

شرح عکس مهم است، همه می گویند

نوشته برمک بهره مند

سؤال این است که آیا شرح عکس اصلا چیز به درد بخوری است یا نه؟ جواب این است که اتفاقا بسیار هم به درد بخور است و کسی که توضیح عکس را کنار می گذارد، یکی از به درد بخورترین ابزار روزنامه نگاری را کنار گذاشته است.
به عکس زیر توجه کنید:



شرح عکس اول: بدون شرح!

شرح عکس دوم: "سید محمد خاتمی، رئیس جمهور ایران، سمت راست با عینک دودی، در مراسم خاکسپاری پاپ ژان پل دوم در واتیکان."

کتساو، رئیس جمهور اسرائیل، سمت چپ عکس، بالای سر حامد کرزی، دست داده باشد.

به عکس زیر نگاه کنید:



شرح عکس اول: بدون شرح

شرح عکس دوم: تظاهرات در بیروت

شرح عکس سوم: صدها هزار نفر از لبنانی‌ها دوشنبه به خیابان‌های بیروت آمدند تا اعتراض خود را به حضور نظامی سوریه در لبنان اعلام کنند.

شرح عکس به درد می‌خورد. خیلی هم به درد می‌خورد. اما در عالم مطبوعات، این که بنویسیم عکس چه زمانی و کجا گرفته شده کافی نیست. چون این اطلاعات به تنهایی به ما کمک نمی‌کند که بفهمیم جریان از چه قرار بوده است.

وقتی صحبت از روزنامه‌نگاری به میان می‌آید، همه چیز به روشن شدن موضوع مربوط می‌شود. به این که ماجرا از چه قرار بوده است. روزنامه‌نگار، در این بین، که می‌تواند خبرنگار یا عکاس باشد، از هر ابزاری استفاده می‌کند، مثل تیتراژ، لید، متن خبر، عکس، شرح عکس، یا نمودار و مثل آن تا به مخاطب می‌گوید، "آقا، جریان از این قرار بود." جریان از این قرار بود که، مثلاً، این آقای خاتمی رفته بود تشییع جنازه پاپ، بعد، چون حرف اول اسم ایشان (به انگلیسی) با حرف K شروع می‌شود و رئیس جمهور اسرائیل هم Katsav نام دارد، دو رئیس جمهور در طول مراسم کنار هم قرار گرفته بودند. اما کنار یکدیگر قرار گرفتن دو رئیس جمهور یک چیز بود و این که در پایان مراسم، کتساو حرف درآورد که با خاتمی احوال‌پرسی کرده چیز دیگر. ایران حتی اسرائیل را به عنوان یک کشور به رسمیت

چاپ ششم، ۲۰۰۲) آمده است، "شرح عکس باید با عشق و علاقه نوشته شود." در همین کتاب همچنین آمده است، "در برخی از نشریات به شرح عکس بی توجهی می شود و این باید رویکردی غیر دوستانه با مخاطبان تلقی بشود و حتی رویکردی احمقانه وقتی که ناشر سعی داشته باشد که مطالب خواننده یا فروخته بشوند."

در گزارشی با عنوان "شرح عکس: جایی که وصلت کلمه و تصویر آغاز می شود،" (والث استریکلین، سایت اینترنتی دبیران عکس آسوشیتدپرس، <http://www.apphotomanagers.org>، ۲۰۰۴ میلادی) به نقل از کنت اربی، رئیس گروه روزنامه نگاران عکاس در موسسه پوینتر کالیفرنیا، نوشته شده، "روزنامه ها و عکاس ها باید برای توسعه عمق گزارش های خود از امکانات بالقوه ای که شرح عکس در اختیار می گذارد استفاده کنند."

اربی می گوید، "شرح عکس محل خوبی برای تعریف یک خبر است." او اعتقاد دارد که عکاسان باید "قدری هم به نوشتن فکر کنند." او می گوید، "ما عکاس ها وقتی عکس خبری می اندازیم تبدیل به گزارشگر می شویم و باید رویمان بشود حساب کرد."

به این ترتیب، یکی از مهم ترین وظایفی که بر دوش عکاس ها است به هیچ وجه کاری با دوربین عکاسی ندارد. این بخش به جمع آوری اطلاعات و نوشتن یک شرح عکس خوب مربوط می شود.

استریکلین در گزارشی که در بالا به آن اشاره شد، می گوید، "اگر این اطلاعات اشتباه یا به درد نخور باشد، دیگر هیچ فرقی نمی کند که سوژه عکس چقدر حساسیت برانگیز باشد، یا ترکیب آن چقدر خوب باشد، چقدر به لحاظ زیبایی شناسی آن عکس ارزشمند باشد. دیگر حتی مهم نیست که عکس چقدر تاثیر گذار باشد. اگر شرح عکس اشتباه باشد، یعنی بخشی از کار روزنامه نگاری ناتمام مانده است."

در همین گزارش پیم ون همین، دستیار مدیر اجرایی روزنامه استار وِجر در نیوجرسی امریکا نیز می گوید، "من روزنامه ای را نمی شناسم که کار روی شرح عکس ها را لازم نیند. نوشتن شرح عکس های خوب، کار سخت و زمان بری هست، اما شرح عکس ها به اندازه خود عکس ها مهم هستند. اگر توضیح عکسی بد نوشته شود، اعتبار ما به عنوان روزنامه نگار زیر سؤال می رود و جایگاه ما پایین می آید."

پس شرح عکس مهم است. خیلی هم مهم است. یک تجربه هم من دارم و آن مربوط به

دنیای مهم می شد، آخر شب، معاون اجرایی سردبیر به سراغ گروه بین الملل می آمد و می گفت، برای عکس صفحه اول شرح عکس بدهید. شرح عکس را دبیر سرویس نمی نوشت که خبرها رد شده و او روزنامه را ترک کرده بود. کافی بود جمله ای روی کاغذ بنویسد و به دست معاون اجرایی بدهید و آن جمله صبح روز بعد در صفحه اول و زیر عکس یک خودنمایی می کرد. در واقع، شرح عکس چیزی اضافی بود و فرقی هم نمی کرد چه کسی آن را بنویسد. اما تصورش را بکنید، در حالی که تیتراژ یک دوباره و سه باره از نگاه دست اندرکارهای روزنامه می گذشت، آن شرح عکس یک خطی به راحتی آب خوردن در صفحه یک جا می گرفت.

اطلاعات کمی درباره این وجود دارد که شرح عکس ها تا چه اندازه خواننده دارند. اما در گزارشی که با عنوان "چشمان خیره به خبرها" که از سوی موسسه پوینتر منتشر شده، <http://www.poynter.org> آمده که نگاه خواننده متوجه ۷۵ درصد از عکس ها و ۲۹ درصد از شرح عکس ها می شود. به این ترتیب، زمانی که خواننده ای نگاهش به عکس جلب می شود، احتمال زیادی وجود دارد که بخواهد به شرح عکس مربوطه هم نگاهی بیندازد. با این تفاسیر، تصور کنید که چند نفر هفت هشت سال پیش شرح عکس های دست و پا شکسته این جانب را خوانده باشند.

عکاس ها باید خبرنگار باشند

در کتاب "عکس" (عکس، راهنمای عکاسی خبری آسوشیتدپرس، برای هارتن، ناشر: آسوشیتدپرس) آمده، "پوشش خبر به مقداری کنجکاوی، حساسیت، فکر و حس درونی آدم نیاز دارد. مقداری را بکنید خیلی." "گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی" در این کتاب اشاره شده که لنکس مک لندان یکی دی از عکاسان آسوشیتدپرس مثل یک خبرنگار به قضیه نگاه می کند. "من سعی می کنم برای نگاهم یک لید پیدا کنم و آن لید را در عکس به تصویر بکشم. باید سعی کنید لب کلام خبر را پیدا کنید. درست مثل خبرنگاری که دارد درباره اتفاقی مطلبی می نویسد.

اد رینکه یکی از عکاسان آسوشیتدپرس در همین کتاب می گوید اگر آماده باشید همیشه موفق تر هستید. و چنین ادامه می دهد که آمادگی تنها به داشتن باتری نو، و دوربینی که همیشه

عکس را داخل بافت قرار بدهید تا معنا پیدا کند

استریت لین می نویسد یک شرح عکس خوب ابعاد یک عکس را که در چارچوب خود محدود شده، توسعه می دهد. شرح، عکس را درون یک "بافت" نمایان می کند. یعنی سوژه عکس را درون مجموعه ای از اتفاقات پیرامون خود به تصویر می کشد.

شرح عکس شماره سه مربوط به عکس آقای خاتمی و آقای کتساو بر اساس همین جمله بالا نوشته شده: "سید محمد خاتمی، رئیس جمهور ایران، سمت راست با عینک دودی، به شدت تکذیب کرد که در مراسم خاکسپاری پاپ ژان پل دوم در واتیکان با موشه کتساو، رئیس جمهور اسرائیل، سمت چپ عکس، بالای سر حامد کرزی، دست داده باشد." مراسم خاکسپاری پاپ ژان پل دوم در واتیکان و قضیه دست دادن دو دشمن همان چیزی است که سوژه عکس را درون مجموعه ای از اتفاقات پیرامون خود به تصویر می کشد و اهمیت موضوع را بهتر نمایان می کند.

وقتی توضیح عکسی خوب از آب درآید، اطلاعاتی که به خواننده منتقل می شود بیشتر می شود؛ اطلاعاتی که در عکس دیده نمی شود و در خبر مرتبط با عکس گنجانده نشده است. به این ترتیب بسته اطلاعاتی که به خواننده تقدیم می شود تاثیر گذارتر می شود. راب کار، دبیر عکس روزنامه آگوستا کرونیکل در تاکید بر اهمیت شرح عکس می گوید، "سعی ما این است کاری کنیم تا عکس ها گامی فراتر از چارچوب عکس ها بگذارند. گامی که باعث بشود تا به عکس ها و خبر مرتبط حرکت و انرژی بیشتری داده شود."

در عمل

در امریکا روزنامه های مختلف برای نوشتن شرح عکس رویکردهای مختلفی دارند. برخی از روزنامه ها عکاس ها را وادار می کنند تا اطلاعات لازم برای نوشتن شرح عکس ها را ضمیمه عکس ها بکنند و دبیرها از روی این اطلاعات شرح عکس ها را می نویسند.

برخی از عکاس ها تنها به عناصر لید مثل چه کسی، چه چیزی، چه زمان، کجا و چگونه توجه کرده و تنها این اطلاعات را ضمیمه عکس ها می کنند. گاهی اوقات عکاس ها این

می‌کنند آن‌ها می‌توانند با استفاده از این اطلاعات شرح عکس‌ها را بنویسند. اما ران گاریسن دبیر عکس یک نشریه امریکایی می‌گوید، "من می‌خواهم عکاس‌ها این را درک کنند که چقدر برای دبیر تحریریه سخت است روی عکسی که اطلاعات کافی درباره سوژه آن وجود ندارد شرح عکس بنویسد." برای همین، گاریسن از عکاس‌ها می‌خواهد تا همراه عکس‌ها نقل قول‌ها و شماره تماس‌هایی از کسانی که سوژه عکس‌ها هستند نیز ضمیمه کنند.

هر چه می‌گذرد ...

بسیاری از سرویس‌های عکس، این روزها، وظایف بیشتری بر دوش عکاس‌ها می‌گذارند و شرح عکس نوشتن کم‌کم دارد جزو وظایف اولیه یک عکاس خبری می‌شود. در برخی از روزنامه‌ها، به کسانی که بهترین شرح عکس‌ها را نوشته باشند، پاداش داده می‌شود. برخی دیگر از روزنامه‌ها نشست‌های مداومی درباره شرح عکس نوشتن با عکاس‌ها و دبیران تحریریه برگزار می‌کنند. در همین حال، جشنواره‌هایی برگزار می‌شود که به شرح عکس‌های خوب جایزه می‌دهند.

در گزارش "شرح عکس: جایی که وصلت کلمه و تصویر آغاز می‌شود،" نوآمی هِلپَرین دبیر عکس روزنامه آلن تاون مورنینگ کال می‌گوید، "دبیر تحریریه گاه نشست‌های یک ساعته‌ای را با عکاس‌ها برگزار می‌کند تا به آن‌ها بفهماند که به دنبال چه نوع شرح عکس‌هایی است." هِلپَرین اضافه می‌کند، "تا قبل از برگزاری این نشست‌ها چیزی به عکس‌ها اضافه نمی‌شد."

هِلپَرین همچنین فهرستی از اطلاعات مورد نیاز برای نوشتن شرح عکس‌های خوب تهیه کرده تا وقتی عکاسی برای تهیه عکس به حوزه می‌رود، اطلاعاتی را از قلم نیندازد. نتیجه این که همه از پیشرفت‌ها راضی هستند.

در یک نشریه امریکایی به نام لکسینگتن هرالد لیدر نیز سرویس عکس، نشستی با دبیران تحریریه برپا کرده تا عکاسان بفهمند، دبیران تحریریه به طور دقیق دنبال چه چیزهایی در یک شرح عکس هستند.

در نشریه امریکایی چاتانوگا تایمز فری پرس نیز عکاس‌ها مسئول آوردن تمام اطلاعات مربوط به شرح عکس‌ها هستند. بیلی ویکس دبیر بخش عکس و تصاویر این نشریه می‌گوید،

می‌بیزبی از موسسه پوزیتو می‌گوید: «کلاس بهترین کسانی است که می‌توانند شرح عکس بنویسند.» ما از هر کس دیگری به وقایع نزدیک‌تر هستیم؛ چون ما باید در صحنه باشیم تا بتوانیم تصویری را ضبط بکنیم. این ماهیت شغل ماست.»

فهرست کنترل برای نوشتن شرح عکس

اول یک هشدار به قلم‌اربی از موسسه پوینتر:

شرح عکس بد می‌تواند به پیامی که عکس دارد منتقل می‌کند یا اخبار مرتبط با آن صدمه برساند. خواننده یا بیننده عکس دنبال اطلاعات دقیق، کامل و گویا است. حالا چند توصیه:

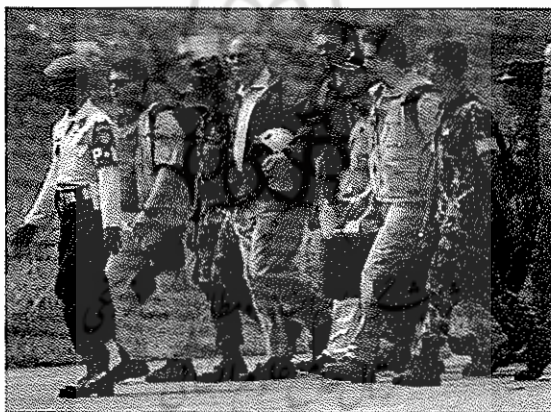
۱. دقیق باشید، اطلاعات را چک کنید.

۲. آنچه را که در عکس دیده می‌شود و نیاز به توضیح ندارد دوباره ننویسید: «فلانی در

حالی که لبخند می‌زد روی شانه بغلی زد!

۳. شخصیت‌های مهم و کلیدی عکس‌ها مشخص کنید:

«کالین پاولین وزیر امور خارجه امریکا، با موی خاکستری در وسط تصویر، گفت که



امریکا مایل است پرچم دار کمک به کشورهای تسونامی‌زده جنوب آسیا بشود.»

۴. اطلاعاتی که در شرح عکس‌ها می‌آید، نباید در تیتراها به صورت خلاصه تکرار شده

باشد. (یادمان نرود: شرح عکس ابزاری است که به ما اجازه می‌دهد تا بسته اطلاعاتمان را

۵. قضاوت نکنید. مثلاً: "یک شهروند ناراحت دارد تظاهرات را تماشا می کند." آیا واقعا مطمئن هستید که او ناراحت است؟ یا رنجیده خاطر است؟ شاید فتوژنیک نباشد و همیشه در عکس ها غمگین بیفتد! به دنبال انتقال واقعیات عینی باشید، کار قضاوت را به خواننده ها و بیننده ها بسپارید.

۶. تصور نکنید، حدس هم نزنید. سؤال کنید تا دقیق بشوید و وقتی دقیق شدید، بعد اطلاع رسانی کنید. با آدم ها ارتباط برقرار کنید و مشاهداتان را بنویسید. اول مطمئن بشوید.

۷. اگر عکس آرشیوی است، تاریخ آن را ذکر کنید.

۸. از عبارات "در عکس دیده می شود،" به تصویر کشیده شده است،" یا "شان داده می شود" استفاده نکنید. به جای "کالین پاولین وزیر امور خارجه امریکا که با موی خاکستری در وسط تصویر دیده می شود، گفت ... "بنویسید، "کالین پاولین وزیر امور خارجه امریکا، با موی خاکستری در وسط تصویر، گفت ..."

۹. عکس تصویری از "حال" را ثبت می کند. وقتی شرح عکس می نویسید از زمان حال استفاده کنید. با این کار تاثیر عکس و توضیحی که برای آن نوشته اید زیاد می شود.

۱۰. اگر در عکس طنز یا شوخی نهفته نیست، شما هم شوخی نکنید.

۱۱. توصیفات برای مخاطب مهم است، "شخصی که لباس مشکی پوشیده است،" "یک آب پاش به دست دارد،" "در سمت چپ میبل ایستاده است"

۱۲. اگر ارائه اطلاعات بیشتر به مخاطب کمک می کند، از شرح عکس های طولانی و اهمه نداشته باشید.

۱۳. با استفاده از ویرگول، افراد و توضیحات را جدا کنید: سیروس ناصری، در سمت چپ، حسن روحانی، در سمت راست.

۱۴. نقل قول ها می توانند بسیار به کار بیایند. هر وقت به نظرتان آمد که به درد می خورند، سعی کنید از آن ها استفاده بکنید. سیروس ناصری رئیس گروه مذاکره کنندگان هسته ای ایران گفت، "به دستیابی به توافقی میان ایران و اروپا خوشبین نیستم."

۱۵. زبان روزمره از همه چیز بهتر است. وقتی یک شرح عکس می نویسید، از همان زبانی استفاده کنید که یک واقعه را برای دوستان یا خانواده تان بازگو می کنید.

خلاصه این که این روزها یک عکاس اولاً باید خبرنگار باشد، و بداند که ماجرا از چه قرار



پروشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی