



یاد تونه...؟ اردیبهشت امسال  
نمایشگاه بین المللی کتاب مانند  
ادوار خیلی گذشته خود در  
تهران برپا شد و با استقبال خوبی  
هم مواجه شد.

## چگونه یک سازمان کتابخوان و کارکنان اهل مطالعه داشته باشیم؟

حالا که نمایشگاه بین المللی کتاب تهران (یا طهران) امسال با استقبال دهشتناک (از طرف خوبش) روبه رو شد، اگر فکر کردید که شما هم حرکتی در راستای کتابخوان کردن سازمان و کارکنان خود داشته باشید و پزی



بهروز غوبادیپور

بدهید و مدرکش را قاب کنید، بزیند توی سایت سازمان، کور... کوره راه را انتخاب کرده‌اید. به جای هرکاری، این متن را بخوانید. قبل از اینکه این متن را بخوانید هم سنگ‌هایمان را واکنیم. باید بگویم که اصلا به تأسیس یا توسعه کتابخانه و اضافه کردن کتاب به سبد رفاه کارکنان و تشویق و ترغیب کارکنان از طریق برنامه‌های فرهنگ سازمانی و حتی انگیزه دادن به آن‌ها برای شرکت در نمایشگاه کتاب، فکر هم نکنید. چرا؟ چرا ندارد. اظهر من الشمس است که این روش‌ها قدیمی شده و بیخیال. شما که نمی‌خواهید واقعا سازمانتان را کتابخوان کنید؟! می‌خواهید؟! معلوم است که نمی‌خواهید. پس همین راه حل‌های ما را بخوانید و گواهینامه سازمان کتابخوان برتر را بگیریید بچسبانید به هرکجا بایان که می‌خواهید.

۱. به همه کارکنان اعلام کنید که با تأیید مدیریت محترم و موافقت هیئت مدیره محترم و ابلاغ مدیریت محترم واحدها و کلیه رؤسا و بستگان و آشنایان؛ همه کارکنان (روی همه تأکید کنید و کلمه همه را درشت‌تر بنویسید)، بله همه کارکنان می‌توانند از یک ساعت و نیم مأموریت اداری برای بازدید از نمایشگاه کتاب تهران استفاده کنند. اگر سازمانتان در شهرهای دیگر است، این مدت را به دوساعت افزایش دهید.

۲. به کارگزینی بسپارید هرکه خواست از این یک ساعت و نیم استفاده کند، فقط می‌تواند بین ساعت ۱۱ تا ۱۲ و نیم باشد و قبل و بعد از آن هم نمی‌تواند مرخصی بگیرد.

۳. به غذاخوری اعلام کنید هرکه ناهار نیامد، تا سه روز به او ناهار ندهند. حتی با پرداخت پولش!

۴. طوری برنامه‌ریزی کنید که اطلاعیه فوق‌الذکر، روز آخر نمایشگاه کتاب به دست کارکنان برسد.

۵. یک لیست از ناشرانی که اول اسمشان با قاف شروع می‌شود تهیه و اعلام کنید با هماهنگی انجام شده، کارکنان می‌توانند از این ناشران با تخفیف ویژه نیم درصد کتاب بخرند.

اگر کسی واقعا سراغ یکی از این ناشران رفت و تخفیف نداشت، بگویید اسم آن ناشر در لیست شما اشتباه تایپی بوده یا بگویید قبلا همکاران به غرغه ناشر مذکور هجوم برده و همه تخفیف‌هایش را برده‌اند و نُج‌نُج کنید.

۶. آدرس سایت اینترنتی نمایشگاه کتاب را درون سازمان بلاک کنید.

۷. یک جایی را که در داشته باشد در سازمان مشخص کنید و به عنوان کتابخانه افتتاح کنید. دقت کنید که حتما قفل و کلیدش گم شده باشد.

## + مواد لازم برای یک سریال جذاب در شبکه خانگی

# افکت‌ساز مقدار لازم

اشکالی دارد مخاطب شاهد جزئیات سوختن فجیع یک جاندار باشد؟

۴- لوکیشن جذاب داشته باشید: شما باید نوآوری داشته باشید. سراغ لوکیشن‌های ساده نروید، این چیزهای معمولی را که مخاطب هر روز خدا می‌بیند. به او چیزی را نشان بدهید که در زندگی‌اش نمی‌تواند ببیند؛ مثلا خانه‌های بالای زعفرانیه یا قصرهایی در دل شهر. این طوری باعث تخلیه روانی مخاطب شده‌اید و خودبه‌خود همه سراغ کارهای شما می‌روند. حالا ممکن است بد و بیراه هم بگویند، که بگویند. پشت سر آدم‌های موفق حرف و حدیث زیاد است. بازیگر طفلی را هم در همین خیابان‌های معمولی راه نبرید؛ زشت است، یک وقت مخاطب می‌بیند و فکر می‌کند بازیگر یکی مثل خود اوست. حالا کی می‌خواهد جواب توقعاتش را بدهد؟ بروید بالاتر، جایی که هر آدمی راره نمی‌دهند.

۵- حواشی جذاب داشته باشید: روی تبلیغاتتان خیلی سرمایه‌گذاری کنید. بالاخره عصر رسانه است دیگر؛ فیلمی هم که تبلیغ نداشته باشد فروش نمی‌رود و چک بازیگرها هم پاس نمی‌شود و اجاره دماغ فیل هم که خیلی گران است. ایده‌های نو بدهید؛ مثلا برای فیلم جنایی‌تان یک ماکت جنازه خونین و مالین بسازید و بگذارید وسط میدان شهر. اینجوری مردم هر روز مشتاق دیدن اثر فاخر شما هستند. یا اگر دیدید مخاطب سری اول سریال‌تان را دوست داشت، ایده‌اش را تا ۷ سری جلوتر بدهید. کلا برای مخاطب از هیچی کم نگذارید، چون حیات و ممات حرفه‌ای شما بستگی به جیب آن‌ها دارد. یادتان باشد که مخاطب هنوز دوست دارد نقش اصلی در صحنه‌های حساس بیاید و همه دشمنانش را بزند، حتی اگر مرده باشد!

-داستان جذاب داشته باشید: یک داستان خوب یک داستان پیچیده است. بزرگ‌ترین مسئله بشر را شناسایی کنید؛

حالا برایش داستانی نمادین بنویسید و مدام مخاطبتان را غافلگیر کنید. یادتان باشد که تقابل سنت و مدرنیته همیشه جواب می‌دهد. گره پشت گره ببندازید، تا جایی که خودتان هم مسئله اصلی یادتان برود. یادتان نرود، هر چه مخاطب گیج‌تر، کلاس کار بالاتر.

۲- بازیگرهای جذاب داشته باشید: بروید سراغ اسم‌های دهان پرکن. از سوپرستارها شروع کنید و برسید به قدیمی‌ها. اگر کسی گفت این نقش به فلان بازیگر نمی‌آید، بزیند توی دهنش. شما کارگردانید و اصلا باید کاری کنید نقش به زور به بازیگر بیاید. اگر بازیگر خردسال هم احتیاج داشتید، پی غریبه نروید. چه کاری است؟! خب حتما بازیگر مناسب بین بچه‌های همکاران پیدا می‌شود. فوق‌فوقش دیالوگ نمی‌گوید، یا فقط ذوق می‌کند و توی فروشگاه برای خودش خرید می‌کند. حتی المقذور دختر باشد، بهتر است.

۳- کارگردانی جذاب داشته باشید: سبک ویژه خودتان را داشته باشید. اگر این سبک را از کسی تقلید کرده‌اید هیچ اشکالی ندارد؛ اما حواستان باشد کم‌کاری نکنید. یا همه همه‌اش را تقلید کنید، یا دست به ترکیب برنده نزنید. مثلا اگر در نمونه خارجی، یک گلدان را در بغل مجری گذاشته بودند که حرف می‌زد، شما هم همین کار را بکنید. شاید شما نفهمید چرا اینکار را می‌کنید، ولی مخاطب حتما می‌فهمد که شما خیلی می‌فهمید. از افکت‌های جذاب استفاده کنید. نماهای خاص بگیرید. از تصاویر کمتر دیده شده طبیعی استفاده کنید؛ مثلا چه



بهروز غوبادیپور