هادیانه
کتاب و آرامش

امیرالمؤمنین علی(علیه‌السلام): من تسلی بالکتب لم تفته سلوه
هر کس که با کتاب‌ها آرامش یابد، راحتی و آسایش از او سلب نمی‌شود.
(غررالحکم - ص ۲۳۳)

کاشانه
مدیرمسئول: محمد جواد اخوان
سردبیر: غلامرضا صادقیان
دبیر ویژه‌نامه: حسین گل‌محمدی
همکاران تحریریه: نیره ساری، نیره محمودی
محبوبه قربانی
چاپ: همشهری

گروه سبک زندگی
پرونده
کودک و کتاب

محمدمهدی جلالیان، مدیر انتشارات کمیکا:

حرف اول را در تولید و انتشار کتاب کودک خلاقیت می‌زند

محبوبه قربانی

در حالی که انبوهی از رسانه‌ها، پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی ذهن‌ها را به تسخیر خود درآورده است، هنوز کتاب بدون اشتباه و نشان دادن مسیر غلط برخلاف دیگر رسانه‌ها پابرجاست؛ مدیومی که قرن‌ها زبان انتقال اندیشه و تجربه بوده، بر همین اساس هیچ رسانه‌ای نتوانسته است جای آن را بگیرد. انتشارات کمیکا از سال ۱۳۹۶ به صورت تخصصی در زمینه خلق کاراکتر برای کودک و نوجوان و انتشار کتاب‌های کمیک فعالیت و حالا مجموعه‌ای از کمیک‌ها و شخصیت‌های دنباله‌دار را تولید می‌کند و در دسترس مخاطبان کودک و نوجوان قرار می‌دهد. محمدمهدی جلالیان، مدیر این انتشارات است. او بر این باور که در همین تنوع رسانه‌ای هنوز کتاب ماندگاری خودش را دارد، می‌گوید کتاب نه فقط ابزار آموزش، بلکه ریشه آگاهی بشر است. رسانه‌ها می‌آیند و می‌روند اما کتاب می‌ماند، چون انسان برای رشد و فهم عمیق‌تر ناگزیر است به آن بازگردد. متن زیر حاصل گفت‌وگوی «جوان» با وی است که پیش رو دارید.

در حوزه کتاب کودک با چه چالش‌هایی مواجه هستید؟

در حوزه کتاب با چالش‌های مختلفی روبه‌رو هستیم. یکی از مهم‌ترین آنها، نبود قانون کپی‌رایت در کشور است. این مسئله باعث می‌شود آثار خارجی با هزینه بسیار پایین وارد بازار شوند. وقتی چنین رقابتی وجود دارد، ترجمه بسیار ارزان‌تر تمام می‌شود اما تألیف، به خصوص آثار بومی که بر اساس فرهنگ و باورهای خودمان شکل می‌گیرد، هزینه بالاتری دارد. در نتیجه رقابت بین ترجمه و تألیف عادلانه نیست و همین موضوع تولید آثار ایرانی را سخت می‌کند. یکی از نکات مهم دیگر، جایگاه کتاب در سبد خانوار است. ما معمولاً به دولت‌ها انتقاد می‌کنیم که البته نقدها به جای خود ولی باید از خودمان هم بپرسیم در خانواده چقدر برای کتاب هزینه می‌کنیم؟ همانطور که برای خوراک و پوشاک هزینه می‌کنیم، برای کتاب چقدر هزینه می‌کنیم؟ اگر خانواده‌ها به این موضوع جدی‌تر نگاه کنند، وضعیت بازار کتاب کاملاً دگرگون می‌شود و این مسئله در آینده فرهنگی کشور تأثیر بزرگی خواهد داشت.

در تولیدات این روزهای کتاب کودک، خلاقیت چه جایگاهی دارد؟

حوزه کودک اساساً نیازمند خلاقیت و جذابیت است و حرف اول را می‌زند. کودک و نوجوان امروز دقیقاً به همین ویژگی نیاز دارد. او تنها با اثری ارتباط برقرار می‌کند که نوآورانه باشد، او را جذب کند و بتواند در طول زمان همراهش بماند. به نظر من، در حال حاضر نشر کودک و نوجوان نسبت به بخش‌های دیگر نشر کشور، مثل نشر بزرگسال یا علمی، مسیر خلاقانه‌تری را طی می‌کند. نویسندگان ما خلاق‌تر می‌نویسند، طراحان بسیار خلاقانه کار می‌کنند و واقعاً در سطح جهانی هم حرف برای گفتن دارند. ما هم استودیوی خودمان را در یک قالب خلاقانه با چالش‌های خاص خودش داریم و سعی می‌کنیم در همین مسیر، با تکیه بر نوآوری و خلاقیت، جلو برویم.

این نگاه خلاقانه بیشتر در کدام بخش تولید کتاب دیده می‌شود؟

وقتی تصمیم می‌گیریم یک کتاب تولید کنیم، باید به آن به صورت یک مجموعه‌درهم تنیده نگاه کنیم، یعنی همه چیز باید باهم هماهنگ باشد. محتوا، کیفیت هنری، طراحی و حتی نحوه معرفی و عرضه کتاب، همه اعضای یک سیستم هستند که باید در کنار هم درست کار کنند. در بخش محتوا، هدف ما صرفاً تولید و عرضه یک کتاب به بازار نیست. ما در ساختار خودمان نظام‌نامه و اهداف تربیتی مشخصی داریم و تمام داستان‌ها بر اساس همان چارچوب نوشته می‌شوند، پس محتوا برای ما اهمیت زیادی دارد و برایش زمان و دقت زیادی صرف می‌کنیم، اما اگر همین محتوای قوی در قالب هنری شایسته و خلاقانه ارائه نشود، نمی‌تواند بر جان مخاطب اثر بگذارد، یعنی اگر تصویرگری ضعیف باشد یا نویسندگی در سطح بالا نباشد، کتاب هرچقدر هم پیام تربیتی خوبی داشته باشد، مورد استقبال کودک قرار نمی‌گیرد. به همین دلیل ما تأکید زیادی بر کیفیت هنری داریم. از طراحی و تصویرگری گرفته تا نوع روایت و چاپ، همه باید در بالاترین سطح ممکن باشد. در نهایت، بخش مهم دیگر این چرخه، رساندن کتاب به دست مخاطب است، یعنی فقط تولید اثر کافی نیست. باید بدانیم چطور آن را معرفی کنیم و چگونه به مخاطب عرضه شود تا تأثیرگذاری‌اش کامل گردد.

نظر شما درباره کتاب‌های صوتی چیست؟ آیا این نوع کتاب را برای کودکان مفید می‌دانید؟

به نظر من کتاب صوتی برای کودک بسیار جذاب و مفید است و خوشبختانه استقبال از آن هم روزبه‌روز بیشتر می‌شود. ما هم روی این بخش کار کرده‌ایم، چون معتقدیم اگر می‌خواهیم نسل جدید را با دنیای کتاب آشنا کنیم باید سراغ مدیوم‌ها و قالب‌های تازه برویم. کتاب صوتی یکی از این مدل‌هاست اما ما به آن بسنده نکردیم و برای هر کدام از کمیک‌های‌مان موشن کمیک هم تولید می‌کنیم، یعنی نسخه‌ای تصویری از کتاب که انیمیشن محدود و صداگذاری دارد. علاوه بر آن، برخی از کتاب‌های ما دارای واقعیت افزوده (AR) هستند. کودک می‌تواند با گوشی یا تبلت دوربین را روی صفحه بگیرد و تصاویر کتاب را به صورت متحرک ببیند. این فناوری‌ها باعث می‌شود بچه‌ها بیشتر با کتاب انس بگیرند و ارتباط عمیق‌تری با محتوا برقرار کنند.

رسانه‌ها و مدیوم‌های جدید می‌آیند و می‌روند اما هیچ چیز نمی‌تواند جای کتاب را کامل بگیرد. کتاب یک مدیوم پایدار با ویژگی‌های منحصربه‌فرد است که دانش را نسل به نسل منتقل می‌کند. ممکن است هزاران سال بوده و باز هم خواهد بود. ممکن است مدل‌های جدیدی بیایند مثلاً فرمت‌ها یا قالب‌های متفاوت اما ذات کتاب و جایگاهش ثابت می‌ماند

دلیل این استقبال خوب چیست؟

دلیل استقبال از یک کتاب کودک فقط داستان و تصویرسازی خوب نیست بلکه ویژگی‌های نوآورانه مثل کتاب صوتی، موشن کمیک و واقعیت افزوده نقش زیادی در جذب مخاطب دارند. در واقع ما به جنبه اقتصادی این خلاقیت‌ها هم فکر می‌کنیم، چون همین نوآوری‌هاست که باعث رونق بازار و پرفروش شدن آثار می‌شود.

آیا مخاطبان کتاب کودک سراغ شما می‌آیند یا شما سراغ آنها می‌روید؟

معمولاً ما پیشقدم می‌شویم. به طور مثال برای جذب مخاطب دانش‌آموز، ابتدا کارمان را از مدارس پایتخت شروع کردیم، بعد به مرور با کمک نمایندگان فروش‌مان در شهرستان‌ها، زیرساخت‌هایی فراهم کردیم تا آنها بتوانند با مدارس شهر خودشان ارتباط بگیرند. همچنین ما از طریق شبکه‌های اجتماعی، وب سایت و پیام رسان‌ها آثارمان را معرفی می‌کنیم. در کنار آن، یک مرکز تماس (کال سنتر) فعال هم داریم که نقش مهمی در ارتباط با مخاطبان دارد. همه نیروهای این بخش با محصولات ما آشنا هستند و آموزش‌های تربیتی لازم را هم دیده‌اند، به همین دلیل وقتی والدینی تماس می‌گیرند، کارشناسان ما متناسب با سن و ویژگی فرزندشان کتاب مناسب را پیشنهاد می‌کنند. اطلاعات مشتریان هم در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) ثبت می‌شود.

سهم کتاب در بین دیگر رسانه‌های پرمخاطب چیست؟

به نظر من رسانه‌ها و مدیوم‌های جدید می‌آیند و می‌روند اما هیچ چیز نمی‌تواند جای کتاب را کامل بگیرد. کتاب یک مدیوم پایدار با ویژگی‌های منحصربه فرد است که دانش را نسل به نسل منتقل می‌کند. هزاران سال بوده و باز هم خواهد بود. ممکن است مدل‌های جدیدی بیایند مثلاً فرمت‌ها یا قالب‌های متفاوت اما ذات کتاب و جایگاهش ثابت می‌ماند، البته این به این معنی نیست که همه چیز همیشه ثابت می‌ماند. کتاب هم فراز و فرود دارد. شیوه‌های عرضه و معرفی باید به‌روز شوند تا کتاب بتواند با رسانه‌های پرمخاطب رقابت کند.

راه رقابت کتاب با دیگر رسانه‌ها چیست؟

باید هم سرعت عمل و هم شدت فعالیت‌مان را افزایش دهیم. مدل‌های عرضه و تولید باید به‌روز شوند و جذابیت‌های جدیدی ایجاد کنیم تا انتخاب کودک و خانواده، کتاب باشد. کتاب علاوه بر اینکه پایه و اساس سایر مدیوم‌های رسانه‌ای است یعنی بسیاری از فیلم‌ها و سریال‌های پرفروش از رمان‌ها یا کتاب‌ها اقتباس می‌شوند، در حوزه کمیک و کتاب تصویری هم امکان آزمون و خطا و ریسک‌پذیری بیشتر وجود دارد. شما می‌توانید با هزینه و زمان کمتر یک جلد کمیک منتشر کنید، ذائقه مخاطب را بسنجید و سریع واکنش نشان دهید، در حالی که تولید انیمیشن یا سریال سال‌ها طول می‌کشد و هزینه خیلی بیشتری دارد. اگر آن پروژه با استقبال روبه‌رو نشود، ممکن است آسیب جدی ببیند. در مجموع، فرصت‌ها و ظرفیت‌های زیادی برای رشد نشر کودک و نوجوان وجود دارد ولی باید قالب‌ها، روش‌های عرضه و سرعت عمل را مطابق دوران جدید تنظیم کنیم تا جایگاه کتاب هم حفظ شود و هم رشد کند.

حسین غفاری، معلم و پژوهشگر حوزه تربیت و رسانه:

کتاب دیجیتال مکمل خواندن و نوشتن روی کاغذ است

نیره ساری

حسین غفاری، معلم و پژوهشگر در حوزه تربیت و رسانه در گفت‌وگو با «جوان» درباره آسیب‌های کتاب‌های الکترونیکی و فضای مجازی بر فرهنگ مطالعه گفت: وقتی درباره اثرگذاری یک فناوری صحبت می‌کنیم، نباید صرفاً به مفید بودن یا نبودن آن برای عموم مردم توجه کنیم. یکی از خطاهای رایج این است که حوزه کودک و نوجوان را با حوزه بزرگسالان یکی در نظر می‌گیریم، در حالی که این دو کاملاً متفاوتند و باید جداگانه بررسی شوند. ممکن است یک فناوری برای استفاده عمومی در خانه یا محیط شهری مناسب باشد، اما این به معنای آن نیست که برای کودکان هم بی‌خطر است. اثرات هر فناوری در این گروه سنی باید به‌طور ویژه مورد مطالعه قرار گیرد. در بسیاری از پژوهش‌ها، تأثیر فناوری بر کودکان با همان معیارهایی سنجیده می‌شود که برای بزرگسالان استفاده می‌کنیم، این در حالی است که کودکان هنوز میل‌ها و ترجیحات پایدار ندارند و به‌راحتی قابل تأثیر و هدایت هستند، به همین دلیل، در این حوزه نمی‌توان فقط بر نظرسنجی یا سلیقه ظاهری آنها تکیه کرد.

به گفته او، در موضوعاتی مانند مقایسه کتاب‌های کاغذی و دیجیتال، ارزیابی‌ها برای دانشجویان و بزرگسالان می‌تواند بر پایه تجربه و نظر مستقیم آنها انجام شود، اما در مورد کودکان باید مطالعات عمیق‌تر و طولی صورت گیرد تا نتایج واقعی به دست آید.

غفاری تأکید کرد: برای شناخت درست اثر فناوری‌ها بر نسل‌های جدید، لازم است حوزه کودک و نوجوان به عنوان بخشی مستقل از دنیای بزرگسالان دیده شود.

پژوهشگر حوزه تربیت و رسانه در ادامه درباره رابطه کودکان و نوجوانان با محتوای دیجیتال، به‌ویژه کتاب‌های الکترونیکی توضیح داد: در مسیر رشد تحصیلی کودک و نوجوان، ما برای هر پایه درسی مجموعه‌ای از شایستگی‌های پایه را هدف‌گذاری می‌کنیم. مثلاً در کلاس اول دبستان انتظار داریم کودک با شکل و صدای حروف آشنا شود، بتواند کلمه بنویسد و متن ساده‌ای را از روی کاغذ بخواند. در پایه‌های بعدی نیز این مهارت‌ها از جمله افزایش دایره واژگان و توانایی در جمله‌نویسی گسترش می‌یابد.

او با تأکید بر اینکه اهداف رشد از قبل تعریف شده‌اند و نباید با ورود ابزارهای دیجیتال تغییر کنند، افزود: کودک پس از هفت سال اول زندگی که در فضای آزاد و متنوع رشد کرده، در مدرسه با میراث مکتوب، خواندن، نوشتن، محاسبه و شناخت پدیده‌های تجربی آشنا می‌شود. حالا سؤال این است که آیا استفاده از کتاب دیجیتال یا ابزارهای مشابه می‌تواند به این هدف‌ها کمک کند یا نه؟

غفاری معتقد است که کتاب‌ها و منابع دیجیتال، به دلیل تنوع و قابلیت‌های تعاملی، می‌توانند برای کودکان جذاب و آموزنده باشند و در کنار آموزش رسمی، نقش مکمل ایفا کنند.

او گفت: استفاده از بازی‌ها و نرم‌افزارهای آموزشی برای تقویت همین شایستگی‌ها متداول است و به شرط مدیریت درست، می‌تواند مفید باشد. بهتر است این ابزارها در قالب‌هایی مانند تبلت با صفحه نمایش بزرگ‌تر در اختیار کودکان قرار گیرد تا تجربه بصری بهتری داشته باشند.

توصیه وی برای استفاده از این ابزارها این بود که تا حد امکان از تلفن همراه استفاده نشود، چون صفحه کوچک و آسیب‌های جانبی دارد، دستگاه‌ها به اینترنت متصل نباشند و محیطی امن و آفلاین برای مطالعه و یادگیری ایجاد شود و در نهایت از آنجا که این ابزارها جایگزین آموزش سنتی نیستند تا زمانی که نوشتن با کاغذ و مداد، کتابخوانی و بیان مکتوب بخشی از زندگی علمی و حرفه‌ای انسان است، ابزارهای دیجیتال تنها نقش مکمل دارند نه جایگزین.

این معلم با سابقه تأکید کرد: کودکان باید همچنان مسیر طبیعی رشد خود را با خواندن و نوشتن روی کاغذ طی کنند. فناوری‌های نوین می‌توانند به این مسیر کمک کنند، اما قرار نیست جای آن را بگیرند. این رویکرد نه فقط درباره کتاب‌های دیجیتال، بلکه درباره تمام ابزارهای مجازی و فناوری‌های نوین در حوزه کودک و نوجوان صدق می‌کند.

غفاری درباره نقش ابزارهای دیجیتال در آموزش کودکان و نوجوانان گفت: یکی از دلایلی که ما تأکید داریم ابزارهای دیجیتال باید نقش مکمل داشته باشند و نه جایگزین، نتایج پژوهش‌هاست که نشان می‌دهد سرگرم شدن افراطی کودکان با این ابزارها می‌تواند آسیب‌های مختلفی ایجاد کند. این وسایل به دلیل امواج، نور صفحه‌نمایش، گرمای باتری و نحوه استفاده، برای بدن کودک خطرآفرین هستند. معمولاً بچه‌ها هنگام استفاده از تبلت یا موبایل در وضعیت‌های بدنی نادرستی می‌نشینند، برای مدت طولانی، با فشار به گردن، کمر و دست‌ها. این وضعیت‌ها به‌تدریج بر رشد اسکلت و ستون فقرات تأثیر منفی می‌گذارد.

غفاری سپس به آسیب‌های ذهنی و روانی اشاره کرد و گفت: تحقیقات نشان داده است این ابزارها معمولاً تمرکز را پایین می‌آورند و اضطراب را افزایش می‌دهند. چون محتوای دیجیتال متنوع، رنگی و سریع است، کودک را به تحریک مداوم عادت می‌دهد. در نتیجه حوصله، صبر و عمق مطالعه او کم می‌شود و همین مانع شکل‌گیری شایستگی‌های پایه مثل تعمق و تمرکز می‌گردد.

پژوهشگر در حوزه تربیت و رسانه هشدار داد ادامه این روند می‌تواند بر رشد فکری نوجوانان هم اثر بگذارد و در ادامه افزود: اگر کودکان از سنین پایین درگیر سطحی‌خوانی و سرگرمی‌های زودگذر شوند، در نوجوانی که زمان رشد تفکر انتزاعی و انتقادی است، درک عمیق از جهان و توان گفت‌وگو را از دست می‌دهند. این می‌تواند نسلی بسازد که از برخی شایستگی‌های نسل پیشین محروم باشد.

غفاری در بخش دیگری از گفت‌وگو به اهمیت مطالعه اشاره کرد و گفت: چه در کتاب چاپی و چه در نسخه دیجیتال، مطالعه یکی از بهترین مسیرهای رشد فکری کودک است، اما کودک نباید تنها در دنیای کتاب غرق شود و از محیط واقعی و ارتباط انسانی دور بماند.

او پیشنهاد کرد خانواده‌ها فضای گفت‌وگوی جمعی پیرامون کتاب ایجاد کنند و اضافه کرد: بهتر است پدر و مادر با فرزندان‌شان کتاب بخوانند، درباره داستان یا مطالب کتاب صحبت کنند یا حتی بر اساس همان کتاب، فیلمی ببینند و گفت‌وگو را ادامه دهند. این تعامل باعث می‌شود کتاب بهانه‌ای برای ارتباط خانوادگی، رشد مهارت گفت‌وگو، تفکر منطقی و تعمق شود.

حسین غفاری درباره روش‌های علاقه‌مند کردن کودکان و نوجوانان به مطالعه گفت: وجود کتابخانه در اتاق کودک، حتی به شکل کوچک، همراه با صندلی و چراغ مطالعه، می‌تواند در خود دکوراسیون خانه، اشتیاق به کتاب را زنده کند. بچه‌ها اگر کتاب در دست پدر، مادر یا معلم ببینند، بی‌آنکه نیازی به نصیحت باشد، انگیزه کتابخوانی در آنها شکل می‌گیرد، پس رفتار الگویی بزرگ‌ترها مهم‌ترین عامل در علاقه‌مند کردن کودکان است.

او سپس به نقش مهم مدارس اشاره کرد: پیشنهاد من این است که هر کلاس درس کتابخانه کوچک خودش را داشته باشد که بچه‌ها کتاب‌های خودشان را برای امانت به اشتراک بگذارند. معلم هم می‌تواند این چرخه را مدیریت کند. در چنین محیطی، فرهنگ امانت گرفتن و امانت دادن کتاب به‌تدریج شکل می‌گیرد و هیجان مطالعه افزایش می‌یابد.

غفاری افزود: مدارس می‌توانند با برنامه‌های خلاقانه‌تری هم این مسیر را ادامه دهند. مثلاً پس از خواندن یک کتاب، فیلم مرتبطی ببینند، نویسنده آن اثر را به مدرسه دعوت یا درباره همان موضوع نشست برگزار کنند. این زنجیره فعالیت‌ها باعث می‌شود مطالعه از یک کار فردی به تجربه‌ای جمعی تبدیل شود.

جستار

غفلت سینماگران از گنجینه کتاب‌های دفاع مقدس

کتاب «مقاومت» را روی پرده سینما برای نسل‌ها بخوانیم!

ناصر سهرابی

کتاب‌ها در ایران این فرصت را نیافته‌اند سهم درخوری در سینما داشته باشند. در واقع عرصه جذاب سینما به شدت از ضعف اقتباس رنج می‌برد، این در حالی است که موضوع یک کتاب خوب می‌تواند بهترین منبع برای ساخت فیلم خوب باشد. حوزه ادبیات دفاع مقدس در این زمینه یک گنجینه بی‌نظیر است، اما سینمای ایران با وجود دسترسی به این گنجینه بی‌نظیر از کتاب‌های ارزشمند، نتوانسته دستاوردهای دفاق مقدس و فرهنگ مقاومت را به نسل امروز منتقل کند. این شکست نه ناشی از کمبود داستان، بلکه نتیجه ضعف در فرایند اقتباس است.

کتاب‌های دفاع مقدس، نه صرفاً خاطرات جنگ، بلکه آینده زنده از تجربه انسانی در شدیدترین شرایط ممکن هستند. این آثار صداهایی هستند که از دل خاکریز، سنگر و بیمارستان‌های صحرایی برخاسته‌اند؛ صداهایی آمیخته با ترس، خستگی، امید، تردید و لحظات ناب انسانی. هر خاطره، هر روایت کوتاه یا بلند، یک جهان کامل انسانی را در خود جای داده است که باید به نسل‌های جدید منتقل شود؛ جهان‌هایی که آماده تصویر شدن در سینما هستند. با این حال، بخش بزرگی از این گنجینه هیچ‌گاه فرصت نیافته است به اثر سینمایی تبدیل شود.

در این میان کتاب‌های دفاع مقدس، با ظرافت زبان و نگاه درونی شخصیت‌ها، عمق روانی و پیچیدگی‌های اخلاقی جنگ را ثبت کرده‌اند. آنها لحظات سکوت، تردید و تصمیم‌گیری‌های دشوار را به تصویر کشیده‌اند؛ چیزی که سینما باید با ابزار تصویر، بازیگری و تدوین بازسازی کند. بدون این پل حیاتی، اقتباس‌ها اغلب سطحی، خشک و فاقد عمق انسانی می‌شود و بسیاری از روایت‌های حساس هیچ‌گاه فرصت روی پرده رفتن را پیدا نمی‌کنند.

یکی از نمونه‌های انسانی واقعی که سینما هرگز نتوانست منتقل کند، تصمیم سخت یک رزمنده در خاطرات منتشر شده است: در سرمای زمستان، وقتی جان همرزمانش در خطر بود، او مجبور شد بین نجات یک نفر و حفاظت از مأموریت، یکی را انتخاب کند. کتاب این لحظه را با تمام تردید، ترس و درد تصمیمش ثبت کرده است، اما سینما اگر بخواهد غالباً چنین لحظه‌ای را به صحنه‌ای ساده و بی‌احساس تقلیل می‌دهد. این دقیقاً نقطه‌ای است که ضعف اقتباس نمایان می‌شود.

ضعف فرایند اقتباس سینمایی محور اصلی است. بسیاری از آثار ادبی با زبان ظریف و چندلایه خود، توانایی ایجاد همذات پنداری عمق با شخصیت را دارند. نویسنده می‌تواند با یک مکث یا سکوت، عمق ترس و هزینه انسانی را منتقل کند؛ چیزی که سینما باید با تصویر و صدا بازسازی کند، اما در عمل، هنگام اقتباس یا ساده‌سازی یا به قالب‌های نمادین و کلیشه‌ای فرو برده شده‌اند؛ موجوداتی بی‌تردید و بدون لرزش که حتی لحظه‌ای انسان واقعی به نظر نمی‌رسند. نتیجه، فیلم‌هایی با تکنیک‌های قابل قبول، اما فاقد ارزش‌های انسانی و عمق روانی شخصیت‌هاست.

این ناکامی ناشی از عدم‌پژوهش دقیق بر متون ادبی نیز هست. بسیاری از فیلمنامه‌ها تنها بازسازی سطحی خاطرات را ارائه کرده‌اند. بازسازی‌ای که صحنه‌ای زیبا اما تهی از تجربه انسانی واقعی تولید می‌کند. بی‌تردید تنها راه بهره‌برداری واقعی از ادبیات دفاع مقدس، ترجمه دقیق روان‌شناختی و انسانی متن ادبی به زبان سینماست و کتاب، در این مسیر، نقش حیاتی و غیرقابل جایگزین دارد.

نسل امروز ما که تجربه مستقیم جنگ را ندارد، تنها از طریق تصویر و روایت می‌تواند با جنگ ارتباط برقرار کند. اگر اقتباس به اندازه کافی عمیق و انسانی نباشد، شخصیت‌ها به نماد تبدیل می‌شوند و مخاطب، تجربه انسانی جنگ را لمس نخواهد کرد. ضعف فرایند اقتباس نه‌تنها مانع خلق آثار ماندگار شده، بلکه باعث شده است بخش بزرگی از گنجینه ادبی دفاع مقدس بی‌صدا و ناتمام باقی بماند. راه پیش رو روشن است: اقتباس باید موشکافانه، انسانی و پژوهشی باشد. کتاب‌های دفاع مقدس باید به عنوان منبع اصلی و زنده، مبنای اقتباس قرار گیرند. تنها با رعایت این اصول، گنجینه ادبیات دفاع مقدس می‌تواند به آثار سینمایی واقعی متمایز و تأثیرگذار تبدیل شود؛ آثاری که تاریخ، تجربه انسانی و عمق روان‌شناختی جنگ را برای نسل امروز ملموس و زنده نگه دارند. اگر این فرصت از دست برود، هزاران روایت ناب انسانی همچنان بی‌صدا در ادبیات باقی خواهند ماند و سینما، تنها تصویری مصنوعی و تهی از حماسه ارائه خواهد داد.

رابطه ادبیات جنگ و سینما، هنوز یک گفت‌وگوی ناتمام است. ادبیات می‌گوید آرام، دقیق، صادق و سینما می‌گوید بلند، سریع و قابل پخش، اما اگر قرار باشد این دو همدیگر را بفهمند، سینما باید چیزی را پس بگیرد که سال‌ها بی‌صدا از دست داد؛ شجاعت نشان دادن انسان واقعی با تمام حاشیه‌هایش. تا وقتی قهرمان روی پرده، انسانی واقعی نباشد، جنگ فقط تصویر خواهد ماند، اما اگر قهرمان دوباره انسان شود، روایت‌های ناب هم دوباره زنده می‌شوند. سینما باید بتواند کتاب مقاومت را برای مخاطب روی پرده نقره‌ای قابل خوانش کند.