

اقوام ایرانی در هموطنز

ماهیت، اهداف و دستاوردهای

برنامه موفق شبکه نسیم را

با عوام‌لش به بررسی نشستیم



زهرای عباسی گروه رسانه

برنامه تلویزیونی هموطنز با محوریت اقوام ایرانی، به تهیه‌کنندگی حسین امانی و کوروش دهقان و با اجرای کامران تفتی، کاری به همت مرکز سیمرخ است که در فصل جدید کمافی‌السابق سعی دارد فرهنگ و آداب و

رسوم غنی هر یک از اقوام ایرانی را به تصویر بکشد. در هر قسمت از این برنامه، مهمانان نام‌آشنا از چهره‌های محبوب مخاطبان در کنار کامران تفتی به گفت‌وگو نشسته و با استفاده از لطایف و نمایش‌های مختلف، لحظات شاد و مفرحی را برای بینندگان به ارمغان می‌آورند. هموطنز به‌طور خاص به معرفی ظرفیت‌های هنری و فرهنگی شهرهای مختلف ایران می‌پردازد و با اجرای آیتیم‌های متنوعی از جمله استندآپ، شعر طنز و موسیقی‌های محلی، تنوع فرهنگی کشور را نمایان می‌سازد. این برنامه در تلاش است تا علاوه بر سرگرمی و توجه به مشکلات و نیازهای مناطق مختلف، صدای مردمان نادیده‌مانده را به گوش همگان برساند. لازم به ذکر است که با همکاری عوامل حرفه‌ای و با دقت در انتخاب مهمانان، هموطنز به یکی از برنامه‌های پرمخاطب تلویزیونی تبدیل شده که امید می‌رود ادامه‌دار باشد و به ترویج فرهنگ هم‌زیستی اقوام ایرانی کمک کند. به این بهانه جام‌جام با سیدفضل‌الله شریعت‌پناهی، مدیر گروه تولیدات غیرنمایشی مرکز سیمرخ، حسین امانی از تهیه‌کنندگان هموطنز و کامران تفتی مجری این برنامه به گفت‌وگو نشسته است.

تولیدات غیرنمایشی سیمرخ

سیدفضل‌الله شریعت‌پناهی، مدیر گروه تولیدات غیرنمایشی مرکز سیمرخ در ابتدای گفت‌وگو با جام‌جم گفت: گروه تولیدات غیرنمایشی مرکز سیمرخ تقریباً سابقه دو ساله‌ای در این زمینه دارد. البته ما کار رسمی خود را از اوایل سال گذشته آغاز کرده و تولیدات جدی‌تری از اواسط سال شروع شد. تمامی تولیداتی که ساختاری غیرنمایشی دارند شامل مستند، مسابقه، ترکیبی و ریالیته در این بخش طراحی و تولید شده است. تاکنون، ۱۰۵ برنامه در مرحله طرح و برنامه، برآورد، تولید و پخش از سوی گروه تولیدات غیرنمایشی در دست تهیه قرار گرفته است. برنامه هموطنز اولین برنامه‌ای بود که در این گروه مصوب شد. طرح اولیه آن به پیشنهاد آقای امانی و به نام اولیه «فلش‌خند» به صورت موقت انتخاب شد تا مراحل اداری آن طی شود اما بعد نام آن به هموطنز تغییر یافت. این برنامه از این جهت برای ما اهمیت داشت که به نقاط مختلف کشور نگاهی داشت و قرار بود هر شب میزبان اهالی یک شهر باشد و فضایی شاد با حضور اهالی شهر ایجاد کند. از آنجا که در دوره تحول، توجه به نقاط مختلف ایران بسیار حائز اهمیت بوده است، این برنامه به همین منظور طراحی و تولید شد. در ابتدا، پخش این برنامه از شبکه دو آغاز شد، اما به دلیل وقوع برخی اتفاقات در اوایل سال ۱۳۹۲، بی‌نظمی‌هایی در پخش به وجود آمد. بنابراین، قبل از شروع سری جدید، هماهنگی‌هایی با شبکه نسیم انجام شد و برنامه در کنار کنکور این شبکه قرار گرفت. به نظرم، این برنامه پتانسیل بالایی دارد و امیدوارم به ادامه آن پرداخته شود تا تمامی شهرهای ایران در آن دیده شوند و مشارکت کنند.

پتانسیل بالای هموطنز

حسین امانی، طراح و تهیه‌کننده برنامه هموطنز عنوان کرد: در ابتدا، هموطنز تنها یکی از آیتیم‌ها در طرح کلی برنامه بود و بعد از بحث‌های متعدد در اتاق فکر، متوجه شدیم پتانسیل این آیتیم از کل برنامه بیشتر شده است. بنابراین تصمیم گرفتیم ساختار را تغییر دهیم. حتی در ابتدای تولید به ایده قومیت‌ها پرداختیم و بعد دیدیم نهایتاً ۲۰ قومیت‌رامی توانیم پیش ببریم و این ایده ظرفیت بیشتری برای تولید ندارد، بنابراین سراغ شهرها رفتیم. حالا خدا را شکر استقبال بسیار خوبی از سوی شهرها صورت می‌گیرد و خود آنها مشارکت فعالی دارند. بازخوردهای دریافتی حتی در فضای مجازی نیز مشهود است. به طور قطع، وقتی ما به یک شهر می‌پردازیم، آن شهر و اهالی‌اش در فضای مجازی این موضوع را به سرعت وایرال می‌کنند و بازخورد عجیبی در این فضا ایجاد می‌شود. تولید این نوع برنامه‌ها کمی دشوار است، زیرا همه مولفه‌ها باید در یک روز حاضر شود. اما اتانجا و افق‌ا نتیجه کار راضی هستیم و امیدواریم این روند ادامه یابد.

هموطنز آینه‌ای از رسانه ملی

کامران تفتی، مجری هموطنز با اشاره به پیشینه آشنایی‌اش با عوامل هموطنز در خصوص همکاری با این برنامه اظهار داشت: رفاقتم با آقای شریعت‌پناهی تقریباً دارد از ربع قرن عبور می‌کند. دعوت برای اجرای هموطنز پیشنهاد آقای شریعت‌پناهی بود. البته با حسین امانی عزیز نیز به دلیل حمایت‌ها و نگاه ملی‌اش رابطه‌مان از دوستی به برادری رسیده است. زمانی که برای اولین بار پیشنهاد اجرا داده شد، حسین امانی گفت می‌خواهیم برویم سراغ شهرهایی که تا حالا کسی اسم‌شان را نبرده یا در تلویزیون از آنها یاد ی نشده است. این سوزه ماهیت ذاتا جذابی برایم ایجاد کرد. من خودم فعالیتیم را از شهرستان شروع کردم و هیچ‌گاه فکر نمی‌کردم روزی به پایتخت، تلویزیون و فضای سینما و نمایشی برسم. احساس می‌کردم اگر کسی در مناطق کم‌برخوردار دغدغه کار فرهنگی داشته باشد، مسیر طولانی و دشواری در پیش دارد تا بتواند به پایتخت و برنامه‌های تلویزیونی راه پیدا کند.

تفتی ادامه داد: همواره در ذهنم این مسأله رنگ می‌خورد که چگونه می‌شود برای روستاها و شهرهای کوچک کشورمان کار نکرد، در حالی که بسیاری از بزرگان و افراد موفق از این مناطق آمده‌اند! این بود که هموطنز دقیقاً روی این مسأله انگشت گذاشت. مخاطبان متوجه بشوند یا نشوند، روح هموطنز از کوچک‌ترین عضو تا بزرگ‌ترین فرد که تهیه‌کننده آن است و حتی مجموعه سیمرخ همگی بر این عقیده‌اند که آن آدمی که فکر می‌کند دیده یا شنیده نمی‌شود قرار است دیده و شنیده شود. این برای من بسیار ارزشمند است. صادقانه می‌گویم با وجود تمام مشغله‌ها در زندگی‌ام، سعی کردم بخش نمایشی کارهایم را حفظ کنم اما اجرای این برنامه را هم بپذیرم. برنامه هموطنز یکی از برنامه‌هایی است که می‌تواند به برند تبدیل شود. تمام سختی‌هایی که مدیر و تهیه‌کننده ما و همه ما تجربه می‌کنیم، می‌ارزد تا استقلال داشته باشیم و هموطنز را به برندی تبدیل کنیم که هر ایرانی بداند روزی تصویری با صدایی از خود در تلویزیون کشورش خواهد دید یا شنید. آن زمان به کلمات دیگری برای بیان ماهیت رسانه ملی نیاز نخواهیم داشت و واقعاً به تمام معنی تلویزیون، تلویزیونی ملی خواهد شد.

تنوع قومیتی فرصت است

مدیر گروه تولیدات غیرنمایشی سیمرخ در اشاره به رعایت خط قرمزها در برنامه‌سازی‌هایی با سوزه حساسی چون قومیت‌ها توضیح داد: ما کار درباره قومیت‌ها و شهرها را تهدیدی برای برنامه‌سازی نمی‌دانیم. بلکه این تنوع قومیتی و تعدد شهری را یک فرصت می‌دانیم. در برخی موارد برنامه‌سازی ممکن است اشتباهاتی پیش بیاید، اما به نظر می‌رسد آداب، رسوم و فرهنگ، خرده‌فرهنگ‌ها و حتی زبان، لباس، صنایع‌دستی و موسیقی را که در مناطق مختلف کشور بسیار متفاوت است اگر بتوانیم به درستی از پتانسیل آن استفاده کنیم، اتفاقاً به انسجام کشور کمک خواهد کرد. کشور ما از همین قومیت‌های مختلف تشکیل شده و چهار گوشه و مرکز کشور را همین قومیت‌ها رمزانی می‌کنند. هنر این است که بتوانیم همه این اقوام را زیر یک پرچم جمع کنیم. این موضوع بسیار حائز اهمیت است که مافقط یک قومیت‌رادر یک استان ننیمیم، بلکه در کل کشور آن قومیت را ببینیم. همان طور که برخی از استان‌های ما به طور طبیعی آمیزه‌ای از تمام اقوام هستند و حتی تهران هم به همین شکل است. به نظر می‌رسد این تنوع قومیت، برگ برنده برنامه ماست.

پژوهشی که گنجینه است

امانی درباره اولویت‌های انتخاب شهرها گفت: برای رسیدن به شهرهایی که بر اساس ایده هموطنز در رسانه‌ها کمتر به آنها پرداخته شده پژوهش انجام می‌گیرد. تاکنون، پژوهشگران ما حدود ۷۰۰ شهر را به‌صورت تصادفی انتخاب کرده و با اهالی، خبرنگاران و مسئولان آن شهرها در ارتباط بوده‌اند تا بتوانند اطلاعات خود را نسبت به این شهرها تکمیل کنند. در حال حاضر توانسته‌ایم گنجینه‌ای از اطلاعات کم‌دسترس شهرها تهیه

کنیم. مثلاً بر اساس این اطلاعات می‌توانیم لیست استندآپ کم‌دین‌های هر شهری را که بخواهند در اختیارشان قرار دهیم. از آنجا که برخی شهرها سلب‌ریتی ندارند، نمی‌توان همیشه هموطنز را گفت‌وگو محور پیش برد. یکی از جالب‌ترین تجربه‌های ما مربوط به اندیمشک بود، جایی که یک استندآپ کمدی (با اجرای آرژین) با موضوعات محلی اجرا شد و با خود لرها شوخی کرد. غیر ممکن است شما کانالی از این قوم را باز کنید و این استندآپ در آن نباشد. البته به همان اندازه شناسایی ظرفیت‌ها و هماهنگی بین شهرها چالش برانگیز است، زیرا معمولاً فقط یک روز فرصت داریم تا تماشاگران از آن شهر به برنامه بیایند. البته با تمام سختی‌ها شریعتی این زیادی را تجربه کردیم. به یاد دارم که در ضبط برنامه‌ای از شهرهای جنوبی (آغا‌جاری) که از چند قومیت تشکیل شده، یکی از مهمانان با لباس قوم بختیاری روی صحنه آمد و گفت که به احترام بختیاری‌های شهرش این لباس را پوشیده است. این نشان‌دهنده همدلی و برادری میان اقوام مختلف است.

تجربه اجرا با شهرها و قومیت‌ها

تفتی در تکمیل صحبت‌های تهیه‌کننده هموطنز اضافه کرد: در رضوانشهر، ما با تنوعی از قومیت‌ها مانند ترک‌ها و گیلک‌ها روبه‌رو هستیم و زبان‌هایی مثل زبان تاتاری و ترکی وجود دارد. این شهر هم اهل تشیع دارد و هم اهل تسنن. با تمام تفاوت‌هایی که حتی به لحاظ مذهب در این شهر وجود دارد همگی با صلح و صفا کنار هم زندگی می‌کنند. به عنوان مثال، می‌روند امین‌السلطان غریب بنده و در آنجا مراسم عاشورا برگزار می‌کنند و برای تاسوعا مثلاً می‌روند آرامگاه سید شرف‌شاه به صورت مشترک و مراسم برگزار می‌کنند. همین عزیزان وقتی به برنامه می‌آیند و کنار هم می‌بنیم‌شان می‌پرسم پس حواشی‌ای که در مورد شیعه و سنی می‌گویند چیست؟ شما که کنار هم حائثان خوب‌است و زبان هم‌رامی فهمید. واقعیت این است که ایرانیان همیشه با عمل در مرادوات‌شان نشان داده‌اند انسان‌های مهمان‌نواز و مهربانی در سراسر جهان هستند. اما تا زمانی که با یکدیگر مواجه نشویم، این احساس جذب چنانمان نمی‌شود. مجری هموطنز ادامه داد: مواجهه من با این افراد بیشتر گوش‌شزد کردن این امر است که هموطنان ما از هر گوشه ایران که در برنامه حاضر می‌شوند حرف‌شان این است که تفتی بلندتر از این بگو که مادر جغرافیای خود با این مشکلات روبه‌رویم و البته این مزیت‌ها و منابع را هم داریم. مثلاً ما در شهرمان با مشکلات خود آشناییم و از بسشان برمی‌آیم ولی اگر مشکلات زیرساخت مانند آب و مترو حل شود، به پیشرفت کشور کمک خواهد کرد. در برنامه‌هایم به اهمیت گوش دادن به درد دل افرادی که احساس نادیده گرفته شدن دارند، تأکید کرده‌ام. رسانه آنها فقط گوشی‌هایی است که صدای آنها را به گوش دیگران می‌رساند. به عنوان مثال می‌گویند، بارها درباره چهارشنبه بازار در صفحه‌شان صحبت کرده‌اند، اما وقتی در برنامه هموطنز به آن اشاره شد، تعداد مخاطبان بیشتری جذب صفحه مجازی آنها شد و بازار شهرشان رونق گرفته. این قدرت تلویزیون است که نیاز داریم از آن هوشمندانه‌تر استفاده کنیم. تفتی در صحبت از چالش‌های اجرا در برنامه‌ای از جنس هموطنز عنوان کرد: با چالش‌های زیادی روبه‌رو هستیم. در ابتدای ضبط، مثلاً شما وقتی از شهرستانی می‌آید انتظار دارید بهترین شاعر شهرتان یا بهترین استندآپ کم‌دین شهرتان بیاید و اجرا داشته باشد و این را از من در حین اجرا می‌خواهند. گاهی اوقات حتی می‌گویند که ایشان تاجر شهر ماست اگر این فرد نباشد، شهر ما اقتصاد در گردش نیست. مهمانان تقاضاهای زیادی دارند در حالی که برنامه در هر بخش فرصت محدودی دارد. هماهنگی برای این موضوعات کار دشواری است که در این مواقع باید تهیه‌کننده با توضیحات مهمانان را راضی کند که فقط می‌توانیم به اختصار بخش‌های کوتاهی را در برنامه بیاوریم و این امر نیاز به تلاش زیادی دارد. وی اضافه کرد: برای شهری بیش از ۱۲ ساعت ضبط داشته باشیم، چون هنرمندان زیادی داشتند.



با توجه به محدودیت‌هایمان حتی امکان این‌که از یک شهر دو قسمت روی آنتن برود را هم نداریم. البته آنچه فصل جدید هموطنز را به بالای ۱۰۰ میلیون تماشا در بستر مجازی رساند، این بود که توانستیم عزیزان مهمان را توجه‌یک کنیم که زمانی یک برنامه تبدیل به برند می‌شود که با وجود محدودیت‌های زمانی بتواند بهترین‌ها را در تولید به عرضه برساند. معتقدم هموطنز برند شده است چون توانسته پتانسیل‌های هر شهر را معرفی و در عین حال، نظرات و انتقادات مردم را هم منتقل کند.

حمایت از هویت فرهنگی

شریعت‌پناهی در بیان حمایت‌های انجام‌شده از این برنامه گفت: معتقدم این برنامه به خودی خود نیازی به حمایت ندارد. وقتی شمار هر قسمت به یک منطقه خاص توجه می‌کنید، ناخودآگاه این کار مخاطب را جذب کرده است. البته برنامه در دوره تحول و در راستای دیده شدن در سراسر کشور و تأکید بر میثت اقوام و بحث عدالت ابلاغ شد. از سوی دیگر این برنامه باید نگاهی هویتی داشته باشد و در کنار تاریخ، فرهنگ و جغرافیا به مردم هر منطقه بپردازد و مخاطبان را با ویژگی‌های خود آشنا کند. هر چند این موضوع به صورت پراکنده در برنامه‌های مختلف مطرح شده بود، اما اکنون به صورت رسمی آغاز شده است. همان‌طور که گفته شد در یکی، دو سال گذشته نیز شاهد برنامه‌های مربوط به اقوام و شهرهای مختلف بوده‌ایم. به نظرم، به تعداد ساکنان هر شهر، می‌توان برنامه ساخت، زیرا دار استان‌ها سوزه‌های زیادی وجود دارد و افراد خاصی در هر شهر حضور دارند. شاید در آینده نزدیک، بتوانیم به تمام شهرها برویم و در سری دوم برنامه به بررسی اتفاقاتی که بعد از رفتن شما در آن شهر رخ داده بپردازیم. این نگاه در مرکز سیمرخ و البته معاونت سیما وجود دارد و مورد حمایت معاونت سیما قرار گرفته است.

اعتبار هموطنز در معرفی شهرها

امانی با اشاره به اعتبار برنامه در معرفی شهرها توضیح داد: اعتبار برنامه در بین شهرها به جایی رسیده که مسئولان اول استان یا هر شهر حتماً برنامه را پیگیری می‌کنند. مواردی بوده که برنامه در سال‌ها به نمایش جمعی گذاشته شده. از آنجا که در برنامه هموطنز، تلاش می‌کنیم به موضوعات مهم و کمتر دیده شده بپردازیم؛ این ظرفیت به ما این امکان را می‌دهد که مسائل و نیازهای مناطق مختلف را بررسی کنیم و از این طریق به مطالبه‌گری شهرها بپردازیم. اما در کنار این موضوع یک رویکرد فکری غالب بر برنامه هم وجود دارد و آن هم این‌که اعتقاد داریم هر مشکلی وجود دارد، در همان شهر است و باید در همان شهر پیگیری شود. در نمونه‌ای کوچکتر، ممکن است هر فردی در خانه با مشکلاتی روبه‌رو باشد، اما در جمع‌های عمومی، انتقادی از این مسأله نخواهد داشت. البته این رویکرد بین مهمانان برنامه نیز تأیید شده است.

وی به مثالی در این مورد اشاره می‌کند و می‌گوید: در یکی از برنامه‌ها، با این‌که قبل از حضور در برنامه، شاعری نسبت به برخی مسائل گله‌مند بود و می‌گفت می‌خواهد از تریبون برنامه برای بیان این گله‌ها استفاده کند اما بعد از حضور در صحنه گفت نمی‌خواهد شهرش را خراب کند و به همین دلیل از خواندن اشعارش امتناع کرد. گاهی حتی برخی مطالبه‌ها از طرف برنامه مطرح می‌شود اما این مهمان‌ها هستند که می‌گویند ما فقط همین یک فرصت را داریم و نمی‌خواهیم به این مسأله وارد شویم، بلکه می‌خواهیم تصویر مثبتی از شهرمان ارائه دهیم. از نکات مهم برای حضور در برنامه و تصمیم‌گیری برای آنچه که در برنامه از شهر ارائه می‌شود، این است که از بالاترین مقام تا افراد عادی شهر، همگی در این امر مشارکت کرده و بر ارائه چهره‌ای مثبت از شهر تأکید دارند. زیرامی‌داندند که اگر انتقادی مطرح شود، ممکن است حاشیه‌هایی ایجاد کند.

قدرت تلویزیون ملی

تفتی با اشاره به قدرت تلویزیون ملی در بیان مطالبات مردمی تکمیل کرد: ما معتقدیم هیچ جایی بهتر از تلویزیون ملی

جام جم

رسانه

MEDIA

یکشنبه ۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۴ ■ شماره ۷۰۴۰

برای بیان حرف‌های حقیقی وجود ندارد. در نهایت، سرمایه واقعی ایران مردم این کشور هستند. سرمایه ایران محدود به بخش اقتصادی یا گردشگری آن نیست. البته این فرهنگساز ی که در کشوری زندگی می‌کنم که بخش فرهنگی به من نوعی اهمیت می‌دهد، باعث می‌شود جامعه به خودباوری رسیده و فرد فرد جامعه به دنبال رشد شخصی برای عقب‌نماندن در این دایره فرهنگ باشند. البته از حیث مطالبه‌گری باید اشاره کنم که در ضبط برنامه یک شهر که به ترویج علم شهره است، پرسیدم با توجه به این‌که شهر شما به درصد بالایی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی شناخته شده است، شرایط اشتغال در این شهر به چه شکل است؟ جواب دادند کاری وجود ندارد. گفتن این مسأله به شکل نرم و نه تنش‌آفرین هم باعث رضایت خاطر مردم شهر می‌شود و هم این مطالبه به بالادست منتقل می‌شود. تلاش مجموعه دست‌اندرکاران هموطنز این است که بتواند ظرفیت‌های هنری، علمی، اقتصادی و حتی تجاری شهر را به تصویر بکشد و در کنار آن مطالبات را نیز بدون ایجاد فضای منفی و تنش‌آفرین بیان کند. در دنیای امروز، گفت‌وگوهای منطقی و هدفمند بسیار تأثیرگذار هستند و ما این را به وضوح در برنامه هموطنز مشاهده کرده‌ایم.

وی افزود: در حال حاضر، مرکز سیمرخ برنامه‌های غیرنمایشی زیادی دارد که همگی رکوردهای بالایی در زمینه بیننده‌ها و فضای مجازی ثبت کرده‌اند. به ویژه، برنامه هموطنز با بیش از ۱۱۰ میلیون بازدید در فضای مجازی نشان دهنده تفکری است که از تهیه‌کننده به من و سپس به مردم منتقل شده است. البته انتقاداتی در این مسیر وجود دارد، اما ایدئولوژی و خط فکری ما در هموطنز و سیمرخ این است که بینندگان بدانند این یکی نبرد بین پلتفرم‌ها، رسانه‌های شخصی و رسانه ملی نیست. چه بخواهیم چه نخواهیم، رسانه ملی همچنان بیشترین نفوذ و تأثیر را در جمعیت ایران دارد، حتی اگر من جزو آن دسته کوچکی باشم که می‌گوید دیگر تلویزیون نمی‌بیند یا تلویزیون را دوست ندارد، باز هم این تلویزیون است که بیشترین قدرت را در جذب بیننده دارد. ما باید به مردم اطمینان دهیم که خواسته‌ها و نظرات آنها در تلویزیون شنیده می‌شود و مورد توجه قرار می‌گیرد.



متن کامل



قدرت تلویزیون و هموطنز

تفتی، مجری برنامه هموطنز و بازیگر تلویزیون، در پایان با بیان خاطره‌ای به قدرت تلویزیون اشاره کرد: یادام می‌آید زمانی که در فیلم سینمایی «ماهورا» کار می‌کردم، به یک روستای مرزی رفتم. قرار بود در یک نخلستان کار کنیم که از قضا در آن بسته بود. عوامل تلاش زیادی کردند اما مالک نخلستان رضایت نمی‌داد. بعد از ساعت‌ها ایشان با موتور آمدند. دیدم که کشاورز بعد هم بودم در یک لخته به من که کنار نخلی ایستاده بودم، نگاه کرد و پرسید: «تو تفتی‌ای؟» جواب مثبت دادم. ادامه داد: «بازی هم می‌کنی؟» و بعد از تأییدم، در نخلستان را باز کرد و اجازه داد که در نخلستان تصویربرداری کنیم. تهیه‌کننده گفتند: «تفتی این عزت خداست. در این منطقه کسی، کسی را نمی‌شناسد. رفتیم گفتم هزینه کار در نخلستان را به فلان مبلغ هنگفت می‌دهم، گفتند پولت را نمی‌خواهیم ولی از آنجا که تو را در قاب تلویزیون دیده‌اند، اجازه دادند کار کنیم.» قرابت هموطنز در دل من از این جنس است. آن آدمی که لب مرز ایستاده و چپ‌سلا جهانش با جهان من و شما که در پایتخت یا در کلانشهرهای دیگر کشور زندگی می‌کنیم خیلی متفاوت است، با دیدن هموطنز و دیدن این‌که برنامه از آن مردم صحبت می‌کند؛ دستاوردی دارد که بالاتر از دستاورد ه‌رائری خواهد بود. این دستاورد شعار نیست؛ واقعا به این موضوع اعتقاد دارم و امیدوارم که با وجود شرایط مختلف، این احساس در دل ما باقی بماند.