

Viết kịch bản cho tác phẩm thời sự PTTH



Ảnh lũ của Mandy công bố theo Creative Commons

Tầm quan trọng của từ ngữ

Phóng viên PTTH sản xuất các tác phẩm thời sự cần dành thời gian viết kịch bản tương đương với thời gian phải đi thu thập âm thanh và hình ảnh.

Khi nghe một chương trình phát thanh khán giả cần có thể hình dung và sự tưởng tượng của họ được khuyến khích nhờ chất lượng ngôn từ sử dụng trong kịch bản. Ngôn từ do phóng viên viết ra giúp xây dựng bức tranh về những gì đã diễn ra.

Khi xem một chương trình trên TV, khán giả sẽ nghe ngôn từ trong kịch bản bổ sung giá trị cho những gì họ thấy trong hình ảnh. Chẳng có lý do gì lại lãng phí những ngôn từ đó để mô tả cái gì đã thấy rõ trên màn hình.

Dưới đây là một số lời khuyên để viết được một kịch bản PTTH tốt.

1: Ngắn gọn

Một phóng viên PTTH cần có thể nhặt ra được những clip có giá trị tin tức nhất và viết kịch bản rõ ràng, nhiều thông tin để trình bày những tài liệu họ đã thu thập được.

Kịch bản là cái làm cho âm thanh và hình ảnh có nghĩa. Đó là cái khung cho câu chuyện.

Nó gắn kết những yếu tố quan trọng nhất và giúp khán giả hiểu được tầm quan trọng của những điểm do những người bạn phỏng vấn đưa ra.

Nó thêu dệt tất cả lại với nhau thành một sản phẩm hoàn thiện có mở, thân, kết để kể một câu chuyện. Nó không chỉ là một danh sách các clip kết nối bằng từ ngữ kiểu như “ông này nói”, “bà này nói”, “ông này nói”, “kết thúc”.

Nó nên mang tính mô tả để giúp khán giả vẽ lên một bức tranh về chuyện gì đã xảy ra kể cả khi trong trường hợp của truyền hình là họ đã thấy trong hình ảnh. Trong những trường hợp như vậy, kịch bản của bạn nên thúc đẩy hiểu biết của họ về tình hình.

Có sử dụng ngôn ngữ thường ngày khán giả của bạn sẽ hiểu. Kịch bản nên viết bằng những câu đơn giản, ngắn gọn. Nó không nên có bất kỳ một khái niệm phức tạp nào có thể gây thắc mắc và mất tập trung.

2: Sử dụng kịch bản để giới thiệu phần audio/video

Kịch bản nên giới thiệu với khán giả đến với phần audio/video bạn dùng.

Nó nên nói cho người nghe cái gì diễn ra tiếp theo mà không nhắc lại những từ ngữ họ chuẩn bị nghe thấy.

Lấy ví dụ về một bài lũ lụt.

Một phần mở đầu như “ông Bình nói đó là trận lũ lụt tồi tệ nhất ông từng thấy” sẽ không phải là một phần mở đầu tốt cho một clip bắt đầu với lời ông Bình nói “Đây là trận lũ lụt tồi tệ nhất tôi từng thấy...”.

Tốt hơn là nên diễn giải trước những gì ông Bình sẽ nói trong clip bạn chuẩn bị dùng hoặc sử dụng kỹ năng viết của bạn để tạo ra một bức tranh về quang cảnh và giới thiệu ông Bình luôn.

Vì vậy phần giới thiệu tốt hơn cho một phóng sự phát thanh có thể là:

“Ông Bình đứng trong ngôi nhà bị ngập nước và bày tỏ mối lo về mực nước dâng cao, hiện đang tấp ngang đầu gối.”

Đoạn clip ông Bình sau đó có thể đưa vào như sau:

“Đây là trận lũ lớn nhất tôi từng thấy...”.

phần giới thiệu cho một phóng sự TV có thể là:

“Với ông Bình, lội quanh nhà đã trở thành chuyện thường ngày.”

Như vậy vì với một phóng sự truyền hình, chúng ta sẽ có thể thấy trong hình rằng ông Bình đang đứng trong căn nhà bị ngập nước đến đầu gối vì vậy nhắc lại việc này là thừa.

Trong khi vẽ lên một bức tranh bằng ngôn ngữ trong kịch bản của bạn là rất quan trọng, tránh tóm tắt quá nhiều cũng quan trọng không kém. Bạn không nên lấy mất sức mạnh của các clip trong phóng sự của mình.

Và bạn nên tránh mô tả những thứ quá rõ ràng.

Bạn cần giới thiệu cho khán giả một cách nhẹ nhàng về những gì họ chuẩn bị được nghe và nhìn để họ có thể điều chỉnh và hấp thu thông tin mà không cảm thấy khó hiểu về những gì họ vừa nghe thấy và tại sao.

3: Lôi kéo sự chú ý của khán giả

Khi biết một kịch bản thời sự, bạn đang phác thảo phần giới thiệu về những tài liệu được thiết kế để khiến mọi người dừng lại, lắng nghe và học hỏi.

Thông tin quan trọng nhất phải được đề cập đến trong vài câu đầu và kịch bản phải mạnh mẽ từ đầu cho đến khi kết thúc và chất lượng cần ổn định xuyên suốt cả tác phẩm.

Kịch bản không được cắt ở phần cuối. Một cách để đảm bảo việc này không xảy ra là kết nối các sự kiện và tạo ra những bằng hiệu có âm thanh hay những dấu hiệu thể hiện sắp có gì đó mới và đáng để chờ đợi.

Âm thanh và hình ảnh của cảnh vật của sự kiện cũng có thể đóng vai trò như các biên hiệu. Vì vậy thu thập đủ cảnh hiện trường (âm thanh nền và hình ảnh) khi bạn ra ngoài để ghi âm/hình bằng không bạn có thể sẽ thấy khó tìm được cách kết nối giữa các yếu tố khi bạn bắt đầu biên tập chúng.

Và cảnh hiện trường của bạn có thể dùng để giới thiệu một nhân vật hoặc yếu tố mới trong phóng sự. Lấy ví dụ trường hợp của ông Bình ở trên.

Một kịch bản thông minh có thể có âm thanh hay hình ảnh của một ai đó đi trong nước hoặc đang cố quét nước ra.

Ở phần âm thanh đó bạn có thể có lời bình như:

“Mỗi này, ông Bình đều phải cố gắng giữ cho mực nước đang tăng không xâm nhập vào nhà”.

Sau đó có thể phân lời của ông Bình:

“Đây là trận lụt tồi tệ nhất tôi từng thấy...”.

Bằng cách làm này, bạn có thể vẽ lên một bức tranh cho khán giả, giới thiệu ông Bình, tạo ra một mối liên kết vào một clip ông nói và tránh sự lặp lại nhàm chán.

Bạn cũng sẽ giúp thúc đẩy hiểu biết của khán giả, những người sẽ hiểu được rõ những vấn đề ông bình, một nông dân địa phương đang gặp phải.

4: Quan điểm của bạn không quan trọng

Kịch bản của bạn nên thực tế, không có những từ ngữ bình luận hay mô tả.

Đừng cố thu hút người nghe bằng việc đưa cảm xúc riêng của bạn vào. Đó không phải là việc của bạn, bạn không được trả tiền để thêm thắt bình luận.

Liệu bạn nghĩ những cảnh bạn đang chứng kiến thật “bi kịch”, “choáng váng” hay “kinh khủng” hay không không quan trọng.

Đó là những quan điểm chủ quan. Bạn không được phép làm ô nhiễm kịch bản bằng sự chủ quan. Làm như vậy bạn đang từ chối cho khán giả cơ hội để đưa ra kết luận của riêng họ, cái đó có thể khác hay thậm chí là chính xác hơn của bạn.

Việc của bạn là cung cấp thông tin. Những người xem hay nghe phóng sự của bạn sẽ tự đưa ra quyết định riêng của họ về sức mạnh thông tin bạn đang phát sóng.

Kịch bản của bạn nên đan xen tất cả các yếu tố bạn đã thu thập cho phóng sự của bạn mà không gợi ý ai quan trọng hơn ai. Việc này là do khán giả quyết định, không phải bạn.

5: Đưa một bản tin hoàn thiện và công bằng

Kịch bản của bạn nên có bối cảnh để khán giả có thể đánh giá tầm quan trọng của nó.

Bạn có trách nhiệm đưa ra thông tin theo một cách không dẫn dắt hay gây hiểu lầm. Đây là lý do tại sao công bằng và chính xác lại rất quan trọng.

Ví dụ, bạn có thể đưa tin rằng “anh Phú hàng ngày phải dậy lúc 5 giờ sáng để đạp xe đi làm (cảnh quay anh Phú đạp xe trông sẽ đẹp). Sau ca làm việc kéo dài 10 tiếng ở xưởng may, anh lại bắt đầu hành trình tương tự để về nhà lúc 8 giờ tối”.

Nếu không có bối cảnh, kịch bản trên có thể được hiểu nghĩa là anh Phú đang vật lộn với cuộc sống và anh không thể mua một chiếc xe máy hoặc không có phương tiện công cộng cho anh đi lại từ nơi anh ở đến nơi làm việc.

Mọi người có thể nghĩ là anh sống ở một vùng hẻo lánh và hàng ngày buộc phải đạp xe đi xa để kiếm việc. Họ có thể kết luận rằng anh Phú bị trả lương thấp và cuộc sống của anh khá bi đát.

Tuy nhiên, có thể anh Phú hoàn toàn ổn, và anh có thể đã chọn việc đạp xe 40km đi về hàng ngày vì anh đang tập luyện cho một cuộc đua xe đạp trong khu vực. Anh có thể bị mất bằng lái vì bị bất say rượu khi đang lái xe. Anh có thể thậm chí là ông chủ của công ty may mặc sở hữu một chiếc xe đắt tiền và chỉ đơn giản là chọn đi làm bằng xe đạp để giữ gìn cơ thể.

Bạn cần phải làm rõ tất cả với khán giả bằng việc đưa bối cảnh đầy đủ và những hình ảnh được lên kịch bản tốt để khán giả có thể vẽ lên một bức tranh đúng trong đầu họ.

6: Lên kịch bản trước khi phỏng vấn

Một vài phóng viên lựa chọn việc phác thảo kịch bản trước khi tiến hành phỏng vấn.

Việc này ổn miễn là người phóng viên giữ được đầu óc cởi mở và không dàn xếp hay cố dàn kịch các cuộc phỏng vấn để khớp với cấu trúc được lên kế hoạch trước.

Bạn cần sẵn sàng thay đổi kịch bản nếu xuất hiện thông tin mới

Ví dụ, bạn có thể sẽ chứng kiến một đám cháy trong một khu chung cư. Bạn thấy mọi người chạy ra từ toà nhà với đồ đạc trong tay họ và đặt xuống vỉa hè ngoài toà nhà đang cháy.

Có thể bạn đang truyền hình trực tiếp từ hiện trường. Có thể là bạn đang đưa tin những gì bạn thấy mà không phỏng vấn người đó trên phố hay nhân viên cứu hộ.

Chỉ dựa vào những gì bạn thấy bạn có thể đưa tin như sau:

“Lửa đang lan sang một khu dân cư ở quận Hoàn Kiếm, Hà Nội và người dân nỗ lực chạy tài sản khỏi những căn nhà đang bốc cháy”.

Đến đây thì nghe như vậy vẫn ổn. Những điều khá xúc động. Một phần mở đầu khá rõ ràng vẽ lên một bức tranh về những gì bạn nghĩ mình đang chứng kiến.

Nếu bạn có tiếng còi xe cứu thương hú liên tục, một số hình ảnh vòi nước chữa vào đám cháy, và tiếng la hét, sợ hãi thì đây sẽ là một phần mở đầu khá hay cho bản tin tường thuật trực tiếp của bạn.

Tuy nhiên nếu bạn chưa phỏng vấn các nạn nhân, nhân chứng hay nhân viên cứu hộ, có thể bạn đang vẽ nhầm tranh.

Có thể là những người đang bê TV, đài, và những vật dụng cá nhân từ khu căn hộ đang cháy là trộm cắp đang tìm cách hôi của.

Cho đến khi bạn biết được thông tin và bối cảnh, bạn không thể đưa tin một cách chính xác.

Một phóng viên cần phải có đầu óc đa nghi và không bao giờ nên chấp nhận thông tin bề mặt.

Họ nên luôn chất vấn những gì họ nghe và nhìn thấy.

Và họ nên luôn dự tính sẽ tìm thấy thông tin mới từ việc kiểm tra những tài liệu họ đang thu thập.

7: Viết kịch bản sau khi phỏng vấn

Một số phóng viên thích xem và nghe tài liệu họ thu thập được trước khi viết kịch bản. Cách này có thể dẫn đến một phóng sự nghe mới mẻ hơn.

Tuy nhiên, nó cũng có thể dẫn đến sự bần khoản nếu bạn đã thu thập được quá nhiều tài liệu và không biết chắc nên biên tập và lên kịch bản như thế nào.

Biết cắt bỏ gì, dùng gì là một kỹ năng sẽ phát triển theo thời gian.

Có một cấu trúc sẽ giúp ích. Viết một dàn bài kịch bản có thể sẽ giúp sắp đặt những phần bạn đã thu thập được dễ hơn.

Hãy nghĩ như là đang chơi trò ghép hình mà không biết hình ảnh hoàn thiện trông như thế nào. Đó không phải là việc dễ dàng.

8: Kiểm tra thông tin

Kiểm tra tất cả các thông tin bạn đưa vào trong kịch bản. Kiểm tra những gì các nhân vật trả lời phỏng vấn nói.

Có vẻ ai đó biết mình đang nói gì không có nghĩa là họ đang nói sự thật với bạn.

Quyết định liệu việc kiểm tra thông tin có đưa ra bất kể vấn đề nào cần nhắc đến trong kịch bản và chuẩn bị tinh thần nghiên cứu kỹ hơn nếu cần thiết.

Ví dụ, cùng xem bài về lũ.

Bạn có thể đã đến một thành phố để đưa tin về ảnh hưởng của những đợt mưa lớn gần đây.

Đứng trên phố ngoài quán café ngập nước, Chị Hoa nói với bạn: “Đây là trận lụt tồi tệ nhất tôi từng thấy ở thành phố này”.

Sau đó có thể bạn sẽ viết một bài phóng sự nói rằng “trận lũ ở Vinh là trận lũ tồi tệ nhất từng xảy ra”.

Tuy nhiên, nhân vật bạn phỏng vấn, Chị Hoa không nói với bạn rằng chị mới chuyển đến khu vực này hai năm trước và đó mới là lần thứ hai chị chứng kiến lũ lụt ở Vinh.

Điều chị Hoa nói với bạn là thật nhưng sự thật đó cần được kiểm tra và đưa vào bối cảnh để không chỉ tìm hiểu xem nó có thật, tất nhiên trong trường hợp của chị là thật, mà liệu nó có phải là một dấu hiệu của một vấn đề đang gia tăng không.

Rất dễ gây hiểu lầm cho khán giả một cách vô thức.

9: Đạo đức biên tập

Kiểm tra kịch bản đối với đạo đức báo chí về sự khách quan, không thiên vị và công bằng.

Đừng quá xem trọng một quan điểm. Và đừng mắc sai lầm khi nghĩ rằng tất cả các câu chuyện chỉ có hai phía; thường thì có rất nhiều quan điểm để đưa.

Hầu hết mọi người bạn phỏng vấn sẽ có quan điểm khá mạnh – bạn sẽ không phỏng vấn họ nếu không phải như vậy – tuy nhiên, kịch bản của bạn cần phải công bằng với tất cả.

Bạn phải khách quan trong việc lựa chọn các clip và ngôn từ.

Xin hãy đọc các mô đun đào tạo trong phần đạo đức.

10: Mở bài

Bắt đầu kịch bản bằng việc giải quyết ý chính nói trong phần sapo. Đây là lúc bạn muốn cho khán giả cơ hội quyết định liệu có đáng để họ đầu tư thời gian nghe hay xem phóng sự của bạn không.

Trong mô đun đào tạo về xác định khán giả mục tiêu, chúng tôi đề xuất nên để hình ảnh của khán giả mục tiêu ở nơi dễ thấy để giúp nhắc nhở phóng viên họ đang viết cho ai. Việc này có thể đảm bảo rằng kịch bản liên quan, thu hút sự chú ý của khán giả và những điểm chính đáp ứng được nhu cầu của họ.

Sau đó trong kịch bản, bạn có thể thêm bối cảnh và phân tích để cố giúp khán giả hiểu những vấn đề được đưa ra thông qua những người bạn phỏng vấn.

Nhưng bắt đầu bằng một khía cạnh thời sự nêu bật được những gì đã xảy ra. Phần sapo này cũng có thể sẽ cung cấp nguyên liệu quảng bá để có thể lan truyền trên truyền thông xã hội và quảng bá chéo.

Ở đây cần sự đề ý. Phần giới thiệu phải là một sự thể hiện chính xác của câu chuyện và không cường điệu để cố ‘bán’ câu chuyện.

Nó không được gây hiểu nhầm, phải là sự đánh giá chính xác các thông tin sẽ được đưa ra và phân tích trong phóng sự.

Trường hợp phóng viên rơi vào cái bẫy viết lách để cố gây ấn tượng với các đồng nghiệp, cấp trên và khán giả là rất dễ xảy ra. Nhưng đó không phải là công việc của phóng viên.

11: Kết luận

Tránh những từ kết thúc mù mờ và luôn kết thúc kịch bản của bạn với một thông tin và không phải là một câu vô nghĩa kiểu như “chúng ta sẽ phải chờ xem”.

Khán giả của bạn muốn thông tin, không phải những điều sáo rỗng.

Nên suy nghĩ hỏi người bạn phỏng vấn chuyện gì có thể sẽ xảy ra tiếp theo và sau đó tóm tắt lại những mong đợi của họ trong khổ cuối.

Đây là cách trung thực nhất để thể hiện cảm xúc của những người được nhắc đến trong phóng sự của bạn.

Tuy nhiên, khi bạn làm việc này bạn phải trích nguồn rõ ràng và không gợi ý rằng cái người trả lời phỏng vấn nghĩ có thể sẽ xảy ra sẽ chắc chắn xảy ra.

Trong trường hợp câu chuyện lũ lụt ở Vinh, chị Hoa có thể kết chuyện nói rằng:

“Chúng tôi sẽ chẳng bao giờ có thể phục hồi lại sau lần này và toàn bộ chuyện làm ăn đã bị phá huỷ hết rồi”.

Đó là một câu trích dẫn hợp lý phản ánh nỗi lo sợ của bà.

Tuy nhiên, thực tế có thể khác.

Có thể có thể sẽ có một gói hỗ trợ toàn diện, với sự giúp đỡ và trợ giúp cho các hộ bị lũ phá huỷ.

Có thể các phương án tránh lũ mới được triển khai và nhờ vậy công việc kinh doanh của chị Hoa sẽ ổn.

Là một phóng viên, việc của bạn là phản ánh những mối băn khoăn, lo sợ, liệt kê thông tin, xây dựng bối cảnh và trình bày chúng theo cách giúp khán giả hiểu được thông tin.

12: Nó có nghĩa không?

Khi bạn nghĩa bạn đã hoàn thành, bạn cần xem lại tất cả các tài liệu một lần nữa.

Tự đọc lại kịch bản. Bạn có để khoảng trống nào không? Bạn có cần nghiên cứu gì thêm không?

Kiểm tra lại với một đồng nghiệp. Thêm một đôi mắt, đôi tai nữa rất đáng giá và sẽ giúp bạn kiểm tra kịch bản và sự chọn lựa các phần audio và video.

Bạn đã đạt được những kết luận chính xác chưa? Bạn đã thể hiện quan điểm của những người bạn phỏng vấn một cách công bằng và chính xác chưa?

Bạn có đưa ra những giả định có thể gây hiểu nhầm không? Và bạn có đưa bất kể một thông tin nào mà bạn thực sự không hiểu rõ hay chưa kiểm tra kỹ không?

Nếu bạn không hiểu được kịch bản của bạn thì khán giả cũng không thể hiểu nổi.

