

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN – ĐHQG TP HCM
Khoa Báo chí & Truyền thông

TÀI LIỆU
TẬP HUẤN NGHIỆP VỤ BÁO CHÍ
“KỸ THUẬT VIẾT
TIN, BÀI BÁO CHÍ CĂN BẢN”

ThS. PHẠM DUY PHÚC
Khoa Báo chí & Truyền thông – ĐHKHXH&NV

TP. HỒ CHÍ MINH, THÁNG 9/2017

NỘI DUNG

PHẦN 1: KỸ NĂNG VIẾT TIN

1. Nhận thức chung về tin tức và viết lách
2. Kỹ thuật viết tin hình tháp ngược
3. Các dạng bài báo và kỹ năng viết bài phản ánh

PHẦN 2: KỸ NĂNG NHIẾP ẢNH & ẢNH BÁO CHÍ

1. Bố cục nhiếp ảnh căn bản
2. Tiêu chí của ảnh báo chí
3. Cách giảm dung lượng ảnh để tải lên web

PHẦN 1. KỸ NĂNG VIẾT TIN

1. NHẬN THỨC CHUNG

Nói một cách tổng quát nhất và căn bản: nghề báo là nghề săn tin và truyền đạt tin tức đó cho công chúng. Hoạt động chính của nhà báo là săn lùng thông tin và tạo ra các sản phẩm truyền thông. ➔ Săn tin và viết lách chính là xương sống của nghề báo.

Vấn đề đặt ra: Săn tin gì? Và viết lách ra sao?

2. TIN TỨC LÀ GÌ?

Tin tức là những sự kiện mới đã, đang hoặc sẽ xảy ra, liên quan đến nhiều người hoặc được nhiều người quan tâm.

2.1. Có nhiều góc độ để nhận diện tin tức:

+**Dòng chủ lưu thời sự:** luồng thông tin chính được mọi người quan tâm và có tác động vào đời sống xã hội trong một thời gian nhất định.

+**Sự quan tâm của đối tượng:** Mỗi tờ báo có một đối tượng chính nhất định. Tờ báo có sinh khí và thu hút người đọc là làm sao phản ánh được hơi thở cuộc sống, đặc biệt là cuộc sống của đối tượng mình phục vụ. Các sự kiện lớn thường được các báo phản ánh đều vì bất cứ đối tượng nào thì thông tin đa dạng và phong phú đều là yếu tố thu hút.

+**Quan điểm của báo và người viết:** Cùng nắm bắt một sự kiện nhưng mỗi phóng viên có cách nhìn về chủ đề khác nhau.

+ Lưu ý: đừng quá tham lam các sự kiện. Tâm lý của phóng viên hay tiếc những chi tiết mà mình kiếm được, nhưng nếu dàn trải tất cả chi tiết và sự việc vào tin sẽ làm người đọc bị rối và làm loãng đi chủ đề của tin.

2.2. Sáu câu hỏi căn bản: 5W+H (What, Who/with whom, Where, When, Why + How):

Trả lời đầy đủ 6 câu hỏi “ai, cái gì, ở đâu, khi nào, tại sao và như thế nào” ở từng cấp độ khác nhau là quy tắc vàng của mọi cấu trúc thông tin, mọi thông điệp truyền thông, mọi bài báo dù đó là tin hay tường thuật hay phóng sự... Trong cách viết tin hiện đại, không nhất thiết tin nào cũng cần lời giải đáp cho tất cả các câu hỏi đó (tin vắn, breaking news...).

Phong cách đưa tin hiện đại là đi thẳng vào nội dung chính của câu chuyện một cách nhanh nhất. (góc độ viết tin: thông tin thú vị nhất là gì? Khía cạnh nào là mới so với những gì chúng ta biết rồi? Ai sẽ bị ảnh hưởng nhiều nhất? Tại sao chúng ta phải quan tâm đến vấn đề này? Liệu góc độ tôi chọn có quá chung chung để có thể trở thành một tin hữu ích và có trọng tâm về vấn đề đó không ? ➔ Kỹ

thuật chủ chốt: điều đầu tiên xuất hiện trong đầu bạn là gì? đó thường là góc độ viết của bạn)

2.3. Bản chất của tin tức: chính xác, kịp thời, khách quan

+**Kịp thời** : là điểm rơi của tin tức, đưa tin vào thời gian sớm nhất có thể

+**Chính xác** : Tiêu chuẩn đầu tiên của một nền báo chí chất lượng tất nhiên phải là sự chính xác. Các yếu tố đòi hỏi phải tuyệt đối đúng, đưa tin sai là phải đính chính ngay nếu không muốn phải trả giá cho sự thiếu chính xác. Phóng viên tuyệt đối không được giả định bất kỳ điều gì.

+**Khách quan** : trình bày sự kiện không thiên vị, nhưng có mục đích rõ ràng. Nhà báo luôn cố gắng càng khách quan càng tốt, không đưa ra ý kiến cá nhân trong bản tin và đừng quá cố gắng thuyết phục độc giả.

Một bản tin hay cũng cần phải **công bằng** (không thiên vị mặt này hay mặt khác) và **cân bằng** (câu chuyện tìm kiếm và trình bày các quan điểm ở các mặt khác nhau của một vấn đề). Mọi câu chuyện đều có hai mặt, đôi khi còn nhiều hơn hai. Nhiệm vụ của nhà báo là phải đưa ra nhiều quan điểm khác nhau.

3. NGUYÊN TẮC CHUNG VỀ VIẾT LÁCH

Báo chí tường thuật lại **sự kiện** → sự kiện thì khách quan → ngôn ngữ báo chí phải là **ngôn ngữ sự kiện** (thứ ngôn ngữ khách quan về những hoạt động, những gì đang xảy ra đúng như hiện thực khách quan, không thêm thắt những nhận xét, bình luận chủ quan của nhà báo).

Trong thời đại thông tin, độc giả muốn biết nhiều sự kiện → vì vậy, không thể trình bày sự kiện một cách dài dòng.

Viết báo (ngôn ngữ sự kiện) khác với **viết văn** (ngôn ngữ hình tượng). **Ngôn ngữ báo chí phải ngắn gọn, rõ ràng, dễ hiểu (K.I.S.S – keep it short, simple)**

+**Ngắn gọn**: phù hợp tập quán thông tin thời công nghiệp, chỉ cần một thời gian ngắn nhất, người đọc, người nghe có thể biết được một số lượng thông tin cao nhất. (→ ưu tiên những câu ngắn - mỗi câu một ý → bài báo cần cấu trúc thành nhiều đoạn, mỗi đoạn 3-5 câu, diễn đạt trọn vẹn một ý tưởng hoặc thể hiện hoàn chỉnh một luận điểm)

+**Rõ ràng, chính xác**: không lè mề, vòng vo, câu chữ khúc chiết, mạch lạc, tránh lối nói mơ hồ, không ẩn dụ hay dùng từ đao to búa lớn... để người đọc hiểu đúng, không còn thắc mắc về sự kiện được đưa ra (tất nhiên đây là những chi tiết chính và quan trọng nhất trong toàn bộ sự kiện) (→ tránh viết tắt, lưu ý viết đúng ký hiệu, tiếng nước ngoài, chú ý dấu câu, chính tả, lối diễn đạt)

+**Giản dị, dễ hiểu**: Đặc điểm của phong cách đưa tin hiện đại là sử dụng ngôn ngữ đơn giản, rõ ràng, gần gũi với đời sống hàng ngày – viết để đưa ra thông

tin chứ không phải để gây ấn tượng. Tuy vậy, viết giản dị không có nghĩa là tầm thường hóa, dung tục hóa cách viết.

4. CÁC THÀNH PHẦN CỦA MỘT BÀI BÁO

Tác phẩm báo chí thường bao gồm các thành phần căn bản sau:

- Tít (titre)
- Sa-pô (chapeau): cung cấp thông tin cốt lõi (Nhân dịp... ai... đã/sẽ làm...) hoặc nhắc lại thông tin, gợi sự liên tưởng tới những thông tin đã có từ trước (Như tin đã đưa về.... Nhưng/Tuy nhiên/Thực tế... lại...)
- Dẫn nhập (intro): mô tả không gian xảy ra sự việc/bối cảnh xảy ra sự việc/hình dáng hoặc tính cách nhân vật chính/dùng lời nhân chứng...
- Thân bài (body): gồm các tít giữa và các đoạn
- Phần tư liệu mở rộng (box): con số ấn tượng, bảng, biểu, phỏng vấn ngắn, ý kiến lãnh đạo, chuyên gia...
- Ảnh
- Kết: kết đóng (dùng chi tiết ấn tượng/kêu gọi hành động) hoặc kết mở (đưa ra những suy tư, trăn trở, thôi thúc các bộ phận chức năng vào cuộc...)

5. KỸ THUẬT VIẾT TIN HÌNH THÁP NGƯỢC

Viết tin bài hình tháp ngược là cách trình bày sự kiện theo thứ tự quan trọng giảm dần (chứ không theo thứ tự thời gian hay thứ tự nhân vật). Phần quan trọng nhất đứng đầu bản tin và thường các tòa soạn đều lấy nội dung phần này làm tựa của tin để thu hút sự chú ý tối đa của người đọc.

5.1. Tin hình tháp ngược gồm 3 phần:

- **Phần mở đầu** gọi là **phần mở đề (lead)**: có thể là một hoặc hai câu ngắn, có những chi tiết quan trọng nhất của sự kiện, hội đủ các yếu tố của tin.
- **Thân tin (body)**: là phần giải thích rõ thêm các chi tiết đã được nói đến ở phần mở đầu, làm sao để càng đọc xuống, người ta càng nắm bắt được thêm các chi tiết của sự kiện. Và nếu vì lí do nào đó mà phải cắt bỏ đi, người đọc vẫn hiểu được bản chất của sự kiện.
- **Bối cảnh (background)**: để làm rõ hơn hoàn cảnh xuất hiện của tin tức hoặc cung cấp cho người đọc những chi tiết liên quan đến sự kiện này chứ không phải là chi tiết của sự kiện. Đôi khi, background làm đậm nét thêm sự kiện và để người đọc tìm hiểu thêm về sự kiện.

5.2. Quy trình viết tin

- Tìm ý tưởng
- Thu thập thông tin
- Xác định trọng tâm của sự kiện (trong hình tháp ngược, trọng tâm chính là lead, xuất hiện ngay trong phần mở đầu)

- Thiết lập trật tự thông tin (trong hình tháp ngược, thông tin được sắp xếp theo thứ tự tầm quan trọng giảm dần)
- Viết

5.3. Viết phần khởi (LEAD) cho TIN

- Là câu hoặc đoạn đầu tiên của tin (lead/intro).
- Nắm bắt được phần TINH TÚY (TRỌNG TÂM) của câu chuyện.
- Trả lời câu hỏi: CÂU CHUYỆN CHÍNH Ở ĐÂY LÀ GÌ?.
- Làm cho độc giả chú ý và lôi độc giả vào câu chuyện.
- Là điểm “nóng” nhất cho thấy sự sáng tạo của nghề báo.
- Phóng viên giỏi hay không thể hiện ở lead của họ.
- “Phương pháp học làm báo hay nhất là tập viết các phần khởi”

Lưu ý để viết lead hay:

- Trước hết hãy tự hỏi “Câu chuyện chính ở đây là gì?”/”Đâu là trọng tâm của sự kiện?”
- Chỉ sử dụng những thông tin quan trọng. Hầu hết các chi tiết được đưa vào phần sau của tin.
- Cố gắng chỉ biểu đạt một ý, thông thường trong một câu.
- Lead lý tưởng khoảng 25 – 30 chữ.
- Cú pháp câu đơn giản: chủ ngữ-động từ-tân ngữ.
- Luôn có yếu tố thời gian trong các lead của tin khó.

5.4. Đặt titre cho TIN

Tít có 2 chức năng chính: thu hút sự quan tâm và cung cấp một thông báo (nói chung là để “bán” bài báo.) Tít được đọc trung bình nhiều hơn gấp 5 lần so với bài.

Phân loại:

- Tít thông tin: là loại tít truyền thống, dùng để thông tin nội dung một cách tóm tắt, ngắn gọn, chính xác và cụ thể, thường trả lời cho những câu hỏi: *Ai? Cái gì? Ở đâu? Lúc nào?*
- Tít kích thích: có ý bình luận, dùng để gây ngạc nhiên, kêu gọi trí tò mò của bạn đọc, và thỉnh thoảng có thể gây cười. Tuy nhiên, dù gì thì tít kích thích vẫn phải diễn đạt trung thành nội dung bài.
- Tít hỗn hợp: vừa thông tin, vừa kích thích (hình tượng)
 - ➔ Dù thế nào đi nữa, điều tiên quyết là nhà báo phải có khả năng đặt tít thông tin tốt

6. CÁC DẠNG BÀI BÁO TIÊU BIỂU

Gạt bỏ các tiêu chí phân loại mang tính khoa học, hàn lâm của giới nghiên cứu báo chí, người viết báo không chuyên có thể tạm sử dụng khái niệm “bài phản ánh” để gọi chung các bài báo dài mà không phải là dạng “bài tin”.

Theo đó, thực tế tác nghiệp thường gặp các dạng bài phản ánh sau đây :

- + Bài phản ánh về sự kiện, sự việc.
- + Bài phản ánh về quang cảnh, hiện trạng.
- + Bài phản ánh về tình huống, vấn đề.
- + Bài phản ánh về người thật việc thật.
- + Bài phản ánh về suy nghĩ, cảm xúc.

6.1. Bài phản ánh sự kiện, sự việc

Trong dạng bài này, các sự việc, sự kiện làm nên nội dung chủ yếu của tác phẩm. Trong đó, những câu hỏi như: Chuyện gì đã xảy ra? Xảy ra như thế nào? Vì sao nó xảy ra? Diễn biến và hậu quả?... thường được trả lời một cách đầy đủ (tuy không phải lúc nào cũng tuân theo một trình tự ổn định như thế).

Cần chú ý rằng sự kiện, sự việc gồm hai loại: tích cực và tiêu cực: Sự kiện, sự việc tích cực thể hiện xu hướng vận động phát triển tích cực của đời sống. Sự kiện, sự việc tiêu cực thì trái lại. Bài phản ánh có thể tiếp cận với cả hai loại sự kiện nêu trên và căn cứ vào tính chất của sự kiện đó để có hình thức thể hiện hợp lý.

Dạng bài này có nhiều điểm gần gũi với các thể loại thuộc nhóm Thông tấn báo chí do việc ưu tiên tối đa cho sự kiện.

6.2. Bài phản ánh về quang cảnh, hiện trạng:

Một bài phản ánh có thể đề cập tới những quang cảnh, hiện trạng tiêu biểu trong đời sống. Tất nhiên đó phải là những quang cảnh, hiện trạng chứa đựng những vấn đề đáng quan tâm.

Trong bài phản ánh này, tác giả không có những đề xuất, kiến nghị hay nêu ra những giải pháp nhưng việc trình bày một cách sống động về quang cảnh, hiện trạng có thể gợi ra những suy nghĩ sâu xa cho người đọc... Mục đích của dạng bài này là nhằm giúp người đọc hình dung một cách sinh động về sự thật để từ đó họ tự rút ra được những kết luận cần thiết...

6.3. Bài phản ánh về tình huống, vấn đề

Trong đời sống thường xuyên nảy sinh những tình huống, những vấn đề đa dạng và phức tạp. Cũng giống như sự việc, sự kiện, các tình huống, vấn đề có nhiều tính chất và những cấp độ khác nhau. Đó là đối tượng của dạng bài phản ánh thuộc dạng này.

Các tình huống, vấn đề cũng có thể được chia ra thành hai loại: tích cực và tiêu cực. Tác giả bài phản ánh phải căn cứ vào tính chất cụ thể của nó để có hình thức thể hiện thích hợp nhất.

Bài phản ánh tình huống, vấn đề ngoài việc nêu lên những sự thật mới nảy sinh còn chú ý thẩm định những sự thật đó để rút ra những kết luận hoặc lý lẽ cần thiết.

Một bài phản ánh thuộc dạng này thường có kết cấu đi từ thực trạng đến giải pháp dưới dạng những đề xuất, kiến nghị. Trong đó, sự thật được trình bày như những bằng chứng (luận cứ) để thông qua đó tác giả nêu lên quan điểm riêng của mình.

Do có xu hướng thiên về việc phản ánh vấn đề, dạng bài này có nhiều nét gần gũi với các thể loại thuộc nhóm thứ hai trong hệ thống các thể loại báo chí là nhóm các thể Chính luận báo chí .

6.4. Bài phản ánh về người thật, việc thật

So với các thể loại có ưu thế trong việc phản ánh về con người như Ký chân dung, Phóng sự chân dung và Phỏng vấn chân dung, dạng bài phản ánh về người thật, việc thật thường chỉ dừng lại ở cấp độ thấp hơn.

Nhìn trên tổng thể, trong những tác phẩm thuộc dạng bài này, chân dung con người hiện lên không thật rõ nét và cấp độ điển hình của nó cũng có phần đa dạng hơn.

Tuy nhiên, nếu so với dạng bài Người tốt – việc tốt, dạng bài này thường có dung lượng lớn hơn và có thể phản ánh cả hai loại chân dung tiêu biểu cho hai thái cực: tốt và xấu.

Dạng bài này thường có kết cấu không ổn định. Trong đó, tác giả cũng có thể xuất hiện trực tiếp với những suy nghĩ, những kiến nghị, giải pháp nhưng chưa đạt tới bản sắc như một nhân vật trần thuật (như trong các thể loại Phóng sự chân dung hay Ký chân dung).

6.5. Bài phản ánh về suy nghĩ, cảm xúc

Trong các dạng bài phản ánh, đây là dạng có hình thức thể hiện khá mềm mại với sự xuất hiện trực tiếp của tác giả. Trong đó, người viết thường xuất hiện ở ngôi thứ nhất, xưng "tôi" và cái tôi đó bộc lộ những suy nghĩ, cảm xúc.

Mục đích của bài phản ánh thuộc dạng này là vừa thông tin sự thật, vừa thông tin tâm trạng của tác giả. Tuy nhiên, do chưa đạt tới những tiêu chí của thể loại nên cái tôi- tác giả ở đây chưa đủ để trở thành “cái tôi trần thuật”. Những suy nghĩ và cảm xúc trong dạng bài này cũng rất phóng túng, ngẫu hứng...

Khi viết những tác phẩm thuộc dạng này, người viết phải tự đặt ra cho mình những giới hạn cần thiết để không làm biến đổi bản chất báo chí của tác phẩm. Suy nghĩ và cảm xúc phải luôn luôn gắn bó chặt chẽ với sự thật, xuất phát từ sự thật và nhằm làm sáng tỏ sự thật.

Cũng giống như dạng bài phản ánh chân dung người thật việc thật, dạng bài này có nhiều nét gần gũi với các thể loại thuộc nhóm thứ ba trong hệ thống thể loại báo chí là nhóm các thể Tài liệu – nghệ thuật.

Do không có sự ổn định về hình thức, các dạng bài phản ánh nêu trên thường giao thoa, chuyển hoá lẫn nhau và giao thoa với những thể loại ở trong và cả bên ngoài hệ thống thể loại báo chí.

Trong thực tế, các sự kiện, sự việc, tình huống, vấn đề thường gắn bó chặt chẽ với nhau, xâm nhập vào nhau nên việc phân biệt thành các dạng bài phản ánh

như trên chỉ là một công việc mang tính lý thuyết đơn thuần. Hiện nay vẫn thường có nhiều bài phản ánh pha trộn giữa các dạng nêu trên nhưng vẫn tạo được hiệu quả tích cực.

7. CÁC CÁCH THỂ HIỆN MỘT BÀI PHẢN ÁNH

Bài phản ánh có thể có nhiều hình hài, nhiều dáng vẻ khác nhau. Tuy nhiên, trong một chừng mực nào đó, chúng ta vẫn có thể xác định được một số cách thể hiện chủ yếu của nó. Nhìn chung có ba cách thể hiện bài phản ánh:

7.1. Theo trục thời gian từ quá khứ đến hiện tại: Đây là cách thể hiện truyền thống. Ưu điểm của nó là công chúng dễ hiểu, dễ theo dõi. Tuy nhiên, nhược điểm cơ bản của nó là dễ bị nhàm chán vì những cái quan trọng, hấp dẫn nhất có thể lại không nằm ở đầu bài.

7.2. Bắt đầu từ hiện tại, sau đó quay lại quá khứ theo kiểu một cuốn phim chiếu ngược (đây là cách thể hiện thường gặp trong các tác phẩm báo chí nói chung. Ưu điểm cơ bản của cách này là có thể đưa ngay kết quả hoặc những chi tiết quan trọng lên đầu bài viết, tạo ra sự hấp dẫn đối công chúng. Tuy nhiên, do trật tự thời gian bị đảo ngược nên nếu người viết không vững tay, bài viết có thể trở nên khó hiểu...)

7.3. Kết hợp cả hai cách nêu trên theo lối kết cấu: hiện tại - quá khứ - hiện tại (đây là lối thể hiện thường gặp nhất của các dạng Bài phản ánh trên báo chí hiện nay. Do đã kết hợp được những ưu điểm của cả hai dạng kết cấu trước, những bài viết theo cách này thường hấp dẫn, chặt chẽ).

Chú ý:

- + Không có một quy định cụ thể nào cho các dạng bài báo. Nguyên tắc chủ yếu ở đây là nội dung nào, hình thức ấy. Cách tốt nhất là để cho mạch viết tự nó tìm đường đi. Không nên ép buộc và đừng cố gắng lên giọng nếu điều đó không cần thiết.

- + Lối viết với văn phong đơn giản, trực tiếp, ngôn ngữ dân dị, dễ hiểu, gần gũi với ngôn ngữ của đời sống hàng ngày là sự lựa chọn đúng đắn nhất đối với tác phẩm báo chí và những dạng Bài phản ánh nói riêng.

PHẦN 2: KỸ NĂNG NHIẾP ẢNH & ẢNH BÁO CHÍ

2.1. BỐ CỤC NHIẾP ẢNH CĂN BẢN

Trích theo sách " Căn bản kỹ thuật nhiếp ảnh " – Nghệ sĩ nhiếp ảnh Bùi Minh Sơn

2.1.1. Khái niệm

Bố cục là sự bố trí, sắp xếp những yếu tố tạo hình trên một cục diện, không gian nhất định nào đó.

Những ý thức về bố cục đã được hình thành từ thời tiền sử. Văn minh Hy Lạp cổ đại đi đầu trong việc nguyên tắc hoá bố cục. Trong các thời kỳ phát triển của mỹ thuật, bố cục luôn được coi trọng, đôi khi trở thành kinh điển, giáo điều.

Ngày nay, bố cục được nhìn cởi mở hơn, quan niệm về “khuôn vàng thước ngọc” không còn tồn tại một cách cứng nhắc và bố cục bây giờ là sự hài hoà, hợp nhãn, đôi khi còn là sự “phá phách”, phục vụ cho ý tưởng sáng tạo của tác giả.

2.1.2. Phân loại:

Sản phẩm của nhiếp ảnh là những hình ảnh thể hiện trên một mặt phẳng (không gian 2 chiều) thông thường được giới hạn bởi 1 hình chữ nhật hoặc hình vuông. Cũng như những môn tạo hình khác, nhiếp ảnh có những qui luật căn bản về tạo hình, chúng ta sẽ tìm hiểu khái quát về những căn bản đó.

Trong nhiếp ảnh, những yếu tố tạo hình gồm những điểm, đường, vùng, mảng (khối), lưu ý là nhiều điểm có thể tạo thành một đường.

Bố cục trong không gian phẳng có thể được phân loại như sau:

A - BỐ CỤC CÂN ĐỐI.

Bố cục cân đối chia không gian ảnh làm hai phần tương đương nhau theo đường thẳng đứng; đường nằm ngang; đường chéo hoặc đường cong. Một bố cục cũng được xem là cân đối khi chủ thể được đặt vào giữa ảnh.

Bố cục cân đối tạo cho ảnh sự nghiêm trang, khẳng định hoặc cố ý tạo sự cân đối. Bố cục này dễ làm ảnh trở nên đơn điệu, cứng nhắc, thiếu sinh động. Đây là loại bố cục khó dùng, có thời gian bị coi là cấm kỵ. Tuy thế, nếu áp dụng đúng tình huống mục đích có thể dễ gây ấn tượng.

Người ta thường dùng bố cục cân đối trong các chủ đề về kiến trúc dinh thự, quảng trường, công trình kiến trúc tôn giáo, tượng đài, ảnh thờ tự, ảnh hồ sơ...

B- BỐ CỤC CHUẨN MỰC

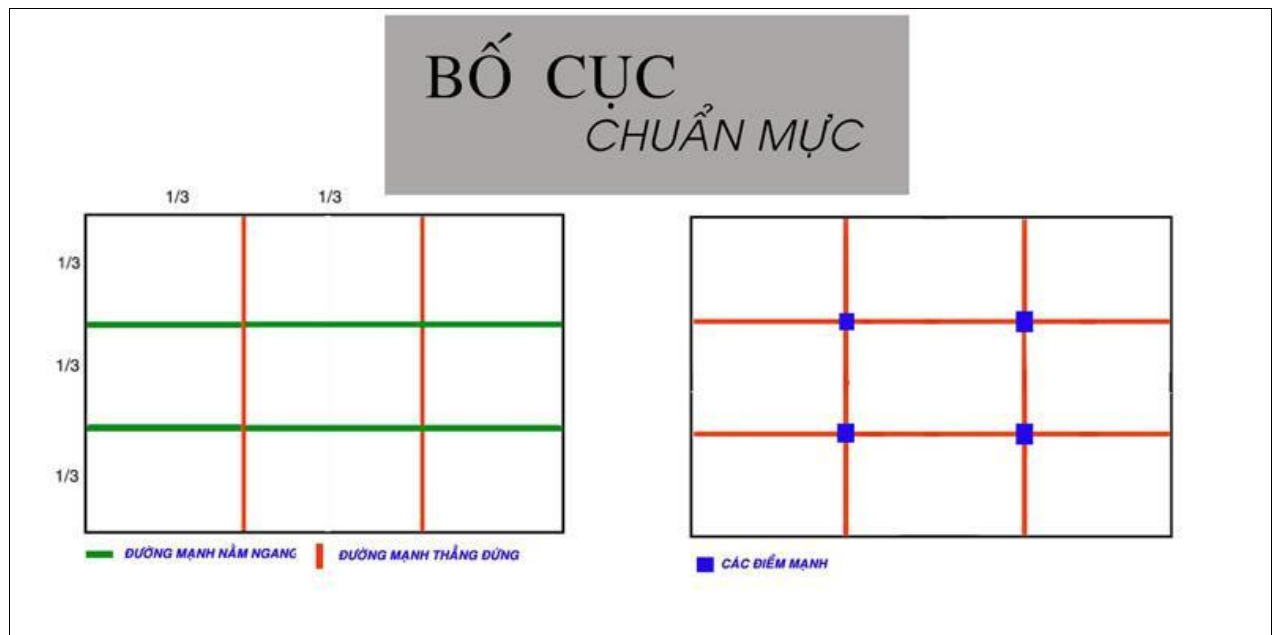
Đây là hình thức bố cục được sử dụng phổ biến nhất, nó được xem là “tỷ lệ vàng” là chuẩn mực kinh điển, không riêng gì cho nhiếp ảnh mà cả những ngành mỹ thuật khác nữa. Bố cục chuẩn mực tạo nên 1 không gian sắp đặt hài hòa, có chính, có phụ. Nhằm cụ thể và hệ thống hoá phương thức bố cục này, người ta xác định các đường mạnh, điểm mạnh nhằm tạo các điểm nhấn, điểm dừng của nhãn cảm.

a- Đường thẳng đứng – đường nằm ngang

Người ta chia mỗi chiều của bức ảnh (hình chữ nhật hoặc hình vuông - giới hạn không gian của ảnh) ra làm 3 phần bằng nhau, từ đó vẽ những đường song song với các cạnh.

- 2 đường song song với cạnh ngang, gọi là 2 đường mạnh nằm ngang.
- 2 đường thẳng song song với chiều đứng, gọi là 2 đường mạnh thẳng đứng.
- 4 giao điểm của các đường mạnh cho chúng ta 4 điểm được gọi là 4 điểm mạnh.

Dựa trên các đường mạnh chúng ta có thể chia không gian thành nhiều phần hoặc đặt những thành phần cần nhấn mạnh của bối cảnh vào hoặc gần với đường mạnh, điểm mạnh. Những đường mạnh, điểm mạnh cho phép ta tạo những “trọng lượng thị giác”, những điểm nhấn của bố cục.



b- Đường chéo – đường cong

Khi chụp ảnh, chúng ta không chỉ gặp đường thẳng đứng, đường nằm ngang mà rất nhiều khi, hoặc do bối cảnh có sẵn hoặc do ý tưởng thực hiện chúng ta còn khai thác những đường chéo (đường xiên), đường cong (đường uốn lượn).

Một đường chéo hay một đường cong được xem là mạnh khi:

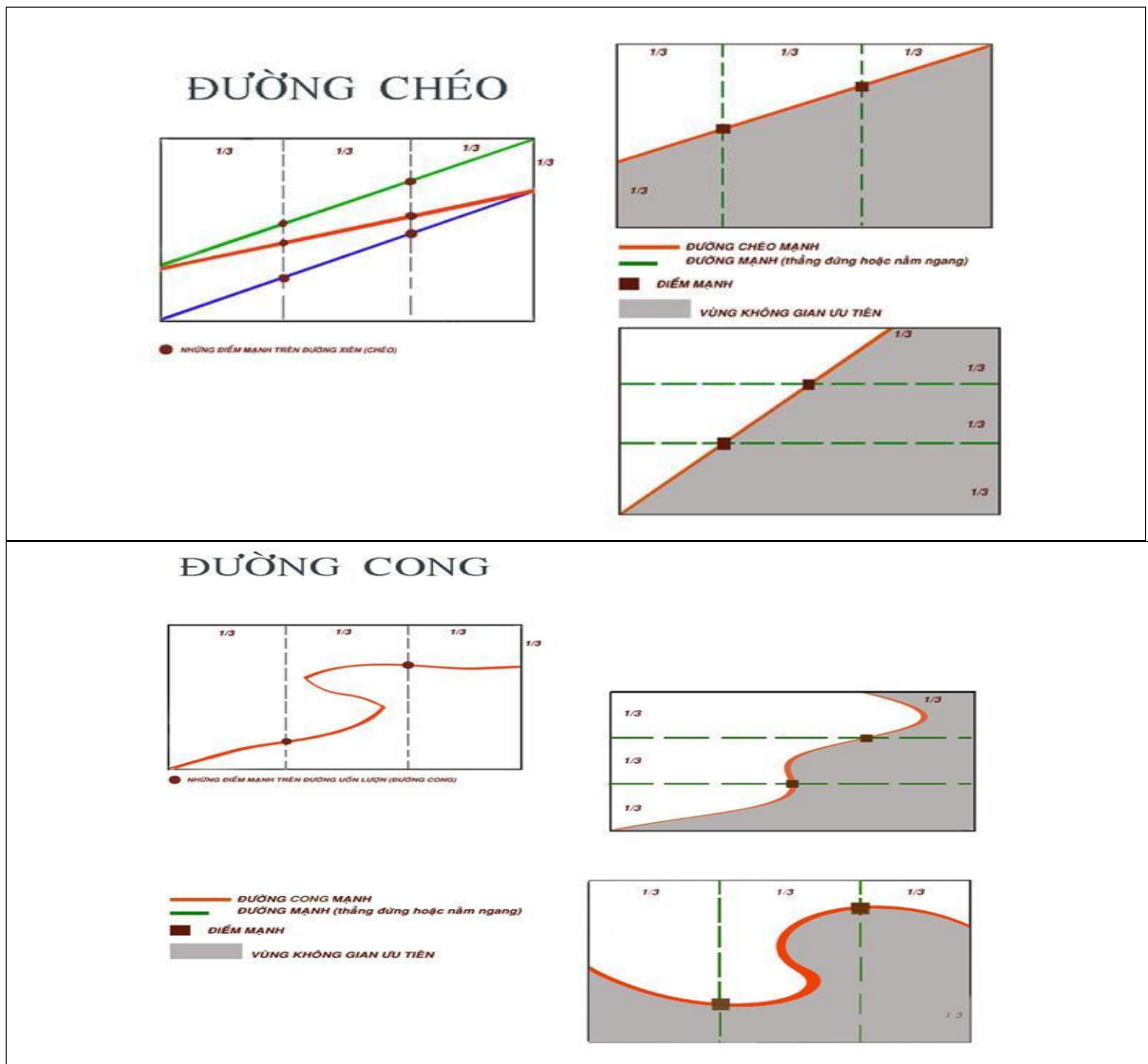
- Xuất phát từ 1 góc của bức ảnh (hình chữ nhật hoặc hình vuông) đến điểm chia 1/3 của cạnh đối diện.
- Hoặc xuất phát từ điểm 1/3 của cạnh này đến điểm 1/3 của cạnh kia.

Như vậy, chúng ta có nhiều đường chéo hay đường cong mạnh trên một bức ảnh.

Điểm mạnh trên đường chéo hay đường cong được hình thành bởi giao điểm của đường cong, đường chéo đó với 2 đường mạnh thẳng đứng hoặc nằm ngang, các đường mạnh này được xác định bởi vùng không gian ưu tiên.

Đường chéo hay đường cong trên bức ảnh chia không gian ảnh ra làm 2 phần (thường là 1 hình tam giác và 1 hình thang trong bố cục chéo). Phần không gian chứa 3 cạnh của bức ảnh là không gian ưu tiên.

Đường mạnh thẳng đứng hoặc nằm ngang được sử dụng là đường song song với 2 cạnh của không gian ưu tiên trên.



C-BỐ CỤC TRONG ẢNH CHÂN DUNG

Với ảnh chân dung, khuôn mặt người là chủ thể của bức ảnh. Do vậy, nếu chụp chân dung cả người hoặc 2/3 người, ta nên đặt khuôn mặt (đầu) vào điểm mạnh hay đường mạnh phía bên trên. Với chân dung nửa người, ta nên đặt 1 hay 2 con mắt của người mẫu nằm trên đường mạnh phía bên trên, tốt hơn hết là đặt 1 con mắt của người mẫu vào đúng điểm mạnh.

Cần lưu ý đến hướng nhìn của người mẫu: Hướng nhìn phải có không gian rộng hơn phần còn lại.

(xem thêm bài viết chi tiết của NSNA Bùi Minh Sơn - Giảng viên nhiếp ảnh học viện Arena Multimedia trên diễn đàn NICONVN.COM)

2.2. TIÊU CHÍ CỦA ẢNH BÁO CHÍ

2.2.1. Bức ảnh nên có bố cục rõ ràng.

Bức ảnh cần trình bày thông tin rõ ràng và không gây hiểu lầm cho độc giả. Mỗi bức ảnh phải có trọng tâm đề tất cả các thành phần quan trọng của nó hiện lên trước mắt độc giả ngay khi họ nhìn thấy. Có thể gọi phần trọng tâm này là điểm nhìn.

2.2.2. Bức ảnh nên trông tự nhiên và có thần.

Đối với những bức ảnh chụp theo kiểu nghiệp dư, các nhân vật thường cười giả tạo trước ống kính. Còn đối với các bức ảnh chuyên nghiệp, nhân vật tự nhiên, thoải mái tham gia các hoạt động. Bất cứ khi nào có thể hãy chụp người thật làm việc thật, chứ đừng bắt nhân vật phải nhìn chăm chăm vô cảm vào không gian hay vờ bận rộn. Tuy nhiên, khi nhân vật đã hòa với bối cảnh thì phóng viên cần phải bắt được “khoảnh khắc vàng.” Tại đó, cái thần của nhân vật thực sự được bộc lộ.

2.2.3. Bức ảnh nên có chú thích rõ ràng.

Thật ngạc nhiên khi các biên tập viên thường nghĩ rằng: Ô tất cả mọi người đều biết đó là ai. Bill Clinton chứ ai! Đừng bao giờ cho rằng độc giả thông minh như bạn hoặc tất cả các độc giả sẽ đọc bài viết đó. Hãy chú thích rõ mọi thứ: nhân vật là ai, đang làm gì, như thế nào, tại đâu và khi nào.

2.2.4. Bức ảnh nên được phân định rõ ràng.

Điều này nghĩa là không để các bức ảnh có nền màu sáng chìm trên các trang báo nền trắng. Hãy phân định các bức ảnh này bằng một đường khung mỏng, chạy dọc mép bức ảnh (border thường dày 1 point).

2.2.5. Ảnh phải có nội dung.

Độc giả không có thời gian cho các câu chuyện tầm phào, họ cũng không muốn thấy những điều vô nghĩa trong các bức ảnh. Hãy cho độc giả thấy các hình ảnh minh họa trực tiếp cho bản tin của ngày hôm nay (nhân vật đang hoạt động, những người thắng, thua chứ không phải con sóc đang chơi trong công viên). Các bức ảnh phải cung cấp thông tin chứ không phải để trang trí.

2.2.6. Khuôn mặt của nhân vật chính trong bức ảnh phải có kích thước có-thể-nhìn-thấy.

Các bức ảnh hiếm khi được trình bày cỡ lớn trên báo nhưng lại thường xuyên bị để kích thước quá nhỏ. Nhiều khi, các nhân vật quan trọng lại cùng cỡ với một con kiến. Nếu muốn có hình ảnh ấn tượng, hãy tập trung vào những nhân vật đơn lẻ chứ không phải đám đông, hãy chọn kích cỡ các bức ảnh với kích thước to tới mức độ cho phép và khuôn mặt của nhân vật chính phải thực sự nổi bật và sáng giữa đám đông.

(trích bài viết của tác giả T.P.T trên Diễn đàn báo chí Việt Nam)

3. CÁCH GIẢM DUNG LƯỢNG ẢNH ĐỂ TẢI LÊN WEB

Một ảnh chụp bằng máy ảnh kỹ thuật số thường có dung lượng rất to, thường từ 1 MB đến 5 MB tùy theo độ phức tạp của cảnh. Để đưa được các ảnh này lên các trang web hay blog, bạn cần giảm kích thước ảnh (tính bằng pixel) và dung lượng ảnh (tính bằng MB). Sau đây giới thiệu 3 cách đơn giản để làm điều này.

1. Dùng Microsoft Office Picture Manager

Trong Window Explorer nhấp nút phải chuột vào tên tệp ảnh, xuất hiện menu dọc, chọn mục Open With, xuất hiện menu dọc thứ hai, chọn tiếp Microsoft Office Picture Manager, xuất hiện màn hình Microsoft Office Picture Manager.

Chọn mục Picture từ menu chính, xuất hiện menu dọc, chọn mục Resize. Trong cột bên phải màn hình này lựa chọn tỷ lệ % thu nhỏ ảnh trong ô “Percentage of Original Width X height”. Trong mục “Size setting summary” thông báo kích cỡ ảnh cũ và kích cỡ ảnh mới theo pixel, để đưa lên blog kích cỡ chiều rộng ảnh khoảng 500 pixels là thích hợp. Lựa chọn xong nhấp OK.

Ghi ảnh mới vào tệp: File → Save As, chọn tên tệp mới. Đừng chọn Save sẽ đè vào ảnh cũ và làm mất ảnh gốc.

2. Dùng Photoshop

Trước hết, mở ảnh bằng phần mềm Photoshop. Sau đó, làm giảm dung lượng ảnh bằng cách chọn menu File → Save for web & Devices

Màn hình sẽ xuất hiện cửa sổ Save for web & Devices, ở mục Quality (bên phải cửa sổ) chỉnh lại khoảng 50 (bằng cách kéo thanh trượt hoặc nhập trực tiếp con số 50 vào). Thông số Quality sẽ quyết định độ phân giải của ảnh. Nếu bạn chọn càng cao thì dung lượng ảnh càng lớn và ngược lại. Trong khi đó, kích cỡ ảnh không thay đổi. Bạn chỉ cần bấm nút Save là xong.

3. Dùng Paint

Đây là phần mềm tích có sẵn khi bạn cài Windows. Thông thường, bạn có thể mở Paint từ nút Start → Programs → Accessories → Paint.

Sau khi chọn ảnh cần giảm dung lượng ra, bạn chọn trên thanh Menu như sau: Image → Stretch/Skew. Trên màn hình sẽ xuất hiện cửa sổ Stretch and Skew. Bạn điền thông số Stretch cho 2 mục Horizontal và Vertical, ví dụ: 50% (so với ảnh gốc). Bạn cần để 2 thông số này bằng nhau để tránh làm méo ảnh. Sau đó bấm Save as (không bấm Save vì làm mất ảnh gốc), chọn kiểu tệp là PNG chất lượng ảnh lưu sẽ tốt nhất.

(trích bài viết của tác giả Bùi Thế Tâm trên trên Diễn đàn báo chí Việt Nam)

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tập huấn nghiệp vụ “Kỹ thuật viết tin, bài báo chí căn bản” sử dụng tư liệu giảng dạy của các giảng viên sau:

1. GS.TS. Nguyễn Đức Dân, bài giảng “Ngôn ngữ báo chí” – Khoa BC&TT – ĐHKHXH&NV
2. ThS. Nguyễn Văn Hà, bài giảng “Cơ sở lý luận báo chí” – Khoa BC&TT – ĐHKHXH&NV
3. NB. Nguyễn Đức Hiền, bài giảng “Tư tưởng chuyên ngành nội chính” – Khoa BC&TT – ĐHKHXH&NV
4. ThS. Phạm Duy Phúc, bài giảng “Nghiệp vụ báo chí căn bản” – Khoa BC&TT – ĐHKHXH&NV
5. PGS.TS. Nguyễn Đức Dũng, bài giảng “ Kỹ năng viết báo căn bản” (tập huấn cộng tác viên bản tin ngành Thuế) – Học viện Báo chí và Tuyên truyền
6. NB. Nguyễn Ngọc Trân, bài giảng “Tư tưởng chuyên ngành kinh tế” – Khoa BC&TT – ĐHKHXH&NV