

گفت و گو با «هرمز شجاعی مهر» مجری تلویزیون و صاحب امتیاز مجله «خانواده سبز»

عامل موفقیت ما صداقت است

ملیحه سلطانی/ا «هرمز شجاعی مهر» مجری و گوینده نام‌آشنای رادیو و تلویزیون که به خاطر برنامه سیمای خانواده معرف حضور همه مان است، درباره مجله «خانواده سبز» که یکی از پر مخاطب ترین مجلاتی است که در حوزه سبک زندگی چاپ می شود، گفت و گویی کوتاه داشته ایم که در ادامه می خوانید.

■ مجله خانواده سبز از چه سالی منتشر شد و چه شد که به فکر مدیریت مجله ای مثل خانواده سبز افتادید؟

تقریبا بیست سال می شود که مجله «خانواده سبز» منتشر می شود. علت اینکه به فکر راه اندازی این مجله افتادم، این بود که هم در رادیو و هم در تلویزیون برنامه خانواده را اجرا می کردم و با بسیاری از دست اندر کاران و کارشناسان سبایل خانواده و جامعه آشنا شدم و فکر کردم شاید لازم باشد این اطلاعات به صورت مکتوب در اختیار مردم قرار بگیرد و خدا را شکر با استقبال خیلی خوبی هم مواجه شد.

■ خودتان علت موفقیت و شمار گان بالای مجله را در چه می دانید؟

من در رادیو، تلویزیون، مجله و در مجموع کار در رسانه به این معتقدم که اگر صداقت داشته باشی و با مردم روراست باشی، مردم خیلی خوب تو را می پذیرند. فکر می کنم اصلی ترین عاملی که ما را موفق کرد، داشتن صداقت در برخورد با مخاطبانمان بود.

■ گاهی انتقاداتی که به این نوع مجلات می شود عامه پسند بودن است نظر تان در این باره چیست؟

من خیلی قائل به این موضوع نیستم و برای من مهم هم نیست البته انتقاد چیز خوبی است و سعی می کنیم خودمان را اصلاح کنیم اما به هر حال ما با تعدادی از دوستان اتاق فکری را تشکیل داده ایم برای بستن کنداکتور و شکل مجله خانواده سبز و آنچه را برای مردم جذاب و شیرین است و آنچه نیاز است مردم بدانند و... بررسی و در مجله چاپ می کنیم. حالا ممکن است یک عده انتقاد داشته باشند و یک عده خوششان نیاید این مشکل خودشان است؛ ما در واقع با همین روش توانستیم دل بسیاری از مخاطبانمان را به دست بیاوریم و خیلی از اطلاعات مهم و ضروری را که خانواده ها باید بدانند، در اختیارشان قرار می دهیم.

■ نظر تان درباره رسانه های مجازی و اینترنتی چیست؟

به نظر من به هر شکلی که بتوان با مردم و مخاطبان ارتباط برقرار کرد خوب است من از همه شان استقبال می کنم اما دنیای مجازی را خیلی جدی نگرفته ام همین طور که مردم هم آن را خیلی جدی نگرفته اند. من هرگز نتوانسته ام از دنیای مجازی چیزی یاد بگیرم. من معمولا شعرهایی را که از آن خوشم بیاید حفظ می کنم؛ یک شعر جایی دیدم و می خواستم آن را حفظ کنم؛ من که همیشه شعر را خوب حفظ می کردم، هر چه کردم نتوانستم. هیچ چیزی در ذهن آدم باقی نمی ماند و ماندگار نیست. به همین دلیل من به کاغذ اعتقاد دارم و به چاپ.

■ بعضی از رسانه های اینترنتی خیلی خوب دیده شده است مثل «دید در شب» یا «تی وی پلاس». مثلا درباره همین تی وی پلاس انتقادی که مطرح می شود پرداختن پیش از حد به حاشیه هاست؛ در این باره چه صحبتی دارید؟

اولا من تی وی پلاس را خیلی قبول دارم خیلی موفق بود چون آقای حسینیان را خیلی قبول دارم. بسیار فرد خوش سلیقه و با ذوقی است. من نمی فهمم این زرد زرد یعنی چه! اصلا در اروپا یک نشریاتی وجود دارد که روی کاغذ کاهی چاپ می شود، روی کاغذهای زرد به همین دلیل به آن ها می گویند نشریات زرد. بعد در اینجا جور دیگری ترجمه شد اینکه وارد زندگی دیگران بشوی و... خب مردم چهره های معروف و محبوب را دوست دارند حالا می خواهد رئیس جمهور باشد یا بازیگر یا ورزشکار؛ این که این آدم چگونه به اینجا رسیده و زندگی خصوصی اش چگونه است.

رسانه های ستاره ها زیر ذره بین



گاهی اوقات در مصاحبه های چاپ شده مجلات تحت نظر ستاره ها مشخص است که ستاره موردنظر بسیاری از چهره ها را با استفاده از سرمایه اجتماعی قبلی اش پای میز گفت وگو کشانده است. مصاحبه شونده حسب روابط کاری یا روابط دوستی با بازیگر یا مجری وارد گفت و گو شده است. در این مواقع مصاحبه شونده حسب اعتمادی که دارد راحت تر درباره جزئیات زندگی شخصی اش صحبت می کند. این اتفاق از این

حیث که ممکن است اطلاعات دست اولی داشته باشد، برای مصاحبه کننده دارای ارزش است؛ اما ممکن است در این بین ناخودآگاه حواشی پرنرگ شود که چندان به درد مخاطب نمی خورد، فقط حس کنجکاوی اش را درباره زندگی چهره موردنظر برطرف می کند. در مجلاتی که توسط ستاره ها مدیریت می شود معمولا به وفور شاهد پررنگ شدن حواشی زندگی افراد معروف در میان گفت وگوهای صمیمانه شان هستیم! صحبت کردن درباره ازدواج، طلاق، علت مجرد بودن یا متأهل شدن، گفت وگوی اختصاصی به دلیل بچه دار شدن خانم بازیگر و... از مواردی که بارها در این مجلات دیده ایم. تکرار زیاد و پررنگ کردن این موارد در بین مخاطبان این رسانه ها است کم کم ذائقه مخاطب را به همین سمت تغییر دهد. در حالی که در بیشتر موارد انتشار حواشی زندگی ستاره ها فقط برای مخاطبان، جذاب است و منفعت دیگری ندارد. تکیه زیاد روی این قبیل موارد ممکن است خطر سطحی شدن را به دنبال داشته باشد.

کاغذی لایه لای محتواهای متنوع سبک زندگی، حجم زیادی از انواع و اقسام تبلیغات در زمینه های مختلف دیده می شود؛ از تبلیغ عمل های جراحی زیبایی گرفته تا محصولات آرایشی و کالاهای منزل با مارک های گوناگون. تبلیغات متعدد این حامیان مالی قدرتمند که به رسانه موردنظر کمک می کنند تا به فعالیتش ادامه دهد؛ ممکن است در بین مخاطبان این رسانه ها به ویژه مجلات کاغذی که به طور عمده زنان خانه دار هستند، احساس نیاز کاذب ایجاد کند. همین طور تبلیغ زندگی های تجملی مشکل دیگری است که ممکن است در بین این تبلیغات خوش رنگ و لعاب، به صورت ناخودآگاه رخ دهد.

پرونده ای درباره آدم های معروفی که فعالیت رسانه ای هم دارند

رسانه های ستاره دار

قهیمه مؤذن / حاشیه و متن و اخبار مربوط به کار و زندگی آدم های معروف و شناخته شده همیشه در رسانه ها منعکس می شود. در این بین ستاره ها و افراد مطرحی هستند که در رسانه ای مستقل فعالیت می کنند. ستاره ها با اهداف مختلفی اقدام به این کار می کنند؛ گاهی از این رسانه برای بیان حرف ها و دغدغه ها و انتقادات فرهنگی خودشان استفاده می کنند؛ گاهی هم سردبیری یا سمت هایشان در رسانه ها فقط تبلیغاتی است و رسانه توسط دیگران اداره می شود. در این پرونده مروری داشتیم بر تعدادی از رسانه هایی که توسط ستاره ها مدیریت و اداره می شود؛ همین طور نگاهی داشتیم به مشکلاتی که ممکن است این رسانه ها به آن ها دچار شوند. با ما همراه باشید.



«زیر وبم» موسیقی در مجله مجید اخشابی

مجید اخشابی خواننده و آهنگساز موسیقی پاپ فعالیت زیادی در حوزه موسیقی دارد اما بیشتر با خواندن تیتراژهای سریال های مناسبتی به ویژه سریال تلویزیونی گمگشته که در ماه رمضان پخش شد، به شهرت رسید. این خواننده از سال ۹۱ در سمت مدیرمسئولی و صاحب امتیاز، نشریه فرهنگی، اجتماعی «زیر وبم» را منتشر می کند. مجله زیروبم که هر ماه چاپ می شود، در کنار گفت و گو با هنرمندان و خوانندگان و آهنگسازان به صورت اختصاصی به موسیقی هم می پردازد. این مجله با این که درونمایه تخصصی دارد، تا به حال جریان ساز و خیلی موفق نبوده است.

سردبیری بهنوش بختیاری در «دیده بان»



بهنوش بختیاری که در حوزه های مختلفی مثل بازیگری و تجارت فعالیت دارد، در سال ۹۳ در مجله «دیده بان» سردبیری و نویسندگی را هم تجربه کرده است. این بازیگر که صفحه اینستاگرام وی یکی از پرطرفدارترین هاست و ۵ میلیون فالوئر دارد، به نظر می رسد گاهی در مجله دیده بان از دوستی و نزدیکی اش با بازیگران مختلف برای گفت وگو و مصاحبه در تهیه مطالب استفاده می کند. دیده بان ماهنامه گمنام فرهنگی، اجتماعی بود که سردبیری بختیاری کمک کرد تا دیده شود. نکته جالب این که در برخی موضوعات که به زندگی ستاره ها و بازیگران می پردازد، مثل حریم خصوصی یا صفحات مجازی و فالوئر های بازیگران، بختیاری روی جلد هم می رود یا در گفت وگوها حضور دارد. در صفحه اینستاگرام مجله که ۱۱ هزار دنبال کننده دارد؛ مجله این گونه معرفی شده است: مجله دیده بان، ماهنامه سبک زندگی و اوقات فراغت. صدمین شماره این مجله در آذرماه به قیمت ۳ هزار تومان منتشر شده است. فاید دید بختیاری که این روزها فعالیت در عرصه چرم و لباس و مانع از حضور پررنگش در سینما و تلویزیون و اینستاگرام نشده است تا کی می تواند به این وضعیت ادامه بدهد؟

کامران تفتی و ماهنامه «تبار»



کامران تفتی، بازیگر سریال های تلویزیونی که اخیرا خواننده هم شده، مدیرمسئول و رئیس شورای سیاست گذاری ماهنامه «تبار» است. این ماهنامه فرهنگی، اجتماعی، ورزشی مدتی است که چاپ و منتشر می شود. ماهنامه طی مراسم مهمانی با حضور جمعی از بازیگران و هنرمندان سرشناس رونمایی شد. این ماهنامه در هر شماره به حوزه های فرهنگی (سینما، تئاتر، تلویزیون)، موسیقی، ورزش و مسائل اجتماعی می پردازد. در هر شماره مصاحبه هایی با ستاره هایی همچون رضا عطاران، فاطمه معتمد آریا و... به چشم می خورد. صفحه مجازی مجله تبار در اینستاگرام ۱۱ هزار دنبال کننده دارد. در تبار سعی شده است با دیدی انتقادی به مشکلات سینما، موسیقی و... نگاه شود. این ماهنامه ۸ هزار تومانی از مردامه چاپ نشده است.

مجله تخصصی «تنیس» و «ورزش مثبت» امیر حسین رستمی



امیرحسین رستمی بازیگر شناخته شده تلویزیون به دلیل علاقه زیادش از کودکی به تنیس، تنها مجله تخصصی تنیس در کشور را راه اندازی کرده است و خود در سمت مدیر عامل این نشریه فعالیت دارد. رستمی که به عنوان یک تنیس باز حرفه ای، یک بار عکسش روی جلد مجله هم رفته است؛ به همراه دیگر اعضای نشریه به تمام اتفاقات و اخبار این رشته در داخل و خارج از کشور می پردازد. در سایت این مجله نوشته شده است: «بدون شک رسانه ابزار مهم و تأثیرگذار در جریان‌ات اجتماعی فرهنگی جوامع امروزی می‌باشد. ورزش نیز از این قاعده مستثنا نیست. مجله تنیس ایران به عنوان اولین مجله تخصصی این ورزش با قدمت ۵۰ ساله در ایران در همین راستا برای گسترش این ورزش فعالیت خود را آغاز نموده است. افتخار می‌کنیم که تمامی بزرگان تنیس ایران با ما همراه هستند و این جریان را استوندند. این نشریه متعلق به هیچ گروه و جریانی نیست و همیشه درهای مجله به روی علاقه مندان و اهالی تنیس ایران باز است.» شماره ۲۱ مجله به تازگی در ۵۰ صفحه به قیمت ۵ هزار تومان منتشر شده است. صفحه مجازی این مجله، ۸۷۰۰ دنبال کننده دارد. رستمی از مرداد ۹۵ در سمت مدیرمسئول و صاحب امتیاز اقدام به چاپ ماهنامه دیگری به نام «اسپرتر پلاس» (ورزش مثبت) هم کرده است. تاکنون ۳ شماره از این ماهنامه به قیمت ۱۵ هزار تومان به چاپ رسیده است.

مجله «خانواده سبز» محمدرضا شجاعی مهر



محمدرضا شجاعی مهر، مجری و گوینده رادیو که بیش از ۳ دهه در تلویزیون سابقه اجرا دارد و مردم بیشتر او را با برنامه «سیمای خانواده» می شناسند، صاحب امتیاز مجله «خانواده سبز» است. این مجله از سال ۷۸ و هر ۱۵ روز یک بار، در زمینه های خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی و ورزشی چاپ و منتشر می شود. در این مجله مطالب متنوعی از گفت وگوهای خانوادگی با هنرمندان گرفته تا دستورهای متنوع آشپزی، داستان های دنباله دار، نظرات کارشناسان متخصص در حوزه های سلامت، روانشناسی و خانواده، جدول و حتی فال بر حسب ماه تولد را می توان یافت. شاید وجود همین مطالب متنوع که سلیقه

های مختلف را اقناع می کند، سبب شده است تا این مجله در ۱۷ سال انتشارش، به شمارگان قابل توجهی دست پیدا کند. این مجله با داشتن مخاطب در ایران و خارج از کشور از پرتیراژترین مجله خانوادگی کشور را دارد. در قسمت لوگوئی مجله نوشته شده است: «هر خانواده ایرانی یک خانواده سبز» این مجله با فراهم کردن مطالب مختلفی درباره تربیت و پرورش کودک، نکات خانه داری، چیدمان و دکوراسیون، مد و زیبایی، سلامت و تغذیه و اخبار چهره های مشهور و نکات روانشناسی درباره خانواده، توانسته است خودش را با سلیقه بسیاری از افراد تطبیق دهد. در سایت این مجله هم راه های متعددی برای ارتباط با مخاطبان در نظر گرفته شده است از جمله ارسال عکس های کودکان خردسال، ارسال جواب جدول، ارسال مطالب و داستان، همین طور دلنوشته و نامه برای هنرمندان، امکان دانلود آرشو نسخه های دیجیتال شماره های قبلی مجله. در صفحات مختلف آگهی هم چاپ می شود که تعرفه آن تا یک میلیون و ۳۵۰ هزار تومان متفاوت است. با این حال شجاعی مهر که در اجرا یک روند ثابت و بدون موفقیت چشمگیرا تجربه کرده، در عالم رسانه های مکتوب هم نتوانسته است پا را از این جگه عامه پسند و بازاری فراتر بگذارد.

محمدرضا حسینیان، از مجلات لوکس تا تلویزیون اینترنتی



محمدرضا حسینیان مجری سابق برنامه های مناسبتی شبکه ۳ سیما در کنار اجرا، سابقه مدیریت رسانه های گوناگونی را هم در کارنامه خود دارد. او تجربه مدیریت مجلات «سبب سبز»، «تپش»، «زندگی ایده آل» را دارد. همه مجلاتی که او مدیرمسئول و صاحب امتیاز شان بوده است؛ با کمک حامیان مالی پولدار، صفحات خوش رنگ و لعابی را با محتوایی در زمینه سرگرمی، سبک زندگی، اخبار هنرمندان و گفت وگو با آنها چاپ می کردند که رپر تازهای رستوران و مزون و... مجاری طرفداران خودش را پیدا کرده است. حسینیان به دلیل مدیریت تی وی پلاس در صدا و سیما حاشیه می پرداخت اما رسانه های تحت مدیریت او در زمان های مختلف حواشی و جنجال هایی را ایجاد می کردند. هم اکنون رسانه ویدئویی اینترنتی تی وی پلاس با ویدئوهایی که بیشتر حول محور زندگی ستاره ها و زندگی خصوصی شان تولید می شود، در فضای مجازی طرفداران خودش را پیدا کرده است. حسینیان به دلیل مدیریت تی وی پلاس در صدا و سیما ممنوع التصوير شده است. خبرنگاران تی وی پلاس به دنبال بازیگران، خوانندگان و... می روند و درباره جزئی ترین مسائل زندگی شان با آن ها گفت وگو می کنند یا با افراد مشهور درباره شایعاتی که پخش می شود صحبت می کنند تا از صحت و سقم آنها اطلاع یابند. تی وی پلاس با شعار «با لذت ببینید» در قسمت های مختلف اجتماعی، سبک زندگی، موسیقی، ورزش، تلویزیون و... فعالیت می کند. هرچند که برخی افراد تی وی پلاس را جزو رسانه های زرد می دانند و انتقاداتی درباره محتوای تولیدی این رسانه وجود دارد اما سایت تی وی پلاس ادعا می کند که روزانه بیش از ۵۰۰ هزار بازدید دارد و مخاطبان آن ها این رسانه را مصرانه دنبال می کنند.