

بسم الله الرحمن الرحيم

در جریان گفت‌وگوهای صورت گرفته برای آغاز و پیگیری مصاحبه در جمع اعضای مجمع دانش‌آموختگان بسیج دانشگاه تبریز، بعضی از اظهارنظرهای خواهران و برادران مجری مصاحبه، جهت استحضار اعضا ارائه می‌شود.

فائزه شاه طاهری

- اولویت در انتخاب مصاحبه‌کننده این است که شناخت خوبی از مصاحبه‌شونده داشته باشد، مثلاً من وقتی از خانم زارعی مصاحبه می‌گیرم می‌دانم که باید چه بپرسم و چه مطالبی را اصطلاحاً برجسته کنم.

- در مورد هدف، قبلاً می‌گفتند «چه خبر، چه می‌کنی و کجایی؟» خوب نیست ولی یادمان باشد که شروع هر مصاحبه‌ای همین‌هاست، به‌خصوص جمع ما که ریشه در گذشته دارد، سوال از گذشته به نظرم خوب است. یک سری سوالات هم هست که برای هر شخصی ویژه است و به موقعیت فعلی او برمی‌گردد.

- به نظر من انتقال صمیمیت مهمترین عاملی است که باعث می‌شود هم‌چنان گفت‌وگوها طالب داشته باشد.

سیدحیدر هاشمی

- می‌توانیم سه هدف را برای مصاحبه‌ها در نظر بگیریم: اول تحلیل فرهنگی - اجتماعی از شرایط امروز و بایسته‌های فرهنگی - تربیتی و بعضاً سیاسی - اقتصادی؛ دوم بررسی زمینه‌های اشتغال و دغدغه‌های شخصی مصاحبه‌شونده در حوزه کار و سوم احیا و بازپردازی دوران اثرگذار و لذت‌بخش تشکلی.

- دغدغه من در مصاحبه‌های اول، علاوه بر کلیت مصاحبه، بیان اهمیت و لزوم هم‌افزایی و اهتمام به فضای مجمع هست. تصور بنده این است که اکثر دوستان بیش از هر چیز اصل دیدار و ارتباط را مورد توجه قرار می‌دهند نه این‌که چندان امیدی به ظرفیت بالای مجمع داشته باشند، این را بعضاً می‌شود از صحبت‌های دوستان دریافت کرد؛ لذا به نظرم پرداخت مجدد به این نکات مهم می‌تواند در مصاحبه‌های اول بیش‌تر مورد توجه قرار گیرد.

حمیده تقدیسی

به نظرم اهداف مصاحبه عبارتند از: چگونگی رسیدن به اهداف در راستای تحقق جامعه مهدوی با کمک تخصص‌های مورد نیاز، بیان شاه‌کلیدهای رسیدن به هدف و معرفی مشکلات اصلی و سنگ‌های درشت بر سر راه رسیدن به اهداف و توضیح چگونگی رفع این مشکلات. مشکلات می‌تواند فکری یا فیزیکی باشد. در قالب مصاحبه می‌خواهیم روحیه یک آدم موفق و متعهد را به بقیه منتقل کنیم.

سیدحامد کاظمی

به نظر بنده، مصاحبه نمی‌تواند تأثیر شگرفی بر مسیر دیگر اعضای مجمع بگذارد؛ در واقع اگر هدف از مصاحبه تأثیرگذاری به این معنا باشد، شاید بتوان این کار را در دهه چهارم زندگی‌مان برای بسیجی‌های جوان‌تر انجام داد، اما مخاطبین ما از مرحله انتخاب مسیر و تأثیرپذیری به این معنا عبور کرده‌اند.