

روزنامه صبا

رسانه فرهنگی و هنر
www.sabanewspaper.ir
@sabane newspaper_ir

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری صاد
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا شفیعی
دبیر تحریریه: امیر افشار فتوحی
صفحه آرا: مهدی صالحی طاهری

تهران / میدان دربند / خیابان دربند / کوچه توپسرکانی / پلاک ۶۱
تلفن: ۲-۲۲۷۲۴۱۱۱
چاپ: شهر چاپ خراسان / توزیع: نشر گستر امروز



تلویزیون جای ژانگولر بازی نیست

را به خود اضافه کرد؛ مشخصاً پرداخت تخصصی تر به موسیقی، بررسی آثار هنرهای تجسمی و موضوعاتی از این دست وارد دستور کار برنامه شد. سعی کردیم هر جا که زیبایی وجود دارد، آن زیبایی را روایت کنیم. «زمانه» روایت زیبایی است و زیبا روایت می‌کند.

○ تا به جنگ حال حاضر رسیدیم و شما با این مقوله آشنا تر بودید. ولی این بار اتفاق‌های عجیب تری رقم خورد؟

درسته. چون تجربه جنگ ۱۲ روزه را داشتیم، فضا برایمان کمی آشناتر و راحت تر بود؛ اما از دست دادن و شهادت آقا، ما و بحث امت را وارد فضای جدیدی کرد که دیگر تجربه‌اش را نداشتیم. شاید همیشه فکر می‌کردیم ممکن است روزی در قاموس رسانه با چنین اتفاقی مواجه شویم، اما نه به این زودی. «زمانه» خیلی «آن» دارد؛ خیلی در لحظه است. بسیاری از اتفاقاتش وسط میدان رخ می‌دهد. شما باید همزمان که خود اتفاق را تجربه می‌کنید، برای تولید رسانه‌ای و تولید محتوا هم فکر کنید. بی شک تلاش‌های سید مجید اکرمی، تهیه‌کننده برنامه، علیرضا ملوندی، سردبیر؛ مدیر گروه معارف شبکه دو و مدیر شبکه دو هم بسیار مؤثر بوده است.

○ برخی کارشناسان معتقدند برنامه‌های گفت و گو محور باید مفرح تر باشند و برخی هم می‌گویند استفاده از مجریان چهره می‌تواند باعث آشنی مردم با تلویزیون شود. شما چقدر با این نگاه موافقت می‌کنید؟

من خیلی درباره موضوع استفاده از چهره‌ها نظر قطعی ندارم. می‌خواهم بگویم مردم با رسانه قهر نیستند. اگر مردم با رسانه آشنی نبودند، در همین جنگ رمضان این همه اخبار و اطلاعات را از تلویزیون دریافت نمی‌کردند. آمارهایی که منتشر شد، میزان مراجعه مردم به تلویزیون، سایت تلویزیون و خبرگزاری‌هایی که در بسترهای ایرانی فعالیت می‌کنند، نشان می‌دهد مردم در بزنگاه‌هایی که به تلویزیون نیاز دارند، به آن مراجعه می‌کنند.

○ شما در اجرای برنامه، چطور تعادل بین بحث‌های تحلیلی و جذابیت برای مخاطب را برقرار می‌کنید؟

تعادل بین بحث‌های تحلیلی و آن فضایی که بالاخره باید کمی ادبی تر، آرام تر و قابل تحمل تر باشد. تا بیننده زیر بمباران اطلاعاتی قرار نگیرد. بیشتر بر اساس «آن» و حس و حال مجریان در لحظه شکل می‌گیرد. خوشبختانه همه اعضای «زمانه»؛ از نیم سردبیری و تهیه و تولید گرفته تا مجریان، نبض برنامه را در دست دارند. همه در برنامه حضور دارند؛ نه فقط حضور فیزیکی، بلکه حضور قلب.

در روزهایی که آنتن تلویزیون بیشتر از همیشه بوی خیر، التهاب و تحلیل می‌داد، «زمانه» آرام آرام مسیر خودش را میان مخاطبان پیدا کرد؛ برنامه‌ای که سعی داشت وسط هیاهوی جنگ و بحران، در کنار خبر کمی هم برای مخاطب «پناه» باشد. حالا محسن آزادی و امین سلیمی به چهره‌های ثابت شب‌های پرالتهاب تلویزیون تبدیل شده‌اند؛ زوج اجرایی‌ای که «زمانه» را به یکی از پر مخاطب‌ترین برنامه‌های این روزهای رسانه ملی رسانده‌اند. آزادی در گفت و گو با صبا، از شکل‌گیری «زمانه» در دل بحران، جنگ رسانه‌ای و نسبت تلویزیون با مردم گفت.

سمیرا جعفری
گفت و گو



شدن اعتقادات مجریان و همه عوامل برنامه مؤثر است.

○ شما و همکاران تان در برنامه «زمانه» تجربه مستقیم جنگ ندارید. چقدر به رویدادهای فرهنگی دوران جنگ تمحیلی مراجعه کردید؟ آیا آن فضا و تولیدات فرهنگی برای شما تأثیرگذار بود؟

طبیعتاً خیلی از آدم‌هایی که این روزها در خط مقدم جنگ هستند، آدم‌هایی هستند که تجربه مستقیم جنگ ندارند؛ بچه‌های دهه هفتادی اند یا اواخر دهه ۶۰ به دنیا آمده‌اند. اما بلافاصله بعد از جنگ یک نظام فرهنگی شکل گرفت؛ مشخصاً در حوزه ساخت فیلم‌های دفاع مقدس. پس بچه‌های «زمانه» هم بیگانه با این فضا نیستند. در کنار آن خیلی از آدم‌هایی که این روزها می‌جنگند؛ بچه‌های پای لانچر، پدافند و همین جوان‌هایی که امروز در میدان هستند، جنگ تمحیلی را تجربه نکرده‌اند، اما انگار همه ما آن جنگ را زندگی کرده‌ایم. چون اسطوره‌ها، قهرمان‌ها و روایت‌هایی که از سال‌های دفاع مقدس به ما رسیده، در جان ما ته‌نشین شده است.

○ می‌خواهم بدانم چارچوب اصلی برنامه و ایده اولیه بر چه اساسی شکل گرفت؟ آیا این رویکرد در ادامه تغییر یافت؟

۲۳ خرداد ۱۴۰۴ اولین اصابت به تهران اتفاق افتاد؛ ساعت ۳:۳۰ بامداد و ما حدود ساعت ۵:۳۰ صبح روی آنتن رفتیم. هدف اولیه این بود که صادقانه به مردم بگویم چه اتفاقی در حال رخ دادن است اما در ادامه به این نتیجه رسیدیم که مردم علاوه بر اطلاع‌رسانی، به آرامش هم احتیاج دارند؛ هم آرامش، هم اطلاع‌رسانی، رفع استرس، مدیریت بحران و هم ارتقای آستانه تحمل. طبیعتاً از همان‌جا شروع کردیم در لحظه برنامه را جلو بردن. چون برنامه هر شب و هر روز باید روی آنتن می‌رفت، همزمان سعی می‌کردیم تحقیق کنیم، با اساتید صحبت کنیم و ببینیم در آن شرایط چه چیزی بیشتر به درد مردم می‌خورد. طبیعتاً وقتی جنگ ۱۲ روزه تمام شد، برنامه برای اینکه بتواند ادامه پیدا کند و از این اعتبار و اعتمادی که نزد مخاطب پیدا کرده بود استفاده کند، برخی حوزه‌ها

○ عقاید شخصی یک مجری چقدر می‌تواند در رویکرد یک برنامه تأثیرگذار باشد و چقدر شما این کار را کردید؟

اگر مجری به آنچه روی آنتن می‌گوید اعتقاد نداشته باشد، طبیعتاً اثری هم روی مخاطب نخواهد داشت. زمانی تلویزیون دچار این آفت بود که من مجری لباس اجرا را بپوشم، بیایم جلوی دوربین و وقتی برنامه تمام شد لباس اجرا را در بیاورم و تبدیل شوم به یک آدم دیگر؛ یعنی آن تایمی که جلوی دوربین هستیم، به لحاظ ارائه و در حقیقت خلق کلمه، یک شکل دیگر داشته باشم و وقتی برنامه تمام شد بروم سر زندگی شخصی‌ام با حال و هوایی دیگر و مدلی متفاوت شاید اثر گذاری لازم را نداشته باشد. می‌خواهم بگویم اگر اعتقاد وجود داشته باشد، حرف مجری روی بیننده اثر می‌گذارد و بیننده آن حرف را قبول می‌کند.

○ چقدر این برنامه روی اعتقاد شما تأثیر گذاشت؟

طبیعتاً برنامه‌ای که همزمان یک مجله است و هم معارف دارد، هم سیاست، هم ادبیات و این همه کارشناس با رنگ‌ها و نگاه‌های مختلف در منظومه کارشناسانش رفت و آمد می‌کنند، در حقیقت ارائه محتوا خیلی روی بارور شدن، تثبیت و عمیق تر

