

واحد یادگیری (۱)

بودمان سوم: میزگرد، مسابقه و سرگرمی

نگارش متن برنامه گفت‌وگو محور

۱- مقدمه

مصاحبه یا همان گفت‌وگو، پرسش و پاسخ یا گپی است که بین دو یا چند نفر در جایگاه مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده اتفاق می‌افتد. اساس مصاحبه بر این است که نتیجه گفت‌وگو مهم بوده و نقطه نظرات فرد مصاحبه‌شونده ارزشمند و مهم است. مصاحبه‌کننده در حین گفت‌وگو با مصاحبه‌شونده، دانش یا حقیقتی را آشکار می‌نماید. مصاحبه تعامل نظرات و دیدگاه‌هاست و نه تنها در رسانه‌ها واجد اهمیت است، بلکه خود ابزاری مستقل در پژوهش‌ها به شمار می‌رود. مصاحبه یک گفت‌وگوی روزمره معمولی نیست، اگرچه ممکن است به صورت روزمره و معمولی اتفاق بیفتد. گفت‌وگو نیاز به متنی از پیش تعیین‌شده ندارد، اما نیاز به فکر و ساختار محتوایی دارد. به طوری که گفت‌وگوکننده و گفت‌وگو شونده قصد رسیدن به نتیجه یا هدف خاصی را داشته باشند، می‌بایست براساس یک منطق روشن و شفاف عمل کنند تا به هدف دست یابند. شناخت اصول حاکم بر یک گفت‌وگوی استاندارد از مهم‌ترین اهداف این واحد یادگیری است که باید توسط سازندگان برنامه مورد اجرا قرار گیرد.

۲- مواد و تجهیزات

کاغذ، قلم، ابزار نمایش بزرگ مثل پرده و دستگاه ویدئو پروژکشن، رایانه، دستگاه پخش سی دی، میز و صندلی، تخته سفید

۳- دانش افزایی

مصاحبه یا گفت‌وگو انواع مختلفی دارد که معروف‌ترین آنها مصاحبه‌های ساختاریافته و ساختارنیافته است.

مصاحبه ساختار یافته: در این مدل از مصاحبه، تمامی سؤالات از پیش تعیین شده و زمان‌بندی مجاز برای پاسخ شفاف و دقیق به آنها از قبل تعیین شده است. مصاحبه‌کننده سؤالات خود را از پیش مشخص کرده و در یک چارچوب مشخص از ابتدا تا انتهای گفت‌وگو، آن را مدیریت و کنترل می‌کند. برای طراحی درست و

دقیق یک گفت‌وگوی ساختار یافته، داشتن اطلاعات دقیق درباره مصاحبه‌شونده درمورد موضوع مصاحبه ضروری است. نوشتن سؤالات، بخش مهم این نوع گفت‌وگو است. در طول این گفت‌وگو از پرسیدن سؤالات تصادفی یا بی‌هدف پرهیز می‌شود. موضوعات علمی، سیاسی، اقتصادی و مطالب دانش محور در این قالب تهیه می‌شوند.

مصاحبه ساختار نیافته : این نوع مصاحبه دارای یک موضوع اصلی بوده و سمت‌وسوی آن در طول گفت‌وگو شکل می‌گیرد، به عبارتی ممکن است این مدل گفت‌وگو در قالب تعریف کردن خاطره یا بحث‌های حاشیه‌ای پیش رفته و تنها سرگرم‌کننده باشد. گفت‌وگوها در برنامه‌های ورزشی، برنامه‌های گفت‌وگو محور سرگرمی - ورزشی از این روش مصاحبه استفاده می‌کنند.

هنر مصاحبه کردن: مصاحبه برای رسانه‌ها، به عنوان اهرم مؤثر و مستقیم کسب اطلاعات و خبر، تولیدی است که از برابری تعاملات دو سوی ارتباط (مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده) به‌دست می‌آید. به زبان دیگر، مصاحبه عبارت است از پرسش و پاسخ میان دو یا چند نفر به منظور انتقال یک پیام ارتباطی (خبر یا غیرخبر) که یک سمت آن نماینده رسانه قرار دارد. مصاحبه‌ها در تقسیم‌بندی کلی دو گروهند؛ مصاحبه‌های خبری و مصاحبه‌های شخصی (غیرخبری).

مشخصه مهم مصاحبه‌های خبری، خبری بودن آنهاست. همانطور که از اسمشان پیداست مصاحبه‌هایی هستند که در آن تازگی اطلاعات نقش اساسی را ایفا می‌کند. پیرامون اخبار و رویدادهایی که همزمان واقع شده یا در حال وقوع هستند. خبرنگار در این مصاحبه‌ها به دنبال یافتن پاسخ سؤال‌هایی است که از ۶ عنصر خبری (چه، چرا، چگونه، که، کی، کجا) ناشی می‌شود. مصاحبه‌های خبری از جمله متداول‌ترین شیوه‌های کسب خبر محسوب می‌شوند.

مصاحبه‌های شخصی مصاحبه‌هایی هستند که بر محور شخص متمرکز هستند. گفت‌وگو با شخصیت‌های معروف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، ورزشی و یا تیپ‌های اجتماعی مانند: راننده کامیون، گل فروش، رفتگر.

شیوه‌های انجام مصاحبه: مصاحبه‌ها به شیوه‌های گوناگونی انجام می‌شوند؛

■ چهره به چهره^۱

■ تلفنی^۲

■ کتبی^۳

■ از طریق ایمیل^۴

۱_ face-to face interview

۲_ telephone interview

۳_ letter interview

۴_ E-mail interview

مصاحبه چهره به چهره کامل‌ترین شکل مصاحبه است، اما لزوماً بهترین شکل انجام مصاحبه نیست. چرا که هر یک از انواع مصاحبه‌ها، در جای خود کارکرد مناسب خود را دارد. مثلاً نمی‌توانید با فردی که کیلومترها با شما فاصله دارد رودررو مصاحبه انجام دهید و طبعاً شیوه‌های دیگر می‌توانند، مناسب‌تر باشند. انجام یک مصاحبه خبری برای اطلاع‌رسانی سریع به یک مصاحبه رو در رو ارجحیت دارد. در عین حال هر یک از شیوه‌های انجام مصاحبه ریزه‌کاری‌های مخصوص خود را دارد و خبرنگاران باید آن را در جریان انجام مصاحبه به کار گیرند.

مصاحبه چهره به چهره: فرایند تولید یک مصاحبه رودررو، درست مثل فرایند تولید فیلم است، و نقش خبرنگار در این میان بی‌نظیر است. یک فیلم دارای عوامل و دست‌اندرکاران متعددی است. یک سناریونویس خلاق، یک کارگردان خوش فکر و یک بازیگر خوب و... شما در جریان مصاحبه، نقش همه آنها را یکجا به عهده دارید.

نقش خبرنگار به عنوان یک سناریو نویس و یک کارگردان چیست؟

۱ یافتن سوژه‌ای بکر که مردم علاقه‌ای به شنیدنش داشته باشند.

۲ سپس طراحی سؤال‌ها (چه باید پرسیده شود و چرا؟)

۳ ساختار بخشیدن به سؤال‌های مصاحبه (چه سؤال‌هایی و چه موقع پرسیده شود؟)

۴ تعیین مکان مصاحبه و زمان آن، تا جایی که مصاحبه‌شونده، دست شما را باز گذاشته است.

تعیین محل نشستن (ترجیحاً روبه‌رو و نزدیک مصاحبه‌شونده قرار بگیرید. در یک شرایط مساوی؛ مثلاً با مسئولان در پشت میز کارشان مصاحبه نکنید.)
توجه به جزئیات محل مصاحبه (فراموش نکنید! شما کارگردان هستید. اگر فکر می‌کنید جزئیات محل در تنظیم و تولید نهایی مصاحبه به کار شما خواهد آمد، به آنها توجه کنید و یادداشت بردارید.)

نقش خبرنگار به عنوان یک هنرپیشه چیست؟

۱ پوشیدن لباس مناسب

۲ به کارگیری زبان مناسب

۳ توجه داشتن به مصاحبه‌شونده و نگاه کردن به چشمان او

۴ لبخند زدن به موقع

۵ جدی شدن به موقع

۶ سکوت کردن به موقع

۷ سرتکان دادن و تأیید سخنان مصاحبه‌شونده به موقع

۸ قطع کردن به موقع صحبت مصاحبه‌شونده

۹ شوخی طبعی و بذله‌گویی به موقع

۱۰ در مصاحبه‌های تلویزیونی توجه به فیزیک بدن

۱۱ در مصاحبه‌های رادیویی توجه به تن صدا

هم‌ذات‌پنداری در جریان مصاحبه از سوی مصاحبه‌شونده به شما کمک می‌کند تا ارتباط بهتری با او برقرار کنید؛ لذا پوشیدن لباس رسمی هنگام مصاحبه با افراد رسمی و لباس راحت‌تر در گفت‌وگو با افراد عادی و غیررسمی به پیشبرد جریان مصاحبه کمک می‌کند.

نکات کلیدی در مصاحبه چهره به چهره:

■ به‌کارگیری زبان مناسب نیز در جریان مصاحبه لازم است. با چه کسی صحبت می‌کنید؟ مصاحبه‌شونده نماینده کدام نسل و طبقه است؟ ممکن است در شرایطی به‌کارگیری اصطلاح «خفن» در گفت‌وگو با جوانان داخل پارک بلامانع باشد، اما آیا صلاح است آن را در مصاحبه با وزیر خارجه هم به‌کار گیریم؟ در اولی یعنی: خبرنگار هم از خودمان است! اما در دومی خیر.

■ از جمله مشخصه‌های یک خبرنگار خوب و یک مصاحبه‌کننده حرفه‌ای این است که بتواند مصاحبه‌شونده را تشویق به حرف زدن نماید. مدام صحبت او را قطع نکند. لبخند بزند. به سخنان او توجه کند. به چشمانش نگاه کند. آنها نیازمند توجه ما هستند، به‌ویژه هرچه شهرت آنها بیشتر باشد، نیاز بیشتری به توجه ما دارند.

■ بعضی وقت‌ها لازم است که با تکان دادن سر، صحبت آنها را تأیید کنید؛ اینکه خرج ندارد، لذا دریغ نکنید.

■ در صورت پرحرفی مصاحبه‌شونده، در یک جای مناسب، جایی که می‌خواهند نفس تازه کنند، جایی که مثلاً می‌خواهند یک جرعه آب بنوشند؛ محترمانه حرف آنان را قطع کنید. شوخ‌طبعی به موقع فضای مصاحبه را تلطیف می‌کند. طبیعی است که هر سخن جایی و هر نکته مکانی دارد؛ لذا در مصاحبه با یک فرد جدی و یا یک فرد عزادار شوخی نکنید؛ موقع سنجی لازمه و ابزار مناسب کار روزنامه‌نگاری است.

■ در مصاحبه‌های تلویزیونی استفاده از فیزیک بدن، متناسب و به‌جا، لازم است و حتی بخش مهمی از کار مصاحبه و ایفای نقش هنرپیشگی به معنای حرفه‌ای‌تر آن است. شما در مصاحبه مطبوعاتی وقتی ژست تعجب به خود می‌گیرید، پیام خود را تنها به مصاحبه‌شونده منتقل کرده، تنها او را تحت تأثیر قرار می‌دهید. اما در یک مصاحبه تلویزیونی این حرکت هم برای او و هم برای مخاطب دارای پیام است. در یک مصاحبه تلویزیونی کمی لبخند و گاه یک حالت در لب‌ها و صورت ممکن است کل فرایند مصاحبه و پیام مصاحبه‌شونده را به تمسخر بگيرد.

■ در مصاحبه تلویزیونی تکان دادن دست‌ها، دست به سینه نشستن، روی دست‌ها تکیه کردن، دست را روی چانه قرار دادن، دست‌ها را به هم قلاب کردن، با تعجب نگاه کردن، لبخند زدن، تکیه دادن به صندلی یا مبل، بدن را به جلو خم کردن، در چشمان مصاحبه‌شونده نگاه کردن، به دوربین نگاه کردن و... به جا و به موقع لازمه حرفه مصاحبه‌گری است.

■ در مصاحبه رادیویی، صوت و صدا نقش مهمی ایفا می‌کند. لذا از فاکتور صدا استفاده کنید. وقتی تعجب می‌کنید، به کار بردن یک کلمه «عجب» می‌تواند تا حدودی کمبود تصویر را جبران کند. تن صدا مهم است. استفاده از صدایی که یکنواخت نیست، فراز و فرود دارد و به دل می‌نشیند، بخشی از این خصلت‌ها، ذاتی و بخشی اکتسابی و قابل فراگیری و تمرین است.

خبرنگار تمام این نقش‌ها را بازی می‌کند تا بتواند از مصاحبه‌شونده بهتر بازی بگیرد، پس یادتان باشد که نقش اول را به او بدهید. فراموش نکنید مصاحبه ما را می‌خوانند، می‌بینند و می‌شنوند تا از نظرات مصاحبه‌شونده بهره ببرند، پس او را برجسته کنید. به قولی، مثل عکاس‌ها متواضع باشید، سوژه را برجسته می‌کنند در حالی که خودشان پشت دوربین سنگر گرفته‌اند. درون عکس وجود دارند، اما دیده نمی‌شوند!

مصاحبه تلفنی: اگر مصاحبه رودررو را به غذای کامل تشبیه کنیم، مصاحبه تلفنی نوعی ساندویچ و یا غذای حاضری است، زیرا هدفی را در کمترین زمان ممکن محقق می‌سازد. در مصاحبه تلفنی شما باید به‌گونه‌ای عمل کنید که مصاحبه‌شونده در تمام مدت بداند که به سخنان او توجه دارید، لذا هرچند لحظه یکبار با به کار بردن اصوات کلامی مثل بله، همین‌طور است، درست و... سعی کنید او را به ادامه سخن تشویق کنید. سؤال‌های خود را به دو گروه اصلی و فرعی تقسیم کنید. محققان، متوسط زمان یک مصاحبه تلفنی را ۲۰ دقیقه می‌دانند، لذا با سؤال‌های اصلی شروع کنید و اگر وقت اجازه داد به سؤال‌های ذخیره بپردازید. فهم اطلاعات در مصاحبه تلفنی به نسبت مصاحبه رودررو مشکل‌تر است، بنابراین در پرسیدن مجدد آنچه که خوب درک نکرده‌اید تردید به خود راه ندهید. ترتیب سؤال‌ها در مصاحبه تلفنی به سبک هرم وارونه است. به‌ویژه جایی که احتمال قطع ارتباط را به لحاظ مشکلات فنی می‌دهید، پس سؤال‌های مهم را ابتدا بپرسید.

مصاحبه کتبی: مصاحبه کتبی، مصاحبه‌ای است که طی آن، جواب سؤال‌ها، از سوی مصاحبه‌شونده به صورت مکتوب به خبرنگار تحویل می‌شود. این‌گونه مصاحبه‌ها یا به لحاظ دوری مسافت و یا تمایل به انجام یک مصاحبه دقیق‌تر از سوی خبرنگار که جنبه‌های علمی، آموزشی آن می‌تواند بر جنبه‌های ژورنالیستی مصاحبه غلبه کند، صورت می‌گیرد. در مواقعی نیز به دلیل محافظه کاری مصاحبه‌شونده و تمایل وی به فرار از مصاحبه رودررویی که ممکن است تبعات

غیرقابل پیش‌بینی برای وی به همراه داشته باشد، صورت می‌گیرد. مصاحبه کتبی امکان یک گفت‌وگوی زنده و پویا را از خبرنگار می‌گیرد. در مصاحبه‌های حساس و سخت ممکن است مصاحبه‌شونده به سؤال و یا سؤال‌های سخت شما پاسخ ندهد. از مزایای آن می‌توان به صرفه‌جویی در وقت، هنگام مصاحبه همزمان با گروهی از افراد که قرار است به سؤال‌های مشترک پاسخ دهند، اشاره کرد. در مصاحبه کتبی سعی کنید از سؤال‌های بسته استفاده نکنید و اگر حساسیت زمانی برای چاپ وجود ندارد از مصاحبه‌شونده بخواهید در صورت وجود ابهام در جواب‌ها، امکان رفع آن را به صورت کتبی و شفاهی بپذیرد.

مصاحبه از طریق ایمیل: مصاحبه از طریق ایمیل به مصاحبه کتبی شبیه است. درعین حال در مسافت‌های طولانی مشکل زمان را برای خبرنگار حل می‌کند. شما می‌توانید در کمترین زمان ممکن با دورترین نقطه دنیا تماس اینترنتی برقرار کرده و پاسخ سؤال‌های خود را دریافت کنید. در مصاحبه از طریق ایمیل سعی کنید سؤال‌ها را کوتاه‌تر و شفاف‌تر بیان کنید و البته هرچه تعداد سؤال‌ها کمتر باشد بهتر است. در شروع و قبل از طرح سؤال‌ها برای مصاحبه‌شونده کاملاً درباره اهداف مصاحبه توضیح دهید و حتی ضرب‌الاجل انتشار را نیز گوشزد کنید. مانند مصاحبه کتبی از طرح سؤال‌های بسته پرهیز کنید، مگر اینکه بخواهید حقایق یا اسنادی را تأیید یا تکذیب کند. وقتی جواب‌ها را دریافت کردید، سند را باز کنید و پاسخ‌ها و کامل بودن آن را بررسی کنید، اگر کم و کسری نداشت، تشکر از مصاحبه‌شونده را فراموش نکنید.

از کجا باید شروع کرد؟

قبل از هرچیز باید یک موضوع داشته باشیم که اصطلاحاً روزنامه‌نگارها از آن به‌عنوان سوژه یاد می‌کنند. مشخصات یک سوژه خوب چیست؟

- تازه باشد.
 - بکر باشد.
 - آموزش دهنده، اطلاع‌رسان و یا سرگرم‌کننده باشد.
 - به یک ابهام عمومی پاسخ دهد.
 - نسبت به یک رویداد واقع شده یا در حال وقوع آگاهی دهد.
 - نهایتاً مخاطب پسند باشد.
- اکنون باید یک نفر را پیدا کنیم تا سوژه ما تکمیل شود. بهترین مصاحبه‌شونده چه کسی است؟ فردی که:
- حاضر باشد با ما مصاحبه کند.
 - مطلع باشد و بخواهد اطلاعاتش را در اختیار ما قرار دهد.
 - بهترین گزینه برای پاسخگویی به سؤال‌ها و موضوع مورد بحث باشد.
 - اگرچه لزوماً مشهورترین افراد همیشه بهترین افراد برای انجام مصاحبه نیستند،

اما فراموش نکنید که شهرت از جمله ارزش‌های مهم خبری است.

■ قصد فریب مصاحبه‌کننده را نداشته باشد.

مرحله بعد طراحی سؤال است. سؤال‌های مصاحبه باید دارای چه ویژگی‌هایی باشند؟

سؤال‌ها، مهم‌ترین ابزار مصاحبه هستند، لذا باید هوشمندانه طراحی شوند. از جمله ویژگی‌های سؤال خوب این است که کوتاه، ساده و روشن باشد. فرایند طراحی سؤال بر دو محور اساسی شکل می‌گیرد: محتوا و شکل. محتوای سؤال‌ها را میزان تسلط شما به موضوع مصاحبه و تلاشی که برای به دست آوردن اطلاعات قبل از شروع مصاحبه انجام می‌دهید، تعیین می‌کند؛ پس معطل نکنید. قبل از رفتن به سمت مصاحبه‌شونده، کار تحقیق را شروع کنید. به لحاظ شکلی، سؤال‌ها را به‌طور کلی به دو گروه تقسیم می‌کنند: سؤال‌هایی که تشویق‌کننده بحث و گفت‌وگو هستند و سؤال‌هایی که باعث توقف گفت‌وگو می‌شوند. به عبارت دیگر:

■ سؤال‌های باز

■ سؤال‌های بسته

سؤال‌های باز چراغ سبز یک گفت‌وگو هستند و معمولاً سه عنصر از شش عنصر خبری در طراحی آن نقش دارند؛ چه؟ چرا؟ چگونه یا چطور؟

■ چه شد که تصمیم گرفتید در انتخابات ریاست جمهوری شرکت کنید؟

■ بعد چه شد؟

■ چرا؟

■ چرا وقتی که از شما خواستند در این فیلم بازی کنید به آنها جواب رد دادید؟

■ چطور شد که تصمیم به ازدواج با او گرفتید؟

در سؤال‌های باز مصاحبه‌شونده را محدود نمی‌کنیم و یا به عبارت دیگر به مصاحبه‌شونده اجازه می‌دهیم که هر چه می‌خواهد بگوید. این‌گونه سؤال‌ها، مصاحبه‌شونده را تشویق می‌کند که به شرح و توصیف موضوع بپردازد، سؤال‌های باز، جواب توضیحی و مفصل می‌طلبند.

سؤال‌های بسته چراغ قرمز لحظه‌ای هستند. مصاحبه‌شونده می‌تواند در جواب بگوید: بله یا خیر و یا جواب کوتاه بدهد.

■ آیا به عنوان کاندیدا در انتخابات ریاست جمهوری شرکت می‌کنید؟

■ اگر پیشنهاد جدیدی درباره بازی در یک فیلم به شما بدهند، خواهید پذیرفت؟

■ شما با این طرح موافق بودید، همین‌طور است؟

■ در گروه شما چند نفر عضو هستند؟

■ آیا شما برای جلوگیری از حمله به عراق طرحی هم ارائه دادید؟

■ شما متأهل هستید یا مجرد؟

سؤال‌های بسته بیشتر پیرامون حقایق و ایده‌هایی مطرح می‌شوند، که جواب کوتاه

می‌طلبند. سؤال به‌گونه‌ای طراحی شده است که عملاً به بن‌بست ختم می‌شود و مصاحبه‌شونده را موظف به پاسخ قاطع و مشخص می‌کند.

از نظر شکل، نوع سومی از سؤال هم وجود دارد که اصطلاحاً به آنها سؤال‌های دووجهی می‌گویند:

■ آیا شما در انتخابات ریاست جمهوری شرکت می‌کنید. نگران نیستید که رد صلاحیت شوید؟

■ چه شد که تصمیم گرفتید در این فیلم بازی کنید. آیا رقم کلان پیشنهادی شما را وسوسه کرد؟

■ می‌گویند شما قبل از حمله به عراق می‌دانسته‌اید که مسلح بودن صدام به سلاح‌های کشتار جمعی یک جنجال تبلیغاتی است. آیا نمی‌توانستید از وقوع جنگ جلوگیری کنید؟

■ فکر نمی‌کنید شما در قضاوت اشتباه کرده‌اید. آیا احساس گناه نمی‌کنید؟

■ آیا این سفر برای شما جذاب بود، توانستید از آن بهره لازم را ببرید؟

اشکالی که به این‌گونه سؤال‌ها وارد می‌کنند، این است که در جریان آن دست مصاحبه‌شونده برای جواب دادن تنها به یک بخش از سؤال باز است و مصاحبه‌شوندگان حرفه‌ای در چنین مواقعی سعی می‌کنند از تله خبرنگاران (با پاسخ ندادن به بخشی که برایشان سخت است) بگریزند. سؤال‌های دو وجهی در مواقعی نیز منجر به گیج شدن مصاحبه‌شونده غیر حرفه‌ای می‌شود.

اگر سؤال‌های مصاحبه‌های حرفه‌ای را تجزیه و تحلیل کنید. حتماً این تقسیم‌بندی سه گانه را در آن خواهید دید. لذا یک مصاحبه خوب متشکل از سؤال‌های بسته، باز و دو وجهی است که باید هریک هوشمندانه و متناسب در جای خود بکار گرفته شود. البته پرسیدن سؤال‌ها و چیدمان آن بردو محور کلی‌تر قرار می‌گیرد که آن را ساختار بندی یا سبک مصاحبه هم می‌توان نام‌گذاری کرد. این دو سبک که به نظر می‌رسد از سبک‌های کلاسیک خبری الهام گرفته شده به سبک مصاحبه قیفی^۱ و سبک قیف وارونه^۲ معروفند.

مصاحبه به سبک قیفی

الگوی قیفی مرسوم‌ترین و درعین‌حال ساده‌ترین نوع مصاحبه، برای مصاحبه‌شونده و مصاحبه‌کننده است. زیرا مصاحبه با سؤال‌های ساده شروع و در پایان به سؤال‌های سخت‌تر منتهی می‌شود. این سبک برای مصاحبه‌های سخت و مصاحبه‌هایی که چالش در آن زیاد است و یا اصولاً با مصاحبه‌شونده تندخو روبرو هستیم بهتر جواب می‌دهد. چون هردو طرف مصاحبه درست مثل فوتبالیستی که قبل از بازی

۱- Funnel interview

۲- Inverted-funnel interview

به گرم کردن خود می‌اندیشد، نیازمند این گرم شدن با طرح سؤال‌های ساده در ابتدای مصاحبه هستند.

مصاحبه قیف وارونه

در مصاحبه به روش قیف وارونه، سؤال‌های کلیدی و سخت در ابتدای مصاحبه پرسیده می‌شود. این شیوه بیشتر در مصاحبه‌های تلویزیونی کاربرد دارد. و برای قضات و کلا، نیروی‌های پلیس و مقامات دولتی و کسانی که در پاسخ به سؤال‌های بسته مهارت دارند به کار می‌رود. این‌گونه شروع از آنجایی که پرسیدن سؤال سخت در شروع مصاحبه از همان ابتدا به بحث جدی و درگیری در مصاحبه می‌انجامد و شروع جذابی را برای مخاطب در بر دارد، می‌تواند وسوسه‌کننده باشد.

قسمت‌های یک برنامه مصاحبه محور

برنامه گفت‌وگو محور از قسمت‌های مختلفی تشکیل شده، این قسمت‌ها شامل گفت‌وگو با مهمانان حضوری و غیر حضوری، پخش گزارش‌های مختلف، وُله یا میان برنامه، مسابقه و تعامل با مخاطبان به صورت مسابقه یا گفت‌وگوی تلفنی است.

برای نوشتن برنامه گفت‌وگو محور مراحل زیر را دنبال می‌کنیم:

- ۱ نوشتن موضوع و هدف برنامه
 - ۲ تقسیم‌بندی کردن هدف و موضوع به جزئیات کوچک‌تر براساس زمان‌بندی
 - ۳ نوشتن هدف از تولید برنامه، در قالب ۱۰ جمله خبری و ۱۰ جمله به صورت پرسش و پاسخ؛
 - ۴ مشخص کردن کارشناسان، مهمانان و مخاطبان
 - ۵ نوشتن طرح اولیه در یک پاراگراف به یکی از روش‌های ایده‌پردازی و تعیین کردن ساختار اولیه و روایی برنامه؛
 - ۶ برگزاری جلسه با عوامل تولید مانند تهیه‌کننده، کارگردان، مجری و در صورت نیاز مهمانان برنامه و نوشتن متن گفت‌وگوها؛
- در برنامه زنده، بر اساس موضوع اولیه و دستور کار سفارش‌دهنده دیالوگ‌ها پیش رفته و اصلاحات به صورت هم‌زمان از اتاق فرمان انجام خواهد شد.

برنامه گفت‌وگو محور آموزشی: برنامه گفت‌وگو محور آموزشی، در ساختار همانند دیگر برنامه‌های گفت‌وگو محور است، محتوا و موضوع در این نوع برنامه، آموزشی است، به صورت میزگرد و یا گزارش کارگاهی برگزار می‌شود. این سبک برنامه می‌تواند در برنامه گروه خانواده و سرگرمی، کودک و نوجوان، ورزش و برنامه‌های علمی پخش شود. همانند دیگر برنامه‌ها، در این مدل نیز هدف از

ساخت، مخاطب، زمان پخش و امکانات مادی و معنوی مؤثر است. ادبیات زبانی این مدل برنامه پیچیده نیست، اما انتخاب کلمات ممکن است تخصصی باشد. دانش مجری در موضوع برنامه و کیفیت برنامه به صورت مستقیم مؤثر است.

نکات تکمیلی:

- شروع خوبی داشته باشید. شروع خوب، یعنی طرح یک سؤال جذاب و درعین حال راحت که هم باعث جذب شدن مخاطب شود و هم مصاحبه‌شونده را برای پاسخ به وحشت و زحمت نبندازد.
- مصاحبه خودتان را با سؤال‌های سخت شروع نکنید. سؤال سخت سؤالی است که باعث آزار و گاه وحشت مصاحبه‌شونده می‌شود و می‌تواند باعث توقف مصاحبه در همان ابتدا شود. این یعنی شلیک تیر خلاص به خودتان.
- مصاحبه را با سؤال‌های کلیشه‌ای شروع نکنید؛ «لطفاً خودتان را معرفی کنید.» پاسخ این گونه سؤال‌ها برای مخاطب، خسته‌کننده هستند و چنگی به دل نمی‌زنند. این یعنی شلیک تیر خلاص به مخاطب.
- پایان خوبی داشته باشید. برای پایان مصاحبه، یک سؤال که حدس می‌زنید منجر به یک جواب جالب و قابل توجه می‌شود، در آستین داشته باشید.
- به مصاحبه‌شونده «هرکس که می‌خواهد باشد» با احترام رفتار کنید.
- خوش قول باشید.
- در برخورد با جواب سؤال‌ها، به‌ویژه در مصاحبه با سیاستمداران، کمی شکاک بودن بد نیست.
- سؤال‌های سخت خود را که باعث به زحمت افتادن مصاحبه‌شونده می‌شود و ممکن است او را عصبانی کند و یا حتی به قطع قهرآمیز مصاحبه بینجامد، برای آخر مصاحبه بگذارید.

۴- شیوه تدریس

شیوه تدریس مناسب شیوه نمایشی است. در این شیوه هنرآموز یک یا چند موضوع را انتخاب کرده و عقاید مخالف و موافق هنرجویان را جمع‌آوری نماید. بعد از جمع‌آوری نتایج، هنرجویان موافق و مخالف در سه یا چند گروه یک نفره مقابل یکدیگر قرار گیرند و زیرنظر هنرآموز به مباحثه درمورد موضوع مورد بحث بپردازند. لازم است قبل از اجرای این برنامه، هنرآموز ساختار محتوایی گفت‌وگوکنندگان را بررسی نماید. همچنین این مسئله می‌تواند به صورت چندنفره یا یک نفر به چند نفر نیز صورت گیرد. ترکیب هنرجویان براساس تجربه و شناخت هنرآموز از آنها انجام شود. سایر هنرجویان به صورت بینندگان، اجازه نقد و

بررسی گفت‌وگوکنندگان را خواهند داشت. طرح یک سؤال مناسب و رسیدن به پرسش‌های دقیق باید مورد توجه قرار گیرد.

۵- نکات ایمنی و بهداشت

امانتداری و وفاداری به متن، اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری، درستکاری، نگهداری از رایانه، نگهداری و مراقبت از آرشیوها و ابزار و تجهیزات

۶- شیوه ارزشیابی اهداف توانمندسازی

فعالیت‌های کلاسی و کارگاهی، تهیه گزارش، کارپوشه، آزمون عملکردی

ارزشیابی شایستگی نگارش متن برنامه گفت‌وگو محور

<p>شرح کار: طراحی موضوع، جمع آوری اطلاعات، نوشتن طرح اولیه، نوشتن متن</p>			
<p>استاندارد عملکرد: نگارش برنامه گفت‌وگو محور با موضوع سفارشی از سوی یک شبکه یا اسپانسر با رعایت اصول استاندارد و ارزش‌های ملی و گفت‌وگو غالب حرفه‌ای زمانی و مکانی شاخص‌ها: ۱- شناخت عمومی رسانه ۲- مهارت‌های حل مسئله و فنون مذاکره</p>			
<p>شرایط انجام کار: زمان : ۳۰ ساعت مکان: کلاس درس ابزار و تجهیزات: کاغذ، قلم، ابزار نمایش بزرگ مثل پرده و دستگاه ویدئو پروژکشن، رایانه، دستگاه پخش سی‌دی، میز و صندلی، تخته سفید</p>			
<p>معیار شایستگی:</p>			
ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	طراحی موضوع	۲	
۲	جمع آوری اطلاعات	۲	
۳	نوشتن طرح اولیه	۲	
۴	نوشتن متن	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست‌محیطی و نگرش: تفکر خلاق (N15)، احترام و تعامل با صاحب نظران و مخاطبان، بردباری در گفت‌وگوهای چالشی و حفظ ارزش‌های اخلاقی، تأثیر مثبت و با کیفیت بر نگرش افراد اجتماع در حوزه محوریت موضوع‌های انتخابی هر گفت‌وگو	۲	
میانگین نمرات			*

* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می‌باشد.

نمونه جدول بودجه‌بندی: نگارش متن برنامه گفت‌وگو محور – واحد یادگیری ۲- پودمان ۳

جلسه	واحد یادگیری	پودمان	رئوس محتوا	زمان	
				نظری	عملی
جلسه ۱	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	تعریف برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	۱
جلسه ۲	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	انواع برنامه سرگرمی و مسابقه	۱	۳
جلسه ۳	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	مسابقات داخل استودیو	۱	۳
جلسه ۴	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	مراحل نوشتن متن	۱	۳
جلسه ۵	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	انتخاب ایده	۱	۳
جلسه ۶	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	پیرنگ اولیه	۱	۳
جلسه ۷	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	نوشتن متن بر اساس نوع مخاطب	۱	۳
جلسه ۸	نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی	۳	ارزشیابی	-	۲

واحد یادگیری (۲)

پودمان سوم: میزگرد، مسابقه و سرگرمی

نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی

۱- مقدمه

مسابقات تلویزیونی براساس ساعت پخش، مخاطب، اسپانسر برنامه و میزان جوایز طراحی می‌شوند، اما تنها بردن جایزه یک مسابقه تلویزیونی را محبوب نمی‌کند. برای تماشاگر میزان هم ذات‌پنداری و اینکه خودش را چقدر در نقش مسابقه‌دهنده، ببیند و با وی حس هیجان و رقابت را تجربه کند، اهمیت دارد. بنابراین ایده و پیرنگ یک مسابقه در محبوبیت و موفقیت یک مسابقه تلویزیونی نقش دارد. مسابقات تلویزیونی یا در فضای بسته و داخل استودیو ساخته و ضبط می‌شوند یا در فضای باز. و بنابراین طراحی و متن آنها می‌تواند متفاوت باشد، متن یک مسابقه تلویزیونی به عوامل زیر بستگی دارد: شکل مسابقه، محتوا و موضوع. از این رو، نگارش متن خوب به عنوان یک اولویت در مسابقه تلویزیونی مطرح است و برگه برنده محسوب می‌شود.

۲- مواد و تجهیزات

رایانه، دستگاه پخش ضبط و تصویر، پرده نمایش، قلم و کاغذ، فضای مناسب آموزشی

۳- دانش افزایی

نگاهی به مسابقات تلویزیونی پرطرفدار جهان: این برنامه‌ها میل انسان برای برتری به دیگران در رقابت و حس خطرکردن را هم اقناع می‌کند. جایزه و هیجان زیاد دو دستاوردی است که این مسابقات به شرکت‌کنندگان و مخاطبان خود هدیه می‌دهد. پیشینه این مسابقات به برنامه‌های مشابه رادیویی برمی‌گردد. از دهه ۱۹۳۰ مسابقاتی مثل «Spelling Bee» پخش شد و محبوبیت آنها باعث شد مسابقات تلویزیونی به یکی از محبوب‌ترین گونه‌های نمایشی تبدیل شود. در اینجا ۱۰ مسابقه تلویزیونی پرطرفدار که در کنار دیگر انواع نمایشی بیشترین تعداد تماشاگر را به خود اختصاص داده‌اند، معرفی می‌شوند.

Jeopardy!: به معنای خطرکردن و ریسک است. در این مسابقه تلویزیونی

کلاسیک، در ابتدای مسابقه اطلاعاتی در قالب پاسخ به شرکت‌کنندگان داده می‌شود و سه شرکت‌کننده در شش دسته‌بندی مختلف باید سؤال طرح کنند. پخش این برنامه از شبکه NBC در ۳۰ مارچ ۱۹۶۴ آغاز شد. الکس تربک از سال ۱۹۸۴ عهده‌دار میزبانی این مسابقه بوده است. او که از سال ۱۹۸۴ تا به حال مجری این برنامه بوده، ۶۸۲۹ اپیزود اجرا و رکورد جهانی بیشترین میزبانی شوهای تلویزیونی را از آن خود کرده است. این مسابقه به قدری مشهور شد که شرکت IBM برای اثبات توانایی‌های ابر کامپیوتر تازه‌اش واتسون، آن را در برابر دو قهرمان بازی‌های Jeopardy! قرار داد. واتسون دو قهرمان مسابقه اطلاعات عمومی تلویزیونی آمریکا را شکست داد و پیروزی دیگری برای هوش مصنوعی ثبت کرد. واتسون که به اینترنت متصل نبود، این بازی را با پردازش الگوریتم‌های متعدد و سرعتی فوق تصور انجام داد. کن جنکینز یکی از شرکت‌کنندگان که رکورد ۷۴ بار برنده شدن پیاپی در Jeopardy! را دارد، روی صفحه پاسخ‌دهی‌اش در پایان این نمایش پر سر و صدای سه روزه به شوخی نوشت: من به نوبه خودم به ارباب‌های کامپیوتری جدیدمان خوشامد می‌گویم.

Wheel of Fortune: به معنای چرخه شانس است. عده‌ای معتقدند، هیچ چیز در عالم از روی تصادف و اتفاق رخ نمی‌دهد و هر چیزی در نظامی منطقی، مبتنی بر سلسله‌ای علت و معلولی است. ما از آنجایی که علت را نمی‌شناسیم، نامش را تصادف و شانس می‌گذاریم و اگر پرده از روی سلسله علت کنار رود، خواهیم دید که هیچ چیز اتفاقی وجود ندارد، گرچه برخی از این علت از اختیار و علم ما خارج باشد، اما به راستی، شانس با چه کسی یار است؟

وقتی مسابقه آغاز می‌شود، صفحه‌ای دایره شکل و رنگارنگ شبیه به یک چرخ مقابل شرکت‌کننده قرار دارد. شرکت‌کنندگان این صفحه را می‌چرخانند و صفحه روی هر نمایشگری که بایستد، اگر شرکت‌کننده شانس بیاورد و محل مورد نظر پوچ نباشد، پاکتی در آن قرار دارد که جاهای خالی یک کلمه در آن نشان داده می‌شود و شرکت‌کننده باید حرف‌های کلمه را حدس بزند تا در نهایت کلمه مورد نظر به‌دست آید. جایزه این مسابقه یک میلیون دلار پول نقد است و تاکنون بیش از ۶۰۰۰ اپیزود از آن پخش شده است. ایده مسابقه توسط مو گریفین شکل گرفت و پخش آن از ژانویه ۱۹۷۵ در شبکه NBC شروع شد. این مسابقه پس از اعمال تغییراتی، در سال ۱۹۸۹ به بخشی از برنامه CBS راه یافت. محبوبیت این برنامه به حدی رسید که پخش آن تا امروز ادامه دارد.

Pyramid به معنی هرم است و مطمئناً نقش نمادین هرم در شکل‌گیری این مسابقه بی‌تأثیر نیست. پیشینه نمادگرایانه هرم در آمریکا، به تصویر آن روی اسکناس یک دلاری بازمی‌گردد. چارلز تامپسون در اظهارنظر خود به مجلس درباره نمادشناسی این اسکناس اعلام کرد که هرم، دال بر قدرت و قدمت است.

همان‌طور که روی اسکناس یک دلاری آمریکا هرم دیده می‌شود، این مسابقه هم با پول مرتبط است.

در این مسابقه دو نفر شرکت داده می‌شوند. برای هر یک از شرکت‌کننده‌ها یک فرد مشهور دعوت می‌شود تا به او کمک کند. در هر یک از هرم‌ها، کلمه خاصی است که شرکت‌کننده باید در مدت محدود و کوتاهی حروف آن را حدس بزند و کامل کند. شرکت‌کننده‌ای که برنده می‌شود، با خود صد هزار دلار پول نقد به خانه می‌برد. نسخه اصلی این برنامه به نام «هرم ۱۰۰۰۰۰ دلاری» در ۲۶ مارچ ۱۹۷۳ ارائه شد. انتخاب نام هرم به‌خاطر شکل هرمی تخته‌ای است که بازی روی آن اجرا می‌شود. امروز این برنامه از شبکه GSN پخش می‌شود. مجری این مسابقه در فاصله سال‌های ۱۹۸۸-۱۹۷۳ دیک کلارک بود.

Family Feud: ترجمه عنوان این مسابقه «تضاد خانوادگی» است. در جوامع انسانی، خانواده به گروهی از افراد گفته می‌شود که از طریق هم‌خونی، تمایل سببی یا مکان زندگی مشترک، به یکدیگر وابستگی دارند. همین وابستگی نقش خانواده را در زندگی فرد پر رنگ می‌کند. اولین تأثیرات محیطی که فرد دریافت می‌کند، از محیط خانواده است و حتی تأثیرپذیری فرد از سایر محیط‌ها می‌تواند نشئت گرفته از همین محیط خانواده باشد. بی‌تردید خانواده پایه‌گذار بخش مهمی از سرنوشت انسان است، اما آیا یک مسابقه، ارزش آن را دارد که اعضای خانواده از هم ناراحت شوند؟

این مسابقه، دو نفر از اعضای یک خانواده را در مقابل یک نفر دیگر از همان خانواده قرار می‌دهد. از هر دو گروه سؤال‌هایی پرسیده می‌شود و آنها باید جواب درست بدهند. هر گروه که سه دور اول مسابقه را برنده شود، باید بماند تا به سؤالات مرحله آخر جواب دهد. جایزه مرحله آخر دو میلیون دلار است که گاهی باعث به هم خوردن روابط خانوادگی می‌شود! این مسابقه برای نخستین‌بار از شبکه ABC در سال‌های ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۵ پخش شد و بار دوم از سال ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۵ روی آنتن رفت.

Password: از روزگار کهن، رمز جهت اثبات هویت واقعی برای دسترسی به یک منبع مهم به‌کار می‌آمد. به همین خاطر رمز و در پی آن رمزگشایی، همواره جذابیت خاصی برای انسان داشته است. این برنامه یکی دیگر از مسابقات تلویزیونی پر بیننده است که در آن شرکت‌کنندگان باید یک کلمه را که به عنوان رمز انتخاب شده، حدس بزنند تا بتوانند جایزه نقدی مسابقه را از آن خود کنند. در این مسابقه، دو شرکت‌کننده از یک تیم باید به یکدیگر کمک کنند تا به رمز ورود برسند. برای حدس‌زدن کلمه عبور یکی از شرکت‌کننده‌ها، فقط یک کلمه کلیدی به فرد می‌گوید تا او بتواند رمز را حدس بزند. اگر حدس نادرست باشد، آنها دست خالی مسابقه را ترک خواهند کرد. این مسابقه از اکتبر ۱۹۶۱ تا سپتامبر ۱۹۶۷

از شبکه CBS پخش می‌شد و در سال‌های بعد شبکه‌های ABC و NBC پخش آن را عهده‌دار بودند.

The Newlywed Game: در این مسابقه زن و شوهری جوان را در مقابل هم قرار می‌دهند و از آنان سؤالاتی صریح می‌پرسند تا میزان شناخت آنها از یکدیگر را تعیین کنند. در این مسابقه دقت و صداقت زوج، به‌طور همزمان به‌چالش کشیده می‌شود. سؤالاتی مثل «چه چیزی بیش از همه لبخند را بر لب‌های همسرت می‌نشانده؟»، «چشم‌های همسرت چه رنگی است؟»، «اگر زن می‌خواست شهری را برای زندگی انتخاب کند، کدام شهر بود؟»، «شوهرت دوست دارد چه اسمی برای پسران انتخاب کنی؟»، «موسیقی مورد علاقه همسرت چیست؟»، «همسرت دوست دارد کدام عادت را تغییر بدهی؟» و «بیشترین چیزی که همسرت در تو دوست دارد، چیست؟» نمونه‌هایی از پرسش‌هایی است که در این برنامه مطرح می‌شود. شهرت این برنامه، به سبب آن است که پاسخ به سؤالات در مواردی منجر به جر و بحث، دعوا و حتی طلاق شرکت‌کنندگان شده است! این مسابقه تلویزیونی از دهه ۱۹۶۰ تا امروز طرفداران زیادی داشته است.

(Who Wants to Be a Millionaire?): معنای فارسی نام این مسابقه «چه کسی می‌خواهد میلیونر شود؟» است. «این جواب آخر شماست؟» پرسشی است که در این مسابقه دائم تکرار می‌شود. در این مسابقه، ابتدا از شرکت‌کننده، یک سؤال پرسیده می‌شود که وی باید بدون معطلی و فکر جواب بدهد. اگر جواب درست باشد به مرحله بعد راه پیدا می‌کند و اگر جواب درست نباشد شرکت‌کننده دیگری وارد مسابقه می‌شود. وقتی شرکت‌کننده به مرحله بعدی راه پیدا می‌کند، سؤالات چهار جوابی از او پرسیده می‌شود و وقتی فرد شرکت‌کننده، پاسخ نهایی را می‌دهد مجری از او می‌پرسد «آیا این جواب آخر شماست؟» اگر فرد از پاسخ خود مطمئن باشد، درستی یا نادرستی آن مشخص می‌شود، در غیر این صورت می‌تواند از سه فرصت کمکی خود استفاده کند. این سه فرصت شامل پرسیدن جواب از تماشاچی‌ها، تماس با یک دوست و پرسیدن جواب سؤال از او و یا خاموش کردن دو پاسخ اشتباه است.

نسخه اصلی آمریکایی این مسابقه از شبکه ABC در سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۲ پخش می‌شد. در هند، آمیتا باچان بازیگر مشهور سینمای بالیوود مجری این مسابقه بوده و محبوبیت این مسابقه به حدی رسید که دستمایه رمان «Q & A» نوشته ویکاس سواروپ قرار گرفت و فیلم برنده اسکار «میلیونر زاغه‌نشین» بر مبنای همین ماجرا ساخته شد.

The Price Is Right: قرن‌ها پیش از میلاد مسیح، در داد و ستدهای اولیه، معاوضه دو کالا با هم بدون تعیین ارزش و معیاری برای سنجش انجام می‌شد، تا آنکه بشر راه مبادله غیرمستقیم کالا با کالا را در پیش گرفت و همین موجب

پیدایش پول شد. در این مسابقه شرکت‌کننده‌ها، باید قیمت اجناسی را که به آنها نشان داده می‌شود، به‌درستی حدس بزنند. با شروع مسابقه، دو نفر رقیب هم هستند که هر بار باید قیمت اشیای مختلفی را درست بگویند و در هر مرحله، نرخ اجناس سخت‌تر می‌شود. این مسابقه نخستین بار در دهه ۱۹۵۰ برگزار شد و سپس در دهه ۱۹۷۰ دوباره اجرا شد و تا امروز همچنان ادامه دارد. این برنامه تلویزیونی، بر بازی‌های تخته‌ای و بازی‌های ویدئویی هم تأثیرگذار بوده و در سراسر دنیا به‌خصوص انگلستان، استرالیا و مکزیک اقتباس‌هایی از آن صورت گرفته است.

Moment of Truth: مسابقه به این صورت آغاز می‌شود که پیش از ضبط برنامه به شرکت‌کننده، دستگاه دروغ‌سنج وصل می‌کنند و ۵۰ سؤال از او می‌پرسند. ۲۱ سؤال از ۵۰ سؤالی که از شرکت‌کننده پرسیده می‌شود بعد از آغاز مسابقه است. اگر شرکت‌کننده پاسخ صادقانه به سؤال‌ها بدهد به مرحله بعدی راه پیدا می‌کند، اما اگر دستگاه دروغ‌سنج ناراستی شرکت‌کننده را ثابت کند، بازنده شده و هیچ جایزه‌ای نصیبش نمی‌شود. شاید در نگاه اول این مسابقه ساده به نظر برسد، اما از شرکت‌کننده، سؤالات خصوصی پرسیده می‌شود و یکی از اعضای خانواده شرکت‌کننده یا دوستان او در استودیو حاضر هستند و ممکن است پاسخ به یک سؤال در حضور آشنایان برای شرکت‌کننده دشوار و حتی نابودکننده باشد. از این رو می‌تواند با فشار یک کلید سؤال را عوض کند که البته این کار فقط یک‌بار امکان‌پذیر است. شرکت‌کنندگان قبل از مسابقه قراردادی امضا می‌کنند که همه نتایجی که دروغ‌سنج ارائه می‌دهد، قبول دارند. این برنامه از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ از شبکه FOX پخش می‌شد، اما به دلیل بروز تنش‌ها و اتفاقات غیر مترقبه و اعتراف‌های عجیب شرکت‌کنندگان برای به‌دست آوردن پول و با اتهام به‌هم پاشیدن کانون خانواده و رواج بی‌اخلاقی در جامعه جایزه به جنجال کشیده و پخش آن متوقف شد.

Deal or No Deal? ساختار این مسابقه در سال ۲۰۰۰ برای نخستین بار در برنامه‌ای هلندی شکل گرفت و امروز این مسابقه در بیشتر کشورهای جهان برگزار می‌شود. مسابقه به این صورت است که مقابل شرکت‌کننده، چندین سؤال قرار دارد و او یکی پس از دیگری شروع به جواب‌دادن سؤال‌ها و پوچ کردن آنها می‌کند. البته ماجرا به همین سادگی هم نیست، وقتی شرکت‌کننده سؤالی را انتخاب می‌کند، مجری به او پیشنهاد مبلغی پول می‌کند و اینجاست که شرکت‌کننده، بین دو راهی می‌ماند. افرادی که در این مسابقه شرکت می‌کنند یک گروه همراه دارند. آنها می‌توانند با گروه خود مشورت کنند و بعد از تصمیم‌گیری، کلید پاسخ را فشار دهند. اگر فرد بتواند تا مرحله آخر پیش برود، برنده یک میلیون دلار جایزه می‌شود.

تاریخچه و آسیب شناسی مسابقات تلویزیونی: نخستین مسابقه تلویزیونی با عنوان «هجی» از ۱۹۸۳ در شبکه «بی بی سی» پخش شد. موضوع آن هجی کردن واژه‌ها بود و این برنامه به صورت زنده پخش می‌شد. تلویزیون‌های کشورهای دیگر نیز پس از آن مسابقاتی را ساخته و پخش کردند. پیش از آن، مسابقات رادیویی وجود داشتند و می‌توان گفت که تلویزیون، این گونه از برنامه‌ها را از رادیو اقتباس کرده است. مسابقات تلویزیونی به سرعت رواج یافتند و هواخواهان بسیار داشتند. جوایز برخی از این مسابقات گاه نیز بسیار چشمگیر بودند و در برخی موارد، استثنایی، مانند مسابقه‌ای در شبکه «سی بی اس» که بازندگان نیز یک «کادیلاک» برنده می‌شدند. ۱۹۵۵م تا ۱۹۵۷م مسابقات تلویزیونی، بیشترین حجم برنامه‌های تلویزیون‌های دنیا را تشکیل می‌دادند. اما این برنامه‌ها انواعی از سبک و آسان تا سنگین و دشوار داشتند و در برخی از آنها تنها چیزی به عنوان یادبود برنامه به برندگان داده می‌شد. محتوای متنوع همچون سؤالاتی شبیه بازجویی، حدس زدن شغل افراد، سؤالات سنگین علمی، معما، محتوای غنی فرهنگی و تخصصی و... نیز از مشخصات آنها به شمار می‌آمد. در دسته‌ای، رقابت هدف اصلی بود و در دسته دیگر، ارتقای سطح دانش جامعه، مورد نظر بود. مجری برخی از آنها شخصیت‌های برجسته علمی و فرهنگی بودند و در برخی دیگر، هنرمندان مشهور به عنوان مجری حضور داشتند و علاوه بر تنوع بسیار در فرم و محتوای مسابقات گوناگون، نحوه اجراها نیز ویژه و استثنایی و جذاب بودند و پخش زنده مسابقات بر میزان جاذبه و شور و هیجان ایجاد شده در استودیو و منازل مخاطبان، می‌افزود. نحوه اجرا و سؤالات، تعلیقی قوی و قابل مقایسه با تعلیق موجود در داستان‌ها و آثار تصویری جنایی و پلیسی ایجاد می‌کردند و می‌دانیم که تعلیق از عمده‌ترین عوامل جاذبه است. سهمیم شدن مخاطبان درون منازل از طریق این تعلیق و مشارکت تماشاگران حاضر در استودیو از طریق پرسش‌های مخصوص به خودشان تأمین می‌شد. در این میان، گاه به گاه شایع می‌شد که نتایج برخی مسابقات از پیش معلوم بوده و شبکه‌ها و اسپانسرها (حمایت‌کنندگان) این برنامه‌ها که معمولاً حمایتشان به دلیل تبلیغ کالاهایشان در برنامه بود پاسخ‌ها را در اختیار برخی شرکت‌کنندگان می‌گذاشتند. یک برنده جایزه ۶۴۰۰۰ دلاری مسابقه‌ای خاص، گفته بود که تهیه‌کننده به وی توصیه کرده است که در آن مسابقه (مسابقه‌ای به نام بیست و یک) سعی کند امتیازهایش با رقیب، همواره مساوی باقی بماند تا بر هیجان برنامه افزوده شود. این برنده، یک استاد دانشگاه انگلیس بوده است و مواردی از این دست، بسیارند. در ۱۹۸۵ پس از آنکه شمار افتضاحاتی این چنینی در مسابقات تلویزیونی، بسیار شد در تلویزیون‌های آمریکا مسابقات دارای جوایز بزرگ ممنوع اعلام شدند. «رابرت رد فورد» کارگردان مشهور آمریکایی، براساس یکی از این زد و بندها، فیلمی با عنوان «نمایش کوییز» ساخته است. در ادامه روند تنوع در مسابقات تلویزیونی، شکل

خاص «مسابقه - بازی» در تلویزیون‌ها به وجود آمده که سابقه آن نیز به مسابقات گروهی رادیویی بازمی‌گردد. در این نوع مسابقه، بازی‌های ورزشی و غیرورزشی، یا زمینه اصلی مسابقه‌اند و یا یکی از آیتم‌های آن و به عبارتی: تحرک فیزیکی نیز در آنها به تحرک ذهن شرکت‌کنندگان افزوده می‌شود. بازی‌های این برنامه‌ها نیز از تنوع بسیار برخوردارند.

در ایران نخستین مسابقه تلویزیونی «نقاب سیاه» نام داشت که «علی تابش» هنرمند رادیو و تلویزیون و سینما، طراحی و اجرای آن را به عهده داشت. این مسابقه در سال ۱۳۴۰ شمسی پخش می‌شد و پس از آن مسابقات به عنوان یکی از آیتم‌ها در برنامه‌های ترکیبی تلویزیونی، ادامه یافتند، ضمن آنکه مسابقات مستقل تلویزیونی نیز گهگاه پخش می‌شدند. مانند: هرجا، در ایران نیز، رادیو، در ساختن و پخش برنامه‌های مسابقه پیش‌قدم بود و برنامه‌هایش انواع مختلفی از مسابقه مشاعره گرفته تا مسابقه معمایی پلیسی و مسابقه‌ای معروف به نام «بیست سؤالی» و... داشت.

پس از انقلاب نیز پس از وقفه‌ای، مسابقات تلویزیونی ادامه یافتند که از نوع برنامه‌های «تولیدی» بودند یعنی از قبل، ضبط شده و سپس در روز و ساعتی معین پس از آن، پخش می‌شدند. اما به کارگیری تکنولوژی رایانه‌ای در تلویزیون سبب شد که توان «اجرای زنده» این برنامه‌ها به‌دست آید. یکی از مسابقات پر طرفدار تلویزیونی، «مسابقه بزرگ» (۷۷ و ۷۶) است که علی‌رغم الگوگیری از نمونه‌ای غیرایرانی، توانست با طراحی صحنه خوب و اجرایی نسبتاً جذاب و سطح در خور توجه سؤالات و مشارکت دادن مخاطب، جای مطلوبی برای خود باز کند، روز به روز نیز بر شمار هواخواهانش افزوده می‌شد. اما سطحی شدن مسابقات پس از آن، به علاوه آنکه مخاطبان از تقلیدی بودنشان مطلع شدند، از هواداران این گونه برنامه‌ها به شدت کاست و از ۱۳۷۹ که «مسابقات تلفنی» تلویزیونی با برنامه‌ای با همین عنوان (مسابقه تلفنی) آغاز شدند.

مسابقه برنامه‌ای تفریحی است برای خانواده بدون پرداخت هزینه که با هیجان توأم است و این هیجان فشارهای روحی آنان را خنثی می‌کند. این گونه برنامه‌ها حتی برای جدی‌ترین افراد که برنامه‌های سنگینی را طالبند می‌توانند در صورت مبتذل نبودن تنوع و «زنگ تفریح» باشند.

دسته‌بندی انواع مسابقه تلویزیونی: برنامه مسابقه تلویزیونی را از دو جهت می‌توان دسته‌بندی نمود؛ ۱- از حیث فرم ۲- از حیث محتوا.

از حیث محتوا دو دسته‌اند:

۱ نخبه‌گرا و تخصصی: در این دسته سؤالات تخصصی‌اند و شرکت‌کنندگان در مرحله و سطح بالایی از آگاهی و دانش قرار دارند. معنای دانش در اینجا

دانستنی‌های عمومی (اطلاعات عمومی) نیست بلکه دانش تخصصی مورد نظر است. شرکت‌کنندگان در طبقه متوسط به بالا قرار دارند.

۲ عامه پسند و مناسب مخاطب انبوه: در این دسته پرسش‌ها چندان تخصصی نیستند. شرکت‌کنندگان اغلب در زمینه اطلاعات عمومی ورزیده‌اند. معنای دانش در اینجا همان دانستنی‌های عمومی است. شرکت‌کنندگان در طبقه متوسط به پایین قرار دارند.

از حیث فرم و شکل ۳ گونه‌اند:

۱ مسابقه – سرگرم: در این شکل از مسابقه تلویزیونی، شرکت‌کننده و مجری می‌توانند حرکت کنند، زیرا در مسابقه نوعی از بازی، طراحی شده است. اما این بازی ورزش نیست و از آن مفرح‌تر است، فی‌المثل خوردن یک خوراکی در مدت معینی، چیدن یک جورچین، پوشیدن لباس خاص، حدس زدن حرکت یک فرد و...

۲ مسابقه – بازی: در این شکل از مسابقه تلویزیونی یک بازی طراحی شده است که شرکت‌کنندگان در هر مرحله آن امتیازی کسب می‌کنند. جمع امتیازهای مراحل مختلف بازی، نمره ویژه او به شمار می‌آید. هر دو طرف یعنی مجری و شرکت‌کننده به هنگام مسابقه تحرک دارند. بازی در این شکل از مسابقه به ورزش نزدیک می‌شود.

۳ مسابقه مجرد: در این شکل از مسابقه تلویزیونی حرکت برای مجری و شرکت‌کننده وجود ندارد، آنها هر یک در جایگاه ویژه خود قرار دارند. پرسشی از سوی مجری انجام شده و شرکت‌کننده به آن پاسخ می‌دهد. در این شکل ممکن است مجری حرکت نیز داشته باشد. برای طرح سؤال هر شرکت‌کننده به سمت او حرکت می‌کند.

۴- شیوه تدریس

توصیه می‌شود هنرآموز برای تقویت مهارت‌های نگارشی و خلاقیت هنرجویان، آنها را ترغیب به راه‌اندازی یک مسابقه در مدرسه یا مابین کلاس‌های هم‌گروه خود نماید. ایجاد یک اتفاق و رویداد مهم‌ترین عامل برای خلاقیت جمعی و گروهی است. پیشنهاد می‌شود کلیه مطالب آموزشی در فرایند این رویداد به هنرجویان آموزش داده شود. همچنین با توجه به معرفی مسابقه‌های مختلف در قسمت دانش‌افزایی هنرآموزان می‌توانند بخش‌هایی از مسابقات معرفی شده را در کلاس درس نمایش داده تا هنرجویان از نزدیک با شیوه‌های اجرای مسابقات آشنا شوند.

۵- نکات ایمنی و بهداشت

امانتداری و وفاداری به متن، اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری، درستکاری، نگهداری از رایانه، نگهداری و مراقبت از آرشيوها و ابزار و تجهیزات

۶- شیوه ارزشیابی اهداف توانمندسازی

فعالیت‌های کلاسی و کارگاهی، تهیه گزارش، کارپوشه، آزمون عملکردی

ارزشیابی شایستگی نگارش متن برنامه مسابقه و سرگرمی

<p style="text-align: right;">شرح کار:</p> <p style="text-align: right;">طراحی ساختار، انتخاب شکل مسابقه، انتخاب ایده، انتخاب عناصر متن، نوشتن متن</p>																																							
<p style="text-align: right;">استاندارد عملکرد:</p> <p>نوشتن متن یک برنامه مسابقه و سرگرمی به سفارش تهیه‌کننده با در نظر گرفتن امکانات موجود و ارائه آن حداقل در ۱۵ صفحه با ذکر لوکیشن و ملزومات صحنه (براساس موضوع انتخابی)</p> <p style="text-align: right;">شاخص‌ها:</p> <p style="text-align: right;">۱- شناخت عمومی رسانه</p> <p style="text-align: right;">۲- مهارت فیزیکی و ذهنی در طراحی و اجرای متن</p>																																							
<p style="text-align: right;">شرایط انجام کار:</p> <p style="text-align: right;">زمان: ۳۰ ساعت</p> <p style="text-align: right;">مکان: کلاس درس</p> <p style="text-align: right;">ابزار و تجهیزات: رایانه، دستگاه پخش ضبط و تصویر، پرده نمایش، قلم و کاغذ، فضای مناسب آموزشی</p>																																							
<p style="text-align: right;">معیار شایستگی:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr style="background-color: #d1c4e9;"> <th style="width: 15%;">ردیف</th> <th style="width: 25%;">مرحله کار</th> <th style="width: 25%;">حداقل نمره قبولی از ۳</th> <th style="width: 35%;">نمره هنرجو</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">۱</td> <td>طراحی ساختار</td> <td style="text-align: center;">۲</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">۲</td> <td>انتخاب شکل مسابقه</td> <td style="text-align: center;">۲</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">۳</td> <td>انتخاب ایده</td> <td style="text-align: center;">۲</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">۴</td> <td>انتخاب عناصر متن</td> <td style="text-align: center;">۱</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">۵</td> <td>نوشتن متن</td> <td style="text-align: center;">۲</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="2" style="text-align: center;">۲</td> <td></td> </tr> <tr style="background-color: #d1c4e9;"> <td colspan="4" style="text-align: center;">میانگین نمرات</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: center;">*</td> </tr> </tbody> </table> <p style="margin-top: 10px;">شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست‌محیطی و نگرش: تفکر خلاق (N۱۵) - احترام و تعامل با صاحب نظران و مخاطبین - بردباری در گفت‌وگوهای چالشی و حفظ ارزش‌های اخلاقی - تأثیر مثبت و باکیفیت بر نگرش افراد اجتماع در حوزه محوریت موضوع‌های انتخابی هر گفت‌وگو</p>				ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو	۱	طراحی ساختار	۲		۲	انتخاب شکل مسابقه	۲		۳	انتخاب ایده	۲		۴	انتخاب عناصر متن	۱		۵	نوشتن متن	۲			۲			میانگین نمرات				*			
ردیف	مرحله کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو																																				
۱	طراحی ساختار	۲																																					
۲	انتخاب شکل مسابقه	۲																																					
۳	انتخاب ایده	۲																																					
۴	انتخاب عناصر متن	۱																																					
۵	نوشتن متن	۲																																					
	۲																																						
میانگین نمرات																																							
*																																							
<p style="text-align: right;">* حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ می‌باشد.</p>																																							

پودمان چهارم: متن خبر ورزشی
واحد یادگیری ۱- نگارش متن برنامه خبری
واحد یادگیری ۲- نگارش متن برنامه آموزشی

نمونه جدول بودجه بندی: نگارش متن برنامه خبری - واحد یادگیری ۱-
 پودمان ۴

جلسه	واحد یادگیری	پودمان	رئوس محتوا	زمان	
				نظری	عملی
جلسه ۱	نگارش متن برنامه خبری	۴	تعریف خبر	۳	۱
جلسه ۲	نگارش متن برنامه خبری	۴	اجزای خبر	۱	۳
جلسه ۳	نگارش متن برنامه خبری	۴	انواع تیترها	۲	۲
جلسه ۴	نگارش متن برنامه خبری	۴	موضوعات خبری	۱	۳
جلسه ۵	نگارش متن برنامه خبری	۴	عناصر خبری	۲	۲
جلسه ۶	نگارش متن برنامه خبری	۴	گزارش خبری	۱	۳
جلسه ۷	نگارش متن برنامه خبری	۴	قواعد کلی خبری	۱	۳
جلسه ۸	نگارش متن برنامه خبری	۴	ارزشیابی	-	۲