

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مصاحبه رادیویی

جیم بیمن

ترجمه: احمد ارژمند

تحقیق و توسعه رادیو

آذر ۱۳۸۳

تهران

Beaman, Jim

بیمن، جیم، ۱۹۵۹-م

مصاحبه رادیویی / جیم بیمن؛ ترجمه احمد ارژمند؛ ویراستار
معصومه رحمتی؛ برای اداره کل تحقیق و توسعه صدا. - - تهران: طرح
آینده، ۱۳۸۳.

ص. ۲۵۸

ISBN: 964-95156-9-0 ریال ۲۵۰۰۰ بها:

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیفا.

Interviewing for radio, 2000.

عنوان اصلی:

واژه نامه.

کتابنامه: ص. ۲۴۴-۲۴۵.

۱. مصاحبه رادیویی. الف. ارژمند، احمد، مترجم، ۱۳۳۰-.

ب. رحمتی امین، معصومه، ویراستار، ۱۳۴۶- ج. صداوسیما جمهوری
اسلامی ایران. اداره کل تحقیق و توسعه صدا. د. عنوان.

۷۹۱/۴۴۰۲۸

PN ۱۹۹۱/۸/۶پ۹

۱۳۸۳

م ۸۳-۳۰۳۷۵

کتابخانه ملی ایران



نام کتاب: مصاحبه رادیویی

نویسنده: جیم بیمن

مترجم: احمد ارژمند

ویراستار: معصومه رحمتی

حروف نگار: سعیده صولتی

ناشر: طرح آینده

شماره پژوهش: ۴۳۸

تاریخ انتشار: آذر ۱۳۸۳

شمارگان: ۲۰۰۰ جلد

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان جام جم، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران،

نمبر: ۲۰۵۳۲۰۲

تلفن: ۲۱۶۷۷۰۸

ساختمان شهدای رادیو

هر گونه استفاده کلی منوط به اجازه کتبی از اداره کل تحقیق و توسعه صدا می باشد.

فهرست مطالب

مقدمه مترجم	یک
پیش‌گفتار	سه
فصل اول: تولد مصاحبه رادیویی	۱
فصل دوم: نقش مصاحبه رادیویی و منظور از آن	۹
فصل سوم: رهنمودها	۲۹
فصل چهارم: راهنمایی متخصصان	۶۳
فصل پنجم: راهنمایی‌های فنی	۷۷
فصل ششم: پیش از مصاحبه	۹۷
فصل هفتم: در هنگام مصاحبه	۱۲۷
فصل هشتم: بعد از مصاحبه	۱۹۵
فصل نهم: تحلیل مصاحبه‌ها	۲۱۷
فصل دهم: اطلاعات	۲۲۹
واژه‌نامه تخصصی	۲۴۳

فهرست تفصیلی مطالب

- فصل اول: تولد مصاحبه رادیویی ۱
- فصل دوم: نقش مصاحبه رادیویی و منظور از آن ۹
- چه عواملی مصاحبه‌ای معمولی را به مصاحبه‌ای به یاد ماندنی تبدیل می‌کنند؟ .. ۱۱
 - چرا افرادی می‌پذیرند که در رادیو با آنان مصاحبه شود؟ ۱۱
 - چرا افرادی از مصاحبه شدن در رادیو سر باز می‌زنند؟ ۱۲
 - از مصاحبه‌ها در کجا و چگونه استفاده می‌کنند؟ ۱۳
 - طبقه‌بندی مصاحبه‌ها ۱۵
 - چه کاری در رادیو بهترین است؟ ۱۷
 - تمرین‌های مقدماتی برای اندیشیدن درباره آنچه می‌شنوید ۱۷
 - قش مصاحبه‌گر ۱۹
 - انواع مصاحبه‌گر ۲۲
 - نقش مصاحبه‌شونده ۲۷
- فصل سوم: رهنمودها ۲۹
- دستورالعمل اتحادیه ملی خبرنگاران (ان یو جی) ۲۹
 - دستور چه می‌گوید ۲۹
 - مصاحبه در بی‌بی‌سی ۳۱
 - قواعد اجرای مصاحبه‌ها ۳۲
 - معیارهای پخش ۳۴
 - اظهار نظر پخش‌کنندگان ۳۶
 - یافته هیئت معیارهای پخش ۳۷
 - نکته‌ها و اخلاقیات مصاحبه‌گری ۳۷

- ۴۷ - افترا
- ۵۱ - دستورالعمل سال ۱۹۸۳ نمایندگی مردم
- ۵۳ - ایمنی شخصی- رهنمودهای عمومی
- ۵۴ - تهدید قهر
- ۵۵ - مصاحبه با جنایتکاران
- ۵۶ - مصاحبه با کودکان و مصاحبه در مدارس
- ۵۸ - مصاحبه های جلوی در (کمینگاهی)
- ۶۰ - مصاحبه با تظاهرکنندگان
- ۶۱ - ضبط پنهانی

فصل چهارم: راهنمایی متخصصان ۶۳

- ۷۷ - فصل پنجم: راهنمایی های فنی
- ۷۸ - تجهیزات عملیاتی دستی
- ۸۴ - انتخاب ضبط صوت
- ۸۵ - نوار، کاست ها و لوح ها
- ۸۶ - انتخاب و استفاده از میکروفون ها
- ۸۹ - خودروی رادیویی
- ۹۰ - استودیوهای راه دور
- ۹۰ - تلفن ها و خطوط زمینی
- ۹۱ - استودیوهای ایستگاه رادیویی
- ۹۴ - پاک کن توده ای مغناطیسی
- ۹۴ - اتاق خبر و دفتر تولید
- ۹۴ - پیشگیری های ایمنی

فصل ششم: پیش از مصاحبه ۹۷

- منابع موضوعات ۹۷

- اطلاعیه‌های مطبوعاتی ۹۸

- نقطه تمرکز روی موضوع را چگونه انتخاب کنیم؟ ۱۰۰

- طراحی مصاحبه ۱۰۱

- مدیریت زمان ۱۰۳

- انتخاب شرکت‌کننده ۱۰۳

- آنچه مصاحبه‌شونده شما نیاز دارد بداند ۱۰۶

- تحقیق ۱۰۹

- در خلاصه تحقیق چه مواردی باید لحاظ شود؟ ۱۱۲

- تشخیص خطر ۱۱۴

- برگه تشخیص خطر ۱۱۶

- پرسیدن سوالات ۱۱۹

- انواع سؤال ۱۲۲

فصل هفتم: در هنگام مصاحبه ۱۲۷

- اولین تأثیرات ۱۲۷

- ملاقات و احوال‌پرسی ۱۲۸

- در استودیو ۱۲۹

- مصاحبه‌های استودیویی زنده ۱۳۰

- مصاحبه‌های استودیویی ضبط‌شده ۱۳۲

- ضبط در محل ۱۳۲

- ضبط در فضای باز ۱۳۳

- برقرار کردن سطح صدا ۱۳۴

- ضبط در فضای بسته ۱۳۴

- ۱۳۶ - ضبط مصاحبه.....
- ۱۳۹ - مصاحبه‌های زنده در محل.....
- ۱۴۰ - چگونه از مصاحبه‌شونده بهترین پاسخ‌ها را به دست آورید.....
- ۱۴۱ - برآمدن از عهده مصاحبه‌شوندگان سرسخت.....
- ۱۴۸ - مصاحبه‌های مطبوعاتی.....
- ۱۵۰ - هجوم رسانه‌ها.....
- ۱۵۲ - نمایندگان مصاحبه‌گر.....
- ۱۵۴ - مصاحبه با افرادی در موقعیت‌های رسمی.....
- ۱۵۷ - سروکله زدن با جمع مردم.....
- ۱۵۸ - مصاحبه با شخصیت‌ها.....
- ۱۶۲ - مصاحبه با بستگان و دوستان.....
- ۱۶۳ - مصاحبه همراه با مترجم همزمان.....
- ۱۶۳ - شیوه‌های مصاحبه‌گری برای مستندها.....
- ۱۶۶ - مصاحبه برای برنامه‌های ویژه.....
- ۱۶۷ - مصاحبه برای تدوین.....
- ۱۶۸ - مصاحبه برای «قطعه‌ها».....
- ۱۶۹ - مصاحبه برای «لقاف».....
- ۱۷۰ - مصاحبه برای «بسته‌ها».....
- ۱۷۳ - تاریخ شفاهی.....
- ۱۷۷ - مصاحبه برای برنامه‌های مجله‌ای.....
- ۱۷۸ - مصاحبه‌های زنده‌نما.....
- ۱۸۰ - ترتیب مصاحبه.....
- ۱۸۳ - مصاحبه با تماس‌گیرندگان تلفنی.....
- ۱۸۶ - مصاحبه از طریق ماهواره یا استودیوی راه دور.....
- ۱۸۷ - مصاحبه از طریق خودروی رادیویی.....

۱۸۸ -چیدن صندلی برای بحث یا مناظره.

۱۹۰ - مصاحبه‌های «صدای توده».

۱۹۵ فصل هشتم: بعد از مصاحبه .

۱۹۵ - بعد از پایان یافتن مصاحبه کارهای دیگری باید انجام شود.

۱۹۵ - بازپرورش‌ها.

۱۹۶ - بازشنوی

۱۹۷ - تدوین

۲۰۲ - انتخاب تکه‌ها

۲۰۳ - مدیریت

۲۰۳ - نوشتن متن گفتار معرفی برای مصاحبه.

۲۰۵ - نوشتن برای پخش زنده

۲۰۷ - نوشتن برگه گفتار معرفی

۲۰۷ - متن معرفی مصاحبه

۲۰۹ - اجرا

۲۱۱ - مشکلات معمول.

۲۱۲ - واژگان

۲۱۲ - کلیشه‌ها

۲۱۳ - تلفظ

۲۱۳ - دقت

۲۱۴ - ارزیابی خود

۲۱۵ - سؤالات کلی

۲۱۷ فصل نهم: تحلیل مصاحبه‌ها.

۲۲۲ - مصاحبه زراعی.

۲۲۳ - چاه‌های تانبریج.

۲۲۵ - آلیس در سرزمین باشگاه‌ها.

۲۲۹ فصل دهم: اطلاعات

۲۲۹ - شورای آموزش خبرنگاری رادیو تلویزیونی

۲۲۹ - رهنمودهایی برای دوره‌های آموزشی طالب گواهینامه

۲۳۰ - دوره‌های مورد تأیید بی‌جی‌تی‌سی

۲۳۳ - خواندنی‌هایی که توصیه شده است

۲۳۴ - وبگاه‌های مفید

۲۳۵ - نشانی‌های مفید

۲۳۷ - گوش‌دادنی‌هایی که پیشنهاد می‌شود

۲۳۹ - مراجع

۲۴۳ واژه‌نامه تخصصی

مقدمه مترجم

ثبت کردن روزانه تجربیات کاری و مرور بر آنها ضمن پخته‌تر شدن افکار و رفتارها و عادات در طول زمان هم تأثیر بازخوردی مثبت روی مهارت‌ها دارد و موجب تکمیل و اصلاح آنها می‌شود، هم اطلاعات مفیدی را فراهم می‌آورد که وقتی به نیت انتقال تجارب به دیگران دسته‌بندی و مرتب می‌شوند متن با ارزش و ماندگاری به دست می‌دهند. کتاب حاضر حاکی از چنین عادت پسندیده‌ای است که محصول تجارب طولانی یکی از رسانه‌گران با تجربه بی‌بی‌سی را با بیانی روشن عرضه می‌کند.

وقتی برای اولین بار این کتاب در نمایشگاه کتاب تهران در سال ۱۳۸۰ عرضه شد، به یاد روزهایی افتادم که در بدو ورود به رادیو در اسفندماه سال ۱۳۵۷ حریصانه در پی متون و کتاب‌های راهنمایی بودم که به کمک آنها هم بتوان طرز کار دستگاه‌های فنی را به نحو صحیح فراگرفت هم تجارب برنامه‌سازی رادیویی را و هیچ‌گاه متن منقح و معتبری که حتی گزارش تجارب رادیوگران خودمان باشد نصیب نشد. یادش سبز آقای محسن مخملباف که در آن ماه‌های نخستین سال پیروزی انقلاب— که بسیاری از برنامه‌سازان قبلی رادیو جای خود را به افراد تازه‌کاری مثل من داده بودند که در گیرودار انقلاب به رادیو دعوت شده بودیم— با قلم روان و گاه کلام صمیمی خود با برنامه‌ها همکاری می‌کرد، با چندبار مصاحبه‌ای که برای برنامه‌ها تهیه کرد، با کمک ذهن فعال و موشکاف و روحیه سازمان‌دهی که داشت اولین دستور کار تهیه

مصاحبه‌های رادیویی را برای نورادیویی‌ها در طوماری نوشت و به رادیو اتاق برنامه‌سازان دیوار در ساختمان ۱۵ خرداد نصب کرد. در طول سال‌های خدمت در رادیو و دیگر قسمت‌های سازمان همواره جای چنین متن‌هایی را خالی می‌دیدم.

با فعال شدن واحد تحقیقات برنامه‌ای در رادیو فضای مناسبی برای تأمین و تولید این قبیل متون هم ایجاد شد، و وقتی من با این کتاب مواجه شدم مناسب دیدم که آن را برای ترجمه شدن به معاونت محترم صدا معرفی کنم و بابتی شود برای منتقل کردن این قبیل تجارب رادیوگران قدیمی و موفق امروز جهان و طبعاً بومی‌سازی آنها. متعاقباً توفیق ترجمه اثر نصیب خود من شد که با علاقه این دعوت را پذیرفتم و امیدوارم توانسته باشم با حفظ امانت و رعایت ظرایف مطالب متنی روان و قابل استفاده در اختیار بگذارم. آرزو می‌کنم روزی حاصل تجارب رادیوگران موفق خودمان که در شرایط جامعه خودمان به دست آمده تدوین و در اختیار علاقه‌مندان گذاشته شود.

احمد ارژمند

اردیبهشت ۱۳۸۲

پیش‌گفتار

ممکن است مصاحبه‌گران رادیویی با تجربه چندان چیز جالب توجه یا عملی در این صفحات نیابند. امید است وقتی به توصیه خوبی برمی‌خورند یا به تجاربی مشابه تجارب خودشان می‌رسند، به نشان قبول سری تکان دهند. برای کسب مهارت در مصاحبه‌گری رادیویی هیچ جایگزینی به جای تجربه پیدا کردن وجود ندارد، اما بالاخره همه مجبوریم از جایی شروع کنیم. من، مانند بسیاری دیگر، شادی‌ها و اندوه‌های مصاحبه‌کردن را با اجرای عملی آن آموختم. در آن روزهای آغاز کار کردن در خبر و تولید برنامه، از هر راهنمایی یا واکنشی درباره عملکردم از طرف گویندگان با تجربه‌تر استقبال می‌کردم. آفت تجربه این است که انسان ممکن است به عادات بد بلغزد، بنابراین فکر می‌کنم مهم است آنقدر فروتن باشیم که بازخورد صادقانه کسانی را که به ما راوری آنان اعتماد داریم برانگیزیم، حتی اگر فکر می‌کنیم می‌توانیم کار را چشم بسته انجام دهیم.

هدف این کتاب این است که برای روزنامه‌نگارانی که می‌کوشند مهارت خود در فن مصاحبه‌گری برای رادیو را رشد دهند به‌عنوان نوعی پشتیبان و به‌عنوان راهنمایی برای اجرای خوب عمل کنند. در این کتاب نه اسرار تکان‌دهنده‌ای فاش می‌شود نه قواعد سفت و سختی وجود دارد، بلکه پیشنهادها بسیار عرضه می‌شود.

بسیاری از کلمات خردمندانه‌ای که در اینجاست حاصل تجارب همکاران حرفه‌ای در رادیو، آموزش عمومی و آموزش تخصصی رادیوست. شما بدون تردید در خواهید یافت که چه چیز به کارتان می‌آید، اقتضات طبیعت خودتان را رشد خواهید داد و شگردهای خاص خودتان را اعمال خواهید کرد.

این کتاب درباره مصاحبه‌گری برای رادیوست و مرزی میان مصاحبه‌گری برای اخبار و مصاحبه‌گری برای برنامه‌ها، مگر برای رویه‌های خاص، ترسیم نمی‌کند. به همان نحو، تمایزی میان روزنامه‌نگاری که برای اخبار مصاحبه می‌کند و آن که برای برنامه‌ها مصاحبه می‌کند قائل نمی‌شود. تمام مصاحبه‌هایی که پخش می‌شوند محصول روزنامه‌نگاری‌اند خواه درباره موضوعی دارای اهمیت ملی باشند، خواه فقط برای سرگرمی. هر کس که مصاحبه‌ای را برای پخش اجرا می‌کند، چه از تحریریه خبر باشد و خود را روزنامه‌نگاری جدی تلقی کند، چه مجری جنگ بامدادی باشد که ترجیح می‌دهد خود را سرگرم‌کننده بیندارد، ملاحظات اخلاقی و حرفه‌ای یکسانی در کار خود اعمال می‌کند.

بعضی از کارآموزان روزنامه‌نگاری طبیعتاً از روبه‌رو شدن با مردم و مجبور بودن به پرسیدن سؤالاتی از آنان مضطرب می‌شوند. کارآموزی به من گفت که وقتی برای اجرای اولین مصاحبه‌اش می‌رفت آنقدر عصبی بود که فراموش کرده بود با مصاحبه‌شونده‌اش دست بدهد. بعضی از کارآموزان روزنامه‌نگاری از آهنگ صدای خود نگران‌اند، یا اینکه وقتی کار با دستگاه ضبط شروع می‌شود آیا به نظر خواهد رسید که می‌دانند چه باید بکنند، یا آیا سؤالاتشان ابلهانه جلوه نخواهد کرد، یا آیا سؤالات درستی خواهند پرسید؛ آنان نگران آن هستند که مصاحبه‌شونده درباره آنان چه خواهد اندیشید. دیگر روزنامه‌نگارانی که همان واقعه را پوشش می‌دهند درباره عملکرد او چه

پیش‌گفتار پنجم

داوری‌ای خواهند داشت، وقتی کار اشکال پیدا کند چگونه از پس آن بر خواهند آمد؟ آنها می‌خواهند یاد بگیرند که چگونه بر نگرانی خود در هنگام پاسخ به تماس تلفنی سرد افراد کاملاً بیگانه غلبه کنند، چگونه به سردبیر خود بگویند که موضوع صدای توده‌ای که برای ضبط مصاحبه درباره آن اعزام شده بودند اتلاف وقت بوده چون تنها پاسخ‌هایی که توانسته‌اند از حاضران بگیرند جمله «کی به فکر است» بوده، و چگونه می‌توانند مصاحبه‌شونده‌ای را از زیاد صحبت کردن باز دارند.

امیدوارم این کتاب مقداری از دانستگی‌هایی را که آنان برای تقویت اعتماد به نفس و نگرش مثبت نیاز دارند فراهم کند و مقداری از اضطراب آنان را هنگام مصاحبه کردن با افراد کاملاً غریبه کاهش دهد.

مصاحبه کردن برای رادیو چالشی جذاب و رونق‌بخش زندگی است، بنابراین بکوشید از آن لذت ببرید.

تولد مصاحبه رادیویی

پخش برنامه‌های رادیویی در انگلستان از سال ۱۹۲۲ آغاز شد، اما تا سال‌ها پس از آن «مصاحبه رادیویی» برنامه‌ای ناشناخته بود. روزنامه‌ها و فیلم‌های خبری سینمایی^(۱) از مصاحبه به‌عنوان روشی برای استخراج خبر استفاده می‌کردند، یا آن را هنگام گزارش جزئیات یک واقعه به کار می‌بردند، اما رادیو هنوز از آن بهره نمی‌برد. در نخستین روزهای سخن‌پراکنی رادیویی، بخش کلامی عمدتاً شامل صحبت^(۲)، سخنرانی^(۳)، تفسیر و گزارش بود. بخش‌های خبری با استفاده از متونی تنظیم می‌شدند که مواد آن را نمایندگی‌های خبری فراهم می‌آوردند. این بخش‌ها فاقد هرگونه گزارش صوتی یا مصاحبه بودند.

با این حساب مصاحبه رادیویی از چه زمان و چگونه روی امواج رادیویی انگلستان حاضر شد؟ ذخایر آرشیوی می‌توانند تاریخ و مکان اولین پخش عمومی رادیویی را به ما بگویند، همچنین این را که اولین نطق انتخاباتی در چه زمانی از رادیو پخش شد، یا اولین بار در چه تاریخی اخبار را گوینده زن قرائت کرد، اما درباره اینکه اولین مصاحبه برای پخش رادیویی را چه کسی

1. Cinema Newsreel

2. Talk

3. Speech

اجرا کرد، موضوع بحث چه بود، یا مصاحبه‌شونده چه کسی بود اطلاعاتی در دست نیست. اگر هم چیزهایی به صورت مصاحبه تهیه شده بوده، به نظر نرسیده آنقدر ارزش داشته باشند که لازم باشد آرشیو شوند یا مشخصات آنها ثبت شود.

عاقبت قالب مصاحبه تشخیص یافت، اما این تولد رویداد پرزحمتی بود که به نظر می‌رسد با فراهم آمدن زمینه‌های تجارب برخی از پیشگامان بخش رادیویی در قسمت‌های مختلف بی‌بی‌سی اندک اندک امکان وقوع یافته باشد. دستینه بی‌بی‌سی^(۱) چاپ سال ۱۹۳۱ که عملکرد و پیشرفت‌های بخش رادیویی در آن سال را گزارش کرده است تا اندازه‌ای روشن می‌کند که چگونه رادیوی کلامی، به خصوص در «بخش صحبت»^(۲) آرام‌آرام تا این مقدار را اجازه می‌دهد که بحث بین افرادی با دیدگاه‌های متفاوت از رادیو بخش شود. در فصل «مخالف علمی مهم»^(۳) آمده است:

با لغو ممنوعیت بخش جدل^(۴) توسط وزیر پست، بی‌بی‌سی اولین تجارب خود را در قالب مباحثه و مناظره آغاز کرد.

فصل مذکور در ادامه توضیح می‌دهد که چگونه:

شیوه مباحثه تند و پرسروصدا برای موضوعات مشخص و ساده که در آنها دیدگاه‌های له و علیه روشن است مزیت دارد؛ و بحث‌هایی که به صورت گفت‌وگو میان دو یا سه نفر باشد برای انتقال صحبت‌های مفید در فضای آرام‌تری مثل بعدازظهر مناسب است.

چند سال بعد، رشته اصلی بخش صحبت، یعنی بحث رادیویی، تغییر مهمی را از سر گذراند. مناظرات پالبداهه نانوشته روزهای اول، به سمت مباحثات پیچیده و گاه نامفهوم میان استادان برجسته تمایل پیدا کرد که مرتباً به وسیله

1. *BBC Handbook*

2. Talks Department

3. The Important Symposiums

4. Controversy

حاضران قطع و از مسیر خود منحرف می‌شد. بنابراین بی‌بی‌سی تصمیم گرفت مجری مجربی تعیین کند تا آنان را در برابر میکروفون با یکدیگر مرتبط و همچون داور عمل کند و بحث را بدون آنکه خود عملاً وارد آن شود میان حاضران بگرداند و اظهارات را قابل فهم کند. بعدها که ظرفیت این شیوه توسعه یافت، مدیر استودیو^(۱) به مصاحبه‌گری تبدیل شد که با سؤالات خود مباحثه را شکل می‌داد و حول موضوع نگاه می‌داشت.

طی دهه ۱۹۳۰ تا بعد از جنگ جهانی دوم، تقریباً تمام گفتارهای رادیو زنده و الزاماً از روی نوشته^(۲) بود. می‌شد چنین استدلال کرد که با داشتن نوشته می‌توان آنچه را قرار است گفته شود تضمین نمود. همواره این خطر وجود داشت و دارد که افرادی که سابقه شرکت در مصاحبه را نداشته‌اند وقتی نوبت سخن گفتن آنان شود از اظهارنظر بازمانند. برنامه‌هایی مانند نظاره در شهر^(۳) که مایکل استندینگ^(۴) آن را عرضه می‌کرد و از سطح خیابان‌های لندن پخش می‌شد و امشب در شهر^(۵) که هم از سطح شهر و هم از فرودگاه هیترو پخش می‌شد، مورد توجه خاص قرار گرفتند؛ چون در این برنامه‌ها بسیاری از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان خلق‌الساعه بود.

به هر حال قسمت اعظم حجم کلامی که از رادیو شنیده می‌شد به گویش لایه اجتماعی فوقانی طبقه متوسط که به زبان انگلیسی جنوبی معیار تکلم می‌کردند، تعلق داشت. مطابق اظهار برنامه رادیویی اولین‌ها^(۶) که در سال ۱۹۸۱ پخش می‌شد، اولین مدیر عامل بی‌بی‌سی، جان ریت^(۷) در نخستین روزهای سخن‌پراکنی رادیویی در دهه ۱۹۲۰ اعلام کرده بود که از رادیو فقط

1. Studio Chairman

2. Pre-Scripted

3. *Standing on the Corner*

4. Michael Standing

5. *In Town Tonight*

6. *They Did It First*

7. John Reith

باید سخنان کسانی شنیده شود که «شرایط سخن گفتن را احراز کرده باشند». بنابراین سخنگویان را به ناچار از میان مردان نام‌آور انتخاب می‌کردند؛ زنان برگزیده نمی‌شدند چون فرض بر این بود که صدای زنان مناسب رادیو نیست. به نظر می‌رسد که مخاطب عام مجاز بود که شنونده باشد ولی از دیدگاه ریت آنقدر منزلت نداشت که به او گوش بدهند.

قسمت دیگری از دسته ۱۹۳۱، روشی را معرفی می‌کند که برنامه‌سازان بی‌بی‌سی و تصمیم‌گیران محتوایی آن در گزینش سخنگویانی که قرار بود در برنامه‌های آتی شرکت کنند به کار می‌گرفتند.

کمر چیزی روشن‌تر و نشاط‌آورتر از شنیدن دیدگاه‌هایی است که غالباً امکان ابراز ندارند. یعنی دیدگاه‌های مردان و زنانی معمولی که دعوی آنان در سخن در همین حد است که یافته‌های خود را متعلق به هزاران فرد دیگر اعلام کنند.

برنامه‌های مستند اجتماعی مانند آپینگ آیدی^(۱) که لارنس جیلیام^(۲) آن را تهیه و در ۱۹۳۴ از ایستگاه بی‌بی‌سی محلی لندن پخش می‌کرد، اولین برنامه‌هایی بودند که به مردم معمولی اجازه دادند از رادیو برای امثال خود سخن بگویند. جملاتی که برای معرفی برنامه به کار می‌رفت چنین بود: «آپینگ آنان سخن می‌گویند، همراه با مصاحبه‌گر در مقابل میکروفون». پژوهشگران خود متن را می‌نوشتند، و گاه نوشته‌ها را ویرایش یا بازنویسی می‌کردند. سپس «بازگوکنندگان واقعه» ی اصلی، متن را تمرین و کلمات را در برابر میکروفون از بر ادا می‌کردند، حاصل کار غالباً حالت شرح مشاهدات خشک و بازسازی شده‌ای را داشت. با شنیدن قطعاتی از آپینگ آیدی در مجموعه اولین‌ها که شیوه‌های اولین مستندسازان را بررسی می‌کند، می‌توان بی‌تجربگی مصاحبه‌گران را از این خطای اساسی آنان دریافت که خود بیشتر از

1. 'Opping 'Olliday

2. Lawrence Gilliam

مصاحبه‌شوندگان صحبت می‌کنند. آنان این عذر را داشتند که پیشگامان این کار بوده‌اند؛ اما برنامه‌سازان این عذر را ندارند.

در برنامه پای صحبت شما^(۱) که قسمت‌هایی از آن در برنامه اولین‌ها آمده، خانم اولیو شپلی^(۲) تهیه‌کننده آن توضیح می‌دهد که وقتی می‌خواست مواد برنامه‌ای برای قسمتی از موضوع تعطیلات در بِلک‌پول^(۳) را گرد آورد، ترجیح می‌داد «مصاحبه‌های خام» را گرد آورد «نه مصاحبه‌های متن‌دار یا قبلاً قرائت و تمرین شده» را و ادعا می‌کند که این کار بسیار آسانی است. تحول مهم با تولید و پخش برنامه‌هایی مانند سفر در تنگه^(۴) که تهیه‌کننده آن همان خانم اولیو شپلی بود، اتفاق افتاد. در معرفی این برنامه اعلام می‌شد «هر چه می‌شنوید بدون نوشته یا تمرین قبلی است.»

مصاحبه با مردم «واقعی» بیشتر در خور آن دسته از مستندهای دهه ۱۹۳۰ بود که عزم داشتند از شیوه متنی استفاده نکنند. مثالی برای این قبیل مستندها برنامه مشهوری است با عنوان شخم‌پاری^(۵) که در سپتامبر ۱۹۳۸ پخش شده و مضمون آن مسابقه شخم‌زنی در ناحیه مورتون-این-مارش^(۶) بوده است. در این قطعه مؤثر و جذاب از کلام تفسیری و نیز مصاحبه با ترتیب‌دهندگان مسابقه، داوران و برنده مسابقه استفاده شده است. سیدنی کارتر و دیوید گرتون با حرارت و دقت تخصصی اجرای برنامه، مصاحبه‌ها و تفسیرها را برعهده دارند، بدون آنکه هرگز احساس شود به سمت موضوع مورد نظر یا فردی از حاضران سمت‌گیری می‌کنند. سؤالات آنان از مصاحبه‌شوندگان که محسوساً بدون هماهنگی قبلی است دوستانه، با نشاط، مستقیم و مرتبط است:

1. *They Speak for Themselves*

2. Olive Shapley

3. *Holidays in Blackpool*

4. *Canal Journey*

5. *Speed the Plough*

6. Moreton - in - Marsh

- شما در سمت داور مسابقه چه انتظاری دارید؟

- این شیار به خصوص چه اشکالی دارد؟

- چه تفاوتی میان شیوه شخم‌زنی با اسب و استفاده از تراکتور وجود دارد؟

پاسخ‌هایی که دریافت می‌کنند طبیعی و بدون تمرین قبلی به نظر می‌رسد.

در سال ۱۹۳۶ ریچارد دیمبلی^(۱)، که در صدد متقاعد کردن بی‌بی‌سی برای کسب موقعیت شغلی «ناظر اخبار»^(۲) بود، به بی‌بی‌سی پیشنهاد کرد برای پوشش رویدادهای خبری مهم به جای اتکا به بنگاه‌های خبری، گزارشگران یا مأمورانی خاص خود را به کار بگیرد. وظیفه این افراد چنین تعریف شده بود که برداشت خود از رویداد را بنویسند و شاهدی عینی نیز که مآووقع را دیده یا در آن دخیل بوده است، بیانند. او معتقد بود که باید به بخش‌های خبری روح دمید. اما این فکر استفاده از مصاحبه در محل رویداد، جایی در بخش‌های خبری نیافت و سال‌ها طول کشید تا به مرحله عمل درآمد. گنجینه ملی صدا^(۳) در کتابخانه بریتانیا نمونه‌هایی از آرشیو صدای بی‌بی‌سی را نگهداری می‌کند که از جمله شامل یکی از احتمالاً اولین مصاحبه‌های مهم ضبط‌شده‌ای است که ممکن است در یک بخش خبری، استفاده شده باشد. این مصاحبه، گفت‌وگوی نسبتاً سردی است بین دیمبلی و خلبان پاول درباره پرواز او در سپتامبر ۱۹۳۷ بر فراز اقیانوس اطلس که در آن تاریخ حد نصاب جدیدی بود. این مصاحبه محسوساً بی‌روح یک دقیقه و نیم طول کشیده است و بیشتر پاسخ‌های خلبان به طرزی است که گویی از روی متن نوشته می‌خواند. دو تا از سؤالات دیمبلی نیز همین حالت را دارد، آنجا که می‌پرسد: «آیا امسال سفر مشابه دیگری خواهید داشت؟» و «آیا پرواز هیجان‌انگیز بود؟» خوشبختانه خلبان به این دو سؤال بسته پاسخ‌های یک کلمه‌ای نداده است.

1. Richard Dimbleby

2. News Observer

3. National Sound Archive

در پی مباحثات معمول تشکیلاتی قسمت اخبار از قسمت صحبت تفکیک شد و دیمبلی و دیگران توانستند تلاش برای بهره‌گیری از ظرفیت وسیع داستان‌گویی صوتی و سمعی را آغاز کنند. دیمبلی را اولین تهیه‌کننده‌ای می‌شناسند که در مجموعه رادیویی^(۱) خود گزارشی از رویدادهای واقعی داشت که قطعات آن را قبلاً روی صفحه‌هایی ضبط و با گچ مخصوص روی نقاط شروع و ختم هر قطعه علامتگذاری کرده بود و در پخش زنده بین آنها اتصال برقرار می‌کرد.

به تدریج و در طول سالیان با افزایش ایستگاه‌های رادیویی و کاهش قیمت دستگاه‌های گیرنده رادیو، طیف اجتماعی مخاطبان رادیو گسترده شد و شبکه‌هایی که برنامه تهیه می‌کردند هر کدام در زمینه‌ای خاص خود نقش‌های تعریف شده و مشخص تری یافتند. تلقی محتاطانه بی‌بی‌سی همراه با توسعه شیوه‌های تولید و پخش به آهستگی تحول می‌یافت. ترکیب تمام تجارب حاصل از فعالیت رادیوی کلامی، همراه با نیاز شنوندگان به اطلاعات صحیح و دست اول، همچنین پا به میدان گذاشتن تلویزیون، هر کدام در پذیرش قالب‌هایی بخش‌تر و مرتبط‌تری از ارتباطات، یعنی مصاحبه رادیویی سهم داشته‌اند. زمانی که برنامه‌سازان و شنوندگان رادیو جایگاه و مقصود از مصاحبه، و نقش و ویژگی مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده را شناختند، قالب مصاحبه رادیویی به منزله گونه‌ای حیاتی و جایگزین ناشدنی از عرضه محصول کلامی موقعیت یافت. مصاحبه را می‌توان زنده یا ضبط‌شده و کندوکاوگر یا سطحی تهیه کرد، می‌توان آن را مستقل و تام تهیه کرد، یا از قسمت‌های مختلف آن برای تکمیل خبر خوشه‌چینی کرد و یا به کمک آن به برنامه‌های مستمر یا ویژه^(۲) استناد و اعتبار بخشید.

مدتی است که مصاحبه رادیویی بخش اساسی و مهم پخش رادیویی شده است. بر خلاف گفت‌وگوهای تلویزیونی^(۱) که مقبولیتشان دچار افت و خیز است، مصاحبه رادیویی همواره مورد توجه بوده است. به خصوص در مصاحبه‌های خبری پیشرفت‌هایی رخ داده است: با حرکت به سمت خبرهایی با ضرباهنگ سریع‌تر^(۲)، تقاضا برای بریده‌چین‌های صوتی^(۳) معمول شده است و فعالیت خبرنگاران مصاحبه‌گر برای استفاده از مصاحبه در روزآمد کردن اطلاعات خبری و بهره‌گیری در تجزیه و تحلیل رویدادها فزونی یافته است.

1. TV Chat Show

2. Pacier Bulletins

3. Soundbite Chips

نقش مصاحبه رادیویی و منظور از آن

گزارشگران، خبرنگاران، تهیه‌کنندگان و سردبیران اخبار و برنامه‌ها در فعالیت‌های گردآوری خبر و برنامه‌سازی خود مترصدند تا به هر رویداد در سه مقطع نزدیک شوند: نگاه پیشین به واقعه‌ای قبل از رخ دادن، گزارش کردن واقعه‌ای در حین وقوع و تجزیه و تحلیل واقعه به محض روی دادن. به علاوه به زاویه دید خاصی در طرح رویداد علاقه‌مندند. در انتخاب این زاویه دید آنان به سه مؤلفه در آن رویداد نظر دارند: مجاورت، علاقه انسانی (درباره یک فرد یا گروه) و درگیری (در واژه‌ها یا در کنش‌ها).

پوشش رادیویی اخبار، امتیاز سرعت و تواتر را دارد. شنوندگان می‌توانند به سخنان گزارشگر یا مدعو در همان حین که واقعه در حال روی دادن است از طریق ارتباط تلفنی، واحد سیار رادیویی یا ارتباط بین استودیو و تحریریه خبر گوش بسیارند.

برونداد رادیو ترکیبی است از صداها، اصوات، موسیقی، به علاوه فاصله‌ها. در اخبار رادیو معمولاً سهم اصلی از آن صداها همراه با اصواتی است که کار فضا سازی یا برجسته‌سازی را می‌کنند. سهم عمده‌ای از این برونداد مصاحبه است، خواه برای مقاصد تحقیقاتی باشد یا صرفاً برای پخش رادیویی. هدف از

مصاحبه، چه زنده چه ضبط شده، سه ثانیه‌ای یا سی دقیقه‌ای، سبک یا سنگین، حول ماجرای اختصاصی یا کاملاً عام، آن است که اطلاعات را منتقل یا دروازه‌بانی کند، عقیده‌ای تخصصی یا عمومی بسازد، اقدام یا تصمیمی را تشریح یا علت آن را ذکر کند، هیجان یا احساساتی را تبیین کند یا درباره ویژگی‌های فردی شخصی یا گذشته او نگرشی بدهد. مصاحبه این فرصت را فراهم می‌آورد که کلام خود مصاحبه‌شونده، لحن صدا و مشخصه‌های طرز بیان او را بشنویم. آیا مصاحبه‌شونده هنگام سخن لبخند می‌زند؟ و آیا هنگامی که هیجان‌زدگی یا احساسات بر تنفس او اثر می‌گذارد صدایش کمی لرزان می‌شود؟ احتمال اینکه کلمات مصاحبه‌شوندگان تعبیر نادرست شود کم است زیرا از آنان نقل قول نمی‌شود بلکه خود مستقیماً ماجرا را برای شنوندگانی که می‌توانند تأکید آنان روی کلمات را بشنوند باز می‌گویند.

خبرنگار رادیویی مصاحبه می‌کند تا صداهایی را که به‌منظور تصویر کردن ماجرا برای شنونده مناسب می‌یابد گرد آورد، ماجرای که اغلب شنونده می‌تواند با آن ارتباط برقرار کند و شاید حتی درباره آن تجربه قبلی داشته باشد. می‌توان گفت مصاحبه رادیویی انعکاسی است از رابطه‌ای موقت بین شخصی که می‌پرسد و شخصی که پاسخ می‌دهد و چیزی بیش از مکالمه است. در مکالمه هر دو طرف، هم در پرسیدن هم در پاسخ گفتن مشارکت دارند. در مصاحبه نقش‌ها به روشنی تعریف شده‌اند. یک نفر می‌پرسد و نفر دیگر پاسخ می‌دهد. آنان که می‌پرسند باید تحت مراقبت مسئولانه باشند، چنان که در وقت مقتضی به آنان اجازه سؤال دهند و پاسخ‌هایی را که به تدریج از مصاحبه‌شونده گرد می‌آید، ارزیابی کنند.

از دیدگاه شنندگان، مصاحبه مکالمه‌ای اتفاقی و بیرون از مسیر ارتباط نیست، بلکه پخش رادیویی سنجیده‌ای است که بر عقیده یا نگرش آنان به مسائل اثر می‌گذارد و آنان خود مسیر رادیو را برای دستیابی به آن

برگزیده‌اند. آنچه می‌شنوند باید در حد درک آنان باشد و به آنان در استخراج هر نتیجه‌ای که می‌خواهند از شنیده‌های خود طی مصاحبه بگیرند، کمک کند. آنان ممکن است توقع داشته باشند که مصاحبه‌گر از جانب آنان سؤالاتی را پرسد؛ سؤالاتی که اگر خود با مصاحبه‌شونده روبه‌رو می‌شدند، می‌پرسیدند. به‌رحال بهترین سؤال ممکن هم اگر پاسخی که به هدف بزند به‌دست نیاورد هدر رفته است. نیز مصاحبه فرایندی پژوهشی است که یک گام عقب‌تر از رویداد خبری‌ای که به تازگی اتفاق افتاده است قرار دارد. یعنی گردآوری و تأیید واقعیات و عینیاتی است که در بروز و جلورفت ماجرا دخیل بوده‌اند. این شیوه گردآوری و تأیید حقایق را می‌توان اولین مرحله در تعیین توانایی رسانه‌ای مصاحبه‌شونده‌ای بالقوه نیز به حساب آورد.

چه عواملی مصاحبه‌ای معمولی را به مصاحبه‌ای به‌یاد ماندنی تبدیل می‌کنند؟

- ارتباط زنده میان مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده.
- افشای غیرمنتظره قضیه‌ای از سوی مصاحبه‌شونده.
- نگاه افشاگر به درون یک موقعیت یا شخصیت.
- عرضه اطلاعات تازه.

چرا افرادی می‌پذیرند که در رادیو با آنان مصاحبه شود؟

- می‌توانند برای خودشان یا سازمان، محصول، خدمات و فعالیت، تبلیغات رایگان به دست آورند یا کسب شهرت کنند.
- ملزم به پذیرش‌اند؛ زیرا این کار بخشی از شرح وظیفه آنان به‌عنوان سخنگوی شرکت یا اداره‌ای است یا در نقشی که به‌عنوان رابط رسانه‌ای کارگروه (کمیته) خاصی دارند، پیش‌بینی شده است.

- نیاز دارند که با گزارش صحیح مسئله‌ای به نظرپردازی‌ها درباره آن پایان دهند.

- می‌خواهند با تأکید بر جنبه‌های مثبت در ماجرای که منفی و خسارت‌بار معرفی شده توازنی در پوشش خبری به وجود آورند.

- احساس می‌کنند نیاز به تخلیه هیجانی از راه صحبت با دیگران دارند. حتی آنهایی که در رویدادی درگیر بوده‌اند گاه ممکن است از دعوت به صحبت درباره تجربه‌شان استقبال هم نکنند.

چرا افرادی از مصاحبه شدن در رادیو سر باز می‌زنند؟

- معتقدند که می‌خواهید آنان را گیر بیندازید یا تحقیرشان کنید.

- از این نگران‌اند که شاید نظرشان به نادرستی ارائه شود.

- فکر می‌کنند که شما در تدوین مصاحبه مفهوم سخن آنان را تغییر خواهید داد.

- مطمئن نیستند که بتوانند از عهده مصاحبه زنده بر بیایند.

- از صوت کلام خودشان خوششان نمی‌آید.

- به آنچه همکاران، رئیس و خانواده‌شان درباره نحوه اظهارات آنان خواهند گفت حساسیت دارند.

- از آنچه رخ داده برآشفته‌اند و ممکن است از حضور شما نیز رنجیده خاطر باشند.

اگر فکر می‌کنید که درخواست مصاحبه‌ای ممکن است رد شود، عاقلانه است که انتخاب دومی در نظر داشته باشید. منتخب اول سرسخت شما ممکن است از اینکه پیشنهاد جایگزین مناسب را بدهد بسیار هم شادمان شود.

از مصاحبه‌ها در کجا و چگونه استفاده می‌کنند؟

بریده یا قطعه خبری^(۱): بریده کوتاهی (در حد چند ثانیه) از مصاحبه به‌عنوان قسمتی از یک بخش خبر استفاده می‌شود.

مصاحبه خبری^(۲): مصاحبه کوتاه زنده یا ضبط‌شده به مدت ۲ تا ۵ دقیقه به‌عنوان قسمتی از برنامه‌ای طولانی‌تر.

دو مبدأی^(۳): مصاحبه زنده یا ضبط‌شده‌ای در دل برنامه بین مجری یا مصاحبه‌گری که برنامه‌ای را از استودیو دنبال می‌کند و گزارشگر یا خبرنگار رادیویی یا تلویزیونی همکارش که به‌عنوان شاهد عینی یا مفسر از بیرون صحبت می‌کند.

نمونه^(۴): استخراج قسمت کوتاهی (در حد چند ثانیه) از مصاحبه ضبط‌شده طولانی‌تری و استفاده از آن در فهرست معرف که در ابتدای برنامه پخش می‌شود.

لفاف^(۵): بریده یا بریده‌های کوتاهی از مصاحبه ضبط‌شده‌ای که در میان مطالبی که گزارشگر یا خبرنگار درباره ماجرا نوشته و قرائت می‌کند مندرج است. لفاف چه در اخبار، چه در برنامه عادی یا برنامه ویژه حدود ۳۰ ثانیه تا یک دقیقه یا کمی بیشتر طول می‌کشد.

بسته^(۶): مشابه لفاف اما معمولاً طولانی‌تر است و منتخباتی است از یک یا چند مصاحبه ضبط‌شده که ممکن است از میان طیفی از منابع فراهم آمده باشند و با اثرات صوتی جلوه‌دهنده، موسیقی، مواد آرشیوی و غیره تکمیل و به وسیله گزارشگر یا خبرنگار به یکدیگر پیوند داده شوند. اگر بسته به‌عنوان

1. News Clip or Cut

2. News Interview

3. Two-Ways

4. Taster

5. Wrap

6. Package

قسمتی از برنامه استفاده شود ممکن است ۲ تا ۵ دقیقه طول بکشد. این نوع مصاحبه‌ها غالباً دنباله‌رو خبرند و گرایش به ترتیبی منطقی دارند و معمولاً در همان روز که ساخته می‌شوند پخش می‌شوند. بسته‌ای ساده ممکن است متشکل از دو بریده مصاحبه باشد که میان سه مطلب پیوند قرار گرفته‌اند.

صدای توده^(۱): برداشت‌های کوتاه از نگاه افراد مختلف که در پی هم رشته شده‌اند و معمولاً حدود ۲۰ تا ۴۰ ثانیه طول می‌کشد. مصاحبه‌شوندگان اعضای بی‌نامی از جامعه‌اند که همگی به سؤال واحدی پاسخ می‌دهند. معمولاً در محصول نهایی این نوع کار که گزارشگر به‌طور پراکنده و تصادفی آنها را ضبط کرده، صدای پرسشگر را حذف و فقط صدای مصاحبه‌شوندگان را قرار می‌دهند.

ویژه^(۲): مشابه بسته اما معمولاً طولانی‌تر و دارای عناصر بیشتر است. این‌گونه کار معمولاً به‌جای آنکه بخشی از برنامه باشد مستقلاً عرضه می‌شود. ممکن است از ۵ تا ۳۰ دقیقه به طول بینجامد و بیشتر بر اساس تخیل تدوین شده باشد تا مواد موضوع مصاحبه.

تدوین^(۳): برنامه ویژه یا مستندی که فاقد صدای گوینده یا مصاحبه‌گر است و برای بیان مقصود فقط از صدای مصاحبه‌شوندگان همراه با مواد صوتی جلوه‌دهنده استفاده می‌کند. تولید این نوع مصاحبه مشکل اما ارضاکنده است و رادیو را برای شنوندگان رادیویی جذاب‌تر می‌کند.

تلفنی^(۴): این نوع مصاحبه اگر درباره موضوعی محلی یا بحث‌انگیز باشد میان شنوندگان و گفت‌وگوکنندگان متخصص ترتیب خواهد یافت. اگر از نوع راهنمای تلفنی باشد سؤالات از سوی شنوندگان برای متخصصان مطرح

1. Vox-Pop

2. Feature

3. Montage

4. Phone-Ins

خواهد شد. در این نوع مصاحبه گاه برای آنکه بحث به درازا کشیده و حاشیه رفته در یک شاخه را به جای خود بازگردانند از صدای توده استفاده می‌کنند. برنامه رشته‌ای یا مجله‌ای^(۱): ترکیبی از مصاحبه‌های زنده و ضبط‌شده، صدای توده، تلفنی‌ها، بسته‌ها، لفاف‌ها و نمونه‌هاست یا ممکن است روی مصاحبه‌شونده میهمان تمرکز کند. این نوع برنامه بین ۳۰ دقیقه تا ۳ ساعت به طول می‌انجامد.

مستندها^(۲): برنامه ضبط‌شده عمیق و شکلی با مدتی قریب به یک ساعت که شرکت‌کنندگان و مواد جلوه‌دهنده متعددی را به کار می‌گیرد.

طبقه‌بندی مصاحبه‌ها

پیش از آغاز به پرسش هرگونه سؤال از مصاحبه‌شونده مورد نظر بسیار حایز اهمیت است که از تفاوت انواع مصاحبه‌های رسانه‌ای آگاه باشید. در اینجا انواع مصاحبه در چهار طبقه تشریح شده است اما باید به خاطر داشت که ممکن است مصاحبه‌ای ترکیبی از همه یا بعضی از اینها باشد.

گردآورنده اطلاعات^(۳): مقصود اصلی از این نوع مصاحبه به دست آوردن واقعیت‌ها یا روشنگری درباره موضوعی است و می‌توان آن را به صورت مستقیم یا ضبط‌شده بخش کرد و شامل مصاحبه با متخصصان، سخنگویان رسمی یا شاهدان عینی است. باید اطمینان حاصل کنید که با مطلع‌ترین فرد در دسترس گفت‌وگو می‌کنید و باید وقت کافی صرف کنید برای اینکه به تمام سؤالاتی که احتمالاً قرار است پرسید برسید، تا مطمئن شوید که تمام مبحث را به روالی روشن و منطقی پوشش داده‌اید.

1. Sequence / Magazine Programme

2. Documentaries

3. Collecting Information

بیانگر عقیده یا تشریح‌کننده^(۱): همین که مطالب در دسترس قرار گیرد به فردی نیاز دارید که آنها را برای شما و شنوندگان تعبیر و تفسیر کند. بنابراین مجدداً با متخصص آشنایان درباره این موضوع، یا سخنگوی رسمی از سازمانی برای واکنش به آنها تماس می‌گیرید. ممکن است تصویری فوری از عقیده عموم نیز بخواهید؛ این قسمت از مصاحبه معمولاً در قالب صدای توده یا تلفنی است.

پاسخگو^(۲): هدف از این نوع مصاحبه آن است که از فردی که در قبال اتخاذ تصمیم و ارائه طرحی مسئول بوده بخواهد که دلایل خود را برای مبادرت ورزیدن به رشته‌ای از اقدامات اظهار و توجیه کند. ممکن است شما در مقام مصاحبه‌گر درباره این اقدامات به جدل بپردازید، یا نظر مصاحبه‌شونده دیگری را بخواهید که با این اقدامات مخالفت می‌کند یا دست کم موافق نیست. عاطفی یا احساسی^(۳): برای بسیاری از خبرنگارها این نوع مصاحبه مشکل‌ترین نوع است. سؤال قالبی که معمولاً می‌پرسند این است: «درباره... چه احساسی دارید؟» این قالب قابل درک است چون می‌کوشند وضع درونی مصاحبه‌شونده را کشف کنند. او خود ممکن است قربانی یا از منسوبان قربانی جنایت یا حادثه‌ای غم‌انگیز باشد. سبک‌تر از این مثلاً ممکن است یکی از سرنشینان قایقی باشد که از سفر دور دنیا بازگشته است. موضوع هر چه باشد، مصاحبه‌هایی که پاسخ هیجانی تولید کنند به پرسش‌هایی با احساس و غیرمداخله‌جویانه نیاز دارند. در مقدمه‌چینی برای ورود به چنین مصاحبه‌ای باید دقت مضاعف داشت. توصیه می‌شود:

(الف) تا از مصاحبه‌شونده مد نظر اجازه دریافت نکرده‌اید،

(ب) و در وضعی که به نظر رسد فرد در حالت ضربه روحی است،

1. Expressing Opinion / Offering Explanation

2. Accountability

3. Emotional or Sensitive

مصاحبه را اجرا نکنید. این مصاحبه باید آنچه را روی داده توصیف کند یا توضیح دهد، یا حاوی اطلاعاتی باشد که دیگران را از حوادث مشابه در آینده برحذر دارد.

چه کاری در رادیو بهترین است؟

- 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 برانگیزانند.
- واقعیات، ارقام و کلیات به گونه‌ای روشن و خیال‌انگیز توصیف و تشریح شوند.

- احساس، عقیده و تجربه مردم مستقیماً از زبان خود اشخاص مرتبط شنیده شود.

تمرین‌های مقدماتی برای اندیشیدن درباره آنچه می‌شنوید

- رادیوی خود را روشن و روی امواج ایستگاه‌ها حرکت کنید. بکشید ایستگاه‌هایی را که می‌شنوید شناسایی کنید. توجه کنید که برای تشخیص هر ایستگاه چه مدت به آن گوش دادید و چه چیزی شنیدید که به شما در بردن نام ایستگاه کمک کرد؛ رنگ معرفی ایستگاه، نوع موسیقی، صدای مجری یا گوینده، یا سبک برنامه‌سازی؟

- اگر قرار بود با کسی مصاحبه کنید چه کسی را برمی‌گزیدید؟ اگر می‌توانستید از او فقط یک سؤال پرسید آن چه بود؟ چگونه کلمات و عبارات را در سؤال خود به کار می‌گرفتید تا مشروح‌ترین پاسخ را دریافت دارید؟
- به مصاحبه‌ای رادیویی گوش بسپارید و سؤالاتی را که مصاحبه‌گر می‌پرسد یادداشت کنید. دلایل مؤثر یا نامؤثر بودن این سؤالات چیست؟

می‌توانید این سؤالات را به نحو دیگری باز گوید؟ آیا می‌توانید با توجه به طبقه‌بندی فهرست‌شده در این کتاب، نوع مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده، مناسبت و چگونگی استفاده از مصاحبه، علت انتخاب مصاحبه‌شوندگان برای این مصاحبه و دلیل پذیرش آنان و آنچه از دیگر اصوات غیر از صدای مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده را که برای تزئین مصاحبه استفاده شده تعیین کنید؟

- شیوه‌های مصاحبه در سه برنامه حلقه‌های جزیره صحرايي^(۱)، بر کرسی روان‌پزشک^(۲) و امروز را که از شبکه ۴ رادیویی بی‌سی پخش می‌شوند با هم مقایسه کنید. در نحوه پرسیدن سؤالات در این برنامه‌ها چه تفاوت‌ها و تشابهاتی برای شنونده مشخص است؟ سبک مصاحبه را بازگوید. مقصود از مصاحبه در هر یک از این برنامه‌ها چیست؟

- خبری را از روزنامه‌ای انتخاب و تصور کنید که شما را برای اجرای مصاحبه‌ای برای برنامه‌ای رادیویی درباره‌ی موضوع آن خبر اعزام می‌کنند. چه کسانی را برای مصاحبه انتخاب می‌کنید؟ سه سؤال را که باید از مصاحبه‌شوندگان خود بپرسید تا هرکدام از جنبه خود پاسخ بدهند، بنویسید. بکوشید پاسخ‌هایی را که احتمالاً دریافت خواهید کرد، درآورید.

- صفحات جدول برنامه‌های رادیویی در مجله یا روزنامه‌ای را بررسی کرده و سعی کنید برنامه‌هایی را که مصاحبه دارند، نوع مصاحبه‌هایی را که خواهند داشت و طیف مصاحبه‌هایی را که خواهید شنید، درآورید. این برنامه‌ها را گوش کنید و ببینید حدستان درست بوده است؟

- به گزیده‌ای از بخش‌های خبری گوش دهید. محاسبه کنید چه مقدار از آنچه شنیده‌اید حاصل کار کسی است که در گروه خبری مصاحبه‌ای انجام داده است.

- با دوست یا یکی از بستگانتان درباره موضوع خاصی که چیزی درباره آن می‌داند، مصاحبه کنید. طی مصاحبه یادداشت‌هایی بر اساس پاسخ‌های او بردارید، اما سعی نکنید هر چیز را دقیقاً همان‌گونه که می‌گوید بنویسید. بعد از مصاحبه با دقت هرچه بیشتر آنچه را مصاحبه‌شونده شما گفته است به گروه سومی منتقل کنید. آیا تمام آنچه را که مهم است منتقل کرده‌اید؟ آیا در اطلاعات منتقل شده دخل و تصرف کرده‌اید؟ آیا اطلاعاتی اضافه کرده‌اید که به شما منتقل نشده بود اما شما احساس می‌کردید که لازم است تا برای پر کردن فاصله‌ها یا تکمیل آنچه به شما گفته شده بگویید؟

نقش مصاحبه‌گر

کار مصاحبه‌گر آن است که مانند میانجی عمل کند. سؤالات مناسبی که به پاسخ‌های پرمایه، همه‌جانبه و دقیق درباره ماجرا بینجامد، مطرح کند. شاید لازم باشد سؤالات ظاهراً بی‌تناسبی هم که پاسخ‌هایی مناسب و عیانگر از مصاحبه‌شونده بیرون بکشد بپرسد. مصاحبه‌گر حضور دارد تا سؤالاتی را بپرسد که شنونده میل دارد بپرسد یا باید بپرسد. از جمله ویژگی‌های شخصی لازم برای مصاحبه‌گر رادیو کنجکاوی طبیعی و اعتماد به نفسی است که او را قادر سازد در مصاحبه مُصبر باشد.

بسیار اتفاق می‌افتد که مصاحبه‌گران با وظیفه نسبتاً دشوار پوشش دادن موضوعی مواجه می‌شوند که فراتر از تجارب آنهاست و حتی ممکن است مسئله‌ای باشد که به لحاظ بسیار دردناک بودن یا برخورد داشتن آن با احساسات خودشان از آن اجتناب داشته‌اند. باید با موضوعاتی که مصاحبه‌گر یا مصاحبه‌شونده را آشفته می‌کند یا به هراس می‌اندازد رو در رو شوند. مصاحبه‌گر باید در جریان مصاحبه تصمیم بگیرد که مصاحبه را با احتیاط ادامه دهد و پیش برود یا به کمک سؤالاتی که به‌طور طبیعی پیش می‌آیند آن را مهار و تمام کند.

انتخاب درست مصاحبه‌گر به اندازه انتخاب درست مصاحبه‌شونده اهمیت دارد. مطابقت مناسب دو طرف، مصاحبه را موفقیت‌آمیز خواهد کرد. برآمدن از عهده موضوع در مصاحبه نهایی بستگی بسیاری به گستره دید دارد. اگر نقش برنامه رادیویی یا بخشی در برنامه ارائه نظر جوانی، نشان دادن موضوع از منظر زنی، یا تشریح موضوعی شاد باشد، مصاحبه‌گری انتخاب می‌شود که بتواند با روحیه‌ای مناسب با همان دیدگاه آن را پوشش دهد. گاه مصاحبه‌گران شکایت دارند که پای ثابت نوع خاصی از مصاحبه‌ها شده‌اند. مثلاً خبرنگاران آسیایی‌الاصل انگلستان می‌گویند مایل نیستند تنها کسانی باشند که همیشه در پی رویدادی آسیایی یا برای به دست آوردن دیدگاه اجتماعی آسیایی‌ها درباره موضوعی اعزام شوند. بعضی از مصاحبه‌گران به تسلط داشتن در مصاحبه زنده یا برای تولید مجموعه‌های شوخ و شاد، یا به متبحر بودن در هنر گرفتن مصاحبه‌های احساسی مشهور می‌شوند؛ و در این صورت اگر ببینند که موضوع در حوزه کاری معمول آنها نیست، چنین تلقی می‌کنند که آنان را نادیده گرفته‌اند. این یعنی آنان فرصت گسترده ذخیره تجربی خود یا اعمال مهارت‌های احراز شده خود به آن رویداد و شاید تولید رویکردی متفاوت و حتی نو در نحوه سؤال کردن را به دست نمی‌آورند.

با دقت به طیف وسیعی از مصاحبه‌گران رادیویی گوش کنید و درباره علت موفق بودن شیوه‌های خاص و سبک مصاحبه آنان فکر کنید. سپس تصور کنید اگر برای برنامه، ایستگاه یا طیف مصاحبه‌شوندگان دیگری مصاحبه می‌کردند چگونه باید شیوه‌هایشان را وفق می‌دادند.

جان همفریز^(۱) در برنامه امروز رادیو ۴ بی‌بی‌سی با سبک سؤال کردن چاپکانه و کاونده خود یکی از بهترین مصاحبه‌گران سیاسی رادیو شناخته شده

1. John Humphreys

است. جان دان^(۱) (که اخیراً از شبکه ۲ رادیو بی بی سی بازنشسته شد) موجب آن شد که مصاحبه گری برنامه های مجله ای آسان جلوه کند، چون او صمیمانه به مردمی که با آنان صحبت می کرد و آنچه باید می گفتند علاقه مند بود. جنی ماری^(۲) در برنامه نوبت زنان^(۳) در شبکه ۴ رادیو بی بی سی به اتکای تجربه وسیعش در مصاحبه گری و درک همراهانه اش در مورد آنچه که مردم را به تحرک و بیان وا می دارد، توانایی هدایت کردن طیف سنگینی از موضوعات و رویکردهای مختلف در داخل هر برنامه را دارد. درباره مصاحبه گران بلندآوازه ای مانند جیمز نوتی^(۴)، جیمی یانگ، نیکی کمپل و سولالی^(۵) به اندازه اشخاصی که با آنان مصاحبه کرده اند گفته و نوشته شده است، اما بسیاری دیگر هستند که نامشان در فهرست شناسنامه برنامه نمی آید یا در جریان انعکاس مناظرات مجلس ذکری از خود نمی کنند و حال آنکه شایسته جلب نظر شما هستند. به مصاحبه هایی که در اخبار و برنامه های جاری رادیوی سراسری بی بی سی و رادیوی مستقل محلی، شبکه منطقه ای بی بی سی، رادیوی اجتماعات و حتی اگر بتوانید به دست بیاورید رادیوهای دانشجویی و بیمارستانی، پخش می شود، گوش کنید. کیفیت آنها، شیوه ها و بدعت هایی که از آنها استنباط می کنید در کارتان اثربخش است.

جان فریمن که هم در مصاحبه رادیویی و هم تلویزیونی تجربه وسیعی دارد، در برنامه رادیویی دعوت به سخن^(۶) توضیح می دهد که «تلویزیون با نشان دادن چشمان مصاحبه شونده و عرق روی پیشانی او بخش اعظم کار را برای مصاحبه گر انجام می دهد، اما در رادیو شما مجبورید بیشتر بکاوید و

1. John Dunn

2. Jenny Murray

3. *Woman's Hour*

4. James Naughtie

5. Sue Lawley

6. *Invitation to Speak*

بیرون بکشید». طبق نظر فریمن برای آنکه مصاحبه‌گر خوبی باشید باید «درباره شغل دیگران کنجکاو باشید». در همان برنامه رابین دی^(۱) اصرار دارد که مصاحبه باید «ذهن پرسشگر شنونده را قانع کند» و اینکه مصاحبه‌گر باید «نیرومند، مؤدب و در عبارت‌بندی سؤالات دقیق باشد» و «درباره موضوع با احترام بحث کند».

انواع مصاحبه‌گر

اگر می‌خواهید مصاحبه‌گر خوبی باشید نیازمندید که سبک و رویکردی منحصر به فرد در نحوه پرسیدن سؤالات بیافرینید. به خاطر داشته باشید که شنونده رادیو به همان اندازه پاسخ، به سؤال علاقه‌مند خواهد بود. قاعده طلایی این است که مصاحبه‌گر خوب کسی است که می‌داند چگونه گوش بدهد. او از آنچه می‌شنود برای تعیین سؤالاتی که خواهد پرسید و طرز پرسش استفاده می‌کند. وقتی دارید تصمیم می‌گیرید که چه سؤالاتی بپرسید درباره حدود پاسخ‌هایی که خواهید گرفت، فکر کنید و تصمیم بگیرید که آیا چنین جوابی را اجمالاً قبول می‌کنید یا لازم می‌بینید که کمی بیشتر فشار بیاورید تا پاسخ رضایت‌بخش‌تری بگیرید. اگر قبل از بیان سؤالتان فکر خوبی در مورد جواب مورد انتظار داشته باشید به شما کمک می‌کند، اما هرگز نباید این دانستن در طرز پرسیدن شما برای شنوندگان برملا شود.

نخست‌وزیر پیشین جیم کالاهان در برنامه رادیویی خوش‌وقتم که آن را از من پرسیدید^(۲) گفته است «مصاحبه‌گران سرسخت‌تر را ترجیح می‌دهم»، زیرا توده شنونده در پایان مصاحبه او با مصاحبه‌شنونده احساس همدردی می‌کنند. نماینده مجلس نورمن تیبیت در همان برنامه می‌گوید «احساس می‌کنم به مصاحبه‌گران سرسخت بهتر پاسخ می‌دهم».

1. Robin Day

2. I'm Glad You Asked Me That

ما در رادیو صدای کدام دسته از مصاحبه‌گران را مرتباً می‌شنویم؟ کدام مصاحبه‌گران را ترجیح می‌دهیم؟ همه مصاحبه‌گران آرزو دارند در حوزه خود بهترین باشند، اما عیوب برای ترمیم نیاز به گذشت زمان دارند، تا حدی شبیه به عادات غلطی که به تدریج از خود دور می‌کنید تا آنکه راننده خوبی شوید. بررسی منظم عملکرد با برگرداندن و گوش دادن مجدد و نقادانه مصاحبه‌هایتان می‌تواند به ارتقای شما کمک کند.

بد نیست به خاطر داشته باشیم که کلمه مصاحبه اشارات ضمنی مؤکد دیگری هم دارد: حضور در جلسه مصاحبه استخدامی، مصاحبه مدیر بانک با مشتری و نیز مصاحبه استنطاقی پلیس. مصاحبه با خبرنگاران گاه ممکن است دردناک، دستپاچه‌کننده یا ساده‌تر از اینها، فقط ناراحت‌کننده باشد. غالباً از مصاحبه شوندگان به‌عنوان افرادی که گویی دارند «کباب» می‌شوند یا «روی صندلی داغ» نشست‌اند، یاد می‌شود.

گروهی نیز هستند که درک نادرستی از نقش و سیمای مصاحبه‌گر دارند. اگر می‌خواهید تأثیر غلطی روی مصاحبه‌شونده و شنونده خود بگذارید بعضی از شیوه‌های زیر را اقتباس کنید:

- تملق در هر جایی ممکن است گیرتان بیاورد. تا آنگاه که شنوندگان بتوانند به برنامه در حال اجرای شما گوش بدهند شما می‌توانید نشان دهید که به مصاحبه‌شونده بسیار بیش از خود مصاحبه‌علاقه دارید و بی‌وقفه تملق در فضا بپراکنید. اما هشدارید که عدم صمیمیت شما به خوبی معلوم می‌شود و مصاحبه‌شوندگان هم به‌خاطر ترس از همین اتهام همه حرف خود را رو نخواهند کرد.

- برای آنکه از مصاحبه چیز بیشتری گیرتان بیاید با استنطاق آنان را بی‌قرار کنید. اگر بخت یارتان باشد مصاحبه‌شونده در وسط مصاحبه بر خواهد آشفته، که بدین ترتیب سیما و شهرت شما را به‌عنوان خبرنگاری قابل، ترقی

خواهد داد. شیوه‌هایی که می‌توانید به کار بگیرید از این قبیل است: تماس چشمی خود با مصاحبه‌شونده را به نحو تهاجم‌آمیز حفظ کنید؛ وقتی توضیح می‌دهد سر خود را به نشانه ناامیدی یا انزجار تکان دهید؛ و مرتباً کلام او را قطع کنید.

مراقب باشید که حریف خود در مصاحبه را با ترساندن از میدان به در نکنید؛ ممکن است روزی بخواهید مجدداً با او مصاحبه کنید. حتی اگر به‌عنوان استطاق‌کننده متبصر شهری کسب کرده باشید، مواردی پیش می‌آید که مصاحبه‌شونده برای دادن پاسخ‌های بهتر آمادگی داشته باشد و مراقب باشد که پیش از اندازه واکنشی عمل نکند در این وضع ممکن است به رابین دی قلابی یا فقط به ببر کاغذی مشهور شوید. به یاد داشته باشید چنین نیست که همه مصاحبه‌ها شیوه چالشی بطلبند. گاه لازم است مصاحبه‌شونده را تشویق کنید، یا گاهی فقط قرار است مسئله‌ای را بررسی کنید. مصاحبه‌شونده خصم شما نیست و مصاحبه کردن هم برای گرفتن امتیاز نیست.

- اگر پاسخ شما این باشد: بوده‌ام و دیده‌ام، بنابراین شما مصاحبه‌گر باتجربه‌ای هستید که همه این موارد را قبلاً دیده و شنیده‌اید. احتمالاً همین مصاحبه را درباره همین موضوع در همین اوقات سال گذشته انجام داده‌اید. نیم دوجین مصاحبه دیگر باید امروز انجام بدهید، بنابراین فکر می‌کنید باید سروته این یکی را زودتر به هم بیاورید.

برای مصاحبه‌شونده پاسخ دادن به مصاحبه‌گر کم‌حوصله بسیار دشوارتر از مصاحبه‌گر لافزن و تهدیدگر است، بنابراین احتمالاً به طرف همان حالت مصاحبه‌گر خواهد گروید. نتیجه واضح است. سعی کنید با هر مصاحبه، فارغ از اینکه تا چه اندازه برای شما آزاردهنده یا بی‌اهمیت باشد، با چنان آمادگی که گویی بهترین مصاحبه‌ای است که تاکنون انجام داده‌اید، روبه‌رو شوید.

- شما به خاطر دانش وسیعتان به خود می‌بالید. احساس می‌کنید که زیر این

آسمان کبود درباره هر موضوعی چیزی می‌دانید. معتقدید که هر چه بتوانید دانش خود را بیشتر نشان دهید، مصاحبه‌شوندگان و شنوندگان بیشتر تحت تأثیر قرار خواهند گرفت. شما خود را برای هوشمندانه، طولانی و پیچیده بودن پرسش‌هایتان می‌ستایید، عاشق آن هستید که بشنوید مصاحبه‌شونده‌ای بگوید «خدایا، معلوم شد که خوب تحقیق کرده‌اید، از کجا این را فهمیدید؟» شما همچنین می‌دانید که در کدام قسمت مسئله توقف کنید چون قبل از مصاحبه وقت صرف کرده‌اید تا قضاوتی در خصوص آن پیدا کنید.

در واقع سؤالات شما طومارهایی است پر از نکات و ارقام، تحلیل‌های دانشگاهی، عقیده شخصی به علاوه نقل قولی از شاعری که به‌طور معترضه چاشنی آن شده است. ممکن است به علت اطلاعاتی که در سردبیری برای آماده‌سازی به شما داده‌اند احساس کنید توجیه شده‌اید، اما بعداً متوجه شوید که تمام اسباب لازم برای این کار را در اختیار ندارید. به خاطر داشته باشید که شما مهم‌ترین فرد در استودیو نیستید، این نقش به مصاحبه‌شونده تعلق دارد و شما مدیون شنوندگان هستید تا بهترین پاسخ را برای آنان از این شریک شغلی خود کسب کنید.

- شما فرصت کافی نداشته‌اید که هیچ‌گونه تحقیقی برای این مصاحبه انجام دهید، اما پیش از آن آنقدر تحقیقات داشته‌اید که این یکی برایتان مثل آب خوردن ساده است. فکر می‌کنید اگر از اینجا شروع کنید که چیزی نمی‌دانید بتوانید سؤالات بهتری بپرسید. ممکن است قبل از شروع برنامه‌تان بکوشید مطالب مطبوعات را مرور کنید تا لب کلام یک کتاب را از دل اخبار مربوط به آن به دست آورید، اما از همه اینها گذشته خود نویسنده در اینجا حضور دارد تا به شما بگوید که کل آن درباره چیست.

ممکن است از عهده برآیید. اما در قریب به اتفاق موارد سؤالات شما بیش از حد طولانی و به نحو آزاردهنده‌ای پر لفظ است زیرا در همان حال که

صحبت می‌کنید باید درباره آن فکر کنید و آنچه را که باید برسید از پیش استخراج نکرده‌اید. شاید شیوه رها و وراج سبک کار شما باشد اما برای تبدیلی خود نمی‌توانید عذری بیاورید.

اگر می‌خواهید اثری بیافرینید و در مصاحبه‌گری تشخیصی پیدا کنید، باید شهرت شنونده خوبی بودن را، از طریق این ویژگی که از سوی مخاطبان خود همچون از سوی خود سؤالاتی برسید، به دست بیاورید.

- ارج بگذارید و بپذیرید که هر مصاحبه‌شونده‌ای دیدگاهی دارد و به خاطر آن دیدگاه‌ها به آنان احترام بگذارید.

- اگر مجبور شدید برای گشودن موضوع بحث، طرف مخالف را بگیرید این توانایی را در خود بیورید که نه تنها هر دو جنبه‌ی بحث را باز کنید، بلکه بهترین نحوه چالش در مورد هر یک از آن دو را هم بشناسید. شنوندگان باید قبل از آنکه بتوانند افکار خود را درخصوص موضوعی که در یک مسئله دارند شکل دهند، از هر دو جنبه بحث آگاه شوند.

- سؤالات مرتبط برسید و به مصاحبه‌شونده فرصت دهید تا پاسخ دهد.
- با استفاده هوشمندانه از زبان غیرکلامی، و پرسیدن سؤالات دیگری که بر پاسخ‌های قبلی مبتنی باشد این تأثیر را القا کنید که سراپا گوش هستید.
- سؤالاتی برسید که کلمات آن با دقت چیده شده و مبتنی بر تحقیق باشند، مصادیق آن دقیق باشند و نکته‌ای را کندوکاو کنند و افکار مصاحبه‌شونده را به ظرافت بیرون بکشند.

- درباره نکته اصلی مصاحبه به قدر کافی شناخت پیدا کنید تا بتوانید سؤالات پر محتوا برسید و اظهار نظرهای معقول بکنید.
- اطمینان حاصل کنید که سبک و طیف سؤالات برای موضوع بحث و حفظ حالت مصالحه‌جویانه مناسب باشند.

- مصاحبه تهیه شده باید بتواند در تجزیه و تحلیل نقادانه از حیث محتوا، ارزش‌های تولیدی و رقابت فنی امتیاز به‌دست آورد.

- چنین مصاحبه‌ای باید بتواند به زودی جایگاه خود را به دست آورد، اما آنچه تأثیرگذاری محسوب می‌شود آن است که موضوع مورد بحث به‌طور کامل و مؤثر پوشش داده شده باشد.

نقش مصاحبه‌شونده

غالباً از مصاحبه‌شونده به‌عنوان میهمان، شریک و حتی طعمه یاد می‌کنند. مجموع این واژه‌ها گویای نقشی است که مصاحبه‌شوندگان هنگام شرکت در مصاحبه ایفا می‌کنند.

مصاحبه‌شونده خوب برای مصاحبه‌گر ارزش طلا را دارد. شما در جست‌وجوی سخنگویی هستید که به اندازه شما موفقیت مصاحبه را خواهان باشد. این یعنی شما از آنان می‌خواهید که به سؤالات شما پاسخ دهند و از کنار موضوع در نروند یا بین خود و شما سدی نامرئی برپا نکنند.

مصاحبه‌شوندگان باید درباره موضوع مصاحبه جانبدار و با اطلاع باشند بدون آنکه بیش از حد تعصب به خرج دهند و باید آنقدر زیرک باشند که دیگران را متوجه جانبداری خود کنند و با خود همراه سازند. هرگاه اقتضا کند باید قصه‌گوی خوبی باشند و آماده باشند که در پخش زنده پرشور و حرارت بحث کنند.

مصاحبه‌شونده باید شخص مناسبی برای موضوع خاص مصاحبه باشد. بعضی از سازمان‌ها بر این پافشاری دارند که ارائه آنان در رسانه‌ها کار پشت‌میزنشینان خودشان است. ممکن است آنان کارمندان خوبی باشند ولی متأسفانه این به آن معنا نیست که می‌توانند با شنوندگان هم ارتباط خوبی برقرار کنند.

نقش مصاحبه‌شونده آن است که پیام خود را منتقل کند و آگاهی را افزایش دهد، اما در همان حال متوجه باشد که این همان چیزی است که شما هم از

مصاحبه می‌خواهید. به سؤالاتی که مصاحبه‌گر مطرح می‌کند پاسخ دهید، اما انتظار نداشته باشد که همه کار بر گردن مصاحبه‌گر باشد. به نقش مصاحبه‌گر احترام بگذارد و با بازی‌هایی مثل واداشتن مصاحبه‌گر به تلاش سخت برای به‌دست آوردن پاسخ یا کوشش برای تحت تأثیر قرار دادن شنوندگان با نادان جلوه دادن مصاحبه‌گر و روی سخن را با آنان قرار دادن خودنمایی نکند.

رهنمودها

دستورالعمل اتحادیه ملی خبرنگاران (ان یو جی)

در صورتی که به اتحادیه ملی خبرنگاران^(۱) پیوندید به رعایت دستورالعمل آن متعهد می‌شوید. این دستور برای کمک به رشد حرفه‌ای و حفظ بالاترین معیارهای ممکن برای آن طراحی شده است.

دستور چه می‌گوید

۱) خبرنگار وظیفه دارد معیارهای حرفه‌ای و اخلاقی را در بالاترین سطح نگهدارد.

۲) هر خبرنگار در گردآوری اطلاعات و بیان تفسیر و نقد در تمام اوقات از اصول آزادی مطبوعات و دیگر رسانه‌ها دفاع خواهد کرد. او خواهد کوشید تا مانع از انحراف، کتمان خبر و سانسور شود.

۳) خبرنگار خواهد کوشید تا مطمئن شود اطلاعاتی که منتشر می‌کند منصفانه و دقیق است و از بیان تفسیر و گمان به‌عنوان واقعیت قطعی و نیز از تحریف حقایق از طریق اعوجاج، گزینش یا بدو انمایی احتراز خواهد کرد.

1. The National Union of Journalists

۴) خبرنگار هرگونه بی‌دقتی زیان‌بخش را بدون فوت وقت تصحیح خواهد کرد، به نحوی که مطمئن شود تصحیحات و پوزش‌ها متناسب با بزرگی موضوع تلقی شده و در مواقعی که مسئله اهمیت کافی داشته باشد حق پاسخگویی برای کسانی که انتقاد شده‌اند حفظ شده است.

۵) خبرنگار اطلاعات، عکس و تصاویر را فقط با وسایل مستقیم به دست خواهد آورد. استفاده از ابزارهای دیگر تنها زمانی موجه است که ملاحظات علائق عامه آن را ایجاب کند. شایسته است که خبرنگار برضد استفاده از چنین ابزارهایی مخالفت آگاهانه شخصی اعمال نماید.

۶) به تبعیت از ملاحظات فایق علائق عامه، خبرنگار نباید کاری کند که مستلزم تعدی به حریم اندوه و پریشانی خصوصی افراد باشد.

۷) خبرنگار باید منابع خصوصی اطلاعات خود را محفوظ دارد.

۸) خبرنگار نباید رشوه بپذیرد یا اجازه دهد دیگر موجبات اغوا روی بهره‌وری وظایف حرفه‌ای او تأثیر بگذارد.

۹) خبرنگار نباید به خود اجازه دهد که به علت تبلیغات یا دیگر ملاحظات حقایق را معوج یا کتمان کند.

۱۰) خبرنگار نژاد، رنگ، عقیده، معلولیت، نامشروعی، وضع تأهل یا مجرد، سن یا موقعیت جنسی شخص را فقط وقتی متذکر خواهد شد که این اطلاعات به‌طور قطع لازم باشد. خبرنگار نباید مطلبی را شروع یا دنبال کند که در مورد هر یک از زمینه‌های مذکور ترغیب به تبعیض نماید.

۱۱) خبرنگار نباید از اطلاعاتی که در مسیر ادای وظایف خود به‌دست آورده است قبل از آنکه این اطلاعات در اختیار عموم قرار گرفته باشد بهره‌برداری کند.

۱۲) خبرنگار نباید در جهت ارتقای کار خود یا به نفع واسطه‌ای که به وسیله او استخدام شده است با تبلیغات تجاری از طریق بیان، صدا یا تصویر از هیچ‌گونه محصول یا وسیله تجاری حمایت کند.

مصاحبه در بی‌بی‌سی

در ژوئن ۱۹۹۰ بی‌بی‌سی مجموعه رهنمودهایی با عنوان مصاحبه در بی‌بی‌سی برای کارکنان خود منتشر کرد. این مجموعه در پی رشته شکایاتی انتشار یافت که برخی سیاستمداران از نحوه برخورد خبرنگاران در بعضی از مصاحبه‌های رادیویی و تلویزیونی با آنان داشتند. سیاستمداران مصاحبه‌گران را به برخورد مقابله‌جویانه و تند متهم می‌کردند. مصاحبه‌گران شکایت داشتند که سیاستمداران طفره می‌روند و زرنگی می‌کنند. رهنمودها به منظور «ترغیب» به مصاحبه «تیز و تأمل شده، اما همواره مؤدبانه» فراهم شد.

رهنمودها به‌طور خلاصه بیان می‌داشتند:

- سردبیران برنامه‌ها مسئول‌اند قاعده‌ای تدبیر کنند برای آنکه مطمئن شوند تمام مصاحبه‌ها به خوبی تدارک و هدایت می‌شود.
- هر مصاحبه باید منظور روشن و معینی داشته باشد.
- باید محورهای سؤالات با دقت آماده و جزئیات آن ملاحظه شود.
- اهداف باید در حد و اندازه مدت پیش‌بینی شده تنظیم شده باشد.
- وجوه محتوایی در همه ابعاد باید با دقت یکسان و یکنواختی در لحن محک زده شوند.

- طفره باید بر ملا شود.

- مصاحبه‌ها باید جستجوگر، متمرکز روی موضوع و همیشه خوشخویانه باشد. نباید مهاجم، تهدیدگر یا خشن باشد.

- باید به مصاحبه‌شوندگان امکان عادلانه برای پاسخ به پرس‌وجو داد.

- باید در برابر مصاحبه‌شوندگانی که تقاضاهای نامستدل دارند، مقاومت کرد.

- باید مصاحبه‌های ضبط‌شده را منصفانه تدوین کرد.

رهنمودها را عموماً همه به خوبی دریافت کردند. مسئولان بخش رادیو و

تلویزیون عقیده داشتند که این همان چیزی است که در هر حال عمل می‌کرده‌اند، اما در اختیار داشتن صورت مکتوب آن مفید است. سیاستمداران احساس کردند دعوایی اقامه شده است که حمایت‌هایی را برای آنان به ارمغان می‌آورد و اینکه بی‌بی‌سی دارد می‌پذیرد که نیاز به انتظام داخلی دارد. حقیقت این است که پس از انتشار این مجموعه مصاحبه‌گران قطعاً مؤدب‌تر ظاهر شده‌اند، کمتر توی صحبت می‌دوند؛ سؤالات مورد منازعه یا پیچیده را قبل از تسنگ شدن عرصه همراه با تقاضای پاسخ کوتاهی در حد ۲۰ ثانیه مطرح می‌کنند؛ و نیز به همین منوال پرسیدن سؤال‌های ناگهانی مثلاً درباره فعالیت‌های رسوایی‌آمیز همکار فرد مصاحبه‌شونده در حالی که با او درباره تراکم ترافیک مصاحبه می‌شود، کمتر شده است.

بی‌بی‌سی در فعالیت‌های رسانه‌ای خود همواره واژه‌های «بیطرف»، «دقیق» و «هدفدار» را به عنوان شعار به کار می‌برد. این هم خوب است یادآوری شود که فرد اگر نخواهد مجبور نیست با خبرنگار سخن بگوید.

رهنمودهای فعلی درباره مصاحبه‌گری نسبت به آنچه در ۱۹۹۰ برای استفاده داخلی منتشر شد تفاوت کرده است و متن فعلی را می‌توان در آخرین چاپ رهنمودهایی برای تولیدکنندگان مطالعه کرد، که برای هر فرد علاقه‌مند به تحقیق، تولید و ارائه برنامه یا مشارکت در برنامه‌هایی که از بی‌بی‌سی پخش می‌شود، راهنمایی و اطلاعات مفیدی دارد. کتاب در کتاب فروشی بی‌بی‌سی و اطلاعات هم در پایگاه اینترنتی آن موجود است.

قواعد اجرای مصاحبه‌ها

مرجع رسمی رادیو^(۱)، که به فعالیت‌های رادیویی مستقل براساس ضوابط قانونی سند سخن‌پراکنی^(۲) ۱۹۹۰، جواز می‌دهد و آنها را قاعده‌مند می‌کند،

1. The Radio Authority

2. Broadcasting Act 1990

در دستورالعمل اخبار و امور جاری^(۱)، خود بیان می‌دارد که دارندگان پروانه پخش رادیویی باید اطمینان حاصل کنند:

الف) مصاحبه‌شونده‌ای که به‌عنوان نماینده گروه سازمان‌یافته‌ای انتخاب می‌شود در موقعیت صحبت از جانب دیگر اعضا یا حامیان قرار دارد.

ب) چه در مصاحبه زنده چه ضبط‌شده، هر جا که عملی باشد، مصاحبه‌شونده از قالب، موضوع و مقصود از برنامه و نحوه بهره‌برداری مورد نظر از مصاحبه‌اش آگاه شده باشد.

ج) هر جا که عملی باشد، به مصاحبه‌شونده هویت هر یک از دیگر شرکت‌کنندگان پیشنهاد شده برای برنامه و نقش خواسته شده از آن شخص گفته شده باشد.

گزیده‌ای از دستورالعمل رسمی رادیو^(۲) درباره موضوع تدوین مصاحبه بیان می‌دارد که:

نسخه کوتاه شده مصاحبه نباید از نحوه مشارکت مصاحبه‌شونده تصور نادرستی القا کند. نباید مصاحبه چنان تدوین شود که با کنار هم گذاشتن قسمت‌های مختلف مصاحبه به‌نظر برسد که شرکت‌کننده در مصاحبه بارشته‌بختی که احتمالاً آن را نخواهد پذیرفت و در آن فرصتی برای اظهارنظر در برنامه یا خبر به او داده نشده روبه‌رو است.

دستورالعمل بر این نکته نیز تأکید دارد که متصدیان پشت صحنه امور، مصاحبه‌گران و میزبانان تلفنی بی‌طرف باقی بمانند و بیان می‌دارد:

اداره‌کننده بحث، مصاحبه‌گر یا میزبان تلفنی باید از بحث درباره مسائل پرهیز کند، در جایی که بیوندها یا درگیری‌های او بیرون از این برنامه به نحوی است که انصاف و بی‌طرفی او را زیر سؤال می‌برد. او باید اطمینان حاصل کند که شرکت‌کننده(گان) یا مصاحبه‌شونده(گان)، که شاید بعضی از آنها کمتر از سایرین تجربه کار با رادیو را داشته

باشند، قادر به اظهارداشتن نظر خود هستند؛ و بحث تا حد امکان پیوسته و منطقی پیش می‌رود. میزبان، اداره‌کننده بحث یا مصاحبه‌گر باید هر جا که مناسب باشد نقلی تا حد امکان منصفانه و هدفدار از آرای اعلام شده شرکت‌کنندگان غایب درباره موضوع مورد بحث بدهند (تبصره در مواقع انتخابات الزامات خاصی در سند نمایندگی مردم^(۱) پیش‌بینی شده است). میزبان تلفنی یا اداره‌کننده بحث ممکن است برای گرم کردن بحث و نشان دادن نظریات متفاوت با آنچه میهمانان (اگر میهمانی باشد) و یا فراخوانندگان بیان کرده‌اند موضع طرف مخالف را اتخاذ کند. در این حال او نباید عقاید خود را بیان کند مگر آنکه دارندگان عقاید مخالف فرصت آن را داشته باشند که نظر خود را با شدت برابر در همان برنامه ابراز کنند یا دارنده جواز پخش این برنامه، برنامه دیگری در وقت مشابهی از روز (بر حسب مخاطب در دسترس) و فرکانس و مدت برابر که طی آن میزبان تلفنی مخالفی عقاید خود را مطرح کند، پخش نماید.

معیارهای پخش

هیئت معیارهای پخش^(۲) ساختار قانونی معیارها و عدالت در پخش رادیویی و تلویزیونی است. این تنها سازمان در چارچوب قوانین پخش انگلستان است که همه تلویزیون‌ها و رادیوها را زیر پوشش دارد. این پوشش هم شامل بی‌بی‌سی و پخش‌کنندگان تجاری، هم خدمات پخش متن، پخش کابلی، پخش ماهواره‌ای و پخش دیجیتالی می‌شود. مطابق سند پخش ۱۹۹۶^(۳) این هیئت سه وظیفه اصلی دارد: تهیه دستورهای عملی مرتبط با معیارها و عدالت؛ رسیدگی و داوری برای احقاق حق در مورد شکایات؛ مراقبت، تحقیق و گزارش درباره معیارها و عدالت در پخش رسانه‌ای.

هیئت معیارهای پخش، سازمان مستقلی است که بر چگونگی ارائه

-
1. Representation of the People Act
 2. The Broadcasting Standards Commission
 3. Broadcasting Act 1996

خشونت، رفتار جنسی، جوانب سلیقه و پاکی رفتار در برنامه‌ها و تبلیغات رادیویی و تلویزیونی نظارت می‌کند. همچنین برای کسانی که عقیده دارند با آنان رفتار غیرمنصفانه‌ای شده یا در معرض تعدی ناخواسته به حریم خصوصی خود واقع شده‌اند اسباب جبران را فراهم می‌کند.

شکایت درباره عدالت (رفتار غیر عادلانه یا نادرست یا دست‌اندازی بدون مجوز به حریم خصوصی) را فقط کسانی که مستقیماً از طرف پخش مورد اصابت قرار گرفته‌اند می‌توانند مطرح کنند، اما درباره معیارها (خشونت، رفتار جنسی، موضوعات سلیقه‌ای یا پاک رفتاری از قبیل استفاده از زبان نادرست یا طرز مقابله با بلا یا) هرکس که پخش را دیده یا شنیده باشد می‌تواند شکایت کند.

اکثر شکایاتی که هیئت دریافت کرده است درباره معیارهاست و شکایات مرتبط با رادیو در این باره نسبت به موارد مربوط به تلویزیون اندک است. شکایات عموماً شامل کاربرد بد یا تهاجمی زبان و کنایه‌های جنسی از سوی مجریان برنامه‌هاست اما گهگاه مسائل دیگری هم عنوان می‌شود. گزیده زیر از خبرنامه هیئت معیارهای پخش (شماره ۱۹، مارس ۱۹۹۹)، یافته‌های هیئت را از شکایاتی نشان می‌دهد که درباره مصاحبه‌ای که از برنامه جیمز ویل^(۱) از رادیو کلام^(۲) در ۲۴ سپتامبر ۱۹۹۸ (ساعت ده شب تا یک بعد از نیمه شب) پخش شده است. [BSC ref.CN 1229]

شکایت

شونده‌ای شکایت کرده است که به سخنگوی حزب ملی انگلیس دو ساعت وقت پخش زنده داده شده که از دیدگاه‌های سیاسی حزبش دفاع کند.

اظهار نظر پخش‌کنندگان

رادیو کلام توضیح داد که معتقد است تمیز قائل شدن بین مصاحبه و مصاحبه‌شونده بسیار مهم است. این ایستگاه قبل از این مصاحبه تعدادی تماس تلفنی داشته است از گروه‌ها و افرادی که به‌نظرشان این رادیو نباید تریبونی برای افرادی فراهم کند که ممکن است دیدگاه‌های نژادپرستانه عرضه کنند. این ایستگاه هرگز تمایل نداشته تریبونی برای عقاید تفرآمیز فراهم کند اما عقیده داشته است که حق آزادی بیان آنقدر مهم است که بدون علت کافی نباید آن را کنار گذاشت.

مسئولان پخش در ادامه اظهار داشته‌اند که حزب ملی انگلیس^(۱) در طول حیات خود به حق متهم به بدرفتاری نژادپرستانه شده است و در کسانی که در صدد محدود کردن فعالیت آن برآمده‌اند واکنش خشمگین برانگیخته است. رادیو کلام معتقد بود که این مصاحبه خط‌شکن بوده چرا که خطر بسیار بزرگ‌تری را برملا کرده است؛ و آن اینکه حزب ملی انگلیس با طرح دسته‌ای سیاست‌های هم‌پسته، و نه فقط سیاست‌های حول موضوع مهاجرت، به وجهی که مستدل به‌نظر برسد تلاش می‌کرد تصویری را که از آن در اذهان به‌عنوان حزبی تک‌دستوری وجود داشته تغییر دهد و به این ترتیب برای خود جلب احترام کند. مصاحبه به نحوی اجرا شده که گویی بی‌ان‌پی حزبی تثبیت شده است. این کار، به این حزب اجازه داد پوسته نازکی را که روی خود کشیده بود کنار بزند، نشان بدهد که چه اندک تغییر کرده است، اما چقدر در نمایش مجدد خود خطرناک‌تر شده است. در نیم ساعت اول مصاحبه به نژاد اشاره‌ای نشد، اما ادامه مصاحبه با تصویر جدیدی که این حزب می‌کوشید عرضه کند و تمرکز متعاقب آن روی نژاد، سطحی بودن این تغییر را برملا کرد.

یافته هیئت معیارهای پخش

گروهی از طرف هیئت معیارها برنامه را گوش کردند. هیئت به این نظر رسید که مصاحبه عمقی بوده و احساسات برانگیز نبوده است و پذیرفت که این ایستگاه موضوعی را که مورد توجه عموم بوده به نحو مسئولانه‌ای گزارش کرده است.

شکایت تأکید نشد.

هیئت برای بررسی و داوری در شکایات برضد معیارها و عدالت، قدرت آن را دارد که:

- به تهیه کپی از ماده پخش شده الزام کند (کوتاهی در تهیه کپی نقض دستورالعمل پخش ۱۹۹۶ است).

- اظهارات مکتوب بخواهد.

- جلساتی برای بررسی جزئیات هر آنچه پخش شده منعقد نماید.

هیئت می‌تواند پخش‌کنندگان را نیز ملزم کند که خلاصه تصمیمات هیئت را یا روی آنتن یا در روزنامه و مجله منتشر کنند و هر اقدامی را که در نتیجه آن انجام داده‌اند، گزارش نمایند.

کلیه تصمیمات هیئت در خبرنامه ادواری به شکل‌های چاپی و برخط منتشر می‌شود.

نکته‌ها و اخلاقیات مصاحبه‌گری

خبرنگاران رادیویی مقرراتی را که پخش‌کنندگان و پخش را کنترل کند به خوبی گردآوری و پیاده کرده‌اند. پخش‌کنندگان و هیئت‌های تنظیم‌کننده مقررات می‌توانند به خبرنگاران رهنمودهایی بدهند که آنان برای به دور نگاه داشتن خود و ایستگاه خود از مشکل در حین اجرای مصاحبه آنها را رعایت کنند. این رهنمودها قواعد اساسی را برای کسانی که در هر دو سوی میکروفون

قرار می‌گیرند، بیان می‌کنند و به همین خاطر ممکن است احساس کنید که در صورت کارکردن در رادیو مجبور نیستید با همان مسائلی مواجه شوید که همکاران مطبوعاتی شما با آن روبه‌رو هستند. بنابراین درباره کاری که برای انجام دادنش فراخوانده شده‌اید چه احساس می‌کنید؟ قواعد کار شخصی خود شما آن گونه که در مصاحبه‌گری اعمال می‌کنید چیست؟ روابط بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده را چگونه می‌بینید؟ اگر از شما خواسته شود با شخصی که تحسین‌گر او بوده‌اید، مثل مردی قهرمان یا زنی قهرمان، مصاحبه کنید می‌توانید بدون دستپاچه شدن یا ابراز احساسات این کار را بکنید؟

موقعیت‌هایی پیش خواهد آمد که دقیقی متوقف شوید و درباره نقشتان و تأثیری که تعلق خاطر شما نسبت به مصیبت یا شادی مصاحبه‌شونده در آینده او خواهد داشت بیندیشید. لحظاتی خواهد بود که نگران می‌شوید که شاید در برابر غم دیگران سنگدل شده‌اید و متوجه می‌شوید که با خونسردی بدون اعلام قبلی به در خانه مردم می‌روید و با درخواست مصاحبه با وجود مضیقه وقتشان به زندگی خصوصی آنان تعدی می‌کنید. ممکن است سؤالاتی برسید که مصاحبه‌شوندگان شما قبلاً هرگز نخواست‌اند از خود پرسند. مصاحبه‌هایی هم خواهد بود که از شما خواسته شده اجرا کنید و به علت عقاید شخصی‌تان علاقه شما را موجب خواهد شد و این سؤال را پیش می‌آورد که کجا حاضرید آن را ختم کنید. آیا می‌توانید از داوری احتراز کنید و سؤالاتی از جانب طرف مقابل پرسید؟ به خاطر داشته باشید که موضوع هرچه باشد و مصاحبه‌شونده هر که باشد شما در نقش خودتان به‌عنوان خبرنگار با آنان صحبت می‌کنید و بنابراین باید حرفه‌ای عمل کنید.

به‌عنوان مصاحبه‌گر حرفه‌ای تا چه اندازه آماده‌اید که بر شخصی که می‌گوید مایل نیست با او مصاحبه شود فشار وارد کنید؟ آیا حاضرید برای دبیر خبرنگاران توضیح دهید که چرا حاضر نیستید با کسی که وابستگی‌های

سیاسی او شما را می ترساند مصاحبه کنید؟ ممکن است احساس کنید که لازم است ناخشنودی خودتان را درباره شخصی که با او مصاحبه می کنید ابراز دارید؟ اگر گیاه خوار باشید می توانید با قصاب محلی درباره فواید گوشت قرمز مصاحبه بی طرفانه ای داشته باشید؟ خبرنگار رادیویی در هر روز کاری با این قبیل شرایط دشوار تصمیم گیری روبه روست. اگر شما را برای مصاحبه می فرستند انتظار می رود در موعد قطعی تعیین شده همراه با چیزی قابل پخش بازگردید.

روزی در جلسه اتاق خبر، دبیر خبر از من خواست که به فراخوان مطبوعاتی که پلیس محلی در شهری به فاصله قریب به چهل مایل ترتیب داده بود بروم. پلیس در حال تحقیق درباره علت آتش سوزی خانه ای بود که در آن دو کودک جان باخته بودند. آنها ظنین بودند که آتش سوزی تماماً آغاز شده باشد. به رغم پوشش رادیویی، تلویزیونی و مطبوعات محلی، هنوز هیچ کدام سرخبر (لید) مفیدی نداشتند. مادر کودکان فوت شده موافقت کرده بود که شهادتی را به گواهی بخواند، بنابراین مطبوعات محلی را دعوت کرده بودند تا سخنان او را بشنوند. از من خواسته شد برای اخبار ظهر با دست پر برگردم. این اولین پوشش خبری من از صحنه شهادت خواهی «عاطفی» بود.

در فراخوان محلی، گروهی از تلویزیون محلی، جمعی گزارشگر و عکاس از مطبوعات محلی و من از ایستگاه رادیوی محلی شرکت داشتیم. مادر داغ دیده را همراه با افسرانی که این تحقیق را دنبال می کردند در مقابل ما آوردند. دوربین تصویربرداری به گردش در آمد و شاترهای دوربین های عکاسی به صدا درآمدند. افسری زن را معرفی کرد و گفت که او آماده است تا به سؤالات ما پاسخ دهد. سکوتی طولانی برقرار شد. سپس یکی از روزنامه نگاران از او پرسید « شما چه می خواهید بگویید؟ » او در حالی که اشک از چشمانش جاری بود با صدایی که تقریباً قابل شنیدن نبود زمزمه کرد

«اگر کسی چیزی می‌داند لطفاً به پلیس بگوید.» او سپس بدون اینکه قادر باشد به سخن ادامه دهد از اتاق بیرون رفت.

فراخوان مطبوعاتی به پایان رسید. روزنامه‌نگاران مواد کافی برای آنکه چیزی بنویسند در اختیار داشتند، عکاسان تصاویری از مادر گریان گرفته بودند و گروه تلویزیونی تصاویر کافی برای آنکه زیر صدای گزارشگر بگذارند گرفته بود. من احساس کردم چیزی که قابل استفاده در رادیو باشد ندارم. خبرنگاران در فاصله‌ای دورتر مستقر بودند و به‌نظر می‌رسید کمتر تهدیدکننده باشند. من بی‌تجربه بودم و فکر نکرده بودم میکروفونم را نزدیک‌تر به جایی که قرار بود آن زن بنشیند قرار دهم، بنابراین صدای او روی نوار ضبط شده بود. دانستم که بهترین چیزی که می‌توانم به سردبیر بدهم صدای ضبط‌شده روی گزارش یا کپی‌ای است مبتنی بر آنچه دیده و شنیده‌ام. از افسر ارشد درخواست کردم که از آن زن بپرسد آیا حاضر است مصاحبه‌ای خصوصی با من ضبط کند؟ و توضیح دادم که معلوم بود آن زن از حضور خبرنگاران احساس ناامنی دارد و شرایط بر او غلبه کرده بود، بنابراین شاید برای او آسان‌تر باشد که تنها با یک نفر گفت‌وگو کند. توضیح دادم که نیت من پیشی گرفتن بر همکارانم نیست و احساس می‌کنم اگر قرار باشد نتیجه خوبی از فراخوان مطبوعاتی به دست آید، بهتر است مصاحبه کوتاهی با آن زن در بخش خبری ظهر پخش شود که احتمالاً نتایجی هم برای پلیس در بر خواهد داشت. افسر مطمئن نبود که زن بپذیرد، چرا که بسیار افسرده بود، اما گفت که از او خواهد پرسید. درحالی که منتظر بودم تا افسر بازگردد نگران بودم که شاید پا را از حد فراتر گذاشته باشم و متهم شوم به اینکه به حریم عواطف خانوادگی تعدی کرده‌ام، اما خود را قانع کردم که با توجه به اینکه غیرمستقیم و از طریق افسر پلیس با زن تماس گرفته‌ام نحوه رفتار من حرفه‌ای بوده است. فکر می‌کنم اگر در آن لحظه افسر تقاضای مراد می‌کرد و به خاطر جلوگیری از

افسردگی بیشتر او جرئت نمی‌کرد از او چنین درخواستی کنند، چون خبرنگاری نسبتاً بی‌تجربه بودم، عقب‌نشینی می‌کردم. اما اگر در شرایط کنونی بودم تلاش می‌کردم او را قانع کنم که این تصمیم به‌عهده خود آن زن است، نه بر عهده او.

زن پذیرفت که با او مصاحبه کنم و من سه دقیقه مطلب با ارزش ضبط کردم. من در تلقی خودم از اینکه شرایط بر او چیره شده بود محق بودم و اینک به این علت با مصاحبه موافقت کرده بود که احساس می‌کرد با رفتاری که در جلسه مصاحبه مطبوعاتی کرده روی همه را زمین انداخته است. او این را گفته بود که می‌پذیرد با من مصاحبه کند چون معمولاً شنونده این ایستگاه رادیویی است، نام مرا می‌داند و دیگر مصاحبه‌هایی را که من اجرا کرده‌ام شنیده است، بنابراین احساس می‌کند می‌تواند به من اعتماد کند که پیام او را برسانم.

در اخبار ظهر آن روز «لفاف»ی که گزارش صوتی مرا مطرح می‌کرد با تکه‌ای از مصاحبه پخش شد. تمام بخش خبر بعدازظهر کپی مصاحبه و تکه‌ای از آن را داشتند. برنامه عصرگاهی تمام مصاحبه را پخش کرد و گزیده‌هایی از مصاحبه به‌عنوان بخشی از یک «بسته» در برنامه جنگ صبحگاهی فردای آن روز استفاده شد. پلیس گزارش داد که آنان از واکنش عمومی به این استمداد راضی‌اند.

این برای من درس افتتاحیه بود و تذکر این نکته که با مردمی واقعی مصاحبه می‌کنم که درگیر چیزی می‌شوند که ممکن است برای باقی عمرشان اثر خود را روی آنها بگذارد. این تجربه‌ای غیرمنتظره بود و من از آن بسیار آموختم. من آگاه هم بودم که خانواده، بستگان و دوستان آنان احتمالاً حاصل آن مصاحبه را می‌شنوند. این مهم بود که چیزی پخش نشود که آنان را دلگیر کند بنابراین در تدوین مصاحبه دقت مضاعف کردم و درباره کلماتی که در اتصال‌ها، آغاز و پایان به کار بردم به دقت فکر کردم. با گوش کردن به ضبط

اولیه ماده خام، متوجه شدم که تعداد زیادی فاصله یا مکث وجود دارد که در آن هنگام از آنها آگاه نبوده‌ام. اما اکنون تصدیق می‌کنم که در شرایط مصاحبه‌گری حساس نباید از اینکه ساکت بمانید بترسید، و اینکه لازم نیست آن مکث‌ها را، حتی اگر مصاحبه در حال پخش مستقیم باشد، با سؤال یا اظهار نظر پر کنید. من با اندیشیدن درباره واقعه‌ای که گذشت، احساس می‌کنم که حق داشتم برای گرفتن مصاحبه اصرار کنم، اما در همین حال در بخشی از وجود معتقدم که آن اقدام را فقط برای آن کردم که می‌ترسیدم وجهه خود را نزد همکارانم در اتاق خبر از دست بدهم و برای سردبیر چیزی به‌عنوان محصول کار پیش از ظهر نداشته باشم.

به‌خاطر داشته باشید که ایرادی ندارد از همکاران با تجربه‌ترتان بپرسید که چگونه باید با شرایط دشوار مصاحبه دست و پنجه نرم کرد. بی‌بی‌سی بر این روش اصرار دارد، چنانکه درباره هر چیز دیگری هم که ممکن است درباره آن مطمئن نباشید فلسفه «ارجاع» روشنی دارد. بی‌بی‌سی راهنمای تولیدکنندگان خود را هم منتشر کرده است، که بیشتر با مسائل و قواعدی سر و کار دارد که پخش‌کنندگان با آن روبه‌رو می‌شوند و نه تنها بر تصمیم‌گیری‌های سیاست‌گذرای بلکه بر گنجینه تجارب مشترک کارکنان بی‌بی‌سی در طول حدود ۷۰ سال که این بنگاه با پخش رادیویی و تلویزیونی سر و کار داشته، مبتنی است.

به هر حال، گاه، به خصوص آنگاه که از پایگاه خود دور هستید، مجبور می‌شوید تصمیماتی بگیرید و تبعات اقداماتتان را عهده‌دار شوید. قبل از آنکه آن زمان فرا برسد، در اینجا گزیده‌ای از سناریوهای فرضی آمده است که بر موقعیت‌های واقعی مبتنی هستند که خبرنگاران رادیویی ممکن است خود را با آنها رودررو بیابند. به دقت بیندیشید که چگونه آنها را حل و فصل خواهید کرد. بعضی از پاسخ‌ها در این کتاب آمده است و بعضی در قواعد و

رهنمودهایی که پخش‌کنندگان و هیئتی قانونی وضع کرده‌اند یادآوری شده است.

سناریوی ۱

در حالی که ضبط‌صوت‌تان را به همراه دارید به صحنه آتش‌سوزی خانه‌ای می‌رسید. با سرپرست آتش‌نشانان مصاحبه می‌کنید و او اظهار می‌دارد که کودکی به‌رغم تلاش شجاعانه یکی از همسایگان برای نجات او از شعله‌ها، مرده است. او به مردی اشاره می‌کند که روی دیوار کوتاه باغچه خانه نشسته و دست‌هایش را بر صورتش گذاشته است و به شما می‌گوید که آن همان همسایه است. آیا می‌کوشید با همسایه مصاحبه کنید؟ اگر پاسخ مثبت است، چگونه به او نزدیک می‌شوید و چه می‌پرسید؟ اگر پاسخ منفی است، توضیح دهید چرا؟ اگر مردی که کوشیده بود بچه را نجات دهد پدر او یا از بستگان نزدیک او بود به گونه متفاوتی عمل می‌کردید؟

سناریوی ۲

شما در گروهی که برنامه‌ای را درباره مصرف نادرست دارو تهیه می‌کند عضوید. یکی از پژوهشگران به شما می‌گوید که می‌تواند مصاحبه‌ای را با یکی از واسطه‌های توزیع دارو ترتیب دهد. آیا مایلید مصاحبه را اجرا کنید؟ پژوهشگر می‌گوید که این فروشنده موافقت کرده است که بگذارد همراه او به یکی از مکان‌های فروش محلی بروید و با میکروفون مخفی گفت‌وگوی او را در حال معامله ضبط کنید. آیا برای این کار آماده‌اید؟ فروشنده بابت همکاری‌اش مبلغی پول می‌خواهد و روشن است که می‌خواهد نام حقیقی‌اش در مصاحبه فاش نشود. آیا از نظر شما همه اینها قبول است؟

سناریوی ۳

در بین مصاحبه‌ای که با کاسبی محلی ضبط می‌کنید، او مطلبی می‌گوید و اظهار می‌دارد که این خارج از موضوع مصاحبه است. آیا قبل از پخش این مصاحبه آن قسمت را در تدوین حذف می‌کنید؟ آیا می‌توانید دلایلی برای تصمیم خود ذکر کنید؟

سناریوی ۴

در حال کار روی برنامه‌ای درباره مصرف‌کننده هستید و می‌خواهید با شخصی درباره ادعاهایی که کارمند سابقی درباره معاملات تجاری او کرده است مصاحبه کنید. در ده روز گذشته شما از این کارفرمای سابق با تلفن، دورنگار، پیام‌نگار و نامه درخواست مصاحبه کرده‌اید، ولی او تاکنون پاسخ نداده است. چه می‌توانید بکنید که او را برای ضبط مصاحبه با خودتان قانع کنید؟

کسی عقیده دارد که فقط باید با یک دستگاه ضبط صوت دم در محل کار او حاضر شوید و سؤالاتان را بپرسید. آیا این پیشنهاد خوبی است؟ شما تصمیم می‌گیرید مصاحبه‌شونده را در آستانه محل کار گیر بیندازید، بنابراین خود را به موقع به منزل او می‌رسانید تا به محض خروجش از خودرو به او برسید. ضبط صوت را روشن می‌کنید و شروع به مصاحبه با او می‌کنید. آیا شما در اقدام به چنین کاری در چارچوب حقوق قانونی خود عمل کرده‌اید؟ مصاحبه‌شونده به شما می‌گوید که او تازه از سفر شغلی خارجی طولانی برگشته و اگر بعداً در طول روز با او تماس بگیرید خوشحال خواهد شد که با شما صحبت کند، چون به فرصتی نیاز دارد تا محل کارش را باز کند و به پیام‌های تلفنی و نامه‌های رسیده در طول سه هفته‌ای که نبوده رسیدگی کند. موافقت می‌کنید؟

شما برای روز بعد قراری می‌گذارید و سؤالاتان را مطرح می‌کنید. او به

شما می‌گویید که این کارش را در سفری که داشته واگذار کرده است و دیگر متعلق به او نیست و کارمند سابقی که ادعاهایی مطرح کرده است از او کینه دارد زیرا آن کارمند را به خاطر رد کردن اطلاعات تجاری به شرکت رقیب اخراج کرده است.

با مصاحبه‌ای که ضبط کرده‌اید چه خواهید کرد؟ اگر می‌توانستید کل کار را تکرار کنید، آیا اقدام متفاوت دیگری را مد نظر قرار می‌دادید؟

سناریوی ۵

سیاستمداری موافقت کرده است که با او درباره طرحی مربوط به جوانان مصاحبه کنید، اما در روز مصاحبه دیگر گزارشگران راه را بر او بسته‌اند چون می‌خواهند واکنش او را در خصوص خبری جنجالی در روزنامه صبح جویا شوند. سیاستمدار مذکور موافق است که در مصاحبه‌ای که ترتیب داده‌اید شرکت کند مشروط بر آنکه شما انتظار نداشته باشید نظرش را درباره این خبر روزنامه‌ها هم بیان کند. موافقت می‌کنید؟ آیا طی مصاحبه در سؤالی به خبر روزنامه نمی‌لغزید و دیگران را جا نمی‌گذارید؟ آیا در پایان مصاحبه از او خواهید خواست که در صورت امکان به سؤالی درباره خبر روزنامه‌ها پاسخ دهد؟

سناریوی ۶

تازه مصاحبه با شخصی را که خبر دست اولی داده است تمام کرده‌اید که به شما می‌گوید در مصاحبه‌ای که به تازگی با روزنامه‌ای انجام داده است ۵۰۰ لیره به او پرداخت شده و می‌خواهد بداند شما بابت این مصاحبه چقدر می‌پردازید؟ به او چه خواهید گفت؟ اگر از پاسخ شما راضی نشود و بگوید تا تکلیف این مسئله روشن نشده نمی‌توانید این مصاحبه را پخش کنید چه خواهید کرد؟

سناریوی ۷

شما مصاحبه‌ای را که قبلاً ضبط شده و مبتنی بر خبری است که چاپ مطبوعاتی آن توقیف شده تازه تکمیل کرده‌اید و احساس می‌کنید آنقدر افشاگرانه است که باید فوراً پخش شود. آیا باید توقیف را نادیده بگیرید و مصاحبه خود را روی آنتن بفرستید؟

سناریوی ۸

طی مصاحبه‌ای مصاحبه‌شونده عصبی می‌شود و شروع به فریاد می‌کند. چه می‌کنید؟ مصاحبه را متوقف می‌کنید و روز دیگر با او مصاحبه می‌کنید؟ مصاحبه را متوقف می‌کنید تا زمانی که بتواند ادامه دهد؟ می‌گذارید ضبط صوت به ضبط ادامه دهد؟ به سؤال کردن ادامه می‌دهید؟

سناریوی ۹

مصاحبه‌شونده خواسته است نامش روی آنتن برده نشود چون می‌ترسد برای آنچه خواهد گفت اقدام تلافی‌جویانه شود یا چون به خاطر قولی که داده متعهد است. آیا این «بی‌نام باقی ماندن» و ثوق این مصاحبه یا اعتبار این گواهی را تضعیف خواهد کرد؟ برای مثال ممکن است مصاحبه‌شونده متقاعد شده باشد که همسایگان تلافی شدیدی در خواهند آورد. اگر مطمئن باشید که مصاحبه‌شونده در صورت شناخته شدن صدایش متحمل آزار خواهد شد آیا در نظر خواهید گرفت که صدایش را معوج کنید؟

سناریوی ۱۰

مصاحبه‌ای را ضبط کرده‌اید و مصاحبه‌شونده خانمی است که می‌خواهد نوار را برای او بگذارید تا تمامش را گوش کنند. آیا موافقت می‌کنید؟

مصاحبه‌شونده فکر می‌کند مصاحبه خوب شده و می‌گوید باید آن را بدون تدوین پخش کنید. آیا موافقت می‌کنید؟ جوابی هست که مصاحبه‌شونده شما از آن ناراضی است و از شما می‌خواهد آن را حذف کنید. موافقت می‌کنید؟ اگر بگوید بعضی از ارقامی را که به دست آورده غلط بوده و چیزی که گفته نادرست است، آیا موافقت می‌کنید آن را حذف کنید؟ مصاحبه‌شونده به شما زنگ می‌زند تا درخواست کند مصاحبه تدوین شده را قبل از پخش بشنود. موافقت می‌کنید؟

افترا

در مقام مصاحبه‌گر حداقل باید شناختی اولیه از قانون افترا^(۱) که موارد اهانت را در بردارد داشته باشید. حتی اگر شما هم بیان اهانت‌آمیزی نکنید ممکن است شخصی که با او مصاحبه می‌کنید چنین کند. به بیان دیگر، ممکن است او در طی مصاحبه چیزی را درباره شخص دیگری بگوید که از نظر آن شخص اهانت‌آمیز تلقی شود. اگر چیزی بشنوید که بلافاصله این سؤال را در ذهن شما ایجاد کند که «اگر من جای او بودم از آنچه درباره من گفته شد خوشم می‌آمد؟» در آن صورت باید از پخش چنین مصاحبه‌ای احساس خطر کنید.

آیا مصاحبه‌شونده درباره شخصی چیزی گفته است که باعث شود دیگران از آن شخص دوری یا از روبه‌رو شدن با او خودداری کنند؟
 آیا مصاحبه‌شونده درباره شخصی چیزی گفته است که به موقعیت حرفه‌ای یا اجتماعی او صدمه وارد کند؟

آیا مصاحبه‌شونده درباره شخصی چیزی گفته است که باعث شود دیگران از او انزجار پیدا کنند، یا او را استهزا و یا به او اهانت کنند؟

آیا مصاحبه‌شونده درباره شخصی چیزی گفته است که آن شخص را در نظر مردمی که ممکن است آنان را درست‌اندیش بخوانیم پایین بیاورد؟
 اگر پاسخ به همه این سؤالات مثبت باشد، آنگاه ممکن است او در طول مصاحبه اظهار افتراآمیزی کرده باشد و ممکن است همراه با شما و ایستگاه رادیویی، به‌عنوان منتشرکننده این افترا، خود را در دادگاه بباید. اگر ایستگاه رادیویی خود را در چنین وضعی گرفتار ببیند، ممکن است به این نتیجه برسد که دیگر به خدمات شما نیاز ندارد.

ممکن است مصاحبه‌شوندگان قصد ارتکاب خلافی نداشته باشند، اما ندانستن قانون کمکی به آنان یا شما نمی‌کند. آنان ممکن است تصور کنند که چون دیگران همان حرف‌ها را گفته‌اند برای آنان هم گفتن آن درست است، اما در واقع با این کار افترای تازه‌ای را به فهرست افتراها اضافه می‌کنند. آنان ممکن است شخص را با نام ذکر نکنند، اما اگر کاملاً روشن باشد که مقصود آنان کیست باز هم مرتکب افترا شده‌اند، گرچه افترای بدون نام.

اگر مصاحبه‌شونده اظهاری غیردقیق کرده است که ممکن است به کسی آسیبی برساند، شما به‌عنوان مصاحبه‌گر چه خواهید کرد که از انتشار افترا جلوگیری کنید؟

اگر مصاحبه ضبط‌شده باشد، باید کلمات آزارنده را پیش از پخش حذف کرد. اگر مصاحبه زنده باشد و مهمان استودیویی شما سخنی بگوید که شما معتقدید اظهار افترای است، آنگاه باید خود و ایستگاه رادیویی را با دادن فرصتی به گوینده برای پس گرفتن اظهار خود از آن مبرا کنید. کلماتی به کار ببرید که برای گوینده و شنونده تردیدی باقی نگذارد که شما می‌خواهید خود را از این اظهار کنار بکشید، برای مثال: «من شدت احساس شما را درک می‌کنم، اما نمی‌توانم اجازه دهم آن را روی آنتن بگویم، بنابراین ممکن است لطفاً آنچه را که هم اکنون گفته‌اید، پس بگیرید؟» نباید به او فرصت بدهید که

اظهار خود را تکرار یا باز کند. با موافقت کردن با گوینده یا با اظهار هر نوع صوت یا کلامی که موافقت با بیان او یا تشویق او به ادامه دادن آن از آن استنباط شود، خود را درگیر افترا نکنید. همین که آنان بیانات خود را پس گرفتند، یا اگر از باز پس‌گیری سر باز زدند، باید هر چه زودتر به گفت‌وگو با آنان پایان دهید تا از هرگونه تکرار آن اظهارات جلوگیری کنید. وقتی دیده شود که مسئله‌ای را روشن می‌کنید خودتان و «ناشر»، یعنی ایستگاه رادیویی را از آن بیان یا تفسیر مبرا می‌کنید و می‌توانید از دردسر بیشتر برکنار بمانید.

مردم معمولی که در مصاحبه‌های تلفنی شرکت می‌کنند بیشتر اوقات ممکن است غیرقابل پیش‌بینی باشند. اگر تلفن‌کننده چیزی بگوید که به عقیده شما بیان افتراست، می‌توانید با کلماتی که در بالا پیشنهاد شد، از آنان بخواهید بیان خود را پس بگیرند یا به سادگی ورودی صدای آنان را قبل از آنکه سخن بیشتری بگویند ببندید و کلامی اضافه کنید از قبیل: «قبل از آنکه آقای اسمیت با گفتن مطالب بیشتری درباره این موضوع خود را به دردسر بیندازد می‌خواهم سراغ تلفن دیگری بروم.» در ایستگاه‌های رادیویی مستقل، وسیله تأخیری هست که برای جلوگیری از بعضی مسائل می‌توان از آن بهره گرفت، و البته اغلب تلفن‌کنندگان به برنامه مصاحبه تلفنی قبل از آنکه دوباره با آنان تماس گرفته شود و به استودیو متصل شوند از طریق تهیه‌کننده برنامه و دستیاران او گزینش می‌شوند، یعنی از طریق کسانی که به تلفن‌ها جواب می‌دهند و آنانی را که قرار است روی آنتن بروند انتخاب می‌کنند.

اگر موردی به دادگاه کشیده شد دفاعیاتی در قبال افترا وجود دارد. اگر بیانی که پخش شده درست باشد و بتوان شاهدانی تأمین کرد که در دادگاه قیام کنند، این «توجیه» خوانده می‌شود. اگر ادعا شود که بیانی از سر خیرخواهی بدون سوء نیت و در جهت منافع عمومی ابراز شده، این «نظر منصفانه» خوانده می‌شود، به شرط آنکه مبتنی بر واقع و نیز قابل اثبات باشد. شرایط خاصی که در آن وزن منافع عامه از شهرت فرد بیشتر باشد «امتیاز» نام دارد.

دفاعیات دیگری هم وجود دارد، اما بکوشید تا اینجاها پیش نرود. باید آماده‌سازی کارا، روال‌های امن-ناامن، منبع‌یابی مضاعف برای اطلاعات و تحقیق کامل برای مصاحبه حقایق را قبل از انتشار محرز کند و از هر شگفتی بدفرجامی جلوگیری نماید. موارد افترای مبتنی بر مصاحبه‌های پخش شده از رادیو، از بخت خوش و به لحاظ داوری خوب نادرند. قانون پیچیده و دائماً در حال تغییر است، بنابراین «اگر شک داری حذفش کن»، یا حداقل به پخش‌کننده ارشد یا با تجربه‌تر یا مشاور حقوقی ارجاع بده. لازم است ایستگاه‌های رادیویی نسخه ضبط‌شده از صدای تمام آنچه را که پخش می‌کنند به همان گونه که منتشر شده است نگهداری کنند. در میان دیگر چیزها، این نسخه ضبط‌شده نیز حجتی خواهد شد بر آنچه دقیقاً گفته شده و اقدامی که مصاحبه‌گر برای تشریح مسئله روی آنتن به عمل آورده است. همچنین مفید است که فهرستی مکتوب از احتیاط‌های صورت گرفته قبلی و روش‌های دنبال شده گروه تولیدی قبل از مصاحبه و در خصوص مصاحبه‌های تلفنی فهرستی از نام‌هایی که تلفن‌کنندگان داده‌اند، شماره آنها و زمان مکالمه نگهداری شود. خود این مدارک باز تعهد شما را برای احتراز از افترا نشان می‌دهد.

اگر درباره هر یک از مصاحبه‌هایی که برنامه‌ریزی پخش آن را دارید احتمال می‌دهید مشکلاتی داشته باشد، این فکر خوبی است که نسخه تمیزی از مراحل پیشرفت کار و یادداشت روزانه‌ای از چگونگی شکل‌گیری رویدادها نزد خود نگهدارید. دفتر تلفن تحقیق را با ذکر تاریخ و ساعت مکالمات، با شرح مشخصات کسانی که با آنان گفت‌وگو کرده‌اید و آنچه مورد بحث واقع شده نزد خود نگهدارید. اگر لازم باشد، در اولین مرحله مافوق‌ها و مشاور حقوقی‌تان را مطلع کنید، حتی اگر این کار همه چیز را خراب کند، دارید خودتان را نجات می‌دهید. قبل از آنکه با کسی در موقعیت مصاحبه

مواجه شوید، باید اول تمام شواهد تأیید شده خود را گرد آورید. با فکر باز جست‌وجو کنید و بپذیرید که اشتباهات ظریفی هم رخ دهند و اینکه شکایت‌هایی که بر ضد کسی می‌شود گاه هم ممکن است کینه‌جویانه یا نادرست باشد.

دستورالعمل سال ۱۹۸۳ نمایندگی مردم

تا آنجا که به پخش رادیویی مربوط می‌شود، این دستور اطمینان می‌دهد که پوشش انتخابات متصفانه، دقیق و متعادل بوده است. دست یافتن به پوشش متوازن، برای مثال با دعوت از تمام نامزدها برای شرکت در بحث استودیویی زنده و مطمئن ساختن آنان به اینکه همگی وقت مساوی از پخش دارند ممکن است بختک شما شود. ضبط صدای نامزدها روی نوار مطمئن‌تر است. اگر پخش‌کنندگان در طی انتخابات جدول پوشش ایستگاه برای نامزدها را تهیه کنند این کار می‌تواند به آنان کمک کند که حساب چگونگی تخصیص زمان را نگهدارند و اگر بعد از انتخابات هر سؤال و اعتراضی باشد به‌عنوان مدرک از آن استفاده کنند. بسیاری از ایستگاه‌ها خود را کنار می‌کشند و پوشش خود را محدود به گزارش‌هایی می‌کنند که شامل مصاحبه با نامزدها نمی‌شود.

بیشتر ایستگاه‌های رادیویی قبل از شروع فعالیت‌های انتخاباتی برای کارکنان خود آموزش‌های توجیهی ترتیب می‌دهند تا آنان را در مقام پخش‌کننده از مسئولیت‌ها و محدودیت‌های خود آگاه کنند. اما برای شما به نوبه خود ارزش آن را دارد که مستندات آرپی‌ای را به دست بیاورید و بخوانید، که به خبرنگاران می‌گوید در طول مدت منتهی به هر انتخابات چه چیزهایی را باید یا نباید پوشش دهند. طول مدت رعایت این ضوابط که به‌عنوان دوره فعالیت انتخاباتی (دوره عدم قطعیت، بلا تکلیفی) شناخته می‌شود بر حسب

نوع انتخابات متفاوت است. اگر انتخابات عمومی باشد، دوره فعالیت از زمانی که ملکه قصد خود را به انحلال مجلس اعلام کند آغاز می‌شود تا روز انتخابات که رأی‌گیری به پایان می‌رسد. اگر انتخابات میان دروه‌ای باشد، این مدت از تاریخی که حکم انتخابات صادر می‌شود تا پایان رأی‌گیری است. برای انتخابات محلی و اروپایی مدت رعایت از پنج هفته قبل از روز رأی‌گیری تا پایان رأی‌گیری است. اگر انتخابات شورای محلی برای پر کردن کرسی خالی شده باشد، مدت رعایت از تاریخی که اعلامیه انتخابات صادر شود شروع می‌شود.

شما مجاز نیستید در طول مدت رعایت مقررات انتخابات مصاحبه با سیاستمداران یا کسانی را که با مبارزه انتخاباتی آنان همراهند پخش کنید، مگر آنکه به تمام نامزدها وقت پخش مساوی داده شود یا با امضای رضایت‌نامه‌ای که اجازه دهد با دیگر نامزدها مصاحبه شود حق خود را ببخشند. این حق و تو برای پوشش انتخابات اتحادیه اروپایی قابل اعمال نیست. در رضایت‌نامه معمولاً این عبارات به کار می‌رود:

رادیوی فلان برنامه‌ای تهیه می‌کند که قرار است در (تاریخ) پخش شود و شامل (حوزه/ بخش) می‌شود که من در انتخابات/ انتخابات میان دوره‌ای که قرار است در (تاریخ) برگزار شود در آنجا نامزد (حزب) هستم.

من آگاهم که مطابق بند ۹۳ از «دستورالعمل نمایندگی مردم»، رضایت‌نامه همه نامزدها برای پخش که قرار است صورت گیرد لازم است.

رضایت می‌دهم که دیگر نامزدها بدون من در این پخش شرکت کنند. آگاهم که این پخش ممکن است تکرار شود.

می‌خواهم/ نمی‌خواهم از طرف من تذکری اعلام شود.

تاریخ... امضا....

ایمنی شخصی- رهنمودهای عمومی

شما برای مراقبت از ایمنی شخصی خود مسئولیتی دارید. برخی از احتیاط‌های ساده باید در واقع طبیعت ثانوی شما بشود.

- قبل از آنکه برای ضبط مصاحبه خود به محل بروید، اطمینان حاصل کنید که کسی محلی را که به آنجا می‌روید می‌شناسد و زمانی را که انتظار می‌رود بازگردید می‌داند. اگر ممکن است نام و شماره تماسی بگذارید و تلفن همراهی با خود ببرید.

- مطمئن شوید که لباستان برای شرایط آب و هوایی مناسب است. ببینید لباس محافظ یا لباس شب‌نما لازم دارید؟

- از نردبان یا داربست به منزله جایگاه مساعد استفاده نکنید.
- راه‌گریز امن برای مواقع اضطراری را در هر محلی که قرار می‌گذارید شناسایی کنید.

اگر هدایت مصاحبه‌هایی را در کشوری به‌عهده دارید که در آنجا فعالیت‌های خبرنگاران با محدودیت روبه‌روست، باید تحقیق بیشتری کنید و راهنمای متخصصی بجویید. راهنمایی زیر مبتنی بر تجربه شخصی و رهنمودهای سازمان گزارشگران بدون مرز به خبرنگارانی است که به مناطق بحرانی سفر می‌کنند. اطرافیان خود را از تحرکات خود مطلع کنید.

- اگر ممکن باشد به‌صورت گروهی بیرون بروید، فقط به مکان‌هایی که جمعیت کافی مردم حضور دارند بروید.

- به‌گونه‌ای رفتار کنید که دیگران ملاحظه شما را بکنند، در برخورد با اشخاص محافظه‌کار، و در سر و کارت‌تان با عامه محتاط باشید.

- احتیاط‌آمیز لباس بپوشید و هرگز لباس‌هایی نپوشید که دیگران را درخصوص تیت شما دچار سوءظن کند، مانند البسه نظامی.

- هیچ‌گاه قول کمکی که نمی‌توانید از عهده آن برآید ندهید.

- همواره وانمود کنید که می‌دانید به کجا آمده‌اید و از خودتان مطمئن هستید.

- اگر کسی در برابر شما حالت تخاصم دارد بکوشید آرامش خود را حفظ کنید.

تهدید قهر

در یکی از هم‌اندیشی‌های ایمنی خبرنگاری که در نظرآزمایی آزادی در ۲۶ سپتامبر سال ۱۹۹۷ برگزار شد، کیت آدی^(۱) سرخبرنگار بی‌بی‌سی اظهار داشت: «بزرگ‌ترین خطری که من در زندگی شغلی خبرنگاری خود با آن روبه‌رو شدم از جانب یک خانم خانه‌دار انگلیسی ماهی‌تابه به دست بود که مرا دنبال می‌کرد.» این حرف خبرنگاری است که از درگیری‌ها و مناطق جنگی تمام جهان گزارش تهیه کرده است.

گزارشگرانی که می‌کوشیدند با کسانی که برای امضای دفتر یادبود تسلیم شاهزاده ویلز آمده بودند مصاحبه نمایند مورد حمله زبانی و فیزیکی تعدادی از جمع واقع شدند.

شما ممکن است در حال مصاحبه با هواداران مسابقه فوتبالی بعد از بازی، یا تظاهرکنندگان راهپیمایی اعتراض‌آمیزی، یا شخصی در آستانه در خانه‌اش باشید، یا منسوبان طعمه جنایتی را در بیرون دادگاه به سؤال بگیرید، یا یک «صدای توده»ی ساده تهیه کنید. اگر در این حالت کسی شما را با قهر و بی‌حرمتی تهدید کرد، چه می‌کنید؟

- بکوشید آرام به‌نظر برسید.

- از تماس چشمی طولانی بپرهیزید، اما به‌طور کلی از آن صرف نظر نکنید. عینک تیره را از چشم بردارید.

- متوجه لحن صدای آنان باشید، لحن ممکن است نحوه تغییر موضع آنان را نشان دهد.
- آهسته و نرم و با استفاده از کلمات و جملات ساده صحبت کنید.
- فاصله‌ای را حفظ کنید.
- شخص را لمس نکنید، یا هیچ کاری نکنید که احتمالاً به عمل تهاجمی تعبیر شود، مثل نشانه رفتن انگشت یا چرخاندن مشت.
- از آشفته‌سازی بحث استفاده کنید، بکوشید موضوع را تغییر دهید.
- متوجه زبان غیرکلامی باشید و به آنچه می‌گویند گوش دهید. بخشی از مسئله ممکن است ناشی از ارتباط ضعیف و سوء تفاهم ساده باشد.
- اگر نمی‌توانید به توافق دست یابید محل را ترک کنید، اگر وضعیت دارد بدتر می‌شود، یا اگر دیگران دارند شروع به پیوستن به بحث می‌کنند، بروید و از دید خارج شوید.

مصاحبه با جنایتکاران

مصاحبه‌شونده در زمانی که صدایش پخش می‌شود در کانون توجه است و هر آنچه در طی مصاحبه می‌گوید و هر آنچه رفتار می‌کند روی شنونده اثر می‌گذارد. فردی که به‌طور معمول در جامعه‌ای مورد بی‌توجهی واقع شده باشد به سمت رسانه‌هایی که در آن جامعه انعکاس دارند کشیده می‌شود. چنین افرادی ممکن است وسوسه شوند که درباره فعالیت‌های خود لاف بزنند و آنها را مسحورکننده جلوه دهند. شما باید در مقابل چنین تمایلی در مصاحبه مقاومت کنید. ذکر جزئیات جنایت ممکن است در هر شنونده‌ای که طعمه جنایت مشایهی بوده آشفتنگی به‌وجود آورد. شخصی تأثیرپذیر ممکن است به تقلید از این شیوه‌ها و تدارک جنایتی مشابه اغوا شود.

جنایتکار ممکن است بر گمنام ماندن خود اصرار ورزد، اجابت این خواسته اعتبار مصاحبه شما را مخدوش خواهد کرد.

ممکن است پلیس بخواهد از شما درباره ارتباطان با جنایتکاران فعال بازجویی کند.

آیا مصاحبه با جنایتکاری فعال واقعاً قابل توجیه است؟

اطمینان حاصل کنید که از قوانین اهانت به دادگاه آگاهی دارید، قوانینی که وضع شده‌اند تا اطمینان دهند که مراحل داوری از مسیر اصلی خارج نمی‌شود، کند نمی‌گردد یا در معرض خطر پیش‌داوری قرار نمی‌گیرد. اساساً وقتی اتهام جنایی مطرح است به عبارت دیگر وقتی مراحل قانونی در جریان است، این قانون قوت می‌گیرد. بنابراین وقتی بازداشتی صورت می‌گیرد یا قراری برای بازداشت صادر می‌شود، یا شخص شفاهاً یا کتباً به جنایتی متهم می‌شود، در آن هنگام شما محدودیت پیدا می‌کنید و باید احتیاط کنید که چیزی پخش نشود که ممکن است در دادگاه مورد دعوا واقع شود.

اگر در پایان یک محاکمه، اعلام شود که قرار است درخواست تجدید نظر شود، همین که درخواست داده شد این قانون مجدداً فعال می‌شود. وقتی محاکمه رسماً ختم شود یا اگر فرد بازداشت شده بدون محکومیت آزاد شود، این قانون دیگر فعال نیست.

واضح است اطلاعاتی که در بالا داده شد تمام موقعیت‌هایی را که احتمالاً با آن مواجه شوید شامل نمی‌شود، بنابراین برای احتراز از میدان مین حقوقی درباره جنبه‌هایی از قانون که بر خبرنگاران اثر می‌گذارد آموزش رسمی ببینید.

مصاحبه با کودکان و مصاحبه در مدارس

مصاحبه‌شونده جوان را به همان اندازه مصاحبه‌شونده مسن باید احترام کرد. معنی این حرف این است که اگر آماده‌اند که با ایشان مصاحبه کنید از ایشان سؤال کنید، به آنچه برای گفتن دارند گوش بسپارید، آنان را به کوتاه کردن صحبت یا سکوت وادار نکنید و برای استفاده نکردن از آنچه برای گفتن دارند

دلیل صادقانه‌ای داشته باشید. باید برای چنین مصاحبه‌ای مثل هر مصاحبه دیگر خود را آماده کنید، یعنی تحقیق و اندیشیدن درباره سؤالات ممکن، دادن فرصت کافی و غیره.

به خاطر داشته باشید که قبل از آنکه بتوانید با کودک یا نوجوان کوچک‌تر از شانزده سال تمام مصاحبه کنید باید از یکی از والدین یا قیم او اجازه بگیرید. اگر کودک تحت قیمومت قانونی است و کمتر از هجده سال دارد، باید از مقامات محلی اجازه بگیرید. اگر هم برنامه‌ریزی می‌کنید که با بچه‌ها در ملک مدرسه مصاحبه کنید، باید از مدیر مدرسه اجازه بگیرید.

تجربه نشان می‌دهد که مصاحبه با بچه‌ها به صورت گروهی، حداکثر شش نفر و کم و بیش از یک گروه سنی، آسان‌تر و گاهی مفیدتر می‌تواند باشد به شرط آنکه آنان را تشویق کنید که هر کدام چیزی بگویند.

برای نتیجه‌گیری بهتر:

- وقت مبسوط بدهید.

- جایی یا اتاقی پیدا کنید که بچه‌ها در آن احساس راحتی کنند.

- بچه‌ها را دایره‌وار روی صندلی یا روی زمین بنشانید.

- از تمام افراد بزرگسال حاضر بخواهید دور از دید بچه‌ها منتظر بمانند و

در صحبت آنان دخالت یا آن را تصحیح نکنند.

- خود را به بچه‌ها معرفی کنید.

- ضبط صوت دستی خود را به آنان نشان دهید.

- با نشان دادن تصویر یا صنایع دستی متناسب آنان را به صحبت در مورد

نکاتی که می‌خواهید بحث شود وادارید، یا اصواتی را از ضبط صوت خود

بخش کنید و از آنان بخواهید تشخیص دهند چه چیزی می‌شنوند.

- سؤالات باز پرسید و به هر آنچه می‌گویند علاقه نشان دهید.

- قبل از آنکه مصاحبه را به پایان ببرید از آنان بخواهید هر چیز دیگری که دوست دارند بگویند.
- قبل از ترک محل از ایشان تشکر کنید.

مصاحبه‌های جلوی در (کمینگاهی)

این نوع مصاحبه برای مصاحبه‌گر رادیویی باید آخرین راه چاره باشد و فقط وقتی می‌تواند موّجه باشد که تمام روش‌های دیگر مصاحبه ناموفق بوده باشد و احساس شود که باید به خاطر منافع عامه از شخص مورد نظر سؤالاتی پرسید. جلوی در گرفتن یعنی رساندن خود به مصاحبه‌شونده با میکروفون باز و ضبط صوت در حال کار و پرسیدن سؤالاتی در جلوی در خانه یا ورودی محل کار او. «کمین گرفتن» به معنی تلاش‌هایی است که برای مصاحبه با فردی صورت می‌گیرد وقتی آن شخص در مکانی عمومی مثل خیابان، میان پنجره خودرو یا غیره ظاهر شود، بدون دعوت او به مصاحبه.

جلوی در گرفتن ممکن است فضولی تلقی شود و به برخورد بینجامد، بنابراین مصاحبه‌گر باید درباره اهدافی که مصاحبه قرار است به آن دست یابد روشن شده باشد.

اگر می‌خواهید با کسی مصاحبه کنید، روال طبیعی آن است که قبلاً از او دعوت کنید. شما ممکن است برای جلوی در گرفتن اشخاص توجیه داشته باشید اگر:

- آنان به درخواست‌های مکرر شما برای مصاحبه به وسیله تلفن، دورنگار یا نامه پاسخ نداده باشند.
- با بهانه‌ای غیرمنطقی از مصاحبه شدن سر باز زنند.

- از پاسخ به سؤالات شما یا تهیه اطلاعات به صورت دیگر، مثلاً اظهار مکتوب خودداری کنند. اگر در جلب رضایت مصاحبه‌شونده برای شرکت در مصاحبه ناموفق بودید، تلاش‌های مکرر برای ایجاد حس اطمینان در او، ممکن است شما را در مقابل اتهام ورود غیر مجاز به حریم خصوصی، بی‌دفاع کند.

دستورالعمل هیئت معیارهای پخش (در پاراگراف ۲۵) می‌گوید: اشخاصی که در اخبار جاری مطرح شده‌اند منطقاً نمی‌توانند به این موضوع معترض باشند که چرا رسانه‌ها در مجامع عمومی از آنها پرس‌وجو و پاسخشان را ضبط می‌کنند. سؤالات حتی اگر آنان برخورد خوشی نداشته باشند باید منصفانه باشد. اگر مراجعه از طریق تلفن باشد، پخش‌کننده باید روشن کند که چه کسی تماس گرفته است و برای چه منظوری. در غیر این صورت، حتی کسانی که در اخبار جاری مطرح هستند این حق را دارند که اظهاری نکنند یا از ظاهر شدن در هر رسانه‌ای خودداری ورزند. بنگاه نشر وایز تراست^(۱) که دیده‌بان اخلاق رسانه‌ای است به کسانی که فکر می‌کنند رسانه‌ها با آنان به بدی رفتار کرده‌اند کمک می‌کند و به اعضای جامعه که خود را در اخبار می‌یابند رهنمود می‌دهد. وایز تراست در جزوه وقتی خبرنگار نادرست عمل می‌کند چه می‌توانید بکنید؟ توضیح می‌دهد که با درخواست نامطلوب چگونه باید برخورد کرد:

اگر خبرنگاران برای کسب اطلاعات به شما روی آورند شما به هیچ وجه مجبور نیستید همکاری کنید.

اگر ترجیح می‌دهید درگیر موضوع نشوید این را به سادگی، مؤدبانه ولی محکم، به آنان بگویید.

اگر پافشاری کردند تعجب نکنید، این شغل آنان است. به هر حال، اگر از ترک ملک شما خودداری کردند یا دست از مزاحمت تلفنی برداشتند، حق دارید که به پلیس مراجعه کنید.

اگر از خودداری شما برای همکاری غیرمنصفانه برضد شما بهره‌برداری شد... حق شکایت دارید.

اگر فکر می‌کنید خبرنگار یا پخش‌کننده‌ای غیراخلاقی یا غیرمنصفانه عمل کرده است، شکایت کردن مهم است.

پلیس پایتخت در «تذکر به گردآوردگان اخبار» چنین راهنمایی می‌کند:
 گردآوردگان اخبار باید از قانون تخلف باخبر باشند. وقتی صاحب‌خانه، مالک یا کلیددار قانونی ملک از آنان بخواهد که ملک را ترک کنند، اگر فوراً این کار را نکنند ممکن است خطای تخلفاتی خود را تشدید کنند.

مصاحبه با تظاهرکنندگان

آیا در تظاهرات یا راهپیمایی اعتراض‌آمیزی برای گردآوری دیدگاه کسانی که در آن شرکت کرده‌اند یا گزارش رفتار تظاهرکنندگان یا مخالفان تظاهرات شرکت داشته‌اید، محتمل است برای گردآوری دیدگاه معترضان عازم شوید و در اینجاست که باید امیدوار باشید این دیدگاه‌ها را از دستگاه ضبط صوت خود دور نگه دارید. اعتراضات و تظاهرات حتی اگر رسانه‌ها دنبال پوشش آنها نباشند روی می‌دهند. به هر حال امکان دارد که حضور رسانه‌ها روی رفتار مردم اثر بگذارد، بنابراین اگر احساس کردید که رفتارها به گونه‌ای در حال شکل گرفتن است که توجه شما را جلب کنند، بهترین کار برای شما این است که از صحنه خارج شوید.

نباید هیچ‌گاه در حال جهت دادن به رویداد به هر نحو دیده شوید، بنابراین هنگام مصاحبه با معترضان در راهپیمایی، همان‌طور که سؤالاتان را می‌پرسید در طول مسیر حرکت کنید و از آنان نخواهید که بایستند یا مکث کنند. سعی کنید با سازمان‌دهندگان در مورد محل و زمان مصاحبه‌ها قبلاً توافق کنید. این به شما در احتراز از امکان تخلف و نیز از هرگونه تقلای نازیبنده در پایان تظاهرات کمک خواهد کرد. اطمینان حاصل کنید که در صورت استقرار یافتن هرگونه موانعی از طرف مقامات مسئول شما در طرف مردم قرار بگیرید.

ضبط پنهانی

ضبط مصاحبه با اشخاص بدون اطلاع آنان با استفاده از میکروفون مخفی مغایر با تمام رهنمودها و مقررات وضع شده قانون‌گذاران، اتحادیه‌ها و سازمان‌های سخن‌پراکنی است، مگر آنکه بتوان نشان داد که در جهت منافع عموم بوده است. به هر حال، این امر وسیعاً تصدیق شده است که مرز ظریفی بین حق عموم برای دانستن و حقوق خصوصی افراد وجود دارد.

دستورالعمل هیئت معیارهای پخش (در پاراگراف ۱۸) اعلام می‌دارد:

استفاده از ضبط پنهانی را فقط در جایی که اعتبار و وثوق خبری ضروری باشد می‌توان

لحاظ کرد، زیرا استفاده از شیوه‌های ضبط مخفی ممکن است از نظر کسانی که

صدایشان ضبط شده غیرعادلانه و نیز تجاوز به حریم خصوصی آنها باشد.

اگر موضوع احتمالاً جنایتی را افشا یا به حفظ بهداشت یا ایمنی عموم کمک می‌کند، یا عموم را از گمراه شدن توسط یک فرد یا سازمان حفظ می‌کند، ممکن است از سردبیر خود اجازه بگیرید که ضبط مخفی انجام دهد. لرد هلم که در اول اکتبر ۱۹۹۹ به ریاست هیئت معیارهای پخش منصوب شد در اولین

روز کار خود طی بیانیه‌ای مطبوعاتی اعلام کرد که هیئت تصدیق می‌کند که منافع عالیّه عموم می‌تواند هم جست‌وجو و هم پخش موضوعاتی را که به رفتار جنایتکارانه یا ضد اجتماعی، افشای ادعاهای گمراه‌کننده یا عدم صلاحیت چشمگیر در ادای وظیفه عمومی مربوط می‌شود توجیه کند.

رهنمودهایی نیز که شامل ضبط مصاحبه با تلفن می‌شوند بسیار واضح‌اند: پخش‌کنندگان باید به‌طور طبیعی هویت خود را برای مصاحبه‌شونده تلفنی از آغاز تماس مشخص کنند، یا اگر می‌خواهند مکالمه تلفنی ضبط‌شده‌ای بین پخش‌کننده و طرف دیگر را پخش کنند، موافقت طرف دیگر را به‌دست آورند. (دستورالعمل هیئت معیارهای پخش، پاراگراف ۲۲)

راهنمایی متخصصان

هیچ مسیر آسانی برای اجرای مصاحبه‌ای موفق وجود ندارد. ضروری است درباره موضوع مصاحبه و مصاحبه‌شونده تحقیق کنید، کنترل مصاحبه را در دست بگیرید، به آنچه مصاحبه‌شونده می‌گوید، گوش کنید و کارهای زیادی انجام بدهید. هر مصاحبه‌گری برای کار و ارتباط برقرار کردن روش و سبک خاص خود را دارد. همچنین ممکن است محتوا و سبک مصاحبه را قالب برنامه یا ملاحظات سردبیر که چگونگی اجرای مصاحبه را محدود می‌کند و شکل می‌دهد تعیین کند. در اینجا قطعاتی از راهنمایی‌های مفید از طیف وسیعی از دست‌اندرکاران هنر مصاحبه‌گری، از هر دو طرف میکروفون را عرضه می‌کنیم.

فیلیپا دالی برنده جایزه گزارشگری است که در برنامه ساعت‌زن کار می‌کند و به خاطر توانایی‌اش در کار کردن با موضوعات احساسی و مصاحبه‌شوندگان آسیب‌پذیر به خوبی شناخته شده است. او با من درباره اهمیت احترام گذاشتن به حریم خصوصی و خودداری مصاحبه‌گر از درگیر شدن زیاد در ماجرای که در حال بازگو کردن آن است صحبت کرد.

این مسئولیت عظیمی است که با کسی درباره موضوعی که به دل او نزدیک است

مصاحبه کنی. هرگز کسی را وادار مکن مصاحبه‌ای کند که درباره آن قرار خاطر ندارد. این مصاحبه ممکن است فقط نیمساعت از وقت شما و پنج دقیقه از وقت رادیو را بگیرد، اما او مجبور خواهد بود بقیه عمر را با تبعات آن سر کند.

بسیاری از مردم از داشتن کسی که با او صحبت کنند ناامیدند، به خصوص کسانی که فاقد شبکه معمول دوستان و بستگان باشند. چون شما به آنان و ماجرایشان علاقه نشان می‌دهید آنان مطمئن می‌شوند که شما خالصانه به سخنانشان توجه دارید و شاید هم داشته باشید، اما علت حضور شما در آنجا این نیست. در نتیجه آنان اغلب درجه دلشان را برای شما بیشتر از هر فرد کاملاً غریبه دیگر باز می‌کنند و ممکن است چیزهایی بگویند که بعداً دریغ بخورند. شما در موضع برترید و باید به درستی عمل کنید. من همیشه به این افراد می‌گویم: «اگر بعداً ممکن است درباره چیزی فکر کنید که کاش آن را نگفته بودید، بگذارید من الآن آن چیز را بدانم و حذف کنم.» در شرایط استثنایی می‌گذارم نسخه تدوین شده را شخص بشنود، مثلاً در شرایطی که این اقدام تنها راه جلب موافقت برای مصاحبه باشد، اما باید برای این کار مطمئن شوید که به آنان اجازه نخواهید داد در تدوین مصاحبه به جای شما تصمیم بگیرند.

اثری را که مصاحبه روی شما خواهد گذاشت، دست کم نگیرید. من یکبار تمام هفته را با مردی گذراندم که (بیشتر با تیغ ریش تراشی) خودآزاری می‌کرد. ما داشتیم رد پای گذشته او را و تمام جاهایی را که با او برخورد خوب یا بد شده بود بازمی‌یافتیم. در پایان هفته خودم شروع کردم به اینکه شبیه فردی خودآزار فکر کنم، با بالا گرفتن تنش در وجودم، احساس کردم که در مقابل میل به خودآزاری نمی‌توان مقاومت کرد و حالت تسکین ناشی از انجام دادن آن و مراقبت از خود بعد از اقدام را تجربه کردم. حتی شروع کردم به وررفتن و برداشتن مکرر پوست آن تا اینکه خونریزی کرد. واضح است که خود را بیش از اندازه به موضوع نزدیک کرده و نتوانسته بودم خود را از هجوم هیجانی که در معرض آن واقع شده بودم، حفظ کنم. در شرایط معمول مصاحبه در نصف روز یا در همین حدود طول می‌کشد، اما ممکن است بعد از اتمام آن به جای آنکه از پایان یافتن کار

شاداب باشید با احساس سنگینی غم آنان از پای بیفتید. این حالت در چند روز بعد که صرف تدوین مصاحبه می‌کنید، پیچیده‌تر می‌شود. نصیحت من این است که آن شخص را بعد از اتمام کار مصاحبه از ذهن خود بیرون کنید و به یاد داشته باشید که نمی‌توانید حل همه مسائل جهان را به عهده بگیرید. همین اندازه که ماجرای آنان را علنی می‌کنید مردم بیشتری را آگاه کرده‌اید.

برایان جنکینز، رئیس رادیو در دفتر مرکزی اطلاعات برای برقرار ساختن رابطه کاری خوبی با مصاحبه‌شونده این راهنمایی را به شما می‌کند.

مصاحبه‌گری که مرا بیشتر از همه تحت تأثیر قرار داد برای سی‌بی‌سی (CBC) در ونکوور کار می‌کرد. او برای مصاحبه با مورخ سالخورده و بیمار ای‌چ‌پی تی‌لوور به لندن آمده بود. همین که مصاحبه‌شونده وارد اتاق شد، خانم گزارشگر گفت: «من واقعاً عاشق پایون شما هستم.» این بیان بلافاصله جو راحت و آرامی برای مصاحبه ایجاد کرد. بعضی از مصاحبه‌گران فراموش می‌کنند که مصاحبه‌شونده هم به همان اندازه آنان برای خوب برگزار کردن مصاحبه دچار فشار روانی است. این را هم باید گفت که اگر مصاحبه‌شونده در همراهی با مصاحبه‌گر آرامش خاطر زیاد پیدا کند ممکن است چانه‌اش گرم شود و درک نکند که سخنانش مثل بمب صدا خواهد کرد، اما اگر هر کدام در لاک خود باشند احتیاط خاص خود را خواهند داشت.

همچنین فکر می‌کنم مهم باشد که در لحظاتی که صدایتان پخش نمی‌شود با مصاحبه‌شونده خودگپ بزنید. مثلاً مصاحبه‌گرانی را دیده‌ام که در فاصله پخش آگهی‌ها یا قطعه‌ای موسیقی به کلی مصاحبه‌شونده را نادیده می‌گیرند، یعنی حتی به آنها نگاه هم نمی‌کنند، و دوباره وقتی میکروفون را باز می‌کنند همه چیز دوستانه و خودمانی می‌شود. رو راستی هم مهم است. اخیراً مصاحبه‌ای با وزیر صیبت کردم که خیلی خوب نشد، بنابراین آن را تکرار کردیم، اما در وسط ضبط تلفن زنگ زد. تلاش سوم کامل بود، ولی فراموش کرده بودم ضبط را روشن کنم. در چنین وضعی کار درستی که می‌توانید بکنید این است که کاملاً روراست باشید، اشتباه خود را بپذیرید و امیدوار باشید که آنان بپذیرند

دوباره مصاحبه را ضبط کنید، در غیر این صورت با دست خالی به مقرتان باز خواهید گشت.

وزیران و سیاستمداران ارشد افراد پرمشغله‌ای هستند و همیشه برنامه روزانه بسیار پری دارند. وقتشان تنگ است و همواره دستیارانی دارند که دور آنان پرسه می‌زنند و سعی می‌کنند آنان را به محل بعدی ببرند. اگر شما قرار مصاحبه‌ای تنظیم کرده‌اید، طوری ترتیب دهید که تجهیزات ضبط به سرعت مستقر شود، مصاحبه به نحو کارا برگزار شود و همین که آن را تمام کردید بلافاصله محل را ترک کنید.

جولیان کیلگ مجری رادیوی محلی بی‌بی‌سی که برنده جایزه سونی شد خبرنگاری است با سال‌ها تجربه در مصاحبه با شخصیت‌ها، سیاستمداران و عامه مردم، این نکته را دریافته است که اگر قرار باشد مصاحبه طولانی موفق از آب درآید باید فتون خاصی را به کار گرفت.

دریافته‌ام که مهمانانی که برای مصاحبه طولانی می‌آیند عموماً دوست ندارند ببینند مصاحبه‌گر با برگه‌های یادداشت ور برود، بدون اینکه هیچ بهره‌ای از آنها ببرد و این کار ممکن است این پیام غلط را بدهد که شما واقعاً علاقه‌ای به شنیدن آنچه آنان واقعاً باید بگویند ندارید. این موضوع به خصوص در مورد میهمانانی صدق می‌کند که دوره دارند و هر هفته چندین بار برای رادیو، تلویزیون و مجله‌ها با آنان مصاحبه می‌شود و سؤال‌های مشابهی بارها و بارها از آنان پرسیده می‌شود. نصیحت من این است که سؤالات را به حافظه بسپارید. یک راه برای این کار آن است که مصاحبه را به سرفصل‌هایی تقسیم و سؤالات ذیل هر کدام را به مجموعه‌هایی از سؤالاتی که توالی طبیعی دارند گروه‌بندی کنید.

لازم است مصاحبه‌شوندگان شما در آرامش باشند و با شما راحت صحبت کنند، به طوری که چیزهایی را با شما در میان بگذارند که به‌طور معمول با غریبه‌ها مطرح نمی‌کنند. بکوشید آنان را به خود علاقه‌مند کنید و همراه آنان پیش بروید. نوعی حالت بالینی به‌وجود آورید و به آنچه می‌گویند گوش بسپارید. موضع آنان در برابر شما ممکن

است تحت تأثیر مکان مصاحبه قرار گیرد. اگر مصاحبه در استودیو باشد ممکن است تجهیزات و فعالیت‌های داخل استودیو خاطر آنان را پریشان کند، ولی اگر در محل خنثایی مثلاً در اتاق هتل محل اقامت آنان باشید در پیشبرد صحبت کنترل بیشتری احساس خواهند کرد.

در مصاحبه طولانی از مصاحبه‌شوندگان انتظار نداشته باشید آنچه را از آنان می‌خواهید مستقیماً پاسخ بدهند؛ مصاحبه باید پیش برود و به تدریج اطلاعات را برملا کند. شما باید حتی‌الامکان کم صحبت کنید و بگذارید مصاحبه‌شونده همه بخش‌های مصاحبه را به نتیجه برساند. نقطه بحرانی هنگامی است که شما از علت شرکت آنان در مصاحبه غفلت کنید، و مثلاً بگویید درباره کتاب یا نمایش جدیدشان یا غیره صحبت کنند و شروع کنید به صحبت درباره جنبه‌هایی که برای شما جالب است، اما ممکن است آنان برای بحث یا کندوکاو درباره آن مسائل بیمناک باشند.

هلن لوید در رادیو دابلویوم (WM) و بی‌بی‌سی تهیه‌کننده تاریخ شفاهی است و تجربه فراوانی در گرفتن مصاحبه‌هایی دارد که باید تدوین شوند. اگر قصد دارید سؤالاتان را هنگام تدوین حذف کنید راهنمایی او را دنبال کنید.

وقتی در حال مصاحبه برای برنامه‌های ویژه تألیفی^(۱) هستید، واژه‌بندی سؤالات شما ضرورتاً نباید به دقت وقتی باشد که برای دیگر انواع برنامه‌ها مصاحبه می‌کنید. اگر می‌دانید که می‌خواهید صدایتان را حذف کنید، پس می‌توانید هر قدر دوست دارید بدون آداب صحبت کنید و این غالباً پاسخ‌های بهتری حاصل می‌کند، چون مصاحبه‌شونده فشار کمتری احساس می‌کند و تشویق می‌شود که از لحن آرام‌تر و محاوره‌ای‌تری استفاده کند.

اگر می‌دانید به جواب‌هایی نیاز خواهید داشت که در تدوین به‌طور مستقل قابل استفاده باشند و می‌خواهید بدون آنکه صدای پرسیدن خودتان در آن باشد به آنها برسید

در این صورت مصاحبه‌شونده را به رو کردن پاسخ بکشانید. مثلاً اگر بپرسید «جنگ چه تأثیری روی برنامه‌های شغل شما داشت؟» و او پاسخ دهد «آه، آنها را بر باد داد.» آنگاه از او بخواهید با درج سؤال در پاسخ خود جمله را مفهوم کند و بگوید «جنگ برنامه‌های شغلی مرا بر باد داد.» این شیوه به خصوص وقتی مفید است که برای تدوین‌های بدون واسطه اتصال^(۱)، مصاحبه بگیرید یعنی وقتی بیشتر موادی که دارید باید پشت سرهم قرار گیرند.

ممکن است مشکلاتی هم پیش بیاید چون به عکس افرادی که به راحتی متوجه قضیه می‌شوند بعضی‌ها درک این شیوه برایشان سخت‌تر است. باید بگوییم که این توانایی درک یا درک نکردن موضوع ربطی به سن و هوش مصاحبه‌شونده ندارد. بنابراین اگر این شیوه مؤثر نبود باید استفاده از آن را کنار بگذارید. در این صورت باید فقط امیدوار به خوب از آب درآمدن کار باشید و توجهتان را متمرکز کنید بر اینکه قطعاتی از مصاحبه را که به‌طور مستقل قابل استفاده‌اند، بیرون آورید.

این شیوه ممکن است مخرب روند مصاحبه هم باشد چون دارید مصاحبه را قطع می‌کنید. واضح است که وقتی آنها درباره موضوعی عمیقاً هیجانی صحبت می‌کنند باید احتیاط مضاعف داشته باشید. در این حال نمی‌توانید صحبت آنها را قطع کنید، بنابراین باید سؤال را مقداری در ذهنتان نگهدارید تا وقتش برسد.

معمولاً وقتی دارید برای مهلت خبری تنگی طبق دستور کاری مصاحبه می‌گیرید و باید به حالت متمرکز روی ماجرا باقی بمانید و از حاشیه رفتن پرهیز کنید و برای بیرون کشیدن سرنخ‌ها گوش کنید که چه چیز جالبی گفته شده که بتوانید آن را به قطعه کار خود الصاق کنید. ممکن است استفاده از فنون تاریخ شفاهی در جمع‌آوری مواد، روح‌افزا باشد. اگر شما سهمی از مهارت بحث را به مصاحبه‌شونده بدهید به این ترتیب که به او فرصت و آزادی آن را بدهید که به حاشیه برود، ممکن است از بعضی از چیزهایی که درباره آن

صحبت خواهند کرد متعجب شوید. افرادی از ماکه در برنامه قرن سخن می‌گویند^(۱) کار می‌کردند فکر می‌کنند بعضی از بهترین مصاحبه‌هایمان را به این طریق گرفته‌ایم. ناتالی گراهام، گزارشگر پخش رادیویی و تلویزیونی بی‌بی‌سی جنوب، شرح می‌دهد که چگونه از عهده تطبیق ضروریات مصاحبه هم‌زمان با یک نفر هم برای تلویزیون و هم رادیو برآید.

از خبرنگار دو رسانه‌ای^(۲) (رادیو و تلویزیون) انتظار می‌رود که ماده مصاحبه را هم برای تلویزیون و هم برای رادیو فراهم کند. مسلماً به دست آوردن ماده رادیو زحمت دارد، چون محدودیت زمانی شما را وامی‌دارد میانبر بزنید و مصاحبه‌شونده هم تمایل ندارد درباره یک موضوع دو بار در معرض مصاحبه قرار گیرد. این به معنی آن است که فقط باید از صدای تلویزیونی برای مصاحبه رادیویی استفاده کنید و آن هم به خوبی جور در نمی‌آید چون شیوه مصاحبه کردن‌ها متفاوت است. خیلی وقت‌ها اولویت‌ها به شما حکم می‌کند که روی فراوری ماده تلویزیونی تمرکز کنید، بنابراین در پایان کار صدای تدوین نشده خامی را به تهیه‌کننده رادیویی تحویل می‌دهید. اگر بکشید که هم یک بسته رادیویی تهیه کنید و هم تلویزیونی روزتان را با پانزده ساعت کار سپری خواهید کرد.

من همیشه سعی می‌کنم به مصاحبه‌شونده‌ام بگویم که دارم چه کاری می‌کنم و چگونه می‌خواهم آن را به انجام برسانم. این به آنها کمک می‌کند که با هر دستوری که ممکن است لازم باشد به آنها بدهم کنار بیایند، مثل اینکه می‌گویم «لطفاً این جمله را همراه با این جمله بگویید تا من قطعه مناسبی که بتوانم از آن استفاده کنم داشته باشم.» شاید این توصیه ساده به‌نظر می‌رسد، اما این مهم است که وقتی دارید مصاحبه‌ای حضوری برای رادیو می‌گیرید به یاد داشته باشید که اول مطمئن شوید صدای شما هم به میکروفون می‌رسد. در تلویزیون این دغدغه را نداریم، چون در آنجا به هر حال احتمال آنکه صدای مصاحبه‌گر حذف شود بیشتر است. باید این را هم به خاطر داشته باشید که

مصاحبه‌ای کامل برای رادیو ضبط کنید، مصاحبه‌ای که درست پیش برود و معنی داشته باشد، نه اینکه بخواهید با سؤالات پراکنده‌ای که پاسخ‌هایی را برای کلیپ‌ها بیرون بکشید، مصاحبه کنید.

راسل فولر، گزارشگر ورزشی پخش زنده شبکه ۵ بی‌بی‌سی درباره مصاحبه با اهل ورزش این حرف‌ها را برای گفتن دارد.

فکر نمی‌کنم مصاحبه برای ورزش فن متفاوتی داشته باشد. وقتی مسابقه‌ای تازه به پایان رسیده باشد گرفتن جواب شسته رفته ممکن است خیلی مشکل باشد چون مصاحبه‌شونده خسته، هیجان‌زده یا پکر دارد سراغ دوش می‌رود، و در موقعیت خیلی خوبی برای اینکه دیدگاهی سنجیده درباره مسابقه‌ای که الآن در آن شرکت داشته است بدهد، ندارد. در این حال مصاحبه‌شوندگان تمایل دارند به اصطلاح روی تکمه خودکار بزنند و همین‌طور صحبت‌هایی بکنند بدون آنکه عملاً چیزی به درد بخور گفته باشند. به‌نظر من راه‌حل این است که سؤالی پرسیده شود که واقعاً انتظارش را ندارند، تا آنان را وادارد به جای آنکه فقط چیزهایی را که در پایان دیگر بازی‌ها می‌گویند، تکرار کنند، بایستند و درباره جواب آن فکر کنند.

اگر درصدد آن هستید که مصاحبه‌های سنجیده دیگری را اجرا کنید، مهم است که به خوبی آماده شده باشید، چون مدیران فوتبال، مثل بعضی از سیاستمداران، افراد بی‌اطلاع را با روی باز تحمل نمی‌کنند.

تماس‌های شخصی کمک زیادی می‌کند، به خصوص وقتی که در کشاکش شدید رسانه‌ها با یکدیگر در پی گرفتن مصاحبه‌ای باشید.

من اگر فرصت باشد ابتدا یکی دو تایی سؤال عمومی می‌پرسم که از آن صرفاً برای گرم شدن مصاحبه‌شونده استفاده نخواهم کرد.

سو لیتل مور^(۱)، گزارشگر آموزشی بی‌بی‌سی، راهنمایی‌های زیر را به گزارشگران می‌کند:

سه شعار اصلی هر گزارشگری باید این باشد: تلخیص، تلخیص و تلخیص. به شما به‌خاطر نشر تکلف‌آمیز هیچ جایزه‌ای نمی‌دهند، بنابراین هر آنچه را می‌خواهید بگویید ساده بگویید، دنباله نکته اصلی را بگیرید و هیچ مسیر دیگری را دنبال نکنید و در استفاده زیاد از ارقام و آمار محتاط باشید. البته اگر موضوع مصاحبه پیچیده باشد این کار مشکل‌ترین کار دنیاست، اما گیج کردن خودتان و شنونده آسان است. شنونده فقط یک شانس دارد و آن این است که بتواند آنچه را می‌گوید درک کند.

برای احتراز از افتادن در اغتشاش ذهنی، به آنچه قرار است بگویند و آنچه می‌خواهید بگویید قبل از رسیدن به پخش فکر کنید.

غالباً برای آنکه قبل از پخش شدن مصاحبه بحثی با مصاحبه‌گر یا ارائه‌کننده برنامه داشته باشید، فرصتی وجود ندارد؛ ممکن است از قبل وارد پخش زنده شده باشند. من حتی ممکن است ندانم آیا مجریان درباره مصاحبه کاملاً توجیه شده‌اند، یا آیا اصلاً سؤالاتی برای آنان آماده شده است یا نه؟ معمولاً درباره سؤالاتی که قرار است از من بپرسند تذکر قبلی دریافت نمی‌کنم، اما کاری که می‌کنم این است که می‌گویم مطمئن شوم که سؤال هرچه باشد آن را در قطعه‌ای که در نظر گرفته بوده‌ام بگویم جا دهم. دشوار به‌نظر می‌رسد و چنین نیز هست. اما همه اینها به تمرین و تجربه بستگی دارد.

کریس تاد یکی از مصاحبه‌شوندگان همیشگی رادیو است که معمولاً درباره مسائل محیط زیست صحبت می‌کند. به‌نظر او مصاحبه‌گر خوب چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟

من مصاحبه‌گری رادوست دارم که موضوع بحث را بشناسد و وقت پخش را با پرداختن به مسائل کهنه تلف نکند. می‌خواهم از وقت برای رساندن پیامم که دلیل فراخواندنم به رادیوست و چیزی است که فکر می‌کنم مخاطب می‌خواهد بشنود استفاده کنم.

همیشه فکر می‌کنم مصاحبه‌گر به پاسخ‌هایی که دارم می‌دهم، گوش می‌کند چون سؤالات پیگیری را خواهد پرسید و شروع خواهد کرد به کاویدن موضوع و چالش درباره پاسخ‌های من که فکر می‌کنم بحث را شنیدنی‌تر می‌کند.

مصاحبه‌های رودررو را ترجیح می‌دهم، اما اگر مصاحبه‌گر در چنین مصاحبه‌هایی مرتباً سر خود را به علامت تأیید تکان بدهد موجب پراکندگی خاطر می‌شود. از طرف دیگر، مصاحبه شدن در استودیوی خالی و بدون حضور هیچ‌کس در حالی که رو به دیواری بدون پنجره صحبت و بازخورد صدا و مانند آن را از دو گوشی دریافت می‌کنید و احتمالاً وسط مصاحبه قطع صدا هم دارید، از آن هم بدتر است.

لوئیزا بروک پژوهشگری رادیویی است که برای برنامه جهان امشب^(۱) در شبکه ۴ رادیو بی‌بی‌سی کار می‌کند، مرتباً میهمانان مناسب را پیدا می‌کند و با آنان گفت‌وگوی تلفنی دارد.

حملات تلفنی چه لذتی دارد. من تدریجاً بر ترس خود از انجام دادن این کار غلبه کرده‌ام. وقتی کار پژوهش را آغاز کردم با تهیه‌کننده دیگری در دفتر کوچکی کار می‌کردم و وقتی برای اولین بار به حمله تلفنی شروع کردم ترتیبی دادم که او برای نوشیدن قهوه به آبدارخانه برود چون در مقابل خبرنگاری باتجربه‌تر خیلی احساس خجالت می‌کردم.

بهترین ضربه‌های من کدام‌ها بوده؟ شاید احمقانه جلوه کند اگر بگویم که باید حالت دوستانه حفظ شود ولی این مهم است، به‌خصوص اگر با کسانی صحبت داشته باشید که احتمال مراجعه مجدد به آنها وجود داشته باشد. ردی از کسانی که با آنان صحبت می‌کنید نگهدارید، چون داشتن دفترچه از تلفن‌های تماس اساسی است. نترسید که برای گرفتن راهنمایی از افراد به آنها زنگ بزنید. اگر نکاتی که خلاصه کرده‌اید طیف وسیعی دارد ممکن نیست بفهمید چه کسانی برای صحبت بهترند، اما گروه‌های فشار خبرنگاران رقیب غالباً می‌توانند مسیر درست را به شما نشان دهند. اگر در موردی شک داشتید آن را کنار بگذارید. به یکی دو نفر اتکا نکنید و با هر تعداد که می‌توانید صحبت کنید. همیشه می‌توانید در صورت پیدا کردن مصاحبه‌شونده‌ای بهتر بقیه را کنار بگذارید.

در رویکرد خود متناسب با کسی که با او صحبت می‌کنید از خود انعطاف نشان دهید.

حرفه‌ای‌ها از قبیل مسئولان مطبوعات همواره با استفسار سروکار دارند و می‌ارزد که آنان را با خود داشته باشید اما در مواجهه با غیر حرفه‌ای‌ها مثل عامه مردم لازم است هر ترسی را که آنان از مطبوعات دارند با روشن و شفاف مطرح کردن آنچه در نظر دارید تخفیف دهید. گاه خوب است دوستانه و شوخ باشید و گاه کاملاً حرفه‌ای.

دونا آلوس^(۱) اخیراً از دوره روزنامه‌نگاری دانش‌آموخته شده و اکنون در ساوت سیتی افام^(۲) خبرنگار ارشد است. او اولین تلاش‌هایی را که برای مصاحبه کردن انجام داده است این‌گونه به خاطر می‌آورد:

متوجه شدم که بعضی افراد وقتی برای مصاحبه رادیویی به آنان مراجعه می‌کنم خیلی تدافعی عمل می‌کنند، و من از موضع بی‌تأمل و گاه حتی تهاجمی آنان در برابر خودم دلسرد می‌شدم. فهمیدم که بهترین راه برای کنار آمدن با آنان این است که با آنان مؤدب باشم و زیاد لیخند بزنم. من مراقب زبان غیرکلامی خودم هم بودم و تا آنجا که ممکن بود می‌کوشیدم آنان را برای مثال با سر تکان دادن و نگاه از سر همدردی به صحبت ترغیب کنم. به هر حال نگرانی اصلی من این بود که نتوانم تجهیزات را برای گرفتن مصاحبه راه بیندازم ولی بدون مصاحبه آن را جمع کنم و در این صورت در مقابل مصاحبه‌شونده احق به‌نظر برسم. در همان حال که داشتم مصاحبه‌هایی را اجرا می‌کردم به سرعت متوجه شدم که نباید از طرح سؤالات اساسی ترسید، به خصوص اگر سؤالات درباره موضوعی باشد که شما یا شنونده شما درباره آن اندک اطلاعی داشته باشید. اوایل از اینکه با کسی مصاحبه کنم هراس داشتم، اما حالا نه. باگذشت زمان آسان‌تر هم خواهد شد.

فرَن اِیکسون^(۳) مربی ارشد (تولید) در بخش آموزش رادیو بی‌بی‌سی و تهیه‌کننده برنامه‌های مستند، چنین می‌گوید:

1. Donna Alos

2. South City FM

3. Fran Acheson

اگر می‌روید تا با شخصی درباره حوادثی که ممکن است چند سال قبل اتفاق افتاده باشد مصاحبه بگیرید، باید مقداری تصویر از مجلات و روزنامه‌هایی را که درباره آن حوادث مطلب داشته‌اند با خود ببرید تا به مصاحبه‌شونده خود برای به خاطر آوردن آن وقایع کمک کنید و واکنش او را برانگیزید. کمک خوب دیگری برای تحریک حافظه و بنابر آن افشای ماجرا، این است که مصاحبه‌شونده را ترغیب کنید که اگر مجموعه عکسی دارد که عکس‌هایی از اشخاص یا مکان‌های مربوط به ماجرا در آن است، بیاورد.

پاول روینسکی^(۱) گزارشگر کاوشگر و سخنران، این دیدگاه‌ها را عرضه می‌کند:

در مراحل اولیه کاوش که می‌کوشید منبعی بیابید که اسامی را اظهار کند، مصاحبه‌ها غالباً پنهانی است چون منبع مذکور از اینکه به‌عنوان لودهنده مطرح شود، ابا دارد. زمانی بسیار باید صرف شود تا موضوع مصاحبه شما به اطراف ریشه بدواند، واقعیات محکم شوند، اطلاعات پرمایه و تأیید شوند، و اظهارات منبع بازآزمایی شود. در این مرحله ممکن است لازم باشد مصاحبه بدون ضبط کردن صورت گیرد چون با منبعی صحبت می‌کنید که گرچه می‌خواهد صحبت کند، اما باید قانع شود که خود می‌خواهد صحبت کند. برای جلوگیری از سوءاستفاده، هر درخواست برای ذکر نکردن نام باید در متن توده اطلاعاتی که در حال گردآوری آن هستید، ملحوظ شود.

وقتی بالاخره با کسی روبه‌رو شدید که ادعایی دارد، توجه کنید که خیلی زود سراغ شکار نروید، از آنان سؤالات باز کافی و فراوانی بپرسید و اجازه بدهید نوع برداشت خود از وقایع را در میان بگذارند. از این نگران نباشید که مصاحبه با گام‌های آهسته پیش برود و در پایان هر پاسخ با سؤال دیگری که مطلب متفاوتی است، میان صحبت نبرید چون امید می‌رود که در صورت ادامه سکوت مصاحبه‌شونده احساس کند آن سکوت را با

1. Paul Rowinsky

اطلاعات بیشتر پر کنند. با سوالاتی که برای روشن کردن حقایق و شایعات می‌کنید به مصاحبه‌شونده اجازه دهید فواصل خالی دانسته‌های شما را پر کند، بعد صحنه برای آنان آماده خواهد بود تا با شمشیر خود حمله کنند.

در رادیو محدودیت زمانی وجود دارد، اما اگر می‌خواهید با ایجاد حالت انتظار در شنونده مصاحبه رادیویی مناسبی داشته باشید، خوب است که بهترین سؤال خود را به جای راه بستن بر مصاحبه‌شونده و مقابله با او در آغاز مصاحبه، تا آخر کار نگهدارید.

راهنمایی‌های فنی

تجهیزاتی که در پخش رادیویی به کار می‌رود پس از سال‌ها یکتااختی شروع به رشد و تغییر روزافزونی کرده است. فاصله گرفتن از تجهیزات قیاسی (آنالوگ)، که اساس فنون ضبط و تدوین بوده است، مدیون عرضه فناوری رقمی (دیجیتالی) است. حاصل این تغییر، ضبط صدا با کیفیت بهتر، تجهیزات سبک‌تر و جمع و جورتر، و ورود فناوری رایانه به عرصه تدوین و امکانات استودیویی است.

در پی کارها و اختراعات پیشگامانه توماس ادیسون که او را به ضبط صدا قادر ساخت، پیشرفت‌های بعدی در تجهیزات ضبط نوار مدیون فنون پخش رادیویی و پذیرش استفاده از ماده ضبط‌شده برای پخش بوده است، که به پخش‌کنندگان و برنامه‌سازان امکان تنوع و انعطاف را ارزانی داشت. از زمان بهره‌برداری از «اتاقک‌های ضبط»^(۱) در دهه ۱۹۳۰، که از آنها برای ضبط صدای سرصحنه استفاده می‌شد، تا برسد به صفحه‌های صدای مومی و دستگاه‌های سنگین ضبط صوت دستی میجیت^(۲) در دهه ۱۹۴۰، گزارشگران

1. Recording Vans

2. Midget

رادیویی و خبرنگاران سرصحنه به نحوی قادر بودند از مکان‌های مختلف، از چمنزارهای کنت گرفته تا رزمگاه‌های فرانسه، موادی را جمع‌آوری و ذخیره کنند که می‌شد قبل از پخش با هر زحمتی بود آنها را تدوین کرد. استودیوها در آن هنگام شبیه موتورخانه کشتی اقیانوس‌پیما، با ضبط‌صوت‌ها و میزهای ترکیب صدای بزرگ و ردیف گیج‌کننده‌ای از چراغ‌ها و کلیدها که خلبان کنکور را هم گیج می‌کرد، مجهز شده بودند. استودیوهای امروزی جهت‌گیری کمینه‌گرا دارند و به امکانات کلیدهای لمسی خود می‌بالند. ممکن است فناوری رشد کرده باشد، کیفیت ضبط‌ها بهبود یافته باشد و تجهیزات سبک‌تر و برای استفاده راحت‌تر شده باشند، اما قواعد اصلی چگونگی تهیه مصاحبه کم و بیش تغییر نایافته مانده است.

تجهیزات عملیاتی دستی^(۱)

دستگاه ضبط‌صوت دستی یا معادل لوحی^(۲) آن در عمل مثل دفتر یادداشت خبرنگار رادیویی یا دوربین خبرنگار عکاس است و هر جا بروند همراهشان است. این دستگاه‌ها با آنچه اغلب خبرنگاران مطبوعاتی به کار می‌برند متفاوت است. مدل‌های شبیه دفتر یادداشت که به منزله دفترچه یادداشت استفاده می‌شود غالباً میکروفونی داخلی دارد و ضبط‌هایی با کیفیت قابل پخش تولید نمی‌کند و اگر خراب شود خبرنگار همیشه می‌تواند برای ثبت گفته‌ها به قلم و کاغذ متوسل شود.

اگر مصاحبه‌گر رادیویی باشید و ضبط‌صوت شما در حالی که مصاحبه‌ای را ضبط می‌کنید از کار بیفتد چیزی برای پخش کردن نخواهید داشت، بنابراین هر کاری ممکن است انجام دهید تا از پیش آمدن چنین وضعی اجتناب کنید.

باید بتوانید عملاً و شفاهاً مهارت خود را در کار کردن با تجهیزات صوتی دستی به گونه‌ای که سالم، آماده و بدون صدمه بمانند، نشان دهید. اگر قبل از تحویل، نحوه کار تجهیزات را برای شما نمایش دادند یا خودتان دستورالعمل کار آن را که معمولاً همراه آن می‌دهند مطالعه کردید، قبل از آنکه بخواهید هر نوع مصاحبه‌ای بگیرید خودآزمایی‌های زیر را انجام دهید.

- تجهیزات- آیا می‌دانم که دستگاه از چه قسمت‌هایی تشکیل شده است (شامل میکروفون، باتری، سیم برق، دوگوشی، و غیره)؟ آیا با اصطلاحات مربوط آشنا هستم؟ آیا می‌دانم چگونه باید آن را حمل و در کجا نگهداری کرد؟

- سوار کردن- آیا می‌توانم مجموعه را به ترتیبی درست سرهم یا باز کنم (این در وقت صرفه‌جویی می‌کند و از به‌وجود آمدن خطا جلوگیری می‌کند)؟ بعد از آنکه سوار شد، آیا می‌دانم چه می‌تواند بکند؟ آیا می‌توانم آزمایش کنم که به درستی عمل می‌کند یا نه؟

- به کار گرفتن- آیا می‌توانم آن را درست به کار اندازم؟ آیا می‌توانم با آن در مواضع و مکان‌های مختلف کار کنم؟

- رفع اشکالات اساسی- آیا می‌توانم اشکالات ساده دستگاه را پیدا، علت‌یابی و رفع کنم؟ آیا می‌توانم اشکالاتی را که به کمک فن‌ورز (تکنسین) قابل رفع است، تمیز دهم؟

همین که به خودتان مطمئن شدید که می‌توانید با دستگاه کار کنید، وقت آن است که یا در راه بگذارید و استفاده از آن را آغاز کنید. قبل از شروع هر ضبط ابتدا باید «سطح» صدا را بگیرید، تا مطمئن شوید که صدا در سطح درست ضبط خواهد شد و اعوجاج صدا پیش نخواهد آمد. اگر در سطح صدایی خیلی بلند ضبط کنید ممکن است صوت معوج و غیرقابل استفاده شود، اگر در سطح صدایی خیلی کوتاه ضبط کنید ممکن است بتوانید در استودیو صدا را بالا

بکشید، اما کیفیت ضعیف ضبط همچنان قابل ملاحظه خواهد بود، به خصوص اگر از نوار استفاده می‌کنید، سوت زمینه‌ای هم که همراه تمام ضبط‌ها می‌آید تقویت خواهد شد. گرفتن سطح صدا را با ضبط صوت‌ها و میکروفون‌های متفاوت تمرین کنید. بعضی از ضبط صوت‌ها کلید «آر ال اس»^(۱) (کنترل سطح خودکار) یا «آر ال آر»^(۲) (سطح ضبط خودکار) دارند، که همان گونه که از نامشان پیداست صدای ورودی شما را با تنظیم مداوم در سطح تثبیت شده‌ای نگه می‌دارند بدون آنکه شما مجبور باشید در طول ضبط مراقب آن باشید. البته در جایی که سطح صداهای مختلف را می‌گیرید این روش معایبی هم دارد چون ماشین نمی‌تواند بین اصوات تمیز دهد و همیشه بلندترین اصوات را در نظر می‌گیرد. بنابراین اگر در حال ضبط مصاحبه‌ای در خیابان با سروصدای شدامد^(۳) خودروها در زمینه صحبت باشید و مصاحبه‌شونده لحظه‌ای مکث کند، دستگاه صدای شدامد را بالا خواهد برد چون آنچه را که حس کند افت سطح صداست، جبران می‌کند. سپس وقتی مصاحبه‌شونده دوباره صحبت کند هجوم می‌کند که سطح صدا را پایین بیاورد. با این توصیف چرا برای استفاده از آن خود را به دردسر بیندازیم؟ چون لحظاتی پیش خواهد آمد که سعی می‌کنید روی مصاحبه‌شونده تمرکز کنید و نمی‌توانید برای مراقبت از سطح صدا نگاهتان را از او بردارید. برای مثال، من از این امکان وقتی استفاده کردم که مصاحبه‌ای را روی عرشه قایق نجاتی در آبراهه مانس ضبط می‌کردم و در همان حال مجبور بودم به حالت بیمار به پهلو قرار گرفته باشم. تنظیم کردن دستی سطح صدا به شما انعطاف و قدرت کنترل بیشتری بر روی ضبطتان خواهد داد.

1. ALS

2. ARL

3. Traffic

- میکروفون را به ضبط وصل کنید.
 - نوار یا لوحی در دستگاه قرار دهید.
 - ضبط را در وضعیت ضبط^(۱) و مکث^(۲) قرار دهید.
 - جلوی میکروفون صحبت کنید. سطح سنج^(۳) را نگاه کنید و ورودی ضبط را مطابق با آن تنظیم کنید.
- تمرین‌های زیر را سر کار یا در منزل انجام دهید. تمرین اول برای آن طراحی شده است که شما را به کار کردن با ضبط و افزایش هشجاری‌تان به صداشناسی دور و برتان عادت دهد؛ دومی شما را به شنیدن صدای خودتان عادت خواهد داد؛ و سومی شما را روی اولین پله‌های تجربه چگونگی اجرای مصاحبه قرار می‌دهد.



تمرینات

دستگاه ضبط صوت‌تان را روشن کنید و بگذارید در حالت ضبط کار کند، میکروفون را وصل کنید و دور ساختمان در مسیرهای مختلف گشت بزنید و در حال حرکت اصوات را ضبط کنید. میکروفون را نزدیک به خودتان در جلو یا کنار نگهدارید و از دفتر کار عبور کنید، از پلکان سرازیر شوید، به دستشویی سر بزنید، با آسانبر پایین بروید، از آبدارخانه عبور کنید، به توقفگاه خودروها بروید، از سمت پذیرش بازگردید، راهرو را طی کنید، توک پایی به استودیو بروید، نیم دقیقه‌ای داخل گنجه شوید (مطمئن شوید در آن اطراف کسی هست که شما را بیرون بیاورد)، سپس از پلکان بالا بروید و به دفتر کار برگردید. حالا

1. Record

2. Pause

3. Level Meter

نوار یا لوح را برگردانید و به صداها و نوفه‌های مختلفی که ضبط کرده‌اید گوش کنید. مشخصه‌های صداشناسی هر کدام از اتاق‌ها و قسمت‌ها را استخراج کنید. ببینید کدام اصوات دوام دارند و محیط خاصی را تصویر می‌کنند، کدام‌ها در زمینه قرار می‌گیرند و اصواتی که هنگام عبور از محل متوجه آن نشده‌اید کدام‌اند.

حالا این تمرین را تکرار کنید و سعی کنید در تمام مدت در حالی که درباره موضوعی صحبت می‌کنید صدای خودتان را ضبط کنید. هنگام بازشنوی، به توازن میان صدای خودتان و اصوات زمینه و نحوه‌ای که صدای شما در هر یک از فضاهای صوتی مختلف بروز می‌کند گوش بدهید. چگونگی بروز صدای‌تان در دستشویی را با استودیو یا گنجه مقایسه کنید.

دستگاه ضبط صوت میکروفونتان را بیرون و به خیابان، بوستان یا باغچه ببرید. جایی برای نشستن پیدا کنید که بتوانید دید خوبی به اطرافتان داشته باشید. دستگاه ضبط را روشن کنید، سطح صدای خودتان را بگیرید، سپس طی دو دقیقه صحنه اطرافتان را برای کسی که گویی آن را نمی‌بیند توضیح دهید. ضبطتان را متصل انجام دهید، تکه مکث را برای متوقف کردن ضبط به کار نبرید، اما از اینکه گهگاه خودتان مکث کنید، نترسید و بگذارید اصوات طبیعی فواصل خالی را پر کنند. ممکن است میکروفون را خیلی نزدیک به دهانتان یا خیلی دور از آن گرفته باشید یا ممکن است نطقتان بند بیاید و نتوانید فکر کنید که چه باید بگویید، بنابراین نیاز دارید این تمرین را چند بار تکرار کنید تا جایی که از نتایج آن راضی شوید. قبل از شروع کردن به صحبت، تصمیم بگیرید چگونه می‌خواهید صحنه را توضیح دهید. چشم‌انداز را از چپ به راست توصیف کنید، یا از فاصله دور شروع کنید و به تدریج نزدیک‌تر تا به جایی که نشسته‌اید بیایید. باید تقریباً مثل کارگردان‌های فیلم که با برداشت‌های دور، برداشت‌های نزدیک و برداشت‌های گردش افقی کار

می‌کنند، فکر کنید. ترکیبات و تنوعات بی‌پایان‌اند، بنابراین این تمرین را با عجله انجام ندهید. وقتی به محل کار برگشتید حاصل کار را برای دوستی بگذارید بشنود و ببینید چه تصویری در ذهن مجسم می‌کند؟ بیشتر از دو دقیقه ضبط نکنید، در غیراین صورت همان تأثیری را بر آنها خواهد داشت که نمایش‌های طولانی روزهای تعطیل دارد.

اکنون برای کار کردن با ضبط دستی اعتماد به نفس بیشتری احساس می‌کنید، به طبیعت صوت هشیارتر و از شنیدن صدای خودتان که از بلندگو یا گوشی بیرون می‌آید، راضی‌ترید. بنابراین زمان آن رسیده که با اولین مصاحبه دست و پنجه نرم کنید. با شماره ۱۰ خیابان داونینگ تماس بگیرید و با نخست‌وزیر قرار ملاقاتی تنظیم کنید. بهتر است اگر دوست یا منسوبی آماده‌اند که بگذارند از آنان سؤال کنید نیم دوجین سؤال درباره موضوع تعیین شده‌ای در کنج آسایش‌خانه خودشان از آنان بپرسید. بعد از اینکه درباره موضوعی به توافق رسیدید («خاطرات کودکی»، «در جست‌وجوی ماهی‌های استوایی»، «محل مطلوب من»، و غیره) سریعاً چند سؤال که شروع صحبت را برای شما مقدور کند، یادداشت کنید (محل مطلوب شما کجاست؟ چرا آنجا را دوست دارید؟ وقتی به آنجا می‌روید چه می‌کنید؟) وقتی مصاحبه کاملاً برقرار شود، سؤالات دیگر به‌طور طبیعی باید از جواب‌هایی که به شما می‌دهند بیرون بیاید. یادتان باشد که ضبطتان را روشن و قبل از اینکه مصاحبه را شروع کنید سطح صدای هردوتان را بگیرید. وقتی ضبط مصاحبه را تمام کردید، آن را بگذارید و گوش بدهید. آیا سطح دو صدا در حدود هم است یا یکی از دیگری بلندتر است؟ آیا صدای چغ چغ میکروفون ضبط‌شده؟ آیا مصاحبه ترتیبی منطقی را طی می‌کند؟ چه تکه‌هایی را حذف خواهید کرد؟ طول مصاحبه چقدر است، بیشتر یا کمتر از آن مقدار که تصور می‌کردید؟

حالا مصاحبه را تکرار کنید، اما موضوع متفاوتی را برای مصاحبه با

دوستان انتخاب کنید و به مکان متفاوتی مثلاً آشپزخانه، باغ یا خیابان بروید تا اثری را که صداشناسی و توفه زمینه روی ضبط دارد، بشنوید.



یادتان باشد که بعد از استفاده از دستگاه ضبط دستی‌تان اگر طراحی دستگاه اجازه می‌دهد باتری را دوباره پر کنید. در این صورت ماشین شما برای فراخوان فوری آماده خواهد بود. هر جا که ممکن باشد، برای ضبط دستی‌تان از برق استفاده کنید؛ اگر مصاحبه را در فضای داخلی ضبط می‌کنید، سیمی با خود ببرید که از نیروی برق استفاده و قوه باتری را صرفه‌جویی کنید.

انتخاب ضبط صوت

انواع مختلف ضبط صوت وجود دارد: ریلی یا حلقه باز^(۱)، کاست، دی‌ای‌تی^(۲) و لوح کوچک^(۳).

دستگاه‌های ریلی از قرقره‌های نوار ضبط استفاده می‌کنند. مدل‌هایی دستی که ممکن است با آن برخورد کنید اوهر و ناگرا هستند. اینها مدل‌های تک‌صدایی و دوصدایی دارند و با وجود آنکه قیاسی و برای حمل خیلی سنگین‌اند ولی هنوز استفاده حرفه‌ای می‌شوند. اوهر سال‌ها طرف توجه شدید مصاحبه‌گران بی‌بی‌سی بوده است، اما ضبط صوت‌های سبک وزن رقمی به تدریج دارند جای آنها را می‌گیرند. کارکنان بی‌بی‌سی که مداوماً از اوهر استفاده کرده‌اند غالباً به دردِ خوشایند مبتلا شده‌اند که «شانه اوهر» نام دارد. برای استفاده استودیویی نام‌های ری‌واکس، تسکام و اشتودر را خواهید یافت. دستگاه‌های ضبط صوت کاست از نوار کاست استفاده می‌کنند: مدل‌هایی

1. Open-Reel

2. DAT

3. Minidisc

دستی که مورد توجه ایستگاه‌های رادیویی قرار گرفته‌اند مارانتز و سونی پرو هستند. ضبط‌های کاست در رادیوهای تجاری چندین سال است که استفاده وسیع می‌شود؛ مصاحبه‌گران آنها را بر اوهر حجیم ترجیح داده‌اند.

دستگاه‌های ضبط صوت دی‌آی‌تی در هر دو مدل دستی و استودیویی تولید می‌شوند و از کاستی رقیمی استفاده می‌کنند که از کاست‌های معمول کوچک‌تر اما از ضبط‌های مخصوص املا کردن یا یادداشت‌برداری بزرگ‌ترند. تهیه‌کنندگان بی‌بی‌سی وسیعاً از ضبط‌های دی‌آی‌تی سونی استفاده می‌کنند که به تدریج جای اوهر را به‌عنوان دستگاه دستی محبوب می‌گیرند.

دستگاه‌های ضبط صوت کوچک لوح به نحو فزاینده‌ای در هر دو مدل دستی و استودیویی در حال کسب محبوبیت‌اند. مدل حرفه‌ای این نوع ضبط صوت موجود نیست و لذا از مدل‌های خانگی آنها استفاده می‌کنند. سبک‌اند، استفاده از آنها آسان است و برای جایگزین کردن ارزان‌اند. چون برای استفاده خانگی ساخته شده‌اند در صورت استفاده و حمل و نقل بیش از حد مستعد صدمه‌اند، بنابراین می‌توان آنها را به‌صورت نصب شده در کیفی مخصوص که برای حمل آن طراحی شده، خریداری کرد. باتری‌های قابل پر کردن و اتصالات بادوامی هم در کیف جاسازی شده است. اتصالات صداری این دستگاه آسیب‌پذیرند. این کیف مصاحبه‌گر را حرفه‌ای‌تر می‌نمایاند و بسیاری از مصاحبه‌گران می‌گویند که لوح کوچک دستی استاندارد برای مصاحبه‌شونده عصبی کمتر تهدیدآمیز جلوه می‌کند و برای دزدان احتمالی، کمتر قابل رؤیت اغواگرانه است.

نوار، کاست‌ها و لوح‌ها

نوار ریلی یا حلقه باز روی قرقره‌هایی پلاستیکی به قطر ۱۳ سانتی‌متر (۵ اینچی)، ۱۸ سانتی‌متر (۷ اینچی) و ۲۶/۵ سانتی‌متر (۱۰ اینچی) پیچیده

می‌شود که با سرعت ضبط ۱۹ سانتی‌متر (۷/۵ اینچ) بر ثانیه ۱۵، ۳۰ و ۶۰ دقیقه ماده صوتی را ضبط خواهد کرد.

کاست در طول‌های حدود ده دقیقه تا ۱۲۰ دقیقه در دسترس است. اما توصیه می‌شود طول نوار بلندتر از ۶۰ دقیقه (یعنی هر طرف ۳۰ دقیقه) نباشد. نوار بلندتر نازک‌تر و احتمال آسیب دیدن آن در دستگاه بیشتر است. به خاطر داشته باشید که قبل از شروع ضبط، نوار کاست را برای رد کردن نوار محافظ ابتدای آن اندکی بچرخانید وگرنه ممکن است کلمات آغازین مصاحبه‌تان را از دست بدهید.

نوارهای دی‌آی‌تی و لوح کوچک فقط بر یک روی ضبط و پخش می‌کنند، لذا وقتی به انتها رسیدید کاست را برنگردانید.

در بعضی استودیوها هم ممکن است با نوار کارتریج مواجه شوید که برای پخش قطعات کوتاه صدا استفاده می‌شود. دیگر استودیوها برای این منظور به لوح‌های رایانه‌ای علاقه‌مندند.

فقط ضبط‌هایی را که روی نوار حلقه باز صورت گرفته می‌توان مستقیماً تدوین کرد. اگر ضبط شما روی کاست، دی‌آی‌تی، لوح کوچک و غیره باشد، برای اینکه قادر به تدوین شوید نیاز خواهید داشت که آن را روی نوار حلقه باز کپی یا داخل رایانه بارگیری^(۱) کنید.

انتخاب و استفاده از میکروفون‌ها

میکروفون گوش ضبط‌صوت است. اصوات موجود در هوا را برمی‌چیند. البته، برخلاف گوش انسان، که به مغز متصل است، میکروفون نمی‌تواند در قبال اصواتی که می‌شنود گزیننده باشد. اگر شما در داخل اتاق شلوغی در حال

صحبت با کسی باشید احتمالاً برای شنیدن و فهمیدن آنچه او به شما می‌گوید مشکل زیادی نخواهید داشت. اما میکروفون نمی‌تواند روی صدای منفردی تمرکز و آن را از بقیه جدا کند، بلکه تمام اصوات داخل اتاق را خواهد گرفت. بیشتر وقت‌ها دستگاه ضبط صوت با میکروفونی همه منظوره همراه است که باید از عهده وضعیت‌های ضبط عمومی برآید. تمام میکروفون‌ها با یکدیگر متفاوت می‌نمایند و ممکن است متوجه شوید برای کاری که از آنها می‌خواهید یکی بهتر از دیگری کار می‌کند. با میکروفون خود کسب تجربه کنید و محدودیت‌های آن را بفهمید. نکته مهم در هر میکروفون آن «نمودار قطبی»^(۱) است، یعنی طرحواره ناحیه و جهتی از صوت که میکروفون قادر به دریافت آن است.

معمول‌ترین میکروفونی که برای ضبط مصاحبه‌های رادیویی در محل و در استودیو به کار می‌رود «دلواره»^(۲) نام دارد. این نوع میکروفون اصواتی را که از یک سمت می‌آیند، می‌گیرد؛ یعنی ناحیه‌ای که مستقیماً در مقابل تا لب میکروفون است. طرحواره‌ای قلب مانند دور نوک میکروفون تصور کنید (نام دلواره را از همین طرح گرفته‌اند). چون این میکروفون اصوات رسیده از طرف انتهای متصل به سیم را دریافت نمی‌کند باید به طرف جهت منبع صوتی نشانه رود، در غیر این صورت این اصوات یا صداها «میکروفون قطع»^(۳) جلوه می‌کنند. میکروفون‌های دلواره‌ای را می‌توان در ضبط‌های در محل در دست گرفت و برای ضبط‌های استودیویی به پایه میکروفون متصل کرد. میکروفون «پروانه‌ای»^(۴) شکلی متفاوت با میکروفون استوانه‌ای معیار دارد؛ کوتاه‌تر و پهن‌تر است و اصوات را از دو جهت روبه‌رو و پشت می‌گیرد.

1. Polar Diagram

2. Cordioid

3. Off Mike

4. Figure of Eight

به همین علت برای مصاحبه‌های یک به یک و اجراهای دونفره پشت میزی در استودیو مطلوبیت دارد. این نوع میکروفون معمولاً در مرکز میز استودیو نصب می‌شود. شکل و وزن آن به دست گرفتن آن را دشوار می‌کند.

میکروفون نوع «چند جهتی»^(۱) اصوات را به‌طور مساوی از همه طرف می‌گیرد، بنابراین برای بحث‌های دور میزی، گرفتن واکنش حضار، یا ضبط در محل وقتی در مخلوط صداها بیش از اصوات متمرکزی که میکروفون دلواری می‌تواند بگیرد مورد نیاز باشد، مناسب است. این میکروفون از حیث شکل شبیه میکروفون دلواری به‌نظر می‌رسد و می‌توان آن را در دست گرفت یا در استودیو به پایه متصل کرد.

چیز دیگری که نیاز دارید بیازمایید نحوه تغذیه میکروفون است. اگر از باتری استفاده می‌کند پس همواره باتری اضافه با خود بردارید، یادتان باشد که کلید آن را برای استفاده روشن و پس از استفاده خاموش کنید و قبل از شروع مصاحبه امتحان کنید که کار بکند.

همه میکروفون‌ها بادگیر کوچکی دارند که به آنها متصل است، اما گاه ممکن است در مقابل «تقه»^(۲) وقتی شما یا شرکت‌کننده شما خیلی به میکروفون نزدیک باشید یا برای ضبط کردن در شرایطی که در محل ضبط غوغاست نیاز به محافظ اضافی باشد. این بادگیرها یا تقه‌گیرها از ماده ابرمانندی ساخته و به سر میکروفون کشیده می‌شوند بدون آنکه صوت ورودی را کاهش دهند مگر آنکه از باران خیس شوند.

گاه ممکن است استفاده از میکروفون دست‌گیر برای مصاحبه‌گر راحت نباشد، یا برای مصاحبه‌شونده فضولی‌آمیز یا حتی تهدیدکننده جلوه کند. میکروفون دلواری کوچک که با گیره به لباس متصل می‌شود جایگزین

1. Omnidirectional

2. Popping

مفیدی است. این میکروفون‌ها که با عناوین یقه برگردان^(۱)، گیره کراوات^(۲)، یا گیره‌ای^(۳) نامیده می‌شوند سبک وزن‌اند و استفاده‌کننده زود وجود آن را فراموش می‌کند. آنها را باید به سینه مصاحبه‌شونده متصل کرد، تا بتوانند صدا را حتی اگر شرکت‌کننده شما به جای خم کردن سر خود به سمت میکروفون به سمت شما صحبت کند، بگیرند. اگر ضبط شما از نوع دوصدایی باشد مصاحبه‌گر هم می‌تواند یکی از این میکروفون‌ها را به خود نصب کند و هر دو میکروفون به ضبط وصل شوند.

خودروی رادیویی^(۴)

در خودروی رادیویی امکان تماس ایجاد شده است به طوری که شخصی که در حال ضبط است می‌تواند از غیر طریق آنتن با استودیو یا اتاق خبر در پایگاه مکالمه کند. وقتی به جایگاه می‌رسند می‌توانند قبل از شروع به ارسال با استودیو تماس بگیرند و از آنها بخواهند کیفیت و سطح صدا را امتحان کنند. همین که دکل فعال شد میکروفون‌ها عملیاتی شدند استودیوی پایگاه می‌تواند خروجی ایستگاه را به داخل گوشی‌های مصاحبه‌گر یا گزارشگر حاضر در خودرو بفرستد. در این حال آنان می‌توانند صدای مجری یا گوینده خبیر را بگیرند و در خروجی ایستگاه مشارکت زنده کنند. خودرو باید برای گزارشگر و مصاحبه‌شونده نیز گوشی‌هایی داشته باشد و پایه‌گیرهایی^(۵) در خروجی که اجازه استفاده از مصاحبه‌های ضبط‌شده بر روی نوار در برنامه زنده را بدهد. ممکن است قبل از آنکه با خودروی رادیویی به جاده بزنید نیازمند

1. Lapel

2. Toe-Clip

3. Clip

4. The Radio Car

5. Socket

آموزش کامل در مورد نحوه کار خودرو و جنبه‌های ایمنی کاربرد آن باشید. احتمالاً انتظار می‌رود که آزمون رانندگی کوتاهی هم بدهید.

استودیوهای راه دور^(۱)

چون معمولاً در این استودیو کسی مستقر نیست به یاد داشته باشید که قبلاً ترتیب دسترسی به آن و کلید زدن برق آن را بدهید.

مزیت این سیستم این است که در هر دو مسیر رفت صدا به استودیوی پایگاه و برگشت از آن، خطی اختصاصی با کیفیت خوب دارید.

تماس اولیه با مصاحبه‌شونده برای برقرار کردن خط ارتباطی از طریق تلفن صورت می‌گیرد، اما بعد به خط کلید می‌کنند، میکروفون و گوشی‌ها جایگزین تلفن می‌شوند. مصاحبه‌شونده باید خود محوکننده‌های میکروفون^(۲) را روی میز آمیزش صدا^(۳) باز کند. یادتان باشد که شرکت‌کننده شما در پایان مصاحبه کلید برق را قطع کند.

باید برگه‌ای که روی آن دستور کار را به ترتیب نوشته باشند روی میز استودیو باشد. نسخه روگرفتی هم باید در پایگاه استودیویی در دسترس باشد تا ابهامی باقی نماند.

تلفن‌ها و خطوط زمینی

در استودیو، هنگامی که با شرکت‌کنندگان تلفنی سروکار دارید، اطمینان حاصل کنید که آنان دهانشان را به اندازه کافی به دهانی نزدیک کرده باشند که صدای واضحی دریافت شود، اما نه آنقدر نزدیک یا با صدایی آنقدر بلند که

1. Remote Studios

2. Microphone Faders

3. Mixing Desk

اعوجاج ایجاد کند، همین روال را برای میهمانی که مقابل میکروفون است داشته باشید. اگر می‌خواهید با آنان برای استفاده در برنامه‌ای زنده مصاحبه کنید، امتحان کنید که نه فقط صدای استودیو، بلکه صدای خروجی ایستگاه را بشنوند.

ایستگاه مجهز به صفحه کلید کوچکی به‌عنوان دستگاه تراز تلفنی است که صدای شرکت‌کننده تلفنی را به میز آمیزش صدا وصل می‌کند و با باز کردن محوکننده مناسب روی آنتن می‌برد.

علت اینکه صدا از خطوط تلفنی خش‌دار به گوش می‌رسد این است که مکالمات متعددی هم‌زمان روی آنها صورت می‌گیرد، اما امکان اجاره خطی اختصاصی هست که در طول مصاحبه مورد استفاده استودیو و مصاحبه‌شونده قرار گیرد. حاصل چنین مکالمه‌ای به کیفیت استودیویی نزدیک خواهد بود.

استودیوهای ایستگاه رادیویی^(۱)

در خانه‌تان گشتی بزنید و با چشمان بسته در هر اتاق یک دقیقه یا در همین حدود توقف کنید. به صوت اتاق گوش بدهید. اگر در حمام کف دست‌هایتان را به هم بزنید یا با صدای بلند صحبت کنید انعکاس صدا را از دیوارها، کف و دیگر سطوح، سخت خواهید شنید و متوجه «جلا» و «زنده بودن» صوت در فضا می‌شوید؛ اما در اتاقی که در آن مبل، صندلی، فرش و پرده هست، متوجه خواهید شد که چگونه صوت کاملاً به همان وضوح به شما باز نمی‌گردد. اصوات «غیرمستقیم» را اثاثیه جذب کرده‌اند و اتاق «مرده» به‌نظر می‌آید. استودیوهای رادیویی را طوری طراحی می‌کنند که «مرده» به‌نظر برسند، یعنی تا آنجا که ممکن است صوت غیرمستقیمی را که در اطراف اتاق است جذب

کنند، یعنی میکروفون‌ها مجبور شوند فقط با صوت مستقیم صدایی که به طرف آنها ادا می‌شود، کار داشته باشند. به این علت است که شما جعبه‌ها و آجرهای صداگیر را روی سقف و دیوارها و قالی را روی کف استودیو می‌بینید. هدف آن است که برای شنونده صوت «مستقیم» با کیفیت و واضح تولید شود.

پس از بازگشت به خانه، با چشمان بسته به اصوات موجود در یکی از اتاق‌ها گوش کنید. صدای شدامد خورده‌ها را در خیابان و صدای کودکان را در باغ خواهید شنید. هرچه بیشتر گوش کنید متوجه اصوات بیشتری می‌شوید، مثل صدای رادیاتورهای سیستم حرارت مرکزی، وزوز چراغ‌های مهتابی یا فرفر یخچال. اتاق به آن سکوتی که اول فکر می‌کردید نیست. استودیوهای ایستگاه‌های رادیویی هم به همان اندازه که برای گرفتن صوت آماده‌سازی می‌شوند عایق صدا هم می‌شوند. دیوارها عایق ضخیم دارند، پنجره‌ها دوجداره و آب‌بندی شده‌اند و درهای ورودی دوگانه به این جهت آنقدر سنگین‌اند که لایه‌گذاری مخصوص شده‌اند که تا از ورود اصوات ناخواسته به استودیو جلوگیری شود.

وقتی میکروفون‌ها «زنده‌اند»، یا به عبارت دیگر در حال استفاده‌اند، چراغ هشدار سرخ‌رنگی به‌طور خودکار روشن می‌شود تا به هر کس که بیرون از استودیوست اخطار کند که همان بیرون بماند.

معمولاً در استودیو یا در اتاق فرمان میز آمیزش صدا قرار دارد که تجهیزات به آن متصل‌اند. این دستگاه منابع صوتی را تدارک می‌کند و شامل این قسمت‌هاست: میکروفون‌های مجری یا مصاحبه‌گر، میکروفون‌های مصاحبه‌شوندگان، ضبط‌صوت‌های حلقه‌باز، دستگاه‌های کارتی یا دارتی، ضبط‌صوت‌های دی‌آی‌تی و کاست، ضبط‌صوت‌های لوح فشرده و لوح کوچک و رایانه، که برای ضبط، تدوین، ذخیره و پخش کردن مواد استودیویی به کار می‌روند.

استودیوها را غالباً به نحوی سازماندهی می‌کنند که بتوانند خودگردان باشند به این معنی که اگر دارید مصاحبه زنده یا ضبط‌شده‌ای را هدایت می‌کنید، در عین حال باید محوکننده‌های میز آمیزش صدا را بگردانید، میکروفون‌ها را تنظیم کنید، دستگاه ضبط را راهبری کنید و همین‌طور که مصاحبه پیش می‌رود سطوح صداها را امتحان کنید.

استودیوی دیگری ممکن است میز مدوری داشته باشد که با ماده صداگیر پوشانده شده و روی آن حدود سه میکروفون و گوشی قرار داشته باشد: این میز برای مصاحبه‌های زنده و ضبطی و بحث‌های «میزگرد» به کار می‌رود. در اینجا سطح میکروفون‌ها را شخصی که در کنار میز آمیزش صدا در اتاق فرمان متصل به استودیو نشسته تحت مراقبت دارد. مصاحبه‌گر و میهمانان دور میز می‌نشینند. مصاحبه‌گر گوشی می‌گذارد تا پیام‌هایی را که از طریق سیستم واگوی متصل به اتاق فرمان می‌دهند، بشنود. تهیه‌کنندگانی که می‌خواهند از راه گوشی با مصاحبه‌گر صحبت کنند باید از این دستورها پیروی کنند:

- حجم صدای گوشی مصاحبه‌گر را امتحان و تنظیم کنید.
- اگر میهمانان گوشی می‌زنند، مطمئن شوید که پیام‌های شما به مصاحبه‌گر را نمی‌شنوند.

- با مصاحبه‌گر با حجم صدای معمولی صحبت کنید، نه فریاد کنید نه زمزمه.

- به یاد داشته باشید که مصاحبه‌گر سرگرم گوش کردن به صدای مصاحبه‌شوندگان است، بنابراین فقط وقتی با او صحبت کنید که قطعاً لازم باشد. آماده‌سازی و بحث قبل از مصاحبه باید ترتیب جزئیات مصاحبه را معلوم کرده باشد.

- هر چیزی می‌گویید کوتاه و به موقع باشد.
- سعی کنید وقتی مصاحبه‌گر خود در حال صحبت است چیزی نگویید؛

اگر بگویید غیر از افراد بسیار با تجربه احتمالاً مصاحبه‌گران از یادشان می‌رود که چه داشتند می‌گفتند. نمی‌توان گفت کدام لحظه بهترین وقت صحبت است، اما بهتر است تا وقتی که میهمان بخواهد به پاسخ دادن سؤال بپردازد، صبر کنید.

پاک‌کن توده‌ای مغناطیسی^(۱)

از این قسمت از تجهیزات استودیو برای «پاک کردن» ماده ضبط‌شده از روی نوار صدا استفاده می‌شود. این دستگاه میدانی مغناطیسی تولید می‌کند که نظم صدای ضبط‌شده را در هم می‌ریزد. وقتی از پاک‌کن مغناطیسی استفاده می‌کنید، ساعتان یا نوارهایی را که نمی‌خواهید پاک شوند از دستگاه دور کنید.

اتاق خبر و دفتر تولید

اتاق خبر به هر شکل و اندازه‌ای ممکن است باشد، اما امروزه در بیشتر ایستگاه‌های رادیویی گروه‌ها یا افراد تولید برنامه و گروه خبر در فضایی باز مشترک‌اند. همه می‌توانند به تلفن و رایانه دسترسی داشته باشند. همچنین در این فضا تسهیلات تغذیه‌خبر، تسهیلات تدوین صدا و ویرایش متن و سیستم‌های ذخیره‌قرار دارد. تجهیزاتی نیز در دسترس است که مصاحبه‌گر را قادر می‌سازد مصاحبه‌های تلفنی را از پشت میز کارش هدایت و ضبط کند.

پیشگیری‌های ایمنی

- همیشه وقتی در محل ضبط هستید هرگونه تجهیزات را در صندوق عقب قفل شده اتومبیل نگهدارید.

- هر دستگاه الکتریکی را که قرار است با مایعات تماس پیدا کند از برق بیرون بکشید و قبل از استفاده مجدد نیز آن را امتحان کنید.
- اطمینان حاصل کنید که چگونگی کمک‌رسانی به مصدوم ناشی از اتصال برق و چگونگی حفظ خودتان از مصدوم شدن را می‌دانید.
- هیچ یک از تجهیزات و نوارهای ضبط‌شده را در معرض گرما، سرما، رطوبت، غبار یا تابش مستقیم آفتاب قرار ندهید.
- نوارهای ضبط‌شده را با دقت و احتیاط نگهداری کنید:
- آنها را از میدان‌های مغناطیسی دور دارید.
- نوارها را در جعبه‌هایشان بگذارید و در مورد نوارهای حلقه باز، لبه نوار را برای جلوگیری از داخل حلقه رفتن و چسبیدن، بیرون از جعبه بگذارید.
- نوارهای حلقه باز را افقی بگذارید. اگر این نوارها به مدت طولانی به پهلو نگهداری شوند اثرات جاذبه موجب می‌شود که فشار جانبی نوار را بد شکل کند، که منجر به مشکلات اعوجاج و چسبندگی در هنگام پخش نوار خواهد شد.
- برای آنکه از پاک شدن نوار کاست و یا ضبط شدن مجدد روی نوار ضبط‌شده ممانعت کنید، زائده ایمنی را که در پشت کاست است با استفاده از آچار یا وسیله‌ای مشابه بردارید. اگر بعداً تصمیم گرفتید کاست را برای ضبط دیگری استفاده کنید، می‌توانید سوراخ را با نوارچسب بپوشانید.

پیش از مصاحبه

منابع موضوعات

فکرهای تازه‌ای که ماده مصاحبه را شکل می‌دهند از طیفی از منابع مختلف بروز می‌کنند. اطلاعیه‌های مطبوعاتی یا خبری گروه‌های فشار، مؤسسات خیریه، بخش‌های مرکزی یا محلی حکومت و غیره از جمله این منابع‌اند. ممکن است نسخه‌هایی از موارد مطرح شده در جلسات و یادداشت‌های آنها به دست شما برسد. جست‌وجو در اینترنت فکرهای نو به شما می‌دهد؛ همین‌طور در مجامع عمومی و در اتوبوس گفت‌وگوهای بسیاری به گوش شما می‌خورد. بخش‌های خبری و نمایندگی‌های خبری اطلاعاتی را فراهم می‌آورند. از مراکز خدمات اضطراری (اورژانس) تماس‌هایی با شما می‌گیرند، یا صحت خبرهایی را از آنها جویا خواهید شد؛ و گاه همکاران و حتی شتونندگان ایستگاه رادیویی گوشه‌هایی از بعضی ماجراها را رو می‌کنند. مقالات و مصاحبه‌های روزنامه‌ها و مجلات فکرهای تازه‌ای به شما می‌دهند که می‌توانید از زاویه متفاوتی به آن توجه کنید یا دامنه آن را با پی‌جویی بازتر کنید. وقتی در پی شکار ماده موضوعی مستعد و تماس‌های مربوطه هستید اطلاعات محلی یا علاقه تخصصی شما گرانها خواهد بود.

برای هدایت مصاحبه نیازمند آن هستید که به منبع ماجرا رجوع کنید تا کسی را برای صحبت پیدا کنید، اما توجه داشته باشید که هر آنچه به شما می‌گویند ارزش تعقیب کردن را ندارد.

همچنین ممکن است لازم باشد اطلاعات به دست آمده را با منبع دیگری در میان بگذارید تا صحت نکات آن تأکید شود. باید در انتخاب منبع، نقاد باشید و اعتبار منبعتان را با دقت بررسی کنید.

اطلاعیه‌های مطبوعاتی

سردبیران خبر، سردبیران برنامه، تهیه‌کنندگان برنامه و مجریان هر روز مقادیر زیادی مطبوعات منتشر شده توسط سازمان‌ها، گروه‌ها و مشاغل را از طریق پست، دورنگار یا پیام‌نگار دریافت می‌دارند که همگی می‌کوشند «خبر بسازند». بعضی از این دریافتی‌ها را می‌توان مستقیماً به سبب اوراق باطله فرستاد چون مواد تبلیغاتی‌اند؛ بعضی را می‌توان کناری گذاشت تا روزی قبل از طرح و عادی شدن واقعه نگاهی دوباره به آن انداخت.

اطلاعیه‌های مطبوعاتی یا خبری در شکل‌ها و اندازه‌های گوناگون منتشر می‌شوند. بعضی به چند موضوع محدود به‌طور مفصل پرداخته‌اند در حالی که بعضی دیگر گزیده‌ای از سخنرانی‌ها یا مطالب چاپ شده را شامل‌اند. بعضی تبلیغات سیاسی صرف‌اند یا واکنش مشخصی را به ماجرای خبری مطرح‌حی پیشنهاد می‌کنند یا موضعی رسمی را در قبال مسئله‌ای تبیین می‌کنند.

سازمان‌هایی همچون شوراها، کارگروه‌ها، مؤسسات خیریه، شرکت‌ها، گروه‌های فشار یا گروه‌های اقدام، پلیس و غیره، اطلاعیه منتشر می‌کنند به این امید که توجه مطبوعات و رسانه‌ها را جلب کنند، تا آنها به نوبه خود این اطلاعات را به شنوندگان، بینندگان و خوانندگان خود منتقل کنند. برای آگاهی رسانه‌ها از مصاحبه یا بیانیه مطبوعاتی هم اطلاعیه‌های مطبوعاتی ارسال

می‌شود. اطلاعاتی‌ها معمولاً نقل قول‌هایی از سخنگویی هستند که اگر شما روزنامه‌نگار باشید برای شما مطلوب است، اما ممکن است لازم باشد به رابط مطبوعاتی که اطلاعاتی را نوشته یادآور شوید که برای رادیو نیاز به ضبط مصاحبه‌ای دارید، که ممکن است فقط به صورت تلفنی با یک نفر باشد. آنچه شما نمی‌خواهید این است که سخنگو کلمات نقل شده را عیناً از روی اطلاعاتی بخواند. وقتی سازمانی اطلاعاتی مطبوعاتی، گزارش یا بیانیه‌ای منتشر می‌کند، ممکن است فردی را برای مصاحبه از طریق آی‌آران^(۱) یا اتاق خبری بی‌بی‌سی، یا از طریق خط تلفن یا آی‌اس‌دی‌ان^(۲) معرفی کند به طوری که ایستگاه‌های منفرد بتوانند با استفاده از مصاحبه‌گران خود ارتباطی دوسویه را ترتیب دهند. ایستگاه فقط باید با نماینده تعیین شده در آن سازمان تماس بگیرد و وقت و مدت را برای مصاحبه تنظیم کند.

بعضی از اطلاعاتی‌های مطبوعاتی توقیف می‌شوند به این معنی که اطلاعات آنها نباید تا بعد از تاریخ و زمان معینی پخش یا منتشر شود. معمولاً توقیف‌ها رعایت می‌شود. این بدان معنی نیست که نمی‌توانید شروع به آماده‌سازی این موضوع برای پخش کنید. مثلاً، ممکن است بخواهید با کسی که در اطلاعاتی از او یاد شده مصاحبه‌ای ترتیب دهید و هر چه زودتر آن را ضبط کنید، تا همین که توقیف پایان یابد مصاحبه، بسته، لفاف یا گزارش ویژه شما برای رفتن روی آنتن آماده باشد. در خاطر داشته باشید که قبل از پخش ماجرا ممکن است وضعیت یا جزئیات تغییر کرده باشد؛ حتی ممکن است جایگاه شغلی مصاحبه‌شونده شما تغییر کرده باشد و دیگر صلاحیت صحبت با رسانه‌ها را نداشته باشد؛ یا ممکن است دفتر مطبوعاتی مذکور مطالب و ارقام روزآمد بیشتری در تعقیب اطلاعاتی قبلی منتشر کند. اگر شما ممنوعیتی را که شامل

اسناد مربوط به حکومت یا مجلس می‌شود بشکنید خود را در معرض اتهام ناقض مصونیت مجلس بودن قرار داده‌اید.

هنگام تصمیم‌گیری برای پی‌گیری محتویات اطلاعاتی مطبوعاتی، باید درباره علت انتشار آن فکر کنید. باید فکر کنید از هر اطلاعاتی که پخش می‌کنید چه کسی چیزی به دست می‌آورد. اطلاعاتی مطبوعاتی را عیناً کلمه به کلمه پخش نمی‌کنند، بلکه اطلاعات آنها را نقطه شروع برای برپا کردن یک ماجرای خبری، مصاحبه یا حتی برنامه‌ای کامل قرار می‌دهند.

نقطه تمرکز روی موضوع را چگونه انتخاب کنیم؟

در رادیو وقت تنگ است همان گونه که در چاپ فضا محدود است. نمی‌توانید مصاحبه‌ای پرت و نامتمرکز را روی آنتن بفرستید. اگر نقطه کانونی یا زاویه دید مصاحبه روشن نباشد، آنچه را که در پی می‌آید مد نظر قرار دهید:

- آیا موضوع بحث یا هویت مصاحبه‌شونده مورد علاقه شنوندگان ایستگاه

پخش‌کننده مصاحبه خواهد بود؟

- آیا مصاحبه نکاتی دربر دارد که مورد علاقه ویژه شنوندگانی در محلی

خاص، یا صاحبان علاقه‌ای تخصصی باشد یا جاذبه انسانی عام دارد؟

- آیا مصاحبه درباره موضوع روز یا مربوط به کسی است که در زمان تهیه

مصاحبه در اخبار مطرح شده است؟

- آیا مصاحبه اطلاعات جدیدی را آشکار می‌کند، دلایل درگیری یا

مخالفتی را توضیح می‌دهد یا وضعیتی جاری را جمع‌بندی می‌کند؟

- این مصاحبه ارزش اشغال چه مقدار از وقت محدود بخش خبری یا

برنامه را دارد؟

طراحی مصاحبه

قبل از آنکه به مرحله ضبط یا پخش مصاحبه‌ای برسید، با طراحی و تحقیق دقیق می‌توانید فرایند را آسان‌تر کنید. اگر تحقیق مؤثر نکنید، از نکات تان نامطمئن باشید یا از جنبه مقابل مباحثه ناآگاه باشید، چگونه می‌توانید با دیدگاه‌های مصاحبه‌شونده تان چالش کنید؟

بکوشید، به‌عنوان قسمتی از طراحی مصاحبه محصول نهایی را پیش‌شنوی کنید. این کار ممکن است آماده کردن و هدایت مصاحبه را آسان‌تر و به شما کمک کند که روی موضوع مصاحبه در طول فرایند تمرکز داشته باشید. سه مؤلفه‌ای که باید لحاظ کنید عبارت است از آماده‌سازی، سازماندهی و ارتباطات.

آماده‌سازی

در آماده‌سازی باید به سؤالات زیر پاسخ داد:

- ویژگی‌های مخاطبان ایستگاهی که مصاحبه را پخش خواهد کرد، چیست؟
- چرا این شخص را برای مصاحبه انتخاب کرده‌ام؟
- موضوع این مصاحبه چیست؟
- این مصاحبه کجای برنامه یا اخبار قرار می‌گیرد؟
- چرا می‌خواهم این سؤالات را از او بپرسم؟
- مصاحبه‌شوندگان جایگزین چه کسانی هستند؟
- چه چیزهایی را درباره موضوع این مصاحبه نیاز دارم بدانم؟
- چه چیزی را نیاز دارم درباره مصاحبه‌شونده بدانم؟

سازماندهی

در این مرحله به این نکات باید توجه شود:

- اگر مصاحبه زنده باشد مؤثرتر است یا ضبط شده، در استودیو یا در محل؟
- آیا لازم است برای تجهیزات، استودیو، حمل و نقل، عوامل انسانی، و غیره درخواست ثبت (آفیش) کنم؟
- چه کارهایی لازم است انجام دهم تا مطمئن شوم از هر نوع اصوات در محل ضبط بهترین بهره‌برداری خواهد شد؟
- آیا باید فهرستی از مصاحبه‌شوندگان جایگزین تهیه کنم و در صورت نیاز به تغییر کانون توجه مصاحبه جایگزینی برای آن داشته باشم؟

ارتباطات

در این مرحله به این پرسش‌ها پاسخ دهید:

- موضوع مصاحبه را با مصاحبه‌شونده با عبارات کلی در میان بگذارید. اگر اطلاعات تازه‌ای برسد آیا آمادگی دارید جریان را متوقف کنید و تغییر رویه دهید؟
- به نحوه ارتباط برقرار کردن مصاحبه‌شونده دقت کنید. این کار به طراحی مصاحبه کمک خواهد کرد. ممکن است به این تصمیم برسید که ضبط کردن مصاحبه با او بهتر از مصاحبه زنده است.
- در تماس اولیه مصاحبه‌شونده را خیلی سؤال‌پیچ نکنید. فقط اطلاعاتی کافی نیاز است در حدی که نظری درباره آنچه خواهد گفت یا باید بگوید به دست آورید.
- به مصاحبه‌شونده این فرصت را بدهید بی‌دقتی در تحقیقات شما را تصحیح کند.

- اطمینان کسب کنید که ذهن مصاحبه‌شونده درباره موضوع روشن شده باشد، و مرور کنید که آیا چیز بیشتری نیاز دارد بدانند؟
- اطمینان کسب کنید که تمام کسانی که دست‌اندرکار مصاحبه‌اند می‌دانند که مصاحبه کی و کجا اجرا خواهد شد.

مدیریت زمان

هرگاه کار یا وظیفه‌ای را در دفعات اول انجام می‌دهید، دغدغه آن را دارید که وقتی راکه صرف آن می‌کنید زیاد است یا نه. در هر روز کاری چند مصاحبه را باید بتوانید قطعی و برای آن تحقیق کنید؟ طی نوبت کاری روزانه‌تان چند مصاحبه را باید بتوانید هدایت کنید؟ تدوین یک نوار چقدر باید طول بکشد؟ به یاد داشته باشید که فارغ از اینکه چه کسی از شما کار خواسته و شما را راهنمایی کرده همان‌طور که با تجربه‌تر می‌شوید باید کاراتر و سریع‌تر هم بشوید. فقط مطمئن شوید که کار را در مهلت‌های تعیین شده می‌رسانید. مدیریت زمان تماماً درباره سازمان یافته بودن است، بنابراین اگر با هر کسی تماس تلفنی می‌گیرید دفترچه یادداشت و قلمتان را در دست داشته باشید و نکته بسیار مهم اینکه تمام جزئیات ضروری، مثل زمان پخش مصاحبه و غیره را به مصاحبه‌شونده مدنظر منتقل کنید.

انتخاب شرکت‌کننده

- سعی کنید انتخابتان قابل پیش‌بینی نباشد. به‌خاطر داشته باشید که شنونده هم اگر همیشه با همان متکلمان قبلی مواجه شود خسته می‌شود، حتی اگر آنان افرادی سرزنده و مطلع هم باشند.
- اسامی افرادی را که با آنها تماس گرفته‌اید در پرونده‌های خود نگه دارید

و به تعداد آنها بیفزایید. درباره حوزه تخصصی آنها، نحوه تکلم آنها در تلفن و اینکه آیا صدای آنان را روی آنتن شنیده‌اید یا نه یادداشت بردارید. - تصورات پیشینی را که در انتخاب مصاحبه‌شوندگان دارید مورد ملاحظه قرار دهید.

- درباره آنچه صدای میکروفونی قابل قبولی را می‌سازد، بیندیشید.
- از سازمان‌ها بخواهید سخنگویی را برای مصاحبه بفرستند که تکراری نباشد. باید ترکیبی از شرکت‌کنندگان مختلف به طیف سؤالاتی که می‌توانید بپرسید و طیف پاسخ‌هایی که خواهید شنید، تنوع ببخشند.
- ملاحظه کنید انتخاب فردی مسن یا جوان، باتجربه یا بی‌تجربه، طرفدار یا مخالف چه تفاوتی را در دیدگاه و بافت‌دادن به موضوعی ممکن است حاصل کند.

- این مسئله را نیز شاید بخواهید در نظر بگیرید که اگر به کسی اجازه دادید اظهار عقیده کند، چگونه می‌توانید از این اتهام که در این انتخاب سلسله مراتب قوی به ضعیف وجود دارد خود را مبرا کنید. ممکن است به‌نظر بعضی از مشاهده‌گران رسانه‌ها برسد که چهره‌های شناخته شده و متخصصان خود گماشته شده، بیشتر از دیگران احتمال دعوت شدن و تشریح عقایدشان روی آنتن را دارند. این موضوع را هنگامی که در جست‌وجوی دیدگاه‌های مختلف یا پیشنهاد مصاحبه هستید به خاطر داشته باشید.

تمرین

تصور کنید که دولت اخیراً طرحی را اعلام کرده است که شکار روباه با استفاده از سگ‌های شکاری ممنوع شود. در این باره فکر کنید که با چه کسی، کجا و کی می‌خواهید در این باره صحبت کنید، برای:

- بسته خبری سه دقیقه‌ای

- بحث استودیویی زنده

- صدای توده

- برنامه ویژه یا مستند

تمرین

با استفاده از جزئیات زندگی‌نامه‌ای ذیل، به طیفی از سؤال برای عرضه به مصاحبه‌شونده و درباره زندگی شغلی او بیندیشید. مصاحبه‌ای عمقی را هدف‌گیری کنید که اجازه دهد مصاحبه‌شونده به شنوندگان نسبت به شخصیت، طبیعت کار و باورهای خود بصیرت دهد. بکوشید سؤالاتی تمهید کنید که نقاط مهم را در زندگی شغلی او پررنگ کند. عوامل تأثیرگذار بر کار او و انگیزه پنهان در نویسندگی او را کندوکاو کنید. درباره سؤالاتی فکر کنید که پاسخ‌ها و حکایات شگفتی را بر خواهد انگیخت. در مصاحبه‌ای طولانی‌تر، به یاد داشته باشید که وجود نظامی منطقی در سؤالاتان مصاحبه را شکل خواهد داد و به فهم شنوندگان و سهولت تمرکز آنان کمک خواهد کرد.

آنی هاموند متولد آبردین تنها کودک خانواده. ترک مدرسه در ۱۶ سالگی. مشاغلی که داشته هنرور (سیاهی لشرگر فیلم‌ها)، مأمور راهنمای داخل سینما و راننده تاکسی. اخیراً از شوهری که بازیگر نمایش‌های عاطفی است طلاق گرفته. اولین داستان کوتاهش را مبتنی بر زندگی مادرِ مادر بزرگش نوشت که در سیرک سیاری هنرمند تاب‌باز بود. آخرین کتابش، که پنجمین اثر اوست، مجموعه‌ای است از داستان‌های کوتاه با درون مایه هویت اسکاتلندی که نامزد جایزه ادبی شده است. در انتخابات اسکاتلند به عنوان نامزد مستقل برای اشغال کرسی نمایندگی مجلس شکست خورد. در صدد پیاده کردن طرحی است برای تشویق نویسندگان جوان و کمک به آنان برای آنکه اثرشان را منتشر کنند.

آنچه مصاحبه‌شونده شما نیاز دارد بداند

فراموش کردن تغذیه شرکت‌کننده بالقوه از حیث اطلاعات زمینه و مفیدی که برای آماده شدن برای مصاحبه‌ای موفق نیاز دارند، آسان است. مصاحبه‌شوندگان بی‌تجربه نمی‌دانند می‌توانند چنین اطلاعاتی را بخواهند تا به آنها کمک کند که پیامشان را به نحو مؤثر منتقل کنند. مصاحبه‌شوندگان با تجربه‌تر یا کارمندان آنان ممکن است تقاضاهای غیرمستدل داشته باشند. این برعهده سازمان‌دهنده مصاحبه است که پیشقدم شود، بنابراین هنگامی که دارید جزئیات را با مصاحبه‌شوندگان نهایی می‌کنید نکات زیر را به آنها گوشزد کنید:

- توضیح دهید که چرا آنان را برای مصاحبه دعوت کرده‌اید. آنان ممکن است احساس کنند که حائز شرایط لازم نیستند یا فاقد اعتبارند و بخواهند جایگزینی پیشنهاد کنند.

- به آنان بگویید که چه کسی مصاحبه را اجرا می‌کند و برای کدام برنامه است. دانستن این نکته به آنها کمک می‌کند که اگر تا به حال این برنامه را نشنیده‌اند آن را گوش کنند و درباره محتوا و سبک مصاحبه دیدگاهی پیدا کنند.

- مشخص کنید که مصاحبه در استودیو صورت می‌گیرد، از طریق تلفن است یا در محل. ممکن است به راهنمایی یا حمل و نقل نیاز داشته باشند؛ ممکن است انتظار برود لباس مناسبی فراهم کنند، شاید نیاز باشد شماره‌های تماس جایگزین بدهند یا دستور کار برای نحوه دسترسی و کار با تجهیزات استودیوی بدون حضور متصدی را فرا بگیرند. اگر قرار باشد مصاحبه در استودیو صورت گیرد، ممکن است تصمیم بگیرند قرارهای خود را تغییر دهند و به جای تماس تلفنی در استودیو حاضر شوند.

- توصیفی از مخاطبان ایستگاه یا برنامه را تهیه کنید. اگر مخاطب هدف

جوان‌تر یا مسن‌تر از حد انتظار است، ممکن است لازم باشد مصاحبه‌شوندگان لحن پاسخ‌ها و مثال‌هایشان را تغییر دهند.

- تأکید کنید که مدت مصاحبه دقیقاً چقدر است، به طوری که مصاحبه‌شوندگان بتوانند مراحل و طول پاسخ‌های خود را لحاظ کنند. این کار به میهمان شما کمک می‌کند تا وقت خود را برای تحقیق زیاد جهت فراهم کردن پاسخ‌هایی مفصل و طولانی هدر ندهد. تمام مصاحبه‌شوندگان افرادی پر مشغله هستند و غیر از این مصاحبه اشتغال‌های دیگری نیز دارند، بنابراین مدت پیش‌بینی شده مهم است. حتی ممکن است در حالی که شما از آنان ده دقیقه وقت خواسته‌اید اظهار کنند که فقط ۵ دقیقه می‌توانند برایتان کنار بگذارند. اما بعد از آنکه روی ظرف زمانی کاهش یافته توافق کردید، ممکن است تا حد نصف روز را هم در مکالمه با آنان صرف کنید، چون به رغم نگرانی آنان از اینکه ممکن است حوصله‌شان سر برود یا ممکن است نتوانند همپای شما بیایند، متوجه می‌شوند که از این تجربه دارند لذت می‌برند.

- هدف از مصاحبه و نکات اصلی مصاحبه را فهرست کنید. اگر میهمان برای مصاحبه‌ای درباره آینده تعلیم و تربیت آماده شده باشد برای همه گیج‌کننده است که ببینند از او درباره فنون ساختن شمع سؤال شود. اما اگر از شما خواسته شد که سؤالات را از قبل فاش یا سؤالات خاصی را مطرح کنید، مقاومت کنید.

- به آنها بگویید که مصاحبه قرار است زنده باشد یا ضبطی، زیرا این کار فشارهای عصبی بر آنها را کمتر می‌کنند. در مقابل هرگونه سفارش یا درخواست برای اینکه مصاحبه در قسمت خاصی از برنامه قرار داده شود مقاومت کنید.

- اگر قرار است تماس تلفنی با برنامه برقرار شود لازم است از قبل به مصاحبه‌شوندگان هشدار بدهید. سؤالات غیرمنتظره از شنونده غیر قابل

پیش‌بینی رادیو حتی قوی‌ترین سیاستمداران را هم می‌تواند از موضوع پرت کند.

- باید به آنان بگویید چه افراد دیگری در مصاحبه شرکت دارند. این بدان معنی است که اگر آنان از حضور دیگران ناخشنودند می‌توانند در همین مرحله منصرف شوند، به جای اینکه در بدو ورود به محل استودیو متعجب شوند و دقایقی قبل از پخش صدایشان از استودیو خارج شوند. این کار همچنین آنان را قادر می‌سازد که بی‌ببرند چه عقیده یا بحث مخالفی از زبان دیگر میهمانان احتمالاً بیان خواهد شد.

دیگر چیزهایی که ممکن است مصاحبه‌شونده بخواهد بداند

مصاحبه‌شونده بی‌تجربه ممکن است از شما بخواهد که او را راهنمایی کنید هنگام پخش چگونه «رفتار» کند. خواسته مشترک آنان این است که چگونه باید حین پخش به مصاحبه‌گر رجوع کنند. باید نام کوچک او را بگویند؟ چند وقت یکبار باید این نام را به کار ببرند؟ راهنمایی‌های زیر را می‌توانید به مصاحبه‌شونده بکنید تا در اجرای مصاحبه موفق باشد:

- زود به محل مصاحبه برسید، اما اگر قبل از رفتن به روی آنتن فقط فرصت چند کلمه صحبت با مصاحبه‌گر را داشتید تعجب نکنید، به خصوص اگر مصاحبه شما قسمتی از برنامه‌ای زنده باشد.

- در استودیو از زینت‌آلات صدادار استفاده نکنید و ساعت زنگ‌دارتان را در خانه بگذارید. این صداها حواس شنوندگان را پرت می‌کند.

- تلفن همراهتان را خاموش کنید.

- روی صدای استودیوتان به طرفین نگردید. اگر چنین کنید، میکروفون نمی‌تواند صدای شما را به درستی بگیرد.

- بکوشید به میکروفون ضربه و به میز لگد نزنید، اما از اینکه هنگام صحبت دست‌هایتان را به اطراف تکان دهید نگران نباشید.

- با حجم صدای طبیعی (عادی) و مستقیماً به طرف مصاحبه‌گر صحبت کنید. نکوشید که به شنوندگان اشاره کنید مگر آنکه آنان در ارتباطی تلفنی شرکت کرده باشند.

- در پایان حرفتان سکوت کنید و اجازه بدهید مصاحبه‌گر سؤال دیگری از شما بپرسد. بعضی از مصاحبه‌شوندگان می‌کوشند تمام نظریات خود را در اولین پاسخ خود عرضه کنند.

- خودتان باشید و اگر مناسبت داشت از لبخند زدن نترسید.

- وقتی مصاحبه تمام شد ساکت بنشینید تا چراغ قرمز خاموش شود.

تحقیق

بهترین و کاراترین محققان در کنار دفترچه تلفن‌شان که همیشه با خود دارند دفترچه یادداشتی را هم با خود حمل می‌کنند و از آن برای یادداشت‌برداری سریع از هرگونه فکرهای خوب برای مصاحبه‌ها یا مطالبی که می‌توانند در برنامه‌شان عرضه کنند استفاده می‌کنند. این فکرها ممکن است از قصه‌ای که در قطار در راه کار می‌خوانند، اعلانی که در خیابان می‌بینند یا چیزی که کسی در جایی عمومی می‌گوید درآمده باشد، آنها هر نکته‌ای را که فکر می‌کنند ممکن است بتوانند در آینده از آن استفاده کنند یادداشت می‌کنند. تحقیق آنها مداوم است، به عبارت دیگر آنان تا آنجا که بتوانند به رادیو گوش می‌کنند و نه فقط به برنامه خود یا ایستگاه خود. اگر صدای گوینده خوبی را از رادیو بشنوند نام و موضوع بحث را می‌نویسند به این نیت که ممکن است روزی از آن استفاده کنند. همچنین مقالات جالب خاص را از مجلات و روزنامه‌ها می‌برند

یا از آنها روگرفت تهیه می‌کنند و برای مراجعه آتی یا برانگیختن فکرهای تازه نگهداری می‌کنند.

باید بکشید در چارچوب محدودیت زمانی تا سررسید مصاحبه، تا آنجا که می‌توانید اطلاعات مناسب و دقیق درباره موضوع مصاحبه‌تان و اطلاعات هرچه بیشتر درباره شخص مصاحبه‌شونده و دیدگاه‌های او به دست آورید. وقتتان را عاقلانه تخصیص دهید؛ این هیچ امتیازی نیست که وقتی قرار است مصاحبه فقط قسمتی از لفاف باشد تحقیقاتی را که برای مستند کامل لازم است انجام دهید. مثلاً بررسی کنید که اگر شرکت‌کننده دیدگاه خاصی روی موضوعی دارد، دیدگاه‌هایی که ممکن است با آن موافق نباشد کدام‌اند؟ می‌توانید از انتشارات مرتبط با موضوع، بریده‌های جراید و پایگاه‌های وب شروع کنید. هر ویدیویی درباره موضوع را شکار کنید یا اگر به بایگانی شنیداری دسترسی دارید مصاحبه‌هایی را که قبلاً ممکن است پخش شده باشند بررسی کنید. همین که خواندنی‌ها را انجام دادید، شروع به صحبت با افراد در سازمان‌ها، مشاغل، انجمن‌ها و اجتماعات مرتبط کنید. بگذارید همکارانتان بدانند درباره چه تحقیق می‌کنید، چون ممکن است بتوانند به موازات شما اطلاعات مفیدی فراهم یا حتی تماس‌هایی برقرار کنند. منابع اطلاعاتی قابل دسترسی‌تان نظیر کتاب‌های مرجع، اطلس‌ها، فرهنگ‌ها و فرهنگنامه‌ها؛ دفاتر ثبت آرای انتخاباتی، مجلات و انتشارات تجاری و تخصصی، بریده جراید، پایگاه‌های وب و غیره را شناسایی کنید و محل دسترسی به این منابع را از قبل مشخص سازید، در غیر این صورت ممکن است وقت با ارزش تحقیقتان را در جست‌وجوی آنها تلف کنید.

مکالمه تلفنی مقدماتی با مصاحبه‌شوندگان هم توصیه می‌شود. این کار به شما دید روشن‌تری درباره موضوع و آنچه آنان باید بگویند خواهد داد. درباره چیزی که قرار است از آنان پرسید خیلی شفاف باشید، تا از غلط فهمیدن و

مکالمه‌ای که به همه نوع حواشی کشیده شود اجتناب کنید. در این مرحله سؤالاتان را ساده بگیرید، اما هر چیزی را به بهای ظاهری آن نگیرید و آماده چالشی مؤدبانه به شیوه بازجویی باشید. می‌توانید مصاحبه‌شوندگان را ترغیب کنید که سخنانشان را با حکایت‌هایی تصویر کنند. هرگونه نقل یا اطلاعاتی را که به دست آورده‌اید امتحان کنید و آنها را با دیدگاه شرکت‌کننده‌تان مقایسه کنید. حتی امتحان مجدد نام‌ها و عنوان‌ها کار درستی است. مراقب کنایه‌ها و اظهاراتی که ممکن است نقطه کانونی مصاحبه را تغییر دهد باشید. ضمن مکالمه یادداشت‌های دقیق بردارید تا بتوانید مصاحبه را متمرکز و سؤالاتی را که نهایتاً مورد استفاده‌تان واقع خواهد شد تنظیم کنید. بعد از تلفن زدن، خواندن، جست‌وجو و دریافت، ارتباطات واضح به منابع اطلاعاتی کم‌وضوح‌تر نیز بیندیشید.

یکی از اولین تکالیف من به‌عنوان کارآموز گزارشگری ردیابی و مصاحبه با «مرد چوب کبریتی» بود. در اولین روزی که به اتاق خبر رادیویی محلی رفتم، سردبیر بریده‌ای را از روزنامه محلی عصر به من داد درباره مردی که شوالیه تمام قد مسلحی را با چوب کبریت ساخته بود. سردبیر مصاحبه‌ای با او را برای برنامه عصر که همان روز پخش می‌شد می‌خواست. آن روز اولین روز کار من در ایستگاه و نیز اولین روز آمدنم به آن شهر بود. نوشته شامل نام آن مرد و خیابان محل سکونتش بود اما بدون شماره خانه. این نام در کتابچه تلفن ثبت نشده بود. بی‌هراس و مصمم برای آنکه در اولین روز کار خود را نشان دهم، ضبط صوتی به چنگ آوردم و با نقشه‌ای در دست و آگاهی از اینکه این خیابان طویل‌ترین خیابان منطقه مسکونی شهر است بیرون زدم. بعداً از اینکه دفتر ثبت آرای انتخاباتی را قبل از ترک ایستگاه واریسی نکرده بودم خودم را لعنت کردم. در چند خانه را کوبیدم اما ظاهراً هیچ کس نمی‌دانست این جوانک کجا زندگی می‌کند؛ نه مغازه سرنبش توانست کمکی کند، نه قهوه‌خانه، نه

تعمیرگاه. دست آخر، صاحب سیگارفروشی کوچکی همه چیز را درباره او می‌دانست، زیرا بالاخره، مرد مورد نظر باید چوب کبریت‌هایش را از جایی تأمین می‌کرد.

در خلاصه تحقیق چه مواردی باید لحاظ شود؟

منظور از خلاصه تحقیق، دادن اطلاعات زمینه به مصاحبه‌گر است به طوری که او را قادر به اجرای مصاحبه سازد. صرف‌نظر از اینکه خودتان تحقیق می‌کنید یا کسی دیگر، خلاصه تحقیق باید به قسمت‌های متمایز تفکیک شود به طوری که نکته‌ها نظمی منطقی و آرایش یافته داشته باشند و خواندن، دنبال کردن و فهمیدن را آسان کنند. نکات مهم در اطلاعات تحقیق باید با قلم روشن‌گر (هایلایتر) علامت‌گذاری شود، با حروف بزرگ نوشته شود یا فقط زیر آنها خط کشیده شود. مهم است که جزئیات هر منبعی که استفاده می‌کنید، مثل اطلاعاتی مطبوعاتی، بریده روزنامه‌ها، گزیده‌های کتاب یا متن پیاده شده مصاحبه‌ای قبلی را ارائه کنید. به یاد داشته باشید که اظهارات روزنامه ممکن است نادقیق باشد یا در چاپ‌های بعدی تکذیب شود، بنابراین منابع خود را از طریق دیگر هم تأیید کنید. طی دوره تحقیقتان می‌توانید واقعیاتی را که جمع‌آوری کرده‌اید، با مصاحبه‌شونده وقتی درباره مصاحبه با آنان صحبت می‌کنید امتحان و تأیید کنید. هر آنچه را که نمی‌خواهید مصاحبه‌شونده ببیند یا هر چه که نمی‌خواهید روی آنتن بازگوید روی کاغذ نیاورید. همیشه در برنامه زمانی‌تان جا بگذارید که اگر مصاحبه‌گر خواست درباره خلاصه تحقیق صحبت کنید. اگر شما تنها کار می‌کنید، باز خوب است که خلاصه‌ای برای خودتان درست کنید، این کار کمک می‌کند که روی مصاحبه متمرکز شوید.

هر کس برای انجام دادن کارهایش سیستم یا طریقه مرجع خود را دارد، اما تا شما روش خود را ایجاد کنید یا با روش کارفرمایان هماهنگ شوید پیشنهاد‌های چندی را که باید در خلاصه منظور کرد، می‌آوریم:

- نام محقق

- عنوان، تاریخ و ساعت برنامه

- نام مصاحبه‌گر

- مقدمه‌ای که مختصراً بگویید این خلاصه تحقیق درباره چیست؟

- نام مصاحبه‌شونده (گان)، شامل عنوان، شغل، کسانی که نماینده اویند و

غیره.

- تاریخ و محل مصاحبه، همراه با شماره تماس، ترتیبات رفت و آمد و

توقفگاه، جداول زمانی، گرفتن اتاق در هتل، نقشه‌ها و غیره.

- دلیل مصاحبه، برای مثال کتاب جدید (به ضمیمه یک نسخه از آن)، فیلم

جدید (حضور در محل نمایش یا ضمیمه کردن ماده تبلیغی و نمونه خلاصه)،

رسیدن ستاره دنباله‌دار جدید (به ضمیمه بریده‌های مجله‌های تخصصی).

- دلیل مصاحبه با آدم‌های خاصی مثل نویسنده، بازیگر فیلم،

ستاره‌شناس.

- مواد تحقیقی زمینه تحقیق شامل:

الف) واقعه، شامل تمام زوایا یا نقل‌های متقابل،

ب) شرکت‌کنندگان، شامل جزئیات زندگی‌نامه‌ای و اگر مناسبت داشت

خلاصه‌ای از دیدگاه‌ها، عقاید و تجارب آنها در موضوع بحث؛ گزینشی و

متمرکز عمل کنید اما نه خشک،

ج) آنچه دیگران درباره این موضوع گفته‌اند.

- جزئیات ضماّم.

باید بتوانید از روی تحقیقتان درباره قسمت‌هایی که در مصاحبه می‌توان

پوشش داد پیشنهاد بدهید، اما انتخاب سؤال را به مصاحبه‌گر واگذارید.

همچنین مهم است که قسمت‌هایی را مشخص کنید که مصاحبه‌گر باید به علت

احتمال افترا، دعوی دادگاهی فعلاً بلا تکلیف یا موضوعاتی که بحث درباره آن

برای مصاحبه‌شونده بسیار منقلب‌کننده است، از آن اجتناب کند.

ممکن است مصاحبه‌گر به شنیدن تأثیراتی که طی مکالماتان با مصاحبه‌شونده ایجاد کرده‌اند علاقه‌مند باشد، اما در نهایت شنوندگان فقط علاقه‌مند به رابطه روی آنتن بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده‌اند. روگرفتی از خلاصه تحقیق را برای ارجاع آتی و به‌عنوان ماده تحقیقی مفید نگهدارید.

تمرین

سعی کنید درباره یکی از موضوعات فهرست زیر اطلاعاتی به دست آورید و تحقیق کوچکی برای برنامه‌ای رادیویی انجام دهید. برای گزارشگری که قرار است به محلی فرستاده شود تا مصاحبه‌ای را درباره سفر برای برنامه مجله هفتگی اجرا کند خلاصه تحقیقی آماده کنید. باید تصمیم بگیرید که مصاحبه‌گر با چه کسی قرار است مصاحبه کند.

- طراحی گردش ادبی در همپشایر^(۱)

- بهترین راه برای گذراندن روزی بارانی در یورک^(۲) به همراه نوجوانان

- انتخاب فعالیت برای تعطیلی آخر هفته با بودجه محدود

تشخیص خطر

هیچ مصاحبه‌ای ارزش آن را ندارد که مصاحبه‌گر، مصاحبه‌شونده یا هر یک از اطرافیان به خاطر آن صدمه‌ای را تحمل کنند. کار خبرنگار آن است که داستان را به دست آورد نه اینکه خود، موضوع داستان شود. تشخیص خطر بخشی قاطع از برنامه‌ریزی است. مخاطراتی که ممکن است بروز کند باید در همان مراحل اولیه تشخیص داده شود. اگر کاری غلط پیش برود حداقل می‌توانید ادعا کنید که درباره مسائل بالقوه قبل از واقعه فکر کرده‌اید و با منظور کردن حمایت‌های منطقی، حرفه‌ای و مسئولانه عمل کرده‌اید.

1. Hampshire

2. York

اگر نگرانی درباره خطر بالقوه برای هر کسی که با مصاحبه‌ای درگیر است وجود دارد، استفاده از برگه متعارف «تشخیص خطر» اولین گام برای احتراز از صدمه است. بنابراین برگه را تکمیل و از آن هنگام برنامه‌ریزی مصاحبه به‌عنوان سند بحث استفاده کنید. به خاطر بسپارید که روگرفتی از آن را در پرونده نگهدارید و اگر بعد از اتخاذ تصمیمات جزئیات تغییری کرد، قبل از آنکه طبق برنامه‌ریزی جلو بروید برگه دیگری تکمیل کنید.

- اگر احساس می‌کنید خطر احتمالی وجود دارد، برای هدایت برنامه‌ریزی تشخیص خطر «فهرست مرور»ی تنظیم کنید و از تمام اقداماتی که می‌کنید یادداشت مکتوب بردارید.

- برگه تشخیص خطر را تکمیل کنید و هر خطر بالقوه را با تهیه‌کننده یا سردبیر در میان بگذارید.

- تصمیم بگیرید که هر خطری را چگونه باید حذف یا کمینه کرد. شاید در این حد که با افرادی مسئول جایگاه مصاحبه در مورد تغییرات محل ضبط صحبت کنید. در این صورت می‌توان اطمینان حاصل کرد که تمام کسانی که درگیر مصاحبه‌اند از مسئولیت‌های فردی خود آگاه شده‌اند.

برای سازمان‌های منفرد هم باید برگه تشخیص خطر طراحی کرد، اما باید همان اطلاعات اساسی را داشته باشد.

برگه تشخیص خطر

نام مصاحبه‌گر:

برنامه یا قسمت:

تاریخ مصاحبه:

محل مصاحبه:

جزئیات مصاحبه:

شخص مسئول ایمنی در محل مصاحبه:

خطرات بالقوه تشخیص داده شده:

خطرات بالقوه برای مصاحبه و غیره:

پیشگیری‌های پیشنهاد شده:

امضاء..... (تهیه کننده/سردبیر)

هنگامی که در فضای بیرون استودیو مصاحبه می‌کنید بیشترین احتمال مواجهه با مشکل را دارید. به خاطر بسپارید که ممکن است لازم باشد لباس‌های محافظ یا شب‌نما، سرپوش (کلاه مخصوص)، محافظ گوش یا چشم، تقاب، پاپوش و غیره با خود بردارید یا بعضی را در محل قرض کنید. اگر در فضای آزاد ضبط می‌کنید، اطمینان حاصل کنید که لباس‌تان برای تغییرات هوا مناسب است و آمادگی دارید. آیا به گزارش وضع هوا گوش می‌کنید؟ ممکن است برای مصاحبه به کسب اجازه نیاز داشته باشید حتی در جاهایی عمومی مثل ایستگاه‌های راه‌آهن ممکن است لازم باشد نماینده‌ای از طرف آن جایگاه شما را همراهی کند. در محل‌های کار مثل مزارع، کارخانه‌ها، دفاتر کار و فروشگاه‌ها ممکن است نیاز باشد اطلاعاتی درباره خطرات بالقوه در آن

مکان‌ها، مثلاً از طرف وسائط نقلیه، ماشین‌آلات، تجهیزات یا مواد شیمیایی را کسب کنید.

همچنین تناسب خود برای حضور در محل خاصی را مد نظر قرار دهید. آیا حساسیت‌هایی دارید که در اثر تماس با بعضی غذاها، مواد شیمیایی یا حیوانات تشدید شود؟ اگر ترس از بلندی دارید آیا می‌توانید مصاحبه‌ای را در بالون هوای داغ اجرا کنید؟ اگر حامله یا تازه مادرید، به شما نصیحت می‌شود به محلی که اخیراً در آن حیوانات زایمان کرده‌اند نروید.

مراقب باشید که خود شما موجب مشکلات بیشتر در محل اجرای مصاحبه نشوید. ممکن است لازم باشد از سیگار کشیدن خودداری کنید، تلفن همراهی را خاموش کنید یا اگر خواسته شده فوراً محل را تخلیه کنید. کارگران را نبراکتید. همیشه در فاصله امنی از مسیر رفت و آمد، از لبه سکوها یا جایگاه ضبط یا محل‌های کار ضبط کنید. در تظاهرات یا راهپیمایی‌های اعتراض‌آمیز همیشه باید از اینکه تأثیر یا دخالتی داشته باشید پرهیز کنید، بنابراین آماده باشید که اگر به‌نظر رسد حضور شما رفتار یا حالت شرکت‌کنندگان را تغییر می‌دهد مصاحبه را متوقف کنید.

اگر مجبورید در حادثه مهمی مثل تصادف خودرو یا آتش‌سوزی در کارگاه صنعتی حاضر شوید، خطرهایی که با آن روبه‌رو هستید کاملاً واضح است، اما این دو از یک نوع نیستند. ملاحظه اساسی این است که نباید در عملیات خدمات اضطراری (اورژانس) دخالت کنید و باید از هرگونه صدمه فردی زدن یا موجب صدمه خوردن دیگران شدن اجتناب کنید. متصدیان خدمات اضطراری را مطمئن کنید که تا وقتی به محل برسند خواهید ماند و به هر کس که مسئول است گزارش خواهید کرد. ممکن است راه‌ها را بسته باشند یا به دلیل شدامد خودروها راه‌بندان شده باشد، بنابراین نحوه یافتن بهترین راه

دسترسی به محل را پرسید. همیشه از دستوری که واحد خدمات اضطراری در محل به شما می‌دهد تبعیت کنید.

مهم است که درباره مسائل ایمنی بحث کنید. خود را با روال‌های کاری در ایستگاه رادیویی آشنا کنید، به طوری که اگر لازم شد با عجله در مصاحبه‌ای حاضر شوید و قوتتان برای مرور اقداماتی که باید بکنید تلف نشود. در همان حال وضعیت بیمه خود را واری کنید.

تمرین

سردبیر از شما خواسته است به محل تمرین تعدادی از دوندگان محلی بروید که مجبور شده‌اند تمرین را متوقف کنند چون در لبه حاشیه جاده نوعی گل ارکیده کمیاب در حال رشد پیدا شده است. شما با یک نماینده شورا و یک گیاه‌شناس از دانشگاه محلی مصاحبه خواهید کرد.

قبل از آنکه به طرف محل برانید، فهرستی مفصل از روال مصاحبه و سؤالاتی که باید پرسید تهیه کنید.

برای اینکه خود را از آسیب در طول مصاحبه حفظ کنید چه پیشگیری‌هایی باید بکنید؟

برای ایمنی مصاحبه‌شوندگان و جمع حاضر در طول مصاحبه چه نوع همکاری می‌توانید بکنید؟

فهرست اقداماتتان چه تفاوتی می‌کند اگر

(الف) مصاحبه‌ها در محل با ضبط قابل حمل انجام شود؟

(ب) مصاحبه‌ها با استفاده از خودروی رادیویی به‌طور زنده در برنامه‌ای

بخش شود؟

تمرین

به شما مأموریت داده شده تا با والدین مفتخر اولین نوزادی که بعد از نیمه شب عید سال نو به دنیا آمده مصاحبه کنید. از کارهایی که باید برای قبل از مصاحبه و حین و بعد از آن در بیمارستان محلی انجام دهید فهرست تهیه کنید، تا مصاحبه را به طور مؤثر و ایمن انجام داده باشید. فهرست شما چه تغییری می‌کند اگر

(الف) مصاحبه‌ها با ضبط قابل حمل در محل انجام شود؟

(ب) مصاحبه‌ها با استفاده از خودروی رادیوی به‌طور زنده در برنامه‌ای پخش شود؟

پرسیدن سؤالات

مهم است که کمی وقت صرف تصمیم‌گیری در مورد سؤالات و جمله‌بندی سؤالات بکنید. با نوشتن یک سؤال که باید آن را از مصاحبه‌شونده پرسید آغاز کنید. این باید مهم‌ترین سؤال و همانی باشد که شنوندگان می‌خواهند به آن پاسخ داده شود، اما هرگز سؤالی نیست که مصاحبه‌شونده خواسته باشد از او پرسید. پس از این سؤال، سؤالات کوتاه دیگری را که مبتنی بر سؤال بالایی است یادداشت کنید. این فهرست را با سؤالاتی که فکر می‌کنید خوب است پرسید دنبال کنید و بالاخره، اگر وقت اجازه دهد، سؤالاتی را که می‌توانید پرسید یادداشت کنید. در حقیقت شما به دنبال سه یا چهار سؤال مهم و دنبال کردن آنها با سؤالات مکملی هستید که بسته به پاسخ‌های دریافتی از مصاحبه‌شونده مطرح می‌شود.

سؤالات خود را به‌طور کامل ننویسید. آنها را در ذهن خود بایگانی کنید و فهرست کوتاهی به‌صورت یادداشت درست کنید، شاید حتی یادداشت‌های تک‌واژه‌ای در مصاحبه مثل تک‌انگر حافظه عمل کند. آماده باشید که اگر

سؤالات بهتری براساس پاسخ‌هایی که مصاحبه‌شونده شما می‌دهد پیش آمد، بعضی از سؤالات خودتان را حذف کنید.

برای آنکه کارآمدتر عمل کنید، سؤالات کوتاه و مستقیم بپرسید. برای ماجراهای خبری باید سؤالاتتان را به شیوه‌ای چاپخانه و کاسبانه بپرسید. خلق و منش خودتان را برای مصاحبه‌ای سبک‌تر یا احساسی تنظیم کنید و تطبیق دهید.

اگر پاسخ‌هایی را که می‌خواهید دریافت نمی‌کنید یا آنچه را که فکر می‌کنید پاسخ است اصلاً نمی‌گیرید، باید تلاش کنید سؤال را دوباره با شکل اندکی متفاوت بپرسید.

گاه اظهاری قبل از سؤال، جهت حرکت ذهن شما را به مصاحبه‌شونده نشان می‌دهد و سؤال را مشخص می‌سازد.

بنابراین اگر کارها غلط پیش می‌رود، چرا مشکلات را با تمرین قبلی یا مرور بر کار قبل از اجرای مصاحبه حل نکنیم؟ این روش برای اجرای نمایش صحنه که هر کس نقش خود را می‌داند خوب است، اما مصاحبه رادیویی باید فی‌البداهه به‌نظر برسد. به هر ترتیبی شده گپی برای گرم کردن خود قبل از ضبط داشته باشید، اما آن را خیلی طولانی نکنید وگرنه مصاحبه‌شونده شما طی مصاحبه کف می‌کند، آدرنالین خون پایین می‌آید و تحریک از بین می‌رود و نتیجه، مصاحبه‌ای بیات و بی‌جلوه است. حتی ممکن است مصاحبه‌شونده اظهاری مثل «همان‌طور که قبلاً به من گفته شد...» بکند و به چیزی که قبل از شروع مصاحبه به او گفته شده ارجاع دهد. ممکن است حکایت جذابی را که مرتبط به ماجرا بوده حذف کند چون فکر می‌کند آن را قبلاً طی مصاحبه گفته است، در حالی که فی‌الواقع آن را هنگام گپ گرم کتی گفته است.

بعضی از اهل فن پیشنهاد می‌کنند که اولین سؤال باید سؤال پرتی باشد که فقط مصاحبه‌شونده را گرم و راحت کند. اگر مصاحبه ضعیفی باشد بعداً می‌توان

این سؤال را حذف کرد. اگر وقتتان کم است یا مصاحبه‌ای زنده را اجرا می‌کنید، دقت کنید که سؤال اول روی موضوع متمرکز ولی باز باشد، و به مصاحبه‌شونده شما اجازه بدهد که صحبت را روی موضوع بحث باز کند. و سوسه نشوید که یک سؤال را با سؤال دیگری شروع کنید، مثل «آیا می‌توانم با این سؤال شروع کنم که...؟» یا «آیا می‌توانم از شما بپرسم...؟» یا «آیا می‌توانید به ما بگویید...؟» یا با استفاده از عبارت «مایلم با این سؤال شروع کنم که...».

از اینکه پاسخ‌های جایگزینی را به مصاحبه‌شونده‌تان پیشنهاد یا تعارف کنید که از میان آنها انتخاب کند احتراز کنید، برای مثال «آیا اینکه شما شغلی را در تماشاخانه انتخاب کردید برای این نبود که پدرتان بازیگر بود یا چون در نویسندگی شکست خوردید؟»

از غیرسؤال‌ها احتراز کنید. همیشه هر اظهاری را با یک سؤال دنبال کنید. در پایان از گفتن «و در پایان...» خودداری کنید. ممکن است سؤال دیگری بعد از پاسخ لازم باشد. همچنین ممکن است بخواهید مصاحبه را ضبط مجدد کنید و ممکن است متوجه شوید که سؤال و جواب آخر در جای دیگری بهتر جور می‌شوند. البته می‌توانید کلمات اضافه را در تدوین حذف کنید، اما چراکار بیشتری برای خودتان درست می‌کنید؟

جواب آخر مصاحبه مهم است. شما می‌خواهید این قطعه به‌طور مثبت تمام شود نه اینکه آن را بی‌نتیجه تمام کنید. از جمله سؤالات آخر ممکن است این باشد که از مصاحبه‌شونده بخواهید نگرش یا احساس خود را درباره موضوع جمع‌بندی کند؛ شاید هم سؤالی در مورد پیش‌بینی یا دید او در مورد اینکه در آینده چه خواهد شد بپرسید؛ یا ممکن است سؤالی بکنید که پاسخی کوتاه، گرم یا قاطع داشته باشد.

انواع سؤال

پرسیدن سؤال درست، اساسی است و اگر بدانید کدام نوع سؤال را در کجا به کار ببرید می‌توانید پاسخی مناسب بیرون بکشید.

سؤال باز: این نوع سؤال معمولاً برای مصاحبه‌های رادیویی و مصاحبه‌گری تحقیقی مؤثرترین است. این نوع سؤال از مصاحبه‌شونده دعوت می‌کند که پاسخی گسترده بدهد. این سؤالات با «کی»، «چه»، «کِی»، «کجا»، «چگونه» و فاش‌کننده‌تر از همه «چرا» شروع می‌شوند.

- چه کسی تصمیم می‌گیرد که راه میان‌بر از کدام مسیر باید برود؟

- هزینه نهایی راه میان‌بر چقدر خواهد بود؟

- جاده جدید کجا ساخته خواهد شد؟

- چگونه ساکنان محلی را متقاعد خواهید کرد که این بهترین مسیر است؟

- چرا شورا قبلاً با انجمن ساکنان مشورت نکرد؟

- سؤال بسته: این نوع سؤال به پاسخ آری/نه ختم می‌شود. این نوع سؤال

برای وکلا در دادگاه مطلوب است ولی برای مصاحبه‌های رادیویی همیشه مناسب نیست. اگر پاسخ‌های تک‌هجایی نمی‌خواهید باید از این نوع سؤال اجتناب کنید. بیشتر مصاحبه‌های رادیویی به پاسخ‌های پُرتری نیاز دارند یا حداقل پاسخ‌هایی که از سؤال بلندتر باشند. مواقعی هست که سؤال بسته تنها سؤالی است که می‌شود پرسید، برای مثال «آقای رئیس جمهور، آیا می‌خواهید استعفا دهید؟» یا وقتی که تا پایان فرصتتان در برنامه وقت اندکی در حد دریافت پاسخی کوتاه دارید.

سؤال مضاعف: مثلاً «درباره مسیر میان‌بر چگونه تصمیم‌گیری خواهد شد

و چه کسی قرار است هزینه‌های آن را بپردازد؟»، این نوع سؤال در مصاحبه رادیویی جایی ندارد. اگر شما هر بار بیش از یک سؤال بپرسید، هم مصاحبه‌شونده و هم شنوندگان را گیج خواهید کرد. مصاحبه‌شونده احتمالاً

قسمت دوم سؤال را پاسخ می‌دهد چون قسمت اول را فراموش کرده است یا آزادانه قسمتی را پاسخ می‌دهد که آسان‌تر می‌یابد.

سؤال خلاصه: این شیوه مفیدی است هم برای پرسیدن سؤال و در همان حال حفظ کردن تمرکز مصاحبه‌شونده، هم برای واضح کردن اطلاعات و کمک به شنوندگان برای متمرکز شدن روی ماجرا. چنین سؤالی شامل تکرار قسمتی از آخرین پاسخ مصاحبه‌شونده است: «بنابراین ما مسیر میان‌بر جدید را می‌شناسیم، و می‌دانیم چقدر هزینه خواهد شد. رفت و آمد از چه زمانی در این مسیر برقرار خواهد شد؟»

سؤال کاونده: بعد از اینکه مصاحبه‌شونده اطلاعات معینی را فاش کرد، عقیده‌ای را ذکر کرد یا احساساتش را درباره موضوع بحث بیان کرد، ممکن است لازم باشد جزئیات بیشتر شنیده شود. مصاحبه‌گر باید سؤالاتی بپرسد که با عباراتی مانند این شروع می‌شوند «درباره... بیشتر بگویید»، «ممکن است توضیح دهید چرا...» و «چه در ذهن شما می‌گذشت وقتی...».

سؤال مقابله‌ای: سؤالات خیلی مستقیم برای مصاحبه‌شونده سخت‌تر است. این سؤالات ممکن است القا کنند که مصاحبه‌گر دارد شکیبایی خود را از دست می‌دهد و پاسخ‌های مستقیم و نه بی‌معنی می‌خواهد. در عمل، مصاحبه‌گر مصاحبه‌شونده را به پاسخگو بودن برای اقدامات و تصمیماتش فرا می‌خواند مثل این سؤال: «قبول می‌کنید که در اقدامات شورا درباره این مسئله اشتباهاتی رخ داده است؟»

سؤال فرضی، نظیر:

- فکر می‌کنید ساکنان چه خواهند کرد اگر بشنوند که محل تجمع زباله ممکن است در صد متری ملک آنها قرار داده شود؟

- اگر شما در این ملک زندگی می‌کردید، چه واکنشی در قبال اخبار مربوط به زباله‌دانی داشتید؟

- می‌دانم که در مورد این ادعای خاص که در حال حاضر در دادگاه جریان دارد نمی‌توانیم بحثی داشته باشیم، اما چه تغییراتی باید در قانون داده شود تا از روی دادن مجدد چنین مسئله‌ای جلوگیری کند؟
سؤال راهبر، نظیر:

- این تصمیم شورا به وضوح اشتباه است، چنین نیست؟
- روشن است که شورا اشتباه کرده است، بنابراین می‌خواهید چه کاری در این باره بکنید؟

تمرین

اطلاعیه مطبوعاتی ذیل را، که در همان روز انتشار روی میز شما قرار می‌گیرد بخوانید. سپس:

- تصمیم بگیریید که آیا ارزش پوشش دادن را دارد. اگر در حد دو خط از این نسخه در بخش خبرنامه بیاید کافی است یا می‌ارزد ترتیب مصاحبه‌ای داده شود؟ اگر تصمیم به مصاحبه گرفتید، می‌خواهید مدت مصاحبه چقدر باشد؟ در حد قطعه، لفاف یا بیشتر؟

- تصمیم بگیریید که با چه کسی می‌خواهید صحبت کنید. عضو شورا باشد یا یکی از مسؤلان شورا؟ اگر با آنها مصاحبه کنید انتظار دارید چه بگویند؟

- چه کسی احتمالاً با این برنامه مخالفت خواهد کرد؟

- آیا هیچ جذابیتی برای مخاطب ملی در این ماجرا هست یا فقط جاذبه محلی دارد؟

- تصمیم بگیریید که چرا می‌خواهید با این مصاحبه‌شونده صحبت کنید و چه سؤالاتی می‌خواهید پرسید؟

- چه نوع سؤالاتی خواهید پرسید (اطلاعات، نظر تخصصی و غیره)؟

- آیا زمینه‌ای برای صدای توده یا تلفنی هست؟

- مصاحبه‌هایی که در محل تهیه شود بیشتر به درد ماجرا می‌خورد یا مصاحبه استودیویی بهتر است؟

- بهترین روش برای پخش این ماجرا چیست؟ آیا شما از مصاحبه‌تان برای قطعه، لفاف یا بسته یا فقط برای جمع کردن اطلاعات برای قرائت گوینده استفاده می‌کنید؟

- آیا برای اینکه این ماجرا را مستقیماً پخش کنید فشار می‌آورید؟

- آیا امکانی وجود دارد که جدالی از این ماجرا حادث شود؟ می‌دانیم که این موضوع محلی است و جنبه جاذبه انسانی دارد، اما درباره درگیری چه؟

* * *

شورای استان وستفورد

اطلاعیه خبری

۱۰ مارس (غیرقابل انتشار تا بعد از نیمه شب ۱۲ مارس)

منتشر شده توسط رابط مطبوعاتی، تالار استان، وستفورد

استان بودجه احداث برای تلویزیون مدار بسته را به دست می آورد.

قرار است مرکز شهر استراتورت^(۱) نبرد ضد تبهکاری را با نصب دوربین های

تلویزیونی مدار بسته جدید تشدید کند.

این ابتکار ضد تبهکاری از محل پیشنهاد مزایده موفقی که برای

سرمایه گذاری به حکومت داده شد بدون هزینه عملی می شود. شورای استان

وستفورد ۲۶۷ ۱۲۰ پوند برای استقرار دوازده دوربین دور تا دور ناحیه مرکزی

شهر استراتورت تأمین کرده است.

برای تعیین بهترین محل های نصب برای دوربین های جدید با کسبه

محلی، ساکنان و گروه های اجتماعی مشورت خواهد شد. کار بر روی این پروژه

از ماه آینده آغاز خواهد شد و تکمیل آن دو سال به طول خواهد انجامید.

پایان.

مرجع: الف الف - ۱۲۳

رابط مطبوعاتی: آدام اسمیت

در هنگام مصاحبه

اولین تأثیرات

وقتی اولین بار مصاحبه‌شونده خود را در کنار استودیو یا در محل ضبط ملاقات می‌کنید، احتمالاً فرصت بسیار کمی برای برقرار کردن رابطه دارید، بنابراین مترصد تماس بمانید. به تناسب موقعیت و به گونه‌ای که حرفه‌ای بودن شما را منعکس کند لباس بپوشید؛ به یاد داشته باشید که شما به عنوان نماینده ایستگاه رادیو یا شرکت تولید رادیویی و نیز شنوندگان خود عمل می‌کنید. مبادا برای آنکه خود را با تصویری کلیشه‌ای که ممکن است از مصاحبه‌شونده داشته باشید تطبیق دهید و رسمی‌تر یا پایین‌تر از شئون لباس بپوشید که چنین عملی ممکن است امتیازدهی به‌نظر برسد و اصلاً آن رابطه‌ای را که می‌خواهید پرورید منعکس نمی‌کند. در عین حال طبعاً مایل نیستید باعث شوید مصاحبه‌شونده احساس کند راحت نیست یا خودتان احساس بیرون بودن از موقعیت پیدا کنید. باید برای شرایط پیش‌بینی نشده نیز آماده باشید. بسیاری از گزارشگران که مرتباً در محل‌های خارج از استودیو مصاحبه می‌کنند همیشه جفتی چکمه همراه با کلاه ایمنی در صندوق عقب خودروی خود نگه می‌دارند تا در مواقعی که به محل‌های گل‌آلود یا خیس خوانده شوند، آماده

باشند. گذشت آن زمان که اجراکنندگان رادیو باید در مقابل میکروفون لباس مخصوص شب می‌پوشیدند.

اطمینان پیدا کنید مسیر رسیدن به محل مصاحبه را یاد گرفته‌اید و وقت اضافه برای احتمال رفتن در مسیر غلط یا ندیدن گذر منظور کنید. اگر اتفاقی باعث دیر رسیدن شما به محل مصاحبه شد، حتماً خودتان یا کسی در محل ضبط مصاحبه‌شونده را مطلع کند که شما دیر می‌کنید و تأکید کند که برای شما هنوز مقدور است که این مصاحبه را انجام دهید. اگر مقدور نیست، پس تاریخ جدیدی را باید تثبیت کنید. هرچه روی دهد، هرگز مصاحبه‌شونده را در ابهام یا در بدترین وضع به گل نشسته در محل ضبط رها نکنید.

ملاقات و احوالپرسی

اگر در محل ضبط ملاقات می‌کنید باید خودتان را معرفی کنید. به مصاحبه‌شونده متذکر شوید که نماینده کی هستید و چرا برای صحبت با او آمده‌اید. در این مرحله از به کار بردن واژه مصاحبه احتراز کنید، این کار ممکن است او را بترساند.

بعد از صحبت کوتاهی باید آماده شوید که ضبط صوت را راه بیندازید، اما یک‌راست ضبط را روشن نکنید.

اگر مصاحبه در استودیو اجرا می‌شود، برعهده شماست که اطمینان حاصل کنید از مصاحبه‌شونده حسن استقبال می‌شود.

ترتیبی بدهید که فردی میهمان شما را در پذیرش ملاقات و او را تا استودیو همراهی کند و در مسیر امکان استفاده از خدمات اتاق رختکن را خاطر نشان سازد.

باید به میهمان متذکر شد که چه کسی با او مصاحبه خواهد کرد، مصاحبه برای کدام برنامه آماده می‌شود، چقدر طول خواهد کشید و چه کس دیگری

ممکن است در این برنامه شرکت کند. این باید به عنوان یادآوری باشد چون تمام این نکات هنگام قطعی کردن قرار مصاحبه گفته شده است.

در استودیو

اینجا منزلگاه خودتان است و در آن احساس راحت دارید. اگر میهمان شما از شرکت‌کنندگان همیشگی نباشد احساس خواهد کرد که گویی به کُنّام شیر وارد می‌شود. برای مصاحبه‌شونده بی‌تجربه ممکن است استودیو محلی حواس پرت‌کننده، گیج‌کننده و پرسروصدا باشد. به هر حال، گردشی برای آشنایی با امکانات را نمی‌توان در این مرحله توصیه کرد چرا که زمان‌بر است و ممکن است حتی بیشتر هم او را بترساند.

- وقتی مصاحبه‌شونده وارد می‌شود، خودتان را معرفی کنید و او را کنار میکروفونش نشانید.

- قبل از آنکه میکروفون را باز کنید اطمینان حاصل کنید که برگه نوشته مقدمه مصاحبه و همه یادداشت‌های مصاحبه در برایتان است.

- در طول مصاحبه به آنچه میهمانتان می‌گوید گوش بسپارید.

- بکوشید تماس چشمی‌تان را حفظ کنید، در غیر این صورت ممکن است او احساس کند مصاحبه پایان یافته است.

- علاقه‌مند به آنچه می‌گویند به نظر برسید و با تکان دادن سر، لبخند و غیره او را ترغیب کنید.

- یک چشمتان به ساعت دیواری باشد.

- با نگاه به صفحه دستگاه اندازه‌گیر و توجه به آنچه می‌شنوید سطح صدا را مراقبت کنید.

مصاحبه‌های استودیویی زنده

مصاحبه زنده جذاب‌تر از مصاحبه در استودیوست. هر قدر هم که در این کار با تجربه باشید ممکن است تا حدی دلهره‌آور هم باشد. اگر مصاحبه بخشی از برنامه طویل‌تری باشد زمان‌بندی‌ها از قبل تعیین شده است. مطمئن شوید که به مصاحبه‌شونده وقت کافی برای اینکه دیدگاهش را عرضه کند داده شود و زمان را به گونه‌ای تطبیق دهید که مصاحبه به نتیجه‌گیری عجولانه‌ای ختم نشود.

مصاحبه‌های زنده غالباً امکان حوادث غیرمنتظره را فراهم می‌کنند که مصاحبه‌گر باید به تنهایی و در جا از عهده آنها برآید. من هنوز از وحشت ماری که صاحب باغ وحشی محلی به استودیو آورده بود تا در برنامه هفتگی‌اش درباره آن صحبت کند کابوس می‌بینم. وسط مصاحبه مار تصمیم گرفت به داخل میز آمیزش صدا بلغزد. خوشبختانه ضبط آماده دیگری داشتم که راهش انداختم و برنامه را روی آنتن فرستادم تا بتوانیم مار را قبل از آنکه برق گرفتگی پیدا کند از لای تجهیزات بیرون بکشیم. زمانی دیگر، پرنده مینایی در حالی که با صاحبش مصاحبه زنده می‌کردم یک سره بدزبانی می‌کرد و از لای میله‌های قفس‌اش خورده‌های دانه به من پرتاب می‌کرد.

مهم است که بگذارید میهمان شما بدانند دقیقاً در استودیو چه می‌گذرد:

- به میهمان یادآوری کنید که این مصاحبه‌ای زنده است.

- توضیح دهید که وقتی چراغ قرمز روشن شد، استودیو به آنتن متصل

است و هرچه گفته شود شنوندگان دریافت می‌کنند.

- به او بگویید که نیازی نیست از گوشی استفاده کند مگر آنکه در

گفت‌وگویی تلفنی شرکت کند یا در بحثی با میهمانانی در استودیوی دیگر.

- اگر شماره تلفنی یا نشانی‌ای دارند که می‌خواهند به شنوندگان بدهند،

مطمئن شوید که آن را نوشته و در مقابل خود گذاشته باشند. زیرا اگر عصبی یا

مضطرب باشند ممکن است آن را فراموش کنند یا غلط اعلام کنند.

- سطح صدای میهمانتان را وقتی دارید با او درباره نحوه رسیدنش به استودیو یا چیزی مشابه صحبت می‌کنید بگیریید.

- روالی را که دنبال خواهید کرد توضیح دهید، مثلاً «وقتی این ضبط تمام شد من فقط باید مقداری اطلاعات مسافرتی را بخوانم، بعد شما را معرفی می‌کنم و اولین سؤالم را از شما می‌پرسم، خوب است؟»

- حوزه عمومی سؤالاتی را که پوشش می‌دهید به میهمانتان یادآور شوید، برای مثال «من از شما سؤالاتی خواهم پرسید درباره شغل‌تان به‌عنوان ایفاگر نقش الویس پرسیلی، چرا الویس را تحسین می‌کنید، چه آهنگ‌هایی را می‌پسندید...».

- اولین سؤالی را که قصد دارید بپرسید به میهمانتان بگویید به طوری که بتواند توجهش را متمرکز کند و وقتی میکروفونش باز می‌شود خشکش نزنند.

- اگر انتظار دارید میهمان استودیویی شما به دیدگاه‌های میهمان دیگر یا گزارشی که روی نوار ضبط شده پاسخ بدهد یا واکنش کند، نوار را قبل از آنکه روی آنتن برود برای او پخش کنید تا به او فرصتی داده باشید که پاسخش را آماده کند.

- اگر نیاز دارد که سرفه کند یا گلویش را صاف کند از او بخواهید از روبه‌روی میکروفون به یک طرف بچرخد، شما که نمی‌خواهید شنوندگانتان را کر کنید.

- به او توجه دهید که طی مصاحبه ممکن است گاه مجبور شوید برای اینکه بررسی کنید که همه چیز درست پیش می‌رود به طرف دیگر نگاه کنید یا اطلاعاتی را که از گوشی دریافت می‌کنید یادداشت کنید. از او بخواهید در این حالت به صحبت ادامه دهند چنانکه گویی اتفاقی نیفتاده است.

- به او بگویید پس از پایان مصاحبه جلوی میکروفون آرام بماند، تا وقتی که به او اعلام کنید دیگر میکروفون روشن نیست.

مصاحبه‌های استودیویی ضبط‌شده

علاوه بر راهنمایی‌های فوق:

- به یاد داشته باشید که ضبط صوت را با مقدار کافی نوار، کاست، لوح و غیره همراه کنید.

- قبل از باز کردن میکروفون دستگاه را در حالت ضبط قرار دهید و امتحان کنید که ضبط می‌کند.

- این مصاحبه ضبط می‌شود، پس در حالی که تدوین کردن را هم در خاطر دارید، کارتان را ادامه دهید.

- قبل از آنکه مطمئن شدید مصاحبه ضبط‌شده است نگذارید میهمانتان استودیو را ترک کند.

- به نوار ضبط‌شده تان برچسب بزنید.

ضبط در محل

یکی از دلایل اصلی برای تصمیم به ضبط صدای شرکت‌کننده در محل استفاده از صدای زمینه یا محیط برای اضافه کردن حال و هوا و احساس آنجا در مصاحبه است. با این کار محیط صوتی فضاهای باز را نزد شنوندگان می‌آورید. مهم است که وقت و دقت صرف کنید تا مطمئن شوید که با بهترین کیفیت ممکن ضبط به استودیو برمی‌گردید. با همان توجه که به صدای مصاحبه‌شونده هنگام ضبط مصاحبه گوش می‌کنید، تغییرات سروصدای زمینه یا هر نوع سروصداهای متداخل یا ناگهانی را که وضوح صحبت‌ها را کم کند با گوش بگیرید. به این دلایل شما باید گوشی بگذارید، ممکن است احساس کنید با گوشی از شانتان کم می‌شود، اما به خاطر داشته باشید که دارید کار می‌کنید و باید ماده‌ای را که خوب ضبط‌شده باشد برگردانید. گذاشتن گوشی شما را مطمئن می‌کند که همه آنچه را که میکروفون می‌گیرد می‌شنوید. آماده باشید که

سؤالات و جواب‌هایتان را اگر تحت تأثیر سروصدای ناخواسته قرار گرفته باشد تکرار کنید. همیشه با در خاطر داشتن تدوین ضبط کنید.

ضبط در فضای باز

زود به محل برسید و به اصوات محل گوش دهید.

● آیا سروصدای شدامد (ترافیک) خیلی بلند است؟

- به خیابان مجاور نقل مکان کنید. شاید هنوز صدای شدامد را روی ضبط بشنوید اما کلام شرکت‌کننده شما را نامفهوم نکند.

● آیا مرتباً هواپیماها از بالای سرتان می‌گذرند؟

- به شرکت‌کننده‌تان بگویید که گاه ممکن است ضبط مصاحبه را برای کمینه کردن تداخل و کاستن از دشواری تدوین قطع و وصل کنید.

● آیا خواننده دوره‌گردی در آن نزدیکی اجرا دارد؟

- در این حالت تدوین مصاحبه برای شما مشکل‌آفرین خواهد شد چون موسیقی بخشی از سروصدای زمینه است، در عین حال ممکن است نوازنده یا خواننده درخواست هزینه اجرا را هم داشته باشند و شما برای پخش آن با مشکلات حقوق مالکیت هنری مواجه شوید.

● آیا نیاز دارید پناهگاهی در مقابل باد پیدا کنید؟

- اگر نمی‌توانید، پشت به باد بایستید. حتی ممکن است لازم باشد که یک طرف کت باز خود را در برابر باد قرار دهید یا چتری را بالا بگیرید تا مثل بادشکن عمل کند و روی ضبطتان نوفه «بام‌بام» نیفتد. اگر حفاظ باد را فراموش کرده‌اید، دستمال یا چیز مشابهی را به‌طور شل دور میکروفون گره بزنید.

نیم دقیقه در شروع و نیم دقیقه در پایان مصاحبه سروصدای زمینه محل را خام ضبط کنید. این به شما امکان می‌دهد که در مرحله آمیزش صدا در

استودیو از این ماده برای اضافه کردن به مصاحبه استفاده کنید. از این صدا می‌توانید برای پوشاندن نقاط حساس تدوین، یعنی هنگامی که سروصدای زمینه اولیه با سطح بلند ضبط‌شده باشد، استفاده کنید. اتوبوس‌ها و کامیون‌هایی که عبور می‌کرده‌اند وقتی کلمه یا جمله‌ای را حذف می‌کنید ممکن است ناگهان ظاهر یا ناپدید شوند.

برقرار کردن سطح صدا

- اگر بخواهید سروصدای محیط را روی ضبطتان بیاورید، باید روی میکروفون را کمی از شرکت‌کننده بگردانید و سطوح ورودی ضبط را بالا بکشید.

- برای احتراز از ضبط بعضی از نوفه‌های محیط، باید میکروفون را به شرکت‌کننده نزدیک‌تر کنید و سطوح ورودی ضبط را پایین‌تر بکشید. مثلاً در اتاقی شلوغ در جایی قرار بگیرید که پشت شما به سروصدا باشد و روی شرکت‌کننده به آن به طوری که روی میکروفون به طرف او و خلاف جهت سروصدا قرار گیرد.

- اگر مصاحبه‌شونده شما آرام‌تر از شما صحبت می‌کند، میکروفون را نزدیک‌تر به او قرار دهید یا وقتی شما صحبت می‌کنید میکروفون را از خودتان دور کنید تا اصوات متوازن شوند.

ضبط در فضای بسته

- در اینجا هم مثل محل خارجی ممکن است بخواهید از نوفه زمینه احتراز کنید. خوب است زودتر به محل ضبط برسید و در اتاقی که قرار است در آن ضبط کنید گوش بگیرید. آیا ساعتی تیک تاک می‌کند، تلفنی احتمال زنگ‌زدن دارد، احتمال دارد دستگاه تهویه مطبوع یا یخچالی خاموش و روشن

شوند؟ همه اینها در بدترین حالات ممکن است ضبط شما را قطع کنند. در بهترین حالت برای شما مشکلات تدوین به وجود می‌آورند. در دفاتر، صدای ماشین‌های روگرفت (فتوکپی) و رایانه‌ها ممکن است با ضبط شما تداخل کنند.

- اگر در اتاق بزرگی هستید که پژواک (اکو) دارد، مصاحبه‌شونده را در جایی استقرار دهید که پشتش به کناره اتاق، ترجیحاً نزدیک پرده بسته‌ای برای جذب پژواک، باشد. شما باید طوری قرار بگیرید که پشت‌تان به بقیه اتاق باشد. میکروفون را نزدیک مصاحبه‌شونده نگهدارید و سطح ورودی ضبط را کم کنید. به یاد داشته باشید که نزدیک‌تر قرار دادن میکروفون به مصاحبه‌شونده ممکن است برای او آزاردهنده باشد، بنابراین تأیید او را بگیرید.

- اجرای مصاحبه در اتاقی کوچک ممکن است به ضبطی با صدای خفه منجر شود. برای احتراز از این وضع، در و پنجره را باز کنید تا تأثیر فضای بزرگ‌تر را بدهید.

- با مصاحبه‌شونده در یک طرف بنشینید یا بایستید، نه درست روبه‌روی او. خیلی نزدیک او نشستن باعث شکستن حریم خصوصی می‌شود و رودررو قرار گرفتن هم مقابله‌جویانه است. طوری قرار بگیرید که بتوانید زیردستی را که میکروفون را نگهداشته است بگیرید. تعجب خواهید کرد از اینکه بسینید وقتی دستتان را مدام در یک جهت نگه می‌دارید چه زود شروع به درد کردن می‌کند یا بی‌حس می‌شود و خیلی کار را مختل می‌کند.

- از نشستن در طرفین و مصاحبه از روی میز خودداری کنید. در این حالت نه فقط مجبورید خودتان را در فاصله‌ای دراز کنید، بلکه صوت کلامتان از روی سطح میز شدیدتر منعکس می‌شود و ضبط ضعیفی می‌دهد.

- بعد از اینکه احساس کردید وضع اتاق رضایت‌بخش است، مقداری اثرات خام ضبط کنید، زیرا حتی اتاق خالی که ساکت به نظر می‌رسد فضای

صوتی (آکوستیک) دارد. ضبط اصوات زمینه را از همان نقطه‌ای شروع کنید که مصاحبه واقعی را شروع خواهید کرد و با همان سطح ورودی صدا که برای مصاحبه استفاده می‌کنید. بدین ترتیب ماده صوتی طبیعی خواهید داشت. اگر از اتاق مصاحبه راضی نیستید، علت را توضیح دهید و بخواهید در صورت امکان به محل مناسب‌تری نقل مکان کنید.

درباره ظرفیت و دامگاه‌های اجرای مصاحبه در هر یک از محل‌های زیر بیندیشید:

- میدان باز

- ساختمان عمومی

- کلیسا

- بازار فروش دام در روستا

ضبط مصاحبه

- ضبط صوت را کنار یا روبه‌روی خود قرار دهید. ممکن است در طول مصاحبه نیاز باشد نشانگر را نگاه کنید و شاید صدا را در طول مصاحبه تنظیم کنید، بنابراین باید دستگاه سهل‌الوصول باشد.

- میکروفون را هم‌سطح گونه شرکت‌کننده و در فاصله ۱۲ تا ۱۵ سانتی‌متری او بگیرید. میکروفون باید در زاویه مایلی باشد به طوری که شرکت‌کننده به طرف پایین و از روی آن صحبت کند، نه مستقیماً به داخل آن. اگر میکروفون خیلی نزدیک و مستقیماً به طرف دهان گوینده گرفته شده باشد، روی کلام ضبط شده صوت «په» می‌شنوید، به خصوص هنگام ادای کلماتی با صامت‌های پ و ب.

- سطح صدای خودتان را بگیرید، مگر آنکه در نظر داشته باشید صدایتان را از این قطعه حذف کنید. سطح صدای شرکت‌کننده را با درخواست گفتن چند

کلمه بگیرید. نام و سمت او را بپرسید چرا که وقتی می‌خواهید ردیف برنامه را بنویسید یا تلفظ صحیح را در صحبت به کار ببرید مفید است آن را روی نوار داشته باشید. سطح صدا را قبل از شروع به مصاحبه درست کنید تا بتوانید حواستان را روی آنچه گفته می‌شود متمرکز کنید.

- میکروفون را با دقت در دست نگه دارید به طوری که نوفه‌ای از بدنه، اتصالات یا سیم آن منتقل نشود. بهترین کار این است که مقداری از سیم رابط میکروفون را دور دستتان ببیچید به طوری که هیچ حرکتی اتصالات را متأثر نکند و نوفه‌ای که به «چغ چغ میکروفون» معروف است تولید نشود. اگر حلقه به انگشت دارید توجه داشته باشید که صوت برخورد خفیف حلقه به کنار میکروفون هم روی نوار ضبط شده شنیده خواهد شد. سعی کنید میکروفون را آرام نگهدارید تا از خطر ایجاد صدای چغ چغ کاسته شود، اما واضح است که اگر مصاحبه‌شونده به این سو و آن سو حرکت می‌کند شما هم لازم است او را دنبال کنید تا آنچه می‌گوید بگیرد.

- برای اینکه نشاط بیشتری به مصاحبه‌تان بدهید، امکان اجرای مصاحبه در حال حرکت را در نظر بگیرید. مسلماً مصاحبه با دنده مارا تن در حالی که پیش می‌تازد هم در مدت کوتاهی ختم می‌شود و هم همراه با نفس نفس مصاحبه‌گر است، اما گردش آرامی در داخل تالاری هنری یا در طول راهی مشجر به مصاحبه تشخیص می‌دهد. مراقب چغ چغ میکروفون باشید و با ثابت نگه داشتن آن از این صدا جلوگیری کنید. ممکن هم هست که دوست داشته باشید مصاحبه را تک صوتی (مونو) ضبط کنید و مقداری سروصدای خام محیط را هم به صورت دوصوتی (استریو) بگیرید. در بازگشت به استودیو این دو راه هم بیامیزید، در این صورت به شنندگان آن احساس فضای باز بیشتر و طبیعی‌تری می‌دهید.

- در طول مصاحبه، بدون آنکه حواس مصاحبه‌شونده را پرت کنید و در

عین حال که لازم است به ترتیبی که تماس چشمی‌تان را با او نگه می‌دارید و علاقه‌مند به نظر می‌رسید، مراقب درست نشان دادن سطح سنج باشید.

- با سر تکان دادن و لبخند مصاحبه‌شونده‌تان را ترغیب کنید، اما از زیرلی‌های رنجاننده‌ای مثل «صحیح!»، «اوم» و «اوه اوه»، احتراز کنید، زیرا ممکن است مجبور شوید این صداها را در مرحله تدوین حذف کنید چون نمی‌خواهید شنوندگان در پای رادیو فریاد بکشند و بخواهند بس کنید. یادتان باشد که این ضبط است بنابراین می‌توانید آن را نگهدارید و راه بیندازید یا سؤال یا جوابی را دوباره برداشت کنید.

- مراقب باشید که زیادی ضبط نکنید. اگر مجبور باشید سی دقیقه ساده ضبط شده را به بسته دو دقیقه‌ای کاهش دهید مشکلات زیادی در تدوین برای خودتان ایجاد خواهید کرد. وقتی مصاحبه‌شونده چنین تدوینی را روی آنتن بشنود خیلی احساس یأس خواهد کرد.

- از مصاحبه‌شوندگان بخواهید اگر می‌خواهند چیز دیگری بگویند، اضافه کنند یا به شما بگویند. این به آنها فرصت می‌دهد تا هر چه را خود گفته‌اند یا شما گفته‌اید تصحیح کنند و هر نکته‌ای را که شما سهواً فراموش کرده‌اید در بحث مطرح کنید بازگو کنند.

- در پایان مصاحبه در مقابل اصرار شرکت‌کننده به پخش کل قطعه مقاومت کنید، چون فقط می‌خواهند آن را تغییر دهند. اما باید چند ثانیه آخر را برگردانید و پخش کنید تا معلوم کنید که مصاحبه ضبط شده است. اگر نیاز باشد هر یک از سؤالات تیق‌دار یا پیچ‌خورده را دوباره بگیرید، الان وقت آن است، نه آنگاه که به استودیو برگشته‌اید. بعد می‌شود آنها را در جای مناسب‌شان در قطعه تدوین کرد.

- به نوار برچسب بزنید و مشخصات مصاحبه‌شونده، تاریخ و محل مصاحبه را روی آن بنویسید.

مصاحبه‌های زنده در محل

معمولاً مصاحبه‌های زنده در محل را یا از درون خودرو رادیویی در صحنه رویداد اجرا می‌کنند یا شاید از استودیوی متحرکی در مثلاً نمایشگاه محصولات کشاورزی یا رخدادی ورزشی.

- قبل از آنکه میهمان‌تان را دعوت کنید اگر ممکن باشد با ارسال آزمایشی امتحان کنید که آیا قادر به ارسال علائم رادیویی قوی به پایگاه هستید.

- جایگاه خودروی رادیویی را با دقت انتخاب کنید. اگر اطراف شما ساختمان‌های بلند قرار دارند ممکن است جلوی ارسال علائم شما را بگیرند. هنگام باز کردن آنتن‌ها مراقب شاخه درختان و سیم‌های بالاگذر باشید، اگر سیم‌ها برقرار باشند ممکن است خودتان را در معرض خطر بزرگی قرار دهید. - وقتی با خودرو که آنتن‌ها روی سقف آن نصب شده به توقفگاه‌هایی که ارتفاع‌گیر یا محدودکننده ارتفاع دارند وارد می‌شوید ارتفاع اضافی خودرو را به یاد داشته باشید.

- بعد از آنکه به محل رسیدید دستورالعمل‌هایی را که ایستگاه رادیویی درباره نحوه عمل تجهیزات به شما می‌دهد دنبال کنید.

- برای ممانعت از عبور افراد از روی سیم‌هایی که باید روی زمین پهن کنید اقدامات بازدارنده به عمل آورید. در سطوح سخت خشک از نوار گافر^(۱) و رواندازهای لاستیکی برای پوشاندن و مشخص کردن مسیر سیم‌ها استفاده کنید.

ابزار اجرای مصاحبه‌های زنده در محل همان ابزار مصاحبه‌های ضبط‌شده است، اما به یاد داشته باشید که نمی‌توانید مصاحبه را قبل از ارسال تدوین کنید. اگر در حال پخش مصاحبه در برنامه زنده‌ای هستید، خروجی را

ایستگاه از طریق گوشی به شما خواهد داد بنابراین شما هنگام مصاحبه همزمان پخش آن را نیز می‌شنوید. گاه ترتیب کار به این نحو داده می‌شود که اجراکننده برنامه یا مصاحبه‌گر از داخل استودیو با میهمان در محل مصاحبه کند. در چنین حالتی لازم است مصاحبه‌شونده گوشی بزند و میکروفون را در دست بگیرد.

چگونه از مصاحبه‌شونده بهترین پاسخ‌ها را به دست آورید

همه روابط براساس اعتماد ساخته می‌شود. رابطه بین مصاحبه‌شونده و مصاحبه‌گر نیز هرگز غیر از این نیست. مصاحبه‌شونده باید مطمئن شود که شما از آن نوع افرادی هستید که می‌شود سر صحبت را باهاشان باز کرد. ممکن است نیاز باشد وقت زیادی را قبل از آنکه احساس کنید زمان برای شروع مصاحبه مناسب است صرف برقراری این ارتباط کنید. خود در عمل در خواهید یافت که کدام روش برای شما جواب می‌دهد و شیوه‌های خاص خودتان برای به دست آوردن بهترین پاسخ‌ها از مصاحبه‌شوندگان را تکامل خواهید بخشید.

مصاحبه‌شوندگان در شکل و شمایل و ابعاد مختلف ظاهر می‌شوند ولی این برای شنوندگان رادیو اهمیتی ندارد چون نمی‌توانند آنها را ببینند، آنچه مهم است میزان تجربه آنان در مصاحبه است. مصاحبه مرتب بخشی از زندگی حرفه‌ای بعضی از اشخاص مثل صاحبان مشاغل سرگرم‌کننده مردم و افسران پلیس است. مصاحبه‌شوندگانی که در نظر عامه وجهه بلند دارند مثل سیاستمداران یا سخنگویان شرکت‌ها، ممکن است برای سرو کله زدن با رسانه‌ها آموزش ببینند و رهنمودهایی درباره اینکه چگونه پیام خود را در طول مصاحبه منتقل کنند دریافت دارند. این قبیل افراد ممکن است بخواهند در طول مصاحبه رابط مطبوعاتی آنان نیز حضور داشته باشد. چنین

مصاحبه‌هایی ممکن است مایه هلاک یا مایه حرکت باشد. در بهترین حالت آنان قادر خواهند بود پیامشان را برسانند، حاضر جواب باشند و در مقابل میکروفون کمتر نمود عصبی داشته باشند در بدترین حالت ممکن است به آنان بیش از اندازه آمادگی داده شده باشد و محتاط و شمرده گو باشند. اگر احساس کردید فقط خط حزبی را دنبال می‌کنند و پاسخ‌های از قبل تعیین شده می‌دهند، سؤال تعجب‌انگیز مناسبی به میان بیندازید. اگر از وزیر آموزش و پرورش بپرسید که آیا برنامه‌های ساعت سیزده خود را می‌داند یا از وزیر ورزش بپرسید قانون آفساید را توضیح دهد، واکنش‌های جالبی می‌توانید ایجاد کنید.

از طرف دیگر مصاحبه برای فردی عادی شاید اولین و آخرین مصاحبه‌اش باشد. احتمال دارد از خود نامطمئن باشد، عصبی شود و برای دادن پاسخ رضایت‌بخش به سختی تلاش کند؛ اما دیگران در چنین موقعیتی بتوانند کاملاً طبیعی رفتار کنند.

به یاد داشته باشید وقتی مصاحبه‌شونده موافقت می‌کند که با او مصاحبه کنید به شما اجازه داده که آنچه گفته است منتشر کنید، بنابراین هیچ یک از چیزهایی را که می‌گوید نمی‌توان خارج از ضبط منظور کرد.

برآمدن از عهده مصاحبه‌شوندگان سرسخت

● مصاحبه‌شونده قبل از مصاحبه خواهان سؤالات به صورت مکتوب است.

- برای او توضیح دهید که چنین کاری نمی‌توان کرد چون شما دقیقاً نمی‌دانید چه سؤالاتی را خواهید پرسید یا به چه ترتیبی خواهید پرسید و سؤالات تا حدود زیادی به پاسخ‌هایی که آنها می‌دهند بستگی خواهد داشت. اما گفتن محورهایی که امیدوارید پوشش دهید و نوع سؤالاتی که خواهید

پرسید احتمالاً به آنان کمک می‌کند. هرگز نگذارید مصاحبه‌شونده سؤالاتی برای پرسیدن به شما دیکته کند. اما، اگر سؤالی را پیشنهاد کند که به نظر تان مهم است و برای شما پیش نیامده بوده، به هر ترتیبی که هست از آن استفاده کنید.

● مصاحبه‌شونده پاسخ‌های کوتاه به سؤالات می‌دهد و شما پاسخ‌های بلند می‌خواهید.

- با گفتن جملاتی مثل «جالب است، لطفاً بیشتر توضیح دهید» یا «ممکن است بگویید این چطور پیش آمد؟» نیز می‌توانید بازی منتظر ماندن را اجرا کنید. آرام بنشینید و فقط به او نگاه کنید. اگر شما صحبت نکنید، عملاً او صحبت خواهد کرد. همین که شروع کرد، یادتان باشد که با سر تکان دادن او را ترغیب کنید. اگر مصاحبه ضبط می‌شود بعداً می‌توان سکوت‌هایی آزاردهنده را حذف کرد. استفاده از این روش در مصاحبه زنده جرئت می‌خواهد.

● به نظر می‌رسد مصاحبه‌شونده مایل نیست اطلاعات بدهد.

- شاید پاسخ سؤالاتی را که می‌پرسید نمی‌داند، بنابراین مهلت بدهید که اطلاعات را بررسی کند. به هر حال اگر گمان می‌برید که طفره می‌رود وظیفه شماست که با آن مقابله کنید. اگر مصاحبه‌شونده دانسته سر بسته جواب می‌دهد، به میل شماست که قانعش کنید شنیدن کل ماجرا مورد علاقه همه است.

● مصاحبه‌شونده دارد از سیر تا پیاز را می‌گوید و شما می‌خواهید با یک سؤال صحبت را عوض کنید یا مصاحبه را تمام کنید.

- به مصاحبه‌شونده نگاه کنید، انگشتی را بالا بگیرید و در همان حال دهاتان را باز کنید چنانکه گویی می‌خواهید چیزی بگویید و نفسی بگیرید. احتمالاً میهمان شما وسط جمله خواهد ایستاد. اگر از موضوع بحث پرت شد، سعی کنید سؤال دیگری را با مثلاً این جمله مطرح کنید «می‌شود برگردیم به همان اعتصاب؟ داشتید می‌گفتید...».

● مصاحبه‌شونده اصرار دارد که به سؤالات شما از روی متنی که آماده کرده است پاسخ دهد.

- سعی کنید قبل از اینکه مصاحبه شروع شود با منع او از این وضع جلوگیری کنید. این را می‌شود طی مرحله‌ای که تلفنی قرار می‌گذارید تذکر دهید یا همان وقتی که پس از نشستن جلوی میکروفون، سندی هشت صفحه‌ای را جلوی خود باز می‌کنند. اگر این هشدار داده شده باشد و باز از روی متن بخوانند، در این صورت وقتی سؤال بعدی را دارید می‌پرسید متن را به آرامی از زیر دست آنان دور کنید.

● مصاحبه‌شونده اصطلاحات یا بیان پیچیده‌ای به کار می‌برد که شنوندگان متوسط نمی‌توانند آن را بفهمند.

- از مصاحبه‌شونده‌تان بخواهید آنها را توضیح دهد یا اگر شما بلدید صحبت او را قطع کنید و آنها را به اختصار توضیح دهید و بعد بگذارید ادامه دهد.

● مصاحبه‌شونده مستقیماً پاسخ شما را نمی‌دهد.

- اگر دارد از صحبت منحرف می‌شود، به سادگی بگویید «نکته جالبی است، اما فکر می‌کنم برای شنوندگان ما مهم‌تر است که بدانند...»
اگر دارد از مسئله اجتناب می‌کند، مثلاً بگویید «اما این پیچیده‌تر از آن است، نه؟» و بعد سؤالتان را مطرح کنید.

اگر دارد از سؤال طفره می‌رود، سعی کنید دوباره سؤال را مطرح کنید. اگر هنوز پاسخ رضایت‌بخش نمی‌دهد، باز بپرسید منتها با این عبارت در مقدمه «متأسفم، اما من می‌خواهم این را روشن کنم که...»

اگر به اجتناب از مسائلی که شما می‌خواهید مطرح شوند ادامه دهد، غیر از این چاره‌ای ندارید که با آنان رودررو شوید و بپرسید چرا به سؤالتان جواب نمی‌دهد.

● مصاحبه‌شونده شما را به سؤال می‌گیرد.

- می‌توانید چنین بگویید «خوب دیدگاه من آن چیزی نیست که الآن شنوندگان آن را بخواهند بدانند، اما مطمئنم که آنان می‌خواهند درباره آنچه شما فکر می‌کنید بشنوند...»

● مصاحبه به جدل کشیده می‌شود.

- اگر شما دارید کارتان را درست انجام می‌دهید نباید یکی از طرفین خراب شود، اما اطمینان حاصل کنید که این تقصیر شما نیست و بر موضع خودتان بایستید، محکم باشید اما بشاش. تفسیرهایتان را بر عقیده شخصی مبتنی نکنید، بلکه از اظهارات و سؤالاتی استفاده کنید که متکی به واقعیات و ارقام باشند. اگر جدل بین دو نفر شرکت‌کننده با دیدگاه‌های متضاد در گرفته باشد، مادام که مهار مصاحبه را در دست دارید و به هر دو طرف بحث سهم برابر از وقت آنتن را می‌دهید، نگران جدل نباشید.

● مصاحبه‌شونده شما تقاضا دارد بعد از ضبط مصاحبه را گوش کنید در حالی که می‌خواهد در آن تغییراتی داده شود.

- اگر وقت هست و شما به این کار تمایل دارید، به هر ترتیب شده مصاحبه را پخش کنید، اما با این تفاهم که هیچ تغییری در آن نباید بدهند. شما قبل از آنکه نوار روی آنتن برود آن را تدوین خواهید کرد، بنابراین به‌طور طبیعی رفته‌ها، مکث‌ها، کلمات زائد، آم‌ها و اِها و غیره را حذف و آن را شسته رفته می‌کنید.

اگر مایل نیستید که مصاحبه را برای او پخش کنید، تشریح کنید که باتری‌های ضبط عمر محدودی دارند و شما ممکن است مصاحبه دیگری برای ضبط داشته باشید و نمی‌خواهید با این پخش قوه باتری را تمام کنید. همچنین می‌توانید مقاومت کنید و بگویید برای مصاحبه دیگر یا قرار دیگر باید بروید و وقت کافی ندارید. اگر مصاحبه برای پخش از رادیوست زمان پخش را به آنها بگویید.

● مصاحبه‌شونده‌تان اصرار دارد که رابط مطبوعاتی یا همکار مشابهی در طول ضبط یا پخش مصاحبه حضور داشته باشد.

- موافقت کنید، اما به این شرط که در طول مصاحبه آن را قطع نکنند یا کلامی به میان نیاورند. اگر در هر نقطه از ضبط مصاحبه‌شونده خواست برای مشورت با همکارش درباره پاسخی که می‌خواهد بدهد ضبط را متوقف کنید، با ذکر دلیل اجازه بدهید این اتفاق بیفتد.

مصاحبه‌شونده شما در طول مصاحبه عصبی یا کم‌روست و بیان نظر خود را دشوار می‌یابد.

- اگر این مصاحبه ضبطی باشد، آن را متوقف کنید و چند دقیقه‌ای برای آماده شدن و آرامش پیدا کردن وقت بدهید، همین که بگذارید بلند شود و دقیقه‌ای قدمی بزند تأثیر دارد. مهم است که همیشه مهار کار در دست شما باشد ولی حمایتگر باشید. ممکن است متوجه شوید که لازم است بیش از حد معمول سؤال کنید و با اظهارنظرهای حاوی اطلاعات مصاحبه‌شونده‌تان را در جهت درست راهنمایی کنید.

● مصاحبه‌شونده دچار گرفتگی صدا یا سرفه است.

- ممکن است لازم باشد در آغاز توجه شنوندگان را به این مسئله جلب کنید تا از شنیدن آنچه در مصاحبه به گوش می‌رسد پریشان خاطر نشوند. قبل از مصاحبه از میهمانتان بخواهید هرگاه در طول مصاحبه نیاز به سرفه کردن یا صاف کردن گلو داشته باشند برای جلوگیری از کردن شنوندگان و شما دهانشان را از میکروفون دور کنند. مطمئن شوید که لیوان آبی در دسترس میهمانتان گذاشته شده باشد.

● مصاحبه‌شونده در پاسخ به سؤال از زبان بدی استفاده می‌کند.

- این مسئله نوعی قضاوت است ولی ممکن است لازم باشد قبل از پخش مصاحبه درباره سوءکلام هشدار داده شود که در صورت رعایت نکردن آن

مصاحبه متوقف خواهد شد. اگر مصاحبه ضبط می‌شود، تصمیم با شماست که کلمه یا کلمه‌های لغزش‌دار را بگذارید بمانند یا بردارید، بسته به اینکه آیا این برای مخاطب خاص مسئله است یا نه، یا کلمه را بردارید و برای نشان دادن اینکه دشنامی داده شده و شما می‌خواهید توجه به این نکته جلب شود بلیبی به جای آن قرار دهید. برای این کار مطمئن شوید که طول مدت این صوت برابر طول کلمه باشد، با این کار ضربان یا آهنگ قطعه را تغییر نخواهید داد. شاید تصمیم بگیرید کلمه را بردارید و چیزی جایگزین نگذارید چون می‌شود آن را بیرون آورد بدون آنکه شنوندگان متوجه تدوین بشوند یا شاید مصاحبه را قطع کنید و سؤال و پاسخ را مجدداً بگیرید.

● اگر مصاحبه زنده باشد با پوزش‌های زیاد یا سکوت ناشی از دست‌پاچگی توجه را به این خطا جلب نکنید. چنین وضعی یک بار برای من پیش آمد، وقتی که یکی از میهمانان من، که خود اکنون در برنامه گپی هفتگی در شبکه ۴ رادیویی بی‌بی‌سی مصاحبه‌گر است، داشت در مصاحبه‌ای رادیویی پاسخی هیجانی به سؤال می‌داد و کلمه چهار حرفی زشتی از دهانش بیرون پرید. ناگهان متوجه چیزی که گفته بود شد، سریعاً اضافه کرد «از این بابت متأسفم»، و دنباله پاسخ را گرفت. نه هویی نه برخوردی، و نه هیچ شنونده‌ای شکایت کرد. اگر مصاحبه‌شونده عذرخواهی نمی‌کند، بسته به تصمیم شماست که بگذارید مصاحبه همان‌طور ادامه پیدا کند یا خودتان، ضمن تحسین احساسات میهمانان اما نفی انتخاب این کلام، از شنوندگان عذرخواهی کنید. اگر مصاحبه‌شونده شما عمداً رشته‌ای از کلمات زائد را هنگام پخش زنده استفاده می‌کند، پیشنهاد می‌کنم میکروفون او را ببندید و به پخش قسمت‌های دیگر برنامه‌تان پردازید. به یاد داشته باشید که شما در قبال رعایت آداب سخن مسئولیت دارید و باید مطمئن شوید هیچ چیز آزاردهنده‌ای پخش نمی‌شود.

● مصاحبه‌شونده شما اشتباهی واقعی می‌کند.

- تصحیح کردن یا نکردن؟ اگر اشتباه مصاحبه‌شونده‌تان را تصحیح کنید ممکن است او را منکوب کنید و اگر نکنید شنوندگان پاشنه استودیو را درمی‌آورند. واضح است که اگر مصاحبه ضبطی باشد می‌توانید آن را متوقف کنید، اشتباه را متذکر شوید و دوباره سؤال و جواب را بگیرید. اگر چیزی طی پخش زنده گفته شود شما این فرصت را ندارید. اگر، طی مصاحبه با مورخ یا منتقدی هنری، او به جای اینکه بگوید نقاشی ارابه حمل علف اثر کنستابل بگوید نقاشی ارابه حمل علف اثر گینزبارو، چون از آنان انتظار دارید که دانش تخصصی داشته باشند، فرض خواهید کرد که این سهو زبان بوده و ممکن است از آن صرف نظر کنید. ولی اگر چنین خطایی از کسی سر می‌زد که هیچ سررشته‌ای از هنر نداشت همین رفتار را می‌کردید؟ پیشنهاد می‌کنم هر اشتباهی باید فوراً، مؤدبانه و با کمترین هائیهوی ممکن تصحیح شود. قبل از آنکه هرگونه تصحیح انجام دهید از صحت اطلاعاتتان مطمئن شوید، در غیر این صورت ممکن است خودتان منکوب شوید.

● با گروهی از مردم مصاحبه می‌کنید و آنها می‌خواهند هم‌زمان صحبت کنند.

- برای آنان توضیح دهید که شنیدن هم‌زمان صدای همه آنان برای شنوندگان گیج‌کننده است و آنها نمی‌فهمند چه چیز گفته می‌شود. در مصاحبه استودیویی زنده، قبل از آنکه آغاز به پخش کنید مقررات را توضیح دهید و به آنان بگویید به هر شخصی که بخواهد با او صحبت کنید اشاره خواهید کرد و اگر هر کس دیگری بخواهد نظری بدهد، باید با بلند کردن دست شما را متوجه کند. اگر در محل مصاحبه می‌کنید، سؤالتان را مستقیماً از یک فرد مشخص بپرسید میکروفون را در مقابل او بگیرید در این صورت درخصوص اینکه چه کسی باید پاسخ بدهد اشتباهی پیش نخواهد آمد. به هر کس که در جمع است

امکان صحبتی بدهید، چون می‌توانید پاسخ‌هایی را که نیاز ندارید با تدوین حذف کنید.

مصاحبه‌های مطبوعاتی

مصاحبه مطبوعاتی ممکن است گردهماوری کوچکی از خبرنگاران محلی باشد که خبر تخلفاتی درباره ابتکار جدید ایمن‌سازی جاده‌ها دریافت کرده‌اند یا سبقت‌جویی رسانه‌های گروهی در مبارزه جهانی رسانه‌ها برای صحبت با یک شخصیت مهم سیاسی باشد. به‌طور کلی این مصاحبه‌ها به گونه‌ای تکراری و قابل پیش‌بینی‌اند، اما فرصت‌هایی مفیدند. معمولاً وقتی فراخوان مصاحبه داده می‌شود که فکر کنند علاقه مطبوعاتی کافی به آن شخص، داستان یا آخرین تحولات در ماجرای که قبلاً علنی شده وجود دارد.

سازمان‌دهندگان مصاحبه‌های مطبوعاتی برای ارضای نیازهای همه نمایندگان حاضر رسانه‌ها و به‌منظور بمباران آنان با پیام خود، در فرودی سریع و برق‌آسا هدف‌گیری می‌کند. امتیاز هر سازمان یا فردی که مصاحبه‌ای مطبوعاتی برپا می‌کند این است که عوامل را خود تعیین می‌کنند و بنابراین مصاحبه تحت مهار اوست. بسیاری از نمایندگی‌های مطبوعاتی و مؤسسات روابط عمومی احساس می‌کنند که اگر مصاحبه‌ای مطبوعاتی سازماندهی کنند می‌توانند تمام توان خود را در مقابل یک حمله سخت واحد در زمان نسبتاً کوتاهی به میدان بیاورند. بعضی فکر می‌کنند که به صحنه آوردن واقعه‌ای رسانه‌ای مقدار محبوبیتی را که به دست می‌آورند افزایش خواهد داد.

اوراق اطلاعات یا داده‌های مطبوعاتی یا اطلاعیه‌های مطبوعاتی‌ای که معمولاً قبل از شروع جلسات توزیع می‌شود، به گزارشگران وقت کمی برای هضم موضوع قبل از تصمیم‌گیری در مورد سؤالات می‌دهد.

بسیاری از گزارشگران جوان برای شرکت در مصاحبه‌ای مطبوعاتی

عصبی هستند. ممکن است از موقعیت ترسیده باشند یا از اینکه تشریفات را غلط انجام دهند یا اگر سؤالی بپرسند به آنان بخندند، نگران باشند. شاید شما در اولین فراخوان یا مصاحبه مطبوعاتی‌تان سیاست بنشین و گوش کن اتخاذ کنید، که به شما کمک می‌کند راهکارها را یاد بگیرید، از هر خطایی در آداب احتراز کنید و شاید سؤال‌ها و جواب‌هایی بشنوید که خودتان بعداً بتوانید از آنها استفاده کنید. به هر حال، باید به یاد داشته باشید که شما هم دستور کاری دارید. باید با داستانی که ارزش گفتن داشته باشد بازگردید، بنابراین مهارت کار را در دست بگیرید. اگر فکر می‌کنید سؤالی هست که باید جواب داده شود بپرسید.

ممکن است ضبط کردن مصاحبه در جلسه مصاحبه مطبوعاتی برای خبرنگار دردناک باشد. کل کاری که روزنامه‌نگاران باید بکنند برداشتن یادداشت است و در این صورت ماده کافی برای داستان خود دارند؛ و گروه تصویر تلویزیونی احتمالاً می‌توانند ترتیب کار را با چند برداشت از صحنه و تکه‌ای از اجرای سخنگو بدهند. ولی در مقام خبرنگار رادیویی آن صداها را روی نوار لازم دارید. این وسوسه وجود دارد که میکروفون خود را روی میز در مقابل سخنگو قرار دهید. این فن برای روزنامه‌نگاران برای جمع‌آوری موادی که بعداً از روی آن یادداشت بردارند خوب است، اما حاصل کار برای شما ممکن است ضبطی باشد که خارج از برنامه به‌نظر برسد، حتی مکالمات دیگری که بیشتر خارج از برنامه بوده‌اند، شامل صدای ریختن آب در لیوان‌ها و غیره در آن برجسته شده باشد و برای پخش کیفیت خوبی نداشته باشد. به هر حال، خوب است به هر صورتی که بشود ضبط را انجام دهید چون داشتن ذخیره در حالتی که هیچ چیز دیگری گیر نیاورید مفید است. ممکن هم هست تصمیم بگیرید میکروفون‌تان را در برابر حضار به طرف بلندگوی موجود در اتاق قرار دهید. باز این شیوه‌ای است که جز در مواقع اضطرار توصیه نمی‌شود

چون کیفیت آن معمولاً کم است. یافتن فاصله درست و بهترین سطح صدا برای ورودی ضبط با سعی و خطا به دست می‌آید. بنابراین چرا در مقابل سخنگو جا نگیرید و میکروفونتان را تا آنجا که ممکن است نزدیک تر به او نگیرید؟ ممکن است متوجه شوید که همکاران تلویزیونی و عکاس شما اشاره می‌کنند که سرتان را خارج از تصویر آنها نگهدارید و برای اینکه آنان را راضی کنید دست آخر در حالتی ناراحت در موقعیت نامطلوبی در کف اتاق قرار می‌گیرید و پرسیدن سؤال از آن محل برایتان غیر ممکن می‌شود.

سعی کنید، ترجیحاً از قبل، برای مصاحبه کوتاه جداگانه‌ای بعد از مصاحبه مطبوعاتی با مرتبط‌ترین شخص مطلع مذاکره نمایید. سازمان‌دهندگان احتمالاً اگر در مصاحبه مطبوعاتی سخنگویی و الامقام یا شخصیتی حضور یافته باشد فرد رنج‌کشیده و خسته‌ای که قربانی جنایتی است و لازم است از او حفاظت شود حاضر باشد با این پیشنهاد مخالف خواهند کرد. خبرنگاران تلویزیونی ممکن است همان درخواست را داشته باشند و اگر مصاحبه‌ها مقدور شود می‌خواهند اول آنان بروند. ممکن است بحث کنند که مهلت محدودی برای ضبط این جلسه دارند که اگر آن را از دست بدهند معنی آن این است که موضوع به پخش نخواهد رسید؛ بهن نگهداشتن تجهیزات گران است و آنان نمی‌توانند منتظر بمانند؛ تکلیف دیگری دارند که باید برای ادای آن بروند و در هر صورت فقط پنج دقیقه برای گرفتن فیلم وقت می‌گیرند. بعضی از این بحث‌ها با عقل جور درمی‌آید، اما آخری نه.

هجوم رسانه‌ها

اگر نیاز دارید مصاحبه‌ای با کسی بگیرید از این هجوم‌ها به شدت اجتناب کنید. سعی کنید قراری بگذارید یا در مصاحبه مطبوعاتی سازمان‌یافته‌ای شرکت کنید. اگر جایگزینی نیست و شما فقط قطعه، اصوات کوتاهی از محیط

یا اظهار فریاد آمیزی می‌خواهید، پس به آنجا بروید و آنچه می‌خواهید بگیرید. انتظار صدمه خوردن به خودتان و به تجهیزات ضبطتان را در این کشاکش داشته باشید. از قبل در مورد اینکه اگر درگیری تهدیدآمیز باشد چگونه می‌خواهید رفتار کنید تصمیم بگیرید. اگر مایل اید مصاحبه‌ای از دادگاه بگیرید، به یاد داشته باشید که حتی خبرنگاران رادیویی مجاز نیستند ضبط صوت را، حتی اگر قول هم بدهند که خاموش خواهد بود به داخل ساختمان دادگاه ببرند. بیشتر ایستگاه‌های رادیویی آویز پلاستیکی یا برجسیبی دارند که علامت و نامشان روی آن چاپ شده و می‌توان آن را به میکروفون الصاق کرد. این به مصاحبه‌شوندگان کمک می‌کند که متوجه شوند چه کسی به آنان علاقه نشان داده است و مصاحبه‌گران خاص را مشخص می‌کند. اگر دوربین‌های تلویزیونی در حال فیلمبرداری از رویداد باشند، در صورتی که بتوانید میکروفون‌تان را داخل برداشت آنها قرار دهید این برجسب‌ها فرصت تبلیغاتی رایگانی را در اختیار می‌گذارند.

در مواقعی برای تمام کسانی که در رویداد عمده‌ای درگیرند به نفعشان است که اطلاعات را خود در دسترس تمام اعضای مطبوعات و رسانه‌ها قرار دهند و بدین ترتیب اجازه دهند، برای مثال، واحدهای خدمات اضطراری (اورژانس) به کارشان بپردازند یا قربانیان حوادث یا جنایت‌ها از سدی که دوربین‌ها و میکروفون‌ها با هل دادن یکدیگر در مقابل صورت آنها می‌کشند برحذر بمانند.

یک‌بار مرا برای تهیه گزارش از آشوبی در زندان محلی اعزام کردند. وقتی رسیدم بعضی از ساختمان‌ها شعله‌ور بود و کارکنان زندان آنجا را ترک کرده بودند، اما چون زندانیان در حال آشوب و زد و خورد بودند گروه آتش‌نشان اجازه نیافته بود برای مبارزه با آتش وارد شود. درباره وضعیت با رئیس آتش‌نشانی و فرمانده زندان مصاحبه کردم. متوجه شدم که تنها خبرنگار

حاضر در صحنه‌ام. وقتی دیگران رسیدند، تمام مسئولان گرفتارتر از آن شده بودند که با مطبوعات صحبت کنند تا اینکه بعد از دو ساعت، مصاحبه مطبوعاتی ترتیب یافت. مصاحبه‌هایی را که ضبط کرده بودم برای هر کس که می‌خواست آنها را بشنود پخش می‌کردم و آنان از آنچه گفته شده بود یادداشت‌هایی برمی‌داشتند به طوری که اطلاعات زمینه را پیدا کردند. ولی مصاحبه‌ای را که با یکی از ساکنانی که در آن نزدیکی زندگی می‌کرد ضبط کرده بودم به آنها ندادم. او سگش را برای پیاده‌روی آورده بوده که مشاهده می‌کند دو تن از زندانیان از روی حصار می‌گریزند. طبیعتاً او به پلیس گشت اطلاع داده بود و من مصاحبه‌ای انحصاری برای اتاق خبر خودم داشتم و آماده نبودم که دیگران را در آن سهم کنم.

نمایندگان مصاحبه‌گر

این روزها نماینده رسانه‌ای با ویژگی‌های گوناگون موجود است که هر کدام در حوزه خاص خود کار تخصصی می‌کنند، مثل تعلیم و تربیت، صنعت، بهداشت، حمل و نقل، رسانه‌ها و غیره. شغل آنان جمع‌آوری داستان‌های مربوط به حوزه تخصصی خودشان است که معمولاً در شکل کپی، صداگذاری روی گزارش^(۱)، لفاف یا بسته تهیه می‌کنند. همچنین از ایشان خواسته می‌شود که برنامه ویژه و مستند بسازند. گاه فراخوانده می‌شوند که در طول برنامه‌ای خبری در طرف دریافت‌کننده مصاحبه‌ای زنده باشند. چنین مصاحبه‌هایی را معمولاً به عنوان دوطرفه‌ای می‌شناسند. نماینده سؤالات را پیشاپیش می‌داند چون این سؤالات مبتنی بر اطلاعاتی هستند که خود آنان قبلاً روی قطعه‌ای که حالا داخل برنامه پخش شده به دبیر یا تهیه‌کننده گفته‌اند. گاه نماینده با

1. Voicer

مصاحبه‌گر در استودیو خواهد بود، اما معمولاً مصاحبه شکل اتصالی زنده بین گزارشگر در بیرون و گوینده خبر یا اداره‌کننده استودیو را دارد که از آخرین خبرهای آن موقعیت سؤال می‌کند و متعاقب آن سؤالاتی که برای به‌دست آوردن تحلیلی از رویدادها تاکنون، پیش‌بینی چگونگی تحولات آتی و حدسی حاوی اطلاعات درباره نتیجه یا راه‌حل ممکن طرح شده‌اند می‌پرسد. این شیوه تا حدی غیرخالصانه ممکن است کارگردانی شده به‌نظر بیاید و در بدترین حالت حتی ساختگی و فاقد اعتبار.

از خبرنگاران در محل انتظار می‌رود فصل بعدی داستان را پیشنهاد و در خصوص تحولات آتی پیشگویی کنند. از آنان انتظار می‌رود عقیده‌ای مبتنی بر اطلاعات و نه تخصصی ابراز کنند.

سؤالاتی که احتمالاً قرار است از آنان پرسند ممکن است محدود باشد و گاه به‌نظر می‌رسد که داستان هرچه باشد قرار است همان نوع سؤالات پرسیده شود:

- در این لحظه وضع از دیدگاه شما چگونه است؟

- احتمال دارد بعداً چه اتفاقی بیفتد، آیا اوضاع قبل از بهبود یافتن بدتر

خواهد شد؟

- نتیجه احتمالی چیست؟

این سؤالات را می‌توان در خبرهای مذاکرات اتحادیه‌ها، اثرات اعتصاب در راه‌آهن، مقر بمبی منفجر نشده، تظاهرات خیابانی، قیل و قالی بر سر نتایج امتحانات و غیره به کار برد.

اگر می‌خواهید آخرین کسی باشید که مصاحبه‌گر از شما سؤال می‌پرسد آماده باشید که به آنچه قبلاً گزارش کرده‌اید حرف تازه‌ای بیفزایید تا مصاحبه‌گر بعد از اتمام گزارشتان دلیلی داشته باشد که به سمت شما بازگردد و از شما سؤال کند.

مصاحبه با افرادی در موقعیت‌های رسمی

در روزهای اول پخش رادیویی، از چهره‌های برجسته فقط سؤال می‌شد که «اگر مایل‌اند چند کلمه‌ای مقابل میکروفون صحبت کنند». از روزهایی که با سیاستمداران و امثال آنان برخورد متفاوت می‌شد و به آنان اجازه داده می‌شد هر چه می‌خواهند بگویند بدون آنکه از آنان سؤال شود و خودشان به تنهایی مسائل را مطرح کنند گذشته است. در جشنواره رادیویی ۱۹۹۹، نیکی کمپل مجری و مصاحبه‌گر رادیویی، مصاحبه‌گری سیاسی در برنامه امروز را «نوعی مبارزه‌جویی کلامی» تعریف کرد. سیاستمداران می‌پذیرند که رادیو به آنان این فرصت را می‌دهد که با رأی‌دهندگان مستقیماً در خانه خودشان صحبت کنند؛ و اینکه اگر آمادگی نداشته باشند در مصاحبه‌ها و بحث‌ها شرکت کنند زیانی سنگین خواهند دید. آنان بعد از آنکه فهمیدند تعامل ارتباط ضرورت دارد، آموختند که چگونه در پخش زنده بهتر عمل کنند. بعضی از سیاستمداران اکنون برای صحبت حول هر موضوعی در هر زمانی زبردست شده‌اند و مرتباً به‌عنوان «رنوس سخنگو» در رسانه‌ها چرخ می‌خورند. بنابراین سیاستمداران و افراد واقع در موضع قدرت و نفوذ آنقدر آگاه به مسائل رسانه‌اند که قبل از حضور در مصاحبه اطمینان کسب می‌کنند که محققان و مشاوران کاملاً آنان را در مورد موضوع مطلع کرده باشند. آنان می‌خواهند در انظار با اقتدار سخن بگویند و پیام درستی را درباره سیاست‌ها و شخصیت خود به گوش شنوندگان برسانند. به هر حال آگاهی رسانه‌ای آنان را قادر ساخته است از سؤالات دشوار بهتر احتراز کنند و فتونی را اتخاذ کنند که این تأثیر را القا کند که مرتباً صحبت آنان قطع می‌شود، به طوری که شنونده فکر می‌کند مصاحبه‌گر برخورد بدی با آنان دارد. شما به‌عنوان مصاحبه‌گر وظیفه دارید طفره را بر ملا کنید. کار شما دریافت پاسخ است، پس سعی کنید دوباره سؤال را عنوان کنید، اما واژه‌بندی متفاوت به کار برید یا از دیدگاه متفاوتی به موضوع روی آورید:

«جناب وزیر، وزارتخانه شما برای حل مشکلات تراکم جاده‌ها چه کارهایی را در دست اجرا دارد؟» «جناب وزیر، برای حل مسائل تراکم شُدامد چه کارهایی لازم است صورت گیرد؟» «جناب وزیر، چه اطمینانی به خودروسواران می‌توانید بدهید که برای منظم کردن تراکم جاده‌کاری صورت خواهد گرفت؟» «جناب وزیر، از دیگر کشورهایی که دچار این مسائل نیستند چه می‌توانیم بیاموزیم؟» می‌توانید سعی کنید آنچه را که سیاستمدار در حال گفتن آن است یا نمی‌گوید خلاصه کنید و به او برگردانید، برای مثال «پس، جناب وزیر، جاده‌های انگلستان تقریباً در حالت راه‌بندان‌اند و حمل و نقل عمومی آشفته است، اما در حال حاضر وزارتخانه شما نمی‌تواند هیچ اقدام کوتاه‌مدتی برای خلاصی از مشکلات صورت دهد. خلاصه وضع این است؟» همچنین می‌توانید سعی کنید فقط همان سؤال را مکرراً بپرسید تا جواب بگیرید. این شیوه‌ای بود که در مورد ادوارد هیث که بعداً نخست وزیر شد درباره رقیب‌اش هارولد ویلسون به کار گرفته شد. مصاحبه‌گر سه بار از آقای هیث پرسید «او را دوست دارید؟» و هرگز جواب آری یا نه سرراست نگرفت. مثال جدیدتر، جرمی پَکسمن با فردی که بعداً وزیر کشور شد مصاحبه کرد و چهارده بار از او پرسید که آیا هیچ‌گاه تهدید کرده بوده که تصمیمات سربازرس زندان‌ها را لغو خواهد کرد. پَکسمن بعدها بر این اصرار داشت که او این کار را فقط برای این کرد که بخش بعدی برنامه آماده نشده بود و به او گفته شده بود که مصاحبه را برقرار نگهدارد.

هرازگاهی، حزبی سیاسی مصاحبه‌گران رادیو و تلویزیون را متهم خواهد کرد که جانبدار، مهاجم، فضول، متعصب و غیره‌اند، به خصوص وقتی انتخاباتی در حال نزدیک شدن است یا وقتی که نتایج انتخابات نامطلوب است؛ اما اگر در پایان سال دسته گل و پاره آجر به سمت شما از هر دو طرف برابری کردند، احتمالاً کارتان را درست انجام داده‌اید.

از چشم‌انداز مصاحبه کردن با فردی متنفذ هراسان نشوید. مرحوم برایان ردهد روزی سر ناهار به من گفت یک روز مصاحبه‌ای با مارگارت تاجر نخست وزیر وقت در واحد سیار رادیویی اخبار بی‌بی‌سی که پشت خانه شماره ۱۰ خیابان داونینگ پارک شده بود اجرا می‌کرد. چیزی غیرعادی نبود الا اینکه این مصاحبه در اولین ساعات پس از اعلام نتایج انتخابات میان‌دوره‌ای بسیار مهمی برگزار می‌شد و به گفته برایان، در کمال تعجب او، نخست‌وزیر در حالی که لباس خواب و بلند زنانه بر تن داشت برای مصاحبه داخل خودرو شد و روی صندلی نشست. این حکایت نشان می‌دهد که ما همگی بشریم و نیز اهمیت اعتماد بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده، توانایی رادیو برای واکنش فوری در برابر هر رویداد توسط پخش زنده و البته این امتیاز برای مصاحبه‌شونده را که رادیو رسانه‌ای نادیدنی است بیان می‌کند؛ از اینها گذشته نخست‌وزیر برای مصاحبه‌ای تلویزیونی یا مطبوعاتی هرگز در آن گونه لباس ظاهر نمی‌شد.

اگر خود را در موقعیت مصاحبه با شرکت‌کننده‌ای بلندآوازه یافتید، یادتان باشد که شما فردی حرفه‌ای هستید که دارید کارتان را انجام می‌دهید. درست مانند هر مصاحبه‌ای آماده‌سازی، سازماندهی و برقراری ارتباط کنید، در این صورت آنچه می‌خواهید به دست خواهید آورد. اگر مشاوران، دستیاران شخصی، رابطان مطبوعاتی و دیگر افراد مربوط به مصاحبه‌شونده سعی کنند روی سؤالاتی که می‌پرسید یا تصمیماتی که برای اجرای تدوین می‌گیرید اثر بگذارند خود را زیر فشار احساس نکنید. باید خودتان را کنترل کنید؛ خشن نباشید، فقط قاطع باشید و مطمئن شوید که آنها فهمیده‌اند که باید بگذارند شما کارتان را که همان تأمین کردن مصاحبه قابل پخش است به انجام برسانید.

سروکله زدن با جمع مردم

وقتی با مردم مصاحبه می‌کنیم که امید داشته باشیم چیزی برای گفتن درباره موضوعی دارند که ما را روشن، سرگرم یا راهنمایی می‌کند. مصاحبه‌گر آن عضو از عامه مردم را طلب می‌کند که فردی عادی باشد که چیزی غیر عادی را انجام داده، دیده یا گفته است یا حادثه‌ای غیر عادی برای او رخ داده است. به بیان دیگر او داستانی برای گفتن دارد یا درباره خودش یا درباره چیزی که او شاهدش بوده است. برای بسیاری از مردم مصاحبه شدن برای رادیو اتفاق مهمی است، بنابراین برای آن کاملاً آماده می‌شوند. آنان در همان آن تحریک شده، نگران و عصبی می‌شوند، بنابراین با طرح سؤالات حتی‌الامکان دقیق و مستقیم مصاحبه را برای آنان تا آنجا که ممکن است آسان کنید. این کار آنان نیست که خود را برای دستیابی رسانه‌ها آماده ساخته باشند، بنابراین به آنان کمک کنید که حرفشان را بتوانند بگویند، اما در سؤال کردن هیچ از سخت‌گیری نگاهید. ممکن است همین که کشف شود فقط شما بید و ضبط صوت‌تان، نه گروه کاملی از فن‌ورزان آنان احساس راحتی کنند. افراد هم طوری انتخاب می‌شوند که با جمع جور درآیند و بتوان آنان را نماینده بقیه دانست. ممکن است کسی که از او خواسته می‌شود در مصاحبه‌ای شرکت کند این را چند دقیقه فرصت برای مشهور شدن تلقی کند و از این موقعیت با گفتن حرفی احساسی، فقط برای اینکه ضربه‌ای وارد کند و خود را مورد توجه دیگران قرار دهد بهره‌برداری کند. اگر به‌عنوان مصاحبه‌گر، در پی انتقال از دیدگاه‌ها هستید، ممکن است گذاشتن حرف در دهان مصاحبه‌شوندگانتان و سوسه‌تان کند. این و سوسه‌ای است که باید از آن اجتناب کرد. فقط چیزی را که می‌دانید یا معتقدید درست است پخش کنید.

بسیار اتفاق می‌افتد که برای اجرای مصاحبه به منزل کسی دعوت شوید. این ممکن است باعث شود کمی احساس ناراحتی کنید. عموماً خوب است تا

آنجا که امکان دارد از موضع خود پایین بیاید و نقش همسایه‌ای را بازی کنید که برای دیداری بیرون زده است.

با قبول کردن پیشنهاد فنجانی چای، یخ ارتباط را بشکنید، این کار جلسه را در سطح روزمره و راحتی‌تری قرار می‌دهد. در آن فضا احساس کنید در خانه خودتان هستید. در مورد باغچه، طوطی و مانند آن گپ بزنید، اما در مورد آنچه دوروبر اوست دآوری نکنید و مطلقاً نگذارید هیچ گونه عدم پذیرشی در خصوص موقعیت خود احساس کند.

مصاحبه با شخصیت‌ها

شهرت در هیئت‌های مختلف ظاهر می‌شود، همچون بازیگران و نویسندگان، که وقتی اجرا یا محصولی نو داشته باشند مرتباً برای برنامه‌های رادیویی ماده مصاحبه فراهم می‌آورند. به هر حال، این قبیل چهره‌ها بعد از آنکه یک بار ایستگاه‌های رادیویی را دور زدند و مراتب پاسخگویی را به جا آوردند و داستان‌های زندگی‌شان را گفتند، اگر انتظار برود به سؤالاتی برای چندمین بار پاسخ دهند ممکن است دیگر کم‌حوصله به نظر آیند. بنابراین برای خاطر آنان و خودتان و در ادامه، برای خاطر شنوندگان، چند جنبه غیرمنتظره را به سؤال درآورید. البته نه آنکه سؤالاتی را تصادفی از آستین بیرون بکشید، بلکه سؤالاتی که مبتنی بر یکی از پاسخ‌های قبلی و با جریان مصاحبه‌ها جور باشد. برای مثال:

- قبلاً چیزی مانند آن را تجربه کرده بودید؟
- آخرین باری که چنین احساسی کردید کی بود؟
- اگر... نمی‌شدید چه کاره می‌شدید؟
- کتاب برای شما اولویت دارد، کارتان یا دوستانتان؟
- دوست دارید با چه چیزی کار کنید؟

- در ارتباط با کارتان از چه چیز بیشتر از همه خوشتان می‌آید / بدتان می‌آید؟

اضافه کردن مواد تصویرساز، مثل گزیده‌ای از بایگانی یکی از اجراهای کلاسیک آنان یا قرائت گزیده‌ای از داستان کوتاه یا خود زندگینامه آنان، که با سؤال مربوطی دنبال شود، باعث می‌شود مصاحبه به خوبی ادامه یابد. اگر متوجه شدید که مصاحبه به دلیل اینکه مصاحبه‌شونده شما کم‌حوصله به‌نظر می‌رسد جلوه ندارد، سؤالاتی از این قبیل که با سؤالات دیگری مبتنی بر پاسخ‌ها دنبال شود بیرسید:

- وقتی خانه را ترک می‌کنید چه اقلامی را همیشه با خود برمی‌دارید؟

- روی میز کنار تخت‌خواب شما چه کتابی هست؟

- می‌خواهید مردم چگونه شما را به خاطر آورند؟

روزنامه‌نگاری که ستون نمایش را در یکی از روزنامه‌های عامه‌پسند می‌نوشت به من گفت که همیشه این سؤال را که «آخرین بار کی گریه کردید؟» برای استفاده در مواقعی که احساس می‌کند مصاحبه‌شونده به سؤالات او پاسخ‌های استاندارد قالب می‌کند در آستین دارد.

اغلب پیش می‌آید که متوجه می‌شوید بازیگری احتمالاً روز قبل دو اجرا روی صحنه داشته است و شما از او خواسته‌اید قبل از ساعت ده صبح که در شرایط مطلوب نیست در مصاحبه‌ای حاضر شود؛ از این بابت از او قدردانی کنید. ممکن است متوجه باشید که گرچه شما به آنان علاقه‌مند به‌نظر می‌رسید و برای آنانکه مصاحبه را موفق سازید مکث‌ها را بر می‌کنید، آنان این کار را کمی سخت‌تر می‌توانند بکنند. چیز مهمی که آنان باید از آن مطمئن باشند کانون توجه مصاحبه است. آیا قرار است روی آخرین فیلم آنان یا نقش آنان در نمایش قبلی‌شان تمرکز شود یا درباره نقش امروز آنان صحبت می‌کنید؟ آیا در وسط مصاحبه قطعات ضبط‌شده پخش می‌کنید و مصاحبه را تقطیع می‌کنید یا قرار است همه مصاحبه یکسره پخش شود.

اگر مصاحبه‌ای عمومی و همه جانبه است، در آن صورت در پی گرفتن پاسخ‌های معمولی سبک باشید. برای مثال اگر روز سرد یا گرمی است از او درباره شیوه‌های گرم یا سرد نگهداشتن مورد علاقه‌اش سؤال کنید. اگر مطابق نقل افواه میهمانتان چیز مهمی را از دست داده است، از او بپرسید تاکنون بزرگ‌ترین احساس تأسف او برای چه بوده است؟

این‌گونه سؤالات ارزش مصاحبه را بالا خواهد برد و آن را از اینکه عتصری صرفاً تبلیغی که مقید شده است قسمتی از فهرست برنامه باشد تا حد دلیل وجودی تهیه برنامه ارتقا خواهد داد. اگرچه برای هر مصاحبه‌ای وجود بهانه یا دست‌آویز مهم است، ولی در این موقعیت کمتر ضرورت دارد.

مصاحبه‌های طولانی‌تر به علت نواخت سؤال و جواب ممکن است گاه مانند استنطاق بدون نرمش به‌نظر برسند، در این صورت با متعادل کردن قسمت‌های جدی‌تر و سبک‌تر بحث، مقداری سایه روشن به آن بدهید. ممکن است با مصاحبه‌شوندگان اهل شهرتی مصادف شوید که می‌خواهند «در نقش» با آنان مصاحبه شود. به‌خاطر می‌آورم بازیگرانی که «هینج و براکت»^(۱) را خلق کردند، زمانی نمایش‌هایی را در سراسر انگلستان با متن‌های متنوع می‌گرداندند و فقط موافقت می‌کردند در ایستگاه‌های محلی در جلد شخصیت‌های صحنه‌ای خود مصاحبه کنند. واضح است که این مصاحبه‌ها را فرصتی برای تبلیغ می‌دیدند. آنان بدون لباس نمایش و چهره‌آرایی به استودیو می‌آمدند، اما روی آنتن با صداهای نقش‌شان ظاهر می‌شدند. البته طی استراحت‌های میان برنامه برای پخش موسیقی، با مصاحبه‌گران با صدای معمول خود گپ می‌زدند.

با عرضه چنین مصاحبه‌ای، شما ممکن است احساس کنید که این کار

1. Hinge and Brackett

ارزش کار را می‌کاهد چون نمی‌تواند درباره شخصی که پشت نقش پنهان است آگاهی بیشتری بدهد. ممکن است به این نتیجه برسید که اجرای این مصاحبه شهرت شما به‌عنوان مصاحبه‌گر را در نزد شنوندگان به خطر می‌اندازد. ممکن است از اینکه قسمتی از دستگاه تبلیغات در نظر آید احساس ناراحتی داشته باشید، و مصاحبه‌شوندگانی را که چیزی برای تبلیغ داشته باشند رد کنید. از سوی دیگر شاید به این نتیجه برسید که این به نفع شما خواهد بود و تحولی نسبت به مصاحبه معمول جاری ایجاد خواهد کرد. اگر بازیگری می‌خواهد در نقش ظاهر شود، ممکن است نشان‌دهنده این باشد که او در جلد دیگرش راحتی بیشتری احساس می‌کند. شاید بتواند چیزهایی بگوید که اگر خودش باشد نمی‌خواهد. قطعاً، برای اخبار یا مصاحبه‌های واکنش کوتاه، چنین کاری بر تأثیر می‌افزاید. برای مثال، اگر با نقش خانم باری همفریز^(۱) یعنی بانو ادنا اورویج^(۲) درباره نتایج همه‌پرسی‌ای در استرالیا در مورد اینکه آیا پادشاهی انگلیس را نگهدارند یا جمهوری شوند مصاحبه شود، موظف است که به نفع پادشاهی حرف بزند.

در انتخاب مصاحبه به نقشی هم که مصاحبه در نتیجه کار ایستگاه خواهد داشت توجه می‌شود. آیا زمینه برای پخش آن مناسب است؟ آیا هیچ چیز تازه‌ای به شنوندگان خواهد داد؟

در خاتمه این قسمت، هشیار باشید که اگر در حال مصاحبه با یک شخصیت سرگرم‌کننده یا امثال او در اتاق تعویض لباس پشت صحنه تالار کنسرت یا نمایش، یا حتی در اتاق هتل هستید، ممکن است مجبور شوید درخصوص بعضی از رفتارهای کنترل نشده مصاحبه‌شونده‌تان که به‌طور غیرمنطقی در معرض آن قرار می‌گیرید محتاط باشید.

مصاحبه با بستگان و دوستان

بسیار اندک‌اند برنامه‌سازانی که زمانی مصاحبه‌ای با یکی از نزدیک‌ترین و عزیزترین کسان خود برای پخش اجرا نکرده باشند. این اتفاق نباید فقط به این علت که آنان در دسترس هستند یا چون شما برای پیدا کردن مصاحبه‌شونده‌ای معقول به زحمت افتاده‌اید مرتباً رخ دهد. گزارشگرانی که فقط به یک صدای زنانه دیگر برای «صدای توده» خود، یا صدای فرد مسن‌تری که نارضایتی خود را درباره افزایش نرخ بلیت اتوبوس‌ها بیان کند نیاز دارند، گاه ممکن است این گزینه را در پیش بگیرند. مواردی بوده است که گزارشگران دوستی را برای آنکه عقیده خاصی را، به‌منظور متعادل کردن پاسخ‌های کوتاه و بدون اعلام هویت در یک «صدای توده»، بیان کند از قبل توجیه و آماده کرده‌اند. من در مقابل این شیوه کار گذشت ندارم، اما می‌توانم بفهمم که چرا چنین اتفاقی می‌افتد.

گاه به هر حال ممکن است دلایل موجهی برای مصاحبه با آشنایان وجود داشته باشد، برای مثال وقتی که آنان قربانی یا شاهد رویدادی باشند که در حال پوشش دادن به آن هستید. لازم نیست شنوندگان را مطلع کنید که آنان آشنای شما هستند. اگر شما گزارشگر باسابقه رادیوی محلی باشید که ارتباط خوبی با دیگران دارید و تماس‌های زیادی با آنها برقرار می‌کنید، اغلب به افرادی برمی‌خورید که قبلاً آنان را ملاقات کرده‌اید.

اگر شخصی که برای گزارش یا برنامه خود با او مصاحبه می‌کنید بهترین گزینه برای عرضه اطلاعات به شنوندگان باشد، پس باید از خود او استفاده کرد. اگر احساس کنید اجرای شما در مصاحبه‌ای نامناسب است همیشه این گزینه وجود دارد که از همکار خود بخواهید آن را اجرا کند، به خصوص اگر قرار است قطعه‌ای طولانی و عمقی باشد. بعضی از گزارشگران مصاحبه کردن با منسوب یا دوست را ناممکن می‌یابند، زیرا نمی‌توانند حالت حرفه‌ای خود را با کسی که معمولاً به نحوی شخصی با او ارتباط داشته‌اند حفظ کنند.

مصاحبه همراه با مترجم همزمان

اگر برای مصاحبه با کسی که به زبان شما سخن نمی‌گوید یا برای پاسخ به زبان شما آنقدر احساس راحتی یا صمیمی بودن نمی‌کند برنامه‌ریزی می‌کنید، سه چیز برای ضبط کردن دارید. ابتدا صدای خودتان را که سؤال می‌پرسید ضبط کنید، سپس پاسخ مصاحبه‌شونده را ضبط کنید و به دنبال آن ترجمه مترجم را. لازم نیست سؤال را آن گونه که مترجم می‌پرسد ضبط کنید یا به کار ببرید. اما برای مرحله آمیزش و تدوین مهم است که با مترجم گفت‌وگو کنید که مصاحبه چگونه اجرا شود. به عبارت دیگر، درخواست کنید که مترجم نه میان کلام ببرد، نه اصوات به کار ببرد یا در طول پاسخ اظهارات واکنشی بکند، نه هیچ نوع سؤالات تکمیلی اضافه کند مگر آنکه ابتدا از او خواسته باشید. بین پاسخ مصاحبه‌شونده و ترجمه مترجم برای راحتی فرایند تدوین مکتبی قرار دهید. وقتی به استودیو برگشتید، ماده سؤال و جوابی را که می‌خواهید استفاده کنید انتخاب کنید و در ترکیب نهایی مصاحبه بگذارید. مصاحبه‌شونده پاسخ را به زبان خود شروع کند بعد سطح صدا را پایین بیاورید و پاسخ ترجمه شده را که مترجم بیان می‌کند روی آن قرار دهید. بعد از گذشت چند کلمه از پاسخ می‌توانید صدای مصاحبه‌شونده را محو کنید و فقط صدای مترجم را بگذارید. ممکن است بخواهید در پایان پاسخ ترجمه شده صدای مصاحبه‌شونده را در آخرین کلمات پاسخ اصلی دوباره بالا بیاورید.

شیوه‌های مصاحبه‌گری برای مستندها

راز مصاحبه برای مستندها این است که قبل از آنکه حتی فکر کردن درباره ضبط صدای هر کسی را شروع کنید چند نفس عمیق بکشید. مشخصه مستند، عمق و تفصیل در پوشش مطلب، مدت طولانی، تجارب دست اولی که شرکت‌کنندگان توضیح می‌دهند و بهره‌برداری از حد متوسط صوت است.

وقتی مبادرت به فرایند جمع‌آوری ماده مصاحبه می‌کنید لازم است این نکات را در خاطر داشته باشید. اگرچه وقت زیادی را برای مصاحبه‌های انفرادی صرف خواهید کرد، مهم است که ماده بسیار زیاد ضبط نکنید، به خصوص اگر فرصتی که برای تدوین دارید محدود باشد. ممکن هم هست که متوجه شوید شرکت‌کننده شما وقت محدودی را برای صحبت با شما می‌تواند اختصاص دهد، بنابراین قبل از شروع عوامل را بچینید. درست مثل هر قالب برنامه دیگر، مصاحبه‌شوندگان لازم است مقصود و سبک محصول نهایی را بدانند.

متوجه شده‌ام که گاه نگهداشتن ضبط پس از چند دقیقه مصاحبه به‌منظور تجدید نفس و اجازه دادن به مصاحبه‌شونده برای استراحت مفید واقع می‌شود. میل خودتان است که در این مرحله چند کلمه تشویقی هم بگویید، نه چیزی بیش از واقع فقط در حد «خیلی خوب بود، دارید خوب عمل کنید». وقتی دوباره شروع کنید آنان صحبت کردن را آسان‌تر می‌یابند. وقتی مواد زیادی را در یک نشست ضبط کنید استمرار فکر را مشکل می‌یابد. مصاحبه‌شونده‌تان فکر می‌کند چیزی را گفته است در حالی که در واقع نگفته است و غالباً چیزهایی شبیه این می‌گویند «همان‌طور که قبلاً گفتم» یا «همان‌طور که داشتم قبلاً به شما می‌گفتم»، که باز در مرحله تدوین مشکلاتی را موجب می‌شود. آنچه در مستند عرضه می‌شود باید با اطمینان و اعتبار باشد، بنابراین اگر احساس کردید که مصاحبه به آن خوبی که باید پیش نمی‌رود، احتمالاً بهتر است آن را قطع کنید و مجدداً شروع کنید. می‌توانید به مصاحبه‌شونده بگویید که ضبط انجام شده تمرینی برای تعیین سطح صداها، صداشناسی و غیره بوده است. سپس با دادن رهنمودهای غیرمستقیم در مورد اینکه چگونه می‌توانند عملکرد خود را رشد دهند کار را ادامه دهید. برای مثال، می‌توانید بگویید «آنچه درباره نحوه برخورد با کارمندان گفتید خیلی جالب بود، بنابراین ما باید این قسمت را بیاوریم. شاید برای شنوندگان واضح‌تر شود اگر شما قبل از آنکه

بعداً بگویید چه اتفاقی افتاد با آن حکایت کوچک شروع کنید. نظرتان چیست؟» خبرنگاران بخش خبر رادیو عادت دارند که سؤالات کوتاه و دقیق برای گرفتن پاسخ‌های کوتاه و دقیق بپرسند تا در لفاف‌ها و بسته‌ها استفاده کنند. پرسشگری برای مستندها هم گاه این سبک از رویکرد را می‌طلبد. اما غالباً حالت آزاد گذاشتن مصاحبه‌شونده پیش گرفته می‌شود برای اینکه مطلب را به آهستگی باز و داستان را به تدریج برملا کند. گاه فقط یک سؤال باز خوب تنظیم شده قطاری از افکار سوار می‌کند و مقداری ماده افشاکننده تولید می‌کند. اگر بیشتر صحبت را مصاحبه‌گر دارد انجام می‌دهد، پس یک جای کار اشکال دارد. مستندها به جای مصاحبه‌های شرکت‌کنندگان که تأمین‌کننده بدنه اطلاعات است باید داستان را نشان دهند و سهم کمتری از ماده پخشی را سؤالات و اتصالات مجری فراهم کند.

برای زیاد کردن اثر مستندها می‌توان از فنونی مثل آنچه در تولید تدوینی به کار می‌رود استفاده کرد، که اجازه می‌دهد مقداری از ماده مصاحبه جداگانه یا ملحق به قطعات دیگر مصاحبه‌شونده بیاید. همچنین باید درباره خلق تصویری در ذهن شنوندگان از طریق اجازه دادن به مصاحبه‌شونده که درگیر نوعی فعالیت متناسب با صحبت‌اش شود، فکر کنید، برای مثال وقتی دارد طرز کار چیزی را تصویر می‌کند. در این دام نیفتید که تمام صحبت را خودتان انجام بدهید؛ آماده باشید که برای مدت کوتاهی مهار کار را رها کنید و بگذارید مصاحبه‌شونده دیدگاه یا شیء را توضیح دهد یا حتی روی رویدادی تفسیر بگذارد. اصوات فعالیت را جداگانه بعد از مصاحبه ضبط کنید، تا در ترکیب قطعه از آن استفاده کنید. ممکن است بخواهید از این اصوات زیر بعضی از اتصالات متنی یا در محو کردن در آغاز یا از محو درآوردن در پایان مصاحبه استفاده کنید. از اصوات برای بزرگ‌نمایی مکان یا وقت هم می‌توان استفاده کرد. برای مثال، صوت جغد در حال هوحق کشیدن، شب هنگام در محلی

خلوت را نمایش می‌دهد یا غار غار کلاغ‌ها تأثیر حضور در گورستان در روز هنگام را دارد. از اصوات می‌توان برای نشان دادن گذشت زمان هم استفاده کرد؛ با محو کردن یک صوت، مکث کردن و آشکار کردن صوت دیگر.

ضمناً بهره‌گیری از جلوه‌های صوتی که روی لوح‌ها یا نوارهای از پیش ضبط‌شده در دسترس‌اند توصیه نمی‌شود. شنونده مقید است به صوت واقعی همان پرنده‌ای که شما انتخاب کرده‌اید توجه کند که فقط می‌توان آن را در بخش ناشناخته‌ای از کشور شنید یا به صدای خودرویی با موتور ۱۱۰۰ سی‌سی توجه کند که در مصاحبه آمده نه ۱۵۰۰ سی‌سی. همان قدر که درباره ماده مصاحبه امانت را رعایت می‌کنید در خصوص اصوات هم امانت را رعایت بکنید.

مصاحبه برای برنامه‌های ویژه

برنامه ویژه نیز مانند مستند غالباً به صورت قطعه‌ای مستقل بخش می‌شود. در تولید آن می‌توان از ساده‌ترین فنون ترکیب «قطعه»، اتصالات و گزارش‌های سرصحنه یا کاربرد پیچیده‌تر تدوین، بازسازی نمایشی یا صداهای زندگی روزمره برای گفتن داستان استفاده کرد. قبل از مبادرت به فرایند مصاحبه آگاهی از اینکه ماده مصاحبه چگونه در برنامه ویژه نهایی استفاده خواهد شد مهم است. برنامه‌های ویژه شما را وا می‌دارند که وقت بیشتری را صرف آماده‌سازی و تولید کنید. برخلاف «بسته»، برنامه ویژه لزوماً نباید با قاعده پذیرفته شده‌ای مطابقت کند. محصول نهایی بلندتر خواهد بود و عناصر بیشتری خواهد داشت. این شکل باید به شما اجازه دهد افکار را در عمق بیشتری کاوش کنید و شاید به روشی سنت‌شکنانه خلاقیت و تخیل به بازی گرفته شوند. عنوانی که برای برنامه ویژه انتخاب شده باید چیزی تازه یا غیر معمول برای بیان موضوع داشته باشد بدون آنکه تمام زمینه را بپوشاند. این

برنامه‌ها مانند مستندها ممکن است ساختاری منطقی داشته باشند که خود داستان فراهم آورده باشد. برای مثال، شاید در صدد بازگفتن داستان یک روز از زندگی یک شکاربان باشید یا فرایند چگونگی رسیدن شیشه شیر به در خانه را از طریق ترتیب متوالی رویدادها که در رادیو خیلی خوب جواب می‌دهد تشریح کنید. استفاده از قدرت صوت ضبط زمینه صوتی به همراه مصاحبه یا ماده مستند را از یک اتاق به اتاق دیگر، از پایین پله به بالای پله، از داخل به خارج و غیره مورد ملاحظه قرار دهید. در برنامه‌ای ویژه می‌توان مصاحبه‌شونده‌ای محوری را به کار گرفت که حلقه اتصال‌دهنده میانی را در طول قطعه فراهم می‌کند و شرکت‌کنندگان مصاحبه‌شونده کوچک‌تری او را پشتیبانی می‌کنند. یکی از فنون مؤثرتر که در ساختن برنامه‌های ویژه به کار می‌رود ترکیب صدای مصاحبه شرکت‌کنندگان با گزیده‌هایی از صداهای برنامه روزانه آنهاست که آنان پس از آنکه درباره استفاده از ضبط صوت میکروفون تعلیم دیده‌اند، خود از برنامه روزانه‌شان ضبط کرده‌اند.

مصاحبه برای تدوین

تولید «تدوینی» را می‌توان تا اندازه‌ای مشابه، تولید نسخه پیچیده‌تری از «صدای توده» دانست. به هر حال، هرچه تدوین طولانی‌تر باشد، تولید آن پیچیده‌تر است و برای شنوندگان هیجان‌انگیزتر. در غیاب مجری‌ای که اتصالات میان قطعه را برقرار کند، برعهده تهیه‌کننده است که هر چیزی را برای شنوندگان علامت‌گذاری و برچسب‌گذاری کند. این کار سطح بالاتری از مسئولیت را در مرحله جمع‌آوری ماده مصاحبه از منبع و در تدوین آن، برای ساختن برنامه‌ای ویژه یا مستند ایجاب می‌کند. تدوین به‌طور کلی متکی به ثمرات مصاحبه است. می‌توان پاسخ شرکت‌کنندگان را با دیگر اصوات آمیزش کرد و شاید مؤثرتر از آنها با مکث‌ها، اما فن تدوین می‌طلبد که صدای

مصاحبه‌گر کاملاً حذف شود. تمام پاسخ‌ها باید به تنهایی یا یکی برضد دیگری به‌طور متوالی بیایند.
 کیفیت صدای زمینه صوتی باید یک‌دست یا قابل اغماض باشد، تا اجازه ترکیب مؤثر را بدهد.

مصاحبه برای «قطعه‌ها»

مصاحبه‌گر باید برای قاپیدن فرصت‌های صوتی گوش خود را تیز کند و به جواب کوتاه و دقیق حاوی یکی دو نکته برای استمرار داستان یا عقیده‌ای که دست‌آویز مشخص یا چشم‌انداز احتمالی به چگونگی پیشرفت ماجرا بدهد توجه کند. آیا می‌توانید سؤال درستی پیدا کنید که جوابی را که نیاز دارید به شما بدهد؟ پاسخی که در حدود بیست ثانیه جمع و به زیبایی تدوین شود؟ شاید بخواهید فقط یک سؤال بپرسید چون فقط به یک پاسخ به‌عنوان قطعه خود نیاز دارید. در تعقیب رویدادهای خبری انتشار یافته فرصت کمی برای برنامه‌ریزی یا تحقیق هست، اما بکوشید به مصاحبه با یک جفت سؤال مرتبط و حاوی اطلاعات به‌حالت آماده وارد شوید. همواره می‌توانید به مصاحبه‌شونده‌تان راه‌های تبدیل جوابی طویل و مشروح را به خلاصه جمع و جوری برای ضبط پیشنهاد کنید. اگر هر دوی شما از نتیجه راضی می‌شوید، پس چرا این کار را نکنید؟ مصاحبه‌شوندگان باتجربه هم امکان دارد از شما بپرسند پاسخی با چه طول برای قطعه، لفاف یا غیره‌تان نیاز دارید و قادرند بلادرنگ پاسخی به اندازه فراهم کنند. مصاحبه برای تهیه قطعه‌ای به‌منظور استفاده در بخش خبری (بولتن) یا باید سریع و چکیده تهیه یا با دقت از قطعه‌ای طویل‌تر انتخاب شود. بسیار اتفاق می‌افتد که برای تهیه قطعه مصاحبه‌ای را که قبلاً به‌صورت زنده ارسال شده ضبط می‌کنند و با تهیه کپی از آن در برنامه‌های خبری بعدی استفاده می‌کنند. برای مثال:

گوینده خبر شورای میدجرچ امشب برای بحث درباره طرح‌های جنجالی تبدیل خیابان نورت به منطقه عاری از تردد خودروها تشکیل جلسه می‌دهد. مغازه‌داران محلی که با این طرح مخالف‌اند می‌گویند که در این باره با اعضای حاضر در جلسه گفت‌وگو خواهند کرد. مایکل گرین صاحب‌کتاب‌فروشی خواسته‌های انجمن بازرگانان خیابان نورت را بازگو خواهد کرد.

مایکل گرین لازم است شورا متوجه شود که کسب و کارهای محلی بدون سردرگمی و آشوبی هم که این اقدام موجب آن خواهد شد به مقدار زیاد تحت فشار هستند. ما فکر نمی‌کنیم درباره این نقشه‌ها با مغازه‌داران محلی یا مشتریان آنان مشورت کافی شده باشد. آنچه ما می‌خواهیم در اختیار قرار دادن فرصتی است تا نظرم‌ان را به آنان بگوییم.

مصاحبه برای «لفاف»

لفاف گزارش صوتی ضبط شده‌ای است که دور قطعه ساده‌ای متشکل از پاسخ مصاحبه پیچیده شده باشد. برای مثال:

گزارشگر این حادثه در مه غلیظ ساعت شش بعدازظهر امروز در اوج ساعت تردد رخ داد. مسیر رفت‌وآمد روی خط آهن سمت شمال به سرعت بسته شد، به طوری که طول خودروهای متوقف تا سه کیلومتر کشیده شد. واحدهای خدمات اضطراری به سرعت در صحنه حاضر شدند و مسیرهای موقتی را برقرار کردند. فیرانک اسمیت راننده تاکسی منحرف شدن قطار از مسیر به سمت مزرعه را دیده است.

گویا راننده کنترل چهار واگن را از دست داده بود و واگن قبل از آنکه با نرده برخورد کند به نظر می‌رسید

می‌شود. چیز دیگری که دیدم این بود که قطار به پهلو افتاد. بخت یار بود که کسی کشته نشد.

گزارشگر مسافران داخل واگن را به بیمارستان عمومی میدچرچ

گزارشگر می‌تواند مطالب اتصال‌دهنده قسمت‌ها را داخل استودیو ضبط کند و به این ترتیب نظر راننده تاکسی از مصاحبه ضبط‌شده در صحنه تصادف جدا شده باشد.

در این باره فکر کنید که چگونه مابقی قسمت‌های پاسخ مصاحبه که آنها را برای استفاده در لفاف بر نداشته‌اید مبنای اطلاعاتی را که در اتصال بین قسمت‌ها مورد استفاده قرار می‌دهید، شکل بدهند. باز، منبع دیگری برای قطعه‌های قابل استفاده در لفاف را می‌توان از ضبط مصاحبه زنده‌ای درآورد که قبلاً در برنامه ارائه شده است. لفاف باید معمولاً فقط یک بریده صدا را همراه با اتصال‌های گزارشگر ارائه کند.

مصاحبه برای «بسته‌ها»

بسته‌ها حد واسط لفاف و برنامه ویژه‌اند. موفقیت بسته نه تنها متکی به مهارت‌های مصاحبه‌گری گزارشگر است، بلکه به توانایی او در نقل داستان‌های گاه پیچیده به طریقی بی‌برده و ساده و لب‌کلام با قلمی صریح، تدوینی بی‌رحمانه و ارائه‌ای خلاق بستگی دارد. این فنی است که از آن می‌توان برای باروح کردن نقل داستانی که شاید روزمره یا بی‌محتوا باشد استفاده کرد. بسته احتمالاً شامل دو یا چند صدای مختلف خواهد بود. همان‌طور که از نام بسته برمی‌آید، باید شامل همه آن چیزی باشد که می‌خواهید درباره آخرین پیشرفت‌ها یا دیدگاه‌ها درباره واقعه‌ای بدانید

به نحوی که با سلیقه در قالبی جذاب بسته‌بندی شده باشد. ضرباهنگ بسته بستگی به مدت و تعداد «برش‌هایی که در قطعه می‌آوردید دارد. تعدادی برش به مصاحبه کوتاه ضرباهنگ تند می‌دهد؛ چند برش طویل‌تر ضرباهنگ کندتر. موضوع برش باید تعیین کند که چگونه از برش‌ها استفاده شود. احتمالاً برای موضوعات جدی‌تر برش‌های طویل‌تر مؤثرترند و در موضوعی سبک می‌توان از برش‌های کوتاه بهره برد.

اگر گذشت وقت به زبان شماسست می‌توانید در محل بسته‌بندی کنید، به شرط آنکه اتصال‌های آغاز و پایان را برای بسته خود نوشته باشید و به جای آنکه برای ضبط کردن نوشته‌ها صبر کنید تا به استودیو برگردید آنها را در همان محل ضبط کنید. ممکن است وقت استودیو محدود باشد یا ممکن است شما قسمت بیشتر روزتان را صرف رفت‌وآمد به محل‌هایی کرده باشید که داستانتان در آنجاها می‌گذرد. من یک بار مجبور شدم در یک روز دو داستان را از یک باریکه جنگلی که فاصله زیادی از ایستگاه رادیویی داشت پوشش دهم. در عین حال مهلت محدودی داشتم. یکی داستانی بود درباره قایقی که سازمانی محلی به قلعه‌ای که گرداگرد آن خندقی پر از آب بود اهدا کرده بود و دیگری افتتاحیه نمایشگاهی عمومی بود که برای معرفی مسیرهای عبور کنارگذری روستایی پیشنهاد شده بود.

در قلعه با یکی از کارکنان قلعه و نماینده‌ای از سازمانی که قایق را هدیه کرده بود داخل قایق رفتیم. چند دقیقه صوت قایق را در حالی که با پارو روی خندق رانده می‌شد ضبط کردم، بعد اتصال آغازین را با صدای خودم که توضیح می‌دادم از قایق برای نظارت دیوارهای قلعه از سمت آب و برای نجات گوسفندهایی که در خندق سرگردان شده بودند استفاده می‌شده است گرفتم. چند سؤالی از قایقران کردم، سپس چند سؤالی از اهداکننده اتصال پایانی‌ام را ضبط کردم و چند صدای پارو زنی را. تمام اینها را بدون قطع کردن

ضبط صوت گرفتم. بعد از برگشت به ایستگاه فقط باید طول مدت دو مصاحبه کوتاه میانی را تنظیم دقیق می‌کردم و سر و ته نوار را می‌چسباندیم. اما قبل از بازگشت به پایگاه، آن سوتر نمایشگاه کنار گذر بود، که کمی از سروصدای شُدامد خودروها و اتصال آغازینم را ضبط کردم، آنگاه با استفاده از گردونه تنظیم سطح صدای ورودی روی ضبط صوتم صدای شُدامد را محو کردم. داخل تالار روستا نوفه هام زمینه صداها را به تدریج بلندتر و اتصال دوم را ضبط کردم و مصاحبه کوتاهی با شخصی که موافق مسیر بود و مصاحبه دیگری با شخصی که مخالف مسیر بود در پی آوردم. اتصال دیگری ضبط کردم، مصاحبه کوتاهی با مهندسی از بخش بزرگراه‌ها گرفتم، سپس اتصالی برای پایان ضبط کردم.

برای جلوگیری از جهش سطح صداها لازم بود سطوح ورودی را با پیش تنظیم کردن ثابت نگهدارم و جای میکروفون دست‌گیر را تغییر دهم. در بازگشت به استودیو فقط لازم بود مصاحبه‌ها را مرتب کنم. در هر دو مورد کار تدوین نهایی و نوشتن فهرست محتوا در اتاق خبر انجام شد، بنابراین وقت استودیو برای آمیزش کردن آنها لازم نشد، مجبور نبودم به صف گزارشگرانی که با دستانی پر از نوار می‌کوشیدند وارد استودیو شوند بپیوندم، و سردبیر نیز دو بسته ساده برای برنامه عصرگاهی داشت.

انتخاب موسیقی برای استفاده در تولید بسته وقت‌بر و بسیار دردسرساز است. برای مثال توصیه نمی‌شود دنبال قطعه‌ای موسیقی بگردید که حتماً چیزی مربوط به موضوعی که شما دارید گزارش می‌کنید داشته باشد. یک بار بسته‌ای شنیدم درباره نقش در حال دگرگونی پرستاران نوزادان، که در آن تهیه‌کننده از آواز رولینگ استونز^(۱) با عنوان یاور کوچک مادر^(۲) استفاده کرده

بود. این انتخاب نامناسب بود چرا که این آواز تماماً درباره مادران آسیب‌دیده‌ای است که برای نگهداری به پرستاری سپرده می‌شوند. شاید انتخاب این آواز طعنه‌آمیز بوده است، اما من چنین چیزی را در آن وقت استنباط نکردم. برون‌کشیده کوتاهی از آواز عنوان فیلم علمی-تخیلی مردان سیاهپوش^(۱)، که در بسته‌ای درباره کمبود داوران فوتبال استفاده شد، انتخابی کاملاً زیرکانه بود اما کمی می‌آزرد، و من تصور می‌کنم دیگران را هم، از شنیدن درست قطعه بازمی‌داشت.

انتخاب موسیقی قالبی هم ممکن است شنوندگان را بیازارد. مثلاً باید بکوشید چیزی غیر از غذا، غذای باشکوه^(۲) از موسیقی اولیور پیندا کنید برای اینکه با اتصال‌ها و برش‌های شما در گزارشی که درباره غذای مدارس دارید همراهی کند؛ یا خانه ما^(۳) ساخته مدنس^(۴) در قطعه‌ای که درباره قیمت فروش خانه‌ها ساخته‌اید. از اینها در موارد متعدد استفاده شده است به طوری که اثر و ارزش تازگی‌شان را از دست داده‌اند. مخاطبان‌تان را به یاد داشته باشید. شنوندگان مسن‌تر ممکن است آخرین موسیقی‌های مطرح را نشناسند و شنوندگان جوان‌تر از ارتباط بعضی گزیده‌ها از دوره‌های گذشته با موضوع گیج شوند. فرضیات نسازید. ممکن است فکر کنید استفاده از موسیقی آب اثر هندل برای بسته‌ای درباره افزایش عوارض آب انتخاب خوبی است، درحالی‌که شاید این مرجع برای تعدادی از شنوندگان شما ناشناخته باشد.

تاریخ شفاهی

مدت زیادی است که استفاده از یادبودها و خاطرات دوران‌های گذشته

1. *Men in Black*

2. *Food, Glorious Food*

3. *Our House*

4. *Madness*

قسمتی از ویژه برنامه‌ها و مستندهای خبری شده است و مطلوبیت آن با کار پخش‌کنندگان رسانه‌ها افزایش یا کاهش پیدا می‌کند. یک سال شکایت از این است که به گذشته زیاد پرداخته می‌شود و سال بعد شکایت از این است که سالروز مهمی برجسته شده و خبرنگاران رادیویی برای ضبط احساسات و خاطرات مردمی به دور و اطراف حوزه کارشان اعزام می‌شوند و این کار یک ماه ادامه می‌یابد. مردم در پی بیرون کشیدن حکایات خوب، زوایای محلی نگاه به وقایع و ارزیابی شاهدان عینی به رادیو گوش می‌سپارند. معتقدم که هر ایستگاه رادیویی باید آرشیوی از مواد مصاحبه‌ای داشته باشد؛ نه تنها مجموعه‌ای از بهترین مصاحبه‌هایی که زنده پخش و شنیده شده، بلکه مصاحبه‌هایی درباره موضوعات خاصی مثل شرایط کار کردن، تسهیلات خرید، خانه‌یابی، سنت‌ها و مانند آن. مقداری از این مواد طی مصاحبه با شخصیت‌های محلی و دیگری که خاطرات خوب از تاریخ محلی داشته باشند و کسانی که سال‌های زیادی دور از محل نبوده باشند به دست می‌آید، اما تاریخ شفاهی یا فراخواندن خاطرات، محدود به سالخوردگان نیست. هر کس می‌تواند صرف نظر از سنش درباره تجارب خود صحبت کند. عکس‌ها و گزارش‌های روزنامه‌ها در دسترس‌اند، اما شرم‌آور خواهد بود که صدای واقعی از مردم محلی را که با کلمات خود درباره جهانی که می‌شناسند صحبت می‌کنند برای همیشه از دست بدهیم. این مصاحبه‌ها سرمایه‌ای از ماده برنامه‌سازی مفید و جالب برای مراجعه آینده فراهم می‌کند، در عین حال بایگانی شنیداری محلی و مناسبی برای اجتماعی که آن ایستگاه در خدمت آن است تدارک می‌کند. بسیاری از کسان که به‌طور فعال درگیر جمع‌آوری تاریخ شفاهی‌اند از آن برای مقاصد مطالعات اجتماعی استفاده می‌کنند و به این دلیل آنها را غالباً به عمد تدوین نشده بایگانی می‌کنند. بی‌بی‌سی بخشی از وقت و پول خود را برای تولید مواد برای برنامه قرن سخن می‌گوید

سرمایه گذاری کرده است، تا مجموعه تاریخ شفاهی را به دست پخش کنندگانی برساند که به نوبه خود ۶۰۰۰ مصاحبه را به برنامه‌هایی قابل گوش کردن تبدیل می‌کنند. دیگر برنامه‌هایی که از این نوع ماده مصاحبه استفاده کرده‌اند عبارت‌اند از صدای قرن بیستم از رادیو ۵ زنده و قرن من در شبکه جهانی بی‌بی‌سی.

ممکن است با مرور دفترچه یادداشت شماره‌های تلفنی‌تان به منبع مصاحبه‌شوندگان بالقوه دست نیابید. در این صورت ممکن است کتابخانه، موزه، گروه تاریخ یا سازمان‌هایی مانند دلبیوآی^(۱) یا دلبیوآروی‌اس^(۲) نقطه آغازین خوبی باشند و حتی این هم خوب است که طی برنامه‌ای از ایستگاه خودتان تقاضا کنید و شماره تلفنی بدهید که مردم بتوانند تماس بگیرند.

جمع آوردن ماده صوتی از این نوع نیازمند رویکردی به روشی از مصاحبه‌گری است که با آنچه بیشتر گزارشگران اتخاذ کرده‌اند اندکی متفاوت و قطعاً وقت‌گیرتر است.

این شاید شکل صمیمانه‌تری از مصاحبه است که مصاحبه‌شونده نباید آن را شبیه مصاحبه احساس کند. این نوع مصاحبه غالباً در خانه مصاحبه‌شونده صورت می‌گیرد. شرکت‌کننده لازم است راحت و بدون شتاب باشد. بکوشید با سؤالات خود ایجاد اختلال نکنید و بگذارید شرکت‌کننده هر چیز را با ضرباهنگ خودش تشریح کند و توضیح دهد.

انتخاب میکروفون مهم است، نه فقط به خاطر کیفیت فنی بلکه برای آنکه تا حد امکان جلب توجه نکند. استفاده از میکروفون دستگیر رایج ممکن است بی‌احتیاطی باشد و توجه را به در حال ضبط بودن مصاحبه حفظ کند، و برای مصاحبه‌شونده هراس‌آور باشد. برای مصاحبه در فضای داخلی،

میکروفون‌های کوچک که به مصاحبه‌شونده و خودتان وقتی در جای خود می‌نشینید الصاق می‌شود، آنقدر احتیاط‌آمیز هستند که عملاً نادیده گرفته شوند. توجه داشته باشید که این نوع میکروفون در معرض آسیب دیدن از جابه‌جایی مصاحبه‌شونده است و لازم است قبل از آنکه محل نشستن خود را ترک کند از او جدا شود. اگر ممکن است، بگذارید مصاحبه‌شونده میکروفون را خود به لباس خویش الصاق کند.

تا آنجا که می‌توانید سؤالاتتان را باز مطرح و از زبان روزمره استفاده کنید. این مهم است که مصاحبه‌شونده شما احساس کند که شما واقعاً به آنچه او برای گفتن دارد علاقه‌مندید و فقط برای این به آنجا نرفته‌اید که وظیفه‌ای انجام داده باشید. این مسئله از نحوه سؤال پرسیدن شما معلوم خواهد شد. اگر تک‌تک سؤالات را از فهرست آماده‌ای قرائت کنید واضح است که به پاسخ‌های او گوش نمی‌دهید. متوجه باشید که ممکن است لازم باشد گهگاه اگر که خاطرات احساسات هیجانی را در مصاحبه‌شونده به غلیان آورد یا اگر دارد خسته می‌شود، مکثی بکنید. اگر چنین موقعیت‌هایی پیش آمد صبور باشید و با او همدردی کنید.

برخلاف دیگر مصاحبه‌ها که معمولاً باید بشتابید که به استودیو برگردید تا قطعه را در مهلت مقرر تدوین کنید، در اینجا باید پس از آنکه ضبط تمام شد برای گپی غیررسمی وقت بگذارید. فنجان‌های چای میل کنید. شرکت‌کننده شما برای شما سخت کار کرده است و حتی ممکن است بعد از به یاد آوردن خاطراتی که سال‌ها حتی به آن فکر نکرده بود و از اینکه اجازه داده است بیگانه‌ای در آن شریک شود کمی احساس سنگینی یا حتی اندوه کند، بنابراین با رفتار مؤدب و صبور خود اختلاط را کمی بیشتر ادامه دهید.

مصاحبه برای برنامه‌های مجله‌ای

برنامه‌های مجله‌ای، که ممکن است از نیم ساعت تا سه ساعت طول بکشند، فرصت اجرای مصاحبه‌هایی در موضوعات مختلف به هر دو صورت زنده و ضبط‌شده را در اختیار می‌گذارند. ماده استفاده شده در برنامه مجله‌ای هنری-خبری را فهرست اخبار روز تعیین می‌کند؛ برنامه تخصصی روی موضوع خاص خود تمرکز می‌کند و رویکرد برنامه‌های ایستگاه‌های محلی به همه موضوعات است از این زاویه که «این موضوعات چگونه بر شنوندگان ما تأثیر می‌گذارند».

برنامه مبتنی بر مصاحبه مانند حلقه‌های جزیره صحرائی قبل از پخش ضبط می‌شود و مصاحبه‌شونده برجسته واحدی را در ضرباهنگی آرام و مکالمه‌ای کاونده و متین درباره زندگی و اوقات او مطرح می‌کند و لابلای مصاحبه گزیده‌هایی از موسیقی مورد علاقه او که ذائقه وی را منعکس و تاریخ زندگی او را تصویر کند گذاشته می‌شود. برنامه حقایق خانگی مصاحبه‌شوندگان متعددی را که هیچ کدام مشهور نیستند اما تافته‌ای جدا برای یافتن مطرح می‌کند. این افراد را با ضبط قبلی حضوری یا تلفنی و در بسته‌ها و غیره که حاوی مصاحبه‌هایی در محل است مطرح می‌کنند. این برنامه‌ها را با ترکیبی از ماده زنده و ضبط‌شده می‌سازند که به برنامه تنوع و ضرباهنگ می‌دهد. در برنامه میان هفته میهمانان همگی از آغاز تا پایان برنامه با هم در استودیو هستند، به طوری که می‌توان با آنان به‌طور انفرادی مصاحبه کرد یا گذاشت که بین خودشان مکالمه کنند. در برنامه زنده از لندن مصاحبه‌شوندگان نه تنها با سؤالاتی از جانب مصاحبه‌گر روبه‌رو هستند بلکه این دلواپسی مضاعف را هم دارند که باید این مصاحبه را در مقابل حاضران در استودیو انجام دهند. برای شنوندگان، برنامه‌های مبتنی بر مصاحبه‌های استودیویی محیط راحت و خوشی را به خاطر استراق سمع مکالمات فراهم می‌آورند. اغلب خطوطی

ملايم برای سؤالات در پيش گرفته می‌شود و غالباً هدف توليد مصاحبه‌هایی سرگرم‌کننده است. گاه اين نوع برنامه ممکن است فرصتی به‌نظر برسد که در آن آخرين کتاب، فيلم، برنامه تلویزیونی، نمایش و غيره از میهمان معرفی و تبلیغ می‌شود و مصاحبه با افراد مشهور، به خصوص کمدين‌ها، ممکن است گاه به اين منجر شود که مصاحبه‌گر فقط نقش القاکننده را بازی کند و سؤالات هدايت‌کننده‌ای که به میهمان اجازه اجرای نقش می‌دهد به‌گفت‌وگو بخوراند. اگر برنامه از نوع بلند باشد، ممکن است مصاحبه‌گر تحت فشار واقع شود که پيش از حد آسان گیرد و مصاحبه‌ها ممکن است پيش از آنچه قدر آنهاست طولانی شود. همچنين مهم است که به یاد داشت که آنچه برای مصاحبه‌گر جذاب است ممکن است برای شنوندگان چنین نباشد. ممکن است مصاحبه‌گر بگوید «ما می‌توانستيم تمام روز در اين باره صحبت کنیم» اما آیا شنوندگان هم می‌توانستند آن را تمام روز گوش کنند؟

مصاحبه‌های زنده‌نما^(۱)

گاه ممکن است لازم شود به خاطر محدودیت‌های زمانی مصاحبه‌ای با میهمانی قبلاً ضبط شود، اما به‌منظور حفظ سبک برنامه، طوری به شنوندگان ارائه شود که گویی زنده اجرا می‌شود. اين فن ارائه به نحو گسترده‌ای پذیرفته شده و اين گمان نیست که با اين کار می‌کوشيم شنوندگان را دست بیندازيم یا به آنان حقه بزيم یا دروغ بگويم. پخش مصاحبه‌ای ضبط‌شده با اين مقدمه که شما «قبلاً چنین و چنان گفتيد» ممکن است آن حس اکنون را که یکی از توانمندی‌های رادیوست پاک کند. برنامه مجله‌ای روزانه‌ای را در نظر بگیرید که طی ساعت اول خود سه مصاحبه کوتاه مجزا و در ساعت دوم یک مصاحبه

بلند را مطرح می‌کند که همگی را مجری برنامه ارائه می‌کند و لابلای آنها گزیده‌های موسیقی جا داده شده است. برنامه طوری طراحی شده که زنده و فوری بنماید و به‌طور منفرد به ارائه‌کننده نقش مجری و مهارت‌های مصاحبه‌گری او، بدون هرگونه داستان از پیش بسته‌بندی شده یا ورودی دیگری از مصاحبه‌گران دیگر متکی است. ترتیباتی داده شده تا با میهمان ساعت دوم و دو تا از میهمانان ساعت اول در استودیو مصاحبه زنده شود. سومین مصاحبه قرار است در استودیویی در قسمت دیگر کشور یا حتی خارج از کشور باشد. متأسفانه همیشه ممکن نیست که استودیوی بیرونی یا خط ارتباطی را برای زمانی که شما نیاز به اجرای مصاحبه زنده در داخل برنامه دارید ذخیره کرد، بنابراین ترتیبی برای مجری می‌دهید که مصاحبه را در زمان عملی‌تری قبل از آنکه برنامه روی آنتن برود ضبط کند. مصاحبه ضبط می‌شود به گونه‌ای که گویی در زمان حاضر اتفاق می‌افتد. متن آغازین و سؤال اول حذف می‌شود، به طوری که مصاحبه با نخستین پاسخی که مصاحبه‌شونده داده شروع شود. وقتی زمان پخش مصاحبه می‌رسد، مصاحبه‌گر متن شروع را می‌خواند و سؤال آغازی را می‌پرسد چنانکه گویی مصاحبه‌شونده در آن لحظه خاص در آن سوی خط است. بعد از آن بقیه مصاحبه عیناً پخش می‌شود. راز موفقیت در «زنده‌نما»ها در بعضی فنون ظریف نهفته است:

- مصاحبه باید در همان روز پخش و در همان استودیویی ضبط شود که برنامه زنده از آن پخش خواهد شد و از همان میکروفونی استفاده شود که مجری برای برنامه استفاده خواهد کرد. این کار کمک می‌کند که از تغییرات توجه برانگیز در فضا، لحن یا سطح صداها اجتناب شود.

- متن آغازین باید اندکی مبهم باشد. با گفتن جملاتی مثل «ارتباط با من از استودیوی ما در پاریس، روی خط دکتر مارتین جونز است»، یا «دکتر مارتین جونز همه چیز را درباره این مسئله می‌داند و در استودیوی پاریس ماست»، یا

«دکتر مارتین جونز در استودیوی ما در پاریس، وضعیت بازی در چه حال است؟» شما اظهار نمی‌دارید که او در آن لحظه آنجا حضور دارد.

- وقتی متن آغاز و اولین سؤال را با تدوین حذف می‌کنید، به جای قطع کردن لب به لب به اولین کلمه مصاحبه‌شونده، سکوتی را که حاوی مقداری نوفه خط ارتباطی یا فضای صوتی استودیو است باقی بگذارید، به طوری که وقتی اولین پاسخ پخش می‌شود احساس طبیعی بودن بیشتری بدهد.

- اگر مصاحبه‌حضور هم قبلاً در این استودیو همان طور ضبط شده باشد، مجری باید قبل از شروع پخش پاسخ مصاحبه‌شونده حرکات خواندن متن، خوش‌آمدگویی به میهمان و پرسیدن اولین سؤال را به نحو طبیعی اجرا کند. مجری همچنین باید میکروفون میهمان خود را باز کند و چنانکه گویی میهمان صدای استودیویی خالی مقابل را اشغال کرده است به آنجا نگاه کند. این کار اجرای طبیعی‌نماتری به مقدمه می‌دهد.

این فنون به شراکت در فضای صوتی و جو استودیوی زنده و حفظ احساس قربت و نزدیکی کمک می‌کند.

ترتیب مصاحبه

ساختار برنامه مجله‌ای و ترتیب آوردن مصاحبه‌ها در آن، عناصر مهم در تحویل محتوا به شنوندگان است. ممکن است نیاز باشد مصاحبه‌ها به گونه‌ای سازماندهی شوند که بشود میهمانان حاضر را به داخل یا خارج استودیو راهنمایی کرد، با شرکت‌کنندگان تماس حضوری گرفت و تماس‌های تلفنی برقرار کرد. تصور کنید که در حال تهیه برنامه مجله‌ای نیم ساعته‌ای درباره غذا هستید که شامل شش مصاحبه متفاوت مطابق فهرست زیر خواهد بود، چه ترتیبی را برای قرار دادن هر یک از مصاحبه‌ها انتخاب می‌کنید و دلیل انتخاب‌های شما چیست؟ فرض کنید بعضی از مصاحبه‌ها زنده و بقیه

ضبطی‌اند. آیا مسئله روز و بحث برانگیزی را برای شروع یا پایان برنامه انتخاب می‌کنید آن؟ آیا مصاحبه‌های ضبط‌شده بین دو مصاحبه‌زنده در آغاز و پایان قرار می‌دهید، یا آیا جای مصاحبه‌زنده و ضبط‌شده را عوض می‌کنید؟ آیا اتصالی طبیعی بین یک قلم یا قلم دیگر وجود دارد که دنبال یکدیگر آمدنشان را درست جلوه دهد؟ کدام مصاحبه توجه شنوندگان شما را جلب خواهد کرد و آنان را قانع می‌کند که برای گوش کردن به کل برنامه تأمل کنند؟ (۱) مصاحبه استودیویی زنده‌ای با وزیری در موضوع جدیدترین نگرانی غذایی. طول آن تقریباً چهار دقیقه.

(۲) مصاحبه‌ای ضبط‌شده، مزین به گزیده‌های موسیقی، با ترانه‌سرای محبوب درباره چگونگی تجلیل از غذا در ترانه‌ها. تقریباً به مدت چهار دقیقه و یکی از رشته مصاحبه‌های منظمی که با شخصیت‌های شناخته شده درباره غذا و هنرها تهیه شده است.

(۳) مصاحبه‌های ضبط‌شده با گروهی از دانش‌جویان که دور از خانه زندگی می‌کنند، درباره عادات تناولشان. به مدت تقریباً سه دقیقه.

(۴) بحث زنده درباره انتخاب غذاهایی که به برطرف شدن عوارض فشار عصبی کمک می‌کنند. دو مصاحبه‌شونده؛ یکی در استودیو، دیگری پشت خط از درمانگاه خود. مدت تقریباً پنج دقیقه.

(۵) بسته ضبط‌شده‌ای که مصاحبه‌هایی را ارائه می‌کند با مدیران رستوران‌ها، سوپرمارکت‌ها، بنگاه‌های حمایتی و خیریه‌ها، درباره طرحی برای توزیع غذا میان نیازمندان در سراسر کشور. مدت تقریباً شش دقیقه.

(۶) مصاحبه استودیویی زنده با مورخی درباره روند تحول هوس‌های غذایی در طی سال‌ها. این هفته دهه ۱۹۲۰. تقریباً به مدت پنج دقیقه.

باید خاطرنشان کنم که هیچ پاسخ کاملاً درست یا کاملاً غلطی برای انتخاب‌هایی که می‌کنید وجود ندارد. به هر حال، بعضی از پیشنهادها مناسب‌تر از بقیه خواهند بود.

برنامه‌ای ممکن است فقط یک میهمان را که با او مصاحبه تا حدی عمیق شود مطرح کند. این مصاحبه‌ها ممکن است طیفی را شامل شوند از نوعی که در برنامه تحلیل شبکه ۴ رادیویی بی‌بی‌سی ارائه می‌شد، که به خاطر مصاحبه‌گری‌های عمقی، کاونده، تحلیلی و نقادانه روشنفکرانه مشهور بود، تا مثلاً مصاحبه با هنرپیشه‌ای قدیمی درباره نقشش، در برنامه گپ رادیویی محلی. موضوع یا مصاحبه‌شونده هر چه و هر که باشند، اصول آماده‌سازی باید یکسان باشد. مصاحبه طولانی‌تر تحقیق دقیق‌تر و توجه به اطلاعات مشروح و پیشینه‌ای را می‌طلبد. از منظر نگاه مصاحبه‌گر وقتی می‌کوشد مصاحبه را متمرکز و در عین حال برانگیزاننده و قابلیت تمرکز و گوش کردن خود را مهیا نگهدارد مصاحبه می‌تواند واقعه‌ای هیجان‌انگیز باشد. اگر قرار باشد مصاحبه به درستی ارائه فکر کند، دانستن پیشینه شنوندگان هم مهم است و نباید چنین فرض کرد که همه کسانی که گوش می‌کنند آگاهی یا دانش از پیش انباشته یکسانی درباره موضوع یا شخص مطرح شونده دارند. متن آغازین معرف مصاحبه‌گر باید طوری طراحی شود که نه تنها توجه به مصاحبه در پیش‌رو را برانگیزد، بلکه اطلاعاتی را خلاصه و آماده کند که همه را قادر سازد از نقطه شروع واحدی گوش کنند. برای مثال، من همه رمان‌های ایوان بنکز^(۱) را خوانده‌ام و مصاحبه‌های او درباره کارش را شنیده، خوانده و تماشا کرده‌ام، اما انتظار ندارم همه کسان دیگری که قرار است به مصاحبه‌ای با او گوش بدهند همچون من باشند، بنابراین از مصاحبه‌گر انتظار دارم مقدار کمی از وقت را صرف حداقل آشنا ساختن دیگران با خلاصه‌ای از سوابق یا ارائه گزیده یا مروری بر یکی از کتاب‌های او کند.

1. Iain Banks

مصاحبه با تماس‌گیرندگان تلفنی

شرکت عامه در برنامه‌ای رادیویی از طریق خطوطی تلفنی از سال ۱۹۶۸ شروع شد، یعنی زمانی که ایستگاه رادیویی محلی بی‌بی‌سی در ناتینگام دست به این کار زد. امروزه ایستگاه‌های اندکی هستند که بعضی از شکل‌های تعامل با شنوندگان خود از راه تلفن را نداشته باشند. این شکل‌ها شامل مسابقات، ارتباط ارشادی با متخصصی که در استودیو نشسته، بحث و مناظره و در بعضی ایستگاه‌ها گره‌گشایی شدامد (ترافیک) که افرادی که در شدامد گیر افتاده‌اند از تلفن خودرو یا تلفن همراه به شنوندگان در مورد تأخیرهای احتمالی هشدار می‌دهند.

اگر کمیت یا کیفیت مکالمات نامتناسب باشد مشکلاتی پدید می‌آید. برای ترغیب به تماس تلفنی، باید محورهای بحث برانگیزاننده و به اندازه کافی گسترده باشد تا طرف مراجعه وسیعی داشته باشد؛ میهمان استودیویی باید با اطلاع و خوشخو باشد؛ و مجری یا مصاحبه‌گر مقتدر و بیطرف. در برنامه بانیک راس تماس بگیری در شبکه ۴ رادیو بی‌بی‌سی، از افراد دارای تجربه یا دانش خاص درباره محور آن روز برنامه دعوت می‌شد که تماس بگیرند، و برایان هیز در شبکه ۲ رادیو بی‌بی‌سی اصرار داشت که فقط افرادی با برنامه او تماس بگیرند که بتوانند چیزی به مناظره اضافه کنند و آماده باشند درباره دیدگاه‌ها و عقایدشان مجادله شود.

اگر شرکت‌کننده قادر نباشد برای مصاحبه از طریق خط در استودیوی اصلی یا ماهواره‌ای حاضر شود، کیفیت خط تلفن معمولاً برای مصاحبه‌های ضبطی یا زنده کوتاه یا پاسخی برای قطعه یا لفاظ پذیرفتنی است. برای مصاحبه‌های طولانی‌تر استفاده از تلفن معمولاً نامطلوب است، اما اگر هیچ شیوه دیگری در دسترس نباشد می‌توان از آن، حتی با کیفیت ضعیف اما از نظر فنی در حد قابل قبول، استفاده کرد. اجرای مصاحبه با شخصی از طریق خط تلفن همراه هم کار مخاطره‌آمیزی است.

اهمیت مصاحبه تلفنی غیرزنده را که قبل از پخش صورت می‌گیرد و توسط شخص یا گروهی که به تماس‌ها پاسخ می‌دهند اجرا می‌شود دست کم نگیرید. این کار فقط عبارت از برداشتن گوشی، گفتن نام برنامه و گرفتن نام تماس‌گیرنده نیست. کار اساسی این است که مقداری از مرتب‌سازی و گزینش اولیه تماس‌گیرندگان در این مرحله انجام گیرد. شخص پاسخگو باید به قدر کافی تعلیم دیده و تجربه آموخته باشد که با پرسیدن بعضی سؤالات از تماس‌گیرندگان بتواند مشخص کند که آنچه آنان احتمالاً قرار است بگویند یا بحث کنند چیست؟ این کار بعداً تهیه‌کننده یا مجری را قادر خواهد ساخت که طیف متنوعی از دیدگاه‌ها و تماس‌گیرندگان را برای دادن توازن و ساختار به برنامه تلفنی انتخاب کند. ممکن است لازم هم باشد که تماس‌گیرندگانی را که مشارکت بالقوه غیرمفید دارند و جین کرد. مجریان برنامه تلفنی دوست دارند که بدانند تماس‌گیرنده احتمالاً چه قرار است بگوید تا بتوانند سؤالات پیگیر برای مشارکت در بحث را فراهم کنند، سؤالاتی نظیر: «چرا چنین احساسی دارید؟» و مانند آن. اندکی اطلاع از پیشینه تماس‌گیرنده احتمالاً به مجری کمک می‌کند تا قصه‌ای را که تماس‌گیرنده می‌خواهد بگوید کوتاه کند و وقت بیشتری به او بدهد تا دلایلی را که پشت عقاید، احساسات و طرز تلقی اوست توضیح دهد. بعضی از تماس‌گیرندگان وقت زیادی از پخش را می‌گیرند تا مورد یا وضعیت خود را با جزئیات مشروح توضیح دهند. برای ممانعت از این وضع مجری باید چنین اطلاعاتی را در آغاز سخن با تماس‌گیرنده خلاصه‌وار بگوید: «تماس‌گیرنده بعدی ما مری است. مری، دختر شما در مدرسه از دست بچه‌های بزرگ‌تری که زورگویی می‌کردند آزار می‌دید. آیا دلیل اینکه شما دوست دارید تغییرات اعلام شده را ببینید همین است؟» با خلاصه کردن داستان تماس‌گیرنده در ابتدای صحبت، می‌توانید به نکات اساسی برسید و به آنان وقت بیشتری دهید تا دیدگاه خود را تشریح و بیان کنند.

برای بعضی از مصاحبه‌شوندگانی که عادت به مکالمه تلفنی دارند مصاحبه تلفنی در خلال برنامه تجربه راحت‌تری است، اما مصاحبه‌گران در این‌گونه مصاحبه نمی‌توانند مصاحبه‌شونده را به روش مرئی معمول تشویق غیرکلامی کنند و غالباً به ترغیبات کلامی «متوجهم»، «بله، می‌فهمم» و حتی «اوه، اوه» که به‌طور طبیعی از آن احتراز می‌کنند کشیده می‌شوند.

بعضی از تلفن‌کنندگان ممکن است آگاه نباشند که صدایشان در حال پخش است و فکر کنند که در گپ تحقیقی اولیه‌ای شرکت جسته‌اند و دارند اطلاعات زمینه را فراهم می‌آورند. مهم است آنها را از پخش صدایشان آگاه سازید.

ممکن است تلفن‌کنندگان بین اتاقی که تلفن‌ها در آنجاست و مجری استودیو، گم شوند و این منجر به فاصله سکوت و صرف وقت برای سؤال‌هایی مثل «آقای اسمیت، آیا آنجا هستید؟» یا «آقای جونز، صدای مرا دریافت می‌کنید؟» از سوی مجری مصاحبه شود. اگر برای شما چنین اتفاقی افتاد، تلفن را رها کنید و جمله‌ای مثل این بگویید: «به‌نظر می‌رسد که ارتباط با خانم اسمیت قطع شده است. امیدوارم چند لحظه دیگر بتوانیم با او صحبت کنیم. در این فاصله...»

اگر تماس‌گیرنده از تلفن عمومی صحبت می‌کند، آن را رد کنید. چون ایستگاه برای این تماس هزینه می‌کند و شما روی آنتن به علت تمام شدن پول تماس‌گیرنده و قطع تماس تلفنی در اوج صحبت ناگهان صدای بیب تلفن را نخواهید شنید. داستان‌های فراوانی درباره هر ایستگاه نقل می‌شود که چگونه گزارشگران تقلا کرده‌اند مصاحبه‌هایی تلفنی را که بر اثر پارس سگ تلفن‌کننده، زنگ در خانه، گریه نوزاد یا تداخل صدای شخصی از انشعاب دیگری مختل شده است، اجرا کنند.

اگر شما در برنامه‌ای تلفنی در حال مصاحبه با تماس‌گیرندگان هستید، در برابر این وسوسه که قبل از تمام شدن برنامه با تلفن‌کننده آخری گفت‌وگوی

فشرده‌ای داشته باشید، مقاومت کنید. چنین مکالمه‌ای ممکن است هجومی به نظر آید یا تلفن‌کننده پرحرف باشد و برنامه مقطع به پایان برسد. بهترین کار تمام کردن برنامه با ذکر خلاصه‌ای از گفت‌وگوها یا تشکر از تلفن‌کنندگان و عذرخواهی از کسانی است که فرصت شنیدن صدایشان را در طول اجرا نداشته‌اید.

مصاحبه از طریق ماهواره یا استودیوی راه دور

وقتی شرکت‌کننده‌ای نتواند برای مصاحبه‌ای رودررو به استودیوی اصلی در شهری دیگر سفر کند استودیوهای کوچک خیلی مفید واقع می‌شوند در حال حاضر تعداد کافی از این نوع استودیوها در اطراف مستقر شده‌اند، و تقریباً اتصال به هر نقطه در کشور مقدور شده است. از دیدگاه شنوندگان کیفیت فنی این استودیوها در حدی است که گویی مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده کنار یکدیگر نشسته‌اند.

از دیدگاه مصاحبه‌گر معایب واضحی وجود دارد. مانند مصاحبه تلفنی، در اینجا هم شما نمی‌توانید فرد مقابل را ببینید، بنابراین قادر نیستید با تکان دادن سر یا لبخند او را ترغیب کنید. نه می‌توانید زبان غیرکلامی آنان را مشاهده کنید نه ببینید که آیا از روی یادداشت می‌خوانند یا نه.

اگر دارید مصاحبه‌ای را با دو شرکت‌کننده پیش می‌برید که یکی در کنار شما در استودیوست و دیگری در استودیوی دیگر است، شخصی که از روی خط صحبت می‌کند گاه ممکن است احساس کند که گویی نقش درجه دوم را بازی می‌کند؛ ممکن است احساس کند که از فعالیت موجود در استودیوی اصلی برکنار مانده است و همچنین ممکن است مطمئن نباشد که آیا می‌تواند طی مناظره صحبت را قطع کند یا به میان صحبت برود یا نه.

خطر اختلال توسط شخصی که وارد اتاق شود یا کسی که اتصال بین دو

استودیو را قطع کند نیز وجود دارد. در استودیوی بدون مستصدی از مصاحبه‌شونده انتظار می‌رود که خود تجهیزات را راه‌اندازی کند، بنابراین ممکن است اشتباه بکند. مشکل وقتی بروز می‌کند که شرکت‌کننده نتواند کلید روشنایی یا کلید منبع تغذیه اصلی را پیدا کند یا وقتی که تلفن را قطع کند حتی با وجود اینکه به او گفته شده باشد که چه کند و در پایان مصاحبه، در شتابی که برای بیرون رفتن دارد ممکن است فراموش کند برق تجهیزات استودیو را قطع کند.

مصاحبه از طریق خودروی رادیویی

بیشتر ایستگاه‌های رادیویی برای پخش کردن مصاحبه‌های زنده از محل یا برنامه‌هایی که به‌طور کامل از بیرون استودیو پخش می‌شوند و نیز برای فراهم کردن ارتباط زنده با شرکت‌کننده، اعم از مصاحبه‌شونده، وابسته خبری یا گزارشگر در محل از خودروی رادیویی استفاده می‌کنند. معمولاً نام و فرکانس دریافت صدای ایستگاه را روی بدنه خودرو نقش می‌کنند که بدین ترتیب با حرکت خودرو از محلی به محل دیگر در حوزه عمل ایستگاه برای آن تبلیغ هم می‌شود. مهم است که خودرو را با ملاحظه و رعایت مقررات و با احتیاط برانند، چراکه رفتار این خودرو قسمتی از تصویر ذهنی عموم از ایستگاه را تشکیل می‌دهد. قابل توجه‌ترین نشانه خودروی رادیویی تیرک دکل فرستنده است که از سقف خودرو بیرون زده است؛ وقتی خودرو را می‌رانند تیرک را به داخل می‌دهند و برای ارسال علائم به ایستگاه به‌منظور پخش زنده یا ضبط مواد برنامه‌ای در پایگاه هر زمان می‌توان آن را بیرون کشید و امتداد داد.

خودروی رادیویی تسهیلات لازم برای ارسال قطعه ضبط‌شده با دستگاه ضبط صوت دستی به روی آنتن را دارد. مثلاً شما برای اجرای مصاحبه‌ای زنده به جایگاهی می‌رسید اما نمی‌توانید خودرو و در نتیجه میکروفون را به‌اندازه

کافی به محل کار نزدیک کنید، در این حالت مصاحبه شونده را هم می‌توانید به کنار خودرو ببرید. مواقعی هم هست که علائم ارسالی از این جایگاه برای پخش به اندازه کافی قوی نیست. در این حالت مصاحبه را در محل، یا به یاد داشتن این نکته که قطعه تدوین نخواهد شد با ضبط صوت دستی ضبط می‌کنید؛ سپس می‌توانید آن را به خودرو ببرید و به تجهیزات آن متصل و هرگاه لازم شد پخش کنید. اطمینان یابید که باتری‌های ضبط بار کافی دارند و گرنه هنگام پخش نوار، ضبط صوت کند کار خواهد کرد یا به کلی متوقف خواهد شد. اگر علائمی که از خودرو می‌فرستید به قدر کافی قوی نباشد، خودرو را به محل دیگری برانید، زمین بلندتر معمولاً نتیجه بهتر می‌دهد و مصاحبه ضبط شده خود را از آنجا پخش کنید.

چیدن صندلی برای بحث یا مناظره

اگر از تعدادی مصاحبه شونده برای شرکت در بحث میزگرد دعوت می‌کنید، به همان نحو که می‌کوشید برای سؤالاتان پاسخ به دست آورید ممکن است خود را ملزم ببینید که صندلی هم بچینند. این به معنای کسب اطمینان از این امر می‌تواند باشد که همه میهمانان فرصت برابر برای صحبت به دست آورند و مناظره به نحو عادلانه و بی‌طرفانه اداره شود.

وقتی با میهمانان برای مباحثه قرار می‌گذارید، اطمینان پیدا کنید که هر کدام درباره اینکه بحث درباره چه قرار است باشد، چه کسانی در آن شرکت خواهند داشت و چه دیدگاه‌هایی را عرضه می‌کنند کاملاً توجه شده باشند. هیچ چیز را به این امید که وقتی اطلاعات همان هنگام پخش بر ملا شود مصاحبه را باروح خواهد کرد مخفی نکنید. بسا یک نفر فریاد اعتراض سر بدهد و به شهرت و موقعیت شما لطمه بخورد. بهترین کار این است که بگذارید میهمانان هر چیز جدلی را خود مطرح کنند.

همیشه در جهت جلب شنونده، این میل که البته باید از آن اجتناب هم کرد، وجود دارد که مصاحبه روی خوش‌بین‌ترین فرد متمرکز شود، کسی که آرام و بدون صحبت می‌کند، کسی که به نظر می‌رسد حساس و منطقی است و مختصر و آگاهانه پاسخ می‌دهد.

اگر یکی از میهمانان شما عادت دارد پاسخ‌های نامربوط بدهد، سعی کنید در محل مناسبی کلامش را با گفتن اینکه «نکته جالبی را مطرح کردید» یا «شما متذکر شدید که...»، قطع کنید و به میهمان دیگر رو کنید و بگویید «شما در این باره چه نظری دارید؟» یا «به این نکته چه جوابی می‌دهید؟» این موجب برقراری مجدد کنترل شما بر بحث خواهد شد، موفق به قطع کلام مؤدبانه‌ای می‌شوید، تمرکز مکالمه را از میهمان پیرشان‌گو برمی‌دارید و مناظره را به پیش می‌برید.

همین شیوه قطع کلام سخنگویان برحرف را می‌توان اتخاذ کرد و برای ترغیب شرکت‌کنندگان کم‌سخن‌تر به کار برد تا مشارکت بیشتری داشته باشند. یکی همیشه می‌خواهد آخرین کلمه را بگوید. چنین افرادی بدین ترتیب تأثیر نهایی را در ذهن شنوندگان باقی خواهند گذاشت. خوب است برای ایجاد توازن، عدالت و مردمداری چند ثانیه‌ای را در اختیار مصاحبه‌گر بگذارید که دور بحث را جمع کند و آن را به نرمی خاتمه دهد.

وقتی در جایگاه اداره می‌زگرد قرار دارید همان شیوه‌هایی را به کار ببرید که هنگام مصاحبه به کار می‌برید. با حرکت مثبت به نفر بعدی که می‌خواهید در ادامه بحث با او صحبت کنید علامت بدهید؛ به کسانی که در حال صحبت‌اند توجه نشان بدهید و با تکان دادن سر و غیره ترغیبشان کنید؛ درباره سؤالاتی که می‌خواهید بپرسید یادداشت بردارید؛ نگذارید دو نفر یک مرتبه با هم صحبت کنند؛ یک چشم‌تان به ساعت باشد؛ و اطراف مذاکرات را جمع کنید به طوری که به نحو مرتبی خاتمه یابد.

مصاحبه‌های «صدای توده»

بعضی از مصاحبه‌گران گرفتن مصاحبه‌های صدای توده را بسیار دوست دارند و بعضی از آن بدشان می‌آید. برای اینکه مصاحبه‌گر صدای توده موفق‌تر باشید باید پوست کلفتی بازاریابان و سماجت فروشندگان دوره‌گرد را داشته باشید. مانند بازاریابی که در جست‌وجوی نظر عامه است شما هم باید آمادگی داشته باشید که بعضی از افراد شما را نادیده بگیرند، از شما پرهیز کنند یا بدزبانی کنند. متوقف کردن مردم به‌طور تصادفی در خیابان و پرسیدن دیدگاه‌ها یا عقایدشان برای چنین قطعه کوتاهی از وقت پخش کار دشواری است. موضوعاتی مانند «وجود خداوند» برای مکالمات گوشه خیابان موضوع خوبی نیستند، اما مثلاً «مقررات خرید روز تعطیل» موضوع خوبی است. گردآوری عقاید اولیه درباره واقعه خبری مهم ممکن است مشکل باشد، چرا که شاید مردم واقعه را نشنیده باشند یا وقت کافی برای شکل دادن عقاید یا حتی واکنش‌های خود نیافته باشند. به یاد داشته باشید، صدای توده عکس فوری مصوری است، نه پیمایشی معین و بهترین کار این است که به یک قطعه یا برنامه به‌عنوان بافت اضافه شود، نه اینکه از آن به‌صورت دلیلی برای برجسته کردن موضوع تحت بحث استفاده شود. اگر شما به‌عنوان خبرنگار مستقل کار می‌کنید، صدای توده‌ها از حیث مالی می‌توانند ویرانگر باشند، چون اگر روال منظمی نداشته باشید که با دور گشت سریعی ماده کارتان را تولید کنید، وقت خیلی زیادی از شما خواهند گرفت؛ و اگر فقط بابت آن مقداری که قابل پخش می‌شود پول دریافت می‌کنید، ورشکسته‌تان خواهند کرد. چند نکته دیگر:

- بکوشید و از سردبیری که به شما صدای توده سفارش می‌دهد بخواهید که مصاحبه بلندتر دیگر یا بسته‌ای که بتوانید در همان محل و همان زمان ضبط کنید، بدهد.

- تک تک کلمات سؤالی را که می‌خواهید پرسید دقیقاً انتخاب کنید. سؤال

باید باز باشد، آخرین چیزی که می‌خواهید بگیرید رشته‌ای از جواب‌های آری یا نه است.

- محل ضبط را با دقت انتخاب کنید. فروشگاه نوشیدنی جای مناسبی به نظر می‌رسد، اما توجه داشته باشید که در چنین جایی ممکن است کلامی نامفهوم، همراه با فریاد و سروصدای زیاد در زمینه آن گیرتان بیاید. شاید محوطه‌ها و بازارچه‌های کنار پیاده‌روها مناسب باشند، اما بیرون از آنها مستقر شوید و گرنه صدای موسیقی در حال پخش از مغازه‌ها و صداهایی که مردم را مخاطب قرار می‌دهند، صدای ضبط‌شده را خراب خواهد کرد. در پیاده‌روها از تقاطع‌هایی که علائم چشمک‌زن دارند دور بایستید، مطمئن باشید که در آنجا روی ضبط شما نوفه ایجاد خواهد شد و خواهید دید که حذف آن دشوار است. از هر محلی که نوفه زمینه آن تقریباً تکرار شونده است و در واقع نقاط برش تدوین شما را خیلی مشخص خواهد کرد اجتناب کنید، چون هنگام تدوین آن در هر نقطه مصاحبه، در همان نقطه نوفه زمینه را هم حذف می‌کنید؛ نمی‌توانید این دو را جدا از هم تدوین کنید.

- سعی کنید مصاحبه‌هایتان را در محل‌های متنوع ضبط نکنید. ممکن است نوفه‌های زمینه در هر محل با محل دیگر فرق داشته باشد، که وقتی می‌خواهید تکه‌ها را به هم بچسبانید جلب توجه می‌کند.

- سعی کنید محلی را که انتخاب می‌کنید متناسب با موضوعی باشد که دارید درباره آن سؤال می‌کنید. برای مثال اگر می‌خواهید درباره عادات قرائت مصاحبه بگیرید با اشخاصی که در حال ترک کردن کتاب‌فروشی یا کتابخانه‌ای محلی هستند صحبت کنید. حداقل این است که احتمال اینکه ضبطی انجام دهید بیشتر می‌شود چون این اشخاص با موضوع آشنا و برای مصاحبه با شما آماده خواهند بود. در محلی که خیلی ساکت یا فاقد تشخیص باشد نباید مصاحبه کرد، در غیر این صورت می‌شد به جای بیرون رفتن ترتیب ضبط مصاحبه را در استودیو داد.

- تصمیم بگیرید که چگونه به «شکار» خود دست پیدا کنید. شاید خوب نباشد که همین طوری میکروفون را جلوی صورتشان ببرید و سؤالتان را بپرسید. وقتی نزدیک می‌شوید میکروفون را کنارتان گرفته باشید. لازم است اولین بازی شما کوتاه و ساده باشد، مثلاً، «سلام، من از رادیو افام هستم. می‌توانم با شما درباره... صحبت کنم / نظر شما را درباره... بپرسم / از شما بپرسم درباره... چه فکر می‌کنید؟» همین که موافقت را گرفتید، میکروفون را بالا بیاورید و سؤالتان را بپرسید.

- دستگاه ضبط صوت‌تان را در حالت ضبط بگذارید و دکمه مکث را بزنید تا در وقت صرفه‌جویی کنید و سرعت فرایند ضبط را افزایش دهید. این شیوه برای متوقف کردن ضبط صحبت آدم‌های سمجی که ول کن صحبت نیستند هم مفید است. ممکن است در قطعه‌نهایی بخواهید صدای خودتان را هم بیرون بیاورید، در این صورت برای صرفه‌جویی در وقت در هنگام تدوین ضبط کردن را بعد از پرسیدن سؤالتان شروع کنید.

- همین‌طور که دارید صدای توده را جمع می‌کنید محتوا را در ذهنتان تدوین و مرتب کنید.

- در پی تنوع زیاد دادن به طیف صداهایی که جمع می‌کنید باشید، مرد و زن، جوان و پیر. به خاطر داشته باشید، اگر تصمیم بگیرید صدای توده را ساعت ده صبح در ناحیه خرید تهیه کنید به بیشترین احتمال با خریداران، فروشندگان و عابران آن ناحیه روبه‌رو خواهید شد. برای ضبط کردن آمادگی انعطاف به زمان و موقعیت را داشته باشید.

- امیدوار باشید و کوشش کنید که طیف وسیعی از عقاید را به دست آورید، و در قطعه تدوین شده‌نهایی اظهارات له و علیه را به گونه‌ای تنظیم کنید که دیدگاه‌های بیان شده ترکیب خوبی پیدا کنند و به نحو عادلانه و جفت شده‌ای متوازن باشند.

- به خاطر بسپارید که مقداری از توفه زمینه را در محل ضبط کنید تا در زیر صداهایی که جمع کرده‌اید قرار دهید. این کار حس در مکان بودن قطعه را می‌دهد و احتمالاً هرگونه ویرایش غیرظریف را نامحسوس می‌کند.

- فقط جواب‌هایی را انتخاب کنید که در بار اول شنیدن مفهوم باشند، اما هیچ‌گونه نکته فکاهی یا خنده‌ای را که ممکن است در بین صحبت‌ها باشد حذف نکنید.

- مدت پاسخ‌ها را در جهت جذاب کردن ضرابهنگ قطعه تغییر دهید.

- کنار هم چسباندن پاسخ‌ها را برای دادن ساختار و بدنه به صدای توده تجربه کنید. سعی کنید ضربه شروع را با عقیده‌ای که خوب بیان شده و قویاً احساسی است بزنید و با یک مثلاً یادداشت سبک‌تر به پایان ببرید.

- صرفاً اینکه صدایی را یک بار در صدای توده استفاده کرده‌اید، دلیل نمی‌شود که نتوانید آن را دوباره در همان قطعه به کار ببرید. من یک بار سه تکه از صحبت جوانکی را استفاده کردم چون حرف زیادی برای گفتن داشت، به‌طور طبیعی بشاش بود و صدای واضحی داشت: تصمیم گرفتم از همه این ارزش‌هایش استفاده کنم.

مجموعه‌ای از جواب‌ها به سؤالی باز و خیلی عمومی مثل «درباره پیشنهادهایی که برای بستن راه عبور و مرور خودروها از خیابان نورت شده چه فکر می‌کنید؟» که از طیفی از مردم پرسیده شده در شکل نهایی صدای توده جلو روند چیزی شبیه این خواهد شد:

[سر و صدای رفت و آمد خودروها پایین می‌آید.]

صدای ۱ تصور می‌کنم فکر خوبی است. قطعاً از وضع حالا کمی کم سروصداتر خواهد شد.

صدای ۲ خوب، این کار ایمنی را برای افراد مسن و مادران بچه‌دار کمی بیشتر می‌کند. تعجب می‌کنم که تاکنون حوادث جدی اتفاق نیفتاده است.

صدای ۳ فکر وحشتناکی است. اگر مردم نتوانند به سمت بالای خیابان برانند کسب و کار نابود می‌شود. وانت‌هایی که جنس تحویل مغازه‌های طول خیابان می‌دهند چه کار باید بکنند؟

صدای ۴ رفت و آمد و سائط نقلیه از یک قرن قبل در این خیابان شکل گرفته است. اگر حالا آن را متوقف کنند هویت محل تخریب خواهد شد.

صدای ۵ فکر می‌کنم آن‌ها باید جلوی رفت و آمد و سائط نقلیه را از کل مرکز شهر ببندند، اما مهم نیست که من چه می‌گویم، آن‌ها به هر صورت هر کاری را که بخواهند انجام خواهند داد، این طور نیست؟ (صداهای خنده)

[سر و صدای رفت و آمد خودروها بالا می‌آید.]

۸

بعد از مصاحبه

بعد از پایان یافتن مصاحبه کارهای دیگری باید انجام شود

اگر مصاحبه به صورت زنده و در استودیو بوده باشد، فقط می‌ماند که میهمانان را تا در خروجی مشایعت، از او تشکر و با او خداحافظی کنید. به هر حال، مطمئن شوید که شماره تماس و نشانی برای صحبت مجدد احتمالی با او را داشته باشید. اگر مصاحبه درباره، برای مثال، گروه یا رویدادی حمایتی بوده باشد، ممکن است بعد از پخش آن شنوندگان سؤالاتی تلفنی داشته باشند، بنابراین نشانی و تلفنی که شنوندگان بتوانند برای کسب اطلاعات بیشتر یا روشن کردن جزئیات با آن سازمان تماس بگیرند دریافت کنید.

اگر مصاحبه‌ای استودیویی برای پخش آتی ضبط کرده باشید، لازم است قبل از سررسید پخش، که ممکن است چند دقیقه یا چند روز بعد باشد، شروع کنید به فکر کردن درباره تدوین نوار و نوشتن متن گفتار برنامه.

بازپرداخت‌ها^(۱)

اگر در هنگام ضبط مصاحبه خود شما یا شرکت‌کننده مصاحبه از پاسخ خاصی

راضی نباشید، این گزینه وجود دارد که سؤال و جواب را قطع کنید، مکث کنید و آن سؤال و جواب را از سر بگیرید. برای حفظ ضرباهنگ و جریان عمومی مصاحبه بهترین بازپرداشت در همین نقطه است. سعی کنید به مصاحبه‌شوندگانتان اطمینان مجدد دهید که علت نیاز شما به بازپرداشت ناتوانی یا اشتباه آنان نیست.

اگر در پایان مصاحبه تصمیم گرفتید قسمتی از آن را بازپرداشت کنید، به خاطر داشته باشید که ممکن است صدای شرکت‌کننده و حتی خودتان از حیث حجم، لحن یا سرعت تغییر کرده باشد؛ یا وضع شرکت‌کنندگان در مقابل میکروفون اندکی تفاوت کرده باشد؛ یا شرکت‌کننده شما اکنون در حالت استراحت باشد و به سؤالات شما با حالت متفاوتی برخورد کند. به علاوه، هر بازپرداستی را باید با تدوین مناسب در جای خودش در قطعه قرار داد و در این کار ممکن است با قسمت‌های مجاور از حیث صورت هم‌بافت نشود و شنوندگان متوجه تدوینی بودن آن قسمت شوند. اینکه مصاحبه در استودیو اجرا شده باشد راهنمایی می‌کند که حداقل صدای محیط زمینه باید در طول مصاحبه یک‌دست باشد.

بازشنوی^(۱)

پیش از آنکه مصاحبه‌شونده شما را ترک گوید یا شما از آنها دور شوید، اقدامی اساسی این است واریسی کنید که مصاحبه ضبط شده باشد؛ اگر نشده باشد یا اشکال دیگری پیش آمده باشد که موجب شود آنچه ضبط کرده‌اید غیرقابل استفاده شود، چاره دیگری ندارید مگر آنکه عذرخواهی کنید و ضبط را دوباره انجام دهید. در واقع فقط لازم است یکی دو دقیقه آخر را واریسی کنید.

در این مرحله در برابر وسوسه بازشنوی کل نوار مقاومت کنید، چون مصاحبه‌شنوندگان شما از آنچه می‌شنوند راضی نخواهند بود و درخواست خواهند کرد که کل مصاحبه و حتی بدتر از آن، قسمت‌هایی از مصاحبه، ضبط مجدد شود.

قبل از آنکه برای تدوین مصاحبه بنشینید، کل آن را گوش کنید و قسمت‌هایی را که باید حذف کنید یادداشت نمایید.

تدوین

اگر مصاحبه‌ای را روی نوار، نوار کاست یا لوح^(۱) ضبط کرده باشید، غالباً لازم است قبل از پخش آن یا استفاده از آن در قطعه ضبط‌شده بلندتر دیگری مثل بسته^(۲) یا ویژه^(۳) آن را تدوین کنید. مصاحبه‌های ضبط‌شده به دلایل زیر ویرایش (تدوین) می‌شوند:

- برای حذف اشتباهات و ماده ناخواسته؛

- برای تغییر مدت مصاحبه با برون‌ویرایی^(۴) یا درون‌ویرایی^(۵) مواد؛

- برای تغییر ترتیب سیر مصاحبه از طریق جابه‌جا کردن قسمت‌ها؛ ممکن است اگر اولین پاسخی که دریافت کرده‌اید در پایان مصاحبه قرار گیرد تأثیر نهایی بهتری داشته باشد.

- برای بهره‌برداری خلاقانه از ماده مصاحبه، شاید در تولید بسته یا مستند. بعد از دهه ۱۹۵۰ با اختراع نوار مغناطیسی پلاستیک برای ضبط صدا، تدوین سریع و دقیق مقدور شد. در حال حاضر چهار روش برای تدوین وجود دارد:

1. Disk

2. Package

3. Feature

4. Edit Out

5. Edit In

تدوین رقمی^(۱)

این روشی نوایرانگر در تدوین صوتی است. چنین صفتی بدین خاطر به این روش داده شده که شما روی ضبط اولیه کار نمی‌کنید، بلکه روی کپی آن کار می‌کنید. مصاحبه روی رایانه‌ای که بسته نرم‌افزاری تدوین صدا روی آن نصب شده ریخته می‌شود. این کار باید در وقت وقوع انجام شود، تا درخصوص ماده‌ای که برای تدوین در رایانه قرار می‌دهید قدرت گزینش داشته باشید. این کار بهتر از آن است که تمام نوار ضبط‌شده را گوش کنید، و یعنی اینکه شما فقط با ماده‌ای که می‌خواهید از آن استفاده کنید کار خواهید کرد و وقت خود را صرف حذف ماده‌ای که فعلاً نمی‌خواهید آن را استفاده کنید نخواهید کرد. نمایش مرئی صوت به شکل طرحی موجی روی صفحه نمایشگر ظاهر می‌شود و می‌توانید صدای واقعی را از طریق گوشی یا بلندگو گوش کنید. با استفاده از موشی^(۲) برای قرار دادن مکان‌نما روی نمایشگر، می‌توانید اجزای نامطلوب را حذف کنید یا با تغییر مکان آن اجزایی ماده ضبط‌شده را تنظیم مجدد کنید. لذت این روش در آن است که می‌توانید هر یک از ویراسته‌ها را در صورتی که از نتیجه آن راضی نباشید منتهی کنید. این وسوسه وجود دارد که تمام وقتتان را صرف تماشای صفحه نمایش کنید، اما مداوماً به‌خاطر بیاورید که در حال تدوین صدا هستید، یعنی چیزی که شنوندگان فقط آن را می‌شنوند و وقت بگذارید که با برگرفتن چشم از صفحه فقط قطعه را گوش کنید. ویراسته‌هایی یا در صورتی که رایانه به استودیو متصل باشد، مستقیماً از رایانه پخش می‌شود یا روی نوار، کارت یا مینی‌دیسک کپی می‌شود و به استودیو برده می‌شود تا از آنجا پخش شود. این دوبله کردن، مانند ریختن در رایانه، باید در زمان وقوع صورت گیرد.

تدوین قیاسی یا پیوندی^(۱)

این فرایند شامل علامت‌گذاری نقطه تدوین با مداد چاینی‌گراف (روغنی)، بریدن نوار ضبط‌شده به وسیله تیغ یک لبه، کنار گذاشتن ماده ناخواسته و چسباندن مجدد دو سر نوار با نوار چسب. اگر مصاحبه اولیه روی نوار حلقه باز ضبط شده باشد نیاز ندارید ماده را دوبله کنید بلکه می‌توانید کار را با این روش شروع کنید و بعد از آنکه تدوین آن را به این روش به پایان بردید، مستقیماً آن را به پخش بسپارید. اگر در مورد قسمتی از تدوینتان تغییر عقیده بدهید باید قبل از آنکه فرایند را ادامه دهید نوار چسب را بردارید و تکه نوار اولیه را که دور انداخته‌اید سر جایش قرار دهید. در این صورت اگر نوار ویرایش شده را همراه بقیه اضافات روی زمین انداخته باشید دردسر خواهید داشت.

دوبله کردن^(۲)

برش دادن نوار کاست توصیه نمی‌شود. اگر بخواهید نواری را که با ضبط صوت تهیه شده تدوین کنید لازم است ماده آن را برای تدوین پیوندی روی نوار حلقه باز و برای تدوین رقمی روی رایانه دوبله یا منتقل کنید. تمام ماده ضبط‌شده را دوبله نکنید و فقط قسمت‌هایی را که برای پخش در نظر دارید دوبله کنید. همچنین می‌توانید تکه‌ای از مصاحبه روی کاست را اگر احتیاج به مرتب کردن نداشته باشد عیناً برای پخش روی کارت منتقل کنید. این کار را می‌توان با کاست‌های معمولی، دی‌آی‌تی و مینی دیسک انجام داد.

بُر زدن^(۳)

این اصطلاح وقتی به کار می‌رود که به تدوین ماده روی ضبط مینی دیسک

1. Analogue or Splice Editing

2. Dubbing

3. Shuffling

ارجاع کند، که این کار می‌تواند کاربر را قادر سازد که ماده را روی دیسک از نوار مرتب کند یا هر قسمت ناخواسته را پاک کند. شاید، این کار به معنی درست کلمه تدوین نباشد بلکه بیشتر کشاندن ماده به ترتیب مورد نظر یا پاک کردن آن است. اما بسیار مفید است، چون مصاحبه‌گر را قادر می‌سازد تا قبل از بازگشت به استودیو برای ریختن ماده تدوینی خام روی رایانه یا دوبله کردن آن برای تقطیع فرایند آن را آغاز کنند. این کار مقدار زیادی وقت را صرفه‌جویی می‌کند.

فارغ از اینکه چه شیوه‌ای را برای تدوین مصاحبه خود انتخاب کنید، ملاحظات تدوینی یکسانی وجود دارد:

- باید به مصاحبه‌شوندگان بگویید که مصاحبه قبل از پخش تدوین خواهد شد.

- برای شنوندگان، نتیجه باید به نحوی باشد که گویی هرگز تدوینی صورت نگرفته است.

- مصاحبه باید منصفانه تدوین شود به طوری که حس و روح آنچه بیان شده همچنان دست نخورده بماند.

- ضرباهنگ گفتار ضبط اولیه باید حفظ شود.

همچنین لازم است سیستم و عاداتی خاص در خودتان ایجاد کنید:

- به سررسید مهلت پخش توجه داشته باشید و یک چشمتان به ساعت باشد. تصمیمات تدوینی شما هم تحت سلطه سررسید پخش و هم طول مدت سهم زمانی است که به شما داده‌اند.

- برای آسان شدن کار، تدوین معمولاً از شروع یک جمله، ترجیحاً در مکتبی که قبل از آغاز کلام است صورت می‌گیرد. اگر لازم دیدید که از میان جمله تدوین کنید، بکشید کلمه‌ای پیدا کنید که با صوت مثبت و روشنی مانند صدای حروف ب، پ یا س شروع شود. اگر خودتان را مجبور دیدید که از

وسط کلمه تدوین کنید و نیمه اول کلمه‌ای را به نیمه دوم کلمه دیگری بچسبانید باز هم این اصوات مفیدند.

- توجه داشته باشید که اشخاص نفس می‌کشند. اگر نفس‌ها را بیرون بیاورید کلمات آنان آنقدر به یکدیگر نزدیک می‌شوند که مشابه طرح‌های گفتار طبیعی به نظر نمی‌آیند. به هر حال، نفس‌های موجود در اضافات حذف شده مصاحبه برای جاهایی از قطعه‌تان که آن را ویرایش کرده‌اید اما طبیعی به نظر نمی‌رسد قابل استفاده‌اند.

- اگر مصاحبه‌شونده‌تان لکنت داشته باشد چه می‌کنید. آیا باید بکوشید آن را از جوابش حذف کنید؟ پاسخ اساساً منفی است، اما اندکی دستکاری و مرتب کردن قابل قبول است. به هر حال، اگر قطعه درباره لکنت زبان است بگذارید همان طور بماند. همین رفتار را با کسی که بسیار «ام» یا «ا!» یا «می‌دانید» می‌گوید داشته باشید. مصاحبه‌شنوندگان شما یا هر کسی که آنان را می‌شناسد تفاوت را خواهند شنید، بنابراین نباید مشخصه فردی را که صحبت او را تدوین می‌کنید تغییر دهید.

- ممکن است تدوین مصاحبه اگر نوفه زمینه بلند باشد مشکل بنماید. ممکن است متوجه شوید که قسمت گفتار به‌طور طبیعی جریان دارد و به‌نظر می‌رسد، اما تغییرات زمینه، مانند همهمه شُدامد یا موسیقی، محل تدوین را برملا می‌کند. اگر خود را در چنین شرایطی یافتید، می‌توانید بکوشید که نقطه تدوین نزدیک به اولین کلمات جمله‌ای تازه یا روی صدای زمینه بلندی باشد. اگر این کار مؤثر نبود، به جست‌وجوی نقطه مناسب دیگری برای تدوین پردازید.

- قبل از آنکه تصمیم‌گیری را برای آنکه چه باقی بماند و چه دور انداخته شود شروع کنید برای گوش کردن به کل ماده ضبط‌شده‌تان وقت بگذارید. قبل

از تدوین ظریف^(۱) تدوین درشت^(۲) انجام دهید. به جای اینکه از حذف قسمت‌هایی که نمی‌خواهید از آن استفاده کنید شروع کنید، از انتخاب قسمت‌هایی از مصاحبه که می‌خواهید آن را نگهدارید آغاز کنید. ممکن است قسمت‌های جدا شده ماده مفیدی برای نوشتن متن گفتار برنامه و پیوندهای^(۳) آن برای شما فراهم کنند. در خاطر خودتان نگهدارید که به چه دلیل دارید قطعه را تدوین می‌کنید، آیا فقط برای مرتب کردن آن است یا برای اندازه کردن آن سهم زمانی اختصاص داده شده یا برای شکل دادن خلاقانه ماده؟ اگر روی هدف متمرکز نمایند روی محصول نهایی اثر خواهد گذاشت.

برای اینکه تدوینگر خوبی باشید، فارغ از اینکه کدام شیوه تدوین را برگزینید، لازم است سریع و دقیق باشید. همین که به شما نشان دادند که چگونه این کار را انجام دهید، هرچه بیشتر تا آنجا که می‌توانید مهارت‌های خود را افزایش دهید، چرا که این تنها راه برای زبردست‌تر شدن است.

انتخاب تکه‌ها^(۴)

- منظور از مصاحبه را به خودتان یادآوری کنید.

- درباره پیامی که مصاحبه‌شونده شما می‌کوشید منتقل کند بیندیشید.

- ساختار مصاحبه آماده شده شما باید به سؤالات کی، چه، کی و غیره، به

مناسب‌ترین ترتیب پاسخ بدهد.

- گوهرهای کوچکی که در کلام مصاحبه‌شونده می‌درخشند کدام‌اند؟

- کدام قسمت‌های مصاحبه را می‌توان در متن نوشته چکیده تر تلخیص

کرد؟

1. Fine

2. Rough

3. Link

4. CHOSSING CLIPS

- کدام ماده برای درج در متن معرفی مصاحبه یا اعلام پس از مصاحبه مفید خواهد بود؟

- چه نوع محدودیت‌های زمانی اعمال می‌شود، آیا از شما خواسته شده تکه‌ای چهل ثانیه‌ای تهیه کنید یا چندین تکه برای قطعه‌ای بزرگ‌تر؟

مدیریت^(۱)

- به یاد داشته باشید که جزئیات کامل مصاحبه شونده و شماره تماس جدید او را برای مراجعات آینده به دفتر تماس‌های خود اضافه کنید.

- اگر با مصاحبه شونده قرار گذاشته‌اید که زمان پخش مصاحبه را به او یادآوری کنید، به یاد داشته باشید که تلفنی بزنید. خاطر نشان کنید که مصاحبه برای چه برنامه، تاریخ و ساعت خاصی پیش‌بینی شده است، اما متذکر شوید که هر اتفاقی ممکن است بیفتد و ممکن است تهیه کننده یا سردبیر برنامه‌ریزی پخش آن را تغییر دهند.

- اگر برگزیده‌هایی از موسیقی‌های ضبط شده تجاری را مورد استفاده قرار داده‌اید ممکن است لازم باشد فهرستی از آنها را با ذکر جزئیات موسیقی استفاده شده و دیگر اطلاعات برچسبی تهیه کنید.

- اگر مصاحبه با سیاستمداری یا دست‌اندرکار حزبی باشد و قرار باشد طی فاصله زمانی انتظار برای انتخابات پخش شود ممکن است لازم باشد «فهرست یادداشت انتخاباتی» تهیه کنید.

نوشتن متن گفتار معرفی^(۲) برای مصاحبه

متن گفتار مصاحبه معرفی‌نامه مکتوبی برای مصاحبه زنده یا ضبط شده است

که مصاحبه گر آن را می خواند. این متن باید مقدمه ای اطلاعاتی و در عین حال تخیل انگیز درباره موضوع مصاحبه و مصاحبه شونده باشد. این متن پیش غذایی قبل از غذای اصلی است و برای شنوندگان باید مانند نمک چش عمل کند. فکر واقع در پشت گفتار معرفی مصاحبه جلب توجه شنوندگان و متمایل کردن آنان به شنیدن بیشتر است. این متن همچنین باید به شنوندگان اطلاعات مهمی را که آنان را قادر می سازد تا مصاحبه را بفهمند عرضه کند، برای مثال زمینه ماجرا، نام و عنوان مصاحبه شونده و غیره. برای سبک و مدت این نوشته از سبک رایج ایستگاه رادیویی خود تبعیت کنید. بعضی ایستگاه ها هیچ رهنمودی نمی دهند، ولی بعضی دیگر ممکن است، برای مثال، فقط اجازه سه سطر متن بدهند و برای بعد از مصاحبه هم نوشته ای لازم ندانند. بد نیست به خاطر داشته باشید که متن گفتار معرفی مصاحبه، به خصوص متنی که شرکت مصاحبه شوندگان در برنامه به طور زنده را معرفی می کند، ممکن است به نحوی زیرکانه به شنوندگان برساند که به نظر شما آنان چگونه باید آنچه را که میهمان شما می گوید دریافت نمایند. این گفتار ممکن است درباره شخصیت شرکت کننده شما یا موضوع بحث نیز فرضیاتی بسازد، که باز روی چگونگی دریافت شنوندگان از آنها تأثیر خواهد گذاشت. اگر معرفی شما به عنوان عدم تأیید تعبیر شود ممکن است ناخواسته شنوندگان را تشویق به «هو» کردن میهمانتان کنید، آن گونه که مخاطبان نمایش پانتومیم از ظاهر شدن نقش منفی در صحنه استقبال می کنند.

تا وقتی تدوین مصاحبه را تمام نکرده اید نوشتن متن گفتار معرفی مصاحبه را شروع نکنید. نوشتن گفتار را به دقیقه آخر نگذارید. برای تکمیل آن وقت بگذارید، چون باید درباره متن گفتار معرفی فکر شود و ممکن است تلاش هایی برای خوب از کار درآمدن آن لازم باشد.

نوشتن برای پخش زنده

- وقت بسیار کمی دارید، بنابراین آنچه می‌گویید باید با دقت انتخاب شده باشد.

- تصویر در اختیار ندارید، فقط کلمات را دارید، پس باید در ذهن شنوندگان تصویر خلق کنید. بنابراین برای توصیف جایی به جای آنکه طول ابعاد آن را بدهید از عبارات توصیف‌کننده‌ای مانند «اندازه زمین فوتبال» استفاده کنید. اعداد پیچیده را گرد کنید. اگر به جای «۱۹۲۰ بگویید «تقریباً دو هزار» برای تصویرسازی آسان‌تر است.

- شنوندگان، برخلاف خوانندگان، فقط یک بار امکان دریافت آن چیزی را که می‌شنوند دارند.

- هر نوبت یک موضوع را مطرح کنید، به این شاخه و آن شاخه نریزد.

- آن را آسان بگیرید. بهتر است یک یا دو فکر را خوب از عهده برآید تا اینکه بکوشید موضوعات بیشتری را مطرح و شنوندگان را گیج کنید.

- اطلاعات را به ترتیبی که سؤالات به ذهن خواهد آمد بدهید.

- از عام به خاص بروید.

- مهم‌ترین و آخرین اطلاعات را در ابتدا قرار دهید.

- کلمات شما باید طرح موضوع، زمینه، متن و بافت و تحلیل را بدهد.

- به سؤالات کی، چه، کی، چرا، کجا و چگونه به ترتیبی که برای این ماجرا مناسب‌ترین باشد پاسخ بدهید.

- داستانتان را ننویسید، بگویید. قبل از آنکه کلمات را بنویسید با صدای بلند آنها را ادا کنید. شما دارید این کلمات را می‌نویسید تا با صدای بلند صحبت شود. هرگاه درست به نظر رسید روی کاغذ بیاورید.

- کلمات را به همان نحو بنویسید که صحبت خواهد شد. زبان رادیو زبان صحبت است و حتی گاه جملاتی دارد که فاقد فعل است، مثل «سرانجام، باز هم خلاصه خبرهای اصلی امشب» و «گزارشی از خبرنگار آموزشی ما».

- با جمله‌ای کوتاه شروع کنید تا توجه شنوندگان جلب شود. به خاطر داشته باشید که مردم با بسته‌هایی کوچک از واژگان با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

- از عبارات مبهم یا جملات پیچیده پرهیز کنید، در غیراین صورت توجه شنوندگان را در حینی که تلاش می‌کنند آنچه را که گفته شده درک کنند از دست می‌دهید.

- زمان دستوری مطلوب برای بخش انگلیسی حتی وقتی به چیزی در آینده اشاره دارد، زمان حال است. برای مثال، «در رادیو ۴ در ساعت هفت و پانزده دقیقه فرانساین استوک^(۱) در برنامه صف مقابل^(۲) طبق معمول نگاهی دارد به هنرها. در برنامه امشب او ملاقاتی دارد با بازیگر و نویسنده‌ای که ...»
- بیشتر به اسم‌ها و افعال حال معلوم متکی باشید. از صفت‌ها و قیده‌ها برای احتراز از توصیفات تکلف‌آمیز با احتیاط استفاده کنید. در متن شما جایی برای کلمات بی‌مصرف یا تزئینی وجود ندارد.

- از گفتار گزارشی استفاده کنید، در رادیو علائمی برای نقل قول وجود ندارد. برای مثال، «وزیر گفت که وزارتخانه‌اش برای حل مشکل اقدام فوری به عمل خواهد آورد» و نه اینکه «وزیر گفت: وزارتخانه من برای حل مشکل اقدام فوری به عمل خواهد آورد.»
- از دادن فهرست پرهیز کنید.

- هر اختصار و اصطلاح فنی را که به کار می‌برید شرح دهید، مگر آنکه کاربرد معمول داشته باشند و عموم آن را بشناسند.
- بررسی کنید که همه نام‌ها، نکته‌ها و اعداد صحیح باشند.

نوشتن برگه گفتار معرفی

در اینجا مثالی از برگه گفتار معرفی مصاحبه‌ای ضبط‌شده را آورده‌ایم. این برگه نام گزارشگر، عنوان قطعه و غیره را نشان می‌دهد.

خود متن گفتار باید مختصر باشد و فقط روی یک طرف کاغذ تایپ شده باشد، با فاصله مضاعف بین کلمات و حروف تایپ به اندازه کافی درشت که قرائت را برای گوینده آسان کند. جمله یا پاراگراف را در پایین صفحه ناتمام نگذارید، در غیر این صورت خواننده مجبور خواهد شد در حین صحبت به صفحه بعدی مراجعه کند.

متن نباید چیزی را که قرار است گوینده بگوید تکرار کند. برای مثال، در نمونه زیر اگر سطرهای آغازین اولین گوینده در مصاحبه‌ای که قرار است پخش شود جمله زیر باشد، آخرین سطر گفتار معرفی باید تغییر کند: «پاسخ ممکن است در شکل جدیدی از کنترل زاد و ولد نهفته باشد...».

در بالای برگه گفتار نام گزارشگر و شرکت‌کننده، عنوان یک کلمه‌ای و تاریخ نوشته می‌شود. بعد از معرفی (متن گفتار) اطلاعات راهنما درباره کلمات آغازین و کلمات پایانی قطعه ضبط‌شده و طول مدت گزارش می‌آید. «اطلاعه پایانی» کوتاهی که توسط مجری قرائت می‌شود قطعه را جمع می‌کند. برای مثال:

راشل جونز / تیم اسمیت فیل‌ها ۱۹ سپتامبر ۲۰۰۰ ساعت ۱۷/۵۹

متن معرفی مصاحبه

تعداد زیادی فیل که در حال حاضر در بوستان حیات وحشی در افریقا به گردش مشغول‌اند برای مردمی که در روستاهای نزدیک به این محل زندگی می‌کنند مشکلاتی را پدید می‌آورند.

خانه‌های صدمه دیده و محصولات متلاشی شده، به جمعیت انسانی

اروشا^(۱) در تانزانیا فشار وارد می‌آورد که خانه‌ها و مزارع خود را ترک کنند. طرفداران حفظ محیط زیست می‌گویند که برنامه تکثیر نسلی که برای افزایش جمعیت فیل‌های رو به انقراض شدید طراحی شده بسیار موفق بوده است.

اما ممکن است آن‌گونه که راشل جونز، دامپزشک جراحی که در بوستان حیات وحش کار می‌کند، برای گزارشگر ما تیم اسمیت توضیح می‌دهد، پاسخ مسئله در شکل جدیدی از کنترل زاد و ولد نهفته باشد. ورود: (جلوه صوتی: سروصدای فیل‌ها) فیل افریقایی یکی از... خاتمه: ... خیلی دیر است. (جلوه صوتی: شلیک تفنگ‌ها) مدت: ۳۳۸

آگهی پایانی

صحبت دکتر دامپزشک راشل جونز بود با گزارشگر ما تیم راشل در شرق افریقا، جایی که ممکن است به زودی به فیل‌ها قرص‌های جلوگیری از بارداری بخوراند.

برگه متن گفتار معرفی برای فردی هم که قطعه را به صورت زنده معرفی می‌کند نوشته مفیدی است. اطمینان حاصل کنید که اطلاعات کافی برای آنکه آنان کارشان را به خوبی انجام دهند در آن آمده باشد. جزئیات در مثال بالا ذکر شده است، اما در شرایطی که مدت کوتاه‌تر است یا در حالتی که محدودیت‌های زمانی به این معنی است که کل قطعه را نمی‌توان پخش کرد، ممکن است شما بخواهید محل خاتمه متفاوتی را در نظر بگیرید. این کار از آن جهت مفید است که تصمیم در این باره را که کجا قطعه را نگهدارید در اختیار خودتان که به هر حال بیشتر از هر کس دیگر مطلع‌اید، قرار می‌دهد تا مجری

1. Arusha

که هر تصمیم دلخواهی را بگیرد. اگر قطعه به موسیقی یا صدای محیط ختم شود، مفید است که از طریق برگه گفتار به مجری اطلاع داده شود که موسیقی محو می‌شود یا خیر، به طوری که اگر خواست بتواند آگهی پایانی را روی آن قرائت کند، یا اگر به وقت بیشتری نیاز دارد با محو زودتر موسیقی چند ثانیه صرفه‌جویی کند.

اجرا

ممکن است لازم شود که شما متن گفتار معرفی مصاحبه خودتان یا مصاحبه تهیه شده توسط دیگران را قرائت کنید. این قسمت مهمی از فروش مصاحبه به شنوندگان است، بنابراین با بلااستفاده گذاشتن تحویل جنس، مشتریان را از دست ندهید. همین نصیحت برای حالتی که انتظار می‌رود ماده مصاحبه‌تان را در بسته، ویژه یا لفاف ضبط شده جای دهید قابل توصیه است. حتی اگر فقط در حال اجرای مصاحبه‌ای هستید، فکر نکنید همین که دهانتان را باز کردید صدای شما هر نقصی را می‌پوشاند. متأسفانه، میکروفون می‌تواند هرگونه ضعف یا اشتباهاتی در اجرای شما را برجسته کند. خود را برای هر فعالیت صدایی به خوبی آماده کنید:

- صدا را گرم کنید، کلماتی را که تلفظ آنها دشوار است تمرین کنید، اشعاری را از بر بخوانید، قطعه‌ای از ترانه‌ای را به آواز بخوانید و مخارج حروف را صاف کنید.

- با سوت زدن یک آهنگ یا تکرار لغات دارای تلفظ دشواری که تعداد زیادی اصوات پ یا ب به کار می‌برند انعطاف و نرمش لب‌هایتان را افزایش دهید.

- ابتدا اطلاعات را بخوانید و هضم کنید، سپس از متن به‌عنوان یادآور استفاده کنید. اگر شما آنچه را که می‌خوانید نفهمید، پس شنوندگان هم در

جذب تصویر ذهنی مورد نظر مشکل خواهند داشت. برای اینکه قبل از پخش زنده درک مطلبتان را امتحان کنید، متن را بلند بخوانید، سپس ورقه را برگردانید و داستان را با کلمات خود برای خودتان بازگو کنید.

- هر یک از متن‌های گفتار را دقیق، مقتدرانه و توجه‌برانگیز با همان سرعت ارائه و لحنی که قطعه را اجرا می‌کنید بخوانید. به متن با رغبت دست ببرید، اما سعی کنید که راحت به نظر برسید.

- سعی کنید به سبک مکالمه‌ای ساده‌ای بخوانید. مین و نکتید. کلماتتان را نبلعید. مراقب کلماتی که با پ یا ب شروع می‌شوند باشید که اگر خیلی به میکروفون نزدیک باشید باعث پ زدن صدا می‌شوند.

- فرض بگیرید دارید برای یک نفر صحبت می‌کنید.

- اگر دیدید در صحبت گیر می‌کنید یا کلمات را اشتباه می‌کنید ممکن است سرعتتان زیاد باشد. سرعتتان را کم کنید تا دوباره روان شوید. اگر اشتباهی کردید، با عذرخواهی کردن، سرزنش کردن دیگران یا دشنام دادن توجهات را به آن جلب نکنید، فقط آن را تصحیح کنید و به صحبت ادامه دهید. از دیگر علل خطا کردن در پخش زنده فقدان آمادگی کافی، تصحیحات توی هم نوشته‌ها و آشفتگی‌های داخل استودیوست. هر کاری می‌توانید برای اجتناب از این مسائل انجام دهید.

- در استودیو راحت و مستقیماً روبه‌روی میکروفون بنشینید. برای آنکه بگذارید شش‌ها، پرده دیافراگم و گلو کار خودشان را بکنند باید مسیرهای عبور هوای تن بدون مانع باشند، بنابراین سرتان را بالا بگیرید، پاهایتان را باز کنید و به کف زمین بچسبانید، پشتتان را صاف نگهدارید، شانه‌هایتان را رها کنید، و یقه‌تان را شل کنید.

- هر چیزی را که ممکن است جف جف کند یا به میز ضربه بزند از خود دور

کنید (دست‌بند، ساعت مچی و غیره). هر دستگاهی را که مجهز به صوت هشاردهنده است (ساعت، تلفن و پیجو) خاموش کنید یا خارج از استودیو بگذارید.

- گوشی‌های خود را از جهت راحت بودن و حجم صدای آن امتحان کنید.
- درستی ساعتان را امتحان کنید.
- سطح صدایتان را امتحان کنید.

مشکلات معمول

همیشه کلماتی وجود دارند که ادای آنها شما را دچار مشکل می‌کند. من مدت‌های زیادی از به کار بردن کلمه سلبریتی^(۱) [شهرت] احتراز می‌کردم چون هنگام ادای آن گیر می‌کردم و می‌دانستم که برای ادای صحیح آن آنقدر سخت باید تمرکز کنم که این تمرکز موجب گیر کردن من در ادای کلمات دیگری می‌شود که معمولاً برایم مشکل نیستند. تمرین کردن کلماتی که آنها را مشکل می‌یابید مفید است، اما یکی دو کلمه را قبل و بعد از کلمه مشکل‌ساز قرار دهید به طوری که روی خود آن کلمه تأکید زیاد نشود.

ممکن است با مصاحبه‌شوندگانی روبه‌رو شوید که جملات خبری را با تغییر دادن و کشیدن انتهای جمله به سؤال تبدیل می‌کنند. برای مثال جمله «من به مغازه انتهای خیابان رفتم» می‌شود «من به مغازه انتهای خیابان، رفتم؟» این رفتار ممکن است آزاردهنده باشد و تدوین جملات را مشکل‌تر کند. از به کار بردن این فن در نوشته‌های گفتار مصاحبه یا متن برنامه پرهیز کنید.

واژگان

همان‌گونه که ریترز دایجست^(۱) همیشه می‌گوید «افزودن دایره واژگان ارزش تلاشش را دارد.» هر روزنامه‌نگاری باید به زبان عشق بورزد و طیف واژگان خود را توسعه دهد، اما چون رادیو با نوشتن کلماتی که با آنها صحبت می‌شود سروکار دارد، مهم است که برنامه‌سازان تماس خود را با کلمات و عبارات جدید از دست ندهند و در عین حال با به کار گرفتن کلماتی که در طرز صحبت‌های معمول موجود نیست، یعنی کلماتی که خیلی جدید یا خیلی سطح بالا هستند از شنوندگان بیگانه نشود. من از لب فرو بستن، آن هم به این خاطر که شنونده جاهل است یا مثلاً متوسط شنوندگان از تفکر یا لذت بردن از بحث تفکر برانگیز ناتوان‌اند، حمایت نمی‌کنم. کلمات باید به روشنی قابل فهم باشند، در غیر این صورت با شنوندگان ارتباط برقرار نمی‌شود. زبان توسعه می‌یابد و تغییر می‌کند اما خبرنگار باید شأنی را برای زبان حفظ کند و مواظب استفاده نادرست یا انحرافی از زبان باشد. شما نمی‌توانید مصاحبه‌شونده را از به کارگیری کلمات پست بازدارید، اما شنوندگان انتظار دارند که شما زبان را به روشنی و دقت به کار ببرید، حتی وقتی سعی دارید به اختصار صحبت کنید. کلمات باید با دقت انتخاب شوند و دقیق، همساز و غیرصفتی باشند، و باید از قضاوت ذهنی پرهیز کنند. باید نوشته ما روشن و به سادگی قابل فهم باشد چون برخلاف خواندن روزنامه، شنوندگان ما نمی‌توانند پخش را برگردانند و چیزی را دوباره گوش کنند.

کلیشه‌ها

روزنامه‌نگاران هرگز نباید در میان کلمات دربمانند، حتی اگر لازم شود از

۱. *Readers Digest*. نام مجله‌ای علمی و ادبی به زبان انگلیسی.

عبارات راحت یا خوش‌ساختی بیش از حد استفاده شود. تعبیراتی مثل «در پایان روز»^(۱)، «در این برهه از زمان»^(۲) و «پیشکش شما»^(۳) به اندازه گذشته شنیده نمی‌شوند، شاید به خاطر لطیفه‌های زیادی که درباره کسانی که چنین تعبیراتی را به کار می‌برند ساخته شده است.

برخلاف روزنامه، در رادیو از عناوین خانم، دوشیزه یا آقا قبل از نام افراد استفاده نمی‌شود، بنابراین همواره به جای آقای تام اسمیت یا آقای ت. اسمیت، همیشه در اولین ذکر نام گفته می‌شود تام اسمیت، اما در ذکر نام‌های بعدی در نقل ماجرا یا متن می‌توان از آقای اسمیت استفاده کرد.

تلفظ

خبرنگاران رادیویی لزوماً نباید اسامی را به درستی املا نویسی کنند بلکه باید آنها را به درستی تلفظ کنند. اگر نام مصاحبه‌شونده شما غیر معمول است از او بخواهید نامش را روی نوار بگوید. بدین ترتیب شما می‌توانید بشنوید که چگونه باید آن را تلفظ کرد.

اگر نمی‌خواهید از شنوندگان خشمگین تلفن و نامه داشته باشید، از تلفظ صحیح اسامی مکان‌ها اطمینان حاصل کنید.

دقت

ممکن است سخنی بدیهی باشد، اما به هر حال هیچ چیز، اعم از مصاحبه، نباید از ایستگاهی رادیویی پخش شود که ارجاعات یا ماده حاوی نژادپرستی، جنسیت‌گرایی، همجنس‌گرایی یا ضدیت با زنان داشته باشد. همچنین خیلی

1. At the End Of the Day

2. At This Moment in Time

3. The Offer On the Table

راحت می‌شود سهواً طرفدار گروه سنی خاصی یا عقیده‌ای خاص بود. از هرگونه برجسب خوردن باید پرهیز کرد وگرنه ممکن است احساسات تندی را برانگیزد.

به یاد داشته باشید که از پسران و دختران بالاتر از شانزده سال باید با عنوان مرد و زن نام برد.

در استفاده از تعبیراتی مانند جناح راست، جناح چپ و غیره و در توصیف شخص یا گروهی از مردم با عنوان افراطی محتاط باشید.

ارزیابی خود^(۱)

مصاحبه در محل

- آیا پیش از آنکه به سمت محل ضبط حرکت کنم تجهیزات واری شد و برای کار کاملاً مرتب بود؟

- آیا انتخاب محل با مصاحبه تناسب داشت؟

- آیا من از محل به نحو مؤثر استفاده می‌کنم؟

- آیا از عهده سروصدای غیرمنتظره زمینه یا اختلالات طی ضبط

برمی‌آیم؟

- آیا ماده‌ای که گرد آورده‌ام برای قطعه‌ای که قصد پخش کردن آن را دارم

مناسب است؟

- آیا محل را با مصاحبه‌ای ترک کردم که معیارهای فنی بالایی دارد؟

- آیا در تدوین مصاحبه به علت وجود نوفه دخیل زمینه مشکلاتی داشتیم؟

- آیا برگه معرفی گفتار مصاحبه معرفی خوبی برای قطعه نهایی فراهم

می‌کند؟

- بار دیگر برای ارتقای کیفیت ضبط مصاحبه در محل چه اقدام متفاوتی خواهم کرد؟

مصاحبه در استودیو

- آیا وقت کافی برای آماده کردن میهمانم برای این تجربه شرکت کردن در مصاحبه‌ای استودیویی صرف کرده‌ام؟
- آیا ماده گفتار معرفی مصاحبه معرفی مؤثری برای موضوع مصاحبه و شرکت‌کننده فراهم می‌آورد؟
- آیا مسائل فنی جریان ملایم مصاحبه را مخدوش کرد؟
- بار دیگر برای اجرای مصاحبه‌ای استودیویی چه اقدام متفاوتی خواهم کرد؟

سؤالات کلی

- آیا برای این مصاحبه به نحو مؤثری آماده شدم؟
- آیا زیاد صحبت کردم؟
- آیا مصاحبه به نحو صحیح سازماندهی شده بود؟
- آیا می‌شد سؤالات را به‌طور مؤثرتری بیان کرد؟
- آیا من به سخنان مصاحبه‌شونده گوش دادم و سؤالاتی که از پاسخ‌های او برگرفته بود پرسیدم؟
- آیا کنترل مصاحبه را در دست داشتم؟
- آیا در موضوع مصاحبه به اندازه کافی غور کرده بودم؟
- آیا از ماجراهای دیگر یا بهتری که طی این مصاحبه مطرح شد آگاه بودم؟
- شنوندگان درباره من، مصاحبه‌شونده، ماجرا و مصاحبه به‌طور کلی چه فکری خواهند کرد؟

تحلیل مصاحبه‌ها

فارغ از اینکه در هنر مصاحبه‌گری تا چه پایه رسیده باشید وقت گذاشتن برای تحلیل هر مصاحبه کوششی بسیار ارزنده است. گوش کردن به رادیو عمل شنیدن است و ادراک در اولین شنیدن، بدون برگشتن برای شنیدن چیزی که ممکن است از دست داده باشید. وقتی می‌خواهید مصاحبه‌ای برای پخش رادیویی را تحلیل کنید این نکته را در نظر داشته باشید. ابتدا سرتاسر آن را بشنوید و اولین اثراتی را که دریافت می‌کنید یادداشت کنید. این همان نحوی است که برنامه‌سازان انتظار دارند شنوندگان بشنوند. تحلیل، چیزی بیش از گوش کردن صرف محصول است، چه این کار خودتان باشد یا دیگران و بیش از توصیف آنچه می‌شنوید. تحلیل شامل آن است که مصاحبه را به قسمت‌های تشکیل‌دهنده آن تقسیم و داوری کنید که برای شمای شنونده کدام قسمت‌ها جواب می‌دهد و کدام نمی‌دهد. باید جلوتر بروید و قضاوت کنید که چرا مصاحبه خاصی جواب می‌دهد و آن را با مصاحبه‌ای که احساس می‌کنید جواب نمی‌دهد مقایسه کنید.

- سعی کنید به تعداد بیشتری مصاحبه‌هایی که از انواع رادیوها پخش می‌شود گوش کنید.

- توجه کنید به اینکه چگونه مصاحبه معرفی شده یا برای آن متن گفتار معرفی تهیه شده است، یعنی چگونه صحنه برای شنیدن مصاحبه چیده شده است. زبانی که در معرفی مصاحبه به کار رفته چگونه بر نحوه گوش کردن شما اثر می‌گذارد.

- مسیر سؤال پیچ کردن و ترتیب قرار گرفتن سؤالات را در پی یکدیگر گوش کنید.

- به سازه مصاحبه توجه کنید و قضاوت کنید که آیا به سؤالات به‌طور کامل پاسخ داده شده است، آیا ظفرهای وجود دارد یا آیا مصاحبه‌گر از پی گرفتن هیچ یک از پاسخ‌ها برای روشننگری بیشتر بازمانده است؟
- منظور از مصاحبه و جایگاه آن در بخش خبری یا برنامه را تحلیل کنید.

آیا زنده است یا ضبط‌شده؟ آیا تدوین شده است؟

- چه سرنخ‌هایی می‌توانید بشنوید که رابطه روی آنتن بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده را بر ملا می‌کند؟ آیا صمیمانه است یا تقابلی؟ آیا در طول مدت مصاحبه این رابطه تغییر می‌کند؟

- آیا مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده با مسئولیت‌پذیری صحبت می‌کنند؟ آیا آنچه را می‌گویند باور می‌کنند؟ چرا؟ آیا دیدگاه‌های مصاحبه‌شونده توسط مصاحبه‌گر که نقش مخالف را بازی می‌کند متعادل می‌شود؟ آیا می‌توانید دستور کاری را که مصاحبه‌شونده دنبال می‌کند تشخیص دهید؟

- توجه کنید که کارآمدترین مصاحبه‌ها چگونه از منابع اولیه استفاده می‌کنند. آیا فکر می‌کنید مصاحبه‌شونده‌ای که انتخاب شده برای این مصاحبه فرد مناسبی است؟ اگر شما بودید چه کسی را برای مصاحبه انتخاب می‌کردید؟

- طول مدت مصاحبه را در مجموع در نظر بگیرید و چگونگی تقسیم زمان بین سؤالات پرسیده شده و جواب‌های داده شده را یادداشت کنید.

- یک بار خود را جای مصاحبه‌گر و یک بار جای مصاحبه‌شونده بگذارید. اگر شما بودید چگونه از عهده برمی‌آمدید؟
 - اگر لازم است مصاحبه‌ای را پیاده کنید و سپس همان‌طور که به آن گوش می‌کنید نوشته را دنبال کنید. تصور روشن‌تری به دست خواهید آورد از اینکه چقدر لحن صدا برای فهمیدن شما از آنچه گفته شده اهمیت دارد و از چگونگی نقشی که مکث‌ها و من‌من‌ها در تعبیر شما از مکالمه می‌توانند بازی کنند.
 در اینجا رونوشته‌هایی از منتخبی از مصاحبه‌های رادیویی را، که بعضی از آنها به‌عنوان رودرویی‌های تاریخی شناخته می‌شوند، همراه با اطلاعات ضمیمه برای کمک به فهمیدن و تصدیق کارآمدی آنها و تأثیری که احتمالاً بر شنوندگان داشته‌اند می‌آوریم.

باندارودرووی براون^(۱)

در سال ۱۹۶۲ دولت از دکتر هستینگز باندا اهل نیاسالند^(۲) دعوت کرد تا بعضی از فعالیت‌هایش را توضیح دهد. او موافقت کرد که طی ملاقاتش مصاحبه‌ای با رادیویی‌بی‌بی‌سی داشته باشد. در همان وقت خانم پت تیلور، رئیس سابق آموزش رادیو، به‌عنوان مدیر استودیو در برنامه جهان واحد^(۳) کار می‌کرد. او به یاد می‌آورد که این مصاحبه در فرودگاه هیترو هنگام خروج باندا از کشور ضبط شد. این مصاحبه ابتدا در بخش خبری ساعت ۷ روز ۲۱ ژوئن ۱۹۶۲، و به‌طور کامل در برنامه جهان واحد در همان روز پخش شد. واضح است که باندا برای مصاحبه با داگلاس براون که رشته سؤالاتی مؤدبانه و مصرانه را دنبال می‌کند آماده نبوده است. باندا نباید دچار ضربه فرهنگی شده باشد چرا که

1. BANDA V BROWN

2. Nyasaland

3. *The World at One*

مدتی را در انگلیس گذرانده بود و از روش‌های مطبوعات و رسانه‌های ما آگاه بوده است. او فقط مصمم بوده است که چیزی را از دست ندهد و شاید فکر می‌کرده که اگر سؤالی را پاسخ ندهد بی‌بی‌سی مصاحبه را پخش نخواهد کرد. به نظر می‌رسد در برابر بعضی از سؤالات واقعاً متعجب شده است. این مصاحبه‌ای است که به‌طور کامل نشان می‌دهد که برای شنوندگان رادیو تا چه اندازه مهم است که سؤالات را هم مثل پاسخ‌ها بشنوند. پت تیلور به خاطر می‌آورد که داگلاس براون در بازگشت از این مصاحبه به ساختمان پخش دلخوری خود از پاسخ‌های دریافت شده را به زبان آورده بود و تا اندازه‌ای از طرز برخورد باندا در طی مصاحبه عصبانی بود. به هر حال، همه افراد دست‌اندرکار می‌دانستند که مصاحبه باید پخش شود، چون باندا با تلاش برای گفتن هیچ چیز، چیزهایی گفته بود. ممکن است دوست داشته باشید در این باره فکر کنید که طی این مصاحبه غلبه با که بوده است:

داگلاس براون	دکتر باندا، هدف شما از این سفر چیست؟
دکتر هستینگ باندا	خب، وزیر خارجه از من خواسته است به اینجا بیایم.
براون	آیا به اینجا آمده‌اید تا از وزیر خارجه تاریخی قطعی برای استقلال نیاسالند بخواهید؟
باندا	این را به شما نخواهم گفت.
براون	امیدوارید کی استقلال به دست آورید؟
باندا	این را به شما نخواهم گفت.
براون	دکتر باندا، وقتی استقلال به دست آورید، آیا برای بیرون آمدن از فدراسیون افریقای مرکزی مصمم‌تر از همیشه خواهید شد؟
باندا	آیا لازم می‌بینید در این مرحله این سؤال را از من بکنید؟

- براون خوب، این مرحله مثل هر مرحله دیگری است. چرا از من می‌پرسید که نباید این سؤال را در این زمان از شما بپرسم؟
- باندا چیزی نگفتم که برای قانع کردن کسی کافی باشد که من منظورم درست همان بوده است!
- براون دکتر باندا، اگر رابطه خود را با فدراسیون افریقای مرکزی قطع کنید چگونه از نظر اقتصادی ادامه خواهید داد؟
- باندا این...
- براون گذشته از هر چیز، کشور شما کشور ثروتمندی نیست، هست؟
- باندا این را نپرسید! به عهده من بگذارید.
- براون فکر شما در کدام مسیر حرکت می‌کند؟
- باندا کدام مسیر؟ این را به شما نخواهم گفت.
- براون امیدوارید از کجا کمک اقتصادی دریافت کنید؟
- باندا این را به شما نخواهم گفت.
- براون قصد دارید چیزی به من بگویید؟
- باندا هیچ چیز.
- براون قصد دارید به من بگویید چرا در پرتغال بودید؟
- باندا [مکث] شغل من این است.
- براون در حقیقت شما قصد دارید اصلاً هیچ چیز به من نگویید.
- باندا هیچ چیز اصلاً.
- براون پس این مصاحبه‌ای بی‌ثمر است.
- باندا خوب، این بستگی به شما دارد.
- براون خیلی متشکرم.

مصاحبه زراعی

این مصاحبه تا اندازه‌ای بر پخش زنده عملی متکی است. ممکن است دوست داشته باشید مسیر سؤالاتی را که مصاحبه‌گر دنبال کرده ملاحظه کنید. اگر شما بودید چه سؤالاتی را می‌پرسیدید؟ آیا باید برای بیرون کشیدن پاسخ‌هایی پرمایه‌تر سؤال‌ها به صورت دیگری پرسیده می‌شد؟ آیا مصاحبه‌گر از پاسخ‌هایی که دریافت می‌کرد برای مشخص کردن سؤال بعدی‌اش استفاده می‌کرد؟ شنوندگان از این مصاحبه چه چیزی درباره زندگی در مزرعه آموختند؟ آیا این مصاحبه برای مصاحبه‌گر، مصاحبه‌شونده و شنوندگان مصاحبه‌ای رضایت‌بخش بود؟

مصاحبه‌گر قبل از آنکه به استودیوی پخش بیایم داشتید به من از کارهایی می‌گفتید که این هفته در مزرعه با آن سروکار داشته‌اید، مثل زایمان گوسفندان، شخم‌زنی و برداشت محصول تره‌فرنگی.

کشاورز درست است. الآن وقت پرکاری است.

مصاحبه‌گر خوب، همه کارهای مزرعه مهم‌اند، مهم نیستند؟ فکر می‌کنم برای شما مشکل است که بخواهید مهم‌ترین آنها را نام ببرید؟ اما اگر واقعاً مجبور بودید یکی را انتخاب کنید به فصل بستگی داشت، این‌طور نیست؟

کشاورز بله، درست است. اما همه این کارها را باید انجام داد.

مصاحبه‌گر هوا تأثیر عمده‌ای بر روز کاری شما دارد، نه؟

کشاورز بله، درست است، اما تمام زایمان‌های گوسفندان الان در فضای بسته انجام می‌شود.

مصاحبه‌گر شما تعداد زیادی گوسفند در این مزرعه دارید، بله؟

کشاورز بله، درست است. ما یکی از بزرگ‌ترین گله‌ها را در این آبادی داریم و تعداد زیادی کارکنان اضافی به کار گرفته‌ایم تا از عهده همه کارها برآییم. به یاد بیاورید، قیمت بره در بازار نسبت به

سال گذشته سقوط کرده است. بنابراین ممکن است سال آینده
مجبور شویم کاهش تعهد در قبال پرورش گوسفند را بررسی
کنیم و به جایگزینی فکر کنیم.

مصاحبه‌گر خیلی جالب است. اما لازم است ادامه بدهیم، چون وقت کم
است. به نظر می‌رسد شما مقدار زیادی تره فرنگی در این مزرعه
کشت کرده‌اید!

کشاورز بله، و الآن آماده چیدن‌اند. کار سختی است، به خصوص اگر
این سرمایه هوا ادامه پیدا کند.

مصاحبه‌گر و بالاخره، قبلاً داشتید به من می‌گفتید که ممکن است زمین در
این موقع برای شخم زدن خیلی مرطوب باشد.

کشاورز اوه، فکر می‌کنم اگر باران فردا بند بیاید خوب خواهد بود.
مصاحبه‌گر خیلی متشکرم.

چاه‌های تانبریح

در این مصاحبه افتضاح مردی پا به سن گذاشته، سنگین گوش، ساکن قدیمی
شهر، به نام آلفرد کِرانول در معرض سؤالات خانمی از بی‌بی‌سی قرار گرفته که
لحن بریده بریده و دور او مرد را بیزار کرده و باعث شده نتواند از او پاسخ‌های
قابل استفاده‌ای بیرون بکشد. یأس‌آورتر برای مصاحبه‌گر اینکه آقای کرانول
تا اندازه‌ای و از روی عمد شیطنت داشت؛ و حتی وقتی مصاحبه‌گر دیگری هم
که این بار مرد بود یکی دو تا سؤال از او پرسید زود به پاسخ نرسید. اسامی
مصاحبه‌گران ضبط نشده است. افراد زیادی به من اطمینان داده‌اند که این
مصاحبه پخش شده، اما در واقع نشده است. طبق اطلاعات من بایگانی شده
است و در بخش آموزش رادیویی بی‌بی‌سی از آن استفاده می‌شود. از این
مصاحبه در برنامه‌های ویژه درباره مصاحبه‌گری و در برنامه‌های درباره

اشتباهات احمقانه استفاده می‌شود و وارد حافظه فرهنگ عامیانه سخن‌پراکنی شده است. من متأسفم که حامل این خبرهای بد هستم. اگر قبلاً این مصاحبه را نشنیده‌اید در اینجا رونویس منتخب کوتاهی از آن آمده است. از خودتان بپرسید که مصاحبه‌گر چه چیزی را غلط انجام می‌دهد و چگونه خانم مصاحبه‌گر می‌توانسته از چنین آشفته‌کاری اجتناب کند؟

مصاحبه‌گر قشنگ‌ترین چیز درباره تانبریج ولز چیست؟

آقای کرانول چی، چی؟

مصاحبه‌گر قشنگ‌ترین چیز درباره تانبریج ولز چیست؟

کرانول نمی‌دانم.

مصاحبه‌گر هیچ چیز قشنگی درباره آن نمی‌دانید؟

کرانول نه

مصاحبه‌گر اصلاً هیچ چیز؟

کرانول نه. من درباره تانبریج ولز هیچ چیز نمی‌دانم.

مصاحبه‌گر اما آنجا باید محلی سلامت‌آور باشد.

کرانول هوم؟

مصاحبه‌گر باید محلی سلامت‌آور باشد.

کرانول اوه، جای سلامت‌آوری است، شما می‌توانید برگردید به قرن

پانزدهم، شانزدهم، نمی‌توانید؟

مصاحبه‌گر بله، من...

کرانول شاید بلد نیستید؟

مصاحبه‌گر اوه، چرا، بلدم، اما در هر حال باید جای سلامت‌آوری برای شما

باشد که در این سن این قدر فوق‌العاده هستید.

کرانول خب، چرا نباید فوق‌العاده به نظر برسم؟

مصاحبه‌گر هوم، خب، ای، من می‌دانم این ناشی از روحیه است.

کرانول هوم؟

مصاحبه‌گر ناشی از روحیه است.

کرانول روح...؟
 مصاحبه‌گر ناشی از روحیه خودتان است.
 کرانول من نمی‌دانم شما از من می‌خواهید چه بگویم، اما اگر بتوانم چیزی برای خوشحال کردن شما بگویم خواهم گفت.
 مصاحبه‌گر هرچه شما بگویید مرا شادمان می‌کند.
 کرانول هوم؟
 مصاحبه‌گر هرچه شما بگویید مرا شادمان می‌کند. من از شما می‌خواهم چیزی درباره زندگی در تانبریج ولز بگویید.
 کرانول خوب من نمی‌توانم بگویم. من در تانبریج ولز زندگی می‌کنم، این تمام چیزی است که می‌توانم درباره تانبریج ولز به شما بگویم.

آلیس در سرزمین باشگاه‌ها

این متن پیاده شده مصاحبه‌ای است با صاحب باشگاهی شبانه. از مصاحبه‌گر خواسته شده که شایعات و اتهامات درباره تبعیض جنسی برضد این صاحب باشگاه را تعقیب کند.

نقشه این است که برنامه‌ای درباره مسائل و قانون استخدام از جنبه مؤثر بر زنان در محل کار ساخته شود و از این مطالعه موردی به عنوان مثالی درباره طرز تلقی بعضی از استخدام‌کنندگان راجع به زنان بهره‌برداری شود. آیا از پخش این مصاحبه به همین گونه که هست احساس خوشحالی دارید؟ اگر نه، کدام قسمت‌ها را برای استفاده در نظر می‌گیرید؟ آیا مصاحبه‌گر سؤالات درستی پرسیده است؟ آیا می‌توانید تشخیص دهید که مصاحبه‌گر مرد است یا زن؟ آیا فکر می‌کنید طرح این نقشه به جنس مصاحبه‌گر ارتباط دارد یا جنس در آن مهم است؟ آیا نگرانی‌هایی قانونی وجود دارد که درباره این قطعه در شما

دغدغه ایجاد کند؟ فکر می‌کنید چرا مصاحبه‌شونده موافقت کرده است که با مصاحبه‌گر صحبت کند؟ شما با چه کس دیگری مایل بودید درباره این مورد پژوهش خاص مصاحبه ضبط کنید؟

مصاحبه‌گر آرتور جکسون شما صاحب «باشگاه شبانه» اینجا در مرکز شهر هستید و شهرت دارید به استخدام کارکنان زن براساس سیمای ظاهر آنان.

جکسون مسئله به همین سادگی نیست. من دوست دارم کارکنانی را که خوش‌منظر باشند استخدام کنم چون این کار این محل را برای شرطبندها جذاب‌تر می‌کند، اما آنان باید در کارشان هم خوب باشند. صادقانه می‌گویم من ترجیح می‌دهم برای پشت پیشخوان دختران را استخدام کنم چون آنان این کار را بهتر انجام می‌دهند و شرطبندها به من می‌گویند که دوست دارند چهره‌ای زیبا را پشت پیشخوان ببینند. آنان کسب و کار را رونق می‌دهند و این همه آن چیزی است که درباره آنان می‌توان گفت، اما آنان باید غرضه کار داشته باشند.

مصاحبه‌گر آیا به آنان می‌گویید که چه بپوشند؟

جکسون خب، من به آنان می‌سپارم که باید خوب به‌نظر برسند. مصاحبه‌گر چرا آنان نمی‌توانند لباس‌هایی بپوشند که برای کاری که می‌کنند مناسب باشد؟

جکسون این در واقع مربوط می‌شود به آنچه شرطبندها دوست دارند در تن دختری پشت پیشخوان ببینند. این طبع بشری است، این‌طور نیست؟

مصاحبه‌گر یکی از کارکنان شما به من گفت که شغلش را ترک کرده چون شما موضع بسیار جنسیت‌گرا دارید.

جکسون می‌دانم منظور شما کیست. شارون به دلخواه خود اینجا را ترک

کرد. معلوم بود روشی را که من در اداره کارم دارم دوست ندارد، اما این مربوط به اوست. او اکنون در تاوژن کار می‌کند و صاحب آنجا اصرار دارد که دختران دامن کوتاه یا پیراهن کمربنددار کوتاه بپوشند.

مصاحبه‌گر متوجه هستم که شما با دعواهایی که اینجا درگیر می‌شود مشکل زیادی دارید. آیا فکر می‌کنید که یکی از دلایل اینکه کارکنان زن اینجا را ترک می‌کنند این باشد؟

جکسون این جزء لاینفک کار در هر باشگاه است. به دربانان آموزش داده می‌شود که هر دردسری از این قبیل را حل و فصل کنند.

مصاحبه‌گر آیا دربانان شما آموزش دیده‌اند؟

جکسون بله

مصاحبه‌گر برای این درگیری‌ها مرتباً پلیس به باشگاه فراخوانده می‌شود، مگر نه؟

جکسون گوش کن، نمی‌دانم شما این اطلاعات را از کجا به دست آورده‌اید، اما من می‌توانم سه تا باشگاه را در این شهر نام ببرم که در دسرهایی بسیار بیشتر از ما دارند.

اطلاعات

شورای آموزش خبرنگاری رادیو تلویزیونی^(۱)

رهنمودهایی برای دوره‌های آموزشی طالب گواهینامه

بی‌چئی تی‌سی در سال ۱۹۷۹ به‌عنوان «کارگروه مشورتی مشترک برای تعلیم خبرنگاران رادیویی»، برای برقرار کردن و حفظ استانداردهای حرفه‌ای مشترک در عرضه تعلیم خبرنگاران رادیویی در دانشگاه‌ها و دانشکده‌های انگلستان تأسیس شد. این شورا نماینده عرضه‌کنندگان این دوره‌ها، صنعت پخش رادیویی، بی‌بی‌سی، آی‌تی‌ان، آی‌آران، کانال ۴، سی‌آرسی‌آی و ان‌بوجی و نیز پخش‌کنندگان مستقل و کسانی است که نمایندگی آنان را دارند. این رهنمودها ترکیبی از دانش و تجربه انباشته فردی و جمعی به وسیله شورا و اعضای آن طی سال‌هاست.

این رهنمودها در سال ۱۹۹۹ بازنگری شد و در نظر است شاخصی باشد از حداقل الزامات اساسی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها برای رعایت در مقاطع کارشناسی، بعد از کارشناسی و دیگر دوره‌ها.

هدف رهنمودها ایجاد دوره‌ای استاندارد شده نیست، بلکه ایجاد اطمینان از این است که دانشجویان در مهارت‌های بنیادی خبرنگاری رادیویی و تلویزیونی به زمینه درستی دست می‌یابند و با تکمیل دوره درسی برای یافتن جایگاه خود در اتاق‌های خبر رادیو و تلویزیون مجهز می‌شوند.

این رهنمودها مهارت‌هایی که آموزش عملی باید شامل باشد، نقشی را که مطالعات حرفه‌ای باید ایفا کنند، شرط تجهیزات و منابع فنی، به‌علاوه توصیه‌های خط‌مشی ارزیابی را نشان می‌دهند.

شما می‌توانید رهنمودهای کامل برای دوره‌های آموزشی خبرنگاری رادیویی، خبرنگاری دو رسانه‌ای و خبرنگاری چند رسانه‌ای را در وب‌گاه بی‌جی‌تی‌سی مطالعه کنید.

دوره‌های مورد تأیید بی‌جی‌تی‌سی

دوره‌های بعد از کارشناسی

Bell College of Technology

Cardiff University

City University

Falmouth College of Arts

Highbury College

London College of Printing

Sheffield Hallam University

University of Central England

University of Central Lancashire

University of Leeds, Trinity and All Saints College

University of London, Goldsmiths College

University of Westminster

دوره‌های قبل از کارشناسی

Nottingham Trent University

The Institute of Communication Studies, Leeds

The Surrey Institute of Art and Design, University College

University of Bournemouth

University of Central Lancashire

همچنین تعدادی دانشکده برای آموزش بیشتر و سازمان‌های آموزش حرفه‌ای وجود دارند که طیفی از دوره‌های آموزشی را ارائه می‌کنند که به شما در به دست آوردن معلومات رسمی کمک می‌کنند، نظیر سیتی اند گیلدز^(۱)، اچ‌ان‌سی، اچ‌ان‌دی، اس‌اس‌ای اُتی‌وی‌ای‌سی و بی‌تی‌ای‌سی. موضوعات اینها عبارت است از خبرنگاری رادیویی، رقابت‌های رادیویی، تولید رادیویی و فنون رسانه‌ای.

اسکیلست^(۲) به کسانی که به عنوان خبرنگار رادیو تلویزیونی، گزارشگر، مجری یا سردبیر بخش خبری کار می‌کنند معلومات لازم را عرضه می‌کند. سی‌اس‌وی مدیا^(۳) به افراد جوپای کار و دیگران دوره‌های خبرنگاری رادیویی و تولید رادیویی عرضه می‌کند.

سی‌آر‌دبلیو (کارگاه آزاد رادیویی کامیونیتی^(۴))، دوره‌های کوتاه در مهارت‌های رادیویی عرضه می‌کند.

بعضی از دوره‌ها آموزش و مطالعه کاربردی را برای کسانی که می‌خواهند در این صنعت کار کنند عرضه می‌کنند و نیز مجموعه دروس دورس‌های نیاز کارکنانی را که مهارت‌های کار در هر دو رسانه رادیو و تلویزیون را دارند

1. City & Guilds

2. Skillset

3. CSV Media

4. Community Radio Open Workshop

پاسخگوست. در حال حاضر تقاضا برای خبرنگاران رادیو تلویزیونی چند مهارتی رو به فزونی است، به خصوص در داخل بی بی سی. لازم است قادر باشید تحقیق کنید، بنویسید، اجرا کنید، مصاحبه کنید و مهارت های فناوری اطلاعات داشته باشید، به علاوه گواهینامه رانندگی بدون سوء سابقه. همچنین برای روزنامه نگاران و خبرنگاران فرصت های دیگری برای کار آزاد در چارچوب قراردادهای کوتاه مدت، هم در رادیوی ملی هم محلی موجود است. بازار کار آزاد بسیار رقابتی است و این صنعت به کارآمدی هزینه ای و انعطافی نیاز دارد که خبرنگاران مستقل می توانند عرضه کنند.

هر فرصتی را که پیش می آید برای اینکه مقابل میکروفونی قرار بگیرید دریابید. این کار به شما کمک می کند که رادیو را بفهمید، اعتماد به نفس خود را تقویت کنید، مهارت های صدا و اجرای خود را رشد دهید و آن تجربه فریبنده را به کارنامک خود بیفزایید، تا شما را در چشمان سردبیران جذاب تر کند و به مجریان دوره های درسی ای که شما درخواست کرده اید نشان دهد که شما علاقه ای واقعی به خبرنگاری رادیویی دارید. با ضبط صوت نواری یا لوحه ای میکروفون در خانه تمرین کنید. سعی کنید خواندن وضع آب و هوا و بعضی اطلاعات سفر را که از ایستگاه رادیویی محلی تان جمع آوری کرده اید برای خودتان ضبط کنید. در سیستم های پخش صوت عمومی، در میهمانی ها، جشن ها و نمایش ها که دقیقاً مانند رادیو نیست ولی در آن با شنوندگان ارتباط برقرار می کنید و از هر چیز کوچکی می توانید یاد بگیرید داوطلبانه اطلاعیه ها را قرائت کنید. می توانید خدمات خود را در سیستم رادیوی بیمارستان محلی ارائه کنید، اما آماده باشید که هر کاری را بکنید، همان گونه که ممکن است مجبور باشید در صف نوبت مجریان بالقوه قرار بگیرید. یکی از بهترین کارها ضبط مصاحبه با بیماران است.

استخدام کنندگان وقتی با نامزدهای استخدام برای شغل مصاحبه می کنند

در جست‌وجوی علاقه‌ناب و تعهد به رادیو هستند. بنابراین تا آنجا که ممکن است به رادیو گوش دهید و به درکی از چگونگی اداره این کار دست یابید. بسیاری از مدیران پخش به شما خواهند گفت که برای موفق بودن در این صنعت باید رادیو را خورد، نوشید و با آن خوابید.

خواندنی‌هایی که توصیه شده است

A Social History of British Broadcasting, vol. I, 1922-39, Paddy Scannel and David Cardiff (Blackwell) 1991.

All Our Todays: 40 years of the Today Programme, Paul Donovan (Jonathan Cape) 1997.

An Introductory History of British Broadcasting Andrew Crisell (Routledge) 1997.

Broadcast Journalism, Andrew Boyd (Focal Press) 4th edn 1997.

Broadcasting A Life - The Autobiography of Olive Shapley, Olive Shapley (Scarlet Press) 1996.

English for Journalists, Wynford Hicks (Routledge) 2nd edn 1998.

Guide to Independent Radio Journalism, Linda Gage (Duckworth) 1990.

Interviewing Children, Sarah McCrum and Lottie Hughes (Save the Children) 2nd edn 1997.

Interviewing for Journalists, Joan Clayton (Piatkus) 1994.

Local Radio Journalism, Paul Chantler and Sim Harris (Focal Press) 1992.

Making Radio, Michael Kaye and Andrew Popperwell (Broadcast Books) 1992.

- McNae's Essential Law for Journalists*, Walter Greenwood and Tom Welsh (Butterworth) 14th edn.
- Media Ethics*, ed. Matthew Kieran (Routledge) 1998.
- Producers' Guidelines* (BBC) 2nd edn 1993.
- Prospero and Ariel: The Rise and Fall of Radio*, Lawrence Gilliam (Victor Gollancz) 1971.
- Radio Production*, Robert McLeish (Focal Press) 3rd edn 1994.
- Richard Dimbleby: A biography*, Jonathan Dimbleby (Hodder and Stoughton) 1975.
- The Radio Handbook*, Pete Wilby and Andy Conroy (Routledge) 1994.
- The Spoken Word*, Robert Burchfield (BBC) 1982.
- Understanding Radio*, Andrew Crisell (Routledge) 2nd edn 1994.

وبگاه‌های مفید

BJTC (Broadcast Journalism Training Council)

<http://www.bjtc.org.uk>

(اطلاعاتی درباره دوره‌های آموزشی خبرنگاری رادیو تلویزیونی منتهی به مدرک معتبر)

BBC News Online <http://www.news.bbc.co.uk>

(با بخش‌های خبری حاوی قطعات صدا و تصویر که هر ساعت تجدید می‌شود.)

Radio on Demand <http://www.bbc.co.uk/radio5live/>

BBC World Service News <http://www.bbc.co.uk/worldservice/>

(هر پانزده دقیقه بخش خبری ۵ دقیقه‌ای بخش می‌کند.)

Independent Radio News IRN bulletins <http://www.irn.co.uk>

Radio Academy <http://www.radacad.demon.co.uk>

(«مختص ترغیب و تقدیر از معیارهای عالی در رادیوی انگلستان»)

Broadcasting Standards Commission <http://www.bsc.org.uk>

BBC Producers' Guidelines

[.http://www.bbc.co.uk/info/editorial/prodgl](http://www.bbc.co.uk/info/editorial/prodgl)

News Services:

<http://www.ListenToTheNews.com>

<http://www.pa.press.net> (Press Association PA بنگاه خبری)

<http://www.wrn.org> (رادیوی زنده و ضبط شده از سراسر جهان)

Department of Media, Culture and (شامل گروه پخش و رسانه‌ها)

Sport <http://www.culture.gov.uk>

The Presswise Trust <http://www.presswise.org.uk>

نشانی‌های مفید

Central Office of Information (COL) Hercules Road, London SE1
7DU. Department of Sound Records, Imperial War Museum,
Lambeth Road, London SE1 6HZ.

National Sound Archive, The British Library, 96 Euston Road,
London NW1 2DB.

Broadcasting Standards Commission, 5-8 The Sanctuary, London
SW1P 3JS.

Commercial Radio Companies Association, 77 Shaftesbury Avenue,
London W1V 7AD.

The Radio Academy (and the Student Radio Association), 5 Market Place, London W1N 7AH.

The Radio Authority, Holbrook House, 14 Great Queen Street, London WC2B 5DG.

BBC, Broadcasting House, London W1A 1AA.

BBC Northern Ireland, Broadcasting House, Belfast BT2 8Q.

BBC Scotland, Broadcasting House, Queen Margaret Drive, Glasgow G12 8DG.

BBC Wales, Broadcasting House, Llandaff, Cardiff CF5 2YQ.

Independent Radio News, 200 Grays Inn Road, London WC1 8XZ.

The British Forces Broadcasting Service (BFBS), Chalfont Grove, Narcot Lane, Chalfont St Peter, Gerrard's Cross, Buckinghamshire SL9 8TN.

Talksport, 76 Oxford Street, London W1N 0TR.

Classic FM, 7 Swallow Place, London W1R 7AA.

Virgin 1215, 1 Golden Square, London W1R 4DJ.

Atlantic 252, 74 Newman Street, London W1P 3LA.

Broadcasting, Entertainment, Cinematograph and Theatre Union (BECTU), 111 Wardour Street, London W1V 4AY.

Institute of Journalists, 2 Dock Offices, Surrey Quays, SE16 2XL.

National Union of Journalists, Acorn House, 314-20 Grays Inn Road, London WC1X 8DP.

Community Media Association, 15 Paternoster Row, Sheffield S1 2BX.

Hospital Broadcasting Association, Strathe House, Russel Street,
Falkirk FK2 7Hp.

Reporters Sans Frontieres, 5 Rue Geoffroy-Marie, 75009 Paris.

Women's Radio Group, 90 de Beauvoir Road, London N1 4EN.

City & Guilds of London Institute, 46 Britannia Street, London
WC1X 9RG.

CSV Media, 237 Pentonville Road, London N1 9NJ.

Skillset, 91-101 Oxford Street, London W1R 1RA.

Central Office of Information, Hercules Road, London SE1 7DU.

Department of Media, Culture and Sport, 2-4 Cockspur Street,
London SW1Y 5DH.

The Presswise Trust, Easton Business Centre, Felix Road,
Bristol BS50HE.

25 High Street, Rothwell, Kettering, NN14 6AD.

Voice of the Listener, 101 King's Drive, Gravesend, Kent DA12 5BQ.

گوش دادنی‌هایی که پیشنهاد می‌شود کاست‌های صوتی

Mark Tulley's India (BBC) reports and interviews by the former BBC
correspondent.

On The Hour (BBC) spoof news with the irreverent Christopher
Morris.

75 Years of the BBC (BBC) archive material and broadcasting history.

Radio Active (BBC) spoof radio programmes from a spoof local radio station, with Angus Deayton.

Radio Ballads (BBC) the radio documentaries of pioneering producer Charles Parker created between 1957 and 1964, collected on eight CDs (Topic Records).

برنامه‌های جاری

برنامه‌های رادیویی در انگلستان توسط این مراکز پخش می‌شوند:
 - بنگاه سخن‌پراکنی انگلستان (بی‌بی‌سی) که مسئول شبکه جهانی بی‌بی‌سی^(۱)، شبکه‌های ملی، رادیوهای ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ زنده، رادیوی منطقه‌ای در ویلز، اسکاتلند و ایرلند شمالی و سی‌ونه ایستگاه محلی است.
 - رادیوی ملی مستقل^(۲)، یعنی افام کلاسیک، ویرجین ۱۲۱۵، و گفتار ورزشی^(۳).
 - رادیوی محلی مستقل^(۴)، که طبق آخرین شمارش دارای بیش از ۲۰۰ ایستگاه تجاری است.

- خدمات تجاری ماهواره‌ای و سیمی (کابلی).
 - خدمات اجتماعی شامل ایستگاه‌هایی برای پخش با انواع مجوزهای خدمات محدود، رادیوی بیمارستانی و دانشجویی.
 با گسترش رادیوی رقمی خدمات بیشتری در آینده متصور است.
 انواع مصاحبه به‌طور مستمر در سبک‌ها و شکل‌های متفاوت از اغلب

1. BBC World Service

2. INR

3. Talksport

4. ILR

ایستگاه‌های رادیویی انگلستان عرضه می‌شود، و اجرای آنها را گزارشگران، تهیه‌کنندگان و مجریان برنامه‌ها برعهده دارند. گوشی بسیاری به برنامه‌های امروز، حلقه‌های جزیره صحرائی، شما و برای شما، و در تماس در رادیو ۴ بی‌بی‌سی؛ برنامه‌های هنگام صبحانه و رانندگی در بی‌بی‌سی منطقه‌ای و رادیو محلی بی‌بی‌سی و مستقل با پنج گزارش زنده و صبحانه با اندرو نیل در رادیو ۵ زنده بی‌بی‌سی، آنا ریبرن در گفتار ورزشی. هر مجموعه‌ای را که برای گوش کردن انتخاب کنید، باید در آن از همه نوع مصاحبه باشد و به‌طور منظم به طیف وسیعی از مصاحبه‌ها و شبکه‌ها گوش بسپارید. باید درباره چیزهایی که می‌شنوید نقاد و تحلیلگر باشید. خود را به جای مصاحبه‌گران، مصاحبه‌شوندگان، تهیه‌کنندگان و شنوندگان بگذارید؛ نظر بدهید که اگر هر کاری به نحو دیگری انجام می‌شد چه می‌شد، و درباره نتایج ممکن فکر کنید. هر روز ایستگاه‌های بیشتری شروع به دادن خروجی خود به اینترنت می‌کنند، بنابراین در هر جا باشید، می‌توانید شروع به گوش دادن به ایستگاه‌ها بکنید حتی اگر از حوزه پخش آنان خارج باشید. رادیو ۵ زنده بی‌بی‌سی گامی فراتر گذاشته است با ارائه رادیو طبق تقاضا^(۱) در پایگاه وب خود که مصاحبه‌های برجسته و زنده را به‌طور ویژه ارائه می‌کند، همراه با برنامه‌های ویژه و مستندی که قبلاً پخش کرده‌اند، با این گزینه به هر ترتیب که دوست دارید آنها را گوش کنید؛ و برای محصلان مصاحبه رادیویی که می‌خواهند محتوا و فن را تحلیل کنند، این امکان هست که ماده صوتی را برای دسترسی مکرر و بایگانی کردن از پایگاه وب روی پخش صوت‌های قابل حمل برای بریزند.

مراجع

مراجع بایگانی صوتی

(accessed via the National Sound Archive at The British Library)

They Did it First, BBC Radio 3 (1981): A programme about the documentary radio programmes of the 1930s. Includes extracts from programmes which edveloped new techniques in the use of actuality, actuality interviews and poetry. Presented by Paddy Scannell and featuring producers Lawrence Gilliam, D.G. Bridson, E.A. Harding and Olive Shapley.

Invitation to Speak: A study of the interview in radio and TV; its uses and abuses. Presented by Leslie Smith (BBC Home Service, 21 June 1961).

I'm very Glad You Asked Me That (BBC, 13 April 1986): A discussion about the political interview on radio and TV, and the way it has influenced politicians. Presenter: Patrick Hannan.

مراجع مکتوب

Interviewing on the BBC (issued to staff in June 1990).

Practical guide for journalist's (Reporters Sans Frontieres, 1996).

Representation of the Peolpe Act 1983 (HMSO).

Newspaper and Magazine Publishing in the UK, Code of Practice (ratified by the Press Complaints Commission 26 November 1997).

Radio Authority News and Current Affairs Code (1994).

BBC Sound Archives Chronological Catalogue Volume 1: 1852-1949
(BBC, August 1964).

BBC Handbook 1931 (BBC).

Broadcasting Standards Commission 0 Codes of Guidance (June 1998).

واژه‌نامه تخصصی

1) acoustic: آکوستیک

نحوه عمل صوت در محیطی خاص. برای مثال، اتاقی خالی با سقفی بلند و سطوح منعکس‌کننده سخت، صوتی «درخشان» یا «زنده» دارد. آکوستیک در استودیوی رادیویی مخصوصاً برای جذب صوت طراحی می‌شود و استودیو به اصطلاح آکوستیک «مرده» دارد.

2) actuality: گزارش سرصحنه

اصوات ضبط‌شده در محل [نه در استودیو] اعم از فضای بسته یا باز.
کنترل خودکار سطح صدا / سطح ضبط صدای خودکار

3) ALC/ARL: (Automatic Level Control /Automatic Record Level)

ابزاری بر روی بعضی از دستگاه‌های ضبط که امکان می‌دهد سطح ورودی صوت در حال ضبط شدن به جای آنکه توسط کارور (اپراتور) دستگاه با دست تنظیم شود به‌طور خودکار تنظیم شود.

4) atmos: atmospher اتمسفر

اصوات زمینه یا محیط که برای شنوندگان محل پخش یا ضبط را تثبیت می‌کنند، برای مثال همهمه شُدامد (ترافیک) در خیابان، طنین برج ساعت و

گیره. در این معنی‌گاه از اصطلاح فیلمی "wild track" هم استفاده می‌شود، به خصوص وقتی به صوتی که در برنامه ویژه استفاده می‌شود اشاره داشته باشد، برای مثال هنگام اضافه کردن اتمسفر به صداها در حال ضبط.

5) **back anno:** back announcement آگهی پایانی

کلماتی که توسط مجری خوانده می‌شود و به شنوندگان اعلام می‌کند که چه چیزی را داشتند گوش می‌کردند.

6) **band:** باند

هر یک از قطعات متعدد نوار حلقه باز که هر کدام با نوار هادی از دیگری جدا شده باشد.

7) **bulletin:** بخش خبری، بولتن خبری

بخش خبر، با مدت معمولاً بین ۲ تا ۵ دقیقه، که ممکن است مشتمل باشد بر نسخه‌ای که گوینده خبر می‌خواند، تکه‌های مصاحبه، و گزارش‌هایی از گزارش‌گران.

8) **bulk eraser:** نوار پاک کن

دستگاهی که میدان مغناطیسی تولید می‌کند و برای «تمیز» کردن یا «پاک» کردن نوارهای ضبط شده استفاده می‌شود با بازآرایی ذرات مغناطیسی روی نوار به طوری که گویی نوار ضبط نشده یا تهی است.

9) **Cans:** headphone دوگوشی

مدل‌های اولیه گوشی صوتی چنان با کیفیت کم تولید می‌کردند که تشبیه شدند به دستگاه ارتباطی مورد علاقه کودکان که با یکدیگر در فواصل کوتاه با استفاده از دو تا قوطی که به وسیله رشته سفتی متصل شده بودند صحبت می‌کنند.

10) **cart:** cartridge کارت‌تریچ

ظرفی پلاستیکی که حلقه نواری به پهنای $\frac{1}{4}$ اینچ را در خود جای داده

است. از آن برای قطعات درجی کوتاه مانند تکه‌های خبری، لفاف‌ها، گزارش‌ها و آهنگ‌های کوتاه نشانه که داخل برنامه یا بخش خبری پخش می‌شود استفاده می‌کنند.

تکه **11) clip:**

منتخب کوتاهی که از مصاحبه‌ای ضبط‌شده یا گزارش سر صحنه برداشته و داخل بخش خبری استفاده شود. به عنوان برش (cut) هم از آن نام می‌برند.

12) correspondent:

گزارشگری که توسط ایستگاه یا شبکه‌ای برای پوشش موضوعات تخصصی یا گزارش از مناطق یا محدوده‌های خاص استخدام شده است.

نسخه **13) copy:**

متن مکتوب موضوعی خبری که توسط گوینده خبر خوانده می‌شود. همچنین به ماده‌ای اطلاق می‌شود که دفاتر خبری تهیه می‌کنند.

نوشته گفتار معرف **14) cue:**

مقدمه مکتوب برای مصاحبه، بسته، برنامه و غیره که توسط خبرخوان، گوینده ثابت یا مجری قرائت می‌شود. همچنین دستور راهنمایی است برای مجری پخش جهت شروع صحبت.

مستند **15) documentary:**

برنامه‌ای که اساساً متنی بر گفتار که از طیف وسیعی از ماده صوتی (مصاحبه، قرائت متن، شعر، موسیقی، اثرات صوتی، تفسیر و غیره) برای بیان ماجرای پیچیده یا چند لایه بهره می‌گیرد و مبتنی است بر واقعیت و استعانت از شواهد معتبر.

دوبله کردن **16) dub:**

تهیه نسخه‌ای از روی نوار ضبط‌شده یا انتقال ماده ضبط‌شده از نواری به نوار دیگر.

17) duration: (Dur) مدت

طول هر چیزی برای پخش کردن به دقیقه و ثانیه، مثلاً دو دقیقه و چهل ثانیه نوشته می‌شود "۰۴۰".

18) edit: تدوین، ویرایش

بریدن و به یکدیگر چسباندن نوار رادیویی به منظور کوتاه کردن، حذف کردن یا بازآرایی ماده. وقتی از تجهیزات رقمی استفاده می‌شود با وجود آنکه بریدن در کار نیست از همین اصطلاح استفاده می‌شود.

19) fade: محو

اثر صوتی که به تدریج به سمت سکوت کم می‌شود.

20) fader: محوکننده

در میزهای مخلوط‌کننده صوتی، لغزاندن محوکننده منبع صوتی تخصیص داده شده به آن را افزایش یا کاهش می‌دهد. به آن پات (pot) هم می‌گویند (مختصر پتانسیومتر potentiometer).

21) feature: ویژه

حالتی از تهیه برای عرضه، معمولاً ضبط‌شده، که روی موضوع واحدی متمرکز می‌شود.

22) feedback: بازخورد

سوت هم گفته می‌شود. صوت دانگ بالایی را گویند که از تقویت مجدد صدای خروجی از بلندگو توسط عبور مجدد آن از میکروفون اولیه‌ای که آن صوت را منتقل کرده ایجاد می‌شود. بازخورد وقتی هم که مجری در مقابل میکروفون روشن صدای گوشی‌هایش را خیلی بلند کند ایجاد می‌شود، یا وقتی شرکت‌کننده‌ای تلفنی رادیویش را روشن کند و آن را نزدیک تلفنی که در حال استفاده از آن هستند قرار دهد.

23) flip-flop: فلیپ فلاپ

۱. توصیفی عملیاتی است برای وقتی که استودیوهای پخش در ایستگاهی رادیویی متناوباً توسط برنامه‌های متوالی مورد استفاده قرار گیرند.
۲. سبکی از اجرای دونفره در صورتی که پیوندها، ماجراها یا اطلاعات بین دو مجری تقسیم شود و توسط آنان متناوباً خوانده شود.

24) FX: جلوه‌های صوتی

دستورالعمل مکتوب در متن که کاربرد جلوه‌های صوتی را نشان می‌دهد.

25) gash: (or slash)

نوار صدایی که از ماده ضبط شده جدا و معمولاً دور انداخته می‌شود؛ اما قطعه‌های بلندتر آن روی حلقه باقی می‌ماند و برای دوبله کردن تکه‌های کوتاه و ضبط کردن آهنگ‌های میان‌برنامه، آهنگ‌های انتهای برنامه و قطعات صدای کوتاه استفاده می‌شود.

26) GNS: (General News Service)

تحریریه بی‌بی‌سی که متن و گزارش‌ها را از تحریریه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی گردآوری می‌کند و به آنان می‌فرستد.

27) gram library:

اناقی در ایستگاه رادیویی که در ماده بایگانی موسیقی، جلوه‌های صوتی و گاهی صدا نگهداری می‌شود و در اختیار گذاشته می‌شود.

28) GTS: (Greenwich Time Signal) جی‌تی‌اس (علامت وقت گرینویچ)

29) headlines: خلاصه اخبار

خلاصه کوتاهی از مهم‌ترین رویدادهای خبری در هر بخش خبر.

30) ident: اعلام مکان

کلام یا موسیقی‌ای که به شکل شعار کوتاه پخش می‌شود و هویت ایستگاه رادیویی را اعلام می‌کند.

- 31) ILR: (Independent Local Radio)** رادیوی مستقل محلی
ایستگاه‌های رادیویی ملی تجاری که مرجع رسمی رادیو (Radio Authority) به آنها مجوز داده است و تحت مقررات آن عمل می‌کنند.
- 32) INR: (Independent National Radio)** رادیوی مستقل ملی
ایستگاه‌های رادیویی ملی تجاری که مرجع رسمی رادیو (Radio Authority) به آنها مجوز داده است و تحت مقررات آن عمل می‌کنند.
- 33) interview:** مصاحبه
پخش مکالمه ضبط‌شده یا زنده بین خبرنگار و شرکت‌کننده. همچنین ممکن است توسط محقق برای به دست آوردن اطلاعات اجرا شود.
- 34) interviewee:** مصاحبه‌شونده
شرکت‌کننده در مصاحبه که به سؤالات پاسخ می‌دهد.
- 35) interviewer:** مصاحبه‌گر
خبرنگاری که در مصاحبه سؤالات را می‌پرسد.
- 36) ips: (inches per second)** اینچ بر ثانیه
شاخصی برای سرعت حرکت نوار طی مصاحبه یا بازشنوی. معمول‌ترین سرعت‌هایی که استفاده می‌شود ۷/۵ اینچ بر ثانیه (۱۹ سانتی‌متر بر ثانیه) برای ضبط کردن کلام و ۱۵ اینچ بر ثانیه (۳۸ سانتی‌متر بر ثانیه) برای ضبط‌های موسیقی است.
- 37) IRS: (Incremental Radio Station)** آی‌آراس: ایستگاه رادیویی...
ایستگاه رادیو تجاری که برای خدمت به جامعه خاص یا مخاطب اقلیت متعهد شده است. ایستگاه‌های آی‌آراس تحت مجوز و مقررات مرجع رسمی رادیویی قرار دارند، و در محدوده‌ای که از پیش تحت پوشش خدمات یک ایستگاه رادیوی محلی قرار گرفته‌اند عمل می‌کنند.

38) ISDN: Integrated Services Digital Network شبکه رقی خدمات جامع به نوع خدماتی گفته می‌شود که خطوطی را برای انتقال صدا با کیفیت قابل پخش (broadcast quality) از استودیو یا محل ضبط یا اجرا به ایستگاه رادیویی فراهم می‌کند. از این خطوط برای انتقال پخش زنده یا فراهم کردن اتصالاتی برای مصاحبه که به دور از صداها یا ناشی از خطوط تلفنی استاندارد باشد استفاده می‌شود.

39) leader: لیدر، سرنوار
نوار رنگی غیرمغناطیسی (و غیرقابل ضبط) که به قطعه نوار ضبط شده الصاق می‌شود تا شروع و پایان قسمت ضبط شده را مشخص کند. از آن برای تفکیک باندهای مجزای ضبط نواری هم استفاده می‌شود. معمول‌ترین ترکیب رنگی شامل سفید، زرد یا سبز برای آغاز نوار؛ زرد، سفید یا مخلوط سرخ و سفید برای باندبندی؛ و زرد برای انتهاست.

40) levels: سطح صدا
اندازه بلندی صدا یا منبع صوتی دیگر. هر کس که ضبطی انجام می‌دهد باید با گرفتن، تنظیم کردن و پاییدن سطح صدا حفظ یکنواختی در طول ضبط را مد نظر داشته باشد.

41) link: پیونده، اتصال، متن پیوند
متنی که قطعه درجی، تکه یا مطلب را به قسمت‌های دیگر داخل بسته، ویژه، برنامه یا انواع مشابه آنها متصل کند.

42) live: زنده
مصاحبه، برنامه یا چیز مشابهی که در همان حین شکل‌گیری، مستقیماً از طریق خروجی ایستگاه برای شنوندگان پخش می‌شود. برای توصیف میکروفونی که روشن است یا هر تجهیزات الکتریکی در حال کار هم به کار می‌توان برد.

- 43) location: محل
جایگاهی جدا از استودیو که بتوان در آن مصاحبه‌ای را ضبط کرد یا زنده پخش کرد.
- 44) mixing: درآمیختن
فن ترکیب یا لایه‌بندی صداهاى مجزا برای بیان رویداد. مثلاً ممکن است متن پیوند روی موسیقی یا صدای سرصحنه قرائت شود. در آمیختن‌های موفق حاصل انتخاب سطح صدای مناسب برای هر یک از منابع صوتی، و زمان‌بندی کارآمد است.
- 45) montage: تدوین
برنامه ویژه‌ای شامل ماده ضبط‌شده که توسط گوینده یا گزارشگر به یکدیگر پیوند نمی‌خورند، بلکه حرف خود را با کنار هم چیدن صداها، اصوات سرصحنه، موسیقی و غیره می‌زند.
- 46) open reel: قرقره نوار ضبط
- 47) OB: (outside broadcast) پخش بیرون از استودیو
برنامه یا قسمتی از برنامه زنده یا ضبط‌شده که از محلی خارج از استودیو پخش شود.
- 48) package: بسته
۱. شکل طولانی‌تر و مشروح‌تر لفاف، که در آن گزارشگر برای بیان رویداد، برگرفته‌هایی از ماده مصاحبه و احتمالاً موسیقی و صدای واقعی را به شکل ضبط‌شده با یکدیگر بسته‌بندی می‌کند.
۲. آی‌آران و دیگران از اصطلاح بسته برنامه (programme package) وقتی استفاده می‌کنند که لفافی را به ایستگاه‌ها می‌فرستند.
- 49) phone-in: تلفنی، مصاحبه تلفنی
تمام یا قسمتی از برنامه‌ای که در آن شنوندگان از طریق تلفن در برنامه شرکت دارند.

50) popping: په زدن

صورت معوج یک منبع صدا که واقع شدن آن در نقطه‌ای خیلی نزدیک به میکروفون ناشی می‌شود.

51) pot-cut: قطع زودرس

متوقف کردن حرکت نوار مصاحبه ضبط‌شده‌ای در طی پخش در نقطه مناسب به وسیله بستن محوگر، معمولاً در پایان یک پاسخ یا جمله، قبل از آنکه قطعه به پایان مدت کامل خود برسد. تصمیم در مورد قطع زودرس را معمولاً تهیه‌کننده یا سردبیر در طی پخش می‌گیرند و معمولاً به لحاظ محدودیت‌های زمانی است. گزارشگران مجرب معمولاً روی متن معرفی همراه مصاحبه خود یادداشتی می‌گذارند درباره زمان‌های «خروج» پیشنهادی مختلف.

52) PPM: (Peak Programme Meter) بی‌بی‌ام (اوج سنج)

صفحه مدرجی که روی آن بالاترین نقطه سطح موج صدای در حال ضبط یا پخش قطعه یا برنامه شما به وسیله عقربه‌ای نشان داده می‌شود و بنابراین طی پخش یا آمیزش کردن صدا قابل پالایش است. وقتی گفته می‌شود «سطح صدایتان را مراقبت کنید» باید به این نگاه کنید تا مطمئن شوید که صدای خروجی شما نه آنقدر بالاست که معوج شود، نه آنقدر پایین که مشخص نشود.

53) pre-fade: پیش‌محو

قبل از قطعی کردن انتقال منبع صدا، قبل از آنکه محوگر باز شود و صدای گوینده، شرکت‌کننده یا ضبط پخش شود، سطح صداها بازشنوی و تنظیم می‌شود. وسیله‌ای بر روی میز صدا (کلید پیش‌محو یا کنترل بهره) گوینده را قادر می‌سازد که قطعه را راه بیندازد یا سطح میکروفون را امتحان کند و آن را روی بی‌بی‌ام نگاه کند و با گوشی‌هایش بشنود. باید ثانیه‌های آغازین هر ضبط یا چند کلمه اول شرکت‌کننده زنده را قبل از ارسال پیش‌محو کرد. به طوری که تمام منابع صوتی از حیث حجم صدا مشابه به گوش برسند.

تهیه کننده **54) producer:**

شخصی که مسئول کل تولید یا ارسال برنامه‌ای زنده، ضبط شده یا قسمتی از یک برنامه است.

واحد رادیویی **55) radio car:**

خودرویی که برای ارسال علائم رادیویی از یک محل به استودیوی ایستگاه رادیویی تجهیز شده به طوری که خبرنگار را قادر سازد به طور زنده به داخل یک برنامه گزارش کند، مصاحبه‌ای را اجرا کند، در ارتباطی دو مسیره شرکت کند یا گوینده استودیو را قادر سازد که با شرکت‌کننده‌ای در محل خودرو مصاحبه نماید. همچنین به عنوان قسمتی از یک آبی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ضبط **56) recording:**

فرایند گردآوری و ذخیره صوت روی نوار صدا یا مشابه آن.

اتاقک استودیویی **57) remote:**

استودیوی کوچکی که شرکت‌کننده برنامه می‌تواند در آن خود را از طریق خط آی‌اس‌دی‌ان به ایستگاه رادیویی اصلی که ممکن است در فاصله‌ای دور باشد مرتبط کند. ایستگاه‌های بزرگ‌تر اتاقک‌های استودیویی متعددی دارند که در اطراف منطقه پوشش آنان برای استفاده گزارشگران، نمایندگان خبری و مدعوان پراکنده‌اند. این نوع استودیو که به اندازه کم است، در جاهایی مثل تالار شهر، محوطه دانشگاه یا مکان‌های مشابه، که بتوان مسئولیت دسترسی مطمئن به آن را به کسی سپرد قرار داده می‌شود.

ضبط بدون انتقال **58) ROT: (Recording Off Transmission)**

ضبط برنامه‌ای زنده برای بایگانی (آرشیو) کردن یا تکرار. می‌توان برگرفته یا تکه‌ای از مصاحبه‌ای زنده در طی یک برنامه را نیز در بخش خبری استفاده کرد.

59) RSL: (Restricted Service Licence) جواز خدمات محدود

خدماتی رادیویی که دارای مجوز کوتاه‌مدت پخش برای مدت مشخص، و پوشش برای فراهم کردن اطلاعات و سرویس خبری برای رویدادی مانند جشنواره‌های هنری، سخنرانی یا نمایشگاه کشاورزی است.

60) running order: ترتیب (کنداکتور)

ترتیب قسمت‌هایی که باید در برنامه‌ای ارائه شوند.

61) satellite studio: استودیوی ماهواره‌ای

نمونه کاملاً مجهز کوچک تری از استودیوی ایستگاه پایگاه. می‌توان از آن، با استفاده از خط آی‌اس‌دی‌ان، برای شرکت کردن در خروجی اصلی ایستگاه رادیویی استفاده کرد، در عین حال قادر است از ارتباط خارج شود و روی منطقه پوشش خاصی پخش داشته باشد. معمولاً این استودیو مجموعه کوچکی از کارکنان دارد یا فقط یک یا دو گزارشگر منطقه‌ای.

62) segue: (pronounced seg-way)

فنی در تولید صداست وقتی اصوات یا قطعات درجی مستقیماً از یکی به دیگری بدون استفاده از پیونده گفتاری مخلوط شوند.

63) signposting: راهنما زدن

مطلع کردن شنوندگان از قطعات یا میهمانانی که «متعاقباً در برنامه ظاهر خواهند شد».

64) slug = catchline: عنوان مطلب

تک واژه‌ای در بالای نسخه قطعه خبری یا برگه معرفی برنامه که عنوان رویداد را مشخص می‌کند.

65) soundbite:

برگرفته کوتاهی از مصاحبه‌ای طولانی‌تر که فرق آن با تکه (clip) معمولی در این است که به خصوص از جهت جمع‌بندی عقیده‌ای، تجربه‌ای، موقعیتی یا احساسی کارایی دارد.

66) splice:

واژه‌ای دیگر در ضبط نوار.

67) splicing tape:

نوارچسب تدوین

نوارچسب سفیدی که برای متصل کردن نوار صدای ویرایش شده به کار می‌رود.

68) talkback:

خط داخلی، میکروفون داخلی

سیستم مجزایی که تهیه‌کننده یا کارور فنی را قادر می‌سازد تا از اتاق فرمان یا استودیو با گوینده در داخل استودیو هنگام پخش از طریق گوشی و هنگام خاموش بودن میکروفون‌ها از طریق بلندگو صحبت کند.

69) TBU: (Telephone Balance Unit)

دستگاه توازن تلفنی

تجهیزاتی استودیویی که سطوح میکروفون گوینده استودیویی را با صحبت شرکت‌کننده تلفنی تطبیق می‌کند.

70) Tone:

تون، تک صوت

نت پیوسته منفردی که توسط فن‌ورز یا مهندس استودیویی به میز صدا داده می‌شود و از آن برای ردیف کردن و تنظیم سطح استاندارد تمام تجهیزات پخش صدای داخل استودیو استفاده می‌شود.

71) top - and - tail:

سر و ته زدن

چسباندن سر نوار (لیدر) مشخص شده با رنگ به ابتدا و انتهای مصاحبه در صورتی که روی نوار صدا ضبط شده باشد.

72) Uher:

اوه‌ر

نامی تجاری برای ضبط صوت نواری حلقه باز قابل حمل.

73) voice piece = voice report = voicer:

گزارشگر یا نماینده خبری که گزارش مکتوب خود را طی بخش خبری یا برنامه از طریق تلفن قرائت کند، روی نوار یا خارج از خط از استودیویی دیگر.

صدای توده 74) vox-pop:

انتخابی از اظهارات کوتاه با صدای مردم عامه در پاسخ به یک سؤال و ضبط شده توسط گزارشگر در خیابان قبل از آنکه با هم به سبک تدوین ویرایش شوند.

لفاف 75) wrap:

گزارش صوتی متن‌داری که شامل یک یا دو تکه از صدای تصویرساز هم باشد.