

توسعه فرهنگ کتابخوانی در سایه ارتباطات

جهانی

21 اردیبهشت 1401

مهدی توکلیان

مدیرکل روابط عمومی و امور بین‌الملل نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

روز جهانی ارتباطات و هفته روابط عمومی فرصت بی‌بدیلی است تا به نقش رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی و تحولات فرهنگی به صورت علمی و عملی دقت بیشتری شود. به طور حتم چالش‌های فرهنگی پیش رو، چالش‌های سخت و غیرقابل انکاری است. برای مقابله با تهاجم فرهنگی نمی‌توان به شعارها اکتفا کرد که اگر چنین بیندیشیم، ساده لوحی است. در عصر جهانی شدن و بخصوص پروژه جهانی‌سازی که امریکا قصد اجرای آن را دارد، بسنده کردن به شعار مقاومت‌سازی فرهنگی و غفلت از آن در اقدام و عمل می‌تواند عواقب خطرناکی داشته باشد؛ عواقبی که با تغییر سریع سبک زندگی مردم، بنیان‌های فرهنگی کشور را دگرگون کند که 10 سال قبل یکی از استراتژیست‌های امریکایی در خصوص دکترین امنیت ملی این کشور گفته بود: «اگر مردم کشورهای هدف را به خوردن مک دونالد، پوشیدن لباس جین، خوردن کوکاکولا، گوش کردن جاز و نگاه کردن به فیلم‌های هالیوود وادار کنیم، بدون لشکرکشی می‌توانیم آنها را ساکنان ایالت جدید خود به حساب آوریم.»

کتابخانه‌ها در رویارویی با فشارهای مربوط به دیجیتال‌سازی و کاهش سرمایه‌گذاری، مزیت استراتژیک را در همسویی بیشتر خود با برنامه‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی مقامات دولتی که بودجه کتابخانه‌ها به آنها وابسته است، در نظر گرفته‌اند. امروزه، کتابخانه‌ها در برخی شهرهای جهان خود را به عنوان مؤلفه‌های اساسی معرفی می‌کنند به طوری که هر کتابخانه به موتور اقتصاد دیجیتال تبدیل شده است. به بیان دیگر از آنجایی که کتابخانه‌های عمومی مکان‌های سطح میانی هستند، به طوری که میانجی میان جامعه و دولت محسوب می‌شوند، در شکل گسترده خود، آنها دارای معنای اجتماعی گسترده‌تری، نه تنها به منزله بستری برای توزیع دانش و یا مکان‌هایی برای ساختن جامعه می‌باشند؛ بلکه تبدیل به یک دارایی شهری مهم برای شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگ دیجیتال در حال ظهور شده‌اند.

در حال حاضر بسیاری از کتابخانه‌های مهم در جهان در حمایت از سواد دیجیتالی و پرکردن شکاف دیجیتالی، تخصیص فضاها و برنامه‌های پرورش کارآفرینی و نوآوری و تبدیل شدن به مراکز فناوری و ایجاد زمینه برای تشویق تولید خلاق - که در بسیاری کشورها پیش‌فرض محسوب می‌شوند - پیشرفت چشم‌اندازهای فناوری‌محور و آینده کارآفرینی و اقتصاد دانش‌بنیان مشارکت می‌کنند. با پذیرش این نقش‌ها و کارکردها، کتابخانه‌ها نه تنها کاربران خود را توانا و قادر به شرکت در یک اقتصاد دیجیتال می‌سازند، بلکه آنها خودشان را به عنوان نمود واضحی از تصویر هوشمندی، خلاقیت و رقابتی عرضه می‌کنند. اقتصاد مقاومتی، پیشتازی در عرصه علم و فناوری و تعالی و مقاومت‌سازی فرهنگی؛ پایه‌های سه گانه سیاست‌های کلی در برنامه توسعه ایران اسلامی است که راه را برای توجه بیشتر به فرهنگ نسبت

به سایر عرصه‌ها هموار کرده است؛ زیرا اجرایی شدن [اقتصاد مقاومتی](#) نیازمند فرهنگ‌سازی جدی و عالمانه است تا با دخالت بیشتر مردم در اقتصاد بتوان اقتصاد را مردمی، الگوی مصرف را اصلاح و همت و تلاش را مضاعف کرد. از سوی دیگر برای پیشتازی در عرصه علم و فناوری نیازمند محور قرار دادن فرهنگ هستیم تا بتوان ابتدا با کار فرهنگی مناسب، خودباوری دانشمندان و مردم را بیشینه کرد و سپس بتوان با گسترش فرهنگ جهاد علمی به پیشتازی در عرصه علمی و فناوری پرداخت.

نکته پایانی آنکه رسیدن به افق مشترک میان مدیریت فرهنگی و متولیان رسانه راهکار اساسی برای چگونگی مواجهه با رسانه‌های نوین است. رسانه‌هایی که به شدت میان تمامی اقشار مردم در سراسر دنیا محبوبیت یافته‌اند و در حال تغییر سبک زندگی مردم هستند. مراکز مهم و تأثیرگذار فرهنگی جمهوری اسلامی ایران قرار نبوده و نیست که در پیشتازی فناورانه رسانه‌های نوظهور، منفعل در فضای فرهنگی و رسانه‌ای جهان معاصر باشند.