

صادقانه ما هنوز در الفبای خواندن کتاب در گیر هستیم در حالی که خواندن کتاب یک مهارت است و متاسفانه حتی دانشگاه‌های ما نتوانستند این مهارت را در فرهنگ و آداب دانشجویان جانمایی کنند. کتاب باید بین مردم باشد و تبدیل به بخشی از عادت‌های آنها شود، اینکه تا به امروز تلاش‌ها، به نتیجه‌نهایی و میدانی نرسیده به این دلیل است که ترویج واقعی که به قصد نهادینه کردن کتابخوانی در بدن جامعه است هنوز رخ نداده! مگر اینکه افراد منتخب و کارشناس با یک برنامه‌ریزی منسجم در سه دوره زمانی به صورت جدی پیگیر و دنبال کننده این مسئله باشند.

قادر باستانی (کارشناس علوم ارتباطات) مشکل نگاه ایدئولوژیک و محفلی است

مشخصا پاسخ خیر است. رسانه ملی موفق به این کار نشده در حالی که بهترین ظرفیت را برای تبلیغ و ترویج کتاب و کتابخوانی در کشور دارد. دلیل این امر این است که صدا و سیما هیچ برنامه جذاب و تاثیرگذاری در این زمینه تولید نکرده است. مشکل صدا و سیما در بحث ترویج کتابخوانی چندین مورد را شامل می‌شود، اول اینکه این سازمان، در برنامه‌سازی خود حرفه‌ای فعالیت نمی‌کند، وقتی یک شبکه رادیویی و یا تلویزیونی بخواهد فعالیت حرفه‌ای داشته باشد در ابتدا باید دیدگاه‌ها و سلايق مخاطبان خود را مورد توجه قرار می‌دهد! در حالی که ما این لحاظ و توجه به مخاطب عام را در رسانه ملی شاهد نیستیم. برنامه‌هایی که در صدا و سیما راجع به مقوله کتاب پخش می‌شود مشکل نگاه ایدئولوژیک و محفلی دارند. البته که در طول سالیان برنامه‌هایی با موضوع کتاب تولید و پخش شده‌است اما تا به حال تاثیر آنها را شاهد نبوده‌ایم و آنچه که مشخص است این است که هر چقدر جلوتر می‌رویم فاصله نسل جدید ما با کتاب خواندن از نسل قبلی بیشتر می‌شود. به یاد داریم که برنامه کتاب باز با اجرای سروش صحت توانسته بود مخاطبان زیادی را با خودش همراه کند اما باز هم همان نگاه محفلی و عینک ایدئولوژیک باعث شد که این برنامه هم تعطیل شود. بنابراین مشکل ترویج فرهنگ کتابخوانی در رسانه ملی یک وضعیت ریشه‌دار است، صداوسیما در برنامه‌های پر مخاطب خود دائم تبلیغ کالاها و تجاری را می‌کند چون برای رشد درآمدی دارد، در حالی که این مسئله ترویج فرهنگ کتابخوانی است که نیاز به تبلیغات وسیع دارد. صدا و سیما تمایل چندانی به این نکته از گذشته تاکنون نداشته و ندارد. موضوع بعدی اینکه ترویج کتاب باید به صورت غیر مستقیم در سریال‌ها اتفاق بیفتد. در کشورهای مختلف، شبکه‌های تلویزیونی از طریق تولید فیلم و سریال سبک زندگی را برای مخاطبان الگوسازی می‌کنند. یعنی کاراکتر در داستان خود پرورش می‌دهند که کتابخوان اند و یا سرپالی را با اقتباس از یک اثر ادبی می‌سازند. اما متاسفانه برای متولیان صداوسیما پرداخت به مضامین ایدئولوژیکی و سیاسی در اولویت است. همچنین همه می‌دانیم که عادت به کتاب خواندن در دوران کودکی شکل می‌گیرد به همین دلیل انتظار می‌رود که صدا و سیما در برنامه‌هایی که مختص به کودکان و نوجوان است موضوع کتاب را به صورت خیلی جدی تر از سر بگیرد هر چند برنامه‌هایی با موضوع کتاب خواندن در برنامه‌های کودک گنجانده شده بود اما این برنامه‌ها تاثیرش در بازار نشر احساس نشده است. برنامه‌های رسانه ملی باید پاسخگوی نیازهای فرهنگی جامعه باشد اما اکنون تنها پاسخگوی عده‌ای محدود است. تیم کنونی صدا و سیما با ریاست جناب آقای جلیلی بر خلاف دوره‌های پیشین به صورت خیلی روشن و واضح بیان می‌کنند که هدف و وظیفه‌شان رضایتمندی همان اقلیت هوادار و مد نظر خودشان است. آنها در این هدف گذاری آنقدر قرض و محکم هستند که ریزش مخاطبان رسانه ملی در طی سالیان نیز آنها را وادار به تغییر رویکرد نکرده است تا جایی که این رسانه به تازگی مرجعیت خبری خود را نیز از دست داده است. بحث ترویج و اشاعه فرهنگ کتاب نیز در همین پارادایم قابل بررسی و تحلیل است؛ یعنی کتاب‌های معرفی می‌شوند که در قالب و هم راستا با رویکرد و اهداف جناحی و ... است. به همین منظور تنها ناشران خاصی امکان ورود به محدوده برنامه‌ها را دارند. پیشنهاد بنده در این زمینه این است که صدا و سیما سیاست کلی خود را اصلاح کند و به جای اینکه رسانه‌ای برای اقلیتی از جامعه باشد واقعاً رسانه‌ای ملی باشد. در مقوله کتاب برنامه‌هایی پربازدید تولید کنند و در این برنامه از منتقدین و نویسندگان دعوت شود و با ایجاد بحث‌های پرچالش حول محور کتاب باعث شود بازار نشر و کتاب گرم شود. البته که باید در پایان بگویم که من امید چندانی به تغییر سیاست گذاری‌های صداوسیما ندارم، امیدوارم که شبکه‌های اجتماعی که هم اکنون تا حدودی جایگزین رسانه‌های مهم تر شده‌اند و همچنین کسانی که رسانه‌های پربازدید دارند این مهم، یعنی ترویج فرهنگ کتابخوانی را در دستور کار خویش قرار دهند.

آقای جلیلی است. بند کاملاً واقف و شاهد هستم که در برنامه‌هایی مختلف، تلویزیون مردم را ترغیب به کتاب و کتابخوانی می‌کند و همچنین، با ارائه محتواهایی با موضوع معرفی کتاب گام‌های روشنی در این مسیر طی شده، هم اکنون شخصی کاملاً متولی این اتفاق در صدا و سیماست که جناب آقای جلیلی نیز مجدداً، از او نتیجه امور را مطالبه می‌کند. در واقع تلویزیون در مقطع کنونی با برنامه‌سازی‌هایی با موضوع کتاب در تلاش است که چرخش صنعت در بازار نشر را تسهیل کند. هر چند به هر حال ممکن است در این میان توقع برخی را نیز برآورده نکند. در پایان از شما نیز تشکر می‌کنم که به موضوع مهمی چون کتاب توجه داشتید. این مسئله بسیار مهم است و هر قدر هم که برای ترویج کتاب و کتابخوانی برنامه‌سازی و تبلیغات شود باز هم به زعم بنده کم است.

محمود رضا حائری (کارشناس فروش کتاب):

رسانه ملی، خاصیت ملی بودن خود را از دست داده است

اثر بخشی رسانه ملی در ترغیب مخاطبان به کتابخوانی به شدت ضعیف است. رویکرد رسانه ملی خصوصاً در مقطع کنونی بسیار یکسویه است و به طور کلی تر رسانه ملی و همگانی تبدیل به یک پایگاه جناحی، و به نوعی خاصیت ملی بودن خود را از دست داده است. البته در مقاطع قبلی هم خیلی کار بردی عمل نکرده چرا که همواره با همه موضوعات از قبیل کتاب و... به صورت جنایی و ایدئولوژیک برخورد کرده است. به طور مثال در دوره‌ای تبلیغ و معرفی سری کتاب‌های حجت الاسلام قرائتی را در دستور کار خود قرار داده که برای نسل جدیدی که مصرف کننده صفحات مجازی امروز است، کارکردی ندارد! باید قبول داشت که صفحات مجازی که توسط نوجوانان کشور و سلبریتی‌ها اداره می‌شود تاثیرگذاری شان روئی مخاطب از تلویزیون بیشتر است. اگر بخواهم به اتفاقات خوب اشاره کنم برنامه‌ای مانند کتاب باز از اتفاقات خوبی بود که ادامه پیدا نکرد، همچنین به یاد دارم در دوره‌ای که سخنرانی‌های دکتر الهی قمش‌های از تلویزیون پخش می‌شد کتاب‌هایی را که ایشان در ذیل سخنرانی خود معرفی می‌کردند، تاثیرش در بازار نشر و کتاب حس می‌شد و گاه احتیاج به خرید برخی آثار مانند کمدی الهی و شکسپیر از تاثیرات سخنان ایشان بود. رادیو فرهنگ نیز در زمانی داستان‌های صوتی پخش می‌کرد که تاثیرش کم و بیش روی بازار کتاب حس می‌شد. شبکه‌های نمایش خانگی نیز با پخش سریال‌هایی که اقتباس‌های ادبی بودند باعث شدند در دوره‌ای بعضی کتاب‌ها فروش خوبی را تجربه کنند مانند کتاب آقای افروزش که سریال‌ی‌ای را از روی آن ساخته بودند. فیلمسازان ما چون خودشان را سینماگران مولف می‌دانند خیلی بحث اقتباس ادبی را جدی نمی‌گیرند، به همین خاطر صنعت اقتباس ادبی در ایران ناکام مانده و نتوانسته خیلی به بازار ادبی ایران کمک شایانی بداشته باشد، هر چند تلاش‌های نصف و نیمه‌ای در این میان انجام شده که قابل تحسین است.

دکتر آذری (هیئت علمی و استاد ارتباطات اجتماعی): هنوز در گیر الفبای کتاب خواندن هستیم

از دیرباز تاکنون رسانه‌های دیداری و شنیداری چون تلویزیون و رادیو و همچنین رسانه‌های مدرن تری چون شبکه‌های اجتماعی، همه و همه به نوعی در افزایش و جد و جهد در امر مطالعه جوامع موثر بودند. اگر بخواهیم به کارکرد تلویزیون در این زمینه توجه کنیم به نظر من این رسانه برای اثرگذاری نیاز به یک برنامه‌ریزی منظم داشته و دارد، چرا که این رسانه امکانات و تسهیلات خوبی را در اختیار دارد. رسانه ملی باید با بهره‌گیری از برنامه‌ریزان زبده بتواند از این فضا بیشترین بهره و کارکرد را بگیرد، خصوصاً در این دوره که برای برخی متشبه شده که با آمدن نسخه‌های الکترونیکی کتاب، کتاب‌های چاپی از اعتبار پیشین خود فاصله گرفته‌اند! خوشبختانه شاهدیم که انتشار کتاب‌های الکترونیکی نه تنها از ارزش و اهمیت کتاب‌های چاپی نکاسته است بلکه با وجود قیمت بالای کتابهای چاپی، متقاضیان خاص به خود را دارد. این مسئله کاملاً در آمار فروش سایت‌های کتاب‌های الکترونیکی مشهود است. پس خوشبختانه اصول و مبانی مطالعه کما فی سابق به اصل‌های گذشته خود پایبند است. و اما بحث ترویج فرهنگ کتابخوانی از طریق رسانه ملی منوط به ایجاد یک برنامه‌ریزی در سه دوره زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت آن هم با حضور کارشناسان حرفه‌ای است که واقعا دلسوز باشند و بتوانند منعکس کننده خوبی از یک اثر مکتوب به بازار باشند، کارشناسان باید متشکل از سه گروه؛ کارشناسان علوم اجتماعی، کارشناسان کتابداری و اطلاع رسانی و همچنین فعالان رسانه باشند. مثلاً در برنامه کتاب باز که از نظر من اساساً برنامه خوبی بود اما اتمسفری سلبریتی وار پیدا کرده بود. در این برنامه بسیاری از نویسندگان و مترجم بی‌نام ما حلقه مفقوده بودند.



تصویری و... هستند، از هر نظر متفاوت است. کتاب خواندن در دراز مدت، باعث خلاقیت و متفکر شدن می‌شود و باعث می‌شود انسان نسبت به مسائل عالمانه‌تر و با دقت و فهم عمیق تری آنها را درک کند. با این توصیف وقتی نقش کتاب و کتاب خواندن را در جامعه بررسی می‌کنیم به این نتیجه می‌رسیم که این موضوع تنها مسئله یک دستگاه یا دو دستگاه دولتی نیست بلکه همه دستگاه‌ها باید در برنامه‌های خود و در هدف گذاری فرهنگی به این موضوع بپردازند تا مخاطبان را به خواندن کتاب گرایش دهند. البته دستگاه‌هایی مثل وزارت ارشاد، آموزش و پرورش، نهاد کتابخانه‌های عمومی وظیفه ذاتی شان ترویج فرهنگ کتابخوانی است. با توجه به مسئولیت‌هایی که بنده در نهاد کتابخوانی و رسانه ملی داشتم کاملاً بر این موضوع واقف هستم که در مقاطع مختلف رسانه ملی به این موضوع پرداخته است، اما اینکه آیا این مقدار مناسب بوده یا خیر به نظر بنده باید تلاش‌های بیشتری در این مسیر به صورت ویژه انجام می‌شد، در زمانی که خود بنده دبیر نهادهای کتابخانه‌های عمومی در کشور بودم تلاش کردم که رسانه ملی را نسبت به این مسئله حساس کنم و آنها را متقاعد کنم که توجه بیشتری به آن داشته باشند، در آن زمان با صحبت‌هایی که انجام شد، رادیو کتاب افتتاح شد، و تا مقطعی نیز ادامه داشت اما بعد از اینکه بنده از نهاد عمومی کتابخانه‌ها رفتم رادیو کتاب نیز تعطیل شد. یاد دارم در جلسه‌ای با مدیریت وقت آن دوره، جناب ضراغی، ایشان عنوان کردند؛ که مدیران شبکه‌ها باید تمام تلاش خود را بر این امر بگذارند تا مردم را به کتاب خواندن ترغیب کنید حتی اگر این مسئله منوط به این نکته شود که مردم دیگر تلویزیون نگاه نکنند. به هر حال برنامه‌هایی پرباری در آن مقطع شکل گرفت خصوصاً در شبکه ۳ و ۴، در معرفی، نقد، تحلیل با بحث و گفتگو درباره کتاب که بسیار خوب بود. متاسفانه در دولت قبل اگر کاری هم در این زمینه انجام شده است، بسیار ضعیف و کم بوده، متصفانه اگر بخواهیم عملکرد کنونی رسانه ملی را با توجه به مقاطع مختلف زمانی مورد قیاس قرار دهیم، از نظر بند بهترین مقطع و دوره، این دوره و با مدیریت جناب