

جزوه آموزشی

اصول مصاحبه

۱۳۹۲

BasijPress.ir



اصول مصاحبه

جزوه آموزشی

آموزشگاه خبرنگاران

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۳	مقدمه
۵	مصاحبه
۷	بررسی‌های نخستین
۷	وسایل
۱۳	در هنگام مصاحبه
۲۰	سخن آخر

مقدمه

امروزه با گسترش روز افزون رسانه‌های خبری از جمله خبرگزاری‌ها اهمیت تخصص‌گرایی در امور خبری بیش از گذشته نمایان شده است. فعالیت نزدیک به ۲۰۰ پایگاه اینترنتی خبری در ایران ما را وارد عرصه‌ای می‌کند که دیگر تنها داشتن ذوق و استعداد ذاتی نویسندگی، کفایت رقابت با دیگر افراد و خبرنگاران را نمی‌کند.

همچنین سیاست‌های رسانه‌ای، تلاش در جهت ارائه قالب‌های نو و استفاده از جدیدترین تکنولوژی‌های ارتباطات از جمله در خبرنگاری و اعتبار و اعتماد مردم به رسانه‌ای خاص، بیش از گذشته نیاز به خبرنگاران زبده، مسئول و متعهد را آشکار می‌کند.

«آموزشگاه خبرنگاران» به منظور آموزش تخصصی خبرنگاری و آماده‌سازی کادر مناسب برای رسانه‌های کشور، با همکاری «دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» در این مجال در نظر دارد که دانش پژوهان رشته خبرنگاری را با اصول اولیه خبرنگاری آشنا کند.

بدین منظور چکیده‌ای از مهمترین مطالب مورد نیاز در تهیه یک مصاحبه به سیاق و سبک رسانه‌های سایبر و آنلاین در این مجموعه گردآوری شده است.

لازم به ذکر است که قطعاً بیان مطالب مفید مختلف در مورد مصاحبه در صفحات اندک این جزوه نمی‌گنجد.

جزوه آموزشی حاضر مطالب گردآوری شده از اساتید محترم روزنامه‌نگاری از جمله استاد بدیعی، استاد فرقانی، استاد قندی، استاد قاضی زاده است که قطعاً نتیجه‌سالیان دراز تجربه و تدریس این عزیزان در رشته روزنامه‌نگاری در دانشگاه‌ها است.

آموزشگاه خبرنگاران

مصاحبه

مصاحبه

مصاحبه یکی از برترین هنرها و فنون در روزنامه‌نگاری است، که اگر با رعایت همه ظرافتها و ویژگیهای آن صورت گیرد، مخاطبان یک رسانه را با آن رسانه پیوند می‌دهد. این پیوند، چه از طریق انعکاس حرفهای خود خواننده یا مردم همکار او و چه از راه انعکاس سخن کسانی که خواننده برای آنان اهمیت و جایگاه ویژه می‌شناسد، رابطه مخاطب و رسانه را بهبود می‌بخشد. به همین دلیل موفق‌ترین رسانه‌ها (به ویژه رسانه‌های نوشتاری) آنها هستند که به این هنر و فن بیشتر اهمیت می‌دهند.

..... به دلایل مختلف، رسانه‌ها معاصر ما از این جذابیت روزنامه‌نگاری به کم‌ترین حد بهره می‌برند. امیدواریم که دلایل این امر بررسی شود و کارشناسان این موضوع را مورد توجه قرار دهند. به ویژه امیدواریم که مدیران رسانه‌ها و مهمتر از همه، مدیران روزنامه‌ها، به این پدیده زنده در عرصه تخصصهای رسانه‌های توجه کنند. نیز امید می‌رود که مراکز آموزشی و تحقیقاتی کشور در این زمینه رسانه‌ها را راهنمایی کنند.

در این مقاله فهرست‌وار، به مهم‌ترین نکات مربوط به مصاحبه در رسانه‌های نوشتاری پرداخته می‌شود.

مصاحبه‌کننده در هر نشریه معمولاً یکی از اعضای پرتحرک تحریریه است. او باید بتواند در هر وضعیت دشوار و غیرعادی ارتباط خود را با مصاحبه‌شونده برقرار سازد، پیشینه و ملاحظات یک رویداد را بداند یا به دست آورد، حجم اطلاع و ارتباط مصاحبه‌شونده را ارزیابی کند و فوراً در ذهن خود از اطلاعات (که ممکن است خود مصاحبه‌شونده به دست داده باشد) و مجهولات (که به انگیزه یافتن پاسخی به آنها مصاحبه می‌کند) چشم‌اندازی نو بیابد و تصمیم بگیرد که در هر

لحظه چه سؤالی را باید مطرح کرد.

مصاحبه کننده در مثل و در حرفه خود به نوازنده‌ای چیره‌دست می‌ماند، نوازنده‌ای که خوب آموزش دیده است و به قدر کافی تجربه دارد. کسی که می‌داند باید بر کدام نقطه از سیم انگشت گذاشت و کدام نقطه از همان سیم را زخمه زد. می‌داند که توالی نواها چه نغمه‌ای را می‌سازد و ارزش نوا و سکوت چیست.

برای ورود به بحث، ناگزیر باید موقعیتی فرضی را در نظر بگیریم، مثلاً: «شرکت مخابرات اعلام کرده است که به علت بارندگی و حرکت آب در سفره‌های زیرزمینی شهری، ارتباط تلفنی بخشی از شهر قطع شده و شرکت مخابرات در تدارک رفع این اشکال است».

خبرنگار یک روزنامه مأمور می‌شود تا برای اطلاع بیشتر خوانندگان، گزارش و مصاحبه تهیه کند. همین‌جا باید تذکر داد که روزنامه می‌تواند به همان اطلاعیه اکتفا کند و چنین استدلال کند که وظیفه روزنامه تمام است. اما خواننده روزنامه، یقیناً از روزنامه انتظار بیشتری دارد. خواننده می‌خواهد بداند که خرابی در کجاها اتفاق افتاده است؟ حجم آسیب چه میزان بوده است؟ آبهای زیرزمینی در کجاها شهر جریان دارد؟ آیا این خرابی به محل زندگی آنان هم می‌رسد؟ مخابرات چه اقدامی می‌کند؟ مخابرات از کجا می‌گوید که این خرابی مربوط به حرکت آبهای زیرزمینی است و...

از لحظه‌ای که قرار بر تهیه مصاحبه گذاشته می‌شود، خبرنگار درگیر یک سلسله تدارک‌ها و ریزه کاریهای خاصی می‌شود که نتیجه آن ارائه اطلاعات بیشتر به خواننده خواهد بود که در اینجا سعی شده است برخی نکات مهم مربوط به روشهای مصاحبه رسانه‌های آورده شود:

۱. بررسی‌های نخستین

سردبیر معمولاً به خبرنگاری انجام چنین بررسی‌هایی را مأموریت می‌دهد که در این موضوع بیشتر کار کرده است. یعنی قبلاً در مورد مخابرات گزارش‌هایی داده است و از موضوع تلفن‌های شهری آگاهی دارد. سردبیر معمولاً با آگاهی‌های پیشین و با مشورت خبرنگار، خط گزارش و مصاحبه‌ها را تا حدودی روشن می‌سازد. خطی که پس از پایان کار و ارائه گزارش می‌تواند در جهت عکس‌خودنمایی کند. در این مرحله، خبرنگار باید از راه‌های مختلف، جوانب موضوع را بررسی کند، از جمله:

- اطلاعات پیشین خود را در مورد موضوع، طبقه‌بندی کند و سرفصلها را روی کاغذ منعکس کند، از جمله سابقه خرابی تلفنها، خصوصیات منطقه آسیب‌دیده، آمار خرابی تلفنها در یک دوره (مثل یک سال یا یک ماه و...) چگونگی کابل‌گذاری و اقدامات پیشگیری لازم و عناصر مورد نیاز دیگر را باید شناسایی کند؛

- به آرشیو روزنامه مراجعه کند و به سوابق مطالبی که در این مورد انتشار یافته، دسترسی یابد؛

- به‌طور کلی مشخص کند که خواست روزنامه چیست و گزارش باید چه عناصری را روشن کند؛

- با کسانی که در موضوع اطلاعی دارند و او به تجربه ایشان را می‌شناسد تماس بگیرد و نظر آنان را جویا شود.

۲. وسایل

خبرنگار باید وسایل لازم را برای مصاحبه همراه داشته باشد. شاید بحث در مورد وسایل و ملزومات همراه خبرنگار، بسیار بدیهی و پیش‌پا افتاده به نظر آید. اما بی‌توجهی به این وسایل بارها لطمه‌های جبران‌ناپذیر به روزنامه‌نگاران وارد آورده

است. و گاه سبب آبروریزی شده است. وسایل همراه خبرنگار حتی می‌توانند سرنوشت گزارش و مصاحبه را تغییر دهند. دیده شده است که خبرنگاری در هوای آزاد و طوفانی مصاحبه می‌کند. او با یک دست با خودکاری که از کار افتاده است، کلنجار می‌رود و دست دیگر هم بر گهای کاغذ سفید را که بی‌هیچ بند و چسبی در معرض باد قرار دارند با زحمت مهار کرده است. مجسم کنید که چنین خبرنگاری آیا می‌تواند تمرکز لازم را برای پرسش و پاسخ داشته باشد؟

معمولاً این ملزومات باید همراه خبرنگار در هنگام مصاحبه باشد:

- مداد، قلم یا خودکار یا روان‌نویس، به تعدادی که اطمینان لازم برای کار به خبرنگار بدهد. نمی‌توان این قصور را به خبرنگار بخشید که به سبب نداشتن خودکار مصاحبه را قطع کند. نیز برای خبرنگار بسیار زننده است که از دیگران (مثلاً از همکاران دیگر و از رسانه‌ها رقیب) بخواهد که وسیله نوشتن در اختیار او بگذارند. و زننده‌تر این است که به مصاحبه‌شونده بگویید: «بخشید. ممکن است خودکارتان را به من بدهید؟»

- ضبط صوت، از ملزومات مصاحبه است که باید در اختیار خبرنگار باشد هر چند که شاید کسانی نخواهند حرف‌هایشان ضبط شود، یا در مقابل ضبط صوت (مانند مقابل دوربین) احساس آسودگی نداشته باشند. در این موارد خبرنگار باید این حساسیت را درک کند و در کاربرد ضبط صوت اصرار نرزد. آماده بودن ضبط صوت به اندازه همراه داشتن آن اهمیت دارد. حتماً پیش از ترک دفتر روزنامه، خبرنگار باید ضبط صوت را از نظر داشتن باتری، ویژگیهای فنی و طرز کاربرد، آزمایش کند. حتماً باید در جریان مصاحبه مواظبت کند تا نوار میان گفت و گو تمام نشود. هیچ اشکال ندارد که خبرنگار دو یا سه دقیقه به زمان قابل پیش‌بینی پایان نوار، با دو کلمه معذرت (و البته در زمان مناسب) گفت و گو را برای تعویض نوار قطع کند. در مورد ضبط صوت نیز باید گفت که تقاضای باتری یا نوار کاست از

دیگران و به ویژه از مصاحبه‌شونده در هنگام مصاحبه خبرنگار را بی‌اعتبار می‌سازد. با این همه، ضبط صوت ابزاری نیست که خبرنگار، اگر آن را در اختیار نداشته باشد، کار خود را معطل گذارد. اصولاً مصاحبه به هیچ بهانه‌ای نباید تعطیل شود. ضبط گفت‌وگو، به ویژه از نظر مستند بودن مصاحبه مهم است. گو اینکه در رویه قضایی بسیاری از کشورها، دستنوشته خبرنگاران خود سند معتبری است. این اعتبار در محاکم قضایی ایران نیز سوابقی دارد. زیرا فرض بر این است که خبرنگار موقع یادداشت، چنان در ثبت آنچه می‌شنود غرق می‌شود که اصولاً ذهن او به وارد کردن موضوعات دیگری جز سخنان مصاحبه‌شونده، درگیر نیست.

- دوربین، از جمله مهارت‌های یک خبرنگار مسلط به کار خود، عکاسی است. روزنامه‌نگار باید با شیوه‌های عکس‌گرفتن آشنا باشد. خبرنگاران معتبر همیشه یک دوربین خودکار سبک همراه دارند، هرچند که عکس‌گرفتن، وظیفه بخش عکاسی هر روزنامه است. بخش عکاسی هر روزنامه موظف است در گزارش‌های مهم یک عکاس را همراه خبرنگار بفرستد. اما دوربین خود خبرنگار نیز در مواقع ویژه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۳. مصاحبه‌شونده.

در مرحله بررسی ابعاد مصاحبه، معمولاً مصاحبه‌شونده یا مصاحبه‌شوندگان مشخص می‌شوند. مصاحبه‌شوندگان معمولاً دو دسته هستند: اول مصاحبه‌شوندگان عمومی یا بدعی (مثلاً در مثالی که در بالا نقل شد، کسانی که با مشکل اختلال در تلفن مواجه نده‌اند) و دوم مصاحبه‌شوندگان مسؤول که باید پاسخگو باشند. گروه اول باید از بیان کسانی که موضوع جذابیت بیشتری برای آنان دارد، یا کسانی که بیشتر و مؤثرتر صدمه دیده‌اند، برگزیده شوند. روشن است که در این گفت‌وگوها باید نمونه‌ها را از میان اشخاصی یافت که بیشترین تفاوت را در ظاهر و وضعیت شغل، و

اجتماعی دارند. به علاوه باید ابعاد مختلف مسأله از زبان این گروه دریافت شود. گروه دوّم نیز باید از میان مسؤولان و دست‌اندرکاران مربوط انتخاب شوند. در این انتخاب باید نکات ذیل مورد توجه قرار گیرد:

- لزومی ندارد که حتماً با بالاترین مسؤول و مقام ممکن، گفت‌وگو شود. زیرا گاه ممکن است که بالاترین مسؤول از جزئیات مشکلی چون قطع خطوط تلفن یک منطقه اطلاع کارشناسانه نداشته باشد. اما به هر ترتیب باید این نکته را در نظر گرفت که مصاحبه‌شونده باید در مسؤولیت و شغل خود، به حد کافی معروف و مطلع باشد. یا آنکه عنوان شغلی او برای خواننده، انتظار لازم را برآورده سازد. مثلاً مردم شاید نام رئیس شبکه گذاری تلفن یا مدیر مخابرات منطقه موردنظر را ندانند. اما عنوان شغلی این مقامات می‌تواند دلیل مراجعه خبرنگار به آنان را توجیه کند؛

- اگر در جریان مصاحبه، سخن از سازمان یا مسؤول دیگری در میان باشد، باید حتماً به او نیز مراجعه کرد. اما تجربه نشان داده است که تحریک بیش از اندازه کسی یا سازمانی که وارد بحث شده است، از سلامت مصاحبه می‌کاهد. اصولاً مصاحبه‌گر باید از مقابل هم قرار دادن مردم با مسؤولان بپرهیزد؛

- حتماً مصاحبه با مسؤولان و گروه پاسخگویان باید پس از مصاحبه با مردم و مدعیان صورت پذیرد. زیرا که در ابتدا باید موضوع قابل گفت‌وگو یا پیگیری، مشخص باشد؛

- موضوع مهمتر چگونگی ارتباط با مصاحبه‌شونده است. مسؤولان به‌ویژه در زمانی که در حوزه مدیریت و مسؤولیت آنان مشکلی روی دهد، از مصاحبه می‌گریزند، علی‌الخصوص که در قانون رسانه‌ها به وظیفه پاسخگویی مسؤولان به رسانه‌ها و حق پاسخ‌گیری رسانه‌ها اشاره‌ای نشده است. بنابراین برای ترغیب آنان باید راهی جست؛

- خبرنگاران در حوزه خبری خود، معمولاً با مسؤولان و مدیران آشنایی پیدا

می‌کنند. هر مدیر و مسؤلی در شرایط خاص، علاقه‌مند است تا از طریق رسانه‌ها، مردم از فعالیتها و موفقیت‌های او و سازمان زیر نظر او آگاه شوند. خبرنگاران وقتی با این شرایط منشاء اثر مطلوب می‌شوند، می‌توانند در موقع خود نیز از همان مسؤل طلب همکاری کنند؛

- خبرنگاران باید علاقه‌ها و سلیقه‌های مدیران حوزه خبری خود را بشناسند. این شناخت به آنان کمک می‌کند تا در زمان لازم به ورزشگاهی که مدیر در آن ورزش می‌کند، انجمنی که در آن حاضر می‌شود یا مسجدی که در آن نماز می‌گزارد مراجعه کنند و پرسشها را مطرح سازند؛

- هرگز نباید یک مسؤل را در مقابل اهمیت و خطیر بودن گفت‌وگو به ترس دچار کرد. خبرنگاران باتجربه چنین وانمود می‌کنند که «برای عرض سلام» یا «رفع یک ابهام مختصر» یا «دو، سه کلمه حال و احوال‌پرسی»... مراجعه می‌کنند. یکی از همکاران قدیم ما با این جمله معمولاً قرار را محکم می‌ساخت. «می‌خواهم به اندازه چشیدن یک استکان چای مزاحم اوقات شما باشم»؛

- اگر مدیری نسبت به ضبط صوت یا دوربین خبرنگار حساسیت نشان داد، لازم است که به نحوی دقیق، لزوم استفاده از این وسایل توضیح داده شود. یا مثلاً به شوخی گفته شود: «عکس شما در آرشیو نیست». یا «بد نیست با این لباس هم عکسی در آرشیو داشته باشید». یا «شاید خود شما هم بخواهید این صحبتها را نگهدارید». و... اما اگر حساسیت بیشتر بود، باید فوراً و به گونه‌ای روشن نشان داده شود که وسیله به کار گرفته نخواهد شد؛

- اگر مدیری نداشتن وقت را عذر آورد، خبرنگار باید با ذکر اینکه به هر حال این صحبت باید صورت گیرد، چون از نظر روزنامه اهمیت دارد، مدیر را در انتخاب هر وقت ممکن آزاد بگذارد. ذکر این جمله که «هر زمان برای شما مناسب باشد، خدمت می‌رسم»، این بهانه را از مدیر می‌گیرد؛

- گفت و گو می تواند تلفنی صورت گیرد. در این صورت باید ترتیبی داد تا صحبتها ضبط شود. اما گفت و گوی تلفنی برای مصاحبه های عمقی و مصاحبه هایی که نیاز به تمرکز فراوان و آمادگی بسیار دارند و خبرنگار باید هر لحظه، حتی حرکات و عکس العملهای مخاطب را ارزیابی کند، مناسب نیست؛

- در زمان تماس برای تعیین وقت گفت و گو، نباید فوراً ذکری از مصاحبه کرد. جملات اول باید به حرفهای تعارف آمیز و ردوبدل کردن سخنان دوستانه بگذرد؛
- خبرنگاران بر اثر تجربه، دلبستگیهای مدیران و شخصیتهای حوزه خبری خود را می شناسند. بسیار اهمیت دارد که طرف مصاحبه، چنین نیندیشد که خبرنگار هر وقت به او نیازی دارد، سراغی از او می گیرد. سخن گفتن از دلبستگیهای مدیر (مثل پرنده ای که دوست دارد، فیلم تازه ای که دیده است، کتاب تازه، اخبار دست اول و...)، او را برای شنیدن بقیه حرفها آماده تر می کند؛

- این که مصاحبه شونده، مصاحبه را به زیردستان و مدیران رده پایین حواله کند برای خبرنگار وضعیت نامناسبی است. اما در عین حال دور از اصول است که خبرنگار فوراً بگوید: «ایشان که برای این مصاحبه صلاحیت ندارند». راه بهتر این است که خبرنگار گفت و گو با مدیر رده پایین را هم قبول کند. اما بگوید که «حرف کلی را البته از ایشان خواهم شنید. اما شما حتماً بعد از آن گفت و گو در مورد موضوعات مهمتر چند لحظه ای وقت بدهید. زیرا ممکن است که ایشان در مورد موضوع به اندازه شما احاطه نداشته باشند. تصدیق می کنید که برای شما و سازمان شما، ممکن است مشکل آفرین شود». در واقع خبرنگار در اینجا و هر جای دیگر، خود را در نقش یک مشاور رسانه های که فقط خیر و صلاح آن مقام را در نظر دارد جلوه خواهد داد؛

- گاهی تعیین وقت با تلفن (بسته به خُلق و خوی مصاحبه شونده) روش درستی نیست. در این صورت باید مصاحبه شونده را ملاقات کرد و قرار گذاشت. یا در

همان فرصت مصاحبه را انجام داد؛

- مصاحبه‌شونده حق خود می‌داند که از خبرنگار، متن پرسشها را بخواهد. حتی ممکن است بخواهد که درباره پرسشها با نظر مشاوران خود پاسخ کتبی بدهد. این روش چندان اصیل و کافی نیست. اما خبرنگار باید به‌طور روشن و با تأکید، نقصهای این روش را توضیح دهد. اگر چاره‌ای نبود، بحث و جدل، کار را مشکل‌تر می‌کند. باید پذیرفت، با این شرط که خود خبرنگار برای دریافت جوابها مراجعه کند. فرصت ملاقات این امکان را فراهم می‌کند که (با توجه به توضیحات خبرنگار در مورد ناکافی بودن روش مصاحبه کتبی) گفت‌وگوی کوتاه، اما مؤثری ترتیب داد. در این مورد ذکر این جمله که: «این روش ابدأ در روزنامه ما معمول نیست، اما من چون می‌دانم که مسؤلیت شما سنگین و گرفتاریها زیاد است، این بار با سردبیر صحبت می‌کنم. اگر نشد، حداقل برای رفع برخی ابهامهای جزئی حضوری چند لحظه وقت شما را می‌گیرم»؛

- تعارفهایی مانند: «شما که از اهمیت رسانه‌ها به خوبی مطلع هستید»، یا «حیف است که خوانندگان ما از نظر شما محروم باشند»، یا «کمتر کشتی چون شما برای پاسخگویی صلاحیت دارد» و... مصاحبه‌شونده را به پاسخگویی راغب‌تر می‌کند. گاهی نیز (بسته به خوی مصاحبه‌شونده)، تعریف از دیگران و به‌ویژه رقیبان، کارساز خواهد بود. اما در هر دو مورد هرگز نباید مبالغه کرد؛

- در مورد خواست مدیران و مسؤولان که می‌خواهند بخش مربوط به خود را، پیش از چاپ بخوانند، باید مقاومت کرد. اما اگر چاره‌ای نباشد بهتر است این امتیاز را خبرنگار در مقابل امتیاز دیگری مثل حق پرسشهای اضافی جبران کند.

۴. در هنگام مصاحبه.

پس از مقدماتی که ذکر شد، خبرنگار سرانجام به مهمترین مرحله کار می‌رسد.

دلیل و برهان و ارائه سند مبنی بر این که مصاحبه شونده راست نمی گوید، شیوه درستی نیست. اینکه خبرنگار سعی کند مصاحبه شونده را غافلگیر سازد و کاستیها و کمبودها را (به ویژه با حالتی مبارزه جویانه) فوراً به رخ او بکشد، ضرورتی ندارد. خبرنگار باید از مچ گیری پرهیزد. اما این به معنای تسلیم کامل خبرنگار در مقابل حرفهای مصاحبه شونده نیست؛

- بعضی از مصاحبه شوندگان عمداً یا از روی عادت به ارائه توضیحات اضافی، بدون ارتباط و طولانی، می پردازند. هیچ عیبی ندارد که خبرنگار فوراً مسیر مصاحبه را اصلاح کند؛

- خبرنگار باید دقیقاً مسیر مصاحبه را در اختیار داشته باشد. او باید بداند در پاسخ پرسشی که طرح شده، چه جوابی شنیده است. اینکه خبرنگار دائم این مراقبت را داشته باشد، اهمیت دارد. وقتی که پاسخ پرسشی یا بخشی از آن را کامل نیافت، باید در فرصتی دیگر و به نوعی دیگر، در همان مورد سؤال کند. ظرافت این بازگشت هنر بزرگی است. مثلاً درباره مثالی که زدیم، خبرنگار می تواند پرسد: «این خرابی چند شماره تلفن را از کار انداخت؟»

مصاحبه شونده ممکن است در پاسخ وضعیت منطقه را تشریح کند و بگوید «شنی بودن خاک منطقه در روزهای بارانی معمولاً برای مخابرات مشکلاتی پدید می آورد و...» در اینجا اصرار خبرنگار بر این که «بالاخره نگفتید که چه تعداد تلفن از کار افتاده است؟» یا «سؤال من این بود که چند دستگاه تلفن خراب شده است!» که این نوع پرسشها تنها می تواند موجب برانگیخته شدن حساسیت مصاحبه شونده شود. بهتر است که مصاحبه با پرسشهای دیگر ادامه یابد. بعد آرام آرام به سؤال پیشین به گونه ای دیگر، می توان بازگشت، مثلاً: «با توجه به تلاشی که برای تعمیر و راه اندازی مجدد تلفنها در جریان است، فکر می کنید چه زمانی وضع به حالت عادی باز گردد؟ آیا حجم تعمیرات، با توجه به فصل، نیازی به استخدام نیروی

کمکی دارد؟»

جواب هر چه باشد، سؤال بعدی همان پرسش موردنظر خواهد بود: «تصور می کنید که این خدمات باید چند دستگاه تلفن را در بر گیرد؟»

- بسیار اهمیت دارد که خبرنگار با اطلاعات و آگاهیهای لازم، در جلسه مصاحبه حاضر شود. پرسشی مانند این که «آیا مخابرات قصد مقابله با ضررهای ناشی از سفره‌های آب زیرزمینی را دارد؟» فقط بی‌اطلاعی مصاحبه‌کننده را می‌رساند. داشتن اطلاع از موضوع مورد بحث و اشاره به آن، اولاً باعث می‌شود تا مصاحبه‌شونده نتواند خبرنگار را بازی دهد و ثانیاً خبرنگار را قادر می‌کند تا نکات دقیق‌تری را از مصاحبه‌به‌دست آورد. فرض کنیم که مصاحبه‌شونده در میان حرفها، چنین بگوید که «مخابرات از هر مشترک تلفن فقط ۳۴۶۵ ریال بابت این تعمیرات دریافت می‌کند.» پرسش خبرنگار از وی که «این مبلغ، غیر از اعتباری است که در ردیف بودجه برای تعمیرات پیش‌بینی شده است؟» مصاحبه‌شونده را متوجه میزان آگاهی خبرنگار خواهد کرد؛

- خبرنگار باید آماده باشد تا موضوعات و چشم‌اندازهای تازه را در حوزه خبری خود جذب کند. خبرنگاری که برای گفت‌وگو درباره خرابی تلفن در یک منطقه رفته است، ممکن است در جریان مصاحبه با موضوعی جالب و پراهمیت (حتی مهمتر از اصل موضوع) برخورد کند. در نتیجه باید تمام توجه خود را به موضوع تازه معطوف سازد. در مورد همین موضوع مورد بحث، در جریان مصاحبه، ممکن است اشاره‌ای به کشف یک کوزه سفالی با نقشهای ویژه سامانیان بشود، که در جریان تعمیرات به آن برخورده‌اند. این یک دست‌آورد تازه است و نباید بی‌ربط انگاشته شود. لطیفه معروفی است مبنی بر اینکه وقتی خبرنگاری را برای مصاحبه با کسی، فرستادند. خبرنگار رفت و آن روز را نیامد. فردا از او پرسیدند، گفت: مصاحبه برگزار نشد. چون ساختمان آتش گرفت و اتفاقاً همان کسی که باید با او

مصاحبه می کردم قربانی آتش سوزی شد!!؛

- از پرسشهای طولانی و پیچیده و تودرتو باید پرهیز کرد. سؤال باید کوتاه و روشن باشد. طرح پرسشی مانند اینکه: «با توجه به برنامه‌های دولت در زمینه توسعه شبکه مخابراتی کشور، به تمامی نقاطی که از تلفن محروم هستند و با در نظر گرفتن این واقعیت که مخابرات کشور ما هنوز به دست آوردهای ارتباطی کشوری چون فرانسه مجهز نیست، آن هم در شرایطی که دنیا به سرعت به سوی جنگ ارتباطات پیش می‌رود، که به هر صورت ما هم ناچار شرکت در آن هستیم، آیا فکر نمی‌کنید که مسئولان امور مخابراتی باید با اندیشیدن تدابیر و طرح برنامه‌های مناسب، از حوادثی این چنین که موجب بروز خساراتی در جامعه می‌شود و...» معمولاً جواب قانع‌کننده و کاملی ندارد؛

- طرح پرسشی که در خود جواب را دارد، نامعقول است. مثل اینکه «با توجه به اینکه مخابرات قصد دارد کابل تلفن را در مناطق شنی به‌طور کلی بازسازی کند، آیا در آینده باز هم شاهد مشکلات مشابه خواهیم بود؟»؛

- حتی به شرط کاربرد ضبط صوت، باید نکات برجسته مصاحبه را به‌منظور اطمینان از طرح همه پرسشهای پیش‌بینی‌شده و طرح پرسشهای تازه، یادداشت کرد؛

- تندنویسی یک مهارت ضروری و قابل آموختن است. اگر خبرنگار با این مهارت آشنایی ندارد، می‌تواند برای خود قرارهایی بگذارد. مثلاً نقطه نگذارد، فعلها را حذف کند، علامات را جا بیندازد یا حروف را به هم بچسباند تا حرکت قلم روی کاغذ، سرعت بگیرد، اما چنین یادداشتهایی باید در اولین فرصت پاک‌نویس شود.

۵. تنظیم مصاحبه. تهیه و اتمام مصاحبه، با همه ریزه کاریها و مقدمات آن تنها نیمی از کار است. نیم دیگر به تنظیم آن مربوط می‌شود. ابتدا باید همه یادداشتهای و نوارها را با دقت بررسی کرد. سپس برجسته‌ترین و مهم‌ترین نکات را روی کاغذ آورد.

اگر مصاحبه با یک نفر است، باید از میان تمام گفت‌وگو، محورهای مربوط را جدا

کرد. اگر مجموعه چند مصاحبه باشد. بهتر است که عناصر مُجزای آن رویداد، از زبان مصاحبه‌شوندگان و به ترتیب اهمیت، نوشته شود. یعنی ابتدا در مورد مدت، گستردگی، نوع، آثار و موضوعات دیگر، به ترتیب اهمیت هریک از موارد را باید جداگانه ذکر کرد. نکته مهم این است که برخی از خبرنگاران در انعکاس مصاحبه‌ها شیوه‌ای دارند که گویی فقط در نقش انتقال‌دهنده موضوعات کار می‌کنند. اگرچه بی‌طرفی و در نظر نگرفتن پیش‌اندیشه‌ها از اصول خبرنگاری است، اما این بی‌طرفی نباید چنان باشد که گویی در این فعالیت، خبرنگار، نقش یک دستگاه یا ماشین را داشته است؛

- در نقل گفت‌وگوهای خبری و گزارشهای شهری، معمولاً مصاحبه را به صورت نقل قول غیرمستقیم تنظیم می‌کنند. اما اگر مصاحبه به صورت عمقی با یک شاعر معروف، یک سیاستمدار مطرح یا یک دانشمند بنام و... باشد توصیه می‌شود که گفت‌وگو به صورت نقل قول مستقیم تنظیم شود؛

- همه مصاحبه‌شوندگان حق دارند هر نظر و سخن که بخواهند بگویند. اما لازم نیست که خبرنگار همه حرفها را منعکس کند. حتماً در تنظیم باید نکات تکراری، خارج از موضوع و بی‌اهمیت کنار گذاشته شود؛

- باید دقت کرد که در متن مصاحبه، نام اشخاص و عنوان کسانی که اسم آنان برده شده، دقیق و درست و مستند باشد. آوردن کلماتی همچون «قازی» به جای «قاضی»، «سلاحی» به جای «صلاحی»، «اسیری» به جای «اثیری»، «صناعی» به جای «سنایی» و... ناپسند است. همچنین باید در انتقال عنوان شغلی اشخاص مراقب بود؛

- نباید تا پایان جمع‌آوری مصاحبه‌ها و نظرات به تنظیم گزارش دست زد. گزارش باید با مهمترین نکات شروع شود و مهمترین نکات نیز ممکن است موضوع آخرین حرفهای مصاحبه‌کننده باشد.

چند نکته

- «ضد مصاحبه» حالتی است که مصاحبه‌شونده برای گریز از پرسش به کار می‌برد و صورت‌های مختلف دارد. تحقیر خبرنگار، بیهوده انگاشتن مصاحبه، سؤال کردن از وضعیت دستمزد خبرنگار، انتقاد از روزنامه، فشار به خبرنگار برای کسب آگاهی و اطلاعات و... باید متوجه این شگرد بود. اما نباید از مقابل این وضع گریخت؛

- باید مراقبت کرد که مصاحبه‌کننده، خبرنگار را از مصاحبه منحرف یا منحرف نکند؛

- خبرنگار نباید هرگز دیرتر از زمان تعیین شده به جلسه مصاحبه برسد. حتی بهتر است که خبرنگار برای گرفتن اطلاعات اضافی، آشنایی با محیط و بازرسی وسایل خود مدتی پیش از زمان تعیین شده در محل حاضر باشد؛

- لازم است که خبرنگار از نظر پوشیدن لباس مناسب، کاربرد تعارف‌های دلپذیر و رفتار متین، ظاهر موجه و آداب‌دانی خود را به رخ بکشد؛

- خبرنگاران ورزیده، همواره حدود خود را در این برخوردها می‌شناسند. نه لازم است که از خود شخصیتی مرموز، آشتی‌ناپذیر و ترسناک به نمایش گذاشت و نه چندان زود صمیمی و یکرنگ شد که روابط از حدود متعارف خارج شود؛

- غیر حرفه‌ای و خودپسندانه است که خبرنگاری به دلیل رفتار مأموران یا کارمندان یک سازمان، در مراجعه برای مصاحبه، یا دیر پذیرفته شدن از سوی مصاحبه‌شونده یا رعایت نشدن احترامات فائقه(!!) قهر کند، یا به این منطق خودخواهانه متوسل شود که «خبرنگار شخصیت دارد!» شخصیت خبرنگار با کار توأم با ایمان و علاقه او به اثبات می‌رسد. به جای قهر می‌شود منتظر ماند و مصاحبه را به پایان برد، بعد موضوع را با امید رفع آن مطرح ساخت؛

- بعضی از خبرنگاران گاه گزارشها و مصاحبه‌های دروغین جعل می‌کنند. یعنی نظرات و آرزوهای خود را از زبان کسان دیگر و با نامهای جعلی و غیرواقعی

می‌نویسند. اگر چه خبرنگار بر اثر تجربه‌ای که اندوخته است می‌تواند خود را به بسیاری از موضوعات آگاه فرض کند، اما این روش خیانت به مخاطبانی است که به روزنامه به سبب درج نظرات خوانندگان احترام می‌گذارند؛

- خبرنگار باید بسیار بکوشد تا در تهیه گزارش و مصاحبه (لااقل) از گرایشهای سیاسی و گروهی خود را برکنار نگاهدارد. البته این توصیه سختی است که خبرنگاران هرگز گرایشی نداشته باشند. اما اگر خبرنگاری گرایش خود به گروه یا حزبی علنی سازد یا با لحن گزارش به اثبات برساند، خود را از توجه گرایشهای دیگر محروم می‌سازد؛

- یکی از روشها و حربه‌های مؤثر در مصاحبه، عصبانی کردن مصاحبه‌شونده است. در این حالت مصاحبه‌شونده عنان صحبت از دست می‌دهد و معمولاً حرفهای جالبی می‌زند. اولاً نباید از این روش همیشه استفاده کرد. ثانیاً از کوره به در بردن مصاحبه‌شونده باید آخرین مرحله و چاره منحصر باشد.

سخن آخر

روزنامه‌نگاری شغلی پرمخاطره، هیجان‌انگیز و پرماجر است. این حرفه، توان فراوان، گذشت بسیار، وسعت نظر بیش از حد معمول و روشن‌بینی کافی طلب می‌کند. روزنامه‌نگار باید با خود و با مخاطبان خود، صادق و صمیمی باشد. توصیه می‌شود که:

- هرگز به منظور به کرسی نشاندن نظری برآمده از تمایلات شخصی و گروهی، مصاحبه نکنید. انسان هرگز نمی‌تواند خود را کاملاً از پیش‌داوریها و علاقه‌ها و سلیقه‌های شخصی برکنار سازد. اما روزنامه‌نگار وقتی به جوهر حرفه خود نزدیک می‌شود که در کار خود هرچه بیشتر از علاقه‌ها و نفرت‌ها فاصله بگیرد؛

- هرگز گفت و گو و گزارشی را برای خالی کردن کینه‌ها و تسویه حسابها انجام ندهید؛

- هرگز اجازه ندهید کسی با به دست آوردن دل شما و تأثیر در کار شما، به حرفه روزنامه‌نگاری توهین روا دارد. خبرنگاری که برای دریافت امتیاز و جایزه واقعیات را نادیده بگیرد به خود و مردم و خوانندگان خیانت کرده است. اما خبرنگاری که پدیده‌ای را به خاطر خوشایند دیگری یا دریافت امتیاز یا برآورد نیاز شخصی وارونه جلوه دهد، قلم بر مدار مزدوری می‌زند و به خود و به حرفه روزنامه‌نگاری خیانت می‌ورزد؛

- هیچ پدیده‌ای هرگز و برای همیشه پوشیده نمی‌ماند. چه بهتر اینکه وقتی لحظه کشف می‌رسد، روزنامه‌نگار شرمنده خود و جامعه نباشد؛

- هرگز در یک مصاحبه نباید یک سوی ماجرا را مورد توجه قرار داد. باید کوشید تا همه ابعاد یک رویداد یا جریان روشن شود.



