

فکر می‌کنم فضای بین جام جم و شبکه‌های ماهواره‌ای رقابتی نیست و نباید هم باشد. چون شبکه جام جم یک شبکه ملی است که وظایف تعریف شده و قانونی خود را بر اساس سیاست‌های رسانه‌ای بالادستی ایفا می‌کند. اما شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان رفتار تبلیغی سیاسی ضد نظام جمهوری اسلامی ایران را دنبال می‌کنند که اصلاً یک شکل دیگر است



محمد سلوکی مجری برنامه «شب نشینی»

## هدف مارتقابت باشبکه‌های ماهواره‌ای فارسی نیست

انتخاب مجری برای اجرای برنامه‌های شبکه جهانی جام جم شرایط خاص تری در مقایسه با سایر شبکه‌ها دارد؛ چراکه این شبکه ویتترین سیمابرای ایرانیان ساکن خارج از ایران است که همچنان تلویزیون ایران را دنبال می‌کنند. به همین دلیل انتخاب محمد سلوکی برای اجرای برنامه «شب نشینی» اقدامی هوشمندانه به حساب می‌آید. مجری ۴۱ ساله‌ای که بیش از ۲۰ سال تجربه حضور در رسانه ملی را دارد و حالا با وجود جوانی، پیشگسوت محسوب می‌شود. با او درباره تجربه اجرای شبکه جام جم و نظراتش درباره مأموریت‌های این شبکه گفت‌وگو کردیم.

محمد وفایی  
روزنامه‌نگار

می‌شود.

ف: فضای شبکه جام جم کمی با تر نیست؟

نمی‌دانم، من زیاد متوجه نشدم. (خنده) شاید به مقدار کمی این طور باشد و مثلاً بتوان ساز موسیقی را نمایش داد اما به هر حال فکر می‌کنم فضای بین جام جم و شبکه‌های ماهواره‌ای رقابتی نیست و نباید هم باشد. چون شبکه جام جم یک شبکه ملی است که وظایف تعریف شده و قانونی خود را بر اساس سیاست‌های رسانه‌ای بالادستی ایفا می‌کند؛ ولی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان رفتار تبلیغی سیاسی ضد نظام جمهوری اسلامی ایران را دنبال می‌کنند که اصلاً یک شکل دیگر است. به نظرم خیلی نباید به این سمت برویم و چون مأموریت ما با آنها متفاوت است، دلیلی هم برای رقابت نیست.

ف: چند روز پیش روز شعر و ادب فارسی را گذرانیدیم و یکی از مأموریت‌های شبکه جام جم هم ترویج و پاسداشت زبان فارسی است. در برنامه شب نشینی چه تلاش‌هایی در این زمینه داشته‌اید؟

به مناسبت این روز یک شاعر افغانستانی مهمان برنامه بود تا نزدیکی فرهنگی و فارسی‌زبانی ما به نمایش گذاشته شود. در این روزها خیلی به این ارتباط نزدیک نیاز داریم و احساس می‌کنم مردم افغانستان و سایر فارسی‌زبانان با ما صمیمی‌تر از قبل شده‌اند. در این منطقه ایران، افغانستان و تاجیکستان فارسی زبان هستند و خدا را شکر دوستی ما روز به روز نزدیک‌تر و بیشتر می‌شود.

آمار و ارقام پراکندگی جغرافیایی مخاطبان شبکه جام جم مطمئناً در اختیار مدیران شبکه است اما چیزی که من حس کردم این که در کشورهای حوزه اسکندینیای مخاطبان پر شمار و فعالی داریم. به دلیل مهاجرت‌پذیر بودن این کشورها جمع‌های خاصی از ایرانیان در آنها شکل گرفته و خیلی‌هایشان همچنان با برنامه‌های شبکه جام جم همراه هستند.

ف: از مخاطبان داخل ایران هم بازخوردی دریافت می‌کنید؟

بله پیشنهادهایی دارند، اما چون اساساً سیاست‌گذاری شبکه جهانی جام جم بر اساس نیازهای مخاطب خارج از کشور است، نمی‌توان سیاست را در جهت نیازهای مخاطب داخل ایران تغییر داد. گاهی می‌گویند چرا درباره این موضوع حرف می‌زنید، چرا درباره آن موضوع حرف نمی‌زنید، این مهمان را دعوت کنید و... اما تعریف شبکه این نیست که به طور مفصل به مسائل داخلی بپردازد و متأسفانه نمی‌توانیم به حرفشان گوش بدهیم. (خنده) البته به هر حال ما بیننده داخلی هم داریم و ویدئوهایی از برنامه‌ها در شبکه‌های اجتماعی دیده می‌شود.

ف: به نظر شما شبکه جام جم چطور می‌تواند با شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان رقابت کند؟

رقابت به معنای جذب مخاطب می‌تواند وجود داشته باشد و غیرممکن نیست اما به هر حال هزینه‌هایی که در چنین شبکه‌هایی می‌کنند و سیاست‌گذاری که دارند، با شبکه جهانی جام جم متفاوت است. این شبکه کاملاً طبق قوانین، موازین و مقررات داخلی کشور اداره

اتفاق جالبی که برایم افتاده این است که کانال دوستی‌های قدیمی ام دوباره فعال شده است؛ چون قبلاً از طریق اجرای شبکه جام جم دوستان زیادی در خارج از ایران پیدا کرده بودم و چند سالی بود که از آنها خبر نداشتم. شبکه جهانی جام جم مخاطبان خاص خود را دارد که خیلی وفادار هستند و آنقدر با شبکه جام جم احساس نزدیکی می‌کنند که شبکه را مال خودشان می‌دانند. این خیلی برایم جالب بود که آدم‌ها را بعد از سال‌ها می‌دیدم یا برایم پیامی می‌فرستادند. این از لحاظ احساسی و شخصی برایم تجربه خوشایندی بود.

ف: مخاطبان برنامه بیشتر ساکن چه کشورهایی هستند؟

ف: تجربه اجرای شبکه جام جم برای شما چطور بود؟

من نزدیک به دو دهه قبل کار را در شبکه جام جم آغاز کردم. این همکاری چند سال به شکل متناوب ادامه داشت و حالا بعد از یک فاصله چندساله به شبکه جام جم برگشتم. اجرا در این شبکه و ارتباط با مخاطب خارج از کشور تجربه خاص و جالبی است. البته مخاطب شبکه جام جم خاص است که می‌خواهد با فضای داخلی کشور همراه باشد و رویکردهای سیاسی متفاوتی ندارد. این ارتباط برای من دلچسب است و امیدوارم برای مخاطب نیز همین طور باشد.

ف: در این مدت که اجرای شب نشینی را بر عهده دارید، چه بازخوردی از ایرانیان خارج از کشور گرفته‌اید؟

### تفاوت جام جم با باقی شبکه‌ها

سلوکی: تفاوت به نوع شناخت ما از مخاطب بستگی دارد و این شناخت به ما می‌گوید چطور باید عمل کنیم. نگاهی که من این روزها در شبکه جام جم دنبال می‌کنم و تلاشم این است که روی این خط حرکت کنم. توجه به مخاطبان جوان تر است؛ مخاطبی که الان خارج از کشور زندگی می‌کند و مثلاً یک جوان ۲۰ ساله است و سرزمین پدری و مادری‌اش را شاید در حد یک یا دو بار سفر دیده است. احتمالاً عکس‌ها و ویدئوهایی از گذشته خانواده‌اش دیده و دریافتش از ایران از طریق شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های تلویزیونی است و حس زندگی حقیقی در ایران را تجربه نکرده. کم و بیش برایم پیش آمده در سفرهایی که داشته‌ام، می‌بینم چنین آدم‌هایی به دنبال گذشته و هویت‌شان هستند. این در ما ایرانی‌ها بسیار پررنگ است و وقتی مهاجرت می‌کنیم هم خیلی در کشور مقصد غرق نمی‌شویم. من سعی می‌کنم در برنامه چنین مخاطبانی را در نظر بگیرم. این آدم دایره واژگان ما را ندارد، تعلق خاطری که نسبت به بعضی چیزها داریم هم در او نیست. من باید بینابین عمل کنم، بر اساس حقایق حرف بزنم و دچار اغراق نشوم. مثلاً بگویم جوانی که داری برنامه را می‌بینی، سرزمین تو چهار فصل است، به این معنا که با فاصله زمانی کم و هزینه معقولی می‌توانی اسکی کنی، بعد سوار هواپیما شوی و به یک جزیره گرم بروی. من دروغ نگفته‌ام و می‌توانم این را آب و تاب بدهم و زیباتر به او بگویم، اما دیگر نمی‌گویم فقط ما چنین امکانی را داریم و... این را خودم دوست ندارم و می‌خواهم حقیقت را به مخاطب بگویم و نگاه تبلیغاتی نداشته باشم.

آراستگی پوشش کارمندان خود را به ما بسازید

پوشاک فرم

اولین ارائه دهنده تخصصی پوشاک ادارات

آدرس فروشگاه: تقاطع خیابان ولیعصر و طالقانی، مجتمع تجاری نور تهران، طبقه سوم تجاری، شماره ۹۰۶۷

تلفن: ۰۲۵-۸۸۲۲۶۰۳۵ همراه: ۰۹۱۲۷۰۱۵۱۲۲

@form1

manto\_uniform

www.form1.ir

formiran@yahoo.com