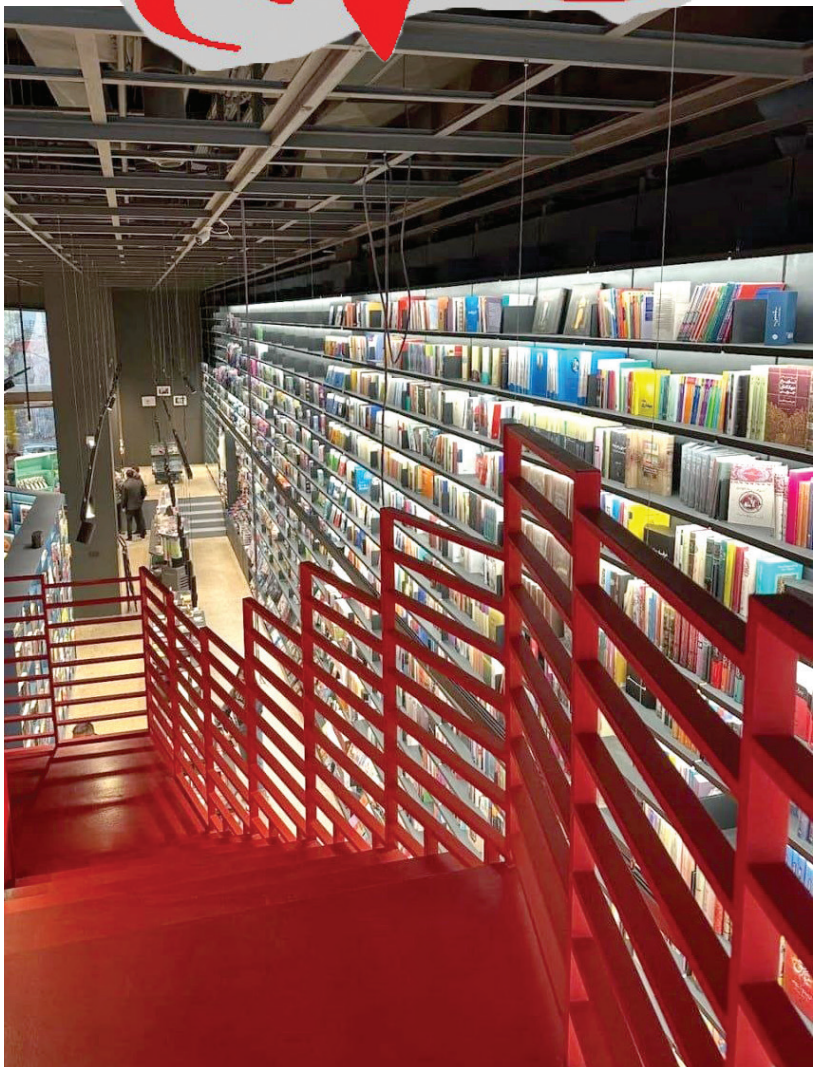




پاتوق جدید کتابخوان‌های ادایی

افتتاح کافه کتاب‌ها با معماری‌های شیک در تهران باعث شده شبکه‌های اجتماعی پر شود از عکس‌های آتلیه‌ای با جلد کتاب‌هایی که خوانده نمی‌شوند؛ یعنی کتاب هم مثل ترندهای قبلی شامل ماچا، کروسان، تنیس و اسکی، تبدیل به ابزار تفاخر و نمایش شده است

سید مصطفی صابری | روزنامه‌نگار



کافی است اینستاگرام را باز کنید تا با هجوم بی‌پایان عکس‌هایی مواجه شوید که در آن، کتاب نه به عنوان ابزاری برای اندیشیدن، بلکه به عنوان یکی از اجزای ژست‌های اینستاگرامی به نمایش درآمده است؛ این چند وقت با افتتاح یکی دو کافه کتاب در مناطق مرفه‌نشین تهران این اتفاق پر رنگ‌تر هم شده. وقتی از نمایشگر گوشی به دنیای واقعی ورودی کافه کتاب‌ها و پردیس‌های چند منظوره کتاب قدم می‌گذارید، آن تصاویر مجازی جان می‌گیرند. پیش از آن که بوی کاغذ نوبه‌به‌مشام‌تان برسد، صدای مداوم و ریتمیک شاتر دوربین‌ها در فضای وسیع پردیس طنین‌انداز می‌شود. سقف‌های بلند، قفسه‌هایی که تا افق چشم را لافته‌اند و نور پردازی‌ای که گویی برای صحنه‌ناتر طراحی شده؛ همه چیز مهیاست تا چنین مکان‌هایی، نه به عنوان منبع آگاهی که به عنوان لوکیشن شماره یک عکاسی در قلب تهران و... عمل کند. در گوشه‌ای، عکاسی با لنزهای سنگین، سوزهای را هدایت می‌کند که کتابی را به گونه‌ای در دست بگیرد که هم جلد آن در کادر باشد و هم نگاهش خیره به دور دست‌ها؛ گویی غرق در معنای عمیق بسطور است. اما حقیقت، تلخ‌تر از این منظره کارت‌پستالی است: کتاب، تنها یک اکسسوری در این نمایش چند دقیقه‌ای است. این تصاویر، نه باز نمایی سرانه مطالعه، که نمایش عجلش دیده شدن است. سکوتی که باید در فضای کتابخانه، سکوت تفکر باشد، حالا با خنده‌های بلند و دستورات عکاسان، به هیاهوی یک آتلیه سیار بدل شده است. پرسش اساسی که در این میان میان قفسه‌های بی‌جان گم می‌شود، این است: آیا ما با یک فضای فرهنگی طرف هستیم یا یک دکور پیش‌ساخته برای نمایش خود؟ وقتی کتاب به مثابه ابزار در خدمت ارتقای پرستیژ بصری فرد قرار می‌گیرد، آیا ما با ترویج فرهنگ مطالعه مواجه هستیم یا با ادام‌محوری ساختار یافته؟ در چنین مکان‌هایی، کتاب دیگر نه برای خواندن، که برای بودن در ویرین نمایش فردی دست‌مایه قرار گرفته است و بازار شیک شکلات و تارت توت‌فرنگی در گوشه کافه کتاب قطعا داغ‌تر است. ما در این فضا شاهد نوعی تظاهر فرهنگی هستیم که با سرعتی باورنکردنی، اصلت زیست‌فکری را در زیر آوار لایک‌ها دفن می‌کند. در این پرونده به مزایا و معایب این اتفاق می‌پردازیم و در پی پاسخ به این سوال هستیم که چرا نباید با کتاب مثل ترندهای دیگر از جمله لوبو، ماچا، تنیس و... برخورد کرد؟

کتاب فروشی، از پناهگاه اندیشه تا لوکیشن نمایش

در ادبیات جامعه‌شناسی شهری، مفهومی داریم به نام «مکان سوم»؛ فضایی که نه خانه است (مکان اول) و نه محل کار (مکان دوم). ری الدنبرگ جامعه‌شناس مشهور، این مکان‌ها را پناهگاه رشد مدنی و گفت‌وگو و مکمل دو مکان اول و حتی منبعی برای ذخیره انرژی جسمی و روحی و حضور موقت در نقش‌های اصلی می‌داند. جایی که افراد با خروج از نقش‌های کلیشه‌ای روزمره، در کنار هم قرار می‌گیرند تا اضطراب‌های زندگی را به دست فراموشی بسپارند و در بستری آرام، به تضارب‌آراء بپردازند. کتاب فروشی‌های کلاسیک و کافه کتاب‌های قدیمی، دقیقاً همین کارکرد را داشتند؛ محفلی



وقتی کتاب سرمایه فرهنگی دروغین می‌شود

پیربور دیو جامعه‌شناس فرانسوی، مفهومی را مطرح می‌کند که کلید فهم ماچراسم است یعنی «سرمایه فرهنگی متمایز ساز». طبق نظریه او، افراد همیشه به دنبال راهی برای تفاوت گذاشتن میان خود و دیگران هستند تا جایگاه طبقاتی و ذائقه برتر خود را به رخ بکشند. در گذشته این تمایز با مطالعه عمیق، تسلط بر ادبیات کلاسیک یا حضور در محافل فکری حاصل می‌شد؛ یعنی مسیری که نیازمند صرف وقت، رنج خواندن و کسب آگاهی بود. اما در دوران فعلی این مکانیسم تمایز تغییر شکل داده است. حالا دیگر نه خواندن، بلکه نشان دادن کتاب برای کسب اعتبار فرهنگی کفایت می‌کند.

کتاب در خدمت تظاهر در این کافه کتاب‌ها و پردیس‌های نوظهور، کتاب از ابزار کسب دانش به یک کالای نمادین برای نمایش پرستیژ تبدیل شده است. فردی که در فضای کافه کتاب ژست متفکرانه می‌گیرد و کتابی را به عنوان پس زمینه عکس خود انتخاب می‌کند، در واقع در حال خرید اعتبار فرهنگی است؛ بدون آن که زحمات خواندن حتی یک سطر از آن کتاب را به خود بدهد. این سرمایه فرهنگی بصری، نوعی میان‌بر برای دیده شدن است. مشکل اما این جاست که این میل به متمایز شدن، سیری ناپذیر است. این تیپ آدم‌ها هر بار از یک ترند برای تمایز استفاده

چرا نمایشی شدن کتاب از ترندهای دیگر خطرناک‌تر است؟

این روند به مرور باعث کاهش ارزش محتوایی، افت تیراژ کتاب‌های جدی و اولویت یافتن کتاب‌های پر فروش نمادین می‌شود که فقط برای ویرتین طراحی شده‌اند.

ترویج سطحی‌نگری ساختار یافته کالایی کردن کتاب، موتور محرک سطحی‌نگری است. وقتی فرد احساس می‌کند با قرار دادن یک کتاب در کنار خود، به همان اعتبار فرهنگی حاصل از خواندن آن دست می‌یابد، دیگر دلیلی برای زحمت خواندن نمی‌بیند. این یعنی سلب مسئولیت فکری از خود. ما با این روند، در حال ترویج فرهنگی هستیم که در آن تصویر بر واقعیت پیشی می‌گیرد. این روند، جامعه را به سمت فقدان پرسشگری و فقدان عمق فکری سوق می‌دهد؛ چرا که وقتی نمایش کتاب کافی است، دیگر کسی به دنبال پرسیدن سوال‌های سخت یا مواجهه با متن‌های پیچیده نخواهد رفت.

نماد به رفتار ادایی تقلیل می‌یابد، ما تنها با یک مد جدید روبه‌رو نیستیم، بلکه با فروپاشی معنایی یکی از مهم‌ترین ارکان تمدن بشری مواجهیم. وقتی کتاب به اکسسوری عکاسی تبدیل می‌شود، جامعه به تدریج این پیام را دریافت می‌کند که کتاب دیگر منبع اندیشه نیست، بلکه ابزاری برای چیدمان زندگی است. این یعنی ویرانی پی‌ریزی فکری جامعه.

تولید نسل کتاب‌نخوان و پترینی خطر اصلی این رویکرد، در اثر درازمدت آن بر ذهن نسل آینده است. وقتی نوجوان با جوانی رشد می‌کند و کتاب را نه به عنوان منبع آگاهی، بلکه به عنوان بخشی از دکوریک عکس‌پرلایک می‌بیند، ناخودآگاه در کاو از کتاب تغییر می‌کند. در ذهن او، کتاب به عنصری در کنار چیزهای دیگر تبدیل می‌شود؛ عنصری که تاریخ انقضایش به اندازه عمر یک استوری است.

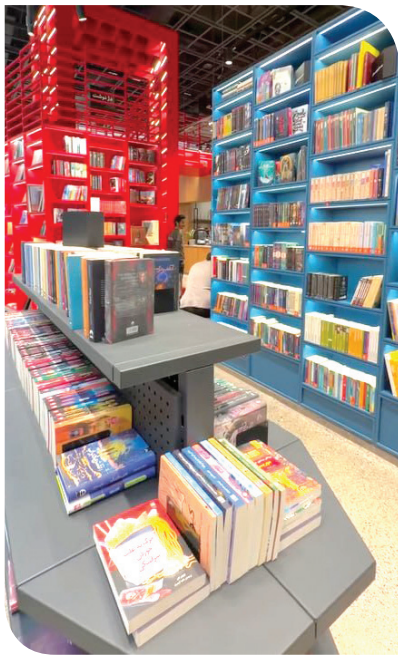
بسیاری معتقدند حساسیت نسبت به حضور کتاب در عکس‌های اینستاگرامی بیش از حد است و این پدیده را با ترندهای دیگر مانند مصرف ماچا، استفاده از عروسک لوبو، پوشیدن لباس تنیس و... مقایسه می‌کنند که موجی به همراه داشت و بعد هم تمام شد. اگر چه در ظاهر هر دوی این‌ها در خدمت نمایش خود هستند، اما نباید دچار خطای شناختی شویم. تقلیل دادن کالایی شدن کتاب به یک لغزش سلیقه‌ای یا یک مدزودگذر، نادیده گرفتن فاجعه‌ای است که در بطن این اتفاق نهفته است.

تخریب سنگر نهایی معنا ماچا، لوبو یا سایر مدهای روز، در نهایت ابزارهای سرگرمی و مصرف اوقات فراغت هستند. کالایی شدن آن‌ها حداکثر به معنای مصرف‌گرایی هیجانی است. اما کتاب، ماهیتی متفاوت دارد. کتاب در طول تاریخ نماد دانایی، تفکر، تعقل و عمق بوده است. وقتی این

هشدار برای پایان یک رویا

گی دوبور در کتاب «جامعه نمایش» به صراحت می‌گوید که در دنیای مدرن، بودن جای خود را به نمایاندن و تظاهر داده است. وقتی این گزاره را با برخی کافه‌ها که قرار است کتاب هم بفروشند تطبیق می‌دهیم، به عمق فاجعه پی می‌بریم. در این فضاها، تجربه زیسته که باید در مسیر مواجهه با متن شکل بگیرد، به کالایی شدن تجربه تقلیل یافته است. فرد در این جا نه به عنوان یک مخاطب یا گفت‌گوکننده، بلکه به عنوان یک بازیگر ظاهر می‌شود که هدفش صرف ثابت‌لحظه برای مخاطب مجازی است.

مرگ گفت‌وگوی واقعی در صحنه نمایش کتاب فروشی‌های اصیل، روزگاری محل تضارب‌آراء و جایی برای شنیدن صدای مخالف بودند. آن جا آدم‌ها در هم جمع می‌شدند تا درباره یک پاراگراف یا یک ایده به چالش بيفتند. اما در کافه کتاب‌های جدید، خبری از این تعاملات انسانی نیست. ما با نوعی ژست گفت‌وگوی صامت مواجهیم؛ جایی که افراد در حال چیدمان بدن و اشیای اطراف خود برای ساختن یک فیگور متفکرانه هستند. در این میان، دیگری واقعی حذف شده و جای خود را به تماشاگر مجازی داده است. وقتی تعاملات حضوری به چنین سطحی از نمایش تنزل می‌یابد، گفت‌وگوی عقلانی هابرماسی که رکن اصلی رشد جامعه در عرصه عمومی و شهری بود، جای خود را به نمایش صامت فیگورها می‌دهد. کتاب خوانی که نیازمند درون‌نگری، تأمل و تولید معناست، در این هیاهوی



بازگردانیم؛ جایی که کتاب نه برای نمایش، که برای درگیر کردن ذهن به کار می‌آید. ما نیازمند نوعی مقاومت در برابر تبدیل فضاهای عمومی به آتلیه عکاسی هستیم. لذت اصیل خواندن، در سکوت اتاق شخصی یا در گرمای گفت‌وگوی رودررو در یک کتاب‌فروشی دنج نهفته است، نه در لنز دوربین و هیاهوی لایک‌ها. بازگشت به کتاب، بازگشت به ریشه‌های فکری و رهایی از بند نمایش خود است؛ تنها راه برای جلوگیری از فروپاشی معنایی تلخی که در کمین بخش زیادی از جامعه ماست.