

# مصاحبه از نگاهی دیگر!

ترجمه و گردآوری: الهام محبی  
کارشناس مترجمی زبان انگلیسی



## اشاره

یادداشت پیش‌رو در اواخر سال ۲۰۰۵ میلادی در مجله *British Journal of Social Psychology* به چاپ رسیده است. نویسنده این یادداشت، دکتر Linda M. McMullen استاد دانشگاه Saskatchewan در کاناداست و موضوع آن براساس تأمل در پژوهش‌های رسانه‌ای شکل گرفته است که درباره مصاحبه‌های رادیویی در ایستگاه‌های مختلف برحسب ضرورت انجام شده است. هر مصاحبه رادیویی براساس پژوهش‌های جدید بر سه اصل «دریافت اطلاعات، میزان و کیفیت انعطاف‌پذیری اطلاعات و ارزش‌گذاری و برداشت بی‌طرفانه از اطلاعات تحلیل‌یافته در فضای مصاحبه» استوار است. آنچه امروزه در اولویت بنیادی این سه اصل قرار می‌گیرد: حفظ میانه‌روی در جریان مصاحبه‌ها و توجه به مزایای اطلاعات محوری براساس ضرورت فضای مصاحبه‌هاست. در دریافت اطلاعات، ایجاد فرصت برای ارائه اطلاعات و برداشت بی‌طرفانه از آن را به‌عنوان شاخصی از هنر گروه برنامه‌ساز معرفی می‌کنند. البته زمانی این امر میسر می‌شود که گروه‌های برنامه‌ساز و کارشناس در ایجاد و حفظ این فضای سرشار از همکاری متقابل و کمک و همدلی به یکدیگر کوشا باشند و در حین این رفت و برگشت اطلاعات، رعایت فاصله‌بندی و برگشت‌هایی (عقب‌گرد) به خلاصه اطلاعات مطرح‌شده را امری ضروری بدانند. این کار، فرایند مصاحبه را بهبود می‌بخشد و اجزای هر یک از بخش‌های مصاحبه را فراگیرتر به یکدیگر متصل می‌سازد. به این ترتیب، اطلاعات در وضعیت مفهومی بهتری قرار می‌گیرد و مصاحبه‌های رادیویی با بازده بهتری حفظ می‌شود. این هنر در انجام و تداوم یک مصاحبه رادیویی مؤثر است.

آنچه در این مصاحبه‌های رادیویی خود را خیلی سخت جلوه می‌دهد، نظریه‌هایی است که از سوی پژوهشگران انجمن‌های علمی و با در نظرگیری شاخص‌ها و عوامل علت-معمولی در قالبی به‌نام R.G.T ارائه می‌شوند. اهمیت ارائه چنین اطلاعاتی به حدی است که تأیید و نفوذ آن برای ذهن مخاطب امری ضروری است. البته در بسیاری از مصاحبه‌های رادیویی، موضوع مطالب به‌صورت عمده بر پایه نصیحت، حمایت، کمک‌های متنوع و خلاقیت قرار دارد که در بیان مطالب علمی، این موضوعات خود را به نوعی با پیچیدگی به نمایش می‌گذارند. به همین دلیل است که صحبت درباره منابع تهیه اطلاعات و چگونگی انجام مصاحبه در طرح و بازده موضوع مورد بحث در نزد گرایش‌های مختلف فکری مخاطبان به اندازه خود موضوع مصاحبه رادیویی ارزش کاربردی دارد و لازم است به‌طور مشخص برای آن وقت صرف شود.

بازشناسی دائمی اطلاعات مهمی که در حین مصاحبه تبدیل و یا دریافت می‌شود، اگر با دیدی جامعه‌شناسانه انجام بگیرد، می‌تواند توانمندی تأثیرگذاری فضای مصاحبه را هم برای اهالی مصاحبه و هم شنوندگان افزایش دهد.

ارتباط با تجربه‌ها و مهارت‌های کارشناسان، توجه و وابستگی به موضوع را در مخاطب ایجاد می‌کند و می‌تواند در تأثیرگذاری و تغییر در دیدگاه مخاطبان مؤثر واقع شود و انگیزش را در نزد آنها بالا برد و مفهوم مصاحبه رادیویی را از لحاظ برقراری ارتباط مؤثر بهتر کند؛ چون مهم‌تر از ارائه اطلاعات، شناخت ابعاد و محیط موضوع مصاحبه باید به لحاظ مردم‌شناختی مورد توجه قرار بگیرد. البته این هم به دست نمی‌آید، مگر اینکه فرصت‌های سخن‌گفتن به‌هنگام مباحثه تبادل شوند، گسترش یابند و به تدریج تعریف ساختاری پیدا کنند، بدون اینکه در موقعیتی محسوس قرار گیرند.

تبادل اطلاعات موضوعی و فرصت‌های مهارتی کارشناسان، اگر در فضای تلطیف‌شده منتقل

شوند، به طور قطع حیطه بیشتری را در دایره موضوع‌های مؤثر خود قرار می‌دهند. ولی باید مراقب بود روند کلی مصاحبه از خط مستقیم و مشخص جدا نشود.

اشاره و کنایه به هنگام استفاده از فرصت‌ها و اطلاعات، مصاحبه را به‌طور ظریفی می‌تواند به تجزیه و تقسیم‌بندی هدایت کند؛ چون این مرزبندی‌ها در رادیو به کمک تصویر و رنگ مقدور نیست. در هر مصاحبه، مدل‌های روان‌شناسی سطح و شیوه‌های مصاحبه را بسیار تغییر می‌دهند و بر آن تأثیر می‌گذارند. برای نمونه طرفداری، پشتیبانی، ترجیح‌دادن و استثنا قائل‌شدن به رشد ارتباطی موجود در فضای مصاحبه اثری خاص می‌گذارد؛ به‌طوری‌که می‌تواند انگیزه رشد، شناخت و تحلیل اطلاعات را میان کارشناسان و مجری به رشد برساند. دقت و پیش‌بینی احتمالات و ایجاد فضای پذیرش و وجود تنوع اطلاعاتی، مراجعه به ساختار اصلی بحث را راحت‌تر می‌سازد، زیرا ابعاد و دورنمای بحث را به دور از تنش و مخالفت، ترسیم می‌کند. بهترین مصاحبه‌ها در چارچوب ذکر شده قرار می‌گیرد و به این ترتیب، مصاحبه را تبدیل به یک گفت‌وگوی جذاب و سرشار از انگیزه می‌سازد. بهترین پرسش‌هایی که خط راهنما در مصاحبه‌ها محسوب می‌شوند، پرسش‌هایی هستند که مخاطب و مهارت کارشناسان را هم‌زمان نسبت به هم شریک و سهیم می‌کنند! این نوع مصاحبه‌ها در رادیو فضایی طبیعی را در اختیار شنوندگان قرار می‌دهند.

لازم به تذکر است: چگونه فعالیت کردن، چگونه معنی کردن و چگونه گفت‌وگو کردن، مصاحبه رادیویی را به جیتی هدایت می‌کند که بتواند به نتیجه‌گیری و قابل‌استفاده‌بودن نزدیک شود.

### اطلاعات: استدلال و منابع

انتخاب مجموعه مصاحبه‌های رادیویی که در رادیو کانادا برای این بخش مبنا بوده و نشان داده است مطالب موضوعی هنگامی که به‌طور گزیده انتخاب و تا اندازه‌ای از محدودیت‌های رسانه‌ای دور می‌شوند، می‌توانند از حالات تخمینی دور شوند و به‌طور چشمگیری اهمیت پیدا کنند. در این حالت، ضرورت‌ها خود را مهم‌تر جلوه می‌دهند و حتی گفت‌وگویی معمولی در جهت انتظارات مردم حرکت می‌کند.

نکته‌ای که باید بر آن تأکید شود، آن است که: امکان دسترسی به نسخه‌ای ضبط‌شده از مصاحبه رادیویی، فرد شنونده را با انگیزه، علاقه و بی‌طرفی بیشتری به سمت رسانه شنیداری می‌کشاند.

از جمله مطالب مندرج در این مقاله، تأیید فرصت‌های ریسک‌پذیری به‌هنگام تبادل اطلاعات است، زیرا اطلاعات و دانش‌هایی را نشان می‌دهد که همیشه مخاطبان به دنبال آن هستند. محتوای مصاحبه رادیویی اگر همراه با مراقبت و توجه باشد، امتیاز و مزایای آن را به نحو چشمگیری بالا می‌برد، زیرا از این طریق، حس مخالفت و مقاومت در میان کارشناسان از یک طرف و شنوندگان از طرف دیگر با برنامه رادیویی شکسته می‌شود. رعایت این ویژگی برای موضوعاتی برای مردمان شرقی یا موضوعاتی شرقی از اهمیت خاصی برخوردار است. با وجود این، مقایسه و سنجش‌های لحظه‌ای در پرسش‌های حین مصاحبه، مغایرتی با حفظ استقلال مصاحبه رادیویی ندارد؛ چرا که اهمیت و معنی فضای دانش تولیدشده در مصاحبه را به خوبی به‌هم پیوند می‌دهد و نوساناتی در آن ایجاد می‌کند که میان مهارت و دانش مغایرتی ایجاد نشود و میان مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده فضای رایزنی و مشاوره موفق‌تری به‌وجود آورد، طفره‌رفتن‌ها کاملاً کاهش یابد و ضمنی‌گویی‌ها و در لفافه سخن‌گفتن‌ها به حداقل برسد.

اگر عقاید دو طرف (مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده) از همان ابتدا مورد سؤال قرار بگیرد، در خارج از حیطه حرفه‌ای عمل می‌شود و تغییرات رشدگونه کمتر مشاهده خواهد شد و مصاحبه در وضعیت ساختگی و نمایشی قرار خواهد گرفت؛ زیرا شک با تبادل صادقانه اطلاعات جابه‌جا می‌شود و به‌جای فرصت‌دهی به یکدیگر تنها به دنبال گواه و شاهد خواهند بود؛ از طرفی صحبت‌های داوطلبانه به حداقل می‌رسد و هر طرف سعی می‌کند یک نوع بار فرهنگی را القا کند و مهار کردن وضعیت‌های پیش‌آمده تقریباً غیرممکن می‌شود.

امروزه این بخش از تبادل و استدلال دارای مهندسی خاصی است؛ زیرا تأمین محتوای ساختار اولیه هر مصاحبه رادیویی اگر دچار یکپارچگی نباشد، به طور قطع به تأیید مخاطب رسانه نخواهد رسید.

### ضرورت ساختن و حفظ مزایای موضوع

#### مصاحبه از سوی مشارکت‌کنندگان در آن

۱- اولین و مهم‌ترین نکته حفظ فضای طنز مناسب در ارائه موضوع مصاحبه است. این کار از اتلاف اطلاعات به‌هنگام و ایجاد ناملایمات در مصاحبه جلوگیری می‌کند و مصاحبه را از ایجاد فضای بهت دور می‌سازد.

۲- اعتبار و صحت اطلاعات به اهمیت اطلاعات مبادله‌شده غنای بیشتری می‌بخشد.

۳- کنش‌های متقابل و تنها از روی احساس را به حداقل می‌رساند.

۴- عیوب و نقص‌ها را بدون غرض‌ورزی مطرح می‌کند.

۵- احتیاط‌های بی‌مورد در حین فرصت‌های ریسک‌پذیر لحظه‌ای در مصاحبه را به حداقل می‌رساند.

۶- از اجبار و وظیفه به نوعی راحتی منتهی می‌شود.

۷- حرکت‌های در مقابل و متضاد را به‌هنگام تبادل اطلاعات به حداقل می‌رساند.

۸- مصاحبه از تعبیر و تفسیر دور و به‌طور شایسته‌ای از محصورشدن میان مطالب مبهم و یا مغرضانه آزاد می‌شود.

۹- اطلاعات در فضایی واقع‌گرایانه رشد می‌کند.

#### مذاکره رادیویی

مصاحبه‌ای که در آن سپاسگزاری، قابلیت تمرکز، مقایسه، فرصت‌دهی تنوع و قابلیت تعدیل‌دهی باشد، مذاکره‌ای متعادل است که آن را از وضعیت خصوصی خارج و به مصاحبه‌ای با صراحت و رضایت تبدیل می‌کند. آنچه مهم است و در تعاریف جدید، گفت‌وگوهای «بارز» در رادیو لقب می‌گیرد آن است که هم محتوای کلام بتواند با صراحت پتانسیل مخاطب را سهیم کند و هم مصاحبه‌شونده به اندازه مصاحبه‌گر بتواند در مورد اطلاعات هم منتقد باشد و هم تصمیم‌گیرنده. بدین ترتیب تبادل اطلاعات بدون زحمت در شنونده اثر می‌گذارد و او را با فضای مذاکره رادیو پیوسته می‌سازد.

و نکته آخر که به عنوان «قانون طلایی» معروف شده این است که: استفاده از افراد سرشناس مصاحبه را ارتقا نمی‌دهد، بلکه تمرکز، انعطاف‌پذیری و کیفیت تبادل اطلاعات در به ثمررساندن مذاکره اهمیت دارد.