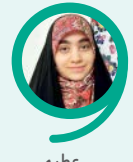


## افتتاح شهر کتابی برای نوجوان



عطیه آزادی طلب

چهارشنبه نهم تیرماه در یک روز گرم تابستانی، افتتاحیه ای در قلب بورس کتاب تهران رخ داد. این مراسم با رویدادهای شیک و مجلسی که هرروز یک گوشه از کشور برگزار می شود فرق اساسی داشت. وقتی که پای نوجوان وسط باشد قطع به یقین یک جای شلوغ و پر از شور و انرژی را تصور می کنید، و حتما اگر اسام کتابفروشی تخصصی برای نوجوان به

میان بیاید، بی گمان خود هم سن و سالان ما و فعالان این حوزه از آن استقبال می کنند.

بعد از انتخاباتی که پای تعداد زیادی از نوجوان های کشور را به مسائل سرنوشت ساز باز کرد، اکنون اولین اتفاق مثبت در حوزه کتاب نوجوان در میان بازار نایب سامان ادبیات نوجوان اتفاق افتاد.

برای نخستین بار در کشور اولین فروشگاه تخصصی نوجوان یا کتاب شهر نوجوان با مدیریت جمعی از دغدغه مندان این نسل در خیابان ۱۲ فروردین تأسیس شد. همین خبر برای شلوغ شدن دو طبقه این فروشگاه کافی بود تا برای بار دیگر هشتادی ها از هر جنسی به همراه دغدغه مندان این حوزه در این مکان جمع شوند؛ از حضور بازیگران سرشناس فیلم منطقه پرواز ممنوع گرفته تا رونمایی از یازدهمین جلد کتاب مصور نوجوان به نام مجموعه های امیر علی، همه و همه به جذابیت های این مراسم اضافه کردند.

گرچه شرایط کرونایی اوضاع را بر همه سخت کرده بود، اما مدیران و مجریان این مجموعه سعی کردند با رعایت تمام پروتکل های بهداشتی ضمن حفظ جذابیت مراسم افتتاحیه، سلامت مهمانان را نیز مورد توجه قرار دهند.

## گپ و گفت

پای صحبت های علی محمد اسماعیلی نشستیم و از جزئیات افتتاح کتاب شهر نوجوان شنیدیم

## اینجا را نوجوانان می چرخانند!



امیرحسین علی نیافرد

این روزها که شعله بازار کتاب بین نوجوانان کم نور شده و اصولا گشت و گذار در فضای مجازی و حتی مطالعه به روش موبایلی راحت تر است هفته گذشته شاهد افتتاح کتاب شهری با محوریت محصولات نوجوان بودیم. فروشگاه هایی که حتی به دست خود نوجوان ها هم اداره می شود. با مدیر مجموعه حرف زده ایم.

چطور شد که تصمیم گرفتید مکانی را به طور اختصاصی برای نوجوان ها افتتاح کنید؟

خب راستش ما در این حوزه خلأهایی را احساس می کردیم. چون در فروشگاه های فرهنگی معمولا محصولات کودک و نوجوان باهم عرضه می شود و به همین علت وزن کار بیشتر به سمت کودک می رود و توجه به بحث نوجوان کمتر می شود. برای همین تصمیم گرفتیم این فروشگاه که هم تخصصی است و هم در تهران مرکزیت دارد، راه اندازی کنیم. در این سال ها محتوای تولیدات ناشران ما به سمتی رفته که بتوانیم بسته کاملی را در حوزه نوجوان ارائه

بدهیم و تصمیم داریم اینجا علاوه بر محلی توزیع محصولات فرهنگی، تبدیل به پاتوق نوجوان ها هم بشود. یعنی این مکان هم توسط نوجوان ها اداره شود و هم مخصوص نوجوان ها باشد.

شما برای تأسیس کتاب شهر که فقط روی

نوجوان ها تمرکز کرده با سختی و مشکلاتی هم روبه رو شدید؟ بله چون ما اصرار داشتیم حتما فروشگاه محصولات داشته باشد که محتوای سالم و فاخر توزیع کند. این موضوع باعث محدودیت می شد. شما وقتی یک موضوع تخصصی انتخاب می کنید طبیعتا به لحاظ محتوایی نباید از این چارچوب خارج شوید و ناچارید تخصصی بودنش را حفظ کنید. برای رسیدن به این هدف جست و جوی بیشتری برای پیدا کردن محصولات نیاز داشتیم.

پیام مستقیم به بچه های دهه هشتادی؟

امثال این اتفاقات فرهنگی در کشور نسبت به گذشته کمی بیشتر شده است. برای این که از لحاظ فرهنگی و محتوایی نوجوان ها تغذیه بشوند، توصیه ما این است حتما به فروشگاه های فرهنگی سر بزنند و از مشاوره کارشناسان برای پیدا کردن و رسیدن به انتخاب های درست، استفاده کنند.

گفتید اینجا قرار است با کمک خود نوجوان ها اداره شود. این کار به چه شکل صورت خواهد گرفت؟

نوجوانانی که به کمک و حضور در کتاب شهر مخصوص خودشان علاقه دارند، می توانند اعلام کنند و درخواست بدهند. همکاری بچه ها هم می تواند به صورت ثابت، هم افتخاری یا حتی پاره وقت باشد، چون نوجوان ها درگیر درس هم هستند و شاید حتی بخواهند فقط این کار را صرفا تجربه کنند. هدف ما هم بیشتر تجربه کردن نوجوان ها است ولی در آخر هدیه ای هم به آنها برای کار در کتاب شهر در نظر گرفته می شود.



## یک ذهن و هزاران کوچه!

زندگی امروز ما با رسانه ها گره خورده و لحظه به لحظه در حال استفاده از آنها

امیرحسین مرزبان  
مدال آور المپید  
سواد رسانه ای



هستیم. معمولا ما در تمامی شرایط برای رفع نیاز خود به سوی رسانه ها حرکت می کنیم. چه زمانی که می خواهیم از اخبار مطلع شویم و چه زمانی که می خواهیم اوقات فراغت خود را سپری کنیم به استفاده از رسانه روی می آوریم.

رسانه ها انواع مختلفی دارند و ما براساس نیازهایمان در زمان های مختلف انتخاب می کنیم تا از کدام رسانه به چه شکل استفاده کنیم. رسانه های مختلف تاثیراتی متفاوت بر ذهن ما دارند و اگر ما از این تفاوت ها آگاه باشیم می توانیم استفاده بهتر و درست تری از آنها داشته باشیم.

این هفته هم مثال هایی از تاثیر رسانه های مکتوب و تصویری را با هم بررسی می کنیم. رسانه های مکتوب مسائل را عمیق تر از رسانه های صوتی و تصویری مطرح می کنند؛ برای مثال خیلی اوقات اخبار به طور خلاصه و با تیتروهای کوتاه از رادیو و تلویزیون پخش می شوند و ما از تمام لایه های آن مطلع نمی شویم اما روزنامه ها با جزئیات بیشتری به تحلیل اخبار می پردازند و سعی می کنند بررسی جامع تری داشته باشند. این موضوع باعث می شود اطلاعاتی که از طریق این رسانه های مکتوب به دست ما می رسد مانایی بیشتری در ذهن ما داشته باشد.

اگر بخوایم کمی کلی تر به این موضوع نگاه کنیم متوجه می شویم که رسانه های مکتوب قوه تحلیل و تفکر ما را بیشتر به کار می گیرند؛ این در حالی اتفاق می افتد که رسانه های تصویری و تاحدودی رسانه های صوتی اجازه تحلیل و بررسی موضوع را به ذهن ما نمی دهند و با سرعت بیشتری به مطالب می پردازند در صورتی بر ناخود آگاه ما تاثیر می گذارند و به گوشه هایی فراموش شده از ذهن می نشینند که گاهی خود ما تا مدت ها متوجه آن نمی شویم.

رسانه های مکتوب اجازه تخیل بیشتری به مخاطب می دهند؛ خیلی اوقات تصویر ذهنی شما از شخصیت های یک داستان با تصویر ذهنی فرد دیگری که همان داستان را خوانده تفاوت های بسیاری دارد. این یعنی رسانه های مکتوب وقت بیشتری برای تخیل و فکر کردن به شما می دهند در صورتی که رسانه های تصویری معمولا ذهن مخاطب را محدودتر می کنند.

همیشه باید به خود یادآوری کنیم رسانه ها می توانند بر سبک زندگی ما تاثیرات متفاوتی بگذارند و ما باید با آگاهی بیشتری نسبت به استفاده از رسانه های مختلف تاثیرات آنها را کمی بیشتر کنترل کنیم.

