

جامعه

گفت‌وگو با دکتر محمدرضا سنگری

انحلال امور تربیتی

فرش قرمز زیر پای ۲۰۳۰

صفحه ۸

وقتی مردم خواسته‌های شان را روی پرده سینما می‌برند

**سینمای مذهبی در برابر
بلاک باسترهای هالیوودی**



نگاه «جام جم»

به برنامه پرمخاطب شبکه نسیم

**مهمانی
عروسک‌های زنده**



گفت‌وگو با احمد نوروزی

معاون برون مرزی سازمان صداوسیما

**روی شیب سعودی
اعتبار و مرجعیت**



زاویه دید

نگاه

چرخه معیوب فعالیت‌های فرهنگی

درصد بسیار بالایی از کارهای هنری و فرهنگی ما بدون توجه به بلوک‌بندی مخاطبان تولید می‌شوند و هیچ نقشی در پیشبرد وضعیت فرهنگی اجتماع ندارند بلکه عمدتاً در دایره مفهومی به نام مخاطب‌پره به خویشتن قرار می‌گیرد.



علی محمد مودب
شاعر

کسی که کار فرهنگی می‌کند، باید بداند دو شرط مهم، دو بال کار فرهنگی است؛ شرط اول این است که به‌طور مداوم برای تعمیق بینش خود و خلوص نفسانی‌اش تلاش کند و شرط دوم این که در توان خود زمینه‌تماس و گفت‌وگو با دورترین مخاطبان را نسبت به گفتمان خود ایجاد کند. اصولاً کار فرهنگی بدون این شرط دوم امکان تحقق ندارد. حضرت موسی (ع) به سوی فرعون می‌رود که قاعدتاً دورترین انسان برای دریافت و پذیرش پیامی است که موسی آورده است.

اگر کسی مشغول کار فرهنگی باشد و این دو شرط را به‌طور مداوم مد نظر نداشته باشد، عملاً به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسد. عدم تمرکز بر اصل اول موجب می‌شود که درمواجهه با اصناف مخاطبان به مرور، فرد هویت خود را بیازد و مرزهای هویتی‌اش را گم کند. این همان حکایتی است که سعدی علیه‌الرحمه در یک بیت به زیبایی بیان کرده و تا همیشه تاریخ اندیشه این بیت جاودانه است.

شد غلامی که آب جوی آرد/ آب جوی آمد و غلام ببرد
بسیاری این معنا را البته متوجه شده‌اند اما توجه به آن باعث شده تا بال دوم را قیچی کنند و برای این است که درصد بسیار بالایی از کارهای هنری و فرهنگی ما بدون توجه به بلوک‌بندی مخاطبان تولید می‌شود و هیچ نقشی در پیشبرد وضعیت فرهنگی اجتماع ندارد بلکه عمدتاً در دایره مفهومی به نام مخاطب‌پره به خویشتن قرار می‌گیرد که بارها در مورد آن گفته‌ام و نوشته‌ام. مخاطب‌پره به خویشتن درد عمده جامعه ماست، چراکه بسیاری از مؤثرترین فرهنگی با توجه افراطی و وسواس‌گونه به بال اول ماجرا، راه را برای هر نوع ارتباط با مخاطبی غیر از مخاطب بالفعل می‌بندند و عملاً پیام‌ها به‌طور مداوم در یک چرخه معیوب از همان گروه صادر کننده به همان گروه مخاطب می‌شود. انسداد اجتماعی نتیجه طبیعی این تیپ کار فرهنگی است که راه را برای خشن شدن شرایط هموار می‌کند و عملاً در میان مدت جامعه را به سمت تصادم‌های سخت پیش می‌برد، چون همه متولیان از ترس این که غلام را آب جوی نبرد، غلام را از رفتن به کنار جوی منع کرده‌اند و در این شرایط جوی هیچ تعهدی نداده که طغیان نکند و به سمت غلام حرکت نکند.

به‌سادگی ما با ترک میدان‌ها، آن میدان‌ها را به دیگران واگذار می‌کنیم. عدم ارتباط‌گیری ما با گروه‌های مختلف و اصناف مردم باعث نمی‌شود آنها ساکن و ساکت و ایستاد بمانند. آنها با خود و با آدم‌هایی در چهار گوشه عالم مدام در ارتباط و تعامل هستند و عدم دیدار و آشنایی آنها با ما نتیجه‌اش ایجاد حس انکار و دشمنی در آنهاست.

باید هر دو بال ماجرا را در کنار هم دید و نباید یکسره‌تن به موج‌های حوادث سپرد و یا هر صنف مخاطبی با هدف جذب همراه شد و از آن سوزن نباید در حلقه‌ای محدود و بسته زیست و به این‌گونه به مرور به فرقه‌ای شدن و تفرقه اجتماعی تن در داد.

در آستانه برگزاری سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

۱۰ راهکار توسعه نشر در ایران



۳- ایجاد زیرساخت نشر حرفه‌ای
نشر کتاب به دلیل اقتصادی نبودن آن و مشکلات تولید و نشر باید حرفه‌ای باشد تا دوام یابد و گونه نشر سالم به حاشیه خواهد رفت و نشر آثار زرد و کتابسازی رواج می‌یابد، همچنان که اکنون تا حدود زیادی با آن مواجه هستیم.

نشر حرفه‌ای دارای شرایط و خصوصیات است که در دنیا تجربه شده و در کشور ما نیز ناشران حرفه‌ای، هرچند کم‌تعداد، وجود دارند. هدف سیاستگذاران حوزه نشر کتاب باید حرفه‌ای سازی نشر باشد تا جامعه بتواند از مواهب آن کتاب‌های شاخص و خوب مواجه هستیم. دلیل آن را باید بررسی دقیق کرد اما فعلاً مهم آن است که سیاستگذاران حوزه فرهنگ به این مهم پی ببرند.

جریان ترجمه نیز به‌شدت ناپسامان است، هم در حوزه فرهنگ و هم در حوزه علم و دانش. در حوزه فرهنگ به معنای واقعی مورد تهاجم هستیم و در حوزه دانش به‌شدت با کمبود منابع مواجه‌ایم. برای هر دو بخش باید تدابیر ویژه اندیشید.

موضوع بعدی، به‌روزرسانی قوانین حقوق نشر داخلی است که با توجه به تحولات و پیشرفت‌های زیاد در تولید و انتشار کتاب، با باید قانونی جدید به تصویب رسد یا قوانین موجود اصلاح شده و تنقیح و جمع شود.

۲- سازماندهی جریان تولید محتوا
مهم‌ترین شاخصه کتاب خوب یا بد، محتوای آن است، چه از نظر فرهنگی و علمی و چه از نظر اقتصادی و فروش. اگر امروز استقبال از کتاب و مطالعه نسبت به گذشته کمتر شده، دلیل اساسی آن، ضعف محتوای کتاب‌های جدیدالانتشار است. اکنون کمتر با کتاب‌های شاخص و خوب مواجه هستیم. دلیل آن را باید بررسی دقیق کرد اما فعلاً مهم آن است که سیاستگذاران حوزه فرهنگ به این مهم پی ببرند.

جریان ترجمه نیز به‌شدت ناپسامان است، هم در حوزه فرهنگ و هم در حوزه علم و دانش. در حوزه فرهنگ به معنای واقعی مورد تهاجم هستیم و در حوزه دانش به‌شدت با کمبود منابع مواجه‌ایم. برای هر دو بخش باید تدابیر ویژه اندیشید.

نشر حرفه‌ای دارای شرایط و خصوصیات است که در دنیا تجربه شده و در کشور ما نیز ناشران حرفه‌ای، هرچند کم‌تعداد، وجود دارند. هدف سیاستگذاران حوزه نشر کتاب باید حرفه‌ای سازی نشر باشد تا جامعه بتواند از مواهب آن استفاده کند. در همین زمینه سیدعباس حسینی‌نیک، مدیر انتشارات مجد، ۱۰ راهکار مهم را برای توسعه جامعه نشر در ایران برشمرده است.



سیدعباس حسینی‌نیک
مدیر انتشارات مجد

۱- اصلاح و تدوین قوانین مربوط به حقوق نشر

مهم‌ترین مقرره‌ای که باید تعیین تکلیف شود، الحاق ایران به کنوانسیون برن است. البته در شرایط تحریمی، پیوستن به این کنوانسیون می‌تواند محدودیت‌هایی را ایجاد کند ولی به هر حال، عدم الحاق موجب مشکلات و بی‌نظمی‌هایی در رعایت حقوق مؤلفان و به‌خصوص مترجمان و ناشران شده است.

۵- ایجاد ساختار مدیریت جامعه نشر
فعالیت‌های حرفه‌ای در جامعه، نیازمند سازماندهی و هماهنگی گروهی است برگنه اطلاق حرفه‌ای بودن بی‌معنی است. فعالیت پزشکان، مهندسان، وکلا، دفاتر استاد و مانند آنها در قالب سازمان، قانون و اتحادیه مدیریت می‌شود و هیچ‌گونه هزینه‌ای برای دولت ایجاد نمی‌کند.

فعالیت نشر در حوزه‌های مختلف دانشگاهی، عمومی، کودک و نوجوان، آموزشی و ... نهاد تخصصی را می‌طلبد تا بتوان با کمک جمعی بر مشکلات فائق آمد.

۶- مشارکت تشکل‌های نشر در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی
واسطی امور هر صنف از طرف دولت به نهاد و سازمان مدیریتی هر نوع فعالیت، مهم‌ترین عامل پیشرفت در جوامع توسعه‌یافته است. هرچه دولت برای اداره فعالیت‌های تخصصی اجتماعی بی‌انگیزه است در عوض، بخش خصوصی برای توسعه و پیشرفت امور حرفه‌ای خود با انگیزه و با تدبیر عمل می‌کند. این خاصیت را نباید نادیده گرفت و به آن بی‌توجه بود.

۷- نوسازی عوامل فنی چاپ
تغییر شرایط بازار کتاب که مهم‌ترین آن شامل افزایش عناوین و کاهش شمارگان می‌شود، اقتضا دارد تا دستگاه‌ها و تکنولوژی متناسب با این شرایط تهیه و به‌کار گرفته شود. کیفیت و قیمت مناسب برای کتاب، می‌تواند جذابیت آن را افزایش داده یا کم کند.

۸- اصلاح ساختار توزیع کتاب
دسترسی به کتاب در شهرستان‌ها هنوز به شکل حداقلی، امکان‌پذیر است و این مهم‌ترین دلیل استقبال از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران است. هر کالایی با توجه به سطح تماس آن با مخاطب، مورد ارزیابی اقتصادی قرار می‌گیرد. متأسفانه سطح تماس کتاب با مخاطب به هیچ وجه قابل قبول نیست و بسیاری از کتاب‌های خوب از دید مخاطبان پنهان است.

۹- توجه به توسعه نشر در حوزه الکترونیکی و صوتی
بخشی از بازار کتاب در دنیا به کتاب الکترونیکی و صوتی اختصاص یافته است. کتاب الکترونیکی دارای مزیت‌هایی مانند حذف پارامتر حجم و انتقال فیزیکی و امکان جست‌وجوی محتوایی است و این، برای پژوهش و تحقیق علمی بسیار حائز اهمیت است. همچنین کتاب صوتی که دارای قابلیت استفاده در هنگام رانندگی یا دیگر فعالیت‌های عمومی است، مورد استقبال مخاطبان کتاب است.

۱۰- تلاش برای هدفمندسازی پارانه‌ها
حوزه فرهنگ و کتاب در همه دنیا نیازمند حمایت دولت است. این حمایت باید باتدبیر و دقیق صورت گیرد تا مورد سوء استفاده قرار نگرفته و برای پیشبرد اهداف جامعه مؤثر باشد. تخصیص بودجه کافی برای کمک به دسترسی عموم به کتاب و محصولات فرهنگی را نباید جزو سرفصل‌های هزینه‌ای دانست، بلکه مؤثرترین اقدامی است که می‌تواند در آینده جامعه تأثیرگذار باشد. بیشتر ناهنجاری‌های اجتماعی که برخورد با آنها مستلزم صرف هزینه‌های زیاد است با سرمایه‌گذاری فرهنگی قابل پیشگیری است. بنابراین دولت نباید نقش خود را فراموش کند.