

# مصاحبه رادیویی

نویسنده: جیم بیمن

مترجم: احمد ارژمند

ناشر: دفتر پژوهش‌های رادیو، ۲۵۸ صفحه

✦ تدوین: علی‌اکبر قاضی‌زاده

پژوهشگر و مدرس دانشکده خبر



این است که انسان ممکن است به عادت‌های بد بلغزد». تفسیر این جمله چنین است که اگر کار حرفه‌ای ما با معیارهای پذیرفته علمی و از نگاه همکاران ارشد ما نقد و بازبینی نشود، ما با نهادینه کردن اشتباه‌های خود، هرگز فرصت درست عمل کردن را نخواهیم یافت.

این کتاب ظرفیت آن را داشت که به مجموعه‌ای از تجربه‌های حرفه‌ای دو روزنامه‌نگار رادیویی باتجربه تبدیل شود: آقای جیم بیمن که سال‌ها در سازمان **BBC** گوینده، مجری، گزارشگر و تهیه‌کننده بود و آقای احمد ارژمند که همین مسئولیت را در ایران برعهده داشت، می‌شود حدس زد که کتاب، چه مجموعه کم‌نظیری می‌توانست باشد.

در اواخر دهه ۷۰ که با کتاب **Universal Journalists** آشنا شدم، نکته‌ای جالب در آن یافتم. بیشتر دستورها و توصیه‌هایی را که رندال برای بهتر شدن خبر، گزارش و مقاله در کتاب مطرح کرده بود، من و همکارانم در کارهای روزانه رعایت می‌کردیم؛ اما برای آن نامی نمی‌شناختیم. می‌خواهم عرض کنم که در منابع غیر ایرانی که در مورد مهارت‌های رسانه‌ای نگارش می‌شود، به کمتر آموزه‌ای برمی‌خوریم که غافلگیرکننده و بسیار نو باشد. همه، همان نکته‌هایی است که امثال آقای ارژمند در کوشش‌های روزانه خود رعایت می‌کرده‌اند. انصاف، آنکه تدارک‌کنندگان غربی این منابع، موضوع‌ها و نکته‌ها را روشن‌تر و بسامان‌تر عرضه و طرح می‌کنند.

عرض من این است که کتاب مصاحبه رادیویی اگر روشن‌مندی و بسامانی یک نویسنده غربی را با تجربه‌های عملی یک مترجم ایرانی می‌آمیخت، حاصل، یک کتاب کم‌نظیر در عرصه یک مهارت رادیویی می‌شد.

به نظر می‌رسد اصل کتاب، راهنما یا دستور

مصاحبه (در کنار خبر و گزارش) یکی از سه مهارت اصلی و پایه در فعالیت‌های مرتبط با اطلاع‌رسانی است. از آنجا که رادیو رسانه‌ای شنیداری است، مصاحبه‌های رادیویی را بهترین وسیله برای جلب توجه مخاطبان به یک موضوع (خبری یا سرگرم‌کننده) ارزیابی می‌کنند. به گواهی همین کتاب «مصاحبه رادیویی» این مهارت خیلی زود در رادیو کشف شد و همواره از آن برای جلب‌نظر مخاطبان، استفاده می‌شود.

مترجم در مقدمه کتاب آورده است که در روزهای نخستین پیروزی انقلاب، از این که مسئول ارشد او، در یک طومار دست‌نویس، آموزش‌هایی در مورد مصاحبه رادیویی برای همکاران تدارک دیده بود، تا چه اندازه خوشحال شد: «او که در آن ماه‌های نخستین سال پیروزی انقلاب - که بسیاری از برنامه‌سازان قبلی رادیو جای خود را به افراد تازه‌کاری مثل من داده بودند با برنامه‌ها همکاری می‌کرد، با چند بار مصاحبه‌ای که برای برنامه‌ها تهیه کرد، با کمک ذهن فعال و روحیه سازمان‌دهی که داشت، اولین دستور کار تهیه مصاحبه‌های رادیویی را ... در طوماری نوشت و در اتاق برنامه‌سازان رادیو ... نصب کرد...».

پرسش من این است: تا کی می‌توانیم و باید تجربه‌ها را تکرار کنیم؟ نسل، بعد از نسل آمده‌ایم و رفته‌ایم بدون آنکه کوشش کنیم مهارت‌های خود را برای آنها که در راهند، بر جای بگذاریم تا راه را کوتاه‌تر، کم‌هزینه‌تر و کامل‌تر ببیمانند. همواره راه را اشتباه می‌رویم و بدتر اینکه رویه‌های نادرست و اشتباه‌آمیز خود را، چون آموزه‌هایی حرفه‌ای به آیندگان انتقال داده‌ایم.

جیم بیمن، نویسنده کتاب، در مقدمه، نکته‌ای کلیدی را طرح می‌کند: «افت تجربه،

کار برای مصاحبه در یک سازمان رسانه‌ای ویژه باشد. کتاب ۱۰ فصل دارد که در نظر من فصل‌های سوم (رهنمودها)، فصل پنجم (راهنمایی‌های فنی) و فصل‌های ششم تا هشتم (اجرای مصاحبه: پیش و پس از مصاحبه و هنگام آن) در ایران، مفیدتر به نظر می‌آید. مزیت عمده کتاب در این است که احمد ارژمند، مترجم کتاب، خود تجربه طولانی در کارهای رادیویی دارد. این مزیت وقتی کامل می‌شد که مترجم در هر جا که تناسبی داشت، خاطراتی، برخوردهایی، نمونه‌هایی یا نظیرهایی از مباحث کتاب را به صورت پانویس یا به هر شکل مفید دیگر، با خواننده در میان می‌گذاشت.

از نکته‌هایی که به ترجمه کتاب لطمه وارد کرده، گزینش برخی معادل‌ها در کارهای رسانه‌ای است که امروز دیگر به عرف رایج در امور رسانه‌ای پیش‌تر به کار رفته‌اند. برای نمونه عناصر خبری (کی، کجا، چه کسی، چه، چرا و چگونه) یا ارزش‌های خبری (درب‌گیری، شهرت، رقم و عدد، استثنا و شگفتی و غیره) اکنون در فضاهای رسانه‌ای به طور کامل شناخته شده‌اند. مترجم می‌توانست با مراجعه به منابع (اکنون فراوان) روزنامه‌نگاری آن واژه‌ها یا اصطلاح‌ها را به کار گیرد. برای مثال کاربرد معادل «ویژه» برای واژه «feature» (صفحه ۷) یا کاربرد معنای «لفاف» به جای «Wrap» (صفحه ۳۱) یا ترکیب «مواد جلوه‌دهنده صوتی» در معنای «sound effect» (صفحه ۱۵) از این جمله هستند. در حال حاضر، در عرف روزنامه‌نگاری واژه اول به نام گزارش خبری، دومی جمع‌بندی یا محوربندی و سومی صوت‌افزار یا جلوه‌های صوتی (صداها، محیط یا صحنه که به شکل طبیعی در کارهای خبری و به شیوه ساختگی در کارهای نمایشی به گوش می‌رسند) رواج دارند. حال تصور کنید یک خواننده از این جمله، در ذهن خود باید چگونه فرایندی را مجسم کند: «لفاف: بریده یا بریده‌های کوتاهی از مصاحبه ضبط‌شده‌ای که در میان مطالبی درج است که گزارشگر یا خبرنگار درباره ماجرا نوشته و قرائت می‌کند» (صفحه ۱۳). همچنین در مورد کاربرد واژه «بسته» در ازای «package» در همان صفحه که می‌شد به جای معادل ظاهری،

معادل معنایی آن، برای مثال «مجموعه» یا «جنگ‌واره» به کار برد.

همچنین تصور می‌کنم معنادرند ترکیب «sequence/magazine programs» (حالتی از انواع مصاحبه) به «برنامه‌های رشته‌ای یا مجله‌ای» (صفحه ۱۵) رابطه اندکی میان ذهن نویسنده کتاب و خواننده ایرانی آن برقرار می‌کند. این برنامه‌ها را در ایران «برنامه‌های ترکیبی» نام داده‌اند. همچنین در بسیاری از صفحه‌ها به جای واژه معروف «Story»، معنای عمومی آن (قصه) به کار رفته است. حال آنکه در جهان رسانه‌ها معنای رایج دیگری هم دارد: خبر یا گزارش مطبوعاتی. در صفحه ۱۰۹، آنجا که در مورد لزوم داشتن مطالعه، پیش از ورود به صحنه مصاحبه بحث می‌شود، می‌خوانیم: «این فکرها [نکته‌ها] ممکن است از قصه‌ای که در قطار، در راه کار می‌خوانند، اعلانی که می‌بینند...» تردید نیست که منظور نویسنده «... ممکن است از خبری که در قطار...» بوده است. در همین جمله، واژه «فکر» معادل کلمه «idea» برگزیده شده است.

من به متن اصلی کتاب [متن انگلیسی] دسترسی نداشتم تا مفهوم اصلی این جمله را کامل، در نظر آورم. «شعار نقاشی‌ها در رادیو بهترند»، تنها وقتی واقعیت دارد که واژه‌ها و اصواتی که برای رنگ‌آمیزی این نقاشی‌ها صرف می‌شوند، به نحوی اثربخش، انتخاب شده باشند و قوه تخیل شنیداری را برانگیزند» (صفحه ۱۷). اما وقتی اینگونه گمان می‌کنم که گویا ترکیب‌های «نقاشی» و «رنگ‌آمیزی» معادل دو واژه «colour» و «colouring» برگزیده شده باشند، منظور نویسنده «توصیف» یا «آرایه‌های کلامی» باید بوده باشد؛ زیرا در یک رسانه شنیداری، مفهوم «نقاشی» چندان رسا نیست. اکنون اجازه دهید با آن گمان، جمله را بازخوانی کنیم: «شعار "توصیف‌ها در رادیو بهترند"، تنها وقتی درست به نظر می‌آید که واژه‌ها و اصواتی که در جایگاه آرایه‌های ادبی، برای این وصف‌ها به کار می‌روند، به نحوی اثربخش انتخاب شده باشند و قوه تخیل شنیداری را برانگیزانند.»

از این نمونه‌ها بسیارند. نکته دیگر در این ترجمه، گنج‌اندیدن نام برنامه‌های رسانه‌ای، کارگزاران رسانه‌ای یا منابع خارجی (بیشتر

انگلیسی) در متن کتاب، بدون توضیح یا راهنمایی است. در فصل‌های اول و دوم، این عیب بیشتر است. فصل‌های دیگر هم از این نقص تهی نیست. به ویژه فصل سوم (رهنمودها) از این نام‌ها و عنوان‌های ناشناخته سرشار است. حال که اشاره‌ای به این فصل شد، این پرسش هم روی ذهن من سنگینی می‌کند که چرا واژه «رهنمود»؟ این واژه، بار معنایی سنگین‌تر و عمیق‌تری نسبت به «راهنمایی‌ها» یا «آموزه‌ها» دارد.

اما این همه و انبوهی نکته که در این نوشتار نیامد، دلیل بر کم‌اهمیت‌بودن ترجمه و تدوین این کتاب نیست. نخست باید از اهالی اداره کل پژوهش‌های رادیو، در کسوت یک خادم رسانه‌ها سپاسگزاری کنم که طی حدود یک دهه، شماری از آثار مناسب در جهان رسانه‌ها - به‌ویژه رادیو - را در دسترس علاقه‌مندان گذاشته است. این کار اگر با دقت و گزینش مناسب‌تری صورت گیرد، بی‌تردید اثرگذارتر خواهد بود.

علاوه بر این، خواندن کتاب به خوبی روشن می‌کند که احمد ارژمند برای ترجمه این کتاب، تلاش درخور ستایشی کرده است. آنچه در این مختصر آمد، به یقین برای بی‌رنگ جلوه‌دادن آن کوشش‌ها نیست. در عین حال از صمیم دل آرزو می‌کنم این کوشش - مثل بسیاری از کارهای مشابه - مبنای کوشش‌های علمی قرار گیرد، نه آنکه مدتی بعد، کاری در همین مضمون و موضوع، از سوی مؤسسه یا مرکزی دیگر عرضه شود.

برای تکمیل این نوشتار، فقط برای آنکه بار اتهامی خود را سنگین‌تر کنم و بیشتر خود را در معرض خردگیری خرده‌گیران قرار دهم، چند سطر به موضوع مصاحبه در ایستگاه‌های رادیویی کشور می‌پردازم. پیداست که تصمیم‌گیران مجله در حذف این چند سطر و تمامی این متن آزادند.

من به گوش دادن به رادیو عادت دارم. در خانه، رادیو بر روی ایستگاه رادیو پیام، دائم ثابت و روشن است. بیرون خانه هم مشتری رادیوهای ورزشی، فرهنگ و جوان - با آنکه سال‌هاست از میان‌سال‌های گذشته‌ام - هستم. در تمامی این رادیوها - حتی کلی‌تر - در مجموعه صداوسیما ایران، من جای دو مهارت اصلی

و پایه‌ای رسانه- یعنی گزارش و مصاحبه- را بسیار خالی می‌بینم.

نخست توضیح دهم که بنا بر آموزه‌های همین کتاب، در هر دوی این مهارت‌ها، شرط و مبنای پایه، جست‌وجو و کشف گزارشگر و مصاحبه‌کننده در متن و پیرامون یک محور است. در گزارش‌ها و مصاحبه‌های رادیویی و تلویزیونی ما، این عنصر پایه، از اساس فراموش شده به نظر می‌رسد.

مصاحبه‌های رادیویی ما تمامی یا بنا بر عادت، مصاحبه‌های یکسویه تلفنی و اغلب هم‌شکل و کلیشه‌ای است که اغلب به مدد تصادف، بخت و اقبال یا بنا بر تمایل صرف مصاحبه‌شونده و مصاحبه‌کننده شکل می‌گیرد. بسیاری از این مصاحبه‌ها با نشانه قطع ارتباط تلفن همراه و با این جمله عذاب‌آور پایان می‌پذیرد که: «خب! متأسفانه ارتباط تلفنی ما با ... قطع شد!».

من به کمتر گزارش یا مصاحبه رادیویی گوش می‌کنم که گزارشگر یا مصاحبه‌گر بداند از مصاحبه‌شونده، در نهایت چه می‌خواهد. در شبکه‌های تلویزیونی اما، وضع مصاحبه‌ها در حال بهتر شدن است.

سال‌هاست که رسم بیرون‌بردن دستگاه ضبط صوت و میکروفون سیار، برافزاده است. شاید به نظر برسد که تفاوت معناداری میان مصاحبه از داخل استودیو با مصاحبه در محل، وجود ندارد. اهل تجربه می‌دانند که فرق بسیار است. بیش از چهار دهه پیش از همین، رادیوی ایران برنامه‌ای با نام **شهری در دل شهر** ما پخش می‌کرد که گزارشگر این زحمت را به خود می‌داد که به کلانتری‌ها، دادگاه‌ها، بازداشتگاه‌ها و غیره، مراجعه کرده و با مردم گرفتار حادثه به گفت‌وگو بپردازد. از آن سو مصاحبه‌شونده به رادیو دعوت می‌شد و در ورودی رسانه باید مدتی معطل می‌ماند تا اذن ورود بگیرد. به همین دلیل - شاید- تهیه‌کنندگان رادیویی از زحمت دعوت دیگران به محل استودیو صرف‌نظر می‌کنند.

عصر روز یک‌شنبه نوزدهم خرداد ۱۳۸۷ از **رادیو ورزش** مصاحبه‌ای تلفنی را می‌شنیدم که می‌تواند و باید نمونه‌ای قابل اعتنا در رشته مصاحبه رادیویی باشد. مصاحبه‌کننده در آن‌سوی خط با رئیس فدراسیونی گفت‌وگو

می‌کرد که تیم ملی مربوط به او، در یک دوره مسابقه، نتایج نامناسبی گرفته بود. مصاحبه‌کننده نخست توضیح داد که: متأسفانه ما وقت چندانی تا پایان برنامه نداریم. آنگاه پرسشی را به طول زمانی حدود یک دقیقه از آن مصاحبه‌شونده پرسید؛ پرسشی که به آسانی می‌شد در چند ثانیه طرح کرد. سپس در ادامه، رئیس فدراسیون که زمان را برای پاسخ خود کافی نمی‌دید، ناچار شد چندین بار پرسش‌های طولانی و بی‌پایان مصاحبه‌گر را قطع کند؛ کاری که به طور معمول، برعکس اتفاق می‌افتد!

بارها شاهد بوده‌ایم که مصاحبه‌شونده، وقتی حرفی مخالف یا متفاوت با نظر یا باور مصاحبه‌کننده یا تهیه‌کننده را بر زبان می‌آورد، مصاحبه‌کننده به بهانه «متأسفانه وقت ما محدود است...» حرف او را قطع می‌کند. در یک مورد، یکی از این شبکه‌ها با من در محور نشریه‌های زرد، تلفنی مصاحبه می‌کرد. من دریافتم مجری و همه شرکت‌کنندگان، بدون داشتن تعریفی درست، یکسره نشریه‌های زرد را گمراه و گمراه‌کننده معرفی می‌کنند. نوبت که به من رسید، من شروع کردم که بگویم مطبوعات زرد دسته‌ای از نشریه‌ها هستند که با نشریه‌های سنگین تفاوت سطح دارند. اما این به معنای ساده و پیش‌پاافتاده بودن مهارت‌های این دسته از نشریه‌ها نیست. در میان این استدلال، مجری برنامه اجازه نداد این استدلال به پایان برسد. بنابراین فرصت اندک را بهانه کرد و مانع ادامه گفت‌وگو شد! پرسش این است که آیا مردم را باید با تشخیص مجریان، از شنیدن نظر مخالف محروم کرد؟!

گاهی در رادیو مصاحبه‌کننده، بیشتر سعی دارد کمالات، دانش، اطلاعات یا میزان تسلط خود بر موضوعی را به رخ شنوندگان بکشد؛ نه آنکه از سوی شنوندگان و برای آگاهی‌دادن به آنان سؤال کند. نیز گاهی مصاحبه‌کننده مصاحبه رادیویی را با گفت‌وگوی خانوادگی یا دوستانه اشتباه می‌گیرد؛ من که هرگز آن خاطرات خوب شرکت با شما در کلاس [...] را فراموش نمی‌کنم!

به نظر می‌رسد وقت آن رسیده است که در مجموعه سازمان صداوسیما، این دو مهارت را بازنگری کنند. مصاحبه و گزارش، زنده‌ترین

مهارت در جهان رسانه‌های شنیداری‌اند. اکنون که همه از بحران مخاطب رادیویی سخن سر می‌دهند، این بازشناخت اهمیت افزون‌تری می‌یابد.

اینکه در ابتدای این متن آرزو کردم که کاش آقای ارژمند، تجربه‌های حرفه‌ای خود را بر نکته‌های مطرح‌شده از سوی نویسنده می‌افزود، به همین ملاحظه است. از یک مسئول ارشد رادیو چندی پیش شنیدم که می‌گفت فناوری‌های تازه مثل تلفن همراه و شبکه‌های اینترنتی امکان دسترسی به رادیو را افزون‌تر کرده است. حرف درستی است. اما گسترش امکان دسترسی را نباید با فزونی تعداد مخاطبان یکی فرض کرد. رادیو، بدون این وسیله‌های تازه هم به آسانی در دسترس است. می‌ماند اینکه ما به سلیقه، خواست و نیازهای مخاطبان تا چه حد نزدیک شویم.