

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**اصول و مهارت‌های مصاحبه خبری**  
**Principles & Skills of News Interview**

**دکتر صدیقه بیران - سید مهدی شریفی**

پاییز ۱۳۸۹

سرشناسه	: بیران، صدیقه، ۱۳۴۸ شریفی، سید مهدی، ۱۳۵۸
عنوان و نام پدیدآور	: اصول و مهارت‌های مصاحبه خبری صدیقه بیران، سیدمهدی شریفی
مشخصات نشر	: تهران: نائین، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۸ ص
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴ ۸۱۶۴ ۳۵ - ۰
وضعیت فهرست‌نویسی: نیا	
یادداشت	: واردنامه
قیمت	: ۴۰۰۰ تومان
موضوع	: مصاحبه خبری، اصول و مهارت‌های گفتگو
موضوع	: خبر - مصاحبه
رده‌بندی کنگره	: DSR1388 ۹-۳-۱۵۷۶۴
رده‌بندی دیویی	: ۹۵۵-۰۸۴۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۵۳۸۵۹۱

### اصول و مهارت‌های مصاحبه خبری

## Principles & Skills of News Interview

دکتر صدیقه بیران - سیدمهدی شریفی

ویراستار: فریبا ابتهاج شیرازی

طرح جلد: محمدرضا دوست‌محمدی

چاپ اول: ۱۳۸۹ تهران - نشر نائیل شماره‌گان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰ تومان شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۱۶۴-۳۵-۰

دفتر فروش: مؤسسه ندای فرهنگ مشرق زمین

تهران - خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی، بین خیابان ۱۶ و ۱۸،

شماره ۱۴۸، طبقه ۵، واحد ۱۶

تلفن: ۸۸۷۲۴۵۰۰ تلفکس: ۸۸۱۰۱۹۴۳

## فهرست

صفحه	عنوان
۹	پیش‌گفتار
۱۱	مقدمه
۱۳	فصل اول: اصول مقدماتی مصاحبه
۱۵	تسلط بر فضای مصاحبه
۱۶	آگاهی از پیامدهای احتمالی مصاحبه
۱۷	خط مشی رسانه
۱۸	نیاز مخاطبان
۱۹	اهمیت دقت و رو در رویی
۱۹	فرایند مصاحبه
۲۱	اصول اولیه
۲۲	ویژگی‌های فرآیند ارتباطی اثربخش
۲۵	اصول ثانویه
۲۹	فصل دوم: انواع مصاحبه‌های خبری
۳۱	مصاحبه فردی
۳۲	مصاحبه گروهی
۳۲	مصاحبه مردمی
۳۴	مصاحبه تلفنی
۳۶	مصاحبه مطبوعاتی
۳۹	مصاحبه‌های رادیو و تلویزیونی
۴۸	مصاحبه‌های اینترنتی

۵۱	فصل سوم: آمادگی و شروع یک مصاحبه
۶۱	تحقیق برای مصاحبه
۶۲	طرح سؤالات مصاحبه
۶۴	زمان رسیدن به محل مصاحبه
۶۴	نکات مهم شروع مصاحبه
۶۸	زمان شروع مصاحبه
۶۸	شروع مصاحبه
۶۹	فواید ضبط مصاحبه
۷۰	معایب و عدم کارایی ضبط در مصاحبه
۷۱	فصل چهارم: مهارت‌های غیر کلامی در مصاحبه
۷۳	شکل ظاهر
۷۴	حالات صورت
۷۵	حالت چشم‌ها
۷۷	حرکات دست‌ها و انگشتان
۷۸	حالت‌های سر
۷۹	حالات بدن در نحوه ایستادن و نشستن
۸۰	مواجه‌شدن با پیام‌های دروغ
۸۲	اصول و تکنیک‌های مدیریت رفتار مصاحبه‌شونده
۸۳	فصل پنجم: تکنیک‌های مصاحبه
۸۵	(۱) مهارت‌های غیر پرسشی
۸۹	(۲) مهارت‌های پرسشی و کلامی
۹۶	ویژگی سؤالات مؤثر در موفقیت مصاحبه
۹۸	شروع طلایی سؤالات مصاحبه
۹۹	راه‌های کلیدی برای رسیدن به پاسخ‌های مطلوب
۱۰۰	دستورالعمل انجام یک مصاحبه موفق
۱۰۲	مزایای تندنویسی
۱۰۲	معایب تندنویسی

فصل ششم: انواع مصاحبه‌شوندگان .....	۱۰۳
الف- سیاستمداران.....	۱۰۶
ب- مصاحبه با مشاهیر (هنرمندان، ورزشکاران، دانشمندان و ...)	۱۰۹
ج- مصاحبه‌شوندگانی که رغبتی به مصاحبه ندارند.....	۱۱۱
فصل هفتم: تنظیم مصاحبه برای رسانه‌ها.....	۱۱۱
تنظیم مصاحبه برای رسانه‌های مکتوب.....	۱۱۳
تنظیم مصاحبه برای رادیو و تلویزیون.....	۱۲۳
تنظیم حاشیه‌های مصاحبه.....	۱۲۴
پیوست‌ها.....	۱۲۷
پیوست ۱: تاریخچه مصاحبه در ایران و جهان.....	۱۲۹
پیوست ۲: تفاوت‌های گفت و گو و مناظره.....	۱۳۴
پیوست ۳: قوانین مطبوعاتی جمهوری اسلامی ایران.....	۱۴۲
پیوست ۴: اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری/ اخلاق رسانه‌ای.....	۱۴۷
تاریخچه تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در جهان.....	۱۴۷
تاریخچه تدوین اصول اخلاق رسانه‌ای در ایران.....	۱۴۹
اصول بین‌المللی اخلاق رسانه‌ای.....	۱۵۱
پیوست ۵: فرهنگ واژگان.....	۱۶۰
منابع و مآخذ.....	۱۶۳

## پیش‌گفتار

دانش ارتباطات هرچند در میان علوم اجتماعی تا حدی تازه و در شمار علوم اجتماعی کاربردی نو به حساب می‌آید؛ اما در همین سال‌های کوتاه پس از پدیدآمدن آن، به ویژه از دهه ۱۹۶۰ تاکنون، دانشمندان سختکوش حجم وسیعی از ادبیات را در حوزه‌های مختلف این رشته پدید آورده‌اند. در ایران نیز پس از شکل‌گیری مؤسسه علوم ارتباطات اجتماعی در واپسین سال‌های دهه ۱۳۴۰-۱۳۴۹- به تدریج ادبیات این رشته رخ نموده، آرام آرام به جلو آمده است؛ اما، این رشد از دهه ۱۳۷۰ با شتاب بیشتری خود را به جامعه علمی کشور و جهان نشان داده است. با شکل‌گیری دوره‌های مختلف تحصیلات تکمیلی ارتباطات در حوزه‌های اجتماعی و روزنامه‌نگاری و غیره دانش‌پژوهان زیادی پرورش‌یافته و به تدریج آثار خود را به گونه‌های مختلف کتاب، رساله، مقاله و غیره تقدیم جامعه علمی کشور نموده‌اند.

در میان این دانش‌پژوهان جوان و با انگیزه سرکار خانم دکتر صدیقه ببران فارغ‌التحصیل دکتری روزنامه‌نگاری از دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات که خود اینک استادیاری ارزنده و پرکار در واحد تهران مرکزی می‌باشند، و آقای سید مهدی شریفی فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد همین رشته از دانشگاه آزاد اسلامی و دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تهران می‌باشند که کتاب حاضر را تدوین و آن را آماده طبع و انتشار کرده‌اند، کتاب حاضر کوششی است تا اصول و مهارت‌های مصاحبه خبری را به علاقه‌مندان انتقال داده و آنها را با فنون کارساز ارتباطات میان فردی از طریق مصاحبه آشنا سازند.

ضرورت پدیدآمدن کتاب‌های مستقل در ابعاد مختلف در زمینه‌های تخصصی و عمیق علم ارتباطات از سالها پیش احساس می‌شد و این عزیزان توانسته‌اند به بخشی از این اشتیاق وافر پاسخ دهند و این امید می‌رود که این حرکت توسط خود آنها و یا همکاران و دوستان آنها تداوم یافته، تا تدریجا غنای بیشتری به ادبیات علوم ارتباطات اجتماعی و روزنامه‌نگاری داده شود.

از ویژگی‌های مشهود این اثر است که ضمن طرح اصول کلی مصاحبه خبری به مهارت‌های کلامی و غیرکلامی در این مصاحبه‌ها پرداخته و دانشجویان را با رمز و رازهای نهفته در این ابزارهای ارتباطی آشنا می‌سازد. ارائه دستورالعمل‌های اجرایی در بخش‌های مختلف اثر به آن خصلت راه‌گشایانه‌ای را می‌دهد که آموزندگان و خبرنگاران جوان را قادر می‌سازد تا با به‌کارگیری آنها مصاحبه مطلوبی را طراحی و اجرا نمایند.

خواندن این اثر ارزنده را به دانشجویان رشته‌های ارتباطات و روزنامه‌نگاری توصیه می‌کنم و برای پدیدآورندگان آن توفیق بیشتر آرزو می‌کنم و امیدوارم که از آنها آثار دیگری را شاهد باشیم.

#### دکتر علی‌اکبر فرهنگی

استاد و مدیر گروه مدیریت رسانه دوره دکتری  
دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات

## مقدمه

از اواخر قرن نوزدهم میلادی «مصاحبه» به عاملی مهم در تحول رسانه‌های گروهی تبدیل و سبب جذب بیشتر افکار عمومی شد. در واقع «مصاحبه» وسیله‌ای خلاق برای صاحبان رسانه، مدیریت افکار، اطلاع‌رسانی و مهارتی نو در حرفه روزنامه‌نگاری به حساب می‌آید که در جهت افزایش جذابیت این حرفه برای مخاطبان به کار گرفته شده است.

در قرن بیستم به دنبال گسترش انواع ژورنالیسم، «مصاحبه» با کسب جایگاهی ویژه، به نوعی گفت و گوی هدف دار برای کسب اطلاعات دقیق‌تر تبدیل شده که کارکردهای زیر را دنبال می‌کند:

- مستندکردن اطلاعات و گزارش‌ها در قالب «مصاحبه» با شاهدان و ناظران رویدادها؛
  - ایجاد تعادل در تبادل اطلاعات و چندبعدی‌شدن آن از طریق «مصاحبه» با طرف‌های درگیر موضوع؛
  - ایجاد شرایط چندصدایی در نگرش به یک موضوع خاص؛
  - کمک به جامعیت اطلاعات؛
  - کمک به جذابیت و تنوع به ویژه در گزارش‌های رادیویی و تلویزیونی.
- فرآیند یک مصاحبه موفق - با اهداف بالا - به مثابه هنریست که از شیوه‌ای حرفه‌ای نشئت می‌گیرد. هدف این کتاب نیز توضیح و بیان همین شیوه حرفه‌ایست. اگرچه کتاب‌های متعددی در زمینه مصاحبه خبری به رشته تحریر در آمده که اغلب نیز ترجمه کتب مرجع می‌باشد؛ ولی آنچه که این کتاب را از این مجموعه کتب متمایز می‌کند بهره‌مندی این کتاب از نکات ارزنده کتب موجود و استفاده از ویژگی چندرسانه‌ای است که علاوه بر نمونه‌های مکتوب، مثال‌های متعدد کاربردی این



مجموعه را در قالب لوح فشرده به تصویر کشیده است؛ بنابراین این کتاب با ویژگی‌های فوق می‌تواند به‌عنوان راهنمایی عملی و یک خودآموز در اختیار روزنامه‌نگاران، خبرنگاران و علاقه‌مندان قرار گیرد.

تشریح مبانی نظری و مفهومی «مصاحبه خبری» در این کتاب، به‌منظور تبیین این مفاهیم و براساس تجربیات عملی نویسندگان و خبرنگاران طی فعالیت‌های روزنامه‌نگاری صورت گرفته است. همچنین در این مجموعه تجارب برخی خبرنگاران برجسته جهان در حوزه «مصاحبه» به منظور روشن شدن هر چه بیشتر ابعاد این حرفه، ارائه شده است.

شناخت تکنیک‌های نوین مصاحبه، برنامه‌ریزی و تحقیق قبل از انجام مصاحبه، مهارت مدیریت مصاحبه، آموزش فنون مختلف، شناخت انواع مصاحبه‌شوندگان و قوانین و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در جهان و ایران، مهم‌ترین مباحث مورد تأکید ماست که مخاطب را در مراحل تحقیق، برنامه‌ریزی و انجام مصاحبه با ضروریات امر آشنا می‌کند. در عین حال به نظر می‌رسد در این حوزه، یادگیری سازمانی<sup>۱</sup> سازمان‌های رسانه‌ای و آموزش فنون مصاحبه در جهت پیشبرد اهداف رسانه‌ها، گامی مهم تلقی شود.

**دکتر صدیقه ببران - سید مهدی شریفی**

**شهریور ۱۳۸۹**

۱- یادگیری سازمانی (Organizational Learning) عبارت از فرآیند کسب دانش و استفاده از اطلاعات در سازمان‌هاست. به گونه‌ای که سازمان رسانه‌ای به دنبال ایده‌ها و فرصت‌های جدید برای مخاطبان، بتواند به طور مثبت و مستمر تغییر کند و کارکنان رسانه (در این بخش خبرنگاران) به منظور حفظ آمادگی در مسیر شغلی و داشتن سرعت، در جهت آموزش‌های جدید گام بردارند.