

شنبه‌های چالشی صبا؛ تریبونی آزاد برای اهالی فرهنگ و هنر

سهم رسانه ملی از ترویج فرهنگ کتابخوانی چیست؟

سمیه خاتون
گفت و گو

صبا در پرونده چالشی این هفته خود به سراغ موضوع کتاب و کتابخوانی رفته است. در جوامع امروزه کتابخوانی و میزان گرایش به مطالعه، یکی از شاخص‌های توسعه به شمار می‌رود و بررسی‌ها نشان می‌دهد مطالعه و کتابخوانی وضعیت مطلوبی در ایران ندارد و عمدتاً مردم ایران از خرید و یا مطالعه کتاب گریزانند و اقدامات لازم و جدی جهت ترویج و اشاعه فرهنگ مطالعه صورت نگرفته است. لذا در این زمینه کشور ما به شدت نیازمند تبلیغات و اطلاع‌رسانی و در مجموع فرهنگ‌سازی است که در این راستا نقش رسانه‌ها بسیار موثر و پررنگ خواهد بود. صدا و سیما در کشور ما یکی از نهادهای تأثیرگذار در جامعه‌پذیری مردم است و با قدرت و فراگیری‌ای که دارد یک قطب فرهنگ ساز در کشور به حساب می‌آید. با این حال سوالی که پیش می‌آید این است که رسانه ملی در مقاطع مختلف و خصوصاً در مدیریت فعلی تا چه اندازه اهتمام ورزیده است، تا مراجعه عموم مردم به کتابفروشی‌ها و کتابخانه‌ها بیشتر شود؟ خبرنگار صبا با طرح این سوال به سراغ مسئولان و صاحب‌نظرانی در این حوزه رفته است؛ در ادامه با پاسخ کارشناسان، همراه صبا باشید.

**سمیه حسن نژاد (کارشناس ارشد ارتباطات، دبیر
خبرگزاری کتاب ایران)**

از یک ایده در کتاب می‌توانیم به ثروت برسیم

وقتی ما می‌خواهیم به مقوله معرفی کتاب و معرفی آن از رسانه ملی بپردازیم، مسلماً صحبت از میزان و کمیت برنامه‌های تولیدی تلویزیون با موضوع کتاب نیست، بلکه صحبت از کیفیت محتوایی است که در طول این سالها ارائه شده است. در مجموع رویکرد تلویزیون و آنچه که تا به حال اتفاق افتاده است برای ناشران و صنعت نشر از کیفیت مطلوبی برخوردار نبوده، چرا که عموماً این برنامه‌ها کارشناسی شده نبوده‌اند و به همین دلیل تأثیر آن نیز در صنعت نشر برای ناشران مشهود نیست. اساساً برای ما مشخص نیست این مطالب و محتواها با چه معیارهایی تولید شده است؟ آیا در تولید این برنامه‌ها از مشورت کارشناسان تبلیغات کتاب و ایده‌های ناشران و کتابفروشان استفاده شده است یا خیر؟ به زعم ما فعالان در حوزه کتاب، کتابفروش، آخرین حلقه اتصال نشر و مردم است و تا وقتی که کتابفروش زنده باشد جریان نشر نیز حیات دارد. به دلیل همین ارتباط مستقیم که صنف کتاب فروش با مردم دارد، ایده‌ها و نکته‌های بسیار مثمر ثمری را همواره عنوان می‌کنند و یا ناشران کاملاً بر این قضیه واقف هستند که کدام قسمت از محتوای کتاب می‌تواند طیف وسیعی از مخاطبان را جذب کند تا آن را در تبلیغات کتاب به کار برد. متأسفانه تلویزیون در دوره‌های اخیر بیشتر رویکردی سیاسی و ورزشی را اتخاذ کرده است و عمده برنامه‌های تلویزیونی با موضوعات سیاسی و یاورشی هستند. در حالی که یکی از بازوهایی که می‌تواند رسانه مطالعه کشور را دراز مدت بالا ببرد، قطعاً تلویزیون و رسانه است. دو سریال زخم کاری و سریال یاغی که از شبکه نمایش خانگی پخش شد که هر دو اقتباسی بودند، تأثیر پخش این سریال‌ها کاملاً در بازار نشر مشهود بود. یعنی مخاطب بعد از آنکه فیلم را می‌دید لزوم و نیاز به خوانش نسخه مکتوب را حس کرده بود و به کتابفروشی‌ها مراجعه کرده بود. در دنیا، خصوصاً در آمریکا کتاب باعث تولید ثروت می‌شود، اگر نگاهی به تاریخ انتشار کتاب‌های

مصورى چون تن تن داشته باشیم، این کتاب علاوه بر آنکه در همان چاپ اول میلیون‌ها نسخه ارائه کرد، پس از آن هم به عنوان یک کاراکتر انیمیشنی به جامعه تزریق شد و از آن مسیر هم میلیون‌ها دلار سود کرد، پس از آن به صنایع دیگری چون طراحی لباس، عروسک‌سازی و ... نیز راه یافت. بدین شکل است که در آمریکا و اروپا از ایده یک کتاب باعث تولید ثروت می‌شود. در نهایت، برای اینکه شاهد نتایج عینی بهتر در رسانه مطالعه کشور و رجوع مردم به کتابفروشی باشیم باید نگاه تشریفاتی به مقوله کتاب را از بین ببریم و با سیاست‌گذاری حلقه اتصال تعاملی میان صنایع نشر، فعالان حوزه کتاب و رسانه ملی ایجاد کنیم، تا این بازوها با کمک به یکدیگر بتوانند مشکل کتابخوانی در کشور را حل کنند.

**احسان عباسلو (پژوهشگر و نویسنده):
عملکرد رسانه ملی بیشتر شبیه به پر کردن
یک گزارش کار است!**

نقش رسانه ملی انصافاً در ترویج و فرهنگ کتابخوانی در کشور بسیار کم‌رنگ بوده است. البته گاه برنامه‌هایی تولید شده است، اما این برنامه‌ها عموماً از کیفیت مطلوبی برخوردار نیستند و یا زمان پخش مناسبی به آنان اختصاص نیافته؛ به نظر من برای تأثیرگذاری بیشتر رسانه ملی باید روی زمان‌بندی و پخش آیت‌های مرتبط با کتاب تجدید نظر کنند، به این شکل که زمان آیت‌ها را کوتاه‌تر کنند و به صورت پراکنده در طول روز چندین بار آنها پخش کنند یعنی به جای اینکه یک ساعت را به برنامه‌ای با موضوع کتاب به صورت مشخص اختصاص دهد. به پخش آیت‌های کوتاه به صورت پراکنده در طول روز روی بیاورند که قطعاً کارایی و تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت، آن هم نه در شبکه‌های مشخصی مانند شبکه دانایی و... بلکه از تمام شبکه‌های دیگر که مخاطبان عام بیشتری دارند. البته که ما نمی‌خواهیم عنوان کنیم که صدا و سیما در این زمینه کاری نکرده است اما آنچه که از این عملکرد برای ما روشن شده بیشتر شبیه به پر کردن یک گزارش کاری است، نه

یک کار فنی و مدیریت شده با برنامه‌ریزی مشخص که به نتیجه‌میدانی و نهایی برسد. اگر آیت‌های معرفی کتاب مانند پیام‌های بازرگانی پر تکرار و کوتاه در طول روز پخش شود مخاطب ناگزیر با این محتوا مواجه خواهد شد و احتمالاً برایش انگیزه ایجاد خواهد کرد که کتاب را تهیه کند و بخواند. خصوصاً در مقوله کتاب باید به این نکته توجه داشت که در امر ترویج کتابخوانی ما نباید به دنبال مخاطب خاص باشیم که به صورت ارادی و تصمیمی در ساعتی مشخص پای برنامه بنشینند چرا که این دنبال کنندگان، مخاطبان تخصصی حوزه کتاب هستند و هدف گذاری باید جذب مخاطب عام باشد، چرا که حیات بازار نشر تنها با استقبال مخاطب عام تضمین خواهد شد. علاوه بر آن تدبیرهای زیادی نیز می‌توان در حوزه کتاب اندیشید مانند تورسم ادبی، که یکی از زیر شاخه‌هایش اقتباس است. همچنین در تورسم ادبی، به زیر شاخه‌هایی دیگری چون لوکیشن‌هایی خاص، خانه نویسندگان و ... که می‌توانند به عنوان محل توریستی در نظر گرفته شود نیز باید توجه کرد. مانند خانه آن شرلی و روستای آن که حالا تبدیل به یک منطقه توریستی شده است. به طور مثال در این حوزه نیز ما کتابی به نام عزاداران بیل از غلامحسین ساعدی داریم. که انتظار می‌رود این تدابیر در این حوزه اندیشیده و به کار گرفته شود. برای تحقق این مناسبات لازم است که مسئولین از مشاوران زبده در زمینه کتاب و ارتباطات استفاده کنند، تا فرهنگ کتابخوانی در جامعه ترویج داده شود.

**منصور واعظی (دبیر کل سابق نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور):
این موضوع مسئله یک دستگاه یا دو دستگاه دولتی نیست!**
امر کتابخوانی موضوع بسیار مهم و تأثیرگذار در فرهنگ عمومی است و نقش آن کاملاً در منظومه رفتارهای فرهنگی یک جامعه مشهود است. جوامعی که مردم کتابخوان تری دارد در مجموع جوامع فرهیخته‌تر و اندیشمندتری هستند و کمتر از طرف جوامع دیگر مورد استثمار و استعمار قرار می‌گیرند. اساساً جامعه‌ای که افراش، کتابخوان هستند با جامعه که افراش به دنبال رسانه‌های