



رسانه‌های جدید و بهانه‌ای برای کتاب نخواندن

پرفسور حمید مولانا به بهانه‌ی دیدار مسئولان کتابخانه‌ها و کتابداران با رهبر انقلاب اسلامی مطلبی در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری منتشر کرد.

گفتاری از پرفسور حمید مولانا؛

رسانه‌های جدید و بهانه‌ای برای کتاب نخواندن

پرفسور حمید مولانا به بهانه‌ی دیدار مسئولان کتابخانه‌ها و کتابداران با رهبر انقلاب اسلامی مطلبی در پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری منتشر کرد.

به گزارش خبرگزاری فارس به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار مقام معظم رهبری، برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب در تهران در بهار هر سال و استقبال شایان توجه مردم و توسعه چشمگیری که در پیشرفت کتابخانه‌های عمومی کشور به عمل آمده است، همه حکایت از برکاتی دارد که از زمان پیروزی انقلاب اسلامی ایران نصیب این سرزمین شده است. دقیقاً به همین جهت است که باید با درایت و سیاست‌گذاری هرچه بهتر، کتاب و کتابخوانی را بار دیگر همانند تاریخ درخشان اسلامی و ایرانی گذشته خود در رأس فرهنگ عمومی و زندگی روزمره قرار دهیم.

برای این منظور برداشتن چهار گام بزرگ ضروری است. اول، دانستن و ادراک خوب و صحیح از تاریخ اسلامی و ایرانی. تاریخ کتاب و کتابخانه در تمدن و فرهنگ اسلامی و ایرانی باید الگویی برای توسعه‌ی کتاب باشد. نسل جوان و جدید ما باید آگاهی و حافظه‌ی جامع و درست از تاریخ کشور و مردم و جامعه‌ی خود داشته باشد، تا بتواند اطلاعات انبوه و جدید امروز را در چهارچوب گنجینه‌های گذشته ارزیابی کند.

تاریخ بزرگ‌ترین میراث شناسایی خود و مملکت و مسیر اصلی در استقرار هویت و گسترش فرهنگ است. موضوع تاریخ یکی از ضروری‌ترین نیازهای شهروندی و سواد تاریخ یکی از لازم‌ترین عوامل در همبستگی جامعه و درک مسائل و وقایع و رویدادهای زندگی ما است.

* فقدان يك سامانه توزیع

دوم، سیاست‌گذاری؛ بازاریابی و توسعه‌ی نشر کتاب باید در راستای احتیاجات جامعه و نیازمندی‌های مردم باشد. تشویق نویسندگان، مترجمان و ناشران برای تولید و توزیع کتاب‌های مفید و با توجه به حفظ و گسترش فرهنگ ایرانی و اسلامی و همچنین پیشرفت علم و دانش و آگاهی از وضع جهانی و محیط فرهنگی دیگران، باید در دستور کار متصدیان و سیاست‌گذاران قرار گیرد. چه عواملی انتخاب ما را در تولید صحیح و درست نشر و توزیع کتاب تعیین می‌کند؟ چه کتاب‌هایی تحت چه شرایطی و برای چه منظوری چاپ و منتشر می‌شوند؟ چه نسبتی بین کتاب‌های منتشره کنونی و علاقه و خواست جامعه و مردم وجود دارد؟

سوم، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما در موضوع کتاب، مسئله‌ی توزیع و بازاریابی است. ایران فاقد يك سامانه‌ی توزیع و بازاریابی ملی است و اغلب ناشران و مراکز انتشاراتی با تولید و چاپ کتاب سر و کار دارند و نه توزیع و ترویج و بازاریابی و تبلیغ و فروش آن بین علاقه‌مندان و طبقات مختلف جامعه.

امروز قدرت انتشاراتی کتاب در سطح ملی و جهانی در دنیا با زیرساخت‌های توزیع و بازاریابی (شناخت و جذب خوانندگان کتاب) مرتبط است. مهم‌ترین و سودمندترین اثر و بهترین کتاب اگر چاپ شده، ولی در انبار منتظر خریدار و مشتری بماند و مردم از آن اطلاع نداشته باشند، کوچک‌ترین تأثیری در جامعه نخواهد داشت. تیراژ کتاب در ایران در مقایسه با جمعیت و سطح دانش و علاقه باید به مراتب بالاتر از وضع کنونی باشد. در ایران فاصله تولید، چاپ و توزیع آن بسیار طولانی و با مشکلات فراوانی همراه است.

* رسانه‌های جدید و بهانه‌ای برای کتاب نخواندن

چهارم و یکی از مهم‌ترین عوامل در موضوع ارتقای سطح علم و دانش در جامعه، فرهنگ مطالعه کتاب است. امروز به علت توسعه و پیشرفت صنایع الکترونیک و دیجیتالی توجه مردم و به ویژه نسل جوان معطوف به این نوع رسانه‌ها شده است. تلویزیون يك مثال خوبی است. سؤال اصلی این است که چگونه می‌توان فرهنگ مطالعه کتاب را مانند فرهنگ صنایع دیگر در جامعه بالا برد، به طوری که مطالعه‌ی کتاب در جامعه نهادینه شود.

در قرون وسطی که دوره طلایی علم و هنر مسلمانان و ایرانی‌ها بود و هنوز اروپا در تاریکی به سر می‌برد، حیثیت، معروفیت، بزرگواری و به قول امروزی‌ها پرستیژ اجتماعی يك فرد در جامعه با کتابخانه‌ی شخصی او و با تعداد و کیفیت کتاب‌هایش اندازه‌گیری می‌شد.

از نخبگان گرفته تا مردم عادی و شهروندان، مقیاس قضاوت سطح اقتصادی و اجتماعی یک خانواده را نوع و تعداد کتاب‌های آن خانواده تشکیل می‌داد.

در سراسر سرزمین‌های اسلامی از جنوب اسپانیا گرفته تا قاهره و بغداد، ری و جندی‌شاپور، مسلمانان قرون نهم تا سیزدهم میلادی در هر شهری کتابخانه‌ی عمومی دایر کرده و آن‌جا را مرکز و ثقل مطالعه و باشگاه‌های علمی، اجتماعی و ارتباطی خود قرار داده بودند. علاوه بر این هر مسجد و مدرسه و بیمارستانی کتابخانه داشت و جدیدترین اطلاعات و معلومات علمی و هنری در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گرفت.

ایران فاقد یک سامانه‌ی توزیع و بازاریابی ملی است و اغلب ناشران و مراکز انتشاراتی با تولید و چاپ کتاب سر و کار دارند و نه توزیع و ترویج و بازاریابی و تبلیغ و فروش آن بین علاقه‌مندان و طبقات مختلف جامعه.

*مسلمانان و برگزاری اولین نمایشگاه بین‌المللی کتاب

اولین نمایشگاه بین‌المللی کتاب توسط مسلمانان، حدود قرن دهم میلادی در بغداد تشکیل شد. «پیش کتاب‌فروش‌ها» اسم بازار کتاب‌فروش‌ها در بغداد بود که در ناحیه‌ی «باب البصره» واقع بود و در حدود یک‌صد مغازه و غرفه‌ی کتاب‌فروشی در آن وجود داشت. علاقه‌مندان به کتاب، نویسندگان، مترجمان، خط‌نویسان و کتاب‌داران هر سال در این‌جا تجمع کرده و همدیگر را ملاقات می‌کردند.

در این‌جا بود که فیلسوف، شاعر، نویسنده و عالم از ایران مصر و اسپانیا در کنار یکدیگر به جست‌وجوی کتاب‌های جدید می‌پرداختند و همین‌جا بود که دیگران به دنبال مجلات کهنه و قدیمی بودند.

در این‌جا و در همین زمان بود که ابن‌الندیم، کتاب‌فروش و دانشمند معروف و مؤلف کتاب «الفهرست» از مهمانان و دوستان خود پذیرایی می‌کرد و با آن‌ها به گفت‌وگو می‌پرداخت.

قرن‌های بعد شغل کتاب‌فروشی همراه شغل داروفروشی (به علت پیش‌کشوتی مسلمانان در علم پزشکی و داروسازی) از سرزمین‌های اسلامی به اروپا انتقال یافت.

اغلب حاکمان اسلامی و ایرانی آن زمان همه کتاب‌دوست بودند. علاوه بر کتابخانه‌های معمولی، کتابخانه‌های اختصاصی حکام و فرمان‌روایان، خزانه‌ی علمی و هنری آن‌ها را تشکیل می‌داد.

دانشمند آلمانی دکتر زیگرید هونکه در کتاب «فرهنگ اسلامی در اروپا» می‌نویسد «یک کتابخانه‌ی متوسط خصوصی یک فرد مسلمان در قرن دهم میلادی، تقریباً بیش از جمع کل کتاب‌های کتابخانه‌های اروپا کتاب داشت.» این عشق به کتاب و مطالعه بود که تمدن اسلامی- ایرانی را رونق بخشید و امروز نیز این عشق به کتاب و مطالعه است که می‌تواند آن پیش‌کشوتی قرون گذشته را بار دیگر احیا کند.