

بنام خدا

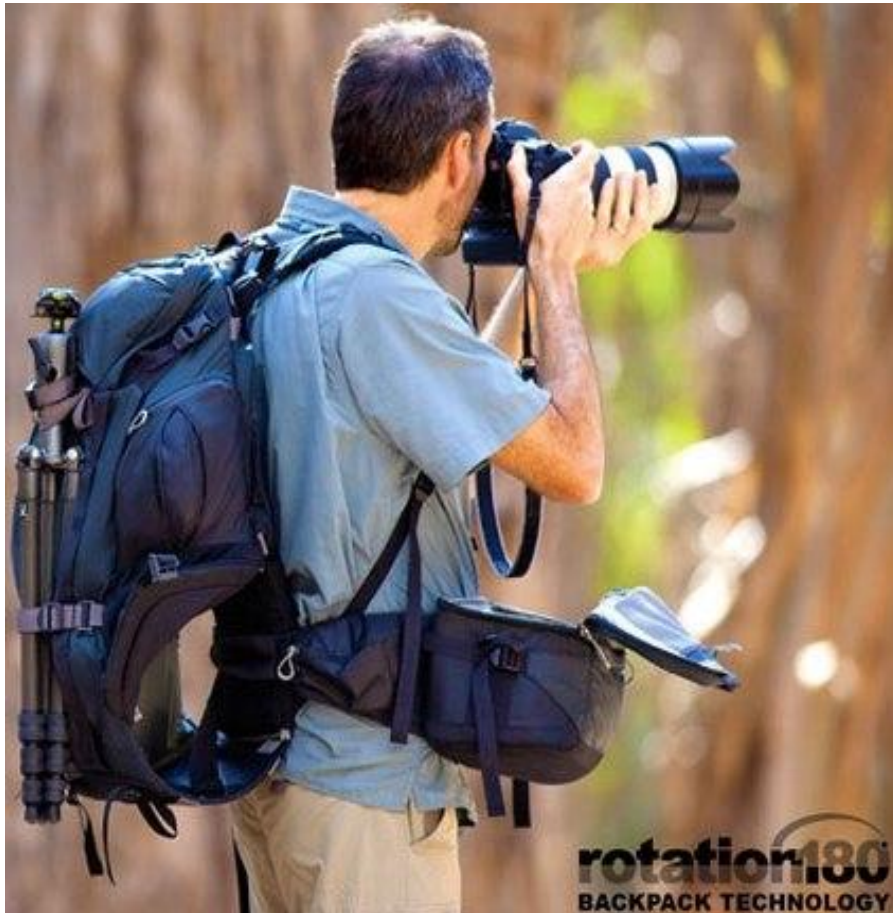
گزارشگری چند رسانه ای

ارائه کننده:

فیصل کریمی

استاد ژورنالیزم دانشگاه هرات

ثور 1392



گزارشگری چند رسانه ای

گزارش چند رسانه ای با ترکیبی از نوشته، عکس، بریده های ویدئو، تکه های صدا، طرح های گرافیک... تولید می شود. برقراری رابطه ای دوسویه میان گزارشگر و خواننده یکی از امکانات مهم این نوع گزارش است.

گزارش های چند رسانه ای معمولاً غیر خطی هستند و هر رسانه ای، یا به عبارت دیگر هر یک از ابزار بیان (نوشته، عکس، صدا، فیلم...) اطلاعات متفاوتی را عرضه می کند.

گزارش چند رسانه ای

- ▶ مقصود از غیر خطی بودن گزارش این است که خواننده بتواند نقطه شروع و نحوه پیگیری گزارش را به دلخواه خود انتخاب کند.
- ▶ مقصود از تفاوت اطلاعات در هر رسانه نیز این است که مثلا متن نوشته عینا با ویدئویی که آن را همراهی می کند یکی نباشد و هر یک از این دو بخش در یک گزارش اطلاع تازه ای ارائه کند و مکمل دیگری باشد. انتخاب بهترین رسانه برای بیان هر بخش اصل اول تولید گزارش چندرسانه ای است.

پنج مرحله تولید چند رسانه ای



- ۱ - انتخاب موضوع
- ۲ - طرح تصویری گزارش
- ۳ - تهیه گزارش و تجهیزات مورد نیاز
- ۴ - ویرایش برای محیط وب
- ۵ - تولید



پیک: انتخاب موضوع

در حالی که که موضوع خود را انتخاب می‌کنید، به این نکته توجه داشته باشید: از فکر کردن به "قسمت اول"، "قسمت دوم" و ... گزارش خودداری کنید.

در عوض به "این قسمت"، "آن قسمت" فکر کنید و بعد رسانه مناسب برای روایت هر قسمت از گزارش خود را انتخاب کنید. ماجرا را به صورت خطی در ذهن خود تعریف نکنید.

پیک: انتخاب موضوع

بهترین گزارشهای چندرسانه‌ای، چند بعدی اند. این ابعاد عبارتند از حرکت بصورت تصویر ویدئویی، روندی که بتوان با گرافیک ترسیم کرد (مثلاً «گردباد چگونه شکل می‌گیرد» یا «این شیوه نوین جراحی چگونه است»)، نقل قولهای تاثیرگذار بصورت صدا یا تصویر و یا صحنه‌های احساس برانگیز قوی در قالب عکس یا صدا.

گزارش چندرسانه‌ای با اتکا به قدرت هر رسانه داستان را به نحوی بیان می‌کند که خوانندگان را جذب می‌کند.

یک: انتخاب موضوع

گزارشهای چندرسانه ای همچنین خطی نیستند.

با امکان دادن به خوانندگان برای این که انتخاب کنند کدام عناصر گزارش را بخوانند و چه موقع، آنها را دخیل می‌کنید.

معمولا انتخاب موضوع برای یک گزارش چند رسانه ای یا به تصمیم گزارشگر است و یا به توصیه دبیر و ناشر.

طرح تصویری گزارش کمک می‌کند که:

- ▶ - با توجه به منابعی که در دسترس دارید، عناصر گزارش را تعریف کنید.
- ▶ - گزارش را سازماندهی کنید.
- ▶ - برای هر بخش از گزارش چه رسانه‌ای را انتخاب کنید.
- ▶ - شکاف‌های احتمالی موجود در گزارش را مشخص کنید.
- ▶ - منابع و تجهیزات مورد نیاز برای تمام کردن گزارش را مشخص کنید.
- ▶ عناصر را تعریف کنید

گزارش را به بخش‌های منطقی غیر خطی تقسیم کنید

بخش‌ها می‌توانند اینگونه باشند:

- ▶ - پاراگرافی که نقطه تمرکز گزارش را توضیح می‌دهد (نات گراف)
- ▶ - شرح حال شخصیت‌های اصلی
- ▶ - وقایع اصلی
- ▶ - فرایند چگونگی انجام یک کار
- ▶ - موافقان و مخالفان
- ▶ - پس زمینه موقعیت
- ▶ - مسائل دیگری که از ماجرا بر می‌آید

تهیه نمای کلی گزارش به سه شیوه صورت میگیرد:

تبیین عناصر
شناسایی رسانه ها
ترسیم مضمون

گردآوری اطلاعات مقدماتی

پیش از آن که به میدان بروید، تا می توانید اطلاعات جمع آوری کنید تا نمای کلی گزارش مشخص شود، نمایی که قابلیت‌های چندرسانه ای را نمایان می کند.

در نتیجه باید مصاحبه های مقدماتی با منابع خبری انجام دهید، ایده ای کلی داشته باشید که حین تهیه گزارش در میدان عمل با چه چیزهایی مواجه خواهید شد و دنبال کلیه مطالبی بگردید که منابع خبری شما در نشریات یا اینترنت منتشر کرده اند. از این منابع یا اینترنت، تصویر بصورت عکس، ویدئو، نقشه و گرافیک گردآوری کنید تا بدانید اجزای بالقوه داستان چیست.

طرح تصویری گزارش

بر روی یک برگ کاغذ، صفحه اصلی گزارش و عناصر دخیل در آن را طراحی کنید.

ناتگراف شما چیست؟ لینک‌ها به بخش‌های دیگر گزارش کدامند؟
چه تمهیدی برای هدایت مخاطب به این بخش‌ها اندیشیده اید؟

در صفحه اصلی کدامیک از عناصر چندرسانه ای را به عنوان ابزار بصری اصلی به کار می‌برید، فیلم یا عکس.

طرح تصویری گزارش

طرح تصویری اولیه یک شاهکار هنری نیست - تنها یک ترسیم ساده است.

قرار هم نیست آن را بر روی سنگ نقش بزنیم، بلکه تنها برای راهنمایی از آن استفاده می‌کنیم و ممکن است آن را پس از دست به کار شدن، باز هم تغییر دهیم.

رسانه را مشخص کنید



فیلم: ▶

فیلم بهترین ابزار برای به نمایش درآوردن یک ماجرا است. استفاده از ویدئو مخاطب را به نقطه اصلی ماجرا می‌برد و صدا و تصویر شخصیت اصلی را منتقل می‌کند.

صدا:

صدای خوب و تاثیرگذار، به تصاویر و فیلم‌های ویدئویی ساکن جان می‌دهد. صدای بد می‌تواند فیلم را بدتر از آن چیزی که هست، نشان دهد و حتی ممکن است حداقل حس عکس‌های ساکن را نیز خراب کند.

ادامه



متن:

از متن می‌توان برای ارائه پیشینه یک ماجرا، توضیح فرایند وقایع یا گزارش یک رخداد استفاده کرد.

اغلب زمانی که اطلاعاتی را نمی‌توان از طریق رسانه انتخاب شده منتقل کرد، از متن استفاده می‌شود.

ادامه



▶ گرافیک متحرک:

با استفاده از گرافیک متحرک می‌توان چگونگی انجام کاری را نشان داد. گرافیک جایی می‌رود که دوربین نمی‌رود؛ درون سلول‌های انسان یا میلیون‌ها مایل در فضا.

گاهی اوقات گرافیک حتی می‌تواند ابزار رسانه‌ای اصلی گزارش باشد و دیگر ابزارها نقش حمایتی داشته باشند.



ادامه
.....

نقشه:

نقشه می‌تواند برای نمایش موقعیت مکانی استفاده شود. ممکن است یک نقشه شامل اطلاعات دیگری نیز باشد.

عکس:

عکس هنوز بهترین ابزار رسانه‌ای برای انتقال یک حس قوی و بیان بخش مهم گزارش است. عکس‌ها معمولاً چشم‌گیرتر هستند و نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت.

عکس در صورتی که به همراه صدا استفاده شود، تاثیرگذارتر هم می‌شود.



ادامه

ویدیو می تواند جزییاتی مانند حرکت های بدنی، احساسات و رفتارهایی که بسیار سخت است با رسانه های دیگر گرفته شوند را آشکار کند. ویدیو نباید در یک گزارش چند رسانه ای، تکرار بقیه قسمت ها باشد.

با این وجود در همان ابتدای گزارش ویدیویی به نحوی باید به بیننده بگوییم که داستان ما درخصوص چه موضوعی است و قرار است ما درباره چه موضوعی صحبت کنیم.

کوله‌پشتی یک خبرنگار

سه ابزارهای گزارشگری چند رسانه‌ای

برای پیگیری هر گزارش تجهیزات مورد نیاز شما یکسان است. همه تجهیزات اصلی کار باید در یک کیف دوربین یا لپ تاپ جا شود.

کوله بارتان را با این ها ببندید:

دوربین ویدئویی، میکروفون، لنز و فیلتر، کابل، هدفون، نوار دی وی، لپ تاپ با نرم افزارهای مورد نیاز، باتری اضافی، کتابچه‌های راهنما، سه پایه، دستگاه ضبط صدا، موبایل و....



هیچکدام از این ها را فراموش نکنید و گرنه....



خود را برای ویرایش و تولید آماده کنید!

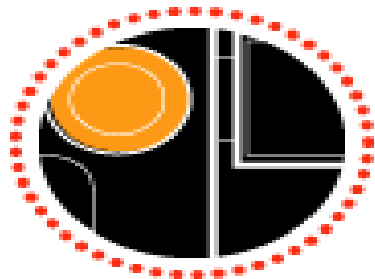




چهار: ویرایش برای اینترنت

وقتی کار میدانی تان تمام شد، نمای کلی گزارش را پاکنویس کنید.

اطلاعات خود را ارزیابی کنید، ببینید چه چیزهایی نسبت به نسخه اولیه شما تغییر کرده، ببینید چه رسانه‌هایی دارید و باید در هر صفحه چه چیزی عرضه شود.



ویدئو

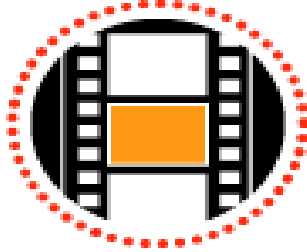
چند نکته کلی درباره استفاده از رسانه های مختلف:

- ▶ ویدئوها را کوتاه نگه دارید، ترجیحا بین یک تا دو دقیقه و حداکثر سه تا چهار دقیقه.
- ▶ چند ثانیه از تصاویر مصاحبه شوندگان پخش کنید و بعد تصاویر مکمل را نشان دهید.
- ▶ از تصاویری دارای حرکت زیاد یا نمایانگر احساسی ظریف پرهیز کنید.



صدا

- ▶ فقط از صدای با کیفیت بالا استفاده کنید. فقط صداهایی که در گذشته دور ضبط شده، می تواند استثنا باشد. اما طبق تعریف باید کوتاه باشد.
- ▶ اگر چاره دیگری ندارید، از زیرنویس استفاده یا نکته مهم آن تکه را برجسته کنید.
- ▶ از موسیقی در پس زمینه استفاده نکنید، مگر این که به داستان مرتبط باشد.



تصاویر ثابت

- ▶ اینترنت رسانه ای بصری است، پس حتما از تصاویر استفاده کنید.
- ▶ از تصاویر به عنوان جانشین متنی بلند استفاده کنید، نه برای تزئین کلمات. متن و عکس باید از نظر بصری و محتوایی مکمل همدیگر باشند.
- ▶ می توانید با استفاده از فوتوشاپ، مستقیما داخل عکس، متن بگذارید.
- ▶ از تصاویر به دو شیوه می توان استفاده کرد:
 - تکی برای بیان حال و هوا یا معرفی گزارش یا بخشی از آن
 - مجموعه برای بیان داستان در قالب آلبوم متحرک یا «اسلاید شو».



طرح گرافیکی

▶ می توانید با استفاده از سیستمهای اطلاعات جغرافیایی، طرحهای گرافیکی خود را تعاملی کنید. بدین ترتیب خوانندگان می توانند یک منطقه جغرافیایی (مانند محله خودشان) را انتخاب کنند و اطلاعات آنجا را بدست آورند.

▶ برای جان بخشیدن به طرحهای گرافیکی از نرم افزار «فلش» استفاده کنید.

▶ طرحهای گرافیکی می تواند چرخ دنده اصلی گزارش باشد.



- ▶ متن مایه آسایش اهل مطبوعات است و هرگاه مطمئن نباشند که باید از چه رسانه ای استفاده کنند، دست به دامان آن می شوند.
- ▶ از متن برای عرضه محتوا استفاده کنید: تیتراژ یا زیرنویس عکسها.
- ▶ متن برای داستانهای اول شخص، مطالب سیاسی، تحلیل، سرمقاله یا خبرهای کوتاه ایده آل است
- ▶ از متن برای پیشینه موضوع گزارش نیز استفاده کنید.

پنج: تولید گزارش



درست همان طور که نویسنده، یک گزارش چاپی از یک ماجرا را سازماندهی می‌کند، گزارشگر چندرسانه‌ای نیز به داستان خود شکل می‌دهد. با این تفاوت که در تولید یک چندرسانه‌ای، از ابزارهای مختلفی برای تعیین عناصر گزارش استفاده می‌شود.

طراح وب سایت شما نقش تدوینگر را ایفا خواهد کرد، آرایش صفحات را تنظیم و ایرادهای فنی را رفع خواهد کرد تا نحوه ارائه مطلب همسو با سبک سایت باشد.

و شما



I ♥
???