

مصاحبه مطبوعاتی



سید حسام الدین شریعت پناهی

” سید حسام الدین شریعت پناهی، روزنامه نگار و کارشناس ارشد علوم اجتماعی است.“

رتال جامع علوم انسانی

بینگام و مور، هدفهای عمومی مصاحبه را در سه مقوله زیر

خلاصه کرده اند:

۱. جمع آوری اطلاعات

۲. آگاهی دادن و مطلع ساختن

۳. تحریک و برانگیختن^(۱)

اما آیا همه صاحبان فنون، به یک میزان و با روشی یکسان،

اهداف عمومی مصاحبه را دنبال می کنند؟ سعی ما در این مقاله آن

است که ابتدا مرز بین مصاحبه مطبوعاتی را با مصاحبه در گزارش

مشخص کنیم، سپس به طور عمیق و جامعتری به مصاحبه در گزارش

بپردازیم.

کاربرد مصاحبه در روان شناسی و مددکاری اجتماعی

عموماً کالبد شکافی مصاحبه با توجه به اهداف، نقشها و

ساخت یا ساختهایبی که مصاحبه را دربر می گیرد، معنی می دهد.

اگر ازدیدگاه مکتب گشتالت این موضوع را بررسی کنیم، مصاحبه

وقتی معنا می یابد که در رابطه با کل در نظر گرفته شود؛ به این

مناظره، مشاجره، مباحثه، مکالمه و مصاحبه اصطلاحاتی شبیه

یکدیگرند که هر کدام از آنها در عرصه روابط متقابل اجتماعی،

کاربرد ویژه ای دارند. اما در دایره مطبوعات، مصاحبه ابزار اصلی

خبرنگار و گزارشگر است. مصاحبه نه مناظره به شمار می رود نه

مشاجره، نه مباحثه و نه مکالمه؛ بلکه مصاحبه هنر و فن پیچیده و

ظرفی است که در روش شناسی عموم رشته های علوم انسانی و

اجتماعی، جایگاه ویژه ای دارد.

برای عموم روان شناسان، روانکاوان، روان درمانگران،

مددکاران اجتماعی، بازپرسان و کارآگاهان، محققان و پژوهشگران

و جامعه شناسان، و بالاخره خبرنگاران و گزارشگران رسانه های

گروهی، مصاحبه ابزار عمده کار است. مصاحبه، دریچه ورود به

دنیای ناشناخته هاست و بدون بهره گیری از فنون مصاحبه، انتظار

نمی توان داشت که مطالب و نکات جذابی را جمع آورد و به خواننده

عرضه کرد. اما ضمن آنکه وجوه مشترکی در استفاده از مصاحبه بین

به کارگیرندگان آن وجود دارد، می توان مرزبندی نسبتاً روشنی هم

در بهره گیری از تکنیکهای مصاحبه قایل شد.

مفهوم که مصاحبه به خودی خود یا به طور تجربیدی مفهوم ندارد، و فقط وقتی می‌توان مصاحبه را مؤثر دانست که هماهنگی با دیگر اجزای یک ساخت در خدمت نظام معین یا ساخت مشخص به استخدام مصاحبه کننده درآید. در اینجا است که مصاحبه در روان شناسی یک استخوان بندی دارد و در امور پلیسی یا در درون یک نظام مطبوعاتی (که خود شاخه شاخه می‌شود) یک ترکیب مستقل دیگر. به همین خاطر است که نقش همه مصاحبه کنندگان و مصاحبه شوندگان نیز در رشته‌های گوناگون یکسان به حساب نمی‌آید. مصاحبه کننده‌ای که روانکار است، با مصاحبه کننده‌ای که بازپرس است و آنکه خبرنگار و گزارشگر، و نیز مصاحبه شوندگان از نظر نقش پذیری اجتماعی روی یک خط یا مرز مشترکی قرار نمی‌گیرند. هدفهای آنها هم که همگی مصاحبه‌گرند، واحد نیست. زیرا ساخت سازمانی، ترکیب ارزشها، شکل و محتوای هدفها و نوع مسئولیت پذیری اجتماعیشان متفاوت است. بنابراین، فن مصاحبه در ارتباط با موارد یادشده، به منزله مومی می‌ماند که اجزای دیگر یک کل یا نظام اجتماعی معین، آن را شکل و هیئتی خاص می‌دهد. از این گذشته، از دیدگاه خود، عموماً کاربرد مصاحبه با توجه

به اهداف مصاحبه کنندگان و حتی مصاحبه شوندگان قالب می‌پذیرد و گاه به صورت استاندارد درمی‌آید. هدف روان‌شناسان و مددکاران اجتماعی از مصاحبه، اصلاح رفتارهای فرد ناسازگار یا ناهنجار است. این دسته از متفکران اجتماعی، آسیب‌شناسی را بیشتر از موارد دیگر مد نظر قرار می‌دهند. از این رو، طرف مصاحبه همیشه بیمار یا مدد جوست و نقش مصاحبه کننده نیز درمانگری است و مددکاران در اثنای مصاحبه‌های زمان بندی شده خود، در سه مرحله تشخیص، درمان و پیگیری گام برمی‌دارند. و بنابراین، هدف و نتیجه مصاحبه، درمان پاسخگو یا طرف مصاحبه است. مصاحبه بالینی، مصاحبه سازمان نیافته، مصاحبه عمیق، مصاحبه آزاد و مصاحبه رهبری شده، از مصاحبه‌هایی هستند که به اعتقاد روان‌شناسان، بیمار یا مددجو را به گفتگو ترغیب می‌کنند تا تمایلات و عقده‌های درونی آنها را بیرونی کنند. ژان پیاژه، یکی از علمای روان‌شناسی، درباره خصوصیت مصاحبه بالینی می‌گوید که هنر یک متخصص بالینی، به جای چشم پوشی از محتوای ذهنی، عبارت از این است که موقعیت هر یک از آثار بیماری را در آن محتوا تعیین کند. (۲) علاوه بر انواع مصاحبه‌های یادشده، مصاحبه تشخیصی و مصاحبه درمانی یا مشورتی به تدریج شکل گرفته است که هدف اولی، تهیه زندگی نامه طرف مصاحبه و تعیین عقاید و رفتارها و مشخصات اوست. و هدف مصاحبه درمانی یا مشورتی نیز، سازگار کردن فرد ناهنجار از لحاظ اجتماعی و تجدید سازمان عاطفی وی می‌باشد.

بازجو و متهم در یک مصاحبه

از افسر نگهبان یک کلانتری گرفته تا کارآگاهان و بازجویان، همگی برای کسب اطلاعات و خیر در زمینه جرمی که به وقوع پیوسته، از فن مصاحبه منحصر به فرد خود مدد می‌گیرند. معمولاً، مصاحبه‌گران از موضع بالا و برتر با لحنی خشن و جدی با مصاحبه‌شونده (متهم یا متهمان) مصاحبه می‌کنند. زیرا هدف و ارزشهای ناشی از آن و ساختار روابط اجتماعی در نظامی که مجرم و متهم در یک سوی رابطه و کارآگاهان و بازپرسان در دیگر سوی آن قرار

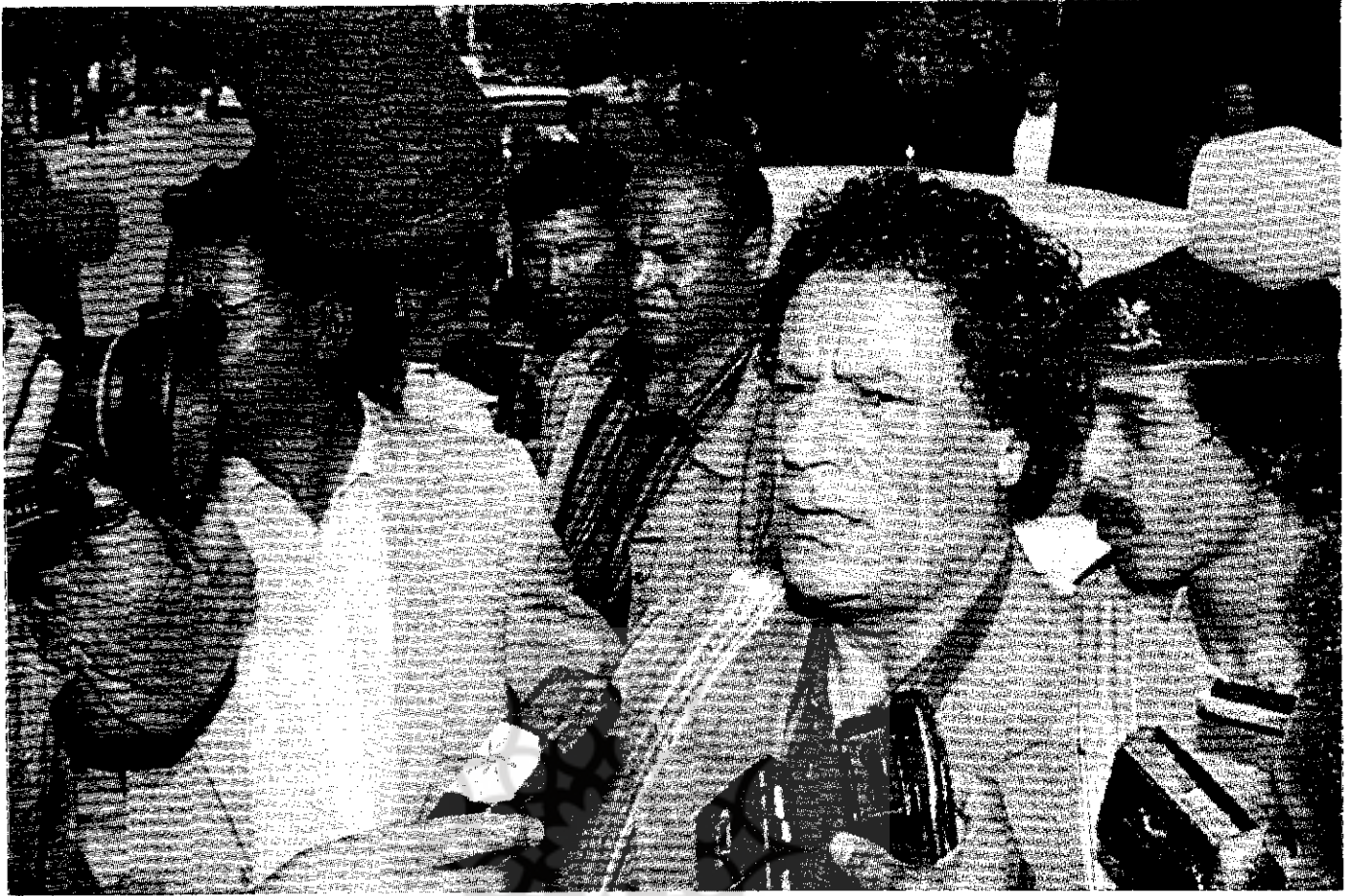
دارند، چنین حکم می‌کند که مصاحبه‌را به این سبک هدایت کنند. در واقع، مصاحبه این قشر «بازجویی» نامیده می‌شود. این نوع مصاحبه برای پیوند دادن رابطه‌های مرموز و نهانی به کار می‌رود تا سرخ اصلی به چنگ آید. از ویژگیهای این نوع مصاحبه، تکرار بعضی سؤالات به طور متمادی و مسلسل است. بدیهی است که طرف مصاحبه (بازجو شونده)، شدیداً زیر فشار قرار می‌گیرد. مصاحبه شونده سعی دارد اطلاعات غلط یا جوابهای کُلی و کوتاه بدهد و در مقابل، مصاحبه کننده (بازجو) نیز تلاش می‌کند با پرسشهای هدفدار خود، با گرفتن تمرکز فکری طرف مصاحبه (متهم)، وی را به ورطه تناقض گویی اندازد و او را ناخود آگاه به مرحله‌ای از گفتگو هدایت کند که ناچار باشد اسرار نهانی را برملا کند. لازم به ذکر است که در غرب، در دهه‌های اخیر، بازجویان بخشی از روشهای سنتی مصاحبه را کنار گذاشته و مصاحبه خود را به حیطة مصاحبه‌های روان‌شناختی نزدیک کرده‌اند. به هر حال، در این نوع مصاحبه، مصاحبه کننده با از هم پاشیدن افکار از پیش تنظیم شده طرف مصاحبه، سعی دارد با ایجاد رعب و وحشت و گاه خلق فضایی دلخوش کننده، طرف مصاحبه را به بیان واقعیت وادارد. نکته قابل توجه این است که روان‌شناسان و مددکاران سعی می‌کنند طرف مصاحبه را به گفتگو و بیان دردها و مسایلسان «ترغیب» کنند، اما در امور پلیسی و بازجویی، طرف مصاحبه را به گفتگو درباره حقایق «وادار» می‌کنند. از دیگر ویژگیهای این مصاحبه، آن است که سؤالات، کوتاه و تند و در حد جوابگویی «آری» یا «خیر» است. مصاحبه کننده پشت سرهم با ریتمی متناوب، از مصاحبه شونده سؤال می‌کند تا حواس متهم، متمرکز آفرینش تخیلی نشود که واقعیت اصلی را بپوشاند.

مصاحبه، ابزار اصلی محققان

اگر روان‌شناس مصاحبه می‌کند تا از محتوای مصاحبه برای تشخیص مشکل و درمان مصاحبه‌گر بهره‌جوید و اگر بازجویان مصاحبه را اهرم کشف و اثبات بزه تلقی می‌کنند، مقصود محقق و جامعه‌شناس از محتوای مصاحبه‌های انفرادی، کسب اطلاعاتی در زمینه گروه بندی و تیپ شناسی (سنخ شناسی) افکار، تمایلات، روابط و در نهایت کشف روابط علی یک پدیده اجتماعی معین است. در واقع، مصاحبه - به ویژه از نوع پرسشنامه‌ای یا مصاحبه کتبی - به محقق و جامعه‌شناس کمک می‌کند که روابط علی مورد نظر را از محتوای صدها مصاحبه درآورد و با شیوه علمی متکی بر آمار و ریاضیات، به اثبات یا رد فرضیه‌ها و در نهایت ارائه تئوری خود نایل آید. قلمرو حرفه‌ای مردم‌شناسان، بیش از بقیه به گزارشگران نزدیک است. به همین دلیل، مردم‌شناسان خود بهترین گزارشگران هستند. زیرا آنها از روش مشاهده مشارکتی^۱ استفاده می‌کنند و مصاحبه یکی از ابزارکار آنهاست. مصاحبه در این روش، گاهی گفت و شنود است و گاهی گوش سپردن به گفت و شنودها. البته، زمان مصاحبه در روش مشاهده مشارکتی، عام است و ممکن است وسعت زیادی هم داشته باشد، یعنی بیشتر عناصر تحقیق را دربر بگیرد.

مصاحبه در گزارش

مصاحبه در صفحه گزارش، به مراتب متنوعتر و گسترده‌تر از



مصاحبه دردیگر صفحات مطبوعات نمایان می شود. مصاحبه ای که در صفحه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، آموزشی، هنری و ورزشی می آید، معمولاً شامل چند سؤال و در پی آن جوابهای کوتاه و بلند طرف مصاحبه می شود.

گزارشگر می تواند ابتکار و خلاقیت خود را در مصاحبه و آرایش و پیرایش محتوای مصاحبه اعمال کند. زیرا ماهیت گزارش، خلاقیت طلب و نوگراست. ضمن آنکه، درهم شکننده قالبهای قدیمی و کهنه نیز می تواند باشد. البته لزوماً هر چیزی که قدیمی است، مهر «باطل شد» نمی خورد. بلکه حتی قالبهای قدیمی را می توان به خدمت تنوع بخشیدن به چارچوب و استخوان بندی صفحه گزارش درآورد.

مصاحبه در گزارش نیز با توجه به تعریفی که از گزارش می شود، مفهوم پیدا می کند. همان گونه که گفته اند، گزارش یا رپرتاژ: «بیان توصیفی و تصویری یک واقعه یا موضوع است. به عبارتی دیگر، گزارش، تلفیق خبر و تحقیق است. به اضافه بازسازی هنرمندانه صحنه ها، موضوعات، حوادث و واقعیات مهم زندگی اجتماعی»^(۳) تعریف دیگری که می توانیم برای گزارش مطبوعاتی قابل شویم، آمیختن هنرمندانه خبر، داستان، مصاحبه و تحقیق است که موضوع یا پدیده ای خاص را زیر ذره بین توصیف گرانه و تحلیل گرانه خود قرار می دهد.

بنا بر این، مصاحبه بخش عمده ای از یک گزارش مطبوعاتی است که ضمن آنکه می تواند مستقلاً یک یا چند ستون در دل گزارش پُر کند، در عین حال، مصالح و مواد خام بخشهای دیگر گزارش را هم تهیه می کند. برای مثال، وقتی گزارشگر قصد دارد «گزارشی از سوء استفاده مدیرعامل سایپا در سال.....» تهیه کند، می تواند از لایه لای مصاحبه ها و حتی گفت و شنودهای معمولی، یک یا چند خبر در آورده، و در ضمن، ماجرای داستان گونه طرز رفتار و مشی مدیرعامل متخلف را در یابد و ریشه های سوء استفاده مورد نظر را تحلیل و تاحذی تحلیل کند. و حتی توصیفهای خود را از دل مصاحبه ها و گفت و شنود بیرون کشد تا از آن توصیف، در لید گزارش یا جاهای مناسب دیگر بهره جوید. مثال زیر، روشنگر مطلب بالاست:

«در ابتدای ورودمان به شرکت سایپا، به ساختمانی با روکار مرمری بر می خوریم. یکی از کارمندان شرکت سایپا می گوید این ساختمان را کارگران اینجا کاخ اختصاصی مدیرعامل سابق نام گذاشته اند. این ساختمان، بسیار مجلل است. بعد از این ساختمان، پارکینگ را مشاهده می کنیم که اتومبیل بیوکی داخل آن پارک شده است. همان کارمند توضیح می دهد که این اتومبیل، متعلق به یکی از وابستگان ارژیم سابق بوده که بعد مصادره شده و یکی از شروتمندان آن را خریده و در مقابل خوش خدمتیهای مدیرعامل سابق، آن را به سایپا هدیه کرده است...»^(۴)

بنابراین، اگر گزارشگر تسلط کافی در زمینه مصاحبه نداشته باشد، یک پای گزارش می لنگد و گزارش جذاب و زنده ای به خوانندگان ارائه نخواهد شد.

با اینکه بحث مصاحبه در گزارش مفصل است، سعی می کنیم به طور فشرده و اشاره وار به مهمترین نکات آن بپردازیم.

قدم اول مصاحبه در گزارش

اشارتی که تا قبل از این بر انواع مصاحبه در علوم انسانی داشتیم، در واقع به خاطر این است که با شناخت حیطه های مختلف مصاحبه، بتوانیم مصاحبه و گزارش را بهتر درک کنیم. برای اینکه موفق شویم مصاحبه های موفقی داشته باشیم تا برگزیده های مصاحبه را در اندام گزارش خود بگنجانیم، در اولین گام، بهتر است ببینیم در زمینه یک موضوع، خوانندگان چه سؤالاتی دارند، و میزان اطلاعات آنها از آن موضوع چقدر است. پس از شناخت معلومات و آگاهیهای مردم (با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند)، باید سؤالاتی طرح کنیم که مردم تشنه دانستن آنها هستند و دورویر آن داریم کنجکاو می کنند. برای رسیدن به این مقصود، بهتر است گزارشگر، مصاحبه خود را که شامل مجموعه ای از سؤالات به هم پیوسته و مربوط به یکدیگر است، در یک قالب مشخص بریزد تا در هنگام مصاحبه، یا موقع گزینش مطالب مفید (از مطالب زاید) و در نهایت نگارش گزارش، گیج و مبهوت نشود.

به طور حتم می پرسید برای قالب بندی سؤالات مصاحبه موفق، چه باید کرد؟ پس از بررسی و مطالعه مقدماتی درباره موضوع یا سوژه ای که می خواهید راجع به آن گزارشی تهیه کنید، لازم است در نخستین گام یک یا چند فرضیه بسازید و سعی کنید با طرح چند سؤال برای هر فرضیه، گزارش خود را از پیشداوریهای شخصی و ذهنی پاک کنید. فرضیه سازی به شما کمک می کند که درون یک چارچوب مشخص، به طرح سؤال پرداخته و در فضای مصاحبه حاضر و آماده شوید به نحوی که وقتی مصاحبه به پایان می رسد، دچار حسرت و پشیمانی نشوید و با خود نگویید که ای کاش فلان سؤال را هم می کردم.

برای مثال، اگر می خواهیم درباره مسئله مبارزه با قاچاق مواد مخدر گزارشی تهیه کنیم، بهتر است چند فرضیه را که متکی بر مطالعات مقدماتی است، در نظر بگیریم:

فرضیه اول باز بودن مرزهای شرقی، مصاحبه با دست اندرکاران نیروهای انتظامی؛
باعث زیاد شدن مواد مخدر در داخل و افزایش معتادان می شود.
سؤال ۱. چند کیلومتر از مرز شرقی بدون حفاظ است و شرایط طبیعی آن چگونه است؟
سؤال ۲. چقدر هزینه بر می دارد که از مرز حفاظت شود؟
سؤال ۳. قاچاقچیان از کجا مواد مخدر را وارد کشور می کنند و چگونه؟
سؤال ۴ و ۵ و
فرضیه دوم تعدد و ناهماهنگی مصاحبه با مسئولان نهادهای نیروهای مبارزه کننده با قاچاق مواد مخدر، کار مبارزه را کند می کنند. ورود مواد مخدر مبارزه می کنند؟ چگونه؟ با چه تعداد نیرو؟
سؤال ۱. در حال حاضر چند نهاد با مبارزه را کند می کنند. ورود مواد مخدر مبارزه می کنند؟ چگونه؟ با چه تعداد نیرو؟
سؤال ۲. ارتباط نهادهای مبارزه کننده در عملیات اطلاعاتی نظامی و فرهنگی در چه سطح است؟
سؤال ۳ و ۴ و

فرضیه دوم تعدد و ناهماهنگی مصاحبه با مسئولان نهادهای نیروهای مبارزه کننده با قاچاق مواد مخدر، کار مبارزه را کند می کنند. ورود مواد مخدر مبارزه می کنند؟ چگونه؟ با چه تعداد نیرو؟
سؤال ۱. در حال حاضر چند نهاد با مبارزه را کند می کنند. ورود مواد مخدر مبارزه می کنند؟ چگونه؟ با چه تعداد نیرو؟
سؤال ۲. ارتباط نهادهای مبارزه کننده در عملیات اطلاعاتی نظامی و فرهنگی در چه سطح است؟
سؤال ۳ و ۴ و

فرضیه سوم بیکاری و فقرِ مرزنشینان گفتگو با مرزنشینان، معتادان و مردم، ورود مواد مخدر کارشناسان :
 را به کشور پرسود کرده سؤال ۱
 است. سؤال ۲
 سؤال ۳ و ۴ و

طبق برنامه مورد نظر خود مصاحبه و فضای مصاحبه را کنترل و هدایت کند.

نمونه ای از یک مصاحبه پویا

بامولویها (علمای اهل سنت) می خواستیم مصاحبه ای کنیم. هدفمان کسب اطلاعاتی درباره دیدگاه اهل تسنن به خرید و فروش و مصرف مواد مخدر بود. از سویی، من اولین بار بود که با علمای اهل تسنن برخورد داشتم، از دیگر سوی، ذهنم مشوش بود و از خود می پرسیدم آیا آنها خرید و فروش و استعمال مواد مخدر را حرام می دانند، یا اینکه خرید و فروش آن را مجاز، اما مصرف آن را گناه فرض می کنند؟ خیلی ناشیانه بود اگر پس از خوش و بش های معمولی، اولین پرسش را این گونه انتخاب می کردم و می گفتم: «مراجع به قاچاق مواد مخدر و مصرف مواد افیونی گزارشی برای روزنامه می خواهیم تهیه کنیم». این طور وارد مصاحبه شدن، به اصطلاح عامیانه آب درهاون کوبیدن به نظر می رسید. و شاید آنها از چنین پرسش مستقیمی ناراحت و عصبانی می شدند. لذا اولین سؤال به این نحو طرح شد: «شهری که در آن اقامت دارید، شهر خوبی است. به نظرم آینده دارد. آنها تأیید کردند و یکی دو جمله شکره آمیز هم در زمینه مشکلات شهر اضافه کردند. ادامه دادم: آقای مولوی، راستی چه مشکلاتی دیگری وجود دارد؟ آن مولوی که ارشد بقیه بود، چند مشکل را برشمرد؛ از قبیل کم آبی، فقر و مسکن مردم، بیکاری، اعتیاد جوانها، و فور مواد مخدر و نبود دانشگاه و چند مقوله دیگر. مولویهای دیگر هم احساس کردند که باید در این مصاحبه شرکت فعال داشته باشند، چون پای شهرشان در میان است. سپس اذدل جوابهایی که داده شد، بقیه مصاحبه را منحصرأ به بحث در زمینه مواد مخدر و اعتیاد هدایت کردم. و چون منابع شناخت قبلی از افراد مورد مصاحبه و نظرهای فقهی و اجتماعی شان در دسترس نبود، نمی توانستم روند مصاحبه را پیش بینی کنم و سؤال و جوابها را در یک نظام پرسش و پاسخ قابل انتظار قرار دهم. از این رو، اذدل هر جوابی که آنها در پاسخ به سؤالاتم می دادند، می بایستی سریعاً (و با حفظ چارچوب مورد نظر)، سؤال دیگری طراحی کرده و می پرسیدم.

بنابراین، مصاحبه پویا روندی غیر قابل پیش بینی دارد. گزارشگر می تواند از جوابهایی که پاسخگو یا پاسخگویان در اختیارش می گذارند، سؤال بعدی خود را بسازد. البته سرعت عمل در اینجا خیلی مهم است و نیاز به تمرین و ممارست زیادی دارد. کلام آخر اینکه، در مصاحبه پویا، سؤالها و جوابها در جریان مصاحبه تعیین می شوند، و این محتوای مصاحبه است که ساخت پرسش و پاسخ را شکل می دهد.

پانوشتها:

۱. مصاحبه روانی. ناهوم شارل، ترجمه محمد حسین سروری، تهران، انتشارات سخن، ۱۳۶۶، ص ۱۳.
۲. همان کتاب، ص ۴۶.
۳. اصول گزارش مطبوعاتی (جزوه). محمد مهدی فرقانی، تهران، مؤسسه کیهان، ۱۳۶۴.
۴. گزارش روز. روزنامه کیهان، چهارشنبه ۱۳ مهر ۱۳۶۷، ص ۵.

البته، حتماً لازم نیست که گزارشگر وقت خود را صرف تنظیم چنین جدولی کند، اما اگر بتواند به طور ذهنی هم از این چارچوب استفاده کند، بی شک مصاحبه هایش توفیق بیشتری خواهند داشت. همچنین یادآوری این نکته ضروری است که این شیوه، بیشتر برای گزارشهای تحقیقی و پژوهشی قابل استفاده است و در گزارشهای احساسی و عاطفی، کاربرد محدودتری دارد.

برای انجام دادن مصاحبه مورد نیاز در گزارشهایی که جنبه احساسی و عاطفی دارند، می توان از قبل سؤالاتی طرح کرد و از مصاحبه باز و مصاحبه آزاد بهره جست. هر چه روی تعداد سؤالات و تنوع آنها بیشتر کار شود، مصاحبه موفقتری خواهیم داشت. برای مثال، وقتی که گزارشی درباره «اصابت موشک سطح به هوای آمریکا به هواپیمای ایرباس ایران» گزارش تهیه می کند، و قصد دارد سؤالاتی از امدادگران بپرسد، در چنین موقعیتی امدادگران شدیداً تحت تأثیر صحنه هایی از قبیل تکه تکه شدن هموطنان خود و شناور بودن اجساد سوخته دهها کودک و زن و مرد در دریا هستند، از این رو، روند مصاحبه چندان قابل پیش بینی نیست. بنابراین، سؤالها بهتر است برانگیزنده احساسات باشند تا عمق فاجعه را بتوان از درون خشم و نفرت، و تنوع دیدها و کثرت بیانهای احساسی و عاطفی به نمایش درآورد. سؤالات اگر متنوع و متعدد باشند، مصاحبه کننده قدرت مانور بیشتری در جریان مصاحبه دارد و مصاحبه دچار سکت زمانی و بیانی نشده و به قولی گزارشگر سؤال کم نمی آورد و اسیر سکوت و سکون نمی شود. به همین دلیل، با طرح سؤالات بیشتر، می توان هر لحظه در بیان مصاحبه شونده باعث خلاقیت احساسی بیشتر شد.

مصاحبه پویا یا بی ثبات

برای انجام دادن مصاحبه های عاطفی و احساسی و حتی مصاحبه های تحقیقی، می توان از شیوه ای استفاده کرد که من آن را مصاحبه «پویا یا بی ثبات» می نامم. در این نوع مصاحبه ها، سؤالات از قبل و به طور مشخص در ذهن یا کاغذ یادداشت گزارشگر ثبت نمی شود؛ بلکه گزارشگر، با استفاده از پرونده های آرشیو و خلق سؤالات غیر تکراری و غیر معمول و جمع آوری اطلاعات لازم، خود را برای یک مصاحبه آماده می کند تا از اطلاعات، آگاهیها و تجربه های ذخیره شده در ذهن و ضمیر مصاحبه شونده، نکات با ارزشی بیرون بکشد. موفقیت گزارشگر در این نوع مصاحبه، بستگی به چند عامل دارد: اول، آمادگی قبلی مصاحبه کننده، دوم، اطلاع او از مصاحبه روانی، سوم، مهارت خاص در ایجاد ارتباط و نفوذ عاطفی در مصاحبه شونده و در ضمن، ایجاد اطمینان در او از فضای مصاحبه و عواقب و نتایج آن، چهارم، پیش بردن مصاحبه به سبک و سیاقی که مصاحبه شونده از آن لذت ببرد یا حداقل احساس مسئولیت کند، پنجم، اداره مصاحبه و اجتناب مصاحبه کننده (گزارشگر) از هرگونه تند روی، کند پیمایی، درنگ بی موقع یا پرحرفی دو طرف. به این ترتیب، می توان امید داشت که گزارشگر،