

فتوژورناليسم (عكاسي خبري)

بارت معتقد است كه عكس خبري يك پيام است. اين پيام، در كل، از يك منبع ارسال، يك مجراي انتقال و يك مركز دريافت تشكيل شده است. منبع ارسال همان هيئت تحريري رسانه است، گروهی از متخصصان كه برخي از آنها عكس‌ها را مي‌گيرند، برخي ديگر عكس‌ها را گزينش، آرايش و پردازش مي‌كنند و سرانجام عده‌اي ديگر براي عكس‌ها عنواني انتخاب مي‌كنند و شرح عكس و تفسيرى به آن مي‌افزايند. مركز دريافت، همان مردمی هستند كه مطالب رسانه را دنبال مي‌كنند. مجراي انتقال، نيز خود رسانه (روزنامه، خبرگزاري، تلويزيون و ...) است. (بارت، ۱۳۸۹: ۹)

به طور كلي در هر رسانه‌اي، نوشته‌ها براي جذب خوانندگان، به عكس نيازمندند. منابع قديمي خبر، مانند بي‌بي‌سي، سي‌ان‌ان، نيويورك‌تيمز و ... در كنار انتشار روزنامه و مجله، همگي پايشگاه اينترنتي دارند و به صورت لحظه‌اي عكس و خبر در اختيار کاربران خود مي‌گذارند. پيوند عكس و نوشته، همچنان مؤثرترين شيوه گزارش است. رشد سريع صفحه‌هاي شخصي وب، نرم‌افزارهاي

اشتراک‌گذاري تصوير و نوشتار، كه قابليت‌هاي متعددي از قبيل استفاده از هشتگ، امكان دنبال كردن صفحه‌هاي دلخواه، امكان جست‌وجو و ... دارند، باعث شده كه امروزه عكاسان براي انتشار آثارشان فقط وابسته به رسانه رسمي خود نباشند. با استفاده از امكاناتي كه فناوري امروز به ما داده است، عكاسان محدود به انتشار يك يا دو عكس نيستند و مي‌توانند ده‌ها عكس خود را از يك اتفاق منتشر كنند. توسعه فناوري‌هاي ديگيتال در سال‌هاي اخير، منجر به انقلابي در توليد و انتشار اخبار و عكس شده است. در توليد، شاهد تحوير اساسي به سمت داستان‌سرايي بصري هستيم. تصاویر بر فضاي داستان كلامي مسلط هستند و اين پتانسيل را دارند كه خودشان تبديل به داستان و روايت اصلي شوند (Caple & S.Knox, 2015: 1). از زماني كه براي نخستين بار عكس به مطبوعات راه يافت تا به امروز، عكس به صورت بخشي ضروري و جدانشدني براي مطبوعات درآمده است؛ امروز ديگر نمي‌توان تصور كرد رسانه‌اي كه در ميان مردم خوانندگاني يافته است، به مطالبش جنبه تصويري ندهد. «عكس اينك به عنوان مكمل و متمم روزنامه‌نگاري درآمده است» (بديعي و قندي، ۱۳۸۴: ۳۴۸). عكاسي مطبوعاتي (فتوژورناليسم) نوع خاصي از روزنامه‌نگاري است كه در

آن ارائه مطالب و شرح رویدادها، عمدتاً با استفاده از عکس صورت می‌گیرد. «عکس در واقع ثبت لحظات جالبی از فعالیت‌های بشر است و عکس مطبوعاتی علاوه بر این، باید به نحوی ارائه‌دهنده ارزش‌های خبری نیز باشد» (همان: ۳۴۹). عکاسی مطبوعاتی موضوع‌های گوناگونی را در بر می‌گیرد که از آن جمله می‌توان به خبر، مستند اجتماعی، علوم، محیط‌زیست، پرتره و ... اشاره کرد. هدف اصلی عکاسی خبری ثبت اتفاق‌های خبری است. در یک تقسیم‌بندی می‌توان عکس‌های مطبوعاتی را به پنج گروه تقسیم کرد ۱. عکس با سوژه‌های متحرک، ۲. عکس‌های ناگهانی، ۳. عکس‌های غیر فوری و آرشیوی، ۴. عکس‌های تزیینی، ۵. عکس‌های فجیع. (همان: ۳۴۸)

۱. عکس با سوژه‌های متحرک: هر عکس مطبوعاتی باید سوژه متحرک داشته باشد، از جهش و پرش یک دوندۀ گرفته تا سران دو کشور که هنگام دیدار دست یکدیگر را می‌فشارند. تحرک را در عکس‌های مطبوعاتی نیز می‌توان به دو گونه تشریح کرد: الف. عکس با سوژه‌های متحرک فیزیکی: این نوع عکس‌ها از نوع دیگر متداول‌تر هستند. علاوه بر عکس‌های ورزشی مثل لحظه به ثمر رساندن گل در فوتبال، در عکس‌برداری از لحظه‌های هر رویداد دیگری نیز باید تحرک را نشان داد تا هم بتواند عینیت خبر را منعکس کند و هم به جذب خواننده و فروش بیشتر - که در ایران چندان معنا و مفهومی ندارد - منجر شود. ب. عکس با سوژه‌های متحرک غیرفیزیکی: اینجا دوربین ثبت‌کننده احساس‌ها و حالات درونی سوژه است؛ به نحوی که در چهره اشخاص یا حتی طرز قرار گرفتن اشیا خود را نشان داده و به عکس تحرک می‌دهد.

۲. عکس‌های ناگهانی: ثبت لحظه سقوط فردی از ساختمان، لحظه ترور یک مقام سیاسی، به خواب رفتن یک نماینده مجلس و ... از جمله سوژه‌های این عکس‌ها هستند. رویدادهایی که خبر نمی‌دهد، اما عکاس مترصد لحظه‌ها، در محل حادثه حضور دارد.

۳. عکس‌های غیرفوری و آرشیوی: عکس‌هایی که به چاپ می‌رسند، یا آن‌ها که به دلیلی فرصت چاپ پیدا نمی‌کنند، در آرشیو نگهداری می‌شوند تا دوباره روزی بر حسب نیاز چاپ شوند.
۴. عکس‌های تزئینی: جنبه زیبایی عکس و جاذبه آن، سرعت در انتقال مفهوم و عینی ساختن مطالب نوشتنی همگی سبب می‌شود که از عکس حتی برای زینت بخشیدن به زیبایی صفحه، خواه روزنامه باشد، خواه سایت خبری، بهره‌گیری شود. برای مثال نمایی زیبا از شهر پاریس، برای خبری مبنی بر افزایش یا کاهش سفرهای توریستی به آن شهر در سال گذشته، می‌تواند در جهت عینی‌تر ساختن خبر و افزایش جاذبه تصویری آن مورد استفاده قرار گیرد.
۵. عکس‌های فجیع: عکس‌های فجیع، در واقع ثبت لحظات غیرمتعارف از زندگی بشر است. به عبارت بهتر عکسی که روح خواننده را جریحه‌دار می‌کند، او را تا سرحد خشم، نفرت و جنون می‌کشاند، عکس فجیع نامیده می‌شود. (همان: ۳۴۹-۳۵۰)

ویرایش یا ادیت عکس :

ویرایش یعنی حذف قسمتهای زاید عکس به منظور بزرگنمایی سوژه است. ممکن است یک عکس از لحاظ فنی و خبری مناسب باشد اما در همین عکس گاهی سوژه‌های اضافی دیده می‌شود که موضوع اصلی را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

مونتاژ عکس:

ترکیب دو یا چند عکس را که یک عکس با سوژه واحدی را می‌سازد، مونتاژ می‌گویند. مونتاژ عکس کاری هنری و آتلیه‌ای است مونتاژ عکس اگر منجر به خبر ساختگی و جعلی نگردد در قسمتهای غیر حساس خبری مجاز است.

کولاژ :

ترکیب عکس با عوامل دیگر نظیر طرح یا کاریکاتور را کولاژ می‌گویند. کولاژ بیشتر در مجله‌ها و روی جلد آنها مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد.

شرح عکس نویسی:

شرح عکس نویسی هنری است که نیازمند تدبیر تجربه، تبحر فراوانی است. شرح عکس نویس باید با پیشرفتهای روزنامه نگاری آشنا باشد و در نوشتن و ادای مطلب سرعت داشته باشد. شرح عکس نویسی بر اساس انواع عکس به شرح زیر طبقه بندی می شوند.

۱- عکسهای مهم خبری

۲- عکسهای خبری روزمره

۳- عکسهای عمومی

۴- عکسهای جنایی

۵- عکسهای پرتره یا فردی

۶- عکس روز

در عکسهای خبری مهم شرح عکس نویس باید از نثر توضیحی استفاده نماید. در عکسهای خبری روزمره شرح نباید مفصل باشد اما باید بازگو کننده تمام زوایای عکس باشد. در عکس های عمومی شرح عکس نویس باید بکوشد تا به ریشه و روح مطلب وارد شود و در عکسهای جنایی نباید به دایره قضاوت و پیشداوری کشانده شود . در عکسهای پرتره شرح عکس از چند کلمه و ذکر نام و عنوان شخص تجاوز نمی کند شرح عکسهای روز باید ظریف ، توضیحی ، بدون غرض اما هوشمندانه باشد.