

برنامه «معلى» در نشست نقد و بررسى برنامه‌هاى دینى– نمایشى در دانشگاه تهران نقد شد

این فرم و محتوا همخوانی دارند؟



مریم فضائلى خبرنگار

دو سه سالى است که برنامه‌هاى دینى– مذهبى در صداوسیما با قالب‌هاى جدیدى به نمایش درآمده است. «محفّل» و «حسینیه معلى» ازجمله این برنامه‌ها هستند که توانسته‌اند برای خودشان اسم و رسمى به دست آورند. بعد از پخش شدن پنج فصل از برنامه معلى و در شرف پخش دومین فصل از برنامه محفل، جمعى از کارشناسان فرهنگى در دانشکده علوم اجتماعى گرد هم آمدند تا به بررسى و نقد برنامه‌هاى دینى–نمایشى با محوریت دو برنامه محفل و معلى بپردازند. این جلسه که به اندازه چهار سال طولانى شده بود به همت انجمن علمى علوم ارتباطات دانشگاه تهران برپا شد.

محمد جواد بادین فکر، پژوهشگر حوزه فرهنگ و ارتباطات، به عنوان دبیر نشست در مقدمه‌اش به نسبت میان دین و شوهاى تلویزیونى چند سال اخیر اشاره کرد و با طرح این سؤال که «آیا رسانه امرى سکولار و بی‌دین است یا خیر؟» به سه دسته از نظر به‌هاى برخورد با رسانه اشاره کرد و گفت: «در نوع اول، افرادی هستند که معتقدند ذات رسانه از دین جداست. سردسته این گروه، هربرت مارشال مک‌لوهان، اندیشمند رشته ارتباطات است. در دسته دوم، افراد معتقدند رسانه‌ها همراه با الهیات است. با همین نگاه اولین برنامه تلویزیونى دینى در دهه ۵۰ میلادى با نام «این است زندگی» تولید شد. درنهایت، در دسته سوم با طیفى مواجهیم که میان‌گرا هستند. در این نگاه هم رسانه، قدرت فروکاستن دین را دارد و هم دین مى‌تواند ذات رسانه را دگرگون سازد و این دو باهم در تعاملی دو جانبه قرار دارند.»
بادین فکر در ادامه به مقاله‌اى از سیدجمال‌الدین اسدآبادى اشاره کرد و گفت: «در مقاله «فوائد جریده» او به ۱۹ فایده برای رسانه اشاره می‌کند که در همه موارد به آگاهی بخشى رسانه توجه شده است. از نظر محتوایى، مطبوعات ابزاری دارند که مى‌توانند جامعه را به فضیلت برسانند. در بین این ۱۹ مورد، هیچ‌کجا به سرگرمى اشاره نشده است. تنها موردى که شاید بتوان به سرگرمى مرتبط دانست، انبساط خاطر بود. البته اسدآبادى من‌باب تأکید بر آرامش خاطر این نکته را گفته است.» او در مورد برنامه‌هاى مذهبى تولید شده در تلویزیون ایران گفت: «بعد از انقلاب بسیار محافظه‌کارانه تصمیم‌گیری مى‌شود. برای مثال برنامه درس‌هاى از قرآن، تا حد امکان در ساده‌ترین فرم ساخته مى‌شود. یک تخته، یک معلم قرآن و جماعتی که درحال گوش کردن هستند. شاید تنها چیزی که اضافه شده، لئزى است برای ثبت آنچه در کلاس می‌گذرد. اما چیزی که در این چند دهه و مشخصاً در پنج سال اخیر می‌بینیم، آغشته شدن دین با تمام اجزای رسانه به‌خصوص با موضوع سرگرمى بوده است. با این رویکرد سوالى مطرح می‌شود که آیا دین ابزاری است برای سرگرمى یا سرگرمى وسیله‌اى برای انتقال مفاهیم دینى است؟ در برنامه حسینیه معلى، هرنمایشى با شرط محتوای دینى در حال نمایش است و مانعی دیگر نخواهد داشت.»

در بخش دیگری از این جلسه جبار رحمانى، عضو هیات علمى پژوهشکده مطالعات فرهنگى اجتماعى، توضیحات خود را با معرفی پدیده‌اى به نام فشر و گروهان متخصص دینى شروع کرد. در این تعریف، مداحان به‌عنوان پایین‌ترین گروه متخصصان دینى قرار گرفتند. مداحان که در حاشیه علمای دینى برنامه اجرا می‌کردند، بعد از دهه ۷۰ سازوکارى رخ می‌دهد که جزء بدنه اصلی کارشناسان دینى قرار می‌گیرند و حتى زورشان به علما هم می‌رسد! از نظر رحمانى، مداحان جزء کارگزاران دین نیستند و صرفاً گفتمانى از دین را ارائه می‌دهند، یعنى مداحان در مقام ابداع قرار ندارند و صرفاً در حد بازنمایى می‌توانند عمل کنند. رحمانى همچنین تأکید کرد: «گروه مداحان تحصیلات دینى ندارند و مانند علما شاکردى نکرده و سلسله آموزشی را رعایت نکرده‌اند. به اصطلاح می‌توان گفت که نخبه‌هاى دینى نیستند. همچنین شبکه هنرى خاص و مشخصى ندارند و شاید بزرگ‌ترین هنرشان اجرای ساده باشد.»
رحمانى با اشاره به تغییراتی که اجتماعات دینى در سال‌هاى اخیر داشتند، گفت: «اجتماعات آیینى، محلى برای تربیت دینى افراد است. به‌طور سنتى، جماعت آیینى در محیط‌هاىی شکل می‌گیرد که ارتباطى بین افراد آن مکان است. برای مثال همسایه و فامیل جزء این

دسته هستند که ذیل مفهوم گروه تعریف می‌شوند. اما در حال حاضر ما در حال گذر از این وضعیت هستیم. اجتماعاتی که با اهداف دینى شکل می‌گیرد بیشتر روى بزرگى آنها مانور داده می‌شود. از جشن‌هاى کیلومتری خیابان تا هیات‌هاىی که در شکل بزرگ برگزار می‌شود. حسینیه معلى هم فرم دیگری است که کمک کرده تا مراسم آیینى از فرم قبلى خود دور شود.»

رحمانى برای شرح علت همدات‌پندارى مخاطب در خانه با برنامه‌هاى دینى در تلویزیون گفت: «تقریباً تمام ایرانی‌ها در مراسم دینى شرکت کرده‌اند. اگر کسى احساس امر تقدس می‌کند، نسبت به برنامه نیست و به خاطر تجربه‌هاى گذشته‌اى است که از اجتماعات دینى دارد. آنچه در برنامه دینى می‌بینیم برخاسته از حضور فیزیکی و تجربه‌هاى قبلى شرکت در مراسم مذهبى است. اساساً امکان ساخت امر واقعى به صورت صفر در رسانه وجود ندارد. من اگر پای منبری قبلاً نشسته باشم، الان منبری که در حسینیه معلى پخش می‌شود را می‌پذیرم و با آن همراهى می‌کنم، در غیر این صورت فردى که مواجهه‌اى با این تجارب نداشته باشد، نمى‌تواند با حسینیه معلى ارتباط بگیرد.» مفهوم دیگری که رحمانى در این جلسه مطرح کرد، دولت‌هاى نمایشى بود: «دولت‌ها برای آنکه نشان دهند کارآمد هستند در قالب ساخت این تیپ برنامه‌ها، دینى بودن خود را نشان می‌دهند. در این مدل برنامه‌ها ما با مفاهیم سطحی به معنای قابل فهم عموم طرف هستیم. در این برنامه ترویج دین تنک و تنگ می‌شود، به‌طوری‌که به صرف انتقال حس دینداری بسنده می‌کنند و بنیان‌ها را زیر سؤال نمى‌برند. بعد از دیدن این برنامه، نگاه انتقادی مخاطب به وضعیت جامعه از بین می‌رود و احساس رضایت به حداقل‌ها برایش اتفاق می‌افتد.»
درنهایت جبار رحمانى ضمن انتقاد نسبت به عدم شفافیت در صداوسیما گفت: «سازمان صداوسیما هیچ‌گاه نگفته برای یک برنامه چقدر هزینه می‌کند و بودجه اختصاص می‌دهد. باید برای برنامه‌ها هزینه و فایده صورت بگیرد و گفته شود که در قبال چیزی که ساخته و هزینه شده، جامعه چه چیزی تحویل گرفته است.»

عبدالله بیچرانلو، عضو هیات علمى دانشگاه تهران به‌عنوان دومین سخنران این نشست گفت: «مداح‌ها و برنامه معلى مصونیتی پیدا کرده‌اند که اگر آنها را نقد کنیم انگار کار غلطی انجام داده‌ایم. من این چالش را سر سرود سلام فرمانده هم داشتم و برخوردهاى بدى دریافت کردم.» او همچنین درباره ارتباط تلویزیون و دین گفت: «بعد از انقلاب تلاش شد که حوزه‌هاى گوناگون مدرنیته با فضای دین سازگارى پیدا کنند. از ابزاری به اسم تکنولوژى و تلویزیون می‌توان در جهت اهداف ایدئولوژیک استفاده کرد. در دهه ۷۰، حضور روحانی‌ها در رسانه ملی بیشتر شد و منبر تلویزیونى به‌عنوان محتوایى جدى در صداوسیما پخش شد. تبلیغ و ترویج دین از طریق تلویزیون به‌عنوان مهم‌ترین رسانه، اهمیت زیادی پیدا کرد. به مرور زمان روحانیون در دیگر بسترها هم وارد شدند. مثلاً روحانیون اینفلونسرى که کمپج فروشى یکى از کارهایشان است و اصطلاح دین صورتى را درباره آنها می‌شنویم. اینجا بود که انتشار دین نمایشى در فضای مجازى، بیشتر از تلویزیون شد.»
وی درباره حضور و نقش روحانیون در برنامه‌هاى تلویزیونى گفت: «تجربه حضور روحانیون در تلویزیون با ضرر همراه بوده و باعث شده است که هم دین آسیب ببیند و هم تلویزیون. زمانى منبرها خام و بدون در نظر گرفتن محتوا، جلوه‌هاى بصرى و اقتضانات، ضبط و پخش می‌شد. به همین دلایل این محتوا برای مردم فاقد جذابیت بود و درنهایت احساس می‌کردند که به آنها تحمیل شده است. فراگیر شدن فضای مجازى و VODها باعث شد تلویزیون مخاطبى را از دست بدهد و محتوای به‌روزی نداشته باشد.»

بیچرانلو در ادامه به نسل فعلی اشاره کرد و گفت: «روحانیون توسط مداح‌ها جایگاه‌شان را از دست دادند و اسم‌شان توسط آنها تحت شعاع قرار گرفت. شاید به همین دلیل بود که محتوای متخصصان دینى به سمت و سویی رفت که در حال بتوانند واکنش بیشتری دریافت کند و اصطلاحاً لحظه را غنیمت بشمارند و حال بیشترى ببرند. تولید محتوایى که از سمت مداحان شکل گرفت با تمرکز روى لحظه و برای نسلى صورت گرفت که این موارد برایش اهمیت زیادى داشت.»
بیچرانلو به دو ضربه‌اى که سیاست‌گذاران رسانه به تلویزیون زده‌اند اشاره کرد و

گفت: «عناصر دینى مشخصاً با روحانیت وارد رسانه شد و ضربه اول به دلیل عدم شناخت و استفاده درست از تکنولوژى به تلویزیون خورد. در مرحله بعدى مداح‌هاىی که دین را ذبح کرده و وجه سرگرمى آن را پرزنگ کرده‌اند، ضربه دوم را زده‌اند.» البته بیچرانلو دیگر کنش‌هاىی که از سمت روحانیت انجام شده، مانند ورود به سیاست و اقتصاد، بدون سرانجامى مطلوب را هم تکمله مورد اول می‌دانست. برنامه «معلى» از نظر بیچرانلو در حال قربانى کردن دین در پیشگاه تلویزیون بود و در این باره گفت: «برنامه معلى صرفاً وجهى از دین را انتخاب و پرزنگ کرده است که بعد نمایشى دارد. این دین نمایشى شاید در کوتاه‌مدت برای قشرى نتایج مثبتى به همراه آورد، اما در بلندمدت ما وجود قدسى و معنوی دین را از دست می‌دهیم. استدلال‌هاىی که در جهت موافقت با این برنامه مطرح شده است، جملاتی مانند «ببینید که دین با رسانه مدرنى مانند تلویزیون سازگارى پیدا کرده» یا «دین فقط غم نیست و چقدر شاد و رنگى است» بروز پیدا می‌کند. درصورتى‌که ما با عزادارى برای امام حسین دچار افسردگى نمى‌شویم و اتفاقاً هم نوعى آسودگى روحى برای ما می‌آورد.»
در ادامه بیچرانلو به آوردن گروه‌هاى مختلفى از سرتاسر ایران اشاره کرد و گفت: «این نکته شاید در ظاهر اتفاق خوبی باشد، اما چون آن آیین از مکان خودش خارج شده و این اتفاق در دل برنامه‌اى با ژانر متناسب با خودش پخش نشده، دیگر آیین حساب نمى‌شود و نمایشى است.» او در جمع‌بندى صحبت‌هاىش گفت: «در این چند سال رویکرد به دین ابزارگرایانه بوده و توجه‌سازى به‌تبع همین نگاه اتفاق افتاده است. اما اگر نگاه فرهنگ‌گرا به دین داشته باشیم اتفاقا می‌تواند خدمات زیادى به حوزه حکومت و حکمرانى بدهد.»
کمیل قیدرلو، عضو هیات‌علمى دانشگاه امام صادق به‌عنوان سخنران سوم تلاش کرد تا سویه‌هاى دیگری از این مساله را بگوید. او صحبتش را با تعریف فرهنگ شروع می‌کند: «جامعه زنده است و با شناخت و معنا دادن به محیط و اطراف خودش شروع به فرهنگ‌سازى می‌کند. فرهنگ معنایى است که جامعه به وسیله آن خودش، غیر خودش و روابط درونى‌اش را درک می‌کند. به تئاسى که جامعه زنده است و تغییر می‌کند فرهنگ هم این اتفاقات را دارد و مواردی را رد یا می‌پذیرد. فرهنگ از خودش قداستى ندارد و معنویتش را از جامعه و فهمی که از جامعه دارد دریافت می‌کند. بخشى از نقدها ناظر بر قداستى است که خلق شده است و اصالتاً حسینیه هم بعد از ساختنش قداست پیدا کرده است.»
قیدرلو سپس با طرح این سؤال که آیا پالایش تغییرات مثبت و منفى در جامعه، زمانبر است و در طول زمان پالایش، هم اثرگذار است، گفت: «اصل تغییر وجود دارد. در ذیل این تغییر، بخشى از آنها آثار منفى دارد و حتى شاید ماندگار باشد. در طى این فرآیند محصولات مختلفی منتشر می‌شود، «از سمت خدا» تا سخنرانى‌هاى علما و حالا برنامه‌هاى حسینیه معلى و «محفّل» هرکدام تجربه‌هاىی است که انجام می‌شود. اینها اقتضانات تغییر و زمان است.»
قیدرلو ورود روحانیت به تلویزیون را اتفاقی مثبت خواند و گفت: «استفاده از تکنولوژى توسط روحانیت باعث انقلاب شده است. ورود آنها باعث آوردن مخاطب بیشتر به تلویزیون شده است. البته حضور زیاد آنها، نتایج منفى هم داشته و باعث شده که عیب‌آنها دیده شود. جامعه در حال تغییر است و جامعه دینى هم می‌خواهد همراه با آن تغییر کند. این تغییرات در جامعه امتداد پیدا می‌کند. آن تغییراتی‌که از طریق رسانه پخش می‌شود ظرفیت اثرگذاری بیشتر نسبت به آنچه نشان داده نمى‌شود را دارد. توسل جامعه مذهبى به ابزارهاىی برای اثرگذاری چیزى طبیعى است. بخشى از این اتفاقات طبیعى است و بخشى هم تجربه است و نباید مهر بخورد و به آن بگویم سکولار شده است.» این استاد دانشگاه سپس به لایه‌هاى دینداری اشاره کرد و گفت: «دینداری ما سه لایه دارد. اولین لایه آن عمق معرفتى است. لایه بعدى دانش است که بعد شناختى ماجراس‌ت. در آخرین لایه هم فقط نمادین و حضورى است که در ساحت دیگری تعریف می‌شود، یعنى این برنامه به منظور برانگیختن احساس و هیجانات ساخته نشده اما حسینیه معلى از ابتدا ساخته شده تا هیجانات، احساسات و عواطف را درگیر کند. چنین جایگاهی وقتى در سطح نمادین تعریف می‌شود نباید انتظار بیشتری داشت. ساخت برنامه معلى به معناى نمایشى شدن دین نیست، بلکه



به معنای استفاده از بعد نمایشى دین برای ارتباط با بخش وسیع جامعه است. نقدى که در اینجا می‌توان مطرح کرد، عدم اجازه نمودهاى دیگر بخش‌هاى جامعه است، یعنى کسانی که سلطه عاطفى، احساسى و هیجانى با هیات‌ها دارند را نشان می‌دهیم، درصورتى‌که در خیلی از هیات‌ها چنین چیزی وجود ندارد و حالا ما در رسانه ملی درحال نشان دادن آن بخش هستیم. پس آسیب از جایی شروع می‌شود که فعالیت‌هاىی که قبل‌ا در جامعه‌اى با بافت مشخص خودش اجرا می‌شده را خارج کرده و آنها را به کل جامعه بسط می‌دهیم.»
در آخر کمیل قیدرلو مطرح کرد: «اگر تجربه‌هاى دیگری وجود داشته باشد، دیگر فقط حسینیه معلى خاص نمى‌شود اما اگر همه تجربه‌هاى دیگر به یک فرم خاص محدود شود که در همه بخش‌هاىش به صورت گزیده انتخاب کرده است، دینداری‌ن که مدل حسینیه معلى را نمى‌پسندند، از دین طرد می‌شوند.»

علی جعفرى، پژوهشگر فرهنگ و ارتباطات دینى یکى دیگر از سخنرانان حاضر در این جلسه، صحبتش را این‌گونه شروع کرد: «داشتن تقویم شمسى و مقابى علل وجود برنامه‌هاى مختلف است. آنچه تاکنون از خدمات متقابل هیات و تلویزیون مطرح شده است، عمدتاً از سمت تلویزیون به هیات بوده. تلویزیون هیات را همان‌طوری‌که بوده در رسانه بازتاب داده، یعنى با کمترین ویراست روى آنتن پخش کرده است. هیات رزمندگان به‌عنوان پیشرفته‌ترین هیات در این زمینه توانسته سن را به جای منبر بیاورد و این جزء ویراست‌هاىی است که از سمت رسانه اتفاق افتاده است. پس ما خدمات متقابلى نمى‌بینیم؛ چراکه بیشتر از سمت تلویزیون این اتفاق افتاده است. اما حالا در حسینیه معلى برعکس این اتفاق در حال رخ دادن است. در حال حاضر تلویزیون است که دارد با استفاده از عناصر هیاتى برای ساخت برنامه‌هاى خودش استفاده می‌کند. ما به خدمات متقابل دین رسانه‌اى و رسانه دینى قائل هستیم. در دوره‌اى مصرف تلویزیون برای هیات و روحانیت بدون در نظر داشتن اقل عناصر زیبایی‌شناسى افراط شده است. برای مثال نماز مرجع تقلید از رسانه ملی پخش می‌شود یا اصلاً لزومى ندارد که بیانات مرجع تقلیدى بعد از افطار پخش شود.»
در ادامه، جعفرى با تعریف خاطره‌اى از حاج آقا قرائى سخنش را تمام کرد: «چون آقای قرائى اطلاع داشتند که من دکترای ارتباطات دارم از من خواستند که نظرم را درباره ایشان بدهم. از نظر من، به جهت قدمت و سعه برنامه تلویزیون آقای قرائى یک رقیب در جهان دارىد به اسم «پت رابرتسون». این شخص بعد از یک دوره‌اى خودش را در دین کشیش‌هاى تلویزیونى بازتولید کرد. آنها از منبا کشیش تلویزیون حساب می‌شوند، یعنى سنت‌هاى مذهبى را به‌منظور حضور در تلویزیون طى کرده‌اند. ما در تلویزیون این را نداریم، اما فضای مجازى به این درجه رسیده است. فردى مانند حسن آقامیرى، اساساً یک شخصیت رسانه‌اى است و مسائل دینى در این فرد کمرنگ‌تر از بعد رسانه‌اى اوست.»

گزارش



عاطفه جعفرى خبرنگارگروه فرهنگ

انگار اسم آژانس ادبى دیگر فراموش مان شده و همین چند آژانسى که در حال فعالیت هستند، خودشان مسیر را تعیین کرده‌اند و کج‌دار و مریز کارشان را پیش می‌برند، اما حالا خبر رسیده که قرار است سازوکارى برای آژانس‌هاى ادبى باه گفته معاون فرهنگى وزارت ارشاد، کارگزارهاى فرهنگى جیده شود که می‌تواند امید را در دل‌شان بیشتر کند که بتوانند کتاب‌ها را راحت‌تر به آن طرف مرزها برسانند. نشست خبرى صدور مجوز کارگزارى‌هاى ادبى روز گذشته با حضور یاسر احمدوند، معاون فرهنگى وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامى و اسماعیل جانعلی‌پور، رئیس اداره مجامع و تشکل‌هاى فرهنگى وزارت ارشاد در معاونت فرهنگى وزارت ارشاد برگزار شد.

اعلام‌صدورمجوزبى‌اركارگزاران ادبى در قالب موسسات فرهنگى تک‌منظوره

اسماعیل جانعلی‌پور، رئیس اداره مجامع در این نشست در سخنانى با توجه به زیرساخت‌هاى حوزه فرهنگ و کمک‌به بخش‌هاى مختلف بانقش‌آفرینى جدى‌تر حوزه فرهنگى، گفت: «در این زمینه فعالیت معاونت فرهنگى باید به نوعى توجه به همه مساحت فرهنگ باشد؛ از حوزه تولید کاغذ تا تولید کتاب و ترویج آن. در مجموعه زنجیره نشر باید اتفاق دیگری برای تولیدات مکتوب رخ بدهد، که اداره کل مجامع تشکل‌ها و فعالیت‌هاى فرهنگى پوشش دهنده این توقع از حوزه فرهنگى است. اداره کل ما اداره‌تعریف‌برخى عملیات در حوزه صنوف فرهنگى است که با صنوف مختلف همکاری و هماهنگى کنیم. این نشست برای اعلام‌صـور مجوز برای کارگزاران ادبى

در قالب موسسات فرهنگى تک‌منظوره برگزار شده است.»

جانعلی‌پور با اشاره به برگزاری جلسات مشاوره با چند انجمن از جمله انجمن حوزه نشر و دارندگان آژانس‌هاى ادبى در تهران و شهرهاى دیگر گفت: «هدف ما قانون‌مند شدن فعالیت‌ها و اقدامات انجام‌شده در این حوزه است؛ در این بخش افرادی که مجوز کارگزارى خود را از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامى دریافت می‌کنند، می‌توانند از خدماتى مثل معافیت مالیاتی متناسب با حوزه‌هاى خودشان و برخى حمایت‌هاىی که ارشاد بیش از این به فعالان این حوزه ارائه می‌داد، بهره‌مند شوند.»

قابلیت آژانس و کارگزاران ادبى در دنیا

یاسر احمدوند، معاون فرهنگى وزارت ارشاد نیز با بیان این مطلب که کارگزارى ادبى، آژانس ادبى یا بنگاه ادبى یکى از گونه‌هاى مهم حوزه نشر در دنیاست که در کشور ما تعریف حقوقى مشخصى برای آن وجود ندارد، گفت: «برخى تحت این عنوان فعالیت می‌کردند که عمدتاً فعالیت‌شان معطوف به حضور در نمایشگاه‌هاى خارجى و متصل کردن نشر ایران با بازارهاى نشر و توزیع در کشورهاى دیگر، یا ایجاد ارتباط بین ناشران و نویسندگان خارجى با ناشران ایرانی بود. در ذهن و حافظه مخاطب فرهنگى تعریف آژانس ادبى این است که مجموعه ارتباط ناشران و نویسندگان با خارج از کشور و بالعکس را فراهم می‌کند. اما قابلیت آژانس و کارگزاران ادبى در دنیا فراتر از این است.»

استفاده تجارى و فرآورى محتوا در قالب‌هاى مختلف

از نظر احمدوند ایجاد ارتباط و رابطه و تنظیم قرارداد بین پدیدآورندگان و ناشران و مسائل مختلف حقوقى و مالی از وظایف کارگزاران ادبى است، یعنى نویسنده و پدیدآورنده با کارگزار ادبى طرف می‌شود، طبق یک قرارداد مشخص

اثر خود را به کارگزار می‌دهد و او با ناشران و تولیدکنندگان محصولات فرهنگى، تولیدکنندگان آثار نمایشى و تولیدکنندگان آثار هنرى، همچنین مترجمان و آژانس‌هاى تبلیغاتی با توافق صاحب اثر برای بهره‌برداری به توافق می‌رسد. در حقیقت کارگزارى ادبى مجموعه توانمندى است که از محتوای تولید‌شده توسط پدیدآورنده استفاده می‌کند برای حداکثر استفاده تجارى و فرآورى محتوا در قالب‌هاى مختلف. این مجموعه‌ها باید توانمندى‌هاى حقوقى، آموزشى، تبلیغاتی و توان سرمایه‌گذاری داشته باشند تا از یک محتوا بهره‌هاى مختلفی بگیرند. در صنعت نشر ما چنین مجموعه‌هاىی وجود ندارند که چنین خدماتى ارائه دهند. آن چیزی که به نام آژانس‌هاى ادبى شناخته می‌شوند عمدتاً ارتباط نشر ما را خارج از کشور فراهم می‌کنند. در این زمینه هم برای ساماندهى افرادی که اکنون فعالیت دارند و پشتیبانى بهتر از آنها و هم برای نظم و ساماندهى بهتر تولید محتوا در معاونت فرهنگى تصمیم گرفته شد این موسسات رسماً مجوز کارگزارى ادبى دریافت کنند تا فعالیت خود را انجام دهند.

بهره‌مندی از معافیت‌هاى بیمه و مالیات

معاون فرهنگى وزیر ارشاد گفت: «بازار محتوای کشور ما بازار سنتى است و علاقه به سرمایه‌گذاری در آن پایین است. بازار ۱۲ هزار میلیارد تومانی نشر اما ارزشش را دارد و بسیاری از این محصولات مى‌توانند تبدیل به محصولات دیگر شود، که البته معمولاً بهره‌اش به پدیدآورنده نمى‌رسد. چون ساز و کار حقوقى و قانونى برایش نیست. اگر این نظام درست طراحی شود، عده‌اى علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری هستند. همچنین حضور جدى و رسمى در نمایشگاه، کمک برای تولید آثار دیگر در وزارتخانه، اتصال به همه مجموعه‌ها و بهره‌مندی از معافیت‌هاى بیمه و مالیات از دیگر اقداماتی است که برای این کارگزارى‌ها در نظر گرفته‌ایم.