

مدیریت پیش از تدوین
گزارش‌های خبری تولیدی

تألیف: روح‌الله ناظم

چاپ اول: ۱۳۹۴

سرشناسه	: ناظم، روح الله، ۱۳۵۴ -
ننوان و نام پدیدآور	: مدیریت پیش از تدوین گزارش‌های خبری تولیدی / تألیف: روح‌الله ناظم.
مشخصات نشر	: تهران: پویان، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۴ ص.
شابک	: ۹۷۸۶۰۰۵۷۲۹۱۵۳
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: خبرنگاران و خبرنگاری
موضوع	: خبرنگاران تلویزیون
یادداشت	: کتابنامه: ص ۲۹۴
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۳ م ۴ ن / ۴۷۸۱ PN
رده بندی دیویی	: ۰۷۰/۴۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۶۷۹۶۴۴

■ انتشارات پویان



عنوان کتاب:	مدیریت پیش از تدوین گزارش‌های خبری تولیدی
مؤلف:	روح‌الله ناظم
ویراستار:	مؤگان یاسین
صفحه‌آرایی و طراحی جلد:	عباس رضائی عوث
چاپخانه:	ناصح
لیتوگرافی:	تصویر
نوبت چاپ:	چاپ اول ۱۳۹۴ش
صحافی:	سیدین
شمارگان:	۳۰۰۰ جلد
قیمت:	۲۲۰۰۰۰ ریال
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۵۷۲۹-۱۵-۳

حق چاپ برای اداره کل آموزش و پژوهش معاونت خبر محفوظ می‌باشد

■ آدرس: تهران- خ ولیعصر - نرسیده به چمران - خ جام جم - سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران -

ساختمان مرکزی (شیشه‌ای) طبقه دوم غربی

۲۲۱۶۴۲۳۴

■ تلفن / نمابر:

۹	 مقدمه
۱۳	 خبر چیست؟
۱۷	 ساختار واقعیت و عینیت در خبر
۲۲	 تأثیر گذارها بر بی طرفی در انتشار خبر
۲۷	 خبر ساده و پیشرفته
۳۰	 کارگردانی گزارش های خبری تولیدی
۳۱	 شناخت اجمالی تدوین
۳۲	 مدیریت پیش از تدوین گزارش های خبری تولیدی
۳۲	 (۱) مدیریت خبر
۳۵	 ۱- خبر مکتوب
۳۹	 ۲- گزارش خبری
۴۲	 ۳- مصاحبه خبری
۴۴	 ۴- تفسیر و تحلیل خبر
۴۹	 ۵- مجله خبری
۵۰	 ۶- مستند خبری
۵۱	 ۱- اسناد تصویری
۵۱	 ۲- اسناد برهانی و استدلالی
۵۲	 ویژگی فیلم مستند
۵۴	 ۷- برنامه های سیاسی
۵۶	 (۲) مدیریت تولید
۵۸	 الف) مدیریت تولید محتوا
۵۸	 شناخت گزارش های خبری تولیدی (موضوعی)
۶۰	 بایدها در گزارش های خبری تولیدی
۱۰۱	 ساختار گزارش های خبری تولیدی
۱۰۱	 - ساختار شکلی گزارش

۱۰۲	۱- پلاتو
۱۰۳	۲- نریشن یا گفتار متن
۱۰۳	۳- مصاحبه با منابع گزارش
۱۰۴	ساختار ماهوی گزارش
۱۰۴	۱- بهانه خبری
۱۰۸	۲- موضوع مبتنی بر بهانه خبری
۱۴۷	۳- متن مبتنی بر سناریو
۱۸۱	۴- هدف سناریوی گزارش
۱۸۵	هدف‌هایی برای سناریوی گزارش‌های خبری تولیدی
۱۹۱	سناریوی خبری
۲۰۶	سکانس‌های سناریوی خبری
۲۰۷	۱- سکانس مقدمه یا معرف
۲۰۸	۲- سکانس بررسی موضوع گزارش
۲۰۹	۳- سکانس نتیجه‌گیری
۲۱۱	دکوپاژ سناریو
۲۲۳	ب) مدیریت تولید تصویر
۲۲۴	تصویر و شناخت فنی آن
۲۲۷	رزولوشن تصویر
۲۲۹	شناخت مفاهیم تصویر
۲۳۰	الف- اصول فنی تصویربرداری
۲۳۲	ب- اصول هنری تصویربرداری
۲۳۴	پ- اصول محتوایی تصویربرداری
۲۳۵	۱- اصول مربوط به حرکت دوربین
۲۳۶	الف - حرکت‌های وضعی دوربین
۲۳۶	ب - حرکت‌های انتقالی دوربین
۲۳۹	پ - حرکت عدسی دوربین
۲۳۹	۲- اصول مربوط به شات‌های تصویری
۲۴۰	۳- اصول مربوط به زاویه نگاه دوربین
۲۴۱	مواد تصویری
۲۴۱	الف) گرافیک

۲۴۲	 ب) افکت‌های تصویری موضوعی
۲۴۴	 ب) کپشن
۲۴۵	 ت) عکس و اسلاید
۲۴۵	 ج) نمودار
۲۴۵	 ح) انیمیشن
۲۴۵	 خ) ترانزیشن‌ها یا افکت‌های تغییر تصاویر تلویزیونی
۲۴۶	 انواع ترانزیشن‌ها
۲۴۷	 ترانزیشن‌های اصلی (دوره آنالوگ)
۲۴۹	 ترانزیشن‌های جلوه‌های ویژه (دوره اپتیکال)
۲۵۰	 ترانزیشن‌های دیجیتالی (دوره رایانه)
۲۵۰	 ترانزیشن در خبر
۲۵۲	 ترانزیشن تداوم
۲۵۳	 ترانزیشن اختصاصی
۲۵۴	 ب) مدیریت تولید صدا
۲۵۴	 انواع صدا
۲۵۴	 ۱- کلام (صدای انسان)
۲۵۵	 ۲- نوا (صدای ادوات موسیقی)
۲۵۵	 ۳- افکت یا جلوه‌های صوتی
۲۵۷	 ۱) صدای اصلی
۲۵۷	 ۲) صدای گفتار متن
۲۵۸	 نگارش گزارش خبری رادیویی
۲۵۹	 کاربرد موسیقی در محصولات خبری
۲۶۱	 اهداف تولید برنامه از نگاهی دیگر
۲۶۶	 طبقات گزارش‌های خبری تولیدی
۲۷۰	 تجهیزات و نرم‌افزارهای صدا و تصویر
۲۷۴	 قاعده یا سلیقه
۲۷۷	 تدوین
۲۸۱	 انواع تدوین
۲۹۲	 پایان سخن: مدت زمان گزارش
۲۹۴	 فهرست منابع

امروزه هزاران شبکه خبری تلویزیونی در سراسر دنیا در گستره ملی و برون مرزی فعالیت می کنند و برای پر کردن اوقات فراغت مخاطبان خود و فراهم کردن موجبات سرگرمی آنان برنامه پخش می کنند.

این شبکه ها از تولید و پخش برنامه ها اهدافی را دنبال می کنند که اطلاع رسانی و آگاه سازی محض، اطلاع رسانی همراه با تأثیرگذاری، عملیات آفندی و جنگ روانی رسانه ای و عملیات پدافند و خنثی سازی جنگ روانی رسانه ای و... از جمله اهداف برنامه سازی خصوصاً برنامه های خبری به شمار می رود.

فعالیت این شبکه ها به صورت آزاد و مستقل است و یا به عنوان ارگان حکومت ها، احزاب و گروه های سیاسی و یا با تأثیرپذیری از مکاتب سیاسی، فرهنگ های حاکم و دیگر صاحبان قدرت سخن پراکنی می کنند.

برای این منظور، شبکه های تلویزیونی که برنامه های سرگرم کننده ای نظیر فیلم، سریال و موسیقی پخش می کنند، مدت محدودی از زمان پخش خود را نیز به خبر اختصاص داده اند و اکنون به سبب نیاز روزافزون به جلب توجه مخاطبان و رقابت شبکه ها در اطلاع رسانی سریع و فضا سازی و به تبع آن شکل دهی افکار عمومی پیش از دیگر شبکه ها و خبرگزاری ها، نیاز به برنامه های متنوع و جذاب خبری و سیاسی تولیدی در شبکه های تلویزیونی خبری نیز به میزان قابل توجهی افزایش یافته است.

در برخی شبکه ها که دارای بخش های خبری تخصصی و موضوعی از قبیل علمی، فرهنگی، ورزشی و پزشکی و همچنین برنامه های متعدد سیاسی دیگر از قبیل تحلیل و تفسیر خبر و مجله خبری و... هستند، نیاز به پخش گزارش های خبری و تولیدی به عنوان یکی از آیتم های مهم برنامه های تولید شده، به تعبیری صد چندان شده است.

نیازی که اکنون دیگر با گزارش های خبری رویدادی محض تأمین نمی شود. گرچه این گونه گزارش ها نیز اهمیت و جذابیت خاص خود را دارند؛ ولی شمار این گونه گزارش ها و برنامه های خبری به سبب نیاز روزافزون شبکه ها، آنقدر زیاد نیست که زمان پخش شبکه های خبری را پر کند و چه بسا:

• تکرار پخش ملال آور گزارش از شبکه های گوناگون در ساعات مختلف شبانه روز را در پی داشته باشد یا

- شبکه‌ای تلویزیونی به علت موضوعیت نداشتن، از پخش گزارش برخی رویدادها خودداری کند یا

- بعضی موضوعات خبری در قالب گزارش‌های خبری نگنجد و ارزش خبری برای پخش نداشته باشد و یا

- هم‌سو با سیاست‌های درون یا برون‌سازمانی شبکه خبری تلویزیونی نباشد و به تبع آن برخی موضوعات به سبب تأمین نکردن منافع فردی و گروهی صاحبان قدرت و رسانه‌ها، امکان تبدیل شدن به گزارش خبری را نمی‌یابد و پوشش داده نمی‌شود.

- برخی رویدادها ممکن است قابل بیان در قالب گزارش خبری نباشد و یا

- به علت اهمیت خاص برخی رویدادها، علاوه بر اینکه رویداد به طور مفصل پوشش خبری داده می‌شود، نیاز به تهیه گزارش‌هایی با ساختار خبری تولیدی یا موضوعی و مستند تلویزیونی نیز پیدا می‌کند و این مسئله برای شبکه‌های خبری تلویزیونی ۲۴ ساعته که نیاز به برنامه‌های خبری و سیاسی تولیدی زیاد، متنوع در حد انبوه و روزانه در قالب‌ها، ساختارها و موضوعات گوناگون دارند، اهمیتی دوچندان می‌یابد.

علاوه بر این، برنامه‌ها و محصولات گوناگون خبری هریک اهداف و تأثیرگذاری خاص خود را بر مخاطب دارند که فقط با برنامه‌های خبری رویدادی محض که با هدف اطلاع‌رسانی صرف تهیه می‌شوند، قابل تأمین نیست.

اینجاست که تهیه گزارش‌های خبری تولیدی در ساختارهای گوناگون (ترکیبی، تک قسمتی، چند قسمتی سریالی و...) اهمیت پیدا می‌کند. گزارشی که خبرنگار منتظر وقوع رویداد آن نیست، بلکه خود با برنامه و هدف قلی آن را تولید می‌کند و با توجه به مدت زمان کافی که برای تولید این گونه گزارش‌ها در اختیار دارد، اهداف (و تأثیرگذاری و...) خاصی برای آنها تعریف می‌کند.

گزارش‌هایی که:

(۱) ارزش پخش (و انتشار) داشته و مورد نیاز مخاطب هم باشد و مورد توجه و اقبال او قرار گیرد.

(۲) اثری درجه یک و فاخر باشد و اصول تولید برنامه در تهیه آن رعایت شده باشد.

(۳) جذابیت داشته باشد.

(۴) اهداف برنامه سازان، صاحبان رسانه‌های خبری و به تبع آن صاحبان قدرت و فرهنگ‌های حاکم را در اثرگذاری بر مخاطب تأمین کند.

(۵) تعداد گزارش‌ها برای پرکردن زمان پخش (عموماً ۲۴ ساعته) در طول سال

این شبکه‌ها کافی باشد.

گزارش‌هایی که در مقایسه با گزارش‌های خبری رویدادی علاوه بر اطلاع‌رسانی، برای تأثیرگذاری بر فکر، سلیقه و ایده و فرهنگ مخاطب نیز هدف‌گذاری شده‌اند. شایان گفتن است مثال‌های اشاره شده، اساساً و لزوماً، بر اساس مباحث این نوشتار نگاشته و تنظیم نشده است. این مثال‌ها هنگام سردبیری گزارش‌های مکتوب خبر استان‌ها، به صورت دسته و گریخته و جزئی یا کلی از گزارش‌های مکتوبی استخراج شده است که حاصل کار همکاران در خبر استان‌هاست و:

(۱) برای دادن فکر و ایده اولیه و

(۲) تقریب مباحث به ذهن، سعی بر تطبیق آنها با مباحث این نوشتار شده است. مدلول و مصداق مفاد اطلاعات مثال‌های یاد شده نیز مربوط به زمان انتشار آنها در رسانه خبری است.

برخی تصاویر و همچنین متن دکوپاژ شده دو گزارش نیز در مقطع فعالیت در واحد ارزیابی اخبار استان‌ها از گزارش‌های تولیدی کپچر و اقتباس شده است و برخی تصاویر استفاده شده در فصل ترانزیشن‌ها نیز طراحی خود نگارنده است و در گزارش‌های اصلی چنین افکت‌هایی اعمال نشده بود.

مباحث این نوشتار بر اساس گزارش‌های خبری با رویکرد تولید نگاشته شده است. بر خلاف گزارش‌های خبری روز که محصولی رویداد محور هستند، به گزارش‌های خبری تولیدی، گزارش‌های موضوع محور گفته می‌شود. این دو گونه گزارش (خبری و تولیدی) با وجود مشابهت در استفاده از آیتم‌ها و اجزای شکلی گزارش از قبیل پلاتو، مصاحبه و نریشن، هر یک شیوه نگارش متن و تولید متفاوت و سناریو و ساختار خاص خود را دارند. بنابراین، در این نوشتار از بیان جزئیات مباحث گزارش‌های خبری از قبیل سبک‌های خبرنگاری، ارزش‌های خبری، عناصر خبری و... خودداری و فقط به مباحث گزارش‌های خبری تولیدی پرداخته می‌شود.

پیش از شروع مبحث اصلی این نوشتار که در باره تهیه گزارش‌های خبری تولیدی است، برای یادآوری، شمه‌ای درباره تعریف و شناخت خبر و واقعیت عینیت (به عنوان دو ویژگی خبر) و تفاوت خبر با درام بیان می‌شود. این دو ویژگی موضوع برخی مباحث آتی این نوشتار از جمله بخش سناریو، ترانزیشن‌ها و موسیقی است و این مباحث بر اساس تفاوت‌های خبر و تولید (یا همان درام) طرح و بحث می‌شود.