

„A NAGY KÖNYV”

műsor-, akció- és mozgalomterv

A Nagy Könyv mozgalom

A Nagy Könyv a 2003-ban Nagy-Britannia-szerte óriási sikert aratott BBC-műsor, valamint a rá épülő olvasó-mozgalom, a *The Big Read* magyar változata. Az ötlet sikerét igazolja, hogy idén októberben a ZDF is útnak indította a német változatot, *Unsere Besten - Das grosse Lesen* címen.

A 2005-re tervezett magyar változat fő vonalaiban követi a külföldi példát, ám alkalmazkodik a honi viszonyokhoz, a magyar kultúra hagyományaihoz és méreteihez.

Az első gyakorlati lépés már megtörtént: az MTV megvásárolta a BBC-műsor licencét.

A televízió segítségével animált mozgalom célja, hogy a nézőket „visszavezesse” a könyvek világához. Lényegében olyan olvasó-mozgalomról van szó, amely korunk minden technikai eszközét (televízió, rádió, mobiltelefon, Internet) és kommunikációs stratégiáját egy cél érdekében összpontosítja.

Az időzítés a tervek szerint követi a három legnagyobb könyves esemény, az áprilisi Könyvfesztivál, a júniusi Könyvhét, a decemberi Karácsonyi Könyvvásár menetrendjét.

A műsorfolyam március közepi beharangozását követően a tévénézőket, rádióhallgatókat, újságolvasókat szavazásra szólítjuk fel: nevezzék meg kedvenc külföldi és kedvenc magyar regényüket. A szavazás módja változatos: a könyvesboltokban, iskolákban, könyvtárakban, színházakban, művelődési intézményekben, éttermekben, szórakozóhelyeken elhelyezett, ingyenesen beküldhető ún. „bumeráng” szavazólapok, és az internetes honlap egyaránt rendelkezésre áll.

Az első hullám eredménye az összesített 100-as lista: *Magyarország 100 kedvenc könyve*. A másodiké az 50-es lista. A harmadiké a „*A Legjobb Tizenkettő*”. Ez utóbbi két alkalommal a nézők az élő műsor alatti sms és telefonszavazás segítségével fejezhetik ki véleményüket.

A Nagy Könyv gerince a legjobb tizenkét regényből/regényről készülő, ősszel képernyőre kerülő irodalmi kampányfilm sorozat. „*A Legjobb Tizenkettőbe*” jutott regényeket egy-egy közismert személy képviseli: neki kell meggyőznie a nézőket arról, hogy az általa képviselt mű a „legjobb”.

A játékfilmes eszközöket, dramatikus elemeket is tartalmazó 26 perces alkotások létrehozásához filmrendezőket, reklám- és kommunikációs szakembereket hívunk segítségül - mindazokat, akik egy sikeres kampány megvalósításához szükségesek lehetnek. Így végül nem csak egy ember és egy-egy regény, hanem komplett alkotói csapatok is versenyeznek egymással, és a nézők szavazataiért.

A tavaszi, bevezető stúdióműsorokat követően a „kampányfilmek” októbertől decemberig főműsoridőben kerülnek képernyőre. Karácsony előtt zajlik a döntő, „a könyvek csatája” ahol a négy legtöbb voksot kapott regény mérkőzik a győzelemért - a műveket támogató kampánycsapatok megvívják a nézők szavazataiért.

A Nagy Könyv projekt

A mozgalom csak a többi média szerepvállalásával, a minisztériumok, a szakmai szervezetek és az együttműködő partnerek szakmai és pénzügyi támogatásával lehet sikeres.

A projekten belül a műsorkészítéssel kapcsolatos feladatokat a Magyar Televízió látja el, miközben a szervezési és koordinációs feladatokat egy Közhasznú Társaság (Kht.) vállalja majd magára.

A Kht. támogatói között a tervek szerint a projektben érintett szervezetek, a Magyar Televízió, a Nemzeti Kulturális Alapprogram, a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztérium, az Oktatási Minisztérium, a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülése, a Magyar Rádió és az Országos Rádió és Televízió Testület szerepelnek. A többlet pénzügyi forrásokat az érintett szervezeteken kívül szponzorok és más stratégiai partnerek biztosíthatják.

A „Nagy Könyv” Kht.

A Nagy Könyv programiroda egy minisztériumi közhasznú szervezet, a Könyvtárellátó Kht. keretein belül jön létre. A gazdasági és szakmai irányítást ez az 5-7 főt foglalkoztató szervezeti egység látja el. A programiroda működését egy Szakmai Tanácsadó Testület irányítja, melyben az érintett szervezetek képviselőin kívül más elismert szakemberek is helyet kapnak.

A Kht. feladata többek között az együttműködések kidolgozása, a támogatási szerződések megkötése, a promóció lebonyolítása (tender, szerződéskötés), az online felület megtervezése, létrehozása és működtetése, a más felületeken megjelenő tartalmak menedzselése, koordinációja, valamint a Nagy Könyv projekttel kapcsolatos mindenfajta rendezvényszervezési, közönségkapcsolati tevékenység és Help Desk funkció ellátása is.

Költségek

A projekten belül a legjelentősebb tételt, a költségek közel kétharmadát a produkciós és a promóciós kiadások jelentik. A jogok megvásárlása, az online felület kialakítása, a Kht. működtetése, valamint a bérek a költségek alig egyharmadát teszik ki. Részletes költségvetés csak a BBC-től megvásárolt „project bible” átadása után készülhet, de az előzetes kalkulációk szerint a közel másfél éves projekt ráfordításai megközelítik a másfél milliárd forintot.

Nem televíziós események és programok

Bár a projekt gerincét a televíziós műsorfolyam jelenti, számos kiegészítő eseményt is meg kell szervezni. 2005-ben a Nagy Könyv projekt lehet a könyves rendezvények legfontosabb eseménye. A szakmai szervezetekkel közösen - a BBC iránymutatásai alapján - olvasóköroket kell szervezni, a tanárok számára oktatási segédanyagokat kell készíteni, támogatni kell a könyvtárakat, és a versenyben szereplő könyvekkel kapcsolatosan műveltségi vetélkedőket kell szervezni.

A Magyar Rádió szintén fontos szerepet kapna a mozgalomban és a mozgósításban. A közösen kimunkált támogatói szerződés alapján a Művészeti Főszerkesztőség meglévő, nagy hagyományú műsoraiban folyamatosan informálná hallgatóságát a Nagy Könyv eseményeiről, valamint - részben az archívum felhasználásával - külön műsorsávot alakíthatna ki a mozgalom támogatására. A rádió a közönség egy része számára elsődleges információforrás, és másokat ér el, mint a televízió.

Célok, várható eredmények

A Nagy Könyv célja, hogy az akció országos eseménnyé nőjön, megállítsa, sőt megfordítsa a kedvezőtlen tendenciákat, és az olvasást - a kultúra megkerülhetetlen alapfeltételét - divatossá tegye

Az angol tapasztalatok szerint a könyvek iránti érdeklődés minden mérőszám szerint látványosan emelkedett. A valamennyi kulturális intézmény összefogásából született, valamennyi médiát mozgósító akció sikere az irodalom, a könyvek irányába tematizálta a sajtót, a közvéleményt. A végső listára került könyvek kölcsönzési statisztikája a könyvtárakban tízszeresére-húszszorosára emelkedett, olvasóköroek születtek az egyes művek híveiből, a brit Oktatási Minisztérium a projektet beajánlotta-bevitte a tantermekbe.

A magyar viszonyok és intézményhálózat ismeretében - feltételezve a rádió, a könyvtárak, a művelődési központok, a könyvesboltok és az iskolák aktív részvételét - az akció közösségformáló erőként is hat.

Mivel az MTV a tervek szerint a műsorsorozatot egyszerre sugározná mindkét csatornáján az M2 műholdas adása révén a Nagy Könyv a határon túli magyarság számára is aktív részvételi lehetőséget biztosít, vagyis hatása az egész magyar nyelvterületen érvényesülne.

A kultúra, az olvasás közkincs, amely a Nagy Könyv dinamizáló ereje révén minden társadalmi politikai törésvonal fölött alkothat közösségeket.