جام جم

قفسه کتاب

ضمیمه کتاب و داستان روزنامه جام جم | سه‌شنبه؛ ۱۰ خرداد ۱۴۰۱ | شماره ۱۶۵



۴

با کمک فناوری بیشتر کتاب می‌خوانیم

پرونده‌ای درباره کتاب و فناوری

کتاب‌ها همیشه عزیزند

دبیرنگاری هفته

در ثنای فناوری



سید حسن میرامین محمدی
دبیر قفسه کتاب

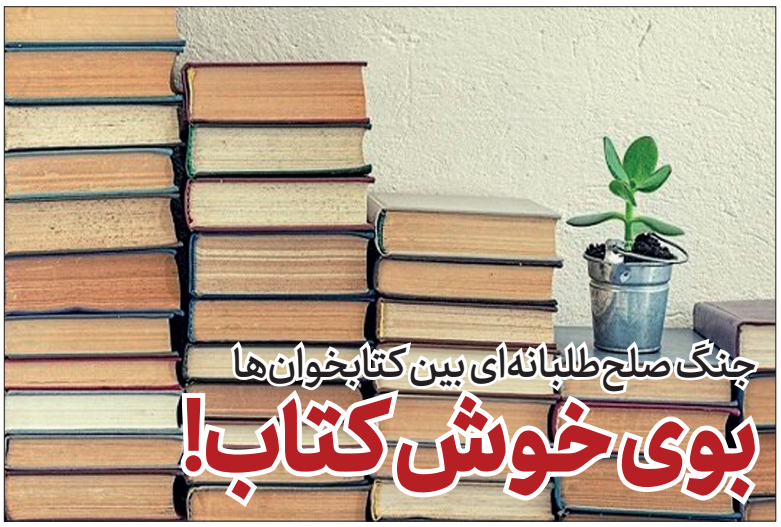
سلام بر همه خوانندگان قفسه کتاب و همه کتاب دوستان و اهل مطالعه‌ای که قفسه کتاب را می‌خوانند یا حتی نمی‌خوانند. فناوری خواه دوست داشته باشیم یا دوست نداشته باشیم در زندگی ما ساری و جاری است و تا حدودی دقیق‌ترش آن می‌شود که زندگی ما کاملا متأثر از آن است.

از طرفی فناوری یک شتاب‌دهنده و تسهیلگر برای جامعه و انسان امروزی است و وجودش نه تنها یک نیاز بلکه یک نعمت است. نیازی به اثبات یا ذکر مثال برای این موضوع نیست چون این حضور و ظهور فناوری در عصری که در آن قرار داریم یک مساله عیان و قابل لمس است.

در بحث کتاب و صنایع ذیل آن هم اگر بخواهیم درست ببینیم همین موضوع وجود دارد. از طرفی بخش تولیدکنندگان کتاب و انتشارات قرار دارند که همین فناوری با حضور در صنعت چاپ و ابزار نوین چاپ باعث تکثیر راحت‌تر کتاب‌ها شده است یا با حضور تکنیک‌های گرافیکی باعث طراحی بهتر ظاهر و جلد کتاب‌ها و حتی صفحه‌بندی بهتر و جذاب‌تر آنها شده است که همه اینها قطعا از نکات مثبت حضور فناوری در صنعت نشر و کتاب است. در همین سمت تولیدکننده کتاب، نویسنده نیز قرار دارد که به عنوان یک مثال که از روی آن می‌توان باقی کمک‌های این عرصه به جامعه نویسندگان را نیز فهم کرد باید موضوع حضور نویسنده‌ها در رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی را نام برد. این پلتفرم‌ها بسترهای ظهوریافته‌ای از این فناوری نوین هستند که نویسنده می‌تواند در این بستر در نزدیک‌ترین حالت بازخورد خواننده‌های خود را ببیند و به شکل مستقیم با مخاطبان خود در ارتباط باشد که همه می‌دانیم این کارکرد چه تاثیر بسزایی در رشد و تعالی نویسندگی و نوشتن خواهد داشت.

سمت دیگر ماجرا خوانندگان و به‌واقع مصرف‌کنندگان کتاب وجود دارند که در بین‌شان مخالفان و موافقان حضور فناوری در عرصه کتاب نیز وجود دارد. ولی در نگاه کلان و بی‌طرف به آن، وقتی سلیقه را بخواهیم در حکمیت وارد نکنیم، باید گفت قطعا این فناوری به‌خاطر همان وجه تسهیلگری و شتاب‌دهی‌اش که گفتیم به کمک مخاطبان حرفه‌ای کتاب هم آمده است. یک نمونه همین دسترسی آسان به کتاب الکترونیک است که دو عنصر مکان و زمان را در بین کتابخانه و کتابفروشی‌ها حذف کرده و هر لحظه‌ای که مخاطب دلش بخواهد همان موقع کتاب در دسترسش قرار دارد. یا برای محققان اهل جست‌وجو، کاری که قدیم‌ترها به خاطر عدم وجود همین فناوری باید هفته‌ها زمان می‌گذاشتیم که در موضوعی مثل تحلیل محتوا، کلمه‌ای خاص را در چند کتاب جست‌وجو کنیم الان با یک جست‌وجوی ساده در چند ثانیه انجام می‌پذیرد که این هم بلاشک هم در خدمت مخاطب خواهد بود و هم در خدمت تسهیل و پیشرفت پژوهش‌ها. اینها و خیلی چیزهای دیگر که فرصت ذکرشان در اینجا نیست بهانه‌ای شد تا ما به همراه دوستان تحریریه قفسه کتاب، پرونده این هفته را اختصاص به موضوع نقش فناوری‌های نوین در کتاب بدهیم.

باشد که قبول افتد.



جنگ صلح طلبانه‌ای بین کتابخوان‌ها
بوی خوش کتاب!



سید میلاد زارع کار
قفسه کتاب

تجربه این متن، تجربه‌ای است که قطعاک همه شما با من در این مورد اشتراک دارید. شاید وجه اشتراک‌مان متفاوت باشد ولی اصل اشتراک‌مان با هم قطعی است.

علیکم بالحواشی!

بخش اصلی در هر کتاب همان محتوای درونی کتاب است. این گزاره صحیح را درک می‌کنم و خودم هم به آن معتقدم و بر آن صحه می‌گذارم و اصلا چه کسی است که قبول نداشته باشد که محتوا و نوشته که درون کتاب می‌خواند اصل است و باقی چیزها شاید حواشی باشد. معروف است که می‌گویند علیکم بالمتون و لابالحواشی. ولی اینجا من به شما توصیه می‌کنم به حواشی دقت کنید و نه به متن! چون موضوع این نوشته همین حواشی است که قطعا راحت‌تر هم در آن به اشتراک می‌رسیم. این درست است که همه‌مان طرف‌دار کتاب و کتابخوانی هستیم ولی یکی از ما به کتاب تاریخی علاقه دارد و یکی ادبی و دیگر یک‌ها هم به قالب‌های دیگر. پس اساسا ممکن است از متنی که یکی از این گروه یک‌هایی که ما هستیم با خواندن از آن لذت می‌برد، آن یک نفر منحصربه‌فرد دیگر، اصلا لذت که نبرد هیچ تازه بدش هم بیاید.

عشق داشتن یک کتاب

با توضیحی که دادم متن را به کنار گذاشته و به حاشیه می‌پردازیم تا راحت‌تر به اشتراک معهود هم برسیم. بگذارید آن چیزی را که باید ابتدای امر می‌گفتم لااقل اینجا نرسیده به وسط متن بگویم؛ الان یک‌سری از دوستان اهل فن می‌آیند و از ما گله می‌کنند که ای آقا! چه کسی گفته که اینها حواشی‌اند اینها که تو حواشی نام‌شان را گذاشتی، اصل کار هستند. قطعا من هم همین را می‌گویم که اینها با خود متن کتاب در تعامل‌اند و اصلا یک جسم واحد دارند به خصوص اگر چیزی مثل طراحی جلد و گرافیک کار باشد. ولی بازهم با این اصل که اعتقاد دارم حرف شما صحیح است می‌گویم که ما این حاشیه‌ها را کاری نداریم و به حاشیه‌ترها می‌خواهیم بپردازیم و ان‌شاءا... در مورد موضوعی صحبت می‌کنیم که مثلا انجمن فخیم طراحان جلد کتاب، انجمن انتخاب قطع کتاب، انجمن انتخاب جنس کاغذ و سایر انجمن‌ها، ناراحت نشوند. قبل از این‌که به اصل حواشی یعنی آن حاشیه‌ترها بخواهم بپردازم یک اصل اشتراکی بین خودمان را بگذارید واضح‌تر بگویم و بعد ادامه ماجرا را دنبال کنیم؛ علاقه‌مندان به کتاب فراوان دیده‌ام که مثل خودمن هستند که خدمت‌تان ذکر می‌کنم. همه‌شان یا حداقل اکثرشان دوست دارند مالک کتاب باشند، مالک کتاب‌هایی که خودشان می‌خوانند. یک‌سری از کتاب‌های خوب را چنانچه می‌شناسیم یا بنابر معرفی دیگران، مستقیم می‌رویم و از بازار کتاب را می‌خریم و مالک بی‌منازع آن می‌شویم. بعد از این‌که کتاب را خواندیم می‌گذاریمش در کتابخانه و در فاصله‌ای که برای بار دوم یا حالا چندم آن را باز بخوانیم، همیشه هر باری که عطف کتاب و اسمش را در کتابخانه می‌بینیم، درونمان گریزی به آن می‌زنیم و یاد لحظات خوب تورق کتاب و دنیای آن کتاب می‌افتیم.

یک‌سری دیگر از کتاب‌ها را هم دوستی به پیشنهاد خودش یا به اصرار خودمان به ما قرض می‌دهد که به ما به رسم امانت قرض می‌دهد که لذت خواندن آن کتاب را که او خوانده است ما هم ببریم. این جای بحث را کتابخوان‌های حرفه‌ای خوب می‌فهمند چه می‌گویم و آن این است که وقتی ما از کتاب به امانت گرفته شده از آن دوست خوش‌مان آمد چاریک دوگانگی می‌شویم که آن کتاب را پس بدهیم یا نه؟! با ادب‌ترها و مأخوذان به حیا، بالاخره بر نفس‌شان غلبه می‌کنند و امانت را به صاحبش برمی‌گردانند. خودشان هم به‌صرافت می‌افتند که کتاب را بخرند و آن داستان دیدن عطف و لذت مرور خاطرات را داشته باشند.

دسته دیگر امانت‌گیرندگان که بر نفس کتابه‌شان نمی‌توانند غلبه کنند (نفس کتابه، مفتوح به کاف و مشدد به تا را خودم همین‌الان خلق کردم و آن نفسی است که بدصفت نمی‌گذارد کتاب را به صاحبش پس بدهید!) اینهایی که مغلوب این نفس مذکورند به هر شکل ممکن کتاب را به صاحبش برنمی‌گردانند و همین‌طور مالکش می‌شوند و لذت‌شان دوچندان است، چون هروقت کتاب را در کتابخانه منزل‌شان می‌بینند آن لذت پس ندادنش را هم دوباره می‌برند! اصلا مگر نه این است که بخشی از کتابخانه ما کتابخوان‌ها کتاب‌هایی است که از دیگران به عاریه گرفته‌ایم؟!

آن حاشیه‌ای که گفتیم

خوب موضوع این اشتراک اصلی را که گفتیم. از حاشیه‌های که از جلد و طرح و قطع کتاب هم گفتیم. حالا به حاشیه‌تر می‌خواهیم بپردازیم؛ کتاب کاغذی یا الکترونیک؟ اصلا کتاب کاغذی بخریم بهتر است یا الکترونیک؟ کتاب کاغذی قبل‌ترها تنها نوع کتاب بود که داشتیم، اصلا کتاب همین نوع کاغذی است که اسمش را کتاب کرده است. ولی حالا که همه درگیر این فضای ارتباطاتی عصر حاضر هستند، کتاب اشکال و انواع دیگر هم پیدا کرده. توضیحش آن‌که در سال‌های اخیر اشکال دیگری از کتاب برای کتابخوان‌ها به وجود آمده که کتاب صوتی و کتاب الکترونیک از نمونه‌های برجسته و اصلی آن است. همین‌جا سؤال اساسی پیش می‌آید که باید اهل فنش به آن پاسخ بدهند. اصلا اطلاق لفظ کتاب به این اشکال جدید کتاب صحیح است؟ خود لفظ کتاب از کتب و به معنای به نگارش درآمده است، نمی‌دانم آن معنای book در انگلیسی هم همین معنی را می‌دهد؟ یا نه ما برحسب عادت ترجمه ایمان که همه چیز را ترجمه‌ای وارد فرهنگ خودمان می‌کنیم آمده‌ایم و ebook را کتاب الکترونیک و audiobook را کتاب صوتی ترجمه کردیم، به نظرم موضوعی است که زبان‌شناسان می‌توانند و باید به توضیح و تفسیر آن بپردازند.

برگردیم به اصل موضوع، حالا که چندسالی است انواع کتاب به‌غیر از شکل کاغذی آن متداول شده است عده‌ای مخالف این نوع از کتاب هستند و آن را اصلا کتاب نمی‌دانند که متأسفانه یا خوشبختانه من هم کمی تا قسمتی ابری جزو آن یک عده هستم! در مقابل اینها دیگرانی هم هستند که این شکل‌های جدید را مفید فایده می‌دانند. اصلا نوع دسترسی را که مثلا در یک گوشی یا یک حافظه می‌توانیم یک کتابخانه بزرگ را حمل کنیم را یک امتیاز بزرگ می‌دانند. خوب قطعا اگر بدانید که کتابخانه چند صد جلدی یا حتی هزار جلدی در کیفت یا گوشه جیبت داری خیلی لذت دارد. از طرفی بدانی هرجای دنیا باشی بدون حضور کتابفروشی هم اگر یکهو به سرت بزند یک کتاب خاص را بخوانی همانجا به‌شرط وجود نت می‌توانی آن را الکترونیک بخری و بخوانی. خوب این لذتی است ستودنی که در گوشی بگویم؛ خود من مخالف هم بارها از آن استفاده کرده‌ام! همچنین این‌که بتوانی پشت ماشینت بنشینی و کتابت را یکی دیگر یا شاید خود نویسنده با صدای خودش برایت بخواند این هم لذتی وصف‌ناشدنی دارد که مورد قبول خاص و عام است.

آخ که چه کیفی دارد!

ولی یک چیزهایی در کتاب کاغذی هست که در هیچ شکل دیگر از کتاب نیست. یکی‌شان همین لذت بردن از کتاب در کتابخانه و مرور خاطراتش است، حالا کاری نداریم بعضی‌ها فقط می‌خرند برای دیدنش و نه خواندنش که این خفتگان در ساحل حال ما در توفان کتاب مستغرقان را هیچ نمی‌دانند. یکی دیگر آن است که یک حظ به خصوصی به آدم می‌دهد که نگو، آن موقع را می‌گویم که کتاب را در دست می‌گیری یا قبل از خواب در آغوش می‌گیری. از آن حس لذت بخش‌تر هم داریم که یکی از آن حاشیه‌هاست و همه ما کتابخوان‌ها در آن اشتراک داریم و آن چیزی نیست جز بوی کاغذ نوی کتاب، آخ که چه کیفی دارد وقتی کتاب نو را باز می‌کنیم و بوی کاغذ مشامت را می‌نوازد خاصه آن‌که بوی خوش کتابی باشد که می‌خواستی داشته باشی.

کتاب‌های کاغذی بوی خوشی می‌دهند که کتاب‌های الکترونیکی و صوتی نمی‌دهند....

قفسه کتاب
ضمیمه کتاب و داستان روزنامه جام جم
سه‌شنبه ۱۰ خرداد ۱۴۰۱ • شماره ۱۶۵



فناوری می‌تواند و باید در اختیار صنعت نشر باشد

وبلاگ‌نویسان واقعی کتاب به جای وبلاگ‌نویسان تقلبی غذا!



رضا شعبانی
قفسه کتاب

به‌عنوان پیش‌درآمد درباره قدرت رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین بفرمایید که چه تأثیری روی جامعه می‌گذارند؟

این‌که بگوییم رسانه‌های اجتماعی بخشی از زندگی مردم شده‌اند چندان درست نیست، بلکه مردم درجایی مثل اینستاگرام زندگی می‌کنند. ساعت‌های زیادی صرف می‌کنند. هم روی رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند و هم تاثیر می‌پذیرند.

مدتی پیش مرکز افکارسنجی ایسپا یک مطالعه در مورد مدت‌زمانی را کاربران در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند، منتشر کرد. بیش از ۶۰ درصد از کاربرانی که در اینستاگرام فعالیت دارند؛ حداقل روزی چند بار به اینستاگرام مراجعه می‌کنند. اگر بخواهیم درباره تعداد کاربران نیز صحبت کنیم؛ براساس نظرسنجی ایسپا، ۳۲ میلیون کاربر بالای ۱۸ سال در اینستاگرام حضور دارند. اگر تعداد کاربران کمتر از ۱۸ سال را به این عدد اضافه کنیم، می‌توان برآورد کرد که چیزی حدود ۴۰ میلیون ایرانی در اینستاگرام حضور فعال دارند و مطابق داده‌کاوی‌هایی که انجام شده، حدود ۵۰ میلیون اکانت فارسی در اینستاگرام شناسایی شده است. همین آمار را کمی کمتر یا بیشتر درباره فضایی مثل تلگرام هم داریم.

از نظر شما رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین چه نقشی می‌توانند در حوزه کتاب داشته باشند؟

هر پدیده اجتماعی هم آسیب و تهدید دارد و هم فرصت و موقعیت. خب تهدیدها مشخص است. آدم‌ها در اینستاگرام فیلم‌های یک دقیقه‌ای را در پست‌ها می‌بینند یا در توییتر می‌توانند پستی را بخوانند که کمتر از ۳۰ کاراکتر می‌تواند داشته باشد. شاید دیگر حوصله کتاب‌های بلند را نداشته باشند. شاید آدم‌ها دیگر کمتر سراغ کتاب بروند؛ به‌خصوص این‌که با محتواهای مختصری که در شبکه اجتماعی که در ایران اینستاگرام، تلگرام و در مرحله بعد توییتر تولید می‌کنند، راضی می‌شوند.

در گذشته نه‌چندان دور، وقتی انسان‌ها سؤالی داشتند کتاب می‌خواندند. کمی بعدتر در گوگل جست‌وجو می‌کردند اما با وجود هوش مصنوعی در فضایی مثل اینستاگرام، بدون این‌که متوجه شوند اطلاعاتی که لازم دارند در معرض دیدشان قرار می‌گیرد. اینستاگرام در ذائقه‌سنجی بسیار قوی است و عطش آدم‌ها را برای مراجعه به کتاب کم می‌کند. پس رسانه‌های اجتماعی می‌توانند یک تهدید برای کتابخوانی باشند اما از سوی دیگر، همین رسانه‌ها را می‌توان به بستری برای تولید و تبلیغ کتاب کنیم. کتاب به‌خودی‌خود اصالتی ندارد. چندین برگ که روی آن چیزهایی نوشته شده و هدف آن هم انتقال محتوا به مخاطبان است و البته محتوایی که دقیق‌تر، قوی‌تر و غنی‌تر از محتوایی باشد که در رسانه‌های اجتماعی می‌بینیم. نیاز انسان به کتاب را می‌توان به دو قسمت تقسیم کرد؛ اول نیاز عمومی وجود دارد؛ به‌عنوان مثال در همین اپیدمی کرونا، افراد نیاز به اطلاعاتی در این‌باره داشتند. اگر قبل‌تر بود شاید به مکتوبات مراجعه می‌کردند یا از طریق تلویزیون اطلاعات می‌گرفتند اما داده‌کاوی‌ها نشان می‌دهد که ایرانیان در مورد کرونا مراجعه بسیار زیادی به رسانه‌های اجتماعی داشتند؛ بنابراین نیازهای عمومی‌ای مانند همین کرونا یا موارد دیگری مانند تربیت فرزند، آشپزی، دانستنی‌ها یا کشکول‌ها بخشی از نیازهای مردم است که پیش از این تنها در کتاب‌ها آنها را جست‌وجو می‌کردند و امروزه رسانه‌های اجتماعی به‌خوبی در حال جایگزین شدن به‌جای کتاب‌ها هستند.

دوم نیازهای تخصصی است. برای مثال چون تخصص من در حوزه تحلیل کلان داده است، آن‌قدری به اطلاعات درباره کووید نیاز دارم که بتوانم از خودم و خانواده‌ام محافظت کنم اما کسی که تخصص پزشکی دارد قطعا به منابع دقیق‌تر و غنی‌تری مراجعه می‌کند. همین نگاه درباره انواع مسائل اجتماعی و فناوری هم صدق می‌کند. مثلا کسی علاقه و تخصص به برنامه‌نویسی دارد یا می‌خواهد بلاک‌چین کار کند، با این اوصاف آنچه که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود برای او کاربردی ندارد؛ بلکه نیاز به کتاب‌های تخصصی دارد. پس بخشی از کتاب‌ها از نوع کتاب‌های تخصصی است که در این موارد فرد متخصص و علاقه‌مند با دیدن مطالب ساندویچی رسانه‌های اجتماعی دیگر سیراب نشده و نیازش برآورده نمی‌شود و در این موارد صنعت نشر تا مدت‌ها لازم است حضور فعال داشته باشد. استفاده از کلان داده رسانه‌های اجتماعی با ذائقه‌سنجی مخاطبان می‌تواند کمک بسزایی به ناشران و نویسندگان کند. مثلا اگر ناشری بخواهد در مورد بلاک‌چین کتاب تخصصی تولید کند، می‌تواند پس از شناسایی کاربران توییتری که به حوزه بلاک‌چین علاقه‌مند هستند، روی دیالوگ‌های آنها تمرکز کرده و براساس نیازهای آنها، کتاب‌های تخصصی آن حوزه تولید کرده و در واقع به نوعی کتاب را تدوین کند که پاسخ‌دهنده به سؤال آنها باشد. پرواضح است که وقتی کتابی بر اساس نیاز، گفتمان و انگیزه‌های تخصصی تولید شود، طبعا فروش بیشتری هم خواهد داشت.

آیا می‌توان با استفاده از یک مدل و طی چند سال با یک الگو، توجه را از امثال اینستاگرام به کتاب برگرداند؟

شاید در حوزه کتاب‌های عمومی، صنعت نشر باید خودش را با شرایط وفق دهد و به‌طرف تولید محتوای ساندویچی برود که رسانه‌های اجتماعی هم آنها را تولید می‌کنند. اصلا شاید به‌جای چاپ کتاب به سمت تولید فیلم‌های کوتاه برود یا هر استراتژی دیگری که برای همراه شدن با این قسمت مهم زندگی مردم سازگار باشد؛ هرچند می‌توان با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و کمپین‌سازی، قدری تمایل را به سمت کتاب برگرداند یا برخی از کتاب‌های فاخر را در معرض دید قرار داد.

واقعیت امر این است که نباید خیلی مقاومت کرد. باید سبک و سلیقه را عوض کرد. باید نوع فکر در انتشارات را تغییر داد تا بتوانند محتوایی را تولید کنند که به درد همین زمان بخورد. یک ایده را تحت عنوان «بوک بلاگر» در نمایشگاه کتاب توصیف کردم. صنعت بسیار بزرگی به نام فودبلاگر در رسانه‌های اجتماعی شکل گرفته که در ایران هم به‌صورت قوی حضور دارند که بیشتر مبلغان رستوران‌ها هستند اما در کشورهای غربی فودبلاگرها منتقدان غذا هستند. حتی به‌صورت ناشناس به رستوران‌ها مراجعه می‌کنند، غذاهای مختلف را تست می‌کنند و ویدئویی را ضبط و منتشر می‌کنند که این رستوران این خوبی‌ها و این بدی‌ها را دارد. می‌توان این ایده را به صنعت کتاب و نشر هم تعمیم داد. می‌توانیم با مطالعه بیشتر و تمرکز بر روش کاری فودبلاگرها یک مدل مشابهی را برای صنعت نشر ارائه بدهیم. شاید بتوان از آنها با عنوان تسترهای کتاب نیز یاد کرد. البته برخی از کاربران شاید بدون این‌که بدانند هم‌اکنون در حال فعالیت بوک‌بلاگری هستند اما برای توسعه این صنعت نیاز به تشکیل یک اکوسیستم است تا هم بوک‌بلاگرهایی تربیت شوند و هم این‌که ارتباط بین بوک‌بلاگرها و انتشاراتی‌ها برقرار شود.

بوک‌بلاگرها در واقع کاربران متخصصی هستند که در حوزه تخصصی خودشان کتاب‌های زیادی را مطالعه کرده و کتاب‌هایی که مفید باشند را به مخاطبان معرفی می‌کنند. این یک مزیت دوطرفه دارد؛ بوک بلاگر هزینه‌ای را که از انتشارات می‌گیرد خرج زندگی‌اش می‌کند و از آن طرف انتشارات هم می‌تواند به‌صورت هدفمند هزینه تبلیغات خودش را بپردازد. این مساله می‌تواند به مدل تبدیل شود و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از این طریق به صنعت نشر کمک کنند تا فروش بهتری در حوزه کتاب‌های تخصصی داشته باشند. البته پیش از این‌که بخواهیم چنین زیست‌بومی را ایجاد کنیم لازم است روش‌های مختلف معرفی مؤثر کتاب‌ها را مدل‌سازی کنیم و فرهنگ‌سازی مناسبی را در این زمینه رقم بزنیم که خود این موضوع نیاز به بررسی بسیار زیاد و مفصلی دارد که در حوصله این مصاحبه نمی‌گنجد.

آیا می‌توان گفت بین کتاب‌های کاغذی با الکترونیکی و صوتی رقابتی وجود دارد؟

کتاب‌های الکترونیکی را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد: کتاب‌های پی‌دی‌اف، موبایل، صوتی و... اما برای پاسخ اجازه بدهید مثالی بزنم. در دهه ۷۰، دو مدل شامپو وجود داشت که هر دو زردرنگ بودند. آن زمان تمام مصرف‌کنندگان شامپو همان نوع شامپوها را استفاده می‌کردند. الان هم این شامپوها در حال تولید است اما با گذر زمان بازارش را از دست داد. این نکته درباره خیلی از موضوعات صدق می‌کند. واقعیت این است که هر چیزی باید خودش را با زمانه وفق دهد و حتی جلوتر از زمان خودش باشد. کتاب‌های چاپی حتما در آینده وجود خواهند داشت ولی مشتریان‌شان را آرام آرام از دست می‌دهند و مدل‌های جدیدی جایگزین آنها خواهند شد؛ مثل دهه قبل و ظهور قالب‌های جدید انتشار کتاب مانند پی‌دی‌اف، جاوا و سپس اندروید که بخشی از مخاطبان کتاب‌های چاپی را به خود اختصاص دادند اما هنوز هم کتب چاپی مخاطبان خود را داشتند. قطعا این قالب‌های جدید هم مشتریان خودشان را خواهند داشت ولی مسلما مخاطبان رفته‌رفته به سمت کتاب‌های صوتی و پادکست‌ها خواهند رفت. شاید اگر انتشاراتی می‌خواهد موفق باشد باید یک پکیج از انواع این موارد را داشته و به آن فکر کند، یا حتی شاید بهتر باشد به واقعیت مجازی فکر کند. در گذشته‌ای نه‌چندان دور کسی فکر نمی‌کرد که در فضای کوچک گوشی، انسان به اینترنت متصل شود و همه کارها را با آن انجام دهد. هرچند واقعیت مجازی فعلا گران است، احتمال دارد در آینده‌ای نزدیک به یک فناوری و یک صنعت ارزان‌تر تبدیل و وارد خانه‌ها شود؛ بنابراین هاردکپی‌ها مشتریانشان را از دست خواهند داد و فقط برخی از مشتریان را حفظ خواهند کرد.

یک نکته این است که صنعت نشر نباید کتاب‌های الکترونیکی صوتی و پی‌دی‌اف را رقیب خود بداند. اتفاقا باید آنها را وسیله‌ای برای نشر کتاب‌هایی که تولید می‌کند، بداند. امروزه صنعت نشر در دنیا به این سمت سوق پیدا کرده است. سایت آمازون از شما سؤال می‌کند کتاب را به‌صورت هاردکپی می‌خواهی یا نسخه پی‌دی‌اف؟ هرکدام را بخواهید به شما می‌دهد. صنعت نشر ما هم می‌تواند به این صورت باشد.

از منظر شما، متاورس چه خطرات و مزایایی را در آینده می‌تواند برای کتاب یا حوزه کتاب داشته باشد؟

اگر متاورس بتواند همچون گوشی‌های هوشمند جایگاه خودش را در زندگی آدم‌ها پیدا کند، این امکان وجود دارد که بخش جدی از مخاطبان و هاردکپی‌ها را به خود اختصاص دهد. در واقع صنعت نشر نباید متاورس را دشمن خود بداند؛ اتفاقا باید به‌عنوان یک فرصت به آن نگاه کند و شروع کند به تولید محتواهایی که مناسب آن دنیا و آن اکوسیستم باشد ولی قطعا صنعت سنتی کتاب و هاردکپی‌ها از سوی متاورس تحت تأثیر جدی قرار می‌گیرند.

گفت‌وگو با حسین خوش‌رفتار

باکمک فناوری بیش



ندا برازنده کیان
قفسه کتاب

مهندس حسین خوش‌رفتار منفرد از آن دست آدم‌هایی است که هم خاک حوزه فناوری نوین و فناوری اطلاعات را خورده و هم درسش را خوانده و الان کارشناس ارشد امنیت شبکه است. این خصوصیات و تلاش‌گری در کنار جوانی و خلاقیتش باعث شده به‌عنوان عضو هیات‌مدیره و مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان توسعه ارتباطات هوشمند تبیان در عرصه ایجاد ساختارهای پویا در حوزه‌های نوین در موضوعات فین‌تک، نرم‌افزار، خدمات امنیتی و راهکارهای سازمانی فعال باشد. خودش هم دو کتاب تخصصی در زمینه اندروید و آژاکس نوشته است. حضورش در نمایشگاه کتاب و در همایش‌های حول مساله کتاب باعث شد که برای موضوع پرونده این هفته‌مان گفت‌وگویی مفید با ایشان داشته باشیم.

جناب آقای خوش‌رفتار فناوری همه چیز را تحت‌تأثیر قرارداده است از جمله حوزه کتاب و نشر، از نظر شما فناوری برای نشر بیشتر سود داشته یا زیان؟

به نظر من نباید به این صورت به این موضوع نگاه کنیم. بلکه باید این‌طور نگاه کنیم که کسانی که علاقه دارند به این حوزه چه نفعی برای ایشان داشته و کسانی که علاقه ندارند چه نفعی برایشان داشته است. فناوری خودش ماهیتا یک سرعت‌دهنده یا یک تسهیل‌کننده است و این افراد هستند که انتخاب می‌کنند که از فناوری چه بهره‌ای ببرند. درارتباطه با حوزه کتاب هم دقیقا همین‌طور است یعنی کسانی که کتاب‌خوان هستند علاقه به کتاب دارند و قبلا همیشه نسخه‌های هارد کپی را استفاده می‌کردند اینک که سرشان شلوغ شده یا مثلا دیوایس‌هایی دارند که همیشه همراهشان هست نسخه‌های الکترونیک را استفاده می‌کنند اما خیلی بعید است که یک نفر که اصلا علاقه‌ای به کتاب نداشته و هیچ‌گاه سراغ کتاب نمی‌رفته الان چون مثلا ایبوک وجود دارد از ایبوک کتاب می‌خواند. چنین چیزی برای من قابل تصور نیست یعنی برای اهالی کتاب فناوری تسهیلگری کرده و باعث شده کتاب‌های بهتر و بیشتری بخوانند و دسترسی‌شان بیشتر شود اما کسانی که هیچ‌وقت علاقه‌ای به خواندن کتاب نداشتند فناوری نه‌تنها کمکی به آنها نکرده بلکه ممکن است از این فضا دورتر هم رفته باشند و سراغ آورده‌های دیگر فناوری بروند که فضای کتاب را ندارد برای همین به نظر این‌که فناوری چه کمکی کرده؟ خوب فناوری تسهیل می‌کند هم برای کسانی که علاقه داشتند و هم برای کسانی که علاقه نداشتند.

یعنی سهل‌الوصول کردن دسترسی با این حضور فناوری به جامعه کتاب‌خوان اضافه نکرده است؟

دقت کنید خیلی این صفر و یکی بودن مطرح نیست. ما درارتباطه با یک طیف صحبت می‌کنیم حالا ممکن است آن طیفی که نزدیک به کتاب‌خوان‌ها بودند با این امکان، کتابخوان شدند. ولی باید بگوییم جامعه آماری کتاب‌خوان‌ها را فناوری تکان داده یا نه؟ که در جواب باید بگویم خیر این‌طور نیست، ولی کار را برایشان آسان‌تر کرده و برای ناشران هم صد درصد به جهت ارتباط راحت‌تر و سهل‌الوصول‌تر نفع داشته است.

تولیدکننده و مصرف‌کننده کتاب با این موضوع به هم نزدیک‌تر می‌شوند یا دورتر؟

من نگاهم این نیست. واقعیتش این است که ما نمی‌توانیم تولیدکننده یا ناشر محتوا را از مصرف‌کننده یا مخاطب مجزا کنیم یعنی نمی‌توانیم میان‌شان دیوار بکشیم چون ناشر چیزی تولید می‌کند که از آن طرف مخاطبی برای ارائه داشته باشد.

من در خاطرم هست زمانی که برای چاپ یکی از کتاب‌هایم برای انتشارات ققنوس به من گفتند معمولا روال این است که اول مؤلف‌ها موضوعشان را مطرح می‌کنند یا این‌که یک فصل از کتابی را که می‌خواهند بنویسند یا ترجمه کنند را می‌آورند و اگر ناظر با این موضوع موافق بود و بازار و امکان مارکتینگ و ... برقرار بود کار پذیرفته می‌شود. درواقع می‌خواهم بگویم ناشر نگاه می‌کند که بازار چه چیزی نیاز دارد و به سمت تحقق آن می‌رود. پس ما نمی‌توانیم دیوار بکشیم بین این دو موضوع.

فناوری و بسترهای جدید رسانه می‌توانند کتاب‌خوان‌ها را کم‌تر کنند یا بین آنها و کتاب فاصله بیندازند؟

ما باید نگاه کنیم کتاب اساسا دارد چه‌کار می‌کند؟ وظیفه و مأموریت کتاب چیست؟ الان پادکست‌ها یا صفحات اینستاگرامی که کتاب‌ها را خلاصه می‌کنند و به مخاطب ارائه می‌دهند درواقع چه‌کاری انجام می‌دهند؟ الان منظورم کتاب‌های غیرداستانی است که مغز کتاب در چند جمله خلاصه شده یا حرف کلی این کتاب چند جمله است. ممکن است شما از یک نفر این توضیح را بشنوید و احساس کنید که من دیگر فهمیدم منظور این کتاب چه بوده و حالا یا دیگر سراغ خود کتاب نمی‌روید یا این‌که قبول نمی‌کنید و سراغ کتاب می‌روید و خودتان مطالعه می‌کنید.

اما اصل این است که کتاب درست است مغزش در چند جمله است اما کتاب دارد وظیفه‌ای انجام می‌دهد و آن این است که مخاطب خود را اغنا و برای مخاطب شهود ایجاد می‌کند.

به چه معنی؟ مثال می‌زنم؛ مثلا برای یک معضل اجتماعی یک موضوع روان‌شناختی کتابی را می‌خوانم ممکن است با چند جمله متوجه موضوع کتاب بشوم اما مساله و موضوع اصلی را با چند بار خواندن ۳۰۰ یا ۴۰۰ صفحه کتاب می‌توانم متوجه بشوم نه با خواندن یک تیتر. خواندن کل کتاب برای من شهود ایجاد می‌کند و من زمانی به موضوعی فکر می‌کنم که نسبت به آن شهود داشته باشم و دیگر برای درک و توصیف یک موضوع نیازی به کلمات ندارم چرا که کتاب به من یک شهود داده است و مرا اغنا می‌کند. حالا باید ببینیم فناوری‌هایی که الان هستند کدامشان چنین کاری انجام می‌دهند کدام یک از فناوری‌های نوین که ما الان با آنها روبه‌رو هستیم و به‌زودی با آنها مواجه می‌شویم، کدامشان برای ما شهود ایجاد می‌کند و ما را اغنا می‌کند. هرکدام از اینها می‌توانند خودشان نوعی جایگزین کتاب باشند و این جایگزینی کتاب اصلا موضوع بدی نیست هدف کتاب اغناکردن و انتقال یک مفهوم است. این‌که با چه وسیله‌ای این مهم انجام شود فرقی نمی‌کند مهم انتقال پیام و مأموریت کتاب است که انجام شود.

در بحث نشر کتاب و بحث تولیدکننده محتوا، چه ناشر و چه نویسنده بهره‌ای در قیمت کتاب دارند. کتاب الکترونیکی ارزان‌تر برای آنها ایجاد ضرر نکرده است؟

کسانی که اهل مطالعه هستند این فناوری در حقیقت تسهیلگری برایشان است که بیشتر کتاب بخوانند یعنی تعداد بیشتری کتاب مطالعه می‌کنند پس مقداری از آن ضرر را جبران می‌کنند.

حالا شما در خودروی خود کتاب‌های صوتی گوش می‌کنید و ساعت‌های مطالعه شما بیشتر شده و این موضوع باعث شده شما تعداد بیشتری کتاب مطالعه کنید.

مثلا تاکسی‌های اینترنتی کاسبی آژانس‌های تاکسی را کساد کرده که اجتناب‌ناپذیر است، تغییر شیوه و سبک زندگی اجتناب‌ناپذیر است و احتمال بالایی دارد برای کتاب‌فروشی‌ها هم رخ دهد. آنهایی که می‌خواهند همچنان در این فرایند قرار بگیرند باید خودشان را به‌روز کنند و اگر این کار را انجام ندهند احتمالا به‌زودی یا نقششان کم‌رنگ می‌شود یا حتی ممکن است نقششان از بین برود.

این را می‌شود حتی برای نویسنده‌ها و ناشرها هم دید. پس باید آنها هم کمی به سمتی بروند که محتوایی تولید کنند که قابلیت پیاده‌سازی در این فناوری را داشته باشد؟

بله قطعا این‌طور است. ببینید الان نویسنده‌هایی که همچنان می‌خواهند مانند گذشته به فعالیت خود ادامه دهند دقیقا همین اتفاق برایشان پیش می‌آید. می‌خواهم بگویم الان ما دیگر از آن حالتی که یک عده نویسنده و یک عده ناشر و گروهی مخاطب هستند خارج شده‌ایم، ما در شرایطی هستیم که همه برای همدیگر تولید می‌کنند.

همان‌طور که در شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام و اینها می‌بینید UGT الان حرف اول را می‌زند یعنی محتوایی که کاربرها تولید می‌کنند. الان ما



منفرد، مدیر حوزه فناوری نوین

تر کتاب می‌خوانیم

کلی کتاب داریم و کلی محتوای واقعا غنی که این آدم‌ها نوشتند که طی یک تجربه داشته‌اند و اینها واقعا اسمشان نویسنده و اهل‌قلم هم نبوده. این را منتشر کردند و مخاطبش هم دارد استفاده می‌کند. حتی کتاب چاپ هم نشده و مجوز هم ندارد اما محتوا در یک بستری منتشر شده و مخاطب هم استفاده می‌کند. درواقع آن چهارچوب‌های قبلی دیگر واقعا جوابگو نیستند و الان همه برای همدیگر محتوا تولید می‌کنند و هم‌زمان خودشان در جهت دیگر استفاده می‌کنند.

یعنی همان بخشی که در رسانه و روزنامه پیش‌آمده که دیگر از انحصار و تمرکز خارج شده‌اند در بحث کتاب هم پیش‌آمده و این را باید قبول کنیم که تمرکز از عرصه کتاب هم خواهد رفت؟

بله ما جلوتر از این هم خواهیم رفت و الان شاید بدانیم که محتوای این کتاب‌ها را چه کسی تولید کرده است در آینده شاید حتی این را هم ندانیم یعنی آن‌قدر حجم محتوایی که وجود دارد و به دست مخاطب می‌رسد زیاد می‌شود که دیگر ما مجال دانستن این‌که این محتوا را چه کسی تولید کرده نمی‌یابیم.

یعنی ممیزی هم نداریم؟

اصلا این موضوع خیلی وقت تمام شده است و جاهایی هستند که دارند به این موضوعات فکر می‌کنند که چه برنامه‌ای برای این موضوعات داشته باشند. اما متأسفانه آنهایی که تصمیمات اصلی را می‌گیرند هنوز دارند فکر می‌کنند که با بستن یا چارچوب گذاشتن‌های خیلی محکم می‌شود کنترل کرد! البته من فکر می‌کنم باید ما طوری عمل کنیم که جریان را هدایت کنیم اما با حذف یا قطع آن موافق نیستم کما این‌که امکان‌پذیر هم نیست و اصلا نمی‌توان به این موضوع فکر کرد. من موافق جریان‌سازی و هدایت هستم اما موافق انسداد نیستم.

یک مساله مهم این بسترهای جدید فناوری و در رأس آنها بسترهایی مانند اینستاگرام و تلگرام آیا کمک نمی‌کند که حق کپی‌رایت بیشتر زیر پا گذاشته شود؟

این فضایی که ما الان داریم در خارج از کشور هم وجود دارد یعنی همان‌طور که ما می‌توانیم بدون اجازه از محتوا یا حتی از محصولات نرم‌افزاری استفاده کنیم به لحاظ دسترسی در اختیار آنها هم هست اما در بسیاری از کشورها به‌خاطر این‌که قوانین کپی‌رایت سفت‌وسخت گرفته می‌شود و مجازات دارد آنها سعی می‌کنند به سمت کپی‌رایت نروند. باید بستری را فراهم کنیم تا مخاطب خیلی سهل‌الوصول این را با رعایت قوانین و با هزینه معقولی که حق مؤلف هم رعایت بشود بتواند در دسترس داشته باشد و در اختیارش باشد.

اجازه دهید یک مثال بزنم، اتفاقی که الان برای آلبوم‌های موسیقی افتاده مثلا ما چند اپلیکیشن داریم که کاربرها می‌روند موسیقی را از آنجا می‌خرند. دقیق یادم نیست ولی خاطرم هست که شنیدم چقدر کاربر رفته‌اند و علی‌رغم این‌که مثلا آلبوم یک خواننده تازه‌وارد به این عرصه را به‌راحتی می‌شود به‌صورت کامل از اینترنت دانلود کرد تعداد خیلی زیادی‌شان آلبوم را از پلتفرم فروش موسیقی خریداری کردند که بسیار باعث تعجب من هم شد.



این نشان می‌دهد اگر ما بستر مناسبی برای ارائه داشته باشیم بسیاری از کاربران علاقه دارند به روش قانونی و صحیح با حفظ حقوق چه مؤلف چه ناشر این اثر را تهیه کنند. هرچند برای فروش غیرمجاز و دانلود یا دسترسی غیرمجاز هم نمی‌توان کاری کرد و اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

در حوزه سرگرمی‌های فرهنگی بالاخص کتاب در عرصه بلاک‌چین و متاورس کاری هم در کشور انجام شده یا در حال شروع هست؟

هنوز خیلی زود است این موضوعات را در کف جامعه ببینیم. حتی در کشورهای پیشرو و شرکت‌های پیشرو مثل متا هنوز نمود بیرونی خیلی قوی ندارد چه برسد به ما که یکی دو قدم هم عقب‌تریم.

آغازشده یا مثل همین فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی که بعد از بلوغش در جهان تازه ما آمدیم که شبکه اجتماعی بسازیم در این حیطه هم همین‌طور عقب هستیم؟

من هرجا که توانستم صحبت کنم یا خواستم نکته‌ای را بگویم این گفته‌ام که ما در انقلاب صنعتی سوم به‌عنوان یک مصرف‌کننده در جایگاهی خاص قرار گرفتیم و هیچ‌وقت یک کنشگر فعال نبودیم و هرچه را که تولید شد نهایتا خوب استفاده کردیم که در مورد این خوب استفاده کردن هم مقداری حرف دارم، اما هنوز این فرصت را داریم که به‌عنوان یک کنشگر در انقلاب صنعتی چهارم که با ظهور و بروز این فناوری‌هاست بیاییم و یک نقش جدی را بگیریم هنوز فرصت داریم و من می‌بینم فعالیت‌هایی هم در حال رخ دادن است. من دیده‌ام که در بخش‌های خصوصی کسانی احساس کرده‌اند که اگر این یکی را جدی نگیرند قافیه را کاملا باخته‌اند.

این خیلی مهم است؛ هرچند الان هم فناوری همه زندگی ما را تحت‌الشعاع قرار داده اما در انقلاب صنعتی چهارم این اتفاق به شکل ضریب دارتری اتفاق می‌افتد یعنی کل زندگی بر اساس فناوری تعریف خواهد شد نه قسمت‌هایی از آن، برای همین حتما الان فرصت این هست که ما بتوانیم یک قسمتی از کنشگری خودمان را در عرصه ظهور برسانیم اما باید دقت کنیم دچار خطا نشویم. من نگاه می‌کنم به خیلی از دوستانم فناوری‌زده شده‌اند یعنی به‌جای این‌که اول بفهمند فلسفه این تغییر چیست دارند سراغ این می‌روند که مثلا ما برویم عینک فلان وارد کنیم یا برویم ساعت فلان وارد کنیم.

این تغییری که اتفاق می‌افتد در حقیقت این است که جهان از تمرکزگرایی دارد خارج می‌شود. باید درک کنیم و ببینیم آثار غیرمتمرکز شدنش چیست. بحثی که قبل‌تر خدمت‌تان عرض کردم که مثلا در عرصه کتاب ما دیگر یک مؤلف و یک ناشر و یک مخاطب نداریم. اینها از تمرکز خارج می‌شوند. یک نفر هم‌زمان می‌تواند هم ناشر هم مؤلف و هم مخاطب باشد و اگر ما درک کنیم فلسفه غیرمتمرکز شدن چیست آن‌وقت باید ببینیم ابزارهای این تعریف چیست که آنها را بیاوریم و وارد جامعه کنیم.

یعنی شما نگاه‌تان روشن است و احساس می‌کنید در این حوزه ما بهتر از حوزه‌های قبلی که عقب افتاده بودیم داریم کار می‌کنیم؟

من فکر می‌کنم که بله زمانی که انقلاب صنعتی سوم یا فناوری اطلاعات شروع به کار می‌کرد ما درگیر خیلی از مسائل دیگر بودیم که نمی‌توانستیم به این موضوع فکر کنیم و وقتی با آن مواجه شدیم که مثل سونامی روی سرمان خراب شده بود اما الان فرصت این هست که ما به جای این‌که یک مصرف‌کننده همیشه نگران باشیم و با طرح‌های مختلف که اسم‌های مختلفی هم برای آن می‌گذاریم بخواهیم فضا را کنترل کنیم. بیاییم یک کنشگر فعال باشیم الان وقت آن است که بتوانیم یک جریان ایجاد کنیم که اثرگذار باشیم روی مخاطبان.

آیا این سعه صدری که در برخورد با رمز ارزها وجود دارد به خاطر همین رویکرد است؟ یعنی پذیرفته‌ایم که باید به این موضوع علمی‌تر نگاه کنیم؟ من فکر می‌کنم برخوردشان خوب بوده حالا نمی‌دانم نگاه شما هم این است یا خیر؟

ظاهرش همین است اما من احساس می‌کنم که هنوز به جمع‌بندی نرسیده‌اند یعنی هنوز مطمئن نیستند که مفید است یا مضر. ما باید قبول کنیم که بسیاری از این اتفاقاتی که می‌افتد سلیقه‌ای است یعنی خیلی از تصمیماتی که گرفته می‌شود سلیقه فرد یا افراد یا جریانی سیاسی است و تصمیم یک عقل جمعی نیست. اما خبرهایی که می‌شنویم مثل رمزارز ریالی آمد یا مثلا بازار هنری به وجود آمده. خوب اینها اتفاقات خیلی خوبی است یعنی این نشان می‌دهد که ما نایستادیم و فقط نگاه نمی‌کنیم و داریم به سمتی که جهان حرکت می‌کند ما هم حرکت می‌کنیم هرچند لازم می‌دانم که ما باید این ملاحظات فرهنگی، ملاحظات شرعی و ملاحظات ایرانی خودمان را لحاظ کنیم یعنی نه این باشد که چون آنها انکار را کرده‌اند ما هم باید انجام دهیم نه اگر خوب است با ملاحظات ما دنبالش می‌کنیم و این اتفاق به نظرم دارد رخ می‌دهد.

شما در شرکت تبیان در حوزه کتاب یا دیگر کالاهای فرهنگی در حوزه فناوری یا رسانه‌ای تجربه یا برنامه‌ای تاکنون داشته‌اید؟

هوشمند تبیان یک شرکت فعال در حوزه آی تی و فعال در حوزه مرکز داده اینترنتی است و تیم توسعه نرم‌افزاری دارد. در چند ماه اخیر ما ورود کردیم به حوزه بلاکچین، رمز ارز و ان اف تی و سعی می‌کنیم یک بستری را آماده کنیم برای این‌که نه فقط خودمان بلکه باقی کسانی که نیاز به چنین بستری برای انتشار یا توکنایز کردن دارایی‌هایشان دارند بیایند و استفاده کنند. این حرکت دو یا سه ماهی است شروع شده و پیش‌بینی می‌شود تا برج هشت یا نه یک شبکه بلاکچینی چند منظوره داشته باشیم تا بتوانیم آن را در اختیار بقیه که دوست دارند در این حوزه فعالیت کنند قرار بدهیم که کتاب هم قطعا می‌تواند ذیل آنها قرار گیرد.

فقط بحث فنی است یا بحث قانونی آن هم هست؟

تا جایی قانون روی این موضوعات خیلی منعی ندارد مثلا این‌که شما دارایی خودت را به‌صورت ان اف تی عرضه کنید قانون منعی ندارد. آنجا که مثلا در حوزه همین کتاب که موردبحث شماست بحث کپی‌رایت به میان می‌آید و بحث نظام اقتصادی درگیر می‌شود قطعا قانون وارد می‌شود اما خیلی از استفاده‌های آن منع قانونی ندارد.

در آخر در این حوزه چه کتابی را که مورد استفاده عامه مردم باشد و تخصصی و علمی نباشد معرفی می‌کنید؟

کتاب‌های زیادی در این حوزه چاپ شده مثلا انتشارات راه پرداخت خیلی خوب به این موضوع پرداخته و کتاب‌های زیادی دارد به طور مصداقی هم می‌توانم کتابی با عنوان متاورس از همین انتشارات را نام ببرم. یا کتابی با نام بلاک‌چین که همه‌فهم و عامه‌پسند است و خواندنش برای علاقه‌مندان این حوزه و فعالان فرهنگی رسانه‌ای هم خوب است. البته انتشارات ترجمان هم کتاب‌های خوبی در حوزه متاورس دارد.

از پاپیروس تا کتاب الکترونیک

با به‌وجودآمدن ابزارهای جدید فناوری مثل رایانه، گوشی تلفن‌همراه و تبلت‌ها و گجت‌های دیگر، رفته‌رفته در همه شؤون و حیطه‌های زندگی بشر، این ابزار جای خود را پیدا کردند. کتاب و جامعه اهل کتاب هم از این پیشرفت فناوری و همراه بودن ابزار آن با بشر امروز، بی‌تأثیر نبودند. کتاب‌ها، متن‌هایی هستند که روی کاغذ نوشته می‌شوند. اگر این متن و نوشته به‌صورت یک فرمت دیجیتال ارائه شود و امکان خواندن آن روی رایانه یا دیگر دستگاه‌های هوشمند فراهم شود، به آن کتاب الکترونیک می‌گوییم.

کتاب‌هایی از مسیر صفر و یک

از روزگار الواح سنگی و پوست‌نوشته‌ها که بگذریم، به عصر اختراع کاغذ و نوشتن کتاب‌ها با قلم توسط افراد می‌رسیم که به دلیل تکثیر نشدن به‌اندازه کتاب، دسترسی انسان‌ها به کتاب در حداقل ممکن قرار داشت تا این‌که در عصر انقلاب صنعتی ماشین چاپ اختراع شد. باید بگوییم ایده «کتابخانه‌ای که در جیب شما جای بگیرد»، در طول قرن گذشته از سوی چند نویسنده مطرح شد. هرچند ابداعات و نوآوری در زمینه چاپ در هر دوره‌ای وجود داشت، اما پس از اختراع ماشین‌چاپ توسط گوتنبرگ، ظهور کتاب الکترونیک، مهم‌ترین پیشرفت در عرصه نشر کتاب به شمار می‌رود. آن‌قدر این اتفاق خاص و شگرف بود که شماری از متخصصان از پایان عصر کتاب سنتی خبر دادند که البته حداقل تاکنون به وقوع نپیوسته است. البته باید پذیرفت رشد خیره‌کننده فناوری اطلاعات در اواخر قرن بیستم و ابتدای قرن بیست‌ویکم، باعث شد کتاب الکترونیک همچنان به‌عنوان رقیب جدی کتاب‌های سنتی مطرح باشد.

کتاب الکترونیک، نخستین‌بار اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی در یک آزمایشگاه تولید شد. حدود یک دهه طول کشید تا سال ۱۹۷۱ در پروژه‌ای با نام گوتنبرگ، تبدیل متون کلاسیک به کتاب الکترونیک آغاز شود. این کتاب‌ها نخستین کتاب‌های الکترونیک بودند. ۲۰ سال بعد شرکت سونی در سال ۱۹۹۱ برای اولین‌بار ابزار مطالعه کتاب الکترونیک را در ایالات متحده عرضه کرد. این دستگاه محتویات یک دیسکت نوری ۸ سانتی‌متری را با ظرفیت ذخیره‌سازی یکصدهزار صفحه متن، نمایش می‌داد. البته هنگام عرضه این دستگاه، چند کتاب الکترونیک از جمله دایره المعارف کامتون و گنج واژگان راجست در بازار موجود بود. به دلیل خوش‌دست نبودن و بی‌کیفیت بودن رابط کاربری، این دستگاه موردپسند کاربران واقع نشد.

همان سال شرکت اپل محصولی جدید به بازار عرضه کرد که در مقایسه با ابزار مطالعه کتاب الکترونیک شرکت سونی، از کیفیتی بالاتر برخوردار بود. به دنبال عرضه این محصول، شرکت ؤییج سال ۱۹۹۲ مجموعه‌ای از آثار چندرسانه‌ای خود را منتشر کرد که با این دستگاه سازگاری داشت.

تا سال ۱۹۹۶ حدود ۲۵۰ عنوان کتاب روی شبکه اینترنت قرار گرفت. سال ۱۹۹۸ اولین دستگاه‌های حرفه‌ای کتابخوان الکترونیک Rocket Ebook و Softbook ساخته شد؛ اما هیچ موفقیتی تا سال ۲۰۰۷ حاصل نشد، زمانی که آمازون کتابخانه الکترونیک خود را با نام کیندل راه‌اندازی کرد. تا پایان قرن بیستم، هزاران جلد کتاب به‌صورت دیجیتال از طریق اینترنت در دسترس کاربران قرار گرفت و آنها می‌توانستند کتاب‌ها را مطالعه و چاپ یا حتی روی دستگاه خود بارگذاری کنند. در آن سال پیشرفت ابزارهای مطالعه کتاب‌الکترونیک به قدری بود که چند ناشر معتبر ایالات متحده برای فعالیت در نشر الکترونیک، بخشی جداگانه در انتشارات‌شان ایجاد کردند.

به‌واقع امروز دیگر نمی‌توان آمار دقیقی از تعداد کتاب‌های الکترونیک موجود روی شبکه اینترنت ارائه کرد.

چگونه کتاب‌های الکترونیکی را می‌خوانیم؟

با ظهور کتاب الکترونیک، متخصصان پیش‌بینی کردند به‌زودی عصر کاغذ و کتاب‌های سنتی به پایان می‌رسد و کتاب الکترونیک جایگزین آن می‌شود؛ ولی با گذشت چند دهه از عمر کتاب الکترونیک، کتاب‌های سنتی همچنان پیشتاز عرصه نشر هستند. بنا بر مطالعه‌ای که لیو و استورک در سال ۲۰۰۰ میلادی انجام دادند، استفاده از کاغذ بین‌سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۷ هم در صنعت چاپ و هم در نگارش با وجود حضور کتاب‌های الکترونیک، به میزان ۱۳ درصد افزایش یافته است.

چنانچه گذشت، کاربران هنوز هم مطالعه کتاب‌های سنتی را بسیار آسان‌تر از مشاهده صفحات نمایش می‌دانند. شاید یکی از مهم‌ترین دلایل استقبال نکردن کاربران از کتاب الکترونیک، تحمیل یک ساختار فیزیکی و یک ابزار بیش از حد جدید به آنان است. این به معنای آن است که بیشتر کاربران از کودکی با مطالعه کتاب‌های سنتی انس گرفته‌اند و در حقیقت، این نوع مطالعه بخشی از عادت‌ها و فعالیت‌های خودبه‌خودی آنان شده است. ازاین‌رو، ترک عادت پیشین، مستلزم گذشت زمان خواهد بود.

ابزار اصلی مطالعه کتاب الکترونیک، دستگاهی است در ابعاد یک کتاب داستان معمولی و با وزن تقریبی ۶۰۰ گرم و چنان که از نامش برمی‌آید، از آن برای خواندن کتاب الکترونیک استفاده می‌شود؛ به‌عبارت‌دیگر، ابزار مطالعه کتاب الکترونیک، وسیله‌ای است که اطلاعات خام را به‌صورت متن در اختیار کاربر قرار می‌دهد. این در حالی است که امروزه کتاب‌های الکترونیک را می‌توان با استفاده از انواع رایانه و اغلب گوشی‌های تلفن هوشمند، مطالعه کرد و کمتر کسی حاضر می‌شود برای خرید کتاب الکترونیک هزینه‌ای جداگانه برای یک دستگاه جدید بپردازد.

چرا کتاب الکترونیک؟

حمل‌ونقل راحت آن:

تعداد زیادی از نسخه‌های مختلف کتاب‌های الکترونیک را می‌توان با یک دستگاه حمل کرد؛ بنابراین، گزینه‌های ایده‌آل برای مسافران و افرادی مثل محققان است که نیاز به همراه بردن کتاب‌ها را دارند.

دسترسی آسان و سریع:

به دلیل قابلیت جست‌وجو در نرم‌افزارهای کتابخوان یا بستر وب و همچنین آرشیو شخصی، می‌توان به‌سرعت به محتوا و عنوان موردنظر دسترسی داشت. همچنین از طرفی این فناوری فاصله بین ناشر و کتابخوان‌ها را از بین برده است.

تعاملی بودن:

خوانندگان کتاب‌های الکترونیک همچنین می‌توانند یادداشت بردارند، صفحات را نشان‌گذاری کنند، زیرنویس بنویسند و به جست‌وجو و کسب اطلاعات اضافی از طریق لینک‌های ارتباطی بپردازند.

شخصی‌سازی باتوجه به سلایق فردی:

باتوجه به این‌که از دستگاه هوشمند در مطالعه کتاب استفاده می‌کنیم، می‌توانیم با توجه به سلیقه‌مان نورپردازی زمینه، تنظیم تصویر زمینه زیبا و اندازه قلم را خودمان تعویض کنیم و به این شکل، بهترین و زیباترین نسخه‌های کتاب را باتوجه به علایق‌مان تهیه کنیم که برای خواندن، جذاب هستند. همچنین امکان اضافه‌کردن برخی ابزارها به کتاب‌ها وجود دارد که فرهنگ لغت همراه کتاب یکی از این ابزار است که قطعا نکته متمایزی برای کتاب‌های الکترونیک است.

دوستدار محیط‌زیست:

کتاب‌های الکترونیک از آنجا که بدون استفاده حتی یک برگ کاغذ، منتشر می‌شوند، پس در جرگه محصولات دوستدار محیط‌زیست قرار می‌گیرند و درختان زیادی را نجات می‌دهند.

هزینه به‌صرفه‌تر:

کتاب‌های الکترونیک معمولا خیلی ارزان‌تر از کتاب‌های کاغذی هستند. هزینه‌ای برای رفتن به محل خرید ندارند و هزینه تحویل پستی یا ارسال هم برای آنها وجود ندارد و اگر آنها را در رایانه یا دستگاه هوشمند خود بارگیری کنید، می‌توانید آن را همه‌جا به‌راحتی استفاده کنید.

آخر این مسیر کجاست؟

همچون تمام محصولات نوپا، این محصول جدید فناوری نیز برای تکامل و تثبیت خود در بین مخاطبان به زمان نیاز دارد و به همین دلیل هم متخصصان و تولیدکنندگان این عرصه همواره در حال نوآوری بیشتر در این عرصه هستند. از جمله موانع رشد و رواج کتاب الکترونیک، مساله نمایش متون در ابزارهای مطالعه کتاب الکترونیک است. با وجود پیش‌بینی تحلیلگران و متخصصان این عرصه مبنی بر افول صنعت چاپ و نشر کتاب‌های سنتی، کتاب الکترونیک هنوز نتوانسته جای کتاب‌های سنتی را پرکند و برای دستیابی به مقام نخست راهی بس سخت و طولانی در پیش دارد.

در ایران نیز اپلیکیشن‌ها و سامانه‌هایی برای علاقه‌مندان کتاب الکترونیک وجود دارد که می‌توان از این بین به برجسته‌ترین آنها یعنی سه رقیب همیشگی در این عرصه یعنی طاقچه، فیدیبو و کتابراه نام برد که طبق شنیده‌ها «بهخوان» این برند هم چندی دیگر به این عرصه وارد خواهدشد.





داستانی از زندگی در عصر فناوری

یک ربات عاشق

آرمین کاظمی
نویسنده

شاید از معدود کسانی که داستانی با درون‌مایه فناوری جدید نوشته است آرمین کاظمی باشد. داستان ربات عاشق داستانی است در حوزه متاورس که درباره کوله‌گردی به نام ماروکو است. او در سفری به شهری پیشرفته با مؤسسه‌ای آشنا می‌شود که سفرهای مجازی برگزار می‌کند. مارکو برای تجربه «شبیه‌سازی یک سفر» لباس مخصوص می‌پوشد و با سلول شبیه‌ساز به دنیای مجازی وارد می‌شود. جذابیت‌های بی‌انتهای دنیای مجازی و سفرهای شبیه‌سازی باعث می‌شود مارکو برای ماه‌ها در سلول شبیه‌ساز زندگی کند. سلول شبیه‌ساز همانند چراغ جادو، تمام آرزوهای مارکو را برآورده می‌سازد. او از همین سلول شبیه‌ساز به تمام جاهای زیبای دنیا سفر می‌کند، به گذشته می‌رود، برای راه‌اندازی کسب‌وکار آموزش می‌بیند، عاشق می‌شود، ازدواج می‌کند، بچه‌دار می‌شود و در نهایت سفر شبیه‌سازی‌شده به مرگ را تجربه می‌کند. بخشی از این داستان را در اینجا می‌خوانیم.

مریم همین‌که از سلول شش‌متری شبیه‌سازش بیرون آمد، چند مرتبه با خودش تکرار کرد: «خدایا باورم نمی‌شه. وای خدا ... باورم نمی‌شه» و این جمله چندین و چند مرتبه دیگر از ذهنش گذشت. او چیزی را که تجربه کرده بود باور نمی‌کرد. او به این فکر می‌کرد که باید فرقی میان واقعیت و واقعیت شبیه‌سازی شده وجود داشته باشد. او فراموش کرده بود که تمام سفرش شبیه‌سازی شده و او در تمام مدت این سفر در یک اتاق شش‌متری بوده است. او با خودش فکر می‌کرد: «بوی خاک نم خورده هنوز توی دماغمه، می‌تونستم دستم رو روی آجرها بکشم و زبری روی آجر و فرورفتگی درز بندکشی بین آجرها را روی پوست انگشتم حس کنم. هرکدوم از آدم‌هایی که اونجا بودن یه بویی داشتن. من می‌تونستم عطری روکه تک‌تک اون‌ها به بدن‌شون زدن، حس کنم. حتی می‌فهمیدم کدوماشون به خودشون عطر نزدن. نسیمی که به صورتم می‌خورد، واقعی‌تر از واقعی بود. آفتابی که روی پوستم می‌تابید، لپ‌هام رو گل انداخته بود»

شور و شعفی که این سفر شبیه‌سازی‌شده در او ایجاد کرده بود، باعث شد بدون لحظه‌ای تردید، قرارداد همکاری با شرکت لوگان را امضا کند و او از همین حالا راهنمای یکی از تورهای گردشگری شبیه‌سازی‌شده لوگان شده بود

مریم معتقد بود که تاریخ و آثار باستانی هر شهری این حق را دارد که با دقت و وسواس بیشتری به مردم معرفی شود تا مردم کمی از آنچه را بر آنها گذشته بدانند و گشت‌وگذار آنها در مکان‌های تاریخی معنی بیشتری داشته باشد. شاید این اعتقاد از درسی که مریم خوانده بود، می‌آمد. او فارغ‌التحصیل رشته جامعه‌شناسی بود و بیشتر از یک دانشجوی معمولی، رشته تحصیلی‌اش را دوست داشت. او هروقت که غرق در شکوه و عظمت یک بنای تاریخی، به‌وقت تماشا می‌شد، از خودش می‌پرسید که اجداد خیلی دور ما چطور بدون دانش امروز مهندسی و ابزار و ادوات پیشرفته ساختمان‌سازی و راه‌سازی موفق به ساخت چنین بناهای باعظمتی شده‌اند؟ بعد به خودش این‌طور جواب می‌داد که اجداد خیلی دور ما از خصوصیات و قدرتی برتر و بیشتر از انسان‌های هم‌نسل او برخوردار بوده‌اند و این پاسخ همیشگی برای او تبدیل به یک اعتقاد درونی شده بود.

او چند روز قبل به‌واسطه یک آگهی همکاری، به شرکت شبیه‌سازی لوگان آمده بود. آنها به راهنمای تور گردشگری برای سفرهای شبیه‌سازی‌شده احتیاج داشتند و مریم علاقه زیادی به این شغل داشت. فقط آن کلمه شبیه‌سازی‌شده برای او ایجاد سؤال کرده بود. کار اصلی شرکت لوگان پیاده‌سازی سفرهای شبیه‌سازی‌شده بود.

مریم در سطح شهر، در روزنامه‌ها، در فضای مجازی و در رسانه‌ها بارها و بارها به تبلیغات شرکت لوگان برخورده و هر دو شعار اصلی این شرکت در این تبلیغات کنجکاوی مریم را برانگیخته بود؛ شعار اول این بود که «ما فاصله‌ها را حذف می‌کنیم.» و شعار دوم هم «ما هر آرزویی را برآورده می‌کنیم» بود. زیر «هر آرزویی» در تمام تبلیغات یک خط پهن قرمز کشیده بودند.

سلول شبیه‌سازی شرکت لوگان در نظر اول برای مریم به یک سالن کوچک و نقلی سینمای چندبعدی شبیه بود. با این تفاوت که تمام محرک‌های حواس انسان خیلی مفصل‌تر از آنچه حتی در مجهزترین سالن سینمای چندبعدی دیده بود، در همان سلول جمع و جور تدارک دیده شده بود. مریم کارکرد بعضی از این ابزار و ادوات را نمی‌دانست؛ نوار نقاله‌ای که به هر طرف حرکت می‌کرد و سنسورهایی که باد و نسیم را با هر کیفیتی که می‌شد بازسازی می‌کرد و بوی هر محیطی را با توجه به مختصات بوی اصلی به مشام می‌رساند. لباسی شبیه لباس غواصی که به ویبراتور و حسگرهایی مجهز بود که تمامی اندام انسان، حتی اندام خصوصی را پوشش می‌داد تا هر حسی را برای او شبیه‌سازی کند.

سلول شبیه‌ساز در خود وان آبی به طول دو متر و عرض صد و هفتاد سانتی‌متر داشت که با معلق نگه‌داشتن فرد در آن، حس شنا در آب استخر و حتی دریا را شبیه‌سازی می‌کرد.

یک صندلی شبیه صندلی ماساژ توی اتاق بود که تخت می‌شد و فرد را در فضا معلق نگه می‌داشت.

از نظر مریم هیچ محرکی برای ایجاد یک شبیه‌سازی دقیق از چشم شرکت لوگان دور نمانده بود و آنها در تجهیز این سلول شبیه‌ساز فکر همه چیز را کرده بودند.

شرکت لوگان حتی در عمیق‌ترین قسمت اقیانوس‌ها، در دل آثار باستانی و در تاریک‌ترین و ناشناخته‌ترین قسمت جنگل‌ها و هرجای دیگری که می‌شد و نمی‌شد فکرش را کرد، دوربین و سنسورهایی گذاشته بود که به‌واسطه آنها دقیقا آنچه را که در همان لحظه در آن نقطه اتفاق می‌افتد، به‌صورت آنلاین و با همان کیفیت برای حواس پنج‌گانه مسافر در سلول شبیه‌سازی‌اش، شبیه‌سازی کند.

با وجود همه این امکانات مریم برای یک‌لحظه دودل شد که آیا این امکاناتی که شرکت لوگان تدارک دیده، برای شبیه‌سازی هر آرزویی کفایت می‌کند؟ مریم وقتی به «هر آرزویی» فکر می‌کرد، یک خط پهن قرمز در نظرش نقش بست. این سلول با همه امکاناتش به کسی این اجازه را می‌داد که روی ابرها بخوابد؟ امکان سفر به فضا از همین اتاق کوچک شبیه‌سازی وجود داشت؟ سفر به فضا یکی از قدیمی‌ترین آرزوهای مریم بود. او تقریبا از کودکی آرزوی سفر به فضا را داشت.

طبق قراردادی که میان مریم و شرکت لوگان بسته شده بود، قرار بر این بود که مریم برای هر پنج سفری که لیدری می‌کرد، علاوه بر دریافت حقوق و مزایایش، یک سفر شبیه‌سازی‌شده را به‌عنوان هدیه از سمت شرکت دریافت کند.

بعدازاین قرارداد او هر روز با شور و شوقی بیشتر از روز قبل، به سلول شبیه‌سازش می‌رفت و توریست‌ها را با تاریخچه محلی که برای تماشای آن سفر کرده بودند، آشنا می‌کرد.

در همان روزهای اول کاری مریم، شرکت لوگان تبلیغات خود را برای برگزاری آنلاین بزرگ‌ترین فستیوال موزیک الکترونیک جهان شروع کرده بود. آنها با برگزارکنندگان فستیوال حقیقی توافق کرده بودند تا دوربین‌ها و سنسورهای خودشان را برای شبیه‌سازی در محل برگزاری قرار دهند تا کاربران لوگان هم بتوانند درست به‌اندازه بازدیدکنندگان حقیقی فستیوال جهانی موزیک از این رویداد لذت ببرند.

اولین هدیه شرکت لوگان به مریم، بلیت سفر شبیه‌سازی‌شده به فستیوال جهانی موزیک الکترونیک بود. او وقتی بلیت را گرفت، خیلی خوشحال شد و بعد از چند ثانیه این خوشحالی جایش را به همان اندوه همیشگی داد که مریم همیشه آن را با سفرکردن کنترل می‌کرد. اندوهی که گاهی در همان سفرها قوت می‌گرفت و به مریم اجازه نمی‌داد تمام‌وکمال از سفرش لذت ببرد. همه این اندوه یک سؤال بود؛ با چه کسی به این سفر برم؟ و یک جواب؛ مثل همیشه تنها.

زندگی در دنیای مجازی



در روزهایی زندگی می‌کنیم که شاهد یک نوع شکست دنیای واقعی در مقابل دنیای مجازی هستیم. دنیای مجازی با حسادت تمام به دنیای واقعی، انسان‌ها را به زیستن و صرف زمان در خود مجذوب کرده است. امروزه اکثر ما در تلاشیم تا در دنیای مجازی جایگاهی بیابیم. از کودکان تازه متولد شده که از ابتدای زندگی‌شان وارد شبکه‌های اجتماعی می‌شوند و با بامزه بازی‌هایشان مخاطب جلب می‌کنند تا بقالی سر کوچه‌مان که دست به دامان این و آن شده تا فروشگاه مجازی بزند. این داستان به نوعی جذابیت دنیای مجازی و غرق شدن انسان مدرن در آن را روایت می‌کند.

سند کمپانی برگ سبز و کارت خودرو نیسان زامیاد ۲۴۰۰ به رنگ آبی مدل ۱۳۹۰ شماره موتور 591680 شماره شاسی NAZPL140TB0297254 شماره پلاک ۷۸۶ ه ۱۵ ایران ۷۴ به‌نام مینا نوروزی بلسی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

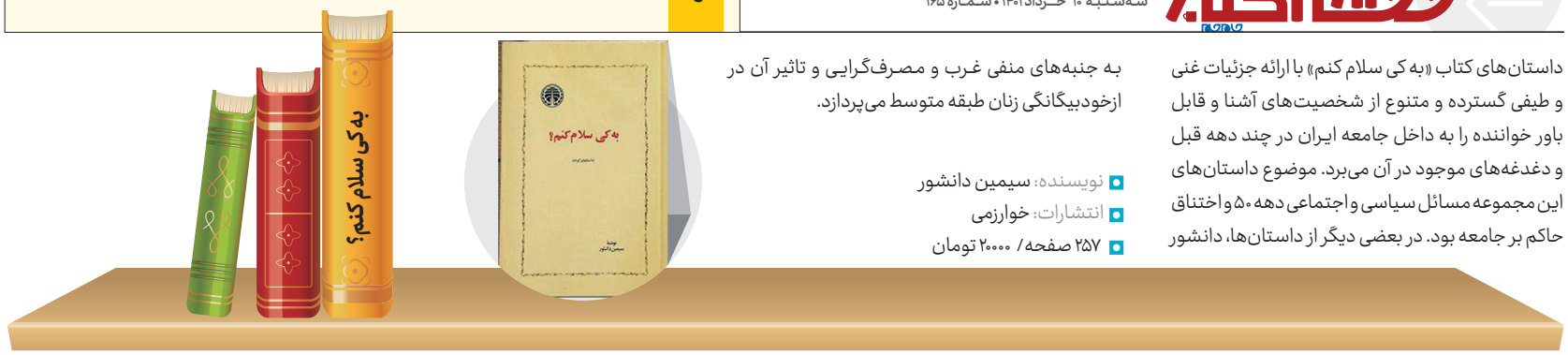
سند کمپانی و برگ سبز پراید 131 مدل 1390 به رنگ نوک مدادی متالیک شماره پلاک ۴۹۱ص۴۲ ایران ۲۴ شماره شاسی S3412290856562 شماره موتور 3968932 به‌نام یوسف طهماسبی شاه منصوری مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

ریز نمرات و دانشنامه فارغ التحصیلی اینجانب فریبا تارویردی‌زاده فرزند عین علی به شماره شناسنامه ۲۵۵۶ صادره از تهران در مقطع کارشناسی رشته پرستاری صادره از دانشگاه علوم‌پزشکی شهید باهنر شاهرود مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می‌باشد. از یابنده تقاضا می‌شود اصل مدرک را به دانشگاه علوم پزشکی شاهرود واحد دانشکده پرستاری و مامایی به نشانی: شاهرود، میدان هفت تیر، دانشگاه علوم پزشکی شاهرود ارسال نماید.

سند برگ سبز خودرو پژو پارس، مدل ۹۳ رنگ سفید شماره موتور 124K0453212 شماره شاسی NAAN01CA8EH135878 به‌نام پویا بافکر مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

شناسنامه
سردبیر: سیدحسن میرامین محمدی
همکاران این شماره: سیدمیلاد زارع‌کار، رضا شعبانی، محمدجعفر کبریایی، ندا برازنده‌کیان و آرمین کاظمی
صفحه‌آرایی: مجید رحیمی - حسین ناصری

داستان‌های کتاب «به کی سلام کنم» با ارائه جزئیات غنی و طیفی گسترده و متنوع از شخصیت‌های آشنا و قابل باور خواننده را به داخل جامعه ایران در چند دهه قبل و دغدغه‌های موجود در آن می‌برد. موضوع داستان‌های این مجموعه مسائل سیاسی و اجتماعی دهه ۵۰ و اختناق حاکم بر جامعه بود. در بعضی دیگر از داستان‌ها، دانشور به جنبه‌های منفی غرب و مصرف‌گرایی و تاثیر آن در ازخودبیگانگی زنان طبقه متوسط می‌پردازد.



- نویسنده: سیمین دانشور
- انتشارات: خوارزمی
- ۲۵۷ صفحه/ ۲۰۰۰۰ تومان



این اثر یک فانتزی طولانی است که هدف آن این است که خواننده اضطراب‌هایی را که به‌صراحت در کتاب مطرح نشده اما همیشه وجود دارد به پستوی فراموشی در ذهنش منتقل کند. مرگ و ازدست‌دادن، تنهایی، معشوق نبودن و گذر عمر در این وضعیت، همه هم‌خانواده این ترس هستند. در رمان «اعترافات هولناک لاک‌پشت مرده...» این نگرانی‌ها شکلی نمادین می‌یابد و معنایی غیر از آنچه بازنمایی شده، پیدا می‌کند. در واقع این اثر تلاشی نمادین برای بازگشت به دنیای درون است. بازگشت به اعماق پنهان بدن و غرق‌شدن در آرامشی ناگسستنی.

- نویسنده: مرتضی برزگر
- انتشارات: چشمه
- ۲۷۲ صفحه/ ۷۹۲۰۰ تومان



در این کتاب، بیژن نجدی از مرگ می‌نویسد، از جنازه‌ای که رؤیای فرزند نداشته طاهر و ملیحه است. از مرتضی می‌نویسد که به جرم کشتن یک قو از زادگاهش طرد می‌شود، از روزهایی می‌نویسد که نمی‌توان فهمید مردم چه می‌گویند و چه می‌خواهند. او در هر داستان به شکلی متفاوت مرگ را توصیف می‌کند. گاهی ساده و گاهی پیچیده، آن را به واقعیت و خیال پیوند می‌دهد، حس شاعرانه‌اش را به آن می‌افزاید و شخصیت‌ها را درگیرش می‌کند.

- نویسنده: بیژن نجدی
- انتشارات: مرکز
- ۸۸ صفحه/ ۳۳۰۰۰ تومان



دل سگ

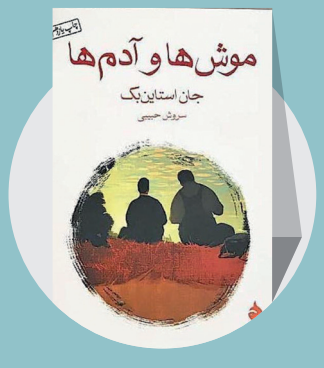


پزشکی ثروتمند، موفق و شناخته‌شده در سطح جهان که مایه حسادت اطرافیان است با سگی ولگرد دوست می‌شود و تصمیم می‌گیرد تا با پیوند اعضایی از بدن مردی مرده به آن سگ، کار علمی پیشگامانه‌ای را به انجام برساند. اما این کار با نتایجی بسیار غیرمنتظره همراه است: موجودی نیمه‌انسان ـ نیمه‌حیوان از بند رها می‌شود و زندگی پروفسور که زمانی بسیار مورد احترام سایرین بود، به کابوسی غیرقابل‌تحمل تبدیل می‌شود. بولکاکف در رمان دل سگ، ایده‌هایی فوق‌العاده عجیب را با روایتی بسیار ناتورالیستی ترکیب می‌کند و داستانی آبزورد و به شکل شگفت‌انگیزی طنزآمیز را به وجود می‌آورد که می‌توان آن را پرداختی گزنده به انقلاب روسیه نیز در نظر گرفت.

- **نویسنده:** میخائیل بولکاکف
- **مترجم:** مهدی غبرایی
- **انتشارات:** تندیس
- ۱۷۶ صفحه / ۳۹۲۰۰ تومان

موش‌ها و آدم‌ها

جورج و لنی دو کارگر ساده و روزمزد هستند که در آمریکا زندگی می‌کنند و برای پیداکردن کار در کالیفرنیا، به هر دری می‌زنند. جورج مرد زیرک و ریزنقشی است که با لنی، مردی درشت‌هیکل که عقل درست و حسابی‌ای ندارد دوست شده‌است.
رؤیای مشترک آنها داشتن یک مزرعه اختصاصی برای خودشان است تا بتوانند در آن خرگوش پرورش دهند. همین رؤیای مشترک زمینه‌ساز دوستی عمیق این دو نفر می‌شود و داستان زندگی‌شان را به هم گره می‌زند. این دو دوست صمیمی با هم روزگار می‌گذرانند و از رویای رهایی حرف می‌زنند.



- **نویسنده:** جان استاین‌بک
- **مترجم:** سروش حبیبی
- **انتشارات:** ماهی
- ۱۶۰ صفحه / ۳۰۴۰۰ تومان