

مصاحبه و سوژه یابی

نویسنده : امیرحسین زارعی

محمود آبادی

انتشارات بکراندینان

سرسناسه	: زارعی محمودآبادی، امیرحسین، ۱۳۶۴ -
عنوان و نام پدیدآور	: مصاحبه و سوژه یابی / نویسنده امیرحسین زارعی محمودآبادی.
مشخصات نشر	: یزد: بکراندیشان، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۴۹۴-۲-۲ : ریال ۱۵۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
مسئوع	: خبرنگاران و خبرنگاری
موضوع	: Reporters and reporting
موضوع	: مصاحبه -- فن
موضوع	: Interviewing -- Technique
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۵ م ۶/۲: PN۴۷۸۱
رده بندی دیویی	: ۰۱۰/۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۳۱۲۵۳

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۴۹۴-۲-۲
صفحه آرای : انتشارات بکراندیشان
نوبت چاپ : اول
ویراستاری : انتشارات بکراندیشان
شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه
طرح جلد : انتشارات بکراندیشان
قیمت : ۱۵۰۰۰۰ ریال

۰۹۱۳۳۵۶۵۵۲۶

Amirhussein_zarei۲۰۲۰@yahoo.com

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
فصل اول : گزارش های خبری در رسانه ملی.....	۱۰
انواع گزارش در رسانه ملی.....	۱۱
۱- گزارش خبری تک باند.....	۱۱
۲- گزارش خبری پوبل.....	۱۲
۳- گزارش های تلفیقی.....	۱۴
گزارش نویسی در مطبوعات و فضای مجازی.....	۱۵
حرکات دوربین و تصویر در خبر.....	۲۵
۱- نمای خیلی باز.....	۳۰
۲- نمای کامل.....	۳۰
۳- نمای باز.....	۳۰
۴- نمای متوسط.....	۳۰
۵- نمای آمریکایی یا نما از زانو.....	۳۱
۶- نمای بسته متوسط.....	۳۱
۷- نمای بسته.....	۳۱
۸- نمای بسیار بسته.....	۳۱
۹- نمای دو نفر و بیشتر.....	۳۲

۳۲		واژگان در خبر
۳۲		۱- واژه‌های توصیفی
۳۳		۲- بیان احساسات و عواطف
۳۵		۳- پرهیز از اتهام زنی
۳۵		۴- بهره‌گیری از ادبیات متناسب با عرف
۳۶		درجه بندی اخبار و برنامه‌های تولیدی
۳۸		ساختار برنامه های تلویزیونی
۳۸		۱- هماهنگی با کلیپ
۳۹		۲- پویا سازی
۳۹		۳- مستند
۴۰		۱- مستند گزارشی
۴۰		۲- مستند نمایشی
۴۰		۳- مستند داستانی
۴۱		۴- برنامه‌های ترکیبی
۴۱		۵- مسابقه
۴۱		۶- نمایش عروسکی
۴۲		۷- تیزر یا آنونس
۴۲		سبک‌های نوین خبرنگاری
۴۳		سبک ساعت شنی یا ساختار گیلای زوجی
۴۵		سبک خبری گیلای
۴۶		سبک وال استریت ژورنال
۴۷		نات‌گراف
۴۸		سبک فصل بندی

۴۹	سبک فهرست نویسی
۵۰	سبک خبر نویسی داستانی
۵۲	فصل دوم: مصاحبه خبری در رسانه ملی و دیگر رسانه‌ها
۵۴	مصاحبه روش ارتباطی
۵۵	قالب مصاحبه خبری
۵۷	ضرورت تهیه مصاحبه
۵۸	ویژگی‌های یک مصاحبه
۶۰	موضوع مصاحبه
۶۱	ویژگی‌های مصاحبه‌کننده
۶۸	ویژگی‌های مصاحبه‌شونده
۷۰	جانب داری مصاحبه‌کننده
۷۱	حریم اطلاعات در مصاحبه
۷۱	قرارداد مصاحبه
۷۲	تاثیر اجتماعی مصاحبه
۷۲	اجرای مصاحبه
۷۹	مصاحبه خبری
۸۰	مصاحبه تخصصی
۸۱	موقعیت اجتماعی و اعتبار در مصاحبه
۸۲	زمان و مکان در مصاحبه
۸۲	محل مصاحبه
۸۵	صحنه آرای مصاحبه
۸۸	مزاحمت‌های احتمالی هنگام مصاحبه
۹۰	شیوه تنظیم سؤالات مصاحبه

۹۳	روش های انجام مصاحبه.....
۹۸	فصل سوم : سوژه یابی و سوژه پردازی در رسانه.....
۹۹	معرفی رسانه های دیداری و نوشتاری.....
۱۰۸	طبقه بندی اخبار و اطلاعات در رسانه.....
۱۱۵	سوژه پردازی در رسانه.....
۱۱۸	کشف سوژه.....
۱۱۹	قانون مطبوعات.....
۱۱۹	فصل اول: تعریف مطبوعات.....
۱۲۰	فصل دو : رساله مطبوعات.....
۱۲۰	فصل سوم: حقوق مالکیت.....
۱۲۱	فصل چهارم: حدود دادرجات.....
۱۲۴	فصل پنجم: شرایط متقاضی و مراحل صدور پروانه.....
۱۳۲	فصل ششم: جرائم.....
۱۴۴	آیین نامه اجرایی قانون مطبوعات.....
۱۴۴	فصل اول: تعریف و مشخصات مطبوعات.....
۱۴۶	فصل دوم: شرایط صدور پروانه و مجوز انتشار نشریه.....
۱۴۹	فصل سوم: مواردی که مطبوعات (صاحبان پروانه و مدیران و مأموران موظف به رعایت آن می باشند).....
۱۵۱	فصل چهارم: سایر مقررات.....
۱۵۴	فصل چهارم ارتباطات بین المللی.....
۱۵۵	سیستم های ارتباطی بین المللی.....
۱۵۶	خبرگزاری های بین المللی.....
۱۵۹	جهان سوم و ارتباطات بین المللی.....
۱۶۳	ماهواره ها.....

۱۶۵	انواع ماهواره‌ها
۱۶۷	ارتباطات ماهواره‌ای بین‌المللی
۱۶۷	سیستم‌های ارتباطات ماهواره‌ای منطقه‌ای
۱۶۹	سیستم ارتباطات ماهواره‌ای محلی
۱۷۱	امپریالیسم خبری
۱۷۳	پایه‌های امپریالیسم خبری
۱۷۵	تاکتیک‌های امپریالیسم خبری
۱۷۷	آشنایی با اتحادیه بین‌المللی مخابرات
۱۷۸	وظایف و اهداف ITU
۱۷۸	نرم خبره
۱۸۱	اتکا به افراد
۱۸۱	علاقه انسان‌ها
۱۸۱	رویدادهای جذاب
۱۸۱	رویدادهای عمقی
۱۸۲	پیشینه دهنده‌ها
۱۸۲	ساختار نرم خبرها
۱۸۴	منابع و مآخذ

پیشگفتار

یکی از مهمترین ابزار کاربردی جهان در اواخر قرن بیستم و بیست و یکم رسانه‌ها هستند و مهمتر از آن شیوه کارکردن رسانه‌ها و بهره‌مندی عموم مردم جامعه از خدمات این رسانه‌های ارتباطات جمعی است. هر چند خدمات اغلب این رسانه‌ها نشر و پراکندن اخبار و اطلاعات همراه با جهت‌گیری رسانه خود است اما همین اخبار و اطلاعات که از سوی بنگاه‌های مختلف خبر پراکنی هر روز در جهان مطرح می‌شود اساس و بنیان بسیاری از تصمیمات کوچک و بزرگ تعداد زیادی از مردم جهان را در عرصه‌ها مختلف زندگی رقم می‌زند.

شاید روزمرگی و سروکار داشتن با انواع اخبار و اطلاعات که با روشهای گوناگونی در اختیارمان قرار می‌گیرد باعث شده است دیگر آن توجه کافی و لازم را به نحوه اطلاع‌رسانی به ویژه منابع دریافت اخبار و اطلاعات نداشته باشیم البته می‌توان گفت این دو عامل مهمتر است از اصل اخبار و اطلاعات که از رسانه‌های ارتباطات جمعی دریافت می‌کنیم چرا که در بسیاری از شبکه‌های اجتماعی که اکنون در اختیار اغلب مردم جامعه است و به صورت روزمره از آن استفاده می‌کنند این دو اصل به درستی و حتی خیلی جزئی رعایت نشده است. هرچند این روال شرایط و یک ویژگی نامطلوب فضای مجازی است اما آنچه مسلم است به اخبار و رویدادهایی که از این شیوه به دستمان می‌رسد نمی‌توانیم آن چنان که باید اطمینان

و اعتماد کنیم و اغلب ترجیح می‌دهیم برای گرفتن تصمیم‌های مهم و سرنوشت‌ساز یا حتی کوچک و زودگذر از منابع خبری و اطلاعاتی موثق و شناخته شده استفاده کنیم که از سوی رسانه‌های شخصی و رسمی منتشر شده است.

هرچند حجم بسیار وسیع و عظیم اطلاعاتی که در عصر حاضر وجود دارد باعث شده است که در بسیاری از مواقع مسیر زندگی افراد با اطلاع از اخبار و حوادث پیرامون آن‌ها تغییر کند اما آنچه مسلم است سیری از این وقایع حاصل سیاست‌گذاری رسانه‌ها است و رسانه‌ها نیز اغلب یا در دست افراد صاحب قدرت و با نفوذ هستند یا در دست حکام و دولت‌مردان، از این رو کمتر رسانه‌ای است که مخاطب خود را به سمت و سوی غیر از آن چیزی سوق دهد که اهداف بلند مدت یا کوتاه مدت خود محسوب می‌شود.

با صراحت می‌توان گفت سیاست‌های رسانه‌ها و شیوه تأثیرگذاری بر افکار عمومی از سوی رسانه‌ها ناشی از مسائل و سیاست‌های روز، در جهان است.

اما آنچه برای هر رسانه مهم است میزان و درصد جلب اعتماد و جذب مخاطب به خود است که در کتاب اصول خبرنویسی و خبرنگاری نوشته امیرحسین زارعی این موضوع کامل و مشروح مورد بررسی قرار گرفته است چرا که در تمام جریان‌های خبری و رسانه‌ای میزان اعتماد پذیری مخاطبان از رسانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

و هم اکنون پس از انجام بیش از یک دهه کار خبری و سیاسی دریافتم که بنیان و اساس بیشتر فعالیت‌های رسانه‌ای و خبری به نوعی به شکل مستقیم یا غیرمستقیم به جریان‌ها و مسائل سیاسی مرتبط می‌شود.

هرچند در فرآیندهای خبری و اطلاع‌رسانی از ظرافت‌های منحصر به فردی استفاده می‌شود که می‌توان هر یک از شگردهای خبری و اطلاع‌رسانی را ویژه یک رسانه خاص با خط‌مشی مشخص دانست تا حائیکه حتی با شنیدن و یا دنبال کردن اخبار یک رسانه بدون ذکر منبع کاملاً راضی‌گیری آن رسانه در برابر اخبار و حوادث جهان و حتی ادبیات به آن رسانه استفاده می‌کند می‌تواند معرف آن رسانه باشد.

هرچند که رسانه‌ها به نوعی ابزار کار آمد و موثر در دستان سیاستمداران تبدیل شدند تا جاییکه اغلب آن‌ها تربیون یک سیاستمدار از یک دولت و جناح خاص یا حتی چند سیاستمدار هستند و با نشر سخنان و مفاهیم عقیدتی آنان به نوعی رسانه‌های مستقیم و غیر مستقیم آن سیاستمدار یا فعال سیاسی را به دیگر سیاستمداران رقیب می‌رساند و در بسیاری از مواقع مصاحبه‌هایی که از سوی سیاستمداران در اختیار رسانه‌ها قرار می‌گیرد یا حتی صحبت‌هایی که سیاستمداران به صورت غیر رسمی در اختیار اصحاب رسانه می‌گذارند می‌تواند در سر نوشت یک مبحث مهم سیاسی یا اتفاق جهانی و بین‌المللی موثر باشد.

به همین دلیل اینجانب پس از انجام بیش از یک دهه کار خبری و سیاسی بر آن شدم تا این کتاب را در زمینه محورهای اصلی و اثرگذاری در حرفه خبرنگاری نظیر مصاحبه خبری، سوژه پردازی و دیگر ضروریات و نیازهای هر خبرنگار خبره و کارآموده به رشته تحریر در آوردم چرا که ارکان اصلی و اساس جریان های خبری و حتی سیاسی در عصر حاضر را تشکیل می دهند و هر یک در جانشان نمود می توانند آنچنان سرنوشت ساز ظاهر شوند که حتی آینده یک قوم، یک کشور یا ملت را تغییر دهند.

امیرحسین زارعی

زمستان ۱۳۹۴

مصاحبه را می‌توان یکی از مهمترین و شاید بهتر بگوییم بخش اصلی فرآیند خبرسازی و خبرنگاری در جهان رسانه دانست چرا که بسیاری از اخبار و اطلاعات از راه مصاحبه با افراد آگاه و مطلع از جریان‌های خبری و رویدادهای متفاوت حاصل می‌شود و از کنار هم قرار گرفتن اطلاعات به دست آمده از مصاحبه، و به نوعی جمع‌بندی این آگاهی‌ها، اخبار برای نشر عمومی بدست می‌آید.

البته فرآیند مصاحبه که در این کتاب تلاش شده‌است به خوبی معرفی و تشریح شود و تمرکز بر روی ابعاد مختلف مصاحبه قرارگیرد از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در بین اصحاب رسانه نیز برخوردار است چرا که آنان خبری و اشراف اطلاعات یک خبرنگار خوب را به منصفه ظهور می‌رساند حال آنکه مصاحبه‌کننده‌ای که از توان و اطلاعات کافی برای انجام مصاحبه خوب و موثر برخوردار نیست بی‌شک از این قافله رسانه‌ای از خواهد ماند و چنانچه بخواهد هم پای دیگران در این مسیر گام بردارد، بی‌شک تلاش خود را برای بهبود شرایط کاری و حرفه‌ای خود به کار گیرد.

بنابراین می‌توان مصاحبه را یکی از عوامل موثر در عرصه رقابت بین خبرنگاران و حتی رسانه‌های گوناگون و بنگاه‌های خبر پراکنی شناخته شده در دنیا دانست که بالطبع همین مسئله سبب افزایش اعتماد مخاطبان به رسانه قوی‌تر در این زمینه خواهد شد هر چند برخی از بنگاه‌های خبر پراکنی نظیر B.B.C (شبکه سلطنتی

انگلیس) با تنظیم مصاحبه‌ای از پیش تعیین شده به نوعی سعی در جلب اعتماد مخاطبان دارد تا جایی که حتی در متن مصاحبه‌کننده یا حتی مصاحبه شونده زمان و نحوه بیان احساسات یک طرف یا حتی طرفین مصاحبه را به طور کامل و مفصل می‌نویسد که این کار حاصل تلاش اتاق فکری است که به دنبال تسخیر اذهان عمومی و جلب اعتماد از سوی مخاطبان است به طور مثال در بسیاری موارد، حالت‌های صورت یا حتی دیگر عکس العمل‌های احساسی و عاطفی از سبب اتاق فکر رسانه برای مصاحبه‌کننده یا حتی مصاحبه شونده مشخص شده است.

از اینجاست که با اهمیت مصاحبه خبری در رسانه‌های مختلف جهان پی می‌بریم چرا که در بسیاری از موارد همین مصاحبه‌های خبری سرنوشت خیلی از جریان‌های بزرگ سیاسی، اقتصادی، علمی، آموزشی، فرهنگی، هنری و ورزشی، ... و حتی تاریخ ساز بشر را تغییر داده است مصاحبه تاریخ ساز امام خمینی (ره) پس از پیروزی انقلاب اسلامی و در بحبوحه تهدیدات آمریکا برای حمله نظامی به کشورمان از جمله این مصاحبه هاست مصاحبه‌هایی که بگفته کونگ دومارانش وزیر اطلاعات وقت فرانسه بسیار تاثیرگذار و تاریخ ساز بود یا حتی بنگاه خبرپراکنی B.B.C پس از گذشت نزدیک به چهار دهه پیش از پخش بخش‌هایی از مصاحبه حضرت آیت‌الله خمینی (ره) بنیان‌گذار انقلاب اسلامی ایران او را تغییردهنده جهان معرفی می‌کند و این جمله کلیدی، تاثیرگذار و به یادماندنی علاوه بر جلب اعتماد مخاطبان به خود یک شروع

اثرگذار و تاریخی را برای اخبار خود رقم میزند اخباری که ویژه انقلاب اسلامی است.

از دیگر مباحث مهمی که در این کتاب به آن پرداخته می‌شود سوژه‌یابی و سوژه‌پردازی در خبر و اطلاع‌رسانی است چرا که شاید بتوان گفت شیوه و راهکار پرداختن به یک سوژه خبری از اصل آن سوژه خبری مهمتر است و در بسیاری از موارد پیدا کردن سوژه خوب و مناسب برای خیلی از خبرنگاران کار بسیار دشواری است چرا که یک سوژه خوب باید دارای ویژگی‌هایی باشد که با کمک آن بتواند مخاطبان بیشتری به خود جذب کند و باعث افزایش و ارتقا اعتباری رسانه شود. در این کتاب به آن پرداخته می‌شود.

از سوی دیگر نحوه پرداختن به سوژه خبری نیز در جایگاه دوم قرار می‌گیرد زیرا در بسیاری از موارد یک خبرنگار خوب و حرفه‌ای آنچنان زیبا و منسجم به یک سوژه خبری متوسط یا حتی رو به پایین می‌پردازد که مخاطب را به سر و گرد می‌آورد و از سویی دیگر یک خبرنگار آماتور و کم تجربه می‌تواند با عملکرد نادرست در ساخته و پرداخته کردن یک سوژه خبری بسیار خوب منحصر، به فرد و جهانی باعث تنزل کیفیت و کمیت رسانه خود و اعتبار رسانی شود.

از دیگر مفاهیمی که در این کتاب به آن پرداخته می‌شود معرفی انواع گزارش‌های خبری در مطبوعات، رسانه‌های مجازی و رسانه ملی است چرا که کار در رسانه ملی با توجه به داشتن امکانات بیشتر نظیر صدا و تصویر تهیه و تدوین گزارش خبری بسیار

جذاب‌تر و راحت‌تر است حال آنکه در عرصه مطبوعات نوشتاری و مجازی باید تلاش شود با بهره‌گیری از عکس، واژه‌های اثرگذاری، نمادسازی و تشبیه‌های مناسب همان کار انجام می‌شود.

پرداختن به نحوه تنظیم انواع اخبار از دیگر مواردی است که در این کتاب مورد بررسی و کالبد شکافی قرار می‌گیرد قطعاً مخاطبان این کتاب پیش از این با انواع سبک‌های خبرنگاری آشنا شده‌اند اما منظار از شیوه پرداختن به تنظیم خبر آنست که چه سبک خبرنگاری برای اخبار مختلف مناسب است و مهم‌تر از آن پس از مشخص کردن سبک خبرنگاری چگونه باید از اطلاعات خبر مورد نظر برای نگارش خبر در سبک مورد نظر بهره‌برداری کنیم و همچنین مزایا و معایب سبک‌های جدید خبر نویسی که متناسب با شرایط روز جامعه خبری و رسانه‌ای پدید آمده‌است را برای خوانندگان تشریح و بررسی می‌کنیم.

از دیگر فصل‌های کتاب پیش رو جریان نرگه خبره‌است که به دوران کنونی خبر و اطلاع‌رسانی در جهان امروز اشاره دارد و بی‌تردید هر خبرنگار چه غیر حرفه‌ای و چه حرفه‌ای که بخواهد وارد عرصه رسانه شود برای آنکه بتواند اندک موفقیتی داشته باشد بدون شک باید نرم خبرها و دوران این شیوه از اطلاع رسانی واقف باشد و نحوه ساختن و پرداختن به نرم خبرها را بلد باشد یا حداقل آشنایی مختصری با این فضای جدید رسانه‌ای داشته باشد چرا که در فضای رسانه‌ای کنونی اخبار خشک و بسیار کلاسیک و رسمی که از سوی رسانه‌ها مطرح می‌شود محبوبیت بسیار کمتری نسبت به نرم خبرها

دارد و برای جذب مخاطب آشنایی با این شیوه خبرنگاری و پراختن به سوژه‌های خبری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

از دیگر بخش‌های مهم این کتاب می‌توان به تشریح امپریالیست خبری اشاره کرد که از سوی رسانه‌های قدرتمند جهان در طیف بسیار وسیع خبری و اطلاعاتی اعمال می‌شود چون برای هر خبرنگار ضروری و واجب است که علاوه بر شناخت کافی و وافی از رسانه‌های قدرتمند اطراف خود بر میزان اثرگذاری آن رسانه‌ها که ناشی از امپریالیست خبری و رسانه‌ای یا هژمونی رسانه‌ای است کاملاً مطلع باشد همچنین قادر باشد که له یا علیه رسانه‌های هم سو کار کند. بنابراین با اندکی سهل انگاری و ساده اندیشی به راحتی غرق در این جریان‌های وسیع رسانه‌ای شده و ناخواسته همسو و هم جهت با آن‌ها کار می‌کند.

شناخت سیستم‌های انتقال اخبار و اطلاعات به ویژه از طریق ماهواره‌های مختلف از دیگر مباحثی است که در این کتاب به آن پرداخته می‌شود و سعی می‌شود که با معرفی دقیق مجموعه‌ها و شبکه‌های انتقال پیام در سطوح مختلف ابزارهای درست و استفاده بهینه در راستای اهداف رسانه تشریح شود. همچنین در بخش‌هایی از کتاب آسیب شناسی رسانه‌ای و عملکرد رسانه‌های مختلف در جهان سوم در حال توسعه و پیشرفته به تصویر کشیده می‌شود.