



صبا

روزنامه فرهنگ و هنر

سرمقاله



زهرا خانجانی
محرری برنامه «ایران»

کف زدن توریست‌های اسپانیایی‌زبان در شمس‌العماره

برنامه «ایران» تلاش دارد فرهنگ، اجتماع و جاذبه‌هایی که در کشورمان طی سال‌ها در رسانه‌های غرب بایکوت شده و تصویر دیگری از آن به نمایش درآورده بودند، را بشناسد. این برنامه اگر تقویت شود و بر قدرت‌تر پیش برویم، می‌تواند تبلیغ خوبی برای کشورمان، زیبایی‌هایش، فرهنگ و تاریخ آن باشد.

برنامه «ایران» سعی دارد واقعیت‌ها را به تصویر بکشد؛ چیزی که واقعاً وجود دارد و آن‌شده‌ای که مردم زندگی می‌کنند. مخاطبان ما عموماً برخورد این چنینی با کشورمان نداشته‌اند و شناخت چندانی ندارند تا بدانند در ایران چه خبر است. رسانه‌ها هر طوری که دوست دارند محتوا را به خورد مخاطب خودشان می‌دهند، در صورتی که خیلی از گزارش‌های آن‌ها واقعی نیست و با واقعیت ضد و نقیض است.

ما روی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، هنری و علمی کشور، همچنین زندگی روزمره مردم، تفریحاتشان و روزمرگی‌هایشان برای مخاطب اسپانیایی‌زبان گزارش تهیه می‌کنیم.

مهم‌ترین ملاک این است که موضوع برای مخاطب جذابیت داشته باشد، مخصوصاً برای مخاطب خارجی که ایران را نمی‌شناسد. تیمی در مورد این قضیه فکر می‌کند. امکان دارد سوز به نظر چند نفر خیلی خوب و معقول بیاید و به نظر چند نفر خوب نباشد. سوز به فکر هر کس که برسد با تیمش مطرح می‌کند بعد به صورت مکتوب به مدیران ارایه می‌شود. هفتگی جلسه می‌گذارند، فکر و بررسی می‌شود و بعد از تایید، روال تولید از سر گرفته می‌شود.

اوایل بازخوردها زیاد نبود اما با پیشرفت برنامه زیاد شد. به گونه‌ای که الان مخاطبانمان از مکزیک، آرژانتین و... ایمیل شخصی من را پیدا کرده‌اند و باهم در ارتباطیم و از طریق یوتیوب ما را دنبال می‌کنند، نظرهايشان را می‌خوانیم و پیام‌هایی که می‌دهند حاوی جذابیت‌هایی است که از آشنایی با ایران برایشان حاصل شده است.

هشت سال از بخش برنامه «ایران» می‌گذرد، سطح توقع بیننده‌ها بالا رفته است. سال گذشته که وقفه‌ای در ساخت برنامه اتفاق افتاد چند بیننده پروپاقرص پیام داده بودند که چرا من نیستم و برنامه نمی‌سازم. برای خودمان هم جالب است که این قدر مسائل روز ایران را پیگیری می‌کنند بیشتر مسائل منتهی برایشان جالب است و تفاوت فرهنگی را که در ایران هست دوست دارند.

ما برنامه‌هایمان را از دل خود مردم می‌سازیم. وقتی می‌خواستیم در مورد سی‌وسه‌یل حرف بزنیم، واقعا رفته‌ایم روی سی‌وسه‌یل و آن را نشان داده‌ایم و گفتیم این اصفهان است، این سی‌وسه‌یل است، اگر می‌گوییم این غذا خوشمزه است و واقعا فتاهیم از اول تا آخر غذا را نشان داده‌ایم که چگونه درست می‌شود، فکر می‌کنم چون در دل کار بوده‌ایم گزارش را برایشان جذاب‌تر کرده است.

مخاطب داخلی ما خیلی از مفاهیم را می‌داند، با فرهنگ ایران آشناست، نیاز نیست خیلی چیزها را برایشان توضیح دهیم؛ مثلاً وقتی می‌گوییم اینجا حسینه است، نیازی نیست برای مخاطب داخلی بگوییم حسینه چیست، یعنی در گوشت و پوست و خون ملت، از چگلی می‌دانیم حسینه چیست، ولی وقتی برای مخاطب خارجی می‌خواهیم بگوییم حسینه چیست باید از اول بگوییم این چه چیزی بوده، فلسفه تشکیل حسینه چیست، برای چه از آن استفاده می‌کنند. برای مخاطب خارجی باید خیلی بیشتر توضیح دهیم و بالطبع باید شناخت خودمان عمیق‌تر باشد.

یک مرتبه در شمس‌العماره کاخ گلستان به زبان اسپانیایی پلاتو می‌گفتم، بعد دیدم حدود بیست سی نفر توریست آن جا ایستاده‌اند. من پلاتو می‌گفتم و فکر می‌کردم این‌ها ایستاده‌اند و فقط نگاه می‌کنند، اما پلاتو را که می‌گفتم خیلی با دقت گوش می‌دادند و وقتی تمام شد همه‌شان شروع به دست زدن کردند، بعد فهمیدم همه آن‌ها اسپانیایی زبان بودند و برنامه را می‌شناختند و آن را دنبال می‌کردند.

ماه‌چهره خلیلی از سریال «مرضیه» به «صبا» می‌گوید

روایتی از استقامت یک زن!

هیچ وقت دوست نداشتم نقشی بازی کنم
که ضعف زنان را نشان دهد

محمد رضا رسولی: کارگردان فیلم «سورنجان» در گفت‌وگو با «صبا»:

من از تئاتر، ادبیات نمایشی و صحنه می‌آیم

نگاهی به زندگی هنری حسین قوامی: خواننده

درهای گشوده از بهشت پنهان