خبر

دیدار مسئولان کتابخانه‌ها و کتابداران

رسانه‌های جدید و بهانه‌ای برای کتاب نخواندن

سپهرغرب، گروه فرهنگی: برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب در تهران در بهار هرسال و استقبال شایان توجه مردم و توسعه چشمگیری که در پیشرفت کتابخانه‌های عمومی کشور به‌عمل‌آمده است همه حکایت از برکاتی دارد که از زمان پیروزی انقلاب اسلامی ایران نصیب این سرزمین شده است. دقیقاً به همین جهت است که باید با درایت و سیاست‌گذاری هرچه بهتر، کتاب و کتاب خوانی را بار دیگر همانند تاریخ درخشان اسلامی و ایرانی گذشته خود در رأس فرهنگ عمومی وزندگی روزمره قرار دهیم.

برای این منظور برداشتن چهار گام بزرگ ضروری است. نخست، دانستن و ادراک خوب و صحیح از تاریخ اسلامی و ایرانی باید تاریخ کتاب و کتابخانه در تمدن و فرهنگ اسلامی و ایرانی الگویی برای توسعه کتاب باشد. باید نسل جوان و جدید ما آگاهی جامع و درست از تاریخ کشور و مردم و جامعه خود داشته باشد تا بتواند اطلاعات انبوه و جدید امروز را در چهارچوب گنجینه‌های گذشته ارزیابی کند. تاریخ بزرگ‌ترین میراث شناسایی خود و مملکت و مسیر اصلی در استقرار هویت و گسترش فرهنگ است. موضوع تاریخ یکی از ضروری‌ترین احتیاجات شهروندی و سواد تاریخ یکی از لازم‌ترین عوامل در همبستگی جامعه و درک مسائل و وقایع و رویدادهای زندگی ما است.

فقدان یک سامانه‌ی توزیع

دوم، سیاست‌گذاری؛ بازاریابی و توسعه نشر کتاب باید در راستای احتیاجات جامعه و نیازمندی‌های مردم باشد. تشویق نویسندگان، مترجمان و ناشران برای تولید و توزیع کتاب‌های مفید و با توجه به حفظ و گسترش فرهنگ ایرانی و اسلامی و همچنین پیشرفت علم و دانش و آگاهی از وضع جهانی و محیط فرهنگی دیگران، باید در دستور کار متصدیان و سیاست‌گذاران قرار گیرد.

چه عواملی انتخاب ما را در تولید صحیح و درست نشر و توزیع کتاب تعیین می‌کند؟ چه کتاب‌هایی تحت چه شرایطی و برای چه منظوری چاپ و منتشر می‌شوند؟ چه نسبتی بین کتاب‌های منتشره کنونی و علاقه و خواست جامعه و مردم وجود دارد؟

سوم، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما در موضوع کتاب، مسئله توزیع و بازاریابی است. ایران فاقد یک سامانه توزیع و بازاریابی ملی است و اغلب ناشران و مراکز انتشاراتی با تولید و چاپ کتاب سروکار دارند و نه توزیع و ترویج و بازاریابی و تبلیغ و فروش آن بین علاقه‌مندان و طبقات مختلف جامعه. امروز قدرت انتشاراتی کتاب در سطح ملی و جهانی در دنیا با زیرساخت‌های توزیع و بازاریابی (شناخت و جذب خوانندگان کتاب) مرتبط است. مهم‌ترین و سودمندترین اثر و بهترین کتاب اگر چاپ‌شده ولی در انبار منتظر خریدار و مشتری بماند و مردم از آن اطلاع نداشته باشند کوچک‌ترین تأثیری در جامعه نخواهد داشت. تیراژ کتاب در ایران در مقایسه با جمعیت و سطح دانش و علاقه باید به‌مراتب بالاتر از وضع کنونی باشد. در ایران فاصله تولید، چاپ و توزیع آن بسیار طولانی و با مشکلات فراوانی همراه است.

رسانه‌های جدید و بهانه‌ای برای کتاب نخواندن

چهارم و یکی از مهم‌ترین عوامل در موضوع ارتقای سطح علم و دانش در جامعه، فرهنگ مطالعه کتاب است. امروز به علت توسعه و پیشرفت صنایع الکترونیک و دیجیتالی توجه مردم و به‌ویژه نسل جوان معطوف به این نوع رسانه‌ها شده است. تلویزیون یک مثال خوبی است. سؤال اصلی این است که چگونه می‌توان فرهنگ مطالعه کتاب را مانند فرهنگ صنایع دیگر در جامعه بالا برد به‌طوری‌که مطالعه کتاب در جامعه نهادینه شود.

در قرون‌وسطی که دوره طلایی علم و هنر مسلمانان و ایرانی‌ها بود و هنوز اروپا در تاریکی به سر می‌برد حیثیت، معروفیت، بزرگواری و به قول امروزی‌ها پرستیژ اجتماعی یک فرد در جامعه با کتابخانه شخصی او و با تعداد و کیفیت کتاب‌هایش اندازه‌گیری می‌شد. از نخبگان گرفته تا مردم عادی و شهروندان، مقیاس قضاوت سطح اقتصادی و اجتماعی یک خانواده را نوع و تعداد کتاب‌های آن خانواده تشکیل می‌داد. در سراسر سرزمین‌های اسلامی از جنوب اسپانیا گرفته تا قاهره و بغداد، ری و جندی‌شاپور، مسلمانان قرون نهم تا سیزدهم میلادی در هر شهری کتابخانه عمومی دایر کرده و آنجا را مرکز و ثقل مطالعه و باشگاه‌های علمی، اجتماعی و ارتباطی خود قرار داده بودند. علاوه بر این هر مسجد و مدرسه و بیمارستانی کتابخانه داشت و جدیدترین اطلاعات و معلومات علمی و هنری در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گرفت.

مسلمانان و برگزاری نخستین نمایشگاه بین‌المللی کتاب

نخستین نمایشگاه بین‌المللی کتاب توسط مسلمانان، حدود قرن دهم میلادی در بغداد تشکیل شد. «پیش کتاب‌فروش‌ها» اسم بازار کتاب‌فروش‌ها در بغداد بود که در ناحیه «باب البصره» واقع بود و در حدود یک‌صد مغازه و غرفه کتاب‌فروشی در آن وجود داشت. علاقه‌مندان به کتاب، نویسندگان، مترجمان، خط‌نویسان و کتابداران هرسال در آن محل تجمع کرده و همدیگر را ملاقات می‌کردند. در اینجا بود که فیلسوف، شاعر، نویسنده و عالم از ایران مصر و اسپانیا در کنار یکدیگر به جست‌وجوی کتاب‌های جدید می‌پرداختند و همین‌جا بود که دیگران به دنبال مجلات کهنه و قدیمی بودند. در اینجا و در همین زمان بود که ابن‌الندیم، کتاب‌فروش و دانشمند معروف و مؤلف کتاب «الفهرست» از مهمانان و دوستان خود پذیرایی می‌کرد و با آن‌ها به گفت‌وگو می‌پرداخت. قرن‌های بعد شغل کتاب‌فروشی همراه شغل داروفروشی (به علت پیشکسوتی مسلمانان در علم پزشکی و داروسازی) از سرزمین‌های اسلامی به اروپا انتقال یافت.

اغلب حاکمان اسلامی و ایرانی آن زمان همه کتاب دوست بودند. علاوه بر کتابخانه‌های معمولی، کتابخانه‌های اختصاصی حکام و فرمانروایان، خزانه علمی و هنری آن‌ها را تشکیل می‌داد. دانشمند آلمانی دکتر زیگرید هونکه در کتاب «فرهنگ اسلامی در اروپا» می‌نویسد «یک کتابخانه متوسط خصوصی یک فرد مسلمان در قرن دهم میلادی، تقریباً بیش از جمع کل کتاب‌های کتابخانه‌های اروپا کتاب داشت.» این عشق به کتاب و مطالعه بود که تمدن اسلامی- ایرانی را رونق بخشید و امروز نیز این عشق به کتاب و مطالعه است که می‌تواند آن پیشکسوتی قرون گذشته را بار دیگر احیا کند.

به مناسبت هفته کتاب و کتاب‌خوانی

راه و بیراه در نشر کتاب و کتاب‌خوانی

سپهرغرب، گروه فرهنگی: عدم وحدت و تعامل میان ناشران ارزشی حول محور اهداف و اولویت‌ها در کنار عدم توجه به تبلیغ و اطلاع‌رسانی می‌تواند در حوزه فرهنگی کشور فاجعه بیافریند. در مقابل شاهد هستیم که جبهه فرهنگی معارض انقلاب چگونه از این نقاط ضعف به‌عنوان نقاط قوت خود استفاده کرده و توانسته آثار و اندیشه‌های انحرافی خود را در سطح جامعه ارائه نماید.

همواره پدید آمدن رسانه‌های نوین باعث گردیده که رسانه‌های قدیمی‌تر به حاشیه رانده و مهجور واقع شوند؛ اما باوجود گسترش روزافزون رسانه‌ها و نفوذ آنان در زندگی مردم، کتاب همچنان به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر و مؤثر به‌حساب می‌آید و هیچ‌یک از مزایای خود ازجمله انتقال پیام‌های عمیق به مخاطبان به‌خصوص قشر فرهیخته جامعه را از دست نداده است و از رسانه‌های نوین به نفع خود استفاده کرده است. این موضوع را در جملات گهربار مقام معظم رهبری نیز می‌توان مشاهده کرد. آنجا که می‌فرمایند: هرچه ما پیش برویم، احتیاج ما به کتاب بیش‌تر خواهد شد. این‌که کسی تصور کند با پدید آمدن وسایل ارتباط‌جمعی جدید و نوظهور، کتاب منزوی خواهد شد، خطاست. کتاب روزبه‌روز در جامعه بشری اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. ابزارهای نوظهور مهم‌ترین هنرشان این است که مضمون کتاب‌ها و محتوای کتاب‌ها و خود کتاب‌ها را راحت و آسان منتقل کنند. جای کتاب را هیچ‌چیزی نمی‌گیرد.

تبلیغ مهم‌ترین مؤلفه در امر کتاب‌خوانی

نکته‌ای که همواره باید در عرصه کتاب موردتوجه قرار گیرد و مقام معظم رهبری نیز بر آن تأکید ویژه‌ای دارند؛ تبلیغ کتاب است چراکه اگر کتابی به‌خوبی تولید و توزیع شود اما از تبلیغات مناسب برخوردار نباشد نمی‌تواند مخاطب خود را پیدا کند.

باید در جامعه سنت کتاب‌خوانی رواج پیدا کند به گمان من یکی از بدترین و پر خسارت‌ترین تنبلی‌ها، تنبلی در خواندن کتاب است. هرچه هم انسان به این تنبلی میدان بدهد، بیش‌تر می‌شود. کتاب‌خوانی باید در جامعه ترویج شود و این کاربر عهده همه دستگاه‌هایی است که در این زمینه مسئول‌اند؛ از مدارس ابتدایی بگیرید تا دستگاه‌های ارتباط‌جمعی تا صداوسیما تا وسایل تبلیغاتی گوناگون.

یکی از کارهای بزرگ و مهم در سطح جامعه این است که تبلیغات کتاب‌خوانی همه‌گیر شود. ما امروز می‌بینیم برای کالاهای کم‌اهمیت که تأثیری هم در زندگی انسان‌ها ندارند، صاحبانش تبلیغات رنگین عجیب‌وغریبی را متصدی می‌شوند و دستگاه‌های ارتباط‌جمعی، مطبوعات، صداوسیما آن‌ها را پخش می‌کنند درحالی‌که آن محصولات هیچ ضرورتی ندارند و یک‌چیز اضافی در زندگی به حساب می‌آیند؛ گاهی بودنشان مفید است، گاهی حتّی مضر هم هست. محصولی باعظمت،و ارزش کتاب درخور این است که تبلیغ بشود و افرادی که می‌توانند کتاب بخوانند تشویق بشوند ما باید این را به‌صورت عادت در آوریم.

مقام معظم رهبری در موارد گوناگون به‌خوبی اهمیت تبلیغات را در عرصه کتاب مشخص ساخته و تمام دستگاه‌های مربوط را ملزم به ترویج کتاب‌خوانی و توجه به تبلیغ کتاب کرده‌اند اما چیزی که هم‌اکنون با آن مواجه هستیم و رهبری نیز از آن ابراز نارضایتی نموده‌اند این است که مسئولان فرهنگی جامعه عملکرد مناسبی در راستای ترویج کتاب‌خوانی نداشته‌اند. درواقع کم‌کاری آنان در این عرصه باعث گردیده که جریان چپ فرهنگی به‌خوبی از خلأ به وجود آمده استفاده کرده و این حوزه را در دست بگیرد و بتواند با مطرح سازی چهره‌ها و آثار دین‌گریز، محورهای انحرافی خود را در ذهن مخاطب کتاب القا نماید. این موضوع به این معنا نیست که جبهه خودی در این عرصه دچار کمبود نیرو و امکانات است بلکه نیروهای حقیقی و حقوقی نظام به‌رغم دسترسی وسیع به امکانات و ابزار لازم، گویی توانایی استفاده از آن را ندارند و یا این‌که دچار کم‌کاری شده‌اند و البته آن‌گونه که بایدوشاید به وظیفه خود درزمینه کتاب‌خوانی و تبلیغ کتاب عمل‌نکرده‌اند. تحقیقات کارشناسی و دلسوزانه نشان می‌دهد که متأسفانه در این موضوع، مورد دوم صادق است. درواقع کم‌کاری نیروهای خودی باعث گردیده که بارها مقام معظم رهبری نارضایتی خود را از عملکرد مسئولان در حوزه کتاب ابراز کنند.

در کشورمان از واقعیتی که در این زمینه وجود دارد راضی نیستیم. بله درست است؛ امروز حجم کتاب‌هایی که تولید می‌شو، با گذشته بسیار متفاوت است؛ گاهی چند برابر کتاب منتشر می‌شود، یا تیراژ کتاب‌ها بالا می‌رود؛ اما این کافی نیست و برای کشور ما بسیار کم است. باید جوری بشود که در سبد کالای مصرفی خانواده‌ها، کتاب یک سهم قابل قبولی پیدا کند و کتاب را بخرند برای خواندن، نه برای تزیین اتاق کتابخانه و نشان دادن به این‌وآن.

رسانه ملی؛ بیش‌ترین ظرفیت کم‌ترین کارکرد

یکی از سازمان‌هایی که با توجه به امکانات بالا و نیروی انسانی کارشناس و کارآمد می‌تواند نقش بزرگ‌ترین دستگاه تبلیغاتی حوزه کتاب را به عهده بگیرد و به جریان سازی در این حوزه بپردازد «رسانه ملی» است. با توجه به این‌که جریان چپ فرهنگی به این سازمان و امکانات آن دسترسی ندارد، این سازمان به‌خوبی می‌تواند در مقابل تبلیغات سوء جریان فرهنگی معاند بایستد و نقش نوک پیکان تبلیغات در حوزه کتاب را ایفا نماید که خنثی‌کننده تبلیغات منفی دشمن است. حداقل این‌که باید بخش اعظمی از جنبه ایجابی تبلیغ کتاب در رسانه ملی به اجرا درآید اما چیزی که هم‌اکنون شاهد آن هستیم متأسفانه عدم برنامه‌ریزی مناسب و گاهی نفوذ عناصر وابسته به جریان چپ فرهنگی در این سازمان است که علاوه بر کم‌کاری در حوزه فرهنگ ـبه‌خصوص کتاب گاه در زمین دشمن نیز بازی کرده و تبلیغات را به سمت جریان فرهنگی منحرف سوق می‌دهد.

ازجمله مصادیق کم‌کاری رسانه ملی در عرصه کتاب می‌توان به برنامه «کتاب ۴» اشاره کرد که در حوزه‌یتخصصی کتاب شروع به فعالیت نموده اما برنامه‌های سطحی و بی‌محتوایی که به نام «کتاب ۴» به روی آنتن سیمای جمهوری اسلامی فرستاده می‌شود و از شبکه «۴» تلویزیون پخش می‌گردد نه‌تنها نتوانسته فعالیت مثبتی در حوزه تخصصی خود انجام دهد بلکه در برخی برنامه‌ها به تبلیغ آثار ضد ارزشی نیز پرداخته که سبب دل‌آزردگی اهالی فرهنگ و دلسوزان انقلاب اسلامی گردیده است. یکی از مصادیق مهم نفوذ جریان دگراندیش در رسانه ملی، تبلیغ انحراف‌های فکری «پائولو کوئیلیو»؛ ارائه‌کننده عرفان مبتذل در شبکه تهران بود.

پائولو کوئلیو نویسنده‌ای برزیلی است که پس از طی دوره‌های هنری، هیپی‌گری و بعد هم بستری شدن در تیمارستان، در سال ۱۹۸۶ م. مسیر باستانی اسپانیا، جاده سانتیاگو را پیاده پیمود و در سال ۱۹۸۸ م. با دومین کتابش با عنوان «کیمیاگر» به یکی از پر خواننده‌ترین نویسندگان معاصر تبدیل شد. به گفته کارشناسان، «کیمیاگر» اثری است که پائولو محتوای آن را از مثنوی معنوی سرقت کرده است. اوج عرفان مبتذلی که توسط این نویسنده برزیلی ارائه می‌شود در کتاب «یازده دقیقه» است که پس از شرح جزئیات رفتار جنسی یک فاحشه در تجربیات مختلف، او را در اوج حالات شهوانی و جنسی به حقیقت مطلق می‌رساند! متن کامل این کتاب توسط «آرش حجازی»؛ عامل قتل ندا آقا سلطان و نشر «کاروان» در کشورمان به چاپ رسید! تبلیغ آثار و تفکرات التقاطی این نویسنده برزیلی در کشورمان از سال ۱۳۷۹ در راستای سیاست گفت‌وگوی تمدن‌ها از سوی «سید محمد خاتمی» و با پیگیری وزیر ارشاد وقت عطاء الله مهاجرانی و سفر این مبتذل نویس برزیلی به ایران آغاز گردید و آرش حجازی با تأسیس انتشارات کاروان و البته حمایت‌های دولتی، آثار پائولو را یکی پس از دیگری به چاپ رساند.

متأسفانه چیزی که هم‌اکنون با آن مواجه هستیم و رهبری نیز از آن ابراز نارضایتی نموده‌اند این است که مسئولان فرهنگی جامعه عملکرد مناسبی در راستای ترویج کتاب‌خوانی نداشته‌اند. درواقع کم‌کاری آنان در این عرصه باعث گردیده که جریان چپ فرهنگی به‌خوبی از خلأ به وجود آمده، استفاده کنند و این حوزه را در دست بگیرد و بتواند با مطرح سازی چهره‌ها و آثار دین‌گریز محورهای انحرافی خود را در ذهن مخاطب کتاب القا نماید.

تبلیغ کتاب در رسانه ملی با اندیشه‌های منحط پائولو

یکی از سریال‌های تلویزیونی سیما در شبکه تهران طی زمستان ۱۳۹۰، مجموعه «پنجره» بود. در قسمت‌های ابتدایی سریال پنجره بود که به بهانه پیام آموزشی برای تبلیغ کتاب! آشکارا اندیشه‌های انحرافی پائولو کوئیلو با کتاب «کیمیاگر» مطرح شد.

در سریال «پنجره» با توجه به نکات ریز تبلیغاتی که می‌تواند در تبلیغ کتاب مؤثر واقع شود، آشکارا از پائولو نام‌برده نشد بلکه افکار، عقاید و کتب او تبلیغ گردید. از زبان شخصیت داستان بارها تأکید می‌شود که این کتاب می‌تواند زندگی را متحول سازد و...

این عدم صراحت در بیان نام، نه‌تنها صاحب آن عقیده و کتاب را ناشناخته نمی‌گذارد بلکه با این ترفند عطش مخاطب زیاد شده و بیننده علاقه‌مند می‌شود که این کتاب چیست؟ این نویسنده کدام است؟ و این چه راهکاری است که می‌تواند زندگی انسان‌ها را متحول کند؟

در بخش‌هایی از سریال و با توجه به تکنیک‌های ریز تبلیغی که در این پلان موردتوجه قرارگرفته‌اند، تصویر جمله کوئلیو در کتاب «کیمیاگر» نمایش داده می‌شود و به‌صورت واضح و به‌عنوان «مأموریت الهی انسان» چند ثانیه دوربین بر آن زوم می‌کند و بعد هم با مثنوی تطبیق داده می‌شود. درواقع کارگردان این مجموعه تلویزیونی که قدرت الله صلح میرزایی بود برای تبلیغ کتاب «کیمیاگر» چیزی کم نگذاشته و حتی از آبروی روحانیت نیز نهایت سوءاستفاده را برده تا جایی که در قسمت دوازدهم این سریال وقتی پویا ـ یکی از شخصیت‌های داستان ـ از سوی روحانی فیلم به خاطر حُسن انتخابش برای مطالعه کتاب یادشده تشویق می‌شود و با تعجب می‌پرسد: «مگر شما هم این کتاب را خوانده‌اید؟» روحانی به او می‌گوید: «خوانده‌ام؟! من با این کتاب زندگی کرده‌ام!»

اما دردناک‌تر آن‌که این فرد به‌ظاهر روحانی، سر کلاس فقه، حرمت کلاس و استاد را هیچ انگاشته و در کلاس فقه به مطالعه کیمیاگر مشغول می‌شود اما کارگردان به این نیز اکتفا نکرده گام را فراتر نهاده و پای استاد حوزه را نیز به این معرکه می‌کشاند! وقتی کیمیاگر از سوی طلبه جوان به استادش هدیه می‌شود وی نیز مرید این کتاب می‌شود!

نظر به نقدهای کارشناسانه متعدد در صفحات شبکه‌های مجازی متعهد به انقلاب از ذکر انحراف‌های متعدد کتاب «کیمیاگر» صرف‌نظر می‌شود اما تنها تأسف از این رویکرد حاصل نیروهای دلسوز انقلاب است.

نیروی غیر کارشناس مهم‌ترین ضعف جبهه‌ی خودی

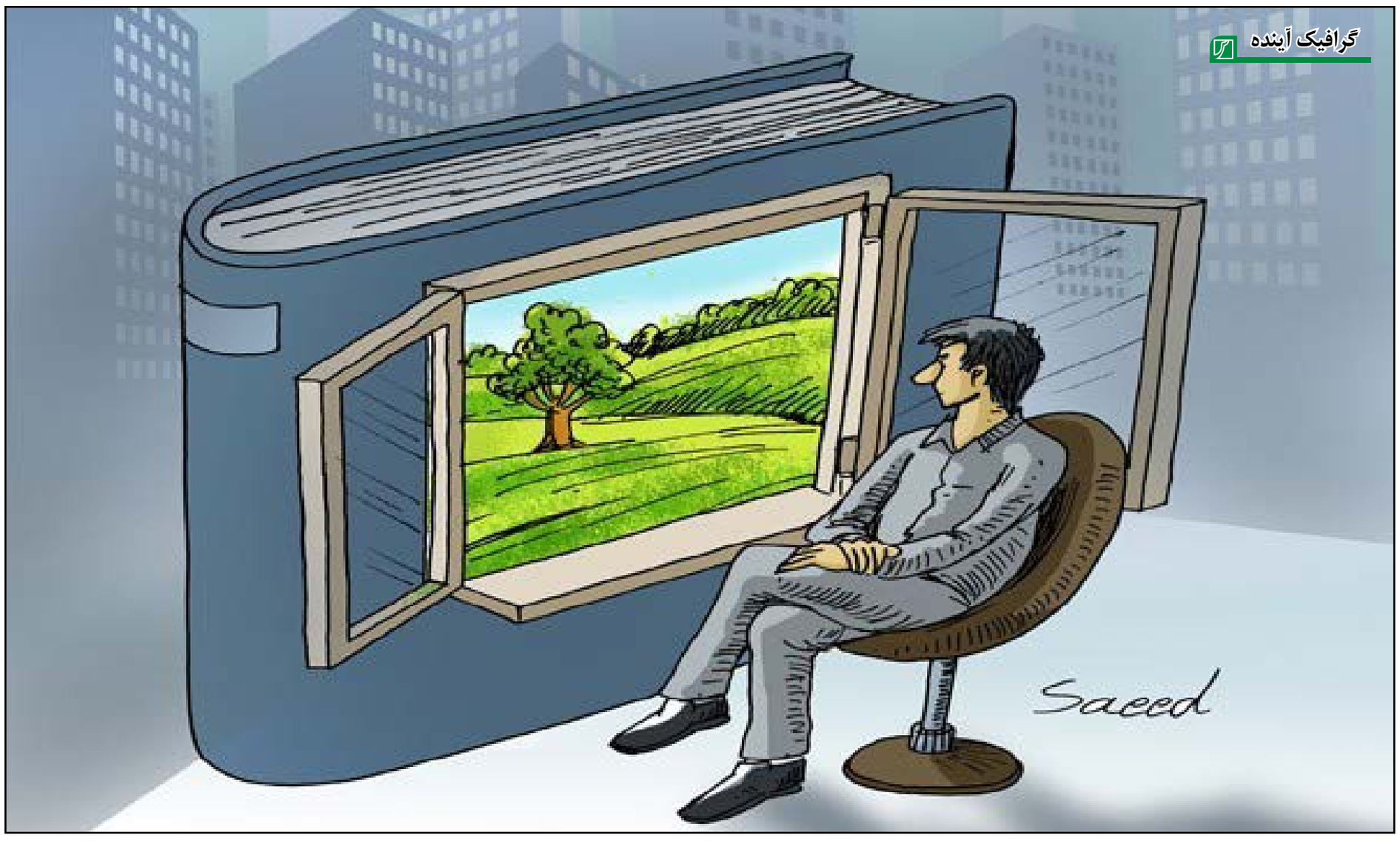
چنانچه ذکر شد قبل از آن‌که به توانایی‌های جبهه معارض انقلاب در عرصه فرهنگ و به‌خصوص تسلط نسبی در عرصه کتاب اشاره گردد باید بر ضعف و ناتوانی نیروهای خودی در این عرصه پرداخت. ازجمله نقاط ضعف جبهه انقلاب، ضعف در برخورداری از کادر مدیریتی باانگیزه و عمق نگر است که دارای سوابق حرفه‌ای نیز باشند اما چیزی که خطرناک‌تر بوده و باعث می‌شود مقام معظم رهبری به‌شخصه وارد موضوع فرهنگی شده و خطوط و راهکارهای پیشنهادی برای خروج و یا جلوگیری از بحران را گوش زد کنند، ضعف این مدیران در درک صحیح و به‌موقع از نیازها و اولویت‌ها در حوزه محتوایی مطالب است که باعث ضربه‌پذیری جبهه خودی می‌شود.

این کادر غیر کارشناس ازآنجایی‌که نمی‌تواند به‌خوبی نیاز جامعه را درک کند و آن کتابی که موردنیاز جامعه است را به نحو صحیح و جذاب، تولید و تبلیغ کند، باعث می‌شوند آثاری غیرورزشی و حتی در مقابل دین و نظام وارد بازار کتاب شده و توسط کادر کارشناس و باانگیزه جبهه معارض انقلاب تبلیغ شود و البته به‌عنوان کتاب مفید و محصول فرهنگی برتر و سالم به قشر تأثیرگذار جامعه عرضه گردد. نمونه‌ی آن در تبلیغات و فعالیت‌های گسترده در جوایز ادبی مختلف مثل جایزه ادبی «هوشنگ گلشیری»، جایزه «بنیاد صادق هدایت»، جایزه «مهرگان» و... مشهود است.

یکی دیگر از مواردی که می‌توان از آن به‌عنوان ضعف جبهه فرهنگی انقلاب یادکرد، عدم وحدت و تعامل میان ناشران ارزشی حول محور اهداف و اولویت‌ها است که در کنار عدم توجه به تبلیغ و اطلاع‌رسانی از راه‌های مختلف می‌تواند در حوزه فرهنگی کشور فاجعه بیافریند. در مقابل شاهد هستیم که جبهه فرهنگی معارض انقلاب چگونه از این نقاط ضعف به‌عنوان نقاط قوت خود استفاده کرده و توانسته آثار و اندیشه‌های انحرافی خود را در سطح جامعه به‌طور مؤثر ارائه نماید. جبهه چپ فرهنگی با مانور بر همین نقاط ضعف و دست گذاشتن بر روی آن توانست بازار کتاب را به دست گرفته و هر کتابی را که می‌خواهد به‌عنوان پرفروش اعلام کند و هر کتابی که نمی‌خواهد را با بایکوت خبری و عدم ارائه‌ی بازار فروش، از بازار کتاب خارج کند. مهم‌ترین مصادیق بازار کتاب را می‌توان در ویترین کتاب‌فروشی‌های خیابان انقلاب و خیابان کریم‌خان زند تهران خلاصه کرد. آنچه مسلم است جریان چپ فرهنگی برای تبلیغ آثار خود و یا بایکوت آثار جبهه فرهنگی انقلاب از مصادیق یادشده به‌عنوان فعال‌ترین رسانه خود استفاده می‌کند و متأسفانه تاکنون موفق هم بوده‌اند.

ویترین کتاب‌فروشی‌های «چشمه، ثالث، نی، ویستار و...» در خیابان کریم‌خان و کتاب‌فروشی‌های «ققنوس، آگه، کتاب‌سرای نیک و...» در خیابان انقلاب با روشی هدفمند و حساب‌شده مؤثرترین نقش را در بازار کتاب ایفا می‌کنند. نمونه آن را می‌توان در هر دوره از برگزاری جوایز ادبی غیر ارزشی بیان کرد که کتاب‌های نامزد شده به‌صورت ویژه و جذاب مورد تبلیغ قرار می‌گیرند.

از سوی دیگر علاوه بر این تبلیغات، همین کتاب‌فروشی‌ها نقش عمده‌ای را در بایکوت آثار ارزشی دارند! و می‌توانند با تبلیغات منفی موجبات عدم فروش و ارائه کتابی در بازار کتاب را فراهم آورند. به‌عنوان‌مثال می‌توان به بایکوت کتاب «راز شهرت هدایت» اثر «محمدرضا سرشار» اشاره کرد که چون نقدی کارشناسانه به یکی از بت‌های ادبی جریان معارض انقلاب است، با بایکوت و تبلیغات منفی مواجه گردیده و هم‌اکنون در بازار کتاب دیده نمی‌شود مگر در معدود مکان‌هایی خاص. متأسفانه باید گفت این مطالب نشانگر وخامت اوضاع فرهنگی و انفعال دستگاه‌های فرهنگی انقلاب است. این معضلات بیانگر این واقعیت است که به‌جز شخص مقام معظم رهبری هیچ‌یک از مسئولان نظام حتی مسئولان فرهنگی، دغدغه مدنظر رهبری در مسائل فرهنگی را ندارند و این عدم توجه به مسائل فرهنگی بارها باعث گردیده ایشان از اوضاع موجود اعلام نارضایتی کرده و اظهار غم و تأسف کنند.

من هرزمانی که یاد کتاب و وضع کتاب در جامعه خودمان می‌افتم، قلباً غمگین و متأسف می‌شوم. این به خاطر آن است که در کشور ما به هر دلیلی که شما نگاه کنید، باید کتاب حداقل ۱۰ برابر این میزان، رواج و توسعه و حضورداشته باشد.

گرافیک آینده