



روزنامه‌ی اکسلسیور پاریس در سال ۱۹۱۰ میلادی با انتخاب و چاپ عکس‌های خبری، تحولی در صفحه‌بندی روزنامه پدید آورد. کاری که هنوز هم در روزنامه نگاری جزو حرکت‌های جذاب محسوب می‌شود.

**عکس تقریباً همیشه اولین چیزی است که توجه خواننده به آن معطوف می‌شود.**

بیشتری را نشان دهند. وعمق فاجعه چه قدر است؟ یک نمای معمولاً در عکسبرداری از حوادث به دلیل حساسیتی که نسبت به صحنه‌های دلخراش زخمی‌ها و اجساد وجود دارد، سردبیر نمای کلی را ترجیح می‌دهد. زیرا با استفاده از این تصاویر می‌توان به بسیاری از پرسش‌های خوانندگان پاسخ گفت، پرسش‌هایی از قبیل حادثه در کجا به وقوع پیوست؟ چند نفر در این ماجرا درگیر بودند

و عمق فاجعه چه قدر است؟ یک نمای کلی تا حدودی ابعاد فاجعه را نشان می‌دهد به‌ویژه اگر از افراد هم عکسبرداری شود. مسئولیتی که یک عکاس مطبوعات بر عهده دارد بسیار سنگین است. در حالی که نویسنده می‌تواند برای شرح ماجرا مقدمه‌چینی و پرسش‌های مختلفی را مطرح کند، یک عکاس برای گزارش وقایع وظیفه‌ی بسیار

اهمیت عکس و تصویر در روزنامه‌های معاصر روز به روز در حال افزایش است. از سال ۱۸۹۱ که روزنامه‌ی دیلی گرافیک لندن چاپ عکس را در مطبوعات معمول کرد و مخصوصاً بعد از سال ۱۹۱۰ که

روزنامه‌ی اکسلسیور پاریس با انتخاب عکس‌های خبری، تحولی در صفحه‌بندی روزنامه پدید آورد، تقریباً همه‌ی مطبوعات روزانه و هفتگی دنیا اخبار و مطالب خود را همراه با عکس و تصویر منتشر می‌کنند، به طوری که امروزه عکس به صورت جزئی لاینفک و ضروری برای مطبوعات درآمده است و نمی‌توان تصور کرد روزنامه‌ای که در میان مردم طرفدارانی یافته‌است به‌برخی مطالبش جنبه‌ی تصویری ندهد.

عکس تقریباً همیشه اولین چیزی است که توجه خواننده به آن معطوف می‌شود.

«خوانندگان معمولاً عادت دارند چشم‌هایشان را به طور مرتب بین عکس و متن حرکت دهند تا زمانی که معنای مستند در هر یک را به‌طور کامل درک کنند». (ویلسون هیکس ۱۹۷۳) فرانک لوترمات از دانشکده‌ی خبرنگاری دانشگاه میسوری برای اولین بار در سال ۱۹۲۴ عبارت Photojournalism یا عکاسی خبری را برای توصیف شخصی که هم مهارت‌های یک عکاس و هم یک خبرنگار را دارد ابداع کرد. عبارت Press photographer یا عکاس مطبوعات هم امروزه در محافل

نیستند زیرا دامنه‌ی پوشش آن‌ها توسط کادر دوربین محدود می‌شود. علاوه بر آن تصاویر دو بعد دارند و تنها دیدگاه عکاس را منعکس می‌کنند. عکاسان خبری بر ضرورت عکسبرداری از نمای کلی یک صحنه تأکید می‌کنند و برداشتن عکس از نمای عمومی برای آنان اهمیت بسیار دارد و در واقع مشابه Master shot یا نمای اصلی در فیلمبرداری سینمایی است. این عکسی است که همه‌ی صحنه را نشان می‌دهد و مکمل عکس‌هایی است که از فاصله‌های نزدیک گرفته می‌شوند تا جزئیات

دشواری بر عهده دارد. عکس به منزله‌ی تنها جمله‌ای است که یک عکاس می‌تواند بیان کند و اگر بنا به هر دلیلی عکس خوب از آب در نیاید یا چاپ نشود، دیگر بسیار دیر شده است و نمی‌توان به عقب بازگشت و از همان سوژه عکس گرفت.

همچنین در موقعیت‌هایی مثل شورش، ناآرامی و جنگ، عکاسان تاحد زیادی در معرض خطر قرار دارند، با این حال باید هنگام مواجهه با سوژه، پشت دوربین خود پنهان بمانند. در واقع پناه گرفتن در پشت دوربین به عکاس این احساس را می‌دهد که از خطر در امان است، درست مثل این که دوربین سری است که وی را در برابر دنیای مقابل محافظت می‌کند.

البته همه‌ی عکس‌های مطبوعاتی به جنگ و ناآرامی مربوط نمی‌شود در واقع بیشتر عکاسان مطبوعاتی هرگز با چنین ماجراهای هیجان‌انگیزی روبه‌رو نمی‌شوند. بخش عمده‌ی کار عکاسان مربوط به لحظاتی از زندگی روزمره‌ی اشخاص مشهور و افراد عادی است که در خبرها مطرح می‌شوند. در حقیقت در حالت اول می‌توان گفت که بدون وجود عکاس وجود چهره‌های سرشناس کمتر معنا پیدا می‌کند زیرا یک عکس خوب می‌تواند به افرادی که ممکن است خصوصیات چشمگیر و استثنایی نداشته باشند، جلوه‌ی بیشتری ببخشد.

معمولاً هنوز یک مأموریت کاری کاملاً به پایان نرسیده که باید کار بعدی را شروع کرد. به نظر می‌رسد برنامه‌ی روزانه‌ی عکاس مطبوعاتی مجموعه‌ای از کارهای مستمر و بی‌پایان است که شاید چندان رضایت بخش هم نباشند. در میان حجم عظیم کار پر

زحمت و پیش پا افتاده‌ی روزانه نیز، بنا به آنچه ماهیت خبر ایجاد می‌کند، جریانات مهیج نامنتظره‌ای اتفاق می‌افتد و عکاس را هم مانند روزنامه‌نگاران دیگر با مخاطرات بزرگی روبه‌رو می‌کند.

بنابراین، با توجه به اهمیت فراوان عکس و تصویر در مطبوعات نوین، سرویس ماکت‌سازی روزنامه باید در انتخاب و تهیه‌ی آثار مصور دقت کامل به عمل آورد. زیرا ارزش یک عکس در بسیاری از موارد از صفحه‌ی مطلب خبری و تفسیری بیشتر است.

عکس و تصویر به طور کلی در روزنامه چهار نقش مهم دارد که در عین حال مکمل یکدیگر هم هستند:

۱- عکس در بسیاری موارد به خودی خود ارزش خبری دارد.

باید دانست که عکس گاهی خبر را تکمیل می‌کند و در برخی مواقع به کلی جای خبر (نوشته) را می‌گیرد.

۲- عکس مستقیماً خواننده را در حادثه شرکت می‌دهد و امکان تماشای اشخاص و چیزهایی را که در صحنه‌ی حادثه هستند در اختیار او می‌گذارد.

۳- عکس وسیله‌ی سرگرمی خواننده است و به همین سبب مطبوعات تلاش دارند همیشه عکس‌های جالب و دیدنی منتشر کنند. (اصطلاحی است که می‌گویند عکس نمک صفحه است و صفحه‌ی بدون عکس مثل غذای بدون نمک است.)

۴- عکس اساس و پایه‌ی کار ماکت‌سازی روزنامه است و ماکت‌سازان با توجه به نوع و تعداد عکس ماکت صفحه را تهیه می‌کنند.

مطبوعات مصور در جلب خواننده همیشه با موفقیت روبه‌رو می‌شوند

چون بسیاری از مردم عادی به خاطر عکس‌های جالب، روزنامه را خریداری می‌کنند.

بخش عکاسی روزنامه پیش از تهیه‌ی ماکت، به موازات وقوع حوادث با سرویس تحریریه همکاری می‌کند و خبرنگاران عکاسش عکس‌های خبری را مانند برگ‌خبر در اسرع وقت به روزنامه می‌رسانند. این بخش در کار تهیه سایر اسناد مصور که جنبه‌ی خبر روز را ندارد، دخالت نمی‌کند. زیرا اداره‌ی آرشیو عکس و تصویر روزنامه از وظایف قسمت عکس است که زیر نظر سردبیر فنی و سرویس ماکت‌سازی کار می‌کند.

سردبیر فنی روزنامه (مسئولان ماکت‌سازی) هر روز صبح یا عصر (برای روزنامه‌های صبح یا عصر) پس از تشکیل جلسه مسئولین تحریریه باید برای مصور کردن صفحه‌های خود پیش‌بینی‌های لازم را بکنند. او با توجه به این که چه خبری احتیاج به عکس دارد و روی چه عکس‌هایی باید کار بیشتری انجام گیرد، دستور انتخاب و تهیه‌ی عکس می‌دهد و رئیس قسمت عکس با نظروی عکس‌ها و تصاویر لازم را فراهم می‌کند.

**عکس نمک صفحه است و صفحه‌ی بدون عکس مثل غذای بدون نمک است**

در زمانی که هنوز استفاده از فیلم و نگاتیو معمول بود برای آن که انتخاب عکس‌ها به سرعت صورت گیرد، فیلم‌هایی که خبرنگاران تهیه کرده بودند در بخش عکاسی آماده می‌شد و پیش از آن که به صورت عکس ظاهر شود، به صورت منفی (نگاتیو) در

اختیار سرویس ماکت‌سازی قرار می‌گرفت تا صحنه‌های لازم انتخاب شود. برای این انتخاب معمولاً از میزهای نور مخصوصی استفاده می‌شد که با قرار دادن فیلم روی آن‌ها می‌توانستند جزئیات تصویر را ببینند و عکس بهتر را از میان فیلم‌های ظاهر شده انتخاب کنند.

در حال حاضر دبیر عکس از بین تصاویر دیجیتالی تهیه شده یکی دو نمونه را انتخاب و به سردبیر نشان می‌دهد و در نهایت عکس مد نظرش به صفحه بندی می‌رسد.

## اهمیت انتخاب عکس در روزنامه

سردبیر فنی روزنامه درباره‌ی انتخاب عکس و تصویر روزنامه باید ذوق و تجربه کافی داشته باشد. چنان که گفته شد، عکس در روزنامه نقش نمک غذا را بازی می‌کند و همان طور که غذای بی نمک مطبوع نیست، روزنامه‌ی بی عکس هم باب طبع خواننده قرار نمی‌گیرد.

برای انتخاب صدها عکس و تصویری که هر روز از منابع مختلف به روزنامه می‌رسد، سردبیر فنی با توجه به ضابطه‌ها و معیارهای خاص انتخاب خبر که پیش از این مطرح شد، و با در نظر گرفتن ذوق و علاقه‌ی خوانندگان و جایی که در روزنامه در اختیار دارد، تصمیم می‌گیرد.

به طور کلی در خصوص انتخاب عکس‌هایی که در روزنامه چاپ می‌شود باید به نکات زیر توجه خاصی شود:

۱- ارزش خبری و قدرت تجسم عکس: موقع انتخاب عکس برای یک روزنامه، توجه به عکس‌های خبری

**عکس خبری مانند لید در خبر عمل میکند. باید با سرعت همه‌ی داستان را بگوید یا خلاصه‌ی اتفاق را بیان نماید.**

تنوع فعالیت‌های بشری و تعداد رویدادهای خبری، عکس‌های مطبوعاتی را برشمرده. عکس ملاقات سران کشورها، لحظه‌ی انعقاد قراردادها، سفرهای شخصیت‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، عکس رویدادهای ورزشی با توجه به تنوع رشته‌های آن، عکس دادگاه‌ها، افراد مجرم، جنایت‌ها و... اما هدف از این تقسیم بندی نخست شناخت عکس‌های مطبوعاتی از نظر محتوا و دوم از نظر معیارهای انتخاب و سوم شناخت نوع عکس‌ها برای ارائه در برنامه به عکاسان مطبوعات و تهیه‌ی آن‌هاست. می‌توان عکس‌هایی را که در مطبوعات انتشار می‌یابد به چهارگروه تقسیم کرد:

#### ۱- عکس‌های خبری

در این نوع عکس‌ها ارزش‌های بصری زیباشناسانه‌ی ابداعات

روزکه وقایع تازه را منعکس می‌کند بر هر چیز دیگری مقدم است زیرا این قبیل عکس‌ها واقعیت را به خوبی جلوه می‌دهد و خواننده را به مطالعه مطالب راغبتر می‌کند.

#### انواع عکس‌های مطبوعاتی

هدف از صفحه‌آرایی برقرار کردن نظم لازم برای مشاهده و مطالعه‌ی نشریه، درک بهتر و سریع‌تر مطلب، سهولت خواندن و نیز ایجاد رغبت در خواننده است و عکس‌ها یکی از مهمترین عواملی هستند که می‌توان به یاری آن‌ها به این هدف رسید.

تقسیم بندی عکس‌های مطبوعاتی کار ساده‌ای نیست. شاید بتوان به

#### ۲- ارزش هنری عکس‌ها: درانتخاب

عکس‌های خبری، در نظر گرفتن جنبه‌های هنری نظیر زاویه‌ی دید، روشنی صحنه و طبیعی بودن و معنا و مفهوم داشتن آن‌چه در تصویر نشان داده شده است، اهمیت فراوان دارد. ضمناً باید به قابلیت چاپ شدنی بودن چنین عکس‌هایی از لحاظ فنی توجه داشت تا موقعی که در روزنامه به نمایش گذاشته می‌شوند تاریک و کم‌رنگ به نظر نیایند.

#### ۳- علاقه شخصی انسان:

عکس‌ها هم مانند خبرها و مطالب نوشتنی روزنامه می‌توانند حاوی موضوعات و صحنه‌هایی باشند که علاقه‌ها، توجه‌ها و احساسات انسانی را تحت تأثیر قرار دهند. به همین دلیل روزنامه‌های عامه پسند که خبرهای هیجان‌انگیز و سرگرم‌کننده چاپ می‌کنند به انتشار عکس‌هایی از این قبیل نیز توجه خاص دارند.

#### ۴- اختصاصی بودن عکس:

همان‌طور که خبرهای

اختصاصی و انحصاری

سبب بالا بردن اعتبار

روزنامه می‌شوند،

عکس‌های

اختصاصی هم در

میدان رقابت با روزنامه‌های

دیگر و جلب توجه خوانندگان، ارزش

فراوان دارند. باید در نظر داشت که

هرگاه دو عکس از حیث اهمیت یکسان

باشند و روزنامه برای چاپ هر دو فضا

نداشته باشد، مسئول ماکت‌سازی







### هنری چندان مطرح نیست یا

لا اقل می‌توان گفت هدف اصلی نیست. هدف اصلی بیان خبر هنگام وقوع حادثه یا رویداد است. سرعت عمل شرط موفقیت عکاس خبری است. در نتیجه در این نوع از عکس‌ها عکاس فرصت انتخاب زاویه و بهترین کادر بندی را ندارد زیرا اگر خود را درگیر چنین عواملی کند ممکن است اصل ماجرا را از دست بدهد. به ندرت اتفاق می‌افتد عکس خبری که در شرایط طبیعی عکس‌های خبری گرفته شده است از ویژگی‌های بصری هم برخوردار باشد. در عکاسی خبری عکس باید طوری گرفته شود تا این احساس به مخاطب دست دهد که هنگام وقوع ماجرا در محل حاضر بوده است، که البته کار چندان ساده‌ای هم نیست. ویرایش عکس‌های خبری بسیار ضروری است زیرا هنگام عکاسی فرصت لازم برای تنظیم کادر وجود ندارد و طراح صفحه‌ی نشریه

می‌تواند به شرط صدمه نزدن به جنبه‌ی مستند و روایی عکس، به ویرایش آن پردازد و ترکیب بندی آن را اصلاح کند. عکس خبری، از نظر انتقال عینی فضای رویداد به درک متن خبر و ارتباط بهتر خواننده با مطالب کمک می‌کند. عکاسان خبری موفق کسانی هستند که به هنگام ضبط لحظات خبری ماهرانه در کنار بیان مستند واقعه‌ی خبری، احساسات درونی خود را در جهت هر چه بهتر بیان کردن ابعاد حقیقی رویداد خبری به کار می‌گیرند و از طریق عکس، تصویری واقعی از رویدادهای اجتماعی را به خوانندگان مطبوعات ارائه می‌دهند. عکس خبری مانند لیدر در خبر عمل می‌کند. باید با سرعت همه‌ی داستان را بگوید یا خلاصه‌ی اتفاق را بیان

نماید.

برای گزارشگران مطبوعاتی، عکس‌های قوی، زنده و متناسب با موضوع، بهترین مواد خام تهیه‌ی گزارش هستند. زیرا با نگهداری آن‌ها در آرشیو نشریه، به عنوان اسناد تاریخی در مقاطع زمانی دیگر قابل استفاده می‌شوند. در شرایطی که تهیه‌ی عکس‌های واقعی طبیعی در لحظه‌ی جمع‌آوری مواد گزارش امکان پذیر نیست، گزارشگر و عکاس می‌توانند با بازسازی صحنه‌های واقعی، عکس تهیه کنند، زیرا می‌توانند این صحنه‌ها در شرایط مختلف پدید آورند اما ممکن است در زمان تهیه‌ی گزارش این امر میسر نباشد.

در تهیه‌ی عکس‌های خبری باید توجه داشت تا جایی که ممکن است عامل انسانی در عکس حضوری فعال داشته باشد. این امر حتی اگر بخواهیم متروک بودن یک محل را نشان دهیم، هم صدق می‌کند. عکس‌های خبری که همراه اخبار و گزارش‌ها در مطبوعات به چاپ می‌رسند به نحوی خبر را کامل می‌کنند، مشروط بر این که خبر با توجه به اصول علمی روزنامه نگاری و خبرنگاری تنظیم شده باشد. وقتی خواننده خبر را می‌خواند، عکس به او کمک می‌کند تا فضای رویداد خبری را عیناً و آن طور که به شکل مستند

ضبط شده است، رؤیت کند و تصویری واقعی از مکان رویداد مورد بحث در خبر را در ذهنش به تصویر درآورد.

عکس خبری در مطبوعات مانع از این می شود که خواننده خود فضای رویداد را تجسم کند، چون محل واقعه و آثار واقعی رویداد خبری را عکس نشان می دهد. در واقع عکس خبری جزئی از فضای واقعی را که خبر در آن رخ داده است عینیت می بخشد.

روش عکس برداری زیاد از رویداد خبری، از مفیدترین و رایج ترین راه های تهیه ی عکس های خبری است که در آن امکان دست یابی به عکس خبری خوب افزایش می یابد. در این روش زمانی که عکاس در مقابل یک رویداد قرار می گیرد باید از زوایای مختلف موضوع خبر، عکس های متعدد بگیرد. این روش بویژه در مطالبی که موضوع رویداد در حال تحول و دگرگونی است، مثل رویدادهای ورزشی، آتش سوزی ها، صحنه های درگیری، عملیات جنگی و نظایر آن ها بیشتر به کار می آید.

## ۲- عکس های تبلیغاتی

این نوع عکس ها که معمولاً آثار عکاسان صنعتی، تبلیغاتی حرفه ای و خبره است، برای اهداف تبلیغاتی تهیه می شوند و اغلب از ارزش های تصویری، گرافیکی و ابتکاری چشمگیری برخوردارند. این عکس ها به خاطر بهره مندی از ترکیب بندی قوی، بسیار چشم نواز و جذاب هستند و به عنوان تزئین در نشریات چاپ می شوند و یا در قالب آگهی های مطبوعاتی یا آگهی های دیواری (پوسترها) عرضه می شوند.

## در عکس های گزارشی علاوه بر جنبه ی خبری و اسنادی موضوع، جنبه ی تبلیغی آن هم در جذابیت عکس ها دخالت کامل دارد.

صفحه آرا هنگام بهره گرفتن از عکس های تبلیغاتی در صفحه آرای معمولاً با مشکل چندانی مواجه نمی شود زیرا این عکس ها نیازی به ویرایش ندارند. چرا که عکاس قبلاً به این موضوع توجه لازم را کرده است و قطع هر مقدار از عکس به توازن و تعادل بصری آن صدمه می زند. هنگام طراحی صفحه با عکس های تبلیغاتی، صفحه آرا کاملاً باید به اصل موضوع وفادار بماند و در جایگزینی تصاویر چنان دقت کند که ارزش های بصری عکس برجسته تر شود. نورپردازی و استفاده از عدسی های ویژه در عکاسی تبلیغاتی اهمیت فراوان دارند و امروزه با استفاده از امکانات نرم افزارهای گرافیکی، طراحان در کاربرد عکس های تبلیغاتی میدان عمل بسیار وسیعی دارند.

## ۳- عکس های گزارشی

این گروه از عکس ها گاهی جنبه خبری دارند و گاهی جنبه تبلیغاتی و معمولاً به شکل مجموعه ای از تصاویر مرتبط با یک موضوع خاص به کار گرفته می شوند. تهیه ی تصاویری از افتتاح و راه اندازی یک کارخانه، مراسم افتتاحیه ی نمایشگاه یا یک جشنواره فرهنگی و تصویری از زندگی

عکس های شخصیت های داخلی و خارجی که اغلب به اندازه های کوچکتر از عکس های خبری (معمولاً به عرض ستون روزنامه) تهیه می شوند، همیشه استفاده شدنی هستند. از این عکس ها هر موقع که فعالیت یک شخصیت اجتماعی موضوع خبر قرار گیرد و هنوز عکس خبری از آن تهیه نشده باشد، استفاده می شود. در عین حال اگر موضوع خبر و مخصوصاً درجه ی فعالیت یا دخالت شخصیت در واقعه زیاد باشد، ممکن است علاوه بر عکس خبری که خبرنگاران عکاس تهیه کرده اند، عکس جداگانه ی شخصیت نیز برای معرفی بهتر او به خوانندگان منتشر شود.

چون عکس های شخصیت ها در روزنامه ها و مجلات زیاد به کار گرفته می شوند، برای آن که عکس یک نفر در دفعات متعدد و نزدیک به هم به همان شکل و صورت منتشر نشود، معمولاً از هر شخصیت چند و گاهی چندین عکس در حالت های گوناگون تهیه می شود تا در هر مورد با توجه به نیاز، عکس مناسب با مطلب انتخاب و از تکرار حالت یک عکس خودداری شود. هر چه شخصیت و مقام اجتماعی و فعالیت اشخاص بیشتر باشد، تعداد عکس هایی که باید در آرشیو نگهداری شوند زیادتر می شود.

روزنامه ها و نشریات مهم برای برآورده کردن نیاز روز افزون به عکس های آرشیوی، باید پیش از بروز احتیاج آنی، از همه ی شخصیت های اجتماعی حتی شخصیت های درجه دوم و سوم و مخصوصاً کسانی که نحوه ی فعالیت کنونی آنان نشان دهنده ی پیشرفت های اجتماعی آینده است، عکس هایی فراهم کنند.

روزمره ی یک ورزشکار یا هنرمند، مثال هایی از عکاسی گزارشی هستند. در عکس های گزارش علاوه بر جنبه ی خبری و اسنادی موضوع، جنبه ی تبلیغی آن هم در جذابیت عکس ها دخالت کامل دارد. طراح صفحه از یک موضوع گزارش باید عکس هایی با کادرهای مختلف در اختیار داشته باشد تا به ارزنده ترین عکس ها و گویا تر نشان دست بیابد. در عکس های گزارشی در واقع موضوع گزارش است که مشخص می کند عکس ها باید بیشتر جنبه خبری یا جنبه تبلیغی و یا هر دو جنبه را به طور مساوی داشته باشند.

۴- عکس های غیرفوری و آرشیوی عکس هایی که در نشریات چاپ می شوند و یا به دلایلی امکان چاپ نمی یابند، در آرشیو نگهداری می شوند تا مجدداً روزی بهانه لازم برای چاپ آن ها پیدا شود. نحوه ی آرشیو هم با پیشرفت تکنولوژی تغییر کرده است، هر چند که هنوز هم عکس ها به همان صورت سنتی در آرشیو قرار می گیرند، با این حال تهیه ی میکروفیلم از عکس ها یا ثبت آن ها در حافظه ی کامپیوتر، در بسیاری از روزنامه های جهان جای نگهداری سنتی را گرفته است.