گزارش خبر
NEWSREPORT
کد خبر: ۴۵۱۱۴۷
سه شنبه ۳۱ فروردین ۱۴۰۰ ۸:۵۱

دکور میلیاردی برای جذب مخاطب

کاظم احمدزاده اعتقاد دارد زمانی برنامه‌های ماه رمضان تلویزیون آن‌قدر مؤثر بودند که هم گره مردم را باز می‌کردند و هم توجه بینندگان سریال‌ها را به خود جلب می‌کردند.

به گزارش خبرنگاران کروه فرهنگ،هنرو رسانه گزارش خبر، فصل جدید "آدم‌های خوب شهر" برنامه افطار شبکه دو سیما شد. برنامه‌ای که سال گذشته ساعاتی قبل از افطار پخش می‌شد اما با اجرای کاظم احمدزاده این ظرفیت را داشت که به یک ویژه برنامه مهم‌تری تبدیل شود و این اتفاق امسال افتاد. این ویژه برنامه چهارمین سال متوالی است که تلاش می‌کند با روایت‌هایی متفاوت از زندگی افراد به ایجاد و گسترش حالِ خوب در جامعه بپردازد.
این برنامه به شرح حال افرادی می‌پردازد که نگاهی متفاوت به زندگی داشته و کوشیده‌اند در مسیر زندگی دیگران نقشی مثبت و مؤثر ایفا کنند. آنچه تا اینجا دیده‌ایم علاوه بر میزبانی و گفت‌وگو با این افراد گزارش‌هایی مستند از تأثیرگذاری این خیّرین که از مسیر آموزش، اشتغالزایی، شرکت در امور خیر و ... می‌گذرد، پخش می‌شود. میان‌برنامه‌هایی از مشاغل مختلف در لحظه افطار، پرداختن به انسان‌های خوبی که در حال حاضر در قید حیات نیستند به همراه روایت قصه آن‌ها، معرفی "آدم‌های خوب شهر" از منظر بینندگان، دعا و مناجات و ... از دیگر بخش‌های این برنامه است.

همان شکل و مدلی که برنامه‌های احمدزاده در ماه رمضان داشت؛ چه "جشن رمضان" و چه "شهر عزیز" و حتی برنامه‌های دیگر.... او را مجری و برنامه‌سازِ زمانی می‌دانیم که هنوز ساخت سریال‌های نمایشی مرسوم نشده بود و صداوسیما با برنامه‌های تولیدی و جُنگ‌هایش می‌کوشید مخاطب جذب کند. همچنان که این مجری قدیمی در جریان گفت‌وگو می‌گوید زمانی برنامه "جشن رمضان" توجه مخاطب سریال هندی شبکه یک را جلب می‌کرد.
برنامه‌هایی که حتی با وجودشان هر سریالی چه خارجی و ایرانی را تهدید می‌کردند و مجالی به بیننده برای مشغولیت دیگری نمی‌دادند. تا چند سال گذشته برنامه‌های رمضانی حال‌وهوای ساده‌تر و جذاب‌تری داشتند الان هم تلاش‌هایی برای جذب مخاطب می‌شود اما انگار بیشتر از هرچیز، دنبالِ ظواهرند، این همان اشکال راهبردی است که سیدکاظم احمدزاده هم به آن اشاره دارد؛ مجری و برنامه‌سازی که از سال ۱۳۷۵ وارد صداوسیما شد.
او را همواره با برنامه "جشن رمضان" و ساخت آیتم‌هایی برای دستگیری از نیازمندان و رسیدگی به احوال آنان، آزادی زندانیان و خیلی از کارهای مردم‌یاری دیده‌ایم. مجری و برنامه‌سازی که هنوز هم اعتقاد دارد برنامه رمضانی باید مثلِ گذشته گره مردم را باز کند و روی زندگی مردم تأثیرگذار باشد.
احمدزاده چند سالی است برنامه "جشن رمضان" را اجرا نمی‌کند و البته این برنامه هم از آن شکل و شمایلِ خودش بیرون آمده است. او چند سالی برنامه‌ای به نام "شهر عزیز" را در ماه رمضان اجرا کرد؛ برنامه‌ای که در شهر مشهد و از حرم رضوی روی آنتن می‌رفت و حال و هوای لحظات قبل از افطار و سفره‌های اکرام آستان امام رضا(ع) را به تصویر می‌کشید.

حالا او مجری برنامه "آدم‌های خوب شهر" شبکه دو سیما است، به سراغِ او رفتیم و لحظاتی درباره حال و هوای این برنامه تلویزیونی و خیلی از نقاط ضعف برنامه‌سازی ماه رمضانی به گفت‌وگو نشستیم که مشروح این گفت‌وگو به قرار زیر است:

می‌خواهیم بگوییم و همه بدانند آدم خوب کیست؟

* بگذارید گفت‌وگو را با "آدم‌های خوب شهر" آغاز کنیم. به خاطر برنامه‌های پشت سر هم سحر و افطار، گاهاً مخاطب نمی‌داند کدام شبکه و کدام برنامه را به صورت ثابت دنبال کند از این جهت قدری درباره برنامه‌تان صحبت کنید بهتر است تا مخاطب در جریان کمّ و کیف این برنامه قرار بگیرد.
برنامه‌ای است که نظر مردم را می‌پرسد درباره کار خوب، آدم خوب و اتفاق خوب. من همیشه از این‌گونه برنامه‌ها استقبال می‌کنم که با مردم ارتباط مستقیم دارد. کار خوب صرفاً کار مالی و خیریه‌ای نیست؛ یعنی ما به طور مثال جوشکاری پیدا کرده‌ایم که وضعیت زندگی‌اش خوب نیست اما بخشی از زندگی و زمانِ خودش را گذاشته تا کار فی‌سبیل‌الله کند. یا یک سربازی که پول‌های خدمتش را جمع کرد تا یک زندانی آزاد کند. هرکس با هر وسع و بضاعت و شرایطی که دارد دنبال کار خوب است. برنامه ما به این مفاهیم و اتفاقات می‌پردازد که پول تنها وسیله خیر نیست.
در وهله بعدی پیگیری می‌کنیم از نظر مردم آدمِ خوب کیست؟ مثلاً می‌گفتند شخصی در بازار چایی می‌فروشد اما هنگام فروش محصولش، پاکت را وزن می‌کند و بعد چایی را روی ترازو می‌گذارد که پول پاکت را از مشتری نگیرد. متأسفانه این مسائل در کاسبی‌های ما فراموش شده است. صرفاً با این برنامه دنبال یادآوری این کارهای خوب و مردمان خوب هستیم.

با ساده‌ترین کارها هم می‌توان آدم خوبی بود

* از اتفاق جالبِ برنامه‌تان که در راه است بگویید و اینکه مردم چگونه با شما ارتباط می‌گیرند آدمِ خوب مدنظرشان را معرفی کنند؟
سامانه‌ای داریم که عکس و فیلم می‌فرستند؛ برخی که قابلیتِ حضور در برنامه را داشته باشند میهمان ما می‌شوند و برخی را هم در برنامه معرفی می‌کنیم و درباره‌اش صحبت می‌کنیم. این خوب را مردم به ما نشان می‌دهند و صرفاً آدم خارق‌العاده‌ای هم نیست که فکر کنید هرکسی نمی‌تواند آدم خوب باشد. در صورتی که با ساده‌ترین کار ممکن هم می‌توان دلِ آدمی را شاد کرد.
پرسیدید اتفاق خاص برنامه؟ فردا روز هشتم ماه رمضان است و من عادت دارم در هر برنامه‌ای باشم نیتم امام رضا(ع) می‌شود. یک پزشک جراحی است از جراحان عجیب و غریب که کارهای خارق‌العاده‌ای کرده و تولیت آستان قدس، کشیک افتخاری به او داده است. خیلی کارهایی کرده که برای مخاطبان تلویزیون جذاب است که آن‌ها را بشنوند و در جریان اتفاقاتِ قابل توجه زندگی‌اش قرار بگیرند.

در حال پیگیری و رایزنی‌ایم و از ایشان می‌خواهیم در برنامه ما حضور پیدا کنند. البته جوان دهه هفتادی به برنامه آوردیم که بسیار مورد استقبال قرار گرفت که با سن و سالِ کم خود کارهای بزرگی کرده بود. البته اتفاقات جالب توجه و جذابِ دیگری داشتیم که روی آنتن رفت و در روزهای آینده هم از دریچه "آدم‌های خوب شهر" می‌توانید ببینید.

به مساحت لوکیشن می‌اندیشند تا محتوا و مسائل دیگر

* آقای احمدزاده در کنار سریال‌های نمایشی که سال‌های اخیر دچار بحران شدند بعضاً برنامه‌ها هم آن برنامه‌های جذاب و دلچسبِ گذشته نیستند؛ مشکل از کجاست؟
من هنوز هم می‌گویم کارهایی که به سرانجام رسیدند چیزی جز لطف خدا نبوده و اگر تأثیر و محبوبیتی هم پیدا کرده‌اند همه‌چیز به این عبارت برمی‌گردد: "هذا من فضل ربی". باورم این است برای کارهای مناسبتی چون رمضان، هدف برنامه‌ساز و عوامل کار، باید خدمت به مردم و یا گره‌گشایی از مردم باشد. بحمدالله این فرصت و زمان برای ما رقم خورد. یادم می‌آید وقتی با نورالدین سبحانی اولین تهیه‌کننده "جشن رمضان" شروع کردیم هدفمان ایجاد نوعی مناسک‌سازی رسانه‌ای بود.
خانه مردم می‌رفتیم، آزادی زندانیان، بحث کودکان در شیرخوارگاه‌ها، خانواده‌های فقیر و درگیر مشکلات مالی و خیلی از اتفاقات دیگر را پیگیری می‌کردیم. هیچ وقت به‌دنبال ظواهر در برنامه‌سازی نبودیم تا برنامه‌مان متکی به ظواهر و زرق و برق‌ها نباشد، مثل الان که احساس می‌شود رنگ و لعاب و دکور باید بهتر باشد یا به مساحت لوکیشن می‌اندیشند تا محتوا و مسائل دیگر.

حالا موقع گره‌گشایی است...

در ماه رمضان که دل‌ها آرام‌تر شده و می‌توان با این دل‌های مردم کارهای خوبی کرد، بهترین زمان برای گره‌گشایی‌ها است و این روزها این فرصت کمتر مغتنم شمرده می‌شود؛ من اعتقاد دارم برنامه‌های ماه رمضانی باید طوری ساخته شوند که گره از کار مردم باز کنند. و این بحران در برنامه‌سازی و حتی سریال‌سازی، به تصمیم‌گیری و سلیقه مدیریتی برمی‌گردد؛ نه یک فرد بلکه مدیریت کلان فرهنگی جامعه.

دیگر خواستگاه‌شان اتفاقات گذشته نیست

* این اتفاق به مراتب بغرنج‌تر برای سریال‌های نمایشی ماه رمضانی افتاده است؛ قبول دارید؟
تصورم بر این است دیگر خواستگاه‌شان آن اتفاقات گذشته نیست. چرا که امروز تجمل‌گرایی و مصرف‌گرایی تبلیغ می‌کند و خیلی به ندرت سریالی با آن شکل و شمایل ساده و مؤثر و مخاطب‌پسند دیدیم. واقعاً برخی مواقع آن‌قدر وسایل آشپزخانه و خانه و ماشین‌های آنچنانی نشان می‌دهند که بعد از ۳۷ سال زندگی مشترک ما این چیزها را نداشتیم و نداریم. البته همه این نکات را مردم می‌دانند و هرچه بگوییم تکرار مکررات است.

اگر محتوا قوی باشد دیگر نمی‌پرسند مجری این برنامه کیست؟

* یک زمانی برنامه ماه رمضانی آن‌قدر جذابیت داشت که بیش از سریال توجه مردم به آن برنامه جلب می‌شد، رمز موفقیت شما و دیگر برنامه‌سازان آن دوران چه بود؟
سراغ دردها، گرفتاری‌ها و مشکلات مردم می‌رفتیم. مشکلات مردم خیلی برای‌مان مهم بود. از طرفی دیگر به جای ظواهر دنبال محتوا بودیم. در واقع آن‌قدر محتوا قوی بود که هیچ‌مخاطبی نمی‌پرسید مجری این برنامه کیست و چه فضا و دکوری دارد؟ عظمت سوژه‌ها و محتواها توجه مخاطب را به خودش جلب می‌کرد. با همه این تفاسیر که می‌گویند ذائقه‌ها و مسیرهای جلب مخاطب را تغییر داده‌اند اما هنوز هم این مخاطب خریدار محتوا و مضامین جذاب است.

زمانی برنامه رمضانی مخاطب سریال هندی را می‌گرفت

برنامه‌هایی امروز با هزینه‌های بالایی ساخته می‌شوند که صرفاً سرگرمی‌اند. من خودم مدافع برنامه شاد و سرگرم‌کننده‌ام و با افتخار مجری دوگانه‌سوز سازمان صداوسیما به حساب می‌آیم. اما اعتقاد دارم این شادی و سرگرمی نباید به هر قیمتی باشد؛ محتوا و گره‌گشایی و تأثیرگذاری برنامه هم اهمیت دارد که این برنامه برای مخاطب تلویزیون توشه‌ای هم داشته باشد. برنامه‌ها بافت و خواستگاه مردمی داشتند؛ جالب است بدانید که روزی برنامه رمضانی مثل "جشن رمضان" آن‌قدر بیننده داشت که توجه تماشاگران سریال هندی شبکه یک را به خودش جلب می‌کرد.
* ماه رمضان کاظم احمدزاده را یاد چه چیزهایی می‌اندازد؟
واقعاً یاد گرفتاری مردم می‌افتم، چرا که همه گرفتاری داریم؛ یکی گرفتار گناهان و خطاهایش است و گروهی هم مشکلات و گرفتاری‌های دیگری دارند؛ بهترین و زیباترین و طلایی‌ترین موقعیت برای توجه به اطراف و گرفتاری‌هایمان، رمضان است. تا بتوانیم گره، کار و مشکلی را برطرف کنیم. این همدلی و گره‌گشایی باید در آنتنِ تلویزیون هم مثل گذشته دیده شود.