گفت‌وگو با حسین خوش‌رفتار

با کمک 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 این طور 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

