

حدیث در نمایشگاه بین المللی کتاب تهران ۱۴۰۴ خورشیدی

محمد مهدی احسانی^۱

سال هشتم، شماره سی‌ام، پاییز ۱۴۰۴

نمایشگاه بین المللی کتاب تهران، تنها، جایی برای نمایش و خریدن کتاب نیست؛ بلکه آینه فعالیت‌های علمی و فرهنگی کشور در سال گذشته است. پُرشوربودن نمایشگاه، وابسته به امور مختلفی است که شاید مهم‌ترین آنها دو محور «ناشران» و «مردم» باشند. ناشران، نمایشگر تلاش‌های علمی سال گذشته کشور و سال‌های منتهی به نمایشگاه جاری هستند و مردم، با میزان و چگونگی استقبالشان، دغدغه‌های جامعه را نشان می‌دهند. البته نهادها، مؤسسات و رسانه‌ها نیز می‌توانند در ایجاد انگیزه و شور کتاب‌خوانی مرثر باشند.

روشن نیست آیا کارشناسان و برنامه‌ریزان علمی و فرهنگی کشور، به نمایشگاه کتاب تهران، نگاه تحلیلی دارند یا نه؟ آیا نشست‌هایی را با تحلیل‌گران، برگزار می‌کنند تا دیدگاه و برآورد آنها را از دو محور یادشده و فعالیت‌های مؤسسات، نهادها و رسانه‌ها در ایجاد و رونق فرهنگ کتاب‌خوانی جویا شوند یا نه؟ آیا این تحلیل‌ها در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و علمی کشور، نقشی دارد یا نه؟ اگر چنین نگاه‌ها، نشست‌ها و تأثیراتی وجود داشته باشد، باید در رسانه‌های عمومی و تخصصی بازتاب قابل توجهی بیابد.

نمایشگاه کتاب امسال هم نشان‌دهنده وضعیت علمی و فرهنگی کشور در سال گذشته بود. نوشتار حاضر، قصد ندارد به همه ابعاد نمایشگاه بپردازد؛ بلکه تنها «تحلیلی از وضعیت کلان» آن به همراه گزارشی تحلیلی از وضعیت «حدیث در نمایشگاه» ارائه می‌دهد.

ذکر این نکته ضروری است که برخی از گزاره‌های موجود در این یادداشت، بر اساس داده‌های سایت رسمی «خانه کتاب و ادبیات ایران» و برخی دیگر، نتایج مطالعه و آمارگیری نویسنده از سایت نمایشگاه کتاب امسال است. همچنین برخی از تحلیل‌های ارائه شده، اختصاصی به امسال ندارد؛ بلکه تغییرات در طول بازه‌ای میان مدّت و بلندمدّت رخ می‌دهد و در بازه کوتاه‌مدّت دیده می‌شود.

۱. پژوهشگر حوزه علمیه قم.

الف) تحلیل کلان نمایشگاه بین المللی کتاب تهران ۱۴۰۴

نمایشگاه امسال، خلوت به چشم می‌آمد. این را دوربین‌های رسانه‌ها و گزارشگران نیز تایید می‌کردند. شاید «بن خرید مجازی»، «وضعیت غیر فرهنگی نمایشگاه» از حیث رعایت نشدن برخی از فرهنگ‌های ملی و دینی، «افزایش هزینه‌های سفر به تهران»، «بالارفتن قیمت کتاب»، «کاهش تعداد عنوان‌های چاپ اول»، «افزایش کتاب‌های فایلی در فضای مجازی»، «گسترش فضای مجازی» و «برخی از رویدادهای جاری کشور» از عوامل خلوت شدن این رویداد بزرگ فرهنگی باشد.

اهالی مطالعه می‌دانند که جست‌وجوی کتاب در سایت نمایشگاه، جایگزین دیدن غرفه‌ها و از چشم گذراندن کتاب‌ها نمی‌شود. حال، چه عاملی موجب شده تا کتاب‌خوان‌های کشور، از حضور در نمایشگاه و دیدن غرفه‌ها منصرف شوند؟ به نظر می‌رسد هر یک از عوامل مطرح شده، سهم خود را در خلوت شدن نمایشگاه دارند. اما یک پرسش، می‌تواند عامل نگرانی باشد: آیا دغدغه‌های اهالی کتاب از کتاب و رشد علمی و فرهنگی به سوی اموری دیگر، تغییر کرده است؟ اگر چنین باشد، با وضعیت نسبتاً خطرناکی مواجه خواهیم شد.

دغدغه‌ها در کوتاه‌مدت شکل نمی‌گیرند تا تغییر آنها نگران‌کننده نباشد؛ بلکه در طول زمان و با کنار هم آمدن عوامل متعدّد، دغدغه‌ها و انگیزه‌های فرهنگی و علمی ایجاد می‌شود. از بین رفتن این دغدغه‌ها، مسیر آینده علم و فرهنگ را در کشور با چالش مواجه خواهد کرد. گویا در سالی که گذشت، کفه دغدغه‌ها از سمت فرهنگی به امور اقتصادی و اجتماعی سنگینی کرده است. کاهش تیراژ کتاب‌ها، می‌تواند نشان‌دهنده کاهش انگیزه‌های فرهنگی و پایین آمدن سطح مطالعه نسبت به سال‌های قبل باشد. البته افزایش کتاب‌های الکترونیک و نرم‌افزارها نیز می‌تواند زمینه‌ساز کاهش تیراژ کتاب‌های کاغذی باشد. از سوی دیگر گسترش بدون برنامه فضای مجازی و خواندن متون کوتاه سیاسی و ... در این فضای بدون چارچوب، تصوّر رشد و اقناع را برای مخاطب به دنبال دارد؛ این تصوّر کاذب موجب می‌شود مردم کمتر به سراغ کتاب بروند. چنین ذهنیتی زمانی رنگ می‌بازد که «قربانی» پس از مدّتها اتلاف وقت در گروه‌ها و کانال‌های مجازی، خویشتن خویش را خالی از دانش می‌بیند، ولی ذهنش پر از اطلاعات غیر منسجم، غیر تخصصی، بازاری و بی‌فایده یا کم‌فایده است. آن زمان، می‌فهمد که فرصتی را سپری کرده بدون آنکه محصولی داشته باشد.

برای غلبه بر بحران «مطالعه‌پنداری» مدیریت فضای مجازی توسط حاکمان و نیز مدیریت زمان توسط مردم ضروری است. حفظ دغدغه‌های فرهنگی و علمی نیازمند حرکت جامعه و دست کم مراکز علمی در مسیر دانش است. اگر مراکز علمی به بهانه‌های مختلفی همچون کرونا، آنفولانزا،

آلودگی هوا، گرما، سرما، کمبود گاز، کمبود برق، مراسم‌ها و جنگ تعطیل شدند، امکان انتقال انگیزه‌های علمی وجود نخواهد داشت. در چنین فضایی، دغدغه‌های دیگری، جایگزین شده و عرصه علم که حوزه کتاب نیز جزوی از آن است، بخشی از مخاطبان خود را از دست می‌دهد. برقراری ارتباط میان کتاب با مردم هم زمینه دیگری برای اقبال بخشی از مردم با کتاب است. اگر کتاب، نتواند با نیازهای مردم رابطه برقرار کند، دلیلی برای خریدن آن از سوی مخاطب و در نتیجه، افزایش تیراژ از سوی ناشر، احساس نمی‌شود. نیاز است که مراکز تولید کتاب و نیز نویسندگان منفرد، ارتباط بهتری با جامعه اطراف خود داشته و دغدغه‌های آنها را بهتر درک کنند. اگر نویسندگان بتوانند به زبان مردم و متناسب با نیازهای محسوس آنها بنویسند، شاید مشتریان بیشتری داشته باشند.

(ب) حدیث در نمایشگاه بین المللی کتاب تهران ۱۴۰۴

هر حوزه‌ای از دانش، ویژگی‌های خاص خود را دارد ولی وضعیت کلان حوزه‌های دانشی تقریباً مانند یکدیگر است. حوزه حدیث نیز در سالی که گذشت همانند حوزه‌های دیگر دانش، رونق چندانی نداشت. نمود این کم‌رونی را در ادامه می‌بینیم.

کتاب‌های حدیثی چاپ جدید اعم از علوم حدیث و معارف حدیث در نمایشگاه امسال کم بود.^۲ چاپ کتاب، متوقف بر اندیشه، پژوهش و تلاش است. هنگامی که چاپ کتاب در حوزه حدیث، کاهش می‌یابد، شاید معنایش آن است که اندیشه، پژوهش و تلاش در این حوزه، کاهش یافته است. ممکن است اهالی این حوزه از دانش نیز دچار دغدغه‌های دیگری شده و از فعالیت گسترده حدیثی که دارای خروجی کتاب باشد، باز مانده‌اند.

موضوعات نوین بسیار کم کار شده است. در حوزه حدیث، موضوعات فراوانی برای کار وجود دارد. کمی پژوهشگر در این زمینه موجب شده تا بیشتر کارهای ضروری بر زمین بماند. روند حوزه و دانشگاه در تربیت پژوهشگر نابه‌سامان است. هیچ متولی مشخصی برای تربیت پژوهشگر وجود ندارد. تنها مؤسسات کوچک با دغدغه‌های شخصی متولیان آن و با بودجه‌های اندک به دست آمده از هدایای مردمی به این امر می‌پردازند. روشن است که این میزان از تربیت پژوهشگر، پاسخگوی نیاز روزافزون کشور به الگوهای حدیثی در بخش‌های مختلف نیست. در نمایشگاه امسال، موضوعات حدیثی نوین همچون الگوهای «سبک زندگی»، نسخه‌های حدیثی برای «رسانه»، «پیشرفت علمی»، «جنگ چندلایه»، «رضایت اجتماعی» و مانند آن بسیار اندک بود. یعنی سال گذشته، سال خوبی برای موضوعات نوین حدیثی نبود و تلاش شایسته‌ای در این عرصه به ثمر نرسید.

۲. این نتیجه را با مراجعه به سایت نمایشگاه کتاب و مقایسه کتاب‌های حدیثی چاپ اول امسال با پارسال به دست آورده‌ام.

زمینه دیگری که توجه به آن ضروری است پایان نامه‌هاست. پایان نامه‌ها نشان دهنده میزان زنده بودن دانشگاه و حوزه هستند. پایان نامه‌های قابل چاپ، نشان دهنده سطح تدریس و تدرّس و وضعیت استادان راهنما، مشاور و دانش پژوهان هستند. امسال پایان نامه‌های حدیثی بسیار اندکی بر روی میزهای نشر مشاهده شد. شاید نیاز باشد که به مبدا پایان نامه‌ها یعنی مراکز علمی دانشگاهی و حوزوی، بیشتر توجه کنیم. شاید بتوان با ارتقای سطح تدریس و افزایش سطح تعهّد، چالش «پایان نامه‌های بی‌فایده» و «پایان نامه‌های هوش مصنوعی‌نگار» را حل کرد. اگر نگاه استادان به «رزومه‌سازی» باشد از تربیت دانشجو و طلبه غافل می‌شوند و به طور طبیعی، خروجی این وضعیت در پایان نامه‌ها آشکار می‌گردد.

محور دیگری که در بررسی فعالیت‌های حدیثی، توجه به آن، ضروری است، تیراژ کتاب‌هاست. تیراژ کتاب‌های حدیثی، پایین آمده است و این نشان می‌دهد که کتاب‌ها مشتری ندارند. آیا می‌توان گفت که مشتری‌ها به سوی کتاب‌های مجازی رفته‌اند؟ اگر چنین باشد، خوب است ولی این نگاه خوشبینانه است. واقعیت میدانی نشان می‌دهد که تمایل به مطالعه کتاب، کاهش یافته است، نه اینکه فقط تمایل به خرید کتاب کاغذی کم شده باشد. این هم ناشی از سه عامل است، یکی وضعیت اقتصادی و اجتماعی و سیاسی کشور و دیگری جذّابیت نداشتن گزاره‌های علمی برای مخاطبان امروز. عامل اول، متولیان خاصی همچون حکومت دارد که محلّ بحث ما نیست. عامل دوم، نیازمند توجه در مراکز علمی است. شاید باید کیفیت کتاب‌نویسی تغییر کند، روش آن با نوآوری ارتقا یابد و مخاطبان، بیشتر دیده شوند. سومین عامل آن است که در جامعه امروز، نویسنده، احترام سابق را ندارد و این خود، زمینه‌ای برای کاهش رغبت به خواندن نوشته‌های اوست. بسیاری از مردم که می‌توانند مخاطب کتاب‌ها باشند، با دسترسی به فضای مجازی و نوشتن، خود را نویسنده می‌دانند و به نوعی از خوداقتناعی می‌رسند. تصوّر نویسنده بودن، ذهنیت کاذب رقابت با نویسندگان واقعی را ایجاد می‌کند و این، موجب کاهش رغبت به مطالعه آثار نویسندگان حقیقی می‌شود؛ گویا کسی بخواهد کتاب رقیبش را بخرد و به تیراژ او کمک کند! باید فکری به حال «فضای مجازی» و «نویسنده‌پنداری» کرد.

ناشران، یک محور مهم برای رونق نمایشگاه هستند. ناشران حدیثی افزایش یافته‌اند ولی گویا این افزایش، در تولید کتاب، تأثیر چندانی نداشته است. می‌توان مشکلات کاغذ و چاپ و هزینه‌های زیاد را مؤثر شمرد. برخی از ناشرانی که روزی یک مدرسه حدیثی بزرگ محسوب می‌شدند تقریباً در حال از دست دادن محوریت خود در چاپ و نشر نگاشته‌های حدیثی هستند. این موضوع را باید در پژوهشکده‌های مرتبط با انتشارات جویا شد. شاید انگیزه‌های سابق برای تلاشی متعهدانه کاهش

یافته باشد و یا نیروهای جدید به رزومه خود بیش از خدمت به حدیث بیندیشند و شاید، تنها و تنها، مشکلات مالی مؤثر باشد. هرچه هست، خروجی آن، کم رونق شدن غرفه‌های حدیثی نسبت به گذشته است. در سالی که گذشت، برخی از دانشگاه‌ها در عرصه حدیث، فعالیتی قابل عرضه بر روی میز نشر داشتند؛ ولی بخشی از آنها به نقد بازاری حدیث روی آورده‌اند. آثار منتشر شده در نقد غیر اصولی حدیث و یا به قول معروف «زردنگاری» آفتی است که اعتبار مراکز علمی را تهدید می‌کند.

در مجموع از ناشرانی همچون دارالحدیث، آستان قدس، دانشگاه رضوی، بنیاد پژوهش‌های اسلامی، بوستان کتاب دفتر تبلیغات، جامعه المصطفی (ع)، دانشگاه امام صادق (ع)، مؤسسه امام خمینی (ع) و دفتر انتشارات اسلامی، توقعی بیشتر در زمینه پژوهش و نشر کتاب‌های حدیثی هست.

در سوی مقابل، غرفه‌های حدیثی فروش پُرمشتری در نمایشگاه، این فرض را ایجاد می‌کند که اخباری‌ها در حال رونق گرفتن هستند. گویا مردم تا حدودی به سوی آنها اقبال دارند. در ریشه‌شناسی این اقبال می‌توان آن را با میزان حوصله مردم مرتبط دانست. هنگامی که مخاطب، کم حوصله شود، کمتر به سوی آثار فکری و اندیشه‌ای جذب شده و بیشتر به سراغ آثاری می‌رود که راحت‌تر، حرف آخر را بزنند. او در این مسیر، به میزان احتمال خطا فکر نمی‌کند؛ چون اساساً حوصله فکر کردن وی کاهش یافته است. کاهش حوصله نیز می‌تواند با دغدغه‌های اقتصادی و اجتماعی، ارتباط داشته باشد. برای تقویت عرصه فکر و اندیشه، می‌توان طرح‌های حمایتی (بورسیه) را در پژوهشکده‌های بانشاط فعال کرد. این طرح‌ها نیازمند بودجه‌های حکومتی هستند و البته خروجی آنها نیز برای حکومت، باید روشن و قابل محاسبه باشد.

در مجموع شاید بتوان نمایشگاه امسال را در حوزه حدیث اینگونه تصویر کرد که اگر یک حدیث‌پژوه به نمایشگاه کتاب می‌رفت، احساس می‌کرد وارد یک بیابان شده است؛ اگر بگردد، چیزی پیدا می‌کند، وگرنه باید دست خالی برگردد. هرچند وضعیت مالی مراکز حدیثی نیز در این کم‌رونقی نقش دارد، ولی شاید بیش از همه چیز «انگیزه»، «برنامه» و «تلاش» مؤثر باشد. اساساً کتاب نباید متوقف بر بودجه نهادها باشد بلکه باید خود، مخاطب خویش را پیدا کند. بهترین نقش برای نهادها در این عرصه، نقش حمایتی از حیث پرداخت وام، فرهنگ‌سازی، تبلیغات و معرفی است. ضمن اینکه با امکانات موجود نیز می‌توان کارهایی بسی بیشتر را سامان داد. بهره‌گیری از تعهد و اخلاص گذشتگان در کنار نشاط و پیشنهادات جوانان متخصص می‌تواند ترکیبی از امور مورد نیاز برای رونق دادن به تلاش‌های حدیثی را فراهم کند.

البته، کمرونقی، ویژه عرصه چاپ و نشر حدیث نیست. بلکه به همان اندازه که پژوهش‌های حدیثی کمرونق شده و خود را در عرصه نشر نشان می‌دهد، آموزش‌های حدیثی نیز رونق گذشته را ندارد. با اینکه جمعیت کشور افزایش یافته، نیازها بسیار بیشتر شده و موضوعات نوین، بسی فراتر از گذشته است، ولی آموزش‌های حدیثی چه به صورت کوتاه‌مدت و چه به شکل بلندمدت دچار کسالت و کساد شده است. کاهش ارسال مقالات برای جشنواره‌های علمی کشور همچون جشنواره علامه حلی نیز در همین راستا قابل توجه است.

اکنون باید این پرسش را مطرح کرد که آیا مراکز متولی، متناسب با نیاز جامعه پیش رفته‌اند؟ آیا روش‌هایشان را به تناسب وضعیت جامعه ارتقا داده‌اند؟ آیا مخاطب و نیازهای روزمره او را دیده‌اند؟ آیا شناخت واقعی از مخاطبان خود دارند؟ آیا برای پژوهش و آموزش و نشر، اتاق فکری دارند که به جزئیات کارها فکر کنند؟ اینها پرسش‌هایی است که پاسخ به آن می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و جبران وضعیت فعلی نقش داشته باشد.

به امید روزی که نمایشگاه کتاب، کانون اندیشه، برنامه، تحلیل، علم و فرهنگ باشد.

و الحمد لله رب العالمین