

کرد. آماندا پلاتل، که امروزه ویراستار today است، می‌گوید که این پذیرفتنی است که آنها دچار اشتباهاتی شدند و لقب «شاه ویزیون» به آنها داده شد.

«هیچکس قواعد را به ما یاد نداد. ما خودمان مجبور بودیم که تجربه کنیم. ما تعداد زیادی عکسهای رنگی کوچک داشتیم، اما می‌دانیم که شما دیگر از آن کارها نمی‌کنید. چرا باید سر یک آدم رنگی باشد؟ عکس رنگی چه چیزی به یک نشریه اضافه می‌کند؟»

today از آن موقع به بعد یاد گرفته است که چگونه با محدودیتها کنار بیاید. دیگر تصاویر با فراکهای قهوه‌ای چاپ نمی‌کند و رنگ زرد را نیز کنار می‌گذارد. اما این تجربه دیدگاه آن نشریه را نسبت به رنگ، خراب نکرده است. خانم پلاتل می‌گوید: «من همیشه احساس می‌کردم که این هم چیزی شبیه تلویزیون رنگی است، و مطلقاً اجتناب‌ناپذیر». او در پاسخ به این سوال که سرمایه‌گذاری جدید، چه تفاوتی ایجاد خواهد کرد، می‌گوید: «دست ما را بیشتر باز خواهد گذاشت». The Sun تازه طعم استفاده از رنگ را چشیده است. دو سوم این نشریه، با تیراژ ماهانه ۴ میلیون، به صورت رنگی است. مارتین دان، مشتاقانه می‌گوید: «آدم وقتی نشریه رنگی را می‌بیند، احساس می‌کند که زنده است. ما نشریات دیگری را که قبلاً به دنبال رنگی سازی رفته و بعضاً دچار مشکلاتی شده‌اند، دیده‌ایم. اما وقتی نشریه صحیح و سالم به دست آدم می‌رسد، واقعاً لذت می‌برد.» اشتیاق آقای دان بی‌حد و حصر نیست. از نظر او «تبی بین نشریات افتاده بود که می‌خواستند به طور کامل رنگی سازی کنند. اما اگر رنگی سازی مقداری کمتر باشد، بهتر از رفتن در اوج رنگی سازی است.»

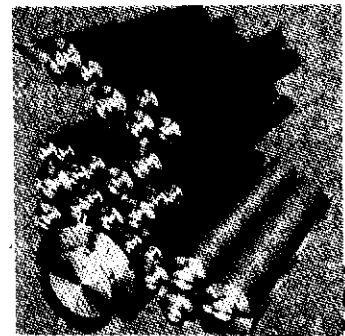
نشریه News of the world نیز مانند The Sun در کار رنگی سازی نسبتاً تازه وارد است. گام قطعی این نشریه در ۱۹ اوت با تولید ۱/۴ میلیون نسخه رنگی برداشته شد. پاتسی چپمن، ویراستار این نشریه، انتظار دارد که صفحات نمایشی بلافاصله مزیت خود را نشان دهند. از نظر او، خوانندگان به دنبال «مقداری زرق و برق» در یک نشریه هستند. شانس او در چاپ تصویرهای رنگی ستاره‌های سینما و غیره، موجب افزایش موفقیتش شده است. او همچنین انتظار دارد که بخش تلویزیون و ورزش نیز رنگی شوند. او هم مانند آقای دان، به رنگ به خاطر خود رنگ اعتقادی ندارد. «مقارها روزنامه‌ها را می‌فروشند، بویژه که امروز هر کسی روزنامه رنگی چاپ می‌کند. صبح یکشنبه، مردم به عنوانهای صفحه اول روزنامه نگاه می‌کنند و اگر دلچسب باشد، آن را می‌خرند.»

از زمان اقدام Today در چهار سال و نیم گذشته، تا به امروز رنگی سازی عملاً در نشریات مصور به کار گرفته شده است. اما این کار بیشتر به تبلیغات و بخشهای خاصی محدود می‌شود که روی کاغذ مرغوبتر و معمولاً در یک چاپخانه مقاطعه کار چاپ می‌شوند.

سایمون جنکینز، ویراستار The Times، خود اقرار دارد که یکی از اولین انتقادکنندگان رنگی سازی است. «من به این کار مشکوک بودم، همان طور که روزنامه‌نگاران نسبت به تلویزیون رنگی مشکوک بودند. خیلیها احساس می‌کردند که کیفیت آنقدر پایین است که برای خواننده نامطلوب خواهد بود، و یک عکس سیاه و سفید خوب، بهتر از صدها عکس رنگی به درد نخور است.»

## طلا در پایان انقلاب رنگین کمان

نوشته: پاول سیمپسون  
ترجمه: قاسم طلوع



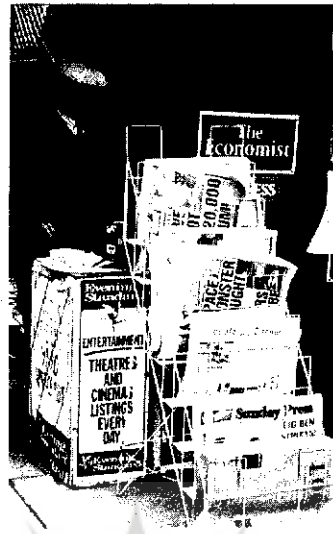
از نظر چاپ رنگی، بریتانیا دارد به سایر کشورها نزدیک می‌شود. همانطور که ورود ۲۴ نشریه رنگی جدید در News International، (NI)، UK News Papers «انقلاب رنگین کمان» را میان روزنامه‌های ملی بریتانیا تکمیل می‌کند، خارجیها باید نگران این باشند که اعتراضها برای چیست. اکسل اسپرینگر، ناشر آلمانی، اولین روزنامه رنگیش را در ۱۹۷۰ منتشر کرد. به دنبال آن، ایتالیا، در ۱۹۷۳، تجهیزات چاپ رنگی را در Nice Matin نصب کرد. انتخاب این محل، تصادفی نبود. به طور کلی مقدار رنگ در یک روزنامه با میزان نور خورشید در محلی که روزنامه چاپ می‌شود، رابطه مستقیم دارد. در آمریکا نیز، ابتدا انقلاب رنگین کمان در فلوریدا و کالیفرنیا آغاز شد.

باتوجه به شرایط آب و هوایی، انگلیس دیرتر از سایر کشورها به چاپ رنگی نایل شده، اما از این دیرکرد خود سود برده است. هیچ یک از ۵ نشریه ملی مهم (۱) مثل یک پیشتاز، چشم بسته به مرحله بسعد قدم نمی‌گذارند.

تونی بمبریج، مدیر اجرایی The Sunday Times نوعاً آدم محتاطی است. او می‌گوید: «دنیای رنگ، برای ما قلمرو ناشناخته‌ای است، اما ما راهی را که باید برویم، بلدیم.»

دربین این ۵ نشریه، The Sunday Times دارای کمترین تجربه رنگی است. از طرف دیگر، Today در سال ۱۹۸۶، تحت مسئولیت ادی شاه کارش را شروع

آقای جنکینز، با دیدن بهبود کیفیت در رنگها، مشکلات اصلی استفاده از رنگ را در نشریات، نادیده می‌گیرد. اولین تجربه مستقیم او در کار رنگی در The Times، بخش Saturday Review بود، که در آن گروه برنامه‌ریز به سرپرستی میشل هوی، از روی عمد شدت به رنگ سازی پرداختند سایر مجلات از فضاهای رنگی و سفید برای تاثیر بهتر استفاده کردند، اما آقای جنکینز بر این عقیده بود که «در چاپ خبری، فضای سفید مثل فضای خاکستری است. بنابراین می‌خواستم آن را رنگی کنم.» بعد از این اقدام، فروش بخش Review روزنامه بالا رفته است. مرحله سخت‌تر بعدی عبارت خواهد بود از رنگی سازی خود روزنامه. جنکینز می‌گوید: «این برای خوانندگان، یک شوک خواهد بود. اما شوکی که خیلی سریع بر آن غلبه خواهند کرد.» یکی دیگر از حوزمهایی که رنگی شدن آن به بهتر شدن نشریه کمک می‌کند، گرافیکهای خبری است. در اوایل اوت، نقشه متروی لندن به صورت سیاه و سفید چاپ شد، اما تصویر رنگی آن به مراتب زیباتر و بهتر بود. همین طور، طرحهای مربوط به جنگ خلیج با استفاده درست از رنگ، بی‌اندازه بهتر شده‌اند. تا وقتی که رقبای آقای جنکینز دو دستی به سیاه و سفید چسبیده‌اند، او فرصت دارد تا درباره چگونگی



استفاده صحیح و خوب از رنگ بیندیشد. گرچه آقای جنکینز تصریح کرده است که رنگی سازی روزنامه‌ها ممکن است موجب شوک خوانندگان شود، اما این شوک ممکن است ناشران را نیز تکان بدهد. آقای بمبریج معتقد است که «این کار برای نسل قدیمتر روزنامه‌نگاران نیز یک شوک خواهد بود، ولی نه برای نسل جوانتر روزنامه‌نگاران، اینها به رنگ عشق می‌ورزند».

آنچه که هیچکس به یقین نمی‌داند، و خیلیها بدان مشکوکند، این است که آیا رنگ به تنهایی موجب فروش روزنامه می‌شود. یک روزنامه «به درد نخور» حتی اگر رنگی هم بشود، باز «به درد نخور» است. گاس فیشر، مدیر عامل NI می‌گوید: «هیچ مدرکی وجود ندارد که نشان دهد رنگ موجب فروش بیشتر روزنامه می‌شود.» او همچنین خاطر نشان می‌سازد که وقتی یک روزنامه رنگی شود، هیچ دلیلی برای افزایش تیراژ آن وجود ندارد. باین حساب، چرا NI برای نشریات رنگی جدید ۷۰۰ میلیون پوند صرف می‌کنند؟ زیرا رنگ یک مزیت نیست، یک ضرورت است. وقتی که دیگران آن را دارند، شما نمی‌توانید از آن بی‌بهره باشید. جذب آگهیهای رنگی، بهترین آرزوی صنعت رنگی سازی است.

رنگی سازی روزنامه‌ها در حال گسترش است.

به تصویر انفجار شاتل فضایی در صفحه اول USA Today بنگرید. تمام جزئیات واقعه با کیفیت بی‌نظیر در صفحه اول به طور تمام رنگی چاپ شده است. هیچ عکس سیاه و سفیدی نمی‌تواند چنین تاثیری داشته باشد. تصاویر رنگی در جاهای دیگر مثل ورزش نیز کارایی بالایی دارند. بسیاری از عکسهای غیر رنگی حوادث ورزشی، بی‌معنا هستند و چیزی نشان نمی‌دهند.

رون مرگان نیز یکی از موافقان نظر گارساید است. او در سالهای تلخ ۱۹۸۵ و ۱۹۸۶ با روزنامه Today به عنوان ادیتور تصویری همکاری می‌کرد و امروز نیز متخصص تصویرهای رنگی در روزنامه‌های است که شکستهایش را با موفقیت جبران کرده است. او می‌گوید: «هر چه باشد، ما امروزه یاد گرفتیم که چگونه رنگ را به کار ببریم. رنگ این روزها کمتر زرق و برق دارد. مثلاً حروف رنگی را دیگر نمی‌بینید، زیرا تاثیر خوبی ندارند».

گفته می‌شود که بی‌تردید وسایل عکاسی در حال رنگ زدن هستند. مرگان نیز با این نظر موافق است و می‌گوید «این وسایل رو به نابودیند». همگام با توسعه تکنولوژی، تکنولوژی عکاسی قدیم جای خود را به دوربینهای ویدیویی خواهد داد که تصویرها را بر روی دیسکهای نازک کامپیوتر ثبت می‌کنند و در موقع نیاز یک مسز عکس الکترونیکی این تصویرها را «می‌خواند» و روی صفحه نشان می‌دهد. به نظر مرگان، «تکنولوژی کامپیوتری، دوران کودکی خود را می‌گذراند، و ویدیو نیز متعلق به آینده است. شاید در پنج سال آینده فیلم منسوخ شود».

ما یک هویت  
ادیتور Journalists' Week  
ترجمه: لاسم طلوع

از رسوایی «شاه ویزون» (۱) پنج سال می‌گذرد و تولید رنگی به سرعت پیشرفت کرده است، اما میشل گسروزیر، ادیتور و طراح روزنامه Independent، معتقد است که «رنگ» ذهن خواننده را مشغول می‌کند و می‌تواند او را از هدف واقعی روزنامه - یعنی از محتوای آن - دور کند».

اما آیا ادیتورهای تصویری هم با پیشرفتهایی که در تولید رنگی و گشایش قسمت رسانه پیش آمده است، مخالفند؟ چارلز گارساید، ادیتور تصویری Times می‌گوید: «خیر، اما باید مراقب دامهای پرت راه بود. رنگ می‌تواند به شکلی کاملاً دراماتیک، توجه به روزنامه را تغییر دهد. رنگ، هم می‌تواند شگفت انگیز باشد و هم گنج کننده. مثال معروف از این نوع، اقدام Today برای تصویر رنگی ملکه انگلیس است، که بی‌فایده بود».

آقای گارساید قبلاً تجربه استفاده از رنگ را داشته است. او قبل از کار در Times، ادیتور Sunday Express بود و همان زمان اولین صفحه رنگی روزنامه مزبور چاپ شد.

او با نظر مدافعان استفاده از تنها یک رنگ در روزنامه، مبنی بر اینکه استفاده از رنگهای زیاد می‌تواند عکسهای خبری را «بی ارزش» کند مخالف بود. مثلاً مخالفین رنگ از تصاویر رنگی مربوط به سقوط قطار انتقاد می‌کردند و معتقد بودند که صفحه‌های واضح و روشن، بیشتر حالت یک پیک نیک دارند، نه یک تراژدی. از نظر اینها، فقط با عکس سیاه و سفید می‌توان واقعیت خشن و ناراحت کننده سقوط یک قطار یا شورش خیابانی را به تصویر کشید.

آقای گارساید می‌گوید: «من با این نظر مخالفم. شما

- 1- Associate Editor.
- 2- Assistant Editor.
- 3- Deputy Editor.

# رنگی سازی روزنامه‌ها اما مدد رسان است

پاوشنها:

۱) آقای شاه، مسئول نشریه Today در انگلیس بود که دچار مشکلاتی در کار رنگی سازی نشریات شد و کارهای او به کتابه شاه ویزون نامیده می‌شود.