عاطفه جعفری
روزنامه‌نگار

برای فصل اول «کتاب‌باز» خواستم به پشت صحنه‌اش بروم و از آنجا روایتی داشته باشم از چگونگی ساخت برنامه و انتخاب میهمان‌ها و... آنقدر صمیمی و گرم بودند و سوالاتم را به‌صداقت جواب می‌دادند که دلم نمی‌خواست پشت صحنه را ترک کنم. حرف‌شان این بود که قصدشان این نیست مردم را کتابخوان کنند. آنها فقط می‌خواهند یک برنامه سرگرمی به‌همراه کتاب بسازند.

محمدرضا رضائیان، تهیه‌کننده برنامه در گفت‌وگویی که در فصل اول برنامه با او داشتم، هدفش از ساخت این برنامه را دوست داشتن کتاب عنوان می‌کرد و می‌گفت: «چون کتاب را دوست دارم به‌سراغ برنامه کتابی رفتم. پدرم سالیان سال است کارمند انتشارات مدرسه است. بارها گفته‌ام این برنامه را دینی به پدرم می‌دانم. من دانش‌آموخته رشته فرهنگ و ارتباطاتم با گرایش سیاستگذاری فرهنگی و این دغدغه من است که برنامه کتابی‌ای بسازم که در آن سرانه مطالعه کم مردم در سرشان کوبیده نشود، آسیب‌شناسی‌ها به آن معنا پررنگ نباشد و کتاب را از دریچه سرگرمی نگاه کنیم.»

رضائیان تاکید کرد: «ما در برنامه‌مان نمی‌خواهیم بگوییم مردم کتاب نمی‌خوانند، چون برنامه‌های دیگری هستند که از این موضوع صحبت می‌کنند، البته نه اینکه نگوییم، شاید در خلال صحبت‌ها از این موارد صحبت کنیم، اما پایه و بنیان برنامه را روی این موضوع نگذاشته‌ایم؛ چون برنامه‌های دیگری با این موضوع و هدف ساخته می‌شود. ولی تا به‌حال برنامه‌ای که کتاب را یک عنصر سرگرم‌کننده ببیند، نداشتیم.» هدف‌شان را روی همین موضوع پایه‌ریزی کردند و بخش‌های مختلفی که به برنامه اضافه شد، برپایه همین سیاستگذاری بود. شاید هم به‌خاطر همین نگاه (برنامه‌ای که کتاب را یک عنصر سرگرم‌کننده ببیند) بود که پای سلبریتی‌ها هم به برنامه باز شد. خیلی‌ها از همان ابتدای ساخت برنامه، موافق حضور سلبریتی‌ها نبودند و تنها ایراد این برنامه را دعوت از سلبریتی‌ها می‌دانستند و همچنان معتقدند حضور این افراد باعث می‌شود بحث کتاب وارد جریان دیگری شود. وقتی با رضائیان این انتقادات را مطرح کردیم، گفت: «ما هم سلبریتی دعوت می‌کنیم، هم غیر از آنها. هم نویسنده‌ها و اهالی کتاب و هم اهالی رادیو و تلویزیون. طبیعتا یکی از وجوه جذاب برای مردم، شنیدن حرف‌هایی است که دوست دارند از زبان چهره‌های محبوب‌شان بشنوند. به‌عنوان بخش سرگرم‌کننده طبیعتا ما از این موضوع استفاده کرده‌ایم. اتفاقی هم که اینجا می‌افتد این است که مردم برای اولین‌بار برنامه‌ای را در مورد کتاب می‌بینند که در آن مدیران یا مشاهیر حوزه کتاب نیستند. در این برنامه افرادی که در فیلم‌ها، فضاهای فرهنگی و ورزشی دیده‌اند، برای اولین‌بار درمورد علایق کتابی‌شان به مردم می‌گویند. باور کنید ما در یکی از برنامه‌های فصل پیش چون میهمان برنامه به‌صورت درازکش کتاب می‌خواند، آنقدر بازخورد خوب و مثبت گرفتیم که حد نداشت. یک زمانی که قالب سنگین می‌شکند، برای مردم جذاب است. ما در طول هفته که پنج شب پخش داریم، با بازخوردهای عجیب و غریبی روبه‌رو می‌شویم. مثلا کاراکترهایی می‌آیند که فکر نمی‌کنیم برنامه به قول معروف بگیرد، اما براساس دیالوگ‌هایی که گفته می‌شود، مدل رجوع به کتاب و زیست کتابی برنامه یک‌دفعه می‌بینیم بازخوردها چقدر مثبت است. بالای ۸۵ درصد اعلام رضایت داشته‌ایم. جدیدا هم که در استوری نظرسنجی می‌گذاریم و متوجه می‌شویم رضایت‌ها از برنامه زیاد است.»

فارغ از همه نقدها و گفت‌وشنودها کتاب‌باز چندین فصل ساخته شده و نشان داده که مردم این برنامه را دوست دارند. شاید قبل از کتاب‌باز باورمان نمی‌شد شاهنامه‌خوانی می‌تواند به یک برنامه اضافه شود، اما همین شاهنامه‌خوانی که در این روزگار از یاد خیلی‌ها رفته، جایش را وسط این برنامه باز کرده است یا اینکه همین قسمت اخیر درمورد مولوی‌شناسی صحبت شد و به گفته سازندگان آنقدر از این بخش‌ها استقبال می‌شود که باز هم به فکر ساختن این فرم برنامه افتادند.

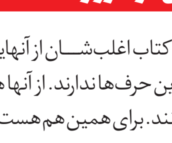
کتاب‌باز بعد از ساخت ۴ فصل، جایگاهش را در بین کتاب‌بازان و عموم مردم پیدا کرده است و مدیران و سازندگان این برنامه باید به نحو احسن از این موقعیت ویژه بهره ببرند. برای همین خواستیم تا سوژه امروز را به این مساله اختصاص دهیم؛ برنامه‌ای که دوست‌داشتنی است و بودنش در فضای تلویزیون، می‌تواند فصل جدیدی در برنامه‌سازی با محتوای کتاب و ترویج کتابخوانی فراهم کند. ۲۴ آبان‌ماه، روز اول هفته کتاب و کتابخوانی را به برنامه «کتاب‌باز» اختصاص دادیم. افراد مختلف در این گزارش باتوجه به حوزه تخصصی خودشان از مواجهه‌شان با این برنامه نوشتند و با ارائه راهکارهایی سعی داشتند از مسائلی بگویند که پیشنهادهای تازه‌ای را دراختیار سازندگان کتاب‌باز بگذارند.

فصل پنجم برنامه «کتاب‌باز» شبکه نسیم بیشتر از سلبریتی‌ها دعوت می‌کند، موافقان و مخالفان نظر می‌دهند:

چالش کتاب‌بازها؛ مرز جذب مخاطب کجاست؟

«کتاب‌باز»، برنامه‌ای که هم خوب است و هم خوب نیست

ویترین کتاب



زینب مرتضایی‌فرد/ روزنامه‌نگار

کتاب منتشر می‌شود و آنقدرها کسی نمی‌خواند، حالا ما از کتاب می‌نویسیم، کسی می‌خواند یا نه؟ راستش خودمان هم نمی‌دانیم، اما روزنامه‌نگاران حوزه کتاب اغلب‌شان از آنهایی هستند که برای عشق‌شان می‌نویسند و کاری به این حرف‌ها ندارند. از آنها هستند که به راه بادیه رفتن را هم به از نشستن باطل بدانند. برای همین هم هست که در روزگار کرونا هم می‌گردند دنبال اتفاقات این حوزه و تلاش می‌کنند درباره هر آنچه می‌شود و باید نوشت.

با این اوصاف حتما می‌توانید درک کنید که روزنامه‌نگاران و خبرنگاران کتاب هرقدر هم حرف و نکته و انتقاد داشته باشند، باز هم برنامه «کتاب‌باز» را دوست دارند و دنبال خواهند کرد؛ برنامه‌ای که شاید ابتدای کار فکر نمی‌کردیم چندان طولانی شود، اما ماند و به برنامه‌ای بدل شد که عمری چندساله دارد. گذر زمان و بالارفتن عمر هم شوخی نیست دیگر... سطح توقعات را بالا می‌برد، طبیعتا حالا ما از کتاب‌باز توقع داریم پخته‌تر و سخت‌تر باشد و به‌نظر بنده و برخی همکاران این اتفاق نیفتاده است. قبل از پرداختن به اینکه چرا این اتفاق نیفتاده، نگاهی بیندازیم به آنچه درباره کتاب در جامعه می‌گذرد؛ از زندگی معمولی آدم‌ها گرفته تا فضای مجازی و فضاهای دانشگاهی و... هرچند سال‌هاست رسانه‌ها از کتاب حرف می‌زنند، اما واقعیت این است که از سال‌های دور مردم به نظرات هم برای خواندن یک کتاب بیشتر اتکا می‌کردند، مثلا اگر دوست یا فامیلی خواندن کتابی را توصیه می‌کرد، احتمال خوانده‌شدنش خیلی بیشتر بود تا نوشته رسمی یک رسانه. هرچند قشر خاصی طبیعتا رسانه‌های همسو با خودش را مرور می‌کرد و آنچه می‌نوشتند را در انتخاب‌هایش مدنظر قرار می‌داد، اما عامه مردم همان فرهنگ شفاهی را برای انتخاب‌هایشان ترجیح می‌دادند و گویی تصور می‌کردند وقتی شخصی را می‌شناسند، با خیال راحت‌تری می‌توانند به حرفش تکیه کنند. در این میان رسانه‌های تخصصی کتاب هم کم‌وبیش بودند و البته نماندند... اما در زمان حیات‌شان بر قشر کتابخوان تاثیر می‌گذاشتند. حالا و در عصر سیطره فضای مجازی امکانات بیشتری برای معرفی کتاب هست. کلی صفحه پرمخاطب می‌توان پیدا کرد که از کتاب‌ها می‌نویسند و برخی بریده کتاب‌ها را تبلیغ هم می‌کنند. سلبریتی‌ها هم چندسالی است از این طریق وارد عمل شده‌اند و کتاب‌هایی را تبلیغ می‌کنند. لایوهای اینستاگرامی داستان‌خوانی که در دوران کرونا هم رشد خوبی را پشت‌سر گذاشته‌اند به میان آمدند و خلاصه کتاب نسبت به گذشته صاحب ویترین بزرگ‌تری شد.

کتاب‌باز هم درست بین این دو مرحله بود که اضافه شد به یک اتفاق در حوزه کتاب. با معرفی کتاب‌های خشک و معمول که گاه در برنامه‌های تلویزیونی شاهدش بودیم فرق داشت و جدای از این برنامه تخصصی کتاب بود؛ برنامه‌ای برای عشق کتاب‌ها که حال و هوای متفاوتی هم داشت طبیعتا. چهره‌های مختلفی را به برنامه دعوت کرد و با آنها درباره کتاب حرف زد. هرکدام هم پیشنهادهایی برای مطالعه داشتند و حرف‌هایی برای خواندن. مسلما این اتفاق خوبی است؛ از سینماگر و نویسنده گرفته تا اندیشمند و روزنامه‌نگار میهمان برنامه شدند و از کتاب حرف زدند، اما اگر نگاهی به فهرست میهمان‌هایی که در ویکی‌پدیا منتشر شده بیندازیم، می‌بینیم روند دعوت از میهمان‌ها به‌نوعی رفته سمت چهره‌محوری و همین هم می‌تواند آسیبی برای یک برنامه با موضوع کتاب باشد؛ آسیبی که در فضای مجازی هم شاهدش هستیم. راستش در برخی موارد پای سلبریتی‌هایی به برنامه باز شده که وقتی درباره کتاب حرف زده‌اند، گفتارشان چندان قابل‌باور نبوده و از کتاب به‌شکلی حرف نمی‌زده‌اند که یک آشنا و مانوس با کتاب حرف می‌زند، چه رسد به اینکه طبق عنوان برنامه کتاب‌باز باشند.

طبیعتا معرفی کتاب با آن شیوه پیشین که فلانی می‌گوید خوب است با آنچه در یک برنامه تلویزیونی پیش می‌رود، باید متفاوت باشد. مسلما توقع می‌رود میهمان موردنظر بتواند لااقل از کتاب طوری حرف بزند که حس کنیم می‌داند از چه حرف می‌زند و این اتفاقی است که در کتاب‌باز مدام کمرنگ و کمرنگ‌تر شده است. گویا این برنامه هم مثل همه اتفاقات و رسانه‌های این روزها تحت‌تاثیر فضای مجازی قرار می‌گیرد و گاهی حال‌وهوایی پیدا می‌کند که برای دنبال‌کنندگان کتاب چهره مطلوبی ندارد. کم‌کم می‌شود چیزی شبیه آماری که وزارت ارشاد از رشد چندبرابری تعداد کتاب‌های منتشرشده می‌دهد و کسی هم نمی‌رود سراغ اینکه کتاب‌سازی‌ها را جدا کند و ببیند واقعا چه تعدادی از این کتاب‌ها کتاب بوده‌اند! کتاب‌باز چهارساله شده، اما نتوانسته مسیری را طی کند که بگوییم برنامه روبه‌پیشرفت بوده است. شاید بگویید اصلا قرار نیست چنین توقعی داشته باشیم، هرچند موافق نیستم، اما قبول... برنامه قرار نیست چنان تخصصی باشد که مخاطب نه‌چندان مانوس با کتاب از آن فاصله بگیرد، اما طبیعتا باید در عین حفظ جذابیت‌هایش بتواند دست مخاطب را بگیرد و او را یک پله بالاتر ببرد. کاری کند که او کمی با کتاب مانوس‌تر شود و این برنامه برایش فرق داشته باشد با دیگر سلبریتی‌محورهای غالبا یخ و بی‌مزه‌ای که پر هستند از بگو و بخند و حرف‌های زرد. کتاب‌باز خوب است، اما باید بهتر باشد. اگر هم می‌گویید نه، باید برنامه‌های بیشتری با درجه‌بندی‌های مختلف داشته باشیم. باید بتوانیم جز حرف زدن با چهره‌ها ایده‌های جذاب‌تری داشته باشیم برای ایجاد پیوند میان یار مهربان و جامعه نسبتا نامهربان ایران با کتاب.

آهای سلبریتی، پاتو اینجا نذار!

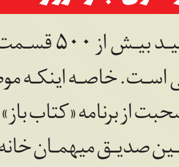
میلاد جلیل‌زاده / روزنامه‌نگار

سرانه مطالعه مردم ایران پایین است؟ بله، بسیار پایین است و درباره دلایلش مثنوی‌ها سروده‌اند. هروقت که در ایران تبدیل شدن یک مساله به دغدغه‌ای عمومی، باعث می‌شود همه به این فکر بیفتند که بالاخره باید کاری کرد و به هر طریقی مشکل را حل کرد، بازار راه‌حل‌های جعلی و گمراه‌کننده هم به راه می‌افتد تا جایی که تعدادی از مسببان آن مشکل می‌توانند در جایگاه حلال مشکلات و به عبارتی کاسبان دغدغه، وارد میدان شوند. خب چرا سرانه مطالعه در ایران پایین است؟ از آموزش ضعیف ادبیات فارسی در دبستان و دبیرستان‌ها گرفته تا عادت ندادن و جا نینداختن کتابخوانی به‌عنوان یک لذت و یک تفریح، دلایل مختلفی را می‌توان برشمرد. اما یک نکته که هرقدر به سال‌های اخیر نزدیک‌تر می‌شویم، بیشتر تاثیر می‌گذارد، مهجور و ناپیدا شدن قهرمانان حوزه اندیشه و ادب و هنر است. این وادی احتیاج به قهرمان دارد تا افراد عادی جامعه را به سمت یک قله فرهنگی و فکری سوق دهند. اگر امروز در یکی از خیابان‌های همین تهران، از چندین رهگذر بخواهیم که نام چندین شاعر و نویسنده معاصر کشورشان را بگویند، احتمالا اکثرشان به نام‌هایی مثل فروغ فرخزاد، پروین اعتصامی، سهراب سپهری، احمد شاملو، اخوان ثالث و امثال آنها اشاره خواهند کرد یا در میان نویسندگان به کسانی مثل جلال آل‌احمد و صادق هدایت. تمام این افراد سال‌هاست که از دنیا رفته‌اند. اینها قهرمانان حوزه ادبیات مدرن فارسی در تاریخ معاصرند اما ماضی ایران هستند و هر چند، اینکه آیا سطح کلی ادبیات امروز ایران، از دیروز بالاتر است یا پایین‌تر، می‌تواند محل مناقشه باشد. در این نمی‌توان تردید کرد که امروز هم کسانی داریم که لااقل نسبت به بعضی از دیروزی‌ها حتی قابلیت بیشتری برای قهرمان شدن دارند. چرا شاعران و نویسندگان امروز ما قهرمان نمی‌شوند و رویای شبیه شدن به آنها، کسر قابل‌توجهی از جامعه را به سمت کتاب سوق نمی‌دهد؟ فرض کنیم که در دهه‌های ۲۰ و ۳۰ و ۴۰ شمسی، یک انجمن ادبی در تهران تاسیس می‌شد که خواننده‌ها یا هنرپیشه‌های مشهور لاله‌زار و سینمای فیلمفارسی را به سکوی محفلش دعوت می‌کرد و آنها می‌نشستند و درباره کتاب‌هایی که از آثار مهم تاریخ ادبیات ایران و جهان خوانده‌اند، با حاضران سخن می‌گفتند. در سایه چنین نام‌های زرد و سطح‌پایین اما پرآوازه‌ای، آیا هیچ‌وقت امکان داشت که نام‌هایی مثل بامداد، فروغ، پروین و سهراب به خود ببالند و همه‌گیر شوند؟ آیا جامعه ادبی ایران اجازه می‌داد که یک محفلی، با عنوان انجمن ادبی، چنین نمایش مضحکی را اجرا کند؟ آن چهره‌های مشهور غنا و طرب می‌توانستند در محیطی که برچسب‌ها و عناوین واقعی خودشان را داشت، میان طرفداران انبوه خودشان جمع شوند و از شهرت‌شان لذت و بهره ببرند؛ اما حق نداشتند بدون صلاحیت، به حوزه نخبگان وارد شوند و غیر از عناوینی مثل خوش‌تیپ و خوش‌رقص و خوش‌ادا، عناوین دیگری مثل باسواد و تحلیلگر و فرهیخته را هم این‌بار بدون صلاحیت، از صاحبان اصلی‌اش بربایند. اواخر دهه ۹۰ شمسی هستیم و این اتفاق در ابعادی بزرگ‌تر رخ داده است. حالا نه یک انجمن ادبی، بلکه در یک برنامه گفت‌وگومحور سیمای ملی، از مربی آشپزی و شاخ مجازی گرفته تا هنرپیشه‌های نیمه‌بفروش سینما، به یک برنامه تلویزیونی می‌آیند تا در مقام فرهیختگان جامعه، به تبلیغ کتابخوانی بپردازند اما چیزی که در واقع اتفاق می‌افتد، تبلیغ خود آن آدم‌ها به‌عنوان افرادی فرهیخته و کتابخوان است و بله! این چیزی است که اتفاقا برای آنها خیلی شیرینی دارد. مستند است که هنرپیشه‌ها و مشاهیری از این دست، در همین کشور خودمان، پول می‌دهند تا نویسندگان در سایه، به نام آنها کتاب داستان بنویسند. آنها چنین می‌کنند یا مجموعه شعر منتشر می‌کنند و بازدیدهای پرشمار اینستاگرامی از مراسم رونمایی کتاب‌شان، روی نام شاعران مستعد امروز سایه می‌اندازد و نمی‌گذارد که به قدر سهراب، فروغ و پروین معروف شوند. همین نخواهد گذاشت که جامعه امروز ما قهرمان‌های واقعی ادبیات، فرهنگ و اندیشه داشته باشد. قطعا این چهره‌های مشهور خیلی علاقه دارند که به‌عنوان نخبگی راهم در کنار عناوین دیگرشان قطار کنند و اگر برای اینکه کسی به نام‌شان کتاب داستان بنویسد، پول می‌پردازند، برای آمدن به این برنامه تلویزیونی حتی پول هم می‌گیرند. حتی مجری برنامه هم یکی از آنهاست و خب! اگر به کارشان ایراد بگیرید، خواهند گفت که ما داریم کتابخوانی را ترویج می‌دهیم. طبعا توقع نداریم آنها اعتراف کنند که دارند سلبریتی‌ها، یعنی خودشان را تبلیغ می‌کنند نه کتابخوانی را. اگر پول دادن یک هنرپیشه برای اینکه کتاب داستانی به نامش منتشر شود، تبلیغ کتابخوانی است نه تبلیغ برای آن هنرپیشه، برنامه کتاب‌باز هم در مسیر قهرمان‌سازی از نخبگان ادب و اندیشه حرکت می‌کند، نه دست‌وپا کردن وجاهت نخبگانی برای سلبریتی‌ها. القصه اینکه همه جا مال آنهاست. کلی برنامه در همین تلویزیون هست که این افراد به‌عنوان میهمان جلوی دوربینش می‌نشینند و درباره هر چیزی که دل‌شان خواست حرف می‌زنند. فضای مجازی هم که هست و آنها در آن داروساز، سیاستمدار، روانشناس، نظریه‌پرداز اجتماعی، تحلیلگر فلسفی و امثال اینها هستند و با کتاب‌باز سروش صحت مشخص می‌شود که نخبگان ادبی و فرهنگی هم هستند. سلبریتی‌ها نمی‌گذارند که در هیچ‌کدام از حوزه‌های تخصصی، افراد شایسته واقعی، مطرح شوند و قهرمان شوند و اتفاقا حالا با برنامه‌ای مثل کتاب‌باز، مهم‌ترین سنگر را اشغال کرده‌اند؛ یعنی جایگاه نقد خوشان را، جایگاه نخبگان را. در زمانه‌ای که از مجاری غیررسمی به این افراد مرتب اعتراض می‌شود که چرا سطح فرهنگی جامعه را پایین آورده‌اید و رنگ همه تحلیل‌ها را زرد کرده‌اید، آنها می‌روند و روی همان کرسی می‌نشینند که از آن باید امثال خودشان به‌طور رسمی نقد شوند. عجیب نیست اگر فردا ببینیم که کرسی نقد سلبریتیسم هم با حضور همین سلبریتی‌ها به راه بیفتد و اصلی‌ترین منتقدان چنین جریانی را حتی از دم در به داخل راه ندهند! در دوره‌ای به‌سر می‌بریم که حوزه عمومی جامعه، سلبریتی‌ها را به‌شدت نقد می‌کند اما سیاستگذاری کلان در مدیریت فرهنگی، با هر دوپینگی سعی دارد آنها را سرپا نگه دارد و نگذارد از تعدادی هوادار که هنوز برای آنها باقی مانده، سلب اعتمادبه‌نفس شود. واقعا عجیب نیست؟ آیا این وظیفه سیاستگذاران کلان نبود که حتی اگر امروز عموم مردم درباره سلبریتی‌ها چنین نمی‌گفتند، می‌آمدند و آنها را آگاه می‌کردند و نمی‌گذاشتند که در دامچاله ابتذال بیفتند؟

ادامه از صفحه ۱۲

هدف برنامه «کتاب باز» چیست؟

خواندن یا چه خواندن؟ مساله این است



سیدمهدی موسوی‌تبار / روزنامه‌نگار

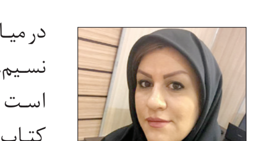
پخش پنج سری و تولید بیش از ۵۰۰ قسمت از هر برنامه‌ای در تلویزیون کار سختی است. خاصه اینکه موضوع آن کتاب و کتابخوانی هم باشد. صحبت از برنامه «کتاب‌باز» است که از سال ۹۵ و با اجرای امیرحسین صدیق میهمان خانه‌های مردم شده و هنوز هم بیرون نرفته است. تداوم و ساخت فصل‌های بعدی یک برنامه تلویزیونی عموما نشان‌دهنده موفقیت آن برنامه است و تداوم ساخت و پخش «کتاب‌باز» از شبکه نسیم موید همین نکته است. اما مساله بزرگ درباره این برنامه آفتی است که اکثر برنامه‌های چندفصلی دچارش می‌شوند. وقتی رسانه‌ای با بحران یا کمبود مخاطب مواجه است از هر برنامه‌ای که بتواند مردم را پای گیرنده‌ها بنشاند حمایت و استقبال می‌کند و با قرار دادن امکانات و بودجه بیشتر درصدد این است که آن تعداد مخاطبان را حفظ کند یا حتی افزایش دهد. کتاب‌باز هم وارد فهرست برنامه‌های پربیننده شد. پس از پایان فصل اول و با تغییر مجری و آوردن سروش صحت که از بین چهره‌هایی مانند اشکان خطیبی، هومن سیدی و محمدحسین میثاقی انتخاب شده بود این پیام به مخاطبان منتقل شد که قرار است با یک کتاب‌باز متفاوت روبه‌رو شوند. این تفاوت از دکور و مجری و میهمان‌ها در فصل دوم شروع شد و تا فصل پنجم آن ادامه داشت.

کتاب‌باز دیده می‌شود و خوب هم دیده می‌شود. نمونه‌اش دیده شدن فوق‌العاده شاهنامه‌خوانی غلط مسعود فراستی بود که به کمک فضای مجازی تعداد تماشاگران و کنشگرانش بیشتر هم شد. قسمت‌هایی که مهران مدیری، عادل فردوسی‌پور، محمد اصفهانی و رضا امیرخانی در آنها حضور داشتند موردتوجه بیشتری قرار گرفت و آمار فوق‌العاده‌ای را به‌خود اختصاص دادند. مساله مهم در همین دیده شدن است. برنامه‌های پرطرفدار به‌راحتی و با سرعت زیاد می‌توانند از جاده موفقیت منحرف شوند و در مسیر دیگری قدم بردارند. کتاب‌باز با وجود اینکه از طرف سازندگانش مراقبت فرمی و محتوایی زیادی می‌شود اما مقایسه این پنج فصل نشان می‌دهد که اهداف اولیه کتاب‌باز با آنچه در فصل تازه می‌بینیم تفاوت کمی ندارد.

کتاب‌باز از جایی آسیب می‌خورد که مشکل اساسی کتاب و کتابخوانی ماست؛ یعنی تقدم کمیت بر کیفیت و عدم یک تصمیم قاطع برای اولویت‌بندی در این بخش مهم. ترویج کتابخوانی چند سالی است که یکی از شعارهای مهم وزیران ارشاد و مدیران صداوسیماست. اما هیچ‌گاه مشخص نشد که صرفا قرار است میانگین سرانه مطالعه بالاتر برود و اوضاع آمارهای ارائه شده مدیران بهبود پیدا کند یا آنچه خوانده می‌شود هم اهمیت دارد. کتاب‌باز همگام با مسئولان تلویزیون و دو سه وزیر آخر ارشاد ترجیح داد که به‌جای اینکه به «چه خوانده شود» بها دهد به «چقدر خوانده شود» توجه نشان دهد و حضور میهمان‌هایی مانند گلریز آشپز، مستر تستر و زیبا کرمعلی و... در همین راستا بود. گوش بنگاه‌های اقتصادی در حوزه نشر تیز است تا ببینند چه عاملی باعث فروش بالایشان می‌شود و به سرعت سراغ آن بروند. کتاب‌باز توانسته به کمک حضور چهار ساله خود تبدیل به مرجعی برای مردم و نه همه اهالی کتاب شود و همین نکته آفت بزرگی است. بعضی از اپلیکیشن‌های تخصصی کتاب، بخشی را به‌عنوان «کتاب‌های معرفی شده در کتاب‌باز» راه‌اندازی کرده‌اند که خروجی‌شان پرفروش شدن کتاب‌های ترجمه و تالیف سطحی و عامه‌پسند است. داستان‌ها یا کتاب‌های روانشناسی که صرفا باعث سرگرمی هستند و محتوای چندانی ندارند. مرجع شدن و برند شدن یک برنامه و تداوم این موفقیت نیاز به سلامت و تخصص سازندگانش دارد.

مشکل «کتاب‌باز» مخاطبان کمش نیست، اتفاقا مخاطبان زیاد این برنامه باعث می‌شود تا علاقه‌مندان و فعالان حوزه کتاب احساس خطر کنند که مبادا این جلوه‌گری، باعث افزایش سرانه مطالعه بدون توجه به کیفیت کتاب‌ها شود. یک کتاب خوب می‌تواند در زندگی افراد تاثیر داشته باشد و معیاری باشد برای بالابردن سلیقه کتابخوان در انتخاب کتاب‌های بعدی‌اش. تجربه سال‌های اخیر نمایشگاه‌های کتاب و طرح‌های فصلی کتاب نشان می‌دهد که نیازمند توجه بیشتر به چه خواندن هستیم تا چقدر خواندن.

عبور قطار کتاب‌باز از ایستگاه جعبه جادویی به خانه‌ها



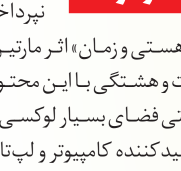
ساره گودرزی، خبرنگار حوزه کتاب

در میان همه برنامه‌های سرگرم‌کننده شبکه نسیم، «کتاب‌باز» در سال‌های اخیر توانسته است با ترکیبی متفاوت سررشته موضوع کتاب و کتابخوانی را در میان همه برنامه‌های تلویزیون به دست بگیرد. این برنامه با رویکرد و محتوایی متفاوت از آنچه تا پیش از آن به بحث کتاب پرداخته شده بود به ترویج فرهنگ مطالعه و کتابخوانی پرداخت و توانست در مدت زمان کوتاهی جمع زیادی از بینندگان تلویزیون را به خود جذب کند. در فصل‌های آغازین، کتاب‌باز سلبریتی‌زده شده بود و جمع زیادی از بازیگران و ورزشکاران و خواننده‌ها به این برنامه دعوت شدند که شاید خیلی از آنها به‌واقع کتابخوان هم نبودند اما به دلیل چهره‌بودن و محبوبیت به برنامه دعوت شدند. اما به مرور در فصل‌های بعد برنامه‌سازان مسیر خود را پیدا کردند و با دعوت از میهمانان کارشناس حوزه کتاب، نویسندگان و شاعران و مترجمان بار محتوایی آن را افزایش دادند. البته انتخاب امیرحسین صدیق برای شروع برنامه کتاب‌باز به‌عنوان یک بازیگر کم‌حاشیه و محبوب و سپس انتخاب سروش صحت به‌عنوان یک بازیگر، نویسنده و کارگردان که در دنیای سینما به کتاب‌باز بودن معروف است نشان‌دهنده علاقه‌مندی سازندگان این برنامه به حضور چهره‌های سینمایی است؛ حتی اگر تجربه اجرا نداشته باشند. باید قبول کرد که کتاب‌باز خارج از چارچوب‌های تعریف‌شده به دنیای کتاب قدم گذاشته است و موفقیت نسبتا خوب آن نشان می‌دهد اگرچه حضور چهره‌های معروف تا حدودی در جذب مخاطب موثر بوده اما باید دید آثار حضور آنها در برنامه و گپ‌وگفت درباره کتاب هم بر کتابخوان کردن مخاطبان‌شان اثر داشته است یا نه. اما اینکه کتاب‌باز تا چه میزان با حضور چهره‌های شاخص سینمایی، موسیقی و ورزشی توانسته به ترویج فرهنگ مطالعه کمک کند یا تغییر و تحول فرهنگی مناسبی به وجود آورد و جامعه را به سوی ارزش‌ها و اعتقادات و باورهای صحیح مثل کتابخوانی هدایت کند هم چندان مشخص نیست. در این میان باید گفت نبود کتاب در سبد مصرفی خانواده یکی از موانع اصلی برنامه‌ریزی برای ترویج فرهنگ کتابخوانی طی این سال‌ها بوده است و برنامه‌هایی از جنس کتاب‌باز وظیفه دارند کتاب را در فهرست نیازهای ضروری خانواده قرار دهند. از آنجایی که تلویزیون یک ابزار رسانه‌ای و ارتباطی پرکشش و جذاب برای همه سنین است و به‌طور طبیعی بعد سرگرمی آن بر دیگر بعدهایش فزونی دارد، فرهنگ‌سازی در حوزه مسائل زیربنایی و اساسی باید در دستور کار برنامه‌هایی مثل کتاب‌باز باشد. برخی کارشناسان معتقدند برنامه‌های تلویزیونی‌ای که به معرفی و نقد کتاب می‌پردازند یا با برنامه‌سازی‌های متفاوت به بحث کتاب و کتابخوانی نگاه دارند همچنین سریال‌ها و مسابقات کتابخوانی فرهنگ مطالعه را ترویج می‌دهند، در ارتقای فرهنگ کتابخوانی موثر هستند. اگر نخواهیم کتابخوان نبودن مردم در سال‌های اخیر را به گردن شبکه‌های مجازی و فراگیر شدن اینترنت بیندازیم باید بگوییم کمرنگ شدن نقش کتاب در رسانه ملی به‌خصوص در تلویزیون ازجمله عوامل آن بوده است. این سال‌ها در فیلم‌ها و سریال‌های پرمخاطب تلویزیونی چند کتابفروش و ناشر دیده‌ایم؟ در پاسخ به این سوال باید گفت به‌جز سریال کتابفروشی هدهد که به موضوع فروش کتاب می‌پرداخت، مرگ تدریجی یک رویا که زندگی درام یک نویسنده و ناشر را به تصویر می‌کشید یا سریال کیمیا که به صورت حاشیه‌ای به بحث نشر و کتاب می‌پرداخت، همچنین سریال بچه مهندس که کتاب را بهترین دوست کودکان معرفی می‌کرد دیگر کدام سریال‌ها به موضوع کتاب و جایگاه و اهمیت آن پرداختند یا کدام برنامه ترکیبی به بحث ترویج کتاب و مطالعه پرداخته است؟

بار دیگر این سوال مطرح است که حضور چهره‌های سینمایی، ورزشی و اجتماعی در این برنامه اگرچه برای مخاطبان جذاب بوده اما آیا اثرگذار هم بوده است؟ هرچند دست‌اندرکاران این برنامه در انتخاب میهمانان خود دقت می‌کنند و اغلب آنها افراد کتابخوان هستند اما آیا صرف کتابخوان بودن و مشهور بودن می‌توانند مخاطب را به سمت مطالعه تشویق کند و این حضور عاملی برای تبلیغ فرهنگ کتاب است؟ پاسخ به این سوالات نیازمند پایش و تحقیقات میدانی است که طبیعتا دست یافتن به آن کار آسانی نیست و نمی‌توان به‌طور قطع تاثیرگذار بودن یا نبودن آن را رد یا تایید کرد اما اکنون که در اولین روز از هفته کتاب قرار داریم می‌توانیم با یک برنامه بلندمدت از ظرفیت‌های بالقوه صدا و سیما استفاده کنیم و در چند سریال پربیننده، ازجمله سریال‌های ماه مبارک رمضان، نوروز، دهه فجر و... از فیلمنامه‌نویسان بخواهیم کتابخوانی، خرید کتاب یا هدیه دادن کتاب را در برنامه‌ها بگنجانند. در این بین مرور تجربیات موفق جهانی برای حضور کتاب در تلویزیون هم خالی از لطف نیست؛ دولت برزیل در این زمینه در برنامه‌ای با عنوان «مطالعه یعنی زندگی کردن» اشعار و قطعاتی از رمان‌های خوب را در قالب تبلیغات و آگهی‌های تجاری تدارک دید که طبق آمار کتابخانه‌های برزیل پس از این تبلیغات تعداد کتاب‌های امانت گرفته‌شده از کتابخانه‌ها افزایش یافته است. در پایان باید گفت در تلویزیون به غیر از خوانش بخش‌هایی از یک کتاب توسط بازیگران و کتاب ٤ و چند برنامه محدود دیگر جای چنین برنامه ترکیبی در حوزه کتاب و کتابخوانی خالی بود؛ برنامه‌ای که بتواند با افراد مختلفی از جامعه ارتباط برقرار کند، کتاب را میهمان جعبه جادویی خانه‌ها کند و مطالعه و کتابخوانی را به یک عادت برای خانواده‌ها مختلف تبدیل کند. اما باید بدانیم اگرچه اهالی تلویزیون طی سال‌های اخیر با ساخت برنامه‌های ترکیبی و گفت‌وگومحور و دعوت از سلبریتی‌های حوزه‌های مختلف، برنامه‌هایشان را پربازدید کردند اما انتظار می‌رود کتاب‌باز که به دنبال ترویج فرهنگ‌سازی در حوزه کتاب است نگاهی دوباره به نقشه حرکت خود داشته باشد و پا جای پای آنها نگذارد.

تاملاتی پیرامون حضور سلبریتی‌ها در فرهنگ‌سازی کتابخوانی

بودن یا نبودن



مرتضی بریری، کارشناس حوزه ارتباطات و فرهنگ

۱- اواخر سال گذشته و پس از شیوع کرونا یکی از سلبریتی‌ها که جز یکی دو مورد، دیگر در فیلم یا سریال قابل‌توجهی به ایفای نقش نپرداخته، در صفحه خود در یکی از شبکه‌های اجتماعی، تصویر کتاب «هستی و زمان» اثر مارتین هایدگر، اندیشمند و فیلسوف برجسته آلمانی را به اشتراک گذاشت و هشتگی با این محتوا زد که: «کتاب خوب بخوانیم». برای عکاسی از این کتاب، آن سلبریتی فضای بسیار لوکسی را نیز ساخت؛ در کنار کامپیوتری با نشان یکی از برترین شرکت‌های تولیدکننده کامپیوتر و لپ‌تاپ و موبایل آمریکایی.

۲- این سال‌ها با توجه به پایین آمدن سرانه مطالعه در ایران، بسیاری از فعالان فرهنگی با دادن مرجعیت اجتماعی به سلبریتی‌ها تلاش کردند تا آنها را وارد حوزه فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن مطالعه در کشور کنند. به همین دلیل نیز بسیاری از برنامه‌سازان تلویزیونی با دعوت از سلبریتی‌ها و تهیه کلیپ‌هایی از آنان تلاش کردند به تبلیغ کتابخوانی بپردازند. اما تناقض مهمی در این میان وجود دارد: آیا اصولا ملتی که کتابخوان باشد مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها را می‌پذیرد؟ سوال مهم اینجاست که آیا سلبریتی در این نقش قرار است خود را ادا کند؟ به عبارتی آیا او می‌خواهد جامعه کتابخوان شود تا مرجعیت اجتماعی همان سلبریتی را به زیر بکشد و نفی کند؟

۳- سلبریتی به حکم سلبریتی بودنش سلوکی نمایشی دارد. او بالذات ناچار است تا مدام دال‌هایی را از زندگی خود به میان عامه مردم و مخاطبان صادر کند تا کماکان بماند. مهم این وجه نمایشی زندگی‌اش است. این وجه نمایشی اتفاقا در زمینه کتاب هم خود را نشان می‌دهد. برای معرفی یک کتاب باید آن اثر را ابتدا به‌طور کامل مطالعه کرد. به روایت نخست رجوع کنیم؛ سوال اینجاست که آیا آن سلبریتی «هستی و زمان» را کاملا مطالعه کرده و بعد اقدام به معرفی آن کرده است؟ اگر آن را خوانده بود به معرفی آن اثر در صفحه‌اش در شبکه‌های اجتماعی می‌پرداخت؟

آیا کتابی فلسفی، آن هم شاهکار قرن، برای مطالعه عموم مناسب است؟ البته نمی‌توان حد و مرزی در نظر گرفت، اما قاعدتا کتابی که باید برای فهمش همراه با استاد خوانده شود برای معرفی به عموم مناسب است؟ آیا همه امکان دسترسی به استاد را دارند؟ آیا دانشجویان و اهالی فلسفه از زمره فالوورهای آن سلبریتی هستند و او خواسته آن کتاب را به آنها معرفی کند؟! حال این یک مورد به معرفی کتابی فلسفی پرداخت که خود به احتمال زیاد آن را مطالعه نکرده است؛ سوال مهم‌تر این است که دیگر سلبریتی‌ها چه آثاری را برای فرهیخته نشان دادن خود معرفی می‌کنند؟ صفحه‌های بسیاری از آنها پر است از معرفی کتاب‌های روانشناسی بازاری.

آیا مطالعه هر کتابی در بالا بردن سرانه مطالعه مفید است و ضرورت دارد؟ همه اینها سوالاتی است که باید در بها دادن به سلبریتی‌ها پاسخ داده شود. در دوره‌ای مد شده بود که برخی رمان‌های عامه‌پسند و بازاری به کرات توسط سلبریتی‌ها معرفی می‌شدند، رمان‌هایی که چیزی به مخاطب اضافه نمی‌کردند. آیا بالا بردن سرانه مطالعه به هر بهایی ضرورت دارد؟

البته از همه این مسائل مهم‌تر این است که کدام پژوهش و پالایش اجتماعی صورت گرفته که نشان می‌دهد عامه مردم با پذیرش مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها گوش به حرف آنها برای مطالعه می‌دهند؟

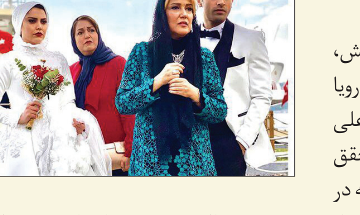
آیا پژوهش و پالایشی صورت گرفته مبنی بر اینکه آمار مطالعه پس از ورود سلبریتی‌ها به این عرصه تغییری پیدا کرده است؟

٤- مساله این است که حتی اگر آمار مطالعه بالاتر هم رفته باشد ما تا تثبیت مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها مضراتی دارد که چنین فوایدی مقابل آن مضرات هیچ است! این بحث مفصلی است که در این مقال نمی‌گنجد، اما مثلا با توجه به ذات سلبریتی یکی از مضرات تثبیت مرجعیت اجتماعی آنها انداختن عامه مردم به مصرف‌گرایی و مسابقه منحط مصرف است. درنهایت باید اشاره کرد سلبریتی تعریف خاص خود را دارد و بزرگان عرصه هنر ازجمله استاد علی نصیریان را که انسانی اندیشمند با کارنامه‌ای درخشان است، نمی‌توان در زمره سلبریتی‌ها محسوب کرد. بنابراین، هرچند ممکن است ورود سلبریتی‌ها در موضوع تبلیغ کتابخوانی و به‌طور خاص حضورشان در برنامه‌های مختلف رسانه ملی با هدف ترویج فرهنگ کتابخوانی فوایدی داشته باشد، اما باید برای فرهنگ‌سازی امر مطالعه به روش‌های دیگری فکر کرد.

۵- سازمان صداوسیما تا اواخر دهه هفتاد، سلبریتی‌محور نبود. بسیاری از بزرگان اندیشه ایران به تلویزیون راه داشتند و در بهترین ساعات به بیان سخن می‌پرداختند. کتاب‌های متنوع بسیاری نیز در این برنامه‌ها معرفی می‌شد. از اوایل دهه هشتاد، سیاست بهره‌گیری از سلبریتی‌ها و دادن مرجعیت اجتماعی به آنها شروع شد و این میزان اهمیت دادن به آنها باعث شد حتی بعدها آنها در زمینه سیاست نیز شروع به سخن‌سرایی کنند و قس‌علی‌هذا... بالطبع همان‌طور که اشاره شد از این اشخاص برای برنامه‌های کتاب‌محور هم استفاده شد که متاسفانه وجه نمایشی به آن بخشید. شاید یک دلیل اینکه کتاب برای ما مهم نمی‌شود، همین نهادینه کردن وجه نمایشی آن باشد. کتاب باید برای ما تبدیل به یک مساله شود، وقتی مساله شد آن وقت همیشه و همه‌جا همراه ما خواهد بود. کتاب‌خواندن از سر بی‌مساله‌گی، کتاب خواندن نیست و شاید سرانه مطالعه را بالا ببرد، اما چیزی به جامعه اضافه نخواهد کرد. برنامه‌سازان تلویزیونی باید به این مهم فکر کنند که چگونه می‌توان کتاب را تبدیل به یک «مساله» کرد؟ اگر به این فکر کنند آنگاه بهره‌گیری از سلبریتی‌ها در زمینه فرهنگ‌سازی برای مطالعه خود‌به‌خود بدل به یک ایده ناکارآمد می‌شود. البته نمی‌خواهم در این متن از برنامه‌ای بگویم که برای کتاب در پخش است و قضاوتی داشته باشم. مطمئنا سازندگان این برنامه در حال تلاش هستند تا بهترین را برای مخاطبان‌شان آماده کنند اما برای من به‌عنوان یک مخاطبی که همیشه با کتاب سروکار دارم. بیشتر همان کتاب لذت دارد تا وجود یک بازیگر و هنرمند معروف.

چارسو

بازیگران ایرانی در خیابان‌های ترکیه



با آغاز تصویربرداری «ملکه گدایان» در مردادماه و ضبط اولین سکانس در خیابان الغدیر تهران، عوامل این سریال برای ضبط سکانس‌های ابتدایی وارد کشور ترکیه شدند.

در استانبول، سکانس‌های آغازین سریال تصویربرداری خواهد شد و در این شهر پانته‌آ بهرام، آرمان درویش، شبنم قربانی و مریم سرمدی جلوی دوربین حسین سهیلی‌زاده می‌روند. در ملکه گدایان، باران کوثری، رویا نونهالی، پانته‌آ بهرام، آرمان درویش، محمدرضا غفاری، رضا بهبودی، الهام کردا، یسنا میرطهماسب، علی اوجی، سولماز غنی، بهشاد شریفیان، عرفان ناصری، شبنم قربانی، علی صلاحی، مریم سرمدی، نورا محقق و فرزاد فرزین به ایفای نقش پرداخته‌اند. این درام اجتماعی به قلم حامد افضلی و امین محمودی است که در خلاصه داستان آمده است: «امروز تو، می‌تونه فردای من باشه... هیچ‌کس از سرنوشت خبر نداره... حتی شما...». دومین سریال حسین سهیلی‌زاده، در شبکه نمایش خانگی محصول نبراس پیکچرز است که تهیه‌کنندگی آن را رحمان سیفی‌آزاد و علی طلوعی برعهده دارند و ایرج محمدی، مشاور پروژه این سریال است. سریال «ملکه گدایان» با رعایت پروتکل‌های بهداشتی درحال انجام است و در آذرماه به‌صورت اختصاصی از فیلیمو پخش خواهد شد. طاین سریال هم سرمایه‌گذاری چون سریال «مانکن» دارد و در کنار نام علی طلوعی، نام شرکت نبراس پیکچرز به چشم می‌خورد. شرکتی که در یکی از کشورهای حاشیه خلیج‌فارس فعالیت دارد. در یکی دو سال اخیر شاهد ساخت آثاری هستیم که شرکت‌هایی از کشورهای همسایه در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند.

۴۰ هزار هنرآموز موسیقی داریم

سیدمجتبی حسینی، معاون امور هنری در مراسم رونمایی از سامانه آموزشگاه‌های آزاد هنری به آمار قابل توجهی اشاره کرد و گفت: «امروز بیش از ۶ هزار و ۱۳۵ آموزشگاه هنری مجوز فعالیت دارند که قریب ۴۰ هزار هنرآموز در آنها ثبت‌نام کرده‌اند. در دوران دولت دوازدهم تقریبا ۳۰درصد مجوز آموزشگاه‌ها افزایش پیدا کرده است.»

حسینی افزود: «پاره‌ای از درخواست‌های بازمانده از سال‌های قبل در این دوره رسیدگی شد و تعدادی از آموزش‌های غیررسمی که در قالب‌های رسمی ارائه نمی‌شد با این همراهی که در دفتر برنامه‌ریزی و آموزش‌های هنری صورت گرفت به قالب رسمی پیوستند. نکته دیگری که مورد دقت همکارانم بود، نقشه پراکنش آموزشگاه‌ها بود تا حتی مناطق کم‌برخوردارتر هم بتوانند چنین خدمتی را در نزدیکی خودشان داشته باشند. البته این ایده تبدیل به یک طرح پژوهشی مهمی پیوست که به‌عنوان طرح مطالعات آمایش آموزش هنر درحال پیگیری است و در ماه‌های آینده به‌عنوان یکی از سرمایه‌های ما در دسترس قرار خواهد گرفت.»

وی بیان کرد: «سامانه‌ای که امروز رونمایی شد، برآمده از دستورالعملی است که از آذرماه سال گذشته به امضای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و مایه آن شد که همکاران در حوزه فناوری اطلاعات به طراحی و راه‌اندازی سامانه آن اهتمام کنند. این سامانه یکی از ۶، هفت سامانه‌ای است که مجوزهای معاونت هنری را شامل می‌شود.»

شنوندگان رادیو عربی ایران از عربستان پیام می‌دهند

امروز ۲۳ آبان شصت‌وسومین سالگرد تاسیس رادیو عربی برون‌مرزی صداوسیماست. سیدعباس انجام، مدیرکل شبکه رادیویی عربی و آفریقایی رسانه ملی گفت: «برخی شنوندگان ما از عربستان و مغرب عربی هم مخاطب این رادیو به شمار می‌روند و از آن به‌عنوان صدای اسلام اصیل یاد می‌کنند.»

وی با اشاره به برنامه «یمن التصدی و التحدی» که از آغاز تجاوز عربستان به همراهی و حمایت ایادی استکبار جهانی هر شب به روشنگری می‌پردازد، گفت: «دیگر برنامه‌های این رادیو مانند «عراق الرافدین»، «بحرین الصمود»، «ارض المقاومه» و... نیز با همین استراتژی، تولید و پخش می‌شوند. لذا رسانه‌های نظام سلطه امکان یکه‌تازی ندارند و در صحنه رسانه تنها و بی‌رقیب نیستند. درواقع یکی از پشتوانه‌های قوی بیداری اسلامی و مطالبه مشروع خروج نیروهای آمریکایی از منطقه و روحیه جهادی ملت‌ها، رسانه‌های برون‌مرزی جمهوری اسلامی است که رادیو عربی بخشی از این منظومه را تشکیل می‌دهد و امیدواریم همچنان راه تعالی را بپیماید.»

سیدعباس انجام تصریح کرد: «رادیو عربی برون‌مرزی رسانه منحصربه‌فرد به لحاظ محتوا، مضمون، تنوع و شکل است؛ به‌شکلی که در آن از برنامه‌های سیاسی و خبر تا برنامه‌های دینی و مذهبی، اجتماعی و فرهنگی و توجه به همه اقشار حتی کودک و نوجوان در تمامی قالب‌ها به‌ویژه نمایش و مستند یافت می‌شود.»

با انتشار خبر کشف واکسن کرونا، سهام نتفلیکس سقوط کرد

ارزش سهام نتفلیکس روز دوشنبه ۹ نوامبر به‌دنبال انتشار خبر امیدبخش بودن نتایج فاز سوم آزمایش‌های کلینیکالی واکسن کرونای شرکت داروسازی فایزر آمریکا با افت ناگهانی مواجه شد. این البته درحالی بود که بازار سرمایه با اعلام این خبر با رشد همراه شد. بااین‌حال همان‌طور که انتظار می‌رفت شرکت‌هایی مانند نتفلیکس و دیگر سرویس‌های آنلاین که در طول این ۹ ماه از فعالیت آنلاین و از راه دور سود برده بودند با سقوط سهام روبه‌رو شدند.

باوجود این تغییرات بازار، سرمایه‌گذاران انتظار دارند، با مدیریت بیماری، الگوی بازار به دوران پیش از همه‌گیری کرونا بازگردد و البته قابل پیش‌بینی است که با بازگشت به دوران گذشته، مردم به‌طور بالقوه وقت کمتری برای نتفلیکس خواهند گذاشت و این کاهش سهام نتفلیکس نتیجه همین پیش‌بینی‌ها بوده است.

طبق برآوردها، سهام شرکت‌های نتفلیکس و زوم بیشترین سقوط را در بازار داشته و سهام شرکت‌های آمازون و فیسبوک نیز با پنج درصد سقوط همراه بوده است، درحالی‌که سهام شرکت‌های هواپیمایی با ۱۶ درصد صعود به این خبر واکنش مثبت نشان داده‌اند.

نتفلیکس یک شرکت آمریکایی است که به پخش آنلاین در سطح جهانی و تولید محصولات نمایشی می‌پردازد. این شرکت در بیش از ۱۹۰ کشور جهان خدمات ارائه می‌دهد و در شهر لوس‌گاتوس کالیفرنیا است و سهام آن در بازار بورس نزدک معامله می‌شود.

ادامه در صفحه ۱۳