



● علیرضا پویا

رئیس مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

باعث طرح پرسش‌های کلیشه‌ای، و یا انفعالی شود. مصاحبه کننده باید بداند که چرا میان افراد مختلف او برای گزارش یا مصاحبه انتخاب شده است.

- سردبیر و گزارشگر باید قبل از انجام مصاحبه و تهیه گزارش درباره موضوع مصاحبه و یا گزارش مطالعه کنند و پرسش‌ها را بر مبنای شناخت نسبی از موضوع و مصاحبه شونده‌ها تنظیم نمایند.

- گزارشگر باید فردی با تجربه، جذاب از نظر اجتماعی و حتی جسمانی باشد و در بین اکثریت مخاطبان مقبولیت نسبی داشته باشد. اگر چه تجربه و تسلط مصاحبه کننده گزارشگر تا حدی می‌تواند دیگر جنبه‌های یاد شده را تحت الشعاع قرار دهد. اما نباید از آراستگی و بهره‌مندی از پوشش متناسب با هنجارهای جامعه غفلت کرد. در بسیاری از مواقع افراد آراسته قدرت اقناع بیشتری دارند و در برقراری ارتباط موفق‌ترند.

- مصاحبه کننده و گزارشگر باید بتواند اعتماد مصاحبه شونده را جلب کند و ارتباط مناسبی با وی برقرار نماید. برای این منظور بهتر است گزارشگران از میان افرادی انتخاب شوند که ذهنی انعطاف پذیر داشته باشند، هر گونه غرور و برتر انگاری از

برنامه‌های گفت و گو محور، شامل انواع مصاحبه‌ها، گزارش‌ها، میزگردها، سخنرانی‌ها و... از جمله قالب‌هایی به شمار می‌روند که در ایام انتخابات از آن استفاده بیشتری می‌شود. اگر چه این گونه برنامه‌ها در مقایسه با دیگر ساختارهای برنامه‌ای از محبوبیت کمتری برخوردارند و مخاطبان بیشتر قالب‌هایی مثل فیلم و سریال، مسابقات تلویزیونی و نماهنگ را ترجیح می‌دهند، اما تجربه‌های جهانی نشان داده است که اگر این برنامه‌ها با پشتوانه پژوهشی مناسب و بر مبنای اصول کارآمد متقاعدسازی و به شیوه‌ای ابتکاری تهیه و پخش شوند می‌توانند تأثیرات عمیق-تری بر نگرش و رفتار مخاطبان داشته باشند. در این گزارش مختصر با مرور منابع و بهره‌گیری از اصول روانشناختی اقناع، «مجموعه راهکارهایی برای افزایش اثر بخشی مصاحبه‌های رادیو و تلویزیونی» (مصاحبه مردمی، مصاحبه با نامزدها، مصاحبه با کارشناسان و صاحب نظران و...) ارائه شده است.

**شرایط و ویژگی‌های مصاحبه کننده و گزارشگر**

- گزارشگر باید از موضوع و هدف مصاحبه یا گزارش اطلاع کافی داشته باشند، بی‌اطلاعی گزارشگر در این زمینه ممکن است

مصاحبه شونده‌ها به رسانه باعث همکاری بهتر آنان و در نهایت موجب افزایش اعتماد به رسانه خواهد شد.

### سوالات و محتوای مصاحبه

در اکثر مصاحبه‌ها و گزارش‌ها معمولاً چند سؤال مطرح می‌شود. اگر در طراحی این سؤال‌ها دقت کافی نشود، ممکن است در حین انجام مصاحبه و یا در مرحله تدوین (در مورد برنامه ضبط شده) مشکلات زیادی به بار آید. بی‌تردید محوری ترین بخش مصاحبه را پرسش‌های آن تشکیل می‌دهد، بنابراین تهیه‌کننده، سردبیر و یا گزارشگر باید بدانند که چرا این سوالات را مطرح کرده‌اند و از پاسخ آنها چه نتیجه‌ای را انتظار دارند. و در مصاحبه ترکیب سؤال‌ها باید ساده، روشن، صریح و فهمیدنی باشد و در آن موارد ذیل رعایت شود:

- واژه‌ها و اصطلاحات مورد استفاده باید متناسب با سطح فرهنگی - اجتماعی مصاحبه شونده باشد. تجربه نشان داده است که اکثر مصاحبه شونده‌ها تمایل دارند به هر سؤالی جواب دهند، ولی علاقه مند نیستند که بگویند سؤال را نفهمیده‌اند.

- پرسش‌های طولانی و مبهم که نیاز به تمرکز زیادی از طرف مصاحبه شونده دارند، روند مصاحبه را دچار مشکل می‌کنند و به هدف آن لطمه می‌زنند.

- پرسش‌های پیچیده و غامضی که مصاحبه شونده قبل از پاسخ دادن به آنها چندین مرحله با خود مرور می‌کند، نامطلوبند و غالباً به دادن اطلاعات غلط و گمراه کننده منجر می‌شوند.

سوی گزارشگر می‌تواند فضای عاطفی گفت و گو و مصاحبه را خدشه دار کند.

- مصاحبه کننده و گزارشگر باید از تهور کافی برای مواجهه با شرایط چالشی و مجادله آمیز برخوردار باشد و توان و ظرفیت کافی برای مدیریت یک مصاحبه یا گزارش مطلوب را داشته باشد.

### مصاحبه شونده‌ها

- برای ایجاد ارتباط نزدیک، هدفمند و اثر بخش، قبل از هر چیز باید طرف مصاحبه به نحو کامل شناسایی شود. زمینه تحصیلی، شغلی و موقعیت اجتماعی افراد نقش مهمی در کیفیت برقراری ارتباط و تعامل آنها ایفا می‌کند. بدون شناخت کافی افراد ممکن است فرایند برقراری ارتباط دچار اشکال شود.

- بهتر است بر مبنای ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی زمینه تخصصی افراد مصاحبه شونده از گزارشگران خاص استفاده شود و پرسش‌ها متناسب با ویژگی‌های مصاحبه شونده تنظیم شود. اگر مصاحبه شونده احساس کند که سوالات با زمینه تحصیلی شغلی و اجتماعی - فرهنگی او تناسبی ندارد و یا مصاحبه کننده توان اداره مصاحبه را ندارد، ممکن است از ادامه گفت و گو سرباز زند و یا ضمن در دست گرفتن ابتکار عمل، مصاحبه کننده را به انفعال وادارد.

- در همه موارد باید به مصاحبه شونده احترام گذاشت و تمام حقوق او از جمله حریم خصوصی وی حفظ شود. اطمینان



سردبیر و گزارشگر باید قبل از  
انجام مصاحبه و تهیه گزارش  
در باره موضوع مصاحبه و یا گزارش  
مطالعه کنند و پرسش‌ها را بر  
مبنای شناخت نسبی از موضوع و  
مصاحبه شونده‌ها تنظیم نمایند

باید در انتخاب مکان و فضای صحنه به نکات زیر توجه شود:  
 -انجام مصاحبه در محیط‌های شلوغ، مملو از هیاهو و دور از آرامش شرایط مصاحبه را دشوار می‌کند و ضمن ایجاد زحمت برای گزارشگر و مصاحبه‌شونده و افت کیفیت صدا، مخاطب را از شنیدن و یا تماشای برنامه باز می‌دارد؛ از این رو بهتر است فضای گفت‌وگو باز، زیبا، دلپذیر، دوستانه و متناسب با منزلت اجتماعی و زمینه تخصصی مصاحبه‌شونده باشد.  
 -پس زمینه نقش مهمی در القای غیر مستقیم پیام و تداعی ذهنی دارد. پیام یک مصاحبه را می‌توان با یک پس زمینه زیبا و عاطفی و احساسی به صورت مطلوب‌تر و جذاب‌تری ارائه داد.

-همانطور که گفته شد قبل از انجام مصاحبه باید هدف آن تعریف شده، مشخص و دقیق باشد؛ بر این اساس می‌توان از پرسش‌هایی که ویژگی جهت دهنده و هدایت کننده دارند استفاده کرد. این پرسش‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که جواب‌های مطلوب را در دهان پاسخ دهنده بگذارند. اگر پاسخ منفی یا مثبت مطلوب باشد، پرسش نباید به نحوی مطرح شود که گفتن آری را از نه و یا برعکس آسان‌تر سازد. با این حال در طرح این نوع پرسش‌ها باید دقت کافی داشت. اگر مصاحبه‌شونده یا مخاطبان برنامه دست مصاحبه‌گر را بخوانند، آنچه که مطلوب است رخ نخواهد داد.



### محوری ترین بخش مصاحبه را پرسش های آن تشکیل می دهد، بنابراین تهیه کننده، سر دبیر و یا گزارشگر باید بداند که چرا این سوالات را مطرح کرده است و از پاسخ آنها چه نتیجه ای را انتظار دارد

-هر قدر فضای مصاحبه طبیعی به نظر آید، تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت. بنابراین ازدحام افراد در محل مصاحبه باعث از بین رفتن تمرکز مصاحبه کننده و مصاحبه شونده می‌شود و حرکاتی را که افراد متفرقه برای جلب توجه انجام می‌دهند، حواس پرتی مخاطبان و قطع فرایند انتقال پیام را در پی خواهد داشت.

-در انتخاب پس زمینه ها باید از قانون «شکل و زمینه» بهره جست. بدین معنی که زمینه باید به گونه‌ای انتخاب شود که شکل (مصاحبه شونده) در کانون توجه قرار گیرد.  
 -در مصاحبه‌های استودیویی می‌توان از دکور و فضای صحنه‌ای مناسب استفاده کرد. امروزه با گسترش فناوری، می‌توان متناسب با موضوع مصاحبه از دکور مجازی استفاده کرد.  
 -در مصاحبه‌های طولانی خارج از استودیو که اغلب مونولوگ‌اند، برای یکنواختی و خسته کننده نبودن فضای صحنه باید خلاقیت به خرج داد؛ به طور مثال در فیلم مستندی، مصاحبه در درون اتومبیلی که در حال حرکت بود، انجام شده بود و پس-زمینه آن مناظر طبیعی زیبا بود؛ در چنین مواردی تمهیدات فنی از اهمیت فوق العاده برخوردار است.

-پرسش‌هایی که درباره موضوعات مجادله برانگیز و اختلافی مطرح می‌شوند، بهتر است به اجزا و عناصری مجزا از یکدیگر تجزیه شوند، به طوری که سؤال کننده احساسات و عواطف پاسخگو را درباره جنبه‌های مختلف مسئله تشخیص دهد. این موضوع در مورد مصاحبه‌های استودیویی با کارشناسان، متخصصان و حتی نامزدهای ریاست جمهوری اهمیت بیشتری دارد.

-هدف از طرح سؤال کشف میزان شدت احساس، عقیده و یا نگرش است. بر این اساس بهتر است سؤال به شیوه‌ای تدوین شود تا میزان گرایش‌ها و احساسات نسبت به موضوع منعکس شود؛ بنابراین به جای استفاده از «آیا» در ابتدای جملات پرسشی، بهتر است از کلمات استفهامی مانند: چرا، چه، چگونه، چه موقع و.... استفاده کرد.

### مکان و فضای صحنه‌ای مصاحبه

اگر چه در بسیاری از مصاحبه‌ها، به ویژه مصاحبه‌های مردمی، به مکان گفت و گو توجه جدی نمی‌شود اما توجه به این امر می‌تواند نقش مؤثری در شکل گیری رابطه حرفه‌ای بین مصاحبه‌شونده و مصاحبه‌گر داشته باشد و به تأثیرگذاری پیام کمک کند. بنابراین

مهم ترین هدف در هر نوع  
ارتباط جلب توجه مخاطب است؛  
بنابراین گزارشگر یا مصاحبه  
کننده باید از مجموعه توانایی  
خود برای جلب توجه مخاطبان  
بهره گیرد. مجموعه ایما و  
اشارات (زبان تن Body  
Language)، شیوه های ابتکاری  
انجام مصاحبه و لحن صدا از جمله  
امکاناتی محسوب می شوند که  
می توان از آنها برای جلب توجه  
استفاده کرد



### بایدها و نبایدهای حین مصاحبه

مهم ترین هدف در هر نوع ارتباط جلب توجه مخاطب است؛ بنابراین گزارشگر یا مصاحبه کننده باید از مجموعه توانایی خود برای جلب توجه مخاطبان بهره گیرد. مجموعه ایما و اشارات (زبان تن Language Body)، شیوه های ابتکاری انجام مصاحبه و لحن صدا از جمله امکاناتی محسوب می شوند که می توان از آنها برای جلب توجه استفاده کرد.

- معمولاً افراد خونسرد، آرام متین و همدل توانایی بیشتری برای برقراری ارتباط و جلب اعتماد افراد دارند و قدرت اقتناع آنها بیشتر است؛ پس گزارشگر باید در حین انجام مصاحبه آرام باشد و در هر شرایطی خونسردی و آرامش خود را حفظ کند.

- گاهی برخی مسائل مربوط به فضای صحنه و عوامل فنی، باعث ایجاد اضطراب در گزارشگر می شود. گزارشگر باید توجه داشته باشد که هر نوع واکنش او بر روی مخاطبان تأثیر می گذارد. بنابراین حرکات و اشارات نابجا، گریزهای چشمی و... می تواند به قطع رابطه مخاطب با رسانه بیانجامد.

- گوش دادن یک مهارت مهم در گفت و گو و برقراری ارتباط دو جانبه است. گزارشگر باید از این مهارت برخوردار باشد. گوش دادن فعال به معنی درک صحبت های طرف مقابل و

واکنش های مناسب در گفتار و رفتار است.

- در هنگام مصاحبه ممکن است شرایطی پیش آید که برخی موضوعات به مجادله و چالش کشیده شود؛ در این هنگام مصاحبه کننده باید ضمن پرهیز از برخورد احساسی، با تغییر سؤال، توضیح و تبیین ابعاد موضوع، مصاحبه را به سوی آرامش هدایت کند. با این حال باید توجه داشت که وجود اندکی چالش می تواند بر جذابیت برنامه بیافزاید.

- گزارشگر یا مصاحبه کننده باید همواره نسبت به وقت برنامه مصاحبه شونده حساسیت کافی را داشته باشد. بهتر است پرسش ها بر مبنای وقت برنامه و ویژگی های مصاحبه شونده تنظیم شود و از اطاله کلام که در نهایت به قطع سخن مصاحبه شونده می انجامد، جلوگیری شود.

- در مصاحبه های استودیویی، به ویژه در گفت و گو با کارشناسان و متخصصان، بهتر است به جای استفاده از مصاحبه های سازمان یافته، از مصاحبه هایی که به لحاظ ساختاری آزادترند، بهره جست. در این روش مصاحبه کننده روند مصاحبه و پرسش ها را از پیش تعیین نمی کند، بلکه با شروع بحث، سؤال- های مصاحبه کننده، متناسب با محتوای پاسخ های مصاحبه شونده شکل می گیرد. در این نوع مصاحبه در طرح سؤال ها

همواره باید دو شرط ملحوظ شود. اول آنکه فکر مصاحبه شونده قدم به قدم دنبال شود؛ دوم آنکه از کجروی فکری او جلوگیری شود، در این نوع مصاحبه‌ها مصاحبه کننده باید فردی آگاه، مسلط به موضوع بحث و دارای سرعت انتقال زیاد باشد.

### مصاحبه های تلفنی و تله کنفرانس

در مصاحبه تلفنی و تله کنفرانس، قبل از هر چیز باید از دقت و صحت تجهیزات اطمینان حاصل کرد. قطع صدا یا تصویر، وجود نویز در صدا و تصویر و برخی اشکالات فنی می تواند به شکل - گیری ارتباط بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده خدشه وارد سازد.

- باید اطمینان حاصل کرد که مصاحبه شونده در شرایط مناسبی برای انجام مصاحبه به سر می برد؛ مصاحبه تلفنی با افراد در مهمانی ها، در حال رانندگی و... نمی تواند چندان مطلوب باشد.

- در مصاحبه های تلفنی رادیویی باید مصاحبه کننده در فواصل کوتاه نسبت به صحبت های مصاحبه شونده واکنش نشان دهد تا مصاحبه شونده احساس کند که طرف مقابل به صحبت های او توجه نشان می دهد و او متکلم و حده نیست.

- در مصاحبه های تلفنی و تله کنفرانس هایی که با بیش از یک نفر مصاحبه می شود، مصاحبه کننده باید نام افراد را به خاطر بسپارد تا در خطاب کردن مصاحبه شونده ها دچار اشتباه نشود.

- در تله کنفرانس های تصویری مصاحبه کننده باید بداند که مصاحبه شونده تصویر او را می بیند؛ بنابراین باید از پرداختن به کارهای دیگر بپرهیزد و به دوربین نگاه کند.

- در مصاحبه های تلفنی دقت و صراحت سؤال اهمیت بیشتری دارد؛ بنابراین پرسش ها اطلاعات رد و بدل شده باید به گونه ای باشد که مخاطب بتواند صرفاً از طریق گوش دادن آنها را درک کند.

### مصاحبه گر به عنوان نماینده وجدان عمومی جامعه

مصاحبه مربوط به انتخابات، مصاحبه های خاص به شمار می - روند. بدین معنا که مصاحبه گر برخلاف دیگر مصاحبه ها، خود یک طرف ماجرا محسوب نمی شود، بلکه او صرفاً ایفاگر نقش واسطه بین نامزدهای ریاست جمهوری و مردم است. بنابراین رویکرد اصلی این است که این گونه مصاحبه ها را علاوه بر دارا بودن جنبه های فنی زیبا شناسانه و رسانه ای، که بسیار مهم - اند، از نگاه مردم بر گزار کنیم. در این رویکرد باید ملاحظات زیر مدنظر قرار گیرند:

- نگاه مردم ایران به مقوله ای به نام عدالت حساس است؛ اما از آنجایی که تعریف نظری عدالت نه مقبول و نه به آسانی میسر است، کمترین حد انتظار مردم رعایت مقوله بی طرفی است. یعنی

چنانکه مصاحبه گر نقش واسطه و نمایندگی وجدان عمومی جامعه را به فراموشی بسپارد و خواسته یا ناخواسته از یک اندیشه، موضوع و رفتار شخص خاص جانبداری کند، به سرعت آثار منفی خود را بر مخاطبان خواهد گذاشت.

- مصاحبه گر و مصاحبه شونده باید ابتدا خود را به زبان مشترک نزدیک کنند. این زبان مشترک است که در طول مصاحبه دو طرف ماجرا به آن استناد و مراجعه می کنند. بدون وجود این سنگ بنا که اصول هماهنگ کننده دو طرف بر آن بنا می شود، ممکن است در هر لحظه مصاحبه شونده و مصاحبه کننده را از محور اصلی منحرف و مصاحبه را دچار آشفتگی محتوایی کند، به طوری که چیزی گفته شود، اما چیز دیگری از آن مراد باشد.

- تسلط کافی و وافی مصاحبه گر به زبان مردم، کاربرد درست واژگان همه فهم، پرهیز از آوردن عبارات طولانی، مبهم و پیچیده و تأویل برانگیز استفاده از آمار و ارقام، ارائه شاهد مثال و ارجاع به سخنان رسمی مصاحبه شونده می تواند جذابیت مصاحبه را بیشتر کند.

- ایجاد فضای همدلی و مردمی می تواند مصاحبه شونده را خیلی زود خودمانی کند و زمینه اعتراف به برخی خطاها و نادرستی ها را فراهم نماید. گرفتن اعتراف های ضمنی از مصاحبه شونده می تواند در مردم اثر جدی داشته باشد.

### قابلیت سیاسی مصاحبه گر

انتخابات ریاست جمهوری پدیده ملی است و مصاحبه گر هم نباید با آن برخوردی غیر ملی داشته باشد. او ممکن است به لحاظ شخصیت حقیقی دارای گرایشی خاص باشد که این امری طبیعی است. اما مهم این است که ضمن حفظ گرایش ها و باورهای خاص خود، در طول مصاحبه تمام هم و غم خود را صرف کمک به بیشتر رساندن حد مشارکت سیاسی مردم و انتخاب برتر نماید و این همان تحقق وجه ملی انتخابات ریاست جمهوری است.

- اشراف مجری و مصاحبه گر به مسائل سیاسی و به ویژه داشتن دانش سیاسی ضروری است. وی باید به طور دقیق با اصول قانون اساسی به عنوان میثاق مشترک ملت و مسئولان آشنا باشد. (مثل گزاشگران مسلط فوتبال که به قواعد این بازی اشراف دارند). در قانون اساسی مطالبات مردم، حقوق مردم و وظایف حکومت روشن شده است. مصاحبه گر می تواند با این محک میزان انطباق شعارها، برنامه ها و رفتار نامزدهای انتخاباتی را با قانون اساسی بسنجد. واقعی یا غیر واقعی بودن شعارها و برنامه های ارائه شده از سوی نامزدها با این محک برای مردم ملموس تر می شود.

