گفت‌وگوی «جوان» با بازی‌ساز و طراح شخصیت‌های کارتونی

بازی خوب وابسته به طراحی محتوا و ساختار است نه تکنیک

فرهود فرمند، هنرمند جوانی است که استعداد عمده‌اش در زمینه طراحی شخصیت‌های کارتونی است و علاقه فراوان به این شخصیت‌ها او را به سمت بازی‌های رایانه‌ای و بعد طراحی و ساخت آنها هدایت کرده است. چنانچه در میان اهالی این هنر او را به عنوان یکی از پیشروهای صنعت بازی ایران می‌شناسند. فرمند فعال در بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای همچنین در مؤسسه استودیو سرگرمی‌های نیو است که به مدت چهار سال مشاور و ارزیاب دولت در این حوزه بود. وی از سال ۲۰۱۷ ارزیاب و شریک آموزشی دانشگاهی در ایتالیاست. از برخی عناوین او در این زمینه می‌توان به بازی کوهنورد (اولین ابرقهرمان تجاری ایران) برنده جایزه سال بهترین بازی، کتاب خاطرات محیط‌بان محیط‌بانان (برنده جایزه بهترین اپلیکیشن فرهنگی) و بازی و کامیک‌های فاویان فنری که به خاطر طراحی کاراکتر شایسته تقدیر شد، اشاره کرد. «جوان» با این فعال بازی‌های رایانه‌ای گفت‌وگو کرده است.

اولین بازی رسمی شما چه بود؟

شخصیتی که خودم طراحی کردم در سال ۱۳۹۰ با نام «کوهنورد» بود. بعد از سه سال تولید با کمک تیمی حدود ۱۰ نفره ساخته و روانه بازار شد. از قدیم گفته‌اند برای موفق شدن هر آنچه نیاز داری، هم اکنون داری! و باور به اینکه، جامعه بازی‌سازان ایران و مخصوصاً سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به این حوزه برای سرمایه‌گذاری نیاز به توجه و آگاهی دارند و بازی خوب وابسته به محتوای طراحی و ساختار بازی است نه تکنیک، لذا می‌شود یک بازی خوب حتی دوبعدی داشت. در نتیجه عزمم را جزم کردم تا یک بازی خوب دوبعدی با شخصیتی که خودم طراحی کرده بودم، بسازم.

طرح اولیه شخصیت بر چه اساسی بود؟

بر اساس یکسری سناریوی کوتاه که برای آیتم‌های بین برنامه‌های تلویزیون نوشته شده بود و من آن را تبدیل به طرح یک بازی با یک سناریوی کاملاً جدید به جای انیمیشن کردم، البته در وهله اول نمی‌دانستم قرار است به این ترتیب من و تیمم سکوی حضور و معارفه اولین ابرقهرمان تجاری ایران را بسازیم.

از چه زمانی این فعالیت‌های هنری خود را شروع کردید؟

از کودکی در زمینه نقاشی استعداد داشتم و در سن ۱۰ سالگی برای تهیه گزارش تلویزیونی از من به عنوان استعداد درخشان از صداوسیما سراغم آمدند. این علاقه با تحصیل در رشته گرافیک ادامه پیدا کرد و شاخ و برگ گرفت که در ادامه تولید پویانمایی و بعد طراحی و تولید بازی‌های رایانه‌ای را در مسیر زندگی‌ام قرار داد، طوری که در سال دوم دانشگاه (۱۳۷۸) بازی‌هایی که می‌ساختم را برای هم‌دانشگاهی‌های خود می‌آوردم تا به منزل ببرند و بازی کنند و به من نظرشان را بگویند.

کجاها دوره دیدید؟

لیسانس ارتباط تصویری (گرافیک) دارم و در دوره‌هایی همچون مدیریت پروژه از دانشگاه صنعتی شریف و کارآفرینی مرکز رشد و نوآوری مارس کانادا حضور یافته و گواهی دریافت کرده‌ام.

چه شد که بازی «کوهنورد» را ساختید؟

کوهنورد قبل از انتشار و در واقع بعد از ارائه نسخه اولیه‌اش برای معارفه شروع به درخشش کرد، همین باعث شد به دعوت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به عنوان کارشناس و ارزیاب دولت در حیطه طراحی بازی به این سازمان ملحق شوم. (از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳) «کوهنورد» در سال ۱۳۹۰ منتشر شد.

بازتاب‌های کوهنورد در جشنواره‌ها چگونه بود؟

در اولین جشنواره بین‌المللی بازی‌های ایران نامزد دریافت شش جایزه و برنده دو جایزه اصلی شد، یعنی تندیس بهترین طراحی بازی و تندیس بهترین بازی سال ۱۳۹۰ را از آن خود کرد. در جشنواره‌های خارجی هم علاقه‌مندانش را شگفت‌زده کرد، طوری که خاطره آن تا پنج سال بعد از نمایشگاه گیمزکام آلمان همراه‌شان باشد و سال ۲۰۱۶ گفتند در یکی از جشنواره‌های ایتالیا سازنده کوهنورد را دوباره ملاقات کنند و از من برای همکاری با دانشگاه بازی‌سازی در روم به عنوان ارزیاب و شریک آموزشی دعوت کنند تا به ایشان ملحق شوم.

آینده بازی‌سازی را در ایران چطور می‌بینید؟

امیدوارم با بهبود وضعیت معیشت مردم و موقعیت سیاسی ایران در دنیا، این آینده تصویر بهتری یابد، چون حیات استارت‌آپ‌های بازی‌سازی به شدت وابسته به اتصال به بازار جهانی و سطح رفاهی مردم آن کشور است که از این دو منظر ایران شرایط خوبی ندارد و در یک نظرسنجی در سال ۱۳۹۹ از بین ۳۰۰ نفر بازی‌ساز ۲۱۰ نفر در حال خروج و مهاجرت از کشور بودند.

بعد از کوهنورد بازی‌های دیگری هم تولید کردید؟

بله دو شخصیت دیگر طراحی و معرفی کردم. یکی شخصیت فاویان فنری و دیگری شخصیت محیط‌بان نیواح که یک ابرقهرمان جدید با دغدغه‌های محیط زیستی بعد از کوهنورد است.

این شخصیت‌های جدید ثبت شده‌اند؟

هر دوی این شخصیت‌ها در ایران، امریکا و کانادا به ثبت رسیده‌اند و آثاری اصیل و در کلاس جهانی محسوب می‌شوند که امیدوارم این دو کاراکتر جدید فقدان حضور شخصیت‌های نمادین در صنعت سرگرمی ایران را برطرف و باعث سربلندی، اعتمادبه‌نفس، فرصت‌سازی جهت اشتغال نسل آینده و ثروت‌سازی هر چه بیشتر برای ایران باشند. در حال حاضر فاویان فنری دو کتاب الکترونیکی کامیک و یک بازی رایانه‌ای و محیط‌بان نیواح یک کتاب خاطرات بر اساس داستان‌های واقعی محیط‌بانان دارند که علاقه‌مندان می‌توانند از وب‌سایت Niv-studio.com تهیه کنند. محیط‌بان نیواح موفقیت کوهنورد را تکرار و اولین محصولش یعنی کتاب خاطرات، برنده جایزه بهترین اپلیکیشن فرهنگی سال ۱۳۹۹ شد که قابل نصب روی ویندوز و اندروید است.

> گاهی عدم آشنایی باعث می‌شود خود سفارش‌دهنده نداند چه می‌خواهد و چه چیز برایش مناسب است و این موضوع بر مشکلات کاری، نگرانی‌ها و ریسک‌های سرمایه‌گذاری‌شان می‌افزاید. در حالی که بازی‌ها تنها و تنها شکل تبلیغات است که با اعتماد و واگذاری طراحی و ساخت آن به یک تیم بازی‌سازی خوش‌سابقه و خوش‌فکر می‌توانند بسیار درآمدزا باشند

در سال‌های اخیر عربستان‌سعودی نیز وارد عرصه‌های فرهنگی از جمله تولید انیمیشن شده است، در عرصه بازی‌سازی وضعیت این کشور و کشورهای همسایه را چطور می‌بینید؟

در بین کشورهای همسایه ترکیه وضعیت بسیار بهتری دارد. هم محصولات باکیفیت در کلاس جهانی و هم شتاب‌دهنده‌های متمرکز برای استارت‌آپ‌های حوزه بازی‌سازی دارد. در مورد کشورهای عربی اطلاع یا خبر خاصی ندارم، یادم است در سال ۱۳۹۳ گزارش‌هایی در مورد کمپانی‌های بزرگ بازی‌سازی خواندم. مثل یوبی سافت در امارات و انتظار می‌رفت در این هشت سال اتفاقی بیفتد، ولی خبر شاخصی در این خصوص در دسترس نیست و شاید بتوان گفت امارات در حوزه بازی خود تولیدات شاخصی نداشته است.

چرا شرکت‌های بزرگ تجاری ایران از موقعیت بازی برای معرفی محصولات خود در ایران و خارج استفاده نمی‌کنند؟

به نظرم بیشتر به دلیل عدم‌آشنایی است یا خاستگاه‌های پرهزینه و غیرواقع‌بینانه‌ای در بین است. گاهی عدم‌آشنایی باعث می‌شود خود سفارش‌دهنده نداند چه می‌خواهد و چه چیز برایش مناسب است و این موضوع بر مشکلات کاری، نگرانی‌ها و ریسک‌های سرمایه‌گذاری‌شان می‌افزاید. در حالی که بازی‌ها تنها و تنها شکل تبلیغات است که با اعتماد و واگذاری طراحی و ساخت آن به یک تیم بازی‌سازی خوش‌سابقه و خوش‌فکر مثل Niv-studio.com می‌توانند بسیار درآمدزا باشند. هیچ شکل تبلیغاتی دیگری ذاتاً خود درآمدزا نیست و نخواهد بود.

این روزها انیمیشن «پسر دلفینی» در روسیه فروش فوق‌العاده‌ای داشته و در عرصه بازی هم سال‌هاست ایرانیان در روسیه حضور دارند. به نظرتان بازار روسیه و چین می‌تواند جبران این مشکلات را بکند؟

بله، البته روسیه و چین هر دو بازارهای بزرگی هستند و می‌توانند برای محصولات ایرانی میزبان خوبی باشند، مشروط بر اینکه تولیدات قابل رقابت و حیات در این بازار باشد، چون رقابت سرجای خودش است.

نمونه موفقی در همکاری شرکت‌های تجاری و بازی‌سازها داشته‌ایم؟

بیشتر در حوزه بازی‌های تحت مرورگر بر بستر HTML5 بازی‌سازان سفارش‌های مختلفی از سایت‌های متمرکز بر سرگرمی دریافت می‌کنند، بالطبع بین این سایت‌ها، سایت‌های مربوط به کسب‌وکارهای مختلف هم هستند. مثلاً Niv بازی سفارشی را چند سال پیش برای بانک ملی ایران ارائه دادم که برای وب‌سایت بانک استفاده می‌شد و مخاطبان کودک و نوجوان را هدف خود قرار داده بود، اما جا دارد این نوع بازی‌های تبلیغاتی بر بستر موبایل نیز ورود کنند.

شما فقط در زمینه بازی دوبعدی فعالیت می‌کنید؟

در حال حاضر پروژه‌های ما متمرکز روی تکنیک دوبعدی است، ولی ان‌شاءالله سراغ بازی‌های سه‌بعدی نیز خواهیم رفت.

ویژگی بازی دوبعدی نسبت به بازی سه‌بعدی چیست؟

می‌تواند با مخاطب پیوند قوی‌تری برقرار کند، همه انسان‌ها در زندگی نقاشی کردن را تجربه کرده‌اند و حال دیدن این نقاشی‌ها در قامت یک بازی یا فیلم، انیمیشن در قیاس با تکنیک سه‌بعدی دلنشین‌تر است. از طرفی اگر سبک دوبعدی انتخاب‌شده از لحاظ بصری غنی باشد، مثلاً شبیه کارهای دیزنی باشد، تاریخ انقضایی نخواهد داشت، همانطور که فیلم‌های انیمیشن دیزنی تاریخ انقضا ندارند و همچنان می‌توان از تماشای آنها لذت برد. تکنیک سه‌بعدی در کنار دوبعدی و نه در مقابلش، بلکه در قیاس یک تکنیک پرزرق و برق تلقی می‌شود که درجه‌بندی دارد، از لحاظ اجرایی وابستگی به سیستم اجرایی کاربر دارد و گاه هزینه‌های هنگفتی را تحمیل می‌کند یا نسخه‌های قدیمی...

بازی‌های دوبعدی بیشتر در اپلیکیشن‌ها به کار می‌رود یا هنوز در کنسول هم از این بازی‌ها استفاده می‌شود؟

بازی‌های دوبعدی به خاطر مقرون به‌صرفه‌بودن بیشتر روی دستگاه‌های قابل حمل دیده می‌شوند، این مقرون‌به‌صرفه‌بودن هم از لحاظ سخت‌افزارهای مورد نیاز برای اجرا و هم از لحاظ بودجه مورد نیاز برای تولید است. بازی‌های بسیار خوب دوبعدی روی کنسول‌ها نیز حضور دارند، بازی‌هایی مثل Splunky۲، Hollowknight و Steam world. برخی بازی‌های دوبعدی مثل Ori می‌توانند با صرف بودجه بالا، تصاویر دوبعدی یک بازی را طوری رقم بزنند که گویا در حال تماشا کردن یک تابلوی نقاشی هستید. تولید این مناظر به صورت سه‌بعدی بسیار پرخرج، سنگین برای اجرا و گاه از لحاظ اجرایی چالش‌برانگیز خواهد بود. در حالی که اجرای دوبعدی آن مناظر و نقاشی بودن آنها، همه آن چیزی است که حتی در سینما و در بخش جلوه‌های ویژه کارها را برای تولید تسهیل می‌کند.

گفت‌وگوی «جوان» با تهیه‌کننده رادیو اربعین

«رادیو اربعین» را مردم می‌گردانند

دهنوی: رادیو اربعین بدون تعارف پرمخاطب‌ترین شبکه در تمام رسانه ملی است

■ محمدصادق عابدینی

مگر می‌شود ایام ماه صفر باشد و زائران کربلای معلی در سفر اربعین باشند و نام رادیو اربعین را نشنیده باشند یا مخاطب آن نباشند؟! رادیو اربعین در ایام ماه صفر، یکی از مشهورترین رادیوهای معاونت صداست که مخاطبان زیادی در ایران و خارج از ایران دارد. فرهاد دهنوی، تهیه‌کننده رادیو اربعین و از برنامه‌سازان باسابقه رادیو، در گفت‌وگو با «جوان» از چند و چون فعالیت این شبکه رادیویی و تغییرات آن برای اربعین سال ۱۴۰۱ گفته است.

■■■

رادیو اربعین یک رادیوی فصلی است، فلسفه راه‌اندازی رادیوهای فصلی و مناسبتی چیست و چطور شد که رادیو اربعین متولد شد؟

در سال ۱۳۹۰ صداوسیما تصمیم به راه‌اندازی رادیوهای فصلی گرفت. رادیوهای فصلی یکی از پرطرفدارترین رادیوها در تمام دنیاست. صداوسیما در آن سال رادیو تابستانه را راه انداخت که سه ماه تابستان فعال بود. در طول آن سه ماه رادیو تابستانه مخاطب زیادی جذب کرد و یکی از پرمخاطب‌ترین‌های رادیو در آن سال شد. با پایان فعالیت آن رادیو، تا مدتی تب و تاب رادیوهای فصلی هم افتاد تا سال ۱۳۹۴ که آقای رضا کوچک‌زاده طرح راه‌اندازی یک شبکه رادیویی فصلی به نام رادیو اربعین را ارائه کرد. جلسات متعددی برگزار شد تا امکان راه‌اندازی این رادیو سنجیده شود. در آن دوران راهپیمایی اربعین هم به شکوه امروز نبود و برخی شک داشتند رادیو بتواند مخاطب جذب کند. با وجود این رادیو فعالیت خود را آغاز کرد.

رادیو اربعین از ابتدا به عنوان رادیوی ۲۴ ساعته فعالیت داشت؟

نه، در آن روزها فعالیت رادیو اربعین ۲۴ ساعته نبود، اما در هفته دوم فعالیت این شبکه با اتفاق عجیبی روبه‌رو شدم و آن استقبال بی‌نظیر مردم از رادیو اربعین بود.

چه اتفاقی رخ داد؟

اتفاق ویژه نسبت مخاطبان شبکه با در نظر گرفتن این مؤلفه بود که سال اول پخش رادیو اربعین است. در صداوسیما برنامه‌های پرمخاطبی مانند خندوانه، دورهمی و نود، هر کدام در سال اول پخش مخاطب‌شان به حدی نبود که در سال‌های بعد داشتند، اما رادیو اربعین در سال اول بیش از همه این برنامه‌ها شنونده داشت.

معتقدید در آن مقطع رادیو اربعین پرمخاطب‌ترین برنامه صداوسیما بود؟

من در سالی که رادیو اربعین راه‌اندازی شد، بیش از ۲۰ سال سابقه حضور در صداوسیما داشتم و برای اولین بار چنین استقبالی را می‌دیدم و تجربه می‌کردم. همین حجم از استقبال باعث شد رادیو اربعین از سال دوم به یک رادیوی ۲۴ ساعته تبدیل شود.

اشاره‌ای به استقبال بی‌نظیر مردم از رادیو اربعین در همان سال ابتدایی راه‌اندازی داشتید، امروز وضعیت مخاطبان این شبکه رادیویی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

رادیو اربعین را مردم می‌گردانند و بعد از امام حسین(ع)، صاحبان اصلی رادیو اربعین هستند. آنها هستند که با پیامک‌ها و تماس‌های‌شان، نظراتی که بیان می‌کنند و سؤال‌هایی که طرح می‌کنند، به برنامه جهت می‌دهند. ما در رادیو اربعین پیگیر دغدغه‌های مردم می‌شویم و کار را به میل مخاطب پیش می‌بریم.

سفر اربعین در زمان همه‌گیری کرونا با چالشی روبه‌رو و محدودیت‌های بهداشتی، بعضاً مانع سفر اربعین شد. در آن ایام رادیو اربعین چه رویکردی را برای حفظ مخاطبانش در پیش گرفت؟

سال ۱۳۹۸ که کرونا آمد، تصور من این بود که به دلیل کاهش سفر اربعین و اینکه مردم به خاطر محدودیت‌ها نمی‌توانند به این سفر بروند، مخاطب رادیو اربعین هم ریزش خواهد داشت، اما برخلاف نظر من موج استقبال از رادیو اربعین همچنان باقی ماند و اتفاقاً مردم از دلتنگی‌های خود برای سفر اربعین به ما می‌گفتند. رادیو اربعین بدون تعارف پرمخاطب‌ترین شبکه در تمام رسانه ملی است.

با این حجم از استقبال و تأثیرگذاری که رادیو اربعین داشته است، چرا این شبکه رادیویی از حالت رادیو فصلی خارج نمی‌شود؟!

اتفاقاً تماس‌های مردمی زیادی داریم که درخواست می‌کنند رادیو اربعین در طول سال هم ادامه داشته باشد. بگذارید یک مثال بزنم، در تشییع پیکر شهید سردار سلیمانی دیدیم که مردم بدون هیچ طبقه‌بندی و جناح‌بندی‌ای در مراسم شرکت کرده بودند. رادیو اربعین هم همین است، همه مردم آن را برای خودشان می‌دانند. از دختران جوان گرفته تا پیرمرد و بچه کم‌سن و سال با ما تماس می‌گیرند و درباره حس‌شان به اربعین و امام حسین(ع) می‌گویند. شاید هضم این موضوع برای عده‌ای سخت باشد اما این اتفاقی است که در رادیو اربعین رخ می‌دهد.

الان که ما باهم صحبت می‌کنیم، بخش عظیمی از زائران اربعین حسینی با عبور از مرزها وارد کشور عراق شده‌اند، برای زائرانی که در مسیر پیاده‌روی هستند، برنامه‌ای دارید؟ آنها چطور می‌توانند با رادیو اربعین در ارتباط باشند؟

ما یک بخش در رادیو اربعین داریم به نام «موکب گزارش» یا «زائر گزارش». با توجه به برقراری اینترنت در مسیر راهپیمایی اربعین، مخاطبان ما از طریق سامانه «ایران صدا» همراه ما می‌شوند. در این بخش زائران درباره مشکلاتی که در مسیر دارند به ما اطلاع می‌دهند و ما هم سریعاً با موکب‌ها تماس می‌گیریم و موضوع را پیگیری می‌کنیم. بارها شده مثلاً کسی در یک موکب چیزی گم کرده است یا حتی از سفر بازمانده و با ما تماس می‌گیرد و از رادیو اربعین کمک می‌خواهد.

یعنی در کنار برنامه‌های روتین رادیو اربعین، به بحث مشکلات زائران که در سفر هستند و زائرانی که قصد آغاز سفر را دارند هم توجه دارید؟

> ما یک بخش در رادیو اربعین داریم به نام «موکب گزارش» یا «زائر گزارش». با توجه به برقراری اینترنت در مسیر راهپیمایی اربعین، مخاطبان ما از طریق سامانه «ایران صدا» همراه ما می‌شوند. در این بخش زائران درباره مشکلاتی که در مسیر دارند به ما اطلاع می‌دهند و ما هم سریعاً با موکب‌ها تماس می‌گیریم و موضوع را پیگیری می‌کنیم. بارها شده مثلاً کسی در یک موکب چیزی گم کرده است یا حتی از سفر بازمانده و با ما تماس می‌گیرد و از رادیو اربعین کمک می‌خواهد

بله، ما در این مدت باعث شده‌ایم بسیاری از افراد به زیارت اربعین نائل شوند. بارها شده که مخاطبان رادیو اربعین تماس گرفته و اعلام کرده‌اند به دلیل مشکلاتی خودشان نمی‌توانند به زیارت نائل شوند، اما هزینه سفر چند نفر را تقبل می‌کنند، ما هم از طریق رادیو اربعین افراد را به آنها معرفی کرده‌ایم.

امسال بسیاری از زائران اربعین برای اولین بار است که عازم چنین سفری شده‌اند و تجربه قبلی برای مواجه شدن با شرایط سفر اربعین را ندارند، برای این دسته از زائران در رادیو اربعین برنامه‌ای دیده شده است؟

یکی از مواردی که در رادیو اربعین به آن پرداخته می‌شود، آموزش زائران است. اینکه چه چیز همراه داشته باشند، مسائل بهداشتی در مسیر چه چیزهایی است و حتی اینکه چگونه بتوانند با زبان عربی مسائلی را که در طول سفر ایجاد می‌شود، حل کنند.

برای زائران کلاس‌های رادیویی آموزش زبان عربی دارید؟

ما یکسری آیتم‌های ضبط‌شده داریم که به زوار آموزش می‌دهد، مثلاً اگر در مسیر بیمار شدند، چگونه به عربی این موضوع را مطرح کنند یا اگر خواستند خرید کنند حساب و کتاب به عربی چطور می‌شود، هر آن چیزی که تصور می‌شود یک زائر برای ارتباط با مردم عراق لازم است بداند را در این آیتم‌ها به او آموزش می‌دهیم.

راهپیمایی اربعین ظرفیت ویژه‌ای برای کارهای فرهنگی دارد، در کنار مسائلی چون آداب زیارت و کمک به زائران، آیا از توانایی فرهنگ‌سازی و ایجاد گفتمان فرهنگی هم استفاده کرده‌اید؟

اگر درست گفته باشم، سال ۱۳۹۶ بود، یعنی پیش از شهادت حاج قاسم، در رادیو اربعین ما موضوع اینکه یک تصویر کوچک از سردار را با خود به سفر اربعین ببریم، مطرح کردیم. آن سال تصاویر سردار در قالب عکس و پیکسل در راهپیمایی استفاده شد.

بالاخره ارتباط با زائران اربعین آن هم در این چندساله که رادیو اربعین برپا شده است، می‌تواند خاطرات خوبی را ایجاد کند، اتفاق خاصی بوده است که در این سال‌ها رادیو اربعین رقم زده باشد؟!

یک روز خانمی با رادیو اربعین تماس گرفت، گفت «شوهرم فارسی را به سختی صحبت می‌کند و ایرانی نیست، ولی شنونده دائمی رادیو اربعین است و تازه مسلمان شده است. آن زن گفت شوهرم دوست دارد به سفر اربعین برود اما به دلیل مشکلات مالی‌ای که داریم امکان این سفر برای‌مان مقدر نیست. بعد این خواهش را مطرح کرد که اگر می‌شود کمک کنید تا شوهرم بتواند به سفر اربعین برود، او می‌پرسد که این حضرت عباس(ع) شما کیست؟!» این موضوع برای من اهمیت پیدا کرد که یک نفر دوست دارد حضرت عباس(ع) را بشناسد و به اربعین برود و باید برایش کاری کنم. از آن زن پرسیدم که همسرتان پاسپورت دارد؟ گفت خیر! با آقای کریمی که آن زمان مسئول امور گذرنامه در وزارت امور خارجه بود تماس گرفتم و موضوع را گفتم، وی کمک کرد به سرعت پاسپورت صادر شد و پیگیری کرد تا ویزای عراق هم صادر شود. آقای آذری جهرمی، وزیر وقت ارتباطات هم هزینه رفت و برگشت آن آقا را تقبل کرد. آن مرد تازه‌مسلمان وقتی به بین‌الحرمین رسید با من تماس گرفت، آن روز در استودیوی رادیو اربعین بودم، پشت تلفن به شدت اشک می‌ریخت و می‌گفت «تازه عظمت امام حسین(ع) و حضرت عباس(ع) را دیدم؛ چیزی که در هیچ کجای دنیا شبیه آن را ندیده بود.»

بخش‌هایی از فعالیت‌های رادیو اربعین که به آن اشاره کردید همگی به زائران ایرانی مربوط بود، در حالی که اربعین و راهپیمایی اربعین یک حرکت جهانی است، برای زائران غیرایرانی در رادیو اربعین کاری انجام شده است؟

پیاده‌روی اربعین یک حرکت جهانی است و ما هم به این دلیل با استفاده از کارشناسانی از جامعه‌المصطفی العالمیه یا دیگر کارشناسانی که به زبان‌های خارجی تسلط دارند، برای زائران غیرایرانی برنامه داریم. به نظر من رادیو اربعین وظیفه تبیین و اطلاع‌رسانی درباره اربعین حسینی را دارد، ما وظیفه داریم برای هر کسی در این راه حرکت می‌کند، برنامه بسازیم و اگر در راه مانده باشد، زمینه باز شدن راه را فراهم کنیم.

برنامه‌های رادیو اربعین نسبت به سال گذشته تغییری داشته است؟ بخشی جدید یا رویکرد جدیدی به این رادیو اضافه شده است؟

امسال دو بخش ویژه اضافه کرده‌ایم. در بخش اول با حضور یکی از مجریان برنامه‌های کودک، برای بچه‌هایی که با والدین‌شان در سفر اربعین حضور دارند، برنامه داریم. در بخش دوم هر روز با عنوان «بانوان حسینی» مخصوص خانم‌هایی که در اربعین حضور دارند، دو ساعت برنامه داریم. امسال چیزی که در فضای مجازی بسیار دیدم و موضع غلطی هم است، القای این گزاره است که سفر اربعین یک سفر مردانه است و برای بانوان مناسب نیست. ما برای اینکه نشان دهیم این موضوع اشتباه است و حضور زنان در راهپیمایی اربعین یک حرکت زینب‌گونه است، این برنامه رادیویی را ایجاد کرده‌ایم. جالب این است که همه عوامل آن برنامه هم بانوان هستند.

علاقه‌مندان به رادیو اربعین تا چه زمانی می‌توانند مخاطب برنامه‌های شما باشند؟

آخرین برنامه ما در بعد از ظهر روز ۳۰ صفر تا پیش از اذان مغرب است. با پایان یافتن ماه صفر فعالیت رادیو اربعین هم پایان خواهد یافت و احتمالاً به دلیل فرا رسیدن ایام ربیع‌الاول، رادیو وحدت جایگزین این رادیو خواهد شد.