

## کتاب کودک و نوجوان در فضای اینترنت

سویه، از جانب مؤلف برای مخاطب ارسال شود. خوب، شاید این نوع کتابها هم بتوانند در اینترنت حضور پیدا کنند. این حضور عمدتاً یک حضور تجاری است؛ یعنی برای فروش کتاب. چنین کتابی هم می‌تواند بیاید توی فضای اینترنت. کتاب‌های الکترونیکی فراوانی در اینترنت هست که در واقع، نسخه چاپی و نوشتاری اثر را می‌فروشند. به این تعبیر، کتاب در فضای اینترنتی حضور دارد. اما آن معنایی که به نظر می‌آید، یعنی وجه تعاملی ارتباط با مخاطبان، ما را به نوعی کتاب می‌رساند که تحت عنوان E-Book مطرح است. کتاب در این حالت، با Format دیگری ساخته می‌شود. درست است که Content را داریم، اما این content، قابل جست و جو و حاشیه‌پذیر است. در واقع، عده زیادی می‌توانند هم زمان، از یک کتاب استفاده کنند. یعنی یک کتاب را ببینند و آن را بخوانند و به عبارت بهتر، کتاب به مفهوم کلاسیک آن، جایی در فضای اینترنت ندارد. کتاب‌های قبلی که نوشتاری است، محصولات دوره

مصطفی رحماندوست  
و حسین بکایی در  
میزگردی درباره آن  
به بحث می‌پردازند.  
گزارشی از این میزگرد  
را با هم می‌خوانیم.

اینترنت چه تأثیری  
در ماهیت و وضعیت  
کتاب کودک و  
نوجوان می‌گذارد؟  
این پرسشی است که  
دکتريونس شکرخواه،

حسین بکایی: موضوع بحث، طبق اعلام دوستان، اینترنت و کتاب کودک و نوجوان است. بنابراین، پیشنهاد می‌کنم با تعریف خود کتاب و بعد با تعریف اینترنت و سپس ارتباط کتاب کودک و اینترنت شروع کنیم. اول ببینیم که منظور ما از کتاب چیست؟ آیا فقط تعریف فیزیکی کتاب مطرح است یا انواع شکل‌های ممکن کتاب را مدنظر داریم؟ یونس شکرخواه: اگر بخواهیم بحث را بر سر خود کتاب نگه داریم، می‌ترسم وصل شدن آن به اینترنت، به تأخیر بیفتد. اگر بیاوریم کتاب را به عنوان محتوا نگاه کنیم، یعنی از فرم فیزیکی آن بیاوریم بیرون و content محض ببینیمش، قضیه متفاوت می‌شود. ممکن است محتوایی به شکل یک



طرفی، روی کل صنعت نشر هم تأثیراتی خواهد گذاشت. من در سمیناری در آلمان حضور داشتم تحت عنوان "Big questions". یکی از سؤالات مهمی که آن جا طرح شد، وضعیت ماشین‌های ترجمه بود. ممکن است اصلاً به ذهن‌مان هم خطور نکند که فضای سایبر، چه فرصت بزرگی برای ماشین ترجمه به وجود می‌آورد. ممکن است ما ابتدا اصلاً به فکر آن نیفتیم و فقط به مخاطب و نویسنده فکر کنیم، ولی حول و حوش این دو محور، اتفاقات زیادی دارد رخ می‌دهد.

بکایی: اولاً خود فضای اینترنتی، به نوعی با نگاه به کتاب آغاز شده و اصطلاحاتی هم که دارد، شبیه اصطلاحات کتاب است. وقتی شما در مجموعه فضای اینترنتی جست‌وجو می‌کنید، انگار دارید صفحات یک کتاب بسیار بزرگ و گسترده را ورق می‌زنید. محصولات هم که به شکل کتاب هستند وارد اینترنت می‌شوند. این کار به چند صورت انجام می‌شود. یکی به صورت خود کتاب و همان طور که شما اشاره کردید، کتاب‌های چاپی به فروشگاه‌های انتزاعی کتاب وارد می‌شوند؛ آگهی کتاب هر چند در حد آرایه روی جلد کتاب و با توضیحی کوتاه، این‌ور و آن‌ور دیده می‌شود و شما می‌توانید کتاب را به همان روش سنتی به دست بیاورید. یک سری از کتاب‌ها به همان شکل کتاب وارد می‌شوند و همان روش استفاده را هم دارند؛ مثل لغت‌نامه‌ها. فرقی این است که شما به جای تورق دستی، کتاب را با کامپیوتر ورق می‌زنید و لغت‌های مورد نظر را می‌یابید. نوع سوم، قرار دادن متن کامل کتاب در فضای اینترنتی است. به لحاظ صفحه‌آرایی و فرمت هم اگر نگاه کنیم، شباهت زیادی با خود کتاب‌های چاپی دارند؛ با همان فصل‌بندی‌ها و همان سر فصل‌ها که مثلاً با رنگ آبی، مشخص می‌شوند. "Category" های مختلف را هم مشخص کرده و به متن که می‌رسد، سیاه می‌شود. متنی است که زیر آن دیگر صفحه‌ای

انتقالی ارتباطات به حساب می‌آیند؛ یعنی دوره‌ای که مؤلف‌مدار هست و تا زمانی که مؤلفی ننویسد، خواندن شروع نمی‌شود. خواندن هم به صورت «جمع نامجاور» شروع می‌شود. به عبارتی، عده زیادی دارند در یک لحظه معین، کتابی را می‌خوانند، اما این‌ها، کنار هم نیستند. اما حالت فعلی، به مدل آیینی معروف است. در مدل آیینی کتاب، این متن است که اهمیت دارد؛ یعنی اصل متن است، نه خود مؤلف. چرا؟ چون این متن خیلی انعطاف‌پذیر است. خیلی زود تغییر شکل می‌دهد. خیلی خوب سرویس می‌دهد به مخاطب؛ به دلیل امکانات مختلفی که کتاب الکترونیک دارد. به عبارت بهتر، اگر بخواهیم به سؤال آقای بکایی پاسخ کامل‌تری بدهیم، باید بگوییم که ما راجع به هر کتابی، فرضاً کتاب کودک و نوجوان، همین که در حیطة اینترنت حرف می‌زنیم، می‌توانیم دو تلقی داشته باشیم. یک تلقی‌مان همان کتاب با فرمت فیزیکی قبلی خودش، جلد سخت و جلد نرم و... که این‌ها هم در کتاب فروشی‌های الکترونیکی پیدا می‌شوند، اما مدل دوم، ژانری است از کتاب که خاص فضای سایبر (cyber) است. این نوع کتاب، با عنوان E-Book و این نوع نشر، تحت عنوان E-Publishing طبقه‌بندی می‌شود. یعنی ما از کتاب الکترونیک و نشر الکترونیک حرف می‌زنیم و نه از کتاب و چاپ. حال، وقتی از مخاطب خاصی حرف می‌زنیم، مثل کودک و نوجوان، باید ببینیم کتاب‌هایی که برای کودک و نوجوان، روی اینترنت وجود دارد، چگونه عمل می‌کند. سؤال بزرگ این است که ادبیات کلاسیک متون چاپی کودک و نوجوان، چه تفاوت‌هایی با شکل الکترونیک کار پیدا می‌کند؟ و چه تأثیراتی روی مخاطب دیجیتالی می‌گذارد؟ و حتی این نوع کتاب، چه تأثیراتی روی نویسنده دیجیتالی می‌گذارد؟ به عبارتی، چون متن از مؤلف پر اهمیت‌تر شده، هم مؤلف را با ملاحظات و پیامدهایی مواجه می‌سازد و هم مخاطب را، از

وجود ندارد که شما ببینید. از این کتاب‌ها هم فراوان داریم. در واقع، دو جور نگاه به تعریف کتاب وجود دارد. یکی معتقد است که کتاب، همان شکل فیزیکی رایج کتاب است و وقتی وارد فضای اینترنتی شود، دیگر کتاب نیست. نگاه دوم، نگاهی است که در آن، محتوای کتاب مطرح است و نه شکل فیزیکی آن. آقای رحماندوست، خودشان کتاب‌هایی را وارد اینترنت کرده‌اند یا بهتر بگویم، فضای اینترنت را با کتاب‌های فارسی آشنا کرده‌اند.

مصطفی رحماندوست: من تعریف کودکانه‌تری دارم. معتقدم که کتاب چه اینترنتی، چه نسخه خطی‌اش، همان کتاب است. البته، عصر و زمانه، تعریف کتاب را عوض کرده. زمانی مثلاً در عصر فتودالیته، کتاب تک نسخه‌ای بود. مؤلفی به سفارش صاحب سرمایه‌ای و به ذوق خودش می‌نوشت و ناسخی می‌نشست و آن را نسخه‌برداری می‌کرد. یک نسخه هم بیشتر نبود، مگر این که کتاب خیلی می‌گرفت و ناسخین دیگر هم از آن نسخه‌برداری می‌کردند. در هر حال، باز یک کتاب بود، مال یک نفر بود و تعریف ویژه خودش را داشت. در عصر صنعت، تعریف کتاب عوض شد و از حالت تک نسخه‌ای، به حالت چاپی در آمد. باز برگردم به آن عصر فتودالیته، کتاب اگر غلطی داشت یا اگر مؤلف می‌خواست تصحیحی بکند، یک نسخه دیگر باید از آن تهیه می‌کرد. به همین دلیل، می‌بینیم که از غزل حافظ، روایت‌های گوناگونی به دست ما رسیده. اما در عصر چاپ یک دفعه تیراژ هم کتاب رفت بالا و تعداد خواننده‌های یک کتاب هم زیاد شد. مثلاً در کشور خودمان، اگر تیراژ متوسط کتاب را سه هزار نسخه بگیریم، در صورتی که غلط چاپی داشته باشد و یا مؤلف بخواهد در بعضی قسمت‌های آن تجدیدنظر بکند، باید منتظر بماند تا به چاپ دوم برسد و در چاپ دوم، این تغییرات را - آن هم با دشواری‌هایی - در کتابش بدهد. در هر صورت، در دوره دوم، باز کتاب یک

نسخه است، اما این یک نسخه تبدیل می‌شود به نسخه‌های متعددی با شکل همسان. اما کتاب در عصر حاضر یا عصر الکترونیک شکل دیگری پیدا کرده. کتابی است که دیگر تیراژ و چاپ و تعداد چاپ، برایش معنی ندارد. کتابی است که مؤلف، در هر زمان، می‌تواند در آن تجدیدنظر کند و آن را تغییر بدهد. کتابی است که با فرمت‌های متفاوت منتشر می‌شود و شکل استفاده از آن و ارتباطگیری با آن، متنوع و متعدد است. این کتاب را همزمان، صدها خواننده می‌توانند در جاهای مختلف بخوانند. لذا من فکر می‌کنم کتاب همان کتاب است. کتاب فروشی هم همان کتاب فروشی است. زمانی کتاب فروش، آگهی می‌زد به در و دیوار و یا آگهی می‌داد به تلویزیون. حالا از فروشگاه‌های مجازی الکترونیک، کتابش را عرضه می‌کند. کتاب هم همان کتاب است و در این که یک ماده خواندنی است که مؤلفی دارد و مخاطبی را جست‌وجو می‌کند، تفاوتی نکرده.

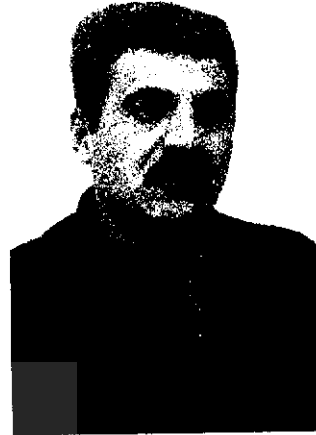
البته، تفاوت در نوع عرضه کتاب، خواه ناخواه تفاوت‌های جنبی‌ای هم در کنار خودش دارد. مثلاً آن کتاب تک نسخه‌ای، اگر قرار بود نقد بشود، نقدش در مطبوعات که چاپ نمی‌شد؛ چون اولاً کسی آن را نخوانده بود و دوم این که هنوز مطبوعاتی وجود نداشت، نقدش می‌رفت در محفل و مجلس خصوصی حکام و پادشاهان و اهل علم که دور هم می‌نشستند و صحبت می‌کردند. اما نقد در دوره چاپ، معنی دیگری پیدا کرد. نقد در دوره الکترونیک هم معنی دیگری دارد. امکانات دوره الکترونیک، هم سهولت انتشار و هم سهولت مطالعه را در پی داشته و هم سهولت در نقد را و شاید عمومی شدن تألیف و مطالعه و نقد، باعث بشود که کتاب، از آن جنبه مقدس گونه که به ویژه قدیم‌ترها داشت، خارج شود.

یکایی: فکر می‌کنم در تعریف کتاب، نظرها چندان متفاوت نباشد. حالا بهتر است وارد فضای

فرهنگ دیجیتال. دوره‌ای که ما یک محتوا ارائه می‌دایم و گمان‌مان این بود که مخاطب با همین محتوا مواجه خواهد شد و تأثیرات متقابل خودش را بر آن خواهد داشت، سپری شده است. در پاسخ به سؤال شما می‌گویم، فقط مؤلفه اقتصاد نیست که به عنوان یک متغیر، روی موضوع بحث ما تأثیر بگذارد. الآن سه عامل هست که سوخت این فرهنگ دیجیتال به حساب می‌آیند. یکی از این عوامل، همین اقتصاد است که شما اشاره کردید. الآن بسیاری از پیمان‌های جهانی، از جمله مهم‌ترین پیمانی که ما در این زمینه داریم و در سال ۲۰۰۲ تصویب شد در آمریکا، حمایت از کودکان در برابر اینترنت است. محور اصلی این پیمان‌ها، پیش از آن که مقوله Content باشد، مقوله اقتصاد است. این جا خطری وجود دارد که همان تجارت‌زدگی است. سوداگری کنار Content قرار می‌گیرد و در فضای دیجیتال، چاره‌ای برای رهایی از آن به چشم نمی‌خورد. سال ۹۸ درآمد آمریکایی‌ها از اینترنت ۳۰۰ میلیارد دلار بود؛ یعنی...

رحماندوست: ۱۶ درصد درآمد ملی‌شان، شکرخواه: مساوی با درآمد صنایع اتومبیل-سازیشان، خب، مگر می‌شود Content، در معرض یا در سایه چنین تحولی قرار نگیرد؟ بنابراین، یک عاملش اقتصاد است و عامل دیگری که در این فضای سایبر حضور دارد، خود تکنولوژی ارتباطی است. زیر و رو شدن مداوم این تکنولوژی، امکانات تازه‌ای به وجود می‌آورد. قرانتهای تازه‌ای پیش کشیده می‌شود و تحمیل‌های تازه‌ای شکل می‌گیرد. عامل سوم، جمعیت است. در واقع، آن بخش از جمعیت انسانی که دسترسی پیدا می‌کند به Content، بالاتر از قبل است. ما اگر یک نسخه کتاب را در فضای سایبر در نظر بگیریم، امکان دیده شدنش به مراتب بالاتر است تا آن کتابی که در کتابخانه قرار می‌گیرد. شاید اتفاقی که برای کتاب یک نویسنده آمریکایی

اینترنتی بشویم که شرایط جدیدی برای کتاب فراهم می‌کند و مؤلفه‌هایی را تغییر می‌دهد. از جمله این عوامل، شرایط اقتصادی است. صنعت



تاریخ

نشر، در این دوره، به لحاظ اقتصادی تجربه‌های تازه‌ای را از سر می‌گذرانند. الآن خود نویسنده‌ها در اینترنت، سایت مخصوص دارند. هم چنان که در بعضی کشورها نویسنده‌ها باشگاه دارند. کتابشان را عرضه می‌کنند و خواننده‌هایشان می‌آیند در این باشگاه‌ها و نظر می‌دهند. خواننده‌ها از ۱۲-۱۳ ساله تا مثلاً ۷۰ ساله هستند. در اینترنت، اتاق‌هایی وجود دارد که مخصوص کتاب است. خواننده‌ها گروهی و با همدیگر، راجع به یک کتاب بحث می‌کنند و یا جمع‌های مجازی دو-سه نفره‌ای تشکیل می‌شود که راجع به یک کتاب بحث می‌کنند. خب، حال تصویر جدید کتاب و ارتباط خواننده با کتاب، در عصر الکترونیک، به نظر شما چیست و چگونه می‌شود آن را تعریف کرد؟

شکرخواه: ببینید، این محتوایی که در ساختار دیجیتال ارائه می‌شود، همان چیزی نیست که به صورت کتاب عرضه می‌شد. وقتی صحبت از ادبیات می‌کنیم به طور عام یا ادبیات کودک و نوجوان به طور خاص، باید توی بافت دیجیتال تماشايش کنیم؛ یعنی بحث ما زیر شاخه‌ای است از



رخ داد، خیلی گویا باشد. استیفن کینگز، کتابی در سایتش داشت به نام «سوار بر گلوله» که در یک روز، سی صد هزار بار Download شد. بنابراین، توزیع کتاب هم تحت الشعاع قرار می‌گیرد. موضوع آژانس انتشاراتی هم تحت الشعاع قرار می‌گیرد. من این سه عامل را خیلی دخیل می‌دانم و به خصوص عامل تجاری شدن را. در مطالعه‌ای که داشتم، متوجه شدم که در آمریکا ۸۶ درصد از بچه‌های شش تا هفده ساله به ویدیو دسترسی دارند. البته، آمار آشنایی مردم با فرهنگ دیجیتال، از این جامعه تا آن جامعه، متفاوت است. در هر حال، ۷۰ درصد بچه‌ها در آمریکا، به بازی‌های ویدیویی و ۵۰ درصد در خانه، به تلویزیون دسترسی دارند. ۴۰ درصد آن‌ها CD-player و ۳۵ درصد آن‌ها سیستم استریو دارند. البته، مسلط‌ترین رسانه، هنوز در آن جامعه، برای بچه‌ها تلویزیون است. با تلویزیون وقت بیشتری را می‌گذرانند. معدل هفتگی‌شان ۱۷/۲ ساعت است. این‌ها ۱۷ ساعت در هفته، تلویزیون می‌بینند. ۵/۵ ساعت هم جداگانه ویدیو می‌بینند که می‌شود در مجموع، چیزی در حدود ۲۲ تا ۲۳ ساعت. این تحقیق، در قبال اینترنت صورت نگرفته، ولی وقتی شما چنین پایه‌ای داشته باشید از نظر فرهنگی، دیگر بحث اینترنت، *أظهر من الشمس* است. بحث کامرشیالیستی یا سوداگری (Commercialism) این قدر جدی است که الآن شبکه‌های تلویزیونی دنیا، تولید برنامه را معطوف به برنامه‌های web based کرده‌اند؛ یعنی برنامه‌هایی که در محیط web قابل دیدن باشد. بنابراین، ما داریم از یک فرهنگ دیجیتالی حرف می‌زنیم. در این فرهنگ، خیلی از قواعد قبلی نمی‌تواند حکومت کند. من تقریباً می‌توانم با قاطعیت بگویم، نویسنده‌ای که از فضای دیجیتال فاصله دارد، اصلاً نمی‌تواند نویسنده E-Book باشد. منظورم این نیست که مثلاً بنده کتابی بنویسم و بعد بدهم کسی که وارد

است، آن را به صورت web page در بیاورد و بگذارد در سایت اینترنتی. منظورم وجه عملیاتی آن نیست. می‌خواهم بگویم که نگاه نویسنده باید در مورد مخاطبان عوض شود. مخاطبانی که با توجه به این امکانات جدید، مدام تغییر می‌کنند و سلیقه‌شان عوض می‌شود. نمونه‌اش آمریکاست که یک جامعه پیشرفته محسوب می‌شود و دیدید که آمار کودکان و نوجوانان آن جامعه که به امکانات دیجیتالی دسترسی دارند، چقدر بالاست. اما خب، کشور ما نیز پیمان ITU را در سال ۱۹۹۴ امضا کرده. در پیمان ITU قوانینی برای زیر ساخت‌های جهانی ارتباطی در نظر گرفته شده که کشور ما هم جزو امضاکنندگان آن است. بنابراین، ما نیز خواه‌ناخواه و شاید با تأخیر، به آن فضا وارد می‌شویم و همین هفته پیش بود که دیدیم آقای رئیس‌جمهور، حکمی دادند به مهندس جهانگرد، به عنوان رئیس پروژه ITU ایران. من فکر می‌کنم معنا و محتوا هم در فرهنگ دیجیتالی، باید طرف توجه نویسنده باشد. قطعاً کسانی که امروز بیننده سایت آقای رحماندوست هستند، بیننده صدها سایت دیگر الکترونیکی هم خواهند بود و بنابراین، با یک تجربه کاملاً دیجیتالی، از سایت آقای رحماندوست برداشت می‌کنند. ممکن است آن‌ها نفهمند چرا از این سایت خسته شده‌اند، اما اگر آقای رحماندوست، حساب بانکی‌شان پر و پیمان باشد، احتمالاً سایت‌شان را می‌دهند به یک برنامه‌نویس پر قدرت که آن را کاملاً اینتراکتیو (Interactive) کند. این تعاملی شدن برای آن است که مخاطب، در کوچه بن‌بست گرفتار نشود یا اگر دنبال اطلاعات خاصی است، این اطلاعات خیلی دیر به دست نیاید. یک برنامه‌نویس متبحر، برای ایشان طوری طراحی می‌کند که home page ایشان، در آن ۸ ثانیه طلایی بالا بیاید. ظرف ۸ ثانیه سایت Load شود و فرد آن را ببندد. بنابراین، نه تنها این فرهنگ دیجیتالی، رویه‌ها و عادات

آدم‌برفی، ویژگی‌های آن بازیگر را در سریال امام علی، در ذهن خودش به کار می‌گیرد. حالا شما این را در یک پروسه بسیار نزدیک ببینید؛ یعنی مدام این تجربه، نو به نو شود. کما این که احتمالاً الآن یکی از معضلات آقای رحماندوست، به روز (up to date) کردن سایت باشد. برای این که آن آدمی که آمده و دیشب آن سایت را دیده، فردا شب اگر بخواهد دوباره بیاید، توقع دارد که اتفاقی افتاده باشد؛ وگرنه آن سایت، به سرعت به یک بروشور الکترونیک تبدیل می‌شود.

ببینید، به‌طور مثال در سایت mama media، بخشی وجود دارد تحت‌عنوان story of the week یا قصه هفته. این سایت به بچه‌ها امکان می‌دهد که به طور جدی در قصه‌نویسی کار کنند. می‌گوید شما قصه‌تان را بفرستید برای من، اگر قصه جالب بود، هفته بعد می‌شود قصه هفته ما و تو می‌توانی قصه خودت را بخوانی. این سایت mama media در واقع، فرهنگ دیجیتالی را تعریف می‌کند.

رحماندوست: چیزی که به آن نپرداختیم، این است که تعدادی کتاب و کتابخانه الکترونیک وجود دارد که این کتابخانه‌های الکترونیک، درست مثل کتابخانه‌های سنتی ما کتاب را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. حالا یا با گرفتن مقدار کمی پول یا نه، بدون آن. سایت «دوستانه» ما هم قصدش فقط همین است که کتاب‌های کودکان را بدون گرفتن پول در اختیار مخاطب‌های خودش قرار بدهد. اتفاق دیگری که در اینترنت افتاده و تعریف قدیمی از نشر و کتاب را عوض کرده، سهولت در انتشار است. امروزه هر کسی می‌تواند حرف خودش را به صورت کتاب، مقاله و نوشته در بیاورد و منتشر کند و دنبال تبلیغ حرف خودش هم باشد تا مشتری پیدا کند. بدون شک، تعداد خواننده‌هایی که جذب می‌کند، حتی آن‌هایی که می‌خوانند و فحش می‌دهند، بیشتر از آن خوانندگانی است که یک کتاب معمولی می‌تواند داشته باشد. البته، ما

دیجیتالی ایجاد می‌کند، بلکه درک و شناخت دیجیتالی هم ایجاد می‌کند. به اعتقاد من، چون در فرهنگ دیجیتالی، هویت‌هایی داریم که دیگر صرفاً ملی و بومی نیستند، شاید نوع ادبیاتی هم که ما می‌خواهیم بنویسیم، باید چنین ویژگی‌هایی داشته باشد. منظورم این نیست که این هویت‌هایی که در فضای سایبر شکل می‌گیرد، الزاماً منفی است، خیر. این هویت‌ها داده‌های فراوان‌تری را فرض کنید از نسل من و آقای رحماندوست می‌گیرند، عجله دارند و صریحند. قبل از شکل‌گیری اینترنت، نویسنده هرگز نمی‌توانست این قدر رو در رو و در این حجم وسیع، با مخاطبانش ارتباط بگیرد. معلوم است که حجم توقعات مخاطبان هم در این شرایط خیلی بیشتر می‌شود. فضای اینترنتی را اگر به استخر بزرگی شبیه کنیم، آن کسی می‌تواند در این فضا کار کند که شنا بلد باشد. ممکن است شنا در این استخر را بلد نباشند، اما ناچار می‌شوند که فنونش را بیاموزند و به کار بگیرند. حرف من این است که آن سه پارامتر را مؤثر می‌دانم و هر کسی موظف است این سه عامل را در نظر بگیرد. نویسنده باید بداند که حالا برای یک جمعیت بسیار وسیع دارد می‌نویسد. وقتی کتابش در سایت اینترنتی باشد، با مخاطبان گوناگون که از کشورهای مختلف هستند، ارتباط می‌یابد. این کتاب در معرض دید همگان است. من می‌خواهم از موانع زبانی و امثال آن بحث بکنم. زری که به نظرم می‌رسد، این است که باید به ننگ دیجیتالی فکر بکنیم و کتاب دیجیتالی، یکی جزیره‌های این فضای سایبر است. درک و ناخت مخاطبان در فضای سایبر، با فهم مخاطبان فضای نوشتاری، بسیار بسیار متفاوت است. مال کوتاهی یزنم؛ کسی که فیلم آدم برفی را دیده کسی که سریال امام علی را دیده، از بازیگر شترکی که در آن‌هاست و نقش‌های کاملاً متفاوتی دارد، دو جور برداشت جداگانه دارد. او در نقد

می‌توانیم با آن دید نگاه نکنیم و بگوییم که بله، تعریف کتاب، تعریف ناشر، تعریف توزیع، تعریف مخاطب در فرهنگ دیجیتال متفاوت شده. کماین که در دوره‌ای که کتاب خطی بود، توزیع یک معنی دیگری داشت. ابوعلی سینا باید بلند می‌شد، راه می‌افتاد و می‌رفت به همدان برای خواندن یک کتاب و آن جا قولنج می‌گرفت و می‌مرد. این توزیع آن روزگار بود و حتی تجارت در نشر، تعریفش فرق کرده است. شاید بگویید محتوای کتاب که فرق چندانی نکرده و فقط جا و شکل ارایه کتاب عوض شده است. شاید ظاهراً این طور باشد. اما اگر بخواهیم برای فرهنگ دیجیتال بنویسیم، قضیه فرق خواهد کرد. در شکل قدیمی کتاب یا کتاب خطی، امکان مقایسه و انتخاب برای مخاطب، بسیار بسیار محدود بود. در دوره چاپ، این محدودیت کمتر شد. خواننده می‌تواند چند کتاب از یک نویسنده و یا چند نویسنده بخرد و آن‌ها را با هم مقایسه کند و یکی‌اش را بپسندد و یکی‌اش را نپسندد. الآن این امکان مقایسه، به صورت هراس‌آوری غیرقابل کنترل شده. به من پیشنهاد شده بود کتابی را ترجمه بکنم. خواستم ببینم از این کتاب چه نسخه‌هایی فقط به زبان انگلیسی منتشر شده. بعد راغب شدم به زبان عربی هم ببینم. قبلاً یک کتاب در اختیار من مترجم قرار می‌گرفت و من از روی آن ترجمه می‌کردم. الآن برای من این امکان وجود دارد که از کتابی که می‌خواهم ترجمه کنم، سی و دو ورژن (version)، سی و دو نمونه چاپ با تصاویر متعدد و متفاوت در اینترنت مشاهده کنم. خواندن این‌ها و این که کدامش را برای ترجمه انتخاب می‌کنم، خودش بحث عمده‌ای است. حالا فکر کنید از یک کتاب، سی و دو ورژن در محیط web پیدا می‌شود. خواه‌ناخواه، خواننده امکان مقایسه می‌یابد. حال اگر دنبال موضوعها برویم، دیگر امکان انتخاب فوق‌العاده زیاد می‌شود. بنابراین وقتی نویسنده می‌خواهد در محیط

دیجیتالی بنویسد، کار خیلی تفاوت می‌کند. اصلاً سواد دیگری می‌خواهد. نگاه دیگری می‌خواهد. مخاطبش دیگر خواهرزاده‌اش نیست که جلوی چشم نشانده باشد و به این فکر کند که وقتی او پسندید، کار تمام است. آخر به بعضی از نویسندگان که می‌گوییم، چرا این جور نوشته‌ای؟ می‌گوید، بچه من خوشش می‌آید. می‌گوییم، بچه تو در یک



خانواده فرهنگی بزرگ شده، ولی همه بچه‌ها این طور نیستند. می‌گوییم آقا مثلاً آقای پیاز و دستیارانش، درباره این گروه سنی چنین حرف‌هایی زدند. پس آن حرف‌های تو قابل فهم این گروه سنی نیست. می‌گوید، نه، من با بچه‌های خودم تست کردم. عرض بنده این است که این حرف‌ها که امکان مقایسه و دید و قضاوت را در یک محیط بسیار محدود امکان‌پذیر می‌سازد، دیگر جاییش در محیط web نیست. عجیب این‌که نویسندگان ما، لااقل در حیطه ادبیات کودک و نوجوان، با این محیط بیگانه‌اند و اصلاً نمی‌دانند که محیط وب یعنی چه؟ نمی‌دانند کتابخانه الکترونیکی یعنی چه؟ E-publishing یعنی چه؟ در چنین فضایی، شاید، اولین حرکتی که می‌شد اتفاق بیفتد، این بود که به نویسنده بگوییم کتاب تو یک جور دیگر هم قابل دستیابی است و می‌تواند

گذشته، یک نویسنده ویتنامی که نمی‌دانم زبان فارسی را از کجا یاد گرفته بود، برای من یک E-mail زد که می‌خواهم کتاب‌های شما را ترجمه کنم، و این‌جا شرایط ترجمه این طوری است، چطور می‌توانم کتاب‌هایی را که شما در سایت گذاشته‌اید، انتخاب و ترجمه کنم به زبان ویتنامی؟ خب، این اتفاقی است که فقط در چنین محیطی امکان رخ دادن دارد. خیلی بدون تعارف می‌گویم، استفاده من از اینترنت، در حد استفاده نجار بی‌سوادی است که یک مداد می‌گذاشت پشت گوشش و بعد نوکش را می‌زد به زبانش، خطی می‌کشید و جای آزه کردن چوب را مشخص می‌کرد، من واقعا سوادم در اینترنت، در همین حد است. اما در ایسن رفت‌وآمدها و سفرها و نشست‌ن و برخاستن‌ها به این فکر افتادم که باید این کار را بکنیم، باید راه را برای بچه‌های خودمان باز کنیم. امسال ۱۸ میلیارد تومان بودجه I.T.U برای آموزش و پرورش، در نظر گرفته شده است. آموزش و پرورش تصمیم دارد امسال ۳۵ هزار مدرسه را به اینترنت وصل کند. یک اینترنت کشوری راه انداخته‌اند، داده‌هایی را از محیط‌های گوناگون اینترنتی و وب‌سایت‌ها گرفته و در جایی جمع کرده تا مدارس با تلفن‌های ویژه‌ای که دارند، با این سیستم تماس بگیرند. من به مسئولان هم گفتم که دارید بیراهه می‌روید و پول هدر می‌دهید. می‌خواهند امنیت را از راه بازدارندگی ایجاد کنند. بعد فکر کردم همین که به این فکر افتاده‌اند، خودش خیلی مهم است. حداقلش این که ۳۵ هزار مدرسه صاحب کامپیوتر می‌شود و بچه‌ها می‌فهمند که به غیر از بازی، کار دیگری هم می‌توان با کامپیوتر کرد. تقریباً یک‌چهارم تیراژ مجله‌ای که بنده سردبیرش هستم، از طریق اینترنت مراجعه کننده دارد. من به یکی از سردبیران مجلات گفتم که برای مجله محیط وب درست کن، مجله را روی اینترنت بگذار و به آن‌جا Link کن تا من هم بتوانم از آن

توسط خواننده‌ها با کتاب‌های دیگر مقایسه شود. اگر من واکنش دوستان نویسنده‌ام را وقتی به ایشان می‌گفتم، می‌خواهم کتاب‌تان را ببرم توی وب، برای‌تان بازگو کنم و یا توی کتابی بنویسیم، باور کنید مایه سرگرمی خواهد بود. می‌خواهم بگویم بعضی‌ها اصلاً با این امکانات جدید هیچ آشنایی ندارند. باید هرچه بیشتر تلاش کنیم تا نویسنده‌ها ببینند چه خبر است. زمانی من خودم خیلی تلاش کردم که نویسنده‌ها هم account داشته باشند. وقتی هم account داشتند، مشکل زبان پیش می‌آمد. مشکل زبان را هم که بخواهیم حل کنیم، ۱۰ سال طول می‌کشد. نسل بعدی است که می‌تواند این کار را بکند. E-Book و E-Library، (کتابخانه الکترونیکی) که تفاوتش با کتابخانه معمولی در این است که خواننده سراغ کتابخانه نمی‌رود، بلکه کتابخانه را می‌آورد در خانه و توی کامپیوترش، شاید اولین گام برای ورود به این فرهنگ باشد. وقتی من کار روی سایت دوستانه را شروع کردم، فقط به این فکر بودم که کتاب‌های ما در جاهای دیگر هم قابل دستیابی باشد. بعد هرچه جلوتر رفتم، دیدم نمی‌توانم کتابخانه الکترونیک داشته باشم و مثلاً اتاق موسیقی نداشته باشم. کتابخانه اینترنتی، برای جذب مخاطبان، باید امکانات زیادی داشته باشد. کسی در یک کتابخانه معمولی، توقع شنیدن موسیقی ندارد، ولی در سایت اینترنتی نمی‌توانم chat نداشته باشم. نمی‌توانم جواب مخاطبم را ندهم، یکی از مشکلات من، الآن این است که در هفته حداقل باید به بیست تا سی تا E-mail جواب بدهم به زبان‌های مختلف و از کشورهای مختلف. می‌بینید که مرزها برداشته شده است. یک ایرانی یا غیر ایرانی، در هر کجای دنیا، کتابی را که در سایت دوستانه هست، خوانده است و حالا از من سؤال می‌کند. من باید و موظفم به این‌ها جواب بدهم. اگر به این سؤال‌ها پاسخ داده شود، آن وقت پله‌های بعدی طی می‌شوند. هفته



استفاده کنم. می‌گفت که حالا مگر چند نفر از این طریق می‌توانند ارتباط بگیرند. گفتیم فرض کن یک نفر که مجله تو به دستش نمی‌رسد. در هر حال، این کار را کردند و آن قدر آمار مراجعه‌کنندگان‌شان بالا رفته که می‌خواهند برای خودشان سایت درست کنند. می‌خواهم بگویم ما هنوز در آن جایگاهی نیستیم که بنشینیم فکر کنیم آیا نویسندگان ما می‌توانند برای محیط وب بنویسند یا نه؟ ما اول باید مجموعه داده‌های قدیمی‌مان را گزینش و جمع کنیم و به زبان‌های بین‌المللی برگردانیم. حالت "مولتی مدیا" به آن بدهیم و در محیط‌های وب عرضه بکنیم تا این امکان پیش بیاید که خودمان را در سطح جهانی ببینیم. من چند شعر درباره بازی با انگشت گفته بودم. خیلی ابتدایی بود، اما یک دفعه دلم خواست این‌ها را بدون هیچ انگیزه‌ای روی محیط وب هم بگذارم. روی محیط وب و به زبان انگلیسی هم ترجمه کردم. هنوز این شعرها در ایران به چاپ نرسیده و فقط دوتا از آن‌ها در یکی از مجلات چاپ شده، اما از سه کشور متقاضی دارم برای چاپ دیجیتال این شعرها. شاید به این ترتیب، تعریف نشر هم عوض شود. چاپ براساس تعداد تقاضاست. یعنی اول کتاب را در محیط وب می‌برند و بعداً به صورت کاغذی و بر مبنای تقاضا منتشر می‌کنند. دیگر لازم نیست کتاب را انبار کنند. چاپ بر مبنای تقاضا راه افتاده است. برای من نوشتند که ما ده جلد به عنوان هدیه، برای شما منتشر می‌کنیم و می‌فرستیم، ولی بعد از آن هرچه تقاضا شود، چاپ می‌کنیم. نوع قراردادی هم که با من دارند، بر مبنای تقاضاست.

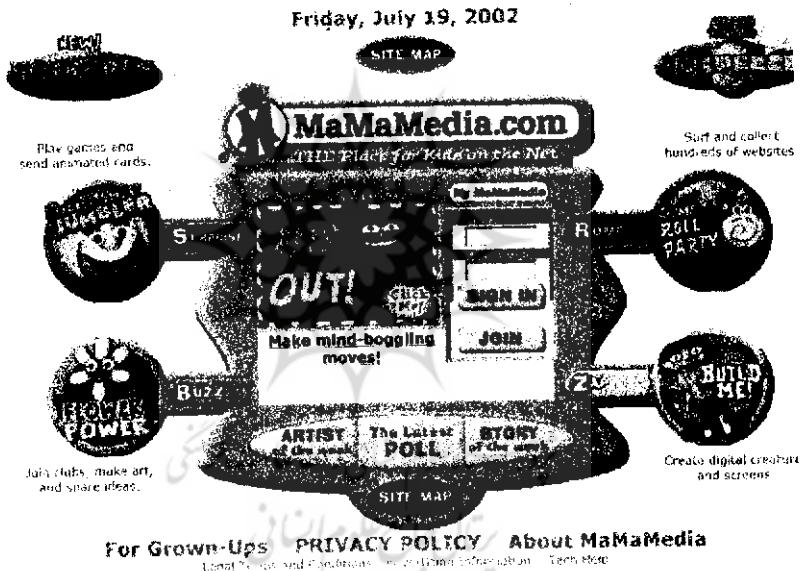
اتحادیه نویسندگان سوئد، برای شاخ و شانه کشیدن در مقابل ناشرین، آمده چنین فضایی به وجود آورده. خب این اتفاقی است که در محیط دیجیتال می‌افتد. می‌شود تمام مقدمات تولید کتاب را آماده کرد و بعد بر اساس تقاضا و مشتری‌هایی که کتاب دارد، آن را منتشر کرد. به این ترتیب،

تعریف توزیع، انتشار، کتاب و کتابخانه هم عوض می‌شود. در دراز مدت هم من با نظر آقای شکرخواه موافقم. تعریف مؤلف هم عوض می‌شود. کم‌این که آن مؤلفی که می‌نشست یک کتاب نسخه خطی می‌نوشت و مخاطب‌های بسیار محدودی و از قشر خاصی برای خودش در نظر می‌گرفت، با آن کسی که می‌داند فردا کتابش چاپ می‌شود، فرق می‌کند. بسیاری از دوستان ما کتاب‌شان را چاپ کردند و بعد از این که یک کم معلومات‌شان بالاتر رفت، تلاش کردند کتاب‌های خودشان را جمع کنند؛ چون دیدند که خیلی در آغاز راه خراب‌کاری کرده‌اند. در محیط وب، اصلاً چنین چیزی معنی ندارد. تو می‌توانی کتابت را چاپ کنی، فردا عوضش کنی و اصلاً کتاب دیگری جای آن بگذاری و... سهولت در انتشار، سهولت در تولید و حتی سهولت نوشتن، از جمله امکاناتی است که در شرایط جدید پیش آمده است. هرکسی می‌تواند در جایگاه مؤلف بنشیند و به سهولت، مخاطب پیدا کند. این‌ها اتفاقاتی است که در محیط وب می‌افتد. اما اگر بخواهم ربطش بدهم به کودکان و نوجوانان، باید بگویم که استفاده از اینترنت در دنیا، فعلاً رنج سنی‌اش بالاتر از ۱۵ سال است. اما بعد از گذشت مدتی که اینترنت گسترش پیدا کرد، به این فکر افتادند که سایت‌هایی مخصوص کودکان درست کنند. برای مثال، سایت mama media و نظایر آن، الآن وجود دارد. خب، محدودیت‌های خودش را هم دارد. مثلاً اگر کودکی وارد سایت بزرگسالان بشود که برایش مناسب نباشد، خیلی از سایت‌ها جلوی‌ش را می‌گیرند و ارجاعش می‌دهند به سایت‌های ویژه کودکان. این اتفاق بعد از گسترش اینترنت افتاده. اتفاقی هم در ایران دارد پیش می‌آید. آن اتفاق، شکل‌گیری مجله‌های الکترونیکی است برای بچه‌ها. وضعی پیش خواهد آمد که بچه‌ها خودشان بنویسند، خودشان نقاشی کنند و اثرشان مدت خاصی روی سایت باشد و بعد از

بکایی: نه. اگر مؤلفی بخواهد این حالت اتفاق می‌افتد و اگر نخواهد...  
 پژوهشنامه: در هر حال هرکس می‌تواند متنی را برای خودش تغییر بدهد. نمی‌تواند؟  
 بکایی: ببینید، اگر این امکان را به شما داده باشند که دست ببرید به کتاب و چیزی به آن اضافه کنید و یا از آن کم کنید، شما می‌توانید. البته، تعریف ما از متن کاملاً متفاوت است. متن اینترنتی غیرقابل تغییر نیست. در مورد کتاب چاپی، نویسنده و

روی سایت برداشته بشود. ما هم این Icone مجله را توی سایت‌مان باز کردیم. از جمله تفاوت‌هایی که بین سیستم چاپ کاغذی و الکترونیکی وجود دارد، این است که در سیستم الکترونیک، صاحب کتابخانه (سایت) همیشه باید پاسخ‌گو باشد. ما چون یک شخص تمام وقت برای این کار نداشتیم، این بخش سایت‌مان را متوقف کردیم. ولی یک نفر پیدا شد که در خانه خودش نشسته است و این کار را می‌کند. حالا می‌بینم که مراجعه‌کنندگان به آن

<http://www.mamamedia.com/>



ناشر باید صبر کنند تا تغییرات را در چاپ بعدی بدهند. اما در این‌جا شما همان لحظه که متن را در سایت گذاشتید، می‌بینید این‌جا یک ویرگول کم دارد. خیلی راحت این ویرگول را می‌گذارید و یا هر تغییری که لازم باشد، انجام می‌دهید.  
 به هر صورت، گمان می‌کنم برای جمع‌بندی بحث، بد نباشد به دو سؤال پاسخ بدهیم.  
 برخورد منفی با پدیده‌های نو و متفاوت همه جا وجود دارد و در جامعه ما هم همین‌طور. این

سایت، بیشتر از سایت من هستند. دلیلش این است که آن شخص می‌تواند سایتش را مدام عوض کند و به خواست مخاطبان پاسخ دهد.  
 پژوهشنامه: از صحبت‌های آقای رحماندوست و صحبت‌های آقای شکرخواه، می‌توان نتیجه گرفت که اصالت متن مورد تردید قرار می‌گیرد؛ یعنی همین قدر که مؤلف، می‌تواند متنش را عوض کند، دیگران هم می‌توانند این متن را برای خودشان تغییر بدهند.

طبیعی است. در کشور ما از زمان مشروطه به این طرف، با نمی‌دانم دو چرخه، کت و شلوار، تلفن و... همیشه چنین برخوردهایی شده است. این برخوردهای منفی را در دهه پنجاه هم شما مثلاً با تلفن دارید. من نمونه‌هایی در ذهنم دارم. حالا تلفن در محدوده خیلی کوچک از زندگی ما تأثیر دارد، اما رایانه در همه جنبه‌های زندگی ما وارد شده است و زمانی هم که اینترنت پا به میدان گذاشت، حتی قلمروهای جغرافیایی و ملی نیز از آن حالت سابق بیرون آمد. بنابراین، اگر می‌بینیم که بعضی‌ها با این پدیده برخورد منفی دارند، عجیب نیست. ضمن این که اگر منفی‌گرایان، واقعاً بدانند دامنه تحولاتی که این پدیده به همراه دارد، چقدر وسیع است، شدت برخوردشان از این هم بیشتر می‌شود. طبعاً وظیفه گروه آگاه این است که بگویند چگونه می‌شود این سیستم‌ها را مدیریت کرد. کودک و نوجوان امروز، در دنیایی زندگی می‌کند که به آن می‌گویند دنیای الکترونیک و دنیای دیجیتال. ماهایی که در سنین میانی عمرمان هستیم، بخش پایانی زندگی خود را در این فضا خواهیم بود، اما نوجوانی که از پانزده سالگی وارد این دنیا می‌شود، طبعاً نباید بدانند که چه باید بکنند. تلویزیون هم بخش عمده‌ای از زندگی و حتی ادبیات ما را تحت تأثیر قرار داد، اما رابطه آن با مخاطب، به صورت مونولوگ و یک‌طرفه بود، ولی شما در اینترنت، رابطه دوطرفه دارید. در ضمن، تحت کنترل هیچ‌کس هم نیستند. جالب این‌جاست که هیچ قدرتی، هیچ قدرت مسلط جهانی، نمی‌تواند این فضا را کنترل کند. مگر این‌که مرکزهایی مثل Yahoo و... را قطع کنند. تا زمانی که آن صفحه‌های اصلی وجود دارد و آن ماشین‌های اصلی و گول‌پیکر کار می‌کنند، کامپیوتر شما می‌تواند به کامپیوتر دیگران وصل شود. وقتی که وصل شد، من و شما خودمان می‌دانیم که چه کار می‌کنیم. شما هر چیز را که دوست دارید، می‌گذارید روی صفحه.

هرچه دوست دارید، می‌گویید... و من هم دریافت می‌کنم. پس، سؤال اصلی این است که چه باید کرد؟ یعنی چگونه باید بچه‌های ما را آماده بکنیم برای ورود به این فضا؟ خوب، گفته شد که تعریف کتاب، تعریف مخاطب و حتی تعریف متن عوض شده. حالا آن نویسنده‌ای که این انعطاف را دارد که تا حدودی این فضا را درک بکند، باید چه کار کند برای این‌که وارد این فضا بشود و بتواند نفس بکشد؟ ناشر چه باید بکند که بتواند وارد این فضا شود؟ هر چند عرض کنم که رشد اینترنت در کشورهایی که صاحب اینترنت و مبدع آن هستند، به صورت تصاعد هندسی است، در حالی که رشد اینترنت در کشور ما به صورت تصاعد عددی است و ما هنوز فرصت داریم فکر بکنیم و کارهایی انجام بدهیم. شاید هم بحث ما در این مورد، به نظر بعضی‌ها تا حدودی فانتزی بیاید.

رحماندوست: خوب، اینترنت هم خیلی فانتزی است.

بکایی: عملاً بله.

رحماندوست: من بخش دوم سؤال شما را از آقای شکرخواه خواهم می‌کنم جواب بدهند. این سؤال که حالا نویسنده‌هایی که انعطاف دارند، چه کار می‌توانند بکنند؟ واقعاً من در خودم نمی‌بینم که بخواهم پاسخ بدهم. اما در مورد این که بچه‌ها چه کار می‌توانند بکنند...

بکایی: و چه جور آموزش‌شان بدهیم؟

رحماندوست: خدمت شما عرض کنم که اولاً سرعت گسترش اینترنت و استفاده از آن، آن قدر زیاد است که تقریباً نمی‌شود جلویش را گرفت. در واقع، چون یک نوع محیط مجازی است، نمی‌توان با آن جنگید. کتاب نیست که آتشش بزنیم. نویسنده نیست که سرش را ببریم. در این جا نمی‌توان متن را سانسور کرد. این موضوع برای ما مسئولیتی ایجاد می‌کند که ببینیم بچه‌های ما چه کار بکنند؟ به اعتقاد بنده، هر چه سریع‌تر باید کاری کنیم که

بچه‌ها در استفاده از اینترنت، احساس ایمنی کنند. این امنیت، شاید در تعریف بعضی‌ها، درست کردن یک سری Fire wall باشد؛ این جا نرو، آن جا نرو، اما من این را خیلی مؤثر نمی‌دانم. تعبیرم آن تعبیر استاد مطهری است و بیشتر به واکنش‌ها و واکنش‌های بچه‌ها می‌اندیشم. بچه‌ها حالا وارد کتابخانه عظیم و یک محیط فرهنگی بسیار وسیع شده‌اند که متفاوت است. هر نوع استفاده‌ای هم می‌توانند بکنند. این را باید بفهمند که وقت و امکاناتشان محدود است. بنابراین، باید بدانند که از این امکانات و وقت محدود، چه نوع استفاده‌هایی بکنند. امکان چنین آموزشی را من در خانه خود و با بچه‌هایم تجربه کرده‌ام. پیشنهادم این است که آموزش اینترنت را به مدارس ببریم. سپس می‌توانیم در این زمینه کار کنیم که نحوه استفاده درست از اینترنت را به ایشان بیاموزیم. ظاهراً بحث خیلی اخلاقی است. آن‌ها خودشان باید بفهمند که از چه چیزی استفاده کنند و از چه چیزی استفاده نکنند. بکایی: ببخشید، منظور شما از آموزش اینترنت، نحوه کلیک کردن است و یا چگونگی باز کردن منوها و...

رحماندوست: نه، منظورم شناخت کلی این فضا است. بچه‌ها در عرض یکی دو جلسه و با یک کامپیوتر خانگی، بهتر از بزرگ‌ترها نحوه ورود به اینترنت را یاد می‌گیرند. پیشنهاد من این است که ما بچه‌هایمان را رشد بدهیم و این فضا را برای بچه‌هایمان تعریف کنیم. یکی از استفاده‌هایی که می‌توانند بکنند، استفاده از E-Book ها و E-library هاست. هزاران استفاده دیگر هم می‌توانند بکنند. این بحث کاردستی الکترونیکی را که یکی از دوستان به آن اشاره داشت، در نظر بگیرید. خب، تمامی وسائل و امکانات لازم برای ساخت کاردستی را به صورت مجازی، در اختیار بچه‌ها قرار می‌دهد مثل خمیر، تخته، اره، مقوا و... بچه امکان این را دارد که دقیقاً ببرد، بدوزد، درست

کند و بسازد و کار خود را ببیند، اگر هم نپسندید، خراب کند و دو مرتبه با همان وسایل بسازد. اگر استفاده از دست و چشم، به طور همزمان لازم باشد برای رشد بچه، این امکان را به او می‌دهد و می‌تواند ساعت‌ها بنشیند و این کار را بکند. پیشنهاد من این است که ما به جای هر نوع فکر کردن به این که حالا چطوری جلوی او را بگیریم، به این فکر کنیم که شناخت بچه‌مان را نسبت به این فضا بالا ببریم. مثال ملموسی که می‌توانم بزنم، این است که وقتی ما می‌خواهیم وارد یک مهمانی ناشناخته بشویم، قبلاً بچه‌هایمان را یک جوروری تعلیم می‌دهیم که ادب این است که چنان باشی. یک مقدارش را به خاطر ما رعایت می‌کنند و یک مقدارش را هم جامعه آن میهمانی، به ایشان تحمیل می‌کند. بنابراین، باید آداب استفاده از اینترنت را به بچه‌هایمان یاد بدهیم. چاره‌ای به غیر از این نداریم. حالا این که نویسنده‌های ما چه کار می‌خواهند بکنند، از استاد شکرخواه می‌شنویم. شکرخواه: به نظر می‌آید ما اصلاً در شرایط انتخاب نیستیم؛ یعنی در یک شرایط تحمیلی به سر می‌بریم. ببینید، در همان جامعه‌ای که شاید بشود گفت پیش‌تاز انقلاب اینترنتی است، یعنی در آمریکا، این قضیه را به صورت پروژه‌های ملی دارند تعقیب می‌کنند؛ پروژه زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی الکترونیک که در سطح ملی، معروف به N.I.I است و در سطح جهانی هم عرض کردم که این مصوبه اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دوربرد است که کشور خود ما هم امضاکننده این سند است و تحت عنوان G.I.I تعقیب می‌شود. در کشور آمریکا، در سال ۹۸، ۸/۶ میلیون کودک و ۸/۴ میلیون تین‌ایجری (Teen ager)، یعنی نوجوان‌ها و جوان‌های ۱۳ تا ۱۹ ساله on line بودند. این رقم، در سال ۲۰۰۲، در مجموع به ۳۵/۸ میلیون نفر رسید. خب، این شتابی است که وجود دارد. ۳۴/۶ میلیون نفر هم برای درس خواندن، از این امکان در

درسی وجود دارد تحت عنوان Media Literacy یا سواد رسانه‌ای. این اصلاً فرق دارد با کلیک کسردن روی آیکن Internet Explorer media literacy دنبال این است که به شخص یاد بدهد که یک رسانه با او چه می‌کند در دنیای معاصر. بله، جوهر تمام این آموزش‌ها هم درک رابطه دانش و قدرت است. به عبارتی، آن چه تو



شکریه

خانه استفاده می‌کردند. این رقم کمی نیست. اما این که چه کار باید بکنیم. در برابر این شرایط، باید بگویم که اساساً ایده‌ها و مفاهیم و معناها را در همه جوامع، سه کلوب بزرگ تعیین می‌کنند. یکی از این جریان‌ها، نهادهای آموزشی است. ایشان هم اشاره کردند به نقشی که آموزش و پرورش می‌تواند در این زمینه به عهده بگیرد. این نهادهای آموزشی، شامل مدرسه و دانشگاه و کانون‌های آموزشی است و حتی در بسیاری از جوامع، نهادهای دیگر و حتی کلیسا کارکرد آموزشی دارد. مثلاً در کشور ما مساجد کارکرد آموزشی دارد. بنابراین، جریان آموزشی کشور، باید اینترنت را به مفهوم اخص کلمه، برای خودش تعریف بکند. قبلاً برنامه‌های بلند مدت کشورها که بسته می‌شد، برنامه پنج ساله، برنامه سه ساله و غیره، این‌ها بخش‌هایی راجع به ارتباطات و اطلاعات داشتند و این بخش‌ها هم غالباً سخت‌افزاری بود. در واقع، برآورد می‌کردند که چقدر سیم، کابل و یا تلفن می‌خواهند و... اما الآن در دنیا برنامه‌های توسعه، اصلاً بر اساس برنامه‌های جامعه اطلاعاتی نوشته می‌شود؛ یعنی بر اساس Information society. جریان دومی که در زمینه معناآفرینی مؤثر است، نهادهای مدنی است. در کشور ما مثلاً فرض کنید انجمن گرافیکست‌ها جزو وظایفش، باید این باشد که برای فضای دیجیتالی خودش برنامه‌ریزی کند. انجمن عکاسان نیز همین طور. قطعاً انجمن نویسندگان کودک و نوجوان هم که جزو نهادهای مدنی است، باید در این زمینه برنامه‌ریزی کند. جریان سوم، رسانه‌های کشورند؛ یعنی وسائل ارتباط جمعی. متأسفانه در هر سه عرصه، ما تلاش مشخصی نمی‌بینیم و یا اگر می‌بینیم، این‌ها خیلی به هم link نیست. شاید همین برنامه IT که الآن صاحبی پیدا کرده در کشور، طریقه بدی نباشد. اما برگردیم به آن جنبه‌ای که در آموزش، به نظر من خیلی مهم است. امروزه اصلاً در دنیا

می‌آموزی یا می‌بینی، با قدرت چه ارتباطی دارد؟ و آیا آن قدرت، با عدالت اجتماعی هم‌سویی دارد یا ندارد؟ فلسفه و روح Media literacy این است. در جامعه امروز، دیگر به نظر می‌آید که سواد هم اساساً بر مبنای همین Media literacy تعریف می‌شود و نه بر مبنای این که بتوانیم بخوانیم یا بنویسیم و یا حتی زبان بدانیم. من تردیدی ندارم که در زمانی نه چندان دور، اگر سازمان‌های حقوق بشر بخواهند جامعه‌ای را تعریف بکنند، میزان ظرفیت «باند» آن جامعه را در نظر می‌گیرند؛ یعنی میزان ورودی و خروجی اطلاعات در آن جامعه را. هر چه ظرفیت این «باند» در جامعه‌ای محدودتر باشد، احتمالاً حقوق بشر در آن جامعه بیشتر نقض می‌شود. به نظر من، خانواده آقای رحماندوست، نمونه‌ای است که می‌شود به جامعه تسری داد. ایشان می‌گویند من دنبال این نبودم که

پذیرفتیم، شاید خیلی از امتیازهای خود را از دست بدهیم. من اصلاً بحث ارزشی نمی‌کنم. اما در پذیرش مطلق هم مخاطراتی نهفته است که نباید در آن تردید کرد. استراتژی سومی که به نظر می‌آید مطلوب‌ترین استراتژی است، این طور به اینترنت نگاه می‌کند که فرصت بی‌تخلیری است با مخاطبان بسیار و باید از آن استفاده کرد. در این فضا کسانی برنده‌اند که تولید می‌کنند. اگر این را درک کنیم، عقب نمی‌افتیم و خطری هم ما را تهدید نمی‌کند. وقتی شما تولید کردید، طبیعی است که یک نویسنده از ویجتام با شما تماس می‌گیرد. این طبیعی است یا طبیعی است که وقتی شما تولید کردید، توقعات طرف مقابل، به شما تحمیل می‌کند که یک آتاق Music برای او در نظر بگیرید. اگر به این توقعات پاسخ ندهید، «هیت» (Hit) سایت می‌آید پایین. انقلاب دیگری که الآن در اینترنت افتاده، weblog است. weblogها قاعده تولید و توزیع را به هم زده‌اند. weblogها افرادی هستند که می‌نشینند در منزل و وقت بیشتری دارند. سیر می‌کنند در اینترنت، سالادی درست می‌کنند از آن چیزهایی که مورد نظر خودشان است و اطلاع‌رسانی می‌کنند با چاشنی نظر شخصی. بنابراین، من برمی‌گردم به آن بحثی که اول کردیم. در این فضا اتفاق بزرگی که رخ داده، این است که دیگر جمع محدودی برای جمع وسیعی تولید نمی‌کنند، بلکه جمع وسیعی برای جمع وسیعی تولید می‌کنند و این روی همه چیز اثر خواهد گذاشت. نوع چاپی که ایشان می‌گویند، چاپ P.O.D (print on demand) است که صنعت چاپ، اگر این کار را نمی‌کرد، از امکانات اینترنت بی‌بهره می‌ماند. ببینید، ممکن است کسی باشد که بخواهد یک «رستم و اسفندیار» یا «رستم و سهراب» داشته باشد و دوست دارد جای سهراب هم اسم خودش را بگذارد. یک نسخه هم بیشتر نمی‌خواهد. اصلاً می‌خواهد اسم کتاب را بگذارد

برای بچه‌هایم مثلاً Fire wall نصب کنم. احساسم این بود که چون بچه‌ها در خانواده فرهنگی بار آمده‌اند، رفتار مناسبی را در ارتباط با فضای مجازی در پیش خواهند گرفت. البته این نوع برخورد، مسئولیت را از آن سه نهادی که من عرض کردم، سلب نمی‌کند و حتی از دوش نهادهای قانون‌گذار هم بر نمی‌دارد. در واقع، فردا می‌شود دولت‌مردان را مؤاخذه کرد که چرا برای جامعه اطلاعاتی‌مان کاری نکردید. الآن در جهان، یکی از بزرگ‌ترین بحث‌ها، بحث شکاف دیجیتالی است. ما سال ۲۰۰۳ اجلاس جهانی سران را داریم برای شکاف دیجیتالی. در تهران خود ما، شهریور ماه سال پیش سمینار مشترکی بین چند دانشگاه ایران و وزارت علوم ایران و یونسکو برگزار شد تحت عنوان جامعه اطلاعاتی در آسیای میانه و غرب که کشور ما هم خیلی مقاله در این مورد ارائه کرد و آذرماه امسال هم کنفرانس مشابهی در تهران خواهیم داشت. بنابراین، به نظر می‌آید که ما دیگر خیلی در شرایط انتخاب به سر نمی‌بریم و مقدار زیادی عقب هم مانده‌ایم. اما در همین جا سه نوع استراتژی را می‌شود در سطح جهانی دید. استراتژی‌هایی وجود دارد که مبتنی بر نفی و رد پدیده است. این‌ها تعدادشان خیلی محدود است. کسانی که این استراتژی را تعقیب می‌کنند، مثلاً آمده‌اند مدل‌های مخصوصی را سوار این فضای مجازی بکنند. نوع مرفقی‌اش را فرانسوی‌ها ارایه کرده‌اند و مثلاً سیستم «مینی‌تل» راه انداخته‌اند، یک نوع اینترنت مخصوص به خودشان. هم‌چنین، آلمانی‌ها که تفکرات مشابهی دارند و یا نوع چینی آن که فرض کنید «سایبر کافی»‌ها را بسته‌اند. خلاصه این که استراتژی‌های منفی در قبال اینترنت، اصولاً جواب مثبتی نگرفته‌اند. یک سری استراتژی‌ها هم مبتنی بر پذیرش مطلق بوده. به نظر می‌آید که در پذیرش مطلق هم ما دچار استحاله‌هایی خواهیم شد. وقتی فضا را در بست

شاهنامه من. آن یک نسخه را برایش چاپ می‌کنند. در چند سال گذشته «دروپا» که فرض کنید مثل مایکروسافتِ دنیای چاپ است، در شهر دوسلدورف، برای اولین بار یک «شهر چاپ» به نمایش گذاشت که شما از این طرف کتاب بدهید و از آن طرف نسخه منحصر به فرد مربوط به خودتان را بگیرید. مثلاً من می‌گویم در کتاب آقای رحماندوست، هر جا اسم مصطفی دیدید، بردارید بگذارید یونس. می‌خواهم بشود یونس رحماندوست. پس اینترنت بر صنعت چاپ، نحوه تألیف و بر نحوه خواندن اثر گذاشته است. حتی روی مؤلف و حقوق مؤلف هم تأثیر گذاشته. ما برای فضای دیجیتال قانونی نداریم به نام Copy right. کپی، یعنی نسخه‌ای که مکتوب است. الان "Cyber law" دارد تلاش می‌کند که قضیه را عوض کند. این هم را بگویم که قوانین اینترنتی، تدوین نشده، عوض می‌شود. علتش این است که شتاب تحولات اینترنت، بسیار زیاد است. قانون‌نویسان انگار نمی‌توانند به پای این سرعت برسند. اما ببینیم نویسنده‌ها چه کار می‌خواهند بکنند؟ ببینید، باز هم می‌گویم، نویسنده هم حق انتخاب ندارد. نویسنده باید برود بیاموزد. کسی که می‌خواهد برود سایت بزند، ناچار است مثلاً برود با همین آقای رحماندوست صحبت کند. چون ایشان چهار سال زودتر از او به این فضا پیوسته است. کوچه پس‌کوچه‌ها را می‌داند. ایشان می‌داند سایت را کجا باید «رجیستر» کند. ایشان می‌داند ظرفیت «باند»، معنایش چیست. ایشان می‌داند اگر سایتش را یک طرفه کند، چه اتفاقی می‌افتد. ایشان می‌داند بالا رفتن «هیت سایت» آسان است، اما ثابت نگه داشتن آن سخت است و... و... و هزار اتفاق دیگر. این را هم بگویم که بعضی از عواملی که به عنوان سبک نوشتن در اینترنت، مطرح است، تعریف شده. از جمله می‌گوید که شما در فضای سایبر، حق ندارید رسمی بنویسید. این اصلاً یک

قاعده شده. برای این‌که آدم‌های اینترنتی، رسمی نمی‌نویسند. رحماندوست: «نتی‌زن» دارند برای خودشان. شکرخواه: اصلاً این که شما گفتید، ترم دارد برای خودش. به علاوه، نحوه رفتار در این جا، در مبحث «نتی‌کت» می‌گنجد؛ یعنی به جای «اتیکت»، بحث «نتی‌کت» وجود دارد. در «نتی‌کت» شما آداب زندگی در فضای سایبر را می‌آموزید. یکی از چیزهایی که به نویسندگان توصیه می‌شود، این است که باید غیررسمی بنویسید؛ یعنی به رسم سایبری‌ها باید بنویسید. اگر برای‌تان تایپ کرده باشد "4 you" یا اصلاً "4 u"، باید بدانید چیست. این جا دیگر نمی‌نویسند for you. الان ما emoticon داریم در اینترنت. یک دیکشنری داریم به نام Icon که شما با دکمه‌های کی‌برد، حالات خودتان را می‌گویید. فرض کنید علامت دو نقطه را زدید و سپس خط تیره و پرانتز. اگر از بغل نگاهش کنید، کسی است که دارد می‌خندد (- یعنی من راضی‌ام از این ارتباط، اما اگر پرانتز را برعکس بزنی، یعنی حالم را گرفتی تو)؛ اگر به جای نقطه یک کاما بگذارید، یعنی دارد چشمک می‌زند (- به تو و این یک دیکشنری بزرگ است. دقت کردید ضمن این که در این فضا طوری باید بنویسید که جای نظر طرف مقابل، باز باشد. این نیست که صبر کند برای آقای بکایی که چون کتابی نوشته، مراسمی بگذارند و ده ماه بعد تازه بخواهد با نویسنده دیدار کند. او می‌خواهد همان شب بگوید آقا، من این کتاب را خواندم، حالم را گرفتی یا خوب بود یا چرا این‌جایش کج است؟ دقت می‌کنید؟ بنابراین، یک بحث مهم، بحث زبان است؛ زبانی که آن‌ها در شتاب آموختند و در شتاب با آن ارتباط می‌گیرند و بسیار ضد رسمی است. شالوده‌شکنی فراوانی در این نوع ادبیات به چشم می‌خورد که اگر نویسنده‌ای بخواهد در این زمینه موفق باشد، باید با همان شالوده‌شکنی برود جلو. البته، این بحث

ندارد، بلکه به جای یک جغرافی، جغرافیاهای گوناگون داریم.

بکایی: مرزهای جغرافیایی، مرزهای قراردادی، از بین می‌رود، اما مرزهای محیطی ثابت می‌ماند. برای مثال، شما بیشتر از این که ایرانی باشید، گیلانی هستید. وقتی که راجع به برنج حرف می‌زنید، می‌گویید برنج گیلان، نمی‌گویید برنج ایران.

شکرخواه: فقط این نکته را اضافه کنم که سوءتعبیری از این حرف نشود، یک بار گفت‌وگویی با آقای ممیز داشتم. ایشان تعبیر جالبی به کار بردند که ترجیح می‌دهم به نام ایشان بگویم. بحث در مورد فضای پست مدرن و جهانی و غیره بود. گفت من امروز با این سن و سال، احساسم این است که ما باید دیگر انسانی فکر نکنیم، نه ایرانی فقط؛ چون که حالا ما را در این فضای دیجیتالی، همه جا می‌بینند. بعد مثال جالبی زدند و گفتند اگر قرار باشد بنایی ساخته شود و همه جهان شرکت کنند در ساخت آن، اگر یک آفریقایی آجر بیاورد، دیگر من ایرانی نمی‌توانم آجر ببرم. باید مصالح خاص خود را بیاورم. این تعبیر زیبایی است به نظر من. شما خمیر پیتزا را در نظر بگیرید. همه جای دنیا یک جور است، ولی امکان دارد بنده روی این خمیر چیزهای مورد علاقه‌ام را بگذارم و دیگری مواد مورد نظر خودش را، می‌خواهم بگویم که ساختار فضای اینترنتی، در همه جا یکسان است.

بکایی: در واقع، تعریف جدیدی از بومی بودن ارائه می‌دهد.

شکرخواه: و بنابراین، از انسان شبکه‌ای حرف می‌زنیم و نه ملی. البته، این انسان شبکه‌ای امکان دارد خیلی جاها در تضاد با انسان ملی هم نباشد. بکایی: عملاً هم نیست.

شکرخواه: بعضی‌ها این‌ها را رو در روی هم می‌گذارند و بنابراین نتایج غلطی می‌گیرند. ما اگر حرف حساسی داشته باشیم، چون پژواک این حرف

بسیار پر دامنه‌ای است که من نمی‌خواهم وارد آن بشوم. مسئله به ساختار روایت (narrate) مربوط است و این روایت باید خودش را در ساخت به اصطلاح سایتهی هم به نمایش بگذارد. طرف می‌خواهد ظرف چند دقیقه یا چند ساعتی که در سایت شماست، به سرعت بتواند جابه‌جا شود. هیچ جا را نباید به رویش بست. قاعده سومی که خیلی درباره آن حرف می‌زنند، این است که می‌گویند، توی فضای سایبر باید مینی مال باشید؛ یعنی حداقل‌گرا باشید در نوشتن. پس اول آن لحن غیر رسمی و حتی توأم با شوخی است که در این فضا وجود دارد. دوم، شالوده‌شکنانه بودن فضای سایت شما نسبت به فضای سنتی است که در آن قلم زده می‌شود و سوم، مینی‌مال بودن است. این‌ها قواعد اساسی کار در فضای سایبر است. می‌شود روی هر کدام از این‌ها بسیار ریز شد. من معتقدم برای یک نویسنده ایرانی، اگر قرار است وارد فضای سایبر بشود، غیر از آموزش عملیات اپراتوری و غیره، لازم است که به مقوله فرهنگ، از دید سایبر نگاه کند. باید بداند که کار خودش، زیر شاخه فرهنگ سایبر است که در آن، رابطه جغرافیا و متن گسسته شده. امکان دارد کسی که روی سایت شماست، تا چند لحظه پیش، ادبیات بتکلاذشی می‌خوانده و یک دقیقه قبل، ادبیات مثلاً ژاپنی. به همین راحتی! اینترنت این فضا را در اختیارش گذاشته و پشتوانه این فضا، همان کتابخانه‌ای است که آقای رحماندوست به آن اشاره کرد. اصطلاحی است تحت عنوان "Seven. Twenty Four";

یعنی کتابخانه شما باید در فضای سایبر، بیست و چهار ساعته درش باز باشد. تعطیلی بردار نیست. شما ساعت دو شب می‌خواهید کتابی از «اندرسن» در سوئد بردارید. کلیک می‌کنید و مثلاً سی و پنج ورژن از این کتاب به دست می‌آوردید. در فرهنگ سایبر، هویت‌ها الزاماً در گرو جغرافیا نیست. اصلاً به این معنا نیست که بگویم جغرافیایی وجود



حساب، در فضای سایبر بیشتر می‌شود، باید استقبال کنیم؛ مگر این‌که حرفی برای زدن نداشته باشیم.

یکایی: تجربه جالبی داشتم. نمی‌دانم دو سال پیش بود یا یک سال پیش. در یک شب سرد و بدون برف زمستانی در تهران، دوستم از آمریکا برایم E-mail زد که در نیویورک، اولین برف زمستانی شروع به باریدن کرده است. همان موقع، شاید در چین هم برف می‌آمد. دوستم که انتظار این برف را می‌کشید، خیلی خوشحال بود و من هم در تهران، از خوشحالی او خوشحال بودم. این انسان جدید، چه بخواد و چه نخواهد، مجبور است در این فضای جدید زندگی کند.

شکرخواه: این جمله ادوارد سعید است: ما در

دنیایی به سر می‌بریم که دنیای تجربه کردن معانی است از طریق دیگران. ما مفاهیم را به سرعت از طریق دیگری تجربه می‌کنیم. دوست شما از آمریکا به شما می‌گوید سردم شده و شما می‌دانید که سردش شده.

رحماندوست: چند شب پیش، یک بچه فارسی زبان از اسرائیل E-mail زده بود و خلاصه یک سری سؤال از من کرده بود از طریق همین سایت دوستانه. من واقعاً با همه این حرف‌هایی که زدیم، گیر کرده بودم که به او چه جوابی بدهم. شاید به این دلیل که هنوز قواعد زیستن در یک فضای سایبر را نیاموخته‌ام و شاید به این دلیل که پاسخ‌هایم مناسب بچه‌های دور و برم است، نه بچه‌های جهان.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی