سه‌شنبه ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۳
شماره ۴۱۳۷
WWW.FDN.IR
FARHIKHTEGANDAILY

جد و جهدی برای تکریم و ترویج کتابخوانی

محمدامین ایمانجانی
مدیرمسئول روزنامه فرهیختگان

اگر هدف زیستن را بازگشت به حقیقت خویشتن بدانیم، پس هرآنچه ما را به خود نزدیک کند باید ارزشمند شمارد. کتاب‌ها این حافظان اندیشه بشری، کاری چنین می‌کنند؛ کتاب‌ها زبان کسانی‌اند که به بلندای تاریخ در جست‌وجوی راز خویشتن طی طریق می‌کنند و کلمه را به استخدام می‌گیرند تا اندیشه و دنیای پیرامون‌شان را روی تکه‌پاره‌های کاغذ منعکس سازند.

در روزگار ما برای اینکه اندیشه یک نویسنده، فقط به صفحات کتاب زنجیر نشود، باید که در نسبتی مستمر و فراگیر با رسانه‌ها قرار گیرد و سوال اساسی از اهل رسانه همین‌جاست که باید با چه رویکردی سراغ کتاب و خالقانش برود و اساسا رسالت یک روزنامه‌نگار در مواجهه با کتاب چیست؟ آیا بنای رسانه فقط پوشش اخبار و اتفاقات صنعت نشر است یا اینکه باید عمیق‌تر و صدالبته ظریف‌تر به عوالم آگاهی سرک بکشد؟ بنای ما در رسانه از روزهای اولی که روزنامه «فرهیختگان» موضوع کتاب را به سرتیتر صفحات اول خودش آورد این بود که به کتاب‌ها و هر آن چیزی که با کتاب، نسبت خویشاوندی دارد، با احترام یاد کنیم و معتقدیم کسانی که در ترویج کتاب و کتابخوانی قدمی برمی‌دارند، از این جهت محترمند که به تقویت کانال‌های شناختی جامعه یاری می‌کنند. ویژه‌نامه «کتاب علیه فراموشخانه» حاصل تلاشی است سه‌ماهه از گفت‌وگوهایی که پیش از این در قالب پادکست مضمون، تنظیم و آماده شدند و حالا در صورتی مکتوب پیش‌روی شما قرار می‌گیرد.

جمعی که برای این گفت‌وگوها گلچین شدند از متخصصان و اهل فن هستند که واجد ایده‌ها و نظرات متفاوت و گاه متضاد نسبت به مسائل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی هستند و اتفاقا یکی از مزیت‌های اصلی این مجموعه گردآوری شده، همین توجه به نگاه‌ها و آرای متکثر و متنوع بوده است. با وجود این تنوع، جمع حاضر در یک نقطه مشترک هستند و اینکه آنها خاطرات و نقل‌هایی در نسبت با کتاب تعریف می‌کنند که احتمالا پیش از این جایی نشنیده‌اید و حداقل چنین فرصتی برایشان نبوده تا یک‌بار این حرف‌ها را این گونه مبسوط در موضوع کتاب بگویند. در هیچ دوره تاریخی اینچنین کتاب در عرصه عمومی در دسترس نبوده و این وفور، دو دسته آدم را کنار ما شکل داده است؛ آنهایی که کتاب می‌خوانند و آنهایی که کتاب نمی‌خوانند. تلاش گفت‌وگوکنندگان این مجموعه بر این بوده تا اندکی به درونیات و خاطرات شخصی آدم‌هایی نزدیک شوند که همواره با کتاب محشورند و نکاتی استخراج شده که برای امروز کتابخوان‌ها و حتی کتاب‌نخوان‌ها مفید است. آنهایی که کتاب می‌خوانند با قصه آدم‌های این مجموعه خاطرات مشترکی را مرور خواهند کرد و از کنار هم قرار گرفتن این خاطرات به‌وجد خواهند آمد و صدالبته امیدواریم آنهایی که کتاب نمی‌خوانند بعد از خواندن یا شنیدن این گفت‌وگوها، لااقل به جست‌وجوی کتاب‌هایی بروند که این جمع محترم معرفی کرده‌اند؛ که جد و جهد ما این بوده است که فرهنگ کتابخوانی را تکریم و ترویج کنیم!

به جنبش مقاومتی کتاب علیه مک‌دونالدیسم بپیوندید

محمد زعیم‌زاده
سردبیر

در پاسخ به سوال چرا در چنین وضعیتی هستیم؟ از زاویه‌های مختلفی می‌شود بحث کرد؛ یکی از این زوایا تلاش برای ارائه یک فهم ارتباطاتی است، یک جهان رادیکال دیوارکشی‌شده توییتری، یک دنیای بامزه ز غوغای جهان فارغ ایتایی و یک عالم واقعیت که مردم در آن زندگی می‌کنند، سفر می‌روند، خرید می‌کنند، ازدواج می‌کنند و...

اگر بگوییم ایران امروز ما از زاویه ارتباطات دچار این گسست سه‌گانه است بیراه نگفته‌ایم. این وضعیت عوامل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی مهمی دارد اما خاستگاه نظری چنین وضعی باور به وضعیت پساحقیقت است. پساحقیقت به یک معنا ترجیح فراواقعیت به واقعیت است، یعنی مهم نیست واقعیت چیست بلکه آنچه مهم است اراده ما برای فهم عمومی از موضوع است که توسط رسانه ساخته می‌شود، چنین فهمی دارای چند پیش‌فرض است اول آنکه همه افراد دسترسی به واقعیت ندارند، شکل رادیکال‌تر این باور این است که حقیقت واحدی وجود ندارد و ما به تناسب نسبت خود با رسانه و واقعیتی که صاحبان رسانه‌ها تولید می‌کند با حقیقت ارتباط می‌گیریم. پیش‌فرض دوم این است که رسانه آن‌قدر قدرتمند است که در مواجهه با حقیقت دست برتر را دارد. این پیش‌فرض‌ها به‌مرور موجب انقطاع از واقعیت می‌شود، شبکه‌های درهم‌تنیده اما مجزای ارتباطاتی که در عصر پساحقیقت شکل می‌گیرد، درحالی به مخاطب حس کنشگری و فعالیت می‌دهد که در عمل او را تبدیل به یک موجود منحصر در یک فضای ایزوله کرده است که به هرچه در آن جزیره گفته می‌شود باید گوش دهد و به همان‌ها عمل می‌کند، شبکه‌سازی و ارتش‌سازی هم در چنین بستری وسیله‌ای است برای تولید قدرت آن هم برای سرشبکه‌ها. کنشگر در چنین بستری سرخوش است که فعالیت می‌کند اما در عمل مسلوب‌الاراده است. درحالی‌که باید خصلت طبیعی شبکه‌های اجتماعی تولید قدرت برای کاربران از مسیر دموکراتیزه شده و عادلانه شدن ارتباطات باشد اما آنچه در عمل رخ می‌دهد تولید قدرت برای اداره کننده‌هاست نه کنشگران. در عصر پساحقیقت شما در یک زندان ایزوله گرفتار شده‌اید که هرچه کار کنید فقط بیشتر عصبی و رادیکال می‌شوید؛ به وضعیت ترندها و داغ‌ها در توییتر و ایتا نگاه کنید.

اما دوران پساحقیقت چه ویژگی‌هایی دارد؟ نخستین و تلخ‌ترین خصلت چنین فضایی انسان‌زدایی است، انسان‌زدایی همان مفهومی است که گی دوبور ذیل معنای نمایشی شدن صورتبندی می‌کند. در عصر پساحقیقت آنچه مهم است خدمت رساندن به شیوه تولید معنای مسلط است، در عصر پساحقیقت و در کلونی‌های ایزوله‌شده روند نمایشی شدن پدیده‌ها سرعت می‌گیرد، جهانی نمایشی شرایطی را فراهم می‌کند که با ترکیب مجموعه‌ای از انگاره‌های بصری دنیایی ساختگی پدید می‌آید.[1] کنشگر خیال می‌کند که فعال است و خودش است اما در عمل منفعل است و تنها نمایش بازی می‌کند، اولویت برای هر کنشی برساختن یک نمایش است.

به مناقشات اخیر سبک زندگی در ایران که خصوصا از ۱۴۰۱ به بعد اوج گرفته است نگاه کنید. رفتار آن دو طیف توییتری و ایتایی را مرور کنید، حتی کنش‌های ناظر به آن در کف خیابان را نگاه کنید، ببینید مسائلی که ۲۰ سال پیش در ایران هیچ موضوعیتی نداشت و مردم بدون فکر کردن به آنها خوش و خرم کنار هم زندگی می‌کردند چطور تبدیل به عامل انشقاق و انفکاک شده است. رگه‌های نمایش را در همه جا می‌بینید، جامعه نمایشی کار خود را کرده است. جامعه نمایشی یک سر در آخور مصرف و همه‌چیزخوارگی دارد و یک سر در بساط ساخت کلونی‌های ارتباطاتی جزیره‌ای، در این جامعه است که قطب‌ها شکل می‌گیرد و واقعیت بلاموضوع می‌شود. در همین فقره اخیر هر دو سو می‌خواهند به اعضای کلونی این باور را بقبولانند که همه جامعه آنها هستند و هر کس خارج این شبکه است باید نسبت به او نفرت داشت. دبور چنین وضعی را فقیر شدن، اجیر و نفی شدن واقعیت‌ها می‌داند و این یعنی بیان رسمی جدایی و دوری انسان از انسان و بندگی انسان در خدمت نمایش.[2]

خصلت دوم عصر پساحقیقت سیاست‌زدایی است. پساحقیقت به‌مثابه یک امر پست‌مدرن به تعبیر بودریار از تصرف هستی روزمره ما توسط شبه‌کالاها و شبه‌رویدادها پدید می‌آید. شبه‌کالا آن چیزی است که با تغییر و تفسیر ذائقه فرد او را به‌مثابه یک عنصر منفعل تبدیل به مصرف‌کننده صرف کالا کند؛ به تغییر آهنگ مصرف لوازم آرایش، خودروهای خاص، خوراکی‌های خاص، حتی دینمداری‌های خاص و... نگاه کنید، تولید نیاز کاذب و سوق دادن فرد به سمت مصرف شبه‌کالا چیزی است که در عرصه مصرف فرهنگ و رسانه و سیاست هم موضوعیت پیدا کرده است.[3]

نسخه‌نرم‌افزاری شبه‌کالا شبه‌رویداد است، شبه‌رویداد یعنی به هیجان درآوردن خبر، یعنی تنظیم و نشر رویداد نه برای عمق پیدا کردن بلکه برای سهولت در تکثیر و رشد تصاعدی مصرف‌کننده، شبه‌رویداد یعنی فراموشی اثر ماندگار و تلاش برای اثر در لحظه برای انفجار. شبه‌رویداد یعنی پول در خدمت خبر و خبر در خدمت پول. شبه‌رویداد یعنی ارتجاع در رسانه و اصالت دادن به مونولوگ به جای دیالوگ. شبه‌رویداد یعنی ربودن معنا، یعنی سیاست‌زدایی از سیاست، فرهنگ‌زدایی از فرهنگ و جنس‌زدایی از بدن و...

خصلت سوم انفعال است. شبه‌کالا و شبه‌رویداد با سبک زندگی کاری می‌کنند که روابط دیگر صرفا به‌واسطه تصویر برقرار می‌شود و این لازمه اقتصاد نمایش است. اقتصاد نمایش به همه جا گسترش می‌یابد؛ از چهره‌سازی و شهرت تا سرگرمی، ورزش، مد، آرایش، حتی مداحی، دینداری، فرزندآوری و درمان تا انتخاب‌های سیاسی در اقتصاد نمایش زندگی اجتماعی کاملا به تصرف کالا درمی‌آید. در چنین بستری مردم دیگر نمی‌توانند بر شادی‌ها و غم‌ها و کلا تجربیات خود مسلط باشند یا فعالانه در خلق آنها شرکت کنند. مردم مانند تماشاگرانی به زندگی خود که توسط اقتصاد نمایش ساخته شده نگاه می‌کنند. اما چه می‌شود که چنین معمایی درست می‌شود؛ مخاطب درحالی‌که فکر می‌کند فعال است منفعل می‌شود، درحالی‌که حس می‌کند بهترین حس را دارد و آن را به بقیه هم نشان داده اما در عمل بیشتر از خودش فاصله گرفته است، درحالی‌که بهترین سرویس سیاسی را به کلونی‌های مسلط تولید با مصرف‌کنندگی خودش داده است حس منفی ندارد و احساس قدرتمندی دارد و در نهایت درحالی‌که ارتباطاتش با واقعیت در حال قطع شدن است حس دانای کل را دارد.

جرج ریتزر ریشه این مسخ را در مک‌دونالدیزه‌شده ذائقه و کنش مخاطب می‌داند، مک‌دونالدیزه‌شدن نمایی از همان عقلانیت صوری است که مارکس وبر برای توصیف وضعیت غرب به کار می‌برد.[4] ظاهر صنایع غذایی سریع حرکت به سمت یک تولید فوری، متکثر، مشابه، قابل پیش‌بینی و در دسترس است اما باطنش چربی، نمک و کلسترول فراوان برای مصرف‌کننده‌های متکثر و مشابه و سود انباشته فراوان برای مالکان مک‌دونالد است. یک نظام اقتصادی-فرهنگی که همه چیزش روشن است. رفتار تولیدکننده و مصرف‌کننده قابل پیش‌بینی است و این یک امکان بزرگ در اختیار مالکان قرار می‌دهد که از طریق شرطی شدن مصرف‌کننده و نظام عادتی او کنترل وسیعی روی جامعه اعمال کنند، یک حکمرانی استبدادی مدرن که باب طبع مخاطب هم هست و از آن لذت می‌برد.

ذائقه مک‌دونالدشده یک تشبیه در دسترس و قابل تجربه است که می‌توان آن را به ساحت مصرف فرهنگی و خبر هم گسترش داد، جایگزین شدن متن‌های شوهرخاله‌پسند و اتسایپی با متون عمیق مکتوب کلاسیک، ترجیح گزارش‌های خبری بسیار کوتاه و هیجانی با گزارش‌های تحقیقی، چالشی و روشنگرانه در روزنامه‌ها، بستن کنداکتور سیما در یلدا و نوروز از روی اکسپلورر اینستاگرام و ترندها در دوره‌ای که مدیرانش ادعاهای بزرگ برای اداره رسانه داشتند، (خلاصه اینکه آشپزان شله مشهدی مدیر پیتزا داوود شده‌اند!)، تبدیل بلاگرهای سیاسی به لیدرهای انتخاباتی و... مثال‌هایی از مک‌دونالدیزه‌شدن فرهنگ و ارتباطات و رسانه است.

مک‌دونالدیزه‌شدن بلیه‌ای است که مصرف فرهنگی همه چیزخوارانه و سطحی بر سر مخاطب می‌آورد و البته مخاطب هم چنین چیزی را می‌خواهد، یک دیالکتیک مخرب با دو عنصر سکرآور و مخدر، خوشی در لحظه بودن و لذت در سطح ماندن.

در چنین اوضاعی است که کتاب اهمیت پیدا می‌کند. کتاب در این اوضاع احتمالا آخرین سنگری است که می‌توان پشتش پناه گرفت. کتاب هنوز می‌تواند دعوت به عمیق‌تر بودن کند؛ هرچند زمینه نمایش با کتاب هم فراهم است. به سیل روانشناسی‌های زرد و موفقیت در چند دقیقه و بساط اقتصاد کنکور و... دقت کنید. اما از اینها که فاکتور بگیریم نباید آخرین سنگر در برابر بحران مک‌دونالدیزه‌شدن خالی بماند.

کتاب می‌تواند مانع رادیکالیسم دوسویه جامعه شبکه‌ای شود چون این امکان را به شما می‌دهد که بخوانید، فکر کنید و ارتباط‌تان را با حقیقت قطع نکنید. کتاب به شما این امکان را می‌دهد که در برابر جامعه نمایشی مقاومت کنید. کتاب بستری است که می‌توان با آن دیالوگ را جانشین مونولوگ کرد و به نبرد انسان‌زدایی، سیاست‌زدایی و جنس‌زدایی رفت و... خلاصه آنکه اگر مسئولان حکمرانی فرهنگی و البته مردم یک بار عمیق‌تر و دقیق‌تر به وقایع ۱۴۰۱ و رویدادهای پس از آن با دقت بیشتری نگاه کنند احتمالا به وضع کتاب جور دیگری می‌نگرند.

منابع:

۱-دوبور (۱۳۸۲)، جامعه نمایش، ترجمه بهروز صفدری، نشر آگه
۲-مهدی‌زاده (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه و دیدگاه‌های انتقادی، نشر همشهری
۳-بودریار (۱۳۸۰)، فرهنگ رسانه‌های گروهی، ترجمه شیده احمدزاده، فصلنامه ارغنون شماره ۱۹
۴-ریتزر، جرج (۱۳۸۴)، مک‌دونالدی شدن و جهانی شدن، ترجمه رضا معینی، فصلنامه اقتصاد سیاسی، شماره هفتم

حقیقت نزد هیچ‌کس نیست

زهرا شمیرانی
تهیه‌کننده رادیو مضمون

آنها که فرهنگ را عامل تعیین‌کننده می‌دانند اغلب درباره فرآیندی که فرهنگ را از جامعه به فرد و برعکس منتقل می‌کند، توضیحی نمی‌دهند. می‌گویند باورها و هنجارهای فرهنگی، منتقل، جذب و آموخته می‌شوند اما نمی‌گویند با چه سازوکاری. گفت‌وگوهای ما در رادیو مضمون با اهالی کتاب به قصد ثبت نوعی خاطره‌پردازی و خودزندگی‌نامه‌گویی انجام شد. این قالب برای من بیش از آنکه یک فرم ثابت باشد، یک سازوکار اجتماعی است. با چنین دیدی، گاه لازم است این گفت‌وگوها یا خودزندگی‌نامه‌گویی‌ها با هدف درک کاری که انجام می‌دهند، شنیده شوند نه آنچه تعریف می‌کنند. زیرا خودزندگی‌نامه‌گویی و خودزندگی‌نامه‌نویسی بیش از آنکه تنها قصه زندگی افراد باشد، ارزش‌های فردی و خاص را طوری رمزگذاری یا تقویت می‌کنند که بتوانند نقشی در جهت‌دهی فرهنگ و تاریخ ایفا کنند. باید پیش از خواندن و شاید شنیدن فصل تازه رادیو مضمون این نکته را بگوییم که ماهیت گفت‌وگوهای ما -که در این یادداشت از عنوان خودزندگی‌نامه‌گویی برای توصیف آن استفاده می‌کنم- اقتضا می‌کرد در مسیر تهیه و اجرا، من نیز چون بسیاری شنوندگان با پرسش‌هایی روبه‌رو شوم که ذاتی مسیر بود. از جمله این پرسش‌ها:

«خودزندگی‌نامه‌گویی‌ها فراتر از تعریف‌ها و کاربردهای پذیرفته‌شده یا مناقشه‌آمیزشان در خدمت چه اهداف کلان‌تری قرار دارند؟ در جنگ میان روایت‌های متعارض چگونه با انتخاب قالبی خاص، صدایی خاص مجال بیشتر و مناسب‌تری برای جولان می‌یابد؟ چرا و چگونه این قالب به ابزاری در دست گفتمانی خاص تبدیل می‌شود؟ گروه‌های اقلیت و به حاشیه رانده شده چگونه قالب‌های خودزندگی‌نامه‌گویی یا نویسی را به خدمت صدا و اهداف خود درآورند؟ وقتی با روایت‌های شخصی متعددی از یک رویداد سروکار داریم، چه راهکارهایی برای راستی‌آزمایی این روایت‌ها وجود دارند؟ حقیقت در خودزندگی‌نامه‌گویی یا نویسی چیست و چگونه می‌توان آن را محک زد؟» بدیهی است بسیاری از این پرسش‌ها پاسخ قطعی و سرراستی ندارند اما تأمل در آنها ما را به این نتیجه می‌رساند که گاهی شاید بی‌پاسخ گذاشتن برخی پرسش‌ها بهتر از پذیرش روایتی با شکاف‌ها و ابهام‌های فراوان و اصرار بر درستی آن باشد. به‌ویژه آنکه در زمانه ما «کالاسازی قصه‌گویی» رونق یافته و قصه‌های رنج و اعتراف، بازاری گرم و بهایی بالا پیدا کرده است.

از دیگر سو، حقیقت خودزندگی‌نامه‌گویی و حتی خودزندگی‌نامه‌نویسی با تایید و رد اعتبار ادعاهای مطرح‌شده در آن متفاوت است. اعتبار ادعاها را با استناد به مدارک بیرونی می‌توان سنجید اما برای سنجش نسبت این گفتار یا نوشتار با حقیقت، تنها راه و امکان، «گفت‌وگوی آیینه‌ای» است. (مفهوم گفت‌وگوی آیینه‌ای را از ایگان، متفکر حوزه روایت وام گرفته‌ام.) گفت‌وگوی آیینه‌ای بین راوی و مخاطب است که در آن، راوی گفته‌های فرضی مخاطب را -که در اینجا سوالات ما آن را نمایندگی می‌کرد- در نظر می‌گیرد و به آن پاسخ می‌دهد. در چنین حالتی حقیقت خودزندگی‌نامه‌ای در بده بستان بیناسوژه‌ای میان راوی و مخاطب سکنی می‌گزینند تا فهم مشترکی شکل بگیرد. چندوجهی بودن ذاتی چنین گفت‌وگوهایی، به‌جای حقیقتی واحد و تغییرناپذیر، کانونی چندصدا می‌سازد که در آن نه شخص قادر به افشای حقیقتی واحد و نهایی است و نه متن گفت‌وگو. اما هر دو با هم می‌توانند خواننده را ناگزیر به مشارکت در تفسیر کنند.

تلاش ما متمرکز بر آن بود که تا اندازه‌ای به بایگانی تصویر میهمانان از خودشان نزدیک شویم و تنها سرگذشتی که پیش چشم همه بود را برخوانی نکنیم و این‌گونه کمی نزدیک‌تر و درونی‌تر به رویداد بایستیم. گفت‌وگوی شوندگان رادیو مضمون، خودروایتگرانی هستند که با هدف بازگویی رخدادی، بررسی دوره زمانی خاصی یا گرامیداشت یا فاصله‌گذاری با جماعتی، درواقع تاریخ را برسازی می‌کنند و البته این برسازی، درست همان زمانی روی می‌دهد که مشغول توجیه بعضی برداشت‌ها برای حفظ شهرت‌شان هستند یا درباره گفته‌های دیگران چون و چرا می‌کنند، اطلاعات فرهنگی‌شان را منتقل می‌کنند و آینده مطلوب‌شان را نیز به تصویر می‌کشند.

حال اگر بپذیریم به خاطرآوری پدیده‌ای متاثر از تاریخ باشد بی‌شک متاثر از بافت و بستر خود قرار می‌گیرد. بافت‌ها و بسترها نیز بار سیاسی دارند. پس به خاطرآوری که رکن مهم خودزندگی‌نامه‌گویی است، جنبه سیاسی هم دارد. جنبه‌های سیاسی به خاطرآوری، این‌گونه محور فرآیند فرهنگی تولید دانش، درباره گذشته و عاملی زیربنایی برای خودشناسی هر فرد و رویداد می‌شوند. روایت‌های خودزندگی‌نامه‌ای، ما را به درک مسائل فرهنگی مهمی دعوت و تشویق می‌کنند و چه‌بسا بتوان این روایت‌ها را به شکلی مفید و نتیجه‌بخش اما خلاف اهداف ایدئولوژیک رایج خواند و فهمید.

اهمیت دیگر خاطره و به‌طور غیرمستقیم روایت‌های خودزندگی‌نامه‌گویی، آن است که اینها وسیله‌ای برای انتقال و به اشتراک گذاشتن گذشته‌ای اجتماعی است که شاید مبهم شده باشد و با به‌خاطرآوردنش امکان استفاده از ظرفیت این گذشته اجتماعی برای ساختن آینده سوژه‌های دیگر و برای خود آنها فراهم شود. درنتیجه کلام، به‌خاطرآوری و گفت‌وگوهای خودزندگی‌نامه‌ای، تلاش و کنشی در حوزه سیاست فرهنگی است.

کتاب خواندن برای شما از کجا شروع شد؟

عاطفه جعفری
خبرنگار گروه فرهنگ

«کتاب خواندن» و اصلا «خواندن» برای هر کدام از ما از یک جایی شروع شده، یکی با کتابی که از دوستی رسیده است، دیگری با دیدن یک کتابخانه، یکی در مدرسه و آن یکی با کتابی که از عمو یا دایی هدیه گرفته است. برای من اما از زیرزمین خانه پدربزرگ در خیابان صفاری نزدیک میدان خراسان شروع شد؛ سه‌ساله بودم. وقتی که آن همه مجله را دیدم و با ذوق عکس‌شان را نگاه می‌کردم و باباجان (پدربزرگم) وقتی آن همه ذوقم را دید با لبخند رضایت که من هم شبیه به مادرم هستم، گفت: «خودم برایت می‌خوانم تا یاد بگیری بخوانی...»

همیشه همین بود؛ شب‌هایی که میهمان خانه‌شان بودیم، یکی از برنامه‌ها این بود که برایمان کتاب و مجله بخواند. اولین کتابی که خودم خواندم، یکی از کتاب‌های ژول ورن بود. پدربزرگ و مادر با هم تصمیم گرفته بودند که با این کتاب شروع کنم. مادرم (خدایش بیامرزد) برایش انشا مهم‌ترین درس بود و همیشه می‌خواست که بهتر بنویسم. نمایشگاه‌های کتابی که از ۶ سالگی در خاطرم ثبت شده است و کتاب‌هایی که با مشورت مادر انتخاب می‌کردیم و هنوز به خانه نرسیده چندتایی از آنها تمام می‌شد. انگار همه اینها در رسیدنم به امروز و خبرنگار کتاب شدن نقش پررنگی داشت که هیچ‌وقت از من جدا نشد؛ قدم زدن در کتابفروشی‌ها و شنیدن نکاتی که اهالی این حوزه دارند، گفتن از مشکلات حوزه کتاب چه مدیریتی چه صنفی و هزاران کار دیگر در این سال‌ها به یک بخش مهم در زندگی‌ام تبدیل شده است.

وقتی نویسنده می‌شوی، شاعر می‌شوی، ناشر می‌شوی و با کتاب معاشرت می‌کنی؛ کنار کتاب بودن و ارتزاق از کتاب، انگار وجود دیگری به تو می‌دهد، روحت را صیقل می‌دهد. به قول ویکتور هوگو «خوشبخت کسی است که به یکی از این دو چیز دسترسی دارد؛ یا کتاب‌های خوب یا دوستانی که اهل کتاب باشند.»

برای من کمترین در این حوزه که با کتاب پیوند خوردم، همیشه مهم بوده که آدم‌ها از چه جایی با کتاب محشور شده‌اند و آن اولین نقطه برایشان کجا بوده است. نویسنده، شاعر و ناشر پیوندش با کتاب چطور محکم شد و به این کار ادامه داد، شاید همین کنجکاوی‌ها باعث شد تا بیشتر بخواهم بدانم و بپرسم. وقتی تصمیم گرفتیم گفت‌وگوهای کتابی رادیو مضمون را کلید بزنیم، همین فضولی‌های برخاسته از خبرنگار بودن، شما اسمش را بگذارید (کنجکاوی) کمک کرد تا لیستی را از صنف کتاب و نشر کنار هم بچینیم. به اولین سوال که قرار بود از میهمانان پرسیده شود فکر می‌کردم، ترغیب می‌شدم اسامی را بیشتر و بیشتر کنم. اولین سوال این بود: «چطور با کتاب پیوند خوردید؟» یا «کتاب خواندن برای شما از کجا شروع شد؟»

آنقدر جواب‌های این سوال در طول ضبط ویژه‌نامه «کتاب علیه فراموشخانه» و همین ویژه‌نامه جذاب و جالب بود که همین یک سوال می‌تواند تمام‌کننده برای کار و هدفی باشد که انجام دادیم. کسانی که به سراغ‌شان رفتیم از یک جنس نبودند، هم نویسنده داشتیم، هم شاعر. بازیگر، نمایشنامه‌نویس، خبرنگار، کتابفروش، ناشر و... در لیست‌مان قرار داشت تا بتوانیم جهان‌های متفاوت در این حوزه را بشنویم و بخوانیم. سعی کردیم کسانی که در لیست قرار می‌گیرند، علاوه‌بر متفاوت بودن کار و حرفه‌شان در حوزه کتاب، تفکرهای متفاوت هم داشته باشند و همه از یک طیف نباشند. دیگرانی را هم داشتیم که نشد در این مصاحبه‌ها همراه‌مان باشند؛ شاید روزی دوباره همین راه را ادامه دادیم و باز هم پرونده‌ای خواندنی و شنیدنی برای حوزه کتاب باز کردیم؛ چراکه این کار قطره‌ای است از دریا که ما به سراغش رفتیم و هنوز می‌شود پرونده‌های دیگر برای این کار باز کرد. راستی برای شما «کتاب خواندن از کجا شروع شد؟»