



فنون مصاحبه رادیویی

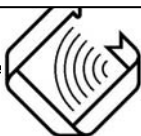
حمیدرضا نجفی

دفتر پژوهش‌های رادیو

مرداد ۱۳۸۶

تهران

سرشناسه	نجفی، حمیدرضا، ۱۳۴۶-، گردآورنده و مترجم.
عنوان و پدیدآور	فنون مصاحبه رادیویی / حمیدرضا نجفی.
مشخصات نشر	تهران: طرح آینده، ۱۳۸۶.
مشخصات ظاهری	ب، [۱۲۰] ص.
شابک	۱۰۰۰۰ ریال: 9789648828375
یادداشت	فیپا
یادداشت	کتاب حاضر از سایتهای مختلف اینترنتی گردآوری و ترجمه شده است.
موضوع	کتابنامه: ص. [۱۲۰].
موضوع	مصاحبه رادیویی.
موضوع	رادیو—برنامه‌ها.
رده‌بندی کنگره	PN۱۹۹۱/۸/م۶ن۳:
رده‌بندی دیویی	۷۹۱/۴۴۰۲۸:
شماره کتابخانه ملی	۱۰۹۸۴۸۳:



### مترجم: حمیدرضا نجفی

ویراستار: مراد مهدی‌نیا

حروفنگار: محبوبه یوسفی مقدم

طرح روی جلد: مهدی بخشایی

ناشر: طرح آینده

نوبت چاپ: اول

شماره پژوهش: ۴۸۶

تاریخ انتشار: مرداد ۱۳۸۶

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

بها: ۱۰۰۰۰ ریال

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان جام‌جم، صداوسیما

جمهوری اسلامی ایران ساختمان شهدای رادیو، تلفن:

۲۲۱۶۷۷۰۸ نابر: ۲۲۰۵۳۲۰۲ مرکز پخش: فروشگاه های

سروش

هرگونه استفاده کلی منوط به اجازه کتبی از  
دفتر پژوهش‌های رادیو می‌باشد.

## فهرست مطالب

مقدمه مترجم.....	الف
فصل اول: مصاحبه رادیویی.....	۱
چرا مصاحبه می‌کنیم.....	۳
انواع مصاحبه‌کننده‌ها.....	۵
فصل دوم: انواع مصاحبه.....	۹
مصاحبه‌های جنجالی.....	۲۸
مکان و زمینه مصاحبه‌ها.....	۳۰
تحقیق و نیاز به آموزش.....	۴۱
تجزیه و پالایش اطلاعات.....	۴۲
فصل سوم: آغاز کار.....	۴۳
فصل چهارم: ماهیت مصاحبه، بقای مسئولیت.....	۶۹
مصاحبه‌تان را ارزیابی کنید.....	۱۰۷
فصل پنجم: فنون مصاحبه زنده.....	۱۱۱
قبل از آغاز مصاحبه چه کارهایی باید کرد؟.....	۱۱۱
در زمان پخش مصاحبه زنده چه کارهایی باید انجام داد؟.....	۱۱۳
بعد از مصاحبه چه کارهایی باید انجام داد؟.....	۱۱۵
میزگرد.....	۱۳۰
مصاحبه رادیویی (برخی از انواع مصاحبه‌ها).....	۱۴۴
چک لیست مصاحبه.....	۱۶۷
نتیجه‌گیری.....	۱۷۵
فرهنگ لغات دشوار.....	۱۸۰
منابع و مأخذ.....	۱۸۷

## مقدمه مترجم

در دنیای پیچیده ارتباطات، هر روز شاهد ظهور پدیده‌های جدید و ارتقای روزافزون ارتباطات در میان مردم هستیم. این که برقراری ارتباط در زندگی انسان‌ها تا چه اندازه موفقیت‌آمیز بوده و چه تأثیراتی بر زندگی ما داشته، بحثی است جداگانه که مستلزم بررسی عوامل و عناصر گوناگونی است. اما آنچه برایمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، نقش و جایگاه رسانه‌ای فراگیر به نام «رادیو» است؛ رسانه‌ای که به جهت پاره‌ای ویژگی‌ها توانسته گوی سبقت را از رقبای براباید و مخاطبان بسیاری را جذب کند. داشتن مخاطب زیاد به‌تنهایی کفایت نمی‌کند، آنچه مهم است حفظ و بقای این مخاطبان درگذر زمان است و این که این کمیت را افزایش دهیم. این مهم به سرانجام نمی‌رسد مگر در سایه داشتن برنامه‌ای پرمحتوا

و جذاب که با نیازهای مخاطبان همسویی داشته باشد. شناخت عوامل و عناصر تشکیل‌دهنده يك برنامه رادیویی و این که هر يك دقیقاً در چه جایی قرار گیرند، می‌تواند به افزایش این جذابیت کمک کند. یکی از این عناصر، مصاحبه رادیویی است که در جهت‌دادن به دیدگاه مخاطب نسبت به موضوع مطرح در برنامه، کمک شایان‌توجهی می‌کند و او را یاری می‌دهد تا تصویر بهتری از موضوع برای خودش خلق نماید.

چگونه می‌توان از این عنصر بهره گرفت و يك مصاحبه خوب کدام است و مصاحبه‌کننده خوب چه کسی است و چه ویژگی دارد و ... نکاتی هستند که در کتاب حاضر به آنها پرداخته خواهد شد.

امیدوارم مطالعه این کتاب بتواند نقطه آغازی برای مطالعه و تحقیق بیشتر پیرامون «مصاحبه رادیویی» باشد.

**حمیدرضا نجفی**

**خرداد ۱۳۸۵**



تبیین مهارت‌های ارتباط فردی و ارتقای آن به شیوه نوین برای روزنامه‌نگاران، تدوین‌گرها، متخصصان، مستندسازان و همه کسانی که شغلشان در ارتباط با پخش زنده یا ضبطی اطلاعات شفاهی است، قابل استفاده است.

شما باید چیزهایی را که از این کتاب می‌آموزید با محیط پخش برنامه‌های خود تطبیق دهید. بخش‌هایی از این دوره، مسائلی را دربرمی‌گیرد که شاید بدون تطابق با اوضاع و احوال حاکم بر محیط چندان قابل استفاده نباشند. به عبارت دیگر، سیاست‌های ایستگاه، سازمان و حتی دولت شما می‌تواند در این فرایند تأثیرگذار باشد. شاید برخی از برنامه‌سازان قادر باشند در محیط‌های

نامنظم فعالیت کنند، اما برای همه اینگونه نیست.

بیشتر برنامه‌سازان در اعمال قضاوت‌های حرفه‌ایشان تحت فشارهایی قرار دارند. این واقعیتی است که اغلب با آن روبه‌رو هستیم. بنابراین شما ناگزیرید بنابر مقتضیات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حقوقی، دیدگاه خودتان را نسبت به مصاحبه اصلاح کنید.

نظریه‌ها تنها در صورت اجرا، قابل اثبات‌اند و سبب تشویق و ترغیب می‌شوند؛ بنابراین برخی از اطلاعاتی که ارائه می‌کنیم، ابتدا شما را به تفکر وامی‌دارند؛ به عبارت دیگر، این اطلاعات در درجه اول به‌عنوان نظریه مطرح می‌شوند و شاید کاربرد نداشته باشند. همان‌طور که این دوره آموزشی تأکید می‌کند، شما با اطمینان خاطر به واقعیت دست نخواهید یافت مگر آنکه تلاش کنید. البته فنون ارائه‌شده شاید با مشکلات شما به‌عنوان یک برنامه‌ساز تناسب نداشته باشد، اما تصمیم شما و

تشویق ما، شما را نسبت به آنچه باید از آن پیروی کنید، ترغیب خواهد کرد.

### چرا مصاحبه می‌کنیم

گاهی به نظر می‌رسد که زحمت انجام مصاحبه بیش از ارزش آن است. گاهی نیز با افرادی که می‌خواهید مصاحبه کنید چندان تمایلی به این کار ندارند، ناراحت و پریشان‌اند و یا شما را در تخصص با خود می‌بینند و از مصاحبه طفره می‌روند. بنابراین آنها نسبت به چیزهایی که می‌گویند نه تنها ترس دارند، بلکه بخشی از آنها را ارائه نمی‌کنند تا پخش شود؛ حتی اگر این مشکلات را پشت سر بگذارید و مصاحبه پخش شود، شاهد بروز برخی عکس‌العمل‌های ناخوشایند از خارج ایستگاه خواهید بود و حتی ممکن است از داخل ایستگاه - آن هم از سوی مدیرتان - مورد مؤاخذه قرار گیرید.

ما ناگزیریم حتی برای اندیشه انجام یک مصاحبه نیز دلایل قابل‌قبولی داشته باشیم. اجازه دهید این دلایل را بررسی کنیم.

برخی از آنها فلسفی‌اند، برخی سبک‌شناسی و برخی هم دربرگیرنده مسائل سرگرمی و یا نیازهای ساده اطلاع‌یابی‌اند. بنابراین دلایل مذکور می‌توانند سبب بروز هیجان، تحرك، اطلاع‌رسانی، افسردگی، سرگرمی، عصبانیت و یا حتی بروز مشکل شوند. اگر این نکته را در ذهن داشته باشیم، به نتایج بهتری دست خواهیم یافت.

ماهیت مصاحبه چه زنده باشد و چه ضبطی، بخش مرکزی و اصلی اخبار و امور جاری رادیو را تشکیل می‌دهد. مصاحبه می‌تواند به اشکال گوناگون در بولتن‌های خبری، امور جاری، برنامه‌های مستند و یا به منظور رنگ‌و‌لعاب‌دادن به نمایش‌های پرمخاطب حضور داشته باشد. یکی از تعاریف **BBC** در مورد اهداف مصاحبه چنین است: ارائه دلایل و استدلال‌های مصاحبه‌شونده از زبان خودش به گونه‌ای که شنونده احساس کند که سخنان وی معتبر است. يك مصاحبه‌کننده خوب، سؤالات درست و صحیحی می‌پرسد و به پاسخ‌های درستی

می‌رسد. آنچه اهمیت دارد سخنان مصاحبه‌شونده است. در زمان مصاحبه، او یک ستاره است. همچنان که مصاحبه‌کننده ما می‌گوید: هی، من «تورا»<sup>۱</sup> هستم. من اینجا هستم تا نشان دهم که مصاحبه چگونه انجام می‌شود. اگر حواسم جمع باشد و کاملاً آماده باشم یک مصاحبه خوب خواهم داشت و اگر آماده نباشم آن را از دست می‌دهم و همه چیز از کنترل و نظارت من خارج می‌شود.

اما اگر من به‌خوبی آماده باشم، مصاحبه، بیانگر سه نکته است: اول آنکه مصاحبه‌شونده می‌خواهد چه بگوید، دوم آنکه شنوندگان می‌خواهند چه بدانند و سوم اینکه من براساس اطلاعات و تحقیقاتم به چه چیزی اهمیت می‌دهم.

### انواع مصاحبه‌کننده‌ها

مصاحبه‌کننده‌های متفاوت، بالطبع توانایی‌های مختلفی دارند. هیچ

---

1. Tora

مصاحبه‌کننده‌ای را نمی‌توان یافت که تمام ویژگی‌های یک مصاحبه‌کننده ایده‌آل را داشته باشد. منظور، ویژگی‌های شخصیتی افراد است که بر روی سبک مصاحبه آنان تأثیر می‌گذارد. این نکته شاید بر برخی موارد برای رادیو قابل‌توجه باشد، اما همه جا چنین نیست. برخی ویژگی‌های شخصیتی وجود دارد که در تمام اوضاع و احوال، مصاحبه‌شونده را یاری می‌رسانند. رابین دی<sup>۱</sup> و جان فري من<sup>۲</sup> از BBC برخی از این ویژگی‌ها را تشریح می‌کنند: «البته مصاحبه‌شونده نه تنها ممکن است نیرومند (اما نه مهاجم)، با ادب، با سیاست و دارای شأن و احترام باشد، بلکه شاید کنجکاو و راجع به فعالیت دیگران اهل پافشاری و حتی بی‌رحم باشد.»

---

1. Robin Day  
2. John Freeman

ای‌دی مورو<sup>۱</sup> - خبرنگار آمریکایی -  
می‌گوید: «فرد باید دوبار به دقت گوش  
دهد.»

ویژگی‌های مفید دیگری نیز وجود دارد که  
مصاحبه‌کننده، تشریح می‌کند.  
ممکن است در یک ایستگاه کوچک، از شما  
خواسته شود انواع مصاحبه‌ها را انجام  
دهید. در اینجا مهارت‌هایی دارید که به  
کمک آنها می‌توانید از پس این کار برآیید.  
چنان‌که همان‌طور که من فکر می‌کنم شما از آن  
نوع افرادی هستید که می‌خواهند راجع به  
کار مردم چیزهایی بدانند و شما این کار  
را با جذابیت بهتری انجام می‌دهید. منظورم  
آن است که آنقدر دوستانه به کسب اطلاعات  
می‌پردازید که مصاحبه‌شونده و شنوندگان را  
آشفته نمی‌کنید.





---

## انواع مصاحبه

---

ما باید انواع مصاحبه را به خوبی از یکدیگر تمیز دهیم تا بتوانیم سبک‌های مختلف آنها را با هم به کار گیریم، وگرنه سبب سردرگمی شنونده شده و باعث می‌شویم که او برای درک مصاحبه تلاش زیادی بکند و در نهایت نداند که چه می‌شنود.

به‌طور کلی هشت نوع مصاحبه وجود دارد: اطلاع‌رسانی، خبری، تفسیری، احساسی، فردی، مطبوعاتی، مستند و صدای مردم.

### مصاحبه اطلاع‌رسانی

غالباً این نوع از مصاحبه زمانی صورت می‌گیرد که یک واقعه خبری نیازمند تشریح و زمینه‌سازی بیشتر باشد. در این راستا شاید

لازم باشد از دانش يك كارشناس بهره‌گرفته شود تا شما را در تشریح چگونگی رخ‌دادن واقعه و آثار جانبي آن ياري كند. اما دقت داشته باشید كه همیشه به يك كارشناس مراجعه نكنید، زیرا مردم به ارتباط شما با او مشكوك می‌شوند و با این كار به استقلال و اعتبار شما لطمه وارد می‌شود. چنین مصاحبه‌هایی به اندكی آمادگی، مذاكره و تحقیق نیازمند است تا به آنچه مورد نیازتان است دست پیدا كنید؛ در ضمن باید قبل از مصاحبه از میزان اطلاعات كارشناس مذکور اطمینان حاصل كنید. جالب است بدانید كه مصاحبه‌های اطلاع‌رسانی غالباً طولانی است و از دیدگاه‌های مختلف بهره می‌برد.

### مصاحبه خري

راجع به مصاحبه‌های خري، طرز تفكرهای متفاوتی وجود دارد. به‌عنوان نمونه، اتاق خبر بنا به اقتضای وظایفش خواهان خلاصه‌هایی کوتاه است كه بتواند در اسراع وقت از آنها نکات مهم برداشت كند؛ حال

آنکه برخی ایستگاه‌ها تحت فشار کارکنان، خواهان بازبینی و بررسی مجدد مصاحبه‌اند، بنابراین به امید کشف مواد مناسب، به دنبال مصاحبه‌های طولانی‌ترند؛ مصاحبه‌هایی که می‌توانند منجر به بروز وقایع خبری دیگری شوند. غالباً دو پیشنهاد وجود دارد:

الف: جمع‌آوری مواد واقعی برای وقایع خبری مکتوب

ب: پردازش مواد صوتی (عبارات کوتاه یا سخنان کوتاه)

در مجموع به دو نوع خبر می‌توان اشاره کرد: خبرهای سخت و خبرهای ملایم و نرم. «خبرهای سخت» وقایعی غالباً فوری‌اند و تا آنجا که ممکن است باید در اسرع وقت پخش شوند. اینجاست که رادیو از هر لحظه بهره می‌برد. رادیو می‌تواند خبر وقوع حادثه را قبل از تلویزیون و مطبوعات پخش کند. مصاحبه‌کننده در آنجا حضور نمی‌یابد تا در ارزش‌گذاری وضعیت غلو کند، آنچنان که

خبرها را سریعاً و برای اولین بار ارائه کند.

در اینجا به برخی از خبرهای سخت اشاره می‌کنیم (کلمات، خود به تنهایی گویای این سختی‌اند): عملیات نظامی، سیل، آتش‌سوزی، جرم و جنایت، وقایع سیاسی، اشغال، وقایع اسفبار، زلزله، انفجار، توفان سخت، غرق‌شدن کشتی، سقوط هواپیما، ورشکستگی مالی، حکم محکومیت، دستگیری مجرم سابقه‌دار، مصاحبه با فرد سرشناس پس از سقوط حکومت، شیوع بیماری، مرگ شخص مهم و سرشناس، اصابت شهاب‌سنگ یا زباله‌های فضایی به اقامتگاه پناهندگان روستایی و ....

اما «خبرهای ملایم و نرم» شامل همه چیزهای جالبی است که خبر سخت نباشند. این خبرها شامل موارد جالبی می‌شوند که هم مصاحبه‌شونده و هم مصاحبه‌کننده را به انجام مصاحبه ترغیب می‌کنند؛ برای اینکه مصاحبه‌کننده بتواند چنین واقعه‌ای را بررسی کند، باید اهل پافشاری، همدردی و

ابراز احساسات و همچنین کنجکاو بوده، علاقه و نیاز او به آنها زیاد باشد. موارد ذیل به عنوان خبر نرم و ملایم مطرح است: دل‌مشغولی‌های غیرمعمول، دستاوردهای روستایی، دستاوردهای فردی، خبرهای کشاورزی، مشاغل جالب، وقایع مربوط به حیوانات در روستاها، وقایع هنری و فرهنگی، پیشرفت‌های پزشکی، طرح‌های تحقیقاتی، غذا، آب و هوا و ....

### مصاحبه تفسیری

هدف از انجام این نوع مصاحبه‌ها، کسب خبر نیست. چیزی که در آنها مهم است، چگونگی یا علت وقوع خبر و تفسیر و توضیح آن است. در اینجا مصاحبه‌کننده باید وقایع را مطرح کند و از مصاحبه‌شونده بخواهد که توضیح یا تفسیری راجع به آن بیان، ارائه کند. مصاحبه‌کننده باید قادر باشد سریعاً فکر کند و به‌خوبی به حرف‌های مصاحبه‌شونده گوش دهد تا بتواند پرسش‌های بعدی را مطرح

کند. او باید دلایل و نحوه استدلال مصاحبه‌شونده را بفهمد و درست و نادرست بودن آنچه را که گفته می‌شود تشخیص دهد.

اساساً ما در این نوع مصاحبه به دنبال وقایع نیستیم، بلکه می‌خواهیم عکس‌العمل مصاحبه‌شونده را درباره به این وقایع بدانیم. مصاحبه تفسیری غالباً از پشتوانه تحقیقاتی بسیاری برخوردار است و مفهوم رازداری را خدشه‌دار می‌کند. ما در ابتدا می‌خواهیم توضیحات، توجیهات و عقاید فرد را بشنویم و سپس تصمیم بگیریم که به کدامیک اعتقاد پیدا کنیم.

### مصاحبه احساسی

این نوع از مصاحبه بیشتر به دنبال درک و شناخت وضعیت فکری مصاحبه‌شونده است، به طوری که شنونده بتواند او را در قالب اصطلاحات و عبارات انسانی بشناسد. البته این روش در اخبار کمتر کاربرد دارد و بیشتر در مجلات و برنامه‌های نمایشی و مستند به کار می‌رود؛ جایی که فرصت بیشتری جهت

کشف این احساسات وجود دارد. موضوع مهم‌تر، شدت احساسات است. موفقیت مصاحبه تا حد زیادی به حساسیت و نظر مصاحبه‌کننده بستگی دارد. او باید بی‌طرفی (نه بی‌تفاوتی) خود را حفظ کند. البته اگر مصاحبه‌کننده وارد حریم خصوصی و احساسی افراد شود، خطراتی وجود دارد. برخی فرهنگها چنین اجازه‌ای را به او نمی‌دهند و برخی شنوندگان از شنیدن آن متعجب می‌شوند و شاید آن را نپذیرند. بنابراین، باید دلایل لازم را برای انجام این کار قبل از مصاحبه به‌خوبی بررسی کرد. تلویزیون در استفاده از چنین مصاحبه‌هایی افراط می‌کند.

### مصاحبه فردی

این نوع مصاحبه‌ها به دو شاخه اصلی «شخصی یا سرگرم‌کننده» و «امور جاری» تقسیم می‌شوند:

**الف: مصاحبه شخصی یا سرگرم‌کننده:** در این نوع مصاحبه تبادل اطلاعات کم‌اهمیت میان گوینده‌ای با شخصیت برجسته و تعدادی از

شنوندگان به عنوان موافق یا مخالف، با هدف سرگرمی وجود دارد. چنین مصاحبه‌هایی معمولاً تلفنی انجام می‌شوند، اما گاهی به‌خاطر کیفیت صدا و تعامل واقعی، در استودیو انجام می‌گیرد. هر چند هدف، دستیابی به یک صدای خوب است، اما در این راه برنامه‌ریزی دقیقی باید صورت گیرد.

**ب: مصاحبه راجع به امور جاری: میزبان یک** جُنگ رادیویی سه ساعته، ناگزیر است حداقل ۹ تا ۱۰ بار تحت عناوین مختلف در صحنه برنامه حاضر شود، بنابراین باید علاوه بر کنجکاوی راجع به افراد و اشیاء، از اطلاعات عمومی کافی - که بر اثر مطالعه کتاب حاصل می‌شود - نیز بهره‌مند باشد. میزبان باید بداند در سطح ملی یا بین‌المللی چه می‌گذرد. همان‌گونه که قبلاً متذکر شدیم مصاحبه‌های فردی، بیشتر تلفنی و غالباً به‌صورت زنده انجام می‌گیرد؛ هر چند که برخی از آنها ناگزیر به‌صورت ضبطی انجام می‌شوند. مفهوم «فوریت ضرورت دارد» همان چیزی است که



غالباً اینگونه بیان می‌شود: «این برنامه زنده پخش می‌شود.»

**موضوعات مهم و قابل بحث:** هر گاه می‌خواهید راجع به موضوع مصاحبه تصمیم بگیرید که آیا شخصی باشد، یا راجع به امور جاری، به خاطر داشته باشید که شنوندگان تمایلات و گرایشاتی دارند و این نکته‌ای است که ایستگاه شما به آن توجه دارد. مخاطبان همان‌گونه که ذائقه موسیقایی خاصی دارند، به موضوعات خاصی نیز علاقه‌مندند. نظم و ترتیب این موضوعات بنا بر فرهنگ‌های مختلف، متفاوت است، اما غالباً این موضوعات در پنج طبقه خلاصه می‌شوند:

- مصاحبه‌های شخصی

- کودکان: بهداشت، آموزش و رفاه آنها

- مالیات‌ها: قیمت‌ها، امور مصرف‌کننده‌ها

- فیلم‌ها

- مصوبات دولت

اما موضوعاتی که شنونده‌ها نسبت به آنها تمایل کمتری دارند عبارتند از: سقط جنین،

حوادث بین‌المللی، مذهب، هنر و ادبیات و مواد مخدر.

البته لازم است به اختلافات مذهبی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی توجه کرد، زیرا هیچ‌یک از این موضوعات در کشورهای مختلف از وضعیت یکسانی برخوردار نیستند؛ فرهنگ‌های متفاوت و اولویت‌های متفاوتی دارند. برای مثال، برخی از این اولویت‌ها سیاسی‌اند و به اطلاعات کاملاً سیاسی نیاز دارند؛ در برخی کشورها مذهب از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، اما دو موضوع دیگر نیز از اهمیت زیادی برخوردارند؛ مصاحبه‌های شخصی شامل موارد ورزشی، فیلم‌ها و ستارگان تلویزیون و شخصیت‌های محلی و رفاه کودکان نیز از این قبیل‌اند. نمی‌خواهیم بگوییم که موضوعاتی که کمتر مردمی‌اند، ممنوع و مطرودند، بلکه منظور ما این است که موضوعات در بخش‌های خبری کوتاه‌تر و یا در شکل دیگری از مصاحبه قابل‌طرح‌اند.

**مصاحبه مطبوعاتی**

آنچه مصاحبه‌کننده نیاز دارد «سخنان کوتاه» است. این مسئله در جایی اتفاق می‌افتد که وی انتظار دارد فرد خبرساز سخنان کوتاه و پرمعنا و یا دو جمله کوتاه که وضعیت خاصی را خلاصه کند، بیان نماید. گاهی در یک مصاحبه کوتاه چندین مورد از این سخنان قصار ارائه می‌شود و هدف اصلی مصاحبه‌کننده حفظ طولانی‌مدت دقت و توجه مصاحبه‌شونده است. او باید وقتش را میان حضار تقسیم کند و به این مسئله مانند یک مسابقه نگاه کند و در چگونگی رفتار خود دقت نماید.

مسئله دیگری که حائز اهمیت است این است که نباید به رقبایتان اهمیت دهید، هر چند که جالب باشند؛ زیرا این احتمال وجود دارد که اولین نفر باشید و سؤالاتتان را بپرسید.

از سخنان کوتاه، سخن به میان آمد؛ خوب است بدانید که به موارد برگزیده و مختصری که از یک مصاحبه و گفت‌وگو استخراج می‌شود و بیانگر دیدگاه خاص یا موقعیت ویژه‌ای است، سخنان کوتاه گفته می‌شود؛ سخن کوتاه در حقیقت بیانگر صحت و درستی یک خبر بوده

و عنوان ارائه شده را تقویت می‌کند و اثربخشی بیشتری به خبر می‌دهد. گاهی برخی مصاحبه‌کننده‌ها تلاش می‌کنند این فرایند را نادیده بگیرند و از خبرساز می‌خواهند که به‌طور مختصر مطالبش را بیان کند تا بدون تدوین اضافی پخش شود و یا اینکه به او می‌گویند پخش زنده است و باید کوتاه صحبت کند که البته این یک کار و ایده بسیار نامطلوبی است. کسانی چون شما که شغلشان صحبت‌کردن برای عموم است، باید به روشی صحبت کنند که سخنانشان برای مدتی کوتاه هم که شده در اذهان بماند. چنین افرادی ارزش اختصار در بیان را می‌دانند و تلاش می‌کنند تا در مواقع مقتضی عباراتی به‌یادماندنی بیان کنند؛ این یک ایده خوب است اما استفاده زیاد و ناجیا از آن بد است و حالت ابتذال و چرب‌زبانی به خود می‌گیرد؛ زیرا مردم غالباً در چنین مواردی مانند مکالمات عادی خود صحبت نمی‌کنند. همه ما عادات عمومی زیادی

را می‌شناسیم که برخی افراد آنها را انجام می‌دهند و مانند هر انسانی برنامه‌سازان نیز به آنها متکی‌اند و سرانجام این عادات، اشتباه تلقی خواهند شد، مگر آنکه هر چند وقتیکبار تعویض شوند. بنابراین از مصاحبه‌شونده بخواهید که این‌گونه صحبت نکند تا باورکردنی باشد، وگرنه زیاد طول نخواهد کشید که شنوندگان متوجه این غلو خواهند شد.

### مصاحبه مستند

رادیو در عرصه مستندسازی گوی سبقت را از سایر رسانه‌ها ربوده است؛ زیرا ظرفیت لازم برای ایجاد تخیل و فنون برانگیختن تخیل را دارد، به شرط آن که به خوبی از آن استفاده شود. این انتخاب جو و فضایی ایجاد می‌کند که شنونده به رضایت، هیجان و مشارکت در مصاحبه مستند می‌رسد. مستندها واقعی‌اند و نشانه برخورد خلاق با واقعیت به شمار می‌روند. در حقیقت مستندها طرز

برخورد توسعه‌یافته نسبت به يك موضوع اند و از رخدادهای واقعی و مردم واقعی می‌گویند.

مستندها شامل تمامی خبرهای دست اولی می‌شوند که ارزش گزارش کردن دارند. به‌طور کلی مستندها بر دو نوعند:

الف: اخبار و وقایع جاری

ب: مسائل فرهنگی و اجتماعی

به وقایعی مستند گفته می‌شود که دارای جنبه انسانی باشند. به عبارت دیگر مستندها بهترین گفته‌ها و نوشته‌های انسان‌هایی هستند که در آنها حضور دارند. در حقیقت مستندها مسائل واقعی را به کمک مردم واقعی و برای مردم واقعی بیان می‌کنند و می‌توانند سبب تغییرات سیاسی و اجتماعی شده و یا بر روی آنها تأثیر بگذارند. در يك کلام، مستندسازان در زمان ساخت مستند بهترین گزارشگرانند.

مدت مستندها غالباً از ۵ تا ۵۵ دقیقه است؛ به مدتی که لازم است تهیه شوند نه آن

که برای پرکردن وقت باشند و شعار مستندسازان باید این باشد که «از چه چیزهایی می‌توانیم صرف‌نظر کنیم.»

### صدای مردم

در کجا می‌توان سخنان يك انسان میانگین را یافت؟ Voxpop از لغت Voxpopuli اقتباس شده است که به معنای «صدای مردم» می‌باشد و بیانگر عقیده مردم و احساس عمومی و به عبارتی اعتقاد عمومی راجع به يك موضوع است. پاسخ‌های مختلف به يك سؤال واحد به‌گونه‌ای ویرایش می‌شود که بیانگر دیدگاه عمومی به آن مسئله باشد. به همین سبب، این مسئله به‌عنوان يك تحقیق علمی مطرح نیست و نباید تحت چنین عنوانی ارائه شود، اما می‌تواند احساسی سبز در انسان به‌وجود آورد.

شاید شما عادات داشته باشید سؤالاتی را که می‌خواهید از دیگران بپرسید، ابتدا از خودتان بپرسید؛ یعنی مصاحبه‌کننده‌ای که با خودش مصاحبه می‌کند. این موضوع سبب می‌شود تا به آنچه که در مصاحبه می‌خواهید،

برسید. این روش می‌تواند یکی از مقدمات کار شما قبل از بیرون‌رفتن و بردن ضبط‌صوت و میکروفون باشد.

شما یاد خواهید گرفت که به چه اطلاعاتی و چرا به آنها نیازمندید و وقایع را باید در کجا بیابید و منابع اطلاعاتی کدامند و البته مردم نیز مطالبی را به شما خواهند گفت.

شما یاد خواهید گرفت که چگونه مصاحبه‌تان در بهترین مکان انجام شود و چگونه به بهترین شکل با ایستگاه و یا برنامه انطباق پیدا کنید. همچنین خواهید دانست که مصاحبه در چه نوع و شکلی باید ارائه شود. شما یاد خواهید گرفت که به دنبال چه تحقیقاتی بروید و تا چه اندازه‌ای راجع به موضوع مصاحبه خود، آگاهی یابید و یاد خواهید گرفت که چگونه اطلاعات خود را آماده کنید و چگونه بر روی نکاتی که در مصاحبه‌تان اهمیت دارد تمرکز یابید.



### چه اطلاعاتی مورد نیاز است و چرا

مصاحبه‌کننده برای درک سخنان مصاحبه‌شونده باید به مخاطبان و شنوندگان کمک کند. مصاحبه‌شونده صرفاً دیدگاه خود را نسبت به یک واقعه و موضوع تشریح می‌کند، اما مصاحبه‌کننده جریان اطلاعات را کنترل می‌نماید. مصاحبه‌کننده شنوندگان را در جلسه شرکت می‌دهد تا سخنان مصاحبه‌شونده را درک کنند و در صورت نیاز سؤالاتی بپرسند. معرفی مصاحبه‌شونده و دادن اجازه صحبت کردن بدون نظارت کار ساده‌ای نیست. این تا زمانی امکان‌پذیر است که سخن نامربوطی نگویید. مصاحبه‌کننده ما - «تورا»- در جای دیگری می‌گوید: «ابتدا باید راجع به موضوع مصاحبه تصمیم گرفت. این موضوع می‌تواند واقعه محلی، ضرورت اجتماعی و یا واقعه‌ای دیگر باشد. وقایع مکتوب را دوباره مطرح نکنید. مطالبی را انتخاب کنید که قبلاً پوشش داده نشده و یا کاملاً تشریح نشده باشد. بنابراین برای درک برخی نظریات به کاغذ نیاز دارید و برای ارزیابی و بررسی موجود بودن آنچه بدانها علاقه‌مندید، به تلفن، و برای بررسی موضوعات موجود در اینترنت یا فایل‌های رایانه‌ای، یک رایانه مورد نیاز شماست. البته کتاب را نیز هرگز فراموش نکنید.»

منابع موضوعات را در کجا بیابیم

اینکه کجا می‌توانید مطالب را بیابید، بستگی به این دارد که چقدر از محل وقوع آنها اطلاع داشته باشید. اگر روزنامه می‌خوانید تمامی آن را مطالعه کنید نه آن قسمت‌هایی را که مورد علاقه شماست. مجلات و کتابها را مطالعه کنید و حتی برنامه‌های جالب و پرمعناي تلویزیون را تماشا کنید. به رادیو و به سخنان آدم‌های مشهور و عادی گوش دهید و سطح آگاهی خود را افزایش دهید. اما هرگز آگاهی‌های خود را به نمایش نگذارید. مصاحبه، برای شنوندگان است نه برای شما.

**الف- منابع وقایع:** برخی وقایع آشکارند. اگر یکی از چندین واقعه‌ای که معمولاً رخ می‌دهد، در محل شما اتفاق بیفتد، آیا آگاهی کافی جهت پیگیری آن را دارید؟ آیا می‌دانید راجع به هر واقعه‌ای باید با چه کسی صحبت کنید؟ بررسی کنید چه کسی معتبرترین فرد برای گفت‌وگو است.

شاید همیشه افراد مسئول، مانند آتش‌نشان‌ها، پلیس‌ها و گروه‌های نجات و

مسئولان بیمارستان‌ها در محل نباشند تا با آنها گفت‌وگو کنید. شاید تنها با يك عابر معمولي که همه واقعه را دیده باشد و یا با يك کودک مواجه شوید. او، هر کس که باشد، به هر حال واقعه را دیده است. شما هرگز علاقه ندارید که با فردي غير از شاهد صحبت کنید. شما می‌توانید فقط با خود او صحبت کنید، نه با فرد دیگری که او معرفی می‌کند.

**ب- همیشه به دنبال منبع واقعه بروید:**  
 برخی از وقایع آشکار نیستند، اما با اندکی تفکر و اندیشه در ذهن جا می‌گیرند. پس از وقوع يك آتش‌سوزي و صحبت‌هاي آتش‌نشان‌ها باید دید که نظر شرکت بیمه چیست. آیا آنها باید چیزی پرداخت کنند؟ اگر پاسخ مثبت است، مقدار آن چقدر است. زمانی که اتوبوسي در پرتگاهی سقوط می‌کند باید علت آن را جست‌وجو کرد؛ به‌عنوان مثال در مورد آموزش راننده، تحقیق کرد و وسایل ایمنی چون کمربند ایمنی

برای مسافران را مورد بررسی قرار داد. هنگامی که رئیس‌جمهور و نخست‌وزیر کسری بودجه اعلام می‌کنند و گروه‌های مخالف آن را تفسیر می‌نمایند، باید دید که این امر بر روی مردم چه اثری می‌گذارد. اگر قیمت تخم‌مرغ گران می‌شود، با فروشنده یا خریدار صحبت نکنید، بلکه با مرغ مصاحبه کنید!! (افکتهای موجود در محیط را فراموش نکنید.)

### مصاحبه‌های جنجالی

**چگونه می‌توانید یک دیدگاه را از طریق مصاحبه به چالش بکشید**

هیچگاه با مصاحبه‌شونده بحث و جدل نکنید. یک مصاحبه‌شونده غالباً نظرات و عقایدی را مطرح می‌کند که شاید شما با آنها به‌طور کلی مخالف باشید. خونسرد باشید. هدف شما آن است که مصاحبه‌شونده عقاید و تفسیر خود را راجع به یک وضعیت ابراز کند. عقاید و دیدگاه شما در اینجا مطرح نیست، اما این به آن معنا نیست که عقیده مخالفتان را بیان نکنید. اقتضای شغل شما آن است که طرز تلقی‌های موجود را به چالش بکشید و مطمئن شوید که همه جنبه‌های قضیه به‌طور منصفانه به گوش شنوندگان رسیده است.

البته به این موضوع - هنگامی که راجع به اصل مصاحبه بحث می‌کنیم - بیشتر خواهیم پرداخت.

- **عینیت يك قاعده است:** شما به جای ناراحتی و پرخاشگری، دقیق و مراقب باشید، در غیر این صورت موقعیت و اعتبار شما از بین می‌رود. خود را درگیر اختلافات شخصی دیگران نکنید؛ این مسائل بیشتر شبیه دعوای کودکانه است و هرگز سبب اطلاع‌رسانی و حتی سرگرمی نمی‌شود، به عنوان مثال آقای X ممکن است راجع به آقای Z سخن ناشایستی بگوید، آنگاه شما نزد آقای Z می‌روید، او می‌گوید که آقای X اشتباه به عرضتان رسانده است و شما با این سخن نزد آقای X برمی‌گردید، او می‌گوید: از آنجایی که آقای Z نسبت به فعالیت‌های سابق شرکت من حسادت می‌ورزد، این سخنان را گفته است و شما مجدداً نزد آقای Z برمی‌گردید. و این کار همین‌طور ادامه می‌یابد. در این زمان چه کسی باید مراقب باشد؟ این شیوه کار در صورتی جالب است که شنونده هیچ قسمت آن را از دست

ندهد. برای کسی که از وسط برنامه شنونده آن می‌شود کاملاً گیج‌کننده خواهد بود.

### مکان و زمینه مصاحبه‌ها

حال شما باید محل انجام مصاحبه را تعیین کنید. عوامل زیادی بر روی این تصمیم شما تأثیر می‌گذارند که هشت مورد آن به این شرح است:

**الف - ضبط استودیویی:** ما غالباً در خانه احساس راحتی بیشتری می‌کنیم، اما آیا برای مصاحبه‌شونده هم چنین است؟ استودیو برای ضبط مصاحبه بیشترین امکانات را در اختیار شما می‌گذارد. از این گذشته، ابزار با کیفیت بالا برای این کار نیز در اختیار ایستگاه است. مصاحبه‌کننده در خانه خود احساس راحتی می‌کند، اما در همین زمان، این مکان برای مصاحبه‌شونده بسیار عجیب و غریب است و به همین علت شاید احساس راحتی نکند. شما باید احساس راحتی لازم را در مصاحبه‌شونده ایجاد کنید.

مصاحبه در مکان می‌تواند داخلی و یا بیرونی باشد. در این صورت، به ضبط صوت

قابل حمل و میکروفون و گاهی به لوازم جانبی آنها نیاز است. اگر در معرض باد قرار دارید، برای میکروفون بادگیر لازم است و اگر در محل مصاحبه صدای اضافه و مزاحم وجود دارد باید از میکروفون‌های یک‌جهته یا کاملاً بسته و حتی بیش از یک میکروفون استفاده کنید. اینکه مصاحبه‌شونده در خانه خودش قرار دارد و احساس راحتی می‌کند یک امتیاز است (البته همیشه این طور نیست) و برخی صداها موجود در محیط نیز به جو و فضای ضبط برنامه کمک می‌کند. لازم است که مصاحبه‌کننده فنون لازم برای استفاده از ضبط را به خوبی بداند و خود را آماده کند تا در محیط حاکم بتواند به خوبی سخنان مصاحبه‌شونده را ضبط کند. نکته بسیار مهم این است که مقدمات آمادگی برای ضبط مصاحبه باید بدون هیاهو و با تسلط کامل در اسرع وقت انجام گیرد تا مصاحبه‌شونده احساس نکند درمقابل یک آماتور قرار دارد.

**ب - ضبط تلفنی:** ضبط تلفنی از لحاظ کیفیت نسبت به ضبط صدا در استودیو و یا به کمک ضبطصوت قابل حمل در سطح پائینتری قرار دارد، ولی استفاده از آن آسانتر و از لحاظ اقتصادی به صرفه تر است و مصاحبه شونده در هر جای دنیا که باشد می تواند به راحتی در دسترس قرار گیرد.

### **ج- خط داغ دموکراسی، ارتباط لحظه ای با**

**مخاطب:** این يك سخن غلط در مورد رادیو نیست. شما از طریق تلفن به يك شخص معمولی اجازه می دهید که افکار و عقایدش را با هیجان و به نحو متقاعدکننده ای ارائه کند. اینجاست که عقاید آزادانه پخش می شود و می توان دید که چه عقایدی تأیید و یا رد می شوند و به این ترتیب مباحث زیادی روزها و حتی هفته ها به طول می انجامد.

از طرف دیگر، میکروفون تلفنی برای هر کسی آشنا و راحت است. این قضیه تا حدودی شبیه بخش «نامه هایی برای سردبیر» در روزنامه هاست که در آن گاهی اوقات محتوای واقعی مطلب کم اهمیت تر از آن چیزی است که



توجه شنونده به آن جلب شود. هر کسی (حتی مصاحبه‌شونده) می‌داند که چگونه باید از تلفن استفاده کند، لذا خشکی و رسمیت و اضطراب و ممنوعیت‌های کمتری وجود دارد، زیرا احساس گمنامی بیشتری می‌کند حتی اگر نامش ذکر شود. تلفن، رادیویی است با صدای برگشتی؛ رادیویی زنده، سریع و ارزان برای هر مکانی که می‌توان همه چیز را گفت. تلفن در واقع حوزه و قلمرو میزبان گفت‌وگو است که سبک و شیوه لحظه‌ای را پدید می‌آورد و فرصتی برای آماده‌شدن جهت مصاحبه وجود ندارد و دیدگاه طرف ممکن است حتی در يك مصاحبه تغییر کند و شما باید يك ضبط در این گفت‌وگو داشته باشید. البته نمی‌دانید که چه زمانی مجدداً این نوار کاربرد خواهد داشت و چرا، اما برای دسترسی به خیرسازان و دارندگان اطلاعات، تلفن راحت‌ترین و ارزان‌ترین و سریع‌ترین وسیله است. لذا بیشتر مصاحبه‌ها از این طریق انجام می‌گیرد. در جایی که می‌توان به راحتی از استودیو و ضبط صوت استفاده کرد، تلفن وسیله خوبی

نیست؛ این تقابل کمیت و کیفیت است که ما راجع به آن بحث می‌کنیم.

يك ارتباط برقرارکننده ماهر در به‌کارگیری گفت‌وگوي رادیویی قاطع است. اصولاً در گفت‌وگوي تلفني لازم است که مصاحبه‌کننده کاملاً آگاه باشد و بتواند مطالب کلیدی را از سخنان مصاحبه‌شونده دریابد تا بتواند احساسات و عواطف و روحیات او را - در حالی که قابل رؤیت نیستند - کنترل کند، زیرا از هیچ زبان اشاره‌ای نمی‌تواند استفاده کند.

**د- بخش زنده:** مهارت واقعی شما آنگاه بروز می‌کند که بتوانید مطالب را در مغز خود ویرایش کنید. یقیناً مصاحبه‌های زنده در صورتی موفقیت‌آمیز خواهند بود که در آن، معیار، «تازگی خبر» باشد، خواه این مصاحبه از طریق تلفن باشد و یا در استودیو، یا در محل و یا در واحد سیار رادیو. به هر حال، مصاحبه‌زنده نظم و ترتیب خاصی را می‌طلبد. مصاحبه‌کننده باید دارای دانش کافی باشد و شمرده صحبت کند و

مصمم باشد و توانایی ویرایش مطالب را ضمن ارائه آن داشته باشد و بتواند به راحتی بر مصاحبه نظارت و کنترل داشته باشد. همچنین توانایی شناخت نقطه پایانی مصاحبه را نیز داشته باشد که این نکته از اهمیت زیادی برخوردار است.

#### ه - نوع برنامه ریزی برای مصاحبه: چه نوع

مصاحبه ای مناسب برنامه است، سخت یا ملایم؟ چیزی بدتر از قرارداد دادن مصاحبه در جایگاه اشتباه نیست. محتوا را در نظر بگیرید. اگر مصاحبه مربوط به وقایع جاری است، آن را مانند جمله **ساندی** در حالت ملایم قرار ندهید. اگر مصاحبه، ملایم است آن را در حالت گفت و گوی عمیق قرار ندهید. البته نمی توان گفت این یک قاعده محکم و صریح است. گاهی یک مصاحبه ملایم، به علت محتوا و یا به سبب شخصیت مصاحبه شونده، می تواند در برنامه مربوط به امور جاری یا خبری قرار گیرد. همین طور شما نمی توانید موضوع باغبانی را در برنامه ای که قاعدتاً مربوط به امور بین الملل است قرار دهید، مگر آنکه

مربوط به يك سمینار بین‌المللی باشد. راجع به این‌که مصاحبه از لحاظ محتوا و شخصیت فرد مصاحبه‌شونده چگونه در بهترین جا قرار بگیرد، فکر کنید. آنجا، مکانی است که بیشترین تأثیر را خواهد داشت.

**و- زمان مناسب برای پخش مصاحبه:** ببینید چه کسانی به موضوع علاقه‌مندند و دوست دارند چه زمانی آن را بشنوند. این مسئله را باید به همراه برنامه‌ای که مصاحبه در آن پخش می‌شود، در نظر بگیرید.

عواملی مانند محتوا، ارزش خبری، موضوعیت، نیازهای اجتماعی و اهمیت موضوع، چیزهایی محسوب می‌شوند که باید مورد توجه قرار گیرند؛ اما انتظار نمی‌رود که همه این مسائل به یکباره در نظر گرفته شوند.

در اینجا باید مخاطبان را به خوبی شناخت و از زمان موردنظر آنها برای گوش‌دادن به برنامه مطلع شد؛ مثلاً بیشتر کشاورزان در مزرعه مشغول کارند و نمی‌توانند به برنامه گوش دهند و یا اگر کسی در کار صادرات و واردات باشد، شاید

در زمان پخش برنامه سخت درگیر کارش باشد و نتواند به برنامه گوش دهد.

برخی ایستگاه‌ها، برنامه‌هایشان را در وقت صبحانه پخش می‌کنند و حال آنکه شنوندگان فرصت زیادی برای گوش کردن ندارند و پیام برنامه به هدر می‌رود.

تصور کنید مادر مشغول آماده کردن و غذا دادن به بچه‌هاست تا آنها را به مدرسه بفرستد، پدر آماده می‌شود تا به محل کار برود و به‌طور کلی، بزرگترها آماده فعالیت روزانه می‌شوند؛ اگر شنونده برنامه شما یکی از این افراد است، بنابراین باید منتظر شوید تا وقت پیدا کند و به برنامه شما گوش دهد. در مورد شب نیز باید گفت که مردم در این ساعت بیشتر به تماشای تلویزیون یا ویدئو مشغولند و در صورت پخش مصاحبه ممکن است آن را به هدر بدهید؛ باید به دقت فکر کنید و از تحقیقات موجود جهت یافتن بهترین ساعت پخش برنامه خود استفاده کنید. شما باید عادات و رفتار شنوندگانتان را بدانید.

ز- **سبك و شیوه مصاحبه:** سبك هرگز ماهیت یا محتوا را جا بجا نمی‌کند، بلکه هر دو را دربرمی‌گیرد. هرگاه به يك برنامه تلویزیونی نگاه می‌کنید، می‌توانید بگویید که این برنامه به چه سبکی ساخته شده است، اما محتوای آن چیست و کجاست؟ سبك در واقع بسته‌بندی محصول است. لباسی است که برای جلب توجه جذابیت زیادی دارد؛ وجود سبك ضروری است، اما این يك محصول واقعی نیست. اول ببینید شخص مصاحبه‌شونده دیدگاهی نرم نسبت به موضوع دارد و یا دیدگاهش سخت است. آیا شما نسبت به موضوع قاطعید و یا احساس همدردی می‌کنید و یا با يك حالت استفهامی به بررسی موضوع می‌پردازید؛ آیا به دنبال وقایع هستید و یا به دنبال افکار و اندیشه‌ها؟ آیا مصاحبه‌شونده عصبی است و می‌ترسد یا اینکه بر خودش مسلط است و کنترل لازم را دارد؟ آیا می‌خواهد آزادانه اطلاعات بدهد یا اینکه قصد پنهان‌کاری و گمراه کردن دارد؟ این قضیه تا چه اندازه بر روی سبك مصاحبه

شما تأثیر می‌گذارد؟ آیا مصاحبه شما باید از طریق تلفن یا ضبطصوت باشد و یا زنده پخش شود و یا بخشی از سخنان مردم باشد؛ چقدر باید طول بکشد؛ بلند باشد یا کوتاه، چرا؟

علف هرز، گیاهی است که ناجا رشد کرده است؛ گیاه مصاحبه خود را در جای مناسب بکارید. چه دیدگاهی بهتر است؛ سبک برنامه‌ای را که مصاحبه در آن پخش می‌شود، انتخاب کنید.

سبک برنامه جمله‌ای با سبک برنامه‌های مربوط به وقایع جاری متفاوت است. سبک برنامه فرهنگی با سبک برنامه تفسیری و انتقادی - اجتماعی که نیم‌ساعته است، متفاوت است. پس برنامه خود را با قرارداد در ساعت نامناسب تباه نسازید. مصاحبه و شنوندگان خود را با تحیل و دقت تغذیه کنید.

رادیو در مقایسه با تلویزیون - که از تصویر برخوردار است - این امتیاز را دارد که از طریق ارائه تصویر، ذهن مخاطب

را محدود نمی‌کند. شنونده، تنها می‌تواند ذهن خود را روی صدا متمرکز کند. افکار گوینده از طریق مشاهده تصویری قابل پیش‌داوری نیستند، زیرا شنونده او را نمی‌بیند. از این رسانه تخیلی بهره بگیرید و توجه مخاطبان را به مصاحبه‌تان جلب کنید.

**ح - مدت مصاحبه:** روح مصاحبه اختصار و ایجاز است. مدت مصاحبه به سبک و زمانی که ایستگاه در نظر گرفته بستگی دارد؛ پس بر این اساس می‌توانید تصمیم‌گیری کنید. «می‌توانید» به این معناست که مجبور نیستید وقتی را که در اختیار دارید، پر کنید. یک مصاحبه باید به مدتی که مورد نیاز است، طول بکشد. بقیه مسائل جانبی باید برای مصاحبه‌های جداگانه دیگر حفظ شوند؛ اگر جالب‌اند که می‌توان آنها را پس از ویرایش پخش کرد و اگر جالب نیستند باید دوباره مرتب شوند.



### تحقیق و نیاز به آموزش

راجع به موضوع مصاحبه چقدر اطلاعات و آگاهی دارید؟ اجازه دهید این پرسش را با مصاحبه‌کننده خودمان - «تورا»- مطرح کنیم: «من آماده می‌شوم که با یک جراح مغز مصاحبه کنم. این به آن معنا نیست که من همه چیز را راجع به جراحی مغز می‌دانم. به همین علت است که از او سؤالاتی می‌کنم. اولین باری که با مصاحبه‌شونده ام گفت‌وگو می‌کنم، سعی می‌کنم یکی دو سؤال مطرح کنم تا ببینم آیا راه را درست رفته‌ام یا خیر، اما همه سؤالاتم را به او نمی‌گویم، تا مصاحبه برنامه‌ریزی‌شده جلوه نکند. فکر نمی‌کنم برای اینکه بخواهید چیزهای بیشتری بدانید، لازم باشد خیلی جستجو کنید؛ می‌توانید بقیه سؤالات را از مصاحبه‌شونده بپرسید. پس تکالیفتان را خوب انجام دهید. راجع به این قضیه فکر کنید که یک فرد عادی می‌خواهد از این موضوع چه استفاده‌ای بکند و چه اطلاعاتی کسب کند. از یک فرد عادی بپرسید که چه انتظاری از این موضوع دارد. فکر می‌کنم شما بتوانید بگویید که من در یک وضعیت «بی‌تزویری آگاهانه» قرار دارم. بدون مطالعه در سطح دانشگاه، می‌توانید چیزهایی راجع به موضوع مورد بحث در کتابخانه‌ها و روزنامه‌ها و اینترنت و همچنین از طریق دوستان بیابید. اینجاست که می‌توانید از تلفن استفاده کنید.»

### تجزیه و پالایش اطلاعات

از طریق یادداشت‌ها و نوشته‌هایی که دارید، پرسش‌های موردنظرتان را مطرح کنید؛ آنها را همان‌گونه بنویسید که می‌خواهید پرسید؛ زیرا آنچه را که غالباً می‌نویسید با آنچه که می‌پرسید، کاملاً متفاوت است. البته این پرسش‌ها نکاتی مهم‌اند، اما برخی سؤالات در زمان ملاقات با مصاحبه‌شونده برایتان مطرح می‌شوند. سؤالاتان را به شکل منطقی مطرح کنید، اما به خاطر داشته باشید که گاهی برای جذاب‌شدن مصاحبه مجبورید سؤالاتان را محدود کنید. پس سؤالاتی را مطرح کنید که شنوندگان، در صورت داشتن این اطلاعات، آنها را می‌پرسیدند. مصاحبه در واقع فرصت خوبی برای شنوندگان است تا آنچه را که می‌خواهند بدانند، بیابند و همچنین فرصت خوبی است برای آنها تا آنچه را که لازم است بدانند، بیابند و موضوع را بهتر و کامل‌تر بشناسند. اگر می‌خواهید وقایع و مسائل را در مصاحبه نقل کنید، به درستی این کار را انجام دهید؛ اگر این کار را نکنید موضع در هم و برهم خواهد بود. اگر راجع به مسائل و وقایع مطمئن نیستید، آنها را قبل از مصاحبه با مصاحبه‌شونده خود مرور کنید، اما جزئیات مربوط به سؤالات را با او در میان نگذارید.

---

## آغاز کار

---

برای رسیدن به یک دیپلماسی متقاعدکننده، با مصاحبه‌شونده خود تماس بگیرید و به او نزدیک شوید. حال که اهداف مصاحبه خود را شناختید، مصاحبه شما از کدام نوع است؟ اطلاع‌رساننده، تفسیری و یا احساسی؟ پس از بررسی مطالب و موضوعات، مسئله بعدی نزدیک‌شدن و تماس با مصاحبه‌شونده است که یک مرحله ظریف و حساس است و به سادگی نمی‌توان از کنار آن گذشت، مگر آنکه موافقت، اطمینان و همکاری مصاحبه‌شونده را جلب کنید. موانع زیادی وجود دارد که در صورت رفع آنان می‌توانید به مرحله بعدی آمادگی برای مصاحبه راه پیدا کنید. اولین مرحله تماس، استفاده از

تلفن است که در این راستا باید دقیق باشید.

### تماس با منشی

چگونه می‌توانید به گونه مثبتی مذاکره کنید و جو مناسبی ایجاد نمایید؟ این یک مرحله بسیار مهم است، زیرا همه ما از جواب «نه» دوری می‌کنیم و بیشتر به دنبال «بله» می‌گردیم. ما تنها در طلب همکاری نیستیم، بلکه خواهان یک کمک تمام‌عیاریم. ما پاسخ مثبت مصاحبه‌شونده و منشی او را می‌خواهیم، البته اگر اولین تماس تلفنی شما را خود فرد مصاحبه‌شونده پاسخ دهد که جای خوشبختی است، اما اگر منشی او به تلفن شما پاسخ دهد، جهت مذاکره باید فعالیت‌هایی انجام دهید. به خاطر داشته باشید که هرگز منشی را کنار نگذارید، زیرا ممکن است دوباره برای مصاحبه با رئیسش به کمک او نیاز داشته باشید. پس با منشی مدیران مؤدبانه رفتار کنید، حتی اگر یک مصاحبه‌کننده مطرح و کاملاً مشهور باشید. البته نباید در وضعیتی قرار بگیرید که

منشی بخواهد درباره اهمیت موضوع و گفتن و یا نگفتن آن به رئیس تصمیم بگیرد؛ زیرا شما می‌خواهید رئیس را متقاعد کنید، نه منشی را.

**چگونه می‌توان با منشی کنار آمد:** تماس مجدد تلفنی را به صاحب‌شونده یا منشی او واگذار نکنید؛ زیرا این امر به ندرت اتفاق می‌افتد، بنابراین بپرسید مجدداً کی می‌توانید تماس بگیرید. شماره تلفن منشی خود را به منشی صاحب‌شونده ندهید، بلکه شماره تلفن خود را بدهید. آگاه باشید که پاسخ «بله» می‌خواهید، پس کارها را خودتان انجام دهید. نزد منشی او پیغام نگذارید، بلکه شخصاً با خودش صحبت کنید. مفید و مختصر برخورد کنید. قرار بگذارید و سر موقع حاضر شوید. نسبت به منشی‌ها مؤدب باشید. آنها یاری‌کنندگان خوبی برای شما محسوب می‌شوند. راجع به قضیه به‌طور مفصل با منشی‌ها صحبت نکنید و محتوا را فقط به صاحب‌شونده - آن هم در حد معمول -

بگویید. این عقیده را درمنشی تقویت کنید که وی کمک‌کننده واقعی رئیس است تا بدین‌وسیله به شما اجازه دهد با او دیدار کنید.

اگر فرضاً توانسته باشید به خوبی از کمک منشی استفاده نمایید، باید به طور کامل با مصاحبه‌کننده مذاکره کنید.

### غلبه بر نگرانی‌ها و بی‌میلی‌ها

فرض می‌کنیم که همه اصول گفته‌شده را درک کرده‌اید و پذیرفته‌اید و به‌خوبی با منشی کنار آمده‌اید، بنابراین لازم است با مصاحبه‌شونده گفت‌وگوهای لازم را انجام دهید. دقت کنید تا چه اندازه باید بر مصاحبه کنترل داشته باشید.

### گرایش‌ها

مقاومت‌ها و بحث و جدلهایی در میان مردم وجود دارد که در زمان مصاحبه از خود بروز می‌دهند.

**مصاحبه شونده:** این مسئله جالب و جدید نیست و مردم علاقه‌ای به شنیدن آن ندارند.

**مفسر:** او متخصص نیست که راجع به آن نظر دهد و قضاوت کند، من به عنوان يك متخصص استخدام شده ام که تعیین کنم چه چیز جدید است و برای شنوندگان جالب می باشد. او سعی می کند تا مرا کنار بگذارد، زیرا ممکن است تحت کنترل محیط نباشد.

**مصاحبه شونده:** ببین، بهتر است لیستی از سؤالاتی را که می خواهید از من بکنید به من بدهید تا من بدانم می خواهید از من چه بپرسید.

**مفسر:** من با این شیوه موافق نیستم، این مانند يك مصاحبه از پیش برنامه ریزی شده است؛ مانند يك فعالیت تبلیغاتی. او می ترسد که نتواند موضوع را کنترل یا هدایت کند. من بر روی موضوعاتی که می خواهیم صحبت کنیم تأکید کردم و سؤالات طبیعتاً از میان این صحبت ها انتخاب می شوند.

**مصاحبه شونده:** بهتر است شما با رئیس بزرگ گفت و گو کنید. او تنها کسی است که با

کارکنان سروکار دارد؛ البته او در آن لحظه خارج از شهر خواهد بود.

**مفسر:** او می‌ترسد سخنانی بگوید که برای او و شرکت آنها دردسرساز شود. **مصاحبه‌شونده:** من نمی‌توانم الآن این کار را انجام دهم. سرم شلوغ است. شاید هفته بعد فرصت داشته باشم.

**مفسر:** ممکن است این قضیه حقیقت داشته باشد، اما به ندرت اتفاق می‌افتد. واقعیت آن است که وی نمی‌خواهد این کار را انجام دهد. این سهل‌انگاری است.

**مصاحبه‌شونده:** بله، من این کار را انجام می‌دهم اما این حق را دارم که هر قسمتی را که خوشم نیامد، حذف کنم.

**مفسر:** با این قضیه موافقت نکنید. در این صورت حق کنترل و ویرایش و اجازه سانسور را به او می‌دهید. او را متقاعد کنید که براساس مقررات، مصاحبه را پخش خواهید کرد، زیرا دادن حق ویرایش به وی برای ایستگاه شما مشکلات قانونی در پی خواهد



داشت و اینکه شما به دنبال هیچ دردمسری نیستید. هر دوی شما به دنبال حقیقتید.

### بی‌میلی و اکراه

همان‌طور که شما هم می‌دانید، ترس از ندانستن باعث بروز پوزش و عذرخواهی می‌شود. ترس از مصاحبه، ناشی از ترس از ندانستن حقیقت است. این ترس بیشتر مربوط به کارکنان دولت است که تصور می‌کنند شاید آن مصاحبه برای شغل آنها مخاطراتی به دنبال داشته باشد. حتی اگر ۱٪ احتمال چنین خطری را بدهند از انجام این کار خودداری می‌کنند. چون حفظ شغل برای آنها با ارزش‌تر است. از این رو باید برای منابع خبری و مصاحبه‌شوندگان بالقوه، دوره‌های آموزشی و اعتمادسازی تدارک دیده شود؛ در چنین وضعیتی ایستگاه شما نیازمند داشتن یک روابط عمومی خوب است که بتواند ترس چنین افرادی را از مصاحبه از بین ببرد؛ ما در این زمینه یک دوره آموزشی حداکثر دو ساعته را پیشنهاد می‌کنیم.

### دوره‌های اطمینان بخش

در موارد زیادی اکراه و مقاومت عده‌ای از مأموران دولت و دیگران را که می‌خواستیم با آنها مصاحبه کنیم مطرح و بررسی کردیم. برخی از این علل مانند ترس از فرایند کار و ترس از نتایج و گاهی حتی غفلت از حق خود نسبت به موضوع وجود دارد که باید راجع به آنها کاری انجام داد.

ایستگاه شما به ایجاد یک گردهمایی کوتاه مدت به همراه پذیرایی (غذا و نوشیدنی) جهت ایجاد یک فضای آرام نیاز دارد. این گردهمایی می‌تواند از تمام مراحل مصاحبه رفع ابهام نماید. باید به مصاحبه‌شوندگان اطمینان دهید که همچنان پس از مصاحبه نیز مورد توجهند و این امر احساس خوبی در آنان ایجاد خواهد کرد.

**الف- چیزهایی راجع به مصاحبه - گردهمایی برای مصاحبه‌شوندگان:** هدف این گردهمایی، آموزش منابع اولیه خیر است تا به مصاحبه‌شوندگان احتمالی اطمینان دهیم که مصاحبه مطمئن‌ترین و دقیق‌ترین شکل توجه به چیزی است که می‌خواهند بگویند. برخی

مصاحبه‌شوندگان نسبت به توانایی انتقال مفاهیم خود تردید دارند؛ اما در آنجا که با مردم به طور رودررو صحبت می‌کنند و یا مصاحبه تلفنی دارند این احساس ترس در آنها وجود ندارد اما از اینکه صدایشان ضبط شود و دوباره قابل شنیدن باشد واهمه دارند؛ زیرا می‌ترسند که افراد مافوقشان سخنان آنها را بشنوند و آن را تکذیب کنند.

**ب - داوطلبان «گردهمایی‌های آموزشی برای مصاحبه» را چگونه پیدا کنیم:** ابتدا حمایت مدیران مربوطه را جلب کنید. در این گردهمایی آموزشی دو ساعته ابتدا باید این اطمینان را برای مدیران و مأموران دولت پدید آورد که هیچ چیز محرمانه‌ای وجود ندارد و آنها باید اطلاعات را به مخاطبان نشان که مردم این کشورند، بدهند. این مخاطبان می‌توانند مشتریان و یا رأی‌دهندگان به آنان باشند. در این گردهمایی به مسئولان اجرایی، این آگاهی

داده می‌شود که روش‌های نوین و جدید جریان اطلاعات در جامعه آزاد چگونه می‌تواند به آنها در اعمال سیاست‌های اطلاع‌رسانی سازمانی‌شان کمک کند. این افراد را از طریق دعوت‌نامه کتبی که به امضای بالاترین مسئول واحد مانند رئیس، جانشین او و یا مدیر روابط عمومی رسیده باشد به گردهمایی دعوت کنید تا بر اعتبار و ارزش این گردهمایی افزوده شود.

### ج- محیط مناسبی برای گردهمایی خود فراهم

#### کنید

آمادگی جسمانی: نشست غیررسمی بهتر است، هر چند حضور برای مصاحبه یک رخداد آبرومندانه است. یک صندلی مناسب در کنار کنارتان بگذارید و یک میز کوتاه در کنار آن قرار دهید که بتوانید ضبط قابل حمل و میکروفون و نوارها و قلم و کاغذ را بروی آن بگذارید. وسایل را پائین بگذارید و به‌خاطر داشته باشید که با ترس ناشناسی سروکار داریم.

**آمادگی روانی:** شما به میهمان خوش آمد بگویید و دلیل واقعی بودنش در آن مکان را توضیح دهید و بگویید مصاحبه تا چه اندازه ای برای آنها وسیله راحتی جهت ارتباط با رسانه است. البته برای این کار وقت زیادی صرف نکنید.

**د- لغت «ترس»:** اکنون ترس از میکروفون را از بین ببرید. این اطمینان را به او بدهید که ترس از ناشناخته ها امری طبیعی است. این ترس مانند ترس از دندانپزشک، امری طبیعی و واقعی است. تحقیقات آمریکایی نشان می دهد که «سخنرانی در جمع» اولین ترس مردم است که پیش از ترس از مرگ قرار دارد (که آن ترس شماره ۷ است). ترس از ارتفاع، حشرات، مشکلات مالی و آب های عمیق از دیگر ترسها محسوب می شوند.

**ه - بیایید این ترسها را از خود دور کنیم:** من صدایم را دوست ندارم، آنچه از ضبط پخش می شود صدای من نیست؛ من تصور نمی کنم که آن صدا شبیه صدای من است.

- ممکن است نوارها را ویرایش کنید و آنچه را که من گفته‌ام تغییر دهید و آن را بی‌محتوا سازید.

- ممکن است طوری صحبت کنم که منظورم همان نباشد، زیرا من سردرگم و عصبی بوده‌ام.  
- شاید مردم فکر کنند من دیوانه‌ام، زیرا از صدایم مشخص است ترسیده‌ام؛ در حالی که من دیوانه نیستم.

- وقتی عصبی هستم، سرفه‌ام می‌گیرد و نمی‌دانم چه می‌گویم و راجع به چه چیزی صحبت می‌کنم.  
- وقتی عصبی هستم، صدایم بلند می‌شود و مثل یک نوجوان به نظر می‌رسم.

- هرگاه مصاحبه می‌کنم، احساس می‌کنم یک بیماری درونی در من ایجاد می‌شود. چرا باید خود را در این وضعیت قرار دهم؟!

- اینکه این ترسها را از خود دور کنم خیلی اهمیت دارد. البته این ترسها معقول و کاملاً معمولی به نظر می‌رسند.

البته شما نباید از میهمانان انتظار داشته باشید که با این ترسها همراه شوند، بلکه وظیفه اصلی شما این است که شرکت‌کنندگان را تشویق به داشتن احساس

راحتی کنید و بگویید که نگرانی راجع به چیزهای تازه تا حدود زیادی قابل درک است. البته این یک جلسه روانشناسی عمیق نیست. اینها آدم‌های با شخصیت و باغوروند؛ سعی نکنید در جایی که انتظار دارند با خیلی از مشکلات شخصی خود کنار بیایند، جلسه بازجویی تشکیل دهید. سعی کنید به‌طور طبیعی با موضوع برخورد کنید.

باز هم تأکید می‌کنیم که وجود این ترس‌ها عادی است. حتی شما در ابتدای کارتان در رادیو این ترس‌ها را داشته‌اید. مدتی طول کشیده تا توانسته‌اید با صدایتان کنار بیایید و همین‌طور با نحوه ضبط کردن صدایتان. شاید مجبور باشید که بیشتر به ترس و فرار از صحبت کردن بپردازید و شنوندگان نیز با سکوت خود شما را همراهی کنند، البته موافقت آشکار برایشان سخت و دشوار است.

**و- مقاومت در برابر مصاحبه:** در دنیای پرکار امروز مردم برای رهایی از نگرانی و نارضایتی راه‌های زیادی دارند. برخی

از این نگرانی‌ها واقعی و برخی دیگر تخیلی‌اند. نکته‌ای که شما به شرکت‌کنندگان در گردهمایی باید بگویید آن است که شناخت موانع مصاحبه امتیاز خوبی به حساب می‌آید.

دلایل مصاحبه خود را در گردهمایی ارائه کنید. داوطلبانی برای انجام مصاحبه دعوت کنید.

پس از بررسی رفتار انسانی و عکس‌العمل افراد در مقابل ترس، از اعضای گردهمایی بخواهید که در این مسئله مشارکت نمایند. اگر شك دارند یا نمی‌خواهند همکاری کنند، آنها را مجبور نکنید. در این مرحله سعی کنید که سادگی مصاحبه را برای افراد داوطلب اثبات کنید. شما باید پافشاری کنید و سرانجام کسانی حتماً با شما موافقت خواهند کرد. به افراد گروه یادآوری کنید که شرکت‌های هواپیمایی نیز برای حل مشکل ترس از پرواز دوره‌هایی تشکیل می‌دهند. این به آن معنا نیست که آنها افراد مهمی



نیستند. آنها تنها از پرواز می‌ترسند. این واقعیت دارد که مردم از مصاحبه کردن می‌ترسند؛ اما این يك ترس دائمی نیست و می‌توانید بر آن غلبه کنید. ابتدا با داوطلبان خود بر سر موضوع مصاحبه به توافق برسید و سراغ مطالبی بروید که برایشان آشناست؛ مانند شغل و کارشان سرگرمی‌ها و علائقشان و اگر به دنبال برخی گرایش‌ها در رادیو می‌روید، آنها را دخیل نکنید.

**ز- نکات مورد توجه در گردهمایی، برای مصاحبه شوند**

**صادق باشید:** هرگز برای رهایی از مشکلات دروغ نگوئید. شنوندگان نیز مانند شما خیلی زود متوجه دروغ‌گویی می‌شوند. عصبانی و موذی و متکبر بودن تنها کار را مشکل‌تر می‌کند. شنوندگان کلید حل مشکل را در دست مصاحبه‌شونده می‌دانند و بهتر است او با پاسخگویی صادقانه تا حد زیادی از بار این مشکل بکاهد.

**به سؤالات گوش دهید:** ابتدا خوب به سؤالات گوش داده و سپس به آنها پاسخ دهید. به سؤالی که امیدوار بودید مصاحبه‌کننده از شما بپرسد، بی‌محابا پاسخ ندهید. به سؤالاتی که پرسیده می‌شود دقیقاً پاسخ گوئید. مردم از اینکه به سؤال مستقیماً پاسخ ندهید و یا از پاسخ‌دادن خودداری کنید، عصبانی و ناراحت می‌شوند.

**مختصر پاسخ دهید:** زیاد وارد مباحث فنی مسئله نشوید تا سبب سردرگمی فرد شود. ساده و به زبان عامیانه صحبت کنید. با به‌کارگیری لغات سخت و پیچیده، مردم تحت تأثیر قرار نمی‌گیرند. اگر موضوع فنی است، سعی کنید لغات و اصطلاحات فنی را توضیح دهید.

**خودنمایی نکنید:** سعی نکنید خود را زرنگ نشان دهید. شاید شنوندگان چنین برداشت کنند که می‌خواهید برخی چیزها را پنهان کنید و این نشان می‌دهد که تحت کنترل‌اید؛ آیا چنین است؟ اجازه دهید مصاحبه‌کننده

اوضاع را تحت کنترل داشته باشد. او آمده است تا اطلاعاتی بگیرد، نه اینکه با شما رقابت کند.

**حالت تهاجی و عصبی نداشته باشید:** نسبت به مصاحبه‌کننده ناشکیبا نباشید؛ زیرا شنوندگان چنین استنباط می‌کنند که شما چیزهایی را پنهان می‌کنید. به نظر می‌رسد که چنین تظاهر می‌کنید که تحت کنترل اید؛ آیا اجازه می‌دهید مصاحبه‌کننده مصاحبه را کنترل کند؟ او برای کسب اطلاعات آمده است نه رقابت با شما.

**ح- اصول اخلاقی مصاحبه؛ نکات مهم گردهمایی**

به شرکت‌کنندگان اطمینان بدهید که به «اجرای منصفانه» پایبندید. فرایند مصاحبه پس از جمع‌آوری و قبل از پخش باید منصفانه باشد. کشورهای مختلف راجع به این قضیه دارای اصول و قواعدی مختلفاند و شما باید قبل از اعمال این قواعد در گردهمایی خود، آنها را بشناسید؛ اما مجبور نیستید که مصاحبه‌شونده خود را نسبت به اعمال آنها اطمینان دهید.

در بیشتر موارد که ایستگاه رادیو دولتی است، نباید با ضبط مصاحبه و تغییر در معنا نیات ناپسندی را دنبال کنیم، یا اینکه پیغام اصلی را به خوبی نرسانیم؛ ما باید ضمن اجتناب از این کار، آنچه را که مورد نظر مصاحبه‌شونده بوده، به شنونده انتقال دهیم. اگر يك مصاحبه‌شونده احساس کند که با او رفتار غیرمنصفانه‌ای شده است، می‌تواند نزد مراجع قضایی دادخواهی کند و حداقل در مرحله اول به رئیس شبکه شکایت نماید. به هر حال، يك شبکه رادیویی نیز آنقدر گرفتاری دارد که موارد غیرقابل دفاع این شکلی برایش قابل تحمل نباشد؛ بنابراین يك شبکه رادیویی نمی‌تواند مانند نوعی دادستانی عمل کند؛ زیرا بیشتر به ارائه دیدگاه شما علاقه‌مند است تا قضاوت راجع به شنوندگان.

#### گردهمایی در مورد مصاحبه

- رابطه خود را دوستانه، غیررسمی و مثبت کنید، زیرا به دوستانی نیاز دارید.

- گردهمایی خود را با بیان نکاتی جذاب راجع به مردمی که در مصاحبه شرکت می‌کنند و مانند برخی مصاحبه‌کنندگان عصبی‌اند، متنوع کنید. اصول و قواعد رادیو را رعایت کنید، مثلاً سؤالات را از قبل منتشر نکنید. می‌توانید لیست موضوعاتی را که می‌خواهید راجع به آنها صحبت کنید تهیه نمایید، اما بهتر است سؤالات را در طول مصاحبه و از میان صحبت‌های مصاحبه‌شونده انتخاب کنید. این امر باعث طبیعی‌بودن و جذابیت کار می‌شود.

- شرکت‌کنندگان را به‌عنوان فرصت‌هایی برای مصاحبه در نظر بگیرید. این حساسیت را در آنها ایجاد کنید که آنها نیز موضوع را به همین شکل ببینند.

- به نحو مثبت فعالیت کنید. با هر کسی تماس برقرار کنید. چنین تصور کنید که قادرید با هر کسی در هر مرحله‌ای که ایجاب می‌کند، مصاحبه کنید.

- به شرکت‌کنندگان فرصت دهید راجع به قضیه فکر کنند. مراقب قواعد و نکات

قابل توجهی باشید که در مصاحبه به آنها متذکر می‌شوید. شما می‌دانید که چه چیزهایی مناسب و لازم است، بنابراین مصاحبه‌شونده را به خوبی راهنمایی کنید.

## آمادگی مصاحبه‌شونده

يك لیست از کارهایی که باید انجام دهید تهیه کنید تا چیزی را فراموش نکنید و موفقیت خود را تضمین نمایید. همان‌طور که بارها متذکر شده‌ایم، قسمتی از آمادگی از طریق تلفن انجام می‌گیرد.

صحبت راجع به موضوع و عنوان مصاحبه، توافق بر روی مسائل و موضوعات قابل بحث، عناوین مورد بحث در زمان ضبط مصاحبه یا پخش زنده و ... را می‌توان از طریق تلفن انجام داد؛ پس چه کار دیگری باید انجام شود؟ ابتدا باید مصاحبه‌شونده را آماده کنید. قبل از شروع مصاحبه موارد زیر را بررسی کنید:

- آیا هر دو شما تاریخ، زمان و مکان دقیق انجام مصاحبه را می‌دانید؟
- آیا نام دقیق یکدیگر را می‌دانید و چگونگی تلفظ آنها را می‌شناسید؟
- آیا راجع به محتوا و مدت مصاحبه آگاهی دارید؟

- آیا شما به عنوان مصاحبه‌کننده نام و آدرس و شماره تلفن مصاحبه‌شونده را با خود دارید؟

- آیا مطمئن هستید که به موقع به مصاحبه می‌رسید؟ (این یعنی احترام ویژه)

- آیا به شیوه مناسب و خاص این مصاحبه لباس پوشیده اید؟

احترام به مصاحبه‌شونده موضوعی فوق‌العاده حیاتی است. اگر مصاحبه‌شونده بداند که شما به تکالیف خود عمل کرده اید، احساس خوبی خواهد داشت و به شما اعتماد خواهد کرد. رعایت نکردن برخی از نکات زیر می‌تواند باعث شود مصاحبه‌شونده از انجام مصاحبه خودداری کند و یا مانع از انجام مصاحبه شود.

**الف - عامل زمان:** شما از مصاحبه‌شونده می‌خواهید که بدون پرداخت دستمزد برایتان کاری انجام دهد، چیزی که شاید برای او امتیازی نداشته باشد. پس زمانی قبل از موعد مقرر در محل حاضر شوید تا آمادگی لازم جهت مصاحبه با مصاحبه‌شونده را داشته



باشید. شما باید با رفتارتان بر مصاحبه‌شونده تأثیر مثبت بگذارید.

**ب- انتخاب محل مصاحبه:** بهتر است که در خانه مصاحبه‌شونده و یا در دفتر و محل کارش با او مصاحبه کنید؛ زیرا چنین محیط‌هایی برای او آشنا و راحت‌تر است. شاید مصاحبه‌شونده تجربه آمدن به استودیو را داشته باشد اما اگر برای اولین بار باشد برایش سخت است که در اتاقی حضور یابد که بدون نور طبیعی است و افرادی غریبه از پشت شیشه او را می‌نگرند و او نمی‌تواند صدای آنها را بشنود.

**ج- ارتباط برقرار کردن:** اگر زمان مصاحبه تغییر کرد، به مصاحبه‌شونده اطلاع دهید. اگر در ترافیک گرفتار شده‌اید و یا اگر به دلایلی دیر به محل مصاحبه می‌رسید حتماً از طریق تلفن به مصاحبه‌شونده اطلاع دهید و این فرصت را به او ندهید که به شما «نه» بگوید.

**د- شروع کار به‌محض رسیدن:** به خاطر داشته باشید کسی که برای مصاحبه دعوت کرده‌اید،

برای مدت نامشخصی از کارهای روزانه خود دور شده است. بنابراین جایز نیست که بیش از این وقتش را از دست بدهد، بنابراین پس از سلام و احوالپرسی (و گوش دادن به برخی پاسخ‌های مربوط به سؤالات) همه چیز را در جهت اهداف جلسه‌تان هدایت کنید و زمانی را نیز به برقراری ارتباط دوستانه اختصاص دهید.

به خاطر داشته باشید که در پنج دقیقه اول همیشه به ارزیابی این نکته بپردازید که چقدر به هم نزدیکید.

### آمادگی برای مصاحبه

دقت کنید که چیزی را فراموش نکرده باشید. فهرست چیزهایی که براساس نوع مصاحبه لازم دارید و همچنین نکاتی را که باید رعایت کنید، از این قرارند:

- ضبطصوت (که ابتدا باید آن را آزمایش کرده باشید).

- در طول ضبط برنامه اگر اختلالی پیش آمد، نوارها را بررسی کنید.

- عمر باطري‌هاي ضبط صوت را بررسی کنید و چند باطري يدك نیز به همراه داشته باشید.

- اگر از برق اصلي استفاده می‌کنید، سيم برق به همراه داشته باشید.

- از میکروفون مناسب استفاده کنید و کابل کافي براي کارتان به همراه داشته باشید.

- در صورت نیاز، پایه میکروفون هم تدارك ببینید.

- اگر مصاحبه در فضاي بیرون انجام می‌شود، به بادگیر نیاز دارید.

- هرگز دفترچه یادداشت و قلم را فراموش نکنید، زیرا درخواست آن از شخص دیگری دشوار است.

- به شاخص **Vu** بروي ضبطصوت دقت کنید.  
- صدای ضبط خود را تنظیم کنید. به طور آزمایشی ۳۰ ثانیه با مصاحبه‌شونده صحبت کنید و نوار را برگردانید و صدای مصاحبه‌شونده را دوباره گوش کنید؛ صدای ضبط‌شده باید نسبت به سایر صداها برتر و غالب باشد.

- برای برخی مردم حضور در مقابل میکروفون نقش‌بازی کردن است. این حالت یک وضعیت نیمه‌هوشیارانه و کنترل‌شده است که جنبه روانی دارد. مصاحبه‌شونده شخص مهمی است. او میکروفون را می‌شناسد و قهرمان‌ها را در فیلم‌ها دیده است که میکروفون برایشان سرگرمی است. اما او این کار را به‌طور خودکار انجام می‌دهد و احساس راحتی می‌کند؛ البته وقتی این قضیه اتفاق می‌افتد، مصاحبه‌کننده کنترل خود را از دست می‌دهد. اگر صدا به نحو آشکاری بالا و پایین می‌رود با جابه‌جایی میکروفون آن را تنظیم کنید. البته ممکن است مصاحبه‌شونده شما خود، متوجه این نکته بشود.

### تناسب مکانی

باید موقعیت بسیار خوبی برای مصاحبه پیدا کنیم تا کنترل بهتری بر صدا داشته، ضمن کاهش بی‌نظمی‌ها با مصاحبه‌شونده در تعامل باشیم. این جایی است که مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده در آن احساس راحتی می‌کنند. میکروفون در قسمت پایین اندکی دورتر از صورت مصاحبه‌شونده قرار دارد، به‌گونه‌ای که وی می‌تواند به‌خوبی به

مصاحبه‌کننده بنگرد و پاسخ سؤالات او را بدهد. مصاحبه‌کننده نیز بهتر می‌تواند مصاحبه‌شونده را درگیر مصاحبه کند و هنگام ضبط صدای وی به نحو مطلوبی سطح صدای او را نیز کنترل کند و سختی و اجباری را به مصاحبه‌شونده تحمیل نکند. از آنجا که مصاحبه‌شونده چرخیدن چرخ‌ها را نمی‌بیند، بنابراین حواس او نیز پرت نمی‌شود. تمهیدات فیزیکی خوب از ضروریات يك مصاحبه جهت ارتباط طبیعی است.

#### ۴

---

### ماهیت مصاحبه، بقای مسئولیت

---

ماهیت مصاحبه، بقای مسئولیت شنونده، اطلاعات می‌خواهد نه مبارزه برای کنترل مصاحبه.

افراد مطمئن و دارای اعتمادبه‌نفس در پیمودن راهی که مصاحبه‌کننده طراحی کرده، مشکلی ندارند، اما مصاحبه‌شوندگان باتجربه

و خلاق شاید با این قضیه مشکل داشته باشند و بخواهند مسیر مصاحبه را در جهت موضوعات موردنظر خود تنظیم کنند. بنابراین بهتر است در ابتدا راجع به قواعد کار با مصاحبه‌شونده اعتماد داشته باشد و مصاحبه‌شونده نیز از طرح اصلی مصاحبه - و نه جزئیات آن - باخبر باشد.

مصاحبه‌شونده میهمان شماست و از آنجا که قرار است براساس شیوه موردنظر شما صحبت کند، پس لاقلاً باید راجع به آن اطلاعاتی داشته باشد.

ابتدا مطالب را به‌طور خلاصه برای مصاحبه‌شونده توضیح دهید، همان‌طور که دوست دارید پزشک یا دندانپزشک آنچه را انجام می‌دهد برایتان توضیح دهد. بنابراین ممکن است مصاحبه‌شونده نیز به علت آشنانبودن با رسانه، تا حدودی احساس ناراحتی نماید و خیال کند که شاید واقعه ناخوشایندی رخ دهد. برای اینکه مصاحبه‌شونده را از این

ترس برهانید، سعی کنید او را در وضعیت مناسبی قرار دهید.

مسلماً اگر شما میهمان خود را در بهترین وضعیت آماده نگه دارید، نسبت به انتظارات یکدیگر تصور خوبی خواهید داشت.

**اعتماد مصاحبه شونده را جلب کنید:** هدف از مصاحبه هر چه باشد، شما ناگزیرید با مصاحبه‌شونده همکاری کنید. پس این عقیده را در او بارور کنید که شنوندگان تمایل دارند از آگاهی‌ها و دانش ویژه او اطلاعاتی کسب کنند. اگر او اعتماد پیدا کرد که در این صورت شما مشکلی نخواهید داشت، اما اگر چنین اتفاقی رخ نداد، تلاش‌های پی‌گیر شما سرانجام سبب جلب اعتماد او خواهد شد. شما با انجام مصاحبه در حقیقت می‌خواهید یک موضوع پیچیده را ساده کنید، در نتیجه چنین گفت‌وگویی برای شنونده جالب‌توجه خواهد بود و انتظارات او را برآورده خواهد کرد.

**حل مشکل بزرگ «از من چه می‌پرسید»:** مصاحبه‌شوندگان دارای هر تجربه‌ای که

باشند، دوست دارند بدانند چه سؤالاتی از آنها خواهد شد. این يك امر طبیعی است، اما اگر دقیقاً سؤالات را به آنها بگویید، دو مشکل برایتان پیش می‌آید: اول اینکه چون پاسخ‌ها يك‌به‌يك بیان می‌شوند، این امر سبب ایجاد شبهه در اعتبار آنها می‌شود؛ دوم اینکه اگر پاسخی نیاز به طبقه‌بندی داشته باشد و یا سؤالی خارج از روال عادی مصاحبه باشد، مصاحبه‌شونده عکس‌العمل نشان خواهد داد؛ زیرا این سؤال در لیستی که به او داده‌اید نبوده است. بنابراین بهتر است به جای دادن پرسش‌ها به مصاحبه‌شونده، جهت و مسیر مصاحبه را برای او توضیح دهید. حتی می‌توانید سؤال اول را نیز به او بدهید، اما هرگز لیست کاملی از سؤالات را برایش بازگو نکنید، هرچند که مهم باشند.

### سه ترس مشترك مصاحبه‌شونده‌ها:

مصاحبه‌شونده‌ها ممکن است در سه مورد دچار نگرانی و اضطراب شوند: نگرانی اول از نداشتن وقت کافی برای بیان دیدگاهشان است؛



مورد دوم ترس از برخی سؤالات است که تمایل دارند از قبل آنها را بدانند و سوم ترس از ناتوانی در ادای کلمات است. اگر یکی از این ترسها را در مصاحبه‌شونده مشاهده کردید، به‌گونه‌ای که خود صلاح می‌دانید آن را از وی دور کنید.

### قواعد طلایی مصاحبه

- هدف از مصاحبه را به طور مختصر به مصاحبه‌شونده بگویید.
- به مصاحبه‌شونده بگویید که به شما بنگرد نه به میکروفون.
- مصاحبه را آغاز نکنید مگر آنکه مصاحبه‌شونده آماده باشد.
- مصاحبه‌شونده را با رفتارهای خود عصبانی نکنید.
- همیشه آماده آغاز مصاحبه باشید. فرصت را از دست ندهید.
- چنان صحبت کنید که نشان دهد از بودن در آنجا خوشحالید.
- سؤال کنید و مسئله را به چالش بکشید، اما هرگز بحث و جدل نکنید.
- سؤال کنید، اما بازجویی نکنید.

حال شما آماده‌اید، مصاحبه‌شونده نیز آماده است و کارهای مقدماتی انجام شده است. آیا می‌توانیم دکمه ضبط را بزنیم و اطلاعات را ضبط کنیم؟ بله می‌توانیم؛ بنابراین سؤالات یکی پس از دیگری مطرح می‌شوند.

### ساختار سؤالات

**الف - سؤالات ساده مطرح کنید:** گاهی اتفاق می‌افتد که در یک مصاحبه سؤالات طولانی مطرح می‌شود، به‌گونه‌ای که شما و مصاحبه‌شونده گیج می‌شوید و نمی‌دانید که موضوع سؤال چه بوده است. گاهی حتی مصاحبه‌کننده‌های باتجربه نیز به علت بی‌دقتی این‌گونه سؤالات را مطرح می‌کنند، زیرا تصور می‌کنند شنونده یا مصاحبه‌شونده سؤال اولیه را به خوبی درک نکرده است، بنابراین سؤال را مجدداً با شرح و بسط غیرضروری مطرح می‌کنند. سعی کنید فقط پرسش‌هایتان در قالب این سؤال‌های اساسی باشد: چه کسی، چه، چه وقت، چگونه، چه

جایی و چرا. بدون تردید پاسخ پنج پرسش اول صریح و واقعی و پاسخ پرسش آخر، استدلالی و تشریحی خواهد بود.

این پاسخها بیانگر این نکته اند که پاسخ دهنده واقعیت را می گوید. البته در برخی از مصاحبه ها احتمال بروز اشتباه وجود دارد و شاید مصاحبه شونده بروز اشتباه از جانب خود را نپذیرد و مسئولیت آن را برعهده نگیرد، ولی به هر حال این سؤالات کلیدی اساس و پایه هر مصاحبه ای محسوب می شوند. اگر به سبب خلاصه بودن سؤال ابهامی ایجاد شد، می توان برای رفع ابهام و در عین حال ایجاد تنوع به یک سؤال یک کلمه ای اکتفا کرد. این سؤال سبب برگشت پاسخ دهنده به جایی می شود که در اثر سؤالات ناراحت کننده مصاحبه کننده از آنجا دور شده است.

سؤالات ساده و مستقیم می توانند سبب کسب پاسخ های مناسب و سودمند شوند و تشریح

فعالیتها و دیدگاه‌های مصاحبه‌شونده را در پی داشته باشند.

**ب- از طرح سؤالات بسته یا وارونه دوری**  
**گزینید:** سؤالات بسته یا وارونه به سؤالاتی گفته می‌شود که فعل در ابتدای آنها می‌آید. این‌گونه سؤالات زیاد روشن نیستند مگر آنکه با یک پاسخ‌دهنده راحت و پیشگو مواجه باشید. برای مثال، بیشتر مردم (مصاحبه‌کنندگان) سؤال‌هایشان را این‌گونه آغاز می‌کنند: آیا شما...؛ آیا این‌گونه است که...؛ آیا آنها...؛ آیا کمیته... قطعاً پاسخ این سؤالات «بله» و یا «خیر» است. چنین پاسخ‌هایی تأثیرگذار نیستند. این پاسخ‌ها هیچ توضیحی ارائه نمی‌کنند، مگر آنکه سؤال خود را دوباره شرح دهید و این کار تا حدودی سبب تکرار می‌شود. اگر این امر به خوبی پیش برود شما ناگزیر می‌شوید بلافاصله به سؤال بعدی خود فکر کنید، زیرا زودتر از آنچه تصور می‌کردید زمان طرح سؤال بعدی فرا می‌رسد؛ به عبارت دیگر، چنین سؤالاتی پاسخ‌دهنده را

جلوتر از شما قرار می‌دهد و شما کنترل خود را بر موضوع از دست می‌دهید.

حال باید ببینیم چگونه می‌توانیم دامنه پاسخ سؤالات خود را توسعه بکشیم؛ در بخشی که پیش رو دارید سؤالات جایگزین خوبی مطرح و راه دستیابی به پاسخ‌های کامل‌تر ارائه شده است. پاسخ‌ها می‌توانند مثبت یا منفی و کوتاه یا بلند باشند و به هر حال مفصل‌تر از پاسخ «بله» و یا «خیر» اند که به سؤالات خاصی داده می‌شوند.

- آیا به آن مسئله توجه دارید؟

- آیا این امر ناشی از سیاست دولت است؟

- آیا هر کس هر کاری می‌تواند راجع به آن

انجام دهد؟

- آیا شرکت می‌خواهد آن را تصویب کند؟

- آیا این مسئله ناشی از قطع بودجه

مربوطه است؟

- چه کاری راجع به آن انجام می‌دهد؟

- سیاست چگونه این قضیه را پوشش می‌دهد؟

- چه کسی به مسئله توجه دارد؟

- چه زمانی به آن مسئله توجه می‌شود؟

- چرا این مسئله رخ داد.

آنچه ممکن است اتفاق بیفتد، ترس از اشتباه فهمیدن و یا بزرگ کردن غیرضروری مسئله است. همان طور که قبلاً اشاره شد، اغلب مصاحبه‌کنندگان بر انجام این کار اصرار می‌ورزند. این یکی از مشکلات اصلی است. شما در میان مردم کار می‌کنید؛ مردمی که دائماً با قدرتمندان و اهل نفوذ در ارتباطند.

شما به اصطلاح در ابتدای لیست قرار دارید و نسبت به دیگران راجعه آنچه در حال رخ دادن است، بیشتر می‌دانید و ممکن است پاسخ‌دهنده را مجبور کنید پاسخی را که انتظار دارید به شما بدهد و شما این کار را با تأکید بر اهمیت گفته‌هایتان انجام می‌دهید. اگر سؤالی را با «بنابراین» آغاز کنید، انتظار می‌رود با شما همراهی شود. البته شما باید برای شنوندگان و مصاحبه‌شونده خود اعتبار زیادی قائل شوید، حتی اگر آگاهی و درک آنان بیشتر از

شما نباشد. ممکن است به این نتیجه رسیده باشید که برخی شنوندگان آگاهی لازم و یا اندیشه پرسشگر قابلقبولی را ندارند و شاید هم حق با شما باشد، اما این واقعیت نباید آن تصور را در شما پدید آورد که از همه آنها برترید؛ زیرا شنوندگان قبل از هر چیزی به احساس خود برتری شما پی می‌برند و می‌فهمند که چه کسی هستید و می‌خواهید چه کاری انجام دهید؛ بنابراین با آنها به‌گونه‌ای صحبت نکنید که تصور کنند آنان را نادان فرض کرده‌اید و مسلماً هیچ‌کس نمی‌خواهد مشتری دائمی چنین ایستگاهی شود و شما مشتریان و شنوندگان خود را از دست خواهید داد. وظیفه شما آن است که همراه شنونده باشید، نه اینکه از موضع بالا برای او سخنرانی کنید.

**ج- از طرح سؤالات مبهم پرهیز کنید:**  
منظور، سؤالات دوپهلویی است که در یک سؤال مطرح می‌شوند؛ مانند: «آیا شما پیشنهاد را رد می‌کنید یا می‌پذیرید هر چند با آن

مخالف باشید؟» برای آنکه سؤال ما کاملتر و شفافتر باشد می‌توان پرسید: «نظرتان راجع به این پیشنهاد چیست؟»

د- از طرح سؤالات کینه‌جویانه و بدخواهانه خودداری کنید: شما برای قضاوت نیامده‌اید. این کار را به شنونده واگذار کنید. هنگامی که در وضعیت خاصی قرار می‌گیرید ممکن است سؤالاتی مطرح کنید که شنوندگان خوب خود را از دست بدهید، حتی قبل از اینکه پاسخی به سؤال داده شده باشد. طرح سؤالاتی از قبیل: «چه شد که در این فعل مجرمانه شرکت کردید؟» و یا «چطور می‌توانید رفتار متکبرانانه خود را توجیه کنید؟» در درازمدت سبب می‌شود که هم مصاحبه‌شوندگان و هم مخاطبان خود را از دست بدهید. به جای سؤالات بالا می‌توانید پرسش‌های خود را این‌گونه مطرح کنید: «چگونه راضی شدید با شرکت آقای X همکاری کنید؟» و یا «در آن زمان شرکت چه چیزی را در نظر می‌گرفت؟» که مسلماً پاسخ این



دو پرسش روشن و واقعی خواهد بود. یا پاسخ سؤال: «آیا به این قضیه اعتقاد داشتید؟» بله و یا خیر خواهد بود که کوتاه و صریح و واقعی است. یا در پاسخ پرسش: «نظرتان راجع به گرایشها و فعالیتهای کنونی آقای X چیست؟» جمله‌ای قضاوت‌کننده ارائه می‌شود.

پس نکته مهم آن است که به مصاحبه‌شونده و شنونده خود اجازه ارزیابی و تفسیر و تحلیل بدهید و خودتان این کار را برایشان انجام ندهید.

### تشویق عکس‌العملها

مصاحبه‌شونده را با سروصدا تشویق نکنید، بلکه با حرکات دست و سر این کار را انجام دهید. برخی از حرکات بدن نمادهایی محسوب می‌شوند که در تعاملات روزانه مانند ارتباط با مردم و گفت‌وگوها و مذاکرات و به‌طور خلاصه همه ارتباطات خود به‌کار می‌بریم. اگر این حرکات نباشند در ارتباطات کلامی دچار مشکل می‌شویم و تصور می‌کنیم پیام را به خوبی منتقل نکرده‌ایم و یا آن را اشتباه فهمیده‌ایم. لازم نیست از خود واکنش‌های شدید نشان دهید، بلکه حرکات طبیعی و ساده نیز کفایت می‌کند، به

نحوی که گوینده متقاعد شود شما به سخنان او گوش می‌کنید و مطلب را فهمیده‌اید.

### گوش‌کردن، پیروی کردن و تغییر جهت

به‌جای فکرکردن راجع‌به سؤال بعدی، به صحبت‌های کنونی گوش دهید. زمانی که مصاحبه‌شما در مسیر خود قرار دارد و مصاحبه‌شونده مشغول صحبت‌کردن است، ممکن است شما وسوسه شوید که هنگام پاسخ‌گویی به سؤال اول او، به چگونگی طرح سؤال دوم فکر کنید، اما هرگز این کار را نکنید! گوش کنید، زیرا آنچه اکنون گفته می‌شود می‌تواند زمینه سؤال بعدی را فراهم آورد. یادتان باشد که مصاحبه تنها تعدادی پرسش و پاسخ نیست، بلکه این مصاحبه‌شونده گرانقدر شماست که صحبت می‌کند و شما با آمادگی دقیق باید او را یاری کنید. به هر چیزی که قابل‌توجه است گوش کنید و ببینید چه نکاتی ضروری است. توجه داشته باشید که مصاحبه‌شونده شما در زمینه کاری خود متخصص و کارشناس است و احتمالاً همین نکته علت مصاحبه شما با اوست و شما به دنبال یافتن چیزهایی هستید که یک فرد عادی قصد دانستن آنها را دارد. هر متخصص و کارشناسی، در حیطه کاری خود اصطلاحاتی دارد که شاید افراد بیرون از آن حوزه، معنای آنها را ندانند؛ اگر کارشناس شما چنین اصطلاحاتی را به کار برد، خیلی ساده و صمیمانه از او بخواهید که آن اصطلاحات را توضیح دهد. هرگز تظاهر نکنید که

معنای آنها را می‌دانید. اگر چنین کاری انجام دهید از درک عمق مطلب عاجز می‌شوید. در واقع اگر علی‌رغم گوش‌کردن دقیق، معنای اصطلاحی را متوجه نشوید، احتمالاً شنوندگان شما نیز چنین خواهند بود. بنابراین حتماً سؤال کنید.

### سؤال‌ها را فقط مطرح کنید، به آنها پاسخ

**ندهید:** برخی مصاحبه‌کنندگان در پایان صحبت خود سؤالاتی مطرح می‌کنند، برای مثال می‌گویند: «من به ندرت تصور می‌کنم که کسی این طرح را رد کند، آیا کسی این کار را می‌کند؟»

این‌گونه خودتان به سؤال‌ها پاسخ ندهید. بدون آنکه نسبت به پرسشی که مطرح کرده‌اید بی‌تفاوت باشید، کار پاسخ‌گویی را به مصاحبه‌شونده واگذار کنید و به این منظور مثلاً از او بپرسید: «عکس‌العمل عمومی نسبت به این طرح چگونه است؟» شما نیامده‌اید که عقیده خود را بیان کنید، پس این کار را نکنید. اگر مصاحبه‌شونده مطالبی می‌گوید که احساس می‌کنید اشتباه است به آن مطلب ایراد وارد کنید اما با

او بحث و جدل نکنید. گاهی به سبب ماهیت برخی خبرها و امور جاری در مصاحبه شاید مصاحبه‌شونده دیدگاهی مطرح کند که شما با آن مخالف باشید؛ در این لحظه باید به‌خاطر داشته باشید که مصاحبه‌شونده آمده است تا دیدگاهش را بیان کند و نه اینکه دیدگاه شما بیان شود. بنابراین بحث نکنید، زیرا این وضعیت بر روی شما و مهمان برنامه تأثیر بدی می‌گذارد. اما این امر بدان معنا نیست که به او اجازه دهید در این راه پیشروی نماید. شما می‌توانید یک نظریه مخالف ارائه کنید اما نگویید: «من می‌گویم»، بلکه بگویید: «مردم می‌گویند». در این صورت به جای بحث و جدل با مصاحبه‌شونده، او را به بحث و جدل با خودش کشانده‌اید و به او نشان داده‌اید که چگونه با شنوندگان صحبت کند.

گاهی پاسخ به سؤال شما ممکن است علاقه زیادی را در شنوندگان ایجاد کند؛ علاقه‌ای که زمان طرح سؤال هرگز فکرش را نمی‌کردید.

نسبت به این امر تا آنجا که مربوط به موضوع مصاحبه است علاقه نشان دهید و به لیست سؤالات ازپیش آماده شده خود نچسبید. اما اگر مردم نسبت به موضوعی که مربوط به بحث نبود ابراز علاقه کردند، آن موضوع را برای مصاحبه بعدی در نظر بگیرید. در گفت‌وگوهای عادی نیز گاهی گریزی به حاشیه زده می‌شود و سپس به موضوع اصلی برمی‌گردید. اگر به دنبال اطلاعات می‌گردید مانند کسی که در جست‌وجوی طلاست همه جا به دنبال آن باشید، زیرا به سادگی گذشتن از کنار برخی موارد به تصور آنکه شاید در آنجا اطلاعات دخواه ما یافت نشود، عاقلانه نیست.

### شیوه‌های خطاب قراردادادن

هنگامی که با مسئولان و اشخاص سرشناس گفت‌وگو می‌کنید، لازم است از برخی اصول و قواعد قراردادی و فرهنگی پیروی کنید. مسئله احترام به اشخاص و مسئولان يك مشکل عمده است، زیرا این مسئله‌ای متغیر است. نه تنها متغیر بلکه ناپایدار است. سبک و

شیوه خطاب‌قراردادن در کشورهای مختلف متفاوت است، زیرا این کشورها دارای ارزش‌های سیاسی و اجتماعی متفاوتی هستند. روش صحیح آن است که از خود مصاحبه‌شونده بپرسیم که او را با چه عنوانی مورد خطاب قرار دهیم.

**راجع به چه کسانی باید مسائل و تشریفات رسمی را رعایت کنیم:** تشریفات رسمی باید در مورد کسانی که از موقعیت عالی رسمی برخوردارند رعایت شود، مانند مقامات عالی دولتی و مقامات محلی یا ملی، قضات و نظامیان، رهبران دولتی و پادشاهان و رهبران دینی و کسانی که صاحب القاب اعطایی از سوی دولت‌اند. مصاحبه‌کننده نباید با بی‌تفاوتی و به حالت غیررسمی صحبت کند، زیرا شنوندگان این کار را بی‌احترامی می‌دانند. آنها انتظار دارند که مصاحبه‌کننده رسمی باشد و رفتار مؤدبانه‌ای را در جریان مصاحبه از خود بروز دهد. حتی اگر خود مصاحبه‌شونده که شهروند برجسته‌ای است، از شما خواست راحت باشید و

او را به اسم کوچک صدا بزنید، ببینید از نظر شنوندگان چه حالتی صحیح است.

مقامات رسمی، به سبب برخورداری از شخصیت و تجربیات فراوان غالباً دارای اعتماد به نفساند و میدانند که چگونه با شنوندگان خود برخورد کنند. در مصاحبه نیز آنها آرامش دارند و آماده اند با مسائل به نحوی برخورد کنند که آنها را خوب نشان دهد. اگر مصاحبه کننده راجع به مسائل دشوار از آنها پرسید، نباید به علت پاسخگونی نبودن عذرخواهی کنند، اما در عوض عقیده مخالف را نیز نباید بی احترامی تلقی کنند و مردود شمارند. در هر حال، روش خطاب قرار دادن مورد قبول مصاحبه شونده باید به کار رود و مصاحبه کننده باید این روش را قبل از آغاز مصاحبه بیابد. این حق همه است که نامشان با احترام ذکر شود.

برخی از ایستگاه های خصوصی عادت دارند که غیررسمی باشند و با شنوندگان خود، خودمانی برخورد کنند. بر این اساس، نام افراد را به طور مختصر ذکر می کنند، برای

مثال «مایکل» را به صورت «مایک» ذکر می‌کنند. یا برخی افراد «جاناتان» را برخلاف دیگران «جان» صدا می‌زنند. باز هم دقت کنید که روش صحیح مخاطب‌قرار دادن افراد را بشناسید. در یک گفت‌وگوی فرهنگی، باید بدون خدشه‌وارد کردن به اسم کسی، با یکدیگر دوست باشیم و از یک دوستی شفاف و ساده بهره ببریم، بی‌آنکه چیزی را بی‌ارزش قلمداد کنیم.

### توصیف صحنه

**تشریح لحظه‌ای:** گاهی ممکن است از شما خواسته شود یک لغت یا آنچه را که در حال روی‌دادن است به تصویر بکشید. این واقعه ممکن است یک رخداد بزرگ جدی مانند آتش‌سوزی بزرگ- که روستاهای مختلفی را دربرگرفته است - و یا واقعه عجیب و غریب باشد که قبلاً در منطقه ایستگاه شما رخ نداده است. این کار مستلزم آشنایی با فنون مخصوص است و مقداری ابتکار عمل می‌طلبد. برخی از مصاحبه‌کنندگان به علت بی‌تجربگی این کار را خیلی بد انجام



می‌دهند، اما برخی از افراد و گروه‌ها که این کار را در مسابقات ورزشی و به صورت حضوری انجام داده‌اند، چون تجربه این کار را به خوبی اندوخته‌اند، تصویر شایسته‌ای از رویداد مذکور به دست می‌دهند.

**اهمیت تمرین:** شاید از این که قدرت بیان خود را در تشریح موقعیت‌ها گسترش دهید، نگران باشید. توصیف موقعیت یک مصاحبه برای درک محتوای آن ضرورت دارد و به شنوندگان امکان می‌دهد که بدانند چرا مصاحبه صورت می‌گیرد. عبارات محکم و رنگارنگ و غیرمعمول، شنونده را سریعاً درگیر مسئله می‌کند. در مسیر خانه‌تان به مسئله فکر کنید. یک مورد عادی و روزمره مانند ترافیک سنگین شبانه را انتخاب کنید، آن را به چیزهایی مانند انسداد شریان‌های بدن در اثر چربی، مربوط سازید و بگوئید که چگونه جریان زندگی شهری در اثر عبور و مرور زیاد مسدود شده است. راجع به چنین موضوعاتی فکر کنید. این کار ساده‌تر از توصیف یک پدیده واقعی است.

از کارهای کلیشه‌ای پرهیزید: همیشه به دنبال راه‌های جدید برای انجام مصاحبه باشید. این نشانه واقعی یک برنامه‌ساز حرفه‌ای است. همه می‌دانند که نشانه تنبلی یک روزنامه‌نگار این است که کلیشه‌ای کار کند. نمونه آن عبارت کهنه‌ای است که از اتاق خبر در سراسر جهان پخش می‌شود. اگر واقعاً به این نکته فکر کنید، هر اتوبوسی در دره سقوط نمی‌کند، هر حادثه‌ای در جامعه به هم تنیده رخ نمی‌دهد، و ... دقیقاً ببینید عادت به تکرار چه چیزی دارید، همان را تغییر دهید.

#### قواعد طلایی جهت کنترل مصاحبه‌شونده‌های دشوار

- سؤالات صریح و مستقیم بیشتر پسندیده و قابل‌قبول است.
- در تمام اوقات آرام و خشنود باشید، حتی در صورت خشونت و تهاجم.
- اگر یک پاسخ انحرافی دریافت کردید، مؤدبانه دوباره سؤال را تکرار کنید و بگویید که پاسخ خود را دریافت نکرده‌اید.

- اگر بر پاسخ قبلی اصرار شد آن را ترك کنید، زیرا شنوندگان، خود پاسخ انحرافی را می‌شناسند.

- حتی اگر به چالش فرا خوانده شدید، بحث‌و جدل نکنید.

- به‌طور حرفه‌ای بی‌طرف بمانید، اما در صورت ضرورت به مقابله با يك نظریه بپردازید.

- سؤالات تحریک‌کننده شاید خلاق باشند، بنابراین سؤالات خود را بدون توجه به شخص مصاحبه‌شونده - بلکه براساس نوع برنامه و شنونده - طرح کنید.

- راجع به سؤالاتان فکر کنید. هیچ شبهه‌ای باقی نگذارید. آنها را طوری طرح کنید که گریزناپذیر باشند و به‌طور صحیح پاسخ داده شوند.

- از افراد مهم و مشهور نترسید. به موقعیت آنها احترام بگذارید، اما بروی اطلاعات آنها پافشاری کنید و نگذارید شما را بترسانند.

- به‌دنبال ترساندن دیگران نباشید.

- ابتدا لیستی از سؤالات تهیه نکنید، زیرا سبب از بین رفتن اعتبارتان می‌شود.
- شما برای سؤال کردن آماده‌اید، نه پاسخ دادن به سؤالات.
- برای دریافت پاسخ‌های کوتاه آماده باشید.

### تله‌ها و چگونگی رهایی از آنها

**آمار وضعیت شنوندگان رادیو: ۱۲٪**  
 شنونده‌اند، ۲۰٪ نیمه شنونده‌اند، ۱۰٪ راجع به جنسیت فکر می‌کنند، ۲۰٪ راجع به کارهای انجام شده و یا در حال انجام فکر می‌کنند، ۸٪ راجع به مذهب فکر می‌کنند و ۳۰٪ نیز در رؤیاهای روزمره‌اند.

شما خودتان نیز در زمان انجام مصاحبه از این مسائل ایمن نیستید. شاید مصاحبه‌شونده به پایان پاسخ خود برسد و شما ناگهان متوجه شوید که راجع به گفته‌های او ایده‌ای ندارید، یا اینکه نمی‌دانید سؤال بعدی چیست.

قبلاً محاطرات حرف‌گذاشتن در دهان مصاحبه‌شونده را ذکر کردیم. در اینجا خلاصه

مصاحبه‌ای که در میان یک برنامه‌ساز زن و ژنرال رین والد<sup>۱</sup> از ارتش آمریکا راجع به پیشاهنگان پسر در پایگاه آنان صورت گرفته، ارائه می‌شود:

**مصاحبه‌کننده:** ژنرال، راجع به تابستان این پسران جوان چه کاری می‌خواهید انجام دهید؟

**ژنرال:** می‌خواهیم به آنان قایقرانی و تیراندازی آموزش دهیم.

**مصاحبه‌کننده:** تیراندازی! این یک کار غیرمسئولانه نیست؟

**ژنرال:** نمی‌دانم، چرا؟ آنان در مدت آموزش تحت نظرند.

**مصاحبه‌کننده:** آیا فکر نمی‌کنید برای کودکان خطرناک است؟

**ژنرال:** قبل از شروع تیراندازی آموزش‌های لازم را می‌دهیم.

**مصاحبه‌کننده:** آیا شما می‌خواهید آنان قاتل و خشن بار آیند؟

ژنرال: شما هم ممکن بود يك گارسون باشید، اما نیستید، آیا هستيد؟

شما باید مؤدب و کنجکاو باشید و از مصاحبه‌شونده تشکر کنید، اما این کار را برروي نوار انجام ندهید، بلکه در پایان مصاحبه، اول دکمه مکث و توقف را زده و سپس تشکر کنید. این شکل از کار برای مصاحبه‌ای است که بخشی از برنامه است. باید بدانید که در هر مصاحبه‌ای نمی‌توانید تشکر کنید. از طرف دیگر، اگر مصاحبه تاحدودي طولانی است، يك تشکر کوتاه، محترمانه است. این عمل شما را قادر می‌سازد تا به راحتی به موضوعات بعدی بپردازید.

راجع به چگونگی رهایی از تله‌های زیر فکر کنید:

- درباره انجام مصاحبه‌ای با يك مصاحبه‌شونده به توافق رسیده‌اید، اما او در موعد مصاحبه به علت ترس یا خجالت غایب می‌شود.

- مصاحبه‌شونده از پذیرش مسئولیت آنچه می‌گوید اکراه دارد.

- مصاحبه‌های انجام شده خوب، اما طولانی‌اند.

- در مصاحبه متوجه دروغی می‌شوید که قبلاً تصور آن را نمی‌کردید، اما دروغ خوبی است و آنقدر عاشق و شیفته موضوع مورد بحث شده‌اید که نمی‌خواهید آن را کنار بگذارید.  
- پس از ضبط مصاحبه، مصاحبه‌شونده از شما می‌خواهد که بخشی از سخنان او را تغییر دهید.

- در هنگام ادیت نوار قسمت با ارزشی از آن حذف می‌شود.

- نوار را گم می‌کنید.

پس از انجام مصاحبه، وقتی که به ایستگاه برگشتید ممکن است با این موارد مواجه شوید که باید درباره آنها چاره‌اندیشی کنید:

- شاید ناگزیر باشید مواد خاصی را در برنامه بگنجانید، اما مدت برنامه به شما اجازه این کار را ندهد.

- مصاحبه دارای بخش‌های مناسبی است، اما متأسفانه موارد اضافی بسیاری دارد که لازم است با دقت و سختی ادیت شوند.

- قسمت پایانی مصاحبه به علت ضعیف شدن باطری‌ها مثل فیلم‌های کارتونی با دور تند ضبط شده است.

- درست در وسط مصاحبه، تلفن مصاحبه‌شونده زنگ می‌زند یا کسی وارد اتاق شده یا صدای مزاحم دیگری به وجود می‌آید.  
- جریان مصاحبه خوب پیش‌رفته، اما ناگهان ضبط از کار افتاده و یا جایی از آن شکسته است.

### رضایت و انتظارات

احساس رضایت و موفقیت را در مصاحبه‌شونده ایجاد کنید و چنین وانمود کنید که به همکاری او نیازمندید. این قضیه مربوط به جایی است که می‌خواهید در روابط عمومی کوچک ایستگاه یا برنامه‌تان شرکت کنید. شما نیازمند اراده خوب، تجربه و آگاهی کافی برای تماس مجدد با کسی هستید که با او مصاحبه می‌کنید. سعی کنید مؤدبانه برخورد کنید، حتی اگر مصاحبه‌شما جزئی و از نوع مقابله‌ای باشد.

حالا وقت آن رسیده که تجهیزات و ایستگاه را در صورت تمایل به او نشان دهید. اگر از زمان پخش مصاحبه‌اش سؤال کرد، فوری به او جواب ندهید، زیرا ممکن است شرایطی پیش



بیاید که زمان پخش برنامه تغییر کند و شما فراموش کنید که این تغییر زمان پخش را به او اطلاع دهید، آنگاه اعتبار و اهمیت روابط عمومی شما از بین می‌رود. بهتر است شماره تلفن مصاحبه‌شونده را بگیرید و پس از انجام مصاحبه، ضمن یک تماس تلفنی، تاریخ پخش مصاحبه را به او اطلاع دهید و فراموش نکنید که آدرس و شماره فاکس و پیام‌نگار (E.Mail) او را نیز اخذ کنید، زیرا ممکن است برای تماس‌های بعدی به کار آیند.

اگر نام مصاحبه‌شونده در مصاحبه ذکر نشده باشد (که غالباً چنین است و او در استودیو معرفی می‌شود) قبل از ترك محل مصاحبه مطمئن شوید که نام او را درست تلفظ می‌کنید، به ویژه اگر نامش ناآشنا، یا خارجی باشد. بهتر است دیگر عوامل برنامه مانند گویندگان خبر نیز که احتمالاً باید نام او را در رادیو بخوانند، با تلفظ نامش آشنا شوند.

**ویرایش مصاحبه**

ویرایش یعنی کوتاه کردن مدت برنامه و مصاحبه به منظورهایی گوناگون. گاهی ممکن است زمان برنامه طولانی شده باشد و یا اینکه بخش‌هایی ضرورت نداشته باشد و اضافی و نامناسب باشد و یا برخی از بخش‌ها جذاب نباشد؛ در چنین مواردی باید برنامه را ویرایش کرد.

یک برنامه ضبط شده ایده آل برنامه‌ای است که عاری از اشکالات فنی بوده، کیفیت صدایش خوب باشد و از صداهای اضافی در آن خبری نباشد. البته اینها، همه مواردی نیست که می‌توان در خصوص ویرایش متذکر شد، در یک کلام ویرایش می‌تواند مصاحبه شما را نجات دهد.

### یک مصاحبه چه زمانی ارزشمند است

می‌توان گفت مصاحبه‌ای ارزشمند است که جالب باشد. هیچگاه مصاحبه‌ای را که جالب نیست به شنوندگانتان تحمیل نکنید. آنها چیزی بیش از آنچه را که شما انجام می‌دهید، دوست ندارند.

باید توجه داشته باشید که هر چند يك مصاحبه‌شونده دارای ارزش خیري باشد و موضوع مصاحبه هم مهم باشد، اما اگر مصاحبه نتواند شنوندگان بی‌شماری جلب کند، ارزش پخش ندارد.

### دستیابی به تدوین

بهترین برنامه ضبطی برنامه‌ای است که اصلاً نیاز به تدوین نداشته باشد. این امر سبب صرفه‌جویی در وقت و انرژی می‌شود. اما واقعیت این است که همواره پیش‌بینی همه موارد امکان‌پذیر نیست و از این رو انجام تدوین ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین باید دقت کرد که در زمان تدوین، بخش‌های مهم باقی‌ماند و به محتوا و متن لطمه وارد نشود. ضمناً باید دقت کرد که در هنگام تدوین آنچه مورد تأکید مصاحبه‌شونده است نباید از بین برود.

### جنبه‌های فنی تدوین

در زمان‌های گذشته کارهای فنی توسط مهندس یا تکنیسین ضبط هر ایستگاه انجام می‌گرفت، اما امروزه مصاحبه‌کننده غالباً فردی است که مصاحبه را از زمان پخش هدایت می‌کند.

البته امروزه ضبط از نوار به نوار و یا برنامه‌های رایانه‌ای که برای تدوین طراحی شده‌اند چندان ساده نیستند و باید با تجربه و آموزش، مهارت استفاده از آنها را به دست آورد؛ شما هم باید چگونگی انجام آنها را یاد بگیرید. آنچه مهم است یادگیری این نکته است که چگونه می‌توان فنون مصاحبه را توسعه بخشید تا از تدوین خودداری کرد. اما برای استفاده از مصاحبه، همانند کلیپ‌های خبری و مستندها لازم است که چگونگی تدوین نوار را فرا گرفته باشید. اگر این کار را به خوبی نمی‌توانید انجام دهید، از مهندس، تکنیسین و یا همکاران خود بخواهید روش انجام آن را به شما بیاموزند.

### تدوین خوب کدام است

اولین اصلی که باید در نظر داشته باشید، این است که چه بخشی را می‌توان حذف کرد. بی‌رحم باشید، زیرا برنامه باید بهتر شود. انتخاب این دیدگاه بهتر از دیدگاه دیگری است که می‌گوید: من کدام بخش را حذف نکنم تا برنامه‌ام کوتاه نشود. یک برنامه‌ساز خوب هرگز از گزارش بلند استفاده نمی‌کند تا مجبور شود همه آن را به کار ببرد و حال آنکه تنها یک سوم آن کفایت می‌کند. تدوین خوب، سرعت مصاحبه را حفظ می‌کند. مکث‌های طولانی یا صداهای اضافی مانند «را» و «اوم» را - چه از طرف مصاحبه‌کننده باشد و چه از طرف مصاحبه‌شونده - حذف کنید.

اگر مصاحبه‌شونده دارای عادت گفتاری خاصی است، مانند آنکه حرفی را زیاد تکرار می‌کند، نمی‌توان همه آن تکرارها را حذف کرد، زیرا غیرطبیعی می‌نماید. اگر شنوندگان بفهمند که شما بیش از حد ادیت کرده‌اید، اعتبارتان از بین می‌رود. به خاطر داشته باشید که مدت مکث‌های موجود باید طبیعی به نظر برسد.

### چگونگی ارائه مصاحبه

چگونگی ارائه مصاحبه از دیدگاه شنونده مانند محتوای آن، اهمیت بسزایی دارد. هدف این کتاب آن است که استانداردهای کار شما را بالا ببرد. همه تلاش و فعالیت شما و میزان افت‌وخیز آن در مقایسه با استاندارد موجود در چگونگی ارائه کارتان منعکس می‌شود.

شنوندگان براساس آنچه از رادیو می‌شنوند، راجع به کارتان قضاوت می‌کنند. بنابراین ارائه خوب یکی از بخش‌های حیاتی کاری است که باید به آن توجه داشته باشید. اینکه ارائه خوب چیست و چگونه باید باشد، موضوعی است که اهمیت زیادی دارد.

شنونده تنها ارائه خوب را می‌شناسد و این امر هنگامی محقق می‌شود که مصاحبه

بتواند توجه شنونده را تنها به محتوای خود جلب کند و این چیزی است که مورد نظر شماست، یعنی توجه و دقت شنونده به آنچه گفته می‌شود.

اگر بروز برخی مشکلات فنی در مصاحبه از قبیل سروصدای اضافی، صدای بلند، برگشت صدا، تدوین بد و فرسودگی نوار، باعث خستگی و بی‌علاقگی شنونده به شنیدن ادامه مصاحبه شود، در این صورت ایستگاه را تغییر می‌دهد و یا رادیو را خاموش می‌کند. به خاطر داشته باشیم چنین اتفاقی هرگز نباید رخ دهد.

در اینجا اندیشه‌های یک تهیه‌کننده را در ارتباط با چگونگی ارائه برنامه‌اش بررسی می‌کنیم:

من به دنبال بهترین صدای ممکن هستم. البته اگر ایستگاه من آنقدر پولدار باشد همه بخش‌های خارج از استودیو را بر روی باند پهن و با بهترین کیفیت ارائه می‌کنم نه از طریق خط تلفن. باند پهن به شما طیف گسترده‌ای از فرکانس‌ها را می‌دهد که

می‌توانید صدای با کیفیت استودیویی را تحویل بگیرید. اما ایستگاه من مانند ایستگاه شما اینقدر پولدار نیست (یا رؤسا چنین می‌گویند). بنابراین ناگزیریم از خطوط تلفن استفاده کنیم. ما مجبوریم این وضعیت را بپذیریم و برای شنونده نیز چنین است، اما مجبور نیستیم با شنیدن آنچه از یک خط بد پخش می‌شود، خود را خسته کنیم. البته چون ما با آدم‌های زیادی مصاحبه می‌کنیم تلفن می‌تواند وسیله خوبی برای ما باشد و مجبور نیستیم برای انجام این کار به خارج از ایستگاه برویم یا اینکه مصاحبه‌شونده به نزد ما بیاید. البته چیزی که در یک ارتباط تلفنی مهم است، کوتاه‌بودن آن است. یکی از چیزهایی که شنونده را کلافه می‌کند، میزان نبودن صدای برنامه است، زیرا ناگزیر می‌شود که لحظه به لحظه صدای گیرنده خود را تنظیم کند. اگر به تنهایی کار می‌کنید و دستیار ندارید باید مراقب شاخص صدا باشید. دقت کنید که صدایتان در

سطح مطلوبی قرار داشته باشد و شاخص به بخش قرمز نرسد؛ البته ضمن اینکه از شاخص صدا مراقبت می‌کنید، از گوشتان نیز استفاده کنید، زیرا میزان صدای خوب همیشه از طریق شاخص مشخص نمی‌شود، بلکه گاهی این گوش ماست که می‌تواند میزان آن را تشخیص دهد؛ زیرا بعضی اوقات شاخص اختلاف زیادی را نشان می‌دهد، در حالی که از طریق گوشتان متوجه اشتباهی نمی‌شوید. آنچه به شما تذکر می‌دهیم آن است که هم از چشمان خود استفاده کنید و هم از گوش‌هایتان بر صدا نظارت داشته باشید.

و اما در مورد هدفون؛ دو نظریه راجع به استفاده از هدفون وجود دارد: براساس نظریه اول، استفاده از هدفون گاهی لازم می‌شود، به ویژه در طول پخش زنده و خارج از استودیو و مانند آن. اما نباید زیاد متکی به آن بود، زیرا تمرکز حواس گوینده را در هنگام اجرای متن بر هم می‌زند و او به جای اینکه بر روی خواندن پیام متمرکز باشد، بیشتر به صدای خودش توجه می‌کند.



اما عده‌ای براساس نظریه دوم بر این باورند که گوش‌دادن به صدا گوینده را قادر می‌سازد که آن را ارزیابی کند و ضمن اجرای برنامه، دستورات تهیه‌کننده را هم بشنود. هر یک از این نظریه‌ها دارای مزایایی است و شما می‌توانید بهترین آنها را برگزینید و به آن عمل کنید. البته اگر واقعاً نیازی به ارتباط درونی و بیرونی ندارید، هدفون را کنار بگذارید و صدای طبیعی خود را بشنوید، نه صدای پخش‌شده را.

**به دنبال زمان‌بندی خوب باشید:** وقتتان را طوری تنظیم کنید که به موقع به محل کارتان برسید، چون اگر دیر برسید نه تنها باید نفس تازه کنید، بلکه عصبی و مضطرب و دست‌پاچه نیز خواهید شد. با حضور به‌موقع می‌توانید آمادگی و آرامش لازم را کسب کنید و بر روی کاری که می‌خواهید انجام دهید، تمرکز داشته باشید.

زمان‌بندی دقیق به معنای توسعه توانایی صحبت‌کردن در زمان معین نیز هست؛ اگر صحبت

خود را باید در ۲۵ ثانیه تمام کنید، این کار را انجام دهید بدون آنکه بر سرعت تکلم خود بیفزایید. به ساعت نگاه کنید، شما اداره‌کننده‌اید و چاره دیگری ندارید.

**اگر در زمان اجرای برنامه مشکلی پیش آمد چه کنیم:** حتماً تاکنون بارها با این مشکل مواجه شده‌اید که بعد از اعلام زنده یک بخش از برنامه پس از فشار دکمه دستگاه، اتفاقی رخ نداده است. در این‌گونه موارد موضوع را نادیده نگیرید. این وقفه اگر برای چند ثانیه طول کشید خونسردی خود را حفظ کرده و دوباره تلاش کنید. البته برنامه‌سازان و شنوندگان از سکوت در برنامه متنفرند. بنابراین عذرخواهی کنید، اما نه زیاد، زیرا لازم نیست اشکال به وجود آمده را بزرگ جلوه دهید. اگر مطمئن شدید که با فشار مجدد دکمه، برنامه پخش می‌شود، دوباره اعلام کنید. اما اگر این کار امکان‌پذیر نبود، سراغ موضوع و عنوان بعدی بروید.

اگر بخش دیگری اشتباهاً اعلام و پخش شود چه کنیم: اگر در اثر اشتباه به جای ضبط ۱، ضبط ۲ را روشن و یا نوار دیگری را به جای نوار مورد نظر تان پخش کردید، هرگز عصبی نشوید و در این حالت صحبتی نکنید. میکروفون را خاموش کنید و به کمک دکمه Talk Back اطلاعات لازم را بدهید. یک مجری خوب غالباً طرح B، یعنی طرح فوریت را مدنظر قرار می‌دهد؛ یعنی از موسیقی استفاده می‌کند و یا با یک عذرخواهی مختصر به ماجرا پایان می‌دهد. اگر لازم باشد دوباره به سراغ این «مشکل» می‌آییم. بعد از اینکه چند مورد اضطراری را تجربه کردید، یاد می‌گیرید که رشته کلام از دستتان خارج نشود.

### مصاحبه‌تان را ارزیابی کنید

*الف: آیا مصاحبه‌کننده کاملاً آماده بوده*

*است؟*

- سؤالات عقلایی و منطقی طرح شده است؟
- سؤالات کلیشه‌ای و تکراری طرح شده است؟
- سؤالات موردنظر شنوندگان طرح شده است؟

- سؤالات باز و یا سؤالات بسته طرح شده است؟

**ب: آیا مصاحبه‌کننده از بهترین روش بهره برده است؟**

- آیا با خشونت و بی‌ادبی و از روی بی‌احترامی صحبت کرده است؟

- آیا تند و خشن صحبت کرده است؟

- آیا با دستپاچگی و محقرانه صحبت کرده است؟

- آیا مقتدرانه و حتی دیپلماتیک صحبت کرده است؟

- آیا با علاقه‌مندی نسبت به پاسخ‌ها صحبت کرده است؟

**ج: آیا مصاحبه‌کننده مصاحبه را تحت کنترل خود داشته است؟**

- زیاد درگیر موضوع شده است؟

- آیا به مصاحبه‌شونده اجازه داده که از موضوع خارج شود؟

- آیا پاسخ‌ها را پی‌گیری کرده است؟

- آیا از مصاحبه‌شونده توضیحات لازم را خواسته است؟

- آیا سؤالات را براساس یک نظم منطقی مطرح کرده است؟

د: فن مصاحبه به چه صورتی بوده است؟

- آیا سؤالات به طور آزاد و بی‌نظم مطرح شده‌اند؟

- آیا سؤالات با عبارتی ناپسند همراه بوده‌اند؟

- آیا هیچ نظارت و احساس مسئولیتی به صدا و سخنان و تفاسیر وجود داشته است؟

- آیا سؤالاتی با پاسخ «بله» و یا «خیر» وجود داشته و آیا این کار هیچ توجیهی داشته است؟

- آیا ابراز نظر و تفسیر غیرضروری در مصاحبه وجود داشته است؟

- آیا کلمات اضافی قابل‌قبول وجود داشته است (مانند: «بله»، «درست» و «م، م»، «درست است» و غیره)؟

- آیا به جای سؤال، عبارت اضافی مطرح شده است؟

- آیا مصاحبه‌کننده زیاد صحبت کرده است؟  
- کدام شخصیت‌ها غالب بودند،  
مصاحبه‌کننده یا مصاحبه‌شونده؟

ه. آیا مصاحبه‌کننده به هدف اصلی مصاحبه رسیده است؟

- آیا شخصیت مصاحبه‌شونده معرفی و در آن تناسب رعایت شده است؟
- آیا اطلاعات لازم استخراج شده است؟
- آیا نتایج لازم از این مصاحبه به دست آمده است و این نتایج در چه حدی از ضرورت بوده‌اند؟
- و: آیا مصاحبه نیاز به تدوین و ویرایش دارد و اگر دارد کدام قسمت آن؟
- ز: آیا مصاحبه جالب است و ارزش پخش دارد؟

**قبل از آغاز مصاحبه چه کارهایی باید کرد**

ابتدا باید هدف مصاحبه را برای خودتان روشن کنید؛ این به معنای تمرکز بر روی مصاحبه است، در واقع از کسی که با او مصاحبه می‌کنید انتظار دارید چه اطلاعات جدیدی به شما بدهد؟ آیا به اهمیت موضوع مصاحبه اطمینان دارید؟ به عبارت دیگر، آیا این مصاحبه به نفع شنوندگان هست یا خیر؟ قبل از آغاز مصاحبه، ضمن يك مکالمه تلفنی با مصاحبه‌شوندگان خود، بررسی کنید که آیا آنها راجع به موضوع مورد بحث می‌توانند آنقدر خوب صحبت کنند که مردم عادی آن سخنان را درک کنند؛ اگر چنین است آنها را برای مصاحبه دعوت کنید، در غیر این صورت از آنها به خاطر اطلاعات مفیدی که ارائه داده‌اند تشکر کنید و به دنبال مهمان دیگری بروید.

سؤالاتی را که می‌خواهید در یک مصاحبه زنده مطرح کنید، بایستی از قبل آماده کرده باشید. یک مصاحبه خوب دارای آغاز، میانه و پایان است. با طرح‌ریزی قبلی سؤالات مجبور نمی‌شوید آنها را لحظه‌ای مطرح کنید. اگر مصاحبه‌شونده خوش‌صحت است، به سؤالات کمتری نیاز دارید. اگر مهمان شما به طور معقول آدم پرحرفی است، برای یک مصاحبه ۱۰ دقیقه‌ای می‌توانید سؤالات شش‌گانه را مطرح کنید. به طور معمول در هر مصاحبه رادیویی، این سؤاها مطرح است: چه کسی، چه، کی، کجا، چرا و چگونه. قبل از شروع مصاحبه چگونگی معرفی مصاحبه‌شونده و موضوع مصاحبه را بنویسید. بهترین نقش و تأثیر این معرفی آن است که شنونده را جذب می‌کند. این امر باعث می‌شود که مصاحبه جذاب و گیرا شود. نکته مهم دیگر این‌که، برای شنوندگان رادیو حتماً علت دعوتشان را به شنیدن مصاحبه توضیح دهید. سعی نکنید معرفی و مقدمه مصاحبه را یکباره ارائه کنید. قدری



راجع به آن فکر کنید و مهمان خود را در فضای آرامی قرار دهید. سؤالات بعدی را آماده کنید و در ضمن، آمادگی‌های ضروری فنی استودیو را بررسی نمایید. فراموش نکنید که قبل از شروع مصاحبه باید نام مصاحبه‌شونده را ذکر کرده و او را به شنوندگان معرفی کنید.

### در زمان بخش مصاحبه زنده چه کارهایی باید انجام داد؟

کاملاً آرام و از روی برنامه‌ریزی عمل کنید. اگر مضطرب باشید، مهمان برنامه نیز مضطرب می‌شود. بهترین راه برای آرامش مصاحبه‌شونده، آرامش خودتان است. سؤالات خود را کوتاه و مستقیم مطرح کنید؛ شنوندگان برنامه دوست دارند صحبت‌های مهمان شما را بشنوند، نه صحبت‌های شما را. شما موظفید مهمان برنامه را در صحبت‌کردن درباره موضوع و مسئله اصلی مصاحبه، هدایت کنید. هرگز در مصاحبه موضع خاصی نداشته باشید، زیرا این نقش و وظیفه شما نیست. البته این به آن معنا نیست که نباید سؤالات انتقادی مطرح کنید، بلکه

مراد این است که مسئله را به صورت شخصی درنیاورید.

از طرح سؤالات طولانی خودداری کنید، زیرا نشان‌دهنده آن است که خودتان هم به خوبی سؤالتان را نفهمیده‌اید؛ به ویژه اگر مهمانتان نیز از شما بخواهد دوباره سؤال را تکرار کنید. به دنبال سؤالاتی باشید که از قبل آماده کرده‌اید. اگر صحبت جالبی پیش آمد و شما فرصت داشتید، می‌توانید به دنبال آن بروید و دوباره به سؤالات خودتان برگردید و مصاحبه را در مسیر واقعی آن قرار دهید. از بیان سخنان و کلمات غیررایج خودداری کنید. اگر مصاحبه‌شونده اصطلاحی به کار برد که برای مخاطبان قابل‌فهم نبود، از او بخواهید معنی آن را نیز توضیح دهد؛ زیرا همه شنوندگان مصاحبه، کارشناس نیستند. از اصطلاحات اختصاری استفاده نکنید و اگر در پاره‌ای موارد آنها را به کار بردید، معنای آن را نیز بیان کنید. فرض را بر این نگذارید

که شنونده‌هایتان معنای اصطلاحات اختصاری را می‌دانند. از به‌کاربردن اصطلاحات فنی که فقط افراد متخصص در رشته‌ای خاص آن را می‌دانند، نیز خودداری کنید. چشمتان به ساعت باشد. اگر مصاحبه برای ۱۰ دقیقه برنامه‌ریزی شده، مدت آن نباید کمتر یا بیشتر شود.

### بعد از مصاحبه چه کارهایی باید انجام داد؟

اگر مصاحبه را ضبط کرده‌اید یکبار آن را گوش کنید و ببینید در مصاحبه‌های بعدی چه کارهایی متفاوتی باید انجام دهید. عادت کنید که صدایتان را از طریق ضبط بشنوید. ممکن است هر کس بگوید صدای من اینگونه نیست. به آنچه واقعاً انجام می‌دهید فکر کنید و سپس به آن عادت کنید. به صدایتان آنگونه گوش کنید که گویی شنونده‌ای هستید که گوینده را نمی‌شناسید. آیا همه گام‌هایی را که ذکر شد، به ترتیب برداشته‌اید؟ از تمامی تجربیات خود برای انجام مصاحبه بعدی بهره ببرید.

از دیگر کسانی که در زمان اجرای مصاحبه با شما همکاری داشته‌اند، نظرخواهی کنید و دیدگاه آنها را راجع به مصاحبه خود

جویا شوید. از مسئول برنامه خود نیز در ایستگاهی که کار می‌کنید، نظرخواهی کنید. گذشته از همه اینها به خاطر داشته باشید که مصاحبه یک هنر است نه یک علم و نمی‌توان راه و روش درست و دقیقی راجع به چگونگی انجام مصاحبه ارائه کرد. سبک و شیوه خود را توسعه دهید و بیشتر بر روی آن کار کنید.

#### سؤالات مصاحبه

سؤالات مصاحبه به فرایند مصاحبه کمک می‌کنند و سبب توسعه انواع مختلف آن می‌شوند، اما این به معنای کارآیی تمام عیار فرایند مکتوب مستقیم نیست. با وجود این، فرایند مذکور به شما می‌گوید که چگونه کار کنید. البته همه می‌توانیم این توانایی را از طریق داشتن منابعی که پاسخ‌های ناخودآگاه ما را بر برخی سؤالات مستقیم پیوند می‌دهند، به دست بیاوریم. با ضبط کردن پاسخ‌هایتان می‌توانید به این نتیجه برسید که مواد لازم و کافی جهت تقویت بیانتان را دارید. کاستن و تنظیم دوباره پاسخ‌هایتان با به‌کارگیری ویرایش دیجیتال صدا تقریباً همه آن چیزی است که لازم دارید.

اگر می‌خواهید از این روش استفاده کنید، باید گام‌هایی در جهت ضبط يك مصاحبه باکیفیت نیز بردارید.

### فنون مصاحبه

شاید شما بتوانید به سؤالات مصاحبه در خلوت خود در خانه و یا در اداره درمقابل میکروفون پاسخ دهید، اما اگر فردي به‌عنوان مصاحبه‌کننده با شما صحبت کند، سبب تحريك ذهن خودآگاه شما می‌شود و دیگر احساس آرامش نخواهید کرد. این فرد می‌تواند يك دوست آشنا و یا يك همکار باشد. این کار تا حدودي سرگرم‌کننده است، اما به‌هرحال مصاحبه‌کننده باید با شما در برخي مسائل هم‌عقیده باشد.

### خط‌مشی‌هایی برای مصاحبه‌کننده

اول آنکه سؤالات را به‌طور کامل از روی کاغذ بخوانید و حفظ کنید، آنچنان که دیگر نیازی به کاغذ نداشته باشید. با مصاحبه‌شونده ارتباط و تماس رودررو داشته باشید. این کار به مصاحبه‌شونده کمک

می‌کند تا آرام و راحت باشد و به‌طور طبیعی به سؤالات پاسخ دهد. دوم آنکه به مصاحبه‌شونده اجازه دهید افکارش را تکمیل کند. مداخله و قطع کردن کلام مصاحبه‌شونده می‌تواند سبب ازدست رفتن تمرکز فکری وی شود و او را از مسئله اصلی دور کند و شاید به سختی بتواند اطلاعات مورد نظر را منتقل کند. به او اجازه و فرصت بدهید که زمان پایان یافتن پاسخ سؤال بعدی را تعیین کند و کلام او را قطع نکنید.

سوم آنکه در صورت ضرورت از قوه ادراک خود جهت بررسی هر چه بیشتر پاسخ‌ها استفاده کنید. تفکر اولیه مردم راجع به یک سؤال، گستره حافظه آنها را محدود می‌کند؛ از طرح سؤالاتی که توضیحاتی خاص می‌خواهند و پاسخ‌های عمومی را طبقه‌بندی می‌کنند، خودداری کنید.

چهارم آنکه اگر واقعه مربوط به اطلاعاتی است که دردناک و غم‌انگیز است و در زندگی مصاحبه‌شونده تأثیر دارد، در

زمان برقراري ارتباط با او دقت لازم را مبذول داريد. در بيشتري موقعيتها كه مصاحبه‌كننده به انجام مصاحبه مي‌پردازد سعي مي‌كند مصاحبه‌شونده را در وضعيت خوبي قرار دهد؛ زيرا در مصاحبه‌هاي ديگر شايد لازم نباشد به دنبال احساساتي باشيد كه مصاحبه شما را تأثيرگذار كند و اگر مصاحبه‌اي راحت و طبيعي انجام دهد به نتيجه بهتري مي‌رسيد.

سراجم آنكه مصاحبه‌كننده و مصاحبه‌شونده بايد راحت باشند؛ در صندلي‌هاي راحت قرار بگيرند، آب خوردن در كنارشان باشد و وضعيت ميكروفون آنها طوري باشد كه مانع راحتی آنان نشود.

### انواع موضوعات فردي

در اينجا به عنوان مثال تعدادي از سؤالات مربوط به موضوعات فردي (در ارتباط با شخصيت و خاطرات يك فرد مهم) ذكر مي‌شود:

- ارتباط شما با اين شخص چگونه بوده است؟

- شما این فرد را از لحاظ جسمانی و ظاهری و شخصیتی چگونه توصیف می‌کنید؟
- آیا واقعه‌ای برایتان رخ داده که شخصیت او را بهتر بشناسید؟
- از کدام جنبه زندگی او بیشتر لذت می‌برید؟
- کدام جنبه زندگی او شما را دیوانه می‌کند؟
- او چه درسی به شما داده که احساس می‌کنید اهمیت داشته است؟
- اگر بخواهید نکته‌ای را برای او بازگو کنید که قبلاً نگفته‌اید، آن نکته چیست؟
- تعدادی سؤال درباره وقایع و حوادث:**
- مهم‌ترین واقعه از نظر شما کدام است؟
- شما با آن واقعه چه ارتباطی داشتید؟
- با چه کسانی این واقعه را تجربه کردید؟
- آیا لحظه خاصی در این واقعه وجود داشته که برایتان جالب باشد؟
- در زمان این رویداد چه احساسی داشتید (ترس، لذت و غیره)؟
- از این واقعه چه درسی گرفتید؟



- این واقعه چگونه زندگی شما را تغییر داد؟

### تعدادی سؤال راجع به مکان زندگی شما:

- وضعیت مکان را چگونه توصیف می‌کنید؟  
 - با چه کسی در این مکان شریک هستید؟  
 - چه تجربیات کلی در زندگی دارید که مربوط به این مکان می‌شود؟  
 - آیا تجربه خاصی در این مکان دارید؟  
 - از ارتباطتان با این مکان چه درس‌هایی گرفته‌اید؟

- اگر بعد از مدتی که به این مکان بازگشته‌اید، آیا تغییراتی در آن حاصل شده است؟

### سؤالاتی راجع به شغل شما:

- شغل شما چیست و یا اینکه شغل مورد علاقه شما کدام است؟  
 - قبل از احراز این شغل، چه تجارب، علایق و آگاهی‌هایی داشته‌اید؟ آیا انگیزه خاصی باعث شده که شما به این شغل روی آورید؟  
 - چه کسانی در شکل‌گیری دوران زندگی شغلی‌تان و علاقه‌مند کردن شما به این حرفه

مؤثر بوده‌اند و شما را در این امر کمک کرده‌اند؟

- شغل شما تا چه اندازه بر زندگی‌تان تأثیر گذاشته است (خانواده، دوستان و محل زندگی)؟

- نکته برجسته زندگی کاری و غیرکاری‌تان چیست؟

### **کسب موفقیت در مصاحبه‌های رادیویی (برای مصاحبه‌شونده)**

همان‌طور که روزنامه‌های محلی، صفحات خود را متناسب با خوانندگانشان ارائه می‌کنند، رادیوهای محلی نیز باید محتوای برنامه‌های خود را به مسائل محلی معین - که مربوط به مردم آن محل می‌شود - اختصاص دهند. اما بحث بر سر این است که مردم را به کجا دعوت کنند تا از این طریق مشارکت داشته باشند. اگر شما به جایی دعوت شوید که مصاحبه‌ای مختصر داشته باشید و یا اینکه در استودیو برای برنامه خاصی حاضر شوید، فرصت‌های بیشتری در اختیار دارید. اگر چیزهای خوبی برای گفتن داشته باشید و خوب هم صحبت کنید، این شانس وجود دارد که

ایستگاه رادیویی بارها از شما دعوت کند؛ زیرا ایستگاه‌های رادیویی نیز مانند روزنامه‌نگاران اگر کسی را بیابند که منبع موثقی برای ابراز عقیده مناسب با اهداف آنها باشد، دیگر خود را برای جستجوی افراد دیگر به زحمت نمی‌اندازند. شما می‌توانید این فرایند را از طریق انجام يك فعالیت ویژه یا از طریق انتشار مقاله در نشریه یا ایجاد ارتباط مستقیم با ایستگاه آغاز کنید.

البته يك روی سکه شانس صحبت‌کردن است و روی دیگر آن، چگونگی ارائه مطالب در هنگام شرکت در برنامه. بیشتر فرصت‌های خوب و مناسب به وسیله مردمی به هدر می‌رود که برای موقعیت‌های لازم به خوبی آماده نشده‌اند و از انتظارات موجود ناآگاهند؛ بنابراین لازم است در این زمینه پیشنهادها و نکته‌هایی را ارائه کنیم.

اگر می‌خواهید پیامتان به خوبی به مخاطب برسد، باید با اهداف او تناسب داشته باشد؛ بنابراین قبل از آنکه در يك

برنامه رادیویی شرکت کنید، بهتر است به آن برنامه گوش کنید. هر ایستگاه رادیویی شنوندگان خاص خود را دارد و شما باید با آنها به زبان خودشان صحبت کنید، زیرا در يك ایستگاه رادیویی، برنامه‌های مختلف به بخش متفاوتی از اجتماع شنونده‌ها نظر دارد. گوینده‌های خوب در رادیو چیزهای زیادی به شنونده‌ها یاد می‌دهند، اما متأسفانه شنونده‌های زیادی با گوش دادن به سخنان اشتباه در رادیو، به اشتباه می‌افتند. برای آنکه سخنان شما نتیجه بدهد، باید متقاعدکننده باشد، یعنی حداقل خودتان را متقاعد کند.

داشتن اطلاعات و آگاهی با ارزش است، اما ضرورت ندارد که مخاطب را به یکباره در مقابل انبوه اطلاعات قرار دهید. لازم نیست شما مانند يك کارشناس آگاهی داشته باشید، بلکه همان اندازه کفایت می‌کند که بتوانید مطالب را به صورت مفاهیم کلیدی که برای هر فردی قابل درک باشد، ارائه کنید.

شاید شما به یادداشت‌نویسی که همان نوشتن نکات کلیدی است اقدام می‌کنید، اما در هنگام بحث و ارائه مطلب به توضیحات بیشتری نیاز دارید که مسلماً نباید این توضیحات موجب بی‌توجهی شما به یادداشت‌هایتان شود.

رادیو یک رسانه شنیداری است، پس این نکته را در نظر بگیرید که دارید با یک فرد واقعی صحبت می‌کنید، حتی اگر از طریق یک خط تلفن و یا از داخل استودیو باشد؛ بنابراین لازم است مشارکت شما زنده و پرحرارت باشد. البته نه زیاد هیجانی باشید و نه خشک و یکنواخت؛ اگر این اندیشه را که در رادیو صحبت می‌کنید از ذهن خود خارج کنید و به خود تلقین کنید که گویی با یکی دو نفر به‌طور حضوری صحبت می‌کنید، قطعاً سخنان شما تأثیر بیشتری بر مخاطب خواهد گذاشت. آمادگی برای انجام مصاحبه به‌ویژه در نوع زنده آن از اهمیت زیادی برخوردار است و مانع از گرفتار شدن شما می‌شود. در واقع، فنون تهیه مصاحبه‌های زنده با مصاحبه‌های تولیدی کاملاً متفاوت

است. در مصاحبه زنده ممکن است شما به طور ناخودآگاه عباراتی را بر زبان جاری سازید که قصد داشته‌اید آنها را برای آینده حفظ کنید و به همین علت شاید قبل از دستیابی به فرصت مناسب از صحنه خارج شوید. در اینجا وظیفه مصاحبه‌کننده است که شما را در طریق درست قرار دهد یا اینکه شما را به کناری بکشد و به شما بگوید که شنوندگان چه چیزی می‌خواهند بشنوند. باید آنقدر توانایی داشته باشید که بتوانید از پاسخ برخی سؤالات اساسی و هدفدار شانه خالی کنید و به سؤالاتی که برایتان آسان است پاسخ دهید و اگر احساس کردید که سؤالی نامربوط و گمراه‌کننده است، خیلی مؤدبانه بگویید: «من متوجه می‌شوم که شما چه می‌پرسید، اما سؤال واقعی این است...». این یکی از راه‌های گریز است. شاید احساس کنید که تحت فشارید، اما هرگز نگذارید که این احساس شما بروز کند. در طول این مدت خونسردی خود را حفظ کنید. فرضیه‌های اشتباه را تصحیح کنید و

با آنها همراه نشوید و هرگز موضع دفاعی به خود نگیرید. تا جایی که می‌توانید به بخش مثبت قضیه فکر کنید.

و اما مصاحبه تولیدی، راهبردها و قواعد خاص خود را می‌طلبد؛ شما باید سخنانتان را کوتاه کنید و از گفتن مطالبی که ارتباط چندانی به موضوع ندارد بپرهیزید تا بتوانید از به‌هدررفتن انرژی زیادی که جهت ویرایش صرف می‌شود جلوگیری کنید. برای مثال، به جای اینکه بگوئید: «من عضو شورا را جهت بیان عقایدش انکار نمی‌کنم، اما می‌توانم با آنچه که او می‌گوید مخالفت کنم»، می‌توانید بگوئید: «من حق عضو شورا را جهت بیان عقایدش انکار نمی‌کنم» و سپس این جمله را به آن بچسبانید: «من با عضو شورا مخالفم».

تخصص با عمل همراه است، بنابراین تا زمانی که نسبت به توانایی خود کاملاً مطمئن نیستید، اقدام به کاری نکنید. وقتی که یک ایستگاه رادیویی از شما نظری می‌خواهد، این به آن معنا نیست که شما

حتماً صاحب‌نظرید؛ اگر واقعاً توانایی و صلاحیت پاسخگویی دارید، در این کار سهم شویید، وگرنه ممکن است با مشارکت خود کارها را خراب کنید. بنابراین لازم است بدانید که چه زمانی باید از شرکت در مصاحبه خودداری کنید و یا حداقل آن را به تعویق بیندازید تا فرصت مشورت با دیگران و کسب آمادگی لازم را به دست آورید.

هرگز به رسانه‌ها اجازه ندهید که به کمک شما جامعه را به دو قشر متوسط و بنیادگرا تقسیم کنند. مهمانان مصاحبه‌های رادیویی بحث و مجادله را دوست دارند، اما این بحث و مجادله‌ها نمی‌توانند به درک مباحث شما از سوی مردم کمک کنند. سخنان شما باید متناسب با اهداف و نوع مخاطب ایستگاهی باشد که از طریق آن صحبت می‌کنید. عده زیادی از شنوندگان از شغل و تخصص شما سردر نمی‌آورند، بنابراین از به‌کاربردن اصطلاحات فنی خودداری کنید، مگر آنکه



بسیار ضروری باشد. برای افرادی که نسبت به تخصص و حرفه شما آشنایی ندارند، این کلمات تنها مفهومی دست و پا شکسته دارد. این حالت در جایی که از کلمات اختصاری ناآشنا نیز بهره می‌بریم، صادق است.

یک نکته ساده اما حائز اهمیت این است که در زمان مصاحبه نباید گیج و سردرگم باشید و هرگز تحت فشار ناشی از موقعیت قرار نگیرید. قبل از شروع مصاحبه، دوش بگیرید و لباس‌های راحت بپوشید و در جایی راحت بنشینید. تلفن همراه خود را خاموش کنید و مطمئن باشید که مردم اطرافتان می‌دانند که شما در حال مصاحبه‌اید؛ هیچ چیز بدتر از این نیست که تلفن همراهتان زنگ بزند و یا کسی از شما بپرسد که آیا سوئیچ ماشین او را ندیده‌اید و این در حالی است که شما سعی می‌کنید بر روی مسئله‌ای تمرکز کنید. البته به منظور جلوگیری از برگشت صدا، رادیوی خود را خاموش کنید. شما نمی‌توانید همزمان با صحبت کردن به رادیو

نیز گوش دهید، بنابراین بهتر است شخص دیگری مصاحبه را ضبط کند تا شما بتوانید بعداً به آن گوش دهید.

### میزگرد

#### هنر مصاحبه: فنونی برای بازارهای متفاوت

بحث با مطالبی راجع به انواع مصاحبه و چگونگی رسیدن اعضای میزگرد به نتیجه موردنظر آغاز شد. فورد به عنوان یک روزنامه‌نگار ابتدا موضوعاتش را انتخاب می‌نماید و سپس آنها را جزء جزء می‌کند تا بتواند به واقعیت برسد. وی از اولین گزارشگر خارجی که برای دفتر نخست‌وزیر انتخاب شد، می‌خواهد از تمام جریانات و قضایا مطلع شود و به دنبال موضوعاتی است که تصور می‌کند، مربوط به عنوان مورد انتخاب اوست. فورد به موضوعات اجتماعی علاقه‌مند است. کوهاتا که یک مصاحبه‌گر غیرخبری است و با تعدادی از افراد مشهور مصاحبه کرده، می‌خواهد سبکی جدید تدوین کند. وی برای آنکه مخاطبان خود را علاقه‌مند نگه‌دارد به اظهارات غیرمنتظره و

اطلاعات جدید راجع به موضوعاتش نیاز دارد که به راحتی آنها را به دست می‌آورد. سادو نیز برای ضبط خاطرات ماندگار با مردمی مصاحبه می‌کند که خود داوطلب مصاحبه‌اند و تصور می‌کنند زندگی آنها آنقدر جذاب و جالب است که دیگران نیز از شنیدن آن بهره می‌برند. بسیاری از مردمی که سادو با آنها مصاحبه کرده، پس از آن احساس آرامش و راحتی می‌کنند. سوژه‌های او افراد سرشناس نیستند، بلکه انسان‌های عادی‌اند. او به سبب زمینه شغلی‌اش، بیشتر علاقه دارد با تجار مصاحبه کند. نتایج مصاحبه‌ها نوشته و تدوین می‌شود و به‌طور خصوصی انتشار می‌یابد و کل مصاحبه‌ها بر روی نوار یا لوح فشرده ضبط می‌شود تا علاقه‌مندان بتوانند صدای افراد مصاحبه‌شونده را بشنوند.

کوهاتا ادعا می‌کند بدترین آدم‌ها جهت مصاحبه، خواننده‌های جوان ژاپنی‌اند؛ زیرا اگر از آنها خواسته شود چیزی بگویند، تصور می‌کنند گرفتار يك «چالش» شده‌اند. کوهاتا و فورده با افرادی برخورد کرده‌اند

که در پاسخ به سؤالات، فقط «بله»، «خیر» و یا «منظورتان چیست» گفته اند و حق انتخاب را برای مصاحبه‌کننده باقی نگه داشته اند، اما مصاحبه‌کننده‌ها به نحوی خود را درگیر مصاحبه کرده اند. يك بار کوهاتا با طرح این سؤال که «فکر می‌کنید من باید به دنبال چه دوستی باشم»، از این محمصه نجات پیدا کرد، زیرا پاسخ طرف مقابل سبب شروع موفقیت‌آمیز مصاحبه شد. او معتقد است که افراد مشهور دارای نظریات و تفاسیر خاصی هستند که لازم است در برخورد با آنان، برخی موارد ناخواسته را کنار بگذاریم تا بتوانیم شاهد عکس‌العمل مناسب باشیم. فورد معتقد است که برای فعالیت در زمینه مصاحبه مطبوعاتی باید توانایی مناسبی جهت نقل‌کردن داشت، اما برای رادیو صدای خوب و برای تلویزیون جذابیت تصویر مهم است. و اما بیان مسائل اخلاقی و انسانی به وقایع و نمونه‌های انسانی نیازمند است. هر چند گزارشگران می‌گویند که خارج از فضای وقایع و امور قرار می‌گیرند، اما فورد به

عنوان بخشی از آنها مطرح می‌شود. کوهاتا بیشتر تمایل دارد مصاحبه‌هایش بر روی مسائلی متمرکز شود که شنوندگان دوست دارند پاسخ بدهند. سادو و فورد از روشی که صدای خودشان ضبط نشود، استفاده می‌کنند و سادو از حرکت «پانتومیم» نیز بهره می‌برد. او قبل از مصاحبه به تشریح حرکت دست و صورت می‌پردازد، اما در هنگام مصاحبه، فرد مصاحبه‌شونده به او نمی‌نگرد. فورد می‌گوید این کار زمان انجام مصاحبه تلفنی دشوارتر است، زیرا مصاحبه‌شونده اصلاً او را نمی‌بیند و اصولاً مصاحبه‌شوندگان ناخودآگاه دوست دارند بیننده و شنونده حرکات یا صداهایی برای تأیید صحبت‌های خود باشند. البته این امر سبب پیوستگی مصاحبه‌کننده با جریان نهایی می‌شود. اینکه چگونه می‌توان مصاحبه‌شونده را از دروغ‌گفتن برحذر داشت، از جمله اهدافی است که مصاحبه‌کننده‌ها در پی‌آیند. فورد مانند یک گزارشگر خبری جدی به دنبال آن است که بداند آیا مصاحبه‌شونده دروغ می‌گوید یا

خیر و آیا وی اطلاعاتی را که او به دنبال آن است دارد یا نه. سادو برعکس فورد به جای یافتن حقیقت، به دنبال کشیدن تصویر شخص مصاحبه‌شونده است. مردم به او آن چیزهایی را می‌گویند که می‌خواهند وابستگی‌انشان بدانند. افراد مشهور افکار خاصی دارند که می‌خواهند آنها را حفظ کنند، بنابراین کوهاتا اگر وارد مباحثی شود که مصاحبه‌شوندگان چندان خوششان نیاید، زیاد به بررسی و کنجکاوی نمی‌پردازد.

فورد و کوهاتا در این نکته اتفاق نظر دارند که ارتباط میان سردبیران و کارگردان‌ها در رادیو و تلویزیون بسیار متفاوت است. فورد می‌گوید: اگر موفق به جلب احترام سردبیر نسبت به خود شدید، می‌توانید از ادراک اشتباه او - به ویژه در مسائل فرهنگی که ممکن است از آن شناختی نداشته باشد - مصون بمانید. کوهاتا می‌گوید: ارتباط میان یک کارگردان و گزارشگر تلویزیونی تا حد زیادی شبیه

ازدواج سنتی است. در این راستا فراز و نشیب زیادی وجود دارد اما در صورت اطمینان می‌توانید با یکدیگر کار کنید. میزان وقت و نوع فعالیت‌های لازم برای انجام مصاحبه در بین افراد حاضر در میزگرد متفاوت است. سادو می‌گوید لازم است که سوابق تاریخی مصاحبه‌شوندگانش را بداند؛ او همچنین از مخاطبان می‌پرسد که می‌خواهند چه چیزهایی راجع به مصاحبه‌شونده بدانند. فورد در ساعت ۴:۳۰ «عنوان» را از سردبیر دریافت می‌کند و در ساعت ۶ کار را انجام می‌دهد. وی می‌گوید باید افرادی را که اطلاعاتی دارند پیدا کند و روزنامه‌ها را برای موضوع موردنظر مطالعه نماید و نسبت به تجزیه و تحلیل‌های لازم دقیق باشد. وی معتقد است یک هفته وقت برای آماده‌شدن، بسیار عالی است.

فورد، جهت راهنمایی به مصاحبه‌کنندگان مبتدی پیشنهاد می‌کند که به دنبال یافتن سؤالات معقول و باارزش باشند. مثلاً به

مصاحبه‌شونده بگویند که راجع به موضوع چیز زیادی نمی‌دانند لطفاً توضیح دهد و یا موضوع را برای مخاطبان عام تبیین کند و به این وسیله مردم را در آرامش قرار دهد تا بتواند از تمامی امتیازات بهره‌برد.

وی اعتقاد دارد که مصاحبه‌کننده باید بداند در طول مصاحبه چه توضیحاتی بدهد و چه نکاتی را حذف کند تا تمام ماجرا بیان شود. نکته نهایی این‌که فوراً معتقد است مصاحبه‌کننده باید مصاحبه را به پایان برساند، حتی اگر مجبور شود محل ضبط مصاحبه را ترک کند و این در جایی است که مصاحبه بهترین دستاوردها را دارد.

کوهاتا معتقد است که ابتدا باید به سخنان مصاحبه‌شونده به‌خوبی گوش داد؛ شاید زاویه‌ای یافت شود که راجع به آن سؤالاتی وجود داشته باشد؛ آن زاویه را به صورت محور مصاحبه درآورید. بی‌ریا باشید و به‌خوبی ارتباط برقرار کنید تا بتوانید شاهد یک گفت‌وگوی راحت و روان باشید. او لیستی از سؤالات را مطرح کرده و سعی می‌کند



مصاحبه را به تصویر بکشد تا اندیشه‌ها جاری شوند. سادو می‌گوید باید در هنگام مصاحبه آرام باشید و هرگز بلند نخندید و فریاد نزنید. احساسات خود را کنترل کنید. او اغلب سعی می‌کند تا مصاحبه‌شونده‌های خود را آرام سازد تا آنچه را که لازم دارد به او بگویند. سادو می‌گوید لحظه‌ای را که یخ‌ها ذوب می‌شوند و فرد واقعی آشکار می‌گردد، به خوبی احساس می‌کند.

همه شرکت‌کنندگان در میزگرد اتفاق‌نظر دارند که باید احساس مشترکی وجود داشته باشد تا بتوان مصاحبه را آغاز کرد و آن را با موفقیت به پایان رساند. باید به دوره‌های آموزشی ضمن خدمت و انتقادات گروه و افراد مافوق خود توجه کرد. الحاق به گروه می‌تواند مصاحبه‌کننده را در خوب صحبت‌کردن در هنگام مواجهه با مردم، یاری رساند.

برای نتیجه‌گیری از این میزگرد، سیمونز عنوان بدترین مصاحبه سال را خواند:

«افراد ثروتمند و مشهور برای صبحانه چه می‌خورند؟» او گزارش سرهم‌بندی‌شده از شنوندگان را چنان به هم پیوند داد که یک مصاحبه موفق از کار درآمد. گاهی می‌گفتند بدترین مصاحبه‌ها، بهترین آنها از آب درمی‌آیند.

در مصاحبه‌های رادیویی و تلویزیونی سعی می‌شود حداقل با یک نفر مصاحبه شود. در مورد روزنامه نیز چنین است، به‌ویژه آنجا که می‌خواهند زمینه بیشتری را داشته و یا مقاله طولانی‌تری ارائه دهند. قبل از آنکه قصد مصاحبه‌ای را داشته باشید و یا به شناسایی افراد مصاحبه‌شونده بپردازید، باید نکات ذیل روشن و حل شده باشد:

- این مصاحبه برای کدام روزنامه یا ایستگاه رادیویی و برنامه تلویزیونی صورت می‌گیرد و مصاحبه‌کننده چه کسی است؟  
- آیا مصاحبه به‌صورت زنده پخش می‌شود یا ضبطی است؟

- مصاحبه چه مدتی طول می‌کشد؟

- مصاحبه در چه زمانی انجام می‌گیرد؟

- نکات اصلی که در مصاحبه پوشش داده می‌شود کدام است و آیا با کس دیگری نیز مصاحبه‌ای صورت می‌گیرد یا خیر؟  
ابتدا بهترین فرد را برای مصاحبه شناسایی کنید و از آگاهی او به نکات کلیدی و اساسی مصاحبه مطمئن باشید و اگر مصاحبه به صورت تلفنی انجام می‌گیرد از وجود دفتر کار آرام و محل بدون زمینه‌های مزاحمت مطمئن شوید. آنگاه که زمان مصاحبه فرا می‌رسد، خلاصه‌ای از مسائل ذیل را برای مصاحبه‌شونده بنویسید:

- شرح برنامه‌ای را که وی در آن حضور خواهد یافت.

- نکات کلیدی راجع به فعالیت‌هایتان.

- سؤالات مشابه، ساده یا دشوار.

- ارائه مثال‌های مختصر اما جالب که

واقعه را تکمیل می‌کند.

راهنمایی‌های ذیل نیز سودمند خواهند

بود:

- به موقع در استودیو حاضر شوید.

- یک لیوان آب در دسترس داشته باشید.

- میکروفون را فراموش کنید و مستقیماً به مصاحبه‌کننده توجه نمایید.
- در موقع مصاحبه رادیویی از به هم زدن کاغذها خودداری کنید.
- در طول مصاحبه، خودتان باشید.
- آرام‌تر و شفاف‌تر از همیشه صحبت کنید.
- در مورد دانش‌ها و آگاهی‌هایتان اعتماد به نفس داشته باشید.
- از مثال استفاده کنید.

#### توصیه هایی برای مصاحبه‌شوندگان

اگر قرار شده با يك ايستگاه رادیویی مصاحبه داشته باشید و قبلاً با هیچ ایستگاه رادیویی دیگری مصاحبه نداشته و گفت‌وگویی نکرده‌اید، بنابراین لازم است از طریق تلفن تمرین کنید و با يك ايستگاه رادیویی ارتباط برقرار نمایید.

برخی از کارهایی که باید انجام دهید عبارتند از:

**تماس‌گرفتن:** آموزش خود را از طریق انجام آن کار آغاز کنید که قرار است في الواقع انجام دهید. در يك برنامه گفت‌وگو به عنوان

شنونده شرکت کنید و در مباحث طولانی با مهمان برنامه مشارکت داشته باشید. برخی از مهمانان مشهور رادیو مانند لورا شلسینگر کارشان را با يك تماس تلفنی آغاز می‌کنند. امتیاز جانی چنین کاری آن است که با مهمانان برنامه آشنا می‌شوید. این، آن چیزی است که شما باید به کمک این ایستگاه‌ها بدون دردسر به آن برسید.

**همکاری به صورت داوطلبانه:** با رادیوی محلی‌تان تماس بگیرید و به آنها بگویید که می‌خواهید به‌طور داوطلبانه با آنها در فعالیت‌های استودیویی همکاری کنید. احتمالاً فرصت بودن در برنامه و صحبت با تماس‌گیرندگان و دیگر مهمانان DJ را خواهید داشت. همچنین احساس خوبی به تجهیزات آنجا خواهید داشت که می‌تواند به شما کمک کند با دیگر ایستگاه‌ها صحبت کنید. این احساس به آنها دست خواهد داد که شما نسبت به آنچه آنها قصد انجامش را دارند، آگاهی دارید.

ورود به عنوان يك داوطلب به ایستگاه های تجارتي دشوار است، به ویژه ورود به استودیوهای آنها. لذا می‌توانید در دفتر بازرگانی ایستگاه حضور یابید و مهمانان را هنگام ورود و خروج ملاقات کنید. يك امتیاز نه چندان آشکار داوطلبي آن است که آدم‌هایی را ملاقات می‌کنید که از طریق تماس تلفني و یا پیام‌نگار (E.Mail) و یا حضور در ایستگاه می‌خواهند ثبت‌نام کنند.

یافتن طریق عکس‌العمل ایستگاه نسبت به فنون ثبت‌نام و چگونگی مصاحبه واقعي، نکته‌ای است که برای شما به ویژه هنگام ثبت‌نام تلفني‌تان، ارزشمند است.

**حضور به‌عنوان مهمان:** پس از گذشت چند ماه از تماس تلفني شما و داوطلب‌شدنتان، شانس حضورتان به‌عنوان يك مهمان در برنامه گفت‌وگو وجود دارد. به‌طور كلي، من راجع به حضور فیزیکی در برنامه زنده - و نه تلفني - با شما صحبت می‌کنم. اولین برنامه‌ای را که در آن حضور خواهید یافت، يك برنامه كوچك خواهد بود. تماس‌های

گرفته شده از سوي تماس‌گیران و تنظيم ساعت پخش، شما را در موقعيت متفاوتي قرار مي‌دهد؛ در موقعيتي که در سوي ديگر خط، شما قرار داريد.

**گفتمان:** هر چند ممکن است اين انتظار را نداشته باشيد، اما گفتمان ساده‌ترين راه جهت بررسي سؤالاتي است که ممکن است شما از شنوندگان راديويي‌تان راجع به موضوع مصاحبه‌تان کسب کنيد.

بازخوردي که ممکن است از Chat يا گفتمان براي‌تان حاصل شود بسيار متفاوت با صحبت ساده است، زيرا مخاطب گفتمان «با توجه به اينکه گفتمان آزاد و در خانه انجام مي‌گيرد» بيشتر شبیه مخاطب واقعي راديويي است. يك گفتمان به شما آموزش راديويي مي‌دهد و معنای آن اين است که اگر مردم از گفتمان خسته شوند آن را ترك مي‌کنند. اين واقعه در مورد گفت‌وگوي حضوري کمتر اتفاق مي‌افتد و مخاطب کمتر از ميانه صحبت، طرف مقابل را ترك مي‌کند.

گفت‌وگویی حضوری: این تقریباً تنها تجربه‌ای است که آشکار است و بیشتر مردم بیش از مصاحبه رادیویی به آن علاقه دارند.

### مصاحبه رادیویی (برخی از انواع مصاحبه‌ها)

شاید يك عمر وقت لازم باشد تا يك مصاحبه‌کننده خوب رادیویی بشوید. هر مصاحبه رادیویی دارای مشکلات خاص خود است. در يك برنامه يك مصاحبه می‌تواند چندین دقیقه به طول انجامد و یا اینکه به‌طور خلاصه ارائه شود.

ضمناً این نکته را در ذهن داشته باشید افرادی که با آنها مصاحبه می‌شود ممکن است در پاسخگویی به شما انگیزه‌هایی خاص داشته باشند. بعضی اوقات برخی افراد موظفند به سؤالات پاسخ گویند، زیرا مسئولیت عمومی دارند. در برخی موارد دیگر مصاحبه‌شونده تعهدی به پاسخگویی ندارد، اما به سؤالات پاسخ می‌دهد؛ زیرا چنین ترغیب شده که کسب تجربه ارزش زیادی دارد.



در این بخش به تشریح دو نوع مصاحبه می‌پردازیم: مصاحبه‌های آزاد و مصاحبه‌های الزامی.

به خاطر داشته باشید که تفاوت‌ها غالباً شفاف و روشن نیستند و دیگر آنکه ممکن است مصاحبه‌ها عوامل و عناصر هر دو نوع را داشته باشند.

### مصاحبه‌های آزاد

در مصاحبه‌های آزاد، فرد تشویق می‌شود تا در یک واقعه یا تجربه سهمی شود و البته این امر به‌طریقی ساده و دوستانه صورت می‌گیرد. مصاحبه‌های آزاد شامل اشکال ذیل هستند:

#### مصاحبه‌های مربوط به منافع بشري

- گفت‌وگو با رهبر یک گروه کُر جوان که گروه را برای اجرای موسیقی به جشنواره بین‌المللی برده است.

- مصاحبه با یک دلال سابق مواد مخدر که اکنون یک مرکز جوانان را اداره می‌کند که در دسته‌ها و باندهای خیابانی بوده‌اند.

#### برش‌هایی از زندگی شخصی افراد

- مصاحبه با اولین زنی که مسئول زندانی در آفریقای جنوبی شده است. او چطور آدمی است؟

- مصاحبه با قهرمان سابق شنای المپیک که اکنون قصد دارد نماینده مجلس شود. چه عاملی سبب گرایش او به سیاست شده است؟

### مصاحبه‌های بسیار حساس

- مصاحبه با بازمانده يك «سوء استفاده از کودکان» که اکنون می‌خواهد داستانش را به خاطر دیگران - که شاید در موقعیت مشابه او باشند - بازگو کند.

### مصاحبه‌های الزامی

این‌گونه مصاحبه‌ها جهت گرفتن پاسخ برای سؤالات مطروحه در اخبار به‌کار می‌رود. گزارشگران رادیویی معمولاً این نوع از مصاحبه را زمانی به‌کار می‌برند که می‌خواهند سؤالاتی را از کسانی بپرسند که برای شنوندگان مهم هستند؛ مانند مأموران منتخب یا سخنگوی يك شرکت. پرسیدن سؤالات دشوار یا افشاکننده بدون به‌کارگیری صدای

تهاجمي چالش به حساب مي آيد. در اين راه از اين اصول بهره بگيريد:

- صدايتان را بالا نبريد.

- هرگز صدايتان بلندتر از صدای مصاحبه شونده نباشد.

- اگر لازم است مداخله كنيد، اجازه دهيد مصاحبه شونده نفسي تازه كند و آنگاه سؤالتان را مطرح كنيد.

- مطمئن شويد كه در طريق واقع گام برمي داريد.

### مثالهاي از مصاحبه الزامي و اجباري

- صحبت با وزير بهداشت راجع به يك سري از واكسن هاي فاسد. او راجع به واكسن ها به شنوندگان چه خواهد گفت؟

- مصاحبه با سخنگوي يك شركت راجع به لغو ناگهاني توليد يك اسباببازي مشهور. او راجع به امنيت و سلامت چنين توليداتي چه مي تواند بگويد؟

- صحبت با رئيس يك شركت راجع به اتهام اختلاسي كه با آن مواجه است. او چه نقشي در قضيه دارد؟

## آمادگی برای انجام مصاحبه

برنامه ریزی برای انجام يك مصاحبه، هنري جذاب، پیچیده و غیرقابل پیشبینی است. مصاحبه کننده نمی داند که چه اتفاقی رخ خواهد داد. در چنین شرایط و اوضاع و احوالی آمادگی کلید اصلی است. هنگام آماده شدن برای انجام مصاحبه سؤالات ذیل را در نظر داشته باشید:

## چه کسی

- با چه کسی مصاحبه می کنیم؟

- چه کسی مصاحبه کننده است؟

## چرا

- چرا با این شخص مصاحبه می شود؟

- آیا این شخص حرفی برای گفتن دارد؟

- آیا مصاحبه بخشی از يك واقعه یا گزارش

است، یا اینکه مصاحبه کل واقعه است؟

## چه

- موضع و تمرکز اصلی مصاحبه چیست؟

- چه سؤالاتی پرسیده می شود؟

- برای تسهیل مشارکت در مصاحبه چه

نکاتی ضروری است؟

- براي انجام مصاحبه به چه مجوزهائي نياز است؟

- اين مصاحبه سبب برانگيخته شدن چه نوع مسائل اخلاقي ميشود؟ چگونه بايد با آنها کنار آمد؟

### كجا

- مصاحبه در كجا صورت ميگيرد، در خيابان يا در استوديو و يا جايي ديگر (مثل كافه اي عمومي يا منزل شخصي)؟

- آيا در موقعيت خطرناك قرار داريد يا خير؟

- آيا در آنجا مخاطبي حاضر است يا خير؟

### - كي

- مصاحبه چه زماني انجام ميگيرد؛ صبح، عصر يا شب؟

- مصاحبه چه زماني پخش ميشود؛ صبح، عصر يا شب؟

- آيا مصاحبه، در طول و يا پس از يك واقعه احساساي يا شادكننده و هيجان انگيز صورت ميگيرد؟

### چگونه

- آیا مصاحبه به صورت زنده پخش می‌شود،  
یا به صورت ضبطی که بعداً ادیت می‌گردد؟

- طرف مورد مصاحبه چگونه برای انجام  
مصاحبه آماده می‌شود؟

- طرف مورد مصاحبه تا چه اندازه راجع به  
تمرکز اصلی موضوع مصاحبه از قبل اطلاعاتی  
کسب می‌کند؟

- آیا تماس‌گیرندگان می‌توانند سؤالاتی  
بپرسند؟

یک مصاحبه‌کننده، یک شنونده بزرگ است،  
می‌داند که کی و چگونه سؤالات را بپرسد،  
دارای مهارت‌های ارتباطی خوبی است،  
انعطاف در مصاحبه دارد، می‌داند که سؤالات  
مصاحبه باید طبق یک نظم پرسیده شود و  
می‌داند که چگونه و کی بپرسد «چرا».

به توانایی‌های فطری خود اعتماد داشته  
باشید. اگر در خصوص وضعیت یا زمان مصاحبه  
احساس آرامش نمی‌کنید، وضعیت دیگری را  
پیشنهاد کنید. اگر انجام این کار  
امکان‌پذیر نبود، همکاری دیگر بیابید. از  
سوی دیگر دبیر خبر شما باید بداند که کجا

می‌روید و در چه زمانی برخورد خواهید گشت. شماره تلفن همراهمان را بدهید. به خاطر داشته باشید هیچ مصاحبه‌ای آنقدر ارزش ندارد که جانتان را به خطر بیندازید. اگر احساس خوبی ندارید هرگز به دنبال این مصاحبه نروید.

اما راجع به طرف مورد مصاحبه (مصاحبه‌شونده) نیز باید اصول و نکاتی را در نظر داشته باشید که در ادامه به بیان این ویژگی‌ها و اصول می‌پردازیم:

- از اعتماد به نفس و شمرده صحبت کردن مصاحبه‌شونده اطمینان حاصل کنید. این مسئله در جایی بیشتر اهمیت پیدا می‌کند که مصاحبه شما یک گفت‌وگوی کوتاه و مختصر نباشد.

- از جنسیت مصاحبه‌شونده آگاه باشید. با مردم براساس جنسشان به‌طور کلیشه‌ای برخورد نکنید. همه پرستاران زن نیستند و همه سربازان مرد نیستند. اگر همسر یا پدر یک زن به وی اجازه مصاحبه نمی‌دهد، چگونه با این مسئله برخورد می‌کنید؟ آیا از این

مسئله می‌گذرید یا اینکه آنقدر بحث می‌کنید  
تا راه‌حلی برای آن بیابید؟

- فراتر از ظاهر افراد قضاوت کنید. يك  
فرد برای آنکه کارشناس باشد نیازی به  
مدرک دانشگاهی ندارد. برای مثال يك  
فروشنده بازاری ممکن است دیدگاه بهتری در  
مورد اقتصاد نسبت به يك استاد دانشگاه  
ارائه کند.

چشم و گوش‌تان متوجه کسانی باشد که حرفی  
برای گفتن دارند و آن را بهتر بیان می‌کنند.  
دانستن يك سري مطالب مربوط به  
مصاحبه‌شونده، ضروری است:

- وي از چه اعتباری برخوردار است؟  
- به چه دلیل وي بهترین گزینه برای  
مصاحبه است؟

- وي از چه زمینه‌ای برخوردار است؟  
- وي چه حرفی برای گفتن دارد؟  
- آیا آدم جالب‌توجهی است؟  
- آیا جنبه‌های بی‌نظیری ارائه می‌دهد؟  
مصاحبه فوری پس از وقوع يك حادثه  
احساسی و دردناک مستلزم داشتن مهارت‌هایی



است. در اینجا برخی از پیشنهادات مربوط به این نوع از مصاحبه‌ها ارائه می‌شود:

**درخواست مصاحبه:** قبل از آنکه گوشی تلفن را بردارید و درخواست مصاحبه نمایید، اصول و قواعد ذیل را به‌کار گیرید. ابتدا تصمیم بگیرید:

- چرا می‌خواهید با این فرد مصاحبه کنید؟

- چه زمانی می‌خواهید مصاحبه کنید؟  
 - چگونه می‌توانید با آن فرد ارتباط برقرار کنید (آیا لیستی از اسامی جهت برقراری تماس دارید)؟

### قبل از تماس

- تمرین کنید. به منظور پیشگیری از فراموشی برخی نکات، مطالب اصلی را که می‌خواهید بگویید، یادداشت کنید.  
 - آماده باشید که در صورت نبودن فرد موردنظر، قراری برای بعد بگذارید.

### در طول مکالمه

- در صورت امکان، با روی‌گشاده و اعتمادبه‌نفس و دوستانه برخورد کنید.

- یادتان باشد که این تنها فرصتی است که در آن می‌توانید از طرف مقابل جواب «آری» بگیرید.

- آمادگی لازم را جهت تشریح این نکته داشته باشید که چرا انجام این مصاحبه برای شنوندگان مهم است.

- آمادگی روبه‌رو شدن با این گونه پیشنهادات را داشته باشید.

- به‌خاطر داشته باشید که مؤدب، مثبت، شفاف و صادق باشید.

گاهی ممکن است فردی با انجام مصاحبه موافقت کند ولی بخواهد سؤالات را از پیش ببیند. آنچه اهمیت دارد شناخت علت این کار است و اینکه این مشکل را بدون دادن سؤالات به وی حل کنید. شاید بتوانید چنین توضیح دهید که سؤالات را از قبل آماده نکرده‌اید و اندک اندک وارد مراحل جدید می‌شوید.

آماده‌کردن سؤال‌ها از قبل می‌تواند سبب بروز مشکلاتی شود:

**پیگیری:** اگر موافقت کرده اید که سؤالات مصوب را بپرسید، شما احتمالاً مشکلاتی درخصوص سؤالات و پیگیری آنها خواهید داشت. اگر این اتفاق رخ دهد، شما با شغلستان به عنوان مصاحبه کننده تطابق ندارید.

**تعادل:** اگر نتوانید مصاحبه را به نحوی پیگیری کنید، تعادل آن از بین می رود.

**تکرار:** اگر مصاحبه شونده بداند که دقیقاً چه سؤالاتی را خواهید پرسید، مصاحبه خسته کننده و تکراری می شود.

**سؤالات:** تهیه لیست که توسط تهیه کننده برنامه یا یک همکار دیگر صورت می گیرد، روش خوب و مناسبی است.

سؤالات باید به کشف قضیه یا موضوع کمک کنند. هدف این قضیه کدام است؟ مخاطبان باید به چه آگاهی هایی دست یابند؟ شنوندگان علاقه دارند به چه آگاهی هایی برسند؟

- به جنبه های ظاهری بُعدی دیگر بیفزایید. سؤالات «چرایی» اهمیت زیادی

دارند. این سؤالات راه کشف ناشناخته‌ها را هموار می‌کنند.

- زوایای گوناگونی برای مسئله مورد مصاحبه تدارک ببینید. اگر با سؤالات از پیش طرح شده بیاید، ممکن است نتوانید در صورت ضرورت با فرد دیگری مصاحبه کنید. لذا برای انجام مصاحبه‌های بیش از یک جنبه را باید در نظر بگیرید.

**تصویری خلق کنید:** سؤالاتی که جهت تشریح یک موضوع پرسیده می‌شود، از اهمیت زیادی برخوردار است. این توضیحات به شنونده قدرت می‌دهد که واقعه یا پیام را ببیند.

**ساده و صادق باشید:** سؤالات باید کوتاه، ساده و شفاف باشند. دوباره قواعد و اصول «چه بگوییم» را مرور کنید. سؤالات چندلایه هرگز نباید در مصاحبه مطرح شوند. این‌گونه سؤالات مصاحبه‌شونده و شنوندگان را گیج و سردرگم می‌سازد. سؤالات باید تابع یک نظم منطقی باشد. به این خطمشی‌ها توجه کنید.

سؤال اول، نباید زیاد عمیق و پیچیده و گسترده باشد، زیرا ممکن است خطر ازدست دادن و کنترل بر مصاحبه، شما را تهدید کند.

- **سؤالات اصلي:** ضرورت ندارد از يك روند تاريخي بهره بگيريد. فرصت آن را نداريد كه همه مسائل را پوشش دهيد. پس سؤالات را براساس مسائل كليدي متمرکز كنيد كه ميخواهيد آنها را بررسی نماييد.

- **سؤالات پيرو:** اينها سؤالاتي هستند كه مصاحبه كننده آنها را زماني به كار ميگيرد كه از مصاحبه شونده ميخواهد موضوع را بيشتر بشكافد.

- **سؤالات جادويي:** چرا

- **سؤالات تشریحي و گشاینده**

- بيشتر براي بگو

- به اولين باري كه گفتي ... برگرديم ...

- در فكرت چه ميگذشت آنگاه كه ...

سؤالات استفهامي، گاهي اينگونه شروع

مي شود:

- منظور آن است كه ...

**سؤالات بسته**

- پیامتان به ... چیست (در مصاحبه «نرم» به کار می‌رود.)

**مکان مصاحبه:** گاهی نوع برنامه ایجاب می‌کند که مصاحبه در مکانی خاص انجام گیرد. برای مثال، اگر مصاحبه‌شونده مهمان یک برنامه گفت‌وگو است، مصاحبه باید در استودیو انجام گیرد و اگر مصاحبه بخشی از یک گزارش خبری زنده است باید در فضای طبیعی انجام شود.

در زمانی دیگر، که مصاحبه براساس موضوع و مصاحبه‌شونده انجام می‌گیرد، به این موضوعات فکر کنید و آنها را در نظر بگیرید:

**برنامه زمانی مصاحبه‌شونده:** اگر سر او شلوغ است ولی صحبت‌هایش ضروری است، مصاحبه باید در محل کار و زندگی‌اش انجام گیرد.

- در خصوص جایی که مصاحبه‌شونده باید در استودیو حاضر باشد اگر مسافت طولانی است، می‌توان تلفنی مصاحبه کرد.

- بررسی دیگر عواملی که می‌توانند بر مکان مصاحبه تأثیر بگذارند.

جايي که لازم است جلوه‌هاي ديگري به مصاحبه افزوده شود. براي مثال، در مصاحبه با کاپيتان کشتي ماهيگيري بهتر است از جلوه‌هاي صوتي چون صداي اقيانوس و زمينه‌هاي مربوطه استفاده شود. انجام مصاحبه در مکان به اين معناست که بايد تمامی تجهيزات ضبط، به همراه برده شود. ليست ابزار و وسايلي را که بايد بريد، چک کنید تا چيزي جا نماند.

صداي زمينه خوب آماده شده، بهترين وسيله براي ايجاد زمينه در مصاحبه است، اما به خاطر داشته باشيد که اگر به خوبي دقت نکنيد ممکن است آن را به خوبي ضبط نکنيد.

**اداره مصاحبه:** مصاحبه‌هاي رسمي و غيررسمي

از مهارت‌هاي يکساني بهره مي‌برند.

- گوش کردن
- پرسيدن سؤالات مؤثر
- تمرکز کردن

اين مهارت‌ها، بخشی از ارتباطات هر روزه ماست. اين بخش به ما ياد مي‌دهد که چگونه اين مهارت‌هاي طبيعي را صيقل بخشيم و از آنها هوشيارانه استفاده کنیم.

در طول مصاحبه: سعی کنید با افراد به‌طور جداگانه صحبت کنید و ظاهری متبسم داشته باشید و به‌طور طبیعی و آرام تنفس کنید و طبیعی و راحت صحبت کنید.

- از سؤالات مکتوب بهره ببرید تا تمرکزتان از بین نرود.

- از سؤالاتی بهره ببرید که بسته نباشند و از کلماتی مثل «چگونه» و «چه» و «چرا» استفاده کنید تا مصاحبه‌شونده را تشویق به پاسخ دادن نماید.

- سؤالاتی ساده و کوتاه بپرسید. هرگز سؤالات چندلایه که پاسخ آنها برای مصاحبه‌شونده دشوار است، نپرسید.

- سؤالاتی بپرسید که پاسخ آنها «بله» و «خیر» باشد و یا اینکه جواب‌های یک کلمه‌ای داشته باشد تا تمرکز مصاحبه‌شونده حفظ شود. پیگیری پاسخ‌ها از طریق پرسیدن «چرا» به خوبی انجام می‌گیرد.

- از مصاحبه‌شونده بخواهید که مثال‌ها و تجربیات و وقایع واضح را بیان کند. برای مثال، به اولین باری که اجرای عمومی داشتید برگردیم؛ چه اتفاقی رخ داد؟



- به خواست شنوندگان توجه داشته باشید.

آنها می‌خواهند شما چه سؤالاتی بپرسید؟

- در طول مصاحبه دقت خود را از طریق ارتباط چشمی، حرکات بدن و تکرار اطلاعات کلیدی نشان دهید. (شما گفتید که از شش سالگی به آهنگسازی پرداختید. چطور توانستید این کار را در چنین سنی انجام دهید؟) اما مواظب باشید که عکس‌العمل‌های شما تکراری و خسته‌کننده نشوند، مانند تکرار بله، بله، یا سایر تکیه‌کلام‌هایی که برخی دارند، زیرا برای شما در زمان تدوین مصاحبه برای پخش در دسرهایی ایجاد می‌کنند.

- به خاطر داشته باشید که باید به مصاحبه‌شونده کمک کنید که در يك مصاحبه زنده و جالب شرکت کند و در ضمن موضوع مورد بحث را به او بگویید. مصاحبه‌کننده باید مسئول باشد و قبول مسئولیت کند، اما نباید از مصاحبه به منظور نشان دادن زندگی خود بهره برید.

- اگر لازم است به میان کلام مصاحبه‌شونده بروید، این کار را با خنده انجام دهید و این زمانی است که او می‌خواهد نفسی تازه

کند. هرگز در این لحظه صدایتان را بالا نبرید. هرگز میان صحبت او ندوید، زیرا این کار ناپسندی به حساب می‌آید.

- هنگام مصاحبه به دقت گوش‌کنید.

- سؤالات دنباله‌دار بپرسید.

### برای پیشرفت کار

- به ساعت خود نگاه کنید و سعی کنید در مصاحبه تمامی مطالبی را که در نظر داشتید، پوشش دهید.

- زمان به‌پایان‌رساندن مصاحبه را به خوبی در نظر داشته باشید و این کار را به طور طبیعی انجام دهید. هرگز نگویید: «خب، می‌ترسم اگر ادامه دهم وقت کم بیاوریم»؛ زیرا مصاحبه‌شونده و شنوندگان احساس می‌کنند گول خورده‌اند و شما یک فرد غیرحرفه‌ای به نظر خواهید رسید.

- خیلی ساده و بی‌تکلف از مصاحبه‌شونده تشکر کنید و حاشیه نروید.

**قبل از مصاحبه:** ابتدا راجع به مصاحبه تحقیق کنید، از جمله راجع به مدت و زمینه آن. سؤالاتی راجع به مخاطبان برنامه

بپرسید. در مورد سؤالات مصاحبه از مصاحبه‌کننده توضیح بخواهید تا بدانید در چه مسیری قرار دارند. اگر در يك مصاحبه گروهی شرکت می‌کنید، تحقیق کنید یا ببینید سایر شرکت‌کنندگان چه کسانی هستند و اینکه خود را برای دادن چه پیام‌هایی باید آماده کنید.

در مورد مطالبی که می‌خواهید صحبت کنید، تصمیم بگیرید. سپس اگر فرصت کافی برای صحبت کردن نداشته باشید، آنچه را مقدم می‌دانید، انتخاب نمایید و راجع به آنها صحبت کنید. کوتاه و ساده صحبت کنید. فکر کنید چگونه می‌توان سؤالات منفی را با پاسخی مثبت همراه کرد.

- به خاطر داشته باشید که موضوع مصاحبه را به خوبی می‌دانید.

- روی مطالب اصلی تمرکز کنید.

- مطالبتان را به کمک مثال‌هایی واقعی،

حیات ببخشید.

- به آرامی و وضوح سخن بگویید.

- در طول مصاحبه به مصاحبه‌کننده بنگرید، گویی که با دوستان صحبت می‌کنید.

- اگر پاسخ را نمی‌دانید، حقیقت را بگویید و سعی نکنید دروغ بگویید. یادتان باشد که خود را به آنچه مصاحبه‌کننده می‌خواهد بداند، محدود کنید. اگر احساس می‌کنید ضرورتی وجود ندارد، خود را مقید نکنید که بحث را ادامه دهید.

- مراقب باشید که به مصاحبه‌کننده اجازه ندهید، حرف در دهانتان بگذارد. هرگز پاسخ‌های تهاجمی ندهید، زیرا گاهی این خواست مصاحبه‌کننده است. هرگز بیانات غیرواقع را بی‌پاسخ نگذارید.

- مراقب باشید سخنانی نگویید که سبب بروز بحث و جدل شود. گاهی برخی مصاحبه‌کنندگان احساس آرامش در شما ایجاد می‌کنند تا بتوانند اطلاعاتی به دست آورند که اگر محیط دوستانه نبود، چنین اطلاعاتی را به دست نمی‌آوردند. اگر اطلاعاتی را صرفاً جهت ایجاد زمینه ارائه می‌کنید، مراقب ایجاد بحث و مذاکره باشید.

**رادیو:** برای حضور در مصاحبه رادیویی رعایت برخی اصول ضرورت دارد که باید به آنها توجه کنید:

- ابتدا از نزدیک شدن بسیار زیاد به میکروفون و صحبت کردن در آن خودداری کنید، بلکه بر فراز آن صحبت کنید.

- هرگز در مصاحبه از طریق تلفن همراه شرکت نکنید، زیرا سبب افت کیفیت صدا می‌شود.

- هنگامی که از طریق تلفن مصاحبه می‌کنید، مستقیماً داخل دهی صحبت نکنید، بلکه آن را از دهنتان دورتر نگه دارید؛ زیرا کیفیت صدایتان پائین می‌آید.

- یک مصاحبه زنده و بانشاط انجام دهید و به طور طبیعی صحبت کنید.

- متوجه باشید که وجود حالاتی مانند لبخند که می‌تواند به بیان شما کمک کند، نقش مؤثری دارد.

- از عبارات و جملات کوتاه استفاده کنید.

- از تنفس غافل نشوید.

**راهبرد:** ابتدا اجازه ندهید که سردرگم شوید. می‌توانید هر دفعه تنها به يك سؤال پاسخ دهید. يك سؤال را انتخاب کنید و به آرامی به آن پاسخ دهید، به طریقی که به نکات موردنظرتان در مصاحبه برسید. سپس سراغ سؤال بعدی بروید و به آن پاسخ دهید.

**دخالت:** چنین مصاحبه‌کننده‌ای به ندرت به شما اجازه می‌دهد که کلماتان منعقد شود و غالباً آن را با سؤال دیگری قطع می‌کند که در واقع این عمل فنی است جهت گمراه‌سازی و عصبانیت مصاحبه‌شوندگان بی‌تجربه، که غالباً در راه رسیدن به این هدف، موفق می‌شوند.

**راهبرد:** به‌خوبی به سخنان مصاحبه‌کننده گوش دهید، هرگاه سخن شما را قطع کرد، با آگاهی و دانش کافی مجدداً مطلب خود را کامل کنید.

**مفسر:** این‌گونه مصاحبه‌کنندگان گاه به نحو نادرستی سخنانی را که گفته‌اید، تکرار می‌کنند. متأسفانه، در این سناریو،

مصاحبه‌شوندگان بی‌تجربه غالباً با آن چیزی موافقت می‌کنند که هرگز نگفته‌اند.

**راهبرد:** ابتدا به آنان متذکر شوید که تفسیرشان اشتباه است و مجدداً با تأکید بر جنبه‌های مثبت مورد صحبت خود، به سخنانتان ادامه دهید.

### چک لیست مصاحبه

- آیا وظایف ضروری مربوط به برنامه مخاطبان را به انجام رسانده‌اید.

- آیا نکات اصلی را روی کارت نوشته و آنها را حفظ کرده‌اید؟ بیشترین تمرکزتان را روی چند نکته قرار دهید و یک یا دو واقعه را برای بیان، در نظر داشته باشید.

- آیا آمادگی لازم برای پرهیز از به‌کارگیری زبان تخصصی و فنی و پاسخ‌های طولانی و بهره‌گیری از یک زبان عمومی را دارید؟

- آنگاه که مصاحبه رو به پیشرفت است، آیا شما آرامش و راحتی خود را از دست می‌دهید؟

- آیا در هنگام ضبط مصاحبه، رسمی و مؤدب هستید؟

- آیا در طول مصاحبه خونسرد و آرام هستید؟

آنچه در این بخش آمد، رهنمودها و راهکارهایی بود برای مصاحبه‌شوندگان که بتوانند بهتر به سؤالات مصاحبه‌کننده پاسخ دهند، به نحوی که بتوانند به اهداف و مقاصد اصلی‌شان دست یابند.

### **بایدها و نبایدهای مصاحبه رادیویی برای مصاحبه‌شونده**

قبل از مصاحبه: به خاطر داشته باشید که این فرصت به شما داده شده که آنچه را می‌خواهید و توجیه‌کننده کار شماست، به مخاطبان بگویید. گزارشگران، مجریان و تهیه‌کنندگان درکنار شما هستند. آنها نیز می‌خواهند برای برنامه‌هایشان یک بخش جالب داشته باشند. لذا به مصاحبه‌به‌عنوان بخشی بنگرید که مخاطبان را سرگرم می‌سازد و مطلع می‌کند. از سویی، شما یک کارشناس هستید و نیاز به آمادگی زیاد ندارید. دو



یا سه جنبه مهم در بحثان را مشخص کنید تا بتوانید به نحوی روی آنها کار کنید. راجعه به چگونگی بیان عادی مطالب فکر کنید.

به کمک تهیه‌کننده راجعه آنچه می‌خواهید پوشش دهید فکر کنید. راجعه بخش منطقی قضیه فکر کنید اما انتظار نداشته باشید که مصاحبه‌کننده دقیقاً به آن موضوع تعلق‌خاطر نشان دهد. اما با این وجود می‌توانید بپرسید که اولین سؤال کدام است. این نکته در مصاحبه‌های زنده از اهمیت زیادی برخوردار است. ممکن است از ارائه اولین پاسخ شما، مصاحبه‌کننده از موضوع خارج شود و تصورش آن باشد که با یک گفت‌وگوی ساده مواجه است. این نشانه خوبی است، زیرا مصاحبه‌کننده فهمیده است آنچه شما می‌گویید و پاسخ می‌دهید جالب است. بنابراین یک مصاحبه کوتاه راه بیندازید و راجعه نکات کلیدی قضیه مورد مصاحبه فکر کنید و ارتباط میان هر مرحله را به خوبی بیابید.

از بیان ساده و دراماتیک بهره ببرید. عده‌ای از مردم نمی‌دانند که مشکلی وجود داشته است. در یک مصاحبه زنده برای بخش‌های خبری، مجری احتمالاً به تشریح مشکلی که با آن روبه‌رو بوده‌اید، خواهد پرداخت، اما این نباید مانع از توضیح دراماتیک مسئله توسط شما گردد. پس به تشریح چگونگی حل مشکل توسط خودتان بپردازید. به مخاطبان بگویید که کار اصلی شما چیست، به این کارها باید پیش از مصاحبه اندیشیده باشید.

لیستی از عبارات کلیدی تهیه کنید، اما آنها را نخوانید. اگر احساس می‌کنید که لازم است تمریناتی انجام دهید با همسر و یا همسایه دیوار به دیوارتان حرف بزنید، البته نه با کسی که به موضوع شما آگاه است.

**در طول مصاحبه:** مصاحبه‌های زنده غیرقابل ویرایش است و این وجه تمایز آنهاست. مصاحبه‌های ضبطی باید تا حد ممکن شبیه و

نزدیک به مصاحبه‌های زنده باشد تا از اتلاف وقت و هزینه ویرایش پیشگیری شود. تهیه‌کننده‌ها یک مصاحبه مستقیم و زنده را که نیازی به ویرایش ندارد بیشتر دوست دارند و مجدداً نیز با شما تماس خواهند گرفت. اجرای خوب یک مصاحبه زنده نیاز به تجربه زیادی دارد، لذا به کمک مصاحبه‌های ضبطی برای انجام مصاحبه‌های زنده می‌توان تمرین کرد.

به هر سؤال گوش کنید سپس به آن پاسخ دهید، مگر آن که قابل پاسخگویی نباشد. آرامش خود را حفظ کنید و این احساس را داشته باشید که باید پاسخی بدهید. می‌توانید به طور مبهم پاسخ سؤالات را بدهید؛ دقیقاً مانند عادت‌هایی که برخی سیاستمداران دارند. شفاف و روشن و بدون پیچیدگی به سؤالات پاسخ دهید. هرگز بر مباحث غیرضروری پافشاری نکنید. بیان فنی و دشوار، کار تدوین و ویرایش را دشوار کرده و بسیاری از قابلیت‌های یک مصاحبه خوب را از بین می‌برد.

مصاحبه‌کنندگان مانند شنوندگان عادی هستند و سؤالاتی می‌پرسند و پاسخ‌هایی می‌خواهند. به این سؤالات به راحتی پاسخ دهید و اجازه دهید مصاحبه‌کننده سؤالاتش را بپرسد. راحت باشید. البته این به آن معنا نیست که شما موضوع را جدي نگرفته‌اید. از اینها گذشته چنین نشان دهید که به موضوع علاقه‌مند هستید.

از اینکه مطالب را تکرار کنید، واهمه نداشته باشید. در طول مصاحبه ضبطي مطالب تازه‌تری بگویید و سعی کنید از بازگشت به نکات اولیه پرهیز نمایید.

راجع‌به مکث و آوردن حروف اضافه در کلام نگران نباشید. در طول ویرایش این موارد اضافی حذف می‌شود. باید توجه داشته باشید که فرصت کافی برای بیان تمامی وقایع وجود ندارد. از عبارت «من»، «ما» و «تیم من»، هر کدام را که مناسبتر می‌دانید، استفاده کنید.

اگر لازم باشد برخی اصطلاحات و مفاهیم تشریح گردند، مصاحبه‌کننده شما را دعوت به انجام این کار می‌کند.

اگر تصور می‌کنید که نکته‌ای را ناگفته گذاشته‌اید، آن را بیان کنید. یکی از امتیازات مصاحبه ضبطی آن است، که فرصت جهت‌دهی مجدد به مصاحبه را دارید. در یک مصاحبه زنده اگر احساس کردید که مصاحبه‌کننده نکته‌ای را فراموش کرده، باید مراقب باشید و سعی کنید تا مصاحبه را در جریان واقعی قرار دهید.

طبق روال عادی لباس بپوشید و آنگاه که روی صندلی نشسته‌اید آرام باشید و عادی رفتار کنید.

ممکن است مجری یا تهیه‌کننده از شما بخواهند که روش صحبت خود را تغییر دهید، زیرا در قابلیت شنیدن آن تأثیر می‌گذارد. ممکن است مصاحبه‌کننده این کار را از طریق ضربه روی میز و یا گفتن «بله» انجام دهد.

هنگام گفت‌وگو به صحبت خودتان توجه بیشتری بکنید و ببینید آیا تکیه‌کلام‌هایی مانند «بله» و «خوب» دارید یا خیر. شاید این تکیه‌کلام‌ها را در زمان پاسخ‌دادن به هر سؤالی داشته باشید. حال روی این ویژگی خود کنترل داشته باشید تا مانع از توجه و دقت شنونده نشود. به خاطر داشته باشید که اگر با یک برنامه‌ساز، محقق و مصاحبه‌کننده و یا تهیه‌کننده صحبت می‌کنید، در حال گفت‌وگو هستید.

## نتیجه گیری

آنچه در این کتاب راجع به آن صحبت شد تنها گوشه‌ای بود از آنچه می‌توان راجع به هنر مصاحبه و فنون آن گفت. مصاحبه در رادیو از جایگاه و موقعیت ویژه‌ای برخوردار است و نقشی بس ارزشمند در ارائه اطلاعات و دادن آگاهی‌های لازم به شنوندگان دارد. غالباً در مصاحبه، فرد مصاحبه‌کننده به‌عنوان نماینده طیف وسیعی از شنوندگان سعی می‌کند سؤالاتی را بپرسد که راجع به موضوع خاص از سوی آنان مطرح است. یک مصاحبه‌کننده برای آنکه در انجام انواع مصاحبه‌ها موفق باشد، باید علاوه بر آگاهی و دانش و توانایی لازم در خصوص موضوع مورد مصاحبه، بر جریان مصاحبه حاکم باشد و بتواند آن را به‌خوبی اداره و در جهتی که مطلوب وی و ایستگاه رادیویی است هدایت کند. در این راه وی باید از اصول و فنون و مهارت‌هایی بهره گیرد تا بهتر بتواند در این راه گام بردارد؛ اصولی که

غفلت از آنها گاهی صدماتی جبران‌ناپذیر به عملکرد وی و شبکه مربوطه اش وارد خواهد کرد و سبب کاهش اعتبار مصاحبه‌های وی خواهد شد. گاهی نیز رعایت اصول و قواعد موردنظر آنچنان تأثیر مثبتی در چگونگی ارائه مصاحبه دارد که مصاحبه‌کننده را از دیگر رقبا متمایز می‌سازد. در این راستا ابتدا مصاحبه‌کننده باید بداند که چرا مصاحبه می‌کند و هدف اصلی از این کار چیست؟ آیا انجام مصاحبه ضرورت دارد یا خیر و آیا از طریق بخش‌های دیگر برنامه می‌توان جای آن را پر کرد و یا اینکه در صورت نبودنش خلأ آن احساس می‌شود؟

نکته قابل توجه دیگر آن است که چرا باید با این فرد مصاحبه شود؟ آیا از تخصص و اطلاعات خاص و جایگاه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ویژه‌ای برخوردار است که نمی‌توان فرد دیگری را جایگزین وی کرد؟ آیا با تغییر یا حذف وی مشکلی حادث می‌شود یا خیر؟ از سوی دیگر آیا فرد مصاحبه‌شونده



می‌تواند به خوبی صحبت کند و با شنوندگان ارتباط برقرار نماید؟ آیا صحبت‌های وی برای یک شنونده عادی قابل درک است یا خیر؟

در مرحله بعد، مصاحبه‌کننده باید توجه داشته باشد که چگونه می‌تواند نیازها و خواسته‌های شنوندگان را برآورده ساخته، آنها را اقناع نماید، که در این راستا باید به شناخت درست و مناسبی از شنوندگان رسیده باشد.

مصاحبه‌کننده اگر نداند مخاطبان او چه کسانی هستند و انتظارات آنان کدام است، قطعاً نمی‌تواند نیازهای آنان را برآورده سازد و در نتیجه در کار خویش موفق نمی‌شود. وی برای آنکه به آن مهم دست یابد، باید شناخت صحیح و کاملی از مخاطب خود داشته باشد و از سویی مصاحبه‌شونده را نیز به خوبی بشناسد تا بتواند مصاحبه را در مسیر درست آن هدایت کند.

چگونه سؤال پرسیدن و چگونه جهت‌دادن مصاحبه نیز از جمله مسائل مهم و قابل‌توجه

است که هر مصاحبه‌کننده‌ای باید نسبت به آنها آگاه باشد و یاد بگیرد که از کجا باید شروع کند و در این فراز و نشیبی که پیش رو دارد، چگونه موفق شود و مصاحبه را به سرانجام خوبی برساند.

شناخت موضوع مورد مصاحبه نیز برای پیشرفت کار اهمیت خاص خود را دارد. مصاحبه‌کننده‌ای که نداند دقیقاً راجع به چه موضوعی مصاحبه می‌کند و این که موضوع از چه اهمیت و زوایایی برخوردار است، نمی‌تواند انتظار تأثیرگذاری قابل‌توجهی از مصاحبه‌اش داشته باشد.

نکته قابل‌توجه دیگر آن است که مصاحبه‌کننده باید ابزار و تجهیزاتی را که می‌خواهد با آنها کار کند به خوبی بشناسد و کاربرد آنها را بداند تا با بهره‌گیری درست و بجا از آنها بتواند بیشترین تأثیرگذاری را در شنوندگان داشته و مصاحبه‌ای درخور توجه ارائه دهد.

به هر حال، مطالعه این کتاب به همه کسانی که می‌خواهند مصاحبه‌کننده تأثیرگذاری

شوند، توصیه می‌شود. با این آرزو که  
برایشان مفید و سودمند باشد.

## فرهنگ لغات دشوار

### **AD. Lib**

تفسیر و یا تبیین چیزی در پخش برنامه .  
از لغت لاتین ad libitum اقتباس شده که در پخش  
برنامه‌ها به معنای واگذاری صلاحدید به  
مجری است.

### **Ambient Sound**

شامل هرگونه صدایی می‌شود که غیر از  
صدای مصاحبه‌شونده است و در همان زمان در  
محیط به گوش می‌رسد. مفید و یا غیرمفید بودن  
این صدا برای شنونده بستگی دارد به  
اینکه چقدر به وی در درک موضوع کمک کرده  
و یا مانع از درک آن شده است. چنانچه به  
صدای محیط نیاز داشتید باید مراقب باشید  
که سطح صدای آن، صدای اصلی را پوشش ندهد  
و یا آن را مختل نکند؛ زیرا آنچه در  
مصاحبه مهم است، صحبت‌های مصاحبه‌شونده  
است.

### **Demographics**

شامل هرگونه اطلاعات آماری مربوط به گروه‌های مختلف اجتماعی از لحاظ سن، جنس، سبک زندگی، شغل، تحصیلات و غیره می‌شود؛ این اطلاعات آماری دست‌اندرکاران رادیو را در تمرکز بروی گروه‌های خاص و انتخاب سبک مورد پذیرش مخاطبان کمک می‌کند.

از سوی دیگر این اطلاعات می‌تواند نوع شنوندگانی را که به این محصولات علاقه دارند، مشخص نماید.

### **Hype**

القای این دیدگاه به شنونده که موضوع و خود برنامه از اهمیت خاصی برخوردار است. هدف، توسعه این اندیشه است که محصول و برنامه بدون توجه به واقعیت آن غنی و دخواه است. معنای دیگر این لغت، ایجاد شوق و اشتیاق از طریق جلب توجه و کنجکاو شنونده است.

### **O.B**

پخش بیرونی و خارجی که شامل پخش هرگونه برنامه در خارج از استودیو می‌شود؛ مانند رخدادهای ورزشی، مذهبی، سیاسی و کنسرت‌ها.

### **Ratings**

ارزیابی و تجزیه و تحلیل وضعیت مخاطبان به منظور نشان دادن میزان شنوندگان «بالفعل و بالقوه» یک ایستگاه، که قاعده‌تاً به صورت نموداری و درصدی نشان داده می‌شود و خود تخمینی از تعداد مخاطبان آن ایستگاه است. مانند آنکه گفته می‌شود رادیوی XYZ حدود ۵۰٪ شنونده زن در سنین میان ۱۸ تا ۳۵ سال دارد؛ این به معنای آن است که نیمی از زنان در فاصله سنی مذکور شنونده برنامه‌های رادیو XYZ هستند. این آمارها مورد استفاده آگهی‌دهندگان است.

### **Sound Bites**

جملات و عبارات خبری کوتاه «۵ تا ۲۰ ثانیه‌ای» که حاکی از وضعیت و موقعیت

گوینده است و یا خلاصه وضعیت را ذکر می‌کند.

### **Vox Pop**

ترکیبی از پاسخ‌های متفاوت مردم به يك سؤال واحد که به صورت متوالی تدوین شده است (سؤال فقط يك مرتبه در ابتدا می‌آید و در فواصل پاسخ‌ها تکرار نمی‌شود) تا به این طریق افکار عمومی انعکاس یابد. البته این شیوه، يك تحقیق علمی نیست، اما بیش از يك احساس سطحی است. این لغت از عبارت لاتین Vox Populi گرفته شده که به معنای «صدای مردم» است.

### **Vumeter**

صفحه مدرج با سوزن متحرک که دارای L.E.D، دیود منتشرکننده نور است و در مدل‌های جدیدتر آن صفحه‌ای وجود دارد که به تناسب سیگنال‌های الکتریکی تولیدشده از طریق میکروفون حرکت‌هایی را به نمایش

می‌گذارد. Vumeter دارای علائمی است که  $1/3$  آن علامت «-»،  $1/3$  آن علامت «۰» و  $1/3$  باقی‌مانده علامت «+» دارد و غالباً در مرحله «۰» شاهد تغییر رنگ در شاخص هستیم. در مدل شماره‌ای، سوزن یا شاخص در انتهای قسمت چپ قرار دارد و در زمان شدت صدا به سمت راست حرکت می‌کند. در هنگام ضبط کردن معمولی، شاخص و سوزن باید از صفر بالاتر برود. در موارد اتفاقی شاید سوزن به مرحله «+» برسد که بیانگر صدای بسیار زیاد است. اگر ضبط صوت خراب باشد احتمال دارد که سیگنال‌های خیلی قوی تولید کند. این امر باعث اختلال در صدا و نامفهوم‌بودن آن (سخنان گوینده) و یا پارازیت غیرقابل قبول «در موسیقی» می‌شود. این وضعیت درست مانند آن است که گیرنده رادیو نتواند بر روی ایستگاه خاصی تنظیم شود، ولی سیگنال‌های قوی داشته باشد. این قضیه مانند راندن اتومبیل با دنده‌ای صحیح و با سرعتی مناسب است. فقط



از گوش خود براي تشخيص صدای درست استفاده نکنید، بلکه به Vumeter نیز نگاه کنید؛ البته نه به طور دائم، بلکه به اندازه‌ای که بتوانید وضعیت را بررسی کنید؛ اگر به طور دائم به این نمایشگر نگاه کنید موجب بهم‌خوردن تمرکز مصاحبه‌شونده می‌شوید. هرگاه سوزن بروی عدد صفر (۰) قرار داشت، می‌توانید فرض را بر آن بگذارید که دستگاه به طور کامل و به خوبی ضبط می‌کند.



---

## منابع و مأخذ

---

- Interview *Techniques* for Radio – Asia – Pacific for Broadcasting Development
- Radio interview/0/.interview@Radio-Media.com.
- Interview *Techniques*,www.*Aim higher* com
- The After radio interview:www.s WET.com
- The Radio interview:some tips and *Techniques*.www.*Community-media*.com.
- How *To Succeed* with Radio interviews.www.*Islamic party*.com
- Radio interviews: types of interviews www.iwfm.com.