آموزش سواد رسانه‌ای به‌مثابه واکسینه کردن جامعه

سپهرغرب، گروه کافه کتاب – عطیه عسگری: دانشجو و مدرس سواد رسانه‌ای خاطرنشان کرد: مجهز کردن مردم به دانش متکی بر مهارت سواد رسانه‌ای مثل واکسینه کردن خواهد بود؛ اگر به‌موقع این اتفاق صورت بگیرد، در آینده می‌توانیم راحت‌تر از مشکلات مشابه مسئله کرونا عبور کنیم.

حال این روزهای ما تا چه اندازه وابسته به رسانه‌هاست؟ خطر ویروس کرونا به همان اندازه بوده که رسانه‌ها می‌گویند؟ درحال حاضر در یک جنگ رسانه‌ای به‌سر می‌بریم یا خیر؟ برای پیدا کردن جواب این سؤال‌ها به سراغ یک سردبیر برنامه‌های تلویزیونی رفتیم، محمدامین حسام که دانشجوی دکترای سواد رسانه‌ای است و سواد رسانه‌ای تدریس می‌کند، دبیر علمی المپیاد بین‌المللی سواد رسانه‌ای نیز هست که گفت‌وگویی با او انجام دادیم و در ادامه می‌خوانید.

از چیستی سواد رسانه‌ای و ضرورت داشتن این سواد بگویید.

اگر بخواهم از علت‌العلل سواد رسانه‌ای صحبت کنم، باید بگویم زمانی رسانه‌ها یک بخشی از زندگی ما بودند، اما درحال حاضر زندگی ما به بخشی از دنیای رسانه‌ها تبدیل شده است و به همین دلیل ما باید الفبای مواجهه با رسانه‌ها را بلد باشیم. ما همان‌طور که در زندگی روزانه با محدودیت و مشروطیت خاص طبق رژیم غذایی معین به بدنمان غذا می‌رسانیم، محدودیت از این حیث که معده ما گنجایش حجم مشخصی از مواد غذایی را دارد و مشروطیت از این بابت که به‌دلیل نیاز بدن به آن غذا می‌رسانیم، باید در مواجهه با رسانه‌ها هم یک رژیم مصرف رسانه‌ای داشته باشیم. محدودیت رژیم مصرف رسانه‌ای بسته به ظرفیت زمان، مکان و زبان ما تعریف شده و ایجاب می‌کند که بدون توقف با رسانه‌ها برخورد نکنیم، مشروطیت این رژیم مصرف هم براساس برطرف‌سازی بخشی از نیازهای ما از طریق رسانه تعریف می‌شود که مجموع این دو مقوله ما را به لزوم داشتن سواد رسانه‌ای سوق می‌دهد. در برخورد با رسانه‌ها دو نوع نگاه منفعلانه و فعالانه وجود دارد که ما موظفیم نگاه هوشمندانه و فعالانه نسبت به رسانه‌ها داشته باشیم و از این حیث سواد رسانه‌ای که ابتدا از کشورهای اروپای غربی آغاز شد، بروز و ظهور پیدا کرد. حدود پنج سالی هست که سواد رسانه‌ای به کشور ما وارد شده و حدود سه سال است که در مدارس تدریس می‌شود.

در این سه سال تدریس کتاب سواد رسانه‌ای در مدارس خروجی مفیدی داشته است؟

به نظر من ورود سواد رسانه‌ای به فهرست دروس آموزش‌وپرورش اتفاق مبارک و شروع خوبی است، اما نباید در جایگاه فعلی درجا بزنیم؛ در کشورهایی که اهتمام ویژه‌ای به سواد رسانه‌ای می‌ورزند، آشنایی با رسانه‌ها از پنج یا ۶ سالگی آغاز می‌شود و این درحالی است که در کشور ما تدریس سواد رسانه‌ای مدارس در سن ۱۵ یا ۱۶ سالگی کلید می‌خورد که نوجوانان به‌لحاظ عقلی، منطقی و ادراکی رشد و شناخت پیدا کرده‌اند و به همین علت شاید نکات درس سواد رسانه‌ای نتواند تغییر چندانی در شناخت دانش‌آموزان ایجاد کند. نکته بعدی اینکه با توجه به بازخوردهایی که از دانش‌آموزان گرفته‌ام، تجربه کلاس سواد رسانه‌ای برای آنان یا خیلی عالی و یا خیلی افتضاح بوده است و حد وسط ندارد که علت این مسئله معلم است. معلم در کلاس سواد رسانه‌ای حرف اول را می‌زند، چراکه کتاب سواد رسانه‌ای کتابی مسئله‌محور است و نه حفظ‌محور و درک این مسئله برای خود معلمان هم فرآیندی پیچیده بوده، معلمانی که با روش و دیدگاه قدیمی به تدریس سواد رسانه‌ای می‌پردازند، تعامل چندانی با دانش‌آموزان ندارند، از وسایل کمک‌آموزشی هیچ استفاده‌ای نمی‌کنند و نمی‌توانند به اهداف کتاب به میزان مطلوبی نزدیک شوند.

رویکرد رسانه را در روزهایی که اخبار ویروس کرونا زندگی مردم را تحت تأثیر قرار داده است، چگونه می‌بینید؟

در ابتدا لازم است به وجود واقعیت رسانه‌ای اشاره کنم. واقعیت اجتماعی به‌راحتی در جامعه قابل درک است و واقعیت رسانه‌ای، بازنمایی رسانه‌ای درخصوص واقعیت‌ها بوده؛ برای مثال درخصوص واقعیت اجتماعی گرانی بنزین، صداوسیمای جمهوری اسلامی و رسانه‌هایی چون بی‌بی‌سی بازنمایی‌های متفاوتی دارند. درخصوص ویروس کرونا ابتدا باید نسبت به مختصات دقیق ابعاد پیشرفت کرونا در جامعه آگاهی پیدا کرده و در مرحله بعد واقعیت رسانه‌ای آن را بررسی کنیم. تحلیل خود بنده این است که رسانه‌های داخلی خصوصاً در آغاز شیوع این بیماری بازنمایی ترس و وحشت به مردم ارائه دادند و طبق اثر تکیه‌گاهی، این ذهنیت تا حد زیادی در ذهن مردم ماندگار شده و تغییر آن کار راحتی نیست. می‌توان گفت در ابتدای پرداختن رسانه‌های داخلی به کرونا، بزرگنمایی و اغراق صورت گرفت، اما در ادامه، تغییر سیاست‌ها منجر به وحدت رویه و همدلی رسانه‌ای شد. شکر خدا درحال حاضر نیز بازنمایی رسانه‌ای بهتر و یک‌سویه است؛ اما درخصوص رسانه‌های خارجی، آمار مرگ‌ومیر بالای مبتلایان کرونا در ایران که در رتبه دوم جهانی قرار گرفته، دستاویزی برای این رسانه‌ها شده تا این پیام را منتقل کنند که کشور ایران به دنبال صدور کرونا به سایر کشورهاست. علت این بازنمایی هم مسائل سیاسی و اجتماعی بوده و نه عوامل بهداشتی تا کینه خودشان نسبت به ایران را به بهداشت تقلیل بدهند. سوگیری خبری رسانه‌های خارجی بر این است که ایران را کشوری ضعیف در زمینه بهداشتی نشان دهند که ایران علاوه‌بر عدم کنترل این بیماری در مرزهای خودش، به دنبال آسیب زدن به دیگر کشورهاست. اگر این بازنمایی استمرار پیدا کند، تبدیل به کلیشه رسانه‌ای می‌شود که تغییر کلیشه رسانه‌ای کاری بسیار دشوار است. کلیشه رسانه‌ای به این معنا بوده که اگر کسی در کشورهای اروپایی و غربی الله‌اکبر بگوید، در ذهن ساکنان این کشورها شکل گرفته که آن فرد یک داعشی انتحاری است و یا برای مثال کلیشه‌ای که در ذهن ما نسبت به یک رزمنده بسیجی وجود دارد، فردی است که محاسن دارد، پیراهنش را روی شلوارش می‌اندازد و جهاد می‌کند؛ همه این‌ها کلیشه‌هایی است که رسانه‌ها برای ما ساخته‌اند.

انتشار ویروس کرونا از چین که منجر به افت سهام پنج‌میلیارددلاری این کشور شده است، محدودیت‌های اعمال‌شده بر پروازهای تمام کشورهای دنیا به چین، مواجهه آمریکا با این کشور در زمینه سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا، می‌تواند نشانگر لایه‌های پنهان و مشکوک این موضوع باشد که در سرایت آن به ایران هم به چشم می‌خورد.

در شرایطی که ذهنیت اولیه مردم با وحشت شکل گرفته، وظیفه رسانه‌های داخلی چیست؟ صرف امید دادن کافی است؟

رسانه کارکرد اطلاع‌رسانی دارد و این اطلاع‌رسانی درحال حاضر به شکل نسبتاً خوبی اتفاق می‌افتد؛ اما کارکرد دیگر رسانه ایجاد همبستگی است که در کشور ما مخصوصاً بعد از پیام مقام معظم رهبری، این همبستگی و اتحاد ایجاد شده، اما این‌ها به‌تنهایی کافی نیست. مدیریت تصویر رسانه‌های داخلی که به‌عنوان مسئله اول و آخرشان روی کرونا تمرکز کرده‌اند، هنوز ضعف زیادی دارد. تا حد زیادی رویکرد رسانه‌ای ما منفعلانه است و همان روندی که رسانه‌های کشورهای درگیر کرونا پیش گرفته‌اند را در کشور خودمان پیاده می‌کنیم؛ درحالی که ایران کشوری اسلامی است و نگرش توحیدی باید بر این مسئله حاکم باشد و نه اینکه فقط به ایجاد همبستگی اکتفا کنیم. یکی از علمای بزرگ اخلاق به نقل از حاج‌آقا جاودان می‌گفتند که شعار «ما کرونا را شکست می‌دهیم» را درحالی سر می‌دهیم که معتقدیم اگر قرار است کرونا شکست بخورد، این خداست که آن را شکست می‌دهد و ما همه ابزاریم.

مسئله حائز اهمیت دیگر مجهز کردن مردم به دانش متکی بر مهارت سواد رسانه‌ای است که مثل واکسینه کردن خواهد بود. اگر به‌موقع این اتفاق صورت بگیرد، یعنی انواع رسانه‌ها را به مردم بشناسانیم تا بتوانند دشمن و پروپاگاندای رسانه‌ای‌اش را بشناسند، می‌توانیم در آینده راحت‌تر از مشکلات این‌چنینی عبور کنیم.

در آخر از این فعال رسانه‌ای خواستیم تا چند کتاب در حوزه سواد رسانه‌ای به ما و مخاطبان معرفی کند تا از فرصت فراغت این‌روزها استفاده کرده و خودمان را واکسینه کنیم.

کتاب روان‌شناسی رسانه

این کتاب را محمدحسن فاطمی‌راد، لیلا صابری‌فرد و صدیقه ناقل نوشته‌اند و نشر وانیا آن را به چاپ رسانده است. روان‌شناسی رسانه که در مرکز رصد روان‌شناسی اسلامی آماده‌سازی شده، به تبیین مهم‌ترین سرفصل‌های میان‌رشته‌ای روانشناسی و رسانه می‌پردازد. تعریف و انواع رسانه، کارکردهای رسانه، ارتباط و پیام‌رسانی در ارتباط جمعی، محیط پیرامون و اثر رسانه‌ها، نقش وسایل ارتباط جمعی در کشورهای درحال‌توسعه، اثر بومرنگ و کاردستی، روانشناسی رسانه، پرخاشگری و خشونت رسانه‌ها، نظریه یادگیری اجتماعی و خشونت، رسانه و رفتارهای اجتماعی‌پسند، همدلی و تجربه‌های درام، همانندسازی و همدلی با شخصیت‌های رسانه‌ای، پورنوگرافی، تأثیر هرزنگاری بر توسعه بیماری روانی-جنسی، سریال‌های تلویزیونی و خانواده عنوان بخش‌های مختلف این کتاب است.

رسانه سلطه، سلطه رسانه

این کتاب که نخستین مجلد از مجموعه کتاب‌های غرب از رؤیا تا واقعیت است، زیر نظر داوود رجب‌نیا و توسط انتشارات مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما به چاپ رسیده است. مجلد نخست مجموعه به این مسئله پرداخته که رسانه‌هایی که جریان اطلاع‌رسانی را در کشورهای غربی در دست دارند و اغلب وابسته و یا در تملک شرکت‌های تجاری بزرگ هستند، چگونه با تحریف واقعیات، تهاجمات بزرگ آمریکا به کشورهای مختلف جهان را در برابر افکار عمومی توجیه می‌کنند. در این مجموعه شاهد مقالات و گفتار افرادی چون نوام چامسکی، دیوید میلر و دیگر افراد هستیم؛ گفتارهای این کتاب بسیار کوتاه‌اند و بدون حاشیه‌پردازی زائد مستقیم سر اصل مطلب می‌روند. به همین جهت به شکل مختصر و مفید داده‌های فراوان، تحلیل‌های جذاب و روشن را طی کوتاه‌ترین زمان در اختیار مخاطب قرار می‌دهند.

قدرت رسانه

این کتاب که توسط لیلا نیرومند، وحیده ترزمی‌نژاد، ابتسام رضوی‌دینانی، حوریه دهقان‌شاد و محمدرضا حقیقی به رشته تحریر درآمده است، به مواجهه عادی و همیشگی ما با رسانه‌ها پرداخته و در پاسخ به این سؤال که آیا صاحبان این رسانه‌ها به تعدد و تکثر سلایق مخاطبان توجه دارند؟ به رابطه تنگاتنگ رسانه‌ها و قدرت پرداخته است. این کتاب در هشت فصل برای کسانی که به‌تازگی با جامعه‌شناسی رسانه‌های جمعی آشنا شده‌اند، مناسب است. این کتاب با لحن ساده و روان، غیر تخصصی نوشته شده اما این به معنای بی‌اعتبار بودن کتاب نیست؛ تلاش نویسندگان بر آن بوده تا مفاهیم پیچیده را تا حد ممکن برای مخاطب ساده کنند.

سبک زندگی در عصر رسانه

این مجموعه چهارجلدی که محمدرضا رستمی، آزاده شمس، افشین داورپناه، فاطمه قدیانی و مریم احمدی آن را نوشته‌اند و نشر یادآفرین چاپش کرده است، به دنبال بیان ساده سواد رسانه‌ای به خانواده‌ها بوده تا در گام بعدی خود خانواده‌ها بتوانند این سواد را به فرزندانشان انتقال دهند. در جلدهای مختلف این مجموعه رسانه‌هایی چون تلویزیون، ماهواره، گوشی تلفن همراه با تمرکز بر سبک زندگی خانوادگی در مواجهه با رسانه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است؛ این مجموعه به موضوعات کلیدی با بیانی ساده و بی‌تکلف پرداخته و از نویسندگان متخصص در حوزه ارتباطات بهره برده است.

از همه رنگ

این کتاب کوچک مصور که اهمیت توجه به نقش رسانه‌ها در ساختن و شکل دادن سبک زندگی امروز ما را متذکر می‌شود و توسط نشر کویر مهرجان به چاپ رسیده، به دنبال ارزیابی نقش رسانه‌های انقلابی در ایجاد سبک زندگی ایرانی اسلامی بوده است؛ مخاطب این کتاب در درجه نخست فعالان رسانه‌های کشور هستند که از آن‌ها سه پرسش اساسی پرسیده می‌شود.

رئیس اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران خواستار شد؛

شبکه بانکی کشور به بقای صنف ناشر و کتاب‌فروش کمک کند

سپهرغرب، گروه کافه کتاب: رئیس اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران خواستار کمک مالی شبکه بانکی کشور به بدنه این صنف به‌منظور بقا و ادامه فعالیت فرهنگی آن شد.

هومان حسن‌پور با اشاره به وضعیت وخیم اقتصادی صنف نشر در شرایط فعلی کشور، عنوان کرد: این‌روزها اگر گشتی جلوی کتاب‌فروشی‌های میدان انقلاب و کریم‌خان بزنید، به وخامت وضع کتاب‌فروشی‌ها پی می‌برید؛ وقتی کتاب‌فروش درآمد نداشته باشد، موزع و ناشر هم درآمد ندارد و این چرخه بد اقتصادی گریبان همه را می‌گیرد.

وی افزود: قسمت عمده ناشران ما در بازه زمانی پایان سال برای حضور در نمایشگاه کتاب تهران دست به انتشار کتاب می‌زنند و این موضوع برای آن‌ها تعهدات پرداخت ایجاد می‌کند. کتاب‌فروش‌ها هم روی فروش شب عید خود همیشه حساب کرده‌اند که هردوی این‌ها تحت تأثیر بیماری کرونا و تعطیلی کشور قرار گرفته است.

حسن‌پور با تأکید بر اینکه حجم نقدینگی مالی صنف نشر نسبت به اصناف دیگر رقم قابل توجهی نیست و باید این صنف برای سر پا ماندن در وضعیت فعلی مورد حمایت مالی قرار بگیرد، اذعان کرد: به باور من می‌شود با انعقاد یک تفاهم‌نامه به سمتی رفت که بانک‌ها لااقل به کتاب‌فروش‌ها و ناشرها وام‌هایی اعطا کنند که به‌وسیله آن‌ها تعهدات مالی صنف نشر تأمین شود و چرخه از حرکت نایستد.

به گفته رئیس اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران، ایستادن چرخه نشر کشور به‌دلیل تأمین نشدن نیازهای مالی بدنه آن، ضربات جبران‌ناپذیری به این صنف وارد کرده و بعید است بتوان به‌سادگی آن‌ها را رفع کرد.

وی در عین حال از ارائه پیشنهاداتی در این زمینه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خبر داد و گفت: این موضوع به باور ما بُعد ملی دارد و همه بدنه نشر در سراسر کشور درگیر آن هستند و باید برای رفعش ورود کنند. ما فکر می‌کنیم در وضعیت فعلی حمایت مالی بانک‌ها می‌تواند کمک شایانی به این مسئله بکند؛ درحال حاضر این موضوع تنها راهی است که می‌تواند به بقای کتاب‌فروشی‌ها در کشور کمک کند و جان تازه‌ای به آن‌ها ببخشد.

رسول جعفریان در واکنش به یادداشت مدیرعامل خانه کتاب نوشت:

کرونا فرصتی برای ایجاد یک پایگاه میلیونی برای کتاب‌های الکترونیکی

رئیس کتابخانه مرکزی، مرکز اسناد و تأمین منابع علمی دانشگاه تهران در صفحه مجازی، شیوع ویروس کرونا را فرصت توجه به کتاب‌های الکترونیک دانست.

رسول جعفریان گفت: دوست ما آقای حسینی‌پور، مدیرعامل خانه کتاب گفته‌اند از کرونا فرصتی برای کتاب بسازیم؛ این نکته خوبی است، اما به این بهانه خواستم نکته دیگری را عرض کنم و آن اینکه با رفتن دانشجویان به شهرها و خانه‌هایشان، دسترسی آن‌ها به بسیاری از کتاب‌ها ناممکن شده و امکان امانت گرفتن نسخه فیزیکی کتاب در محل یا بیرون برایشان وجود ندارد.

برای این مسئله چه فکری باید کرد؟

جعفریان افزود: دانشگاه تهران و شاید دیگر دانشگاه‌ها کلاس‌ها را به‌صورت آنلاین برگزار می‌کنند و امیدوارم در این زمینه موفق باشند. این هفته بنده سه کلاس آنلاین داشتم که برگزار شد، هرچند نیاز به امکانات بیشتری هست، برخی از آن‌ها با کمک ابزارهای دیگر تاحدودی جبران می‌شود.

وی بیان کرد: بااین‌حال دانشجو برای تحقیق نیاز به کتاب دارد، برای این کار چه باید کرد؟ اگر ما طی این سال‌ها توانسته بودیم یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ از کتاب‌ها فراهم آوریم و بخشی از بودجه‌های کتاب را برای حل مشکلات حقوقی آن هزینه کرده و فایل‌های الکترونیکی را در حد چند صد هزار و میلیونی فراهم می‌آوردیم، امروز می‌توانستیم با دست پُر در خدمت دانشجویان باشیم. اما اکنون اگر آن‌ها یک فایل الکترونیکی از کتابی خواستند، باید از کجا درخواست کنند؟

این مقام مسئول گفت: بسیاری از اوقات دانشجویان حاضر به پرداخت هزینه آن هم هستند، اما امکان فنی آن در قالب یک پایگاه جامع و مجهز وجود ندارد.

وی افزود: ما در دانشگاه تهران طبق معمول و در حد توان پاسخگوی نیازهای محدود دانشجویان هستیم، اما اغلب درخواست‌ها از کتاب‌های جدید است که امکان اسکن آن‌ها به دلایل حقوقی برای ما وجود ندارد. احتیاط‌های بهداشتی هم ایجاب کرده که بسیاری از کارمندان نتوانند سر کار حاضر شوند تا حتی اگر مشکل حقوقی نبود، کار اسکن کتاب‌های درخواستی را انجام دهند.

این مقام مسئول اظهار کرد: در هر حال ما سخت نیازمند یک پایگاه نیرومند برای کتاب‌های الکترونیکی هستیم. بهتر است از فرصت کرونا برای این کار استفاده کنیم. اکنون بر ما فرض و لازم است تا یک طرح بزرگ در این زمینه تهیه شده و امکانات برای دانشجویان، استادان و دیگر خواستاران که درحال حاضر دسترسی به کتابخانه‌ها ندارند، فراهم شود.

معرفی کتاب؛

نمایشنامه شهرام کرمی برای بچه‌ها چاپ شد

سپهرغرب، گروه کافه کتاب: نمایشنامه «شکار بزرگ شنبه» نوشته شهرام کرمی توسط انتشارات سروش منتشر و راهی بازار نشر شد.

نمایشنامه کودک «شکار بزرگ شنبه» نوشته شهرام کرمی به‌تازگی توسط انتشارات سروش منتشر و راهی بازار نشر شده است.

کرمی ازجمله نویسندگان و کارگردانان تئاتر است که این‌روزها در سِمت مدیرکل هنرهای نمایشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می‌کند. نمایش «شکار بزرگ شنبه» هم پیش از چاپ در قالب کتاب، به‌عنوان اثر برگزیده شانزدهمین جشنواره بین‌المللی تئاتر کودک و نوجوان معرفی شده است.

نویسنده نمایشنامه، آن را به داوود کیانیان تقدیم کرده که شنبه مهربان را به او آموخته است؛ شخصیت‌های نمایشنامه پیش رو به‌ترتیب عبارت‌اند از: پدر، شنبه، گنجشک، روبی، ستاره، ماهی نقره‌ای، عروسک و شیرک. تصویرگری کتاب هم توسط مهتاب بخشیان انجام شده است.

«شکار بزرگ شنبه» درباره پسربچه‌ای به‌نام شنبه است که همراه با پدرش برای شکار به طبیعت می‌رود.

در قسمتی از این کتاب می‌خوانیم:

صحنه به کوهستان تبدیل می‌شود.

ستاره که روی نردبان نشسته است و چراغی به‌دست دارد، با حسرت به آسمان نگاه می‌کند. شنبه وارد می‌شود، می‌خواهد عبور کند که ستاره را می‌بیند.

شنبه: تو کی هستی؟

ستاره: یعنی تو ستاره کوچولو رو نمی‌شناسی؟

شنبه: ولی ستاره کوچولو روی زمین اومده!

شنبه: تو باید شیر باشی.

ستاره: شیر؟... بله شیر قوی و پُرزور!

شنبه: پس تو شیر هستی؟ دستات رو بذار بالای سرت و تسلیم بشو.

ستاره دست‌ها را روی سر می‌گذارد.

ستاره: من همیشه بازی رو دوست دارم.

شنبه: بازی تموم شد آقای شیر.

ستاره: تعجب می‌کند تو فکر کردی من شیر هستم؟

این کتاب با ۳۲ صفحه مصور رنگی، شمارگان هزار نسخه و قیمت ۱۹ هزار تومان منتشر شده است.

رمان نوجوان جنی ولنتاین درباره عشق، دروغ و رهایی چاپ شد

رمان «رنگ آتش شماره یک» نوشته جنی ولنتاین با ترجمه محمود مزینانی توسط انتشارات پیدایش منتشر و راهی بازار نشر شد.

نسخه اصلی این کتاب که یکی از عناوین آن «رمان نوجوان» بوده، در سال ۲۰۱۵ منتشر شده است.

رمان پیش رو برنده جایزه گاردین شده و داستانش درباره دختر نوجوانی به‌نام آیریس بوده که پدرش ارنست را هیچ‌وقت ندیده است. بهترین دوستش با نام تورستن هم جایی آن سوی دنیا بوده و حالا که پدر آیریس در بستر مرگ افتاده، همه چیزهایی که فکر می‌کرده می‌داند، در شعله‌های آتش می‌سوزند.

در ادامه داستان مادر آیریس می‌خواهد مجموعه هنری پُرارزش پدر را به چنگ بیاورد؛ اما ارنست این را نمی‌خواهد. واقعیت‌هایی وجود دارد که پدر می‌خواهد آیریس پس از مرگ او از آن‌ها باخبر شود، پیش روی آیریس هم راه‌های مختلفی برای رسیدن به حقیقت وجود دارد.

جنی ولنتاین، نویسنده این کتاب متولد سال ۱۹۷۰ است و درحال حاضر در ۵۰ سالگی، ۱۵ کتاب را برای کودکان و نوجوانان در کارنامه دارد. رمان «رنگ آتش شماره یک» در ۲۷ فصل نوشته شده است، این رمان را داستانی جسورانه درباره عشق، دروغ و رهایی عنوان کرده‌اند.

در قسمتی از این کتاب می‌خوانیم:

او همان‌روز برای دیدن جین سری به آشپزخانه زده بود و فهرست خواسته‌های بدون قند، کم‌کربوهیدرات، کم‌کالری، بدون گلوتن، بدون لبنیات، ارگانیک، سبک کالیفرنیایی و تازه‌تازه‌اش را به دست او داده بود. هانا خودش را فقط لایق مرغوب‌ترین خوراکی‌ها می‌دانست؛ جین چاق بود، با بازوها و پاهایی مرمرین، کفش‌هایی مناسب و چانه‌ای که مستقیم از توی گردنش بیرون زده بود. می‌شد گفت که او بیشتر به پیه می‌مانست تا پنیر سویا، جین با چشم‌هایش که مثل دو تا کشمش براق بودند، نگاهی به فهرست مادرم انداخت و گفت: «اینجا شیر بادام گیر نمیاد.»

«خب پس سفارش بدید بیارن.»

با آن پاشنه‌ها قد هانا تقریباً یک متری بلندتر از جین بود. ظاهرشان هیچ شباهتی به هم نداشت، گویی از دو گونه جانوری مختلف باشند.

«اون فقط سوپ می‌خوره.»

«خب مهمون‌های اون که نمی‌خورن. بعدش هم برام از این بامبول‌ها در نیار، وگرنه کاری می‌کنم اخراجت کنه.»

سر میز ناهار چانه ارنست افتاده بود روی سینه‌اش. نسیم ملایمی که با موهایش بازی می‌کرد، آن‌ها را مثل پشمک به شکل چند دسته کوچک درآورده بود؛ جین و پرستارها از پنجره آشپزخانه ما را نگاه می‌کردند.

این کتاب با ۲۵۴ صفحه، شمارگان هزار نسخه و قیمت ۴۴ هزار تومان منتشر شده است.