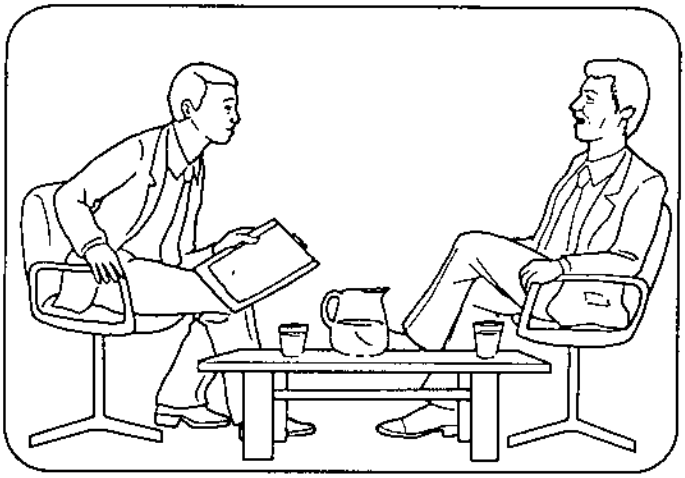
البته باید مؤدب باشید ولی از تعارفات زیاد از حد بپرهیزید، زیرا پیشرفت کار را کند می‌کنند. بعضی از مصاحبه‌شوندگان عصبی نمی‌توانند جلوی پرحرفی خود را بگیرند: اگر می‌خواهید حرف آنها را قطع کنید، حتماً در ابتدا کمی به جلو خم شوید. عده‌ای دیگر به هنگام پاسخ‌دادن به جای دیگری چشم می‌دوزند. استقرار مناسب صندلی‌ها می‌تواند کمک کند. راه دیگر این است که سؤالی به شکل مستقیم طرح کنید تا وادار شوند به چشمان شما نگاه کنند. مطمئن شوید که برای مصاحبه‌شوندگان ناآرام صندلی‌های چرخان در نظر نگرفته باشند زیرا ممکن است از نما خارج شوند.

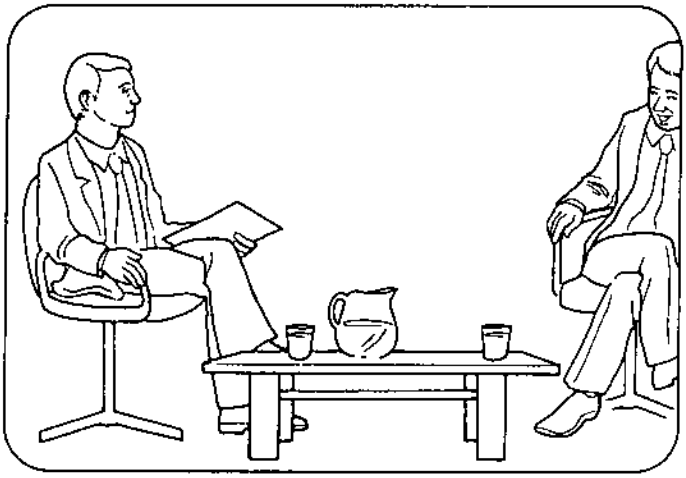
وسایل کمکی در مصاحبه

اگر قصد دارید تصاویر، فیلم ویدئویی و یا موضوعات دیگری را که میهمان با خود آورده است نشان دهید، (معمولاً در برنامه‌های هفتگی اتفاق می‌افتد)، زمانی را برای آماده‌کردن آن اختصاص دهید: لازم است که استودیو نماهای دیگری برای دوربین در نظر بگیرد و یا در نورپردازی تغییراتی بدهد. اگر این احتمال وجود داشته باشد که نمودارها ممکن است بموقع حاضر نشوند، آنها را فراموش کنید.

نحوهٔ خداحافظی....

... به‌اندازهٔ سلام کردن اهمیت دارد. در هنگام پخش برنامه تشکرکردن الزامی نیست ولی بعداً به‌طور خصوصی حتماً این کار را بکنید. سپس در صورت امکان از میهمان خود پذیرایی کنید و امکان برگشت او را فراهم کنید.





توجه به میهمانان

ممکن است بازداشتن مصاحبه‌شونده از پرحرفی، کار دشواری باشد. اگر نمی‌خواهید که یکباره سخن آنها را قطع کنید، به جلو خم شوید(۱) این کار مطلوب شما را می‌رساند. اگر وظیفهٔ شماست که جای میهمانان را تعیین کنید، مطمئن شوید که افراد ناآرام در صندلی‌های چرخان نشانده نشوند. ممکن است از شما خارج شوند.(۲)

مستندها

برنامه‌های مستند تلویزیونی به ژورنالسیت‌ها امکان می‌دهد تا موضوعات را عمیق‌تر و مفصل‌تر از آنچه معمول برنامه‌های خبری است، بررسی کنند. از آن مهم‌تر، زیر بعضی از آنها نام گزارشگر وجود دارد و این فرصت نادر برای وی فراهم می‌شود تا بیطرفی را، که لازمهٔ برنامه‌سازی است، کنار بگذارد و در چنین مواردی نظرات شخصی خود را مطرح کند.

شکل و محتوا

برنامه‌های مستند، مضامین از پیش تعیین‌شده‌ای ندارند لذا فرد می‌تواند شکل، محتوا و مدت آنها را به دلخواه انتخاب کند. دامنهٔ برنامه‌های مستند بسیار وسیع است، به‌همین دلیل بسیاری از گزارشگران خلاق که خود را در بند اخبار صریح و روشن ژورنالیسم اسیر می‌بینند، با خوشحالی از هر فرصتی برای مستندسازی استقبال می‌کنند. برای بعضی‌ها آزادی موجود در این قسمت و کندی نسبی روند تولید به دلیل نداشتن مسئول تحریریه، ناراحت‌کننده است.

علت این امر آن است که تهیه‌کننده، عامل پیش‌برنده است، احتمالاً قبل از تصمیم‌گیری در خصوص انتخاب یک موضوع، هفته‌ها تحقیق می‌کند. ممکن است از گزارشگر فقط در آخر برنامه و برای اجرای مصاحبه‌های از قبل تعیین‌شده کمک گرفته شود و یا متن‌هایی را که دیگران نوشته‌اند، بخواند ولی به‌طور کلی میزان دخالت گزارشگر به ماهیت برنامه و منابع آن بستگی دارد. سازندگان مجموعه‌ها (و حتی متشخص‌ترین آنها) الزاماً گزارشگر خود را به کار نمی‌گمارند و در عوض در هر برنامه با یک مجری خاص قرارداد می‌بندند.

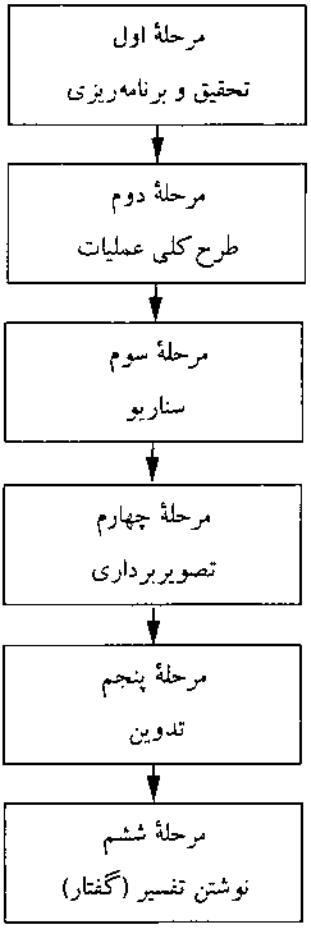
تولید برنامه مستند

ساخت مستند نسبت به برنامه‌های خبری، فعالیت رسمی‌تر به‌حساب می‌آید. اندازه و تعداد نفرات گروه تولید، خود گویای این واقعیت است. تعداد نفرات بر اساس نظر مدیریت در سطح کشور، یا محلی و یا بر اساس قوانین اتحادیه تعیین می‌شود. تیم، ممکن است به استثنای گزارشگر از شش نفر

دیگر تشکیل شده باشد که عنوان و مسئولیت هر یک بسته به کار و عرف فرق می‌کند.

احتمالاً مسئولیت سرپرستی برعهدهٔ تهیه‌کننده یا کارگردان خواهد بود که تمام مسئولیت‌های مالی، سردبیری و مسئولیت طرح اندیشه‌های خلاق را که در فیلم‌های سینمایی بر دوش افراد متعددی است، برعهده دارد. دستیار تهیه، ممکن است ضمن این‌که به‌عنوان محقق فعالیت می‌کند سازمان‌دهی مفصل قبل از تهیهٔ برنامه، مثل برنامه‌ریزی مسافرت گروه را نیز برعهده داشته باشد. در محل تصویربرداری، وی که معمولاً یک زن است، وظیفه دارد که همواره از پیوستگی، محتوا و متن برنامه بااطلاع باشد. تصویربردار در ترکیب و گرفتن هر نما با تهیه‌کننده یا کارگردان همکاری می‌کند، مسئولیت حمل دوربین و جاانداختن فیلم با دستیار وی است. به‌همین ترتیب، ممکن است صدابردار هم جانشین و یا دستیار داشته باشد که ضمن نگهداری تجهیزات، شروع هر نما را با تخته تقه اعلام کند. در صورت لزوم یک برقکار هم به گروه اضافه می‌شود زیرا که تعداد و قدرت نورافکن‌ها در این‌جا بیشتر است و حتی در تولیدات بسیار بزرگ و پیچیده‌تر، دستیار وی نیز به کمک فراخوانده می‌شود.

مراحل شش‌گانهٔ ساخت مستند



ساختار مستند

ساخت مستند رهیافت منظمی را طلب می‌کند: در مواردی شکل، محتوا و نوع متن از قبل و با جزییات کامل تعیین می‌گردد. هدف این است که در طول این فیلم‌ها که ۱۵ دقیقه تا یک ساعت یا بیشتر طول می‌کشند، کشش فیلم حفظ شود. با برنامه‌ریزی دقیق می‌توان در فواصل معین این کشش را به اوج رساند.

استفاده از فیلم

علی‌رغم راحتی و تحرکی که ویدئو به دنیای سراسر رقابت ژورنالیسم الکترونیکی امروز اهدا کرده است، در زمینه‌های محدود که سرعت در اولویت قرار ندارد، همچنان از فیلم استفاده می‌شود. هنوز هم بسیاری از مستندها روی فیلم‌های ۳۵ و ۱۶ میلی‌متری ساخته می‌شوند؛ زیرا فیلم به دلیل داشتن کیفیت بالای تصویر و دقت در تدوین دستی، ارجحیت دارد. به‌علاوه به گفتهٔ برخی تدوینگران، امکان تدوین به کمک دست، انگیزه‌های خلاق آنان را تقویت می‌کند، چیزی که با تدوین الکترونیکی، امکان آن وجود ندارد.

تکنیک فیلم

قبل از ظهور ویدئوی سبک وزن در اواخر دههٔ ۱۹۷۰، سازندگان فیلم‌های خبری نوعی فیلم ۱۶ میلی‌متری سینمایی به بازار عرضه کردند که شبیه «طلق»[1]های رنگی ۳۵ میلی‌متری عکاسان آماتور بود. این فیلم از همان ابتدا پوزیتیو و قابل نمایش بود و نیازی به چاپ نداشت. با این حال سازندگان مستند همچنان به روش مرسوم نگاتیو ـ پوزیتیو تمایل دارند. در این روش اولین فیلم قابل رؤیت، از چاپ فیلم‌های خام و تدوین نشده به‌دست می‌آید و نسخهٔ اصلی تحت شرایط آزمایشگاهی و به دور از گردوغبار، خراش و یا صدمات اتفاقی حین تدوین، نگهداری می‌شود. فقط پس از سر هم شدن فیلم‌های خام (ابتدا در برش‌های بزرگ و متعاقباً برش‌های ظریف)، نگاتیو اولیه تهیه و بر اساس فیلم قبلی به‌دقت تدوین می‌شود.

صدا

متداول‌ترین سیستم صوتی که در فیلم‌برداری مستند مورد استفاده قرار می‌گیرد، به «سیستم دوگانه»[2] (سیستم مغناطیسی مجزا) و یا «صدای همزمان»[3] معروف است. در این سیستم،

1- Trasnparency

2- Double system

3- Sysnchronous sound

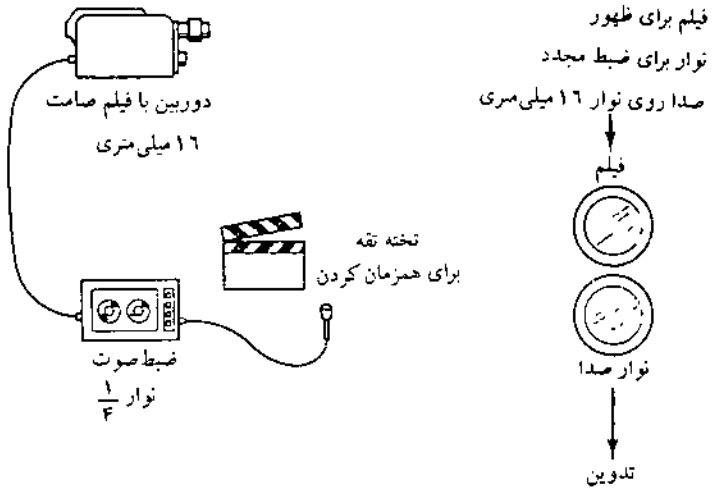
تصویربردار تصاویر را می‌گیرد و در همان حال صدابردار به‌وسیلهٔ یک دستگاه ضبط صدا با کیفیت بالا و مجهز به نوار مغناطیسی $\frac{1}{4}$ اینچی صدا را ضبط می‌کند. دوربین و دستگاه ضبط صدا مجهز از هم کار می‌کنند ولی اتصال الکترونیکی بین آنها برقرار است که همزمانی آنها را حفظ می‌کند. در عمل، توسط تخته تقه شروع هر نما مشخص می‌شود ولی معمول‌تر این است که از یک «تابلوی پایانی»[1] معکوس استفاده شود. وقتی تصویربرداری کامل شد، فیلم به‌صورت مجزا ظاهر می‌شود و نوار $\frac{1}{4}$ اینچی مجدداً روی سطحی از اکسید آهن ضبط می‌شود.

استفادهٔ توأم از فیلم و ویدئو

اگرچه تهیه‌کنندگان و کارگردانان ممکن است «فیلم» را بیشتر بپسندند ولی در عمل، از فن‌آوری الکترونیک نیز سود می‌جویند. فیلم‌های خام را می‌توان به آسانی به قالب فیلم ویدئوی خانگی تبدیل کرد و سر فرصت آنها را تماشا کرد. بدین‌ترتیب می‌توان تصمیمات مقدماتی در خصوص شکل و محتوای برنامه را بدون اتلاف منابع باارزش عملیاتی اتخاذ کرد. تدوین «مقدماتی»[2] صدا و تصویر را می‌توان در همین زمان انجام داد تا راهنمایی دقیق در اختیار تدوینگر قرار گیرد و به مدد آن نگاتیو اولیه را برش دهد.

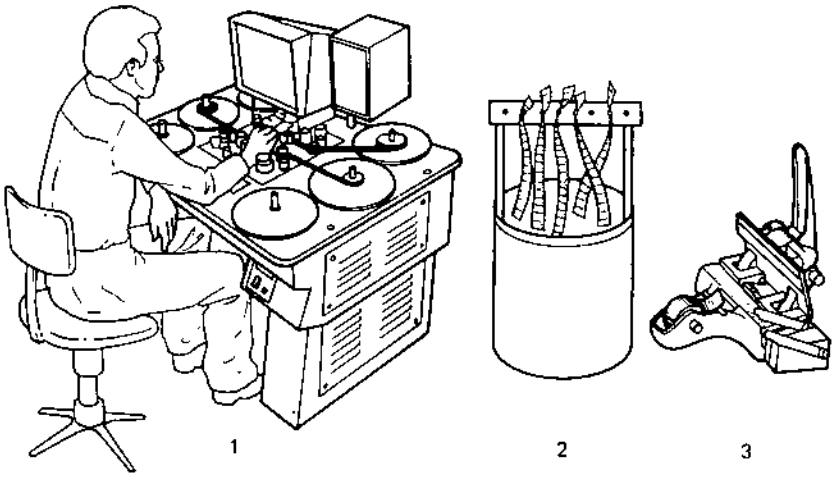
1- End Board

2- Off - Line



صدای فیلم

بسیاری از مستندسازان فیلم را بر ویدئو ترجیح می‌دهند. سیستم دوگانه (با صدای همزمان و یا سیستم مغناطیسی مجزا) از یک نوار مجزا برای ضبط همزمان صدا با فیلم استفاده می‌کند.



تجهیزات تدوین فیلم

(۱) دستگاه تدوین (۲) فیلم‌آویز، وسیله‌ای است که نماهای انتخاب‌شده به‌ترتیب به آن سنجاق می‌شوند.(۳) دستگاه اتصال فیلم، فیلم‌های بریده‌شده توسط نوارچسب شفاف به هم وصل می‌شوند.

ارائهٔ تفسیر

اگر از موهبت صدای خوب و بیان صحیح برخوردار باشید، ممکن است زمانی از شما خواسته شود تا در یک مورد بخصوص، به‌عنوان مفسر همکاری کنید. تفسیرخوانی که خویشاوند نزدیک گزارشگری است، یا زنده پخش می‌شود و یا به‌عنوان «زنده» ضبط می‌شود، از این رو، فرصت دیگری برای تصحیح اشکالات وجود ندارد. اگرچه در مورد دوم، تدوین منطقی نوار صدا، اشکالاتی را که مایهٔ شرمندگی است برطرف خواهد کرد، اما عاقلانه نیست که فرض را بر این بگذاریم که همواره می‌توان تغییر مورد نظر را انجام داد.

اصول اولیه

اساس تفسیرخوانی خوب تلویزیون، تلفیق مناسب کلمات و تصاویر است. درست مثل گزارشگری، هدف مفسر نیز تکمیل مشاهدات تماشاگر است ولی مشکل اینجاست که راهی انتخاب شود که اطلاعات مفید به تماشاگر ارائه شود و از گفتن سخنان بی‌ربط که خشم آنها را برمی‌انگیزد و فایده‌ای هم ندارد، اجتناب شود. برنامه‌ریزی قبلی الزامی است. از برنامه‌های نمایشی جذاب و مراسم دولتی که زمان برگزاری آنها از قبل معلوم است، برای تمرین‌کردن سود بجویید، هرچند این تمرین‌ها سطحی باشند. خودتان محل را شناسایی کنید. این کار در کنار تحقیق دقیق، روشن خواهد کرد که در کجا لازم است تا مسایل مبهم روشن شوند. امتیاز مثبت تفسیرخوانی این است که باید در حین اجرا، در خارج نما قرار بگیرید؛ بدین‌ترتیب امکان حداکثر بهره‌برداری از متن آمده شده قبلی وجود دارد: این متن باید حداقل شامل چند عبارت مهم و یادداشت‌های مفصل باشد.

هرچه واقعه بزرگتر و از نظر بین‌المللی، مهمتر باشد، امکان این که فاصلهٔ شما از محل واقعه دورتر باشد، بیشتر است. در این موارد کار خود را در یک اتاقک و با مونیتور و میکروفون دهانی انجام خواهید داد. هرچه شما می‌بینید تماشاگر هم همان را می‌بیند. تصاویر را کارگردان از میان نماهای چندین دوربین انتخاب می‌کند. باید سرعت سخنان شما با سرعت حرکات یکی باشد و در صورتی که این امر امکان ندارد، بهتر است چند ثانیه جلوتر باشید تا این که عقب بمانید. اجازه ندهید که موضوع روی شما زیاد تأثیر بگذارد: به زبان ساده صحبت کنید و به موضوع شاخ و برگ ندهید.

ورزش

هر طرفدار دوآتشه ورزش واقعاً گمان می‌کند اگر از یک مفسر ورزشی که برای نان درآوردن کار می‌کند بهتر نباشد، حداقل هم‌سطح او است. کار گزارشگری در ورزش مشکل‌تر از آن چیزی است که در وهلهٔ اول به‌نظر می‌رسد. هرچه اطلاعات شما بیشتر باشد، به نفعتان است. زیرا از آن اشتباهاتی که باعث می‌شوند طرفداران افراطی، ریختن خونتان را مباح بدانند پرهیز خواهید کرد.

راز مسئله این است که بدانید چه موقع ساکت شوید و اجازه دهید تصاویر خودشان صحبت کنند. در برخی از ورزش‌ها، آمار و ارقام، رکن اساسی هستند. ولی اعتقاد من این است که بهترین گزارش آن است که به شناساندن و توضیح واقعه محدود شود و به تصاویر قدرت دهد و از ارائهٔ ارقامی که تماشاگر را از بازی جدا کند، خودداری ورزد. در مقابل هر وسوسه‌ای که شما را دعوت می‌کند تا ورزش را از موضوعات دیگر کمتر جدّی بگیرید، مقاومت کنید بویژه، به ورزشکاران با نام کوچک آنها اشاره نکنید.

ارائه تفسیر

تحت تأثیر واقعه قرار نگیرید، به زبان ساده صحبت کنید و به موضوع آب و تاب ندهید. هرچه واقعه اهمیت بیشتری داشته باشد، این احتمال که شما واقعه را از یک جایگاه ویژه که فاصله آن از محل رویداد دور است گزارش کنید، بیشتر است (پایگاه مرکزی کورتسی BBC)

«جهت‌گیری»، اعتبار شما را کم می‌کند.

جهت‌گیری به نفع چه کسی؟

برخلاف روزنامه‌ها که سرمقالهٔ آنها از گرایش سیاسی صاحبان آنها حکایت دارد؛ بسیاری از سازمان‌های پخش، به لحاظ قانونی و یا اخلاقی، باید در گزارش خبرها، فاقد جهت‌گیری باشند و از اظهارنظر خودداری کنند. برای آنان که از جنبه‌های افراطی بعضی از مطبوعات (که متأسفانه به روزنامه‌های زرد* هم محدود نمی‌شود) رنج می‌برند، دانستن این مطلب که در جایی برتری با منطق است، تسکین‌دهنده است. ولی مشکلی که شما در مقام یک گزارشگر با آن مواجه هستید این است که چگونه در مسایل بسیار پیچیده و دارای ماهیت سیاسی، حداکثر اطلاعات را در اختیار مخاطبان قرار دهید و در همان حال از جهت‌گیری به‌نفع یک جناح خاص اجتناب کنید.

یکی ازمسایل بغرنج، دیدگاه بعضی از مقامات بالا است که گزارش یا عدم گزارش یک خبر را نوعی «جهت‌گیری» تلقی می‌کنند. نمی‌توان با این فرض که سوگیری را می‌توان در چشمان فرد دارنده آن مشاهده کرد و یا از گذشته رسم این بوده است که آورندهٔ پیام را به‌خاطر خود پیام مقصر بدانند، احساس آرامش کرد. سئوال این است که چگونه باید این مهم را انجام داد.

عدم جهت‌گیری، در مقابل تعادل

از قدیم این باور وجود داشته است که عدم جهت‌گیری مترادف با تعادل است. مدتهاست که این باور منسوخ شده، زیرا تعادل (که به معنی برابری است) همیشه هم کاملاً منصفانه نیست. وسواس بیش از حد در دادن زمان مساوی به هر دو طرف سیاسی، احتمالاً برای هر دو مضر خواهد بود. ممکن است یکی از طرف‌ها بتواند در نصف آن مدت همان کارایی را داشته باشد. دادن برابری کامل برای آنکه دو طرف یکدیگر را خنثی کنند؛ ارزش عملی ندارد و چیزی به معلومات مخاطبان نمی‌افزاید. در مورد واژهٔ «عدم جهت‌گیری» هم گفتنی است که امروز این واژه بیشتر به‌عنوان یک نظریه تلقی می‌شود، تا یک اصل در روزنامه‌نگاری.

---

* روزنامه‌های زرد به آن‌دسته از روزنامه‌هایی اطلاق می‌شود که با تیترهای جنجالی و اغلب دروغ، در پی کسب درآمد بیشتر هستند. چون این روزنامه‌ها برای اولین‌بار روی کاغذ زرد چاپ شدند، به روزنامه‌های زرد معروف شدند. (م)

بی‌طرفی

بی‌طرفی، به‌معنای پذیرفتن قابلیت جایگزینی دو مقوله به جای یکدیگر است ولی نمی‌توان آن را به همهٔ موارد تعمیم داد، زیرا یک سری اصول اخلاقی وجود دارند که نمی‌توان در قبال آنها بی‌طرف بود و در عین حال خود را متمدن خواند. حقیقت و دروغ، عدالت و بی‌عدالتی، آزادی و بردگی از مقوله‌های متضاد با یکدیگر هستند. ژورنالیست‌های خوب در قبال نژادپرستی و ظلم بی‌تفاوت نیستند، در عین حال ابعاد آن را صادقانه بیان می‌کنند.

انصاف

در غیاب غرض‌ورزی، گزاره «انصاف» محسوس‌تر به‌نظر می‌رسد. انصاف حداقل دارای یک وجه مثبت است و آن قابلیت انعطاف‌پذیری است. ممکن است انصاف در یک جا به معنی انجام مصاحبهٔ زنده و نه ضبط‌شده با یک فرد باشد. در جای دیگر انصاف، شرح و تفسیر سخنان مصاحبه‌شونده است و بالاخره در جای سوم، انصاف ممکن است تقاضای مصاحبه با فرد دیگری باشد.

راهنمای انصاف

● به مصاحبه‌شوندگان بالقوه بگویید که چرا آنها را دعوت کرده‌اید.

● حق آنها است که بدانند شما از همکاری آنها به چه نحو و در چه زمینه‌ای می‌خواهید استفاده کنید. برای ردّ احتمالی دعوت خود آمادگی داشته باشید.

● از منابع خود محافظت کنید.

از خطر جنبه‌های قانونی آگاه باشید. امتناع در پاره‌ای از موارد، ممکن است منجر به جریمه یا زندانی‌شدن شود.

● به واقعیات تکیه کنید.

از حدس و گمان دوری کنید، مگر آنکه دارای اطلاعاتی باشید که بتوانید از آنها نتیجهٔ درست بگیرید. اگر جناح مخالف می‌خواهد از حقیقت، حداکثر بهره‌برداری را بکند، این اجازه را به او بدهید.

● در انتخاب صفت‌ها دقت کنید.

ممکن است استفاده از صفت‌ها، نوعی شگرد نگارشی تلقی شود. بهتر این است که به‌طور کلی از به‌کاربردن آنها اجتناب کنید. گزارش‌هایی که به‌خوبی نوشته شده باشند و با تصاویر خوب همراه باشند نیازی به شاخ و برگ ندارند.

● عقایدتان را برای خودتان نگه دارید.

مطرح کردن عقاید شخصی، کاری تخصصی نیست. افزون بر این، مخاطب بیشتر به شنیدن حرف‌های طرف شما علاقه‌مند است.

● جهت‌گیری نداشته باشید.

پشتیبانی از ضعیف به این علت که ضعیف است و طرفداری از طرفی که قوی یا مهم است اشتباه است.

● سنگ عقیدهٔ دیگری را به سینه نزنید.

اگر شخصاً با استدلالی موافق نیستید، با جهت‌گیری آگاهانه در قبال سایر دیدگاهها، در پی پرداختن تاوان آن نباشید.

● از مردم امتیاز نگیرید.

نباید به صرف این که مردم از قضایا بی‌اطلاع هستند آنان را بازیچه قرار داد. کلک‌های حرفه‌ای نزنید.

● اول مشاهده، بعد گزارش

شما باید بر بی‌عدالتی‌ها شهادت دهید. وظیفهٔ شما است که آنها را ببینید و به دور از احساسات گزارش کنید. اجازه دهید مخاطبان خودشان نتیجه‌گیری کنند.

● با دیگران طوری رفتار کن که دوست داری با تو رفتار کنند.

بیندیشید که چه‌کسی ممکن است شاهد صحنه‌های خشونت باشد.

مرزهای خوش‌سلیقگی

برای هیچیک از ماهواره‌ها که جزیی از شبکهٔ ارتباطاتی جهانی هستند، فرق نمی‌کند که سیگنال‌هایی را که از یک گوشهٔ دنیا به گوشهٔ دیگر آن می‌فرستند، مربوط به رانش وحشتناک زمین در کلمبیا باشد یا جشنواره‌های رنگارنگ و مهیج «ریو»[1]. جغرافیا و نوع عملیات فنی در هر دو حالت یکسان است.

در این دنیای پیچیده که سرعت تحولات در آن بسیار زیاد است گزارشگران تلویزیون هم درست مثل پزشکان به‌عنوان بخشی از زندگی معمولی خود با خشونت، مرگ و رنج آدمیان سروکار دارند. تنها عاملی که باعث می‌شود تا گزارشگران سالهای عذاب‌آوری را به پوشش خبرهای مربوط به تروریسم و سایر خشونت‌ها بگذرانند، یک لایهٔ محافظ فکری از بی‌تفاوتی و بی‌خیالی است که دور آنها کشیده می‌شود. گاهی اوقات این لایه بیش از حد ضخیم می‌شود. در این زمان که روزنامه‌نگاران درمی‌یابند که فاقد واکنش طبیعی یک انسان در قبال وحشی‌گری‌ها هستند، باید از گزارشگری دست‌بردارند. تماشاگری که در خانه‌اش نشسته است، از احساسات کسانی که باید تصمیم بگیرند تا چه حد با اطمینان می‌توان دنیای خشن را به‌تصویر کشید، اطلاعی ندارد.

خطر در حضور شما

در برخی شرایط حضور شما و تصویربرداری باعث شعله‌ورشدن احساسات تند و بروز حوادثی می‌شود که اگر شما آنجا حضور نداشتید و شاهد قضیه نمی‌بودید، اتفاق نمی‌افتادند. همواره در برابر احتمال تحریف، گوش بزنگ باشید و از ضبط رفتارهای خشنی که تصور می‌کنید ممکن است به‌خاطر حضور شما صحنه‌سازی شده باشند، خودداری ورزید. در صورت وجود هرگونه شبهه دوربین را از انظار مخفی نگه دارید.

1- Rio ریودوژانیرو

صحنه‌های خشونت

زمانی که شاهد رفتار خشونت‌آمیز می‌شوید تصور نکنید که با ضمیمه‌کردن آنها به گزارش، به مسئولیت خود عمل می‌کنید و تصمیم‌گیری در خصوص حذف آنها بر عهدهٔ همکاران ارشد است. خودتان باید قضاوت کنید که اضافه‌کردن یا حذف چنین صحنه‌هایی بر اعتبار گزارش شما می‌افزاید یا از آن کم می‌کند. از تهیهٔ نماهای نزدیک، از حوضچه‌های پرخون، تکه‌های بدن و یا جسدهایی که برای بستگان آنها قابل شناسایی هستند، خودداری کنید. «نماهای عمومی»[1] در این‌گونه موارد، می‌تواند مؤثر باشد.

باید در نظر داشته باشید که چه کسانی و چه وقت گزارش را تماشا می‌کنند. کودکان یا افرادی که به هنگام تماشا تنها هستند، ممکن است واقعاً منقلب شوند.

مسئولیت شما

نگذارید هیچ‌کدام از این مشکلات، در وظیفهٔ شما که گزارش عادلانه و صادقانه رویدادهاست خللی وارد کنند. بهتر است این مسئولیت خود را در قبال دیدگاههایی بسنجید که معتقدند با حذف خشونت می‌توان خود را در امان نگه داشت. به دیدگاههای افرادی هم که باور دارند باید همهٔ حقیقت خشن به مردم گفته شود، توجه کنید.

1- Long shot

خشونت: دستورعمل

«شورای استاندارد پخش»[۱] که عمدتاً مسئول امور مربوط به نمایش خشونت و سکس است و استانداردهای مربوط به سلیقه و عفت عمومی را در رادیو و تلویزیون تعیین می‌کند، در سال ۱۹۸۹ توسط دولت تأسیس شد. در فوریه ۱۹۸۹ پیش‌نویس قانون آن منتشر شد و شش‌ماه بعد، به‌دنبال مذاکره با سازمان‌های پخش مورد تجدیدنظر قرار گرفت. بخش مربوط به خشونت در اخبار و برنامه‌های مسایل روز را به‌طور کامل در این‌جا ذکر می‌کنیم.

شورای استاندارد پخش

دستورعمل

خشونت در اخبار و مسایل روز

۱) بولتن‌های خبری

(الف) تلویزیون: مواد خام

ارتباطات پیشرفته این امکان را به بولتن‌های خبری داده است تا وقایع هر نقطه از جهان را تقریباً به‌طور همزمان منعکس کنند. سالهاست که مواد خام گزارش‌ها در حجم زیاد به اتاق‌های خبر می‌رسد، خواه یک حادثهٔ تروریستی در بیروت باشد یا تلاش برای نجات نهنگ‌های به‌دام‌افتاده در یخ‌های قطب شمال و یا حادثه در پرتاب سفینه در «کیپ کاناورال»[۲]. اخیراً تحولاتی صورت گرفته است که به مدد آنها می‌توان گزارش‌های کاملی را در مناطق دوردست توسط خود سازمان‌های پخش و یا شرکت‌های کاملاً مستقل خبریاب تهیه کرد. کنترل و نظارت تحریری به شیوهٔ متمرکز، به‌طور فزاینده غیرعملی می‌شود. زیرا این امر مخاطراتی برای استانداردها دربردارد. لذا مدیران پخش باید نهایت دقت را مبذول دارند تا مطمئن شوند کسانی که در مورد امور تحریریه تصمیم‌گیری می‌کنند، به قوانینی که باید رعایت کنند، آگاه هستند. تعداد سرویس‌های خبری تمام‌وقت که خبرهای خود را به شکل دوره‌ای پخش می‌کنند و آنها که در بخش‌های متوالی، چندبار تکرار می‌کنند، رو به افزایش است. مسئولان باید به هر بخش خبر به دقت توجه کنند تا اطمینان یابند که زمان پخش آنها مناسب باشد و مانع تکرار برنامه‌هایی شوند که موجب بی‌تفاوتی و یا انزجار مخاطبان می‌شود.

1- Broadcasting Standards Council

2- Cape Canaveral اشاره به انفجار فضاپیمای آمریکایی در سال ۱۹۸۶

(ب) تلویزیون: پوشش تصویری

برای بیشتر مردم بریتانیا، تنها راه آگاهی از خشونت‌های زندگی واقعی، رسانه‌ها و بویژه تلویزیون است. رسانه‌ها هستند که به مردم در مورد بمب‌گذاری در آفریقای جنوبی، تصادفات در بزرگراه‌های بریتانیا و یا قتل گروگان‌ها در خاورمیانه اطلاعات می‌دهند. سازمان‌های پخش، حق ندارند که از دنیای خشن و وحشی، تصویری وارونه به نمایش بگذارند. ولی در عین پرهیز از چنین دامی نباید به دام دیگری دچار شویم و تهدیدات را بیش از حد واقعی مادی و یا ذهنی آنها، بزرگ کنیم. مثلاً اگر افراد مسن را از بیرون رفتن به خارج از منزل در شب بترسانند، آنها را دچار ترس بی‌دلیل کرده‌اند. باید در انتخاب کلماتی که تصاویر را همراهی می‌کنند، دقت بسیار کرد.

(ج) تلویزیون: حدود صراحت

اگر لازم است که صحنه‌های خشونت‌آمیز در بولتن‌های خبری تلویزیونی به‌نمایش درآیند نباید این واقعیت نادیده گرفته شود که خشونت، عواقب خونین دربردارد. اگرچه وظیفهٔ سازمان‌های پخش نیست که قضاوت درست را به مخاطب بقبولانند، ولی باید دقت کرد که بر مجروحان و جوانب خونین گزارش، زیاد تأکید نشود. اخلاق حکم می‌کند که اجازه داده شود هرکس بدون نظارت دیگران بمیرد و فقط در موارد نادری سازمان پخش مجاز است که لحظهٔ مرگ کسی را به‌نمایش بگذارد. تکرار چنین صحنه‌هایی در برنامه‌های بعدی باید بسیار محدود شود و در این خصوص، باید اهمیت تاریخی آنها (مثل ترور کندی) در نظر گرفته شود. مسئلهٔ دیگری که لازم است مد نظر قرار گیرد، ماهیت برنامه‌ای است که قرار است تکرار شود. نتیجه آنکه، گفتن حقایق یک حادثه وظیفهٔ گزارشگر است و اگر وی آنها را به خانه‌ها ببرد بهتر است تا این که مخاطب خود به جستجوی آنها برود. نباید فراموش کرد که به‌تصویرکشیدن خشونت به شکل بسیار بی‌پرده، ممکن است منجر به انزجار مخاطب شود و نه انتقال حقایق دربارهٔ حادثه نشان داده شده.

(د) تلویزیون: مخاطب خردسال

در حال حاضر، «بولتن‌های خبری» بخشی از برنامه‌های روزانهٔ بسیاری از سرویس‌های تلویزیونی را تشکیل می‌دهند. در برخی از اوقات روز تعداد زیادی از کودکان مخاطبان تلویزیون هستند و یا جذب تصاویر می‌شوند. بنابراین، همچنان که در حال حاضر نیز عمل می‌شود، باید رسانه‌ها در اختصاص ساعات مختلف روز به هر برنامه، احتیاط کنند زیرا تأثیر تصاویر به هیچ‌وجه با تأثیر کلمات قابل قیاس نیست.

در بولتن‌های آخر شب نسبت به اوایل بعدازظهر و یا شب می‌توان تصاویر بی‌پردهٔ بیشتری از

خشونت نشان داد. منظور پنهان‌کردن حقیقت نیست زیرا کلمات می‌توانند حقایقی را که در طول روز امکان تصویرکردن آنها نیست به مخاطبان بگویند. با این حال در هر زمان اطلاعاتی که به همراه تصاویر ارائه می‌شوند باید مرتبط با آن باشند. بیشتر خشونت‌ها حتی اگر نتوان از آنها دفاع کرد، قابل توضیح هستند.

(هـ) رادیو: ملاحظات کلی

اگرچه رادیو با مشکلاتی که «تصویر» برای دست‌اندرکاران اخبار تلویزیون ایجاد می‌کند، روبرو نیست ولی از آنجایی که می‌تواند در مقابل وقایع به‌سرعت عکس‌العمل نشان دهد، انتظارات را متوجه خود کرده است. سرعت اطلاع‌رسانی در رادیو بیشتر از تلویزیون است و در حفظ چشم‌انداز واقعهٔ خشونت‌آمیزی که گزارش می‌کند، مشکل بیشتری دارد. اولین کلماتی که گزارشگر انتخاب می‌کند، ممکن است تأثیری اساسی در برداشت عموم از حادثه داشته باشد. انتشار تعداد دقیق مجروحان نمونه‌ای از این دسته است. در گزارش انواعی از جنایت‌ها مثل تجاوز جنسی، به زمان پخش برنامه باید توجه شود و مطالب بی‌پرده دربارهٔ واقعه، باید با در نظر گرفتن تعداد زیاد کودکان حاضر در میان مخاطبان سنجیده شود.

(و) جرایم توأم با خشونت

تعداد جرایمی که قربانی ندارند، کم است و هرگز نباید به‌گونه‌ای عمل کرد که قربانیان فراموش شوند. پخش خشونت‌های جنسی و یا انواعی از خشونت که بر علیه افراد مسن، کودکان و یا معلولان اعمال می‌شوند باید با همدلی و آگاهی از زمان پخش صورت گیرد. اگرچه در مواردی قربانیان خشونت برای مصاحبه آمادگی دارند، اما شدت ضربهٔ روحی واردشده به آنها باید در نظر گرفته شده و از آن سوءاستفاده نشود.

(ز) نحوهٔ رفتار با مجرمان خشن

در گزارش جرایمی که با خشونت همراه هستند، لازم است که از بزرگ‌کردن مجرم و یا عمل وی خودداری شود. مجرمان باسابقه را نباید با اسامی مستعار مورد خطاب قرار داد، زیرا این امر چهرهٔ مطلوبی از آنها به‌نمایش می‌گذارد. این یک واقعیت است که بعضی از مجرمان می‌خواهند با گرفتن ژست‌های رومانتیک، نگاه ما را از زشتی اعمالشان منحرف کنند. مثلاً اگر یک فرد مظنون بتواند از زندان بگریزد باز هم یک فرد جنایتکار است. در پایان محاکمات نهایی طولانی، برخی از بولتن‌های خبری زمان زیادی را به مرور وقایعی که منجر به تعقیب مجرم شده است، اختصاص می‌دهند. این

برنامه‌ها نباید از محکومان، شخصیت‌های افسانه‌ای و یا قهرمان بسازند. نباید به مجرمان، خویشان و یا همکاران آنها اجازه داد تا از بازگویی این حوادث سوءاستفاده کنند.

۲)مسایل روز و مستندها

(الف) اصول کلی

اصولی که در خصوص به‌تصویرکشیدن خشونت در اخبار باید رعایت شوند در مورد برنامه‌های مربوط به مسایل روز و مستندها نیز صدق می‌کند: مثلاً توجه به زمان پخش برنامه، عدم اصرار بی‌مورد در ذکر عواقب اعمال خشونت‌آمیز (ولی نباید عواقب را کمرنگ جلوه داد)، پرهیز از تحریک به ارتکاب جرم و یا تمجید از جنایت در نمایش انواع خاصی از خشونت. در آن دسته از موضوعاتی که فوریت کمتری دارند نیز باید مانند بولتن‌های خبری احتیاط کرد. اگرچه آرشیو کمک شایانی به برنامه‌های رادیو و تلویزیون می‌کند، اما باید به هنگام استفاده از برنامه‌های قدیمی و یا نه چندان جدید به‌خاطر داشت که نگرش افراد نسبت به گذشته به درجات مختلف تغییر کرده است. در این جا مسئله به همان اندازه که به خشونت مربوط می‌شود، به سلیقه و عفت عمومی نیز ربط می‌یابد. اگرچه واقعهٔ جنگ جهانی اول و سربازان بسیار زیادی که در آن کشته شدند پس از گذشت هفتادسال هنوز به‌تصویر کشیده می‌شود، در حال حاضر عدهٔ کمی از آن سربازان و یا خویشاوندان آنها که رابطهٔ شخصی مستقیمی با آن دارند، زنده مانده‌اند. ولی مثلاً فقط بیست سال از اولین نمایش مربوط به اعدام خیابانی یکی از طرفداران ویت‌کنگ‌ها می‌گذرد و این تصویر همچنان به‌عنوان یک واقعهٔ دلخراش در ذهن مردم باقی است. گفتار سوزناک فاجعهٔ هیندن بورگ که قبل از جنگ اتفاق افتاد، همچنان گوش را می‌آزارد ولی انفجار فضاپیمای چلنجر بر فراز کیپ کاناورال برای شاهدان عینی که آن را همزمان و یا با تأخیر کمی تماشا کردند هنوز یک حادثهٔ غم‌انگیز زنده است. در یک کلام، در استفاده از خاطرات تلخ گذشته برای مقاصد نمایشی دقت بسیار لازم است.

(ب) بازسازی جنایت

مهم است که به هنگام بازسازی جنایت در برنامه‌ای که هدفش کمک به پلیس است، به جنبه‌های احساسی حادثه از جمله خشونت آن، زیاد پرداخته نشود و از ذکر جزییات بی‌ارزش چون نوع سلاح‌های به کاررفته در آن، صحبتی به میان نیاید.

منافع بیرونی خودتان را در شغل خود دخالت ندهید.

سایر دستورعمل‌ها

سالهاست که ژورنالیست‌ها، اشخاص حرفه‌ای و کارفرمایان سازمان‌های پخش و قسمت‌های مختلف سایر رسانه‌ها، به تدوین دستورعمل‌های مخصوص به کار خود پرداخته‌اند که به‌صورت کتاب، کتابچه، راهنما و دستورالعمل‌های حرفه‌ای منتشر شده‌اند. این‌گونه انتشارات دو هدف را دنبال می‌کنند: حصول اطمینان از همسان‌بودن روشها در مقولاتی چون نحوهٔ تلفظ و استفادهٔ دقیق از زبان و همچنین پایه‌گذاری قوانین اساسی در خصوص اخلاق حرفه‌ای و استانداردهای سردبیری. از جمله می‌توان به دستورعمل‌های زیر اشاره کرد:

● «اتحادیهٔ ملی ژورنالیست‌ها»[1] نمایندهٔ بیشتر ژورنالیست‌های عضو اتحادیه‌های مختلف است که در صنعت پخش و روزنامه‌نگاری بریتانیا به کار مشغولند. قوانین این اتحادیه، طیف وسیعی از راهنمایی‌ها در خصوص استانداردهای اخلاقی و حرفه‌ای، حمایت از آزادی مطبوعات، عدالت و دقت و عدم افشای منابع را دربرمی‌گیرد.

● «راهنمای تهیه‌کنندگان برنامه‌های بی‌بی‌سی»[2] که هم در دسترس عموم قرار دارد و هم دست‌اندرکاران این حرفه از آن استفاده می‌کنند. این راهنما، قالبی را تعیین می‌کند که اخلاق حرفه‌ای مثلاً رفتار صحیح در برنامه‌های تلویزیونی، بی‌طرفی، حفظ اسرار خصوصی، گزارش جنایت، تروریسم، جذابیت و شایستگی برنامه‌ها، خشونت و بسیاری از مسایل مهم دیگر را دربرمی‌گیرد.

● سردبیران روزنامه‌های ملی بریتانیا در سال ۱۹۸۹ قوانین مشترک خود را به تصویب رساندند. توافق آنها در خصوص لزوم «خودتنظیمی»[3] بهتر، پنج مقولهٔ اصلی را دربرمی‌گیرد: احترام به حریم خصوصی، دادن فرصت برای پاسخگویی، اصلاح سریع اشتباهات، راهنمایی ژورنالیست‌ها و رعایت اصل تساوی نژادها و رنگها. به‌علاوه آنها با ایجاد سیستمی برای بررسی شکایات خوانندگان و رسیدگی به موارد نقض قانون، موافقت نمودند.

1- The National Union of Journalists

2- BBC'S Producers Guidelines

3- Self regulation

خط‌مشی واشنگتن‌پست

روزنامهٔ آمریکایی و معتبر واشنگتن‌پست به‌عنوان بخشی از سیاست قاطع خود در زمینهٔ استانداردها و اخلاقیات، خود را مقیّد کرده است که از هرگونه برخورد منافع و یا به‌وجودآوردن آنها اکیداً خودداری کند. سردبیران و گزارشگران نباید از منابع خبر، هدیه و یا سفرهای رایگان را بپذیرند. و ضمناً از شرکت فعال در هر حرکت جهت‌گیرانه پرهیز کنند تا روزنامه در تهیهٔ گزارش و ویرایش عادلانهٔ آن با مشکل مواجه نشود. پذیرفتن دعوت برای صرف شام، از موارد استثنا قاعدهٔ کلی «هدیه ممنوع» است.

قوانین مربوط به عقل سلیم

هیچ کس مایل نیست مانع ایفای نقش کامل شما در اجتماع شود ولی در مقام یک گزارشگر، چشمان مردم مراقب شماست و مهم است از همان ابتدا در نظر داشته باشید که عمل شما مخصوصاً در ایام مرخصی، می‌تواند بر اعتبار شما نزد مخاطبان تأثیر گذارد. این هم نصیحت اکید من به شما، نصیحتی که هرچند قدیمی به‌نظر می‌رسد، اما مبتنی بر عقل سلیم است: از هر کاری که دیگران آنها را با مسئولیت‌های حرفه‌ای شما در تضاد می‌دانند، اجتناب کنید.

اکسیژن تبلیغات

ژورنالیست‌های تلویزیونی در جوامع پیشرفته، به‌هنگام مواجهه با تروریسم و خشونت سیاسی بر سر یک دو راهی اخلاقی قرار می‌گیرند. مسئله این است که چگونه مسئولان گزارش تهیه کنند بی‌آنکه تشویق مجرمان از طریق تبلیغ تلقی شود.

در سال ۱۹۸۵، پس از آن که هواپیماربایان در خاورمیانه هواپیمای جمبوجت آمریکا را ربودند و سعی کردند تا با ظاهرکردن مسافران و خدمه در کنفرانس‌های خبری بهره‌برداری سیاسی نمایند، مارگارت تاچر نخست‌وزیر وقت بریتانیا گفت که رسانه‌ها (بویژه تلویزیون) باید تروریست‌ها را از آنچه که وی «اکسیژن تبلیغات»[1] خواند، محروم کنند. وی معتقد بود که اعمال محدودیت در گزارش چنین وقایعی، ممکن است به کاهش آنها منجر شود. پیشنهاد وی برای ارائهٔ یک دستورعمل داوطلبانه به گرمی پذیرفته شد ولی هرگز جامهٔ عمل نپوشید. سه سال بعد، وقوع یک سری مشکلات متوالی در ایرلند شمالی منجر شد تا دولت وی طی حکمی پخش صدای تروریست‌ها و طرفداران آنها را از تلویزیون ممنوع کند. اگرچه ژورنالیست‌ها آن را نوعی سانسور به‌حساب آوردند، اما مردم عموماً نسبت به آن بی‌تفاوت بودند.

ژورنالیست در تنگنا

مشکل اصلی و ظاهراً لاینحلی که این مسئله در جوامع دموکراتیک پدید می‌آورد این است که به کسانی که می‌خواهند دموکراسی را نابود کنند تا چه حد باید فرصت داد تا راههای تحقق آن را تبلیغ کنند. در اوایل دههٔ ۱۹۶۰ گاهی تلویزیون خود را ناخواسته بازیچهٔ گروههای کوچک و اغلب فاقد مسئولیت می‌کرد. این گروه‌ها با زیرکی، تظاهرات خود را در روزهایی که اخبار چندانی جهت پخش یافت نمی‌شد، ترتیب می‌دادند و عمداً واکنش پلیس را برمی‌انگیختند. ضمن این که انتخاب زمان و مکان به نحوی بود که اختصاص‌یافتن بیشترین قسمت زمان پخش برنامه به آنها خودبه‌خود تضمین

1- Oxygen Of Publicity

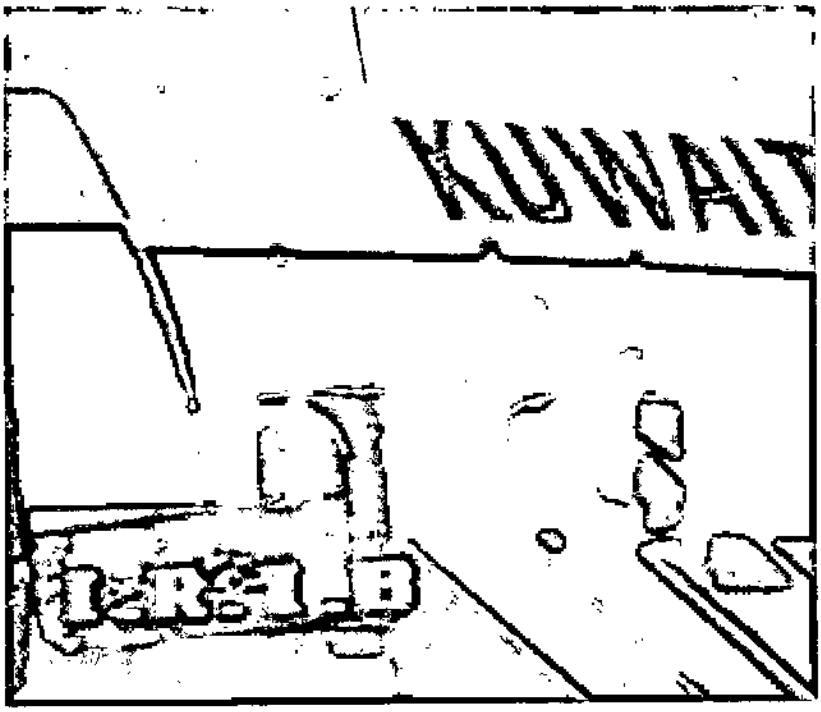
می‌شد. جای شگفتی بود که وقتی دوربین‌ها در آن موقع و آن مکان وجود نداشتند مشکل بسیار کمی به‌وجود می‌آمد و در حال حاضر چنین تظاهراتی نسبت به آن روزهای ساده‌لوحی، خیلی کم اتفاق می‌افتند.

سانسور خبر

پس تا چه حد باید با مقامات همکاری کنید تا اکسیژن تبلیغ را در سطح منطقی حفظ کنید؟ در بریتانیا مقررات داوطلبانه‌ای توسط نمایندگان پخش و مطبوعات، و پلیس وضع شده است که به موجب آنها، خبرهای مربوط به آن دسته از آدم‌ربایی‌ها که به‌نظر برسد جان انسانها به‌شدت در خطر است، سانسور گردد.

به‌وجودآمدن چنین توافقاتی، بدان معنا نیست که مسئولیت گزارشگران در خصوص هوشیاربودن نسبت به نیازهای منطقی حرفه و یا جامعهٔ خود منتفی می‌شود. آنها نباید خود را بازیچهٔ دست کسانی سازند که برای رسیدن به منافع ناچیز خود و یا اهداف دیگر از اخبار به هر نحوی سوءاستفاده می‌کنند.

از طرف دیگر شما به‌عنوان یک گزارشگر، از افراد جامعه جدا نیستید و سخن‌گفتن از آزادی مطبوعات وقتی که آزادی یا جان افراد در خطر است، از نظر افراد جامعه بی‌معنا است.



اکسیژن تبلیغ

هواپیماربایی و سایر حوادث تروریستی منجر به مرگ افراد بی‌گناه زیادی شده است. آیا گزارش‌نکردن چنین حوادثی کمک به حل ماجرا می‌کند؟

یک پروژه طولانی‌تر می‌تواند باداش‌دهنده و یادلسردکننده باشد.

ژورنالیسم تحقیقی

اصطلاح «ژورنالیسم تحقیقی»[1] توسط بسیاری از گزارشگران جوان به آنچه که آن سوی رویایی و یا ناشناختهٔ این حرفه می‌دانند، اطلاق می‌شود. آنان خود را افشاگر اشتباهات می‌خوانند و بدون هراس آنها را علنی می‌سازند. رسوایی واترگیت و نقشی که ژورنالیست‌ها (به‌ویژه کارل برنشتاین و باب وود وارد از واشنگتن پست) در سال ۱۹۷۴ در سقوط نهایی نیکسون ایفا کردند، مثالی است که این افراد به آن اشاره می‌کنند. ولی این نوع ژورنالیسم اگر قرار باشد به نحو مناسبی اجرا شود کاری پرهزینه و وقت‌گیر است. روزنامه‌هایی که با جدیت بدان می‌پردازند همگی اتفاق نظر دارند که این شیوه کاری گروهی است که طی آن تعدادی محقق و گزارشگر هفته‌ها یا ماه‌ها فعالیت می‌کنند تا موضوع را از همهٔ جوانب بررسی کنند و پس از تولید کوهی از اطلاعات، مقالهٔ نهایی تهیه می‌شود.

دشواری برای تلویزیون

تأمین هزینهٔ تحقیقاتی در این مقیاس تنها از عهدهٔ سازمان‌های خبری بسیار ثروتمند برمی‌آید. یافتن راهی برای به‌تصویرکشیدن مسایل انتزاعی به‌نحوی که هم دقیق و هم اطلاع‌رسان باشد، بسیار دشوار است. به‌علاوه گزارشگران و گروه‌های تصویربرداری معمولاً نمی‌توانند ماهها همزمان با یکدیگر تمام دنیا را زیر پا بگذارند و به‌دنبال تهیهٔ مواد خام برای موضوعی بگردند که ممکن است در نهایت فایدهٔ چندانی نداشته باشد.

لزوم داشتن دقت

در هر نوع گزارش تحقیقی باید بی‌نهایت به مسئلهٔ «صحت» آن توجه کرد. اساسی‌تر از همه این است که مطمئن باشید که آیا اصلاً مسئله‌ای برای تحقیق‌کردن وجود دارد یا نه. احساسات شدید می‌تواند حتی چشم منصف‌ترین گزارشگر را به روی نواقص یک گزارش بالقوه ببندد و غرور بیجا،

1- Investigative Journalism

به ادامهٔ تحقیق در مورد موضوعی که مشکوک به‌نظر می‌رسد می‌انجامد که برخلاف ظاهر در عمل از بوتهٔ آزمایش سربلند بیرون نمی‌آید. در چنین شرایطی بهتر است قضیه را بلافاصله خاتمه دهیم و بپذیریم که هر پولی که تا به حال خرج شده به هدر رفته است و بر ادامهٔ چنین تحقیقی که به لحاظ قانونی و حرفه‌ای رضایت‌بخش نخواهد بود، اصرار نکنیم.

اگر موضوعی ارزش پی‌گیری داشته باشد، توجه عمیق به جزییات، امری حیاتی به‌شمار می‌رود. در موضوعی که به لحاظ ساختار و تفکر قوی است، چنانچه فقط چند ثانیه از یک قطعه فیلم آرشیوی استفاده شود و بخواهد این تصور غلط ایجاد شود که تصویر جدید است، اعتبار گزارش کم می‌شود. اگر پای مسایلی که حساسیت قانونی دارند در میان باشد، باید در حضور شاهد از مصاحبه شوندگان مدرک کتبی مناسب درخواست شود. همچنین باید به توصیه‌های وکلا در تمام مراحل گوش سپرد تا از بروز مشکلات بعدی جلوگیری شود. تمام مدارک مرتبط باید جمع‌آوری و نگهداری شوند. این توصیه شامل فیلم‌های معمولی و یا ویدئویی پخش‌شده نیز می‌شود.

گزارشگری عمقی

واژهٔ «عمقی»[1] مترادف با کلمهٔ طولانی شده است. اگر در مورد گزارش به خوبی تحقیق شده باشد و اجرا هم مناسب باشد، طولانی‌کردن آن دردی را دوا نمی‌کند.

1- in - Depth

ژورنالیست‌ها هم از رعایت قانون مستثنی نیستند.

مسایل قانونی(۱)

بعضی از گزارشگران زمانی که درمی‌یابند ورای قانون نیستند، تعجب می‌کنند و نمی‌دانند چرا واژهٔ جادویی «مطبوعات» و «تلویزیون» به آنها امتیازات خاصی را که بقیه شاغلان از آن محرومند، نمی‌دهد.

زمانی سرخوردگی آنها از این واقعیت موقتاً تسکین می‌یابد که درمی‌یابند لااقل به هنگام کار در کشورهای دیگر آزادی عمل دارند و آن دسته از قوانین که برای کنترل رسانه‌های داخل کشور وضع شده‌اند، در مورد آنها اجرا نمی‌شود. در کمال تأسف باید آنان را در این خصوص نیز ناامید کرد و یادآور شد که ترک کشور خودی و جستجو برای یافتن مکانی دوستانه‌تر که بتوان در آن‌جا یک گزارش غیرقانونی را تحویل داد، رهایی موقت از محدودیت است و فقط تا زمانی عملی است که گزارشگر خیال بازگشت نداشته باشد. حتی حاکمان خودکامه هم تلویزیون تماشا می‌کنند و به رادیو گوش می‌دهند.

التزام قانونی

از نظر قانون، هیچ گزارشگری در محدودهٔ عملیاتی خود بر دیگران برتری ندارد. ممکن است دلگیر شوید چون بدون شک این امر ممکن است با وجدان شما و انتظاراتتان از نحوهٔ عمل جامعه همخوانی نداشته باشد. ولی هیچ چاره‌ای ندارید و به اجبار باید فعالیت‌های خود را علیرغم وجود نارسایی‌ها، در چارچوب قوانین محلی و به همان نحو که وجود دارد، انجام دهید تا زمانی که سیستم تغییر نکند ممکن است اشد مجازات قانونی شامل شما شود که از آن جمله می‌توان اخراج، زندانی و تبعیدشدن و توقیف تجهیزات را نام برد.

در مواردی نادر، پذیرش جریمه‌های سنگین از نظر منطقی مقرون‌به‌صرفه است و تصمیم در این مورد که در چه مرحله‌ای، نقض قوانین یک رژیم خارجی نامطلوب مجاز است، به این امر بستگی دارد که برای بازماندن درهای ارتباطات تا چه حد ارزش قایل می‌شویم.

1- Matters of law

محدودیت‌ها در آفریقای جنوبی

اعمال محدودیت‌های دولت آفریقای جنوبی در پوشش مسایل داخلی باعث شده است که از اواخر دههٔ ۱۹۸۰ نمایندگان مطبوعات و سازمان‌های پخش خارجی نتوانند با آزادی گزارش تهیه کنند، با این حال با فعالیت در همان محدوده توانسته‌اند کارهایی صورت دهند. به‌علاوه هشدارهای سلامتی که همراه با گزارش‌ها پخش می‌شدند، مخاطبان را در جریان شرایط دشوار تهیهٔ اخبار قرار می‌دهند. اگرچه این شکل گزارش‌کردن از شکل ایده‌آل بسیار دور است، ولی باز هم از اطلاعاتی که می‌توان از داخل سلول زندان به‌دست آورد، بیشتر است. استمرار حضور رسانه‌های بین‌المللی اذهان عمومی را از مشکلاتی که آفریقای جنوبی با آنها دست به گریبان است، آگاه نگه می‌دارد، برخلاف بسیاری از کشورهای دیگر که حیات آنها بسته به توجهی است که به میل خود به آنها می‌شود.

در جریان آخرین تغییرات قانون قرار بگیرید.

مسایل قانونی (۲)

«قانون»، حتی برای ژورنالیست‌های باتجربه می‌تواند به میدان مین شبیه باشد، برای یک مبتدی بی‌تجربه کابوس است ولی برای آنهایی که بین این دو قرار می‌گیرند و اطلاعات ناقصی دارند بیشترین خطر را دارد.

بدیهی است که بررسی دقیق تمام قوانینی که برای ژورنالیست‌ها وضع شده‌اند، مدنظر این کتاب نیست. برای رفع این نیاز، کتابهای تخصصی وجود دارد. با این حال می‌توان پیچیدگی آن دسته از مسایل قانونی و خطرات بالقوه‌ای را که متوجه ژورنالیست‌ها است از روی قوانین مربوط به ژورنالیست‌های بریتانیایی، شناخت.

افترا

هدف از وضع این قانون، حمایت از حیثیت افراد در مقابل هرگونه حملهٔ غیرموجه است. افترا بر دو قسم است، افترای «لفظی» که منظور کلماتی است که بیان می‌شوند و «مکتوب» که منظور آن هرگونه نوشته‌ای است که خاصیت ماندگاری داشته باشد. افترایی که در تلویزیون و رادیو زده می‌شود، در طبقهٔ افترای لفظی جای می‌گیرد. در چنین مواردی، قاضی باید تصمیم بگیرد که آیا کلمات مورد اعتراض، دارای معانی افترایی هستند یا نه. تصمیم نهایی در این مورد به‌عهدهٔ هیئت منصفه است.

بی‌اعتنایی به دادگاه

این مسئله، گزارشهایی را شامل می‌شود که در آن‌ها، به‌نحوی متهم مورد حمایت قرار می‌گیرد. هدف، اطمینان از این نکته است که محاکمه، عادلانه و بدون پیشداوری صورت گیرد و فرد متهم تا زمانی که جرمش ثابت نشده است، بی‌گناه فرض می‌شود. از زمانی که پرونده‌ای «فعال» می‌شود ژورنالیست هم در آنچه می‌تواند گزارش کند، محدود می‌شود و زمانی که مسئله به جوانان، تجاوز جنسی و یا نوع خاصی از جنایات مربوط می‌شود، محدودیت‌های بیشتر اعمال می‌گردد.

حق تکثیر اثر و حقوق رسمی

حق تکثیر[1]، حافظ کار نویسنده است (البته هنرمندان دیگر مثل معماران و آهنگ‌سازان را نیز دربرمی‌گیرد) قانون «حق تکثیر اثر، اختراع و طرح» مصوب ۱۹۸۸، به مقولهٔ «حقوق معنوی» هم توجه می‌کند. تجدیدنظرهایی که در قوانین مربوط به حقوق رسمی (که قانون اصلی آن در سال ۱۹۱۱ تصویب شد) به‌عمل آمد، در سال ۱۹۸۹ به تأیید ملکه رسید. هدف ساده‌کردن قانون بود ولی تغییرات منجر به حذف قانون «دفاع از منافع عموم» از فصل بحث‌انگیز دوم شد.

قوانین دیگر

قوانین دیگر که مربوط به کار ژورنالیست‌ها می‌شود به مسایل محرمانه می‌پردازد و مربوط به دادن اطلاعات محرمانه است. هم‌چنین قانون روابط نژادی، قانون حفاظت داده‌ها که به داده‌های کامپیوتری مربوط می‌شود و قانون انتخابات که محدودیت‌هایی را در خصوص پوشش انتخابات اعمال می‌کند، نیز وجود دارند.

1- Copyright

انقلابی در گزارشگری تلویزیون در پیش است.

گزارشگری در سال ۲۰۰۰

پیشرفت‌های فراگیر فن‌آوری که از اواخر دهۀ ۱۹۷۰ ایجاد تحول در تلویزیون را هدف قرار داده است، تا قبل از پایان قرن در خدمت نسل جدیدی از ژورنالیست‌ها خواهد بود.

تا آن زمان گونۀ متفاوتی از نیروهای تازه‌نفس به گروه‌های شغلی اضافه خواهد شد، زیرا دیگر مفهوم گزارشگر به‌عنوان یک مجری صرف در تلویزیون، به تاریخ خواهد پیوست. به‌علاوه، این عنوان برای بیان مسئولیت‌های گستردۀ وی که تمام فنون و مهارت یک گروه از تکنسین‌ها را به‌تنهایی در خود جمع کرده است، کافی نیست. این فرد همان «گزارشگر همه‌کاره»[۱] خواهد بود.

دستگاه یک تکه

البته «ستاره‌ها» هم‌چنان باقی خواهند ماند ولی وظایف قابل عوض‌شدن خواهد بود. به‌عنوان یک روش مرسوم، به هر عضو واحد خبر، آموزش خواهند داد تا مواد خام خود را با یک دستگاه سبک به نام «دوربین ـ ضبط ـ تدوین»[۲]، تصویربرداری، تماشا و تدوین کند و سپس متن را حتی در خارج از استودیو، به کمک یک کامپیوتر قابل حمل تنظیم کند. کامپیوتر از طریق ایستگاه به تمام خبرگزاری‌ها دسترسی دارد. نسل جدید ژورنالیست‌ها می‌توانند به کمک همین رابط‌ها «بریده جراید»[۳] را از منابع کتابخانه‌ای همیشه در دسترس[۴] به‌دست آورند و با استفاده از دستگاه‌های دیجیتالی، عکس و گرافیک، تصاویر دلخواه را ایجاد، انتخاب و یا بازیابی کنند و در جریان آخرین تغییرات «برگۀ پخش (فهرست عناوین خبر)»[۵] برنامه قرار گیرند.

فن‌آوری فعلی ویدئو، جای خود را به دستگاه‌های ضبط جدیدی خواهد داد که از نوارهای مرسوم استفاده نمی‌کنند و دارای قطعات جداشدنی نخواهند بود. صدا به‌صورت استریو و صاف خواهد بود و تدوین، اثر بدی روی کار نخواهد داشت و به کمک متن‌رسانی به روش هولوگرام

1- One - Man / One Woman Band

2- Cam - Corder - Editor

3- Cuttings

4- On - Line

5- Running Order (Rundown)

لیزری می‌توان گزارش رو به دوربین عالی انجام داد.

برای انتقال گزارش خبری تدوین‌شده همراه با گرافیک و خودکار تولید، تنها لازم است که از اتومبیل برقی خود آنتن کوچکی را بیرون بیاورید و به کمک یک تلفن همراه از هر جای دنیا با مقرتان تماس بگیرید و صدا و تصویر را از طریق یکی از چند هزار ماهواره‌ای که آسمان را پر کرده‌اند، بفرستید. متعاقباً سیگنال‌ها، ضبط می‌شوند و برای نمایش طبیعی در سوی دیگر بسط داده می‌شوند.

اگر در موارد نادری لازم باشد که نسل جدید ژورنالیست‌ها به مقر بازگردند در جلوی دوربین‌های استودیو که در واقع روبوت‌ها هستند می‌ایستند و برنامه اجرا می‌کنند. این روبوت‌ها تنها توسط یک تکنسین در واحد پخش استودیو برنامه‌ریزی شده‌اند. گرافیک‌ها و نوارهای ویدئویی، دستوراتی که توسط کامپیوتر اتاق خبر در لابه‌لای متن داده شده است، کنترل می‌شوند.

نسل جدید ژورنالیست‌ها پس از گذراندن یک روز کاری سخت، در جلوی تلویزیونی که صفحهٔ بسیار نازکی دارد و روی دیوار نصب شده است به استراحت می‌پردازند. وضوح تصویر این تلویزیون بسیار عالی است زیرا از بیش از یک هزار خط تشکیل شده است. برای آگاهی از جزییات مأموریت فردا فقط کافی است که دکمهٔ یک کامپیوتر را فشار دهد.

آیندهٔ ژورنالیسم تلویزیونی

هیچ‌کس نمی‌تواند پیش‌بینی کند که جدیدترین انقلاب تلویزیونی تا زمانی که خدمات کابلی و ماهواره‌ای به‌عنوان جزیی از ساختار عملیات پخش جهان استقرار نیافته‌اند، چه فرازونشیب‌هایی را باید پشت سر بگذارد. با توجه به مشکلاتی که پیشگامان این امر یعنی Europa Television و Super Channel در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ با آن روبرو شدند، باید بگوییم که راه ناهمواری پیش رو داریم.

خطر برای ژورنالیسم

ژورنالیسم تلویزیون چه بخواهد و چه نخواهد، نمی‌تواند تحت تأثیر جنگی که آگهی‌دهندگان برای تصاحب سهم بیشتری از مخاطبان به راه می‌اندازند، قرار نگیرد. مشکل اینجاست که چگونه می‌توان در محیط سراسر رقابت تجاری، به بقا ادامه داد، محیطی که اگر بخواهیم به زبان ساده بگوییم؛ مخاطبان آن با روش‌هایی که مرتباً جذابیت آنها بیشتر می‌شود، به عوض‌کردن کانال دعوت می‌شوند. این رقابت ممکن است تلویزیون را تا حد نسخهٔ تلویزیونی ژورنالیسم سطح پایین که توسط بیشتر مطبوعات زرد ارائه می‌شود، پایین آورد.

تعبیر دیگر قضیه این است «به مردم همانی را بدهید که دوست دارند». اگرچه به ظاهر هدف باارزشی است، اما در بیشتر موارد، فرار از تهیهٔ گزارش در مورد مسایل پیچیده و دشوار و در عوض تهیهٔ «اطلاعات سرگرم‌کننده»[1] است که در واقع ترکیبی از برنامه‌های بی‌ارزش و بی‌محتوا است. اگر ژورنالیسم تلویزیون فقط محدود به‌نمایش گرافیک‌های پرزرق‌وبرق و یک سری کلمات در قالب «نقل‌قولها»ی[2] پانزده ثانیه‌ای شود که تماشاگر در پایان آنها فقط بگوید «خوب که چی»؟ برای همه بی‌ارزش خواهد بود.

اینجاست که درمی‌یابیم پیشرفت فن‌آوری نوین معایبی هم در پی دارد. از آنجا که عملاً هرکس

1- Infotainment

2- Bites (Sound Bites)

می‌تواند به کمک یک دوربین ویدئویی و تحت هر شرایطی تصاویر قابل قبول تهیه کند، نظام حرفه‌ای سخت‌گیر تحریریه‌ای که در حال حاضر موجود است، جای خود را به فلسفهٔ جدیدی خواهد داد که در آن مبنای اعتماد، زدن برچسب «زنده» و یا «انحصاری» بر روی هر تصویر متحرک است.

همچنین گرایشی وجود دارد که ژورنالیسم تلویزیونی را به‌عنوان یک حرفه تحقیر کنند و آن را رادیویی مصور بنامند که به فنون ویژه‌ای نیاز ندارد. نتیجهٔ کار متأسفانه از مدت‌ها قبل خودش را نشان داده است. عملکرد پاره‌ای از گزارشگران که به‌خوبی برای نقش خود آموزش داده نشده‌اند، شاهدی بر این مدعاست.

انگیزهٔ ایجاد تغییر

از طرفی، اگر با خوش‌بینی به قضیه نگاه کنیم باید بگوییم که تعدد در ژورنالیسم تلویزیون موجب فقر کیفیت نخواهد شد: برعکس اگر شدت رقابت منجر شود تا ژورنالیست‌های فعالی موضوعات خبری بیشتری را سرلوحهٔ کار خود قرار دهند، به موارد جدیدتر روی آورند و با همان موضوعات قدیمی با کیفیت بهتری ارائه شوند، در نهایت خدمات بهتری در اختیار جامعه قرار خواهد گرفت.

و در آخر کلمه‌ای به‌عنوان تذکر می‌گویم. به‌خدمت‌گرفتن اندیشه‌های بسیار جوان و هوشمند در تلویزیون ایجاب می‌کند که بهترین آموزش‌های ممکن نیز به افراد داده شود، صفات کهنه‌شدهٔ «دقت» و «صداقت» هم نباید فراموش شوند. تنها در صورتی که دست‌اندرکاران برنامه‌ها از تعهد خود برای حفظ استانداردهای بالا روی برنتابند، می‌توان امیدوار بود که سلامت اخلاقی گزارشگری تلویزیون دست نخورده باقی بماند.

واژه‌نامه

Anchor (Presenter, Newsreader. Newscaster) مجری اصلی برنامه

Archive material فیلم‌های موجود در فایل یا بایگانی

Associate/ assistant producer (دستیار تهیه) ژورنالیست / نویسنده اتاق خبر که مسئول شکل‌دادن به آیتم‌های منفرد خبری برنامه‌ها است. ممکن است بعضی از وظایف مربوط به گزارشگری را هم داشته باشد.

Assignments editors (سردبیران هماهنگ‌کننده ـ مسئولان هماهنگی). کسانی که گزارشگران و گروه‌های تصویربرداری را جهت پوشش وقایع می‌گمارند.

Assignment sheet (برگهٔ مأموریت) اطلاعات در خصوص واقعه‌ای که باید پوشش داده شود.

Betacam نوعی ENG با فیلم ویدئویی نیم‌اینچی که ساخت سونی است.

Bird نامی است که پس از پرتاب اولین ماهواره با نام Early Bird به ماهواره‌ای ارتباطاتی داده شد. ماهواره توسط اینتلست پرتاب شد.

Camcorder دوربین ویدئویی و دستگاه ضبط در یک واحد منفرد

Cans (Earphones) گوشی(ها)

Ceefax (Broadcast Teletext System) سیستم پیام‌نمای پخش

Character generator (دستگاه مولد علایم و حروف) روش الکترونیکی تولید حروف بر روی صفحهٔ تلویزیون

Clipping/cutting (بریده جراید) مطلب خبری که از روزنامه و یا سایر منابع چاپی بریده می‌شود.

Communication satellite (ماهوارهٔ ارتباطی) دستگاهی مستقر در فضا که سیگنال‌های صوتی و تصویری را به فواصل دور ارسال می‌کند.

Control room (اتاق فرمان) قسمت فنی که فعالیت تولید استودیو را کنترل می‌کند.

Copy (نسخه ـ کپی) اقلام مکتوب برای اخبار

Correspondent گزارشگر ارشد متخصص مقیم خارج از کشور یا خارج از مرکز

Count down (شمارش معکوس) کمکی است که استودیو به گزارشگر می‌کند. زمان با شمارش معکوس اعلام می‌شود تا گزارشگر به شکلی بسیار ظریف از یک منبع به منبع بعدی هدایت شود.

CU (Close - up) نمای درشت. نمای نزدیک

Cutaway/in (برون برش) سئوالاتی است که گزارشگر پس از پایان مصاحبه در جلوی دوربین تکرار می‌کند تا پیوستگی قسمت‌های تدوین‌شده حفظ شود.

DBS (Direct Broadcasting by Satellite) (پخش مستقیم توسط ماهواره) سیستمی است که برنامه‌های تلویزیونی را مستقیماً از ماهواره‌ها برای منازل پخش می‌کند.

Deaf aid یک نوع گوشی که می‌توان از طریق آن دستورات لازم را برای گزارشگر داد.

Diary story آن دسته از وقایع که پوشش آن طبق برنامهٔ قبلی صورت می‌گیرد.

Dish (آنتن بشقابی) آنتنی برای دریافت و ارسال سیگنال‌های ماهواره و مایکروویو

Door - stepper (مصاحبهٔ درگاهی) نوعی مصاحبه که در آن اصطلاحاً در درگاه یک ساختمان منتظر یک فرد نامشخص می‌ایستند.

Dry run تمرین بدون دوربین

Dub (صداگذاری) افزودن و یا ضبط مجدد صدا بر روی تصاویر تدوین‌شده.

Duration مدت زمان یک برنامه یا یک آیتم خبری.

ENG (Electronic News Gathering) (دستگاه خبریابی الکترونیکی) دوربین ویدئویی و ضبط که در مجموع یک دستگاه کم‌وزن را تشکیل می‌دهند.

Establishing shot (نمای معرف) نمایی از مردم یا سوژه که صحنه را معرفی می‌کند.

Eye - line (خط دید) مسیری که به‌نظر می‌رسد سوژه در آن جهت نگاه می‌کند.

Field Producer (تهیه کنندهٔ میدانی) ناظر امور تحریریه. در مأموریت‌های خارج از پایگاه اصلی Fixer نیز نامیده می‌شود.

File ارسال گزارش

Fire brigade (گروه ضربت) گروه سردبیری / تصویربرداری که در مدت کوتاهی برای پوشش اخبار داغ، معمولاً به محلی خارج از کشور اعزام می‌شوند.

Fixer هماهنگ‌کنندهٔ امور تحریریه که گزارشگران را در خارج از ایستگاه همراهی می‌کند.

Follow - up گزارشی که در خصوص یک گزارش پخش شده و یا منتشرشده قبلی تهیه می‌شود.

Format سبک برنامه

Futures جزییات مربوط به خبرهایی که احتمالاً در آینده پوشش داده می‌شوند.

Graphics	(گرافیک) طراحی‌های مورد استفاده در تلویزیون
Gun mike	رجوع کنید به میکروفون تفنگی
GV (General View)	نمای عمومی
Hard news	اخبار بی‌پرده (جدی) ـ اخبار صرف
In - cue	کلمات ابتدایی یک گزارش خبری
Intake / input	(دریافت / ورودی) بخشی است که عملیات جمع‌آوری خبر را برعهده دارد.
Intro (duction)	(مقدمه) اولین جملهٔ یک گزارش خبری
Jump cut	(برش پرشی) قسمت تدوین‌شده‌ای که پیوستگی تصویری را بر هم می‌زند. به‌نظر می‌رسد که در نماهای متوالی فرد از یک نقطه به نقطهٔ دیگر می‌پرد.
Lead - in	مقدمه
Live	زنده ـ در زمان واقعی
Location	(محل) مکان جغرافیایی وقوع حادثه
LS (Long Shot)	نمای عمومی
Mic/mike	میکروفون
Minicam	دستگاه تصویربرداری و الکترونیکی همراه با قابلیت تهیهٔ گزارش زنده
Monitor	مونیتور ـ صفحه نمایش الکترونیکی
Natural sound	صدای طبیعی
Neck/personal mike	(میکروفون گردنی ـ شخصی) میکروفون سبکی که به کمک یک بند دور گردن آویخته می‌شود و یا به لباس وصل می‌شود.
News director	(مدیر خبر) در آمریکا، مدیر مسئول بخش خبری است.
News editor	(سردبیر خبر) ژورنالیست ارشد که معمولاً در زمینهٔ جمع‌آوری خبر فعالیت می‌کند.
News writer	ژورنالیست مستقر در اتاق خبر که مسئول سرهم‌کردن و نوشتن آیتم‌های برنامه است.
Noddies	(تکان دادن سر) نماهایی از واکنش مصنوعی گزارشگر که به‌عنوان «برون برش» مصاحبه استفاده می‌شود.
OC (On Camera)	(میدان دید دوربین) فردی که دوربین روی او تنظیم شده است.

Oracle (Optional Reception Of Announcement by Coded Line Electronics) پیام نما

Out cue (موخره) کلمات انتهایی در یک گزارش خبری

Output (خروجی) بخشی که مسئول انتخاب و پردازش اقلام خبری برای پخش آنها است.

Out - takes (برداشت حذفی) اقلام ضبط شده‌ای که مورد استفاده قرار نمی‌گیرند.

Package (بستهٔ خبری) گزارش کاملی که شامل قسمت‌های مختلف است.

Pan حرکات افقی و عمودی دوربین

Producer (تهیه کننده) فردی که مسئول کل برنامه و یا آیتم موجود در آن است.

Radio mike (میکروفون بی‌سیم) میکروفون مجهز به یک فرستنده کوچک که دارای سیم اتصال به دستگاه ضبط نیست.

Rifle mike (میکروفون تفنگی) میکروفونی که دارای یک لولهٔ بزرگ به شکل تفنگ است.

Rough cut (تدوین اولیه) سرهم‌کردن مقدماتی فیلم یا نوار، طوری که از نظر شکل و طول زمان تقریباً شبیه تدوین نهایی باشد.

Running order / rundown ترتیب پخش آیتم‌ها در یک برنامه.

Runthrough (Rehearsal) تمرین

Run up مدت زمانی که طول می‌کشد تا دستگاه به سرعت عملیاتی خود برسد.

Rushes (dailies) اقلام تدوین نشده

Sync sound (صدای هم‌گاه ـ همزمان) سیستم ضبط صدای فیلم. صدا به‌صورت هم‌زمان با فیلم روی نوار ضبط می‌شود.

Shot list (نمانامه) روشی است که در آن با توصیف دقیق محتوای هر نما طوری تغییر را می‌نویسند که با تصاویر هم‌خوانی داشته باشد.

Sound bite صدا و معمولاً گفتاری که برای گنجاندن دربستهٔ خبری انتخاب می‌شود.

Stick mike میکروفون شبیه چماق که در فعالیت‌های خبری استفادهٔ زیادی دارد.

Stringer گزارشگر آزادی که همکاری وی به شکل منظم است.

Talk - back (گوشی رابط یا اتاق فرمان) ارتباط کلامی یک طرفه بین اتاق فرمان و سایر قسمت‌های فنی

Talking head هر مصاحبه‌شونده

Teletext (Broadcast videotext) پیام‌نما. (نوشته‌ای که به‌صورت مکتوب روی صفحهٔ تلویزیون به نمایش درمی‌آید.)

Tilt	(چرخش عمودی) حرکات عمودی دوربین
Ttipod	سه پایه‌ای که به قاعدهٔ دوربین متصل می‌شود تا آن را ثابت نگه‌دارد.
Two shot	(نمای دونفره) نمایی از دو نفر
Tx (Transmission)	ارسال ـ مخابره
U - matic	سیستم ضبط ویدئویی $\frac{۳}{۴}$ اینچی
Upcut	تداخل اتفاقی دو منبع صوتی
Videotape (VT/VTR)	سیستم الکترونیکی ضبط صدا و تصویر
Video (tape) Cassette	محفظهٔ نگه‌داری نوار در دوربین و ضبط
Voice - Over	صدا بدون تصویر گوینده
Vox pops	(صدای مردم) مصاحبه‌های اتفاقی که پس از تدوین، فقط نقطه‌نظرات مردم پخش می‌شود.
Wire copy	(خبرهای مکتوب خبرگزاری‌ها) اقلام مکتوبی که از آژانس‌های خبری می‌رسد.

Date Due موعد تحويل