

اهالی کتاب به شورای عالی کتاب تلویزیون چه پیشنهادی دادند؟

## نجات کتاب از دست بازرگان های تلویزیون



چندسالی است که رسانه ملی در راستای ترویج کتاب و کتابخوانی به دنبال فرم های جدیدی از معرفی کتاب رفته است. چند برنامه ای هم که با موضوع کتاب ساخته شده، بین مخاطبان تلویزیون با اقبال خوبی مواجه شده است. البته که نقدهایی هم از گوشه و کنار بازار نشر و از دل اهالی کتاب به این برنامه ها وارد شده است. نقدها بیشتر معطوف به این گزاره است، از جمله اینکه رسانه ملی می تواند فضاهای نوین و تازه تری را برای معرفی کتاب به مخاطبان تلویزیون ایجاد کند. در چنین فضایی و مطابق با سیاست های جدید سازمان صداوسیما، شنیده می شود شورای ۱۲ نفره تحت عنوان «شورای عالی کتاب»، حدود دو ماه پیش در سازمان صداوسیما تشکیل شده و کارش را شروع کرده است. شورایی که تصمیم گیری در حوزه تبلیغ کتاب را از دست معاونت بازرگانی خارج می کند و به دست اهالی کتاب می سپارد. فارغ از اینکه وظایف این شورا چگونه طراحی شده و اعضایش قرار است فعالیت های شورا را در کدام مسیر هدایت کنند، در این گزارش سراغ چند تن از اهالی کتاب و رسانه رفتیم تا پیشنهادهای آنها به ۱۲ نفر اعضای شورا را بشنویم. اهالی کتاب امیدوارند که «شورای عالی کتاب» با تصمیمات دقیق و کارشناسی خود بتواند موانع پیش روی معرفی و تبلیغات کتاب در تلویزیون را برطرف سازد.



عاطفه جعفری

روزنامه نگار

### معرفی کتاب توسط نویسنده

او ادامه می دهد: «به نظر من بیشترین تاثیر برای کارهای نمایشی است، اینکه با موضوع کتاب؛ ۱۰ دقیقه تیزر ساخته شود و این تیزر از شبکه های مختلف تلویزیون پخش شود، این شکل تبلیغات باعث دیده شدن کتاب می شود و مردم از آن استقبال می کنند، البته این را بگویم که ساخت تیزر در کشورهای دیگر بسیار جدی گرفته می شود. ساخت تیزر فقط محدود به تلویزیون نشده و بیشتر در شبکه های اجتماعی پخش می شود، اما در فروش کتاب ها بسیار تاثیرگذار است.»

بردار یک پیشنهاد برای این شورا دارد و می گوید: «به نظرم یکی از کارهایی که این شورا می تواند انجام بدهد، این است که برنامه ای داشته باشیم که هر نویسنده درمورد کتابی که نوشته است، برای مخاطب توضیحاتی بدهد و بخشی از کتاب را بخواند. شاید خیلی ساده به نظر برسد، اما همین که نویسنده درمورد کتابش صحبت می کند برای مخاطب جذابیت دارد. حتی می توان برای اینکه کتاب های کودک و نوجوان معرفی شوند، در شبکه پویا که برای کودکان است، این کار را انجام داد تا بچه ها هم برای کتاب خواندن ترغیب شوند. فکر می کنم چند سال پیش یک نظرسنجی در تلویزیون انجام شد و طبق آن از نوجوانان سوال شد کتاب هایی که می خوانند، از چه طریقی انتخاب می کنند و حدود ۵۵ درصد پاسخ ها این بود که تلویزیون در انتخاب کتاب تاثیرگذار بوده است.»

برای این سوره حدود یک هفته، با اهالی نشر و ادبیات صحبت کردم تا بتوانم نظر آنها را درمورد کارکرد و وظایف چنین شورایی بدانم، بیشترشان امید داشتند که بتوان با یک شورا قدمی برای این موضوع مهم برداشت و معتقدند سال هاست به جز «کتاب باز»، برنامه مهم و پابرجایی برای کتاب نداشته ایم و باید این اتفاق بیفتد. البته به غیر از شنیدن این صحبت ها، سراغ چند کارشناس رسانه هم رفتم، تا از آنها درمورد ویژگی برنامه هایی که در حوزه کتاب برای تلویزیون ساخته می شود، بپرسم.

علی دربار که در حوزه کتاب فعالیت می کند و درس خوانده حوزه رسانه است، درمورد این موضوع معتقد است که ما هیچ وقت کتاب را جدی نگرفته ایم و این جدی نگرفتن باعث شده است در کنارش، برنامه های تلویزیونی برای این موضوع هم بدون خلاقیت باشند. او در این باره می گوید: «الان در فضای مجازی کسانی که در حوزه کتاب فعالیت می کنند، حتی برای یک معرفی کتاب هم، خلاقیت را در نظر می گیرند و با یک ایده جذاب کتاب را تبلیغ می کنند، اما ما در تلویزیون ایده خلاقانه نداریم. تنها ایده برای خواندن کتاب ها، دعوت از یک سلبریتی است تا او از کتاب هایی که خوانده است، بگوید. درحالی که می شود ایده های بهتری برای این موضوع پیدا کرد.»

### شورای عالی کتاب قرار است چه کاری انجام بدهد؟

پخش برخی سریال ها، کتابی را با موضوع سریال معرفی می کند که اینها متأثر از تصمیمات این شورا بوده است. شاید اهمیت شورای عالی کتاب به این است که بالاخره توانسته این نکته را به مدیران سازمان ثابت کند که نباید کتاب را با بقیه محصولات در تلویزیون تبلیغ می شود، مقایسه کرد. گذشتن از مارتن سخت بازرگانی سازمان صداوسیما خودش یک مساله مهم و حیاتی است، این موضوع همیشه باعث شده ناشران نتوانند کتاب هایشان را در تلویزیون تبلیغ کنند، چون پول زیادی را باید برای تبلیغ کتاب می پرداختند. البته در این مورد باید ناشران کمک آموزشی را جدا کنیم، چون آنها همیشه با توجه به درآمدی که دارند از این تبلیغات بهره مند بوده اند و عموماً ناشران عمومی و کودک و نوجوان از این مساله بهره ای نمی برند. حالا این شورا قرار است کاری کند که همه ناشران به یک چشم نگاه شوند و بتوانند دنیای کتاب را با تلویزیون آشتی دهند.

حدود دو ماه پیش و با پیشنهاد اهالی کتاب قرار می شود شورایی در سازمان صداوسیما تشکیل شود تا همه برنامه های مربوط به کتاب و تصمیم گیری ها درمورد آن زیر نظر این شورا قرار بگیرد. البته قبل از این هم این شورا وجود داشت اما زیر نظر مدیر شبکه چهار اداره می شد و برای همین تشکیل این شورا خودش حاشیه های زیادی داشت. در نهایت با تصمیم ریاست سازمان، این شورا زیر نظر علی عسکری کارش را شروع کرد.

اعضای این شورا ۱۰ نفر هستند و از فعالان حوزه کتاب، افرادی چون علیرضا مختارپور، میثم نیلی، علی محمد مودب و محسن پرویز حضور دارند و ۶ نفر اعضای شورا هم از سازمان صداوسیما هستند. می توان گفت شورای عالی کتاب از معدود شوراهایی است که ریاستش را رئیس سازمان به عهده دارد. هنوز اهداف و وظایف شورا به مرحله نهایی تصویب نرسیده اما کارش را شروع کرده و یک جلسه اعضا هم برگزار شده است. تقریباً می توان گفت گاهی زیر نویس های هنگام

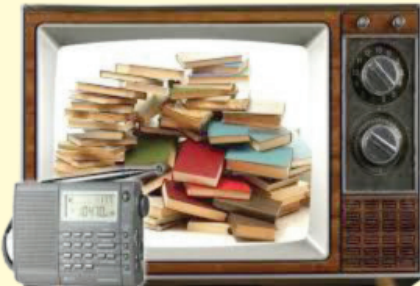
### مولود مبارک صداوسیما را پولی نکنید!

ظلم به کتاب و محتواست. صداوسیما اگر واقعا بنای اقدام جدی به نفع فرهنگ کتابخوانی در کشور را دارد ابتدا باید در این شورا وضعیت بازرگانی کتاب را حل کند و با ناگهی فرهنگی و ترویجی به سراغ این موضوع رود و ترویج کتاب خوب را از وظایف ذاتی و حاکمیتی خود بداند. در این صورت است که می توان انتظار داشت که صداوسیما به مثابه یک دانشگاه عمومی چند مرحله فرهنگ عمومی کشور را ارتقا دهد.

نکته دیگر آنکه، ما باید به این موضوع توجه کنیم که حتی اگر در کنار محتوای خوب، به جذب مخاطب هم فکر می کنیم چرا به سراغ تجربیات سایر کشورها در این حوزه نمی رویم؟ امروزه بسیاری از آثار فاخر و پربیننده سینمایی یا تلویزیونی اقتباسی از یک کتاب است که همه ما نمونه هایی از آن را در ذهن داریم. سریال سازی و تولید فیلم اقتباسی، تبلیغ آثار قوی و فرهنگی برای مردم، معرفی کتاب در برنامه های مختلف با توجه به رویکرد تخصصی هر برنامه، برگزاری مسابقات کتابخوانی و... از جمله ایده هایی است که ذیل این شورا قابلیت اجرایی شدن دارد.»

می کند که ناشران برای تبلیغ یک کتاب باید میلیاردها تومان حق پخش بازرگانی را پرداخت کنند تا تبلیغ شان در باکس بازگانی قرار بگیرد و کتاب تبلیغ شود. ناگفته پیداست که ناشران فرهنگی (نه تجاری)، مانند ناشران کتاب های کمک آموزشی) توان پرداخت چنین هزینه هایی را ندارند و به همین دلیل هم تاکنون پایشان به آنتن تلویزیون باز نشده است.

صد البته که این سخنان به این معنا نیست در این سال ها کتاب هیچ جایی در صداوسیما نداشته است. ما اتفاقات خوبی را در همین چند سال اخیر شاهد بوده ایم که علاوه بر معرفی کتاب در برخی از برنامه های ثابت مانند سیمای خانواده، به خانه برمی گردیم و... برخی برنامه های کتابی نیز تولید و پخش شده است. اما تقلیل امر ترویج کتاب به اینکه صرفاً نامی از یک کتاب برده شود و ما گمان کنیم که وظیفه خود را انجام داده ایم



بود؛ اما تشکیل این شورا زیر نظر ریاست سازمان اقدام مبارکی است که برای اهالی فرهنگ و کتاب مایه دلگرمی است و نشان دهنده ورود جدی صداوسیما به حوزه کتاب است.

بررسی رویکرد صداوسیما طی یک دهه گذشته نشان می دهد اگر نگوئیم مهم ترین ملاحظه این سازمان بحث بازرگانی است، باید بگوئیم یکی از مهم ترین مراکز اثرگذار و تصمیم گیر در صداوسیما معاونت بازرگانی است. حال اگر به وضعیت صنعت نشر کشور نگاهی داشته باشیم، زمان زیادی نیاز ندارد تا تنه تحیف صنعت نشر را ببینیم و آن را قابل مقایسه با سایر صنایع ندانیم. این دقیقاً همان نقطه ای است که سال هاست مانع ورود جدی «کتاب» به آنتن شبکه های تلویزیونی و رادیویی شده است. در واقع قیاس اشتباه برخی از مدیران سازمان، بین کتاب و سایر صنایع این توقع را ایجاد

مهدی سلیمانی، فعال حوزه کتاب در یادداشتی در مورد شورای عالی کتاب نوشت: «یکی از دغدغه هایی که سال های سال است ذهن دلسوزان فرهنگ کشور را به خود درگیر کرده و بارها هم توسط رهبر انقلاب مورد تأکید قرار گرفته است موضوع تبلیغ و معرفی کتاب در آنتن صداوسیماست. مدت هاست که صحبت های گوناگونی درباره کم و کیف این کار انجام شده است، اما هر بار به دلایل مختلفی که عمدتاً دلایل مالی و بازرگانی دارد به نتیجه نرسیده است. تلاش های زیادی هم توسط جریان های مختلف برای رفع این مانع انجام شده که در بیشتر موارد به بن بست بازرگانی در صداوسیما منتهی می شد و موجب شده که آنچه شایسته است انجام نشود. اما این روزها ما شاهد مولودی مبارک و خوش یمن در صداوسیما هستیم که امیدهای اهالی فرهنگ را افزایش می دهد و آن هم تشکیل «شورای عالی کتاب» صداوسیماست. البته در گذشته هم کمیته هایی در بخش های مختلف سازمان صداوسیما برای کتاب تشکیل شده بود که خروجی آنها نشان داد هنوز آن عزم لازم برای توجه به کتاب در سازمان ایجاد نشده

### نگاهی به برنامه های کتاب محور دنیا

علی اکبر اشعری راهمه اهالی کتاب می شناسند، اوسال هاست که درحال فعالیت در این حوزه است و سمت های مختلفی داشته است، او درباره تبلیغ کتاب در تلویزیون می گوید: «رسانه ها، به ویژه تلویزیون از چند جهت می توانند در این حوزه به ایفای نقش بپردازند: نخست اینکه با طرح اصل بحث، موضوع مطالعه و نتایج فردی و اجتماعی آن را آوازی کنند و این بحث را از ابعاد مختلف به متن جامعه بکشانند تا به عنوان یک ضرورت در جامعه جا بیفتد. دوم در قالب های مختلف و به شکل جذاب به معرفی کتاب بپردازند. از برنامه هایی با موضوع کتاب شبیه آنچه در برنامه معرفت که از شبکه چهار پخش می شد - البته در سطوح و برای مخاطبان با سطح سواد مختلف - تا درسنامه های جذاب و متن خوانی و اجرای مسابقات. یکی دیگر از کارهای تلویزیون می تواند تولید و پخش خبر و گزارش در مورد آثار در دست انتشار یا تازه منتشر شده باشد و چهارم اینکه اخبار و گزارش هایی مربوط به انواع رویدادهای کتاب و کتابخوانی به ویژه ابتکارات این حوزه پخش شود.» او درمورد اینکه چقدر مخاطب از تلویزیون استفاده می کند تا کتابش را انتخاب کند، می گوید: «با نگاهی به قالب های مختلف برنامه های معرفی کتاب، متوجه می شوید عموماً قالب هایی چون خبر، مستند و برنامه های ترکیبی هستند. اما باید این را در نظر داشته باشید که صرف بالابودن حجم برنامه کتاب محور مهم نیست بلکه

### الگوی پاکدست ها



زهرا شعبان شمیرانی، فعال حوزه کتاب و رسانه هم پیشنهادهای جذابی را برای این شورا دارد و معتقد است اگر این پیشنهادها اجرایی شود، می توان به برنامه های کتاب در تلویزیون امیدوار بود، او می گوید: «الان در دنیای حاضر، پاکدست ها، رشد چشم گیری دارند، مخصوصاً پاکدست هایی که حول محور کتاب فعالیت می کنند و بسیار هم توانسته اند در این حوزه بدرخشند. نکته مهم این است که بیشتر مخاطبان این حوزه، جوانان هستند و همین مساله نشان می دهد که این رده سنی بسیار علاقه مند به

این نوع تولید هستند و دقیقاً می شود با برنامه سازی به این سبک در تلویزیون مخاطب را علاقه مند به کتاب کرد.» او معتقد است که دیگر دوران برگزاری مسابقه حول محور کتاب و این مدل برنامه سازی تمام شده است و می گوید: «یک زمانی این جنس مسابقه زیاد بود. البته الان هم برخی این کار را می کنند اما استقبال از این مسابقه ها، الان کم شده است. باید برنامه ای باشد تا مخاطب بتواند در این روزگاری که انواع مختلف برنامه در فضای مجازی وجود دارد، جذب آن شود.» شمیرانی همچنین می گوید: «یک نکته مهم دیگر این است که سال ها است برنامه کتاب باز از تلویزیون پخش می شود و خیلی ها این کار را الگوی خودشان قرار می دهند، درحالی که دیگر، این برنامه به عنوان یک الگو کشش ندارد و نمی تواند چیز جدیدی به مخاطب اضافه کند، الان برنامه هایی مثل همین پاکدست هایی که در حوزه کتاب فعالیت می کنند، می تواند مخاطب را جذب کند، آنها روایت کتاب را برمی گزینند و به جای یک معرفی سطحی سعی می کنند کتاب را روایت کنند، می شود کتاب را با توجه به موضوعش با استفاده از کسانی که این کار را بلدند، معرفی کرد. الان کاری که انجام می شود، این است که مثلاً یک سلبریتی در مورد یک کتاب حرف می زند اما روایت کردن متفاوت است، این کار باید تخصصی انجام شود، طرح کتاب استخراج شده و در نهایت یک کار جذاب تحویل مخاطب داده شود.» او به یک مساله دیگر اشاره می کند و آن برنامه سازی برای گروه کودک و نوجوان است و می گوید: «ما در این حوزه اصلاً برنامه ای نداریم، درحالی که ظرفیت عظیمی برای این موضوع وجود دارد که از آن غافل هستیم و باید توجه شود. این شورا می تواند این موضوع را بسیار جدی بگیرد و با توجه به این رده سنی، برنامه ها را تنظیم کنند.»

شمیرانی تخصصی کردن موضوع کتاب را یک نکته دیگری می داند و می گوید: «ببینید شبکه چهار یک شبکه تخصصی است، در حوزه کتاب هم باید این تخصصی شدن اتفاق بیفتد، باید برنامه های مجزایی ساخته شود که به طور مجزا، از کتاب های تخصصی مثلاً اقتصادی حرف بزنند، الان ما بیشتر برای کتاب های عمومی برنامه ساخته ایم درحالی که این حوزه های تخصصی هم مخاطب خاص خودش را دارد که کم هم نیستند، کار کردن در این حوزه های تخصصی بسیار مهم است و تا به حال اصلاً مثل این برنامه را نداشته ایم.»

### توجه به نوجوانان

یکی از مواردی که در حوزه برنامه های کتابی تلویزیون مهم است اینکه باید، کمبودها نوشته شود و بداینم در چه حوزه هایی اصلاً فعالیتی نداشته ایم. فاطمه شاهشوند سال هاست در حوزه تبلیغات کتاب فعالیت می کند و معتقد است که شورای عالی کتاب باید در معرفی کتاب در حوزه کودک و نوجوان فعال شود چون هیچ کاری در حوزه کتاب کودک و نوجوان نشده است. شاهشوند در این باره می گوید: «تقریباً برنامه های تلویزیون بیشتر به سمت وسوی کتاب های عمومی می رود و برای مخاطب نوجوان که بسیار هم مخاطب مهمی است کاری نداریم. چند باری خواستیم که این کار را انجام دهیم اما نگذاشته اند و با تعرفه های عجیب و غریب می خواهند، پول بگیرند. باید برای این مساله کار جدی صورت گیرد.»

