

یا لطیفا...

مطالعه رسانه‌ای

حسن گل احمدی

فوزیه خالدی

سرشناسه	: گل احمدی، حسن. ۱۳۵۷-
عنوان و نام پدیدآور	: مصاحبه رسانه‌ای / حسن گل احمدی، فوزیه خالدي.
مشخصات نشر	: تهران، حسن گل احمدی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهري	: ۱۷۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰-۱۸۵۹-۹
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا.
موضوع	: مصاحبه در رسانه‌های گروهی.
شناسه افزوده	: خالدي، فوزیه. ۱۳۵۸-
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۷ گ۸ / م۹۶ P
رده‌بندی دیوید	: ۳۰۲/۲۳
شماره ثبت‌شناسی ملی	: ۵۴۷۳۵۹۸

مصاحبه رسانه‌ای

مؤلفان: حسن گل احمدی

فوزیه خالدي

ناشر: حسن گل احمدی

ویراستار: علی میرزایی‌پور

صفحه‌آرا: مریم ایزدطلب

طراح جلد: بهزاد ولیپور

چاپ اول: ۱۳۹۷

قطع: وزیری

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپخانه: صبا

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

پنخس: ۰۹۱۲۲۳۷۰۷۱۴

فهرست مطالب

۹	مقدمه
---	-------

فصل اول: مصاحبه

۱۷	مقدمه
۱۸	تعریف مصاحبه
۱۹	اهمیت مصاحبه
۲۰	ارکان مصاحبه
۲۰	اهداف مصاحبه
۲۱	ویژگی های مصاحبه
۲۵	ویژگی های مصاحبه کننده
۳۰	انواع مصاحبه
۴۷	روش های انجام مصاحبه
۵۱	اصول مصاحبه
۵۴	انواع سؤالات مصاحبه
۵۵	زمان و مکان مصاحبه
۵۵	مدت مصاحبه
۵۶	انتقادهای وارد به مصاحبه
۵۷	طبقه بندی مصاحبه های رسانه ای
۵۸	اهداف و شرایط مصاحبه (دوسوی ارتباط)
۵۹	برنامه ریزی برای مصاحبه

فصل دوم: پیش از مصاحبه

۶۵	ایجاد آمادگی برای مصاحبه
۷۵	زمان مصاحبه
۷۶	مکان مصاحبه
۷۸	عوامل مؤثر در طراحی مناسب پرسش‌ها پیش از انجام مصاحبه
۸۰	مطالعه پیش از مصاحبه
۸۲	شناخت قبلی از مصاحبه‌شوندگان
۸۶	سؤال‌های مصاحبه
۹۴	اصول اخلاق حرفه‌ای

فصل سوم: حین مصاحبه

۹۷	ضرورت برقراری ارتباط با مصاحبه‌شونده
۱۰۳	ارتباط کلامی و غیرکلامی و تأثیر آن در مصاحبه
۱۱۲	دلایل عدم تمایل برخی افراد به انجام مصاحبه
۱۱۳	مقابله با بی‌علاقگی مصاحبه‌شونده به گفته‌ها
۱۲۳	نکات روانشناسی مؤثر در انجام مصاحبه
۱۲۶	راه‌های افزایش جذابیت مصاحبه
۱۳۵	بازنگری مجدد

فصل چهارم: پس از مصاحبه

۱۳۹	پس از انجام مصاحبه
۱۴۱	پیاده کردن نوار مصاحبه
۱۴۲	ویرایش و اصلاح متن
۱۴۴	بازخوانی مصاحبه
۱۴۴	تیرگذاری
۱۴۶	مقدمه مصاحبه
۱۵۳	شیوه‌های تنظیم انواع مصاحبه

فهرست مطالب / خ

۱۵۸.....	سبک پرسش و پاسخ مستقیم
۱۵۸.....	شیوه گزارشی
۱۶۱.....	شیوه تلفیقی
۱۶۴.....	عوامل مؤثر در تبدیل مصاحبه خوب به مصاحبه ضعیف
۱۷۱.....	منابع

www.ketab.ir

مقدمه

امروزه علم و دانش با سرعت فزاینده‌ای در حال رشد است. انسان تا به امروز هر پیشرفتی داشته و یا اگر جهولی را به معلوم تبدیل کرده ابتدا و انتهایش مشخص نشده و سرعت آن نیز نامعلوم است.

اما امروزه محققین و دانشمندان رشد علوم انسانی را هر هفتاد روز دو برابر می‌دانند. بر فرض اگر در مورد یک علم خاص، هر چه مانند (کتاب، مقاله، جزوه، فیلم، صدا، تصویر و ...) وجود داشته باشد، پس از هفتاد روز به دو برابر می‌رسد. حال اگر کسی قصد داشته باشد در همان رشته خاص، فرد خاص و به‌روزی باشد، آیا رسانی که در اختیار بشر است می‌توان به تمامی مباحث و حجم تولید شده آن علم مسلط و «طبیعتاً نه»!

بر همین اساس امروزه بشر تمامی علوم را به زیرشاخه‌های ریز تقسیم کرده تا بتواند متخصص در آن علم باشد. اگر نتایج این علوم را- از ابتدای خلقت تا کنون- به وسیله مطالعه به دست آورده است یعنی اگر علمی، داده‌ای، تجربه‌ای و اطلاعاتی در ذهن کسی بوده که آن را بوسیله صحبت کردن و ارتباط گرفتن (کلامی و غیرکلامی) در اختیار دیگران گذاشته، این ارتباط را مصاحبه می‌گوییم.

با توجه به زمانی که در اختیار بشر وجود دارد و گسترش علم و فراوانی اطلاعاتی که در جهان مملو از اطلاعات (بمباران اطلاعاتی) است و درصد بالایی از این اطلاعات از طریق رسانه‌ها در اختیار بشر قرار می‌گیرد البته درصد بالایی از این اطلاعاتی که از طریق رسانه‌ها به بشر می‌رسد از طریق مصاحبه به دست می‌آید.

تا مرد سخن نگفته باشد

عیب و هنرش نهفته باشد

از این بیت جناب سعدی علیه‌رحمه، استفاده‌های بسیاری شده است و خیلی از بزرگان به مناسبت‌های گوناگون و در زمان و مکان‌های مختلف، دست به قلم برده‌اند. در واقع با توجه به نیاز، مورد استفاده قرار گرفته است. تا جایی که در فرهنگ عامه ایران زمین و دیگر بلاد پارسی زبان به ضرب‌المثل تبدیل شده است. در واقع در مصاحبه است که؛ فردی، مسئولی و یا متخصصی به سؤالی پاسخ می‌دهد و با همین پاسخ‌گویی و حرف‌زدن است که عیب، هنر، درست و نادرست بودن یک موضوع روشن می‌شود.

همچنین در هر مصاحبه، همین بس که بگوییم مصاحبه‌شونده با توجه با داشتن اطلاعات و در انتقال آن، دیگران را مطلع می‌کند و این اطلاع یعنی سخن و عیب و هنر.

برای بیشتر نویسندگان، غیر از کسانی که در نوشتن آثار تخیلی از دانسته‌ها و تخیل خود کمک می‌گیرند، لازمه نوشتن، جست‌وجو در دنیای پیرامون جهت دستیابی به اطلاعات است. با اینکه پاره‌ای از این اطلاعات ممکن است به آسانی در کتابخانه‌ها و بایگانی‌های مراکز تحقیق در دسترس باشد، در بیشتر اوقات بهترین کار این است که نویسنده با مراجعه به یک منبع زنده، یا به عبارت دیگر از طریق مصاحبه به اطلاعات مورد نظر خود دست یابد.

اغلب مصاحبه ابزار کار خبرنگار به حساب می‌آید و در اکثر موارد شریان حیاتی مقاله است. اما در بسیاری دیگر از انواع نوشتن نیز می‌توان از آن بهره‌مند شد. شما اعم از اینکه یک روزنامه‌نویس باشید که می‌خواهد مطلبی درباره یک چهار سرشناس بنویسد یا نویسنده داستان‌های تخیلی - تاریخی باشید که سعی می‌کند درباره داستان اجتماعی یک دوره خاص از یک مورخ اطلاعات کسب کند، یا نویسنده رمانی باشید که نیاز به اطلاعاتی درباره یک روز از زندگی یک رفتگر دارد، به مصاحبه نیاز خواهید داشت. حتی اگر بخواهید با کسانی تماس بگیرید که می‌توانند در کار نوشتن به شما کمک کنند، به یاد گرفتن مهارت‌های مصاحبه نیاز خواهید داشت.

از مصاحبه کردن منافع زیادی نصیب نویسندگان خواهد شد. مصاحبه برای روزنامه‌نگاران، منبعی تقریباً نامحدود از اندیشه‌ها به منظور نوشتن است. افرادی که با آنها مصاحبه می‌کنید،

می‌توانند از طریق نقل خاطرات، لطیفه و ماجراهای شیرین از تجارب جالب انسانی به نوشته شما روح و زندگی ببخشند.

از طریق مصاحبه می‌توانید اطلاعات منحصر به فرد تخصصی، مطالب جالب از شاهدان عینی و مطالب مستندی را که به راحتی از کتابخانه‌ها و بایگانی‌ها به دست نمی‌آیند، جمع‌آوری کنید.

متداول‌ترین وسیله بررسی تجربی در علوم انسانی و بسیاری از رشته‌های مجاور دیگر همچنین در بخش‌های کاربردی، روش مصاحبه است. زیرا گرچه با این وسیله، رفتار اجتماعی افراد فقط به طور غیرمستقیم، بر مبنای عکس‌العمل آنها به سؤالات سنجیده می‌شود و به نظر می‌رسد تکنیک‌هایی چون مشاهده یا آزمایش ممکن است بتوان رفتار اجتماعی افراد را در گروه‌های کوچک به طور مستقیم و واقعی‌تر بررسی کرد، اما در گروه‌های بزرگتر، هنگامی که مقایسه نسبتاً دقیق رفتار گروه‌ها با یکدیگر مطرح می‌شود باید مقیاس‌های دقیق، قابل اطمینان و با شکلی یکسان برای تبار به و سنجش افراد با یکدیگر یافت که در مجموع «مصاحبه» در بیشتر موارد به این هدف ایده‌آل نزدیک‌تر است.

انجام مصاحبه عبارتست از؛ هنر پرسیدن پرسش‌های درست و به دقت گوش‌دادن به آنچه که مصاحبه‌شونده می‌گوید، همچنین چیزهایی که مصاحبه‌شونده نمی‌گوید.

مصاحبه ارتباطی طراحی شده، هدف‌دار، رودررو و نیازمند تصمیم‌گیری است که دو طرف در آن حضور دارند و دست‌کم یکی از طرفین با برنامه‌ریزی قبلی در آن شرکت می‌کند. به عبارتی محقق با برنامه‌ای معین به وسیله سؤالات منظم به دنبال سنجش هدف‌هایی مشخص است. با همین توضیح چنین برمی‌آید که:

- در آغاز باید هدف‌های کل (هدف تحقیق و بررسی) و هدف‌های جزء (هدف از طرح هر سؤال) مشخص شده باشند.

- وسیله بررسی و سنجش در این روش، سؤال و یا وسیله‌های شبیه آن (نظیر گویه)

است.

- این وسایل نسبت به موضوع و افراد و شرایط مکانی و زمانی مورد مطالعه باید هریار با برنامه‌ای دقیق و قابل کنترل، پیاده شوند تا امکان مقایسه و نتیجه‌گیری قابل اطمینان وجود داشته باشد.

اگر پای صحبت خبرنگاران و گزارشگران کارکشته و باتجربه بنشینید آنها می‌توانند ساعت‌ها برای شما داستان‌هایی از خرابکاری خود یا همکاریانشان بازگو کنند. داستان‌هایی که ناشی از ناآگاهی و کارنا بلدی خبرنگار یا ایجاد شرایطی ناخواسته و غیرقابل کنترل بوده که توسط محیط یا مصاحبه‌شونده به آنها تحمیل شده است. مصاحبه‌هایی که خبرنگاران را به دادگاه کشانده است. مصاحبه‌هایی که در همان شروع به دلیل طرح یک سؤال ناشیانه از سوی مصاحبه‌شونده پایان یافته است. مصاحبه‌هایی که به دلیل ضبط نشدن قابل انتشار تشخیص داده نشده است. یا به دلیل آنکه دستگاه ضبط صوت آن را ضبط نکرده و خبرنگار نیز به اتکای ضبط، یادداشت نکرده است چیزی برای انتشار در اختیار نداشته است ... حالا کجایش را دیده‌اید؟ این تنها یک بخش است. بر فرض که همه چیز بر وفق مراد شما پیش رفته است و مصاحبه‌شونده‌ای رام در اختیار شما قرار دارد که کاملاً حاضر است با شما همکاری کند. ضبط شما مثل ساعت سوییسی کار می‌کند ... ، اما بدانید، مصاحبه علی‌رغم ظاهر ساده‌اش هزار پیچ‌وخم دارد؛ طراحی سؤال‌های درست، انتخاب سوژه درست، آگاهی داشتن از تکنیک‌های ارتباطی، داشتن ششم خبری، شناخت انواع آدم‌هایی که قرار است روبه‌روی ما بنشینند و با ما گفت‌وگو کنند، فراگیری تکنیک‌های پردازش و تنظیم مصاحبه و از همه مهم‌تر دلهره و هراس و ... مصاحبه در عین سختی‌هایی که دارد یک کار هرمنده و جذاب است. به ویژه وقتی که شما یاد می‌گیرد چطور این تکنیک‌ها را به کار بگیرید و از ششم خبری خودتان و زیرکی‌هایی که لازمه کار خبرنگاری است در تولید و خلق یک گفت‌وگوی مفید بهره ببرید. آن وقت است که شما از این هنر رسانه‌ای بی‌نهایت لذت خواهید برد.

در این کتاب شیوه‌های اساسی مصاحبه‌کردن که شما را قادر می‌کند مصاحبه‌ای درست انجام دهید، شرح داده شده است. دلیل مصاحبه هر چه باشد مراحل مختلف و جریان مصاحبه‌ها در بیشتر موارد تقریباً یکسان است. باید طرح و نقشه داشته باشید، مصاحبه ترتیب دهید، متن آن را پیاده کنید و برای انتشار (هر جا که مناسب‌تر باشد) بفرستید. برای انجام یک

مصاحبه خوب و کامل توضیحات و تشریحات فراوانی وجود دارد، اما بهتر است که از اطاله کلام و مبحث کاسته شود و اگر یک مصاحبه‌گر به مطالب این کتاب بسنده کند، کفایت می‌کند. مابقی بصورت تجربی در طول مصاحبه‌هایی که مصاحبه‌کننده انجام می‌دهد، به دست می‌آید. در واقع مطالب این کتاب در حد الفبای، دریای بیکران و ژرف مصاحبه است.

این کتاب در نوع خود عاری از اشکال نیست، اما سعی شده است که به مسائل دیگر و حاشیه‌ای پرداخته نشود، بلکه فقط به مصاحبه و مسائل آن بپردازد.

کتاب حاضر در چهار فصل تنظیم شده است. فصل اول؛ به کلیت مصاحبه، شناخت، تعریف، انواع، ویژگی‌ها و مسائل مصاحبه اشاره می‌کند. فصل دوم؛ به واکاوی مسائل پیرامون و موضوعات قبل از مصاحبه پرداخته است. در فصل سوم به مسائل و عملکردهای حین مصاحبه اشاره شده است. در فصل آخر (چهارم) با شرایط پس از مصاحبه، تنظیم مصاحبه و چگونگی نگهداری رونوشت (بسی مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده) و نمونه‌هایی از انواع مصاحبه، آشنا می‌شویم.

برای فصل‌های این کتاب و مطالب ارائه شده بدون شک می‌توان چندین کتاب نوشت اما در این کتاب فقط به منظور آشنایی خوانندگان با موضوعاتی که به عناوین تأثیرگذار در سیاست اعمالی رسانه‌ها در خصوص مصاحبه، می‌تواند نقش داشته باشد به صورت اجمالی معرفی و اندکی توضیح داده شده است.

از تمامی بزرگان عرصه خبر، ارتباطات و رسانه که با زحمات خود، دیدگاه امروزی به جهان را تحویل جوانان دادند تا در عرصه بین‌المللی سخنی در میان داشته باشند، سپاسگزارم.

در انتها پایان یادآور می‌شود بخشی از فیش‌برداری این کتاب مربوط به سال‌های گذشته است، لذا ممکن است در اثنای نگارش کتاب، حقوق معنوی برخی از مؤلفین ادا نشده باشد؛ بدین وسیله از محضر این سروران پوزش طلبیده و اقرار می‌کنم که تدوین این کتاب حاصل نوشته‌های سودمند بزرگان عرصه علم و اندیشه است.

امید است صاحب‌نظران قصور این حقیر را گوشزد نمایند.