

الحسين الرضا

زیبایی‌شناسی عناصر بصری
در برنامه‌های خبری و گفتگو محور
تلویزیونی

دکتر محمد شهباز

مرکز تحقیقات صدا و سیما

شهبا، محمد، ۱۳۴۳ -

زیباشناسی عناصر بصری در برنامه‌های خبری و گفتگومحور تلویزیونی / محمد شهبا.

تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۸۹.

۲۴۵ ص: مصور، جدول.

۹۷۸-۹۶۴-۷۳۷۸-۱۹-۲-۲: ۴۰۰۰ ریال

فیبا

کتابنامه: ص. ۲۴۳ - ۲۴۵.

تلویزیون -- زیبایی‌شناسی

ادراک تصویر

تلویزیون -- برنامه‌ها -- ارزشیابی

صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

۱۳۸۹ ۹/۹/۱۹۹۲/۵۵PN

۴۵۰۱/۷۹۱

۶۱۳۹۵۱۲



زیبایی‌شناسی عناصر بصری

در برنامه‌های خبری و گفتگومحور تلویزیونی

نویسنده: دکتر محمد شهبا

طراح جلد: امین پاشا عبدالله‌زاده

چاپ اول: ۱۳۹۰

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

چاپ و صحافی: سروش

کلیه حقوق این اثر متعلق به مرکز تحقیقات می‌باشد.

شابک ۹۷۸-۹۶۴-۷۳۷۸-۱۹-۲-۲

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان هتل استقلال، ساختمان اداری جام جم،

طبقه دوم، مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

تلفن و نمابر: ۲۲۰ ۱۳۵۸۵

فهرست

پیشگفتار	۷
دیباچه	۹
فصل ۱: تاریخچه برنامه‌ها	۱۵
فصل ۲: ترکیب بندی تصویر	۵۱
۱ - ۲. نمای دور	۵۲
۲ - ۲. نمای کامل	۶۶
۳ - ۲. نمای متوسط	۷۰
۴ - ۲. نمای نزدیک	۸۰
۵ - ۲. نقاط طلایی	۸۴
۶ - ۲. عناصر حجمی	۸۷
۷ - ۲. زاویه دوربین	۹۴
۸ - ۲. فاصله بالای سر	۹۷
۹ - ۲. الگوی نورپردازی	۹۸
فصل ۳: طراحی صحنه و دکور	۱۰۳
۱ - ۳. عناصر کلی دکور	۱۰۴
۲ - ۳. میز مجری	۱۲۵
۳ - ۳. پس زمینه دکور	۱۳۱
فصل ۴: الگوی رنگ	۱۳۹
۱ - ۴. تأثیر رنگ‌ها	۱۳۹

۱۴۲	۴ - ۲. ارتباط الگوی رنگ آرم و رنگ‌های استودیوی برنامه
۱۶۲	۴ - ۳. ارتباط الگوی رنگ برنامه و آرم با پوشش مجریان
۱۶۴	۴ - ۴. تأثیر کلی رنگ‌های آرم و برنامه
۱۷۳	فصل ۵: پس‌زمینه تصویر
۱۷۳	۵ - ۱. پس‌زمینه‌های ختشی
۱۷۵	۵ - ۲. پس‌زمینه‌های تصویری و گرافیکی
۱۸۲	۵ - ۳. پس‌زمینه‌های کروماکی
۱۹۰	۵ - ۴. پس‌زمینه‌های واقعی
۱۹۳	فصل ۶: آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر
۱۹۳	۶ - ۱. بدون نشان
۱۹۴	۶ - ۲. نشان شبکه یا برنامه
۱۹۸	۶ - ۳. نشان شبکه + یک نوار اطلاع‌رسانی
۲۰۳	۶ - ۴. نشان برنامه + دو یا چند نوار اطلاع‌رسانی
۲۱۳	۶ - ۵. نشان برنامه + متن / عکس
۲۲۱	فصل ۷: ویژگی‌های بیانی مجری
۲۲۱	۷ - ۱. رمزگان لباس
۲۲۸	۷ - ۲. رمزگان ارتباط غیرکلامی
۲۳۹	فصل ۸: نتیجه‌گیری
۲۳۹	ترکیب‌بندی تصویر
۲۴۰	طراحی صحنه و دکور
۲۴۰	الگوی رنگ
۲۴۰	پس‌زمینه تصویر
۲۴۱	آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر
۲۴۲	ویژگی‌های بیانی مجری
۲۴۳	منابع و مآخذ
۲۴۷	پیوست

پیشگفتار

امروزه تلویزیون به یکی از مجاری اصلی اطلاع‌رسانی در زمینه‌های گوناگون تبدیل شده است؛ از وضعیت آب و هوا گرفته تا واپسین دستاوردهای فن‌آوری. به این ترتیب، تلویزیون در کنار رسانه‌های گروهی دیگر همچون رادیو و روزنامه‌ها و وب‌گاه‌ها، منبع عظیمی از اطلاعات را در اختیار مخاطبین قرار می‌دهد.

برنامه‌های خبری و گفتگو محور از جمله برنامه‌های پرتولید و پربیننده تلویزیون است، دقیقاً به این دلیل که از طریق اخبار و نیز گفت و شنود با صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران حرفه‌ها و سمت‌ها و مسئولیت‌های گوناگون اجتماعی و فرهنگی و سیاسی، در کمترین زمان و با آسان‌ترین شیوه دسترسی، اطلاعات را به مخاطب منتقل می‌سازد.

استقبال بینندگان تلویزیون در کشورهای مختلف از برنامه‌های خبری و گفتگو محور، خود دلیلی است بر اینکه دسترسی به اخبار روز و رویارویی مستقیم و بی‌واسطه با کسانی که در زمینه‌های مورد علاقه بینندگان اطلاعات روزآمد دارند، همچنان از شیوه‌های مؤثر در تبادل اطلاعات است؛ همان روشی که در گفتگوی حضوری امکان‌پذیر بوده و هست.

در کشور ما نیز تولید برنامه‌های خبری و گفتگو محور، رشد مناسبی داشته است و برخی از این برنامه‌ها در شمار برنامه‌های پربیننده قرار دارند. شاید بتوان گفت که یکی دیگر از دلایل موفقیت این برنامه‌ها در کشور ما این است که برنامه‌های خبری، روشی مستقیم برای عرضه اطلاعات مورد نیاز مخاطبان است. از سوی دیگر، برنامه‌های گفتگو محور نیز در واقع مکمل بحث‌هایی است که در دیگر رسانه‌ها در مورد مسایل روز صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر، این برنامه‌ها را می‌توان مکمل برنامه‌های خبری دانست.

با این حال، برنامه‌های خبری و گفتگو محور تلویزیونی علاوه بر انتقال محتوای رویدادها - که در رادیو و مطبوعات نیز امکان‌پذیر است - عناصر بصری آن را نیز از طریق گزارش‌های خبری، عکس‌ها، و نیز چیدمان استودیو به بیننده عرضه می‌کنند. به این ترتیب، شیوه ارائه خبر و گفتگو به اندازه محتوای آنها اهمیت می‌یابد. می‌دانیم که بخشی از شیوه ارائه این برنامه‌ها در چیدمان استودیو ظهور پیدا می‌کند. از همین روست که در شبکه‌های معروف جهانی، چیدمان عناصر زیبایی‌شناختی برنامه‌های خبری و گفتگو محور مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته است.

با توجه به این موارد، در این کتاب - از طریق مقایسه موردی - چگونگی چیدمان این عناصر در برنامه‌های خبری و گفتگو محور تلویزیونی خارجی و داخلی بررسی شده و با تأکید بر نقش عناصری همچون دکور، اندازه نما، حرکت دوربین، الگوی رنگ، ویژگی‌های ظاهری و بیانی مجری، شیوه‌های مناسب ارائه بصری این برنامه‌ها بررسی شده است. امید می‌رود که این کتاب برای دست‌اندرکاران تولید این نوع برنامه‌ها مفید واقع شود و راهگشای پژوهش‌های بیشتری در این زمینه گردد.

مرکز تحقیقات صداوسیما

دیباچه

تحلیل زیبایی‌شناختی عناصر تصویر تلویزیونی امری سهل و ممتنع می‌نماید، زیرا دستگاه تلویزیون به صورت یکی از اشیای آشنای محیط زندگی و کار در آمده است و همین نکته تماشای تلویزیون را آسان و بی‌زحمت جلوه می‌دهد. جنبه «آسان» تحلیل تصویر تلویزیونی در همین بدفهمی در باره آسانی تماشای تلویزیون ریشه دارد. از سوی دیگر، تصویر تلویزیونی نیز همچون دیگر تصاویر، واجد عناصری است که به دلیل پیچیدگی‌شان نیازمند تحلیل و بررسی‌اند. جنبه «ممتنع» تحلیل عناصر تصویر تلویزیونی ناشی از تقابل همین دو جنبه آسان‌یابی و دشوارفهمی این نوع تصاویر است. شاید به همین دلیل است که دیوید مک‌کوئین در کتاب *راهنمای شناخت تلویزیون* می‌نویسد: «تلویزیون آن قدر مأنوس، همه‌گیر و شفاف است که اهمیت شناخت آن باید پیوسته مورد تأکید قرار گیرد».

(مک‌کوئین: ۱۸)

به نوشته کیت سلبی و ران کاودری در کتاب *راهنمای بررسی تلویزیون* «گرچه تماشای تلویزیون آسان است، نوشتن مطلب تحلیلی در باره آن کار دشواری است ... این مسئله گاه به دلیل وجود انبوه نظریاتی که در زمینه بررسی تلویزیون وجود دارد، دشوارتر می‌شود» (سلبی: ۱۱). این دو، سپس عناصری همچون پیچیدگی برنامه تلویزیونی، پیچیدگی فرایند تولید، و تصمیمات گوناگون دخیل در آفرینش تصویر تلویزیونی را از عوامل دشواری تحلیل تصویر یا برنامه تلویزیونی قلمداد می‌کنند.

دیوید مک‌کوئین نیز در کتاب پیشگفته (*راهنمای شناخت تلویزیون*) به تجزیه و تحلیل انواع برنامه‌های تلویزیونی - از مجموعه‌های خانوادگی گرفته تا فوتبال و اخبار - پرداخته است. ولی به نظر می‌رسد بررسی مک‌کوئین بر الگوی مشخصی استوار نیست. در مقابل،

روش سلبی و کاودری، در مقایسه با روش مک‌کوئین، الگویی منسجم‌تر برای تجزیه و تحلیل برنامه‌های تلویزیون فراهم می‌آورد. این دو برای بررسی برنامه‌های تلویزیونی پنج حیطه کلی پیشنهاد می‌کنند:

۱. سازه: هر متن رسانه‌ای با استفاده از زبان رسانه ساخته می‌شود، و همچنین رمزهایی که برای انتقال اطلاعات خاص فرهنگی انتخاب می‌شود چنین وضعی دارد؛
۲. مخاطب: نمی‌توان متن رسانه‌ای را صرفاً دارای معنی ثابت، منفرد و منسجم دانست، بلکه باید در نظر داشت که مخاطبان گوناگون بتوانند تأویل‌های گوناگونی از آن ارائه دهند؛
۳. روایت: روشی که براساس آن روایت بیان می‌شود از شکل طبیعی بسیار دور است، اما نتیجه به کارگیری و تدوین توأم اطلاعات است؛
۴. رده‌بندی: [در تماشای برنامه تلویزیونی] مقدار زیادی از دانش و درک متون رسانه‌ای را به طور کلی در آن دخالت می‌دهیم ...
۵. عوامل تولید: مشتمل بر بافت سازمانی در سازمان‌بندی برنامه‌های تلویزیونی، سیاست پخش، تأثیر ملاحظات مالی، مسئله حکومت و سرمایه‌گذاری مردمی و تبعیض سیاسی است. در مطالعات رسانه‌ها و ارتباطات به روابط و تضادهایی می‌نگریم که هم در بطن و هم میان نهادها وجود دارد. (سلبی: ۲۱ و ۲۲)

همان‌گونه که از تقسیم‌بندی بالا برمی‌آید، سلبی و کاودری بیشتر تحلیل «محتوا» را مد نظر دارند، نه صرفاً عناصر زیبایی‌شناختی را. با این همه، روشی که سلبی و کاودری پیشنهاد می‌کنند، الگویی کلی برای تجزیه و تحلیل برنامه‌های تلویزیون فراهم می‌آورد که در اینجا نیز با تغییراتی به کار رفته است. به جای پنج حیطه‌ای که این دو برای تحلیل برنامه‌های تلویزیونی پیشنهاد کرده‌اند، در اینجا شش حیطه زیر را برای بررسی زیبایی‌شناختی تصاویر برنامه‌های خبری و گفتگومحور برگزیده‌ایم:

۱. ترکیب‌بندی تصویر
۲. طراحی صحنه و دکور
۳. الگوی رنگ

۴. پس‌زمینه تصویر

۵. آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر

۶. ویژگی‌های بیانی مجری

دلیل اصلی تأکید بر شش حیطه بالا این است که در کتاب حاضر نه با تحلیل محتوایی این برنامه‌های تلویزیونی که تنها با زیبایی‌شناسی تصویر سر و کار داریم؛ و هر یک از عناصر تصویر را که در نظر بگیریم در یکی از شش حیطه بالا می‌گنجد. به علاوه، شاید این پرسش پیش بیاید که آیا می‌توان قواعد برگرفته از دیگر هنرها و رسانه‌ها را در نقد تلویزیون به کار برد یا خیر؟ در پاسخ می‌توان گفت، «در حال حاضر تلویزیون، در میان سایر هنرهای رسانه‌های ارتباط بصری، در مرحله ایجاد نقد خود است و عمدتاً از دستور زبان سایر هنرهای رسانه‌ای که کیفیات مشابه دارند، مانند نقاشی، عکاسی، سینما و نمایش وام می‌گیرد» (متالینوس: ۲۰۹). بر همین مبناست که ما نیز در اینجا با استفاده از قواعد هنرهای مذکور به بررسی عناصر بصری برنامه‌های خبری و گفتگومحور پرداخته‌ایم.

مسئله اصلی این کتاب، بررسی چیدمان عناصر زیبایی‌شناختی تصویر در پلاتوهای خبری و برنامه‌های گفتگومحور است. از آنجا که این نوع برنامه‌ها، حجم قابل‌توجهی از تولیدات تلویزیونی را تشکیل می‌دهند، موضوع این کتاب اهمیتی مضاعف می‌یابد. برای رسیدن به نتیجه‌ای بهتر، و از آنجا که روش کلی بر موردپژوهی (case study) استوار است، معمولاً برنامه‌های خبری و گفتگومحور داخلی و خارجی با هم مقایسه شده‌اند. در فصل اول، تاریخچه کوتاهی از برخی برنامه‌های خبری و گفتگومحور داخلی و خارجی ارائه شده است. معیار اصلی گزینش این برنامه‌ها شمار بینندگان و تنوع محتوایی و بصری آنها و همچنین نام و اعتبار این شبکه‌ها، بویژه سه شبکه خارجی بوده است. زیرا اعتبار شبکه به طور تلویحی بر این نکته دلالت دارد که از نظر زیبایی‌شناسی تصویر نیز بر دیگر شبکه‌ها برتری دارد. همه این عوامل موجب می‌شود که بررسی و تحلیل عناصر بصری این برنامه‌ها جامعیت بیشتری پیدا کند.

در فصل‌های دوم تا هفتم، عناصر زیبایی‌شناختی تصویر از شش زاویه پیشگفته، مورد بررسی تحلیلی قرار گرفته‌اند. رهیافت کلی این بررسی، «رهیافت سواد بصری به نقد تلویزیونی» است. ویژگی‌های اصلی این رهیافت عبارتند از تأکید اساسی بر ۱. ترکیب تصویر، ۲. تحلیل مشروح در باره فنون تولید تصویر، و ۳. تأثیرات و برداشت‌های

ادراکی، شناختی و زیبایی‌شناختی از تصاویر (این رهیافت در برخی از منابع مورد تأیید قرار گرفته است، از جمله در متالینوس: ۲۳۴). در اینجا که بیشتر با زیبایی‌شناسی تصویر سر و کار داریم، تأکید بر رهیافت ۱ است و به تناسب از مباحث مربوط به بخش‌های زیبایی‌شناختی موارد ۲ و ۳ نیز استفاده خواهیم کرد. از آنجا که هدف این کتاب، کاربردی است، در همه موارد نمونه‌های متعددی از کاربرد عناصر بصری در برنامه‌های خبری و گفتگومحور داخلی و خارجی ارائه شده است. به این ترتیب، در کنار مطالب نظری، نمونه‌هایی از کاربرد عملی این موارد در شبکه‌ها و برنامه‌های گوناگون عرضه شده است.

در فصل دوم، ترکیب‌بندی تصاویر تلویزیونی از نظر تقارن، نبود تقارن، ایستایی، و پویایی مورد بررسی قرار گرفته است. این موارد در اندازه‌های رایج تصاویر تلویزیونی - نمای دور، نمای کامل، نمای متوسط، و نمای نزدیک - بررسی شده است.

در فصل سوم، عناصر دکور و طراحی صحنه در برنامه‌های خبری و گفتگومحور بررسی و به مواردی همچون عناصر کلی دکور، میز مجری و پس‌زمینه دکور پرداخته شده است.

فصل چهارم به تجزیه و تحلیل الگوی رنگ می‌پردازد. بویژه رنگ‌های به کار رفته در آرم برنامه؛ و هماهنگی آنها با رنگ‌های پلاتو و حتی لباس مجریان بررسی شده است. موضوع فصل پنجم، پس‌زمینه تصاویر برنامه‌های خبری و گفتگومحور است. در اینجا منظور از پس‌زمینه، هر چیزی است که در پشت سر مجریان دیده می‌شود؛ از تصاویر نقاشی شده و گرافیکی گرفته تا تصاویری که روی تلویزیون‌های صفحه‌بزرگ دیده یا پخش می‌شود.

در فصل ششم، آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر را بررسی کرده‌ایم. نشان‌ها و علامت‌های روی تصویر، بخشی از زیبایی‌شناسی این تصاویر را تشکیل می‌دهند. این نشان‌ها، طیف گسترده‌ای را شامل می‌شود؛ از نشان شبکه یا برنامه گرفته تا نوارهای اطلاع‌رسانی که در پایین تصویر به چپ یا راست حرکت می‌کنند و مطالبی را در باره موضوع برنامه، نام میهمانان یا مجری، و اخبار و اطلاعات دیگر به اطلاع بینندگان می‌رسانند.

بحث اصلی فصل هفتم، ویژگی‌های بیانی مجری است. این ویژگی‌ها شامل دو رمزگان کلی است: رمزگان لباس و رمزگان ویژگی‌های بیانی (expressive) مجری یا مجریان. در فصل هشتم، جمع‌بندی مطالب و پیشنهادهایی برای کاربرد عملی این عناصر مطرح شده است.

شایان ذکر است که در این کتاب برای فهم بهتر مطالب و همچنین برای افزایش جنبه کاربردی بحث‌ها از تصاویر برگرفته از برنامه‌های مورد نظر و گاهی از نمودار و جدول استفاده شده است. بویژه آنکه در کتاب‌های آموزشی تلویزیون معمولاً تصاویر مناسب و برگرفته از برنامه‌های واقعی کمتر وجود دارد و دانشجویان این رشته با نمونه‌های کاربردی مباحث کمتر آشنا می‌شوند. به‌علاوه، در بحث از برنامه‌های تولید داخل کشور، اغلب تصاویر کاربردی کم است. شاید در نگاه نخست، فراوانی تصاویر بر نوعی تکرار دلالت کند، ولی اگر جنبه کاربردی بحث‌ها در نظر گرفته شود، وجود این تصاویر نه تنها توجیه‌پذیر، ضروری می‌نماید. تصاویر این کتاب به ترتیب از ۱ تا ۳۰۰ شماره‌گذاری شده است و هرگاه تصویری دو یا چند بار مورد بررسی قرار گرفته، در تمام موارد نخستین شماره آن به کار رفته است. به این ترتیب، تصویر ۱ چند بار در فصل‌های مختلف با همین شماره (۱) ذکر شده است.

امید است این کتاب - که برگرفته از دو پژوهش نگارنده برای مرکز تحقیقات صدا و سیماست - برای برنامه‌سازان تلویزیون، بویژه دست‌اندرکاران برنامه‌های خبری و گفتگو محور کاربردی بوده و برای دانشجویان رشته‌های سینما و تلویزیون نیز از کارآیی لازم برخوردار باشد.

دکتر محمد شهبان

مرداد ماه ۱۳۸۹ - تهران

فصل ۱

تاریخچه برنامه‌ها

در این فصل، به منظور آشنایی بهتر با معروف‌ترین شبکه‌ها و برنامه‌های خبری و گفتگومحور خارجی و داخلی، تاریخچه کوتاهی از آنها ارائه می‌شود.

بی‌بی‌سی ورلد^۱

بی‌بی‌سی ورلد، شبکه جهانی ۲۴ ساعته خبر و اطلاع‌رسانی است که در ژانویه ۱۹۹۵ راه‌اندازی شد. برنامه‌های این شبکه عبارتند از: بولتن خبری، فیلم‌های مستند، برنامه‌های زنده و مصاحبه. این شبکه هر چند با چندین شبکه عمده رقابت دارد، رقیب اصلی آن، شبکه جهانی سی‌ان‌ان (CNN International) است. شبکه بی‌بی‌سی ورلد، از «رد بی میدیا» (Red Bee Media) از مرکز این شبکه در خبرگزاری مرکزی بی‌بی‌سی در وایت سیتی در غرب لندن پخش می‌شود.

جدول ۱. ویژگی‌های بی‌بی‌سی ورلد

تاریخ راه‌اندازی	۱۹۹۱ با نام BBC World Service Television و در سال ۱۹۹۵ BBC World نامیده شد
مالکیت شبکه	BBC
میزان بیننده	قابل تماشا در ۲۷۰ میلیون خانه. ۵۹ میلیون بیننده در هفته
کشور مبدأ	بریتانیا (فقط برای پخش در خارج از کشور)
شبکه هم‌تا	BBC News 24
نشانی اینترنتی	www.bbcworld.com

۱. برای تدوین تاریخچه بی‌بی‌سی، سی‌ان‌ان، و ان‌بی‌سی از مطالب پایگاه‌های اینترنتی این سه شبکه، دانشنامه ویکی‌پدیا و کتاب زیر استفاده شده است:
اسمیت، آنتونی، و ریچارد پاترسون، تلویزیون در جهان، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش، ۱۳۸۱

تمام اخبار در مرکز تلویزیونی تهیه می‌شود و استودیو و اتاق اخبار بی‌بی‌سی‌ورلد مجزای از دیگر شبکه‌های بی‌بی‌سی نیوز است. این اتاق اخبار، تولید خبر را بر عهده دارد که ساعات پخش آن در روزهای هفته از ۵ صبح تا ۱۲:۳۰ نیمه شب و در آخر هفته از ۶ صبح تا ۱۲:۳۰ نیمه شب است. از ۱ صبح تا ۵ صبح نیز اخبار از BBC News 24 پخش می‌شود.

تولید برنامه‌های بی‌بی‌سی‌ورلد در قالب اس‌دی‌تی‌وی ۱۶ به ۹ است، ولی پخش آنها همچون دیگر برنامه‌های BBC News در اندازه ۴ به ۳ صورت می‌گیرد. هم برای پخش دیجیتال و هم برای پخش آنالوگ، اندازه تصویر به ۱۴ به ۹ تبدیل می‌شود و در نتیجه حاشیه سیاهی در بالا و پایین تصویر تشکیل می‌گردد. دلیل این کار آمادگی این شبکه برای رواج تلویزیون‌های اس‌دی در آینده است، ولی با توجه به وفور تلویزیون‌های آنالوگ در حال حاضر، تصویر به صورت ۴ به ۳ یا ۱۴ به ۹ پخش می‌شود.

این شبکه در ابتدا با نام BBC World Service Television راه‌اندازی شد، ولی بر خلاف BBC World Service Radio که همیشه با بودجه دولتی اداره شده است، وزارت امور خارجه از کمک مالی به این شبکه تلویزیونی سر باز زد. در سال ۱۹۹۵ BBC World Service Television به دو ایستگاه تقسیم شد، یکی بی‌بی‌سی‌ورلد که مجانی است و دیگری BBC Prime که کدبندی شده است و بینندگان باید برای تماشای برنامه‌های آن حق اشتراک پرداخت کنند.

آرم این شبکه از ۱۹۹۵ تاکنون دچار تغییرات گوناگونی شده است. از ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۷ این شبکه از عناصر گرافیکی محدودی در آرم شبکه استفاده می‌کرد و استودیوی خبری آن بر پایه الگوی بی‌بی‌سی نیوز در بریتانیا بود. در سال ۱۹۹۷ آرم اصلی بی‌بی‌سی تغییر کرد و در نتیجه آرم این شبکه نیز تغییر یافت. طراحی رایانه‌ای این آرم را شرکت طراحی لامبی نایرن (Lambie-Nairn) بر عهده داشت. بزرگ‌ترین تغییر در سال ۱۹۹۹ رخ داد: بی‌بی‌سی‌ورلد و بی‌بی‌سی نیوز هر دو ظاهر تقریباً مشابهی پیدا کردند که شامل رنگ‌های مسلط قرمز و کرم بود.

موسیقی آرم شبکه را که با موسیقی ارکستری دیگر برنامه‌های خبری متفاوت است، دیوید لوء (David Lowe) ساخته و شامل صدای طبل و بیب است. در سال ۲۰۰۳ تغییر دیگری در آرم شبکه رخ داد. موسیقی با اندک تغییراتی همچنان همان موسیقی ساده طبل و بیب بود، ولی گرافیک آرم تغییر یافت و الگوی کلی رنگ آن به قرمز و سیاه تغییر پیدا کرد.

میز استودیو شیشه‌ای شد و برای نوارهای اطلاع‌رسانی پایین تصویر (roll & crawl) رنگ‌های قرمز و سفید به کار رفت. در سال ۲۰۰۴ شعار شبکه از *Demand a Broader View* به *Putting News First* تغییر پیدا کرد.

بی‌بی‌سی ورلد شبکه‌ای (Free To Air) FTA است؛ یعنی در بیشتر کشورها به صورت مجانی و بدون پرداخت حق اشتراک پخش می‌شود. پخش این شبکه از طریق تلویزیون کابلی یا ماهواره صورت می‌گیرد. تماشای این شبکه از طریق اینترنت، و در برخی کشورها همچون بحرین از طریق تلفن همراه نیز امکان‌پذیر است.

این شبکه در آمریکا از طریق BBC America و شبکه‌های مرتبط به PBS پخش می‌شود. بی‌بی‌سی ورلد به این دلیل که آگهی بازرگانی پخش می‌کند، به طور رسمی در بریتانیا قابل دریافت نیست؛ هر چند به دلیل مجانی بودن از طریق بسیاری از ماهواره‌های اروپایی قابل دریافت است. با این حال از ساعت ۱ صبح تا ۵ صبح بولتن خبری ۲۵ دقیقه‌ای آن از بی‌بی‌سی نیوز ۲۴ «پخش مشابه» می‌شود؛ به این ترتیب که تولید برنامه بر عهده شبکه دوم است، ولی آرم بی‌بی‌سی ورلد روی آرم اصلی شبکه ۲۴ ساعته خبر قرار می‌گیرد.

بیشتر برنامه‌های بی‌بی‌سی ورلد را خود این شبکه تولید می‌کند که مهم‌ترین این برنامه‌ها عبارتند از:

۱. برنامه‌های زنده خبری

اخبار بی‌بی‌سی (BBC News): بیشتر برنامه‌های این شبکه شامل بولتن‌های خبری ۲۶ دقیقه‌ای است که در آغاز هر ساعت پخش می‌شود. در هر بولتن خبری دو وقفه وجود دارد که یا شامل آگهی‌های بازرگانی است یا، بنا به منطقه، شامل ادامه اخبار است. برنامه‌های خبری ساعت ۲۳ و ۲۴ به وقت بریتانیا از واشنگتن و لندن عرضه می‌شود و در آمریکا از طریق ایستگاه‌های مرتبط به PBS پخش می‌گردد. برنامه ساعت ۲۳ به وقت بریتانیا از طریق بی‌بی‌سی آمریکا و بی‌بی‌سی نیوز در کانادا نیز پخش می‌شود. مجریان بی‌بی‌سی ورلد نیوز عبارتند از: مارتین دنیس (Martine Dennis)، دیوید ایدس (David Eades)، نیشا پیلائی (Nisha Pillai)، نیک گاوینگ (Nik Gowing)، مایک امبلی (Mike Embley)، و لایز دوسه (Lyse Doucet).

جهان/امروز (The World Today): این برنامه خبری یک ساعته، ۵ صبح به وقت بریتانیا پخش می‌شود و شامل اخبار سیاسی، تجاری، و ورزشی است. مجریان این برنامه عبارتند از: لوسی هاکنینگز (Lucy Hockings) و سلی بنداک (Sally Bundock).

اخبار/امروز جهان World News Today: این برنامه که در جولای ۲۰۰۶ و همزمان با راه‌اندازی بی‌بی‌سی‌ورلد در آمریکا راه‌اندازی شد، در ساعت ۱۲ و ۲۱ به وقت بریتانیا پخش می‌شود. برنامه ساعت ۱۲ برای مخاطبان صبحگاهی آمریکا پخش می‌شود و مجری آن جورج آلاگیا است. برنامه ساعت ۲۱ در ۱۸ سپتامبر ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد و مجری آن نیک گاوینگ است. این برنامه برای مخاطبان کشورهای اروپایی طراحی شده است. نسخه‌ای از گزارش تجارت جهانی (World Business Report) از هر دو برنامه پخش می‌شود.

جهان (The World): این برنامه ۲۷ دقیقه‌ای ساعت ۲۰ به وقت بریتانیا پخش می‌شود و شامل تحلیل دقیق‌تر و مفصل‌تر اخبار روز است. این برنامه در بریتانیا نیز از طریق شبکه دیجیتال BBC Four قابل دریافت است.

۲. اخبار بازرگانی

گزارش تجارت جهانی: اخبار بازرگانی از سراسر جهان، به صورت پخش زنده که از ساعت ۵ صبح تا ۲۳ به وقت بریتانیا پخش می‌شود. برنامه ساعت ۳۰:۲۲ از لندن و نیویورک عرضه می‌گردد. این برنامه از ساعت ۳۰:۲۳ تا ۵ صبح روز بعد چندین بار پخش می‌شود و در بریتانیا نیز از طریق BBC News 24 قابل دریافت است.

گزارش تجاری آسیا: به طور زنده از سنگاپور پخش می‌شود و فقط در کشورهای دریافت می‌گردد که تحت پوشش بی‌بی‌سی‌ورلد باشند.

گزارش تجاری خاورمیانه: این برنامه از قبل ضبط و فقط در روزهای آخر هفته پخش می‌شود.

۳. دیگر برنامه‌های زنده

اخبار روز آسیا: اخبار مخصوص آسیا که از اتاق مرکزی خبر هر روز سه بار به طور زنده پخش می‌شود. آخرین برنامه هر روز، چندین بار از شبکه‌های آسیایی بی‌بی‌سی پخش می‌گردد.

اخبار ورزشی روز: اخبار ورزشی از سراسر جهان که پنج بار در روز پخش و یک بار تکرار می‌شود.

۴. برنامه‌هایی که از قبل ضبط می‌شوند، عبارتند از:

گفتگوی بی‌پرده (Hard talk): مصاحبه با شخصیت‌ها و افراد
کلیک (Click): اخبار فناوری

سفری و گذری (Fast Track): گزارش‌ها و برنامه‌های مسافرتی

سخن از سینما (Talking Movies): گزارش فیلم‌های سینمایی (بویژه فیلم‌های

هالیوودی)

هفته‌ای که گذشت (This Week): تجزیه و تحلیل اخبار هفته قبل

علاوه بر این برنامه‌ها، نسخه نیم ساعته یکی از برنامه‌های محبوب بی‌بی‌سی ۲ به نام Top Gear نیز در آخر هفته از این شبکه پخش می‌شود. برخی از مستندهای بی‌بی‌سی مانند تعطیلات در منطقه پرخطر (Holidays in the Danger Zone) نیز گاهی از این شبکه به نمایش درمی‌آید.

از نظر بسیاری از افراد، بی‌بی‌سی اخبار را به طور مستقل و بیطرفانه پخش می‌کند. با این همه، از آنجا که منابع مالی این شبکه از طریق حامیان تجاری تأمین می‌شود و نه از طریق بی‌بی‌سی، برخی مدعی شده‌اند که شاید پخش اخبار آن کاملاً هم بیطرفانه نباشد. شاید به دلیل همین پخش بیطرفانه اخبار باشد که پخش برنامه‌های این شبکه از سوی حاکمان چند کشور ممنوع اعلام شده است، از جمله ازبکستان، چین، سریلانکا، و پاکستان. بی‌بی‌سی ورلد تقریباً در همه کشورهای به طور یکسان پخش می‌شود، یعنی به جز آگهی‌های بازرگانی که بسته به هر کشور تغییر می‌کند، برنامه‌های اصلی آن بدون تغییر می‌ماند. با این همه، در برخی کشورها نسخه‌های محلی این برنامه نیز پخش می‌شود یا برخی از برنامه‌ها فقط برای بینندگان محلی تهیه و پخش می‌شود؛ مثل برنامه‌های محلی در هند، و نیز برنامه *The Record Europe* که فقط در اروپا قابل دریافت است. به علاوه، برنامه گزارش تجاری آسیا که از سنگاپور پخش می‌شود، فقط در آسیا، استرالیا، و خاورمیانه قابل دریافت است و برای بقیه کشورهای گزارش تجاری جهان پخش می‌شود.

در بسیاری از نسخه‌های محلی بی‌بی‌سی ورلد، شرکت‌های تلویزیون کابلی یا ماهواره‌ای همان آگهی‌های بازرگانی‌ای را پخش می‌کنند که از دیگر شبکه‌های محلی پخش

می‌شود. در مواردی که این شرکت‌ها آگهی‌های بازرگانی محلی را در طول برنامه‌ها پخش نمی‌کنند، آگهی‌های خود بی‌بی‌سی‌ورلد در مورد برنامه‌های آینده این شبکه روی آنتن می‌رود. در برنامه بی‌بی‌سی نیوز به جای آگهی‌های بازرگانی یا تبلیغ برنامه‌های آینده معمولاً اخباری پخش می‌شود که در برنامه اصلی پخش نشده‌اند. این اتفاق اغلب در نسخه‌های «باند گسترده» (Broad Band) بی‌بی‌سی‌ورلد و نیز نسخه‌ای از بی‌بی‌سی‌ورلد رخ می‌دهد که از طریق PBS در امریکا پخش می‌شود. با این حال، برخی از آگهی‌های بازرگانی این شبکه جهانی است و از همه نسخه‌های این شبکه پخش می‌شود.

نسخه‌های نیم ساعته بی‌بی‌سی‌ورلد نیوز از طریق ایستگاه‌های PBS در امریکا پخش می‌شود و ۸۰ تا ۹۰ درصد از بینندگان امریکایی آن را دریافت می‌کنند، ولی ساعت پخش این برنامه در هر شهر فرق می‌کند. برنامه بی‌بی‌سی‌ورلد نیوز که از ایستگاه‌های PBS پخش می‌شود، اغلب فاقد آگهی‌های بازرگانی است و به جای آن اخبار قرار می‌گیرد. در برخی از ایستگاه‌ها، این برنامه ابتدا روی نوار ضبط و با تأخیر پخش می‌شود.

پیشتر در روزهای غیرتعطیل هفته و صبح یکشنبه، نسخه نیم ساعته و خلاصه شده‌ای از بی‌بی‌سی نیوز ۲۴ در ساعت ۹:۳۰ به وقت بریتانیا پخش می‌شد، ولی به دلیل تغییر در الگوی کلی این شبکه، این برنامه دیگر در روزهای عادی هفته پخش نمی‌شود و فقط منحصر به صبح یکشنبه است. در حین پخش آگهی‌های بازرگانی در لابه‌لای اخبار بی‌بی‌سی‌ورلد، دو شبکه بی‌بی‌سی ۱ و بی‌بی‌سی نیوز ۲۴، اخبار پخش می‌کنند، زیرا شبکه‌های محلی بی‌بی‌سی مجاز به پخش آگهی‌های بازرگانی نیستند.

برای مسافرانی که با قطار هیترو اکسپرس (Heathrow Express) از ایستگاه پدینگتون (Paddington) به فرودگاه هیترو می‌روند، نسخه ضبط شده بی‌بی‌سی‌ورلد پخش می‌شود. در حین این مسافرت ۱۵ دقیقه‌ای، بولتن خبری کوتاهی پخش می‌شود که روزی دو بار تجدید (update) می‌گردد. در بسیاری از پروازهای خارجی، از جمله امارات و خطوط هوایی سنگاپور، نسخه از قبل ضبط شده بی‌بی‌سی‌ورلد نیوز پخش می‌شود.

از زمان راه‌اندازی بی‌بی‌سی‌ورلد و بویژه از زمانی که این شبکه رابطه گسترده‌ای با بی‌بی‌سی نیوز ۲۴ پیدا کرد، «شمارش معکوس» (Hourly Countdown) بخش جذابی از این شبکه بوده و در دهه گذشته چند بار تغییر کرده است. موسیقی این برنامه را نیز دیوید لوء ساخته است. در فوریه ۲۰۰۳ که هم بی‌بی‌سی‌ورلد و هم بی‌بی‌سی نیوز ۲۴ تغییرات اساسی پیدا کردند، آرم این برنامه نیز تغییر یافت. «شمارش معکوس» در برنامه بی‌بی‌سی

نیوز ۲۴ شامل تصاویری جالب از جهان و بریتانیا در پس‌زمینه بود، ولی در بی‌بی‌سی‌ورلد فقط به تصویری از کره گردنده زمین اکتفا شده بود. در ۵ سپتامبر ۲۰۰۵ نسخه جهانی جدیدی از «شمارش معکوس» در بی‌بی‌سی نیوز ۲۴ ارائه شد. در این نسخه جدید، تصاویر و نماهایی از خبرنگاران و کارکنان فنی به کار رفته بود. یک هفته پیش از این تغییرات، موسیقی آگهی‌های میان‌برنامه‌ای نیز تغییر کرد، ولی عناصر بصری آن بدون تغییر باقی ماند. در ۲۲ ژانویه ۲۰۰۷ همگام با تغییرات گسترده در بولتن خبری بی‌بی‌سی نیوز موسیقی آن نیز تغییر یافت، ولی عناصر بصری باز هم بدون تغییر ماند.

بی‌بی‌سی نیوز و بی‌بی‌سی‌ورلد از جمله برنامه‌های شبکه بی‌بی‌سی هستند که علاوه بر پخش برای داخل بریتانیا از طریق شبکه بی‌بی‌سی‌ورلد برای دیگر کشورهای جهان نیز پخش می‌شوند. بی‌بی‌سی نیوز که نخست «اخبار و رویدادهای جاری از شبکه بی‌بی‌سی» (BBC News and Current Affairs) نام داشت، روزانه ۱۲۰ ساعت برنامه خبری پخش می‌کند و بزرگ‌ترین مرکز گردآوری و پخش خبر در دنیاست. این مرکز با بودجه ۳۵۰ میلیون پوند در سال و ۳۵۰۰ کارمند، جزء بزرگ‌ترین مراکز خبررسانی به شمار می‌رود.

«گفتگوی بی‌پرده»

برنامه «گفتگوی بی‌پرده» از مهم‌ترین برنامه‌های تلویزیون بی‌بی‌سی است که از سال ۱۹۹۷ تاکنون پخش می‌شود. این برنامه نیم ساعته، شامل گفتگوهای رو در رو با چهره‌های سیاسی جهان است. این برنامه چهار روز در هفته (از دوشنبه تا پنجشنبه) از بی‌بی‌سی‌ورلد نیوز و شبکه بی‌بی‌سی نیوز پخش می‌شود و بخشی از دلایل شهرت آن نیز این است که از طریق شبکه بی‌بی‌سی‌ورلد در بیشتر کشورهای جهان قابل دریافت است. مجری این برنامه تا سال ۲۰۰۵ تیم سباستین بود که با شیوه خاص پرسش‌هایش، شهرت قابل توجهی را برای این برنامه رقم زد و تماشاگران فراوانی را در سراسر جهان پای این برنامه نشانید.

از سال ۲۰۰۶ اجرای این برنامه را استیفن سکر بر عهده گرفت. وی پیشتر خبرنگار بی‌بی‌سی در واشنگتن و بروکسل بوده و با شخصیت‌هایی همچون جورج بوش و بیل کلینتون مصاحبه کرده است. البته گاهی برخی دیگر از مجریان بی‌بی‌سی، همچون زینب بداوی و نوئل تامپسون نیز به جای سکر این برنامه را اجرا می‌کنند. بسیاری از شخصیت‌های معروف سیاسی و هنری دنیا در این برنامه شرکت کرده و در برابر پرسش‌های دشوار و بی‌پرده مجریان آن قرار گرفته‌اند.

Hardtalk Extra نسخه دیگری از این برنامه است که به طور کلی به فرهنگ و هنر و بیشتر ادبیات اختصاص دارد و از سال ۲۰۰۴ هر جمعه از بی‌بی‌سی‌ورلد نیوز و شبکه بی‌بی‌سی نیوز پخش می‌شود. پائولو کوئیلو و آنجلینا جولی از هنرمندانی‌اند که در این برنامه شرکت کرده‌اند.

Extra Time برنامه دیگری از گروه «گفتگوی بی‌پرده» است که با اجرای «راب بان» از بی‌بی‌سی ورلد نیوز و شبکه بی‌بی‌سی نیوز پخش می‌شود و بیشتر به رویدادها و شخصیت‌های ورزشی می‌پردازد. دو نسخه محلی برنامه «گفتگوی بی‌پرده»، در هندوستان (*Hardtalk India*) و پاکستان (*Hardtalk Pakistan*) پخش می‌شود.

سی‌ان‌ان

«شبکه کابلی خبر» (Cable News Network) که به CNN معروف است، از عمده‌ترین شبکه‌های تلویزیون کابلی است. این شبکه که در ژوئن ۲۰۰۵، بیست و پنجمین سال تأسیس خود را جشن گرفت، در سال ۱۹۸۰ از سوی تد ترنر راه‌اندازی شد و در واقع شعبه‌ای از خبرگزاری ترنر است که شرکت «تایم وارنر» مالکیت آن را بر عهده دارد. ایده پوشش خبری ۲۴ ساعته متعلق به سی‌ان‌ان است.

سی‌ان‌ان از نظر تعداد بیننده، رتبه نخست شبکه‌های کابلی خبر را در امریکا به‌خود اختصاص داده است، ولی از نظر شمار متوسط بیننده بعد از شبکه خبری فاکس (Fox News Channel) قرار دارد. پخش برنامه‌های سی‌ان‌ان از سه مرکز صورت می‌گیرد: مرکز سی‌ان‌ان در آتلانتا، مرکز تایم وارنر در شهر نیویورک، و استودیوهای واقع در واشنگتن دی‌سی.

جدول ۲. ویژگی‌های شبکه سی‌ان‌ان

نوع شبکه	شبکه کابلی خبر
نام تجاری شبکه	سی‌ان‌ان CNN
قابل دریافت در	ایالات متحده، سراسر جهان (از طریق سی‌ان‌ان بین‌المللی)، کانادا، اینترنت (از طریق سی‌ان‌ان پایپ‌لاین CNN Pipeline)، و رادیو (گزارش‌های خبری هر نیم ساعت)
بنیان‌گذار	تد ترنر (Ted Turner)
تاریخ راه‌اندازی	۱ ژوئن ۱۹۸۰

مالکیت شبکه	خبرگزاری ترنر (تایم وارنر) و ریس سکان‌فلد (Reese Schonfeld)
شمار بیننده	۱/۵ بلیون در ۲۱۲ کشور و منطقه
شعار شبکه	« قابل اعتمادترین نام در عرصه خبر » ("The Most Trusted Name in News")
افراد شاخص	جیم والتن (رئیس سن ان ان بین‌الملل)، جاناتان کلاین (رئیس سی‌ان‌ان آمریکا)
نشانی اینترنتی	www.cnn.com

از دسامبر ۲۰۰۴ این شبکه در ۸۸/۲ میلیون خانه در آمریکا و بیش از ۸۹۰۰۰۰۰ اتاق در هتل‌های آمریکا قابل دریافت است. برنامه‌های پخش شده از سی‌ان‌ان در آمریکا، در کانادا نیز پخش می‌گردد. این شبکه در سراسر جهان از طریق سی‌ان‌ان بین‌الملل قابل دریافت است و برنامه‌هایی را شامل می‌شود که در ۲۱۲ کشور و منطقه بیش از ۱/۵ بلیون بیننده دارد. سی‌ان‌ان از سوی لیبرال‌ها متهم به داشتن گرایش‌های محافظه‌کارانه و از سوی محافظه‌کاران متهم به داشتن گرایش‌های لیبرال است.

سی‌ان‌ان از زمان راه‌اندازی در اول ژوئن ۱۹۸۰ توسعه یافته و شامل چند شبکه کابلی و ماهواره‌ای، چند وب‌گاه، چند شبکه تخصصی و مدار بسته (مانند شبکه فرودگاهی سی‌ان‌ان)، و دو شبکه رادیویی، ۴۲ دفتر، بیش از ۹۰۰ ایستگاه خبری محلی وابسته به آن، و چندین شبکه محلی و خارجی در سراسر جهان است. موفقیت این شبکه، شهرت و ثروت فراوانی برای مالک آن تد ترنر به همراه آورد و باعث شد که شرکت عظیم تایم وارنر سرانجام خبرگزاری ترنر را خریداری کند.

با وجود موفقیت داخلی سی‌ان‌ان، این شبکه از نظر پوشش خبری جهانی در مرتبه دوم قرار دارد و شمار مخاطبانش (رادیویی و تلویزیونی) فقط نصف تعداد مخاطبان بی‌بی‌سی نیوز است. بر خلاف شبکه دایمی خبرنگاران و دفاتر بی‌بی‌سی، سی‌ان‌ان اغلب از خبرنگاران همکار یا وابسته استفاده می‌کند؛ خبرنگارانی محلی که اغلب خودشان نیز متأثر از رویدادهایی هستند که گزارش می‌کنند. به همین دلیل، اغلب گزارش‌های سی‌ان‌ان صرفاً بی‌طرفی محض هستند و همین امر موجب شده است تا این شبکه، بویژه از سوی کشورهای خاورمیانه مورد انتقاد قرار گیرد که گزارش‌های جهانی آن اغلب به طرفداری از آمریکا گرایش دارند. از سوی دیگر، در داخل کشور از سی‌ان‌ان انتقاد می‌شود که گرایش لیبرال یا ضد امریکایی دارد.

در سال ۱۹۸۲ شبکه هدلاین نیوز (Headline New) راه‌اندازی شد. این شبکه ملازم سی‌ان‌ان در ابتدا سی‌ان‌ان ۲ نام داشت و در تمام ۲۴ ساعت، هر نیم ساعت یک بار برنامه خبری پخش می‌کرد، ولی در سال ۲۰۰۶ با افزودن برنامه هدلاین پرایم (Headline Prime) قالب آن تغییر کرد.

نخستین حمله آمریکا به عراق که در سال ۱۹۹۰ رخ داد و به نخستین جنگ خلیج فارس مشهور است، زمینه بسیار مناسبی فراهم آورد تا سی‌ان‌ان برای نخستین بار از سه شبکه عمده خبری آمریکا پیشی بگیرد. دلیل اصلی این امر نیز این بود که سی‌ان‌ان تنها شبکه‌ای بود که در نخستین ساعات حمله آمریکا توانست اخباری را به بیرون از عراق ارسال کند. گزارش‌هایی که برنارد شاو، جان هالی‌من، و پیت آرنت از هتل «الرشید» در بغداد ارسال کرده‌اند، جزء دلهره‌آورترین گزارش‌های تاریخ تلویزیون قلمداد می‌شود. دلهره این گزارش‌ها ناشی از این بود که خبرنگاران مذکور قادر به ارسال تصویر خود نبودند و صدای خش‌دار و مبهم آنان بر روی تصاویر سبز رنگ بمباران شبانه بغداد پخش می‌شد. این تصاویر یادآور گزارش‌های رادیویی ادوارد مارو (Edward R. Murrow) از بمباران لندن در جنگ جهانی دوم و بازی رایانه‌ای مربوط به جنگ سرد به نام پرتاب موشک بود. در نتیجه، دلهره‌آورترین تصاویر خبری سده بیستم پدید آمد که تأثیری گسترده و عمیق بر مخاطبان داشت.

گزارش جنگ خلیج فارس محبوبیتی را برای سی‌ان‌ان به ارمغان آورد که سال‌ها به دنبالش بود و خبرنگارانی را به شهرت رسانید که اغلب تا دیروز گمنام بودند؛ از جمله ولف بلیتزر (Wolf Blitzer)، کریستین امان‌پور (Christiane Amanpour) و برنارد شاو که از آن زمان تا هنگام بازنشستگی‌اش در سال ۲۰۰۱ به مقام خبرنگار ارشد ارتقا یافت. تایم وارنر بعدها در باره چگونگی پوشش خبری این جنگ فیلمی تلویزیونی به نام *زننده/از بغداد* ساخت که از شبکه همتای سی‌ان‌ان یعنی تی‌ان‌تی پخش شد.

پوشش خبری ۲۴ ساعته جنگ خلیج فارس و دیگر بحران‌های اوایل دهه ۱۹۹۰ (بویژه «سقوط شاهین سیاه» در نبرد موگادیشو) باعث شد تا مقامات پنتاگون اصطلاح «تأثیر سی‌ان‌ان» را وضع کنند. منظور از این اصطلاح، تأثیر پوشش خبری ۲۴ ساعته بر روند تصمیم‌گیری دولت امریکاست.

در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ سی‌ان‌ان نخستین شبکه‌ای بود که گزارش این حمله را پخش، و کرول لین نخستین گوینده‌ای بود که گزارش این حمله را ارسال کرد. شون مورتاف، معاون

اداری - مالی سی‌ان‌ان، نخستین کارمند رسمی این شبکه بود که در نیویورک حضور یافت. تصاویر سی‌ان‌ان از این رویداد در وب‌گاه archive.org موجود است.

سی‌ان‌ان دو شبکه تخصصی را برای مخاطبان امریکایی راه‌اندازی کرد که بعدها هر دو به دلیل فشارهای رقابتی تعطیل شدند: یکی سی‌ان‌ان ورزشی که در سال ۲۰۰۲ تعطیل شد، و دیگری سی‌ان‌ان مالی که پس از ۹ سال فعالیت سرانجام در دسامبر ۲۰۰۴ به کار خود پایان داد. البته همکاری سی‌ان‌ان و سی‌ان‌ان ورزشی همچنان در قالب وب‌گاه CNN.com ادامه دارد. وب‌گاه قبلی سی‌ان‌ان مالی امروزه به وب‌گاه money.cnn.com متصل است که حاصل همکاری سی‌ان‌ان با مجله پول (Money Magazine) است.

سی‌ان‌ان، وب‌گاه خبری خود را (که در آن زمان *CNN Interactive* یا *CNNi* نامیده می‌شد) در ۳۰ اوت ۱۹۹۵ راه‌اندازی کرد. این وب‌گاه که در وهله نخست فقط برای تجربه بود، به تدریج محبوبیت فراوانی یافت و امروزه یکی از معروف‌ترین وب‌گاه‌های خبری دنیاست. رشد گسترده وب‌گاه‌های شخصی (بلاگ)، رسانه‌های اجتماعی، و مطالب افزوده شده از سوی مخاطبان تأثیر ژرفی بر این شبکه گذاشت و بویژه با راه‌اندازی سی‌ان‌ان پایپ‌لاین در اواخر ۲۰۰۵، نقش وب‌گاه‌های شخصی بر ارائه خبر در پایگاه اینترنتی سی‌ان‌ان قابل ملاحظه بوده است.

سی‌ان‌ان پایپ‌لاین نام بخشی از خدمات این شبکه است که فقط در اختیار مشترکین قرار دارد و شامل برنامه تلویزیونی، وب‌گاه مخصوص، و نرم‌افزار ویژه ارسال تصاویر زنده از حداکثر چهار منبع، دسترسی بنا به تقاضا به اخبار و گزارش‌های سی‌ان‌ان، و نرم‌افزار «اعلام اخبار» برای کاربران رایانه‌هایی است که با ویندوز کار می‌کنند. به علاوه، این خدمات شامل نرم‌افزاری برای مرور وب نیز هست که نیاز به نصب ندارد. سی‌ان‌ان پایپ‌لاین معمولاً برنامه‌های زنده سی‌ان‌ان اینترنت‌شنال را از شاهراه (پایپ) ۱، برنامه‌های زنده مصاحبه‌های مطبوعاتی و رویدادهای خبری را از شاهراه‌های ۲ و ۳، و اطلاعات مربوط به آب و هوا و امور مالی را از شاهراه ۴ پخش می‌کند. سی‌ان‌ان گاهی نیز گزارش‌ها و برنامه‌های تلویزیون ناسا و گزارش بحث‌های کنگره را نیز از شبکه‌های مربوطه به طور همزمان پخش می‌کند. دسترسی به برنامه‌های محلی همچون *The Situation Room* و *Anderson Cooper 360* از طریق پایپ‌لاین فقط در مورد اخبار مهم و رویدادهای ویژه امکان‌پذیر است، هر چند بسیاری از گزارش‌های برنامه‌های محلی از طریق تقاضا نیز قابل دریافت است.

از آنجا که سی‌ان‌ان پایپ‌لاین شبکه‌ی حق اشتراکی است، آگهی‌های بازرگانی از آن پخش نمی‌شود و به جای آن، معمولاً متن‌های مربوط به اخبار مالی و ورزشی و اخبار جهان پخش می‌گردد. در اواخر شب معمولاً گزارش‌های زنده و تدوین‌نشده خبرنگاران این شبکه در سراسر جهان پخش می‌شود که اغلب نگاهی منحصر به فرد و پیرایش‌نیافته و گاهی خنده‌آور به وقایع پشت صحنه تولید خبر و گزارش فراهم می‌آورد.

برنامه خبری *Judy Woodruff's Inside Politics* که اکنون غیرفعال است، نخستین برنامه سی‌ان‌ان بود که در سال ۲۰۰۴ اقدام به پخش گزارش‌های بینندگان کرد. بعدها که این برنامه در *The Situation Room* ادغام شد، پخش این گزارش‌ها نیز افزایش یافت. در سال ۲۰۰۶ سی‌ان‌ان دو برنامه *CNN Exchange* و *CNN iReport* را راه انداخت تا انواع اخبار و گزارش‌های وب‌گاه‌های شخصی و اخبار شهروندان را زیر عنوان سی‌ان‌ان تمرکز بخشد. *CNN iReport* که عکس‌ها و فیلم‌های ارسالی بینندگان را پخش می‌کند، امروزه محبوبیت گسترده‌ای یافته است و گزارش‌های این برنامه که از سوی خبرنگاران آماتور و اغلب دانش‌آموزان دبیرستان و دانشجویان دانشگاه ارسال می‌شود، روز به روز شکل حرفه‌ای‌تری به خود می‌گیرد.

معروف‌ترین شناسه این شبکه، قطعه موسیقی پنج ثانیه‌ای با صدای جیمز ارل جونز است که می‌گوید، «اینجا سی‌ان‌ان است». امروزه نیز صدای جونز در شناسه جدید این شبکه به گوش می‌رسد. معروف‌ترین شعار این شبکه در حال حاضر این است: *"The Most Trusted Name In News"*.

برنامه‌های کنونی سی‌ان‌ان

American Morning برنامه خبری صبحگاهی این شبکه

CNN Newsroom گزارش روزانه مهم‌ترین عناوین خبری که به طور زنده از آتلانتا

پخش می‌شود.

Your World Today این برنامه در اصل از سی‌ان‌ان اینترنت‌شال پخش می‌شود و شامل

گزارش‌های جامع در باره اخبار و رویدادهای جهانی است.

Talk Asia بخشی از سی‌ان‌ان اینترنت‌شال و شامل گفتگو با افرادی است که نقش

مهمی در رویدادهای آسیا دارند.

The Situation Room نگاهی گذرا به مهم‌ترین رویدادهای روز با تمرکز بر اخبار

سیاسی و امنیت داخلی

Lou Dobbs Tonight برنامه خبری و بحث و گفتگو که هر شب پخش می‌شود و

بیشتر شامل اخبار مالی است.

Paula Zahn Now نگاهی به مسائل جاری و تأثیرگذار در سراسر جهان

Larry King Live برنامه شبانه بحث و گفتگو که هر شب پخش می‌شود.

Anderson Cooper 360° نگاهی گذرا به اخبار روز که هر شب پخش می‌شود.

Reliable Sources برنامه هفتگی بحث و گفتگو که حاوی نگاهی انتقادی به

رسانه‌هاست. در این برنامه خبرنگاران روزنامه‌ها، تلویزیون و اینترنت به بحث در باره

چگونگی پوشش اخبار هفته در رسانه‌ها می‌پردازند.

Late Edition with Wolf Blitzer برنامه بحث و گفتگو در باره مسائل سیاسی

House Call برنامه پزشکی که در آخر هفته پخش می‌شود.

This Week at War گزارش جامع خبرنگاران سی‌ان‌ان از تحولات هفته در زمینه

مبارزه با تروریسم که آخر هفته پخش می‌شود.

CNN Saturday Morning/CNN Sunday Morning برنامه خبری صبحگاهی این

شبکه که آخر هفته از ۷ تا ۱۰ صبح پخش می‌شود.

CNN Special Investigations Unit این برنامه هر شنبه و یکشنبه ساعت ۸ شب

پخش می‌شود و شامل گزارش‌های جامع و یک ساعته خبرنگاران سی‌ان‌ان از رویدادهای

جاری و دیگر موضوعات خبری است.

شبکه‌های تخصصی عبارتند از: *CNN Airport Network*, *CNN en Español*,

CNNfn (شبکه اخبار مالی که در دسامبر ۲۰۰۴ تعطیل شد)، *CNN Headline News*,

CNN International, *rCNN Pipeline* (پخش ۲۴ ساعته و اینترنتی اخبار از چند شبکه)،

CNN Plus (شبکه همکار سی‌ان‌ان در اسپانیا که در سال ۱۹۹۹ راه اندازی شد)، *CNN*

Sports Illustrated (شبکه اخبار ورزشی که در سال ۲۰۰۲ تعطیل شد)، *CNN TÜRK*,

CNN-IBN (شبکه خبری هند)، *CNNi* (شبکه پخش گزارش‌های ارسالی بینندگان).

سی‌ان‌ان در بیشتر کشورهای جهان دفتر و نمایندگی دارد.

برنامه زنده لری کینگ

لارنس هاروی زیگر (Lawrence Harvey Zeiger) که با نام هنری‌اش «لری کینگ» معروف است، در ۱۹ نوامبر ۱۹۳۳ در بروکلین امریکا به دنیا آمد. وی در نه سالگی پدرش را از دست داد و پس از اتمام دبیرستان به کار پرداخت. کینگ که از کودکی آرزو داشت در رادیو مشغول به کار شود، سرانجام در دهه ۱۹۶۰ نخستین برنامه‌اش را در تلویزیون فلوریدا اجرا کرد. وی در دهه ۱۹۷۰ معروف شد، ولی در همین دهه نیز به دلیل همکاری‌اش با تهیه‌کننده‌ای بداقبال، شغلش را در رادیو و تلویزیون از دست داد.

کینگ در اواخر دهه ۱۹۷۰ دوباره به کار در رادیو و تلویزیون بازگشت و در سال ۱۹۷۸ برنامه وی به نام *The Larry King Show* در سراسر کشور پخش شد. وی در ۱۹۸۵ برنامه تلویزیونی *Larry King Live* را آغاز کرد. کینگ در این برنامه با هنرمندان، بازیگران، ورزشکاران، سیاستمداران، و نویسندگان فراوانی گفتگو کرده است. شمار این گفتگوها به بیش از ۴۰/۰۰۰ مورد می‌رسد و به همین دلیل است که لری کینگ «سلطان مصاحبه» (King of Interview) نام گرفته است. در انتخابات سال ۱۹۹۲ *برنامه زنده لری کینگ* به تریبونی برای نامزدهای انتخاباتی تبدیل شد. موفقیت *برنامه زنده لری کینگ* در سال ۱۹۹۳ افزایش یافت، زیرا «ال‌گر» معاون ریاست جمهوری امریکا در آن شرکت کرد. از ۱۹۹۲ تاکنون، *برنامه زنده لری کینگ* یکی از تریبون‌های نامزدهای انتخابات داخلی امریکا بوده است.

لری کینگ در سال ۲۰۰۷ پنجاهمین سال حضورش در رسانه‌ها را جشن گرفت. وی علاوه بر حضور در تلویزیون، ستونی در روزنامه *USA Today* دارد. وی برنده جوایزی همچون Emmy است.

برنامه زنده لری کینگ دیرپاترین برنامه گفتگویی شبکه سی‌ان‌ان است که پخش آن از ژوئن ۱۹۸۵ آغاز شده است و همچنان ادامه دارد. این برنامه، ترکیبی است از گفتگوی زنده در استودیو و گزارش‌های ارسالی تصویری و صوتی. گفتگوها معمولاً گرد سیاست، هنر، ورزش و مسائل روز می‌چرخد. این برنامه در روزهای کاری هفته (دوشنبه تا جمعه) با عنوان *Larry King Live* و شب‌های شنبه و یکشنبه با عنوان *Larry King Weekend* در ساعت ۲۱ به وقت شرقی امریکا پخش می‌شود. *برنامه زنده لری کینگ* یکی از پربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی است که تماشاگران فراوانی در داخل و خارج از امریکا دارد.

ان بی سی

ان بی سی (مخفف National Broadcasting Company) یکی از شبکه‌های تلویزیونی امریکاست که دفتر اصلی آن در ساختمان جنرال الکتریک در مرکز راکفلر شهر نیویورک واقع است. از آنجا که آرم این شبکه تقریباً به شکل طاووس است، گاهی آن را شبکه طاووس (Peacock Network) نیز می‌نامند. این شبکه در حال حاضر بخشی از شرکت رسانه‌ای ان بی سی یونیورسال است که به جنرال الکتریک و شرکت ویوندی تعلق دارد و برای بیش از ۲۰۰ ایستگاه وابسته به آن در امریکا برنامه تهیه می‌کند.

جدول ۳. ویژگی‌های شبکه ان بی سی

نوع شبکه	شبکه رادیویی و تلویزیونی
کشور	ایالات متحده امریکا
دسترسی	داخل کشور، همچنین کانادا، مکزیک (شمال)، و برمودا
بنیانگذار	دیوید سارنوف
مالکیت	شرکت ان بی سی یونیورسال (جنرال الکتریک امریکا و ویوندی فرانسه)، باب رایت، سی‌ای‌او، جف زوکر
افراد اصلی	استیو کاپوس (مدیر ان بی سی نیوز)، دیک ابرسول (مدیر ان بی سی اسپورتنس)
تاریخ راه‌اندازی	۱۵ نوامبر ۱۹۲۶ (رادیو)، ۱ ژوئیه ۱۹۴۱ (تلویزیون)
وب‌گاه	www.nbc.com

این شبکه را در سال ۱۹۲۶ آرسی‌ای تأسیس کرد و در سال ۱۹۸۶ که جنرال الکتریک این شرکت را به مبلغ ۶/۴ بیلیون دلار خرید، مالکیت ان بی سی نیز به جنرال الکتریک انتقال یافت. از آن زمان مدیریت ان بی سی (و در حال حاضر ان بی سی یونیورسال) بر عهده باب رایت (Bob Wright) بوده است.

در مه ۲۰۰۴ که جنرال الکتریک با شرکت فرانسوی ویوندی (مالک استودیوهای یونیورسال) ادغام شد، نام این شبکه نیز از National Broadcasting Company, Inc. به NBC Universal, Inc. تغییر یافت، البته این شبکه هنوز در برخی موارد همان نام قدیمی را به کار می‌برد. شبکه رادیویی ان بی سی در ۱۵ نوامبر ۱۹۲۶ کار خود را با ۲۴ ایستگاه وابسته آغاز کرد. در ابتدا این شبکه به آرسی‌ای (Radio Corporation of America) تعلق

داشت و آرسی‌ای خود متعلق به شرکت جنرال الکتریک (General Electric Company)، شرکت وسایل الکتریکی وستینگ‌هاوس (General Electric) Company، شرکت میوه امریکا (United Fruit Company)، و شرکت تلفن و تلگراف امریکا (American Telephone & Telegraph) بود.

سالها ان‌بی‌سی را به نام دیوید سارنوف (David Sarnoff) می‌شناختند. سارنوف از این شبکه برای تبلیغ وسایل الکترونیکی استفاده می‌کرد. آرسی‌ای و سارنوف همچنین معیارها و قواعد پخش را تهیه و تنظیم کردند؛ همان قواعدی که شورای فدرال ارتباطات در سال ۱۹۳۸ آن را به اجرا درآورد. این دو در سال ۱۹۴۰-۱۹۳۹ با عرضه تلویزیون تمام الکتریک به مردم (در نمایشگاه جهانی نیویورک) یک‌تاز این عرصه شدند و در همان زمان برنامه‌های منظمی را از تلویزیون ان‌بی‌سی - آرسی‌ای در شهر نیویورک پخش کردند. در ۳۰ آوریل ۱۹۳۹ رئیس جمهور امریکا، فرانکلین روزولت، در این نمایشگاه شرکت کرد و جلوی دوربین‌های ان‌بی‌سی حضور یافت. به این ترتیب وی نخستین رئیس جمهور این کشور است که بر صفحه تلویزیون ظاهر شده است.

این رویداد از ایستگاه تلویزیونی ان‌بی‌سی واقع در شهر نیویورک پخش شد و حدود ۱۰۰۰ بیننده که در محدوده ۴۰ مایلی شعاع پخش این شبکه (از ایستگاه آن واقع در ساختمان امپایر استیت) قرار داشتند، موفق به تماشای آن شدند. روز بعد، یعنی اول ماه مه ۱۹۳۹، چهار دستگاه از تلویزیون‌های ساخت آرسی‌ای در فروشگاه‌های بزرگ نیویورک به فروش رفت. برای فروش این دستگاه‌ها تبلیغات گسترده‌ای در نشریات صورت گرفته بود. شایان ذکر است که «دومون» (DuMont) نخستین شرکتی بود که در سال ۱۹۳۸ نخستین تلویزیون‌های خانگی را عرضه کرد. در همان سال (۱۹۳۹) ان‌بی‌سی دوربین‌های خود را به محل اجرای بازی‌های حرفه‌ای فوتبال و بیس‌بال در محدوده شهر نیویورک برد و بسیاری از «نخستین بار»های تاریخ تلویزیون را از آن خود کرد. نخستین «شبکه» واقعی ان‌بی‌سی در همین دوران آغاز به کار کرد، آن‌هم با پخش گاه به گاه رویدادهای ویژه‌ای همچون بازدید پادشاه و ملکه انگلستان از نمایشگاه جهانی نیویورک که از دو ایستگاه مهم و پیش‌تاز آن زمان؛ یعنی ایستگاه‌های فیلادلفیا و اسکینکتادی (Schenectady) پخش شد. بلندآوازه‌ترین برنامه «شبکه» تلویزیونی ان‌بی‌سی در سال‌های پیش از جنگ جهانی دوم، پخش گردهم‌آیی ملی حزب جمهوریخواه در ۱۹۴۰ بود که از فیلادلفیا پخش شد و به طور زنده به نیویورک و اسکینکتادی ارسال گشت. با این همه و با وجود تبلیغات گسترده

آرسی‌ای، فروش دستگاه‌های تلویزیون در نیویورک در سال‌های ۱۹۴۰-۱۹۳۹ به دو دلیل نومیدکننده بود: یکی قیمت گزاف این دستگاه‌ها و دیگری نبود برنامه‌های منظم و جالب. بیشتر این دستگاه‌ها به بارها و هتل‌ها و دیگر اماکن عمومی فروخته شد و مردم برای تماشای رویدادهای ویژه یا ورزشی به این مکان‌ها می‌آمدند.

ایستگاه ان‌بی‌سی در شهر نیویورک مجوز پخش آگهی‌های بازرگانی را داشت و پخش این آگهی‌ها از اول ژوئیه ۱۹۴۱ آغاز شد. نخستین آگهی آن روز مربوط به ساعت بولووا بود که درست قبل از پخش یکی از مجموعه‌ها روی آنتن رفت. پخش برنامه‌های تلویزیونی ادامه داشت تا اینکه امریکا نیز قدم به جنگ جهانی دوم گذاشت. در نخستین سال‌های جنگ، پخش برنامه‌های تلویزیونی رو به کاهش گذاشت، ولی در سال‌های پایانی جنگ که ان‌بی‌سی آماده توسعه فعالیتش می‌شد، پخش برنامه‌ها فزونی یافت.

پس از جنگ، توسعه تلویزیون سرعت یافت و شبکه تلویزیونی ان‌بی‌سی نیز رو به توسعه گذاشت. سال‌های آغازین دهه ۱۹۵۰ موفقیت فراوانی برای ان‌بی‌سی به ارمغان آورد؛ هم به دلیل افزایش فروش دستگاه‌های تلویزیون و هم به دلیل برنامه‌ها و مجموعه‌های تازه این شبکه. به علاوه، این شبکه دو برنامه *امروز (Today)* و *برنامه امشب (The Tonight Show)* را روانه آنتن ساخت که حتی امروزه نیز شمار بینندگانش بیشتر از شبکه‌های رقیب است.

ان‌بی‌سی حق پخش برنامه‌ها به صورت رنگی را در دسامبر ۱۹۵۳ به دست آورد و از سال ۱۹۵۴ برخی از برنامه‌های خود را به صورت رنگی پخش کرد. در ۱۹۵۶ در گردهم‌آیی ملی در شیکاگو، ان‌بی‌سی اعلام کرد که ایستگاه تلویزیونی شیکاگو نخستین ایستگاه تلویزیونی رنگی در سراسر کشور است (پخش حداقل شش ساعت برنامه رنگی در روز). در سال‌های ۱۹۶۲ و ۱۹۶۳ ان‌بی‌سی بیشتر برنامه‌های ساعات پربیننده خود را به صورت رنگی پخش می‌کرد و در همین زمان تبلیغات برای فروش تلویزیون‌های رنگی آرسی‌ای رو به فزونی گذاشت. شبکه‌های رقیب، همچون سی‌بی‌اس و ای‌بی‌سی که دستگاه‌های تلویزیون برای فروش نداشتند، اندکی از قافله عقب ماندند و پخش رنگی برنامه‌های آنها به سال‌های ۱۹۶۵ و ۱۹۶۶ برمی‌گردد. در دهه ۱۹۷۰ تا اواسط دهه ۱۹۸۰ ان‌بی‌سی موقعیت خود را تا اندازه زیادی از دست داد و علت آن هم پخش مجموعه‌های داستانی بود که در جلب مخاطب توفیق نیافتند و پخش آنها قطع شد. بدترین سال برای ان‌بی‌سی ۱۹۸۳ بود که این شبکه به پخش نه مجموعه جدید اقدام کرد و همه آنها با

شکست روبه‌رو شدند. با این همه، برنامه‌اشب با اجرای جانی کارسون همچنان در صدر بهترین برنامه‌های تلویزیونی کشور قرار داشت و در دهه ۱۹۷۰ تنها برنامه پولساز این شبکه بود. به‌علاوه، در همین دوره ان‌بی‌سی چندین ایستگاه تلویزیونی همکار را از دست داد و این ایستگاه‌ها به ای‌بی‌سی پیوستند که شبکه موفق دهه ۱۹۷۰ تا اواسط دهه ۱۹۸۰ بود.

با این حال، در دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ ان‌بی‌سی با تلاش‌های برندون تارتیکوف (Brandon Tartikoff) مدیر برنامه‌ریزی این شبکه، و با تولید مجموعه‌های کم‌دی از جمله مجموعه پرطرفدار *دوستان (Friends)* که حتی امروزه نیز از برنامه‌های محبوب در سراسر جهان است، دوباره در صدر شبکه‌های تلویزیونی قرار گرفت. (این مجموعه از سال ۲۰۰۴ به بعد دیگر به ان‌بی‌سی تعلق ندارد و از شبکه دیگری پخش می‌شود).

برآورد سال ۲۰۰۳ نشان می‌دهد که ان‌بی‌سی در ۹۷ درصد از خانه‌های امریکا بیننده دارد و شمار بینندگانش به ۱۰۳۶۲۴۳۷۰ نفر در سراسر کشور می‌رسد. ان‌بی‌سی در امریکا و کشورهای تحت سلطه خود ۲۰۷ ایستگاه وابسته دارد و در امریکای لاتین و کانادا و جزایر قناری نیز از طریق ماهواره و تلویزیون کابلی قابل دریافت است. با از دست دادن مجموعه *دوستان* در سال ۲۰۰۴ و پخش مجموعه‌های پرطرفدار از شبکه‌های دیگر، ان‌بی‌سی اکنون مقام چهارم را در میان شبکه‌های تلویزیونی دارد و پس از سی‌بی‌اس و ای‌بی‌سی و فاکس قرار می‌گیرد.

در سال ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ ان‌بی‌سی به امید جلب مخاطب، برنامه‌های خود را به صورت پرده عریض (widescreen) پخش کرد. هر چند این کار اندکی به شمار مخاطبان این شبکه افزود، ولی این افزایش مخاطب چندان نبود که رتبه ان‌بی‌سی را ارتقا دهد. دلیل اصلی شاید این باشد که تلویزیون پرده عریض هنوز میان مردم جا نیفتاده است. در مجموع، سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ بدترین دوران برای ان‌بی‌سی در سه دهه گذشته بوده است. در مارس ۲۰۰۷ گفته شد که ان‌بی‌سی قرار است بنا به تقاضای مشتریان مجموعه‌های موفق همچون *قهرمانان (Heroes)* و *اداره (The Office)* را برای پخش از تلفن همراه ارسال کند. اگر این اتفاق بیفتد، نخستین مورد از پخش برنامه‌های تلویزیونی روی گوشی تلفن‌های همراه در امریکا خواهد بود. البته در حال حاضر این آخرین تلاش شرکت‌های رسانه‌ها و وسایل بی‌سیم است که می‌خواهند مشتریان را به تماشای برنامه‌های ویدئویی روی گوشی تلفن همراه ترغیب کنند.

ان‌بی‌سی در سال‌های فعالیت خود، چندین بار آرم خود را تغییر داده است. آرم این شبکه در ابتدا شبیه شرکت همکارش آرسی‌ای بود، ولی بعداً آرم طاووس را برگزید. ان‌بی‌سی در حال حاضر بر اساس الگوی مرسوم، ۸۷ ساعته کار می‌کند و برای ایستگاه‌های وابسته در ساعات پربیننده، ۲۲ ساعت برنامه فراهم می‌آورد: ۲۰ تا ۲۳ روزهای دوشنبه تا شنبه و ۱۹ تا ۲۳ روز یکشنبه؛ همچنین برنامه امروز ۷ تا ۱۰ صبح در روزهای هفته و دو ساعت روزهای شنبه و یک ساعت روزهای یکشنبه پخش می‌شود. برنامه اخبار شبانه ان‌بی‌سی، برنامه گفتگوی سیاسی یکشنبه شب، و برنامه اخبار صبحگاهی صبح امروز (*Early Today*) از جمله معروف‌ترین برنامه‌های خبری این شبکه است.

برنامه‌های خبری این شبکه عبارتند از:

Dateline NBC (از ۱۹۹۲ تا کنون)

Early Today (از ۱۹۹۹ تا کنون)

Meet the Press (از ۱۹۴۷ تا کنون)

NBC Nightly News (از ۱۹۷۰ تا کنون)

Today (از ۱۹۵۲ تا کنون)

امروزه دو برنامه خبری ان‌بی‌سی یعنی اخبار صبحگاهی (*Today*) و اخبار شبانگاهی (*NBC Nightly News*) پربیننده‌ترین برنامه‌های خبری در آمریکا هستند و در صدر برنامه‌های این شبکه قرار دارند. ان‌بی‌سی با بنگاه خبرگزاری بریتانیا، بی‌بی‌سی، قرارداد همکاری در زمینه تهیه اخبار دارد.

برنامه خبری صبح امروز در اوایل صبح از ساعت ۴:۳۰ تا ۵ پخش می‌شود. البته شبکه‌هایی که برنامه خبری خود را بعد از ساعت ۵:۳۰ آغاز می‌کنند، برنامه صبح امروز را دیرتر پخش می‌کنند و اگر اصلاً در آن ساعت برنامه خبری نداشته باشند، آن را قبل از برنامه خبری امروز (*Today*) پخش می‌نمایند. این برنامه در ابتدا منحصر به اخبار تجاری بود، ولی از سال ۲۰۰۴ تغییر رویه داده است و اخبار عمومی را پخش می‌کند. صبح امروز ابتدا با همین نام در سال‌های ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۳ پخش می‌شد و از سال ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۹ به اخبار ان‌بی‌سی در طلوع آفتاب (*NBC News at Sunrise*) تغییر یافت و از ۱۹۹۹ دوباره به همان نام اولیه (*Early Today*) بازگشت.

اخبار شبانه مهم‌ترین برنامه خبری ان‌بی‌سی است که از استودیو C3 در ساختمان جنرال الکتریک در مرکز راکفلر نیویورک سیتی پخش می‌شود. نام این برنامه (Nightly News) از ۱۹۷۰ تاکنون بدون تغییر مانده است.

شبکه فرانس ۲۴

شبکه فرانس ۲۴ (که در هر سه نسخه فرانسوی و انگلیسی و عربی فغانس ون کتغ تلفظ می‌شود) شبکه تلویزیونی بین‌المللی در زمینه اخبار و مسائل روز است که در ۶ دسامبر ۲۰۰۶ راه اندازی شده است. به این ترتیب، این شبکه در مقایسه با شبکه‌هایی همچون BBC و CNN بسیار جوان است. این شبکه که متعلق به دولت فرانسه است و مرکز آن در پاریس قرار دارد، بیانگر نگرش فرانسوی به اخبار جهانی است. فرانس ۲۴ در حال حاضر به سه زبان فرانسوی، انگلیسی، و عربی برنامه پخش می‌کند.

جدول ۴. ویژگی‌های شبکه فرانس ۲۴

شبکه تلویزیونی	نوع شبکه
فرانسه	کشور
داخل و خارج کشور از طریق پخش ماهواره‌ای، کابلی و اینترنتی	دسترسی
فرانسه، انگلیسی، عربی	زبان
France Télévisions و Groupe TF1	مدیریت
Alain de Pouzilhac	مدیر شبکه
۶ دسامبر ۲۰۰۶	تاریخ راه‌اندازی
www.france24.com	وب‌گاه

مدیریت این شبکه بر عهده France Télévisions و Groupe TF1 است و در تهیه برخی از برنامه‌های آن آژانس فرانس پرس، آرته، و یورو نیوز همکاری دارند. بودجه

۱. در تدوین تاریخچه این شبکه از پایگاه France24.com و دانشنامه ویکیپدیا استفاده شده است.

سالانه این شبکه تقریباً ۸۰ میلیون یورو و مرکز اصلی آن در Issy-les-Moulineaux (اسی - له - موله‌نو) در نزدیکی پاریس است.

نیکلا سارکوزی رئیس جمهور فرانسه در ۸ ژانویه ۲۰۰۸ اعلام کرد که مایل است برنامه‌های این شبکه فقط به زبان فرانسوی پخش شود و زبان‌های انگلیسی و عربی حذف شوند.^۱ برنامه‌های فرانس ۲۴ تلفیقی است از اخبار، مجله‌های خبری، و گزارش‌های ویژه. این شبکه ۲۶۰ خبرنگار دارد و از خبرنگاران Groupe TF1 و France Télévisions و آژانس فرانس پرس نیز استفاده می‌کند.

جدول ۵. برنامه‌های کنونی فرانس ۲۴

Beyond Business	فراسوی تجارت
Business	دنیای تجارت
Caring	نوع دوستی
Culture	فرهنگ
Environment	محیط زیست
Face-Off	رو در رو
Fashion	مد و لباس
Health	تندرستی
In The Papers	سیری در مطبوعات
In The Weeklies	سیری در هفته‌نامه‌ها
Lessons For the Future	درس‌هایی برای فردا
Lifestyle	شیوه زندگی
Markets	گزارش بازار
Opinions	دیدگاه
Report	گزارش
Reporters	با خبرنگاران
Sport	ورزش
The Business Interview	گفتگوی تجاری
The France 24 Debate	مناظره فرانس ۲۴
The France 24 Interview	گفتگوی فرانس ۲۴
The News	اخبار
The Week In Africa	این هفته در آفریقا
The Week In Asia	این هفته در آسیا

1. La chaîne France 24 dans l'incertitude, *Le Monde*

The Week In Europe	این هفته در اروپا
The Week In France	این هفته در فرانسه
The Week In Maghreb	این هفته در مغرب
The Week In the Americas	این هفته در امریکا
The Week In the Middle East	این هفته در خاورمیانه
Top Story	خبر روز
Weather	آب و هوا
Web News	اخبار دنیای وب
World Generation	نسل‌های جهان امروز

ایده اصلی راه‌اندازی این شبکه را متعلق به رئیس جمهور پیشین این کشور، ژاک شیراک می‌دانند که باور داشت باید موقعیت زبان فرانسه را، بویژه در برابر سلطه زبان انگلیسی بر دنیای رسانه‌ها، تقویت کرد. تلاش فرانس ۲۴ بر این است که در خصوص اخبار جهانی، دیدگاهی را عرضه کند که با نگرش بی‌بی‌سی ورلد نیوز و سی‌ان‌ان اینترنت‌شنال تفاوت داشته باشد. به این منظور، تأکید اصلی این شبکه بر برنامه‌های گفتگومحور و نقش تفاوت‌های فرهنگی است.

در این زمینه، شبکه‌های الجزیره انگلیسی، روسیه امروز (Russia Today) و *Press TV* از رقبای فرانس ۲۴ به شمار می‌روند. بخش عربی این شبکه نیز در هم‌اوردی با بخش عربی شبکه‌های الجزیره و روسیه امروز قرار دارد. دولت فرانسه حدود ۱۰۰ میلیون یورو برای راه‌اندازی این شبکه هزینه کرده است.

فرانس ۲۴ از طریق ماهواره در بیشتر نواحی اروپا، آفریقا، و خاورمیانه قابل دریافت است و در نیویورک و واشنگتن دی‌سی از طریق تلویزیون کابلی و زمینی دریافت می‌شود. هر سه کانال فرانسه و انگلیسی و عربی این شبکه از طریق پایگاه اینترنتی France24.com قابل دریافت هستند. برنامه‌های این شبکه را با تلفن همراه نیز می‌توان دریافت کرد.

شبکه اول و دوم سیما:

تلویزیون ملی ایران فعالیت خود را در سال ۱۳۴۵ با کمتر از صد کارمند آغاز کرد. سازمان تلویزیون ملی ایران از سال ۱۳۴۸ کار مطالعه سازمان و روش‌های خود را طی قراردادی به سازمان مدیریت صنعتی واگذار کرد و این سازمان پس از دو سال مطالعه و بررسی، طرح

سازمانی و روش‌های اجرایی مناسب با تلویزیون ملی ایران را ارائه داد. در سال ۱۳۵۰ پیوستن رادیو به سازمان تلویزیون ملی ایران موجب شد که طرح سازمانی مذکور مورد بازنگری قرار گیرد. در پایان سال ۱۳۵۰ طرح نهایی سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران به تصویب رسید.

فهرست اولیه سازمان تلویزیون ملی ایران شامل ۷۳ نفر است که در آن اسامی افرادی همچون رضا قطبی، فرخ غفاری، محمود جعفریان، کامبیز محمودی، سیروس هدایت، اسدا... پیمان، فریدون مکانیک، محمدرضا میلانی‌نیا، ایرج گرگین، علینقی اسدی نیک، سیروس رامتین، عباس اربابی، حبیب‌ا.. روشن‌زاده، و اسماعیل میرفخرایی به چشم می‌خورد. (سازگار، ۳۳)

در شروع به کار تلویزیون، یعنی ابتدای سال ۱۳۴۶، مجموع پوشش جمعیتی آن حدود ۲ میلیون و پانصد هزار نفر بود (ده سال تلویزیون: ۶). در سال ۱۳۵۱ حدود ۴۸ درصد از جمعیت کشور زیر پوشش برنامه‌های اول و ۲۰ درصد زیر پوشش برنامه‌های دوم تلویزیون قرار داشتند. این ارقام در سال ۱۳۵۲ به ترتیب ۵۲/۵ و ۲۵/۱ درصد بود. در سال ۱۳۵۷ (در آستانه انقلاب) این ارقام به ترتیب به ۷۴/۲ و ۴۵/۷ رسید. در سال‌های بعد، این رشد ادامه یافت و برای نمونه در سال ۱۳۷۳ شبکه اول سیما ۹۱ درصد، شبکه دوم ۸۲ درصد و شبکه سوم ۳۰ درصد جمعیت کشور را زیر پوشش برنامه‌های خود داشت (سلام: ۲). درصد جمعیت زیر پوشش در تهران مجموعاً ۱۰۰ درصد بوده است (یعنی ۱۰۰ درصد جمعیت شهری و ۱۰۰ درصد جمعیت روستایی). به طور کلی پوشش جمعیت در شهرهای کشور ۹۳ درصد و در روستاها ۴۵ درصد برآورد شده است. (آمارنامه پوشش رادیو و تلویزیون، ۱۳۶۴: ۴)

در آغاز سال ۱۳۴۶، یعنی آغاز به کار رسمی تلویزیون ملی ایران، برنامه‌های تلویزیون از طریق دو فرستنده در تهران پخش می‌شد. مجموع قدرت این دو فرستنده تلویزیونی ۱۲ کیلو وات بود. در سال ۱۳۵۲ پانزده مرکز اصلی تولید و پخش و بیش از ۸۰ ایستگاه تقویتی با مجموع قدرت ۱۳۰ کیلو وات به تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی مشغول بودند.

مشخصات فرستنده‌های تلویزیونی ایران در سال ۱۳۵۲ از این قرار بوده است:

برنامه اول تلویزیون: پخش از کانال ۷، ارتفاع دکل ۱۲۰ متر، قدرت فرستنده اصلی 1000×2 وات، فرکانس موج حامل صدا ۱۹۴/۷۵ و تصویر ۱۸۹/۲۵، پوشش ۳۶۸۹۰۰۰ نفر

برنامه دوم تلویزیون: پخش از کانال ۹، ارتفاع دکل ۱۲۰ متر، قدرت فرستنده اصلی 1000×2 وات، فرکانس موج حامل صدا ۲۰۸/۷۵ و تصویر ۲۰۳/۲۵، پوشش ۳۳۷۶۰۰۰ نفر (گزارش سالانه سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران، ۱۳۵۲، بدون شماره صفحه).

در پایان سال ۱۳۴۶ اطلاعات مربوط به ایستگاه‌ها و فرستنده‌های تلویزیونی به این صورت بوده است: تعداد ایستگاه ۲۸، تعداد فرستنده برنامه اول ۲۸، برنامه دوم ۶، جمع فرستنده‌های تهران ۳۴ (گزارش سالانه سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران، ۱۳۵۲، بدون شماره صفحه).

تا پایان سال ۱۳۵۶ تعداد برنامه اول ۳۲۵، برنامه دوم ۲۱، جمع برنامه ۳۵۰. تعداد ایستگاه ۳۲۵ و قدرت ۱۰۴/۵ کیلو وات. تا پایان سال ۱۳۶۴ تعداد برنامه اول ۴۵۶، برنامه دوم ۸۶، جمع برنامه ۵۴۲. تعداد ایستگاه ۴۶۸ و قدرت ۲۷۶/۹۳ کیلو وات بوده است.

برای تولید برنامه‌های تلویزیونی تا پایان سال ۱۳۵۵ یک استودیوی رنگی و سه استودیوی سیاه و سفید مورد بهره‌برداری بود. در سه استودیوی سیاه و سفید از طریق واحد سیار مخصوص برنامه‌های رنگی، این نوع برنامه‌ها نیز تهیه می‌شد. در آن زمان پیش‌بینی می‌شد که تا سال بعد سه استودیوی سیاه و سفید به ابزار ضبط رنگی مجهز شوند و نیز تا دی ماه ۱۳۵۶ فعالیت‌های ساختمانی سه استودیوی جدید و تجهیز آنها به وسایل ضبط رنگی به پایان برسد و تا اواخر سال ۱۳۵۶ تلویزیون به هفت استودیوی رنگی مجهز شود. همه این استودیوها از وسایل مشترک مانند ضبط مغناطیسی، تله سینما، و دستگاه‌های نمایش عکس و اسلاید استفاده می‌کردند. در واحد تولید تلویزیون چهار استودیوی دوبله و دو استودیوی درهم‌آمیزی صدا (میکس) آماده بهره‌برداری بود. علاوه بر اینها، در مجموع از شش واحد سیار نیز در ضبط برنامه‌ها استفاده می‌شد. (کارنامه رادیو و تلویزیون ملی ایران تا پایان ۱۳۵۵: ۱۰۷)

برنامه‌های تلویزیون تا سال ۱۳۵۴ به صورت سیاه و سفید پخش می‌شد. از جشن مهرگان همین سال برنامه‌های تلویزیون آموزشی به صورت رنگی پخش گردید و از ۱۶ مهر ۱۳۵۵ شبکه دوم نیز به پخش برنامه‌های رنگی پرداخت. در این سال تلویزیون دارای

یک استودیوی رنگی و سه واحد سیار رنگی بود. تا پایان سال ۱۳۵۶ تمام تولیدات تلویزیون به صورت رنگی (سیستم سکام ایران) تهیه و پخش می‌شد.

ساعات پخش برنامه‌های تلویزیون در آغاز هفته‌ای ۲۱ ساعت و سالانه حدود ۱۱۰۰ ساعت بود که از یک مرکز فرستنده پخش می‌شد. در سال ۱۳۵۲ از پانزده مرکز فرستنده مستقل تلویزیون سالانه حدود ۴۵۰۰۰ ساعت برنامه پخش می‌شد که بیش از هشتاد فرستنده آن را برای پخش در شهرهای کشور تقویت می‌کردند.

شبکه تلویزیونی کشور در سال ۱۳۵۲ با خطوط مایکروویو به شهرهای آبادان، اصفهان، تبریز، رشت، رضائیه (ارومیه)، شیراز، کرمانشاه، مشهد، سنج، کرمان، بندرعباس، و مهاباد پیوسته بود و این شهرها و فرستنده‌های تقویتی اطراف آنها برنامه‌هایی را که از شبکه اول تهران پخش می‌شد، دریافت می‌کردند (این مناطق فقط از برنامه‌های شبکه اول استفاده می‌کردند) (گزارش سالانه ۱۳۵۲، بدون شماره صفحه). در سال ۱۳۵۵ دو شبکه اول و دوم به پخش برنامه پرداختند. از شبکه اول هر روز ۱۲ ساعت برنامه از ساعت ۱۲ ظهر تا ۲۴ پخش می‌شد. به عبارت دیگر، از شبکه اول هر هفته ۱۴۸ ساعت و هر ماه ۵۹۲ ساعت برنامه پخش می‌شد.

برنامه‌های شبکه دوم از سال ۱۳۵۵ در شهرهای تهران، اصفهان، آبادان، شیراز، مشهد، و رشت قابل دریافت بود. از شبکه دوم روزانه ۳ ساعت برنامه از ساعت ۱۹ تا ۲۲ پخش می‌گردید. شبکه دوم هر هفته ۲۱ ساعت و هر ماه ۸۴ ساعت برنامه پخش می‌کرد.

پخش خبر: شبکه اول در ساعات ۱۲، ۱۴، ۱۷، ۱۸/۳۰، اخبار ورزشی، و در ساعت ۲۰ اخبار و تقویم تاریخ پخش می‌کرد. شبکه دوم نیز در ساعات ۲۰/۴۰، و پس از آخرین برنامه شب (قبل از ساعت ۲۴) اخبار پخش می‌کرد.

در آستانه انقلاب اسلامی برنامه‌های شبکه اول در روزهای هفته از ساعت ۱۷ و روزهای جمعه از ساعت ۱۲/۳۰ آغاز می‌شد و تا ساعت ۲۴ ادامه می‌یافت. در این مدت، ساعت پخش اخبار به این صورت بود: ساعت ۱۹ "اخبار ورزشی" و ساعت ۲۰/۳۰ "اخبار سراسری". برنامه اخبار ساعت ۲۰/۴۰ شبکه دوم نیز به ساعت ۲۰/۳۰ تغییر یافته بود (جدول برنامه‌های قبل از انقلاب از مجله تماشا و برنامه‌های بعد از انقلاب از مجله سروش استخراج شده است).

در سال‌های اخیر، برنامه خبری ساعت ۲۱ شبکه اول و برنامه خبری ساعت ۲۲/۳۰ شبکه دوم مفصل‌ترین برنامه خبری این دو شبکه را تشکیل می‌دهد. در حال حاضر

بخش‌های خبری شبکه اول سیما عبارتند از: سراسری ساعت ۱۴، سراسری ساعت ۱۹، ساعت ۲۰، ساعت ۲۱، اخبار استان و شهرستان، اخبار ورزشی، و سیمای بامدادی. بخش‌های خبری شبکه دوم عبارتند از: سراسری ۲۰/۳۰، سراسری ۲۲/۳۰، اخبار علمی و فرهنگی و هنری، اخبار ناشنویان، و اخبار ورزشی. در هر دو شبکه میزان پخش اخبار داخلی بیش از اخبار خارجی است.

مهم‌ترین منابع کسب خبر عبارتند از: واحد مرکزی خبر، خبرنگاران تهران (اخبار داخلی)، خبرنگاران شهرستان‌ها، خبرنگاران خارج از کشور، خبرنگاران اعزامی به خارج، مونیتورینگ، اینترنت، مترجمان، ضبط تلفنی، تولیدات پخش، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، تولید شبکه خبر، خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، خبرگزاری باشگاه خبرنگاران جوان، خبرگزاری فارس، خبرگزاری مهر، خبرگزاری ایلنا، و منابع خارجی شامل: الف) دفاتر نمایندگی صدا و سیما در خارج از کشور، ب) خبرگزاری‌های خارجی، ج) مطبوعات خارجی، د) رادیوها و منابع مستقل خارجی. (نصراللهی: ۲۷)

به طور کلی برنامه‌های خبری سیمای جمهوری اسلامی ایران عبارتند از:

۱. شبکه اول سیما: برنامه‌های خبری این شبکه در چند بخش ارائه می‌شود. بخش خبری بامداد (از ساعت ۶ تا ۹ صبح به تناوب خبر پخش می‌کند)؛ بخش خبری نیمروزی (شامل یک برنامه خبری نیم ساعته در ساعت ۱۴)؛ بخش خبری جوانه‌ها (در ساعت ۱۷:۳۰ به مدت ۱۰ دقیقه برای مخاطبان ۷ تا ۱۷ سال)؛ و بخش خبری شامگاهی (شامل دو بخش خبری در ساعات ۱۹ و ۲۱ با سردبیر جداگانه).

در بخش خبری ۴۵ دقیقه‌ای ساعت ۱۹ این شبکه، مهم‌ترین اخبار سیاسی، اجتماعی و فرهنگی داخلی و خارجی با تأکید بر خبرهای اقتصادی، و در بخش خبری ساعت ۲۱ نیز که بخش رسمی خبرهای تلویزیونی محسوب می‌شود، به مدت ۳۰ دقیقه از موضوعات مختلف داخلی و خارجی خبر پخش می‌شود. مدت زمان پخش این بخش خبری گاهی به یک ساعت هم می‌رسد.

در بخش خبری «آن سوی خبرها» که از چند سال پیش در روزهای غیر تعطیل در پایان بخش خبری ساعت ۱۹ این شبکه پخش می‌شود، برخی از مهم‌ترین خبرهای روز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲. شبکه دوم سیما: این شبکه در ساعات ۱۹:۳۰ و ۲۲:۳۰ دو بخش خبری دارد. بخش خبری ساعت ۱۹:۳۰ به مدت ۱۵ دقیقه خبرهای علمی، فرهنگی و هنری را پخش می‌کند که مخاطبان این بخش خبری، اغلب افراد تحصیلکرده از جمله پزشکان و محققان هستند.

بخش خبری ساعت ۲۲:۳۰ که از چند سال پیش ساختار و هویت جدیدی پیدا کرده است، معمولاً حداکثر ۸۵ دقیقه طول می‌کشد. در این بخش خبری پس از پخش مهم‌ترین خبرهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داخلی و خارجی، به مدت ۳ دقیقه خبرهای ورزشی پخش می‌شود و سپس ابعاد یک موضوع مهم روز در قالب «گفتگو یا مصاحبه ویژه» به صورت ارتباط مستقیم تلفنی با کارشناسان و مسئولان، گفتگوی حضوری با آنها در استودیو یا تلفیقی از این دو یا گزارش ویژه بررسی می‌شود. پخش آخرین خبرها و «تصویر روز» در پایان این بخش خبری، یکی دیگر از برنامه‌هایی است که این بخش خبری را از دیگر بخش‌ها متمایز می‌کند.

۳. شبکه سوم سیما: در این شبکه سه بخش خبری وجود دارد؛ ساعت ۱۳:۳۰ (ورزش بانوان)؛ ۱۹:۴۵ (مشروح اخبار ورزشی ایران و جهان)؛ و ساعت ۲۲ (مهم‌ترین خبرهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ورزشی داخل و خارج).

۴. شبکه چهار سیما: این شبکه دارای چهار بخش خبری جداگانه فارسی (اخبار قرآنی ساعت ۱۰ صبح، و اخبار ایران و جهان ساعت ۲۰)، اخبار عربی (ساعت ۱۳:۳۰)، و اخبار انگلیسی (ساعت ۲۳) است. در بخش خبری ساعت ۲۰ که حداکثر ۳۰ دقیقه است، مهم‌ترین اخبار و گزارش‌های خبری ایران و جهان پخش می‌شود. مخاطبان این بخش خبری را بیشتر محققان، دانشگاهیان، روحانیون و به طور کلی افراد تحصیلکرده و فرهیختگان جامعه تشکیل می‌دهند. در این بخش خبری، اولویت با خبرها و گزارش‌های فرهنگی و هنری است و خبرهای مربوط به احزاب و به طور کلی خبرهایی که ممکن است در بخش‌های دیگر خبری منتشر نشود، در این بخش خبری پخش می‌شود. همچنین اخبار انگلیسی این شبکه، در ساعت ۲۳ و حداکثر به مدت ۱۵ دقیقه برای خارجیان و دیپلمات‌های مقیم ایران و علاقه‌مندان به زبان انگلیسی پخش می‌شود.

۵. شبکه پنج سیما: این شبکه در ساعات ۱۸:۳۰ و ۲۴ دو بخش خبری برای استان تهران پخش می‌کند. بخش خبری ساعت ۱۸:۳۰ به مدت ۳۰ دقیقه به اخبار و گزارش‌های خبری استان تهران اختصاص دارد و در بخش خبری ساعت ۲۴ مهم‌ترین خبرهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ورزشی ایران و جهان پخش می‌شود. در برخی استان‌ها که دارای شبکه‌های استانی هستند، در ساعت‌های متفاوتی خبر پخش می‌شود.

۶. شبکه خبر: این شبکه که در سال ۱۳۷۸ تأسیس شد، از ساعت ۶ بامداد تا ۳۰ دقیقه بامداد روز بعد خبر، گزارش‌های خبری، تفسیر و برنامه‌های سیاسی پخش می‌کند. این شبکه دارای ۱۵ بخش خبری سیاسی، ۱۲ بخش خبری ورزشی، ۲ بخش خبری علمی و فرهنگی، ۲ بخش خبری پزشکی، و ۲ بخش خبری مذهبی است. این شبکه هر روز تقریباً ۱۸ ساعت برنامه دارد. (نصراللهی: ۲۳ تا ۲۶)

برنامه‌های گفتگومحور

در سال‌های پیش از انقلاب اسلامی، برنامه‌هایی همچون «فانوس خیال» پخش می‌شد که بر پایه گفتگوی مجری و میهمان در باره سینما بود. به دلیل شمار اندک شبکه‌های تلویزیون در آن سال‌ها، شمار برنامه‌های گفتگومحور نیز اندک بود. در سال‌های آغازین پس از انقلاب، برنامه‌های گفتگومحور بیشتر بر گرد موضوعات سیاسی می‌چرخید، ولی پخش بیشتر برنامه‌های گفتگو محور به شکلی که امروزه رایج است، به چند سال اخیر بازمی‌گردد.

برخی از برنامه‌های گفتگومحور کنونی سیما عبارتند از:

۱. شبکه اول سیما: «سیمای خانواده» از معروف‌ترین برنامه‌های گفتگومحور این شبکه است که صبح‌ها از ساعت ۱۱:۳۰ پخش می‌شود.
۲. شبکه دوم سیما: «گفتگوی ویژه خبری» معروف‌ترین برنامه گفتگومحور این شبکه است که هر شب ساعت ۱۰:۳۰ دقیقه پس از اخبار شبانگاهی پخش می‌شود. در این برنامه، ابعاد یک موضوع مهم روز در قالب «گفتگو یا مصاحبه ویژه» به

- صورت ارتباط مستقیم تلفنی با کارشناسان و مسئولان، گفتگوی حضوری با آنها در استودیو یا تلفیقی از این دو، یا به صورت گزارش ویژه بررسی می‌شود.
۳. شبکه سوم سیما: «برنامه نود» از جمله برنامه‌های گفتگومحور شبکه سوم است که در میان علاقه‌مندان به ورزش محبوبیت ویژه‌ای دارد و جزء پربیننده‌ترین برنامه‌های گفتگومحور محسوب می‌شود. اما به نظر می‌رسد که «برنامه نود» بیشتر در حیطه برنامه‌های «ترکیبی» می‌گنجد تا برنامه‌های صرفاً گفتگومحور.
۴. شبکه چهار سیما: «دو قدم مانده به صبح» برنامه‌ای گفتگومحور است که مخاطبان آن را بیشتر هنرمندان، محققان، دانشگاهیان، و به طور کلی افراد تحصیلکرده و فرهیختگان جامعه تشکیل می‌دهند. در این برنامه، گفتگو بر سر مسائل فرهنگی و هنری، از سینما و تئاتر گرفته تا نقاشی و عکاسی و موسیقی و معماری است.
۵. شبکه پنج سیما: «صبح تهران» برنامه‌ای ترکیبی است که از بخش‌های متنوعی شامل پزشکی، ورزشی، اجتماعی و ترافیک تشکیل شده است. در برنامه یک مجری محوری وجود دارد و چند کارشناس در موضوعات مختلف ضمن اعلام آخرین اخبار و وقایع مرتبط با حوزه کاری خود بحث‌های کارشناسی را ارائه می‌دهند. هواشناسی، گزارش ترافیک، گزارش ویژه و موسیقی از دیگر بخش‌های این برنامه است.

موارد متفرقه و کلی

- اخبار در سه قالب برای استفاده آماده و پخش می‌شود: ۱. مکتوب، ۲. صوتی، ۳. تصویری
- دفاتر نمایندگی‌های خارج از کشور در حال حاضر عبارتند از (به ترتیب الفبا): اسلام‌آباد، باکو، بن، بیروت، پاریس، دمشق، دوشنبه، دهلی نو، کابل، لندن، و نیویورک.
- به‌علاوه، خبرهای ارسالی سفارتخانه‌ها نیز پس از ویرایش مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- مهم‌ترین خبرگزاری‌های خارجی که منبع تأمین خبر به شمار می‌روند، عبارتند از: خبرگزاری فرانسه، رویتر، یونایتدپرس، و آسوشیتدپرس.

- از اخبار دریافتی از واحد مونیتورینگ رادیوها و تلویزیون‌های خارجی به چند صورت استفاده می‌شود: ۱. برای برنامه‌های خبری ویژه رادیو و تلویزیون، ۲. برای درج در بولتن محرمانه، ۳. برای برنامه‌های عادی اخبار. مونیتورینگ شهرستان‌ها شامل مراکز آذربایجان شرقی، اردبیل، خراسان، خلیج فارس، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، کرمانشاه، و مهاباد است.
- اخبار ورزشی به دو صورت تهیه خبر از ورزش ایران و ترجمه اخبار خبرگزاری‌های جهانی به دست می‌آید که به سه صورت مکتوب، صوتی، و تصویری است.
- مسئولیت اصلی تهیه اخبار با معاونت سیاسی صدا و سیماست (واحد مرکزی خبر) و این اخبار علاوه بر پخش در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، در اختیار مطبوعات و مسئولان مملکتی نیز قرار می‌گیرد.

در واحد «مبادله خبر»، گزارش‌های مصور خبری از رویدادهای مهم داخلی تهیه می‌شود و با هماهنگی حوزه بین‌المللی سازمان، از طریق ماهواره، برای خبرگزاری‌های مختلف، شبکه‌های آسیایی «آسیاویژن»، سی‌ان‌ان، و آژانس خبری فرانسه ارسال می‌گردد. بیشترین تعداد اخبار ارسالی به موضوعات سیاسی، علمی، فرهنگی، و ورزشی اختصاص دارد.

برنامه «گفتگوی ویژه خبری»

«گفتگوی ویژه خبری» معروف‌ترین برنامه گفتگومحور شبکه دو است که هر شب ساعت ۱۰:۳۰ دقیقه پس از اخبار شبانگاهی پخش می‌شود. در این برنامه، ابعاد یک موضوع مهم روز در قالب «گفتگو یا مصاحبه ویژه» به صورت ارتباط مستقیم تلفنی با کارشناسان و مسئولان، گفتگوی حضوری با آنها در استودیو یا تلفیقی از این دو یا گزارش ویژه بررسی می‌شود.

این برنامه تقریباً همتای برنامه «۴۵ دقیقه» است که هر شب ساعت ۲۱ از شبکه خبر پخش می‌گردد. اجرای با یک مجری و معمولاً دو میهمان و پرداختن به مسائل روز - بیشتر اجتماعی و سیاسی - بارزترین همانندی‌های این دو برنامه گفتگومحور است. همانندی دیگر، «مراد عنادی» است که پیشتر مجری برنامه «گفتگوی ویژه خبری» بود و اکنون مجری برنامه «۴۵ دقیقه» است.

«گفتگوی ویژه خبری» با استفاده از مجریان با سابقه و پخش در ساعت مناسب، توانسته است جایگاه خوبی در میان علاقه‌مندان برنامه‌های گفتگومحور بیابد. طیف گسترده میهمانان برنامه - که البته بیشتر در حیطه سیاست و امور اجتماعی قرار می‌گیرند نه همچون در «دو قدم مانده به صبح» در حیطه فرهنگی و هنری - از دیگر عواملی است که به محبوبیت این برنامه یاری رسانده است. با این همه، مهم‌ترین نکته را باید در سرعت عمل این برنامه جست. به این معنا که گفتگوهای گفتگوی ویژه خبری معمولاً در باره مسائل روز است، یعنی درباره مسائلی که همان روز رخ داده است. این همزمانی برنامه با رویدادهای جامعه، از عوامل مؤثر در موفقیت آن است.

تاریخچه شبکه خبر^۱

شبکه خبر نخستین شبکه تلویزیونی در ایران است که صرفاً به تهیه و پخش خبر می‌پردازد. این شبکه فعالیت خود را از آذر ماه ۱۳۷۸ آغاز کرد و در حال حاضر روزانه بیست ساعت و سی دقیقه برنامه پخش می‌کند. برنامه‌های این شبکه از ساعت ۶ صبح آغاز می‌شود و تا ساعت ۲/۳۰ صبح روز بعد ادامه می‌یابد. برنامه‌های این شبکه از طریق ماهواره‌های جهانی (هات برد، آسیا ست 3S، تله استار 2، اینتل ست امریکا 5) نیز قابل دریافت است. پوشش ماهواره‌ای این شبکه از شمال (جزایر سفالبارد در اقیانوس منجمد شمالی) تا جنوب (دریای سرخ عربستان تا مرزهای یمن و عمان) و از شرق (پاکستان و غرب چین) تا غرب (کل اروپا و بخشهایی از امریکا) را در بر می‌گیرد. به طور کلی، شبکه خبر از طریق ماهواره در بیش از ۱۰۰ کشور جهان قابل دریافت است.

شبکه خبر به سامانه «ویدئو ال» با فناوری D.L.P، با دوازده ورودی مجهز است. این فناوری نخستین بار در سازمان صدا و سیما به کار گرفته شده است که همزمان می‌تواند چندین تصویر را با ابعاد مختلف نمایش دهد. تحریریه مرکزی این شبکه دارای پس‌زمینه‌ای با ۹ پلاسما و کره در حال چرخش است. تصاویر مختلف این ۹ پلاسما را کارگردان در رژی کنترل و سوئیچ می‌کند.

این شبکه همچنین به یک باکس ضبط خطوط ارسالی از شهرستان‌ها و نمایندگی‌های خارج از کشور مجهز است که از طریق دستگاه بتاکم با دو قالب (فرمت) SX و SP

۱. مطالب مربوط به این شبکه برگرفته از بروشور شبکه خبر است.

تصاویر را ضبط می‌کند. سیستم CG این شبکه که برای زیرنویس به کار می‌رود، قابلیت تغییر رنگ نوار، تغییر خطوط زیرنویس، تغییر تعداد لایه‌های زیرنویس، تغییر اندازه لایه‌ها، و افزایش یا کاهش شمار لایه‌ها را دارد.

تعریف ساعت، تعریف لوگو، و Roll & Crawl اخبار اقتصادی، ورزشی، آب و هوا، سیاسی، و انگلیسی از دیگر ویژگی‌های سیستم CG سه بعدی این شبکه است که در بررسی جنبه‌های گرافیکی تصویر به آنها خواهیم پرداخت.

مسئولیت دریافت و آماده‌سازی و تنظیم و پخش اخبار و گزارش‌های خبری و دیگر برنامه‌های این شبکه بر عهده «اداره کل اطلاعات و اخبار» است. شبکه خبر به طور کلی هر روز ۶۰۰ دقیقه (۱۰ ساعت) خبر پخش می‌کند و دارای ۶۱ بخش خبری است که مهم‌ترین آنها عبارتند از: اخبار کوتاه، اخبار مشروح، اخبار نیمه‌مشروح، اخبار کشور، اخبار ورزشی، اخبار اقتصادی، اخبار عربی، اخبار انگلیسی، اخبار دانش و سلامت، اخبار علمی فرهنگی، اخبار زنان، اخبار باشگاه خبرنگاران جوان، و گزارش‌های ویژه خبری. در طول زمان پخش برنامه‌های این شبکه، اخبار به صورت زیرنویس (Crawl) در باره موضوعات گوناگون پخش می‌شود.

مهم‌ترین واحدها و گروه‌های این شبکه و برنامه‌های آنها به این شرح است:

در حوزه تحریریه اقتصادی روزانه سه بخش خبر اقتصادی تهیه و پخش می‌شود. از دیگر برنامه‌های گروه اقتصادی می‌توان به برنامه‌های رویکرد، اقتصاد روز، تحولات اقتصادی هفته، و اقتصاد اسلامی اشاره کرد.

گروه علمی - فرهنگی روزانه در دو بخش صبحگاهی و عصرگاهی اطلاعات و اخبار فرهنگی - هنری را تهیه و پخش می‌کند. گزارش فرهنگی - هنری، گزارش علمی، و جاذبه‌های گردشگری از دیگر برنامه‌های این گروه است.

گروه ورزش در دو حیطة تولید و خبر فعالیت دارد و روزانه هفت بخش خبر ورزشی تهیه و پخش می‌کند. دوربین خبرساز، در ورزش، منشور، سکوی برتر، ورزش ما، و گزارش‌های ورزشی روز از برنامه‌های عمده این گروه است.

واحد طرح و برنامه، نظارت بر ساخت برنامه‌های مصوب، آماده‌سازی برنامه‌های داخلی و خارجی، پخش، تأمین برنامه‌های خارجی مورد نیاز، جذب طرح‌های پیشنهادی، تنظیم کنداکتور هفتگی و ماهانه و سالانه، پخش برنامه‌های شبکه بر اساس سیاست‌های سازمان و شبکه، ایجاد زمینه لازم برای ارتقای کیفی طرح‌ها و فیلمنامه‌ها، تبادل برنامه‌های

موجود در شبکه با دیگر شبکه‌ها، نظارت بر تدوین استانداردها، و پیشنهاد چگونگی تدوین آنها را بر عهده دارد. از مهم‌ترین برنامه‌های تولیدی این واحد می‌توان به ایران به روایت تصویر، جهان به روایت تصویر، طیف، حوادث قرن بیستم، مستند سیاسی، افق‌های برتر، و سیری در جهان اشاره کرد.

واحد تولید و پشتیبانی، مسئولیت دریافت و ضبط تصاویر، شات لیست و ترجمه خبر، دریافت و ضبط گزارش‌های تلفنی، تصاویر و گزارش‌های شهرستان‌ها و مراکز خارج از کشور، ضبط گفتار متن (نریشن) خبرنگاران و برنامه‌های تولید، آماده‌سازی گزارش‌های دریافتی، ورود اطلاعات تصاویر دریافتی به رایانه، آماده‌سازی خبرهای تصویری و گزارش خبرنگاران، ارائه خدمات به برنامه‌های تولیدی به منظور تدوین و آماده‌سازی برنامه‌ها، بازبینی و انتخاب و تدوین تصاویر قابل نگهداری، بازبینی و صدور رسید، بایگانی برنامه‌های تولیدی، تهیه کپشن‌ها و زیرنویس‌ها و نمایه‌های اطلاعاتی، پوشش گزارش‌های خبری تولیدی و ارتباط زنده، و تأمین تجهیزات تخصصی را بر عهده دارد.

مسئولیت واحد پخش، دریافت برنامه‌های تولیدی، بازبینی برنامه‌ها از نظر محتوا، نوع موسیقی و کیفیت فنی، صدور تأییدیه پخش برنامه‌های تولیدی، اجرای دقیق کنساکتور برنامه‌های شبکه، پخش پیام‌های بازرگانی، و پخش برنامه‌های زنده است.

واحد اطلاعات و برنامه‌ریزی، ارائه آمار و اطلاعات، طراحی سیستم‌ها، برنامه‌ریزی، بررسی ساختار و تشکیلات سازمانی، شرح وظایف و الگوی نیروی انسانی، تهیه و تدوین برنامه و بودجه سالانه شبکه، تقسیم برآوردها بر پایه مصوبات کمیته برآورد، بررسی و تطبیق و تأیید مجوز پرداخت برنامه‌ها، و صدور مجوز تسویه حساب نهایی را بر عهده دارد.

واحد روابط عمومی، پل ارتباطی شبکه خبر با دیگر بخش‌های سازمان و مردم و نهادهای دولتی و عمومی و خصوصی است. این واحد از طریق سیستم رایانه‌ای «کلام همراه»، نظرها و پیشنهادهای دریافتی را در اختیار مدیران شبکه و مسئولان قرار می‌دهد.

واحد فنی، مسئولیت تعمیر و نگهداری تمامی تجهیزات، ضبط تصاویر دریافتی از طریق اینترنت از دفاتر نمایندگی خارج از کشور و مراکز استانی مجهز به اینترنت، تعمیر و نگهداری تجهیزات استودیویی، و تجهیز شبکه به فناوری‌های جدید را بر عهده دارد.

مهم‌ترین وظایف واحد انفورماتیک عبارتند از: ارائه خدمات رایانه‌ای، ایجاد و تأمین و نگهداری بستر شبکه‌ای به منظور توسعه رایانه‌ای سیستم خبر، تأمین و نگهداری

سخت‌افزار رایانه‌ای شبکه، طراحی و تولید نرم‌افزارهای جدید متناسب با نیاز شبکه، تأمین نرم‌افزارهای گرافیکی و نگهداری سیستم نرم‌افزاری بایگانی، و تأمین و نگهداری وبسایت شبکه.

به‌علاوه، استودیوهای ویژه شبکه خبر در سازمان حمل و نقل و ترافیک استان تهران، مرکز پلیس ۱۱۰، مرکز اورژانس و سازمان آتش‌نشانی، به صورت شبانه‌روزی با برقراری ارتباط مستقیم، تازه‌ترین اخبار را به اطلاع بینندگان می‌رسانند. هم‌چنین اخبار زیرنویس شبکه در سریع‌ترین زمان جدیدترین اخبار عمومی، سیاسی، اقتصادی، هواشناسی، مذهبی، و ورزشی را به صورت زیرنویس در اختیار بینندگان قرار می‌گیرد. شبکه خبر در حال حاضر با ۶۱ بخش خبری شامل اخبار مشروح، اخبار نیمه مشروح، کوتاه، تصویری، ورزشی، بازار و تجارت، حوزه و دانشگاه، فرهنگی و هنری و پزشکی اطلاع‌رسانی می‌کند. براساس آخرین آمار مرکز تحقیقات صدا و سیما، این شبکه توانسته است بیش از ۸۴ درصد مخاطب داخل کشور و ۳۷ درصد مخاطب در خارج از کشور جذب کند. بنا به گزارش روابط عمومی شبکه خبر، تصویر این شبکه در حال حاضر در بیش از ۸۰ درصد مناطق کشور و بیش از ۱۴۰ کشور دنیا دریافت می‌شود.

از آنجا که عملکرد اصلی شبکه خبر در زمینه اطلاع‌رسانی است، چندین برنامه گفتگومحور دارد که از جمله آنها می‌توان به «گفتگوی پزشکی» و «برنامه ۴۵ دقیقه» اشاره کرد.

برنامه ۴۵ دقیقه

گفتگوی زنده ۴۵ دقیقه از جمله برنامه‌های گفتگومحور شبکه خبر است که با دعوت از کارشناسان و تحلیلگران سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، و نظامی، و نیز ارتباط با مراکز داخل و خارج از کشور و تهیه گزارش‌های تلویزیونی به بررسی و تحلیل موضوعات روز جامعه می‌پردازد. این برنامه هر شب ساعت ۳۰: ۲۰ دقیقه به طور زنده از شبکه خبر پخش می‌شود و تکرار آن - به صورت ضبط‌شده - روز بعد ساعت ۱۲:۱۵ دقیقه (جز روزهای جمعه) است.

معروف‌ترین مجری کنونی این برنامه «مراد عنادی» است که پیش از این جزء مجریان گفتگوی ویژه خبری شبکه دو سیما بود. عنادی در حال حاضر علاوه بر اجرای برنامه زنده برنامه ۴۵ دقیقه، سردبیری آن را نیز بر عهده دارد.

شایان ذکر است که در قسمت‌هایی از برنامه که در دفاتر خارج از کشور، بویژه دفتر لندن تهیه می‌شود، دکور و رنگ‌ها و چیدمان متفاوتی به کار می‌رود؛ ولی از آنجا که این قسمت‌ها را نمی‌توان تولید داخل کشور به حساب آورد، در اینجا به طور کامل به آنها پرداخته نشده و فقط در مواردی همچون ویژگی‌های مجری به آنها اشاره رفته و در مواردی از تصاویر آن برنامه‌ها استفاده شده است.

فصل ۲

ترکیب‌بندی تصویر

ترکیب‌بندی تصویر به طور کلی از دو جنبه قابل بررسی است. یکی به لحاظ بود یا نبود تقارن؛ و دیگری از نظر ایستایی یا پویایی. در ترکیب‌بندی متقارن، موضوع در وسط تصویر قرار می‌گیرد و دو طرف تصویر به صورت قرینه در می‌آید، هر چند ممکن است از نظر عناصر بصری یکسان نباشند. در ترکیب‌بندی نامتقارن، موضوع معمولاً در یک طرف تصویر قرار می‌گیرد. ترکیب‌بندی ایستا آن است که تصویر بیشتر از خطوط افقی و عمودی تشکیل شود. ولی در ترکیب‌بندی پویا اغلب خطوط مایل یا مورب غلبه دارد و نوعی پرسپکتیو متمایز با دید معمولی چشم پدید می‌آورد.

تأکید برنامه‌های خبری تلویزیون بر تعادل تصویر در واقع برای افزایش توهّم «واقعیت‌نمایی» این رسانه است. می‌دانیم که تعادل اساساً مقوله‌ای روان‌شناختی است. به نوشته دونیس ا. داندیس «مهم‌ترین عامل فیزیکی و فیزیولوژیکی مؤثر بر حواس بشر، نیاز او به حفظ تعادل است. او می‌خواهد پاهایش استوار روی زمین قرار گیرد و مطمئن باشد که در هر شرایطی وضعیت قائم بدن خود را حفظ کند. از این روست که انسان آگاه یا ناخودآگاه در ارزیابی‌های بصری خود نیز بیش از هر عامل دیگر از نظر بصری به وجود تعادل و توازن توجه می‌کند» (داندیس، ۴۸). آشکار است که در اینجا داندیس بیشتر به تعادل عمودی انسان توجه دارد و تعادل انسان در حالت افقی، مثلاً هنگام خواب، مدنظر او نیست. هر چند در حالت افقی نیز انسان به تعادل بدنی توجه دارد. از همین روست که می‌توان نظر داندیس را در باره تعادل تصویر به طور کلی موثق دانست.

از آنجا که روند ارائه و ترکیب‌بندی نماهای برنامه‌های خبری و گفتگومحور از همان الگوی رایج برنامه‌های تلویزیونی - یعنی نمای دور، نمای کامل، نمای متوسط، و نمای نزدیک - پیروی می‌کند، در اینجا نیز همین چهار اندازه نما بررسی می‌شود. به طور کلی روند ارائه نماها در برنامه‌های گفتگومحور چنین است: نمای نزدیک مجری در آغاز برنامه، نمای دور از مجری و میهمان، نماهای تناوبی نزدیک از مجری و میهمانان، کاربرد گاه به گاه نماهای دور با یا بدون حرکت دوربین در میانه گفتگوها. این، همان الگوی رایج تولید سه یا چهار دوربین است: یک دوربین برای نمای دور و دو یا سه دوربین برای مجری و میهمانان.

۲-۱. نمای دور

در بیشتر برنامه‌های خبری و گفتگومحور، ابتدا نمای دور ارائه می‌شود. در برنامه‌های خارجی، این نماها نه از روبه‌رو، که از زاویه ۴۰ تا ۵۰ درجه سمت چپ است.^۱ به نظر می‌رسد قرار گرفتن دوربین در سمت چپ با جهت نگارش زبان انگلیسی (از چپ به راست) همخوانی دارد و خوانش تصویر را برای بینندگان بومی آسان‌تر می‌سازد و محیطی آشنا و متعارف پدید می‌آورد که در جهت همان واقعی‌نمایی برنامه‌های خبری است. البته با توجه به کوچکی تصویر تلویزیون شاید نتوان این نکته را واجد همان اهمیتی دانست که در تصویر سینمایی دارد، ولی رواج روزافزون تلویزیون‌های با صفحه بزرگ لزوم توجه به آن را پیش می‌آورد. ترکیب‌بندی این نماها از نوع نامتقارن و ایستاست. در توضیح این نکته باید بیفزاییم که نامتقارنی تصویر بر آسودگی مجری در اجرا تأکید دارد، یعنی همان چیزی که از بیننده نیز انتظار می‌رود. به‌علاوه، ایستایی ترکیب‌بندی نیز در همین جهت عمل می‌کند و حس آرامش، واقعی‌نمایی، و توجه را تشدید می‌کند.

در اینجا برای تأکید بر این نکته، نماهای دور در چند برنامه برای نمونه ارائه می‌شود. نمای دور در برنامه گفتگوی بی‌پرده چنین است (تصویر ۱).

۱. چپ یا راست بودن زاویه دوربین، نسبت به نمای روبروی مجری برنامه سنجیده می‌شود.



تصویر ۱. نمای دور در برنامه گفتگوی بی‌پرده

این تصویر دورترین نمایی است که در طول این برنامه ارائه می‌شود. همان‌گونه که آشکار است این نما نه از روبه‌رو، بلکه از زاویه ۴۵ درجه سمت چپ گرفته شده است. به نظر می‌رسد کارکرد اصلی این نما ارائه تمامی محیط اجرای برنامه است، یعنی نمایش پس‌زمینه با نام برنامه بر روی آن و نیز محوطه سکوماند وسط استودیو که صندلی‌های مجری و میهمان روی آن قرار گرفته‌اند. همان‌گونه که گفته شد، قرار گرفتن دوربین در سمت چپ با جهت نگارش زبان انگلیسی (از چپ به راست) همخوانی دارد و خوانش تصویر را برای بینندگان بومی آسان‌تر می‌سازد. علاوه بر این، جاگیری رأس سکو در سمت چپ پایین تصویر نیروی فزاینده‌ای را به آن وارد می‌سازد که البته با قرار گرفتن دوربین در سمت چپ و نیز شیوه نگارش چپ به راست در زبان انگلیسی هماهنگی دارد و به پویایی ترکیب‌بندی نیز یاری می‌رساند. داندیس در این مورد می‌نویسد: «راغب بودن به بخش چپ میدان بصری شاید تا حدودی به علت تأثیر طرز خواندن و نوشتن باشد که در زبان‌های اروپایی رایج است و از چپ به راست صورت می‌گیرد.» (داندیس: ۵۷). این نما در مواردی که میهمان در استودیو حضور ندارد و تصویر او بر صفحه بزرگ تلویزیونی دیده می‌شود نیز به همین صورت ارائه می‌شود. به طور کلی، ترکیب‌بندی این نما از نوع متقارن و پویاست. در این نما، تقارن تصویر بر برابر بودن سهم مجری و میهمان از فرصت‌های برنامه دلالت دارد؛ یعنی نوعی بی‌طرفی را به ذهن می‌آورد. افزون بر این، بازبودن زاویه نما و گستردگی محیط استودیو نیز در همین جهت عمل می‌کنند و بر

«باز و آزاد» بودن برنامه اشاره دارند. پویایی تصویر به دلیل تسلط خطوط مورب بر قاب است.

نمای دور در بیشتر برنامه‌های سی‌ان‌ان نیز همین وضعیت را دارد (تصویر ۲).



تصویر ۲. نمای دور در سی‌ان‌ان

این، نمایی دور از پلاتوی خبر است که نه از روبه‌رو، بلکه از زاویه ۳۰ تا ۴۰ درجه سمت چپ گرفته شده است. به نظر می‌رسد علت اصلی اندازه این نما معرفی فضای استودیوست. به علاوه، در اینجا نیز مانند اغلب موارد ارائه نمای معرف از پلاتو، دوربین در سمت چپ قرار دارد که همان‌گونه که پیشتر گفتیم با جهت نگارش زبان انگلیسی (از چپ به راست) همخوانی دارد و خوانش تصویر را برای بینندگان بومی آسان‌تر می‌سازد و محیطی آشنا و متعارف پدید می‌آورد که در جهت همان واقعی‌نمایی برنامه‌های خبری است. گستردگی فضای پلاتو امکان عمل دوربین‌ها و ابزار صدابرداری را تسهیل می‌کند و این، همان‌گونه که در فصل‌های بعد خواهیم گفت، یکی از کارکردهای دکور در پلاتوهای تلویزیونی است. ترکیب‌بندی تصویر بالا از نوع نامتقارن و پویاست. نامتقارنی تصویر علاوه بر نمایش آسودگی مجریان از یکنواختی تصویر می‌کاهد و توجه بیننده را حفظ می‌کند. به علاوه، پویایی ترکیب‌بندی نیز در همین جهت عمل می‌کند و حس سرعت و ضرباهنگ درونی تصویر را افزایش می‌دهد.

به نمای دور در برنامه زنده لری کینگ توجه کنید (تصویر ۳).



تصویر ۳. نمای دور در برنامه زنده لری کینگ

این، نمایی دور از استودیوی این برنامه است که باز از زاویه ۳۰ تا ۴۰ درجه سمت چپ گرفته شده است. گستردگی اندازه این نما، برای معرفی فضای استودیوست؛ یعنی این نما به صورت نمای معرف کارکرد دارد. به علاوه، در اینجا نیز مانند اغلب موارد ارائه نمای معرف از استودیو، دوربین در سمت چپ قرار دارد، یعنی همخوان با جهت نگارش زبان انگلیسی (از چپ به راست). البته این نما، در آغاز برنامه ارائه نمی‌شود، بلکه مدتی بعد، و پس از معرفی میهمانان بخش نخست برنامه می‌آید. برنامه زنده لری کینگ با نمای متوسط خود لری کینگ آغاز می‌شود و سپس نماهایی از میهمان حاضر در استودیو و میهمان بیرون از استودیو ارائه می‌گردد و پس از شرح مختصری در باره موضوع گفتگو، به نمای دور بالا (تصویر ۳) برش می‌خورد.

تصویر ۴ نمای دور در برنامه اخبار شبانه‌گاهی شبکه ان‌بی‌سی را نشان می‌دهد.



تصویر ۴. نمای دور در برنامه اخبار شبانه‌گاهی

این نمای دور که تمام پلاتوی خبر را نشان می‌دهد، مانند پلاتوهای بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان، نه از روبه‌رو بلکه از زاویه ۳۰ تا ۴۰ درجه سمت راست گرفته شده است. کارکرد اصلی اندازه این نما معرفی فضای استودیوست. به‌علاوه، در اینجا بر خلاف اغلب موارد ارائه نمای معرف از پلاتو، دوربین در سمت راست قرار دارد، زیرا عمق بیشتری به تصویر بخشیده است، ظاهراً به این دلیل که بیشتر عناصر تصویری پس‌زمینه در سمت چپ استودیو قرار دارند. در اینجا نیز گستردگی فضای پلاتو امکان عمل دوربین‌ها و ابزار صدابرداری را تسهیل می‌کند. ترکیب‌بندی این نما از نوع نامتقارن و پویاست؛ زیرا موضوع (در اینجا مجری) در وسط قاب واقع نشده و دو طرف تصویر همانند نیستند. از آنجا که در این ترکیب‌بندی اغلب خطوط مایل یا مورب هستند که نوعی پرسپکتیو متمایز با دید معمولی چشم پدید آورده است، با ترکیب‌بندی پویا روبه‌رو هستیم. این دو عامل از یکنواختی تصویر می‌کاهند و توجه بیننده را حفظ می‌کنند. به‌علاوه، پویایی ترکیب‌بندی نیز حس سرعت و ضرباهنگ درونی تصویر را افزایش می‌دهد. این وضعیت در نماهای دور یک‌نفره تغییر می‌یابد. (تصویر ۵)



تصویر ۵. نمای دور یک‌نفره در اخبار شبانه‌گاهی

تصویر بالا از روبه‌رو گرفته شده است. ترکیب‌بندی این نما از نوع متقارن و ایستاست؛ زیرا دو طرف تصویر به صورت قرینه در آمده و موضوع اصلی در وسط قاب قرار گرفته است. در این نما، تقارن تصویر بر آسودگی مجری در اجرا تأکید دارد. به‌علاوه، ایستایی ترکیب‌بندی نیز همچون بسیاری از نماهای خبری، در همین جهت عمل می‌کند و حس آرامش، واقعی‌نمایی، و توجه را تشدید می‌نماید.

تصویر ۶، نمای دور در بیشتر برنامه‌های شبکه فرانس ۲۴ است که در استودیوی شماره ۱ ضبط یا پخش می‌شوند.



تصویر ۶. نمای دور در استودیوی ۱ فرانس ۲۴

تصویر ۶، دورترین نمای برنامه رو در روست که بخش زیادی از فضای استودیوی ۱ را نشان می‌دهد. کارکرد اصلی این نما که از زاویه تقریباً ۳۰ درجه سمت چپ گرفته شده، معرفی فضای این استودیوست. در این استودیو، برای ارائه‌ی نمای معرف، دوربین همواره به طور ثابت و بدون حرکت در سمت چپ قرار دارد. نمونه‌های دیگری از همین جایگیری دوربین در زیر مشاهده می‌شود. تغییر در جایگاه دوربین، از جمله تمایزهای شکلی (فرمال) برنامه‌های این دو استودیوست که احتمالاً بر تفاوت محتوایی آنها دلالت دارد.



تصاویر ۷، ۸، ۹. همانندی زاویه دوربین در ارائه‌ی نمای دور از استودیوی ۱ شبکه فرانس ۲۴

ترکیب‌بندی تصاویر استودیوی ۱ متقارن و پویاست؛ زیرا دو طرف هر تصویر، نسبت به نقطه وسط، تقریباً همانند است. این ترکیب‌بندی با وفور خطوط عمودی در پس‌زمینه، بازتاب آنها بر روی سطح میز، و حاشیه‌های مورب میز بزرگ سفید، دارای تحرک درونی

است و پویا محسوب می‌شود. این عوامل از یکنواختی تصویر می‌کاهند، توجه بیننده را حفظ می‌کنند، و سرعت و ضرباهنگ درونی تصویر را افزایش می‌دهند. برعکس، ارائه‌ی نمای معرف در استودیو شماره ۲ (تصاویر زیر) همیشه از سمت راست صورت می‌گیرد.



تصاویر ۱۰ و ۱۱. همانندی زاویه دوربین در ارائه‌ی نمای دور از استودیوی ۲ شبکه فرانس ۲۴ همان‌گونه که از مقایسه تصاویر دو استودیوی ۱ و ۲ برمی‌آید، نماهای استودیو شماره ۲ ایستاتر به نظر می‌رسند. یکی از دلایل این سکون و ایستایی را می‌توان تکرار خطوط و حجم‌های دایره‌ای در این تصاویر دانست. به‌علاوه، کوچکی محیط استودیو و محدودیت در استفاده از زوایای گوناگون دوربین نیز این ایستایی را تشدید می‌کند. اکنون برای مقایسه، چگونگی ارائه‌ی نمای دور در برنامه‌های خبری و گفتگومحور شبکه‌های داخلی بررسی می‌شود. تصویر ۱۲، نمای دور بخش خبری ساعت ۲۱ شبکه ۱ را نشان می‌دهد.



تصویر ۱۲. نمای دور بخش خبری ۲۱ شبکه ۱

این نمای دور از پلاتوی خبر، فضای کلی پلاتو را معرفی می‌کند. این نما نه از روبه‌رو، بلکه از زاویه حدود ۳۰ تا ۴۰ درجه سمت راست گرفته شده است. قرار گرفتن دوربین در سمت راست با جهت نگارش زبان فارسی (از راست به چپ) همخوانی دارد و خوانش تصویر را برای بینندگان ایرانی آسان‌تر می‌سازد. این امر، چنان‌که گفتیم، محیطی آشنا و متعارف پدید می‌آورد که در جهت همان واقعی‌نمایی برنامه‌های خبری است. ترکیب‌بندی این نما به طور کلی از نوع متقارن و ایستاست، زیرا یکی از مجریان (حیدری) در وسط تصویر قرار گرفته است و دو مجری دیگر در دو طرف او چنان استقرار یافته‌اند که تصویر به صورت قرینه در آمده است. از آنجا که این تصویر بیشتر از خطوط افقی و عمودی تشکیل شده، ترکیب‌بندی ایستا را پدید آورده است. در این نما، تقارن تصویر بر تعادل برنامه دلالت دارد. به‌علاوه، ایستایی ترکیب‌بندی نیز در همین جهت عمل می‌کند.

نمای دور در بخش خبری ساعت ۳۰:۲۲ شبکه ۲ چنین است (تصویر ۱۳).



تصویر ۱۳. نمای دور خبر ۳۰:۲۲ شبکه ۲

این نمای دور از پلاتو از زاویه ۹۰ درجه سمت راست گرفته شده است. ظاهراً علت اصلی زاویه و اندازه این نما گنجاندن هر دو مجری در تصویر است. با این همه، از آنجا که مجری سمت راست، مجری اصلی برنامه است، شاید بهتر می‌بود این مجری را در مرکز نما می‌دیدیم؛ یعنی جای دوربین به ۹۰ درجه سمت چپ و روبه‌روی مجری اصلی تغییر می‌یافت. به هر حال، این ترکیب‌بندی آغازین همواره و در شب‌های متوالی به همین صورت عرضه می‌شود. حتی هنگامی که مجری دوم در استودیو حضور ندارد (تصویر ۱۴)، در ترکیب‌بندی نمای معرف آغازین هیچ تغییری صورت نمی‌گیرد و عیناً به همین

صورت به کار می‌رود. (روی تصاویر این برنامه اغلب تصویر مجری ناشنویان نیز دیده می‌شود که بعداً در باره آن سخن خواهیم گفت).



تصویر ۱۴. نمای دور با یک مجری

ترکیب‌بندی این نمای معرف از نوع نامتقارن و ایستاست؛ زیرا موضوع در وسط تصویر قرار ندارد و دو طرف تصویر به صورت قرینه در نیامده است و دو طرف تصویر عناصر بصری یکسانی ندارد. از آنجا که تصویر بیشتر از خطوط افقی و عمودی تشکیل شده، ترکیب‌بندی ایستاست و پرسپکتیو مشابه دید معمولی چشم پدید آورده است. در اینجا نیز نامتقارنی تصویر و ایستایی ترکیب‌بندی حس آرامش، واقعی‌نمایی، و توجه را تشدید می‌کند.

تصویر ۱۵، نمای دور در گفتگوی ویژه خبری شبکه ۲ را نشان می‌دهد.



تصویر ۱۵. نمای دور در گفتگوی ویژه خبری

تصویر ۱۵ دورترین نما از استودیوی این برنامه است. این نما که فضای کلی استودیو را معرفی می‌کند، از زاویه حدود ۳۰ تا ۴۰ درجه سمت راست و رو به پایین گرفته شده است. در این تصویر، خط میانی درست روبه‌روی مجری قرار گرفته و با مثلث قرمز رنگ میان سکو مشخص شده است. قرار گرفتن دوربین در سمت راست با جهت نگارش زبان فارسی (از راست به چپ) همخوانی دارد و خوانش تصویر را برای بینندگان ایرانی آسان‌تر می‌سازد. این نکته، چنان‌که پیشتر نیز گفته شد، به ایجاد محیطی آشنا و متعارف یاری می‌رساند.

ترکیب‌بندی این نما به طور کلی از نوع نامتقارن و پویاست، ولی چیدمان عناصر ترکیب‌بندی چنان است که بیش از آنکه «تعادل» و «استواری» را القا کند، بر آشفتگی دلالت می‌نماید. این آشفتگی دلایل چندی دارد که در بخش‌های بعد به آنها اشاره خواهد شد. در مواردی که فقط یک میهمان در برنامه حضور دارد (تصویر ۱۶) نیز همین ترکیب‌بندی ارائه می‌شود و همین آشفتگی در آن به چشم می‌خورد.



تصویر ۱۶. نمای دور با یک میهمان در گفتگوی ویژه خبری

ترکیب‌بندی تصویر ۱۶ درست مانند ترکیب‌بندی تصویر ۱۵ است، با این تفاوت که در اینجا از صندلی میهمان دوم در سمت راست قاب خبری نیست. نبود یک عنصر از ترکیب‌بندی تصویر- صندلی دوم - و یکسانی قاب‌بندی این دو تصویر، این نکته را به ذهن

می‌آورد که ترکیب‌بندی و قاب‌بندی تصویر در این برنامه، بر پایه فرمولی از پیش تعیین شده است، نه متناسب با حضور و چیدمان عناصر درون تصویر؛ زیرا اگر ترکیب‌بندی بر پایه حضور و چیدمان عناصر می‌بود، با حذف میهمان دوم و صندلی، باید در قاب‌بندی و ترکیب‌بندی و حتی زاویه دوربین نیز تغییر حاصل می‌شد. به طور کلی، در تصویر ۱۶ نیز ترکیب‌بندی نامتقارن و آشفته است و همان نکاتی که در باره تصویر ۱۵ گفته شد، در اینجا نیز صدق می‌کند. به علاوه با حذف میهمان سمت راست و عناصر مربوط به آن، سمت چپ قاب سنگین شده و از حالت تعادل خارج گشته است.

در مواردی که به این ترکیب‌بندی، خطوط نوارهای اطلاع‌رسانی نیز افزوده می‌شود، این آشفته‌گی بصری فزونی می‌یابد. تصویر ۱۷ نمونه‌ای از این مورد است.



تصویر ۱۷. افزایش آشفته‌گی تصویر با افزودن نوارهای اطلاع‌رسانی

در تصویر بالا آشکار است که سه نوار اطلاع‌رسانی در پایین قاب، آشفته‌گی بصری ناشی از ترکیب‌بندی نامتقارن و نامتوازن را افزایش داده است. وجود چراغ‌ها و تلویزیون و دیگر عناصر در بالای قاب، هر چند به ارائه محیط استودیو کمک کرده‌اند، ولی در این ترکیب‌بندی به آشفته‌گی کلی چیدمان بصری دامن زده‌اند.

نمای دور در خبر شامگاهی شبکه خبر به این صورت است (تصویر ۱۸).



تصویر ۱۸. نمای دور در خبر شامگاهی شبکه خبر

تصویر ۱۸ دورترین نمایی است که چند ثانیه پیش از آغاز این بخش خبری ارائه می‌شود. این نما از پلاتوی خبر، برخلاف دو بخش خبری شبکه یک و شبکه دو، درست از روبه‌رو گرفته شده است. به طور کلی، همه نماهای این بخش خبری از روبه‌رو یا نزدیک به روبه‌روست و نمونه‌ای از تغییر جای دوربین به سمت راست یا چپ دیده نمی‌شود. در این بخش خبری نمونه‌ای از تغییر زاویه نما از طریق حرکت دوربین نیز دیده نمی‌شود. این نکته از تنوع بصری این بخش خبری می‌کاهد، ولی نوعی ویژگی به آن می‌دهد و موجب تمایز با بخش‌های خبری دیگر شبکه‌های داخلی می‌شود. با این همه، چون همین زاویه روبه‌رو (و با پس‌زمینه یکسان) و بدون تغییر در بیشتر بخش‌های خبری این شبکه دیده می‌شود، همان‌گونه که گفتیم، به یکنواختی بصری می‌انجامد. به هر حال، این ترکیب‌بندی آغازین همواره و در شب‌های متوالی به همین صورت عرضه می‌شود. در این تصویر نشان برنامه که در گوشه سمت چپ پایین قاب دیده می‌شود، موجب سنگینی سمت چپ تصویر شده است، ولی وجود نرده‌های سمت راست تعادل بیشتری را برقرار می‌سازد. حاشیه نرده‌های سمت راست و حاشیه‌های کرم و آبی، و وجود نوارهای اطلاع‌رسانی در پایین تصویر، سنگینی نشان برنامه در سمت چپ را متوازن ساخته و تصویری با تعادل بصری ایجاد کرده است.

در این بخش خبری، در شب‌های متوالی، مجریان و چیدمان استودیو تغییر می‌کند. به علاوه، نمای آغازین این برنامه گاهی نمای دور است و با حرکت دوربین به نمای دونفره می‌رسد و گاهی از همان آغاز به نمای دونفره برش می‌خورد. تصویر ۱۹ نمای دور دیگری از این برنامه را نشان می‌دهد. در اینجا آرم برنامه به حرکت رو به جلوی دوربین همگدازی

(دیزالو) می‌شود تا به نمای دونفره می‌رسد. این نمای دونفره حالت نمای متوسط دارد و در بیشتر طول برنامه به همین شکل باقی می‌ماند.



تصویر ۲۰. نمای دونفره و ثابت



تصویر ۱۹. نمای دور آغازین با همگلدازی آرم برنامه

نمای آغازین (تصویر ۱۹) با حرکت دوربین به جلو به تصویر ۲۰ می‌رسد و به صورت نمای دونفره در بیشتر طول برنامه ارائه می‌گردد و به تناوب به نمای نزدیک مجری‌ای که خبر را می‌خواند، برش می‌خورد.

برنامه ۴۵ دقیقه نیز در دو دکور تولید و پخش می‌شود که در اینجا برای سهولت کار دکور شماره ۱ و دکور شماره ۲ نامیده می‌شوند. در اینجا از تصاویر هر دو دکور استفاده خواهد شد.



تصویر ۲۲. نمای دور در دکور ۲ برنامه ۴۵ دقیقه



تصویر ۲۱. نمای دور در دکور ۱ برنامه ۴۵ دقیقه

دو تصویر بالا، نمای دور در دو دکور این برنامه است. این دو نما از اندکی سمت راست یا چپ گرفته شده است. به طور کلی، هرچند بسیاری از نماهای این برنامه با حرکت دوربین به چپ یا راست گرفته می‌شود و در نتیجه زاویه نما از طریق حرکت دوربین تغییر می‌کند، ولی اغلب نماها از روبه‌رو یا نزدیک به روبه‌روست.

با مشاهده تصاویر بالا آشکار است که ترکیب‌بندی تصویر ۲۱ متقارن و پویا و تصویر ۲۲ نامتقارن و پویاست. تقارن تصویر ۲۱ به این دلیل است که دو بخش سمت راست و سمت چپ تصویر تقریباً حالتی یکسان دارند. پویایی تصویر نیز به دلیل خطوط مورب و منحنی فراوانی است که ترکیب‌بندی تصویر را سازمان داده‌اند. در تصویر ۲۱ وجود ستون بزرگ در وسط قاب، تقارن آن را تشدید می‌کند. این ستون، تصویر را به دو قسمت تقریباً یکسان تقسیم کرده است. هرچند در تصویر ۲۲ ستون آبی‌رنگ وسط میز همین کارکرد را دارد، ولی تصویر به طور کلی نامتقارن است؛ زیرا دو نیمه آن عناصر یکسانی ندارند. تفاوت این دو تصویر به دلیل تفاوت در دکور است که در بخش‌های بعد به آن پرداخته خواهد شد. تقارن ترکیب‌بندی، پرسپکتیو نزدیک به دید معمولی چشم را پدید آورده است. پویایی ترکیب‌بندی در تصویر ۲۲ سرزندگی و شور و هیجان را به ذهن می‌آورد. به دیگر سخن، از ترکیب‌بندی تصویر چنین برمی‌آید که این برنامه با ایجاد آرامش و واقع‌نمایی قصد دارد گفتگوهای سرزنده و پرهیجان را عرضه کند.

تصویر ۲۳ نمای دور در دکور اصلی برنامه دو قدم مانده به صبح را نشان می‌دهد.



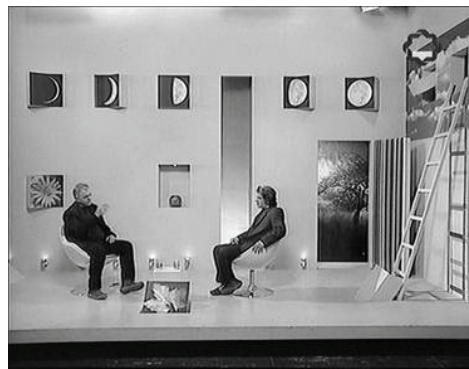
تصویر ۲۳. نمای دور برنامه «دو قدم مانده به صبح»

تصویر بالا نمایی دور است که یک سمت از فضای استودیو را نشان می‌دهد. از آنجا که در این برنامه، مجری و میهمانان در زاویه ۹۰ درجه نسبت به هم قرار دارند، این تصویر را می‌توان نمای روبه‌رو از مجری به حساب آورد. این نما، بیشترین اطلاعات بصری را از

این زاویه در اختیار بیننده قرار می‌دهد. یعنی علت اصلی زاویه و اندازه این نما گنجاندن مجری و کارشناس و میهمان، و بسیاری از عناصر صحنه، در تصویر است. محیط کلی برنامه با ارائه نماهای معرف از زوایای دیگر تکمیل می‌شود. دو تصویر ۲۴ و ۲۵ صحنه را از دو زاویه دیگر نشان می‌دهند.



تصویر ۲۵ . صحنه از زاویه مخالف



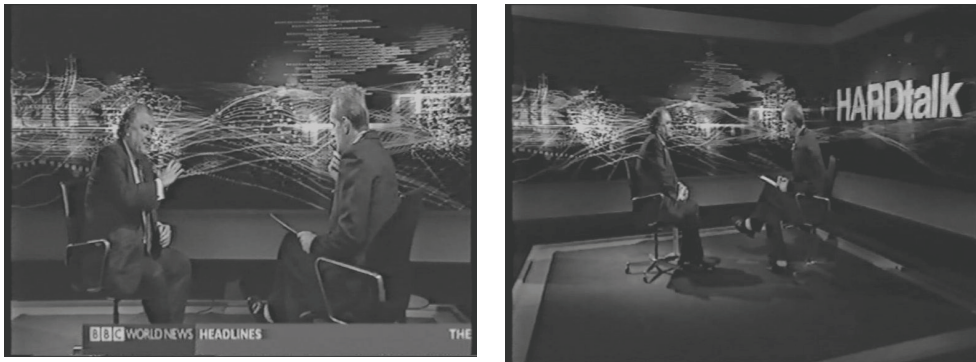
تصویر ۲۴ . صحنه از روبرو

از میان این سه تصویر فقط تصویر ۲۵ را می‌توان به زاویه دید مشخص نسبت داد و آن را تقریباً نمای نقطه دید مجری (صالح‌علاء) دانست. به هر حال، ترکیب‌بندی هر سه نمای بالا، از نوع نامتقارن و پویاست، زیرا موضوع در وسط تصویر قرار ندارد و دو طرف تصویر به صورت قرینه در نیامده‌اند و عناصر بصری یکسانی ندارد. هرچند این سه تصویر بیشتر از خطوط افقی و عمودی تشکیل شده‌اند، ولی ترکیب‌بندی پویاست، زیرا وجود خطوط و احجام مورب و منحنی در آنها مانع از ایستایی ترکیب‌بندی می‌شود. در این برنامه، عناصر صحنه که در ترکیب‌بندی تصویر نمود می‌یابند، پرشمارند، ولی این امر، بر خلاف شمار زیاد عناصر تصویر در برنامه گفتگویی ویژه خبری، به شلوغی ترکیب‌بندی تصویر منجر نشده‌اند. علاوه بر رنگ سفید دکور، گستردگی محیط استودیو نیز از دیگر عوامل مؤثر در این مورد است.

۲-۲. نمای کامل

نمای کامل (full shot) از نمای دور بسته‌تر و از نمای متوسط بازتر است. در این نوع نما، کل موضوع (مثلاً از سر تا پای انسان) دیده می‌شود. در ادامه، شماری از نماهای کامل در این برنامه‌ها بررسی می‌شود.

در گفتگوی بی‌پرده، نمای دور آغازین (تصویر ۱) با حرکت دوربین به سمت راست و جلو به نماهای زیر می‌رسد.



تصاویر ۲۶ و ۲۷. نمای دور به نمای کامل در گفتگوی بی‌پرده

نکته مهم این است که با حرکت تدریجی دوربین، ترکیب‌بندی تصویر از حالت متقارن و پویا به متقارن و ایستا میل می‌کند، ولی به طور صد درصد به آن نمی‌رسد. در نمای ۲۶ وجود خطوط مورب در تصویر، و در نمای ۲۷ خطوط پس‌زمینه و فاصله زیاد بالای سر از جمله عواملی است که همچنان پویایی ترکیب‌بندی را حفظ می‌کنند. به عبارت دیگر، بیشتر سخنانی که در باره تصویر ۱ گفته شد، در باره تصاویر بالا نیز صدق می‌کند. در برنامه زنده لری کینگ نیز نمای دور با حرکت دوربین به نمای کامل زیر می‌رسد.



تصویر ۲۸. نمای کامل در برنامه زنده لری کینگ

ترکیب‌بندی این نما نیز متقارن و پویاست. جایگیری نوشته روی تصویر در محدوده یک سوم پایینی قاب نیز توجه را به آن می‌کشد. در شبکه فرانس ۲۴ به دلیل چیدمان استودیو و دکور، بیشتر نماها دور یا متوسط و نزدیک است و نمای کامل کمتر به کار می‌رود. در شبکه ۱ سیما، نمای دور آغازین (تصویر ۱۲) با حرکت دوربین به نمای زیر می‌رسد و تمرکز تصویر از فضای کلی پلاتو در این نما به سه مجری برنامه در تصویر ۲۹ تغییر می‌یابد.



تصویر ۲۹. نمای کامل در بخش خبری شبکه ۱

در اینجا نیز ترکیب‌بندی، متقارن و ایستاست و همان نکاتی که در باره نمای ۱۲ گفته شد، در این مورد نیز صدق می‌کند. به‌علاوه برخی از جزئیات، توجه را به خود می‌کشد که در جهت تضعیف کلی برنامه عمل می‌کنند، مانند لیوان سفید یک بار مصرف مقابل مجری زن و رنگ‌شدگی سمت راست پایین میز مجریان. یکنواختی عناصر بصری در این نما خود را آشکارا به رخ می‌کشد. عناصر حجمی اصلی این ترکیب‌بندی عبارتند از: مستطیل و مربع و شکل استوانه‌ای بدن مجریان. یکنواختی عناصر بصری، این نما را به چهار سطح تقسیم کرده است که جز سطح خاکی رنگ پایین، سه سطح دیگر همه در مایه آبی است. استفاده از تصویر ابر در سطح بالایی نما، هرچند موجب آرامش و دلپذیری است، ولی از آنجا که این ابرها با کره زمین که در سطح پایین تر می‌بینیم، فاصله زیادی دارند، واقع‌نمایی را بر هم می‌زنند.

گفتیم که در نمای دور از برنامه گفتگوی ویژه خبری (تصاویر ۱۵ تا ۱۷) ترکیب‌بندی دچار آشفتگی بصری است. همین آشفتگی و شلوغی استودیو را در نماهای نزدیک‌تر نیز

می‌توان دید. در تصویر ۳۰ نیز فراوانی خطوط مورب و عمودی ناشی از سه میز کوچک جلوی مجری و میهمانان و میز مدور پایه‌کوتاه میان این سه و خطوط ناشی از پایه‌ها و پشتی‌ها و دسته‌های صندلی‌های چرخان و خطوط مورب تورفتگی‌های هرم‌مانند سکوی وسط، بعلاوه خطوط محیطی صفحات بزرگ تلویزیونی و پس‌زمینه، همگی به آشفتگی چیدمان بصری دامن زده‌اند.



تصویر ۳۰. آشفتگی بصری در نمای کامل گفتگوی ویژه خبری

آشکار است که در اینجا هیچ عنصر حجمی اصلی به چشم نمی‌خورد و در مقابل توده‌ای بی‌شکل دیده می‌شود که در قالب شکل‌های هندسی شناخته شده نمی‌گنجد. در بخش خبری شامگاهی شبکه خبر نیز نماها بیشتر از نوع دور یا متوسط و نزدیک است و نمای کامل کمتر دیده می‌شود. از این نظر، میان این برنامه و برنامه‌های خبری و گفتگومحور فرانس ۲۴ همانندی وجود دارد. در دو قدم مانده به صبح، نماهای کامل شامل نماهای دونفره از مجری و میهمان و کارشناس است. (تصاویر ۳۱ و ۳۲)



تصاویر ۳۱ و ۳۲. نماهای کامل در دو قدم مانده به صبح

ترکیب‌بندی این نماهای دونفره معمولاً متعادل و متقارن است و وجود عناصر دکور در پس‌زمینه به پویایی آن یاری رسانده است. همان‌گونه که در دو تصویر بالا آشکار است، وجود اشکال هندسی - مانند مستطیل در مکعب و مربع - از امتیازهای این ترکیب‌بندی به شمار می‌آید.

۲ - ۳. نمای متوسط

نمای متوسط (medium shot) از نمای نزدیک بازتر است و معمولاً از سر تا کمر موضوع را نشان می‌دهد. نمای متوسط اغلب به صورت دونفره یا تک‌نفره ارائه می‌شود.



تصویر ۳۳. نمای متوسط در بی‌بی‌سی ورلد

نمای بالا (تصویر ۳۳) هنگام پخش اخبار ورزشی ارائه شده است. زاویه و جای دوربین نسبت به نمای دور تغییر کرده و مجریان در سمت راست قاب قرار گرفته‌اند. یکی از دلایل این تغییر، سهولت در تغییر لحن برنامه از اخبار سیاسی به اخبار ورزشی است. این یکی از روش‌های مرسوم برای تغییر لحن اخبار به شمار می‌رود. دلیل دوم، تغییر توجه دوربین (و بیننده) از مجری زن (مجری اخبار سیاسی) به مجری مرد (مجری اخبار ورزشی) است. هر دو دلیل بالا منطقی می‌نمایند؛ زیرا تغییر نرم و سهل را هم در لحن و هم در نقطه توجه فراهم می‌آورند. در این مورد نیز ترکیب‌بندی نامتقارن و ایستاست. نامتقارنی تصویر از آن روست که نما به دو نیمه مساوی و مشابه تقسیم نشده است؛ دو مجری در سمت راست قاب قرار گرفته‌اند و پلاسمای «ورزش» در سمت چپ است. با این همه، تصویر از نظر چیدمان عناصر تصویری، متعادل است و هیچ‌یک از طرفین قاب سنگین‌تر از طرف دیگر به نظر نمی‌رسد. همین عوامل تعادل‌آفرین را در نمای نزدیک‌تر از مجری (تصویر ۳۴) نیز می‌بینیم که نمای متوسط به شمار می‌آید. این تصویر ترکیب‌بندی

متقارن و ایستا دارد و این بیشتر به دلیل توجه به مجری و عناوین خبری مهمی است که ارائه می‌شود (خشونت و کشتار در عراق).



تصویر ۳۴ . نمای متوسط یک‌نفره

همان‌گونه که آشکار است در این نمای متوسط نیز عنصر حجمی اصلی اشکال مستطیل شکل افقی و عمودی است و شکل استوانه‌ای بدن مجری درست در مرکز قاب قرار گرفته است. همه این عوامل به همان تعادل تصویر یاری می‌رساند. تصویر ۳۵، نمای متوسط دونفره در بخش خبری سی‌ان‌ان است.



تصویر ۳۵ . نمای متوسط دونفره در سی‌ان‌ان

این نمای دو نفره (تصویر ۳۵) از پلاتوی خبر درست از روبه‌رو گرفته شده است. ترکیب‌بندی این نما از نوع متقارن و ایستاست. تقارن تصویر بر آسودگی دو مجری در اجرا تأکید دارد. به‌علاوه، ایستایی ترکیب‌بندی نیز همچون بسیاری از نماهای خبری، در همین جهت عمل می‌کند و حس آرامش، واقعی‌نمایی، و توجه را شدت می‌بخشد.



تصویر ۳۶ . نمای دور متوسط در ان‌بی‌سی

تصویر بالا، نمای دور متوسط در ان‌بی‌سی است. در اینجا زاویه و جای دوربین نسبت به تصویر ۴ تغییر کرده و نما بسته‌تر است. در این مورد نیز ترکیب‌بندی متقارن و ایستاست و همان نکاتی که در باره تصویر ۴ گفته شد، در این مورد نیز صدق می‌کند. با این همه، تصویر از نظر چیدمان عناصر تصویری، متعادل است و هیچ‌یک از طرفین قاب سنگین‌تر از طرف دیگر به نظر نمی‌رسد.



تصویر ۳۷ . نمای متوسط در ان‌بی‌سی

تصویر ۳۷ در بیشتر مدت برنامه ارائه می‌شود. در این گونه نماهای متوسط، توجه بیننده به عناصر غیر کلامی (بویژه در حالات چهره و بدن مجری) بیشتر می‌شود، زیرا این نوع اندازه نما فرصتی برای مجری فراهم می‌آورد تا از حرکت بدن و دست‌ها استفاده بیانی بیشتری ببرد.

در برنامه‌های خبری و گفتگومحور شبکه فرانس ۲۴ نماهای تک‌نفره مجری و میهمان به صورت نمای متوسط یا متوسط نزدیک است. این نماها اغلب از زاویه همتراز چشم و با ترکیب‌بندی متعادل ارائه می‌شوند. نمونه‌هایی از این نماها در زیر نشان داده شده است.



تصاویر ۲۸، ۳۹، ۴۰. ترکیب‌بندی متعادل و زاویه همتراز چشم در نماهای تک‌نفره مجریان فرانس ۲۴

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، همه این نماها از روبه‌رو گرفته شده‌اند و مجریان به طور مستقیم خطاب به بینندگان سخن می‌گویند. همه این تصاویر از نظر چیدمان عناصر تصویری، متعادلند و هیچ‌یک از طرفین قاب سنگین‌تر از طرف دیگر به نظر نمی‌رسد. در نتیجه، تعادل تصویر به رسمیت و «تعادل» دیدگاه‌های برنامه‌یاری می‌رساند. در پس‌زمینه نماهای استودیوی ۱، تصویر اتاق‌خبر - شامل ردیف‌های عمودی چراغ‌ها و مانیتورها - دیده می‌شود. این پس‌زمینه، نوعی ضرباهنگ درونی به تصویر بخشیده و آن را از یکنواختی و خسته‌کنندگی بیرون آورده است. مورد دیگری از کاربرد نمای متوسط یا دور متوسط در نماهای دونفره است. این نوع نماها که فقط در استودیو ۲ ارائه می‌گردد و در استودیو ۱ موردی از آنها یافت نمی‌شود نیز ترکیب‌بندی متعادل دارند.



تصویر ۴۱. نمای دونفره متوسط در فرانس ۲۴

ترکیب‌بندی این نمای دونفره (تصویر ۴۱) که از روبه‌رو گرفته شده، متقارن و ایستاست: دو طرف تصویر به صورت قرینه است. در این نما، ایستایی ترکیب‌بندی و تقارن تصویر (بعلاوه پس‌زمینه آبی) بر گفتگویی آرام و فارغ از تنش تأکید دارد و حس آرامش، واقعی‌نمایی، و توجه را تشدید می‌کند.

نماهای متوسط از مجری در خبر ساعت ۲۱ شبکه یک اغلب ترکیب‌بندی نامتقارن و ایستا دارند و این بیشتر توجه ما را به مجری و عناوین خبری جلب می‌کند (تصویر ۴۲).



تصویر ۴۲. نمای متوسط مجری در خبر شبکه ۱

در تصویر بالا، مجری اندکی در سمت چپ قرار گرفته است. همین ترکیب‌بندی و همین اندازه نما در مورد هر سه مجری یکسان به کار می‌رود و با تغییر نما، ترکیب‌بندی عیناً تکرار می‌شود.



تصاویر ۴۳، ۴۴، ۴۵. تکرار الگوی ترکیب‌بندی در نماهای متوسط مجریان خبر شبکه ۱

آشکار است که ترکیب‌بندی نماهای نزدیک مجریان، الگویی یکسان و تکراری دارد. این امر هرچند نوعی ویژگی تصویری معین را به این بخش خبری می‌بخشد، ولی یکنواختی را نیز می‌افزاید، زیرا «توازن قرینه برای چشم انسان ترکیبی خسته کننده و یکنواخت است» (میلرسون ۱۳۸۱: ۱۶۲). به علاوه، به تغییر مکان میکروفون در نماهای بالا دقت کنید. درست است که در اینجا سه میکروفون روی میز قرار دارد (هر مجری یک میکروفون) و میکروفونی که در تصویر ۴۳ می‌بینیم، همان میکروفون تصاویر دیگر نیست، ولی در برنامه‌های تلویزیونی معمولاً از این نوع تغییرات پرهیز می‌شود.

در خبر شبکه ۲، نمای معرف اولیه، به نمای متوسط مجری اصلی برش می‌خورد و نمای دو نفره نزدیک‌تری از دو مجری ارائه نمی‌شود. تغییر از اخبار سیاسی و اجتماعی به اخبار ورزشی نیز با برش مستقیم به مجری این بخش خبری صورت می‌گیرد. تصویر زیر نمای متوسط مجری را نشان می‌دهد که در تمام طول برنامه به همین صورت و بدون تغییر در اندازه یا زاویه نما ارائه می‌شود.



تصویر ۴۶. نمای متوسط مجری مرد در خبر شبکه ۲

در نمای بالا (تصویر ۴۶) زاویه و جای دوربین نسبت به تصویر ۱۳ تغییر کرده است و با این تغییر ۹۰ درجه‌ای در جای دوربین، مجری اصلی را از روبه‌رو می‌بینیم. حضور مجری ناشنویان موجب شده است که در اغلب نماهای این برنامه نه یک مجری بلکه دو مجری (در نماهای متوسط) یا سه مجری (در نمای معرف) را ببینیم. حضور این مجری که تصویر وی همیشه به یک اندازه و در یک جا (سمت چپ پایین قاب) دیده می‌شود، خود به عنصری تعادل‌آفرین در ترکیب‌بندی کلی نما تبدیل می‌شود.



تصویر ۴۷. نمای متوسط مجری زن در خبر شبکه ۲

تصویر ۴۷ نیز نمایی از مجری زن برنامه است. در اینجا نیز همان عناصر تصویر ۴۶ وجود دارند؛ با این تفاوت که تصویر ۴۷ اندکی بازتر است. (گل‌های روی میز در نمای ۴۶ جزء عناصر ثابت برنامه نیست و مربوط به تقارن آن روز (۸۶/۳/۱) با تولد حضرت زینب (س) و روز پرستار است). این تصویر از نظر توزیع عناصر حجمی، نامتعادل به نظر می‌رسد، ولی وجود رنگ‌های تند قرمز و زرد در سمت چپ، این تعادل را در سطح کلی برقرار می‌سازد.

تصاویر ۴۶ و ۴۷ درشت‌ترین نماهای این بخش خبری هستند که در بیشتر مدت برنامه ارائه می‌شوند و همان‌گونه که گفتیم، هدف اصلی آنها کشاندن توجه بیننده به محتوای خبر است. به‌علاوه، در این نماهای متوسط، توجه بیننده به عناصر غیر کلامی (بویژه در حالات چهره و بدن مجری) بیشتر می‌شود که در جای خود به آنها خواهیم پرداخت.

نمای مجری اخبار ورزشی نیز اغلب به صورتی یکسان و با اندازه‌ی دور متوسط ارائه می‌شود.



تصویر ۴۸. نمای متوسط دور از مجری اخبار ورزشی

در این نما، اندازه‌ی بزرگ‌تر مجری مرد و کوچک‌ی دسته گل در سمت راست، در تعادل و تقارن با اندازه‌ی کوچک‌تر مجری ناشنویان و حجم بزرگ‌تر کره زمین در سمت چپ قرار دارد.

در گفتگوی ویژه خبری، نماهای متوسط مجری و میهمان، گاهی ترکیب‌بندی متعادل و متوازن دارند، مانند تصویر زیر (تصویر ۴۹).



تصویر ۴۹. ترکیب‌بندی متعادل در نمای متوسط مجری

دلیل اصلی تعادل و توازن ترکیب‌بندی نمای بالا، نبود عناصر دکور و پس‌زمینه است. پس‌زمینه خنثی و سیاه این امکان را فراهم آورده است تا تصویری متعادل ایجاد شود و توجه بیننده کاملاً به کنش و واکنش مجری معطوف باشد. رعایت فاصله مناسب سر تا خط بالای قاب (head room) و رعایت فاصله مناسب در طرفین قاب، از دیگر عواملی است که به تعادل این تصویر کمک کرده است.

با این حال، گاهی که عناصر پس‌زمینه و دکور در نماهای متوسط حضور ندارند، باز هم نامتعادل به نظر می‌رسند. در زیر نمونه‌ای از این‌مورد نشان داده شده است (تصویر ۵۰).



تصویر ۵۰. ترکیب‌بندی نامتعادل در نمای متوسط مجری

در تصویر بالا، نایکسانی در فاصله طرفین بدن مجری در قاب و خم شدن بدن وی به سمت چپ و قاب سفید رنگ نام برنامه، دو عامل اصلی در برهم زدن تعادل است. بیشترین شمار نماها در شبکه خبر را نماهای متوسط مجری تشکیل می‌دهد.



تصویر ۵۱. نمای متوسط مجری مرد شبکه خبر

ترکیب‌بندی تصویر ۵۱ متقارن و ایستا است؛ زیرا دو طرف تصویر به صورت قرینه است و عناصر بصری تقریباً یکسانی در هر دو طرف وجود دارد. این تصویر (جز خط مورب پس‌زمینه) بیشتر از خطوط افقی و عمودی تشکیل شده و به همین دلیل ترکیب‌بندی ایستا است و پرسپکتیو مشابه دید معمولی چشم پدید آورده است. تصویر ۵۲، نمای متوسط مجری را در برنامه ۴۵ دقیقه نشان می‌دهد.



تصویر ۵۲. نمای متوسط از مجری برنامه ۴۵ دقیقه

این تصویر متوسط از مجری در طول برنامه بارها به کار می‌رود. ترکیب‌بندی این تصویر نیز نامتقارن و پویاست. زیرا دو طرف تصویر به صورت قرینه نیست و عناصر بصری به نسبت یکسانی در دو طرف وجود ندارد. این به دلیل عناصر دکور و پس‌زمینه است که در ترکیب‌بندی تصویر نمود یافته و حتی بر آن مسلط‌اند. وجود خطوط رنگی در پس‌زمینه تصویر این وضعیت را شدت می‌بخشد. نماهای متوسط تک‌نفره میهمان داخل استودیو، اغلب از روبه‌روست، ولی باز هم به دلیل چیدمان مجری و میهمان، روی میهمان

همیشه به سمت مجری یا به سمت صفحه بزرگ تلویزیونی در سمت چپ استودیوست و (جز در ارتباط با میهمانان خارج از استودیو). کمتر نمایی ارائه می‌شود که روی میهمان درست به سمت دوربین باشد.



تصویر ۵۳. نمای متوسط از میهمان در برنامه ۴۵ دقیقه

در نماهای متوسط از میهمان، ایستایی تصویر افزایش می‌یابد. این نکته با مقایسه تصاویر ۵۲ و ۵۳ کاملاً آشکار است. در تصویر ۵۳ سلطه خطوط افقی به ایستایی تصویر منجر شده است. حذف محدوده وسیعی از خطوط مورب پس‌زمینه، نقش مهمی در این ایستایی دارد. در هر دو دکور برنامه ۴۵ دقیقه، چیدمان و فاصله مجری و میهمان چنان است که امکان ارائه نمای دوفرۀ متوسط از روبه‌رو را فراهم نمی‌آورد. این از جمله ضعف‌های این برنامه است که در بحث از دکور، درباره آن بحث خواهد شد. در دو قدم مانده به صبح، شمار نماهای متوسط از مجری و کارشناس و میهمان فراوان است.



تصویر ۵۴. نمای متوسط در دو قدم مانده به صبح

تصویر بالا (تصویر ۵۴) از نظر ترکیب‌بندی، متعادل، نامتقارن و پویاست. و علاوه بر القای حس آرامش، بر سرزندگی و تحرک برنامه نیز دلالت دارد. آنچه این تعادل کلی را کمرنگ می‌سازد، خواندن مجری از روی نوشته است که باعث شده سر وی رو به پایین و به دور از نگاه دوربین و بیننده قرار بگیرد. این حالت، در اغلب مواردی که صالح‌علاء متنی را از روی نوشته می‌خواند، رخ می‌دهد.

۲-۴. نمای نزدیک

نمای نزدیک (close shot) معمولاً از سینه به بالای مجری یا میهمان را دربرمی‌گیرد، و هنگامی که از گردن به بالا باشد نمای خیلی نزدیک یا نمای درشت (close-up) نامیده می‌شود. به دلیل کوچکی صفحه تلویزیون در مقایسه با پرده سینما، نمای نزدیک از جمله نماهایی است که در تلویزیون کاربرد گسترده دارد و از ارکان اساسی زیبایی‌شناسی این رسانه به شمار می‌آید. با این حال، از آنجا که شمار نماهای خیلی درشت (extreme close-up) از مجری یا میهمان در برنامه‌های خبری و گفتگومحور تصویر بسیار اندک است، در اینجا انواع نماهای متوسط نزدیک، نزدیک و درشت زیر عنوان کلی نماهای نزدیک بررسی می‌شود.

تصویر ۵۵ نزدیک‌ترین نمای بخش خبری بی‌بی‌سی ورلد است که در بیشتر مدت برنامه ارائه می‌شود و هدف اصلی آن کشاندن توجه بیننده به محتوای خبر است که از جمله کارکردهای بنیادین نمای درشت یا نزدیک در برنامه‌های خبری تلویزیون است. در این گونه نماهای نزدیک، توجه بیننده به عناصر غیر کلامی (بویژه در حالات چهره و بدن مجری) افزایش می‌یابد که در جای خود به آنها خواهیم پرداخت.



تصویر ۵۵. نمای نزدیک مجری در بی‌بی‌سی ورلد

به تغییر مکانِ مستطیل سفید رنگ در پس‌زمینه از تصویر ۳۴ به تصویر ۵۵ دقت کنید که با تغییر جای دوربین و چرخش مجری به سمت این دوربین حاصل شده است. همچنین به نقش این مستطیل سفید رنگ در ترکیب‌بندی کلی این دو تصویر توجه نمایید. اگر (با جابه‌جایی دوربین) این مستطیل از تصویر ۵۵ حذف شود، پس‌زمینه را بیشتر رنگ‌مایه تیره تشکیل خواهد داد که علاوه بر حذف خطوط محیطی بدن مجری و کاهش پرسپکتیو، تصویری کاملاً متقارن و یکنواخت و خسته‌کننده پدید خواهد آورد. آنچه در این تصویر ایجاد تعادل می‌کند، علاوه بر تقارن خود تصویر، توازن این مستطیل سفید سمت راست با سیاهی سمت چپ است.^۱

در بخش‌های بالا، به شماری از عناصر تعادل‌آفرین در ترکیب‌بندی تصاویر برنامه گفتگوی بی‌پرده اشاره شد. همین عوامل تعادل‌آفرین در دو نمای نزدیک‌تر از مجری و میهمان (تصویر ۵۶ و ۵۷) نیز دیده می‌شود که نمای متوسط نزدیک به شمار می‌آیند. هر دو تصویر زیر ترکیب‌بندی متقارن و پویا دارند و این برای جلب توجه بیننده به سخنان و واکنش‌های مجری و میهمان است.



تصاویر ۵۶، ۵۷. ترکیب‌بندی متعادل نماهای نزدیک مجری و میهمان در گفتگوی بی‌پرده

همان‌گونه که دیده می‌شود، در این نماها نیز شکل‌های منحنی و مستطیلی افقی و عمودی در پس‌زمینه تسلط دارند. پویایی ترکیب‌بندی ناشی از تحرکی است که همین خطوط رنگی و مورب و منحنی به تصویر می‌دهند. تصویر ۵۸، درشت‌ترین نمای مجری است که در نیمه دوم برنامه ارائه می‌شود و هدف اصلی آن حفظ توجه بیننده است. در نیمه نخست برنامه که توجه بیننده پابرجاست، از نماهای بازتر استفاده شده است و هر چه بحث اوج می‌گیرد و زمان سپری می‌شود، اندازه نماها نیز اندکی بسته‌تر می‌شود.

۱. البته می‌دانیم که در تولید تصویر تلویزیونی، برای ایجاد کنتراست، کاربرد رنگ‌های تیره در حد استاندارد فنی الزامی است.



تصویر ۵۸. نمای درشت مجری در برنامه گفتگوی بی‌پرده

به خطوط مورب سفید رنگ در پس‌زمینه و نقش آنها در ترکیب‌بندی کلی تصویر ۵۸ دقت کنید. اگر (با جابه‌جایی دوربین) این خطوط حذف شوند، پس‌زمینه را بیشتر رنگ‌مایه تیره تشکیل خواهد داد که علاوه بر حذف خطوط محیطی بدن مجری و کاهش پرسپکتیو، تصویری کاملاً متقارن و یکنواخت و خسته‌کننده پدید خواهد آورد. ناحیه قرمز رنگ سمت راست بالای تصویر و ناحیه قرمز رنگ سمت چپ پایین آن نیز در توازن این نما مؤثر است.

در برنامه زنده لری کینگ نیز شمار نماهای متوسط، متوسط نزدیک، و نزدیک زیاد است. نماهای نزدیک از میهمانان جملگی ترکیب‌بندی متقارن و پویا دارند. پویایی ترکیب‌بندی ناشی از فراوانی نقاط رنگی در پس‌زمینه است که شکل‌های گوناگونی را پدید می‌آورند.



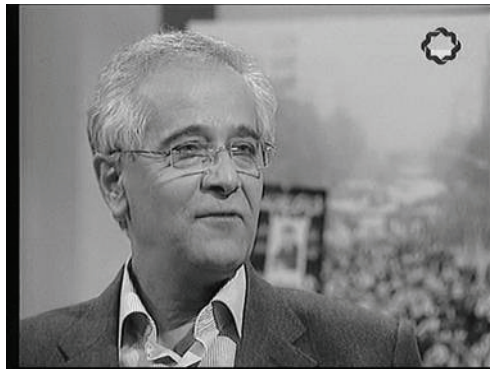
تصاویر ۵۹، ۶۰، ۶۱. ترکیب‌بندی متعادل در نماهای نزدیک یک‌نفره در برنامه زنده لری کینگ

در شبکه‌های داخلی، شمار نماهای نزدیک و درشت اندک است و بیشتر نماهای متوسط به کار می‌رود. بیشترین موارد استفاده از نماهای نزدیک و درشت در دو برنامه گفتگوی ویژه خبری و دو قدم مانده به صبح دیده می‌شود.



تصویر ۶۲. نمای نزدیک/درشت در گفتگوی ویژه خبری

تصویر بالا (تصویر ۶۲) درشت‌ترین نمایی است که در گفتگوی ویژه خبری ارائه می‌شود. همان‌گونه که دیده می‌شود، این تصویر به تک‌چهره (پرتره) شبیه است و تأکید فراوانی بر حالت‌های بیانی (expressive) چهره مجری دارد. شاید به همین دلایل است که در برنامه‌های تلویزیونی معمولاً از چنین نماهایی پرهیز می‌شود. نمای نزدیک در برنامه دو قدم مانده به صبح بازتر و فاقد تأکیدهای نمای درشت در گفتگوی ویژه خبری است.



تصویر ۶۳. ترکیب‌بندی متعادل در نمای نزدیک

در تصویر بالا (تصویر ۶۳)، حفظ فاصله نگاه در سمت چپ و راست قاب به تعادل تصویر یاری رسانده است. رعایت فاصله بالای سر، رعایت خط دید، و نگاه کردن میهمان و کارشناس به هم از دیگر عوامل تعادل‌آفرین در این تصویر است.

۲-۵. نقاط طلایی

نقطه یا نقاط طلایی، ناشی از ایجاد فواصل یک‌سوم در چهار سوی تصویر است. شاید چنین تصور شود که این قاعده کهن، در قلمرو زیبایی‌شناسی کلاسیک قرار دارد و در رسانه‌های مدرنی همچون تلویزیون نیازی به آن نیست. با این حال، بررسی تصاویر برنامه‌های پلاتویی تلویزیونی نشان می‌دهد که این اصل، همچنان یکی از ارکان زیبایی‌شناسی این تصاویر است. کارکرد اصلی رعایت نقاط طلایی، تعیین نقطه‌های توجه برای بیننده و ایجاد تعادل در تصویر است. نگاهی گذرا به تصاویری که در بخش‌های ۱-۲ تا ۴-۲ ارائه شده‌اند، نشان می‌دهد که در اغلب این تصاویر نقاط طلایی رعایت شده است.

برای نمونه، در تصویر ۲۷ از گفتگوی بی‌پرده، «نقاط طلایی» در مورد جایگیری سر مجری و میهمان رعایت شده است. دلیل اصلی این ترکیب‌بندی جلب توجه تماشاگر به سخنان مجری و واکنش کلامی میهمان است.

در تصویر ۲ مربوط به شبکه سی‌ان‌ان نیز «نقاط طلایی» رعایت شده است. سر دو مجری در یک سوم بالایی قاب قرار دارد و به علاوه، سمت چپ بدن مجری سمت راست و سمت راست بدن مجری سمت چپ در یک سوم و دو سوم عمودی تصویر واقع شده‌اند. این امر، نقاط اصلی توجه را برای بیننده تعیین می‌کنند که در اینجا عبارتند از: دو مجری زن و مرد و محیط کلی استودیو. رعایت «نقاط طلایی» در تصویر ۳۵ نیز که نمای متوسط دوفره‌ای را از همین شبکه نشان می‌دهد، دیده می‌شود: هم مجری سمت چپ تصویر و هم مجری سمت راست تقریباً در نقاط یک سوم تصویر قرار گرفته‌اند.

در تصویر ۲۸ از برنامه زنده لری کینگ، حجم بدن مجری و میهمان نخستین چیزی است که جلب نظر می‌کند. سپس خطوط منحنی میز و نوشته زیر تصویر به چشم می‌آید. در این نما نیز «نقاط طلایی» تقریباً رعایت شده است، به این ترتیب که سر مجری و میهمان در یک سوم بالایی قاب قرار دارند و به علاوه، بدن مجری و میهمان نیز تقریباً در یک سوم و دو سوم عمودی تصویر قرار گرفته‌اند. خط مورب میز و سه لایه گرافیکی سطح و باریکه سیاه و رویه آبی آن نیز یک سوم پایینی تصویر را مشخص می‌کنند. در نتیجه، نقاط اصلی توجه برای بیننده رقم می‌خورد: مجری و میهمان و محیط کلی استودیو.

در همه تصاویر شبکه فرانس ۲۴ «نقاط طلایی» رعایت شده است. سر مجری و میهمانان در یک سوم بالایی قاب و عناصر حجمی مانند میز مستطیلی یا مدور در یک سوم پایین قاب قرار دارد. در نماهای دو یا چند نفره نیز جایگیری مجری و میهمانان تقریباً در نقاط یک سوم تصویر است. رعایت «نقاط طلایی» در تصویر ۴۱ کاملاً آشکار است، و توجه را به مهم‌ترین نقاط تصویر می‌کشاند که عبارتند از: حالت چهره دو میهمان، حالت گویای دست‌ها، و میکروفون‌های روی میز. این نقاط در تصویر زیر بهتر نشان داده شده است.



تصویر ۶۴. کانون‌های توجه ناشی از نقاط طلایی

در شبکه‌های داخلی گاهی نقاط طلایی رعایت نشده است. برای نمونه در تصویر ۲۹ از شبکه ۱، «نقاط طلایی» فقط در مورد دو مجری سمت راست و چپ رعایت شده که در یک سوم سمت راست و یک سوم سمت چپ قرار گرفته‌اند. اگر سه مجری حاضر در نما را یک سطح گرافیکی در نظر بگیریم، درست در میانه قاب قرار دارند که از قاعده «نقاط طلایی» به دور است.

در تصویر ۱۳ از شبکه ۲ نیز «نقاط طلایی» چندان رعایت نشده است. فضای سمت راست مجری اصلی کمتر و فضای سمت چپ مجری ورزشی بیشتر است. اما به طور کلی این ترکیب‌بندی، نقاط اصلی توجه را برای بیننده تعیین می‌کند که در اینجا عبارتند از: دو مجری که در قاب می‌بینیم، هر چند بر خلاف قاعده، تاکید روی مجری روبه‌رو است که در طول برنامه متوجه می‌شویم مجری اصلی نیست و فقط اخبار ورزشی را ارائه می‌دهد. تصویر ۱۴ از همین شبکه که فقط یک مجری را نشان می‌دهد، فاقد توازن و تعادل به نظر

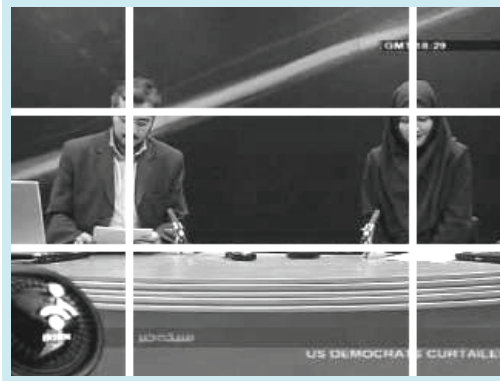
می‌رسد، بویژه برای بیننده‌ای که با این نمای معرف آشنا باشد و انتظار داشته باشد که هر دو مجری را در قاب ببیند. جای خالی مجری روبرو در تصویر ۱۴ آشکارا توازن را به هم زده و سمت راست قاب بسیار سنگین‌تر از سمت چپ شده است. ارائه این نما از نظر زیبایی‌شناختی و معنایی برای بیننده بدون توجه می‌ماند.

همان‌گونه که پیشتر گفته شد، در تصویر ۱۵ از گفتگوی ویژه خبری به این دلیل که عناصر گوناگونی توجه بیننده را به خود می‌کشاند، «نقاط طلایی» نادیده گرفته شده است. برخی از این عناصر عبارتند از: ستون‌های رنگ آبی و قرمز در سمت راست، تلویزیون و چراغ‌های نزدیک به سقف در بالای تصویر، پایه‌های چرخدار صندلی‌ها بر روی سکوی وسط، پیدایی بخشی از دوربین فیلمبرداری در سمت راست، سیم‌ها و کابل‌های روی سکو و کف استودیو، درخشندگی زوایای سکو و ایجاد شکلی از ستاره.



تصویر ۱۵. نبود نقاط طلایی در نمای معرف گفتگوی ویژه خبری

در مقابل، یکی از بهترین موارد رعایت نقاط طلایی در شبکه‌های داخلی در شبکه خبر دیده می‌شود. برای نمونه، در تصویر ۲۰ نقاط طلایی کاملاً رعایت شده است. چهار نقطه اصلی توجه - چهره دو مجری و برگه‌های کاغذ - در نقاط یک سوم بالا و پایین و طرفین تصویر قرار گرفته‌اند. این نوع تقسیم‌بندی سطح نما، نقاط اصلی توجه را برای بیننده تعیین می‌کند که در اینجا عبارتند از: دو مجری و آنچه به آن توجه دارند - یعنی برگه‌های خبر.



تصویر ۶۵. رعایت نقاط طلایی در شبکه خبر

در بیشتر نماهای برنامه ۴۵ دقیقه نیز نقاط طلایی رعایت شده است، بویژه نقاط اصلی توجه - چهره مجری و میهمان - در نقاط یک سوم بالا و پایین و طرفین تصویر قرار گرفته‌اند. از جمله نگاه کنید به تصاویر ۲۱ و ۲۲.

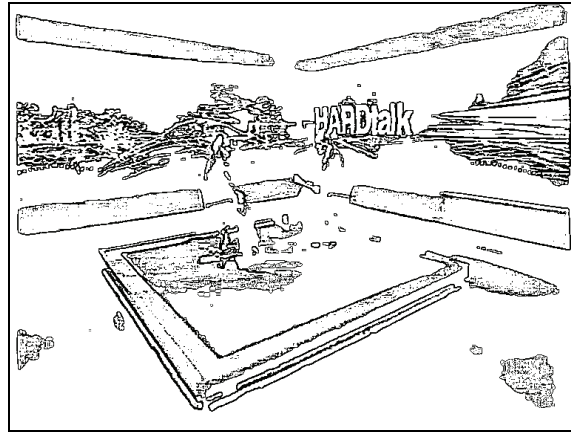
رعایت نقاط طلایی در دو قدم مانده به صبح نیز دیده می‌شود. برای نمونه، در تصویر ۲۳ که کانون توجه نما - یعنی میهمان برنامه - هم از سمت راست و هم از بالای تصویر در فاصله یک‌سوم قرار دارد.

۲-۶. عناصر حجمی

در برنامه‌های پلاتویی تلویزیونی تلاش می‌شود که حجم‌های مسلط در ترکیب‌بندی شامل احجام شناخته‌شده هندسی باشد؛ مانند مستطیل، دایره، استوانه، مکعب و هرم. دلیل این کار این است که شکل‌های هندسی دلالت‌های معنایی آشکار و تثبیت‌شده‌ای دارند. این دلالت‌های معنایی در جهت تقویت معانی و حالت برنامه یا صحنه عمل می‌کنند. به‌علاوه، چیدمان مناسب احجام هندسی به تعادل و توازن ترکیب‌بندی یاری می‌رساند. همان‌گونه که گفته شد، تأکید بر تعادل تصویر در برنامه‌های خبری و گفتگو محور تلویزیونی، برای افزایش توهم «واقعیت‌نمایی» این رسانه است؛ زیرا تعادل تصویر، ثبات ایجاد می‌کند و این امر به طور تلویحی بدان معناست که بیننده با برنامه‌ای با ثبات و متعادل سر و کار دارد و دیدگاه‌هایی که در این برنامه‌ها مطرح می‌شود، فارغ از جانبداری و «متعادل» هستند.

برای نمونه، عناصر حجمی اصلی ترکیب‌بندی تصویر ۱ از برنامه گفتگوی بی‌پرده عبارتند از: سکوی مکعبی در وسط، شکل استوانه‌ای بدن مجری و میهمان، و مستطیل‌های

بزرگ پس‌زمینه. با توجه به این عناصر می‌توان مشاهده کرد که چیدمان این عناصر حجمی تصویری متعادل به وجود آورده است. پویایی تصویر نیز در جهت «پویایی» برنامه و پرهیز آن از سکون و رکود عمل می‌کند. تلفیق این دو عامل - تعادل و پویایی - جلوه کلی این تصویر را پدید می‌آورد. این نکات در بازسازی گرافیکی زیر (تصویر ۶۶) آشکار است.

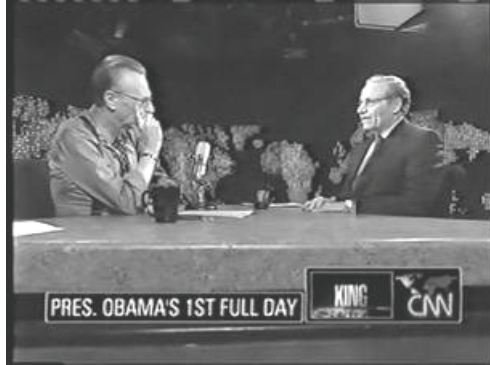


تصویر ۶۶. عناصر حجمی نمای معرف گفتگوی بی‌پرده

عناصر حجمی اصلی ترکیب‌بندی تصویر ۲ (نمای دو نفره در شبکه سی‌ان‌ان) عبارتند از: شکل استوانه‌ای بدن دو مجری پشت میز و چند مستطیل سطوح پس‌زمینه. چیدمان این عناصر حجمی تصویری متعادل به وجود آورده است. در اینجا نیز همچون تصاویر مشابه در بخش خبری بی‌بی‌سی‌ورد، تعادل این عناصر، موجب ایجاد ثبات شده است و بر تعادل دیدگاه‌هایی دلالت دارد که در این برنامه مطرح می‌شود. در نماهای بازتر نیز ترکیب‌بندی، متقارن و ایستاست. همین عوامل تعادل‌آفرین در نمای نزدیک از مجری نیز وجود دارد. این تصاویر نیز ترکیب‌بندی متقارن و ایستا دارد تا ما به مجری توجه کنیم و از طریق این توجه، محتوای خبر برایمان اهمیت فزاینده‌ای پیدا کند. در این نماها نیز عنصر حجمی اصلی اشکال مستطیلی افقی و عمودی است و شکل استوانه‌ای بدن مجری درست در مرکز قاب قرار گرفته است.

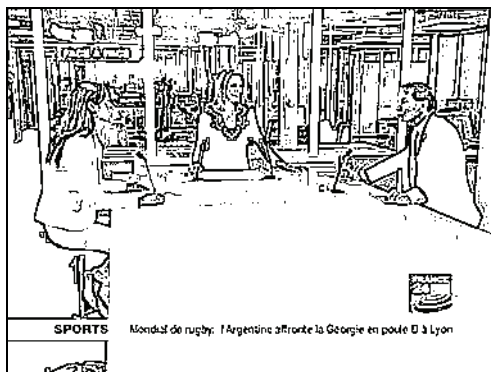
عناصر حجمی اصلی ترکیب‌بندی تصویر ۶۷ (نمای دور در برنامه زنده لری کینگ) عبارتند از: شکل استوانه‌ای بدن مجری و میهمان پشت میز، سطح مکعبی میز، و مستطیل نوشته پایین تصویر. چیدمان این عناصر حجمی، تعادل تصویر را رقم زده است. در اینجا

نیز تقارن عددی و حجمی دو استوانه بدن مجری و میهمان و دو سطح مستطیل شکل، بر «تعالُد» برنامه دلالت دارد. این تعادل، در نماهای دو نفره از روبه‌رو به اوج می‌رسد، زیرا در این موارد، ترکیب‌بندی به صورت متقارن و ایستا درمی‌آید (تصویر ۶۷).



تصویر ۶۷. تعادل حجمی در نمای دوفره

در نمای بالا (تصویر ۶۷) دوربین نسبت به تصویر ۲۸ به سمت چپ حرکت نموده و زاویه نما بسته‌تر شده و در نتیجه نمای از روبه‌رو ارائه شده است. در این مورد ترکیب‌بندی متقارن و ایستاست. این تصویر از نظر چیدمان عناصر تصویری، متعادل است و هیچ‌یک از طرفین قاب سنگین‌تر از طرف دیگر به نظر نمی‌رسد. حجم مکعبی میز و دو استوانه حجم بدن مجری و میهمان، عناصر اصلی این ترکیب‌بندی هستند. عناصر حجمی اصلی در ترکیب‌بندی نماهای استودیوی ۱ شبکه فرانس ۲۴ (تصویر ۶) عبارتند از: شکل استوانه‌ای بدن مجری (و میهمان) پشت میز و مستطیل‌های متعدد سطوح پس‌زمینه. این عناصر در بازسازی گرافیکی زیر (تصویر ۶۸) بهتر دیده می‌شود.



تصویر ۶۸. عناصر حجمی استودیوی ۱ فرانس ۲۴

در استودیوی ۲ این شبکه، این عناصر حجمی شامل اشکال استوانه‌ای و مدور است که علاوه بر ایجاد تعادل، به ایستایی و سکون منجر به آرامش نیز کمک می‌رساند. همهٔ این موارد، به بیننده القا می‌کند که این برنامه محیطی آرام برای گفتگوی فرهنگی فراهم می‌آورد.



تصویر ۶۹. سلطهٔ احجام مدور در استودیوی ۲ فرانس ۲۴

تصویر ۶۹ نمایی است از برنامه فرهنگ که در آن با «استفن مک کولی» نویسنده و «سام کارمن» کارگردان فیلم *La Vertite du Presque* گفتگو شده است. سلطهٔ عناصر حجمی مدور در این تصویر آشکار است.

اینک به چیدمان عناصر حجمی در شبکه‌های داخلی نظری می‌اندازیم. در تصویر ۲۹ (نمای کامل بخش خبری ۲۱ شبکه ۱) عناصر حجمی اصلی را بیشتر سطوح مستطیل و مربع تشکیل می‌دهد. چیدمان این عناصر حجمی تصویری متعادل، اما یکنواخت به وجود آورده است. هر چند تعادل این عناصر، ثبات ایجاد می‌کند، اما از آنجا که تصویر یکنواخت است و تنوع بصری اندکی دارد (به تکرار مربع‌های آبی رنگ همسان و فاقد عناصر تصویری در بالا و پایین نما دقت کنید)، این تکرار و یکنواختی به بیننده چنین القا می‌کند که با برنامه‌ای یکنواخت سر و کار خواهد داشت. این یکنواختی در بازسازی زیر (تصویر ۷۰) آشکارتر است.



تصویر ۷۰. یکنواختی اشکال مربع در خبر شبکه ۱

در بخش خبری شبکه ۲ (تصویر ۱۳) عناصر حجمی اصلی ترکیب‌بندی را اشکال مستطیلی تشکیل می‌دهد، ولی برای پرهیز از یکنواختی، معمولاً این اشکال دارای انحنا در اضلاعند. چیدمان عناصر حجمی به گونه‌ای است که هر چند تصویری متعادل به وجود آورده، ولی وجود همین انحناها و اشیایی که کارکرد مشخصی ندارند - همچون پیکره‌ای که کف استودیو میان میزهای دو مجری قرار گرفته - تصویری شلوغ ایجاد کرده است. این شلوغی، با ثبات و آرامشی که برنامه‌های خبری در پی القای آنند، متضاد می‌نماید. شکل دایره‌ای زیر میز مجری روبه‌رو، هم تکرار اشکال چهارگوش را تلطیف می‌کند و هم با شکل دایره‌ای نشان پشت سر همین مجری تقارن دارد.

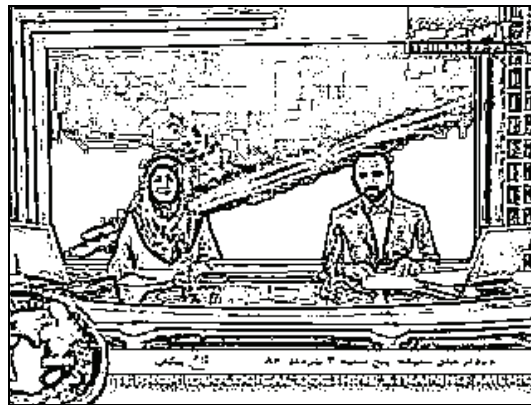
چیدمان عناصر حجمی ترکیب‌بندی نمای معرف در برنامه گفتگوی ویژه خبری آمیزه‌ای است از مستطیل و مربع و مثلث و دایره و نیم‌دایره و استوانه و هرم! یعنی بر خلاف استودیوی شبکه‌های خارجی که بیشتر بررسی شد، در اینجا هیچ شکل مشخصی، الگوی ترکیب‌بندی را مشخص نمی‌سازد. به همین دلیل است که تصویری آشفته پدید آمده است.



تصویر ۷۱. آشفته‌گی عناصر حجمی در گفتگوی ویژه خبری

این آشفتگی، به بیننده چنین القا می‌کند که دیدگاه‌هایی که قرار است در این برنامه مطرح شوند، همین آشفتگی را خواهند داشت، در صورتی که مشخص است نیت و قصد سازندگان این برنامه این نیست.

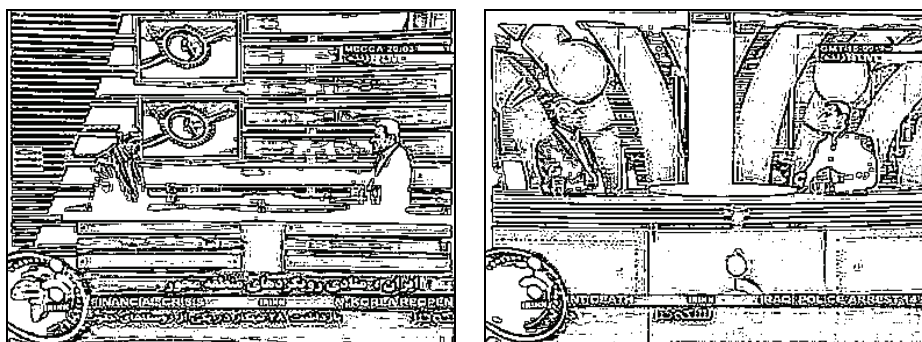
در تصویر ۷۲ عناصر حجمی نمای معرف در شبکه خبر نشان داده شده است که عبارتند از: مستطیل بزرگ پس‌زمینه، سطوح مستطیلی اطراف قاب، شکل بیضی میز، و شکل استوانه‌ای بدن دو مجری. به دلیل ثابت بودن پس‌زمینه، در نماهای نزدیک از مجریان نیز همین عناصر را می‌توان دید.



تصویر ۷۲. عناصر حجمی در نمای معرف شبکه خبر

همان‌گونه که در تصویر بالا مشخص است، سلطه مستطیل پس‌زمینه باعث شده است که این تصویر به صورت قاب در قاب درآید و به این ترتیب بر نقش مجریان در ارائه برنامه تأکید شود: مجریان در قاب تلویزیون در مقابل قاب پس‌زمینه قرار دارند و همین واسطگی را در ارائه خبر نیز می‌توان سراغ کرد؛ زیرا مجریان برنامه، واسطه انتقال اخباری هستند که در اتاق خبر (قاب پس‌زمینه) برای بینندگان (در مقابل قاب اصلی تصویر) تهیه و ارسال می‌شود.

گفتیم که برنامه ۴۵ دقیقه در دو دکور تهیه و پخش می‌شود. عناصر حجمی اصلی این دو دکور را ستون‌های مستطیلی افقی و استوانه‌ای عمودی تشکیل می‌دهند و عناصر مسلط آنها عبارتند از: مستطیل بزرگ میز مجری در دکور ۱، سطوح مستطیلی میز مجری در دکور ۲، ستون‌های مورب روشن در دکور ۱، و شکل استوانه‌ای بدن مجری و میهمان در هر دو دکور.



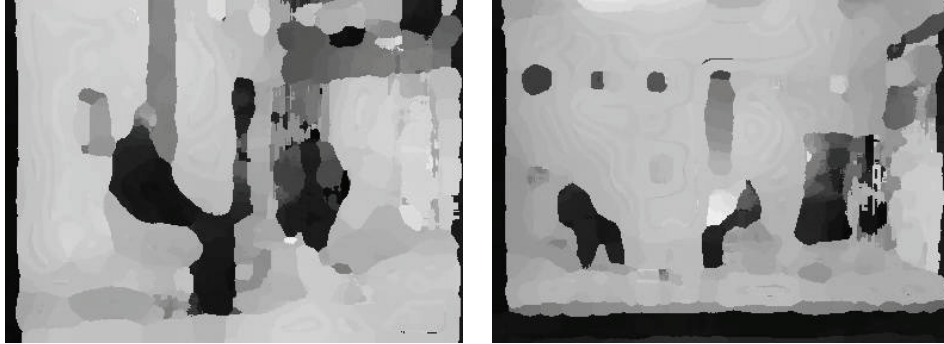
تصاویر ۷۳ و ۷۴. یکنواختی و ازدحام در عناصر حجمی دو دکور برنامه ۴۵ دقیقه

همان‌گونه که در تصاویر ۷۳ و ۷۴ آشکار است، تکرار ستون‌ها و نوارهای مورب و افقی و عمودی به پویایی هر دو تصویر کمک کرده است، ولی از آنجا که این تکرارها فارغ از دگرگونی‌های مشخص است، در دکور ۱ به یکنواختی و در دکور ۲ به ازدحام حجمی منجر شده است. هر دوی این حالت‌ها با ایجاد فضایی مناسب برای گفتگو در تضاد است. در دو قدم مانده به صبح از آنجا که رنگ غالب دکور، سفید است، حجم بدن میهمانان فوراً به چشم می‌آید و نقاط توجه را برای بیننده تعیین می‌کند. در تصویر ۲۳، فضای قاب تقریباً به دو بخش تیره و روشن تقسیم شده است، ولی هم‌پوشانی این دو ناحیه در محدوده‌های بالا و پایین تصویر به آن تعادل بخشیده است. این نکته در بازسازی این تصویر بهتر مشخص است.



تصویر ۷۵. تعادل در عناصر حجمی نما

چنانچه در تصویر ۷۵ دیده می‌شود، دو حجم تیره میهمان و کارشناس در زمینه سفید دکور، با بخش تیره سمت چپ قاب، ایجاد تعادل کرده است. همین تعادل را در دو تصویر ۷۶ و ۷۷ نیز می‌توان دید.



تصاویر ۷۶ و ۷۷. تعادل در عناصر حجمی نما

بازسازی سه تصویر بالا به نقاشی‌هایی انتزاعی شبیه است که در آنها عناصر رنگی و حجمی در تعادلی مناسب چیده شده‌اند. هرچند شمار عناصر جزئی این دکور به نسبت زیاد است، ولی تسلط رنگ سفید، باعث شده است تا ترکیب‌بندی تصویر متعادل و متوازن به نظر برسد.

۲-۷. زاویه دوربین

به طور کلی، در برنامه‌های تلویزیونی دوربین در سه جایگاه قرار می‌گیرد:

- ✓ در مسیر زاویه دید معمولی چشم (نسبت به ارتفاع موضوع) که به آن زاویه همتراز چشم (eye level) گفته می‌شود
- ✓ پایین‌تر از مسیر دید معمولی چشم، که زاویه رو به بالا نام دارد.
- ✓ بالاتر از مسیر دید معمولی چشم که زاویه رو به پایین نامیده می‌شود.

در برنامه‌های خبری و گفتگومحور، معمولاً از زاویه همتراز چشم استفاده می‌شود و گاهی در نماهای دور زاویه اندکی رو به پایین و در نماهای نزدیک، زاویه اندکی رو به بالا به کار می‌رود. به این ترتیب، نوعی یکدستی و مطابقت با واقعیت پدید می‌آید که هر دو از ویژگی‌های تصویر پلاتوهای خبر تلویزیونی است (سلبی، ۳۴). از این رو، در برنامه‌های خبری و گفتگومحور، نماهایی که از زوایای بسیار پایین یا بالا گرفته شده باشند، نادر و

کم‌شمارند؛ زیرا این نماها، «مطابقت با واقعیت» را با تردید روبه‌رو می‌سازند و بیشتر جنبه سبکی پیدا می‌کنند.

در بی‌بی‌سی‌ورلد، تصویر ۳۳ از زاویه رو به پایین گرفته شده که با توجه به اندازه نما توجیه‌پذیر است. تصاویر ۳۴ و ۵۵ از زاویه (اندکی) پایین‌تر از تراز چشم (رو به بالا) گرفته شده است، ولی در نگاه نخست چندان به چشم نمی‌آید. این نوع زاویه‌بندی را می‌توان از ویژگی‌های ترکیب‌بندی این شبکه دانست که هم یکدستی و مطابقت با واقعیت پدید می‌آورد و هم تا اندازه‌ای موجب تمایز بصری آن با دیگر شبکه‌ها می‌گردد. به این ترتیب، این نماها را که از زاویه‌ای پایین‌تر از تراز چشم گرفته شده‌اند، می‌توان به همان قاعده مرسوم ربط داد که می‌گوید: «نماهای زاویه پایین موضوع‌ها را قوی‌تر، مسلط و برتری طلب نشان می‌دهند» (میلرسون، ۱۳۸۵: ۶۸). به همین ترتیب، در برنامه دیگر شبکه بی‌بی‌سی، یعنی گفتگوی بی‌پرده نیز بسیاری از نماها از زاویه (اندکی) پایین‌تر از تراز چشم گرفته شده است. از جمله نگاه کنید به تصاویر ۱ و ۲۶ که نمای دور هستند و از زاویه رو به پایین گرفته شده‌اند و تصاویر ۵۶ و ۵۷ که نماهای نزدیکند و زاویه اندکی رو به بالا دارند. در برنامه *زننده لری کینگ* نیز وضع به همین صورت است. تصویر ۳ (نمای دور) از زاویه رو به پایین و تصاویر ۵۹ تا ۶۱ (نمای نزدیک) از زاویه اندکی رو به بالا گرفته شده است. در شبکه ان‌بی‌سی برخی از تصاویر از زاویه (اندکی) بالاتر از تراز چشم گرفته شده است (تصاویر ۴ و ۵)، ولی در بیشتر مدت برنامه نماهای هم‌تراز چشم به کار رفته است. در فرانس ۲۴ تقریباً همه نماهای نزدیک مجری و میهمان از زاویه هم‌تراز چشم گرفته شده است، هر چند در نماهای دور استفاده از زاویه بالاتر از تراز چشم افزایش می‌یابد.

در بخش خبری شبکه ۱ بیشتر نماها از زاویه تراز چشم است. درست بر خلاف شبکه‌های خارجی، در اینجا نماهای دور از زاویه رو به بالا (تصاویر ۱۲ و ۲۹) و نماهای نزدیک از زاویه رو به پایین (تصویر ۴۲ تا ۴۵) گرفته شده است. دقت کنید که زاویه رو به بالا در تصویر ۱۲ باعث شده تا ردیف چراغ‌های جلو پس‌زمینه در بالای قاب دیده شود؛ این نکته از این جهت خوب است که تنوع بصری اندکی را موجب شده، ولی از سوی دیگر هماهنگی و یکسانی دیگر نماها را تا اندازه‌ای به هم زده است. در بخش خبری شبکه ۲، هم نمای دور آغازین (تصویر ۱۳) و هم نماهای نزدیک‌تر (تصاویر ۴۶ و ۴۷) از زاویه اندکی رو به پایین گرفته شده است. به طور کلی، بیشتر نماهای این بخش خبری از زاویه اندکی رو به پایین است. در گفتگوی ویژه خبری، مانند آنچه در شبکه‌های خارجی مشاهده

می‌شود، نماهای دور (تصاویر ۱۵، ۱۶ و ۱۷) از زاویه رو به پایین و نماهای نزدیک (تصویر ۴۹) از زاویه اندکی رو به بالا گرفته شده است. با این حال، در نماهای خیلی نزدیک (تصویر ۶۲) دوباره زاویه اندکی رو به پایین به کار رفته است که مجری را در موضع ضعیف‌تری نسبت به میهمان قرار می‌دهد. در شبکه خبر نماهای دور (تصاویر ۱۸ و ۱۹) از زاویه رو به پایین و نماهای نزدیک (تصویر ۵۱) اغلب از زاویه همتراز چشم است. در برنامه ۴۵ دقیقه، هم نماهای دور (تصاویر ۲۱ و ۲۲) و هم نماهای نزدیک (تصویر ۵۲) از زاویه همتراز چشم گرفته شده است. هرچند به این ترتیب موضع مقتدرانه برای مجریان فراهم نمی‌شود و این با ایجاد محیطی برابر برای گفتگو تناسب دارد، ولی پرهیز از نماهای رو به پایین در نماهای دور و زاویه اندکی رو به بالا در نماهای نزدیک، با زیبایی‌شناسی برنامه‌های خبری و گفتگومحور همخوانی ندارد. در برنامه دو قدم مانده به صبح، نماهای دور (تصاویر ۲۳ و ۲۴ و ۲۵) از زاویه همتراز چشم، نماهای کامل (تصاویر ۳۱ و ۳۲) از زاویه اندکی رو به پایین، نماهای متوسط (تصویر ۵۴) از زاویه همتراز چشم، و نماهای نزدیک (تصویر ۶۳) از زاویه اندکی رو به بالا است. دو قدم مانده به صبح تنها برنامه‌ای است که در آن از جایگاه بسیار بالای دوربین (زاویه دید پرنده یا bird's view) استفاده می‌شود. تصویر ۷۸ نمونه‌ای از این مورد را نشان می‌دهد.



تصویر ۷۸. جایگاه بسیار بالای دوربین در دو قدم مانده به صبح

با توجه به این موارد، می‌توان نتیجه گرفت که کاربرد زوایای دوربین در دو قدم مانده به صبح، بویژه ارائه نماهایی همچون تصویر ۷۸ که در هیچ‌یک از برنامه‌های خارجی و داخلی دیده نمی‌شود، با قواعد و زیبایی‌شناسی برنامه‌های خبری و گفتگومحور ناهمخوان است.

۲ - ۸. فاصله بالای سر

یکی از عناصر دخیل در توازن و تعادل ترکیب‌بندی تصویر، حفظ فاصله مناسب در بالای سر موضوع است. این نکته بویژه در نماهای متوسط و نزدیک از انسان اهمیت دارد؛ زیرا کاهش فاصله بالای سر (head room) این احساس را پدید می‌آورد که موضوع تحت فشار است و همین فشار روانی به بیننده نیز منتقل می‌شود. از سوی دیگر، افزایش این فاصله، نوعی بی‌ثباتی و بی‌اتکایی را به موضوع تحمیل می‌کند. در برنامه‌های پلاتویی تلویزیونی - همچون برنامه‌های خبری و گفتگومحور - معمولاً فاصله بالای سر رعایت می‌شود. نگاهی کوتاه به تصاویری که در بخش‌های بالا ارائه شده است، نشان می‌دهد که در برنامه‌های مورد نظر نیز این نکته رعایت شده است. با این حال، ذکر چند نمونه نقض از این قاعده مفید خواهد بود.

در شبکه سی‌ان‌ان در اغلب نماها، جز در نماهای نزدیک، فاصله بالای سر بیشتر از اندازه مرسوم است و دلیل اصلی آن گنجاندن عنوان CNN است که بالای سر مجریان به تکرار نقش بسته است. برای نمونه، نگاه کنید به نمای متوسط دونفره در تصویر پایین (تصویر ۳۵). افزایش فاصله بالای سر برای گنجاندن عنوان شبکه در قاب از تمهیدهایی است که در دیگر شبکه‌ها نیز دیده می‌شود. برای نمونه، در شبکه ان‌بی‌سی در نماهای متوسط و نزدیک، فضای بالای سر بیش از اندازه مرسوم است تا عنوان NBC در قاب جای بگیرد.



تصویر ۳۵. افزایش فاصله بالای سر برای گنجانیدن عنوان شبکه در قاب

در برنامه‌های داخلی نیز فاصله بالای سر در اغلب نماها رعایت شده است، ولی در نمای درشت برنامه گفتگویی ویژه خبری (تصویر ۶۲) این فاصله وجود ندارد و در مقابل

بخش پایین تصویر فضایی بیش از اندازه اشغال کرده است. همان گونه که در بخش‌های پیشین ذکر شد، این نوع نماها در برنامه‌های خبری و گفتگومحور به کار نمی‌رود. در برنامه ۴۵ دقیقه نیز در همه نماها فاصله بالای سر رعایت شده است، جز در تصویر ۲۲ که فاصله بالای سر مجری و میهمان بیش از اندازه است که احتمالاً به دلیل گنجاندن دو تلویزیون بزرگ در تصویر است. در شبکه خبر نیز در اغلب نماها فاصله بالای سر و فاصله از طرفین رعایت شده است، ولی گاهی فاصله بالای سر مجری مرد و زن با هم تفاوت دارد و فاصله بالای سر مجری مرد بیشتر است.



تصاویر ۷۹ و ۸۰. تفاوت فاصله بالای سر در مورد مجری زن و مرد در شبکه خبر

این تفاوت در دو تصویر بالا به خوبی مشخص است. افزایش فاصله بالای سر در تصویر مجری مرد به ترکیب‌بندی متعادل آن تا اندازه‌ای آسیب رسانده است، ولی از آنجا که شمار چنین مواردی در این برنامه اندک است، این مورد را می‌توان به خطاهای رایج در برنامه‌های تلویزیونی نسبت داد. با این همه، قرارگرفتن مجری در مرکز قاب، کانون اصلی توجه را برای بیننده مشخص می‌کند و موجب وحدت این کانون توجه می‌شود (میلرسون، ۱۳۸۵: ۹۱). حفظ وحدت کانون توجه از عواملی است که در برنامه‌های خبری و گفتگومحور اهمیت فراوانی دارد.

۲-۹. الگوی نورپردازی

نورپردازی در تلویزیون هم برای روشن کردن صحنه و امکان ثبت تصویر است و هم دلالت‌های زیبایی‌شناختی دارد. «اشیای صحنه نیز باید طوری نورپردازی شوند که بیننده، شکل واقعی و ابعاد آنها را در پرده تلویزیون تشخیص بدهد. همچنین نورپردازی، بر

برداشت ذهنی و احساس بیننده از یک رویداد تأثیر می‌گذارد. بنابراین، یکی از اهداف مهم نورپردازی، ایجاد تعادل بین جنبه‌های فنی و هنری است» (زتل، ۱۳۸۴، ۱۹۸).

با توجه به این نکات، به نظر می‌رسد که هدف اصلی نورپردازی در برنامه‌های خبری و گفتگو محور، ارائه واقع‌گرایانه اشیا و افراد است. به این منظور، در این نوع برنامه‌ها به طور معمول، از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند پرهیز می‌شود، زیرا در برنامه‌های خبری و گفتگو محور، عنصر درام بیشتر در گزارش‌های تصویری و محتوای خبر یا گفتگو نهفته است تا در نوع تصویرپردازی پلاتو. به نوشته زتل «امروزه در بسیاری از تولیدهای روزانه تلویزیونی، به جای نورپردازی‌های پرتضاد (از نوع سینمایی) با افت تند و سایه‌های به نسبت تیره، از نورپردازی‌های تخت با افت کند و سایه‌های روشن، استفاده می‌شود» (همان، ۲۰۷). در اینجا، با توجه به این موارد، الگوی نورپردازی را به دو دسته تقسیم می‌کنیم: الف) همسانی الگوی نور در نماهای دور و نزدیک، ب) ناهمسانی الگوی نور در نماهای دور و نزدیک

الف) همسانی الگوی نور در نماهای دور و نزدیک

در برخی از برنامه‌های خارجی، الگوی نورپردازی در همه نماها یکسان است و در تغییر از نمای دور به نمای نزدیک، تغییر نمی‌کند. برای نمونه، در برنامه *زنده لری کینگ* (نگاه کنید به تصاویر ۳، ۲۸، و ۵۹ تا ۶۱)، نور یکدست و تخت در همه اندازه نماها دیده می‌شود و از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند پرهیز شده است. منابع نوری این نماها عبارتند از: نور بالای سر، نورهای دو طرف (هر دو پرکننده و ملایم)، نور پشت و نورهای پس‌زمینه (نیز نگاه کنید به مبحث الگوی رنگ). در شبکه ان‌بی‌سی نیز نورپردازی در همه نماها، الگوی یکسانی دارد و در تغییر از نمای دور به نمای نزدیک، تغییر نمی‌کند، یعنی در همه نماها، الگوی نور، تلفیقی از نور پخش و نور موضعی بر روی چهره مجری و دیگر اجزای صحنه است (تصاویر ۴، ۵، ۳۶). در اینجا، مانند پلاتوی بی‌بی‌سی ورلد و بر خلاف استودیوی سی‌ان‌ان، جلوه نورهای موضعی روی عناصر صحنه محسوس است و این، یکی از تفاوت‌های آشکار نورپردازی در این دو شبکه به شمار می‌رود. همچنین از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند پرهیز شده است. در فرانس ۲۴ نیز همین یکسانی را در الگوی نورپردازی می‌توان دید. در تغییر از نمای دور به نمای نزدیک، الگوی نورپردازی تغییر نمی‌کند، یعنی در همه نماها نور پخش و محور بر روی چهره مجری و

دیگر اجزای صحنه دیده می‌شود. در اینجا، جلوه نورهای موضعی در صحنه آشکار نیست و بیشتر بر روی دیوارها دیده می‌شود. به عبارت دیگر، نور چهره مجری و میهمانان در واقع بازتاب نورهای تابیده به دیوارهاست. احتمالاً ایجاد محیط یکدست روشن، یکی از دلایل کاربرد این گونه نورهای محو و پخش است.



تصویر ۸۱. الگوی نورپردازی ۴۵ دقیقه

در برنامه‌های داخلی نیز، در خبر شبکه ۲، الگوی نورپردازی در همه نماها تقریباً یکسان است و منابع نوری این نماها عبارتند از: نور بالای سر و نورهای پرکننده. کاربرد نورهای موضعی چندان نمود ندارد. این نوع نورپردازی، جلوه تند ناشی از کاربرد رنگ‌های به شدت گرمی همچون قرمز و زرد را تلطیف می‌کند. علاوه بر این، از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند نیز پرهیز شده است. در شبکه خبر، الگوی نورپردازی این نماها بر نور یکدست محیطی استوار است و نورهای موضعی، چندان نمود ندارد. از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند نیز پرهیز شده است. این نوع نورپردازی، محیطی صمیمی و آشنا پدید می‌آورد که با اهداف برنامه‌های همخوانی دارد. در ۴۵ دقیقه، الگوی نورپردازی در تمام قسمت‌های برنامه یکسان است. در تصویر بالا آشکار است که وضعیت و شمار نورافکن‌ها در همه قسمت‌های برنامه دقیقاً یکسان و بدون تغییر است. این نوع نورپردازی، محیطی یکدست پدید می‌آورد ولی از آنجا که دکور برنامه بسیار شلوغ است، با آرامش مورد نیاز برنامه گفتگومحور همخوانی چندان ندارد. در دو قدم مانده به صبح نیز الگوی نورپردازی در همه نماها تقریباً یکسان است. از نورپردازی تند و کاربرد نورهای تیز و ایجاد سایه‌های تند پرهیز شده و نورهایی ملایم به کار رفته است (تصویر ۸۲).



تصویر ۸۲. الگوی نورپردازی در دو قدم مانده به صبح

منابع نوری عبارتند از: نور بالای سر و نورهای پرکننده. نورهای موضعی بیشتر بر روی عناصری از دکور دیده می‌شود.. آرایش نورها در تصویر بالا مشخص است.

ب) ناهمسانی الگوی نور در نماهای دور و نزدیک

در برخی از برنامه‌های خبری و گفتگو محور شبکه‌های خارجی، الگوی نورپردازی در نماهای دور و نزدیک تفاوت دارد. برای نمونه، در بی‌بی‌سی‌ورلد، در تغییر از نمای دورتر به نمای نزدیک‌تر (تصاویر ۳۳ و ۳۴) به نظر می‌رسد که الگوی نورپردازی تغییر کرده است. منابع نوری این نماها عبارتند از: نور بالای سر، نورهای دو طرف (هر دو پرکننده و ملایم)، نورهای موضعی روی میز (نگاه کنید به حاشیه میز مجریان در تصویر ۳۳) و نورهای پس‌زمینه. تأثیر کلی این نورپردازی، ایجاد محیطی آشنا و صمیمی است که هدف اصلی‌اش، افزایش اطمینان بیننده به برنامه و محتوای آن است. در گفتگوی بی‌پرده نیز در تغییر از نمای دور به نمای نزدیک (نگاه کنید به تصاویر ۱ و ۲۶ و ۲۷) به نظر می‌رسد که الگوی نورپردازی تغییر کرده است. منابع نوری این نماها عبارتند از: نور بالای سر، نورهای پرکننده دو طرف (نورهای ملایم)، نورهای موضعی روی بدن مجری و میهمان و نورهای پس‌زمینه. در اینجا نیز از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند پرهیز شده است. در سی‌ان‌ان، به نظر می‌رسد که نورپردازی در همه نماها الگوی یکسانی ندارد و در تغییر از نمای دور به نمای نزدیک (نگاه کنید به تصاویر ۴ و ۵) تغییر می‌یابد؛ یعنی در نماهای دور، نور پخش است و در نماهای نزدیک، بیشتر حالت موضعی بر روی چهره مجری پیدا می‌کند. البته نقش پس‌زمینه را نیز در این تغییر نوری نباید از نظر دور داشت. در اینجا، برخلاف پلاتوی بی‌بی‌سی‌ورلد، جلوه نورهای موضعی روی میز چندان محسوس

نیست و این، یکی از تفاوت‌های آشکار نورپردازی در این دو شبکه به شمار می‌آید. تأثیر کلی این نوع نورپردازی، در اینجا متفاوت می‌نماید اما هدف اصلی آن، ایجاد محیطی آشنا و صمیمی، به منظور افزایش اطمینان بیننده به برنامه و محتوای آن است. از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند نیز پرهیز شده است زیرا قرار نیست توجه بیننده به تصویرپردازی کشانده شود.

در شبکه‌های داخلی، در بخش خبری شبکه ۱، در تغییر از تصویر ۱۲ به تصویر ۲۹ به نظر می‌رسد که الگوی نورپردازی تغییر کرده است. تأثیر کلی این نوع نورپردازی پخش و پرهیز از نورهای موضعی آشکار، ایجاد محیطی صمیمی است که با آرامش ناشی از تسلط رنگ آبی همخوانی دارد و هدف اصلی هر دو، افزایش اطمینان بیننده به برنامه و محتوای آن است. به نظر می‌رسد، تغییر الگوی نور در نماهای نزدیک مجریان، نه به دلایل زیبایی‌شناختی یا فرهنگی (وجود زن در نما) بلکه به این دلیل باشد که مجری زن همیشه در اولین صندلی از سمت راست جای می‌گیرد و با توجه به ثابت بودن تصویر پس‌زمینه و جای دوربین، همیشه چراغ‌های جلوی تصویر در بالای قاب هویدا می‌شود. به نماهای مشابه زیر توجه کنید:



تصاویر ۸۳، ۸۴، ۸۵. پیدایی چراغ‌های پس‌زمینه در تصویر مجریان زن در شبکه ۱

سه تصویر بالا نشان می‌دهد که دلیل ظهور چراغ‌های یاد شده در بالای قاب به جای‌گیری مجری و جای و زاویه دوربین مربوط است. نبود نور موضعی بر روی سر و شانه در تصاویر ۸۴ و ۸۵، باز این نکته را مؤکد می‌سازد که این تفاوت‌ها، به دلایل زیبایی‌شناختی صورت نگرفته است و به چیدمان مجریان در نما برمی‌گردد.

فصل ۳

طراحی صحنه و دکور

صحنه در تلویزیون، همچون در سینما، محل رخ دادن رویدادها و چیدمان وسایل مربوط به داستان یا برنامه است. با این همه، طراحی صحنه در تلویزیون محدودیت‌هایی دارد که از ویژگی‌های این رسانه ناشی می‌شود. برای نمونه، محدودیت‌های مکانی و زمانی، نیروی انسانی و مشکلات اقتصادی. صحنه [در تلویزیون] مفهوم وسیعی را شامل می‌شود: طیفی مشتمل بر تزئینات جزئی صحنه و آویزهای ضروری در اجرای بازیگران تا بازسازی کامل یک مکان.

طراحی صحنه در تلویزیون باید نیازهای خاصی را برآورده سازد:

- ✓ از نظر هنری، صحنه‌پردازی تلویزیونی باید با حالت و موضوع صحنه و هدف برنامه سازگار باشد.
- ✓ اصول صحنه‌پردازی باید برای اجرای استودیویی مناسب باشد و با ابعاد و امکانات استودیو و بودجه برنامه هماهنگی داشته باشد.
- ✓ طراحی صحنه باید به گونه‌ای باشد که امکان تنوع نماها، آزادی عمل برای وسایل صوتی، دوربین‌ها و نورپردازی وجود داشته باشد (میلرسون، ۱۳۸۵، ۱۶۴).

علاوه بر اینها، در بررسی طراحی صحنه در برنامه‌های خبری و گفتگومحور می‌توان

موارد زیر را در نظر گرفت:

۱. عناصر کلی دکور
۲. نقش میز مجری
۳. پس‌زمینه دکور

در این فصل، هر یک از این عوامل را در دکور برنامه‌ها بررسی می‌کنیم.

۳-۱. عناصر کلی دکور

همان‌گونه که در دو تصویر زیر مشاهده می‌شود، دکور اصلی بی‌بی‌سی‌ورلد، از عناصر مشخصی تشکیل شده است. تصویر ۸۶، نمای کلی استودیو را نشان می‌دهد و همه عناصر دکور را می‌توان در آن دید.



تصویر ۸۶. دکور کلی بی‌بی‌سی‌ورلد

در نمای بالا، این عناصر عبارتند از: صفحه پلاسمای بزرگ در سمت چپ، میز مدور مجری و صندلی‌ها در وسط، سکوی قرمز و سفید، لتهای سفید و قرمز و تصویر اتاق خبر در پس‌زمینه. (بی‌بی‌سی در حال حاضر، از فنون استودیوی مجازی در بخش‌های خبری استفاده نمی‌کند و این شاید به دلیل اعتبار این شبکه در ارائه «واقعیت عینی» است). در برش به نمای نزدیک‌تر، بخشی از این عناصر در نما حضور دارند.



تصویر ۳۳. حضور عناصر دکور در نمای متوسط

در نمای بالا (تصویر ۳۳) عناصر صحنه عبارتند از: صفحه پلاسمای بزرگ در سمت چپ، با عنوان sport روی آن، میز بیضی شکل مجریان با مرکز شیشه‌ای و پس‌زمینه متشکل از لت‌های سفید و قرمز عمودی و افقی. در اینجا نیز کارکرد عناصر همانند تصویر ۸۶ است، با این تفاوت که در اینجا، تأکید بیشتری بر مجریان (بویژه مجری مرد) صورت گرفته است و در عین حال، پلاسمای پس‌زمینه، لت‌های سفید و قرمز و میز بیضی‌شکل، اهمیت تقریباً یکسانی یافته‌اند. بزرگی صفحه پلاسمای در مقایسه با دیگر عناصر صحنه، بر اهمیت گزارش‌های ارسالی تأکید می‌کند و همچنین به طور تلویحی این نکته را می‌رساند که اخبار این برنامه نه فقط ساخته محیط بسته استودیو بلکه بازتاب رویدادهایی واقعی است که در بیرون از استودیو در جریان است. این تمهید، در جهت جلب اطمینان بیننده عمل می‌کند. در تصویر ۸۶ کوچکی اندازه مجری در مقایسه با دیگر عناصر صحنه نیز در جهت معرفی کل صحنه عمل می‌کند (این را می‌توان نمای معرف اولیه دانست) و تأکید را بر بازتاب واقعیت‌های بیرونی می‌گذارد یعنی همان اسطوره‌ای که «برنامه‌های خبری می‌خواهند درباره خود بسازند: اینکه صرفاً توضیحاتی ساده و عینی از واقعیت هستند» (سلبی، ۱۶۲). نباید فراموش کرد که این نمای معرف، زیاد طول نمی‌کشد و به نمای درشت مجری یا گزارشگر برش می‌خورد.

دکور اصلی گفتگوی بی‌پرده، در عین سادگی از عناصر مشخصی تشکیل شده است.

تصویر ۱، نمای کلی استودیو را نشان می‌دهد و همه عناصر دکور را می‌توان در آن دید.



تصویر ۱. دکور کلی برنامه گفتگوی بی‌پرده

در نمای بالا، این عناصر عبارتند از: دو لت بزرگ آبی و مشکی در پس‌زمینه، سکوی آبی - بنفش بزرگ در وسط، کف مشکی براق استودیو و بخشی از سقف. بزرگی دو لت

پس‌زمینه در مقایسه با دیگر عناصر صحنه، بر اهمیت نام و اعتبار این برنامه تأکید دارد و موجب جلب اطمینان بیننده می‌شود. سکوی بزرگ وسط، پویایی ترکیب‌بندی را افزایش می‌دهد و به‌علاوه، با شکل مستطیلی تصاویر پس‌زمینه قرینه است. حالت موازی لبه‌های سمت راست و بالای این سکو با کناره‌های پایینی تصاویر پس‌زمینه این تقارن را می‌افزاید. اینکه لبه‌های پایینی و سمت چپ سکو با لبه‌های بالایی تصاویر پس‌زمینه کاملاً موازی نیستند و حالت مورب دارند، به پویایی ترکیب‌بندی یاری می‌رساند. به‌علاوه، رنگ تیره استودیو و عناصر آن، با الگوی کلی رنگ هماهنگی ویژه‌ای دارد که در فصل بعد به آن پرداخته خواهد شد. در تصویر ۱، کوچکی اندازه مجری و میهمان در مقایسه با دیگر عناصر، صحنه را معرفی می‌کند و تأکید را بر اهمیت نام این برنامه می‌گذارد: مجری و میهمان هر دو زیر لوای نام این برنامه است که با هم گفتگو می‌کنند. این نما، با حرکت آهسته دوربین به تصاویر ۲۶ و ۲۷ می‌رسد و سپس به نماهای نزدیک مجری و میهمان برش می‌خورد.

دکور کلی سی‌ان‌ان، شامل عناصری است که همه یا بخشی از آن در نماهای دور، متوسط و نزدیک دیده می‌شود. برای نمونه، به حضور عناصر کلی دکور در تصاویر ۲ (نمای دور) و ۳۵ (متوسط) دقت کنید.



تصاویر ۲ و ۳۵. حضور عناصر دکور در نماهای دور و متوسط سی‌ان‌ان

در تصویر ۲، عناصر دکور عبارتند از: تابلو بزرگ در زیر میز به رنگ قرمز، میز مدور بزرگ که بیشتر حالت افقی دارد تا دایره‌ای، نرده پشته میز مجریان، ردیف چراغ‌های مورب در سمت راست، ردیف تکرار نام شبکه در یک سوم بالایی قاب، و ردیف تصاویر و چراغ‌ها و افراد و مانیتورهای اتاق خبر در پس‌زمینه. به نقاط آبی رنگ حاصل از نور

مانیتورها دقت کنید که کمی بعد، در نماهای نزدیک، به یکی از عناصر بصری مسلط تبدیل می‌شود. هنگامی که به نمای بسته‌تر (تصویر ۳۵) برش می‌خورد، باز بیشتر این عناصر وجود دارند.

این عناصر در تصویر ۳۵ از بالا به پایین عبارتند از: ردیف نام شبکه (CNN)، سطح سبز رنگ بین ردیف عنوان شبکه و سقف، پس‌زمینه متشکل از افراد و ابزار اتاق خبر، نرده پشت میز، دو سطح سفید برگه‌های کاغذ روی میز، و البته حجم بدن دو مجری زن و مرد. در اینجا نیز کارکرد عناصر دکور، همانند تصویر ۲ است، با این تفاوت که تأکید بیشتری بر مجریان صورت گرفته است و عناصر پس‌زمینه، اهمیت تقریباً یکسانی یافته‌اند. در این نما، بر خلاف نمای دور، مجری زن در سمت چپ قاب قرار دارد. این نوع تغییر جای مجری، از عواملی است که تنوع بصری ایجاد می‌کند. در تصویر ۲، گستردگی عناصر پس‌زمینه و محیطی، در مقایسه با اندازه مجریان این نکته را می‌رساند که اخبار این برنامه حاصل تلاش گروه پرشماری از دست‌اندرکاران است که مجریان، فقط یکی از عوامل آن به شمار می‌آیند. این نکته، با حضور یکی از دوربین‌ها در سمت راست قاب تشدید شده است، زیرا در واقع، همه چیز از طریق همین ابزار به ما منتقل می‌شود. کوچکی اندازه مجری در مقایسه با دیگر عناصر صحنه، در جهت معرفی کل صحنه نیز عمل می‌کند.

همان‌گونه که در تصویر ۳ دیده می‌شود، دکور کلی برنامه زنده لری کینگ نیز عناصر

ساده‌ای دارد.



تصویر ۳. عناصر دکور در برنامه زنده لری کینگ

این عناصر عبارتند از: میز با رویه سنگی و بدنه آبی، پس‌زمینه سیاه با نقشه پنج قاره جهان که از نقاط رنگی تشکیل یافته است، صندلی (های) مجری و میهمان، میکروفون رومیزی بزرگ، دو عدد لیوان سیاه رنگ، ورقه‌های کاغذ و ردیف چراغ‌های سقفی که در

برخی از نماها دیده می‌شوند. در نماهای نزدیک‌تر (تصاویر ۲۸، ۵۹، ۶۰، ۶۱) نیز بخشی از این عناصر دیده می‌شود، بویژه حضور نقاط رنگی پس‌زمینه در نماهای نزدیک. دکور اخبار شبانگاهی شبکه ان‌بی‌سی، عظیم‌ترین دکور در برنامه‌های خبری و گفتگومحور است. تصویر زیر (تصویر ۸۷) دکور کلی پلاتوی این برنامه را نشان می‌دهد.



تصویر ۸۷. دکور عظیم اخبار شبانگاهی شبکه ان‌بی‌سی

با توجه به تصویر بالا، عناصر دکور و صحنه این بخش خبری ان‌بی‌سی عبارتند از: آرم و عنوان برنامه با حروف بزرگ (NBC News) در سمت راست بالای قاب، دکور بزرگ در عقب پلاتو که شامل ستون‌های بزرگ آبی رنگ و صفحات پلازما و مانیتورهای اتاق فرمان و اتاق خبر است، میز بزرگ بیضی‌شکل مجری که با فاصله زیاد از دکور پس‌زمینه قرار دارد، دو ردیف نوار زرد در جلوی صحنه، ردیف ستون‌های آبی رنگ چهار طرف میز مجری که با ستون‌های آبی رنگ دکور پشت همانند است، تابلو نام و آرم بخش خبری در وسط میز و ردیف چراغ‌های سقف. از آنجا که بخشی از عناصر دکور، بر روی کف صیقلی ۷ استودیو بازتاب یافته، در اینجا، کف استودیو نیز جزء عناصر دکور به شمار می‌آید. در برش از نمای دور معرف به نمای متوسط مجری عناصر مسلط این دکور همچنان در قاب خودنمایی می‌کنند.



تصویر ۳۶. حضور عناصر دکور در نمای متوسط ان‌بی‌سی

در این نما (تصویر ۳۶) نیز همچنان دکور آبی رنگ پس‌زمینه، مانیتورها و صفحه پلاσμα، میز بزرگ قهوه‌ای رنگ، ستون‌های آبی اطراف دکور و میز و آرم و نشان این بخش خبری مشاهده می‌شود. ولی هنگامی که به نمای بسته‌تر مجری برش می‌خورد آنچه از این دکور عظیم باقی می‌ماند، بیشتر تصاویر مانیتورهای پس‌زمینه است. با این همه، توجه کنید که چگونه ستون‌های آبی رنگ اطراف دکور پس‌زمینه و بازتاب آنها بر روی کف صیقلی استودیو، دو طرف تصویر را قاب‌بندی کرده است.



تصویر ۳۷. حضور بخشی از عناصر دکور در نمای نزدیک

می‌توان گفت که عظمت دکور این برنامه، احتمالاً نشان از بودجه‌ای دارد که این شبکه برای این بخش خبری هزینه می‌کند. به علاوه، عظمت این دکور به طور تلویحی نشان می‌دهد که این شبکه، چه تصویری از این برنامه در ذهن دارد و می‌خواهد همین تصور را به بیننده نیز انتقال بدهد. در اینجا نیز گستردگی دکور در مقایسه با اندازه مجری، این نکته را می‌رساند که اخبار این برنامه، حاصل تلاش گروه پرشماری از دست‌اندرکاران است که

مجری فقط یکی از عوامل آن به شمار می‌رود. کوچکی اندازه مجری در مقایسه با دیگر عناصر صحنه، در جهت معرفی کل صحنه نیز عمل می‌کند. برنامه‌های فرانس ۲۴ در دو دکور و در دو استودیو تولید می‌شود.



تصویر ۱۱. دکور کلی استودیو شماره ۲



تصویر ۶. دکور کلی استودیو شماره ۱

در تصویر ۶ (استودیوی ۱)، عناصر دکور و صحنه عبارتند از: میز بزرگ سفید مستطیلی با سطح صیقلی، اتاق خبر با ردیف ستون‌های سفید چراغ‌های فلورسنت و مانیتورها که با دیوار شیشه‌ای از استودیوی کوچک ضبط برنامه رو در رو جدا شده است، دو صندلی پایه بلند میهمانان و سه میکروفون رومیزی. در تصویر ۱۱ (استودیوی ۲) این عناصر عبارتند از: میز مدور با رویه شیشه‌ای و پایه استوانه‌ای که درون آن با چراغ‌های سفید فلورسنت روشن شده است، سه سکوی مدور نیم‌دایره‌ای که دیواره شیشه‌ای مات دارند و همچون پایه میز وسط، از داخل با چراغ‌های فلورسنت روشن شده‌اند، دیوار مکعبی پشت سر مجری با پس‌زمینه نقاشی شده، ستون‌های استوانه‌ای و مکعبی، سقف کاذب نرده‌ای برای چراغ‌های نورپردازی، پنجره شیشه‌ای بزرگ، پس‌زمینه واقعی خیابان و شش میکروفون پایه کوتاه رومیزی. در هر دو دکور، تسلط رنگ سفید آشکار است. در نماهای نزدیک از هر دو استودیو، بخشی از عناصر دکور باقی می‌ماند (نگاه کنید به تصاویر ۳۸ تا ۴۱). کوچکی محیط دو استودیوی فرانس ۲۴ شاید بر این نکته دلالت داشته باشد که برای تولید برنامه‌های جذاب به دکور عظیم نیازی نیست و با چیدمان و رنگ‌آمیزی نوآورانه عناصر دکور می‌توان جذابیت بصری ایجاد کرد.

دکور بخش خبری ساعت ۲۱ شبکه ۱ از چند عنصر مشخص تشکیل شده

است.



تصویر ۱۲. دکور کلی بخش خبری ۲۱ شبکه ۱

این عناصر عبارتند از: ردیف مربع‌های آبی در بالا، تصویر بخشی از کره زمین در پشت مجریان، میز مستطیلی آبی رنگ با سه خط سفید روی آن و سکوی خاکی رنگ روی کف استودیو. به طور کلی، تنوع بصری این دکور کم است و بیشتر با تکرار نقش مایه‌ها (برای مثال، ابرهای روی سطح آبی بالا) و رنگ آبی مواجهیم. سادگی این دکور را شاید بتوان تلاشی در جهت بی‌پیرایگی برنامه و «توضیحاتی ساده و عینی از واقعیت» دانست ولی این سادگی، متأسفانه با ساده‌انگاری نیز در هم آمیخته است و علایمی از سرهم‌بندی در آن دیده می‌شود. برای نمونه، به درزهای آشکار لت‌ها و سطوح میز مجریان (بویژه در پایین میز)، حاشیه بالایی سطح تصویر کره زمین و سکوی خاکی رنگ دقت کنید. با این حال، وسعت گستره آبی بالا و تصویر کره زمین این نکته را می‌رساند که اخبار این برنامه، هم از سرتاسر جهان تهیه می‌شود و هم به سرتاسر جهان می‌رسد. حضور دوربین در سمت چپ نما، همین نکته را تقویت می‌کند. در اینجا نیز کوچکی اندازه مجریان در مقایسه با دیگر عناصر صحنه، هم در جهت معرفی کل صحنه عمل می‌کند و هم تأکید را بر بازتاب واقعیت‌های بیرون می‌گذارد. این نمای معرف زیاد طول نمی‌کشد و با حرکت دوربین، به نمای سه نفره (تصویر ۲۹) می‌رسد و سپس به نمای نزدیک مجری وسط (حیدری) برش می‌خورد (تصویر ۴۲).

بر خلاف سادگی و تکرار عناصر دکور شبکه ۱، دکور بخش خبری شبکه ۲ بسیار شلوغ است. تصویر ۱۳ عناصر کلی دکور این برنامه را نشان می‌دهد.



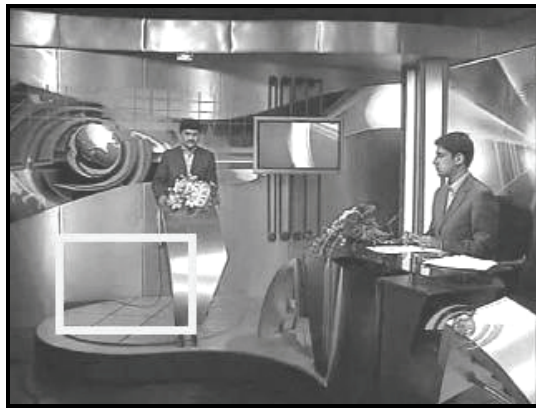
تصویر ۱۳. دکور کلی بخش خبری ۲۲:۳۰ شبکه ۲

همان‌گونه که در تصویر بالا مشاهده می‌شود، دکور اصلی این برنامه، از سقف تا کف، از این عناصر تشکیل شده است: سطوح مستطیلی خاکستری، پس‌زمینه منحنی به رنگ قرمز و زرد، تلویزیون مسطح در وسط، سطوح چهارگوش با یک ضلع منحنی در پس‌زمینه، میز منحنی مجری روبه‌رو، سطح دایره‌ای زیر همین میز، پس‌زمینه نقاشی‌شده در سمت راست، دو ستون آبی رنگ در حاشیه این پس‌زمینه، میز چهارگوش مجری اصلی با سطح شیشه‌ای، سکوی منحنی، شیء هرمی شکل میان دو میز مجریان، و سطح خاکستری گوشه سمت راست پایین قاب که به میز مجری روبه‌رو شبیه است. سطوح خاکستری بالای تصویر برای ما ایرانیان یادآور کانال‌های کولر است! بویژه از نظر رنگ فلزی و اتصالاتی که در آن وجود دارد. (نگارنده این تصویر را به چندین نفر در سنین متفاوت نشان داد و جملگی این بخش از دکور را کانال کولر پنداشتند). به طور کلی، عناصر پس‌زمینه، حالت فلزی دارند و آنچه این حس را تقویت می‌کند، میز فلزی مجری روبه‌رو و شیء فلزی سمت راست پایین قاب است. حس کلی این است که این دکور، نه در استودیو تلویزیون بلکه در گوشه‌ای از کارخانه‌ای صنعتی بنا شده است.

تأکید و اصرار بر شلوغی فضا را در بیشتر عناصر این دکور می‌توان یافت که با سادگی و بی‌پیرایگی تلویحی برنامه‌های خبری تضاد دارد. برای نمونه، به ۶ خط سیاه بالا و پایین تلویزیون وسط قاب دقت کنید که چگونه فضایی شلوغ و متراکم را در سمت راست میانه قاب پدید آورده است. تکرار نقش‌های مربع در پس‌زمینه و روی دایره زیر میز مجری روبه‌رو، باز هم این تراکم را افزایش می‌دهد. تکرار نقش دایره در پس‌زمینه قرمز و تکرار خطوط مورب و متداخل روی پرده کروماکی، به شلوغی بیشتر محیط یاری می‌رساند.

تکرار خطوط و سطوح سیاه و آبی در حاشیه پرده کروماکی عامل دیگری است که همین شلوغی را تقویت می‌کند. به علاوه، دقت کنید که این سطوح آبی رنگ، هیچ قرینه‌ای از نظر رنگ یا حجم یا ترکیب‌بندی در هیچ جای قاب ندارند و به عنصری جداگانه تبدیل شده‌اند.

افزون بر شلوغی بیش از اندازه، آنچه حس شلختگی این دکور را تقویت می‌کند، سهل‌انگاری در اجرای دکور است. این سهل‌انگاری را، هم در به هم ریختگی سطوح خاکستری بالای قاب می‌توان دید و هم در عناصر جزئی‌تر. یکی از این عناصر جزئی، پیدا بودن سیم میکروفون مجری روبه‌روست که از میز فلزی آویزان است، روی دایره زیر میز افتاده و از زیر لت پس‌زمینه بیرون رفته است (نگاه کنید به تصویر زیر). این سیم در همه قسمت‌های پخش برنامه به همین صورت دیده می‌شود.



تصویر ۱۱. سیم آویزان میکروفون

به نظر می‌رسد که این دکور، یک بار برای همیشه چیده شده، مجریان و دست‌اندرکاران برنامه، دقایقی پیش از آغاز برنامه وارد استودیو می‌شوند و پس از پایان برنامه آنجا را ترک می‌کنند و هیچ‌کس توجهی به عناصر تصویر و دکور ندارد! شلوغی دکور، رنگ‌های تند زرد و قرمز، وجود میکروفون‌های رومیزی و اشیای اضافی در قاب (مانند حجم میان دو میز و شیء فلزمانند سمت راست پایین) موجب شده است که حضور مجریان در این نمای معرف (که علاوه بر معرفی مکان و فضا، معرف برنامه نیز هست) نمود اندکی پیدا کند. به اصطلاح، مجریان در میان شلوغی دکور «گم» شده‌اند. شلوغی این دکور و بی‌تناسبی اجزای آن در نمای دور زیر که از زاویه روبه‌رو

گرفته شده، بیشتر آشکار است. این نما بیش از آنکه به برنامه‌ای خبری متعلق باشد، برنامه‌ای در باره هنر مدرن و انتزاعی را به ذهن می‌آورد. شیء هرمانندی که پیش‌تر به آن اشاره کردیم، در اینجا در سمت چپ میز مجری بهتر نمایان است. در اینجا می‌توان دید که این شیء در واقع به میز چسبیده است و به ظاهر نقطه اتکایی برای آن به شمار می‌رود. معنای تلویحی این شیء این است که اخباری که از پشت این میز ارائه می‌شود نه قائم به خود بلکه متکی به جایی دیگر است. آشکار است که این معنای تلویحی با نیت و قصد سازندگان این برنامه همخوانی ندارد.



تصویر ۱۹. نمای معرف از زاویه روبه‌رو

شلوغی دکور فقط به نماهای دور محدود نمی‌شود و در نماهای نزدیک نیز خودش را نشان می‌دهد. برای نمونه، به نمای نزدیک از مجری اصلی که در بیشتر مدت زمان برنامه پخش می‌شود دقت کنید.



تصویر ۴۶. شلوغی عناصر دکور در نمای نزدیک

در اینجا نیز تکرار نقش مربع روی سطح پشت سر مجری، حاشیه سمت راست، نقش‌های روی سطح قرمز و زرد سمت چپ و تکرار سطوح همسان قرمز روی حاشیه سمت راست، جملگی به همین شلوغی دامن می‌زنند. وجود تصویر مجری ناشنویان نیز عاملی افزوده به نماست که البته با توجه به کارکردش قابل چشم‌پوشی است ولی به هرحال، بخشی از توجه را به خود می‌کشاند.

دکور کلی برنامه گفتگوی ویژه خبری در دو تصویر زیر نشان داده شده است.



تصاویر ۹۰ و ۹۱. دکور برنامه گفتگوی ویژه خبری از دو زاویه

عناصر دکور در تصویر ۹۰ عبارتند از: سکوی وسط استودیو که دارای تورفتگی‌های هرممانندی در سه طرف آن است، سه میز کوچک جلوی مجری و میهمانان و میز مدور پایه‌کوتاه میان آنها، صندلی‌های چرخان و نگاه‌دارنده‌های قرمز رنگ پشت آنها، دو تلویزیون بزرگ و کوچک، چراغ‌های سقفی استودیو، حجم آبی رنگ سمت راست، کف صیقلی و آبی رنگ استودیو، سه لیوان روی میز، رایانه همراه جلوی مجری و بخشی از دو دوربین تصویربرداری. این عناصر در تصویر ۹۱ عبارتند از: سه میز کوچک جلوی مجری و میهمانان و میز مدور پایه‌کوتاه میان آنها، صندلی‌های چرخان، تلویزیون‌های آویزان از سقف، پس‌زمینه‌های نقاشی شده و ستون‌های اطراف آنها.

دکوری که در تصویر ۹۱ دیده می‌شود، بخشی از دکور بخش خبری ۲۲:۳۰ همین شبکه است.



تصاویر ۹۲ و ۹۳. همانندی دکور گفتگویی ویژه خبری و بخش خبری ۲۲:۳۰ همین شبکه

با مقایسه دو تصویر بالا مشخص می‌شود که برنامه گفتگویی ویژه خبری، در جلوی دکور برنامه بخش خبری و در گوشه دیگری از همین استودیو تولید و پخش می‌شود. این نکته هر چند تعلق این برنامه گفتگومحور را به این بخش خبری مؤکد می‌سازد، از تشخیص و هویت مستقل آن می‌کاهد. به هر حال، در دو تصویر بالا، آنچه به سرعت به چشم می‌آید، شلوغی این دکور است که در مقایسه با برنامه‌های خبری و گفتگومحور شبکه‌های خارجی، بسیار درهم و برهم به نظر می‌رسد. وجود اشیای زاید از دیگر ضعف‌های این دکور است. برای نمونه، مشخص نیست میز مدور میان سه میز کوچک مجری و میهمانان چه کارکردی دارد، یا این همه تلویزیون از در و دیوار استودیو به چه منظور آویزان شده است؟ بویژه که این تلویزیون‌ها، جزء پس‌زمینه و در اتاق خبر نیستند. به‌علاوه، فراوانی و بی‌تناسبی این عناصر موجب می‌شود که چشم بیننده دایم بر روی این عناصر بچرخد و کانون توجه واحدی برایش فراهم نشود. این نکته، هر چند به تنوع بصری کوتاه مدت یاری می‌رساند، در درازمدت موجب خستگی چشم و سرانجام بی‌توجهی بیننده می‌شود.

همان‌گونه که در تصویر ۱۸ مشاهده می‌شود، دکور اصلی شبکه خبر از این عناصر تشکیل شده است: پرده بزرگ کروماکی در پشت مجریان، سطوح کرم و آبی در سمت چپ، سطوح نرده‌ای کرم و آبی در سمت راست، دو رایانه همراه روی میز و جلوی مجریان، دو میکروفون رومیزی و میز مجریان. همان‌گونه که در دو تصویر ۱۸ و ۱۹ آشکار است، میزهای مجریان، در دو دکور این برنامه با هم تفاوت دارند. در تصویر ۱۸، سطح میز، بیضی و به رنگ سفید است، وسط آن سطحی شیشه‌ای قرار گرفته، رنگ بدنه آن خاکستری است و دو پایه نگهدارنده در وسط قرار دارند. در تصویر ۱۹، سطح میز،

نیم‌دایره و به رنگ قهوه‌ای روشن (نارنجی) است، فاقد سطح شیشه‌ای است، رنگ بدنه آبی است و دو پایه نگهدارنده در دو طرف واقع شده‌اند. سکوی تصویر ۱۹ به رنگ آبی است ولی در تصویر ۱۸ سکو را نمی‌بینیم، هر چند حدس می‌زنیم که همان رنگ آبی تصویر ۱۹ را دارد. سطح جلویی میز، در تصویر ۱۸ سوراخ‌دار است و حجمی مکعبی میان بدنه و دو پایه نگهدارنده قرار گرفته، ولی سطح جلویی میز در تصویر ۱۹ فاقد سوراخ و حجم مکعبی است. به جز میز، بقیه عناصر در هر دو تصویر یکی هستند. (نشان IRINN و دو دایره سفید که روی تصویر ۱۹ می‌بینیم، جزء دکور برنامه نیست و حاصل همگدازی نشان برنامه و نمای معرف آغازین است). در اینجا دو رایانه همراه را نیز جزء عناصر دکور آورده‌ایم. زیرا در طول برنامه، مجریان از آن استفاده نمی‌کنند و فقط گاهی حرکتی (نمایشی؟) را از یکی از مجریان - مجری مرد در تصویر زیر - می‌بینیم که چند حرف را با کلیدهای رایانه، به ظاهر تایپ می‌نماید. به نظر می‌رسد که این دو رایانه خاموش‌اند زیرا هیچ بازتابی از نور صفحه آنها روی میز و لباس مجریان دیده نمی‌شود. با توجه به این موارد، می‌توان آنها را جزء عناصر «دکور» قلمداد کرد.



تصویر ۹۴. حرکات نمایشی مجری در استفاده از رایانه همراه

بی‌استفاده بودن این دو رایانه زمانی بیشتر آشکار می‌شود که یکی از مجریان، برگه کاغذهای خبر را روی صفحه کلید می‌گذارد! و از آن به مثابه سطحی روی میز استفاده می‌کند.



تصویر ۹۵. بی‌استفادگی رایانه همراه

این عمل مجری، از آنجا بیشتر به چشم می‌آید و بی‌استفاده بودن رایانه‌ها را آشکار می‌کند که هم رایانه در نقطه توجه قرار گرفته و هم حرکت دست مجری و چرخش سر وی به سمت رایانه، چشم بیننده را به این نقطه و به این عمل می‌کشاند. حرکت سطح سفید کاغذ در زمینه تیره لباس مجری و پس‌زمینه، عامل دیگری است که توجه به این عمل را تشدید می‌کند.

همان‌گونه که پیش‌تر نیز اشاره شد، تهیه و پخش برنامه ۴۵ دقیقه در دو دکور یا استودیو صورت می‌گیرد. به دلیل گستردگی فضای استودیو، کل دکور این برنامه در یک تصویر نمی‌گنجد و ناگزیر در چهار تصویر زیر نشان داده شده است.



تصویر ۹۷. سمت چپ دکور ۱



تصویر ۹۶. سمت راست دکور ۱



تصویر ۹۹. سمت چپ دکور ۲



تصویر ۹۸. سمت راست دکور ۲

دکور ۱ از این عناصر تشکیل شده است: دیوار بزرگ شیشه‌ای در عقب، سطوح روشن نقاشی شده روی دیوار شیشه‌ای، سه ستون و طاق افقی به رنگ روشن، ستون میان استودیو با دو صفحه بزرگ تلویزیونی روی آن، دو صفحه بزرگ تلویزیونی در دو انتهای دکور و میز بزرگ و پهن‌آور مجری و میهمانان. عناصر دکور ۲ عبارتند از: سطوح و خطوط افقی عقب، دو صفحه بزرگ تلویزیونی روی این دیواره، دیواره شیشه‌ای با خطوط مورب قرمز در سمت چپ، دیواره سمت راست با صفحه بزرگ تلویزیونی روی آن، میز افقی مجری و میهمان و میز و صندلی کرم‌رنگ مجری در سمت راست میز مرکزی.

همان‌گونه که در تصاویر بالا آشکار است، این دو دکور کاملاً با هم تفاوت دارند. در وهله نخست، چنین به نظر می‌رسد که این تفاوت در دکور، به نوع برنامه‌هایی برمی‌گردد که قرار است در این استودیو تولید شوند. برای نمونه، برنامه‌هایی که بار سیاسی بیشتری دارند در دکور ۱ و برنامه‌هایی با محتوای اجتماعی، در دکور ۲، یا برعکس. ولی دقت در قسمت‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که چنین تمایزی در کار نیست و در هر دو دکور، برنامه‌های گوناگونی تولید و پخش می‌شود. از آنجا که بیشتر قسمت‌های این برنامه را یک مجری اجرا می‌کند، تفاوت در دکور را به تفاوت در تشخیص و فردیت مجری نیز نمی‌توان مربوط دانست. بنابراین، تفاوت در دکور، هر چند به تنوع بصری برنامه یاری می‌رساند، از آنجا که تفاوتی معنادار پدید نمی‌آورد، بدون توجه باقی می‌ماند. به‌علاوه، دکور ۲ به الگوی رنگ برنامه نزدیک‌تر است.

با این همه، وجه مشترک هر دو دکور، شلوغی بیش از اندازه است چنان‌که در نماهای دور، مجری و میهمان در میان عناصر دکور «گم» می‌شوند. برخی از عناصر دکور این برنامه فاقد کارایی هستند. برای نمونه، دیواره شیشه‌ای با خطوط مورب قرمز رنگ که در سمت چپ تصویر زیر دیده می‌شود.



تصویر ۱۰۰. عناصر اضافی دکور ۴۵ دقیقه

این دیواره هیچ‌گاه در پس‌زمینه نماهای میهمان قرار نمی‌گیرد، زیرا جای‌گیری این عنصر و چیدمان کلی استودیو چنان است که امکان حرکت دوربین به پشت سر مجری و ارائه نما از آن زاویه فراهم نیست. در نتیجه، در برخی از نماها، فقط بازتاب خطوط قرمز رنگ این دیواره بر روی شیشه‌های عقب استودیو مشاهده می‌شود.



تصویر ۱۰۱. بازتاب یک عنصر دکور در عنصری دیگر

به این ترتیب، خود این عنصر بدون کارایی مانده است. به عبارت دیگر، می‌شد این عنصر را در پشت شیشه عقبی قرار داد و همین جلوه را ایجاد کرد بی‌آنکه فضای استودیو اشغال شود و برای حرکت دوربین، که ابزاری مهم‌تر است، مانع به وجود آید. به‌علاوه، این عنصر دکور در نماهای از زاویه مقابل، نه فقط حضور ندارد بلکه از بازتاب آن نیز خبری نیست.



تصاویر ۱۰۲ و ۱۰۳. بی استفاده ماندن عنصر دکور در نماهای از زاویه مقابل

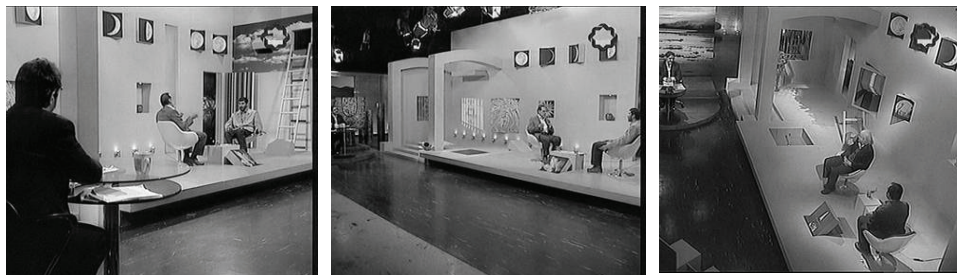
این بی استفاده ماندن عناصر، در دکور ۱ نیز مشاهده می شود. برای نمونه، ستون میانی با دو السی دی روی آن، بیش از آنکه به تنوع بصری برنامه کمک کند، مانعی برای حرکات دوربین است و ضمن اینکه با پوشاندن مجری و میهمان، آشفتگی در ترکیب بندی تصویر را نیز موجب می شود. خطوط و نقش های روی این ستون نیز (در سمت راست تصویر زیر) در نماهایی بسیار اندک و با حرکت دوربین به طور گذرا حضور دارد و تقریباً اصلاً دیده نمی شود.



تصویر ۱۰۴. نمود بسیار اندک عناصر روی ستون ها

در هیچ یک از دو دکور این برنامه، رایانه همراه وجود ندارد و این نکته مثبتی به شمار می رود، زیرا در هیچ یک از برنامه های گفتگومحور شبکه های خارجی نیز رایانه همراه بر روی میز مجریان دیده نمی شود. دو قدم مانده به صبح نیز در دو دکور متصل به هم اجرا می شود. دکور ۱ مکان اجرای «مرغزار دوم» است که بیشتر شامل برنامه های هنری است. این برنامه، یک دکور

دیگر (دکور ۲) نیز دارد که نسبت به دکور اول، در سمت راست مجری قرار گرفته و در «مرغزار اول» و گفتگوهای ادبی و پزشکی و روان‌شناختی به کار می‌رود. در زیر تصاویری از این دو دکور از چند زاویه مشاهده می‌شود. («مرغزار اول» و «مرغزار دوم» از اصطلاحات مجری برنامه است).



تصاویر ۱۰۵، ۱۰۶، ۱۰۷. دکور ۱ دو قدم مانده به صبح از سه زاویه



تصاویر ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰. دکور ۲ دو قدم مانده به صبح از سه زاویه

عناصر دکور ۱، از سقف تا کف، عبارتند از: چراغ‌های نورپردازی، دیوار سفید رنگ با ستون‌ها و پنجره‌ها و عناصر تزئینی، ردیف نورافکن‌های دیواری در پایین، مراحل گوناگون طلوع ماه، تاقچه، صندلی‌های کارشناس و میهمان، ایوان سفید رنگ، کف سرمه‌ای استودیو، میز شیشه‌ای و مدور مجری در انتهای استودیو، پس‌زمینه مجری، دیوار سفید دارای پنجره، نردبان و فضای بالای آن و تصاویری که به در و دیوار نصب شده است.

عناصر دکور ۲ عبارتند از: لت قهوه‌ای رنگ با اشعاری بر روی آن، چند بریده گرافیکی به اشکال گوناگون، دو استوانه کُتل شکل، میز قهوه‌ای مدور وسط، دو صندلی مبلی، دیوار سیاه دارای پنجره، و کف سرمه‌ای استودیو. به طور کلی، هر دو دکور تلفیقی از عناصر ایرانی و غیرایرانی هستند. ایوان و ستون‌ها، نردبان، تاقچه، راه‌پله و کوزه و پنجره حالتی ایرانی دارند و نورافکن‌ها و تصاویر آبستره و صندلی‌ها حالت غیرایرانی.

عناصر هر دو دکور این برنامه همچون برنامه گفتگومحور گفتگویی ویژه خبری شلوغ است، بویژه در مرغزار اول. ولی در مرغزار دوم، به دلیل گستردگی فضای استودیو و تسلط رنگ سفید، این شلوغی چندان به چشم نمی‌آید. بسیاری از عناصر این دکور بیش از آنکه کارکردی مشخص در برنامه داشته باشند به ایجاد حس و حالی ویژه منجر می‌شوند و به نظر می‌رسد که هدف از این عناصر، بیشتر بصری است تا کارکردی. اجرای این دکور نشان از ظرافت و خبرگی فنی دارد ولی گاهی همان سهل‌انگاری‌های رایج در استودیوهای تلویزیونی داخل کشور در آن دیده می‌شود، از جمله سیم‌های آویزان میکروفون میهمان و کارشناس که تقریباً در همه نماهای دور و کامل دکور ۱ به چشم می‌آید.

به علاوه، چنین می‌نماید که دکورهای برنامه‌های تلویزیونی داخلی، اغلب یک بار برای همیشه چیده می‌شوند و در شب‌های متوالی و حتی در سال‌های متوالی، هیچ تغییری در آنها رخ نمی‌دهد. دکور برنامه گفتگویی ویژه خبری که پیش‌تر مورد بررسی قرار گرفت، نمونه‌ای از این گونه دکورهاست که طی سال‌ها هیچ تغییری نکرده است. ولی دکور برنامه دو قدم مانده به صبح، اغلب تغییر می‌کند؛ با تغییرات جزئی در عناصر یا با جابه‌جایی و تغییر عناصر پس‌زمینه. در تصاویر ۱۰۵ تا ۱۰۷ آشکار است که علاوه بر عکس روی حجم مکعبی جلوی دکور، اشیای داخل تاقچه و عکس‌های روی دیوار و شمار میزهای جلوی کارشناس و میهمان نیز تغییر کرده و ردیف نورافکن‌ها به دو تصویر سمت چپ افزوده شده است.

استفاده از عناصری از دکور و اشاره به آنها در نماهای دیگر، از جمله مواردی است که در دو قدم مانده به صبح به دگرگونی و تنوع بصری دکور یاری می‌رساند. به یکی از رایج‌ترین نمونه‌ها در سه تصویر زیر دقت کنید.



تصاویر ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳. استفاده و القای عناصر دکور در دو قدم مانده به صبح

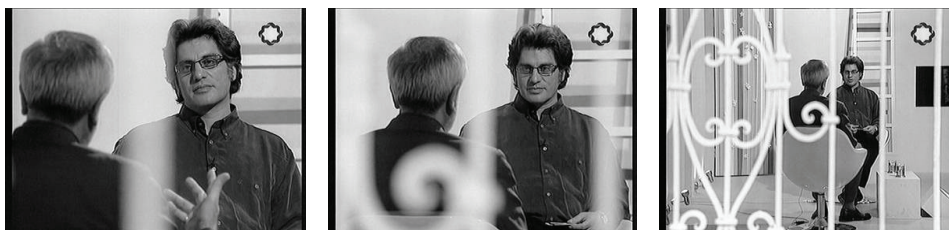
در این مورد، دکور پنجره ایرانی در تصویر سمت راست به کار رفته و سپس در دو تصویر سمت چپ، به آن اشاره شده است، یعنی به شکلی غیرمستقیم در نما حضور یافته است. هر سه تصویر بالا، استفاده مناسب از عناصر دکور را برای دگرگونی بصری نشان

می‌دهد. این پنجره، یکی از عناصری است که دو دکور اول و دوم را به هم ربط می‌دهد، زیرا در هر دو دکور دیده می‌شود، با این تفاوت که رنگ دیوار، در دکور ۲ سیاه است و در دکور ۱، سفید. به عبارت دیگر، دیواری که این پنجره روی آن نصب شده، حایل میان دو دکور این برنامه است.



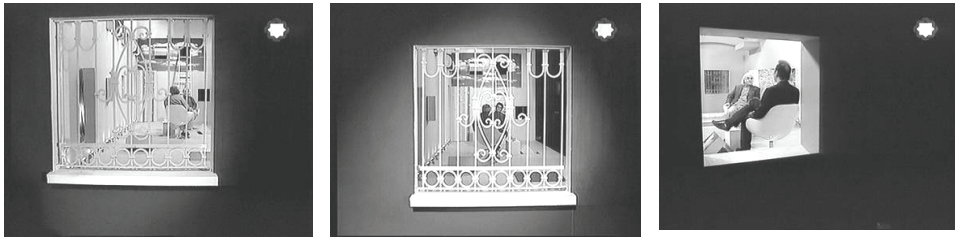
تصاویر ۱۱۴ و ۱۱۵. اشتراک عنصر دکور در دو «مرغزار»

البته گاهی حضور این عناصر در نماهای متوالی نه از طریق سایه و القا، بلکه با حضور مستقیم است، مانند تصاویر زیر.



تصاویر ۱۱۶، ۱۱۷، ۱۱۸. حضور عناصر دکور در نماهای متوالی

استفاده از پس‌زمینه‌های مختلف برای مجری و نیز در دکور اصلی، از دیگر مواردی است که تنوع بصری ایجاد می‌کند و از یکنواختی برنامه می‌کاهد. در بخش‌های بعد، به نقش این پس‌زمینه‌ها پرداخته خواهد شد. به همین ترتیب، گاهی از عناصر دکور، بویژه دو پنجره‌ای که در دو سوی دکور نصب شده است، برای تغییر در قاب‌بندی استفاده می‌شود. این موارد گاهی با حرکت دوربین همراه است که در جای خود به آنها پرداخته خواهد شد. گاهی این تغییر در قاب‌بندی با دوربین ثابت رخ می‌دهد که نمونه‌هایی از آن در زیر دیده می‌شود (تصاویر ۱۱۹ تا ۱۲۱).



تصاویر ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱. تغییر در قاب‌بندی با استفاده از عناصر دکور

۳-۲. میز مجری

در برنامه‌های خبری و گفتگومحور و به طور کلی در برنامه‌های پلاتویی تلویزیونی، مجری یا مجریان اغلب پشت میز قرار دارند. به این ترتیب، میز مجری بخشی از دکور این نوع برنامه‌هاست که نقش‌های گوناگونی را ایفا می‌کند.

در تصویر ۸۶ (بی‌بی‌سی‌ورلد) میز سفید رنگ مجری، هم عنصری متعادل‌کننده در زمینه ترکیب‌بندی است و هم در تقابل ظریفی با شکل مستطیلی صفحه پلاسمای قرار دارد. شاید بتوان چنین برداشت کرد که وظیفه مجری پشت این میز، «تلطیف» اخبار حادی است که از بیرون و از طریق صفحه پلاسمای دریافت می‌شود. تکرار شکل دایره‌ای میز در وسط آن، که از طریق نورپردازی موضعی صورت گرفته، و نیز تکرار همین نقش در سکو، بر اهمیت نقش مجری می‌افزاید، زیرا با تکرار دایره چشم را بیشتر درگیر خود می‌سازد. به علاوه، رنگ سفید و قرمز میز و سکو در جهت الگوی کلی رنگ است که در فصل بعد به آن خواهیم پرداخت. نکته جالب توجه در تصویر ۳۳، استفاده از مرکز شیشه‌ای در وسط میز است. این مرکز شیشه‌ای، هم به طرزی ساده، به تکثیر بخشی از عناصر صحنه می‌پردازد (به بازتاب بخشی از صفحه پلاسمای روی شیشه توجه کنید) و هم از تسلط بیش از اندازه حجم سفید میز در ترکیب‌بندی کلی صحنه می‌کاهد. به این ترتیب، این مرکز شیشه‌ای، امکان ارائه پرسپکتیو و تعدد لایه‌های گرافیکی تصویر را فراهم می‌آورد. از اینها گذشته، مجریان می‌توانند از خلال این مرکز شیشه‌ای، مانیتوری را که زیر میز گذاشته شده و تصاویر یا نوشته‌هایی را برای اطلاع آنان نشان می‌دهد ببینند! به نوشته جرالدمیلرسون «میز یکی از عناصر اصلی دکور در بسیاری از تولیدات تلویزیونی است ... گاهی در سطح میز یا محوطه‌ای باز وجود دارد که مجری یا گوینده می‌تواند از طریق آن مانیتور کوچکی را که در زیر تعبیه شده است، ببیند (این مانیتور به طور معمول، تصاویر نوار ویدئو یا فیلم

را برای مجری نشان می‌دهد» (Millerson, 1989, 85). از آنجا که تصویر خروجی نهایی، بر روی هیچ‌یک از تلویزیون‌های موجود در استودیو نمایش داده نمی‌شود - یا دست‌کم در تلویزیون‌هایی که در نماهای برنامه دیده می‌شوند، به چشم نمی‌خورد - وجود میزی که این تصاویر را در معرض دید مجری قرار دهد، ضرورت می‌یابد.



تصویر ۳۳. کارکردهای گوناگون میز مجری در بی‌بی‌سی ورلد.

در عوض، در دکور کنونی برنامه گفتگوی بی‌پرده از هیچ نوع میزی در وسط و کنار مجریان استفاده نمی‌شود و مجری و میهمان روبه‌روی یکدیگر بر روی دو صندلی می‌نشینند. این نوع چیدمان مجری و میهمان مختص همین برنامه است و در دیگر برنامه‌ها دیده نمی‌شود. با این همه، در دکورهای پیشین گفتگوی بی‌پرده که بیشتر بر الگوها و شکل‌های دایره‌ای استوار بود، از میز دایره‌ای شکل کوچکی استفاده می‌شد که در تصویر ۱۲۲ دیده می‌شود. این میز اغلب فقط به صورت دکور به کار می‌رفت و از سوی مجری و میهمان مورد استفاده قرار نمی‌گرفت چنان‌که بیشتر جای قرار گرفتن دو لیوان آب بود! و احتمالاً به عنوان پوشش مناسبی برای مخفی کردن سیم میکروفون‌ها نیز به کار می‌رفت.



تصویر ۱۲۲. دکور پیشین گفتگوی بی‌پرده

همان‌گونه که در تصویر بالا دیده می‌شود، احتمالاً دلیل اصلی استفاده از میز مدور وسط، ایجاد هماهنگی با سکوی دایره‌ای است که در واقع از دو دایره محاط تشکیل شده است. استفاده از پس‌زمینه روشن، سایه‌های مجری و میهمان بر روی لت‌های پس‌زمینه، تقسیم لت‌های پس‌زمینه به چهار قسمت مساوی، تکرار یک تصویر واحد بر روی هر چهار لت، و دیواره سیاه در سمت راست دکور، همگی از عواملی هستند که دکور تصویر ۱۲۲ را در مقایسه با دکور تصویر ۱ «قدیمی‌تر» جلوه می‌دهد. مقایسه گذرای این دو دکور نشان می‌دهد، دکور کنونی (تصویر ۱) به حس و حال کلی شبکه بی‌بی‌سی نزدیک‌تر است که بر مبنای تضادهای رنگی آشکار عمل می‌کند. با این حال، در هر دو دکور کنونی و قدیمی برنامه گفتگوی بی‌پرده این امکان برای مجری فراهم نشده است که بتواند مانیتوری را که زیر میز گذاشته شده و تصاویر یا نوشته‌هایی را برای اطلاع آنان نشان می‌دهد، ببیند.

در شبکه سی‌ان‌ان نیز میز بزرگ مجریان، عنصری متعادل‌کننده در زمینه ترکیب‌بندی است، زیرا چند سطح مستطیلی افقی را به موازات سطوح مستطیلی پس‌زمینه به وجود می‌آورد. به علاوه، رنگ قهوه‌ای - قرمز این میز در جهت الگوی کلی رنگ است که در فصل بعد به آن خواهیم پرداخت. به نظر می‌رسد در زیر این میز نیز مانیتوری وجود ندارد که مجری بتواند تصاویر یا نوشته‌های اطلاع‌رسان را ببیند.

در برنامه زنده لری کینگ، میز بزرگ مجری، عنصر مهمی در طراحی صحنه است زیرا به تناسب بحث و با تغییر زاویه و جای دوربین و شمار میهمانان، حالت‌های متفاوتی در صحنه می‌یابد. به علاوه، رنگ آبی - خاکستری این میز در جهت الگوی کلی رنگ برنامه است. از آنجا که میز مجری، شکل ویژه‌ای دارد و بر کل صحنه مسلط است، با تغییر زاویه و اندازه نما حالت‌های بصری متفاوتی به صحنه می‌بخشد. همچنین توجه کنید که رنگ آبی بدنه میز، یکدست نیست و تقریباً همان الگوهای پراکنده رنگ سیاه پس‌زمینه، روی آن دیده می‌شود. این میز نیز فاقد محوطه شیشه‌ای وسط برای مشاهده مانیتور است.

میز بزرگ مجری در ان‌بی‌سی، از اندازه مرسوم بزرگ‌تر و عنصری متعادل‌کننده در زمینه ترکیب‌بندی است، زیرا با قرار گرفتن در پیش‌زمینه و تسلط بر بخش پایینی تصویر، موجب تعادل با پس‌زمینه عظیم می‌شود. به علاوه، رنگ قهوه‌ای آن در جهت الگوی کلی رنگ همین برنامه است.

در فرانس ۲۴ در استودیوی ۱، میز بزرگ مجری، با قرار گرفتن در پیش‌زمینه و تسلط بر بخش پایینی تصویر توجه را به خود می‌کشاند و خط نگاه بیننده را جهت می‌دهد و در نهایت، به مجری در مرکز تصویر می‌رساند. در استودیوی ۲، میز مدور در جهت تعادل ترکیب‌بندی عمل می‌کند و با سکوی‌های مدور اطراف استودیو در تقارن قرار دارد. هر دو میز استودیوهای ۱ و ۲، دارای محوطه‌ای در مرکز هستند که مجری می‌تواند از خلال آن مانیتوری را ببیند که در زیر میز تعبیه شده و تصاویر خروجی نهایی یا نوشته‌ها و دستورات فنی را نشان می‌دهد.

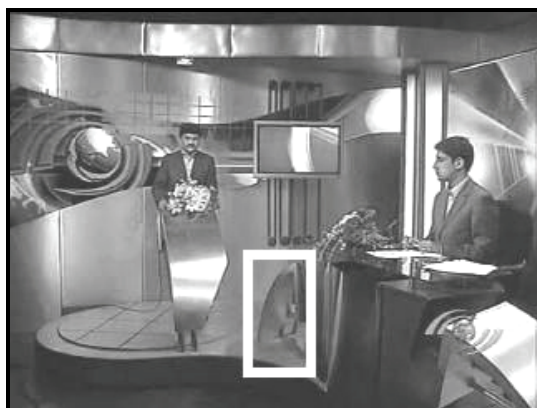


تصاویر ۱۲۳، ۱۲۴. توجه مجری به مانیتور زیر میز در فرانس ۲۴

در هر دو استودیو، سطح صیقلی میزها موجب می‌شود که بخشی از عناصر دکور بر روی آنها بازتاب یابد و به این ترتیب، این عناصر به آسان‌ترین شکل تکثیر شوند. این موارد در تصویر ۱۲۴ آشکار است.

در بخش خبری شبکه ۱، میز آبی رنگ مجریان (تصویر ۱۲) عنصری است که در زمینه کلی دکور از عناصر مشابهی استفاده می‌کند: رنگ آبی و اشکال مستطیلی. سه خط افقی سرتاسری روی سطح جلویی میز - که در تصاویر اغلب به رنگ سبز کم‌رنگ زیتونی دیده می‌شوند - از یکنواختی شکل‌های مستطیلی می‌کاهند و گاهی با رنگ لباس مجری نیز هماهنگ هستند. از ظاهر این دکور چنین برمی‌آید که در وسط میز، محوطه‌ای باز وجود ندارد که مجریان بتوانند از خلال آن مانیتوری را که زیر میز گذاشته شده و تصاویر یا نوشته‌هایی را برای اطلاع آنان نشان می‌دهد، ببینند. در بخش خبری شبکه ۲، میز مجری اصلی، نمود اندکی در کل دکور دارد ولی میز مجری روبه‌رو، با حالت فلزی‌اش خود را به رخ می‌کشد. شیء یا حجم هرمی شکلی که میان میز دو مجری دیده می‌شود (نگاه کنید به

تصویر زیر) به ظاهر کارکرد ویژه‌ای ندارد و فقط پرکننده فضایست و شلوغی صحنه را می‌افزاید. در اینجا نیز همچون در برنامه خبری شبکه اول سیما، در سطح میز، محوطه‌ای باز وجود ندارد که مجری بتواند از طریق آن مانیتور کوچکی را که در زیر تعبیه شده، ببیند.



تصویر ۱۲۵. عناصر اضافی در وسط میز مجریان شبکه ۲

در شبکه خبر، تفاوت در میز مجریان، به تنوع بصری برنامه یاری می‌رساند ولی از آنجا که تفاوتی معنادار پدید نمی‌آورد - و حتی بسیاری از بینندگان متوجه این تغییر نمی‌شوند - بدون توجه باقی می‌ماند. به علاوه، میز تصویر ۱۹ به الگوی رنگ برنامه نزدیک‌تر است و در نماهای دور و دونفره برخی از عناصر اضافی - همچون دو پایه نگهدارنده - را وارد تصویر نمی‌سازد. در تصویر ۱۲۶ مجریان را پشت میز شماره ۱ می‌بینیم.



تصویر ۱۲۶. تغییر میز مجریان در شبکه خبر

هر چند میز بالا به دلیل سطح شیشه‌ای، بخشی از عناصر روی میز - مانند میکروفون و کاغذها - را بازتاب می‌دهد و به تکثیر عناصر بصری منجر می‌شود، میز تصویر ۱۹، با الگوی رنگ و بافت کلی تصویر هماهنگی بیشتری دارد. تأکید بر سادگی فضا را در بیشتر عناصر این دکور می‌توان یافت که با سادگی و بی‌پیرایگی تلویحی برنامه‌های خبری همخوانی دارد. برای نمونه، به نمای نزدیک از مجری (تصویر ۵۱) دقت کنید که چگونه فضایی بی‌پیرایه و ملموس و در عین حال، عاری از ساده‌انگاری را پدید آورده است. حاشیه نرده‌ای سمت راست قاب را فقط در نماهای دور آغاز و پایان برنامه می‌بینیم و حذف آنها در نماهای دونفره و نزدیک بی‌پیرایگی محیط را تقویت می‌کند. استفاده از رنگ‌های محدود - آبی، قهوه‌ای روشن (نارنجی)، سفید - و تسلط رنگ سیاه بر پس‌زمینه، از نکات مثبتی است که دکور این برنامه را از دکور شلوغ و درهم و برهم شبکه دوم متمایز می‌سازد. حاشیه آبی رنگ و ال شکلی که در سمت راست و چپ تصاویر ۱۸ دیده می‌شود، با نوار اطلاع‌رسانی که در زیر قاب به رنگ آبی می‌آید، تقارن مناسبی پیدا می‌کند. به نظر می‌رسد که در اینجا نیز در سطح یکی از میزها - میز تصویر ۱۸ - محوطه‌ای شیشه‌ای وجود دارد ولی در طول برنامه، هیچ نشانه‌ای از رفتار مجریان مشاهده نمی‌شود که نشان دهد آنان می‌توانند از طریق مانیتور زیر میز را ببینند به این ترتیب، شاید چنین مانیتوری اصلاً وجود نداشته باشد.

وجود سه میز کوچک و جداگانه در گفتگوی ویژه خبری، بیش از آنکه بر هم‌ترازی مجری و میهمانان تأکید کند، جدایی آنها را برجسته می‌سازد. کوچکی سطح این سه میز نیز باعث می‌شود که فقط برای اتکای دست و آرنج به کار بروند. چیدمان این سه میز، به گونه‌ای است که امکان تعبیه مانیتور برای مجری وجود ندارد (تصویر ۱۵).

درست برخلاف سه میز کوچک گفتگوی ویژه خبری، میزهای برنامه ۴۵ دقیقه، بزرگ و کاملاً افقی هستند. این دو ویژگی باعث شده است که امکان ارائه نماهای نزدیک دونفره از میهمان و مجری فراهم نباشد. به‌علاوه، وجود ستون عمودی بزرگ در دکور ۱ این برنامه (تصویر ۲۱)، میهمان و مجری را کاملاً، از هم جدا ساخته است؛ انگار که میهمان و مجری، هر یک به دنیایی مجزا تعلق دارند. از آنجا که در دو انتهای هر دو دکور، تلویزیون‌های بزرگی نصب شده است که تصویر نهایی خروجی و گزارش‌ها را پخش می‌کنند، شاید لزوم استفاده از مانیتور زیر میز منتفی باشد.

در دو قدم مانده به صبح، میز مجری از عناصر مهم دکور است که به طور معمول، در انتهای استودیو و در میان دو دکور ۱ و ۲ قرار می‌گیرد. ولی گاهی جای آن تغییر می‌کند و در کنار دکور سفید رنگ ۱ واقع می‌شود. با تغییر جای میز مجری، پس‌زمینه تصویری آن نیز جابه‌جا می‌شود. این جابه‌جایی، تنوع بصری دکور را افزایش می‌دهد ولی شاید موجب سردرگمی بیننده نیز بشود که با تغییر روابط فضایی دکور و مجری روبه‌رو می‌شود. استفاده از پس‌زمینه تصویری در پشت سر مجری، به ایجاد جلوه‌های بصری یاری می‌رساند. در این برنامه، نه مانیتور مجری وجود دارد و نه تلویزیون‌های بزرگ در استودیو.

۳ - ۳. پس‌زمینه دکور

منظور از پس‌زمینه دکور، نقش‌ها یا عناصر تصویری است که پشت سر مجریان، به عنوان جزئی از دکور به کار رفته است - این عناصر، در دگرگونی بصری اندازه‌نماهای گوناگون و ایجاد حس و حال برنامه نقش مهمی دارند. در اینجا به طور گذرا فقط به پس‌زمینه‌های دکور پرداخته می‌شود و نقش عناصر پس‌زمینه، در فصل پنجم مورد بررسی قرار می‌گیرد.

یکی از پس‌زمینه‌های رایج، استفاده از تصویر اتاق خبر یا اتاق فرمان است. برای نمونه، در بی‌بی‌سی‌ورلد، ردیف تصاویر پس‌زمینه (تصویر ۸۶) که اتاق خبر را نشان می‌دهد، هم عنصر تنوع بصری را به صحنه می‌افزاید و هم با استفاده مناسب از فضا، حس و حال خبری برنامه را تقویت می‌کند. به دیگر سخن، این تصاویر بر این نکته تأکید دارند که آنچه بر صفحه تلویزیون می‌بینیم، فقط یکی از رویدادهایی است که در جهان بیرون رخ می‌دهد و در دل مجموعه‌ای از رویدادهایی قرار می‌گیرد که ارزش خبری دارند. در سی‌ان‌ان نیز ردیف تصاویر پس‌زمینه، هم تنوع بصری را می‌افزایند و هم جنبه خبری برنامه را تقویت می‌کنند. یعنی این تصاویر، پشتوانه‌ای بصری و محتوایی برای اخباری فراهم می‌کنند که از سوی مجریان ارائه می‌شود. در شبکه ان‌بی‌سی نیز همچون در پلاتوهای بی‌بی‌سی‌ورلد و سی‌ان‌ان، ردیف تصاویر پس‌زمینه، تنوع بصری را افزایش می‌دهد و باعث تقویت وجهه خبری برنامه می‌شود. کاربرد مانیتور از عناصری است که از دیرباز در این شبکه رواج داشته است. به نمونه‌ای از این مورد در تصویری قدیمی توجه کنید.



تصویر ۱۲۷ . دکور برنامه امروز در سال ۱۹۵۲

در این تصویر (۱۲۷)، علاوه بر دو مانیتور که روی دکور پس‌زمینه نصب شده است، ۸ عدد ساعت دیواری نیز دیده می‌شود که زمان را به وقت محلی چند کشور نشان می‌دهند. در دکورهای امروزی این شبکه ساعت وجود ندارد، هر چند هنوز در برخی از شبکه‌ها این گونه کاربرد ساعت رایج است. به‌علاوه، دقت کنید که پلاتو در مقایسه با امروز چه اندازه کوچک بوده است. با اینکه این تصویر سیاه و سفید است (مربوط به اولین بخش از برنامه امروز [Today] در سال ۱۹۵۲) از رنگمایه‌ها می‌توان حدس زد که الگویی تقریباً تک‌رنگ - قهوه‌ای روشن - بر کل دکور تسلط داشته است.

در گفتگوی بی‌پرده، با تغییر اندازه نما از دور به نزدیک و درشت، میزان حضور و جلوه عناصر تصاویر پس‌زمینه بیشتر می‌شود (تصاویر ۲۱، ۲۲، ۴۵ و ۴۶). این، هم تنوع بصری صحنه را می‌افزاید و هم نوعی ضرباهنگ (ریتم) درونی را وارد تصویر می‌سازد که بویژه با توجه به بی‌حرکی مجری و میهمان اهمیت دارد. به دیگر سخن، چون این برنامه - و بیشتر برنامه‌های گفتگومحور - بر پایه گفتگوهای مجری و میهمان یا میهمانانی استوارند که جملگی روی صندلی نشسته‌اند و تحرک مکانی ندارند، ایجاد ضرباهنگ بصری ناشی از عناصر صحنه و دکور اهمیت فراوانی می‌یابد. زیرا از لحاظ بصری، توجه بیننده را به برنامه همچنان پابرجا نگه می‌دارد. این روند، در تصاویر زیر کاملاً آشکار است.



تصاویر ۲۱، ۲۲، ۴۵، ۴۶ . دگرگونی نقش عناصر پس‌زمینه از نمای دور به نزدیک در گفتگوی بی‌پرده

البته به جز اندازه نما، تغییر فاصله کانونی عدسی در تصاویر نزدیک نیز به جلوه بیشتر عناصر پس‌زمینه یاری رسانده است. به هر حال، در دو تصویر ۲۱، عناصر درون نما عبارتند از مجری و میهمان - که جزء عناصر دکور نیستند - و خطوط و طرح‌های پس‌زمینه که بیشترین جلوه بصری را ایجاد کرده‌اند. نوشته روی تصویر نیز جزء عناصر دکور صحنه است و به عناصر بصری نما تعلق دارد.

پس‌زمینه برنامه زنده لری کینگ (بوئزه در نماهای نزدیک) به پس‌زمینه گفتگوی بی‌پرده، بی‌شبهت نیست. این پس‌زمینه، هم تنوع بصری صحنه را می‌افزاید و هم به طرز ساده و گویا، گستردگی حیطة و مخاطبان برنامه را القا می‌کند. در نماهای بسته‌تر (متوسط و نزدیک)، عنصری از دکور که بیشتر به چشم می‌آید، نقاط رنگی حاصل از پس‌زمینه است.



تصاویر ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰. جلوه پس‌زمینه در نماهای نزدیک برنامه زنده لری کینگ

همان‌گونه که در تصاویر بالا مشهود است کارکرد اصلی پس‌زمینه در این نماها، افزایش تنوع بصری است. توجه کنید که میکروفون رومیزی در نماهای تک‌نفره میهمانان، دیده نمی‌شود و فقط در نماهایی به چشم می‌آید که مجری در آنها حضور دارد. به همین ترتیب، از آنجاکه رنگ صندلی‌ها سیاه است، در پس‌زمینه محو می‌شوند و به چشم نمی‌آیند. در هر دو استودیوی شبکه فرانس ۲۴، تصاویر اتاق خبر و خیابان در پس‌زمینه، تنوع بصری را افزایش می‌دهند و تقویت حس و حال برنامه را در پی دارند. به عبارت دیگر، این تصاویر پشتوانه‌ای بصری و محتوایی برای گفتگوها فراهم می‌آورند. این پشتوانه در مورد استودیو ۱ عبارت است از: دیدگاه رسمی شبکه که از طریق تصاویر اتاق خبر - محل تهیه و تنظیم دیدگاه‌های برنامه - القا می‌شود (تصاویر ۳۸ و ۳۹). در استودیو ۲، تصاویر خیابان و رفت و آمد مردم و خودروها، زمینه اصلی «فرهنگ» - یعنی جامعه - را به گفتگوی فرهنگی ربط می‌دهد (تصویر ۶۹).



تصاویر ۱۳۱، ۱۳۲. نمود پس‌زمینه در نماهای نزدیک فرانس ۲۴

در نماهای نزدیک از مجری یا میهمانان، فقط پس‌زمینه نمود دارد و دیگر عناصر دکور حذف می‌شوند. با این همه، عناصر پس‌زمینه در استودیو ۲، عبارت از نوشته‌هایی هستند که بر روی شیشه‌ها خود را به رخ می‌کشند. در تصاویر بالا، دو نمونه از این گونه نماها دیده می‌شود.

در خبر شبکه ۱ هنگامی که به نمای نزدیک مجری برش می‌خورد، بیشتر عکس پس‌زمینه را می‌بینیم. در اینجا با توجه به بسته بودن نما، عناصر بصری عکس پس‌زمینه مجال بهتری برای بروز یافته‌اند (تصویر ۴۲).



تصویر ۴۲. تصویر در پس‌زمینه نمای نزدیک

پیش‌تر در باره آشفستگی و شلوغی دکور برنامه گفتگوی ویژه خبری سخن گفته شد. در این برنامه، گاهی وجود عناصر پس‌زمینه و دکور در نماهای نزدیک، به آشفستگی بصری آنها دامن زده است.



تصاویر ۱۳۳، ۱۳۴. آشنفتگی بصری ناشی از چیدمان نادرست پس‌زمینه دکور در گفتگوی ویژه خبری

در هر دو تصویر بالا مشخص است که چگونه عناصر پس‌زمینه، هم تعادل ترکیب‌بندی را به هم زده است و هم، در هر دو مورد، به نظر می‌رسد که تصاویر پس‌زمینه از سر مجری و میهمان روییده‌اند!

در برنامه ۴۵ دقیقه طرح‌های روی شیشه پس‌زمینه دکور (تصویر ۲۱) نیز همین حالت را دارند، زیرا به دلیل انتزاع بیش از حد، کمتر بیننده‌ای متوجه می‌شود که این طرح‌ها در واقع بازسازی واژه «خبر» در آرم این شبکه هستند. با دقت در تصویر زیر می‌توان این همانندی را بهتر دریافت.



تصویر ۱۳۵. بخشی از آرم شبکه «خبر»

در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت که با نگاهی گذرا به عناصر دکور کنونی برنامه گفتگوی بی‌پرده مشخص می‌شود که هر سه ویژگی اساسی طراحی صحنه تلویزیونی در آنها رعایت شده است: یعنی هم با هدف برنامه (اطلاع‌رسانی و ایجاد فضای هیجان‌انگیز در گفتگو) سازگاری دارند، هم (به دلیل گستردگی فضای استودیو و سادگی آن) امکان نورپردازی و کاربرد وسایل صوتی را تسهیل می‌کنند، و هم با بودجه برنامه‌های گفتگومحور (که به طور معمول کمتر از برنامه‌های داستانی است) همخوانی دارد. در برنامه

زننده لری کینگ نیز همین سه ویژگی رعایت شده است: همخوانی با هدف برنامه (اطلاع‌رسانی)، سهولت در نورپردازی و کاربرد وسایل صوتی و هماهنگی با بودجه برنامه‌های خبری و گفتگومحور. همین سه ویژگی را در دکور عظیم ان‌بی‌سی نیز می‌توان یافت. با این حال، این دکور در هر سه مورد بالا عظیم‌تر و پر جلوه‌تر از دکورهای دیگر برنامه‌هاست. تنها محدودیت دکورهای برنامه‌های فرانس ۲۴ این است که به دلیل کوچکی محوطه استودیو، آزادی عمل دوربین یافته است، و از همین رو، در این برنامه‌ها، تنوع زوایای دوربین و اندازه نما اندک است.

در خبر شبکه ۱، سازگاری دکور با هدف برنامه (اطلاع‌رسانی) اندک است زیرا به دلیل یکنواختی، توجه بیننده را نمی‌تواند جلب کند و حواس مخاطب به اشیای آشنای اطرافش معطوف می‌شود؛ امکان نورپردازی و کاربرد وسایل صوتی را تسهیل می‌کند و با بودجه برنامه‌های خبری در شبکه‌های داخلی همخوانی دارد. برعکس، دکور خبر شبکه ۲، با هدف برنامه (اطلاع‌رسانی) سازگاری چندانی ندارد و کاربرد وسایل صوتی را تسهیل نمی‌کند (سیم آویزان مجری اخبار ورزشی)، ولی با بودجه برنامه‌های خبری همخوان است. به همین ترتیب، سازگاری دکور گفتگوی ویژه خبری نیز با هدف آن (اطلاع‌رسانی) اندک است زیرا به دلیل شلوغی بیش از حد، حواس بیننده را پرت می‌کند؛ امکان نورپردازی و کاربرد وسایل صوتی را تسهیل می‌کند و با بودجه برنامه‌های گفتگومحور شبکه‌های داخلی هماهنگ می‌نماید. دکور شبکه خبر با هدف برنامه (اطلاع‌رسانی) کاملاً سازگار است، کاربرد وسایل صوتی را تسهیل می‌کند (در اینجا سیم‌های میکروفون را نمی‌بینیم)، و در عین سادگی و حرفه‌ای بودن، با بودجه برنامه‌های خبری همخوانی دارد. در باره برنامه ۴۵ دقیقه نیز می‌توان گفت که هیچ‌یک از دکورهای ۱ و ۲ با محتوای این برنامه هماهنگی کامل ندارند زیرا دکور ۱ بسیار مات و بی‌جلوه و سرد است. دکور ۲ نیز هرچند از نظر رنگ شادابی و سرزندگی بیشتری دارد، شلوغ است و عناصر زایدی دارد که در برنامه هیچ کارکردی ندارند و فقط در حد عناصر تزئینی باقی می‌مانند. با این همه، هر دو دکور به دلیل گستردگی فضایی، کاربرد وسایل صوتی و تصویری و بویژه حرکت دوربین را تسهیل می‌کنند. دکور دو قدم مانده به صبح نیز با هدف آن (محیطی جذاب برای گفتگو) همخوانی دارد؛ به دلیل گستردگی مکانی، کاربرد وسایل صوتی و تصویری را تسهیل می‌کند و با بودجه برنامه‌های گفتگومحور ترکیبی سازگار است. دکور این برنامه، در ایجاد حس و حال ویژه آن نیز نقش دارد. جمع‌بندی این موارد در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. کارکرد دکور در برنامه‌های مورد بررسی

نام برنامه	همخوانی با هدف	تسهیل کاربرد ابزار صوتی و تصویری	همخوانی با بودجه
بی‌بی‌سی ورلد	×	×	×
گفتگوی بی‌پرده	×	×	×
سی‌ان‌ان	×	×	×
لری کینگ	×	×	×
ان‌بی‌سی	×	×	×
فرانس ۲۴	×	-	×
خبر شبکه ۱	-	×	×
خبر شبکه ۲	-	-	×
گفتگوی ویژه خبری	-	×	×
شبکه خبر	×	×	×
۴۵ دقیقه	-	×	×
دو قدم مانده به صبح	×	×	×

همان‌گونه که از جدول بالا برمی‌آید، در میان برنامه‌های داخلی، دکور شبکه خبر و دو قدم مانده به صبح بیشترین کارکرد و دکور خبر شبکه ۲، کمترین کارکرد را دارند.

فصل ۴

الگوی رنگ

الگوی کلی رنگ، حالت اصلی ارائه و پذیرش برنامه را فراهم می‌آورد و در نوع واکنش بیننده به برنامه نقش مهمی دارد. به علاوه، با طراحی الگوی رنگ و رعایت آن می‌توان نوعی امضای هنری برای برنامه فراهم کرد. در این فصل، نخست در بارهٔ تاثیر روان‌شناختی رنگ‌هایی که به طور معمول در برنامه‌های خبری و گفتگومحور به کار می‌روند، بحث خواهد شد و سپس، چگونگی کاربرد رنگ‌ها در برنامه‌های مورد نظر مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۴ - ۱. تأثیر رنگ‌ها

می‌دانیم که در تلویزیون با نور (سه نور اصلی آبی و قرمز و سبز) سر و کار داریم نه با رنگ آن گونه که در نقاشی به کار می‌رود. اما از آنجا که هم موضوع مقابل دوربین دارای رنگ است و هم برداشت مخاطب، به صورت رنگ (یا نور رنگی) است، در اینجا مسائل مربوط به رنگ به طور کلی مطرح می‌شود.

نخست باید اشاره کرد که تعیین تأثیرهای هر رنگ، مقوله‌ای دشوار و بحث‌برانگیز است. زیرا برداشت هر فرد از رنگ‌های گوناگون، بنا به سلیقه و پسند و دانش وی تفاوت می‌کند. به همین دلیل، رسیدن به اجماع در مورد تأثیر یک رنگ، تقریباً ناشدنی است. با این حال، از آنجا که قصد تجزیه و تحلیل این تأثیرها در میان است، ناگزیر باید نوعی جمع‌بندی ارائه شود. از این گذشته، میزان بازتاب رنگ از سطوح مختلف و دامنهٔ پذیرش آن در تلویزیون رنگی، با رنگ‌های روی تابلو نقاشی یا آن گونه که چشم معمولی انسان می‌بیند، تفاوت دارد. برای نمونه، درصد بازتاب سفید کرم ۵۸٪ است که حداکثر دامنهٔ

پذیرش در تلویزیون رنگی است. درصد بازتاب سبز - خاکستری ۴۳٪ و معادل پوست روشن بدن است. درصد بازتاب رنگ سیاه ۳٪ است. رنگ‌های دیگر در فاصله میان ۵۸٪ تا ۳٪ قرار می‌گیرند (احمدی لاری، ۱۳۸۶، ۴۸). این به معنای آن است که در تلویزیون رنگی، ارائه رنگ‌ها به صورت صد در صد امان‌پذیر نیست. یعنی نه سفیدی صد در صد امکان‌پذیر است و نه سیاهی.

بنابراین، تأثیرهایی را که در زیر آمده، باید در پرتو همین موارد مد نظر قرار داد. در جمع‌بندی زیر تلاش بر این بوده است که همانندی‌های دیدگاه‌های کارشناسان مختلف بیان شود و معیار بررسی قرار گیرد.

- آبی: این رنگ «صداقت و آرامش را القا می‌کند ... و آن را به اطمینان و ثبات ربط می‌دهیم. به همین دلیل است که در نشان شرکت‌ها از رنگ آبی استفاده می‌شود تا اطمینان و اعتماد را القا کند» (Boyle, 23-24).

- بنفش: ویژگی‌های این رنگ عبارتند از: «مرموز و برانگیزاننده احساسات»، «تشویق‌کننده و امیدبخش»، «دینداری و تدین»، «ستایش و عظمت» و البته «ترس» (ایتن، ۲۱۹). که همه اینها در «ستایش و عظمت» خلاصه می‌شود.

- خاکستری: خاکستری اغلب رنگی خنثی است و بیشتر از آنکه خودش به چشم بیاید، زمینه را برای نمود دیگر رنگ‌ها فراهم می‌آورد.

- زرد: این رنگ «در بسیاری از فرهنگ‌ها نشانه خورشید است. زرد کم‌رنگ، شادابی و لطف دارد و زرد پر رنگ، توجه را به خود می‌کشاند. زرد کم‌رنگ، بیشتر از هر رنگی به چشم می‌آید. بنابراین، اگر قرار باشد توجه را جلب کنیم می‌توانیم رنگ زرد را - بویژه در کنار رنگ‌های متضاد آن برای مثال رنگ‌های سرد آبی و سبز - به کار ببریم» (Boyle, 23-24).

- سبز: این رنگ «یادآور تازگی و تمیزی ... و سلامت و سرزندگی» است (Boyle, 24).

- سفید: رنگ سفید اغلب بر سکون و آرامش و خلوص دلالت دارد. (همان)

- سیاه: از نظر زیبایی‌شناسی، «رنگ سیاه باعث عدم تأثیر و تأثر رنگ‌ها در یکدیگر» می‌شود (ایتن، ۹۴). با این همه، زمینه سیاه بر درخشندگی و سردی یا گرمی رنگ‌های روی آن اثر می‌گذارد. برای نمونه، رنگ قرمز در زمینه سیاه به گرمی متمایل می‌شود و روشنی بیشتری به خود می‌گیرد (ایتن، ۶۴). به طور کلی، رنگ سیاه هنگامی که به صورت پس‌زمینه به کار رود، رنگ پیش‌زمینه را شدت و برجستگی می‌دهد. به علاوه، «رنگ سیاه

رنگی روان‌شناختی است. پیش‌تر رنگ سیاه را به عزاداری و اندوه مربوط می‌دانستند، ولی امروزه این رنگ اعتلا یافته است و پیچیدگی و قدرت و ظرافت را القا می‌کند. اگر بخواهیم نخبگی را القا کنیم یا طرحی را پدید آوریم که مخاطبانش شهرنشینان باشند، سیاه گزینه مناسبی است» (Boyle, 25).

- قرمز: «رنگ قرمز، سمبل حیات و زندگی ... و بیان‌کننده هیجان و شورش است». (ایتن، ۲۱۴) البته باید توجه داشت که ارزش نمادین رنگ به جای‌گیری آن در تصویر نیز بستگی دارد: «رنگ قرمز تیره در بالای تابلو سنگین است و وزن خود را تحمیل می‌کند و اگر در پایین بیاید استوار و محکم است» (ایتن، ۲۳۰). به‌علاوه، «رنگ قرمز توجه ما را به خود می‌کشاند. نوعی علامت خطر است که طی نسل‌ها شدت هم یافته است. رنگی است بسیار پر قدرت» (Boyle, 23).

- قرمز / نارنجی: «قرمز نارنجی رنگی تیره و متراکم است و حرارت و تابندگی آن، حرارتی درونی و باطنی است. وقتی رنگ قرمز به قرمز نارنجی مبدل شود، نیرویی آتشین و ملتهب پیدا می‌کند» (ایتن، ۲۱۴).

- قهوه‌ای: این رنگ «قبلاً نماینده خاک و خاشاک بود - یعنی هم جنبه مثبت داشت و هم منفی. ولی در سال‌های اخیر برداشت از این رنگ تغییر کرده است و بیشتر شکلات و قهوه را به ذهن می‌آورد، یعنی نوعی حس لذت‌بخشی پیدا کرده که قبلاً نداشت. قهوه‌ای از آنجا که پشم و چوب را به یاد می‌آورد، نوعی کیفیت لوکس پیدا کرده است» (Boyle, 24).

- نارنجی: «نارنجی، ترکیب قرمز و زرد است و ویژگی‌های هر دو را دارد؛ یعنی هم هیجان قرمز را انتقال می‌دهد و هم گرمی و شادابی زرد را ... نارنجی در لباس و اسباب‌بازی‌های کودکان بسیار به کار می‌رود. نارنجی به دلیل انرژی‌ای که دارد در جشن و شادمانی و رویدادهای شاد نیز کاربرد می‌یابد» (Boyle, 24).

خلاصه تأثیرهای روان‌شناختی رنگ‌هایی که در اغلب برنامه‌های تلویزیونی به کار می‌رود به این شرح است:

جدول ۷. تأثیرهای کلی رنگ‌ها

رنگ	تأثیر کلی
آبی	صداقت و اعتماد
بنفش	ستایش و عظمت
خاکستری	سکون

زرد	جلب توجه
سبز	سرزندگی
سفید	خلوص و پاکی
سیاه	پیچیدگی و ظرافت
قرمز / نارنجی	التهاب
قرمز	هیجان
قهوه‌ای	لذت بخشی
نارنجی	شادمانی

در این فصل در بحث از ویژگی‌های رنگ برنامه‌ها، برای رعایت اختصار، تأثیرات بالا را در نظر خواهیم گرفت. برای تحلیل کاربردهای الگوی رنگ، سه مورد زیر بررسی خواهد شد:

ارتباط الگوی رنگ آرم و رنگ‌های استودیوی برنامه
ارتباط الگوی رنگ برنامه و آرم با پوشش مجریان
تأثیر کلی رنگ‌های آرم و برنامه

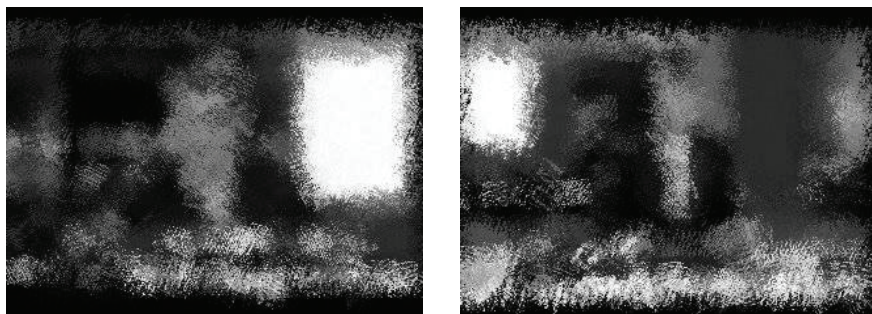
۴ - ۲. ارتباط الگوی رنگ آرم و رنگ‌های استودیوی برنامه

در برنامه‌های خبری و گفتگومحور به طور معمول رنگ‌هایی که در آرم (لوگوی) به کار می‌رود، با رنگ‌های دکور و استودیو هماهنگی دارد. یعنی میان رنگ‌های آرم و استودیو، نوعی رابطه مستقیم برقرار است. برای نمونه، در بی‌بی‌سی ورلد الگوی کلی رنگ، بر قرمز، سیاه و سفید استوار است. این الگو را می‌توان حتی در آرم آغازین این شبکه دید (تصویر ۱۳۶).



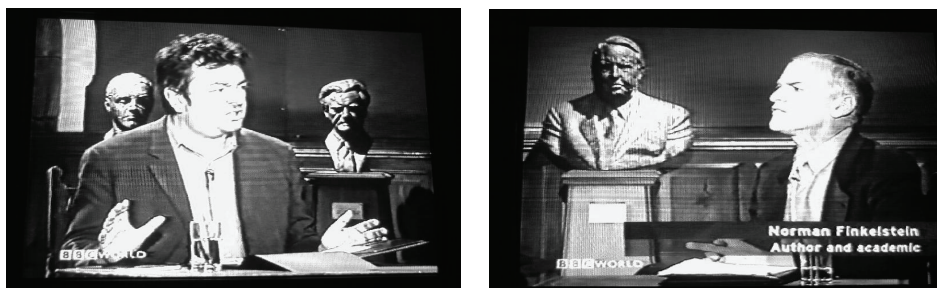
تصویر ۱۳۶. آرم بی‌بی‌سی ورلد

همین سه رنگ، در پلاتوی خبری و در عناوین میان‌برنامه نیز دیده می‌شود. برای درک بهتر این الگوی رنگی، تصاویر استودیوی این بخش خبری به صورت زیر بازسازی شده است.



تصاویر ۱۳۷، ۱۳۸. تسلط رنگ‌های قرمز، سیاه، و سفید در استودیوی بی‌بی‌سی ورلد

در تصاویر بالا، سه رنگ سیاه و قرمز و سفید تسلط دارند و رنگ سیاه، همچون قابی تصویر را در بر گرفته است. در اینجا، کاربرد سه رنگ الگوی اصلی این شبکه کاملاً نمایان است. در تصویر ۱۳۸، باز تسلط با رنگ سیاه است ولی حجم سفید سمت راست، سنگینی رنگ سیاه را متعادل ساخته و رنگ قرمز همچنان نمود آشکاری دارد. همین الگوی رنگی را در دیگر برنامه‌های این شبکه نیز می‌توان دید. برای نمونه، به دو نما از برنامه بحث‌های دوحه (Doha Debates) توجه کنید.



تصاویر ۱۳۹، ۱۴۰. تسلط رنگ‌های قرمز، سیاه، و سفید در برنامه بحث‌های دوحه

در این برنامه نیز سه رنگ قرمز و سیاه و سفید مسلط هستند و غلبه کلی با رنگ قرمز است که با بحث‌های تند این برنامه و هیجان آن همخوانی دارد. در این برنامه حتی در هنگام ارائه تصاویری از حاضران در استودیو نیز رنگ قرمز حضور دارد یا به تماشاگری

برش می‌خورد که لباس قرمز یا سیاه به تن دارد (احتمال دارد که این لباس‌ها از سوی برنامه در اختیار این تماشاگر قرار گرفته باشد یا این تماشاگر در واقع عضو گروه تولید باشد!)



تصاویر ۱۴۱، ۱۴۲. دو نما از تماشاگران حاضر در استودیوی برنامه بحثهای دوحه با لباس قرمز و سیاه

با نگاهی به تصویر استودیوی برنامه گفتگوی بی‌پرده (تصویر ۱) آشکار می‌شود که الگوی مسلط، به رنگ‌های سیاه و آبی و سفید تعلق دارد. در آرم این برنامه (تصویر ۱۴۳) نیز رنگ‌های سیاه و سفید مسلط است.



تصویر ۱۴۳. آرم گفتگوی بی‌پرده

به‌علاوه، خطوط نازک عمودی در تصویر بالا، با خطوط پس‌زمینه نماهای نزدیک این برنامه تقارن دارد. تصویر ۱۴۴ از جمله نماهای نزدیک از روی شانه (over the shoulder shot) است که از مجری برنامه استیفن سِکر ارائه می‌شود و در سمت چپ قاب نیز بخشی از بدن میهمان آشکار است. این نوع نماها برای برقراری ارتباط فیزیکی میان موضوعاتی به کار می‌روند که هر یک در نماهای جداگانه دیده می‌شوند. در این نوع نماهای این برنامه، خطوط منحنی و افقی و عمودی بر پس‌زمینه تسلط دارند.



تصویر ۱۴۴ . تسلط خطوط در پس‌زمینه

الگوی کلی رنگ شبکه سی‌ان‌ان بر چهار رنگ قرمز، سیاه، آبی، و سفید (یا روشن) استوار است. دو رنگ از این الگو در آرم اصلی این شبکه به کار رفته است (تصویر ۱۴۵).



تصویر ۱۴۵ . رنگ‌های قرمز و سفید در آرم سی‌ان‌ان

این آرم در مقایسه با آرم بی‌بی‌سی‌ورلد سادگی بیشتری دارد و فقط از دو رنگ قرمز و سفید تشکیل شده است. ولی در آرم‌های دیگر این شبکه، از جمله برنامه خبری شنبه که در زیر مشاهده می‌شود (تصویر ۱۴۶)، ترکیب بندی و الگوی رنگ به الگوی بی‌بی‌سی‌ورلد نزدیک است. در تصویر زیر، تسلط سه رنگ قرمز، سفید، و سیاه آشکار است و این به الگوی رنگ کلی بی‌بی‌سی‌ورلد شباهت دارد.



تصویر ۱۴۶ . الگوی رنگ آرم برنامه شنبه

چهار رنگ اصلی شبکه سی‌ان‌ان را در تصویر ۲ (نمای دور پلاتوی خبر) به‌خوبی می‌توان دید. در این تصویر، سه رنگ سیاه و قرمز و سفید تسلط دارند و رنگ سیاه بر تصویر احاطه دارد. در این نما، رنگ آبی فقط به صورت لکه‌ای در سمت راست تصویر به چشم می‌خورد ولی در نماهای نزدیک‌تر (تصویر ۱۴۷) به یکی از رنگ‌های مسلط تبدیل می‌شود.



تصویر ۱۴۷. نمود رنگ آبی در نماهای نزدیک

در تصویر بالا، تسلط با دو رنگ سیاه و آبی است و رنگ قرمز در حروف روی تصویر نمود اندکی یافته است. از مقایسه دو تصویر ۱ و ۲ و ۵ نتیجه می‌گیریم که در این شبکه، در برنامه‌های خبری طولانی‌تر، الگوی رنگ با تغییر اندازه نما اغلب تغییر می‌کند، هر چند در بخش‌های خبری کوتاه مدت، به طور معمول بیشتر از نمای نزدیک مجری با پس‌زمینه آبی استفاده می‌شود. بنابر الگوی کتاب هماهنگی رنگ (Boyle, 2001)، حالت کلی رنگ در تصویر ۲ «جسورانه» (Bold)، در تصویر ۱۴۶ «پرتحرک» (aggressive) و در تصویر ۱۴۷ «دوستانه» (friendly) و «آرام» (calming) است. کاربرد الگوی چهار رنگی در نمای زیر (تصویر ۱۴۸) نیز مشهود است.



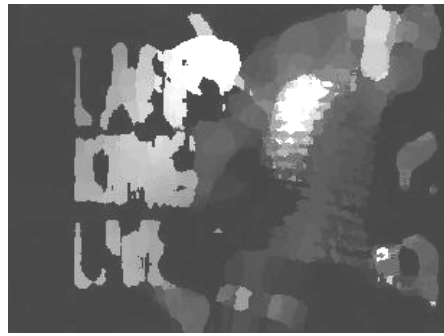
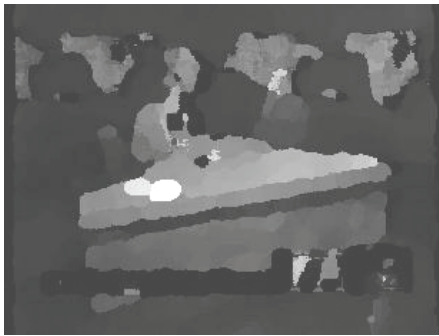
تصویر ۱۴۸. کاربرد الگوی چهار رنگی در سی‌ان‌ان

در این تصویر نیز سه رنگ سیاه و قرمز و سفید مسلط هستند و غلبه کلی با رنگ سیاه است. علاوه بر کراوات فرد سمت چپ که رنگ مایه آبی دارد، برای حفظ الگوی کلی رنگ، حاشیه سبز - آبی، به بالای سمت راست تصویر افزوده شده است. این نوع رنگ بندی نما، حسی از آرامش و ثبات و ظرافت القا می کند و همه اینها در خدمت باوراندن محتوای خبر به بیننده است. الگوی کلی رنگ برنامه زنده لری کینگ بر سیاه، آبی، سفید و نقاط رنگی استوار است. همه این موارد در آرم این برنامه به کار رفته است.



تصویر ۱۴۹. آرم برنامه زنده لری کینگ

عناصر مسلط این آرم به ترتیب عبارتند از: میکروفون در سمت راست قاب، نام برنامه در سمت چپ، رنگ آبی و نقاط رنگی در پس زمینه میکروفون در سمت راست و نام شبکه CNN در سمت راست پایین. رنگ مشکی تمام این عناصر را در بر گرفته است. همین رنگها را در بیشتر نماهای این برنامه می توان دید. برای درک بهتر الگوی رنگ این برنامه، به دو تصویر زیر دقت کنید.



تصاویر ۱۵۰، ۱۵۱. هماهنگی الگوی رنگ در آرم و استودیوی برنامه زنده لری کینگ

در هر دو تصویر بالا، رنگ‌های سیاه و آبی و روشن (سفید - خاکستری) بر تصویر احاطه دارند و دو نقطه قرمز رنگ (نام شبکه) در سمت راست پایین به چشم می‌خورد. بویژه به تسلط رنگ سیاه توجه کنید که محدوده تصویر را همچون قابی در خود گرفته است. این الگو تقریباً در همه نماهای این برنامه رعایت شده است (نگاه کنید به تصاویر ۳ و ۲۸).

الگوی کلی رنگ ان‌بی‌سی، بر هشت رنگ زرد، قرمز، قهوه‌ای، سفید، بنفش، آبی، سبز و سیاه استوار است، یعنی همان رنگ‌هایی که در آرم این شبکه به کار رفته است.



تصویر ۱۵۲ - هشت رنگ آرم ان‌بی‌سی

این آرم در مقایسه با آرم بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان پیچیدگی بیشتری دارد و از هشت رنگ تشکیل شده است که (به جز سفید و سیاه) نمایانگر طیف نوری است. حتی در آرم‌های دیگر این شبکه، از جمله برنامه خبری/امروز که در زیر مشاهده می‌شود (تصویر ۱۵۳)، تقریباً همین الگوی رنگ را می‌توان دید.



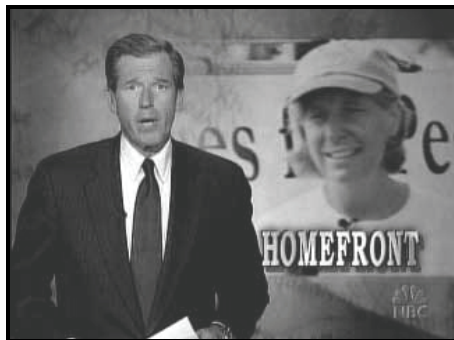
تصویر ۱۵۳ . رنگ‌های آرم برنامه امروز

در آرم بالا، رنگ‌های قرمز، قهوه‌ای، زرد، سبز، سفید، و سیاه مشاهده می‌شود و این به الگوی رنگ کلی این شبکه نزدیک است. هشت رنگ اصلی شبکه ان‌بی‌سی را در تصویر ۸۷ (دکور اخبار شبانه‌گاهی) به خوبی می‌توان دید. برای درک بهتر این الگوی رنگی، این تصویر به صورت زیر بازسازی شده است:



تصویر ۱۵۴. رنگ‌های دکور اخبار شبانه‌گاهی

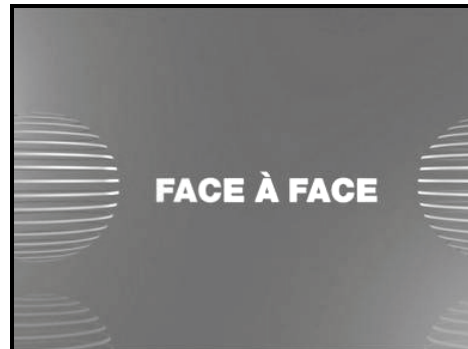
در تصویر بالا، رنگ‌ها بر حسب گستره عبارتند از: سیاه، قهوه‌ای، بنفش، آبی، زرد، سفید، سبز و قرمز. در برخی از نماها، با تغییر شدت نور، رنگ قهوه‌ای به طیف رنگ قرمز نزدیک‌تر می‌شود (برای مثال در ۵). گاهی در نماهای نزدیک‌تر الگوی رنگ تفاوت پیدا می‌کند. این تفاوت، بیشتر به پس‌زمینه تصویر بستگی دارد. برای نمونه، در تصویر ۱۵۵ رنگ‌های سیاه و آبی و در تصویر ۱۵۶ رنگ‌های سیاه و قهوه‌ای و سفید تسلط یافته‌اند.



تصاویر ۱۵۵، ۱۵۶. نقش پس‌زمینه در تغییر الگوی رنگ نماهای نزدیک

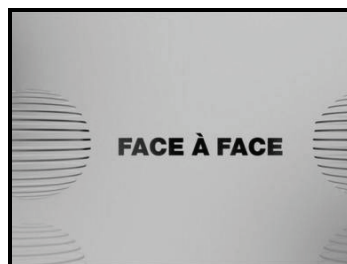
در نمای بالا (تصویر ۱۵۵)، تسلط با دو رنگ سیاه و آبی است و رنگ قهوه‌ای روشن و تیره در تصویر پس‌زمینه نمود یافته است. از مقایسه تصاویر این شبکه می‌توان نتیجه گرفت که در اینجا، همچون در شبکه سی‌ان‌ان، در برنامه‌های خبری طولانی‌تر، الگوی رنگ با تغییر اندازه نما اغلب تغییر می‌کند، هر چند در بخش‌های خبری کوتاه مدت به طور معمول بیشتر از نمای نزدیک مجری با پس‌زمینه آبی یا سیاه استفاده می‌شود. تغییر رنگمایه مسلط نماهای متوسط و نزدیک، با تغییر عناصر پس‌زمینه و گاهی (در صورت امکان) تغییر نور ورودی به دوربین حاصل شده است.

الگوی رنگ شبکه فرانس ۲۴ بر سه رنگ آبی، سفید، و نارنجی - قرمز استوار است. در زیر آرم برنامه رو در رو و تصویری از استودیوی آن (استودیو ۱) مشاهده می‌شود.



تصاویر ۱۵۷، ۱۵۸. رنگ‌های مسلط در آرم و استودیوی برنامه رو در رو

در اینجا به ظاهر این دو رنگ با یکدیگر همخوانی ندارند. ولی در واقع رنگ آبی مسلط استودیو، «نگاتیو» یا «منفی» رنگ مسلط قرمز - نارنجی آرم است. نسخه منفی تصویر ۱۵۷ به صورت تصویر ۱۵۹ درمی‌آید.



تصویر ۱۵۹ - «منفی» تصویر آرم برنامه رو در رو

آنچه رابطه معکوس این دو رنگ را شدت می‌بخشد، نماهایی است که در آنها رنگ‌های آبی و نارنجی در کنار هم به کار رفته‌اند. برای نمونه، در تصویر زیر (تصویر ۱۶۰) به‌خوبی می‌توان دید که رنگ مسلط نارنجی - قرمز را، حاشیه‌ای از رنگ آبی، در بالا و پایین در بر گرفته است.



تصویر ۱۶۰. همجواری رنگ‌های مسلط آرم و استودیو

به این ترتیب، میان این دو رنگ می‌توان دو رابطه برقرار کرد: نخست، همین رابطه «منفی» یا برعکس؛ و دیگری، کاربرد رنگ نارنجی - قرمز در پس‌زمینه و نوشته‌های روی تصویر، که نمونه‌هایی از آن در زیر دیده می‌شود.



تصاویر ۱۵۷، ۱۶۱، ۱۶۲. کاربرد رنگ نارنجی/قرمز در تصاویر استودیوی برنامه رو در رو همین رابطه دوم، در برنامه فرهنگ نیز دیده می‌شود. در اینجا، رنگ بنفش آرم، در استودیو نیز نمودی آشکار دارد.



تصاویر ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۶۵. کاربرد رنگ بنفش در آرم و تصاویر استودیوی برنامه فرهنگ

با مقایسه تصاویر بالا می‌توان مشاهده کرد که در برنامه‌های رو در رو و فرهنگ، رنگ پس‌زمینه‌های دکور و پس‌زمینه‌های تصویری، همان رنگ مسلط آرم برنامه است. در برنامه‌های «سیری در مطبوعات»، «مجله خبری»، و «مناظرهٔ فرانس ۲۴» نیز وضع به همین ترتیب است.



تصاویر ۱۶۶، ۱۶۷، ۱۶۸. کاربرد رنگ آبی در آرم و تصاویر استودیوی برنامهٔ مجلهٔ خبری در تصاویر ۱۶۶ تا ۱۶۸ دیده می‌شود که رنگ آبی در آرم و استودیو و پس‌زمینه‌های برنامهٔ مجلهٔ خبری به کار رفته است.



تصاویر ۱۶۹، ۱۷۰، ۱۷۱. کاربرد رنگ آبی روشن و کولاژ روزنامه‌ها در آرم و تصاویر استودیوی برنامهٔ سیری در مطبوعات به خوبی نشان می‌دهد. به همین ترتیب، در تصاویر زیر، استفاده از رنگ نارنجی - قرمز در همهٔ نماهای برنامهٔ مناظره نشان داده شده است.



تصاویر ۱۷۲، ۱۷۳، ۱۷۴. کاربرد رنگ نارنجی - قرمز در آرم و تصاویر استودیوی برنامهٔ مناظرهٔ فرانس ۲۴

این الگوهای رنگ، همیشه به همین صورت به کار می‌روند و تغییر نمی‌یابند. برای نمونه، زمینه نوشته‌های روی تصویر در برنامه مناظره فرانس ۲۴ و رودر رو همیشه به رنگ نارنجی - قرمز است و هیچ‌گاه بنفش یا آبی نیست. به همین ترتیب، زمینه نوشته‌های روی تصویر در برنامه مجله خبری همیشه آبی است و هرگز به رنگ‌های بنفش یا نارنجی - قرمز نیست. بررسی تصاویر بالا نشان می‌دهد که در برنامه‌های گفتگومحور فرانس ۲۴، سه رنگ آبی، نارنجی و سفید تسلط دارند و رنگ‌های دیگر، از جمله بنفش و سبز و عنابی نیز به کار می‌روند. رنگ سیاه نیز بیشتر در لباس مجریان و میهمانان و نوشته‌های روی تصاویر نمود دارد. نگارنده مطمئن نیست که آیا تسلط سه رنگ آبی و سفید و قرمز، با رنگ‌های پرچم فرانسه نسبت دارد یا خیر. ولی به طور کلی شاید چنین فرضی دور از ذهن نباشد.

اینک به الگوی رنگ برنامه‌های داخلی نگاهی می‌اندازیم. در شبکه ۱، الگوی رنگ، بر رنگ‌های آبی، سیاه، سفید و زرد استوار است. رنگ‌های مسلط در آرم برنامه، در تصویر زیر (۱۷۵) نشان داده شده است.



تصویر ۱۷۵. رنگ‌های مسلط آرم خبر شبکه ۱

رنگ‌های مسلط در تصویر بالا عبارتند از: بنفش تیره، سیاه، خاکستری، آبی، سفید و زرد. از این شش رنگ، فقط سه رنگ آبی، سفید و سیاه در الگوی رنگ دکور و صحنه نمود بارزی دارند و رنگ زرد، بیشتر در حروف و متن روی تصاویر و در نشان برنامه - که همواره در گوشه سمت راست پایین قرار دارد - می‌آید. رنگ سبز نیز تنها اندکی در عکس پس‌زمینه و سطح میانی جلوی میز مجریان، نمود دارد. تصویر ۱۷۶ رنگ‌های مسلط در این بخش خبری را بهتر نشان می‌دهد.



تصویر ۱۷۶. رنگ‌های مسلط استودیوی خبر شبکه ۱

در تصویر بالا، تسلط با رنگ آبی است که سرتاسر قاب تصویر را در بر گرفته است. رنگ سیاه و قهوه‌ای، بیشتر در لباس مجریان، رنگ زرد، در نشان برنامه و رنگ خاکی، در سکوی کف استودیو نمایان است. رنگ سبز نیز جلوه‌اندکی دارد.



تصاویر ۱۷۷، ۱۷۸. رنگ‌های مسلط در نماهای نزدیک مجری

در نمای نزدیک مجری مرد (تصویر ۱۷۷)، همچنان سلطه با رنگ آبی است و رنگ‌های سیاه، سفید، سبز و زرد در مراتب بعدی قرار می‌گیرند. در نمای نزدیک مجری زن (تصویر ۱۷۸)، باز سلطه با رنگ آبی است و رنگ‌های قهوه‌ای (به دلیل رنگ مانتوی مجری)، سفید، سیاه، زرد و اندکی سبز، در ردیف بعد قرار می‌گیرند. توجه کنید که رنگ قهوه‌ای با شدت و گستره‌ای که در تصویر ۱۷۸ دیده می‌شود، جزء رنگ‌های آرم برنامه نیست.

تصویر ۱۷۹ آرم خبر شبکه ۲ را نشان می‌دهد.



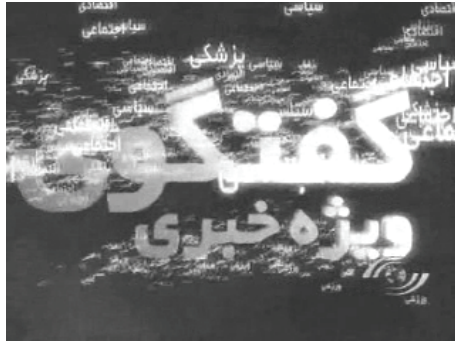
تصویر ۱۷۹. آرم خبر شبکه ۲

رنگ‌های این تصویر به ترتیب تسلط عبارتند از: سیاه، قرمز، آبی، نارنجی و سفید. این ترتیب، با رنگ‌های به کار رفته در پلاتو تفاوت دارد زیرا رنگ‌های پلاتو (تصویر ۱۸۰) به ترتیب تسلط عبارتند از: خاکستری فلزی، سیاه، قرمز، زرد، قهوه‌ای، آبی و سفید. از آنجا که تصویر صفحه تلویزیون وسط قاب تغییر می‌کند، رنگ سبز را جزء این رنگ‌ها نیاورده‌ایم. مسلط‌ترین رنگ‌های پلاتو، یعنی خاکستری فلزی و نیز قهوه‌ای، در آرم برنامه به کار نرفته‌اند. به علاوه، رنگ آبی که در آرم برنامه می‌بینیم، با رنگ آبی پلاتو متفاوت است. رنگ آبی در سمت راست بالای آرم، با رنگ قرمز در سمت چپ پایین آرم، تضاد دارد ولی این میزان تضاد در رنگ‌های قرمز و آبی پلاتو دیده نمی‌شود.



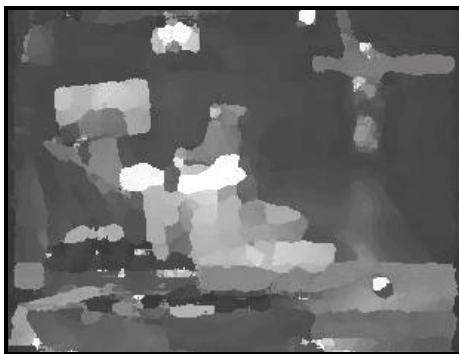
تصویر ۱۸۰. رنگ‌های مسلط استودیوی خبر شبکه ۲

در تصویر بالا، تسلط رنگ‌های خاکستری فلزی، سیاه، قرمز و زرد آشکار است و رنگ‌های سفید و آبی روشن نیز نمود اندکی دارند. به این ترتیب، رنگ مسلط سیاه در آرم، در استودیو، جایش را به رنگ خاکستری خنثی داده است. الگوی رنگ آرم برنامه گفتگوی ویژه خبری بر رنگ‌های سیاه، سفید، خاکستری و قرمز استوار است. رنگ‌های مسلط در آرم این برنامه در تصویر ۱۸۱ مشاهده می‌شود.



تصویر ۱۸۱. آرم برنامه گفتگوی ویژه خبری

در این تصویر، رنگ سیاه تسلط و نمود دارد که کاربرد آن جدا از ویژگی‌های زیبایی‌شناسی، به دلایل فنی نیز هست، زیرا برای تنظیم فنی تصویر و رعایت تضاد (کنتراست) میزان مشخصی از رنگ سیاه باید در تصویر وجود داشته باشد. رنگ سیاه در الگوی رنگ دکور و صحنه این برنامه نیز نمود دارد، بویژه در نماهای متوسط یا نزدیک با پس‌زمینه سیاه. ولی در نماهای دور، به دلیل وجود عناصر اضافی در دکور، الگوی رنگی در هم آمیخته‌ای پدید می‌آید (تصویر ۱۸۲).



تصویر ۱۸۲. درهم آمیختگی الگوی رنگ در نماهای دور

در تصویر بالا، تسلط با رنگ سیاه است که قاب تصویر را در بر گرفته است. رنگ سفید در میزهای جلوی مجری و میهمان، و رنگ قرمز در نوار اطلاع‌رسانی پایین تصویر مشخص است.

رنگ‌های مسلط آرم شبکه خبر شامل سیاه، آبی، سفید، و بنفش است (تصویر ۱۸۳) که به ظاهر با رنگ‌های به کار رفته در پلاتو تفاوت دارد.



تصویر ۱۸۳. آرم شبکه خبر

رنگ‌های مسلط در نماهای استودیوی این شبکه بیشتر شامل طیف نارنجی و قهوه‌ای است (تصویر ۱۸۴).



تصویر ۱۸۴. رنگ‌های مسلط در استودیوی شبکه خبر

رنگ‌های این نما عبارتند از: سیاه، آبی، نارنجی، کرم، زرد، قرمز تیره، نقره‌ای و سفید. برخی از مسلط‌ترین رنگ‌های پلاتو، برای نمونه، نارنجی و قرمز تیره، در آرم برنامه به کار نرفته‌اند. به علاوه، رنگ آبی که در آرم برنامه می‌بینیم با رنگ آبی پلاتو متفاوت است. در آرم برنامه، رنگ‌های آبی و سفید مسلط است ولی در تصویر پلاتو، رنگ‌های سیاه و آبی و طیف قرمز - نارنجی. اما اگر در اینجا نیز همچون در مورد برنامه رودر رو شبکه فرانس ۲۴، رنگ‌های مسلط آرم را «منفی» کنیم، رنگ‌های مسلط آرم و استودیو، هماهنگی بیشتری می‌یابند (تصویر ۱۸۵).



تصویر ۱۸۵. «منفی» آرم شبکه خبر

در تصویر «منفی» بالا، رنگ‌های مسلط عبارتند از: کرم، قهوه‌ای روشن، قهوه‌ای، قهوه‌ای تیره، سفید. از آنجا که در نماهای نزدیک، گستره آبی پایین تصویر حذف می‌شود، هماهنگی رنگ تصویر ۱۸۵ و نماهای نزدیک افزایش می‌یابد. با این حال، رنگ‌های مسلط پلاتو در برش از نمای دور و دونفره، به نمای نزدیک مجریان تفاوت چندانی پیدا نمی‌کند، زیرا رنگ آبی همچنان در نوار اطلاع‌رسانی پایین تصاویر دیده می‌شود. به این ترتیب، رنگ آبی آرم در همه نماها، نمودی آشکار دارد (تصویر ۱۸۶).



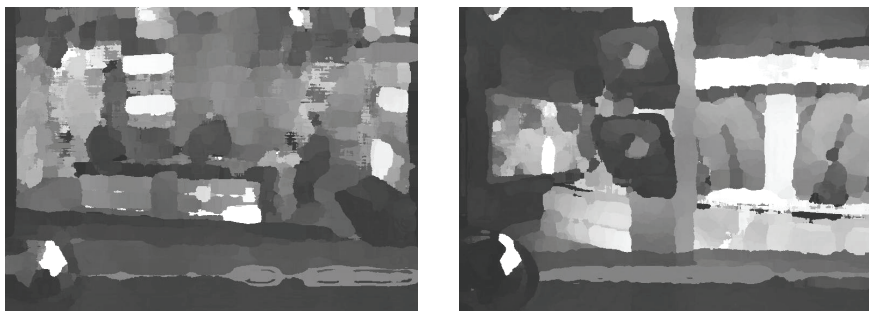
تصویر ۱۸۶. رنگ‌های مسلط در نمای نزدیک مجری

تصویر زیر (۱۸۷) آرم برنامه ۴۵ دقیقه را نشان می‌دهد.



تصویر ۱۸۷. آرم برنامه ۴۵ دقیقه

رنگ‌های مسلط این تصویر عبارتند از: سیاه، قرمز، سفید و آبی. این رنگ‌ها با رنگ‌های به کار رفته در هر دو دکور این برنامه تفاوت دارند، زیرا در آرم، رنگ‌های سیاه و قرمز سلطه دارند ولی در پلاتوهای ۱ و ۲ رنگ‌های سیاه، کرم و آبی مسلط هستند (تصاویر ۱۸۸ و ۱۸۹).



تصاویر ۱۸۸ و ۱۸۹. ناهمگونی رنگ‌های مسلط آرم و استودیوی ۴۵ دقیقه

با توجه به تصاویر بالا آشکار است که جلوه رنگ آبی در استودیو ۱ بیشتر از استودیو ۲ است. برعکس، در استودیو ۲ رنگ قرمز نمود بیشتری دارد. البته شاید بتوان تسلط رنگ آبی در دو دکور این برنامه را با تسلط این رنگ در آرم کلی شبکه خبر (تصویر ۱۸۳) مرتبط دانست. با توجه به رنگ‌های این آرم، تسلط رنگ آبی در دو دکور این برنامه توجیه می‌شود. این نکته از این رو اهمیتی مضاعف می‌یابد که بیشتر برنامه‌های خبری این شبکه نیز در همین دو دکور پخش می‌شوند. الگوی کلی رنگ این دو دکور، در نماهای دور تا نزدیک تغییر می‌یابد، یعنی در نماهای دور، رنگ‌های آبی و سیاه، در نماهای متوسط یا کامل، رنگ‌های آبی و کرم و در نماهای نزدیک، رنگ‌های آبی و قهوه‌ای روشن (ناشی از چهره مجری و میهمان) تسلط دارند (تصاویر ۱۹۰ تا ۱۹۲).



تصاویر ۱۹۰، ۱۹۱، ۱۹۲ - دگرگونی الگوی رنگ در نماهای دور تا نزدیک دکور ۱ برنامه ۴۵ دقیقه

این نوع تغییر جزئی الگوی رنگ، که به تنوع بصری نماها یاری می‌رساند، از امتیازهای این برنامه است. در نماهای استودیوی ۲ نیز همین حالت برقرار است (تصاویر ۱۹۳ تا ۱۹۵).



تصاویر ۱۹۳، ۱۹۴، ۱۹۵. دگرگونی الگوی رنگ در نماهای دور تا نزدیک دکور ۲ برنامه ۴۵ دقیقه همان‌گونه که در تصاویر بالا مشاهده می‌شود، در نماهای دور، رنگ آبی و در نماهای متوسط یا نزدیک، رنگ‌های قرمز و نارنجی و قهوه‌ای تسلط دارند. آرم برنامه دو قدم مانده به صبح در تصویر زیر (تصویر ۱۹۶) نشان داده شده است.



تصویر ۱۹۶. آرم دو قدم مانده به صبح

رنگ‌های مسلط این آرم عبارتند از: زرد - نارنجی، قهوه‌ای تیره، آبی و سفید. همین رنگ‌ها در استودیو نیز به کار رفته‌اند، ولی تسلط آنها به اندازه‌ای که در آرم مشاهده می‌شود، نیست. برای نمونه، رنگ زرد - نارنجی که در آرم بالا کاملاً مسلط است، در استودیو، بیشتر در پس‌زمینه‌های تصویری به کار می‌رود.



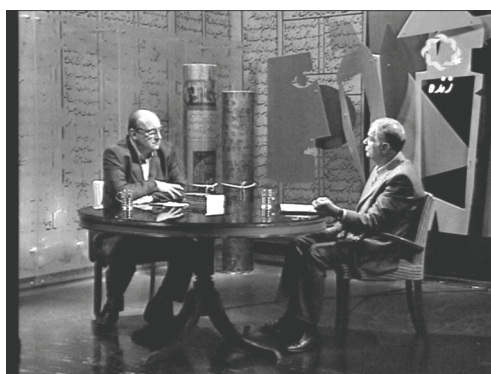
تصاویر ۱۹۷، ۱۹۸، ۱۹۹. حضور رنگ زرد - نارنجی در پس‌زمینه‌های تصویری دو قدم مانده به صبح

رنگ سفید که در آرم نمود اندکی دارد، در استودیو به مسلط‌ترین رنگ تبدیل می‌شود. میزان حضور رنگ آبی در آرم برنامه و استودیو تقریباً یکسان است (با توجه به تغییر نسبت ابعاد در آرم و استودیو).



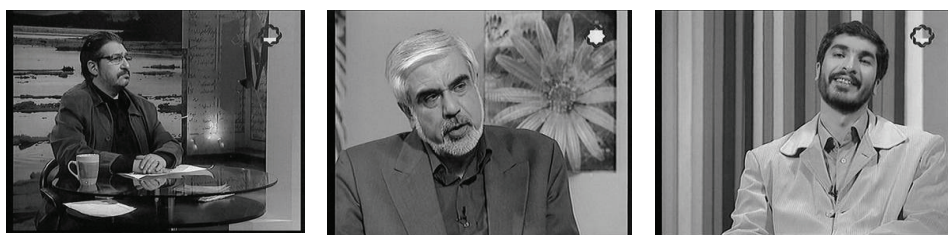
تصویر ۲۰۰. حضور رنگ آبی در استودیوی دو قدم مانده به صبح

بیشترین حضور رنگ قهوه‌ای تیره در دکور ۲ و نیز در سکوی میز مجری در دکور ۱ است.



تصویر ۲۰۱. سلطه رنگ قهوه‌ای در دکور ۲ دو قدم مانده به صبح

در چند تصویر بالا آشکار است که رنگ‌های مسلط هر تصویر با تصویر دیگر متفاوت است. این نکته، تنوع رنگی برنامه را افزایش می‌دهد و از یکنواختی بصری آن می‌کاهد. با این همه، در برخی نماها، رنگ‌هایی دیده می‌شود که در آرم برنامه به کار نرفته‌اند، همچون رنگ‌های قرمز و سبز.



تصاویر ۲۰۲، ۲۰۳، ۲۰۴. کاربرد رنگ‌های قرمز و سبز در پس‌زمینه‌های تصویری دو قدم مانده به صبح

در تصاویر بالا، حضور رنگ‌هایی خارج از رنگ‌های آرم برنامه، به تنوع رنگ‌های یاری رسانده است اما به این ترتیب، این نکته به ذهن متبادر می‌شود که برنامه، فاقد الگوی رنگی مشخص است.

۴ - ۳. ارتباط الگوی رنگ برنامه و آرم با پوشش مجریان

در برنامه‌های تلویزیونی، به طور معمول تلاش بر این است که پوشش مجریان، با الگوی کلی رنگ برنامه همخوانی داشته باشد. با این حال، از آنجا که رنگ سیاه (به دلایل فنی)، جزء رنگ‌های اصلی تلویزیون است، لباس تیره از جمله پوشش‌های رایج برای مجریان و میهمانان به شمار می‌رود. افزون بر این، برنامه‌های خبری و گفتگومحور، جزء برنامه‌های رسمی و جدی تلویزیونی هستند و به همین دلیل، پوشش مجریان مرد و زن در این برنامه‌ها، اغلب رسمی است تا با لحن جدی آنان همخوانی داشته باشد. رسمی‌ترین پوشش مردان، کت و شلوار است. از این رو، به دلایل فنی، فرهنگی و زیبایی‌شناختی، کت و شلوار تیره از رایج‌ترین لباس‌های مجریان و میهمانان مرد در برنامه‌های تلویزیونی، از جمله برنامه‌های خبری و گفتگومحور، به شمار می‌رود. در فصل هفتم، در مورد پوشش مجریان بیشتر صحبت خواهد شد. در اینجا به طور گذرا، به برخی نکات کلی اشاره می‌شود.

در بیشتر برنامه‌های خبری و گفتگومحور خارجی، مجریان مرد، کت و شلوار تیره و مجریان زن، لباس رسمی به تن دارند. بویژه در برنامه‌هایی که رنگ سیاه در آرم و استودیو تسلط دارد، اصرار بر کاربرد رنگ سیاه را، حتی در لباس مجریان نیز می‌توان دید. برای نمونه، به تصاویر مجریان برنامه‌های خارجی در فصل پیشین و همین فصل دقت کنید.

در برنامه‌های داخلی نیز به طور معمول، این همخوانی وجود دارد و اغلب مجریان، لباس تیره به تن دارند. با این حال، گاهی این همخوانی از میان می‌رود و در برخی از برنامه‌ها، از جمله بخش‌های خبری شبکه ۱ و ۲، نوعی ناهمگونی از نظر پوشش مجریان دیده می‌شود. تصویر ۲۰۵ گوناگونی پوشش مجریان مرد و زن را در دو بخش خبری یاد شده نشان می‌دهد.



تصویر ۲۰۵. گوناگونی رنگ لباس مجریان خبر شبکه‌های ۱ و ۲

البته گوناگونی لباس مجریان تنوع بصری را می‌افزاید ولی از سوی دیگر، وجود الگویی یکدست و از پیش مشخص را با تردید روبه‌رو می‌کند. در بخش مربوط به ویژگی‌های بیانی مجری، باز به این مسئله خواهیم پرداخت.

۴ - ۴. تأثیر کلی رنگ‌های آرم و برنامه

در این بخش، به جمع‌بندی تأثیر رنگ‌ها در برنامه‌ها می‌پردازیم. البته همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد، جمع‌بندی تأثیر رنگ‌های هر برنامه، امری دشوار و بحث‌برانگیز است. زیرا علاوه بر پسند و ذوق شخصی، رنگ‌ها بر هم تأثیر می‌گذارند و جلوه‌ها و برداشت‌های تازه‌ای را رقم می‌زنند. با این همه، توجه به تأثیر کلی رنگ‌های هر برنامه خالی از فایده نخواهد بود.

در بی‌بی‌سی‌ورد، کاربرد رنگ قرمز و تسلط آن در الگوی رنگی این برنامه، به طور تلویحی چنین می‌رساند که این برنامه‌ای است زنده و پرشور که اخباری پرهیجان از ناآرامی‌های جهان عرضه می‌کند. در نماهای دور، رنگ قرمز در بالا و طرفین قرار می‌گیرد و در نماهای نزدیک، به صورت نوار قرمز اطلاع‌رسانی (roll & crawl) در پایین تصویر دیده می‌شود. رنگ سیاه، به طور معمول رنگی گرفته و سنگین است و تسلط آن بر تصاویر این برنامه، شاید دلیلی بر سنگینی و وقار برنامه باشد. البته نباید تأثیر عوامل فرهنگی را نیز نادیده گرفت. به این معنی که شاید بتوان تسلط آشکار رنگ سیاه را به «خودداری» و «نزاکت» انگلیسی ربط داد. ولی به نظر می‌رسد که عامل نخست، اهمیت بیشتری داشته باشد. نکته دیگری که نباید از نظر دور داشت، نقش تغییر پسند عمومی بر عناصر تصویر برنامه‌های تلویزیونی است. در گذشته که رنگ وسایل صوتی و تصویری بیشتر تیره بود، رنگ آبی، کاربرد بیشتری در پلاتوهای خبری داشت اما امروزه که رنگ این وسایل بیشتر در طیف خاکستری - نقره‌ای است، رنگ سیاه کاربرد بیشتری یافته است. این نکته‌ای است که البته در اینجا به صورت تجربی بیان می‌شود و نیازمند پژوهش‌های بیشتر و عمیق‌تر است. رنگ سفید، اغلب بر سکون و آرامش و خلوص دلالت می‌کند و کاربرد آن در تصاویر پلاتوی این برنامه، دلایل چندگانه‌ای دارد. نخست، کاربرد رنگ سفید موجب تضاد با رنگ سیاه می‌شود و بر گوناگونی و تضادمندی دیدگاه‌هایی دلالت دارد که در این برنامه مطرح می‌شود. این امر باز در جهت همان اسطوره «بی‌طرفی» است که همه شبکه‌های خبری بر آن تأکید دارند. خلوص اخبار، تأثیر دیگری است که از کاربرد رنگ سفید مد نظر است: اخباری که در این برنامه ارائه می‌شود، همان پاک‌ی و خلوص رنگ سفید را دارد. به این ترتیب، کاربرد این سه رنگ مسلط، کارکردهای مشخصی دارد و هر یک از این رنگ‌ها

به تنهایی یا در ترکیب کلی، تفاسیری را می‌آفریند که با هدف برنامه همخوانی دارد. تأثیرات این رنگ‌ها به قرار زیر است:

- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)

در گفتگوی بی‌پرده، جاهایی که رنگ سیاه به صورت پس‌زمینه به کار رفته است (برای نمونه، در آرم برنامه، در استودیو و در نوار اطلاع‌رسانی که ترکیب خاکستری و قرمز است) موجب گرمی بیشتر رنگ قرمز شده است. به طور کلی، رنگ سیاه هنگامی که به صورت پس‌زمینه به کار می‌رود، رنگ پیش‌زمینه را شدت و برجستگی می‌دهد. تأثیرات رنگ سیاه در این برنامه، شبیه به شبکه بی‌بی‌سی *ورلد/است*. رنگ آبی، جزء رنگ‌های اصلی الگوی کلی این برنامه است که بویژه در استودیو بسیار مسلط است. این رنگ، صداقت و آرامش و اطمینان را القا می‌کند. جالب اینجاست که رنگ آبی، بیشترین نمود را در همجواری با رنگ‌های تیره می‌یابد، رنگ آبی «همواره میل دارد در تاریکی خودنمایی کند» (ایتن، ۲۱۶). این نکته در الگوی رنگ استودیوی این برنامه رعایت شده است. کاربرد اندک رنگ قرمز در الگوی رنگی این برنامه، بر این نکته دلالت دارد که برنامه با وجود سرزندگی‌اش تلاش می‌کند به دور از هیجان و با آرامش، محیطی را برای گفتگوی دوفره فراهم سازد. البته ارزش نمادین رنگ، به جایگیری آن در تصویر نیز بستگی دارد. در این برنامه، رنگ قرمز بیشتر در بالا و پایین نماهای نزدیک، حضور آشکاری دارد. کاربرد اندک رنگ سفید در تصاویر این برنامه، هم موجب تضاد با رنگ سیاه می‌شود (و به طور تلویحی بر گوناگونی و تضاد دیدگاه‌هایی دلالت دارد که در این برنامه ارائه می‌شوند) و هم این تأثیر را ایجاد می‌کند که گفتگوهای برنامه از پاکی و خلوص رنگ سفید به دور نیست. به این ترتیب، کاربرد این چهار رنگ با هدف برنامه همخوانی دارد که عبارت است از: ایجاد محیطی با وقار و سنگین برای گفتگوی جدی. به طور کلی، امروزه کاربرد رنگ سیاه در برنامه‌های گفتگومحور رایج شده است و نمونه‌های آن را در دیگر برنامه‌های خبری و گفتگومحور نیز می‌توان دید. تأثیرهای کلی این رنگ‌ها را می‌توان چنین جمع‌بندی کرد:

- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)

در شبکه‌سی‌ان‌ان، رنگ سیاه هم پیچیدگی و قدرت و ظرافت را ارائه می‌دهد و هم در برنامه‌ای به کار رفته که بیشتر مخاطبانش شهرنشینان هستند. با این همه، و همان‌گونه که پیش‌تر نیز گفته شد، زمینه سیاه بر درخشندگی و سردی یا گرمی رنگ‌های روی آن اثر می‌گذارد. برای نمونه، رنگ قرمز در زمینه سیاه، به گرمی متمایل می‌شود و روشنی بیشتری به خود می‌گیرد (ایتن، ۶۴). در این برنامه، جاهایی که رنگ سیاه به صورت پس‌زمینه به کار رفته (برای نمونه، در نماهای نزدیک و آرم برنامه و در مورد نوار اطلاع‌رسانی که به صورت قرمز است) موجب گرمی بیشتر رنگ قرمز شده است. رنگ قرمز نوعی واکنش روان‌شناختی «بجنگ یا بگریز» را در خود دارد (Boyle, 23). کاربرد رنگ قرمز و تسلط آن در الگوی رنگی این برنامه، همچون در مورد بی‌بی‌سی‌ورلد، به طور تلویحی چنین می‌رساند که این برنامه‌ای است زنده و پرشور که اخباری پرهیجان از وضعیت کنونی جهان عرضه می‌کند که در آن «بجنگ یا بگریز» راهبرد اصلی زندگی است. رنگ آبی نیز صداقت و آرامش و اطمینان را القا می‌کند. کاربرد رنگ سفید، موجب تضاد با رنگ سیاه می‌شود و بر گوناگونی و اختلاف دیدگاه‌هایی دلالت دارد که در این برنامه ارائه می‌شود. خلوص اخبار، تأثیر دیگری است که از کاربرد رنگ سفید مد نظر است. به این ترتیب، در اینجا نیز کاربرد این چهار رنگ مسلط، با هدف برنامه همخوانی دارد. تأثیرات کلی این رنگ‌ها چنین است:

- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)

در برنامه زنده لری کینگ، رنگ سیاه هم نشان‌دهنده پیچیدگی و قدرت و ظرافت است و هم مخاطبان شهرنشین را در نظر دارد. رنگ آبی نیز بر صداقت و آرامش و اطمینان دلالت می‌کند. به طور کلی، کاربرد رنگ سیاه و آبی و تسلط آنها در استودیو، نکته‌ای است که در دو برنامه گفتگومحور گفتگوی بی‌پرده و برنامه زنده لری کینگ مشترک است و

ویژگی‌های بصری این دو برنامه را شبیه می‌سازد. تأثیر سه رنگ سیاه و آبی و سفید این گونه است:

- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)

گستره رنگ شبکه‌ان‌بی‌سی بیشتر از دیگر برنامه‌هاست. در این برنامه، رنگ‌های سیاه و قرمز و آبی و سفید همان دلالت‌های بالا را دارند. رنگ سبز که در این برنامه به کار می‌رود «یادآور تازگی و تمیزی و سلامت و سرزندگی» است (Boyle, 24). در اینجا با استفاده از رنگ سبز، تازگی و سرزندگی القا می‌شود، و این ویژگی‌ها را به نمادهای برگرفته از دیگر رنگ‌های این برنامه می‌افزاید. کاربرد رنگ زرد در این برنامه، توجه ما را جلب می‌کند و اثر پس‌رونده رنگ‌های سرد آبی و سبز را جبران می‌کند. رنگ قهوه‌ای در جهت ایجاد محیطی تجملی عمل می‌کند و در واقع تأثیر ناشی از دکور عظیم را شدت می‌بخشد. تأثیر این رنگ‌ها را می‌توان چنین جمع‌بندی کرد:

- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)
- تازگی و تمیزی، سلامت و سرزندگی (رنگ سبز)
- جلب توجه (رنگ زرد)
- تجملی (رنگ قهوه‌ای)

با توجه به این موارد، شاید بتوان نتیجه گرفت لذتی که از تماشای دکور عظیم این برنامه به ما دست می‌دهد (تصویر ۸۷)، جدا از ابعاد آن، حاصل تداعی‌های ناشی از رنگ‌های بالا نیز هست.

در شبکه فرانس ۲۴، کاربرد قرمز- نارنجی و تسلط آن در الگوی رنگی دو برنامه‌رو در رو و مناظره فرانس ۲۴، بر سرزندگی و پرشوری آنها دلالت دارد و نیز دال بر «التهاب» موضوعاتی است که در آنها مطرح می‌شود - برای نمونه، بحث در باره «القاعده». رنگ آبی، علاوه بر صداقت و آرامش و اطمینان، «معنی ایمان می‌دهد» و «همیشه نشان‌دهنده فکری برتر و مافوق طبیعی است» (ایتن، ۲۱۶). رنگ سفید نیز بر آرامش و خلوص دلالت

دارد. رنگ بنفش بیشتر در برنامه فرهنگ به کار می‌رود و می‌توان ویژگی‌های «تشویق‌کننده و امیدبخش» و «ستایش و عظمت» را به آن نسبت داد. تأثیر کلی الگوی رنگ این برنامه‌ها چنین است:

- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز - نارنجی)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)
- تشویق‌کننده و امیدبخش، ستایش و عظمت (رنگ بنفش)

در خبر شبکه ۱ نیز هدف از کاربرد رنگ آبی، صداقت و آرامش و اطمینان است. دلالت رنگ سفید نیز بر آرامش و خلوص است. رنگ سیاه - هر چند نمودش زیاد نیست - پیچیدگی و قدرت و ظرافت را ارائه می‌دهد. رنگ زرد توجه ما را جلب می‌کند چون در کنار رنگ مسلط آبی به کار رفته است. تأثیر کلی رنگ‌های مسلط این برنامه را می‌توان چنین دانست:

- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)
- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- جلب توجه (رنگ زرد)

به این ترتیب، کاربرد این چهار رنگ مسلط، بیشتر در جهت خلق فضایی با آرامش و خلوص عمل می‌کند، ولی به نظر می‌رسد که افراط در کاربرد رنگ آبی، این نکته را بیش از اندازه برجسته کرده است.

در بخش خبری شبکه ۲، رنگ خاکستری بیشتر به چشم می‌آید و تسلط دارد. خاکستری، اغلب رنگی خنثی است و بیشتر از آنکه خودش به چشم بیاید، زمینه را برای نمود دیگر رنگ‌ها فراهم می‌آورد. سلطه خاکستری در این برنامه به دلیل آن است که هم ته‌مایه نقره‌ای - زرد در آن به کار رفته و هم سطوح این رنگ در مجاورت رنگ سیاه به سطوح کوچک‌تر مربع شکل تقسیم شده است. فرورفتگی‌ها و برآمدگی‌هایی که در سطوح خاکستری - فلزی، بویژه در بالای قاب، دیده می‌شود موجب نمود بیشتر این رنگ شده است. همه این عوامل دست به دست هم داده و رنگ خاکستری را از حالت خنثی درآورده و به یکی از رنگ‌های مسلط تبدیل کرده‌اند. تأثیر کلی این سلطه، یکنواختی و سکون

است. در اینجا نیز رنگ سیاه پیچیدگی و قدرت و ظرافت را ارائه می‌دهد. کاربرد رنگ قرمز و تسلط آن در الگوی رنگی این برنامه، همچون در مورد سه شبکه خارجی، به طور تلویحی چنین می‌رساند که این برنامه‌ای است زنده و پرشور که اخباری پرهیجان از وضعیت کنونی جهان عرضه می‌کند. کاربرد اندک رنگ سفید، دلالت‌های صریح آرامش و خلوص و پاکی را از آن گرفته است. با رنگ سبز، تازگی و سرزندگی القا می‌شود و رنگ زرد توجه را به خود می‌کشاند. متأسفانه رنگ قهوه‌ای در کنار رنگ خاکستری و رنگ قرمز و زرد تند، جلوه خود را از دست داده است.

به این ترتیب، تأثیر کلی کاربرد این رنگ‌ها را می‌توان چنین جمع‌بندی کرد:

- یکنواختی و سکون (رنگ خاکستری)
- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- جلب توجه (رنگ زرد)

با این حال، سلطه رنگ خاکستری، جلوه برخی از این رنگ‌ها - برای مثال هیجان و پرشوری رنگ قرمز - را زایل ساخته است.

رنگ مسلط در گفتگوی ویژه خبری، رنگ سیاه و الگوی رنگ آن به گفتگوی بی‌پرده نزدیک است. در اینجا، این رنگ، همان دلالت‌های پیچیدگی و قدرت و ظرافت را دارد. دلالت رنگ سفید نیز بر آرامش و خلوص است. کاربرد رنگ قرمز در این برنامه - هر چند به اندازه رنگ سیاه تسلط ندارد - چنین می‌رساند که این برنامه‌ای است زنده و پرشور که گفتگوهای پرهیجان عرضه می‌کند. هدف از کاربرد رنگ آبی، القای صداقت و آرامش و اطمینان است. رنگ زرد نیز که بیشتر در دکور پس‌زمینه دیده می‌شود در کنار رنگ‌های آبی و سیاه به کار می‌رود و توجه را جلب می‌کند.

جمع‌بندی تأثیر کلی رنگ‌های مسلط این برنامه چنین است:

- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)
- سرزندگی و قدرت (رنگ قرمز)
- صداقت و آرامش، اطمینان و اعتماد (رنگ آبی)
- جلب توجه (رنگ زرد)

در شبکه خبر نیز رنگ سیاه جزء رنگ‌های مسلط است و همان دلالت‌های پیچیدگی و قدرت و ظرافت را دارد. رنگ آبی صداقت و آرامش و اطمینان؛ را القا می‌کند و رنگ قرمز بر این دلالت دارد که این برنامه‌ای است زنده و پرشور که اخباری پرهیجان از وضعیت کنونی جهان عرضه می‌کند. کاربرد رنگ نارنجی، علاوه بر القای هیجان خبر، محیطی شاد پدید آورده است. این محیط شاد، با حالت‌های بیانی مجریان نیز تقویت می‌شود که در این برنامه بیشتر از دیگر برنامه‌های خبری است و در جای خود به آن خواهیم پرداخت. کاربرد رنگ سفید در این برنامه اندک است. تأثیر کلی این رنگ‌ها را می‌توان چنین جمع‌بندی کرد:

- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- آرامش و اعتماد (رنگ آبی)
- شاد و صمیمی (رنگ نارنجی)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)

در مجموع، کاربرد این رنگ‌ها تأثیری کلی پدید می‌آورد که هم در خدمت هدف برنامه (اطلاع‌رسانی) است و هم محیطی صمیمی برای پذیرش خبر فراهم می‌آورد.

در برنامه ۴۵ دقیقه، رنگ آبی که اصلی‌ترین رنگ این برنامه است، بر صداقت و آرامش و اطمینان دلالت دارد. کاربرد رنگ قرمز نیز بر سرزندگی و پرشوری آن دلالت می‌کند. کاربرد رنگ نارنجی، علاوه بر القای هیجان در گفتگوها، محیطی گرم ایجاد می‌کند و دلالت‌های رنگ سیاه نیز، همچون در دیگر برنامه‌ها، پیچیدگی و قدرت و ظرافت است. رنگ سفید نیز آرامش و خلوص را القا می‌کند. به این ترتیب، جمع‌بندی تأثیر این رنگ‌ها چنین است:

- آرامش و اعتماد (رنگ آبی)
- زنده و پرشور، حیات و زندگی، هیجان (رنگ قرمز)
- شاد و صمیمی (رنگ نارنجی)
- پیچیدگی و قدرت و ظرافت (رنگ سیاه)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)

باید توجه داشت که حضور برخی از این رنگ‌ها، بویژه طیف آبی، در آرم برنامه کم است و جا دارد که گستره این رنگ در آرم برنامه به کار رود، یا از سلطه رنگ آبی در استودیو، بویژه در دکور ۱، کاسته شود.

در دو قدم مانده به صبح، رنگ زرد مسلط‌ترین رنگ آرم برنامه است و توجه را به خود می‌کشانند. در استودیوی برنامه، رنگ زرد فقط در برخی از پس‌زمینه‌های تصویری و در کنار رنگ‌های متضادی همچون آبی و سبز به کار رفته است. رنگ سفید، مسلط‌ترین رنگ استودیوست و آرامش و خلوص را به ذهن می‌آورد. رنگ سیاه نیز بیشتر در استودیو به کار می‌رود و در آرم برنامه نمود اندکی دارد و پیچیدگی و ظرافت را ارائه می‌دهد ضمن اینکه در برنامه‌ای به کار رفته که بیشتر مخاطبان آن، شهرنشینان، فرهیختگان یا علاقه‌مندان به فرهنگ‌اند. رنگ قهوه‌ای که هم در آرم و هم در استودیوی این برنامه (بویژه دکور ۲) حضور دارد، نوعی کیفیت تجملی یافته است. رنگ آبی نیز که هم در آرم برنامه و هم در عناصر پس‌زمینه دکور به کار رفته است، صداقت و آرامش و اطمینان را القا می‌کند. جمع‌بندی تأثیر رنگ‌های این برنامه چنین است:

- جلب توجه (رنگ زرد)
- آرامش و خلوص (رنگ سفید)
- صداقت و اعتماد (رنگ آبی)
- پیچیدگی و ظرافت (رنگ سیاه)
- تجملی (رنگ قهوه‌ای)

به این ترتیب، چنین برداشت می‌شود که این برنامه سعی دارد با جلب توجه بیننده و با ایجاد آرامش و القای صداقت، اعتماد او را به دست آورد و برنامه‌ای با پیچیدگی و ظرافت عرضه کند.

با توجه به موارد بالا، و جدول پایین، می‌توان نتیجه گرفت که رنگ‌های سیاه و آبی و قرمز در بیشتر این برنامه‌ها به کار می‌روند. یعنی بیشتر برنامه‌های خبری و گفتگو محور تلاش دارند با استفاده از این رنگ‌ها، پیچیدگی، ظرافت، صداقت و اعتماد و هیجان را به بینندگان القا کنند.

جدول ۸. دلالت‌های اصلی رنگ‌های مسلط برنامه‌ها

برنامه	رنگ	تأثیر کلی
بی‌بی‌سی ورلد	قرمز	هیجان
گفتگوی بی‌پرده	سیاه	پیچیدگی و ظرافت
سی‌ان‌ان	قرمز	هیجان
برنامه زنده لری کینگ	سیاه	پیچیدگی و ظرافت
ان‌بی‌سی	سیاه	پیچیدگی و ظرافت
فرانس ۲۴	آبی	صداقت و اعتماد
خبر شبکه ۱	آبی	صداقت و اعتماد
خبر شبکه ۲	زرد	جلب توجه
گفتگوی ویژه خبری	سیاه	پیچیدگی و ظرافت
شبکه خبر	نارنجی	صمیمیت
۴۵ دقیقه	آبی	صداقت و اعتماد
دو قدم مانده به صبح	سفید	خلوص و پاکی

فصل ۵

پس زمینه تصویر

«پس زمینه» به معنای هر گونه تصویر، سطح، نقاشی، و نقش‌های گرافیکی است که در پشت موضوع (مجری، میهمان، خبرنگار، و تصاویر و نماهای آنان) دیده شود. با این تعریف، پس زمینه‌های تصاویر را به چند دسته می‌توان تقسیم کرد. در این فصل نمونه‌هایی از انواع پس زمینه‌ها در برنامه‌های خبری و گفتگو محور بررسی می‌شود.

۵ - ۱. پس زمینه‌های خنثی

پس زمینه تیره یا روشن نمونه‌ای از پس زمینه خنثی است. البته خنثی بودن این پس زمینه‌ها را نباید با سادگی آنها اشتباه گرفت. منظور، پس زمینه‌ای فارغ از تزئینات اضافی است که ذهن بیننده را درگیر نمی‌سازد (میلرسون، ۱۳۸۵: ۱۷۱). این نوع پس زمینه‌ها در بیشتر برنامه به کار می‌رود. برای نمونه، تصویر ۲۰۶ موردی از پس زمینه خنثی در بی‌بی‌سی ورلد است.



تصویر ۲۰۶. پس زمینه خنثی در بی‌بی‌سی ورلد

در این نما، در پشت تصویر جک استرو فقط رنگ‌مایه سیاه مشاهده می‌شود و هیچ‌گونه عنصر بصری دیگری در آن وجود ندارد. پس زمینه‌های خنثی «هنگامی به کار می‌روند که محیط و فضای خاصی را در نظر نداشته باشید؛ به طور مثال، در برنامه‌های

مصاحبه و مسائل روز» (میلرسون، ۱۳۸۵: ۱۷۱). در نمونه بالا نیز چون مصاحبه با جک استرو درباره مسائل روز است، از پس‌زمینه خنثی استفاده شده است. همین کاربرد پس‌زمینه خنثی در مصاحبه و گفتگو را در شبکه ان‌بی‌سی نیز می‌توان مشاهده کرد (تصویر ۲۰۷).



تصاویر ۲۰۷ و ۲۰۸. دو نمونه از پس‌زمینه خنثی در ان‌بی‌سی

در هر دو تصویر بالا از پس‌زمینه خنثی استفاده شده است تا توجه بیننده را به خود جلب نکند و در مقابل توجه مخاطب بیشتر به سخنان مصاحبه‌شونده معطوف باشد.

بهترین نمونه کاربرد پس‌زمینه خنثی در برنامه‌های داخلی در گفتگوی ویژه خبری دیده می‌شود. از آنجا که بخش قابل توجهی از پس‌زمینه این برنامه را ل‌های سیاه تشکیل می‌دهد، موارد فراوانی از پس‌زمینه خنثی در آن دیده می‌شود.



تصاویر ۲۰۹ و ۲۱۰. پس‌زمینه خنثی در گفتگوی ویژه خبری

در تصاویر بالا، در پشت مجری یا میهمان فقط رنگ سیاه مشاهده می‌شود و هیچ‌گونه عنصر بصری در آن وجود ندارد تا توجه بیننده تنها به محتوای گفتگو و واکنش‌های مجری و میهمان جلب شود. هرچند در برنامه‌های گفتگومحور به مسائل روز پرداخته می‌شود، ولی موارد استفاده از پس‌زمینه خنثی در مقایسه با دیگر پس‌زمینه‌ها کمتر است. یعنی توصیه میلرسون در همه برنامه‌های گفتگومحور کاربرد ندارد.

۵ - ۲. پس‌زمینه‌های تصویری و گرافیکی

پس‌زمینه‌های تصویری و گرافیکی عبارتند از سطوحی که در پشت موضوع قرار می‌گیرند و شامل تصاویر نقاشی شده یا نقش‌های گرافیکی‌اند. این سطوح یا به صورت لتهای دکور است یا به صورت زمینه‌های گرافیکی. این پس‌زمینه‌ها گاهی برای ارائه همزمان دو یا چند تصویر و اطلاع‌رسانی نوشتاری نیز به کار می‌رود. در این موارد، دو یا چند نما بر زمینه‌ای گرافیکی حک می‌شود. کارکردهای اصلی پس‌زمینه‌های گرافیکی عبارت است از:

- ایجاد تنوع بصری در نماها
- دگرگونی در ضرباهنگ تدوینی برنامه
- اطلاع‌رسانی همزمان درون دو یا چند نما و نوشته و عکس
- تأکید بر الگوی رنگ برنامه

همان‌گونه که در تصاویر فصل‌های پیشین آشکار است (از جمله در تصاویر ۱، ۲۶، ۲۷) پس‌زمینه برنامه گفتگوی بی‌پرده شامل طرح‌های گرافیکی بر روی دو لت بزرگ است که بر دو دیوار سمت راست و روبه‌روی استودیو نصب شده‌اند. نکته مهم و قابل توجه این است که با وجود یکسانی پس‌زمینه، با تغییر زاویه و جایگاه دوربین و تغییر فاصله کانونی عدسی، جلوه‌های بصری متفاوت و متنوعی ایجاد می‌شود، به طوری که به نظر می‌رسد چندین پس‌زمینه گوناگون وجود دارد، حال آنکه همه آنها بخش‌ها یا نمودهایی از یک پس‌زمینه واحد هستند. این نکته، علاوه بر ایجاد تنوع بصری، به ایجاد ضرباهنگ گرافیکی درون نما نیز یاری می‌رساند. حاصل این کارکردها، جلب توجه بصری بیننده و در نتیجه تداوم تماشای برنامه است (توجه کنید که در اینجا محتوای سخنان مجری و میهمان مد نظر نیست).

در شبکه سی‌ان‌ان (تصاویر ۲ و ۳۵) پس‌زمینه تصاویر علاوه بر رنگ‌های سیاه و قرمز و سفید و آبی، اغلب تصاویر مانیتورهای اتاق خبر است و کمتر نمونه‌ای از پس‌آویز (پرده) یا نقاشی و طرح‌های گرافیکی دیده می‌شود، هرچند این نوع پس‌زمینه‌ها در برخی از بخش‌های این برنامه به کار می‌رود. از آنجا که در سی‌ان‌ان از پس‌زمینه خنثی استفاده نمی‌شود و همه تصاویر عناصری تزئینی در خود دارند، و نیز به دلیل اینکه معمولاً از کروماکی نیز استفاده نمی‌شود، پس‌زمینه‌های بصری این برنامه اغلب از نوع تصویری است. تصاویری که از اتاق خبر در پس‌زمینه دیده می‌شود، با دوربین‌های پلاتو گرفته شده است و از منابع دیگر تأمین نمی‌گردد. به همین دلیل است که در برش از نماهای دور به متوسط و نزدیک که با تغییر فاصله کانونی عدسی همراه است، عمق وضوح پس‌زمینه نیز تغییر می‌کند.

در برنامه زنده لری کینگ نیز پس‌زمینه از لت‌هایی با نقش گرافیکی نقشه جهان تشکیل شده است. در بخش‌های اصلی و گفتگویی درون استودیو، همین پس‌زمینه در همه نماها دیده می‌شود. در بخش‌های ارتباط با بیرون از استودیو یا گزارش‌های درون استودیو (مانند تصویر ۲۱۱) از پس‌زمینه‌های گرافیکی و تصویری دیگری استفاده می‌شود.



تصویر ۲۱۱. پس‌زمینه گرافیکی در برنامه زنده لری کینگ

در تصویر بالا، نوشته سمت چپ قاب که نام شبکه CNN سه بار روی آن نقش بسته، از جمله پس‌زمینه‌های تصویری است که برای معرفی شبکه به کار می‌رود. این نوع پس‌زمینه‌ها همان کارکرد نوشته‌های روی تصویر را دارند که در جهت مالکیت تصاویر و حقوق شبکه عمل می‌کنند. در تصویر بالا، صفحه بزرگ تلویزیونی نیز به کار رفته است. البته خود این گزارش در واقع به صورت نقاب‌گذاری در کنار تصویر اصلی استودیو عرضه می‌شود.

در شبکه ان‌بی‌سی در بیشتر مدت برنامه، در پشت نمای درشت یا نزدیک مجری، تصاویر ویدئویی از اتاق خبر، مانیتورهای اتاق فرمان، یا تصاویر ضبط شده یا ارسال مستقیم دیده می‌شود. در تصویر ۲۱۲، نمایی از اتاق فرمان این شبکه مشاهده می‌شود.



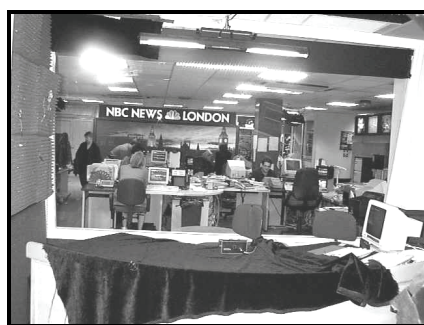
تصویر ۲۱۲. اتاق فرمان ان‌بی‌سی که در پس‌زمینه تصاویر قرار می‌گیرد

گاهی تصویر اتاق فرمان یا اتاق خبر که در پس‌زمینه دیده می‌شود، مکان ارسال گزارش را نشان می‌دهد. برای نمونه، در پس‌زمینه تصویر زیر (تصویر ۲۱۳) علاوه بر اتاق فرمان، تصاویری از شهر لندن مشخص است. این گزارش از استودیوی ان‌بی‌سی در لندن ارسال شده است.



تصویر ۲۱۳. تصویر شهر لندن در پس‌زمینه گزارش ارسالی

در تصویر زیر (تصویر ۲۱۴) همین پس‌زمینه در انتهای استودیوی ان‌بی‌سی در لندن دیده می‌شود.



تصویر ۲۱۴. استودیوی ان‌بی‌سی در لندن

با مقایسه این نوع پس‌زمینه‌ها در شبکه‌های خبری می‌توان نتیجه گرفت که کاربرد تصاویری از اتاق خبر در پس‌زمینه به امری رایج تبدیل شده است و دلالت بر این دارد که اخبار پخش شده از پشتوانه عمل کسانی برخوردار است که در اتاق خبر یا فرمان مشغول به کارند. بنابراین، نوع تصاویری که از اتاق خبر ارائه می‌شود، در ترسیم سیمای کلی و اعتبار آن برنامه مؤثر است. به علاوه، در اغلب نماهای این برنامه‌ها، تصاویر اتاق خبر یا مانیتورهای اتاق فرمان به صورت محو دیده می‌شود و به همان وضوح تصویر پیش‌زمینه نیست. اما هنگامی که تصاویر ویدئویی یا فیلم به صورت پس‌زمینه به کار می‌رود، همان وضوح تصویر پیش‌زمینه را دارند.

در شبکه فرانس ۲۴ نیز پس‌زمینه‌های گرافیکی در برنامه‌های خبری و گفتگومحور به کار می‌رود.



تصاویر ۲۱۵ و ۲۱۶ . پس‌زمینه گرافیکی در فرانس ۲۴

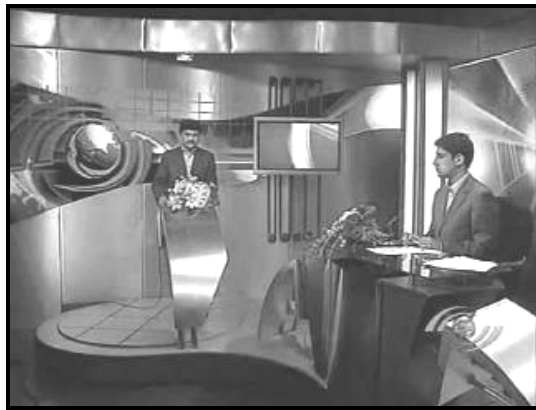
در این شبکه کاربرد پس‌زمینه‌ها از الگوی رنگ برنامه پیروی می‌کند، دگرگونی بصری پدید می‌آورد، و امکان تغییر ضرباهنگ تدوینی را فراهم می‌سازد. پس‌زمینه تصاویر خبر شبکه ۱ را لتهای آبی و سفید، بخشی از کره زمین و تصویر چند توپ به رنگ‌های مختلف (پس‌زمینه اخبار ورزشی) تشکیل می‌دهد که همه به صورت طرح‌های گرافیکی هستند. به طور کلی، پس‌زمینه‌های این برنامه فقط از یک نوع است؛ یعنی در این برنامه، انواع پس‌زمینه وجود ندارد و پس‌زمینه کروماکی فقط برای گزارش وضع هوا به کار می‌رود. به این ترتیب، بیشتر پس‌زمینه‌ها از نوع تصویری است. نمونه‌ای از پس‌زمینه اخبار (به جز اخبار ورزشی) را در تصاویر زیر می‌توان دید.



تصاویر ۴۴ و ۴۵ . پس‌زمینه تصویری در خبر شبکه ۱

پس‌زمینه تصاویر بالا بیشتر شامل رنگ‌های سفید و آبی و سبز تیره است، و رنگ زرد نیز بیشتر در قسمت راست تصویر سمت چپ در ناحیه طلوع خورشید بر فراز کره زمین دیده می‌شود. در پایین این پس‌زمینه تصویری، باز بخشی از لت آبی مشهود است. حاشیه‌های عکس کره زمین نیز به صورت دو نوار آبی و کرم دیده می‌شود. در همه نماهای نزدیک از مجریان همین پس‌زمینه وجود دارد. تنها موردی که این پس‌زمینه تغییر می‌کند، هنگام پخش اخبار ورزشی است. اما این پس‌زمینه نیز به طور یکسان و همیشه به یک صورت به کار می‌رود و تغییرات جزئی ناشی از جابه‌جایی دوربین و تغییر اندازه نما چندان آشکار نیست که تأثیری متفاوت پدید آورد.

در خبر شبکه ۲، پس‌زمینه اغلب نماها را پس‌زمینه‌های تصویری و واقعی تشکیل می‌دهد و نمونه‌ای از آن را در تصویر زیر می‌توان مشاهده کرد.



تصویر ۱۳ . پس‌زمینه خبر شبکه ۲

پس‌زمینه بالا - به جز لت‌های خاکستری - بیشتر شامل رنگ‌های قرمز و زرد است، و البته رنگ سیاه نیز نمود دارد. به نظر می‌رسد که این پس‌زمینه در واقع نقاشی روی پارچه یا لت است. این نکته، هم در مورد پس‌زمینه مجری روبه‌رو (اخبار ورزشی) صدق می‌کند و هم در مورد پس‌زمینه مجری اصلی. در نگاه نخست چنین می‌نماید که پس‌زمینه مجری اصلی به صورت کروماکی است، ولی با توجه به ثابت بودن آن در قسمت‌های متوالی و یکسانی آن در نماهای دور و نزدیک این گمان تقویت می‌شود که این پس‌زمینه به صورت نقاشی یا طرح گرافیکی است. در مورد اخبار ورزشی نیز همین وضعیت برقرار است (تصویر ۲۱۷).



تصویر ۲۱۷. پس‌زمینه اخبار ورزشی

در این تصویر، وجود چند توپ در پس‌زمینه نشان‌دهنده اخبار ورزشی است که هماهنگی مناسبی را میان پس‌زمینه و محتوای اخبار رقم می‌زند. با این همه، قرار گرفتن توپ فوتبال در ردیف جلو و آشکاری تصویر گرافیکی فوتبالیست روی این توپ - هر چند نشان ورزش اسکی و دوچرخه‌سواری نیز کمرنگ‌تر دیده می‌شوند - تأکید اصلی را بر این ورزش پرطرفدار نهاده است. گل‌های مقابل مجری بر روی میز جزء عناصر همیشگی این برنامه نیست و به مناسبت سوم خرداد، سالروز آزادی خرمشهر به کار رفته‌اند. دقت کنید که چگونه قاب‌بندی نامناسب موجب شده است تا به نظر برسد حاشیه پایینی لت آبی بالای تصویر از میان موهای مجری عبور کرده است. وجود دسته‌گل در جلو تصویر، سمت راست قاب را سنگین‌تر نموده و آن را از حالت توازن خارج کرده است. تصویر ۲۱۸ نمایی دیگر از بخش اخبار ورزشی را نشان می‌دهد.

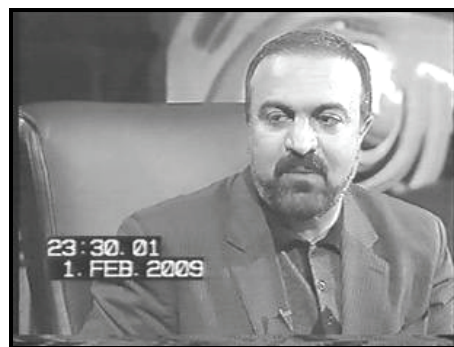


تصویر ۲۱۸. نمایی دیگر از اخبار ورزشی

تصویر ۲۱۸ نسبت به تصویر ۲۱۷ توازن و تعادل بیشتری دارد؛ زیرا هم دوربین بیشتر در سمت راست قرار گرفته و هم اندازه نما بازتر است و هم اشیای اضافی روی میز وجود ندارد، هر چند در اینجا نیز وجود میکروفون عاملی است که حواس بیننده را درگیر

می‌سازد. در این تصویر، بخش‌های دیگری از پس‌زمینه دیده می‌شود که در تصویر ۲۱۷ از دید پنهان است. با توجه به قرار گرفتن کره زمین در بخش پایینی تصویر پس‌زمینه و وجود حرکت متوالی توپ به صورت قوسی، به نظر می‌رسد که کسی این توپ‌ها را از ورزشگاهی روی کره زمین شوت کرده است و با توجه به نحوه جایگیری مجری، هر آن انتظار می‌رود که این توپ‌ها به پشت وی برخورد کنند! به‌علاوه، می‌توان دید که توازی حاشیه میز مجری و حاشیه‌های لت آبی پس‌زمینه از دست رفته است و این خطوط حالت مورب پیدا کرده‌اند. با توجه به بسته بودن نما، این مورب بودن حاشیه‌های بالا و پایین این تصور را به ذهن می‌آورد که حاشیه پایینی لت آبی پس‌زمینه در سمت چپ پایین‌تر از سمت راست است. این تصور، با ثبات و تعادلی که از کاربرد اشکال همگون و تکراری مربع و مستطیل حاصل می‌شود، تعارض دارد.

در برنامه گفتگوی ویژه خبری پس‌زمینه‌های تصویری سمت راست دکور از دکور بخش خبری ۲۲:۳۰ همین شبکه به «عاریه» گرفته شده است (تصاویر ۹۲ و ۹۳). این پس‌زمینه‌های «عاریه ای» علاوه بر اینکه استقلال این برنامه را با تردید روبه‌رو می‌سازند، بیشترین موارد آشفتگی تصویر را نیز موجب می‌شوند. شاید علت اصلی این باشد که این دکور در اصل برای این برنامه طراحی نشده است، و حتی اگر هم ویژه این برنامه طراحی شده باشد، دکوری است بسیار بی‌تناسب و آشفته و شلوغ. در اینجا، استفاده از پس‌زمینه‌های تصویری - به صورت لت‌های نقاشی شده - جز به هم ریختن حواس بیننده کارکرد دیگری ندارند، بویژه در مواردی که اشتباه در زاویه دوربین به ایجاد هاله‌های رنگی دور سر مجری یا میهمان منجر می‌شود (تصاویر ۲۱۹ و ۲۲۰).



تصاویر ۲۱۹ و ۲۲۰. هاله‌های نور و رنگ دور سر مجری و میهمان در گفتگوی ویژه خبری

به طور کلی، به نظر می‌رسد که در این برنامه استفاده از پس‌زمینه‌های خنثی کارآیی بهتری دارد و پس‌زمینه‌های تصویری به علت شلوغی عناصر، بیش از آنکه مفید باشد، تأثیری منفی بر جای می‌گذارد.

پس‌زمینه‌های برنامه دو قدم مانده به صبح را فقط تصاویر نقاشی شده و طرح‌های گرافیکی یا عناصر دکور تشکیل می‌دهد. در این برنامه هیچ نمونه‌ای از پس‌زمینه‌های خنثی و کروماکی وجود ندارد. پس‌زمینه همه نماهای استودیویی این برنامه (نه نماهای ضبط شده بیرونی) از همین پس‌زمینه‌های تصویری تشکیل شده است (تصاویر ۱۰۵ تا ۱۱۰). این نکته، هم در مورد پس‌زمینه مجری و هم در مورد پس‌زمینه میهمان و کارشناسان صدق می‌کند. این پس‌زمینه‌ها علاوه بر ایجاد تنوع بصری، به حال و هوای هر بخش از برنامه و گفتگوها نیز کمک می‌کند. کافی است تصاویر مذکور بدون پس‌زمینه تصور شوند تا نقش آنها در جذابیت بصری برنامه آشکار شود. نکته منفی در باره این نوع پس‌زمینه‌ها این است که چون شمار آنها زیاد است، حواس بیننده را به خود جلب می‌کنند و شاید موجب پرت حواس او از موضوع گفتگو پرت شوند. نکته مهم دیگر این است که به دلیل تغییر پس‌زمینه‌ها در قسمت‌های متوالی، نمی‌توان هیچ‌یک از آنها را «نشانه» این برنامه دانست؛ آن‌گونه که مثلاً در برنامه زنده لری کینگ یا گفتگوی بی‌پرده رخ می‌دهد. در دو قدم مانده به صبح فقط «مجری» (صالح‌علاء) به «نشانه» برنامه تبدیل شده و کارکردهای پس‌زمینه در این مورد بی‌استفاده مانده است. در این برنامه، از صفحات بزرگ تلویزیونی در داخل استودیو نیز استفاده نمی‌شود.

۵ - ۳. پس‌زمینه‌های کروماکی

نوع دیگری از پس‌زمینه‌های تصویری، پس‌زمینه‌های کروماکی است. در این نوع پس‌زمینه‌ها، تمام یا یک بخش از رنگ پس‌زمینه حذف می‌شود و خروجی منابع ویدئویی گوناگون (عکس، مدل، تصویر دوربین‌های تلویزیونی، تصاویر فیلم و ویدئو) به جای آن قرار می‌گیرد. این پس‌زمینه‌ها را می‌توان به دو نوع تقسیم کرد:

۱. پس‌زمینه‌های کروماکی با پیش‌زمینه مجری یا اشیای واقعی حاضر در استودیو

(تصویر ۲۲۱)

۲. پس‌زمینه‌های کروماکی با پیش‌زمینه تصویر (یا تصاویر) کروماکی دیگر (تصویر ۲۲۲)

در دو تصویر زیر این دو نوع پس‌زمینه در برنامه گفتگوی بی‌پرده مشاهده می‌شود.



تصاویر ۲۲۱ و ۲۲۲. دو نوع پس‌زمینه کروماکی در گفتگوی بی‌پرده

همان‌گونه که در دو تصویر بالا آشکار است، تفاوت این دو نوع پس‌زمینه در این است که در تصویر ۲۲۱ (نوع ۱) فضای استودیو به فضای بیرون از آن ارتباط می‌یابد و فضای بیرون از استودیو در واقع به صورت مجازی (با کروماکی یا نقاب‌گذاری) با فضای درون استودیو ربط می‌یابد. تصویر ۲۲۲ (نوع ۲) یک مرحله از این فراتر می‌رود و پس‌زمینه و پیش‌زمینه‌ای به وجود می‌آید که هر دو مجازی‌اند (نسبت به تصویر اصلی داخل استودیو). در نمونه‌های بالا، پس‌زمینه تصویر ۲۲۱ با نقاب‌گذاری (matting) دیجیتال بر محدوده‌ی میان‌پس‌زمینه، و پس‌زمینه تصویر ۲۲۲ با کروماکی (chroma key) یا برش‌فام ایجاد شده است. جالب اینجاست که در نمونه بالا هدف هر دو پس‌زمینه، ایجاد ارتباط میان فضای استودیو و محیط بیرون و ایجاد تنوع بصری است. در برنامه گفتگوی بی‌پرده، پس‌زمینه‌هایی شامل تصاویر ویدئویی یا زنده از اتاق خبر و مانیتورهای اتاق فرمان دیده نمی‌شود. تصویر زیر (۲۲۳) نمونه جالبی از کاربرد پس‌زمینه در برنامه زنده لری کینگ است.



تصویر ۲۲۳. پس‌زمینه کروماکی در برنامه زنده لری کینگ

در تصویر بالا، گزارش ارسالی که در سمت راست قاب دیده می‌شود، خود پس‌زمینه نقاب‌گذاری شده است که به همراه تصویر کوچک لری کینگ و دیگر نوشته‌های روی تصویر به صورت کروماکی روی پس‌زمینه‌ای از نقاط رنگی‌لت‌های موجود در استودیو قرار گرفته‌اند. در این گزارش، پس‌زمینه تصویری دیگری وجود دارد که عبارت است از نوشته‌های روی صفحه بزرگ تلویزیونی که پشت سر مجری این گزارش دیده می‌شود. پشت این صفحه نیز پس‌زمینه گرافیکی به شکل ستون‌های بزرگ قهوه‌ای روشن و حروف CNN دیده می‌شود. به عبارت دیگر، در این تصویر چند لایه پس‌زمینه وجود دارد. در این برنامه، همه گزارش‌های ارسالی یا زنده به همین صورت ارائه می‌شوند. این کار هرچند به شلوغی تصاویر دامن می‌زند، ولی تنوع بصری آن را می‌افزاید. در این برنامه، هیچ‌گاه تصاویر ارسالی یا گزارش‌های زنده در پس‌زمینه تصویر مجری قرار نمی‌گیرند، بلکه همیشه به صورت نقاب‌گذاری در کنار تصویر اصلی استودیو واقع می‌شوند. در این موارد، در پشت این دو قاب همیشه تصاویر محو نقاط رنگی پس‌زمینه اصلی استودیو به صورت کروماکی دیده می‌شود. در این موارد، همیشه تصویر استودیو کوچک‌تر در سمت چپ قاب و تصویر ارسالی یا گزارش‌های از پیش ضبط شده در قابی بزرگ‌تر در سمت راست قرار می‌گیرند (مانند تصویر ۲۲۳). در این برنامه بر خلاف برنامه‌های خبری سی‌ان‌ان، از تصاویر اتاق فرمان یا مانیتورهای تحریریه در پس‌زمینه استفاده نمی‌شود. این نکته، شاید به دلیل ایجاد تفاوت و استقلال این برنامه باشد. چنان‌که پیشتر گفته شد، این نکته در مورد برنامه گفتگویی بی‌پرده نیز صدق می‌کند.

در خبر شبکه ۱، پس‌زمینه‌های کروماکی فقط در بخش گزارش وضع هوا به کار می‌رود و در طول بخش اخبار به صورت عنصری بصری در پس‌زمینه کاربرد ندارد. در این برنامه با پرهیز از کاربرد پس‌زمینه‌های خنثی و پس‌زمینه‌های کروماکی (به‌جز در مورد گزارش وضع هوا) و همچنین پس‌زمینه‌های واقعی، بخشی از تأثیرهای بیانی پس‌زمینه از دست رفته است و پس‌زمینه تصویری موجود نیز به دلیل تکرار و یکنواختی عناصر در نماهای متوالی تأثیری مناسب و شایسته برجای نمی‌گذارد. دو نمونه از تصاویر کروماکی این برنامه را در زیر می‌بینید.



تصاویر ۲۲۴ و ۲۲۵. دو نمونه از پس‌زمینه‌های کروماکی در خبر شبکه ۱

در هر دو تصویر بالا تسلط با رنگ آبی است که اصلی‌ترین رنگ برنامه به شمار می‌آید. در تصویر سمت راست رنگ سبز نیز نمودی آشکار دارد که خشکی‌های کره زمین را نشان می‌دهد. از کاربرد رنگ قهوه‌ای روشن و خاکی که بیشتر با خشکی‌های زمین ربط دارد، پرهیز شده است. در تصویر سمت چپ، رنگ صورتی نیز قابل مشاهده است که با رنگ مقنعه مجری تناسب دارد، ولی جزء رنگ‌های این برنامه نیست. در هر دو تصویر، حاشیه بدن دو مجری که ناشی از تنظیم نادرست کروماکی است، دیده می‌شود.

در خبر شبکه ۲، پس‌زمینه کروماکی در پلاتو کمتر به کار می‌رود، ولی همه تصاویری که پشت سر مجری ناشنویان می‌بینیم - از جمله تصویر خود پلاتو - به صورت کروماکی است. به این ترتیب، هرچند در پلاتو کمتر با تصویر کروماکی سر و کار داریم، ولی خود نماهای این پلاتو پس‌زمینه کروماکی را برای مجری ناشنویان فراهم می‌آورد. چند نمونه از این نوع پس‌زمینه را در زیر مشاهده می‌کنید.



تصاویر ۲۲۶ و ۲۲۷. پس‌زمینه کروماکی در تصاویر پشت مجری ناشنویان در خبر شبکه ۲

در بیشتر مدت برنامه، اندازه مجری ناشنویان یکسان است و جای وی نیز تغییر نمی‌کند. گاهی در کروماکی این مجری سهل‌انگاری دیده می‌شود، یعنی میان حاشیه پایینی قاب و تصویر این مجری فاصله به چشم می‌خورد. این ناهماهنگی هنگامی بیشتر جلوه می‌کند که در برش به تصویر دوربین این مجری وقفه پیش می‌آید. در این موارد قاب خالی این مجری بر روی نما قرار می‌گیرد و جلوه نامناسبی ایجاد می‌کند. با وصل شدن تصویر دوربین مجری ناشنویان، جلوه کروماکی اصلاح می‌شود (تصاویر زیر).



تصاویر ۲۲۱ و ۲۲۹. قطع و وصل شدن تصویر دوربین مجری در کروماکی خبر شبکه ۲

علاوه بر این موارد، در پشت مجری اصلی از خلال سطح پنجره‌مانند، تصویری از اتاق خبر را می‌بینیم. گفته شد که کاربرد تصویری از اتاق خبر در پس‌زمینه برنامه‌های خبری به امری رایج تبدیل شده است و دلالت بر این دارد که اخبار پخش شده، حاصل تلاش و کار کسانی است که آنان را در اتاق خبر می‌بینیم. بنابراین، نوع تصویری که از اتاق خبر ارائه می‌شود، در ترسیم سیمای کلی و اعتبار آن برنامه مؤثر است. در این برنامه تصویر اتاق خبر چندان واضح نیست و حتی شاید برخی از بینندگان متوجه آن نشوند (نگاه کنید به تصاویر ۴۶ و ۴۷). به طور کلی، کاربرد پس‌زمینه در این برنامه خبری از الگوی رنگ این شبکه پیروی می‌کند، ولی متأسفانه به دلیل برخی سهل‌انگاری‌ها و نیز به دلیل تندی رنگ‌های قرمز و زرد توجه بیننده را منحرف می‌سازد و مانع از وحدت کانون توجه مخاطب می‌شود.

پس‌زمینه تصاویر بخش خبری شبکه خبر را فقط خطوط مورب چرخان به رنگ نارنجی - قرمز تشکیل می‌دهد و هیچ نمونه‌ای از پس‌زمینه‌های خنثی و تصویری وجود ندارد (تصاویر ۱۸ تا ۲۰). همان‌گونه که پیشتر گفته شد، رنگ‌های پس‌زمینه جزء رنگ‌های

مسلط برنامه است (سیاه و نارنجی - قرمز). به‌علاوه، از آنجا که این پس‌زمینه متحرک است و خطوط مورب نوعی حرکت چرخشی دارد، به تحرک بصری نماها یاری می‌رساند. مسئله اصلی این است که این پس‌زمینه فارغ از نوع و محتوای خبر در بیشتر بخش‌های این شبکه به همین صورت به کار می‌رود و یکنواختی بصری را موجب می‌شود. از این گذشته، در این برنامه در پشت مجری هیچ تصویری از اتاق خبر یا مانیتورها و صفحات پلاسما دیده نمی‌شود. به این ترتیب، این برنامه نه حاصل تلاش گروهی بلکه وابسته به مجریان معرفی می‌شود. نیز، همان‌گونه که در فصل‌های پیشین گفته شد، حالت دکوری رایانه‌های روی میز موجب گسست رابطه طبیعی مجریان با فضای واقعی بیرون از استودیو می‌شود. نبود رابطه میان خطوط مورب و چرخان پس‌زمینه با مقوله «خبر» عامل دیگری است که در تشدید این گسست نقش مهمی دارد. دو عامل دیگر نیز در گسست این برنامه از واقعیت‌های بیرون مؤثر است:

گزارش‌های ارسالی در پس‌زمینه پخش نمی‌شود، بلکه همواره به آنها برش می‌خورد یا با همگدازی (دیزالو) سریع همراه است.

متن‌های اطلاع‌رسانی نیز نه در پس‌زمینه، بلکه به صورت تصاویری مجزا و بدون حضور مجری ارائه می‌شود.

تصاویر زیر دو نمونه از این موارد را نشان می‌دهد.



تصاویر ۲۳۰ و ۲۳۱. نبود مجری در تصاویر گزارش‌های ارسالی در شبکه خبر

تصویر سمت راست، گزارشی است از رم در باره اعتصاب میهمانداران شرکت هواپیمایی آیتالیای؛ و تصویر سمت راست متن و عکس‌هایی است در باره حضور ایران در جشنواره کن فرانسه. نبود رابطه بصری میان این دو مورد و مجریان حاضر در استودیو، جدایی مجریان از منبع خبر را موجب شده است. این کاستی بالا در تصویر زیر دیده

نمی‌شود، زیرا حضور گزارشگر و مجری درون استودیو در یک نما رابطه‌ای را میان آنان برقرار کرده و مجری را به واقعیت بیرون - منشأ اصلی خبر - مرتبط ساخته است.



تصویر ۲۳۲ . رابطه میان مجری و واقعیت بیرونی

متأسفانه گاهی بی‌توجهی مجری به گزارش ارسالی این رابطه را تضعیف می‌کند. در تصویر زیر که ادامه تصویر ۲۳۲ است، مجری در حین گزارش به کاغذهای روی میز نگاه می‌کند و در واقع توجه اندکی به گزارش دارد.



تصویر ۲۳۳ . بی‌توجهی مجری به گزارش ارسالی

در چنین مواردی، بهترین راه حل برش به گزارش و حذف مجری است که در تصویر بعدی همین اتفاق می‌افتد (تصویر ۲۳۴).



تصویر ۲۳۴ . حذف مجری و برش به گزارش ارسالی

به طور کلی، کاربرد پس‌زمینه در این برنامه خبری به دلیل تکرار آن در بیشتر بخش‌های این شبکه، حالتی یکنواخت یافته و نبود رابطه میان عناصر بصری پس‌زمینه و مقوله «خبر» از کارآیی آن کاسته است.

در برنامه ۴۵ دقیقه نیز همین نوع تقسیم صفحه دیده می‌شود.



تصاویر ۲۳۵ و ۲۳۶. ارتباط مستقیم مجری با میهمان در یک قاب در برنامه ۴۵ دقیقه

در این برنامه، پس‌زمینه کروماکی فقط در مورد گزارش‌های ارسالی یا ارتباط مستقیم با خارج از استودیو به کار می‌رود (تصاویر ۲۳۷ و ۲۳۸).



تصاویر ۲۳۷ و ۲۳۸. پس‌زمینه کروماکی در تصاویر ارتباط مستقیم در برنامه ۴۵ دقیقه

آشکار است که در اینجا تصاویر ساختمان و خیابان (تصویر ۲۳۷) و رود تیمز لندن (تصویر ۲۳۸) هر دو به شیوه کروماکی ارائه شده است. این گونه تصاویر معمولاً از پیش ضبط شده است و در هنگام پخش در پس‌زمینه تصویر میهمان قرار می‌گیرند. جالب

اینجاست که در این برنامه، نماهای ارتباط مستقیم به صورت پس‌زمینه افراد حاضر در استودیو به کار نمی‌رود و مجری و میهمان و این تصاویر در یک قاب مشاهده می‌شوند. معمولاً مجری با تصاویر روی صفحات بزرگ تلویزیونی تعامل دارد که در بخش‌های بعدی به آن پرداخته خواهد شد.

۵ - ۴. پس‌زمینه‌های واقعی

شاید، به تعبیری، نتوان مکان‌های واقعی بیرون از استودیو را جزء پس‌زمینه قلمداد کرد. ولی از آنجا که تصویربرداری خارج از استودیو - در نماهای خارجی یا در مکان‌های داخلی به جز استودیوی تلویزیون - موجب تنوع بصری است، در اینجا به طور گذرا مورد اشاره قرار می‌گیرد. استفاده از پس‌زمینه‌های واقعی در بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی رایج است. در گفتگوی بی‌پرده و برنامه‌های شبکه فرانس ۲۴ نیز این نوع پس‌زمینه‌ها کاربرد گسترده‌ای دارند. یکی از کارکردهای این نوع پس‌زمینه، ایجاد تنوع بصری در نماهاست که با تغییر فاصله دوربین یا فاصله کانونی عدسی یا ترکیب هر دو صورت می‌گیرد.



تصاویر ۲۳۹ و ۲۴۰. دو نمونه از پس‌زمینه‌های واقعی در گفتگوی بی‌پرده

تصویر ۲۳۹ نمونه‌ای از پس‌زمینه واقعی در مکانی واقعی بیرون از استودیوست. تصویر ۲۴۰ نیز نمونه‌ای از پس‌زمینه واقعی در مکانی واقعی به جز استودیوست. این دو مکان البته به هم ارتباط دارند: تصویر ۲۳۹، نمای بیرونی مکانی است که در تصویر ۲۴۰ مشاهده می‌شود. به عبارت بهتر، نخست تصویر ۲۳۹ به نمایش در می‌آید که مجری در باره گفتگوی این برنامه توضیح می‌دهد و سپس به نمای داخلی (تصویر ۲۴۰) همگدازی (دیزالو) می‌شود.

در فرانس ۲۴ این نوع پس‌زمینه‌ها بیشتر برای ایجاد رابطه همزمان میان رویداد جلو دوربین و «پشت‌صحنه» تهیه برنامه، ایجاد رابطه میان تولید و پخش برنامه و محیط واقعی اجتماع (تصاویر خیابان و شهر)، دگرگونی بصری، و ایجاد عمق در تصویر دوبعدی تلویزیون به کار می‌رود. این پس‌زمینه‌ها نه با کروماکی یا نقاب‌گذاری بلکه با استفاده بی‌واسطه از محیط واقعی ایجاد می‌شوند. این محیط‌های واقعی یا خیابان و شهر در پس‌زمینه است یا عناصر اتاق فرمان یا اتاق خبر که درست در پشت سر مجری قرار دارند. در این نوع نماها، معمولاً پس‌زمینه با استفاده از شیشه از محیط استودیو جدا می‌شوند. شیشه‌های ساده و شفاف علاوه بر انتقال محتوای بصری مکان‌های خارج از استودیو، در تنظیم رنگ نیز کاربرد دارند؛ زیرا می‌توان با نصب صافی (فیلتر) رنگ صحنه‌های بیرونی و داخلی را هماهنگ یا تنظیم کرد. تصاویر زیر دو نمونه از کاربرد پس‌زمینه‌های واقعی را در این شبکه نشان می‌دهد.



تصاویر ۲۴۱ و ۲۴۲. پس‌زمینه‌های واقعی در فرانس ۲۴

در نماهایی که خیابان یا محیط بیرون استودیوی ۲ (تصویر ۲۴۲) از خلال پنجره دیده می‌شود، به دلیل اختلاف دمای رنگ (کلوین) نورهای تنگستن درون استودیو و نور خورشید، محیط بیرون به رنگ آبی درمی‌آید. از آنجا که نور آبی جزء رنگ‌های اصلی این شبکه است، در پس‌زمینه نماهای داخلی استودیوی ۱ (تصویر ۲۴۱) نیز از نورهای فلورسنت استفاده می‌شود تا همین جلوه آبی‌رنگ پس‌زمینه حفظ شود (نیز نگاه کنید به تصاویر ۱۳۱ و ۱۳۲).

جدول ۹ کاربرد انواع پس‌زمینه را در برنامه‌های خبری و گفتگومحور نشان می‌دهد.

جدول ۹. کاربرد انواع پس‌زمینه‌ها در برنامه‌های مورد بررسی

نام برنامه	خنثی	تصویری	کروماکی	واقعی
بی‌بی‌سی ورلد	×	×	×	-
گفتگوی بی‌پرده	-	×	×	×
سی‌ان‌ان	-	×	×	×
لری کینگ	-	×	×	×
ان‌بی‌سی	×	×	×	×
فرانس ۲۴	-	×	-	×
خبر شبکه ۱	-	×	-	-
خبر شبکه ۲	-	×	-	-
گفتگوی ویژه خبری	×	×	×	-
شبکه خبر	-	×	×	-
۴۵ دقیقه	-	×	×	-
دو قدم مانده به صبح	-	×	-	-

همان‌گونه که از جدول برمی‌آید، هیچ‌یک از شبکه‌های داخلی از پس‌زمینه‌های واقعی استفاده نمی‌کنند، ولی در بیشتر شبکه‌های خارجی، کاربرد این نوع پس‌زمینه‌ها رایج است و محیط استودیو را به واقعیت بیرونی و جامعه ربط می‌دهد. در میان برنامه‌های داخلی، دو قدم مانده به صبح کمترین میزان و گفتگوی ویژه خبری بیشترین میزان استفاده از انواع پس‌زمینه‌ها را دارند.

فصل ۶

آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر

آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر، در وهله نخست، معرف شبکه و برنامه‌اند. در وهله بعد، این نشان‌ها و علائم، جنبه مالکیت برنامه را بر تصاویر تولیدی افزایش می‌دهند، چنان که شبکه‌های دیگر نمی‌توانند با پوشاندن نشان برنامه، منبع اصلی تصاویر را پنهان کنند، زیرا وجود علائم دیگر مانع از این کار می‌شود. امروزه با شمار فراوان شبکه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی، تقریباً بر روی همه تصاویر، اعم از خبری و داستانی و گزارش، چنین نشان‌ها و علائمی را مشاهده می‌کنیم. وفور و کاربردهای گسترده این علائم چنان است که لزوم پژوهشی فراگیر را در این زمینه ایجاب می‌کند. با این همه، متأسفانه تاکنون چنین پژوهشی، چه در ایران و چه در دیگر کشورها صورت نگرفته است. به هر حال، تصاویر تلویزیونی را از نظر کاربرد این نوشته و نشان‌ها به چند دسته می‌توان تقسیم کرد:

۶-۱. بدون نشان

این نوع نماها اغلب در لحظات آغازین یا پایانی برنامه، پیش از پخش گزارش تصویری، در فاصله دو بخش از برنامه، یا در فاصله پخش دو خبر می‌آیند؛ یعنی در لحظاتی که بیننده می‌داند چه برنامه‌ای را دارد تماشا می‌کند و حالا در انتظار بخش بعدی برنامه یا خبر بعدی یا اتمام آن است. به عبارت دیگر، این نوع نماهای بی‌نشان، به طور معمول در لحظات ختشی - لحظاتی که بیننده به هیچ اطلاعات اضافی نیاز ندارد - پخش می‌شوند. به همین دلیل، آرامش و سکونی گذرا را رقم می‌زنند که با آن لحظه از روند برنامه همخوانی دارد. در گفتگوی بی‌پرده، این نوع تصاویر در آغاز برنامه و نیز در نماهای خارجی دیده می‌شود که هیچ نوشته یا نشانی بر روی آنها وجود ندارد.



تصاویر ۲۴۳ و ۲۴۴. نماهای بدون نشان یا نوشته در گفتگوی بی‌پرده

این تصاویر - که شمار آنها در کل برنامه چندان زیاد نیست - در چند مورد به کار می‌روند: در آغاز برنامه و در حین معرفی موضوع گفتگو، در لحظات میانی برنامه که قرار است به بخش دیگری برش بخورد یا با خارج از استودیو تماس برقرار شود، در نماهای بیرون از استودیو و در لحظات پایانی برنامه که مجری دارد با میهمان خداحافظی می‌کند. به عبارت دیگر، این نوع تصاویر در لحظاتی به کار می‌رود که گفتگوی مهمی در جریان نیست و نوعی سکون گفتاری یا هیچانی بر صحنه حاکم است. کاربرد این‌گونه نماها در سی‌ان‌ان و ان‌بی‌سی نیز از همین قرار است و همین کارکردها را دارند.

در شبکه فرانس ۲۴ هیچ نمایی از برنامه‌ها نیست که بدون نشان شبکه باشد. تنها مواردی که نشان شبکه بر روی تصویر دیده نمی‌شود، در آرم‌های آغازین هر برنامه است (تصاویر ۱۵۷، ۱۶۳، ۱۶۶، ۱۶۹). شاید دلیل پرهیز از حک نشان شبکه بر روی تصاویر این باشد که این آرم‌ها، خاص شبکه فرانس ۲۴ هستند و در دیگر شبکه‌ها نظیر ندارند و تأکید دوباره بر نشان شبکه در واقع امری زاید و غیرضروری خواهد بود.

۶-۲. نشان شبکه یا برنامه

گاهی بر روی تصاویر تلویزیونی، فقط نشان شبکه یا برنامه قرار می‌گیرد و از دیگر نشان‌ها و نوشته‌ها، بویژه نوار اطلاع‌رسانی (Roll & Crawl) خبری نیست. استفاده تنها از نشان شبکه یا نشان برنامه بر روی تصاویر در چند مورد است:

الف) در آغاز برنامه که هنوز خبر یا گفتگویی پخش نشده تا اطلاعات مربوط به آن

روی تصویر بیاید

ب) مجری در فاصله خواندن دو خبر است

ج) مجری دارد توضیحاتی اضافه بر متن خبر یا گفتگو به بینندگان می‌دهد

د) محتوای خبر یا بیش از اندازه کوتاه است، یا قرار است گزارش تصویری در باره آن پخش شود

ه) برای استراحت گرافیکی به بیننده از پخش نوار اطلاع‌رسانی پرهیز می‌شود

و) حالت بیانی مجری به قدری اهمیت دارد که نباید با اطلاعات اضافی روی تصویر آن را مشوش کرد.

البته می‌دانیم که اینها تصمیم‌های رژی خیر است نه تصمیم مجری، زیرا مجری همیشه تصویر نهایی را نمی‌بیند.

در گفتگوی بی‌پرده، مواردی که فقط نشان برنامه بر روی تصاویر باشد، اندک است.

تصویر زیر (تصویر ۲۴۵) نمونه‌ای از مواردی است که فقط آرم برنامه بر روی نما دیده می‌شود.



تصویر ۲۴۵. نشان برنامه در گفتگوی بی‌پرده

این وضعیت فقط در هنگام آغاز هر بخش دیده می‌شود و در واقع، نوعی تمهید انتقالی

است. این نشان، دقیقاً همان است که بر روی پس‌زمینه استودیو وجود دارد.

در برنامه زنده لری کینگ نیز چنین نماهایی (مانند تصویر ۲۴۶) در آغاز برنامه و در

انتهای و ابتدای بخش‌های مختلفی قرار می‌گیرد که با پخش آگهی‌بازرگانی از هم جدا می‌شوند



تصویر ۲۴۶. نشان شبکه و برنامه در برنامه زنده لری کینگ

نکته مهم این است که نشان این برنامه متحرک است و در تمام مدت از نظر بصری تغییر می‌کند. رنگ قرمز CNN با رنگ قرمز ناشی از نقاط رنگی پس‌زمینه که در برخی نماها دیده می‌شود، هماهنگی دارد.

در برنامه‌های گفتگومحور فرانس ۲۴ تقریباً بر روی همه نماها، نوار اطلاع‌رسانی وجود دارد و مواردی که تصویر فقط دارای نشان شبکه یا برنامه و بدون هیچ نوشته دیگری باشد، بسیار اندک است. با این همه، گاهی نشان شبکه از روی نماها حذف می‌شود تا نوعی استراحت گرافیکی به بیننده داده شود (تصویر ۲۴۷).



تصویر ۲۴۷. نشان برنامه در فرانس ۲۴

این موارد بیشتر هنگامی رخ می‌دهد که آن بخش از گفتگو یا خبر در حال اتمام است یا قرار است به فیلم یا گزارش مربوط به گفتگو برش بخورد. در تصویر بالا، پس از حذف نشان شبکه به صحنه‌ای از فیلم مورد گفتگو برش می‌خورد. در این موارد، پس از برش به نمای بعدی، نشان شبکه دوباره روی آن نقش می‌بندد. گفتنی است که رنگ و اندازه و جای نشان شبکه همیشه ثابت است و به رنگ آبی در سمت راست پایین قاب قرار دارد. در خبر شبکه ۱، نشان برنامه از آغاز تا پایان بر روی همه نماها - دور و نزدیک، داخلی و خارجی - در مکان ثابت، پایین سمت راست قاب قرار می‌گیرد و هرگز جای آن تغییر نمی‌کند (تصاویر ۱۲، ۲۹، ۴۲). جای این نشان، در نماهای داخل استودیو و گزارش‌های ارسالی یکسان است؛ با این تفاوت که در گزارش‌های ارسالی، نوار اطلاع‌رسانی نیز (به طور معمول دو نوار به رنگ آبی تیره) دیده می‌شود که در سطرهای بعدی درباره آنها سخن خواهیم گفت. گاهی همین ثابت بودن مکان نشان برنامه باعث شده است این نشان، با نوشته‌های پس‌زمینه در هم بیامیزد یا فاصله‌اش با آنها کم شود. دو نمونه از این موارد در تصاویر زیر مشاهده می‌شود.



تصاویر ۲۴۸ و ۲۴۹. ناهماهنگی در رعایت فاصله میان نشان برنامه و نوشته‌های روی تصویر در خبر شبکه ۱

در هر دو مورد بالا آشکار است که با وجود فضای خالی در پایین قاب، نشان برنامه بیش از اندازه به نوشته‌ها نزدیک است و ترکیب بندی ناهماهنگی را رقم زده است. در بخش خبری شبکه ۲ نیز نشان برنامه از آغاز تا پایان، روی همه تصاویر می‌آید و اندازه و جای آن، ثابت و بدون تغییر است. درست مانند نشان بخش خبری ساعت ۲۱ شبکه اول سیما است (تصاویر ۱۳، ۱۴، ۴۶، ۴۷، ۴۸). در ابتدای این بخش گفته شد که نشان برنامه در شش وضعیت، به صورت تنها روی تصاویر نقش می‌بندد. ولی در مورد این برنامه نمی‌توان این تقسیم بندی را مطرح کرد، زیرا در بیشتر طول برنامه، فقط همین نشان را روی تصاویر می‌بینیم، بویژه که در این برنامه، نوار اطلاع رسانی اصلاً وجود ندارد. نبود تغییر در اندازه و رنگ و جای این نشان، بدون توجه به محتوا و ترکیب بندی تصاویر، از کاستی‌های آشکار این برنامه است.

از آغاز تا پایان دو قدم مانده به صبح، بر روی همه تصاویر، نشان شبکه چهار قرار گرفته است و اندازه و جای آن ثابت و بدون تغییر است - همیشه در سمت راست بالای قاب. جالب اینجاست که در دو قدم مانده به صبح، نشان برنامه فقط در موارد بسیار نادر، بر روی تصاویر دیده می‌شود، اغلب، فقط هنگامی که به تصاویر ضبط شده خارج از استودیو برش می‌خورد. جای نشان برنامه و اندازه آن نیز همیشه ثابت است - سمت راست پایین قاب. بر روی هیچ یک از نماهای داخل استودیو نشان برنامه دیده نمی‌شود. به نظر می‌رسد در اینجا شبکه چهار بیشتر اهمیت دارد تا خود این برنامه.

۶-۳. نشان شبکه + یک نوار اطلاع‌رسانی

نوارهای اطلاع‌رسانی (Roll & Crawl) به صورت نوشته‌هایی متحرک در پایین تصویر قرار می‌گیرند و به طور معمول اطلاعاتی اضافه بر محتوای تصاویر ارائه می‌کنند. این اطلاعات، اغلب شامل اخبار کوتاه در همهٔ زمینه‌ها، گزارش آب‌وهوا، شماره‌های تماس با برنامه، نشان وب‌گاه شبکه یا برنامه و مواردی از این دست است. شمار این نوارها از یک تا سه یا چهار عدد است. در اینجا نمونه‌هایی از کاربرد نشان شبکه و یک نوار اطلاع‌رسانی بررسی می‌شود. تصویر ۲۵۰ نمونه‌ای از این مورد را در بی‌بی‌سی‌ورلد نشان می‌دهد.



تصویر ۲۵۰. نشان شبکه و یک نوار اطلاع‌رسانی در بی‌بی‌سی‌ورلد

در تصویر بالا، نوار اطلاع‌رسانی، به رنگ قرمز و نوشته روی آن، به رنگ سفید است، یعنی در اینجا نیز همان دو رنگ اصلی این شبکه به کار رفته است. با افزودن یک نوار اطلاع‌رسانی، حجم رنگ قرمز در سمت راست نیز به دو ردیف افزایش یافته است و برای حفظ توازن، تصویر رایانه همراه در سمت چپ و بالای نشان شبکه افزوده شده است. تصویر رایانه نیز به رنگ سفید و سیاه است. اطلاعات روی این نوار، مختصر و کوتاه است و فقط پایگاه اینترنتی این برنامه را معرفی می‌کند که بینندگان در صورت تمایل می‌توانند برای مشاهده جزئیات بیشتر اخبار یا اطلاع از آنچه در این بخش خبری پخش نشده است، به آن مراجعه کنند. نشانی این پایگاه اینترنتی (bbcnews.com) با پایگاه اینترنتی شبکه (bbcworld.com) و پایگاه اینترنتی کل خبرگزاری (bbc.com) تفاوت دارد. این نکته مهمی در طراحی پایگاه اینترنتی به شمار می‌رود که هم دسترسی متقاضیان را به اطلاعات مورد نظر تسهیل می‌کند و هم از ترافیک مراجعه به پایگاه‌های مرتبط می‌کاهد.

در گفتگوی بی‌پرده نیز گاهی علاوه بر نشان شبکه یا برنامه، فقط یک نوار اطلاع‌رسانی بر روی تصویر دیده می‌شود، به گونه‌ای که هر دو در یک راستا قرار می‌گیرند (تصویر ۲۵۱).



تصویر ۲۵۱. نشان شبکه و نوار اطلاع‌رسانی در یک راستا

در تصویر بالا (۲۵۱)، نشان شبکه، به رنگ قرمز، نوار اطلاع‌رسانی، به رنگ خاکستری و نوشته‌ها، به رنگ سفید است. به عبارت دیگر، در اینجا نیز از همان دو رنگ اصلی آرم این شبکه استفاده شده است. این نوار اطلاع‌رسانی بر روی بیشتر تصاویر برنامه وجود دارد و به طور معمول، اخبار روز را به اطلاع بینندگان می‌رساند. در واقع، شمار نماها یا تصاویر فاقد این نوار اطلاع‌رسانی بسیار کم است.

در شبکه‌سی‌ان‌ان نیز گاهی علاوه بر نشان شبکه یا برنامه، فقط یک نوار اطلاع‌رسانی روی تصویر دیده می‌شود. اطلاعات روی این نوارها، اغلب مختصر و کوتاه است و فقط پایگاه اینترنتی ویژه تلفن همراه (cnmmobile.com) را معرفی می‌کند که بینندگان در صورت تمایل می‌توانند برای دریافت اخبار از طریق تلفن همراه، به آن مراجعه کنند. در ان‌بی‌سی، نوار اطلاع‌رسانی اغلب به رنگ سیاه و نوشته روی آن به رنگ قهوه‌ای است، یعنی در اینجا نیز همان دو رنگ از رنگ‌های اصلی این شبکه به کار رفته است. اطلاعات روی این نوار، به طور معمول مربوط به همان خبری است که دارد پخش می‌شود. در فرانس ۲۴ نیز گاهی علاوه بر نشان شبکه یا برنامه، فقط یک نوار اطلاع‌رسانی بر روی تصویر دیده می‌شود (تصویر ۲۵۳).



تصاویر ۲۵۲ و ۲۵۳. نشان برنامه + نشان شبکه + یک نوار اطلاع‌رسانی

در بیشتر نماهای برنامه‌های گفتگومحور این شبکه، همین وضعیت برقرار است؛ یعنی یک نوار اطلاع‌رسانی در پایین تصویر، به‌علاوه نشان برنامه و نشان شبکه مشاهده می‌شود. در اینجا چند نکته مهم است:

- نوار اطلاع‌رسانی در همه برنامه‌ها، به رنگ سفید و نوشته‌های روی آن، به رنگ آبی است.
- اندازه و جای و سرعت حرکت نوار همیشه یکسان است.
- اطلاعات روی نوار، همیشه به اخبار اختصاص دارد.
- نوع اخبار، با رنگ‌های متفاوتی مشخص می‌شود؛ ورزشی: قهوه‌ای، اقتصادی: آبی تیره، عمومی: آبی روشن، اخبار فوری: قهوه‌ای.

رعایت این نکات در همه برنامه‌های خبری و گفتگومحور این شبکه، موجب تمایز آن از دیگر شبکه‌ها و برنامه‌های مشابه شده است.

در خبر شبکه ۲ علاوه بر نشان شبکه یا برنامه، فقط یک نوشته روی تصویر دیده می‌شود. یعنی نوشته‌ای مختصر در بالای تصویر، نوع اخبار را تعیین می‌کند. تصاویر زیر، دو نمونه از این مورد را برای معرفی «اخبار کوتاه» و «اخبار استان‌ها» نشان می‌دهد.



تصاویر ۲۵۴ و ۲۵۵. کاربرد یکسان نوشته کوتاه برای معرفی نوع اخبار در خبر شبکه ۱

در دو تصویر بالا، هر دو نوشته، به رنگ آبی و نوشته روی آن، به رنگ سفید است و حاشیه زردی در پایین نوشته دیده می‌شود. این سه رنگ، جزء رنگ‌های اصلی این برنامه هستند. با وجود اینکه جنس اخبار کوتاه با اخبار استان‌ها فرق دارد، در اینجا، اندازه نوشته و رنگ و حتی نوع قلم (فونت) یکسان است و هیچ تغییری در آن اعمال نشده است. در معرفی مجری اخبار ورزشی نیز همچون در مورد نوشته‌های معرفی نوع اخبار، اندازه و

رنگ و جای نوشته یکسان است و تفاوت آن با نوشته‌های مربوط به نوع خبر در دو چیز است؛ یکی در جای نوشته که سمت راست پایین قاب قرار می‌گیرد و دیگری، حاشیه زرد رنگ که در اینجا بالای نوشته واقع شده است. یکسانی رنگ، اندازه و جا و حتی نوع قلم (فونت)، باز دلالت بر ساده‌پردازی و آسان‌گیری دارد، بویژه که گاهی نشان برنامه در گل و بوته روی میز و نوشته نام مجری گم می‌شود.

نشان برنامه گفتگوی ویژه خبری تقریباً بر روی همه نماها در مکانی ثابت، در پایین سمت راست قاب قرار می‌گیرد و هرگز جای آن تغییر نمی‌کند. در مواردی بسیار اندک - برای مثال، آغاز و پایان برنامه - تصاویر بدون نشان برنامه است. در مواردی که تصویر بدون نشان پخش می‌شود، به طور معمول، دیگر نوشته‌های روی تصویر نیز وجود ندارد. نشان این برنامه، همان آرم آغازین است که به صورتی مینیاتوری بر روی تصویر نهایی حک می‌شود. در تصویر زیر، جایگیری ثابت و یکنواخت نشان برنامه نشان داده شده است. البته گاهی این ثابت بودن جای نشان برنامه باعث شده است که این نشان، با عناصر صحنه در هم بیامیزد. اندازه و جای این نشان در همه نماها - چه دور و چه نزدیک - یکسان و همیشه با نوار قرمز رنگ اعلام ساعت همراه است. قلم این نوشته‌ها همیشه به رنگ سفید و جهت حرکت نوار از چپ به راست است.



تصویر ۲۵۶. نشان برنامه + یک نوار اطلاع‌رسانی در گفتگوی ویژه خبری

در عوض، بیشتر نماهای دو قدم مانده به صبح، بدون نوشته‌های روی تصویر است. با این همه، گاهی علاوه بر نشان شبکه، فقط یک نوشته روی تصویر دیده می‌شود، بویژه برای معرفی کارشناس یا میهمان برنامه.



تصویر ۲۵۷. نشان شبکه + یک نوشته برای معرفی کارشناس یا میهمان برنامه

در تصویر بالا، نوشته، به رنگ آبی و متن روی آن، به رنگ سفید است. پیش‌تر گفته شد که این دو رنگ، جزء رنگ‌های اصلی این برنامه هستند. اندازه نوشته و رنگ و حتی نوع قلم (فونت) معرفی میهمانان در همه بخش‌های برنامه یکسان است، اما میزان شفافیت (opacity) نوشته هر بار متفاوت است. گاهی نیز نوشته روی تصویر، موضوع برنامه را معرفی می‌کند.



تصویر ۲۵۸. نشان شبکه + یک نوشته برای معرفی موضوع برنامه

در اینجا نیز همچون در مورد معرفی میهمان یا کارشناس، اندازه، رنگ و جای نوشته یکسان است و تفاوت آن با معرفی میهمانان و کارشناسان در دو مورد است؛ یکی اندازه نوشته که کشیده‌تر است، و دیگری، تغییر شفافیت متن. برای معرفی کلیت برنامه نیز از یک نوشته و نشان شبکه استفاده می‌شود. نکته مثبت این است که در این موارد، اندازه و فونت و پس‌زمینه نوشته تغییر می‌کند و حالتی گرافیکی می‌یابد.



تصویر ۲۵۹ . کاربرد عناصر دکور در نوشته‌های روی تصویر

در تصویر ۲۵۹، کاشی‌هایی که در راه‌پله سمت راست دکور دیده می‌شود، در پس‌زمینه نوشته روی تصویر نیز به کار رفته است. به این ترتیب، وابستگی درونی عناصر گرافیکی برنامه تقویت شده است.

۶-۴. نشان برنامه + دو یا چند نوار اطلاع‌رسانی

در برنامه‌های خبری هنگامی که دو یا چند نوار اطلاع‌رسانی به کار می‌رود، یکی از آنها عنوان خبر مهمی را شامل می‌شود، نوار زیر آن به توضیح بیشتر همان خبر می‌پردازد و نوار (های) دیگر، اخباری اضافی را ارائه می‌کند. برای نمونه، تصویر زیر (تصویر ۵۵) کاربرد چند نوار اطلاع‌رسانی را در بی‌بی‌سی‌ورلد نشان می‌دهد.



تصویر ۵۵ . کاربرد چند نوار اطلاع‌رسانی در بی‌بی‌سی‌ورلد

در این نما، علاوه بر نشان برنامه، پنج نوار اطلاع‌رسانی دیده می‌شود: عنوان درشت خبری که مجری دارد بیان می‌کند (خشونت در عراق)، منبع خبر (گزارشگر بی‌بی‌سی)،

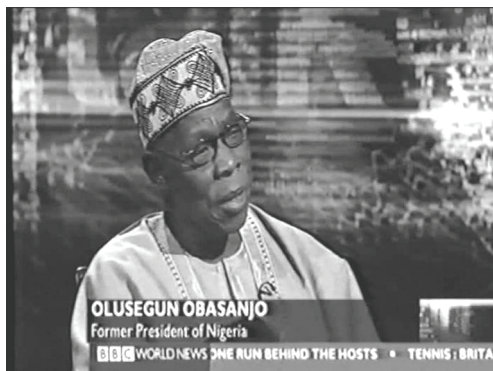
جزئیات خبر (حمله به مینی‌بوس و شمار تلفات)، عنوان‌های مهم خبری و متن خلاصه مهم‌ترین اخبار (تأثیر دخالت نظامی امریکا بر میزان عرضه سوخت). علاوه بر اندازه و نوع فونت‌های به کار رفته در نمای بالا و نحوه جایگیری نوارهای اطلاع‌رسانی، مشاهده می‌شود که رنگ حروف و زمینه نوارها همان سه رنگ اصلی این شبکه است. رنگ قرمز (نشانه هیجان و شورش) به مهم‌ترین خبر اختصاص یافته، زمینه سیاه در نوار دوم به اندوه ناشی از کشتار مردم در عراق اشاره دارد و رنگ سیاه حروف روی زمینه سفید آن را به خبری در روزنامه شبیه ساخته که هم نشانه‌ای است از موضع بریتانیا در حمایت از اقدامات امریکا و هم به منبع خبر اشاره دارد که احتمالاً برگرفته از متن ارسالی دیگر خبرگزاری‌ها یا مطبوعات (به هر حال، متن مکتوب) است. در تصاویر خارج از استودیو نیز به همین گونه عمل می‌شود (تصویر ۲۶۰).



تصویر ۲۶۰. کاربرد چند نوار اطلاع‌رسانی در نماهای خارجی بی‌بی‌سی ورلد

در نمای بالا (تصویر ۲۶۰)، علاوه بر نشان برنامه، پنج نوار اطلاع‌رسانی را می‌بینیم. سه نوار کوچک در بالای سمت چپ تصویر: «بخش زنده»، شهری که خبر از آنجا ارسال می‌شود (بلغراد)، ساعت به وقت محلی و اختلاف آن با ساعت مبدأ (۶:۰۳ عصر با یک ساعت اختلاف). دو نوار اطلاع‌رسانی پایین تصویر، عنوان و موضوع خبر را نشان می‌دهند که به ترتیب، عبارتند از: «انتخابات در صربستان» و «فعالیت رادیکال‌ها علیه جناح رقیب». کلیه نکاتی که در باره تصویر ۵۵ گفته شد، در اینجا نیز صدق می‌کند، با این تفاوت که در اینجا، دو نوار پایینی از سرتاسر تصویر عبور کرده و آن را به دو بخش تقریباً دو سوم و یک سوم تقسیم کرده‌اند. توجه به این موارد نشان می‌دهد که زیبایی‌شناسی نوارهای اطلاع‌رسانی در این شبکه از الگوی معینی پیروی می‌کند.

در برنامه‌های گفتگومحور، به طور معمول، در مواردی دو یا چند نوار اطلاع‌رسانی به کار می‌رود که قصد معرفی میهمان برنامه در میان باشد. برای نمونه، در برنامه گفتگوی بی‌پرده، چنین مواردی فراوان دیده می‌شود (تصویر ۲۶۱).



تصویر ۲۶۱. کاربرد چند نوار اطلاع‌رسانی در گفتگوی بی‌پرده

در این تصویر، علاوه بر نشان برنامه در سمت راست پایین، نشان شبکه در سمت چپ پایین و نوار خاکستری اطلاع‌رسانی، یک نوار دیگر نیز به معرفی میهمان برنامه اختصاص دارد که خود شامل دو سطر است. این نوع معرفی میهمان برنامه که نه در آغاز گفتگو، بلکه دقیقی بعد صورت می‌گیرد، همواره به همین شکل است و سبک یکسانی دارد. همچنین، فاصله این بخش پایینی (دو نوار و دو نشان) از سمت چپ قاب، همواره یکسان است. در تصویر بالا، اندازه و نوع فونت‌های به کار رفته نیز یکسان است و علاوه بر این، رنگ حروف و زمینه نوارها سه رنگ از چهار رنگ اصلی این برنامه را شامل می‌شود: قرمز، سیاه و سفید. رنگ قرمز (نشانه هیجان و پویایی و سرزندگی) به نشان شبکه اختصاص یافته و معرفی میهمان برنامه، با حروف سفید بر زمینه سیاه صورت گرفته است.

در برنامه زنده لری کینگ، هیچ موردی دیده نمی‌شود که نوار اطلاع‌رسانی، بدون نشان شبکه یا برنامه به کار برود. به عبارت دیگر، در مواردی که نوار اطلاع‌رسانی (به صورت ثابت یا متحرک) روی تصویر وجود دارد، حتماً نشان شبکه و نشان برنامه نیز روی آن نقش بسته است. در این برنامه، استفاده از نوارهای اطلاع‌رسانی ثابت و متحرک در ترکیب‌های گوناگون به کار می‌رود: نوارهای ثابت، بدون نوار متحرک، نوار متحرک، بدون

نوار ثابت و نوار ثابت و متحرک با هم (تصاویر ۳، ۲۸، ۵۹، ۶۰، ۶۱). نوار ثابت، اغلب با قلم (فونت) سفید بر پس‌زمینه سیاه و نوار متحرک با قلم سیاه بر پس‌زمینه سفید است. یعنی رنگ‌های سیاه و سفید که از رنگ‌های اصلی آرم و استودیوی این برنامه است، در اینجا نیز به کار رفته‌اند. همیشه نوار متحرک، در پایین و نوار ثابت، بالای آن قرار می‌گیرد. جهت حرکت نوار متحرک، همواره از راست به چپ است. رنگ سیاه رنگ حروف و زمینه نوارها همان چهار رنگ اصلی این شبکه است. هنگام پخش خبری مهم، عبارت BREAKING NEWS به رنگ زرد، و هنگام پخش مصاحبه‌های اختصاصی، واژه EXCLUSIVE به رنگ قرمز در بالای نوار ثابت اطلاع‌رسانی قرار می‌گیرد.

در برنامه‌های خبری ان‌بی‌سی نیز هنگامی که دو یا چند نوار اطلاع‌رسانی به کار می‌رود، یکی از آنها عنوان خبر مهمی را شامل می‌شود و نوار زیر آن، به توضیح بیشتر همان خبر می‌پردازد. نوار(های) دیگر نیز اخبار اضافی را ارائه می‌کنند. پخش گزارش‌های زنده از مواردی است که روی آنها چندین نوار اطلاع‌رسانی وجود دارد (تصویر ۲۶۲)



تصویر ۲۶۲. کاربرد نوارهای اطلاع‌رسانی در گزارش‌های خبری ان‌بی‌سی

در اینجا، برایان ویلیامز (مجری معروف شبکه ان‌بی‌سی) از بغداد گزارش می‌دهد و در نوار پایین، اطلاعاتی در خصوص خبری دیگر پخش می‌شود. با توجه به اوضاع بحرانی عراق، رنگ قرمز بیشتر از رنگ‌های دیگر جلوه دارد. تصویر زیر نمونه دیگری از این نکته را در گزارش‌های این شبکه نشان می‌دهد.



تصویر ۲۶۳. کاربرد نوارهای اطلاع‌رسانی در گزارش‌های خبری ان‌بی‌سی

در تصویر بالا (۲۶۳)، هفت نوع اطلاعات دیده می‌شود: پخش زنده، پخش برنامه، نام خبرنگار، شهر ارسال گزارش، اخبار متفرقه، ارزش سهام داو و نشان شبکه. در اینجا چون گزارش از شهر واشنگتن دی‌سی پخش می‌شود و اوضاع به وخامت عراق نیست، رنگ‌های آبی و سیاه و قهوه‌ای و سفید در نوار اطلاع‌رسانی به کار رفته و برای ایجاد تقارن و تعادل با چند ناحیه قرمز در سمت راست تصویر و پیراهن قرمز خبرنگار، نشان پخش زنده نیز به رنگ قرمز است. علاوه بر اندازه و نوع فونت‌های به کار رفته در نمای بالا و نحوه جایگیری نوارهای اطلاع‌رسانی، مشاهده می‌شود که رنگ حروف و زمینه نوارها جزء رنگ‌های اصلی این شبکه است.

در شبکه فرانس ۲۴ در مواردی که دو نوار اطلاع‌رسانی روی تصویر دیده می‌شود، نوار سفید رنگ باریک، در پایین تصویر، به اخبار اختصاص دارد و نوار پهن‌تر، در بالای آن، نام مجری یا میهمان یا خبرنگار، یا توضیحاتی را در مورد موضوع گفتگو ارائه می‌کند. نکته مهم این است که نوارهای اطلاع‌رسانی پهن‌تر، همیشه به رنگ آرم همان برنامه است؛ و شمار نوارهای اطلاع‌رسانی، همیشه دو تاست.



تصاویر ۲۶۴ و ۲۶۵. کاربرد دو نوار اطلاع‌رسانی در برنامه‌های خبری و گفتگومحور فرانس ۲۴

هر گاه نوار پهن‌تر شامل چند سطر باشد، به طور معمول از پس‌زمینه گرافیکی استفاده می‌شود تا از انباشت نوشتار بر تصویر جلوگیری شود (تصویر ۲۶۶).



تصویر ۲۶۶. پس‌زمینه گرافیکی در تلفیق با نوار اطلاع‌رسانی

در تصویر بالا، علاوه بر نشان شبکه و نام برنامه، اطلاعات دیگری نیز از طریق دو نوار ارائه شده است: نام میهمان یا خبرنگار، معرفی میهمان یا خبرنگار در سه سطر، اخبار عمومی و نشان پخش زنده.

در خبر شبکه ۱، علاوه بر نشان شبکه یا برنامه، دو سطر نوشته روی تصویر دیده می‌شود. شایان ذکر است که در اینجا، اصطلاح «نوار اطلاع‌رسانی» را به کار نبرده‌ایم، زیرا در این برنامه، این نوع نوارها به کار نمی‌روند و نوشته‌ها به ساده‌ترین روش، در بالای تصویر - پشت سر مجری - یا در پایین می‌آیند. حجم اطلاعات این نوشته‌ها، اغلب کم و همیشه به دو رنگ آبی یا زرد است (تصویر ۲۶۷).



تصویر ۲۶۷. نوشته‌های ساده در خبر شبکه ۱

در تصویر ۲۶۷ علاوه بر نشان برنامه در همان جای همیشگی، «پیش‌بینی وضع هوا» به رنگ زرد روی زمینه آبی تیره و نشانی پایگاه اینترنتی برنامه به رنگ سفید (در پایین تصویر) دیده می‌شود. اطلاعات این نوشته، مختصر و کوتاه است و فقط پایگاه اینترنتی این برنامه را معرفی می‌کند که بینندگان در صورت تمایل می‌توانند برای مشاهده جزئیات بیشتر اخبار یا اطلاع از آنچه در این بخش خبری پخش نشده است، به آن مراجعه کنند. در اینجا نیز همان دو رنگ اصلی این شبکه به کار رفته است. بر خلاف کاربرد نوار اطلاع‌رسانی که به طور معمول، اطلاعات اضافی را در پایین تصویر و گاهی به صورت متحرک ارائه می‌دهد، در این برنامه، تیتراژ اخبار به صورتی بسیار مختصر و کوتاه و همیشه به صورت دو سطر نوشته که با یک خط قرمز از هم جدا شده‌اند، در سمت راست بالای قاب می‌آید. تغییر در محتوا و اهمیت خبر، تغییری در فونت (قلم) و رنگ و اندازه این نوشته‌ها نمی‌دهد و نوشته‌ها نیز همچون نشان برنامه، همواره به یک صورت، در یک مکان و به یک رنگ ارائه می‌شوند. تصویر ۲۶۸ چند نمونه از این موارد را نشان می‌دهد.



تصویر ۲۶۸. ثابت بودن رنگ و اندازه و جای تیتراژهای روی تصویر در خبر شبکه ۱

آشکار است که با وجود تغییر خبر - از هتل ۷ ستاره در رامسر گرفته تا نشست اکو در پاکستان و ادامه حملات اسرائیل در فلسطین - و تغییر در میزان اهمیت آن، و نیز تغییر مجری، این نوشته‌ها هیچ تغییری نمی‌کند. این نکته نیز همچون موارد دیگری که پیش‌تر ذکر شد، حس یکنواختی این برنامه را تشدید می‌کند.

تنها وقتی که نوشته‌ها در پایین قاب می‌آید و تا اندازه‌ای حالت «نوار اطلاع‌رسانی» را دارد، هنگام پخش گزارش‌های خبری و خارج از استودیوست. در این موارد نیز تقریباً

همیشه، نوشته‌ها به رنگ سفید، روی زمینه‌ی آبی تیره دیده می‌شوند و جای آنها ثابت و بدون تغییر است.



تصویر ۲۶۹. نوشته‌های روی گزارش‌های خبری در خبر شبکه ۱

فونت، رنگ، اندازه و جای این نوشته‌ها، با وجود تغییر در محتوا و اهمیت خبر، یکسان باقی می‌ماند. برای نمونه، نوشته‌های مربوط به سهمیه‌بندی بنزین، معرفی خبرنگار و خطرات خالکوبی، همه با ویژگی‌های گرافیکی عین هم درج می‌شود. هر چند این نکته مثبتی است که زمینه و رنگ این نوشته‌ها، همان دو رنگ اصلی برنامه است، نبود تناسب میان محتوا و اهمیت خبر یا گزارش و اندازه و مکان نوشته‌ها، حس یکنواختی را در این برنامه می‌افزاید. در این بخش خبری، موردی از کاربرد چند نوار نوشته وجود ندارد. در خبر شبکه ۲، نخستین موردی که علاوه بر نشان برنامه، دو نوشته را همزمان روی تصویر می‌بینیم، معرفی مجری اصلی برنامه یا مجری اصلی و مجری ناشنویان است (تصویر ۲۷۰).



تصویر ۲۷۰. نشان برنامه + معرفی دو مجری در خبر شبکه ۲

معرفی مجریان، نکته مثبتی است که در برنامه خبری ساعت ۲۱ شبکه اول سیما به آن توجه نمی‌شود و استفاده از آن در اینجا، امتیازی برای این بخش خبری شبکه دوم به حساب می‌آید.

در گفتگوی ویژه خبری، حداکثر سه نوار اطلاع‌رسانی بر روی تصویر قرار می‌گیرد که به معیار مرسوم در شبکه‌های جهانی نزدیک است. شمار فراوان نوار اطلاع‌رسانی، توجه و تمرکز بیننده را بر هم می‌زند. در مواردی که سه نوار اطلاع‌رسانی روی تصویر دیده می‌شود، نوار بالایی، نام میهمان، نوار میانی، شغل یا سمت وی و نوار پایینی، موضوع گفتگو یا شماره پیامک برنامه را نشان می‌دهد. با این همه، گاهی نام میهمان برنامه و اطلاعات مربوط به وی بر روی همه نماهای آن بخش از گفتگو می‌آید. این نکته، بویژه در گفتگو با میهمانان بیرون از استودیو رخ می‌دهد.

در شبکه خبر (و در برنامه ۴۵ دقیقه همین شبکه) نیز همچون دو بخش خبری شبکه اول و دوم سیما، نشان برنامه از آغاز تا پایان، روی همه تصاویر می‌آید و اندازه و جای آن ثابت و بدون تغییر می‌ماند (از جمله نگاه کنید به تصاویر ۱۸، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۵۱، ۵۲). تفاوت در این است که نشان این برنامه در گوشه پایین سمت چپ قرار دارد و نشان دو شبکه دیگر در گوشه پایین سمت راست. به علاوه، نشان این بخش خبری بر روی آرم برنامه و نماهای معرف آغازین دیده نمی‌شود. از آنجا که در این شبکه، نوار اطلاع‌رسانی به طور گسترده به کار می‌رود، مواردی که فقط نشان برنامه روی تصویر نقش بسته باشد اندک است، ولی به هر حال گاهی بویژه در آغاز و پایان برنامه، چنین مواردی دیده می‌شود. رنگ نوارهای اطلاع‌رسانی و رنگ نوشته‌ها آبی و سفید و سیاه، یعنی همان سه رنگ اصلی آرم برنامه است. در این برنامه نیز همچون در شبکه اول و دوم سیما، نبود تغییر در اندازه، رنگ و جای نشان برنامه، بدون توجه به تصاویری که زیر آن قرار می‌گیرد، از کاستی‌های قابل توجه است.

در این شبکه به طور معمول، سه تا پنج نوار اطلاع‌رسانی به طور همزمان، در پایین تصویر دیده می‌شوند که اطلاعات گوناگونی را از وضع هوا گرفته تا ارزش سهام و اخبار ورزشی ارائه می‌کنند. نوار مربوط به تیتراژ خبر، همیشه به رنگ قرمز و نوشته روی آن به رنگ نارنجی است. نوار نام خبرنگار، به رنگ سیاه و نوشته روی آن، به رنگ سفید، نوار انگلیسی، به رنگ آبی و نوشته روی آن، به رنگ سفید است. نوار سوم، به تناوب، گاهی

آبی با نوشته سیاه و گاهی سیاه با نوشته سفید است. همه رنگ‌هایی که در نوارهای اطلاع‌رسانی می‌بینیم، جزء رنگ‌های پلاتو هستند.

گاهی شمار اطلاعات روی نوارهای اطلاع‌رسانی، زیاد است. فراوانی اطلاعات موجب می‌شود که توجه بیننده به تصویر کمتر شود و اگر بخواهد دقتش را به تصویر معطوف کند، برخی از اطلاعات را از دست بدهد. نکته مهم دیگر این است که جهت حرکت نوارهای فارسی، از چپ به راست و جهت حرکت نوار انگلیسی، از راست به چپ است. این تضاد حرکت، عامل دیگری است که توجه بیننده را از تصویر یا از متن نوارهای فارسی منحرف می‌کند. نوارهای اطلاع‌رسانی در مواردی، چندان زیادند که اگر بیننده بخواهد توجهش را به آنها متمرکز کند، فرصت تماشای تصویر را به کلی از دست می‌دهد. تصویر ۲۷۱ نمونه‌ای از این مورد را نشان می‌دهد.



تصویر ۲۷۱. فراوانی نوارهای اطلاع‌رسانی در شبکه خبر

در تصویر بالا (تصویر ۲۷۱)، سخنان هانس بلیکس، رئیس کمیسیون بین‌المللی خلع سلاح هسته‌ای پخش می‌شود. علاوه بر نشان برنامه، علامت پخش زنده و زمان به وقت محلی مکه، در پایین تصویر، ۲ نوار اطلاع‌رسانی شبکه خارجی و ۴ نوار اطلاع‌رسانی شبکه خبر دیده می‌شود و دو نوار پایینی قاب نیز در خلاف جهت حرکت می‌کنند. اگر بیننده بخواهد به حالت بیانی چهره بلیکس توجه کند - که به نظر می‌رسد هدف از ارائه نمای نزدیک نیز همین است - بخش زیادی از اطلاعات روی نوارها را از دست می‌دهد و اگر در پی خواندن متن نوارها باشد، جزئیات محتوای بصری نما از چشمش به دور می‌ماند. بیننده ناگزیر است همه نوارهای اطلاع‌رسانی را به سرعت مرور کند تا اطلاعات مورد

نظرش را برگزیند. این کار توجه‌اش را از تصویر و محتوای بصری نما منحرف می‌کند، بویژه که اطلاعات این نوارها به سرعت تغییر می‌کند و عوض می‌شود. در دو قدم مانده به صبح، هنگامی که علاوه بر نشان شبکه، دو نوار اطلاع‌رسانی به کار می‌رود، برای معرفی برنامه‌های سیماست (تصویر ۲۷۲).



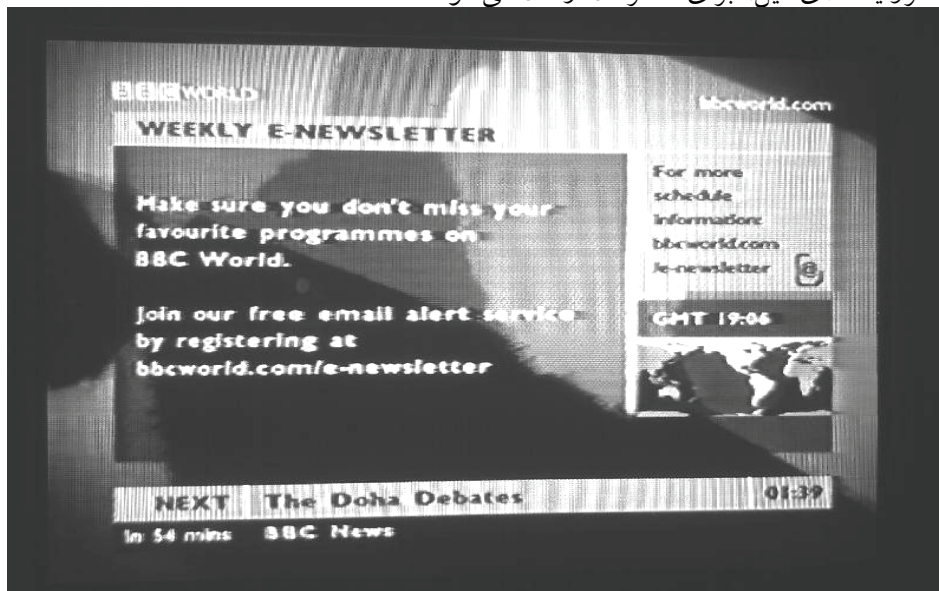
تصویر ۲۷۲. معرفی برنامه‌های سیما با نوار اطلاع‌رسانی

این تنها مورد در این برنامه است که نوار اطلاع‌رسانی به صورت crawl به کار می‌رود. به طور معمول، نوار بالایی به رنگ سفید است و موضوع نوار اطلاع‌رسانی پایینی را معرفی می‌کند. در تصویر بالا، نوار اطلاع‌رسانی بالایی که ثابت است به معرفی فیلم‌های سینمای آخرین سه‌شنبه سال (شب چهارشنبه سوری) می‌پردازد و در نوار پایینی، اسامی این فیلم‌ها به صورت crawl از چپ به راست حرکت می‌کند. تفاوت در رنگ زمینه و رنگ فونت دو نوار، از امتیازهای این برنامه است، زیرا هر دو رنگ سفید و آبی جزء رنگ‌های آرم و استودیو این برنامه هستند.

۶-۵. نشان برنامه + متن / عکس

زمانی که حجم اطلاعات به اندازه‌ای است که در نوار اطلاع‌رسانی نمی‌گنجد، از متن روی تصویر با یا بدون عکس استفاده می‌شود. این متن‌های غالب بر روی پس‌زمینه‌های گرافیکی قرار می‌گیرند و شمار سطرها به گونه‌ای است که خواندن آن برای بینندگان آسان باشد. تصویر ۲۷۳ نمونه‌ای از این مورد است که در فواصل مختلف، از برنامه

بی‌بی‌سی ورلد پخش می‌شود و بینندگان را دعوت می‌کند خبرنامه الکترونیکی این شبکه را مشترک شوند؛ خبرنامه‌ای مشتمل بر آخرین اخبار که به طور رایگان و از طریق نامه الکترونیک (ای میل) برای مشترکان ارسال می‌شود.

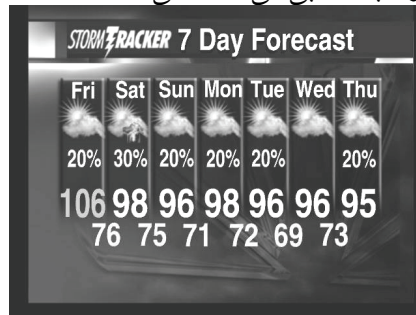


تصویر ۲۷۳. کاربرد متن برای اطلاع‌رسانی

اطلاعات دیگری که روی این تصویر دیده می‌شود، عبارتند از: نشان برنامه (سمت چپ بالای قاب)، نشانی پایگاه اینترنتی برنامه (سمت راست بالای قاب)، ساعت به وقت مبدأ گرینویچ (نوار سیاه وسط کادر سمت راست)، اعلام برنامه بعدی (نوار سفید پایین قاب)، زمان باقیمانده تا شروع برنامه بعدی (گوشه سمت راست نوار سفید پایین)، مدت زمان باقیمانده تا برنامه بعدی خبر (نوار سیاه پایین قاب). همان‌گونه که مشاهده می‌شود، در چنین تصاویری اطلاعات گوناگونی همزمان به بیننده ارائه می‌شود که از یکنواختی تصویر می‌کاهد زیرا نوعی ضرباهنگ (ریتم) درونی برای تصویر خلق می‌کند. به‌علاوه، حتی در این موارد نیز از الگوی کلی رنگ برنامه پیروی می‌شود. شایان ذکر است که جهت حرکت نوارهای اطلاع‌رسانی، از راست به چپ است که خواندن متن را برای مخاطبان (انگلیسی‌زبان) آسان می‌کند. حرکت نوارهای اطلاع‌رسانی در جهت‌های مخالف دیده نمی‌شود.

در بسیاری از شبکه‌های جهانی، گزارش هواشناسی نیز به طور معمول با متن گرافیکی ارائه می‌شود. این متن‌ها شامل نام روزهای هفته، درجه دما در هر روز به

سانتیگراد و فارنهایت، میزان رطوبت هوا در هر روز، ابری، آفتابی یا بارانی بودن هوا در هر روز، سرعت و جهت باد و موارد دیگر مربوط به وضعیت آب و هواست. تصویر ۲۷۴ نمونه‌ای از این متن‌ها را در شبکه‌ان‌بی‌سی نشان می‌دهد.



تصویر ۲۷۴. کاربرد متن برای گزارش هواشناسی

دقت کنید که در این تصویر نیز همان هشت رنگ اصلی این شبکه دیده می‌شود و برای نمونه، رنگ صورتی در آن وجود ندارد. در خبر شبکه ۱، گزارش هواشناسی به صورت کروماکی در پس‌زمینه تصویر مجری قرار می‌گیرد (تصویر ۲۷۵).



تصویر ۲۷۵. گزارش هواشناسی در خبر شبکه ۱

با مقایسه دو تصویر ۲۷۴ و ۲۷۵ می‌توان دریافت که در این گونه گزارش‌ها، به حضور مجری نیازی نیست و همه اطلاعات لازم با متن قابل ارائه است. به همین ترتیب، اعلام برنامه‌ها نیز با استفاده از متن و عکس صورت می‌گیرد. برای نمونه، تصویر ۲۷۶، اعلام برنامه در برنامه زنانه لری کینگ را نشان می‌دهد.



تصویر ۲۷۶. اعلام برنامه با متن و عکس

اطلاعاتی که روی این تصویر دیده می‌شود، عبارتند از: نشان شبکه (سمت راست پایین قاب)؛ نام برنامه (سمت چپ قاب)، نام میهمان برنامه (سناتور جان مک‌کین)، گفتگوی «اختصاصی» مک‌کین با این برنامه، تصویر میکروفون و سه عکس از مک‌کین و نقاط رنگی پس‌زمینه استودیو. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، حتی در این موارد نیز از الگوی کلی رنگ برنامه پیروی شده است.

در فرانس ۲۴، گاهی جدول زمان پخش برنامه به صورت متن بر روی تصویر قرار می‌گیرد (تصویر ۲۷۷).



تصویر ۲۷۷. اعلام برنامه با متن بر روی تصویر

در خبر شبکه ۱، متن‌های روی تصویر اغلب برای اعلام تقویم روز و اوقات شرعی، اطلاعات تکمیلی گزارش‌های ورزشی، گزارش هواشناسی و اطلاعات مربوط به گزارش‌های تلفنی است. در این نوشته‌ها، اغلب از همان رنگ‌های اصلی این برنامه، بویژه رنگ‌های آبی و سفید استفاده می‌شود و رنگ‌های زرد و قرمز نیز گاهی حضور آشکاری دارند. فونت این نوشته‌ها نیز متفاوت است: در گزارش‌های تلفنی، از فونت‌های رسمی‌تری همچون «زر» و «تیترا»، در گزارش‌های ورزشی و وضعیت آب و هوا، از فونت‌هایی مانند

«ترافیک» که حالت رسمی کمتری دارند، و در اعلام تقویم روز و اوقات شرعی، از فونت نستعلیق که حالتی سنتی و کلاسیک دارد، استفاده می‌شود گوناگونی این فونت‌ها و هماهنگی با نوع نوشته، از نکات مثبت این برنامه است. شایان ذکر است که نوشته‌های روی متن حرکت ندارند و به هیچ طرف - چپ و راست و بالا و پایین تصویر - حرکت نمی‌کنند.

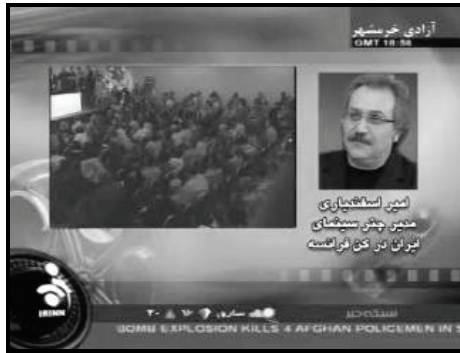
در خبر شبکه ۲، این متن‌ها نه روی تصویر بلکه به صورت پس‌زمینه تصویری ظاهر می‌شوند و نسبت به مجری حالت کروماکی دارند. به همین دلیل نیز همیشه پشت مجری ناشنویان دیده می‌شوند و هیچ موردی از استفاده از این نوع متن‌ها در پس‌زمینه مجریان اصلی به چشم نمی‌خورد (تصویر ۲۷۸).



تصویر ۲۷۸. کاربرد متن به صورت پس‌زمینه تصویری

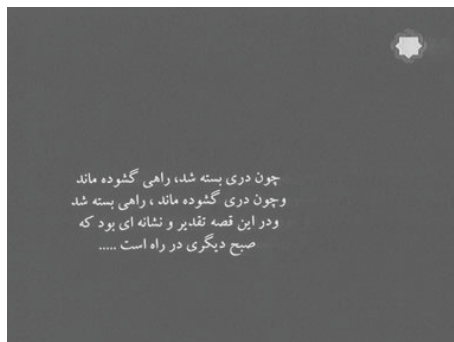
در این نوع نوشته‌ها به طور معمول، رنگ آبی مسلط است و رنگ‌های قرمز و زرد نیز نمود آشکاری دارند، یعنی همان رنگ‌های اصلی برنامه در اینجا نیز کاربرد دارد. رنگ خاکستری که در پلاتو مسلط است، در این نوشته‌ها کمتر دیده می‌شود. در تحلیل نهایی، نبود نوار اطلاع‌رسانی (Roll & Crawl) و ساده‌گیری در اجرای نشان و نوشته‌های روی تصویر، از جمله نبود تغییر در اندازه و رنگ و جای نشان و یکسانی نوشته‌ها در موارد متفاوت، از ضعف‌های این برنامه در این حیطة به شمار می‌رود.

در شبکه خبر، در مواردی اندک، به جای تصویر مجری و پلاتو، به تصویری گرافیکی و دارای متن برش می‌خورد. در اغلب موارد این متن با تصویر و فیلم همراه است. نمونه‌ای از این مورد در تصویر زیر آمده است.



تصویر ۲۷۹. کاربرد متن و عکس و فیلم در گزارش

در این نوع نوشته‌ها، به طور معمول رنگ قرمز - نارنجی مسلط است و رنگ‌های آبی و سفید و سیاه نیز نمود آشکاری دارند، یعنی همان رنگ‌های اصلی برنامه در اینجا نیز کاربرد دارند. نشان برنامه در همان جای ثابت و با همان اندازه، روی این تصاویر نیز می‌آید. گرافیک این تصاویر اغلب با محتوای خبر هماهنگ است. برای نمونه، در تصویر بالا که به حضور ایران در جشنواره فیلم کن مربوط است، سوراخ‌های حاشیه نوار فیلم و حلقه فیلم در گرافیک تصویر به کار رفته است. تصویری از مدیر چتر سینمای ایران در این جشنواره و نمایی از سالن برگزاری مراسم، پشتوانه‌ای بصری برای خبر فراهم می‌آورد. دو نوار اطلاع‌رسانی در دو جهت معکوس چپ و راست حرکت می‌کنند. از آنجا که نشان برنامه را حاشیه آبی و سایه در برگرفته است و نوارهای اطلاع‌رسانی، در زیر آن حرکت می‌کنند، به طور معمول، این نشان با نوشته‌های نوارها و پس‌زمینه در هم نمی‌آمیزد. کاربرد متن در دو قدم مانده به صبح در آغاز و پایان برنامه و در عنوان بخش‌های انتقالی ضبط شده است.



تصویر ۲۸۰. کاربرد متن ادبی در دو قدم مانده به صبح

نکته مهم این است که این متن‌ها اغلب نه برای اطلاع‌رسانی (جز در مورد عناوین بخش‌ها) بلکه برای ایجاد حس و حال ویژه به کار می‌روند. آنچه در این موارد نمود آشکار دارد، استفاده از زمینه سیاه و فونت سفید است. در این موارد، گاه نشان شبکه، گاه نشان برنامه و گاه هر دو دیده می‌شوند.

در برنامه ۴۵ دقیقه، هیچ تصویری وجود ندارد که بر روی آن فقط نشان شبکه یا برنامه دیده شود، بلکه همواره دست‌کم، دو نوشته و دو نوار اطلاع‌رسانی و نشان شبکه بر روی همه تصاویر دیده می‌شود. این نکته نیز به شلوغی بصری ناشی از ازدیاد عناصر دکور می‌افزاید. همچنین در این برنامه، از متن اطلاع‌رسانی استفاده نمی‌شود. به طور کلی، نشان‌ها و نوشته‌های روی تصاویر در این برنامه، الگویی مشخص و طراحی شده دارند. ولی یکسانی اندازه، رنگ و جای نشان و نیز یکسانی اندازه و رنگ نوارها در موارد متفاوت، و بویژه حرکت معکوس نوار فارسی و انگلیسی و گاهی ازدیاد نوارهای اطلاع‌رسانی، از ضعف‌های این برنامه در این حیطه به شمار می‌رود. به نظر می‌رسد چون «سیستم 3DCG [نوارهای سه‌بعدی اطلاع‌رسانی] برای اولین بار در ایران و در شبکه خبر طراحی شد که مدت زمان طراحی آن بیش از ۳ سال به طول انجامید» (بروشور شبکه خبر، ص ۳) مسئولان این برنامه می‌خواهند حداکثر توانایی آن را، هم به کار بگیرند و هم بیازمایند.

فصل ۷

ویژگی‌های بیانی مجری

ویژگی‌های بیانی (expressive) مجریان برنامه‌های خبری و گفتگومحور، به طور عمده در دو گروه رمزگان می‌گنجد: رمزگان لباس و رمزگان ارتباط غیرکلامی (سلبی، ۱۷۰). در اینجا به بررسی این دو رمزگان در مورد مجریان این برنامه‌ها می‌پردازیم.

۷-۱. رمزگان لباس

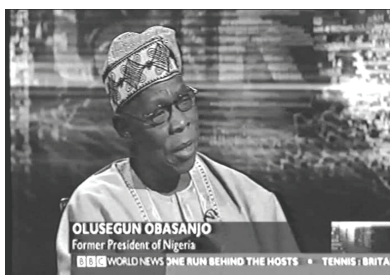
پوشش مجریان برنامه‌های تلویزیونی، نشان‌دهنده رسمیت و اعتبار برنامه و شبکه، ویژگی‌های فرهنگی جامعه و پسند عمومی است. این موارد در برنامه‌های رسمی تلویزیونی، از جمله برنامه‌های خبری و گفتگومحور، اهمیت مضاعف می‌یابد. زیرا لحن و محتوای این برنامه‌ها، در مجموع رسمی است و با لحن برنامه‌های سرگرمی، برای مثال، مجموعه‌های تلویزیونی، تفاوت دارد. بنابراین، رمزگان لباس مجریان در این برنامه‌ها شایسته توجه و دقت است.

نگاهی گذرا به پوشش مجریان برنامه‌های خارجی در تصاویر فصل‌های پیشین نشان می‌دهد که در بیشتر این برنامه‌ها، سن مجریان، تقریباً سی تا پنجاه سال است و اغلب کت و شلوار تیره، پیراهن یقه‌دار سفید یا روشن و کراوات به تن دارند. هیچ‌یک از مجریان مرد این برنامه‌ها ریش و سبیل ندارند. هر چند در جوامع غربی داشتن ریش و سبیل امری رایج و شایع است، پسند عمومی در حال حاضر این است که مردان ریش و سبیل نداشته باشند. در این برنامه‌ها، همین نکته ذوقی رعایت شده تا با پسند عمومی جامعه همخوان باشد. برای نمونه، لباس مجریان مرد در شبکه بی‌بی‌سی، کت و شلوار و پیراهن روشن و کراوات است. این نوع لباس، علاوه بر اینکه ظاهری بسیار رسمی به مجریان می‌بخشد و به طور تلویحی در جهت رسمیت اخبار این برنامه عمل می‌کند، دو عنصر از الگوی کلی

رنگ برنامه را در خود دارد: رنگ سیاه و سفید (یا روشن). هیچ‌یک از مجریان مرد این برنامه از زیورآلاتی همچون گوشواره یا حلقه‌های روی بینی (که امری مرسوم در جوامع اروپایی و امریکایی است) استفاده نمی‌کنند، هر چند شاید در بیرون از چارچوب این برنامه، چنین وسایلی را به کار ببرند. این نکته، هم در جهت رسمیت و عرف کلی جامعه عمل می‌کند و هم تصویری رسمی از این شبکه ارائه می‌دهد. استفاده از کت و شلوار و کراوات، به جای برای مثال، کاپشن یا پیراهن یا بلوز یقه‌دار یا بی‌یقه، تأکید دیگری بر رسمیت این برنامه‌هاست نه در همه نماها، دکمه‌های کت مجریان مرد و زن بسته است و این نکته نیز رسمیت برنامه را افزایش می‌دهد. پوشش مجریان زن تنوع بیشتری دارد اما اغلب، در چارچوب سه رنگ اصلی برنامه قرار می‌گیرد. زنان مجری به طور معمول لباس تیره (یا قرمز) به تن دارند. گاهی در گزارش‌های زنده، لباس گزارشگران تا حدودی حالت اسپورت دارد که با تحرک تهیه گزارش زنده در بیرون از استودیو همخوان است.

نگاهی به تصاویر برنامه گفتگوی بی‌پرده نشان می‌دهد که لباس مجری این برنامه (استیفن سکر)، اغلب کت و شلوار تیره، پیراهن یقه‌دار سفید یا روشن و کراوات طرح‌دار است. به علاوه، وی ریش و سبیل و موهای بلند ندارد و ظاهر رسمی وی با رسمیت برنامه همخوان است (تصاویر ۲۶، ۲۷، ۵۶، ۵۸). این نوع لباس نیز ظاهری بسیار رسمی به مجری می‌بخشد و رسمیت برنامه را مؤکد می‌سازد. در همه نماها، دکمه‌های کت مجری بسته است. این نکته نیز رسمیت برنامه را افزایش می‌دهد. استفاده از کراوات طرح‌دار با طراحی دکور همخوانی دارد و همان خطوط منحنی روی پس‌زمینه بر روی کراوات مجری نیز مشاهده می‌شود. این نوع تکرار کردن یک عنصر در قالب عنصری دیگر، از ویژگی‌های بارز این برنامه است.

لباس میهمانان این برنامه نیز اغلب رسمی و شامل کت و شلوار و کراوات است. در مواردی که شخصیت‌های غیرامریکایی و غیراروپایی در برنامه حضور دارند، گاهی لباس بومی کشور خود را به تن می‌کنند. (تصویر ۲۶۱).



تصویر ۲۶۱. لباس رسمی میهمانان برنامه گفتگوی بی‌پرده

پوشش بومی شخصیت‌های غیراروپایی و غیرامریکایی نیز بر رسمیت برنامه می‌افزاید و گفتگوها را حالتی جدی می‌بخشد.

در کتاب‌های راهنمای تولید تلویزیونی، برای لباس مجری مشخصاتی ذکر شده است. برای نمونه، هربرت زتل می‌نویسد: «لباس مجری باید برانزده اندام او و شیک باشد، ولی انگشت‌نما و پر زرق و برق نباشد ... طبیعی است که نوع لباس مجری به سلیقه او بستگی می‌یابد، ولی نوع برنامه، مناسبت برنامه و آرایه صحنه نیز در انتخاب آن دخیل است» (زتل، ۴۹۰). این دو نکته، پذیرفتنی هستند زیرا بر پایه ویژگی‌های زیبایی‌شناختی تصویر تلویزیونی بنا شده‌اند. زتل سپس می‌افزاید که اگر مجری و میهمان، لباس تیره به تن دارند، بهتر است «تضاد روشنایی آن با پوشیدن پیراهنی به رنگ روشن کاهش» یابد (زتل، ۴۹۰). به عبارت دیگر، پوشیدن کت و شلوار تیره و پیراهن روشن، علاوه بر اینکه تصمیمی زیبایی‌شناختی است، ناشی از محدودیت‌های فنی تصویر تلویزیونی نیز هست. با این همه، زتل در چند سطر بعد می‌گوید که در مورد مجری مرد باید «از پوشیدن پیراهن سفید و کت سیاه خودداری شود» (زتل، ۴۹۱). این نکته چندان پذیرفتنی نمی‌نماید زیرا هم بر خلاف گفته وی در سطور پیشین است و هم پوشیدن پیراهن سفید و کت سیاه در برنامه‌های تلویزیونی، به وفور مشاهده می‌شود. یکی از دلایل این امر را باید پیشرفت در زمینه تنظیم فنی تصویر و افزایش وضوح، بویژه در قالب دیجیتال HD دانست، که از واپیچیدگی رنگ‌های متضاد جلوگیری می‌کند.

لباس لری کینگ، در برنامه *زنده لری کینگ* اغلب پیراهن به رنگ‌های گوناگون، دوبنده شلوار و کراوات است، وی در اجراهای داخل استودیو و حتی بسیاری از اجراهای بیرون از استودیو، کت و شلوار رسمی به تن ندارد. این نکته شاید به سرزندگی و «اسپورت» بودن گفتگوها مربوط باشد و شاید بتوان آن را نشان‌دهنده ویژگی‌های فرهنگی جامعه امریکا دانست که برای مثال، در مقایسه با جامعه بریتانیا (برنامه *گفتگوی بی‌پرده*) رسمیت کمتری در رفتارهای اجتماعی دارد.



تصویر ۲۸۱. لری کینگ با دوبنده شلوار

نکته مهم در مورد لری کینگ، استفاده از دوبنده یا آویز شلوار (suspender) است که تقریباً به نشان اختصاصی وی تبدیل شده است. در برنامه‌ای که به مناسبت پنجاهمین سال فعالیت لری کینگ در رسانه‌ها تهیه شده است، بیشتر مصاحبه‌شوندگان نخستین و مهم‌ترین علامت مشخصه وی را همین دوبنده شلوار دانسته‌اند. البته استفاده از دوبنده شلوار با سن و سال مجری، و به طور کلی، سالخورده‌گان، تناسب دارد. با این حال، میهمانان این برنامه اغلب لباس رسمی به تن دارند و البته گاهی (برای مثال خوانندگان رپ یا پاپ) با لباس غیررسمی و اسپورت در آن حضور می‌یابند.

لباس مجریان مرد شبکه فرانس ۲۴، به طور معمول کت و شلوار روشن یا تیره، پیراهن یقه‌دار سفید یا روشن و کراوات تیره (آبی، قهوه‌ای، بنفش) است. به علاوه، مجریان مرد هیچ‌یک ریش و سبیل یا زیورآلات آشکار ندارند. این نوع لباس، همان‌گونه که گفته شد، علاوه بر اینکه ظاهری رسمی به مجریان می‌بخشد و به طور تلویحی در جهت رسمیت گفتگوهای این شبکه عمل می‌کند، عناصری از الگوی کلی رنگ هر برنامه را در خود دارد: رنگ‌های آبی و روشن. در همه نماها، دکمه‌های کت مجریان مرد باز است که البته از رسمیت برنامه می‌کاهد. پوشش مجریان زن تنوع بیشتری دارد ولی باز هم در اغلب موارد در همان چارچوب رنگ‌های اصلی این برنامه قرار می‌گیرد. با این حال، تنوع این پوشش‌ها چندان زیاد است که باید آنها را بیشتر برگزیده و نشان‌دهنده سلیقه شخصی آنان دانست تا رعایت دستورالعمل شبکه. البته مجریان زن نیز کت زنانه به تن دارند که با رسمیت کت و شلوار مجریان مرد متناسب است. تنوع در آرایش موهای این مجریان نیز زیاد است. با این همه، شاید بتوان تنوع در پوشش مجریان زن را به تنوع رنگی در آرم برنامه‌های این شبکه مربوط دانست. به طور کلی، رمزگان لباس مجریان زن و مرد این شبکه، با رمزگان فرهنگی جامعه تولیدکننده این برنامه‌ها همخوانی دارد، از آنجا که بیننده در این تصاویر، همان زنان و مردان جامعه پیرامونش را می‌بیند، پذیرش برنامه برایش تسهیل می‌شود.

اما در مورد شبکه‌های داخلی، در خبر شبکه ۱، مجریان مرد این برنامه، تقریباً ۲۵ تا ۵۰ ساله‌اند و اغلب کت و شلوار به رنگ‌های روشن یا تیره و پیراهن یقه‌دار یا بی‌یقه به رنگ‌های مختلف به تن دارند (تصویر ۲۸۲).



تصویر ۲۸۲. گوناگونی لباس مجریان مرد در خبر شبکه ۱

این نوع لباس، ظاهری رسمی به مجریان می‌بخشد. به‌علاوه، رنگ کت و شلوار مجریان مرد، اغلب عناصری از الگوی کلی رنگ برنامه را در خود دارد: رنگ سیاه، سبز زیتونی و سفید (یا روشن). استفاده از کت و شلوار، به جای برای مثال، کاپشن یا پیراهن یا بلوز یقه‌دار یا بی‌یقه، بر رسمیت این برنامه تأکید می‌کند. رنگ‌هایی که در پوشش مجریان مرد این برنامه دیده می‌شود عبارتند از: مشکی، زیتونی، سفید، صورتی، خاکستری، قهوه‌ای، نخودی، کرم، زرد، راه‌راه سیاه و سفید و یشمی. مجریان مرد برخی ریش و سبیل دارند و برخی ندارند. در جامعه ایران، هم داشتن ریش و سبیل امری رایج و شایع است و هم نداشتن آن. در این برنامه، همین نکته فرهنگی رعایت شده تا با پسند عمومی جامعه همخوان باشد.

پوشش مجریان زن، تنوع کمتری دارد و به طور معمول، شامل چادر مشکی و مقنعه قهوه‌ای یا کرم یا مانتو مشکی یا قهوه‌ای و مقنعه مشکی یا قهوه‌ای است. با این حال، رنگ‌های سیاه و زیتونی پوشش مجریان زن، در چارچوب رنگ اصلی برنامه است. ولی رنگ قهوه‌ای، با وجود اینکه جزء رنگ‌های مسلط برنامه نیست، در پوشش زنان مجری به وفور و بارها دیده می‌شود (نگاه کنید به تصویر ۲۶۸). در مورد لباس بازیگران تلویزیون گفته می‌شود: «به طور معمول چند دست از لباس‌های خود را به استودیو می‌آورند تا اگر لازم شد از بین آنها انتخاب کنند» (میلرسون، ۱۳۸۱، ۱۴۹). به نظر می‌رسد این گفته در مورد لباس مجریان این برنامه نیز صدق می‌کند. یعنی پوشش مجریان مرد و زن این برنامه، بیشتر به گزینش و پسند شخصی آنان مربوط می‌شود تا به الگویی یکدست و طراحی شده از جانب شبکه.

در مورد پوشش مجریان خبر شبکه ۲ نیز همین نکات صدق می‌کند. به‌علاوه، لباس مجریان فرعی (اخبار ورزشی و نیز بخش گفتگوی ویژه خبری) همان است که در بخش خبری ساعت ۲۱ شبکه اول سیما می‌بینیم. انگار این مجریان لباسی را به پسند شخصی خود می‌پوشند، به استودیوی خبر ساعت ۲۱ شبکه اول می‌آیند و پس از پایان این برنامه، با همان لباس به بخش خبری ساعت ۲۲:۳۰ شبکه دوم می‌روند. این نکته، علاوه بر یکسان بودن برخی از مجریان این دو شبکه و با توجه به اینکه بخش خبری شبکه اول قبل از این بخش خبری پخش می‌شود، اعتبار این برنامه را با تردید روبه‌رو می‌کند و آن را وابسته به برنامه خبری ساعت ۲۱ شبکه اول جلوه می‌دهد (تصویر ۲۸۳)



تصویر ۲۸۳. یکسانی لباس مجریان اخبار ورزشی شبکه ۱ و ۲

این نوع یکسانی مجری و لباس‌ها در هیچ یک از شبکه‌های خارجی مشاهده نمی‌شود. در این شبکه، پوشش مجریان زن تنوع کمتری دارد و به طور معمول شامل مانتو روشن و مقنعه قهوه‌ای یا سیاه است. رنگ قهوه‌ای نیز هرچند جزء رنگ‌های مسلط برنامه نیست، در پوشش زنان مجری (بیشتر در رنگ مقنعه) دیده می‌شود. در قسمت‌های مورد بررسی، هیچ‌یک از زنان مجری چادر نپوشیده‌اند. به نظر می‌رسد که از سه شبکه داخلی مورد بررسی در بخش اخبار، چادر جزء پوشش مجریان زن شبکه اول سیماست. به‌علاوه، الگوی کلی رنگ لباس مجریان زن این برنامه، همواره مانتو روشن و مقنعه تیره است و برعکس آن، یعنی مانتو تیره و مقنعه روشن مشاهده نمی‌شود. پوشش مجریان مرد این برنامه، بیشتر به گزینش و پسند شخصی آنان مربوط می‌شود اما پوشش مجریان زن، الگویی مشخص‌تر دارد.

در گفتگوی ویژه خبری، هیچ‌گاه مجری زن حضور ندارد. برنامه ۴۵ دقیقه نیز بدون مجری زن اجرا می‌شود. نبود مجری زن از تنوع مجریان و پوشش برنامه می‌کاهد. لباس مجریان هر دو برنامه - که همگی مرد هستند - کت و شلوار به رنگ‌های روشن یا تیره و پیراهن یقه‌دار به رنگ‌های مختلف است. از چهار مجری این برنامه، دو نفر ریش و سبیل دارند و دو نفر فاقد آن هستند. این تعادل با وضعیت کنونی جامعه ایران هماهنگ است. رنگ کت و شلوار مجریان اغلب عناصری از الگوی کلی رنگ برنامه را در خود دارد: رنگ سیاه و سفید (یا روشن). در این برنامه، موردی از استفاده از لباس اسپورت دیده نمی‌شود. در ایام سوگواری، لباس مجریان به طور معمول تیره است. می‌توان نتیجه گرفت که پوشش مجریان این برنامه، هم به گزینش و پسند شخصی آنان مربوط می‌شود و هم به مناسبت‌های فرهنگی (نگاه کنید به تصاویر این برنامه در فصل‌های پیشین).

در شبکه خبر، مجریان مرد این برنامه (که سن آنان تقریباً ۳۰ تا ۳۵ سال است) اغلب کت و شلوار تیره و پیراهن یقه‌دار روشن به تن دارند. هر دو مجری مرد، ریش و سبیل دارند. به نظر می‌رسد که وجود مجریان با و بدون ریش و سبیل در دو شبکه اول و دوم سیما به عرف جامعه نزدیک‌تر است. کت و شلوار تیره مجریان مرد، یکی از رنگ‌های اصلی برنامه را در خود دارد: رنگ سیاه. رنگ‌هایی که در پوشش مجریان مرد این برنامه دیده می‌شود، عبارتند از: سیاه، نارنجی، سفید و آبی راه راه. هر چهار رنگ جزء رنگ‌های اصلی برنامه هستند. راه راه آبی پیراهن یکی از مجریان، با رنگ آبی نوارهای اطلاع‌رسانی همخوانی و تقارن دارد. گاهی دکمه‌های کت مجری باز است و این تا اندازه‌ای رسمیت برنامه را کاهش می‌دهد. در برنامه ۴۵ دقیقه نیز دکمه‌های کت هر سه مجری باز است و این تا اندازه‌ای رسمیت برنامه را کاهش می‌دهد و به حالت خودمانی و گفتگویی آن می‌افزاید. در برنامه‌های گفتگومحور خارجی نیز، دکمه‌های کت مجریان باز است، و این یکی از تفاوت‌های برنامه‌های گفتگومحور و برنامه‌های خبری را نشان می‌دهد. در برنامه‌های خبری شبکه‌های خارجی، دکمه‌های کت مجریان مرد بسته است. شاید به این دلیل که برنامه‌های خبری در مقایسه با برنامه‌های گفتگومحور رسمیت بیشتری دارند.

پوشش مجریان زن شبکه خبر تنوع کمتری دارد و به طور معمول شامل مانتو روشن و مقنعه قهوه‌ای یا سیاه است. رنگ قهوه‌ای هرچند جزو رنگ‌های مسلط برنامه نیست، در پوشش زنان مجری (بیشتر در رنگ مقنعه) دیده می‌شود. هیچ‌یک از زنان مجری چادر نمی‌پوشد. به نظر می‌رسد که در برنامه‌های خبری داخلی، چادر جزء پوشش مجریان زن

شبکه اول سیماست. به علاوه، الگوی کلی رنگ لباس مجریان زن این برنامه، مان‌تو سفید یا سیاه و مقنعه قهوه‌ای است. رنگ قهوه‌ای مقنعه مجریان زن با مخلوط دو رنگ سیاه و نارنجی پس‌زمینه هماهنگ است.

بیشترین تنوع پوشش میهمانان برنامه در دو برنامه ۴۵ دقیقه و دو قدم مانده به صبح دیده می‌شود. در ۴۵ دقیقه، پوشش میهمانان از کت و شلوار تا کاپشن و حتی لباس فرم نظامی را دربرمی‌گیرد. طبیعی است که رنگ پوشش میهمانان همیشه جزء رنگ‌های اصلی آرم و نشان برنامه نیست. در دو قدم مانده به صبح، لباس مجری اصلی این برنامه (محمد صالح‌علاء) الگوی مشخصی ندارد و شامل کت و شلوار به رنگ‌های روشن یا تیره، کاپشن و اورکت به رنگ‌های تیره یا روشن، بلوز، پیراهن یقه‌دار به رنگ‌های مختلف و دیگر موارد است. وی در همه قسمت‌های برنامه، ریش و سبیل دارد ولی میزان آراستگی ریش و سبیل و موهای سر وی در هر برنامه متفاوت است. به طور کلی، پوشش وی بیشتر بر پسند و حس و حال شخصی استوار است تا بر الگوی مشخص برنامه. در پوشش کارشناسان و میهمانان برنامه نیز همین حالت دیده می‌شود یعنی پوشش میهمانان و کارشناسان برنامه نیز هیچ الگوی مشخصی ندارد و به پسند شخصی آنان مربوط می‌شود. این نکات، از حالت رسمی برنامه می‌کاهد. البته از آنجا که دو قدم مانده به صبح نه به گفتگوهای رسمی سیاسی و اجتماعی - همچون گفتگوی ویژه خبری - بلکه به گفتگوهای فردی و شخصی در حیطه فرهنگ و هنر می‌پردازد، این دوری جستن از حالت رسمی را می‌توان پذیرفت.

۷-۲. رمزگان ارتباط غیرکلامی

رمزگان ارتباط غیرکلامی را چنین تعریف کرده‌اند:

منظور از «اشارات صورت و چهره و تأکیدات صوتی» ... حرف زدن با مخاطب ... و تغییر در حالات چشم، ابروان، لب‌ها و کل چهره و تکان دادن دست نه به شکل اقماعی است. اشارات مذکور باید در حد بسیار محدود به کار گرفته شوند، چرا که هنری ظریف و «تقلیل‌گرایانه» محسوب می‌شود. «نگاه با احساس به مخاطب» به کیفیت نگاه اشاره دارد [که] ... عامل همگون‌کنندهٔ مهربانی و صمیمیت می‌تواند دائماً در آن مشاهده شود (میرفخرایی، ۱۲۰).

این نوع کاربرد ویژگی‌های بیانی از سوی مجری، به روال موقرانه اجرا منجر می‌شود که یکی از شیوه‌های رایج در برنامه‌های خبری و گفتگو محور است. با این همه باید توجه داشت که در سال‌های اخیر

روال موقرانه آشکارا رو به سستی نهاده است و در بدترین حالت که غالباً مشاهده می‌شود، بحث و گفتگو به صورت تاک شو یا چت شو در می‌آید که در آن، آنچه گفته می‌شود، اهمیت ندارد؛ بلکه گوینده آن مهم جلوه می‌کند. گفت‌وشنودهای از پیش تهیه شده به قصد القای برداشت‌های «میهمانان» و «شخصیت‌ها» از بدترین کارهایی است که تلویزیون تاکنون کرده و در این مقیاس، پدیده‌ای تازه شمرده می‌شود. اما زمان‌هایی هم هست که در دیگر انواع مباحثه، رسانه‌ای جدید رخ می‌نماید و گفت و شنودی منسجم و معین و با تعاملی نزدیک، مهیا می‌شود. (ویلیامز، ۹۸).

بخشی از این روند تازه که در جهت گفت و شنودهای «منسجم و معین و با تعاملی نزدیک» عمل می‌کند، تغییر در حرکات و رفتار و اداها و اشاره‌ها و به طور کلی «زبان بدن» مجری است. در این بخش، به بارزترین نمونه‌های ویژگی‌های بیانی برخی از مجریان این برنامه‌ها نظر می‌اندازیم.

مجریان برنامه‌های خبری خارجی، در استودیو، به طور مستقیم، رو به دوربین (خطاب به بیننده) سخن می‌گویند. این نکته به علاوه لحن جدی آنان در ارائه اخبار، نوعی فاصله میان مجری و بیننده ایجاد می‌کند. هر دوی این موارد، حالت جدی و رسمی برنامه را افزایش می‌دهند (میرفخرایی، ۹۷؛ سلیمی، ۱۹۴). به علاوه، این مجریان اغلب برای تأکید بر جمله یا عبارتی، اندکی به سوی جلو متمرکز می‌شوند. تصویر زیر (۲۸۴) نمونه‌ای از این حرکت بیانی را در بی‌بی‌سی‌ورلد نشان می‌دهد.



تصویر ۲۸۴. حرکت بیانی بدن مجری بی‌بی‌سی‌ورلد

هر چند خم شدن مجری به جلو، تا اندازه‌ای به این دلیل است که دوربین پایین‌تر از تراز چشم قرار گرفته است، این حالت، جنبهٔ بیانی نیز دارد، زیرا در برخی موارد، برای تأکید بر واژه یا عبارتی به کار می‌رود. کلیهٔ مجریان این برنامه در نماهای متوسط و درشت، از حرکات اضافی بدن همچون حرکت دست و تکان‌های بیش از اندازهٔ سر پرهیز می‌کنند. این نکته، هم به ویژگی‌های فرهنگی مردم این کشور برمی‌گردد و هم لحن رسمی برنامه را تقویت می‌کند.

در اغلب برنامه‌های خبری و گفتگومحور خارجی، از یک مجری استفاده می‌شود نه چند مجری، زیرا «حضور تک نفرهٔ گوینده‌ای کهنه‌کار و موفق ... بر هویت و حاکمیت برنامه می‌افزاید و پس‌زمینه‌ای [زمینه و بافتی] فراهم می‌آورد که برنامه در آن پخش می‌شود» (سلبی، ۱۹۵). از سوی دیگر، در برنامه‌هایی که دو یا سه مجری دارند، استفاده از چند مجری، بیشتر برای سهولت در تغییر لحن اخبار است، برای مثال، انتقال از اخبار سیاسی به اخبار ورزشی. این نوع استفاده از چند مجری برای تغییر لحن در برخی از برنامه‌های خبری سراسر جهان دیده می‌شوند. در مواردی که دو نفر مجری در تصویر دیده می‌شود، رفتار آنان با یکدیگر دوستانه و همراه با لبخند است. افزون بر این، مجریان اغلب برای جلب توجه بیننده به سخنان مجری دیگر، در حین اجرای وی، به او نگاه می‌کنند.

توجه مجریان به گزارش‌هایی که از صفحات پلازما یا به صورت تصاویر پس‌زمینه پخش می‌شوند، از دیگر وجوه بیانی مجریان است. توجه این مجریان چنان است که انگار هم دارند از جانب بیننده عمل می‌کنند و هم به طور ضمنی، توجه بیننده را هدایت می‌کنند که در آن لحظه همچون خود او به گزارش ارسالی چشم و گوش بسپارد.



تصویر ۲۸۵. تعامل مجری با میهمان بیرون از استودیو

دست دادن مجری با میهمانان در برنامه‌های گفتگومحور، از دیگر وجوه بیانی است. برای نمونه، در گفتگوی بی‌پرده در پایان هر برنامه، مجری با میهمان حاضر در استودیو، به

نشانه تشکر و خداحافظی دست می‌دهد. تعامل مجری با میهمانان مجازی - روی صفحات بزرگ تلویزیونی یا به صورت تصاویر پس‌زمینه - از دیگر وجوه بیانی مجری این برنامه است. تعامل این مجری چنان است که توجه بیننده را هدایت می‌کند تا در آن لحظه همچون خود او با میهمان برنامه تعامل کنند (تصویر ۲۸۵).

شاید بتوان برنامه زنده لری کینگ را از جمله برنامه‌هایی دانست که ریموند ویلیامز در باره آنها گفته است گاهی «رسانه‌ای جدید رخ می‌نماید و گفت و شنودی منسجم و معین و با تعاملی نزدیک، مهیا می‌شود». (ویلیامز، ۹۸). گفتگوهای برنامه زنده لری کینگ، نمونه‌ای از گفت و شنوهای «منسجم و معین و با تعاملی نزدیک» است. بخشی از این خصوصیات را باید مرهون ویژگی‌های بیانی لری کینگ دانست، یعنی استفاده از حرکات و رفتار و اداها و اشاره‌ها و به طور کلی «زبان بدن». نمونه‌ای از این حرکات - مانند حرکت دست، اشاره، خم شدن به جلو و حالت چهره، - در تصاویر زیر آشکار است.



تصاویر ۲۸۶ و ۲۸۷. استفاده از زبان بدن در برنامه زنده لری کینگ

به‌علاوه، مجری این برنامه اغلب از حرکات دست و تکان سر استفاده می‌کند. این نکته، لحنی غیررسمی به برنامه می‌بخشد. در اینجا حضور لری کینگ چندان پررنگ است که در نام برنامه گنجانیده شده است. در واقع، این برنامه با نام «لری کینگ» شناخته می‌شود. این مجری نیز در پایان هر برنامه، با میهمان حاضر در استودیو به نشانه تشکر و خداحافظی دست می‌دهد. این عمل نیز جنبه غیررسمی و در عین حال دوستانه و مؤدبانه برنامه را می‌افزاید. تعامل با میهمانان و گزارشگران بیرون از استودیو - روی صفحات بزرگ تلویزیونی یا به صورت تصاویر پس‌زمینه - از دیگر وجوه بیانی مجری این برنامه است. از آنجا که تصاویر میهمانان بیرون از استودیو همیشه در کنار تصویر مجری قرار می‌گیرد (نه به صورت صفحه بزرگ تلویزیونی روبه‌روی مجری در استودیو) این تعامل

بیشتر شامل واکنش به سخنان میهمانان بیرون از استودیو و کمتر شامل واکنش به حرکات آنهاست.



تصویر ۲۸۸. تعامل مجری با میهمان بیرون از استودیو

ویژگی اصلی اجرای مجریان فرانس ۲۴ این است که به طور ایستاده برنامه را اجرا می‌کنند. این نوع اجرا، بر تدوین و دیگر وجوه بیانی برنامه تأثیر می‌گذارد. «اجرای ایستاده» از ویژگی‌های انحصاری این شبکه است. با این حال، اجرای ایستاده مانع از بروز حرکات بیانی و استفاده از زبان بدن برای القای بهتر خبر یا گفتگو نمی‌شود. نمونه‌ای از این حرکات - مانند خم شدن به جلو، حالت چهره، بازی با ورقه‌های کاغذ - در تصاویر زیر آشکار است. (۲۸۹ و ۲۹۰)



تصاویر ۲۸۹ و ۲۹۰. حرکات بیانی مجریان شبکه فرانس ۲۴

مجریان این برنامه از حرکات دست و تکان سر استفاده می‌کنند اما نه به اندازه برنامه زنده لری کینگ. بلکه الگوی استفاده از حرکات بیانی مجریان، بیشتر به نمونه اروپایی آن یعنی گفتگوی بی‌پرده نزدیک است. در هیچ‌یک از برنامه‌های گفتگومحور شبکه فرانس ۲۴،

مجریان برنامه‌ها با میهمانان دست نمی‌دهند. این شاید به دلیل چیدمان خاص استودیوهای این شبکه باشد که امکان چنین حرکاتی را از مجریان سلب می‌کند. همچون در دیگر برنامه‌های خبری و گفتگو محور خارجی، تعامل با میهمانان و گزارشگران بیرون از استودیو، یکی دیگر وجوه بیانی مجریان این برنامه است. از آنجا که در این شبکه نیز همچون در برنامه *زنده لری کینگ*، تصاویر میهمانان بیرون از استودیو، همیشه در کنار تصویر مجری و بر پس‌زمینه گرافیکی قرار می‌گیرد (نه به صورت صفحه بزرگ تلویزیونی روبه‌روی مجری در استودیو)، این تعامل بیشتر شامل واکنش به سخنان میهمانان بیرون از استودیو، و کمتر شامل واکنش به حرکات آنهاست.

در خبر شبکه ۱، کلیه مجریان در نماهای نزدیک، از حرکات بدن بویژه حرکت دست و تکان سر استفاده می‌کنند. این نکته به ویژگی‌های فرهنگی مردم کشور ما نیز برمی‌گردد که در ارتباط کلامی، اغلب از عناصر بیانی غیر کلامی همچون حرکت سر و دست زیاد استفاده می‌کنند. با این همه، گاهی استفاده از حرکات بدن، بویژه حرکت دست و سر و گاهی پا، حالت افراطی می‌یابد. بارزترین نمونه این افراط در حرکات مجری گزارش وضع هواست که تصویر ۲۹۱ نمونه‌ای از آن را نشان می‌دهد.



تصویر ۲۹۱. استفاده افراطی از زبان بدن

هر چند اغلب برنامه‌های خبری معروف از یک مجری استفاده می‌کنند، ولی در این برنامه، شمار مجریانی که در هر بخش حضور دارند، زیاد است (به طور معمول، هر برنامه شش مجری). استفاده از چند مجری برای سهولت در تغییر لحن اخبار است، اما استفاده از مجریان متعدد در یک بخش، به یکدستی آن آسیب می‌رساند. نکته دیگری که در مورد اغلب مجریان این شبکه دیده می‌شود و تا اندازه‌ای تأثیر کلی برنامه را تضعیف می‌کند، پلک‌زدن بیش از اندازه است. مجریان این شبکه، که برخی از آنان در بخش خبری ساعت

۲۲:۳۰ شبکه دوم نیز حضور دارند، بیش از اندازه پلک می‌زنند و این با آسودگی و آرامشی که قرار است از طریق رنگ مسلط آبی منتقل شود، تعارض دارد. در خبر شبکه ۲، بیشترین حالت بیانی در اجرای مجری ناشنویان دیده می‌شود که به طور طبیعی، بر همین حرکات بدن و دست و سر استوار است. در این برنامه، این استفاده بیانی کنترل شده و محدود است و در چارچوب رسمی برنامه می‌گنجد. از میان مجریان برنامه گفتگوی ویژه خبری، محمد ساجدی بیشتر از حرکات بدن بویژه حرکت دست و تکان سر استفاده می‌کند. در عوض، سه مجری دیگر کمتر از چنین حرکاتی بهره می‌برند. می‌توان گفت که از این نظر، ساجدی و حیدری در دو قطب مخالف قرار دارند، یکی در استفاده از این حرکات افراط می‌کند و دیگری تفریط.



تصاویر ۲۹۲ و ۲۹۳. حرکات بیانی مجری گفتگوی ویژه خبری

رعایت اعتدال در این مورد به پذیرش بیشتر این برنامه یاری می‌رساند. به طور معمول محمد ساجدی در پایان برنامه با میهمانان به نشانه تشکر و خداحافظی دست می‌دهد. «تند نخواندن خبر» نکته‌ای است که مجریان شبکه خبر بخوبی رعایت می‌کنند. اما گاهی یکی از مجریان، خبر را با سرعتی بیش از حد معمول می‌خواند و این موجب نامفهوم شدن آن می‌شود، بویژه که در این شبکه، شمار نوارهای اطلاع‌رسانی از تمرکز بیننده می‌کاهد.



تصاویر ۲۹۴ و ۲۹۵. حرکات بیانی اقناعی مجری شبکه خبر

استفاده از حالت بیانی چهره، در واقع دور شدن از «صورت سنگی» است که جزء کلیشه‌های ارائه خبر به صورت بسیار رسمی به شمار می‌رود و هدفش ایجاد صمیمیت بیشتر میان مجری و بیننده یا همان «نگاه با احساس به مخاطب» است (میرفخرایی، ۹۰ تا ۹۹). ولی در این برنامه، گاهی این حرکات بیانی، حالت «اقناعی» به خود می‌گیرند و برای تأکید بر درستی یا نادرستی محتوای خبر به کار می‌روند و به طور تلویحی بر جبهه‌گیری مجری دلالت می‌کنند (تصاویر ۲۹۴ و ۲۹۵). این، البته با اسطوره بی‌طرفی برنامه‌های خبری در تضاد است. حالت اقناعی حرکات بیانی و غیر کلامی مجری در تصاویر بالا آشکار است. مجریان این برنامه از حرکت دست نیز زیاد استفاده می‌کنند. بیشترین حرکت دست برای گذاشتن کاغذهای خبر روی میز است، ولی به جز این، بازی با کاغذهای خبر و خودکار نیز در این برنامه زیاد دیده می‌شود. بازی با برگه‌های خبر از آن رو اهمیت دارد که می‌دانیم مجریان خبر را نه از روی برگه بلکه از روی دستگاه متن‌رسان (تله پومپتر) می‌خوانند که روی یا جلوی دوربین تصویربرداری نصب شده است و بازی با کاغذها یا برگه خبر و خودکار و علامت گذاشتن روی کاغذها بخشی از «کار کردن روی خبر» و یکی از شاخص‌های «احاطه» است و بیشتر شکل نمایشی دارد (میرفخرایی، ۹۴ - ۹۵). در این برنامه، این نوع استفاده نمایشی از حرکات بدن بیشتر از دو شبکه اول و دوم است. از آنجا که برنامه ۴۵ دقیقه بر گفتگوی مستقیم استوار است، بازی مجریان با خودکار و کاغذ در آن مشاهده نمی‌شود. در نتیجه، حرکات بیانی مجریان این برنامه بیشتر در حرکات دست و اشارات چهره می‌گنجد.



تصاویر ۲۹۶ و ۲۹۷. حرکات بیانی مجری ۴۵ دقیقه

در برنامه‌های گفتگومحور خارجی و نیز گفتگوی ویژه خبری، مجریان در پایان برنامه به طور معمول با میهمانان به نشانه خداحافظی و تشکر، دست می‌دهند. در برنامه ۴۵ دقیقه

این مورد فقط در استودیوی لندن رخ می‌دهد. شاید دلیل این قضیه، نزدیکی فیزیکی مجری و میهمانان در استودیوی لندن و دوری فیزیکی مجری و میهمانان در استودیوی تهران باشد.



تصویر ۲۹۸. دست دادن مجری و میهمانان در استودیوی لندن

دست دادن مجری و میهمانان، حالت گفتگویی برنامه را افزایش می‌دهد و با تغییر چیدمان میز مجری در این برنامه می‌توان در استودیوی داخل کشور نیز آن را امکان‌پذیر ساخت. در عوض در بخش‌های تولید داخل، تعامل مجری با میهمانان خارج از استودیو، حالتی است که در استودیوی لندن دیده نمی‌شود، زیرا در استودیوی لندن، صفحات بزرگ تلویزیونی یا ارتباط مستقیم با بیرون از استودیو وجود ندارد.

مجری دو قدم مانده به صبح، هنگام خطاب به بینندگان، مستقیم رو به دوربین سخن می‌گوید و هنگامی که «به محضر اساتید سر می‌چرخاند»، رو به آنان. این نکته به‌علاوه نوع واژگانی که صالح‌علاء به کار می‌برد، در ایجاد صمیمیت گفتگوها و نیز تفاوت آنها نقش مهمی دارد. کارشناسان برنامه نیز اغلب رو به مجری اصلی و میهمان برنامه سخن می‌گویند و کمتر رو به بینندگان دارند. این نکته از آنجا پذیرفتنی است که کارشناسان نیز در واقع میهمان برنامه‌اند. بنابراین، روی سخن صالح‌علاء هم به کارشناسان است و هم به میهمانان و هم به «بینندگان جان». به طور کلی، استفاده مجری این برنامه از حرکات بیانی چندان زیاد نیست زیرا سعی دارد «دست بسته مقابل بینندگان جان» بنشیند، با ادب و بی‌حرکت، یا با کمترین حرکت ممکن. این نکته از آن رو بیشتر نمود می‌یابد که اجرای گفتگوها بر عهده کارشناسان است و حتی گاهی حضور صالح‌علاء فراموش می‌شود. به همین دلیل، بیشترین حرکات بیانی در اجرای کارشناسان و میهمانان مشهود است. استفاده از حرکات دست و

سر برای تفهیم بهتر مطلب یا برای القای دیدگاهی خاص در مخاطب یا برای تأکید بر یک نکته مشخص، جزء ویژگی‌های فرهنگی ما در ارتباط رو در روست. به هر حال باید دانست که در رسانه‌ای فراگیر همچون تلویزیون، این استفاده بیانی باید کنترل شده و محدود باشد و گرنه به بروز رفتارهای کنترل نشده می انجامد (تصاویر زیر).



تصاویر ۲۹۹ و ۳۰۰. رفتار کنترل نشده کارشناسان دو قدم مانده به صبح

در این برنامه، از ارتباط مستقیم تصویری استفاده نمی شود. به همین دلیل، تعامل مجری و کارشناس با میهمانان بیرون از استودیو وجود ندارد.

فصل ۸

نتیجه‌گیری

در این کتاب، با تجزیه و تحلیل موردی و مقایسه‌ای و با تکیه بر رهیافت سواد بصری به نقد تلویزیونی، به بررسی عناصر بصری در برخی از معروف‌ترین برنامه‌های خبری و گفتگومحور داخلی و خارجی پرداختیم. در این فصل، نتایج این بررسی، در شش گروه کلی دسته‌بندی شده است تا به صورت پیشنهادهایی عملی برای کاربرد عناصر بصری در این برنامه‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

ترکیب‌بندی تصویر

نمای معرف در آغاز برنامه که محیط کلی و روابط فضایی مجریان و میهمانان و اجزای دکور را معرفی می‌کند، بهتر است با توجه به جهت زبان‌نوشتاری، از زاویه حدود ۳۰ تا ۴۰ درجه سمت راست یا چپ گرفته شود. به این ترتیب تصویر عمق بیشتری می‌یابد و خوانش آن برای بینندگان آسان‌تر می‌شود. ترکیب‌بندی نمای معرف، باید حس آرامش و واقع‌نمایی را تشدید کند. به این منظور، باید از نماهای از زاویه بسیار بالا یا بسیار پایین پرهیز کرد. اگر عناصر حجمی ترکیب‌بندی را اشکال شناخته‌شده هندسی تشکیل بدهد، تعادل و ثبات تصویر و در نتیجه، القای ثبات و تعادل برنامه را در پی خواهد داشت. به همین ترتیب، تغییر در زاویه دوربین - همتراز چشم یا اندکی بالاتر و پایین‌تر - به تنوع تصویری برنامه یاری می‌رساند. تنوع در ترکیب‌بندی نماهای نزدیک مجریان نیز همین کارکرد را دارد. تغییر محتوا و زاویه نما از طریق حرکت دوربین نیز تنوع بصری ایجاد می‌کند. در برنامه‌های خبری و گفتگومحور، هدف، ایجاد فضایی صمیمی است. به این منظور، استفاده از نماهای دونفره مجریان، رعایت نقاط طلایی در تصویر و حذف برخی از جزئیاتی که در جهت تضعیف کلی برنامه عمل می‌کنند (مانند تکرار در ترکیب‌بندی نماها)

توصیه می‌شود. مواردی همچون فاصله بالای سر (head room)، فاصله از طرفین نما، یکسانی الگوی نورپردازی در همه نماها و پرهیز از کاربرد نورهای تند و تیز و ایجاد سایه‌های تند را باید رعایت کرد. هدف این است که نقطه توجه مشخصی برای بیننده ایجاد و حفظ شود.

طراحی صحنه و دکور

به طور کلی، دکور برنامه‌های تلویزیونی باید با هدف برنامه و بودجه آن همخوانی داشته باشد و کاربرد ابزار تصویربرداری و صدابرداری را تسهیل کند. به علاوه، ساده‌انگاری و سرهم‌بندی دکور، دو عامل تضعیف‌کننده این برنامه‌هاست. برای استفاده بهتر، ایجاد تنوع در عناصر دکور و استفاده از این عناصر در نماهای نزدیک توصیه می‌شود.

بویژه باید به نقش میز مجری در برنامه‌های خبری و گفتگومحور توجه کرد. هماهنگی رنگ میز با الگوی رنگ برنامه و اندازه و ابعاد مناسب، دو نکته مهم در این زمینه است. همچنین باید توجه داشت که میز باید محوطه‌ای داشته باشد تا مجریان بتوانند از خلال آن مانیتوری را که زیر آن گذاشته شده ببینند. به این ترتیب، آزادی عمل مجری در زمان‌بندی بخش‌های برنامه و کنترل حرکات بیانی‌اش بیشتر می‌شود. اگر در دکور برنامه از رایانه همراه استفاده می‌شود، نشان داده شود که این رایانه‌ها در حقیقت نیز کاربرد قرار دارند و صرفاً «دکور» نیستند.

الگوی رنگ

الگوی رنگ آرم و استودیوی برنامه، نوعی امضای هنری برای آن فراهم می‌آورد. رعایت هماهنگی میان رنگ‌های آرم و رنگ‌های استودیو، تعیین و رعایت رنگ مسلط در نماهای نزدیک و رعایت الگوی معین در رنگ پوشش مجریان از نکات مهم در تشخیص الگوی رنگ برنامه است. به علاوه، پرهیز از رنگ‌های تند که شلوغی دکور را افزایش می‌دهند، موجب آرامش بصری می‌شود که در برنامه‌های خبری و گفتگومحور ضرورت دارد. تنوع رنگ، یکی از راه‌های جلب توجه بیننده است.

پس‌زمینه تصویر

یکی از روش‌های ایجاد تنوع بصری در نماهای برنامه‌های تلویزیونی، استفاده از پس‌زمینه‌های گوناگون است. کاربرد انواع پس‌زمینه‌های خنثی، تصویری، گرافیکی،

کروماکی و نیز عکس و متن، علاوه بر دگرگونی بصری به تغییر ضرباهنگِ درونی تصاویر نیز یاری می‌رساند. تغییر پس‌زمینه در بخش‌های گوناگون هر برنامه، علامتی بصری بر تغییر محتوای بخش‌هاست. در برنامه‌های خبری، استفاده از تصاویر مانیتورهای اتاق خبر یا اتاق فرمان در پس‌زمینه توصیه می‌شود. در استفاده از پس‌زمینه کروماکی، تنظیم درست کروماکی مجری مانع از پیدایی خطوط حاشیه بدن می‌شود. بهتر است بخشی از گزارش‌های ارسالی در پس‌زمینه پخش شود و به صورت برش یا همگدازی (دیزالو) سریع نباشد. به همین ترتیب، متن‌های اطلاع‌رسانی نیز در پس‌زمینه قرار گیرد نه به صورت تصاویری مجزا و بدون حضور مجری. بهتر است عناصر پس‌زمینه در نماهای نزدیک حضور مؤثر داشته باشند تا ایستایی نماهای نزدیک تک‌نفره کاهش یابد.

آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر

از آنجا که آرم‌ها و نشان‌های روی تصویر، مالکیت شبکه را نشان می‌دهد، بهتر است بر روی اغلب تصاویر اصلی برنامه آرم، شبکه وجود داشته باشد. برای هماهنگی بیشتر، توصیه می‌شود که از رنگ‌های اصلی الگوی کلی رنگ برنامه در این نشان‌ها استفاده شود. همچنین زمینه و رنگ نوشته‌های روی گزارش‌های خبری و خارج از استودیو باید با رنگ‌های اصلی برنامه هماهنگ باشد.

تغییر جای نشان برنامه با توجه به گرافیک پس‌زمینه، رعایت فاصله نشان برنامه با نوشته‌های پس‌زمینه، تغییر در نوشته‌های روی تصویر برای پرهیز از تشدید حس یکنواختی برنامه، تغییر در جای نوشته‌های روی گزارش‌های خبری و خارج از استودیو با توجه به اهمیت و محتوای خبر و استفاده از عکس یا طرح گرافیکی و حرکت در نوشته‌ها، از نکات مهم در کاربرد نشان‌های روی تصویر است. معرفی مجریان و میهمانان با نوشته روی تصویر، هم به تنوع بصری نما یاری می‌رساند و هم روشی ساده برای اطلاع‌رسانی است.

با توجه به رواج گسترده نوارهای اطلاع‌رسانی (Roll & Crawl) در برنامه‌های تلویزیونی، توصیه می‌شود که حداکثر سه نوار متحرک و دو نوار کوچک ساکن به کار برود تا هم از شلوغی تصویر کاسته شود و هم تمرکز بیننده به هم نخورد. نکته مهم دیگر، رعایت تناسب میان محتوای خبر یا گفتگو با نوار اطلاع‌رسانی است. هماهنگی رنگ زمینه و متن نوارهای اطلاع‌رسانی و الگوی رنگ برنامه نیز باید مورد توجه قرار گیرد. بهتر است

نوارهای اطلاع‌رسانی انگلیسی و فارسی به طور مجزا پخش شوند نه همزمان با یکدیگر زیرا به دلیل تضاد در جهت حرکت، توجه و تمرکز بیننده از دست می‌رود. در مواردی که محتوای تصویر اهمیت دارد، لازم است شمار نوارهای اطلاع‌رسانی کاهش یابد و به یک یا دو نوار محدود شود.

ویژگی‌های بیانی مجری

با توجه به اینکه برنامه‌های خبری و گفتگومحور، جزء برنامه‌های رسمی تلویزیونی هستند، ویژگی‌های ظاهری مجریان نیز باید با این رسمیت همخوانی داشته باشد. بنابراین، استفاده مجریان از پوشش رسمی جامعه توصیه می‌شود، بویژه استفاده مجریان مرد از کت و شلوار به رنگ‌های تیره. به علاوه، هماهنگی رنگ پوشش مجریان با الگوی کلی رنگ برنامه باید مورد توجه قرار گیرد. همچنین لازم است لباس مجریان زن و مرد در قسمت‌های متوالی تغییر یابد، یعنی مجریان در قسمت‌های متوالی از یک لباس یکسان و بدون تغییر استفاده نکنند. در برنامه‌های خبری، دکمه کت مجریان باید بسته باشد اما در برنامه‌های گفتگومحور، چون صمیمیت بیشتری دارند، باز یا بسته بودن دکمه‌های کت مجری با توجه به جایگاه میهمان و محتوای گفتگوها تعیین می‌شود.

توجه به عرف جامعه از نظر ویژگی‌های چهره - مانند ریش و سیل و آرایش مو - نیز نکته مهمی است. استفاده نکردن افراطی مجریان از زیورآلات تزئینی و سستی همچون دو یا سه انگشتری توصیه می‌شود.

خطاب مجریان رو به دوربین (به بیننده)، رفتار دوستانه و همراه با لبخند مجریان به یکدیگر، توجه مجریان به سخنان یکدیگر در حین اجرا، استفاده مناسب و کنترل‌شده مجریان از حرکات بدن بویژه حرکت دست و تکان سر و پلک نزدن بیش از اندازه از دیگر مواردی است که مجریان برنامه‌های خبری و گفتگومحور باید رعایت کنند.

بازی اندک با کاغذهای خبر و خودکار نیز از دیگر مواردی است که توصیه می‌شود زیرا این حرکت بیانی که بخشی از «کار کردن روی خبر» و یکی از شاخص‌های «احاطه» است، نباید به حرکات نمایشی تبدیل شود. رعایت سرعت مناسب در خواندن خبر یا ادای گفتگوها، پرهیز از وول خوردن و تپق زدن مکرر مجری نیز بسیار اهمیت دارد. تعامل مجری با میهمانان داخل و بیرون استودیو باعث می‌شود که برنامه با واقعیت‌های بیرونی ارتباط یابد.

منابع و مأخذ

- آمارنامه پوشش رادیو و تلویزیون ملی ایران ۱۳۶۴، نشریه داخلی تلویزیون، ۱۳۶۵
- احمدی لاری، حمید، نور و نورپردازی: مبانی، اصول کاربردی، زیبایی شناسی، اداره کل آموزش سیما، ۱۳۸۶
- اسمیت، آنتونی، و ریچارد پاترسون، تلویزیون در جهان، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش، ۱۳۸۱
- ایتن، کتاب رنگ، ترجمه دکتر محمد حسین حلیمی، تهران: وزارت ارشاد، ۱۳۶۵
- بالدوین، هانتلی، چگونه آگهی تلویزیونی بسازیم، ترجمه حمید گرشاسبی، تهران: سروش، چاپ دوم ۱۳۸۳
- برگر، آسارتور، روش های تحلیل رسانه ها، ترجمه پرویز اجلالی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)، چاپ سوم ۱۳۸۷
- داندیس، دونیس ا.، مبادی سواد بصری، ترجمه مسعود سپهر، تهران: سروش، چاپ چهاردهم ۱۳۸۵
- ده سال تلویزیون، ۱۳۴۵-۱۳۵۵، سروش، ۱۳۴۶
- رایف، دانیل، و دیگران، تحلیل پیام های رسانه ای، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، سروش، چاپ دوم ۱۳۸۵
- زتل، هریت، راهنمای تولید برنامه های تلویزیونی، ترجمه علی رجبزاده طهماسبی و سید مجیدالدین طباطبایی راد، انتشارات دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۴
- سازگار، ژیلا، کارنامه رادیو تلویزیون ملی ایران، سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران، بی تا
- سلام (روزنامه)، پنجشنبه ۱۵ دی ۱۳۷۳، شماره ۱۰۳
- سلیبی، کیت، و ران کاودری، راهنمای بررسی تلویزیون، ترجمه علی عامری مهابادی، تهران: سروش، ۱۳۸۰
- کیس، جئورگی، زبان تصویر، ترجمه فیروزه مهاجر، تهران: سروش، چاپ پنجم ۱۳۸۴
- گزارش سالانه سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران، ۱۳۵۲

متالینوس، نیکوس، زیبایی‌شناسی تلویزیون، ترجمه جمال آل احمد، اداره کل پژوهش‌های
سیما، ۱۳۸۴

مک کوئین، دیوید، راهنمای شناخت تلویزیون، ترجمه فاطمه کرمعلی و عصمت گیویان،
تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما، ۱۳۸۴

موناری، برونو، طراحی و ارتباطات بصری، ترجمه پاینده شاهنده، تهران: سروش، چاپ
چهارم ۱۳۸۵

میرفخرایی، تزا (دکتر)، مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی، تهران: مرکز تحقیقات صدا و
سیما، ۱۳۸۵

میلر، جرال، ارتباط کلامی، ترجمه علی ذکاوتی قراگوزلو، تهران: سروش، چاپ سوم
۱۳۸۵

میلرسون، جرال، تکنیک نورپردازی در تلویزیون و سینما، ترجمه حمید احمدی لاری و
فؤاد نجف‌زاده، تهران: سروش، چاپ اول ۱۳۶۹

میلرسون، جرال، تولید و کارگردانی در تلویزیون، ترجمه غلامرضا طباطبایی، تهران:
سمت، ۱۳۸۱

میلرسون، جرال، فن برنامه‌سازی تلویزیونی، ترجمه مهدی رحیمیان، تهران: سروش، چاپ
چهارم، ۱۳۸۵

میلرسون، جرال، نورپردازی برای ویدئو، ترجمه حمید احمدی لاری، اداره کل پژوهش و
آموزش سیما، ۱۳۸۷

نصراللهی، اکبر، اصول خبرنگاری، تهران: سروش، چاپ ششم، ۱۳۸۵
ویلیامز، ریموند، تلویزیون، تکنولوژی و شکل فرهنگی، ترجمه منوچهر بیگدلی خمسه،
اداره کل پژوهش و آموزش سیما، ۱۳۸۵

Boyle, Cailin (2001). *Color Harmony for the Web*, Massachusetts: Rockport Publishers.

Holland, Patricia (2004). *The Television Handbook*, London: Routledge (reprint).

Kirkham, James D. (1991). *Television Production Today!*, Illinois: National Textbook Company.

Millerson, Gerald (1989). *TV Scenic Design Handbook*, London: Focal Press.

www.bbc.com

www.bbcnews.com

www.bbcworld.com

www.cnn.com

www.france24.com

www.trib.com

www.wikipidea.com

پیوست

تصاویر رنگی فصل ۳



تصویر ۱۶. دکور کلی بی بی سی ورلد



تصویر ۳۳. حضور عناصر دکور در نمای متوسط



تصویر ۱. دکور کلی برنامه گفتگوی بی‌پرده



تصاویر ۲ و ۳. حضور عناصر دکور در نماهای دور و متوسط سی‌ان‌ان



تصویر ۳. عناصر دکور در برنامه زنده لری کینگ



تصویر ۱۷. دکور عظیم اخبار شبانگاهی شبکه ان بی سی



تصویر ۳۶. حضور عناصر دکور در نمای متوسط ان بی سی



تصویر ۳۷. حضور بخشی از عناصر دکور در نمای نزدیک



تصویر ۶. دکور کلی استودیو شماره ۱



تصویر ۱۱. دکور کلی استودیو شماره ۲



تصویر ۱۲. دکور کلی بخش خبری ۲۱ شبکه ۱



تصویر ۱۳. دکور کلی بخش خبری ۲۲:۳۰ شبکه ۲



تصویر ۱۸. سیم آویزان میکروفون



تصویر ۱۹. نمای معرف از زاویه روبه‌رو



تصویر ۴۶. شلوغی عناصر دکور در نمای نزدیک



تصاویر ۹۰ و ۹۱. دکور برنامه گفتگویی ویژه خبری از دو زاویه



تصاویر ۹۲ و ۹۳. همانندی دکور گفتگویی ویژه خبری و بخش خبری ۲۲:۳۰ همین شبکه



تصویر ۹۴ . حرکات نمایشی مجری در استفاده از رایانه همراه



تصویر ۹۵ . بی‌استفادگی رایانه همراه



تصویر ۹۷ . سمت چپ دکور ۱



تصویر ۹۶ . سمت راست دکور ۱



تصویر ۹۹. سمت چپ دکور ۲



تصویر ۹۸. سمت راست دکور ۲



تصویر ۱۰۰. عناصر اضافی دکور ۴۵ دقیقه



تصویر ۱۰۱. بازتاب یک عنصر دکور در عنصری دیگر



تصاویر ۱۰۲ و ۱۰۳. بی استفاده ماندن عنصر دکور در نماهای از زاویه مقابل



تصویر ۱۰۴. نمود بسیار اندک عناصر روی ستونها



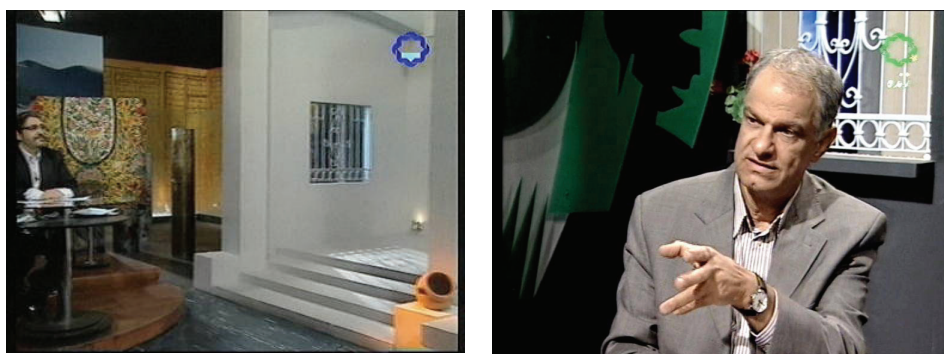
تصاویر ۱۰۵، ۱۰۶، ۱۰۷. دکور ۱ دو قدم مانده به صبح از سه زاویه



تصاویر ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰. دکور ۲ دو قدم مانده به صبح از سه زاویه



تصاویر ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳. استفاده و القای عناصر دکور در دو قدم مانده به صبح



تصاویر ۱۱۴ و ۱۱۵. اشتراک عنصر دکور در دو «مرغزار»



تصاویر ۱۱۶، ۱۱۷، ۱۱۸. حضور عناصر دکور در نماهای متوالی



تصاویر ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱. تغییر در قاب‌بندی با استفاده از عناصر دکور



تصویر ۳۳. کارکردهای گوناگون میز مجری در بی‌بی‌سی ورلد



تصویر ۱۲۲. دکور پیشین گفتگوی بی‌پرده



تصاویر ۱۲۳، ۱۲۴. توجه مجری به مانیتور زیر میز در فرانس ۲۴



تصویر ۱۲۵. عناصر اضافی در وسط میز مجریان شبکه ۲



تصویر ۱۲۶ . تغییر میز مجریان در شبکه خبر



تصویر ۱۲۷ . دکور برنامه امروز در سال ۱۹۵۲



تصاویر ۲۱، ۲۲، ۴۵، ۴۶ . دگرگونی نقش عناصر پس زمینه از نمای دور به نزدیک در گفتگوی بی پرده



تصاویر ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰. جلوه پس‌زمینه در نماهای نزدیک برنامه زنده لری کینگ



تصاویر ۱۳۱، ۱۳۲. نمود پس‌زمینه در نماهای نزدیک فرانس ۲۴



تصویر ۴۲. تصویر در پس‌زمینه نمای نزدیک



تصاویر ۱۳۳، ۱۳۴. آشفتنگی بصری ناشی از چیدمان نادرست پس‌زمینه دکور در گفتگوی ویژه خبری

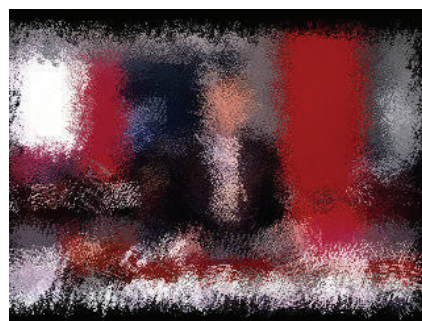
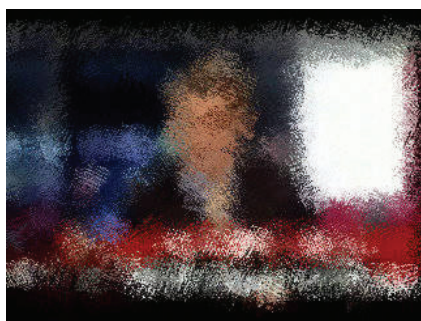


تصویر ۱۳۵. بخششی از آرم شبکه «خبر»

تصاویر رنگی فصل ۴



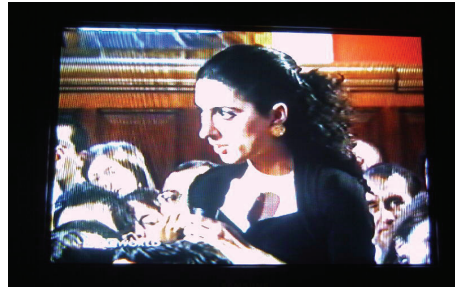
تصویر ۱۳۶. آرم بی‌بی‌سی ورلد



تصاویر ۱۳۷، ۱۳۸. تسلط رنگ‌های قرمز، سیاه، و سفید در استودیوی بی‌بی‌سی ورلد



تصاویر ۱۳۹، ۱۴۰. تسلط رنگ‌های قرمز، سیاه، و سفید در برنامه بحث‌های دوحه



تصاویر ۱۴۱، ۱۴۲. دو نما از تماشاگران حاضر در استودیوی برنامه بحثهای دوحه با لباس قرمز و سیاه



تصویر ۱۴۳. آرم گفتگوی بی پرده



تصویر ۱۴۴. تسلط خطوط در پس زمینه



تصویر ۱۴۵. رنگهای قرمز و سفید در آرم سی ان ان



تصویر ۱۴۶. الگوی رنگ آرم برنامه شنبه



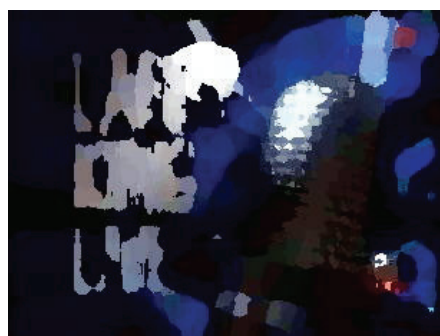
تصویر ۱۴۷. نمود رنگ آبی در نماهای نزدیک



تصویر ۱۴۸. کاربرد الگوی چهار رنگی در سی‌ان‌ان



تصویر ۱۴۹. آرم برنامه زنده لری کینگ



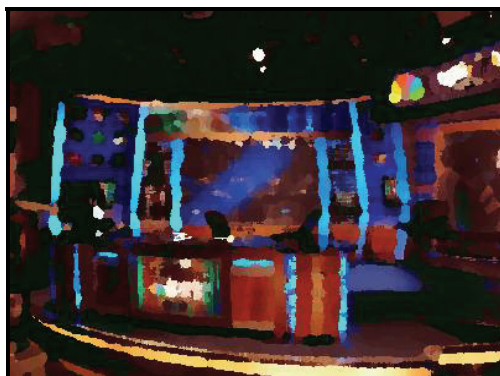
تصاویر ۱۵۰، ۱۵۱. هماهنگی الگوی رنگ در آرم و استودیوی برنامه زنده لری کینگ



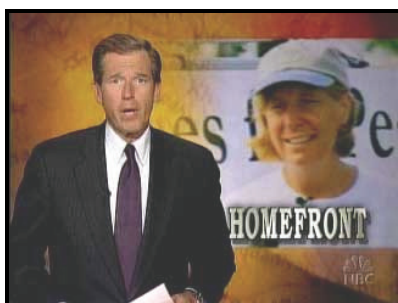
تصویر ۱۵۲ - هشت رنگ آرم ان بی سی



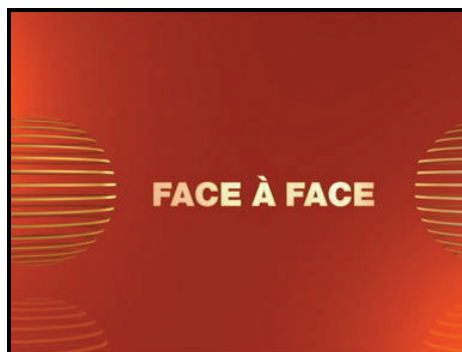
تصویر ۱۵۳. رنگهای آرم برنامه امروز



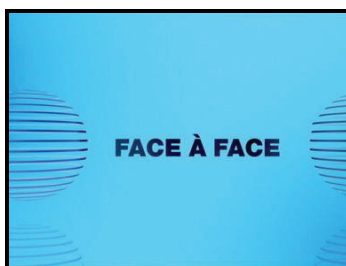
تصویر ۱۵۴. رنگ‌های دکور اخبار شبانه‌گامی



تصاویر ۱۵۵، ۱۵۶. نقش پس‌زمینه در تغییر الگوی رنگ نماهای نزدیک



تصاویر ۱۵۷، ۱۵۸. رنگ‌های مسلط در آرم و استودیوی برنامه رو در رو



تصویر ۱۵۹ - «منفی» تصویر آرم برنامه رو در رو



تصویر ۱۶۰. همجواری رنگ‌های مسلط آرم و استودیو



تصاویر ۱۵۷، ۱۶۱، ۱۶۲. کاربرد رنگ نارنجی/قرمز در تصاویر استودیوی برنامه رو در رو



تصاویر ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۶۵. کاربرد رنگ بنفش در آرم و تصاویر استودیوی برنامه فرهنگ



تصاویر ۱۶۶، ۱۶۷، ۱۶۸. کاربرد رنگ آبی در آرم و تصاویر استودیوی برنامه مجله خبری



تصاویر ۱۶۹، ۱۷۰، ۱۷۱ - کاربرد رنگ آبی روشن و کولاژ روزنامه‌ها در آرم و تصاویر استودیوی برنامه سیری در مطبوعات



تصاویر ۱۷۲، ۱۷۳، ۱۷۴ - کاربرد رنگ نارنجی - قرمز در آرم و تصاویر استودیوی برنامه مناظره فرانس ۲۴



تصویر ۱۷۵ - رنگ‌های مسلط آرم خیر شبکه ۱



تصویر ۱۷۶. رنگ‌های مسلط استودیوی خبر شبکه ۱



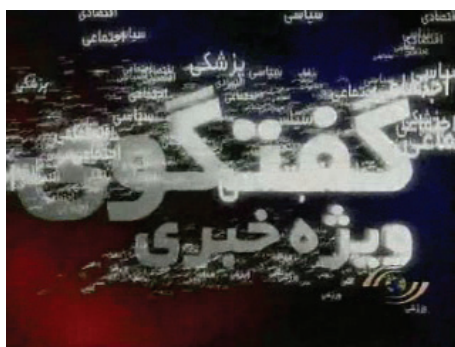
تصاویر ۱۷۷، ۱۷۸. رنگ‌های مسلط در نماهای نزدیک مجری



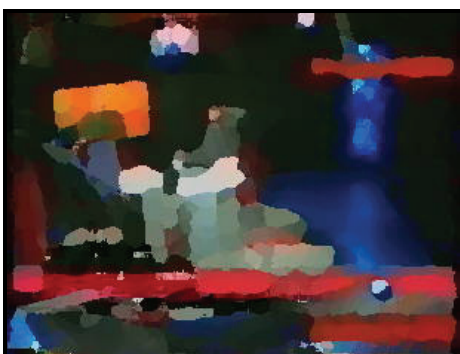
تصویر ۱۷۹. آرم خبر شبکه ۲



تصویر ۱۸۰. رنگ‌های مسلط استودیوی خبر شبکه ۲



تصویر ۱۸۱. آرم برنامه گفتگوی ویژه خبری



تصویر ۱۸۲. درهم آمیختگی الگوی رنگ در نماهای دور



تصویر ۱۸۳. آرم شبکه خبر



تصویر ۱۸۴. رنگ‌های مسلط در استودیوی شبکه خبر



تصویر ۱۸۵. «منفی» آرم شبکه خبر



تصویر ۱۸۶ . رنگ‌های مسلط در نمای نزدیک مجری



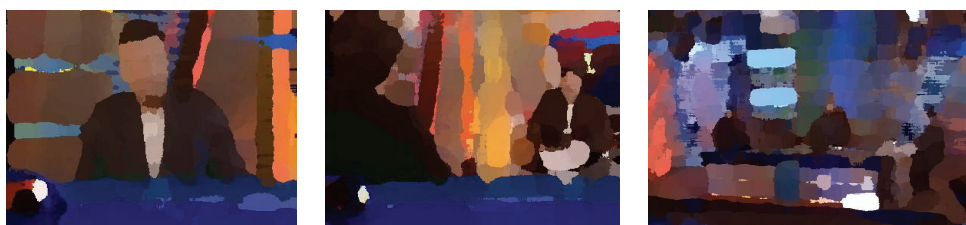
تصویر ۱۸۷ . آرم برنامه ۴۵ دقیقه



تصاویر ۱۸۸ و ۱۸۹ . ناهمگونی رنگ‌های مسلط آرم و استودیوی ۴۵ دقیقه



تصاویر ۱۹۰، ۱۹۱، ۱۹۲ - دگرگونی الگوی رنگ در نماهای دور تا نزدیک دکور ۱ برنامه ۴۵ دقیقه



تصاویر ۱۹۳، ۱۹۴، ۱۹۵ - دگرگونی الگوی رنگ در نماهای دور تا نزدیک دکور ۲ برنامه ۴۵ دقیقه



تصویر ۱۹۶ - آرم دو قدم مانده به صبح



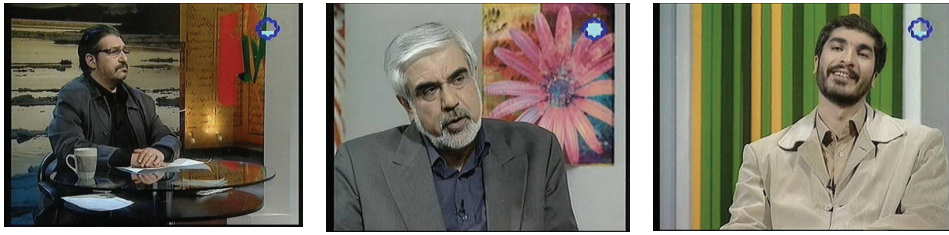
تصاویر ۱۹۷، ۱۹۸، ۱۹۹. حضور رنگ زرد - نارنجی در پس‌زمینه‌های تصویری دو قدم مانده به صبح



تصویر ۲۰۰. حضور رنگ آبی در استودیوی دو قدم مانده به صبح



تصویر ۲۰۱. سلطه رنگ قهوه‌ای در دکور ۲ دو قدم مانده به صبح



تصاویر ۲۰۲، ۲۰۳، ۲۰۴. کاربرد رنگ‌های قرمز و سبز در پس‌زمینه‌های تصویری دو قدم مانده به صبح



تصویر ۲۰۵. گوناگونی رنگ لباس مجریان خبر شبکه‌های ۱ و ۲

تصاویر رنگی فصل ۵



تصویر ۲۰۶. پس‌زمینه خنثی در بی‌بی‌سی ورلد



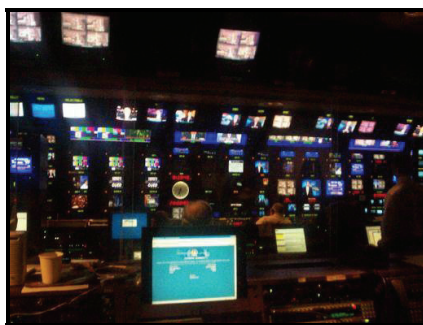
تصاویر ۲۰۷ و ۲۰۸. دو نمونه از پس‌زمینه خنثی در ان‌بی‌سی



تصاویر ۲۰۹ و ۲۱۰. پس‌زمینه خنثی در گفتگوی ویژه خبری



تصویر ۲۱۱. پس‌زمینه گرافیکی در برنامه زنده لری کینگ



تصویر ۲۱۲. اتاق فرمان ان‌بی‌سی که در پس‌زمینه تصاویر قرار می‌گیرد



تصویر ۲۱۳. تصویر شهر لندن در پس‌زمینه گزارش ارسالی



تصویر ۲۱۴ . استودیوی ان بی سی در لندن



تصاویر ۲۱۵ و ۲۱۶ . پس زمینه گرافیکی در فرانس ۲۴



تصاویر ۴۴ و ۴۵ . پس زمینه تصویری در خبر شبکه ۱



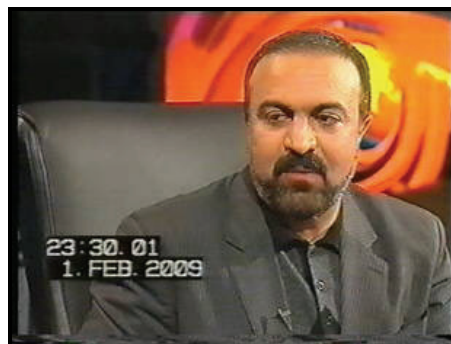
تصویر ۱۳ . پس‌زمینه خبر شبکه ۲



تصویر ۲۱۷ . پس‌زمینه اخبار ورزشی



تصویر ۲۱۸ . نمایی دیگر از اخبار ورزشی



تصاویر ۲۱۹ و ۲۲۰. هاله‌های نور و رنگ دور سر مجری و میهمان در گفتگوی ویژه خبری



تصاویر ۲۲۱ و ۲۲۲. دو نوع پس‌زمینه کروماکی در گفتگوی بی‌پرده



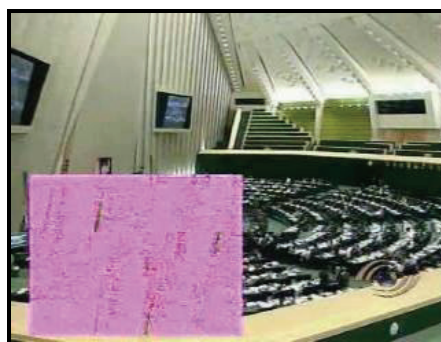
تصویر ۲۲۳. پس‌زمینه کروماکی در برنامه زنده لری کینگ



تصاویر ۲۲۴ و ۲۲۵. دو نمونه از پس‌زمینه‌های کروماکی در خبر شبکه ۱



تصاویر ۲۲۶ و ۲۲۷. پس‌زمینه کروماکی در تصاویر پشت مجری ناشنویان در خبر شبکه ۲



تصاویر ۲۲۸ و ۲۲۹. قطع و وصل شدن تصویر دوربین مجری در کروماکی خبر شبکه ۲



تصاویر ۲۳۰ و ۲۳۱. نبود مجری در تصاویر گزارش‌های ارسالی در شبکه خبر



تصویر ۲۳۲. رابطه میان مجری و واقعیت بیرونی



تصویر ۲۳۳. بی‌توجهی مجری به گزارش ارسالی



تصویر ۲۳۴. حذف مجری و برش به گزارش ارسالی



تصاویر ۲۳۵ و ۲۳۶. ارتباط مستقیم مجری با میهمان در یک قاب در برنامه ۴۵ دقیقه



تصاویر ۲۳۷ و ۲۳۸. پس‌زمینه کروماکی در تصاویر ارتباط مستقیم در برنامه ۴۵ دقیقه



تصاویر ۲۳۹ و ۲۴۰. دو نمونه از پس‌زمینه‌های واقعی در گفتگوی بی‌پرده



تصاویر ۲۴۱ و ۲۴۲. پس‌زمینه‌های واقعی در فرانس ۲۴