

ویژه‌برنامه‌های کتابی تلویزیون در سال ۱۴۰۲ کدامند؟

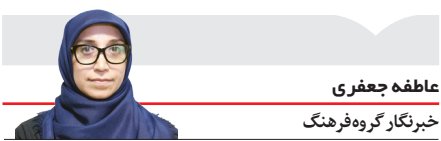
جانشین‌های کتاب‌باز

علاقه‌مند شدن مردم و ترغیب آنها به خواندن کتاب‌های معرفی‌شده در برنامه می‌شود. یک نکته مهم که باید به آن توجه کرد این است که در رسانه ملی یا مراکز دیگری که می‌خواهند تبلیغ کتاب را به عهده داشته باشند، باید در حوزه ترویجی فعالیت داشته باشند. فعالیت ترویجی است که مخاطب را با خودش همراه می‌کند. در گزارش امروز به سراغ برنامه‌های کتابی تلویزیون در سال پیش رو رفتیم تا بدانیم برنامه‌سازان رسانه ملی چند برنامه کتابی را آماده پخش دارند.

بوده و برای مخاطبان علاقه‌مند خود تهیه می‌شوند، این گونه برنامه‌ها معمولاً بیشتر کارشناسی و دارای مخاطبان خاص و تخصصی بوده است و در بسیاری از این برنامه‌ها، کتاب‌های تخصصی معرفی می‌شود. در سال‌های اخیر برنامه‌هایی که وجه و رویکردی طنز یا سرگرمی داشتند، مثل «خندوانه» و «دوره‌می» به ترویج فرهنگ کتابخوانی و همچنین معرفی کتاب می‌پرداختند، براساس پژوهش‌های انجام‌گرفته کتاب‌های معرفی‌شده در برنامه خندوانه و مسابقات کتابخوانی اجراشده در آن باعث

یکی از مراکزی که می‌تواند در تبلیغ کتاب بسیار موثر عمل کند، صداوسیما است، که با توجه به مخاطب گسترده‌ای هم که دارد، می‌تواند با برنامه‌های ترویجی در حوزه کتاب، باعث تبلیغ آن شوند. برنامه‌های تولیدشده در حوزه‌های کتاب و کتابخوانی، در چند سال اخیر تلویزیون را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد؛ دسته اول، برنامه‌های مناسبی هستند که در روزهای همچون برپایی نمایشگاه بین‌المللی کتاب یا هفته کتاب رونق می‌گیرند و دسته دوم، برنامه‌های روتین و دنباله‌داری هستند که جزء تولیدات منظم شبکه‌های مختلف

منحصربه‌فردی که در مقایسه با دیگر رقبای خود داشته به‌عنوان یکی از رسانه‌های تأثیرگذار معرفی می‌شود. ظهور فناوری‌های مختلف نه‌تنها از اهمیت کتاب کاسته است بلکه در بسیاری از موارد استفاده از این فناوری‌ها باعث گسترده‌تر شدن آن نیز شده است. برای مثال، تهیه کتاب‌های صوتی دسترسی نابینایان و کم‌بینایان را به کتاب افزایش داده و محمل‌های مختلف مثل کتاب‌های الکترونیکی و وب در دسترسی آسان‌تر به آن نقش داشته است و شبکه‌های مجازی همچون تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک و... در معرفی و تبلیغ آن موثر بودند.



عاطفه جعفری
خبرنگار گروه فرهنگ

کتاب و کتابخوانی همواره یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه جوامع مختلف در نظر گرفته می‌شود. با ظهور فناوری‌های مختلف ارتباطی و اطلاعاتی، کتاب به‌عنوان یک رسانه چاپی همچنان به حیات خود ادامه داده و به دلیل ویژگی‌های

هدهد سفید و اقبال کودکان



وارد دنیای کتابخانه‌ها در سراسر کشور می‌شود. یک اتفاق مهم در این برنامه، این است که دوربین «هدهد سفید» «کتاب‌گردی» را وارد سطح کشور می‌کند، بازیگر کودک هم در برخی از این کتاب‌گردی‌ها شرکت می‌کند. مساحتی درباره هدف این برنامه گفته است: «برخلاف القای رسانه‌ای که گفته می‌شود مردم ایران مردم کتاب‌نخوان یا کم کتابخوانی نسبت به دنیا هستند ما هدف‌مان را این‌طور قرار دادیم که در وهله

یکی از کارهایی که در حوزه کتاب می‌تواند مثرتر باشد، کار کردن در حوزه کودک و نوجوان است، شبکه پویا و نهال، مخاطبان خودشان را دارند و می‌توان با ساخت برنامه‌های کتابی آنها را با کتاب آشناگه داشت. «هدهد سفید» کاری از گروه کودک شبکه کودک است که مأموریت آن، آشنایی کودکان ایرانی با فرهنگ کتاب و کتابخوانی، کتابداران، معرفی کتابخانه‌های کشور و اعضای فعال کتابخانه‌ها است. کلیپ، قصه‌خوانی و نیز گفت‌وگوهای نمایشی از جمله بخش‌های متنوع این برنامه ترکیبی است که کارگردانی آن را وحید یوسفی، برعهده دارد. مجری این برنامه تلویزیونی زهرا عبداللهی، باهمراهی یک‌بازیگر کودک است. برنامه‌ای که هم پلاتو دارد، هم پویش و هم چالش، پویشی که در آن همه کودکان، کتابخوانی را با هم به اشتراک می‌گذارند. به تعبیر علی مساحتی مجری طرح این برنامه تلویزیونی، مخاطب کودک با دیدن این برنامه،

خانه جلال و لزوم عمومیت دادن



برنامه تولیدی «خانه جلال» به تهیه‌کنندگی محمد پورصباغیان و حجت حسن‌زاده و اجرای بهروز افخمی و میرشکاک در ۱۰۰ قسمت ۵۴ دقیقه‌ای تولید شده است و اولین قسمت آن همزمان با شب یلدا ۱۴۰۱ از شبکه نسیم روی آنتن رفت. این برنامه میهمان محور است و بخش‌های کارشناسی هم دارد. در این برنامه به موضوعاتی از جمله شاهنامه‌خوانی و هفت‌پیکر خوانی پرداخته می‌شود. بخش جنبی برنامه هم پرداختن به خاطرات سیمین دانشور است. در هر قسمت هم گزیری به زندگی و آثار جلال آل احمد زده می‌شود. روایت‌ها و حکایت‌های

دیدنی نو و کتاب‌نخوان‌ها



نوع را تشویق و ترغیب به مطالعه کنیم و این مهم‌ترین ویژگی برنامه‌مان در مقایسه با برنامه‌های دیگر در حوزه کتاب و مطالعه است. کتاب‌ها توسط یک گروه محتوایی در ژانرهای مختلفی همچون ادبیات پایداری، ادبیات کلاسیک، سئو‌های علمی-تخیلی، کتاب‌های حوزه کودک و نوجوان و... انتخاب می‌شوند. برای انتخاب کتاب، ملاک سال انتشار نیست، کتاب‌هایی که در برنامه معرفی می‌شوند ممکن است از ادبیات کلاسیک بهره برده باشند یا از تاریخ چاپ آن مدت زمان کوتاهی گذشته باشد. ما

مسابقه «دیدنی نو» یکی از کارهای دیگر شبکه نسیم است که به تهیه‌کنندگی مهران میرصالحی و اجرای حمید گلی به صورت مسابقه طراحی‌شده و خانواده‌ها در گروه‌های مختلف با توجه به آیت‌های طراحی‌شده در این مسابقه شرکت می‌کنند. برگزارکنندگان این مسابقه، مهم‌ترین ساختار برنامه‌شان را ترویج موضوع کتابخوانی براساس روش‌های تأثیرگذار و همسو با ذائقه مخاطب قرار دادند.

مهدی نیک‌روشن، کارگردان «دیدنی نو» درباره ساختار و قالب این برنامه گفته است: «برنامه به‌صورت مسابقه طراحی‌شده و خانواده‌ها در گروه‌های مختلف با توجه به بخش‌های طراحی‌شده در این مسابقه شرکت می‌کنند. ترویج موضوع کتابخوانی براساس روش‌های تأثیرگذار و همسو با ذائقه مخاطب، مهم‌ترین ویژگی این مسابقه از دیدگاه فرم و قالب است. فصل نخست برنامه ۳۸ قسمت ۵۵ دقیقه‌ای است که به‌صورت آیت‌های مسابقه‌ای و رقابتی طراحی شده است.»

یک نکته مسابقه این است که بیشتر شرکت‌کنندگان افرادی هستند که از فضا مطالعه و کتاب تقریباً دورند و همین موضوع شاید جذابیتی را به این برنامه داده باشد.

کارگردان این برنامه می‌گوید تلاش ما این است که افراد و گروه‌هایی از این

ترویج کتاب مهم است

یک نکته مهم در بحث کتاب، ترویج آن است که تقریباً توجهی به آن نمی‌شود؛ ترویج و گسترش کتاب و کتابخوانی می‌تواند علاوه‌بر دستیابی به دستاوردهای نوین بشری در زمینه دانش، فرهنگ و پیشینه اندیشه‌ها، عقاید و تجلیات فکری و خلاق بزرگان فکر و اندیشه به سفارش‌ها و توصیه‌های دینی و اسلامی- که در آنها کتاب و کتابخوانی جایگاه بالا دارد- عمل کرد. ترویج کتابخوانی موضوع جدیدی نیست و نکته مهم‌تر اینجاست که نباید ترویج را به معرفی کتاب اشتباه کرد. معمولاً در رسانه‌های ما یک کتاب معرفی می‌شود و همین را به‌منزله ترویج کتاب حساب می‌کنیم. درحالی که ترویج باید فضایی را شکل دهد که مخاطب تحت‌تأثیر قرار بگیرد و ناخودآگاه به‌سمت کتاب خواندن برود. یک نمونه از برنامه‌هایی که می‌توان در حوزه ترویج نام برد، برنامه کتاب باز است که چندین سال از شبکه نسیم پخش شد؛ برنامه‌ای که مستقیماً تبلیغ کتابی را نداشت و با حضور کارشناسان مختلف سعی می‌کرد، ترویج کتاب را انجام بدهد و با موضوع انتخاب کردن برای بخش‌های مختلف، سعی می‌کردند مخاطب را به فضا نزدیک کنند و بعد کتاب معرفی شود، یعنی مخاطب وقتی خودش این فضا را می‌بیند به‌سمت کتابخوانی متمایل می‌شود و کتاب می‌خواند.

خط‌کشی خاصی برای انتخاب کتاب نداریم. هدف و مأموریت نخست ما معرفی کتاب با ابزارهای دمدستی بدون توجه به سطح اجتماعی افراد و پس از آن ترغیب به کتاب خواندن است و به همین دلیل همه ژانرهای کتاب را معرفی می‌کنیم. همان‌طور که در بالاتر گفتیم، از وظایف تلویزیون ترویج کتابخوانی است، موضوعی که می‌تواند با عناصر و بخش‌های مختلف مخاطبان را به‌سمت کتابخوانی بیاورد. لازم نیست برنامه‌های تلویزیونی به گونه‌ای طراحی شوند که به مخاطبان، مادام بگویند که چه کتابی را بخوان یا چه کتابی را نخوان، بلکه باید فضایی را ایجاد کند که فرد برای درک ناشناخته‌هایش سراغ کتاب‌ها برود. نیک‌روش برنامه دیدنی نور از این مدل می‌داند؛ اینکه این مسابقه می‌تواند بین مطالعه و خانواده پل بزند و مطالعه را از آن حالت فردی بودنش خارج کند و نشان بدهند که کتاب می‌تواند عامل نزدیکی فکری اعضای خانواده باشد. او گفته است: «برای اینکه بتوانیم به مخاطب نزدیک شویم، سراغ کتاب‌هایی با متون نثر رفتیم و بین ادبیات ایران و جهان و حتی بین نویسندگان تفاوتی قائل نشدیم و این مساله را حتی در طراحی دکور برنامه لحاظ کردیم، به‌طوری‌که از کتاب هیچ ابلاغه حضرت علی(ع) تا شاهنامه فردوسی و کتاب جنایات و مکافات داستایوفسکی و... در دکور برنامه گنجانده شده است.»

برای حضور هنرمندان در تلویزیون اصرار نمی‌کنیم



پیمان جبلی، رئیس سازمان صداوسیما درخصوص برنامه نوروزی تلویزیون گفت: «بازخورد اولیه‌ای که از برنامه‌های صداوسیما در ایام سال نو و نوروز که همزمان با ماه مبارک رمضان است، داشته‌ایم هم امیدوارکننده است و هم به‌نظر می‌رسد از چند جهت بسیار قابل توجه است؛ از این جهت امیدوارکننده است که این استقبال و بازخورد اولیه خوبی که از مخاطبان گرفته‌ایم، همکاران ما را ترغیب می‌کند برای ادامه مسیر با همین رویکرد و سازوکاری که درپیش گرفته‌اند، کار را دنبال کنند.»

وی همچنین درباره عدم همکاری برخی کارگردانان و هنرمندان با سازمان صداوسیما گفت: «ما از همه افرادی که با عشق و علاقه به مردم و کشور کار می‌کنند و با انگیزه مناسب برای کار در رسانه ملی آماده باشند، استقبال می‌کنیم. اینکه بعضی از افراد به هر دلیلی تمایل به این کار ندارند، ما اصرار و اجباری نداریم و قطعاً به دنبال ظرفیت‌های جدید و توانمندی‌های دیگری هستیم و خواهیم بود که بتوانیم از آنها برای تولید محتوای فاخر و جذاب برای جامعه استفاده کنیم.»

وی همچنین گفت: «درعین حال قطعاً استعدادها و ظرفیت‌ها را محدود در برخی افراد نخواهیم کرد و نمی‌کنیم. آغوش رسانه ملی به همه هنرمندان و افرادی که علاقه به مردم، کشور، جامعه دارند و هنارهای پذیرفته‌شده در جامعه داشته باشند، باز است.»

توقف ۳ساله طرح سنجش مطالعه در ایران



سیدمجید امامی، دبیر شورای فرهنگ با ابراز نگرانی از عدم اجرای سنجش نهضت مطالعه گفت: «به دلیل فقر منابع و نرسیدن بودجه طی سه‌سال گذشته، ما سنجشی در حوزه مصرف کتاب و سرانه مطالعه نداشتیم، کلیت مباحث گذران وقت در مراکز آماری کشور ارزیابی شده است، اما برای فهم سرانه مطالعه و سنجش علایق و نیازسنجی نیازمند پژوهش‌های متمرکز هستیم.»

قصد داریم از امسال به‌طور مشخص در جامعه آماری مخاطبان نمایشگاه کتاب با محوریت ستاد برگزاری و وزارت ارشاد پژوهش دقیقی را درخصوص کتابخوانی و سرانه مطالعه انجام دهیم که قابل مقایسه باشد. در سال‌های گذشته به دلیل نارسایی‌های بودجه در کشور متأسفانه پژوهش و سنجش دقیقی انجام نشده است، دفتر طرح‌های ملی علی‌رغم سابقه و مسئولیت بزرگی که دارد، در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ نتوانسته به وظیفه خود در این زمینه عمل کند و ما در شورای فرهنگ عمومی نسبت به این موضوع نگران و منتقدیم، امسال وعده‌هایی برای تأمین بودجه از سوی مسئولان مختلف داده شده و قرار است مشکلاتی که در ساختار برنامه‌ریزی پژوهشی در کشور وجود دارد، برطرف شود. امیدواریم با مدیریت سازمان برنامه و نگاه مثبت سازمان برنامه این موضوع حل نشود و اصلی‌ترین رصد خانه فرهنگ‌و هنر در کشور ما بیش از این معطل نماند.»

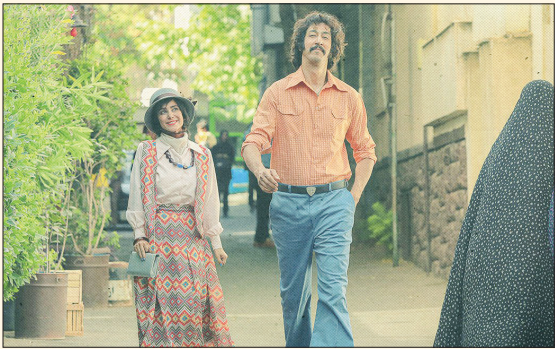
فضای کار برای هنرمندانی که اظهار پشیمانی کنند، فراهم است



محمد مهدی اسماعیلی، وزیر فرهنگ در پاسخ به سوالاتی درباره اینکه گفته‌شده دربی اتفاقات اخیر در کشور، نام تمامی هنرمندان از فهرست هنرمندان مشکل‌دار خارج شده اما در عمل این اتفاق رخ نداده است، گفت: «آن کاری که همکاران ما گفتند، مربوط به بحث‌های قضایی است، بحث‌های صنفی و حرفه‌ای، مقررات خاص خودشان را دارد و این مقررات هم طبق رویه‌ای است؛ کسانی که در حوزه فعالیت‌ها و جریانات خاصی بودند، اظهار ندامت و پشیمانی کردند، به آغوش مردم و جامعه بازگشتند، ما برای آنها تلاش می‌کنیم فضای کار را فراهم کنیم اما برای کسانی که همچنان سر ناسازگاری با آرمان‌های مردم ایران دارند، شرایط متفاوت است، طبیعتاً در حوزه فرهنگی هنری نیازمند حضور چهره‌هایی هستیم که با عشق و علاقه به مردم در عرصه حاضر باشند و با مردم ایران همراه باشند. اسماعیلی در بخشی دیگر از صحبت‌های خود درباره اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تولید انیمیشن گفت: «برای انیمیشن یک مجموعه خیلی خوب در این نهاد درحال تأسیس است، آماده حمایت از همه طرح‌های خوب حوزه انیمیشن هستیم و به سازمان سینمایی و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مأموریت دادیم تا این موضوع را پیگیری کنند.» وی همچنین درباره حل نشدن مشکلات اهالی تئاتر بعد از برگزاری جشنواره فجر گفت: «من از هنرمندان تئاتر عذرخواهی می‌کنم، درتلاش هستیم مشکلات این هنرمندان را پیگیری و حل کنیم.»

چارسو

تبلیغ «فسیل» به‌نفع تلویزیون است!



کریم امینی، کارگردان «فسیل» با انتقاد از عدم تبلیغ این فیلم در تلویزیون به مهر گفت: «ای کاش همه‌چیز در کشور ما یک‌دست بود. برای من عجیب است چطور ما فیلمی را در سینمای ایران تولید و اکران می‌کنیم که در تلویزیون امکان تبلیغ ندارد! سال‌هاست که این سوال در ذهن من است. مگر ما در آمریکا فیلم می‌سازیم که امکان پخش تیزر آن از تلویزیون جمهوری اسلامی ایران نیست؟ انگار تلویزیون یک جزیره و ایالت مستقل است که قوانین خاص خودش را دارد. بالاخره همه ما زیر یک چتر داریم زندگی می‌کنیم و مگر می‌شود هرکسی ساز خودش را بزند؟»

وی افزود: «عدم حمایت تلویزیون از فیلم‌های درحال اکران در بلندمدت به‌ضرر خود تلویزیون خواهد بود. فیلم‌ها که اکران‌شان را پشت سر می‌گذارند و تلویزیون هم نمی‌تواند حمایت ویژه‌ای کند. تنها حرف این است که باید رقابتی میان سینما و تلویزیون ما وجود داشته باشد وگرنه فیلم «فسیل» بدون تبلیغ توانسته به‌خوبی فروش داشته باشد. تنها یک‌بار در اخبار شبانه تلویزیون شنیدیم که نام فیلم مرا بردند و از همین جا بابت همان هم تشکر می‌کنم! باور کنید در شرایط فعلی تبلیغ فیلم من در تلویزیون آورده‌ای برای من با تهیه‌کننده به‌همراه ندارد، بلکه بیشتر به‌نفع خود تلویزیون است. نمی‌دانم چرا اینقدر نگاه منفی نسبت به سینما دارند. بالاخره این فیلم مجوزهای لازم را گرفته و درحال حاضر هم با استقبال مواجه است.»