

خبرنگار بگذاریم و نه یک تفکر حرفه‌ای نشأت گرفته از سیاست‌های مدیریتی یک رسانه؛ که اگر چنین تفکری در رسانه‌ها حاکم بود، دیگر لازم نبود با چراغ به دنبال یک مصاحبه اصولی در میان مطبوعات بگردیم.

در فصل اول کتاب، تعاریفی از مصاحبه از اساتید و روزنامه‌نگارهای مختلف و انواع مصاحبه و روشهای مصاحبه آمده است و در فصل دوم تکنیکهای مصاحبه توضیح داده شده و به سوژه‌یابی و تمهیدات قبل از مصاحبه و شروع و پایان طلایی و تنظیم مصاحبه و... اشاره شده است. در فصل سوم بحثهایی در حاشیه‌ی مصاحبه آمده است و به مسائلی از این قبیل اشاره شده است از جمله اینکه «اغلب افراد از دستگاه ضبط صوت خوششان نمی‌آید»، «آیا طرح چند سؤال در یک سؤال مجاز است؟» و «سؤال چرا گاهی اوقات معجزه می‌کند؟» «هنر خوب گوش کردن»، «تدنویسی» و...

در فصل چهارم این کتاب ۱۲ نکته مهم به صورت «یادآوری» قید شده است. در پایان کتاب به چند مصاحبه از جمله گفتگوهای جمیله کدیور با عمرو موسی وزیر امور خارجه مصر و مصاحبه اورینا فالاجی با پیکاسو و همچنین گفتگوهای محمدآقازاده با احسان نراقی و چارلی رز خبرنگار دولتی آمریکا با دکتر کمال خرازی، وزیر خارجه ایران و در آخر مصاحبه اسدالله مشایخی با واکسی دوره‌گرد آمده است. این مجموعه که شاید تا اندازه‌ای بتوان از آن به عنوان نوشته‌ای جمع‌بندی شده از کلیه منابع مربوط به مصاحبه، یادکرد تا یک تالیف مستقل، از منابع جدیدی است که اخیراً در حوزه علوم ارتباطات روانه بازار کتاب شده است. به همین علت، گفتگوی زیر با نویسنده کتاب ترتیب داده شد:

اسم کتاب را مصاحبه خلاق انتخاب کرده‌اید، مگر مصاحبه می‌تواند خلاق باشد؟ به نظر می‌رسد آنچه که می‌تواند خلاق باشد، مصاحبه‌گر است نه مصاحبه.

-نکته خوبی را مطرح کردید. قبل از اینکه این نام را انتخاب کنم این دغدغه را داشتم که آیا می‌شود این اسم را انتخاب کرد یا نه؟ مصاحبه، ارتباط دوسویه است و نمی‌توانیم بگوییم صرفاً مصاحبه‌گر باید خلاق باشد، بلکه مصاحبه از نتیجه برخورد بین این دو سو حاصل می‌شود.

انگیزه شما از نوشتن این کتاب چیست؟

-کتاب مصاحبه خلاق کتاب اول من نیست. شغل من روزنامه‌نگاری است و حدود ۱۸ سال سابقه کار مطبوعاتی دارم. از طرفی رشته تحصیلی من روزنامه‌نگاری است و در دانشکده خبر، این رشته را تدریس می‌کنم. طبیعی است که

● نسیم قاسمی مطلق



مصاحبه؛ حرفه‌ای شیرین و در عین حال پیچیده

گفتگو با احمد توکلی

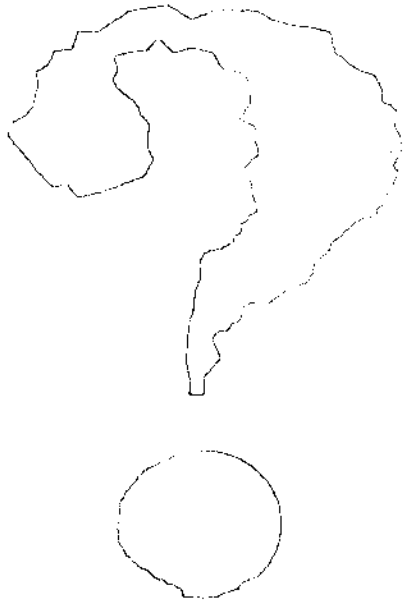
کار خود را ادامه داده است و سپس در زمان تاسیس روزنامه ایران از اعضای اصلی این روزنامه بوده و بخشهایی چون معاونت گزارش سردبیری و سردبیری صفحات میانی را تجربه کرده و در حال حاضر مدیر انتشارات روزنامه ایران و سردبیر «ایران ورزشی» است. بطور کلی در این کتاب به اینکه چرا مصاحبه می‌کنیم و با چه کسی و درباره چه موضوعی مصاحبه می‌کنیم، پرداخته شده است. جمع‌بندی و تنظیم اصولی مصاحبه، از جمله نکات مهمی است که در این کتاب، درباره آن سخن گفته شده است. مؤلف در این کتاب مصاحبه را حرفه‌ای شیرین و در عین حال پیچیده می‌نامد و معتقد است کسی که می‌خواهد یک مصاحبه‌کننده خلاق و کارآمد باشد، نیاز به هوشمندی خبری، فراگیری قواعد فنی و اصولی مصاحبه، مطالعه، سواد تخصصی و تمرین زیاد دارد.

مؤلف کتاب نگاه رسانه‌های ما را به تکنیک پیام‌رسانی، نگاهی حرفه‌ای ندانسته و متذکر شده که هیچ‌گاه از زاویه‌ای تخصصی و فنی به این مقوله توجه نشده است. وی معتقد است که در سطح رسانه‌های ما، مخصوصاً روزنامه‌ها، مصاحبه‌های شاخص، کمتر دیده می‌شود و اگر هر از گاهی حرفه‌ای می‌بینیم باید آن را به حساب خودجوشی شخصی

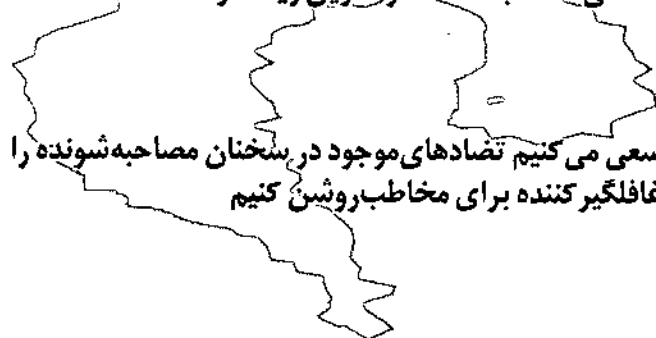
نزدیک به بیست سال از تاسیس دانشکده روزنامه‌نگاری در ایران می‌گذرد و امروز شاهد تاسیس «دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی» با گرایش‌های روزنامه‌نگاری و روابط عمومی در دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد و نیز تاسیس دوره‌های تخصصی این رشته در بعضی از دانشگاه‌ها و مراکز هستیم.

آنچه اکنون تحت عنوان منابع درسی علوم ارتباطات در بازار کتاب یافت می‌شود محدود به تالیفاتی انگشت‌شمار از اساتید قدیمی این رشته و نیز ترجمه‌هایی نه چندان روان از منابع جدید است و مابقی به حوزه جزوات کلاسی و دانشگاهی برمی‌گردد که توسط اساتید این رشته تدوین گردیده است. آنچه در این نوشتار آمده پیرامون کتابی تحت عنوان «مصاحبه خلاق» است که اخیراً توسط یکی از کارشناسان این رشته به بازار آمده است.

این کتاب نوشته آقای توکلی است. احمد توکلی لیسانس خود را در سال ۷۶ و فوق لیسانس خود را در سال ۷۸ در رشته علوم ارتباطات از دانشگاه آزاد گرفته است. وی ۱۸ سال سابقه کار مطبوعاتی دارد که از سال ۶۰ با روزنامه جمهوری اسلامی آغاز شد. او در این روزنامه در سمت‌هایی مختلف چون عضو شورای سردبیری و دبیر سرویس سیاسی به مدت ۱۲ سال



کسی که می‌خواهد یک مصاحبه‌کننده خلاق و کارآمد باشد، نیاز به هوشمندی خبری، فراگیری قواعد فنی مصاحبه، مطالعه و تمرین زیاد دارد



در مصاحبه، سعی می‌کنیم تضادهای موجود در سخنان مصاحبه‌شونده را با سؤال‌های غافلگیرکننده برای مخاطب روشن کنیم

در سطح رسانه‌های ما، مصاحبه‌های شاخص، کمتر دیده می‌شود و اگر هر از گاهی جرقه‌ای می‌بینیم باید آن را به حساب خودجوشی شخصی خبرنگار بگذاریم و نه یک تفکر حرفه‌ای نشأت گرفته از سیاست‌های مدیریتی یک رسانه.

من به هر حال در زمینه کاری خود کتاب بنویسم و این خیلی غیرمعمول نیست.

در کتاب دیگران بنام گزارش‌نویسی که به آن اشاره کردید در مقدمه‌اش این نکته را متذکر شده‌اید که هدفتان اعتراض به کمبود منابع رشته علوم ارتباطات در زمینه تالیف و ترجمه است در حالی که در آخر کتاب به منابع زیادی اشاره کرده‌اید؟

- با توجه به اینکه روزنامه‌نگاری در مملکت ما گسترده است و حدود ۱۰۰۰ نشریه در ایران از هفته‌نامه، ماهنامه و گاهنامه و غیره منتشر می‌شود، برای یک‌چنین خانواده‌ای، منابعی که از آنها یاد شده خیلی هم کم است. اگر شما دقت کرده باشید دو یا سه کتاب در این زمینه هست و بقیه بصورت کتاب نیست. یک کتاب از دکتر مهدی محسنیان‌راد است به نام روش‌های مصاحبه‌خبری و یکی شیوه‌های مصاحبه در مطبوعات، نوشته سوزان دان است که مؤسسه ایران آنرا ترجمه کرده است و دیگری که به صورت بخشی از کتاب است بنام روزنامه‌نگاری از آقای کاظم معتمدنژاد است. لذا ما می‌بینیم که کتاب زیادی در این زمینه نداریم. تمام آن منابعی که در آخر کتاب آورده‌ام شامل جزوه درسی و مقاله می‌شود، حتی اگر دقت کرده باشید نام پایان‌نامه‌های دانشجویی را نیز در آخر کتاب

آنچه امروز تحت عنوان منابع درسی علوم ارتباطات در بازار کتاب یافت می‌شود، محدود به تالیفاتی انگشت‌شمار از اساتید قدیمی این رشته و نیز ترجمه‌هایی اندک از منابع جدید است و مابقی شامل جزوات کلاسی و دانشگاهی می‌شود

دقت کرده‌باشید من در بخشی از کتابم به سؤال‌های غافلگیرکننده اشاره کرده‌ام که وقتی ما با کسی صحبت می‌کنیم سعی می‌کنیم تضادهای موجود در صحبت‌هایش را با سؤال‌های غافل‌گیرکننده برای مخاطب روشن کنیم و این مخاطبین هستند که باید خودشان قضاوت کنند که صحبت‌های مصاحبه‌شونده راست است یا دروغ.

به نظر شما مراکز آموزشی و دانشگاهی تا به حال چه کمکی در زمینه رفع کمبود منابع و نیز در زمینه ارتقای سطح علمی دانشجویان رشته ارتباطات کرده‌اند؟

- باید بپذیریم که فعالیت دانشگاهها در این زمینه چندان اساسی و کاربردی نبوده است. از آنجا که من علاوه بر اینکه تحصیلاتم در همین رشته است، سابقه کار مطبوعاتی هم دارم، شاهد این موضوع هستم که بسیاری از فارغ‌التحصیلان ما که به مطبوعات رجوع می‌کنند عملاً دارای آن ظرفیتهای کاربردی نیستند. مثلاً پیش می‌آید که فردی فوق لیسانس ارتباطات دارد و وارد مطبوعات می‌شود درحالی که هیچ تجربه‌ای از ابتدایی‌ترین کارهای روزنامه‌نگاری ندارد و دلیلش هم این است که تا حد زیادی در دانشگاهها به مسائل تئوریک تکیه می‌شود و برای دانشجو فعالیتهای کاربردی وجود ندارد.

دانشگاهها در این زمینه چه می‌توانند بکنند؟

- اول اینکه از اساتید باتجربه استفاده کنند و این موضوع بسیار قابل توجه است زیرا وقتی اساتیدی نمانند که تحریریه روزنامه چیست نمی‌توانند برای دانشجویان مسائل تجربی و عملی را روشن کند افرادی هستند که تا به حال پایشان به مطبوعات باز نشده ولی چون مدرک فوق لیسانس دارند و مثلاً کسی را در این زمینه می‌شناسند در حال تدریس هستند. دانشجویی که سر کلاس این اساتید درس می‌خواند هیچگاه نمی‌تواند روزنامه‌نگار موفقی بشود زیرا لمس کردن فضای کار از طریق اساتید و انتقال آن به دانشجو بسیار مهم است.

مثلاً من اگر بخواهم همین کتاب مصاحبه خلاق را در دانشگاه تدریس کنم تنها سه جلسه برای آن کافی است، چون دانشجو جزوه و یا کتاب را می‌تواند خودش مطالعه کند و بقیه زمان را می‌تواند به کار تجربی بپردازد مثلاً دنبال مصاحبه برود و یا حتی مصاحبه‌ای را سر کلاس نقد کند. چون در مرحله عمل است که بسیاری از پیچ و خمهای مصاحبه و یا هر کار روزنامه‌نگاری مشخص می‌شود و تا بطور تجربی وارد کار نشوند نمی‌توانند در این زمینه موفق شوند. دوم اینکه دانشجوین روزنامه‌نگاری را به کارآموزی بفرستند و از این طریق دانشگاه را به سمت کاربردی شدن ببرند. در این زمینه دانشکده خبر فعالیتهایی را آغاز کرده است. در واقع دانشگاه باید از پرداختن به مسائل صرفاً تئوریک پرهیز کند.

آیا کتاب دیگری در دست تالیف دارید؟

- بله، کتابی با نام «پوششهای خبری» در دست کار دارم. این کتاب در واقع عنوان یکی از درسهای دوره کارشناسی ارشد است و چون با کمبود منابع در این درس مواجه هستیم، ضروری دیدم دست به چنین تالیفی بزنم.

آیا محتوای پوششهای خبری با خبرنگاری فرقی دارد؟

- بله، خبرنگاری جزو مباحث اصلی روزنامه‌نگاری است ولی پوششهای خبری در یک رتبه بالاتری قرار دارد. پس از اینکه دانشجو شیوه مصاحبه، گزارش و مقاله‌نویسی را آموخت با پیچ و خمهای پشت صحنه مطبوعات آشنا می‌شود. در پوششهای خبری مباحثی چون تاثیر عکس، تیتراژ خوب و یا تهیه مصاحبه و گزارش از خبر بررسی می‌شود. یعنی تمام زمینه‌های کار مطبوعاتی در پوششهای خبری جای می‌گیرد و در واقع نوعی مبدان خبری است.

آوردیم تا اگر کسی بخواهد بیشتر از آن چیزی که در کتاب هستند بدانند به آنها مراجعه کند.

به نظر شما علت این کمبود منابع چیست؟

- از نظر من علت آن تنبلی و سستی ماست. یعنی اگر حتی خود من می‌دیدم که در این رشته منابع بیشتری وجود دارد، شاید سراغ نوشتن این کتاب نمی‌رفتم. حتی اگر این کتاب «شیوه‌های مصاحبه مطبوعاتی» خانم سوزان دان ترجمه و چاپ نمی‌شد شاید قطر کتاب من بیشتر می‌شد. منظورم این است که وقتی دیدم مباحثی در آن کتاب وجود دارد سعی کردم آنها را از مجموعه خود حذف کنم و کار تکراری انجام ندهم. دلیل دیگر را شاید بتوان مشغله زیاد کار روزنامه‌نگاری دانست. البته کم‌توجهی آنها به این موضوع نیز بی‌تاثیر نیست. ولی در کل من فکر می‌کنم مشکل اصلی، گرفتاری خود مطبوعاتی‌ها باشد که به جای اینکه بیشتر به دنبال کاری ماندگار و ریشه‌ای بروند دچار روزمرگی شتند. کار روزنامه به گونه‌ای است که تا بیاییم چشم بر هم بزنیم می‌بینیم که روز تمام شده و باید مطالب خود را آماده کنیم و همین باعث می‌شود که کمتر دنبال کار ریشه‌ای و زمان‌بر برویم.

عده‌ای از کارشناسان و خوانندگان این کتاب معتقدند که شما با این کتاب کمک چندانی در این زمینه نکرده‌اید و در واقع این کتاب، تالیفی از مجموع کتابهای دیگری است که در این زمینه نوشته شده؛ نظر شما در این باره چیست؟

- این موضوع را هر کسی بگوید باید بطور مستند بگوید و اگر هم بطور کلی بگویم راجع به هر کتابی می‌توانیم این اظهار نظر را بکنیم. چون اگر منظور شما این است که از تجربیات و علوم دیگران استفاده شد، طبیعتاً چیزی طبیعی است. یعنی اگر کسی مدعی شود که من علمی دارم که به علوم دیگران ربطی ندارد و نسبت به گذشته خارج از چهارچوب به حساب می‌آید حتماً غلو کرده است. به هر حال من در انتهای کتاب، فهرست منابع کارم را آورده‌ام و از این بابت نگرانی ندارم.

شما در کتاب خود به این نکته که چگونه می‌توان فهمید مصاحبه‌شونده راست می‌گوید یا دروغ اشاره نکرده‌اید.

- از نظر من قرار نیست که راست و دروغ را کشف کنیم. مخصوصاً اگر مصاحبه‌شونده از مسئولین باشد، می‌داند که گفته‌های او بعداً در نشریات چاپ می‌شود و باید پاسخگوی آنها باشد. در حقیقت مصاحبه‌شونده در یک جایگاه قانونی می‌نشیند، ولی محیط مصاحبه‌دادگاه نیست که کسی را محاکمه کنند. اگر