

یک واسطه‌امین بین ناشر و خریدار

■ داود عامری

هم فال است و هم متاشا. قدم زدن در بین کتاب‌های مختلف و غرقه‌های تخصصی نمایشگاه کتاب، شور و حال گذشتگان کتابخوان را در ذهن و جان انسان زنده می‌کند و از طرف دیگر بوی کتاب‌های نو و ورق نخورده، حس خرید یک کالای ارزشمند فرهنگی را در سید خانواده‌های ایرانی، که متأسفانه به علت مسائل مختلف فرهنگی و اقتصادی به‌تدریج در حال پر کشیدن است، به یاد می‌آورد و با تلاش سالانه می‌خواهد همچنان جایگاه خود را حفظ کند.

انتظار می‌رود سی و سومین نمایشگاه کتاب، امسال حال و هوای دیگری داشته باشد چرا که دو سال وقفه در برگزاری بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی کشور، بهم‌همه علاقه‌مندان را به بازدید از نمایشگاه مشتاق تر کرده است و هم ناشران را راحت‌تر از همیشه به این جشنواره بزرگ فرهنگی کشانده است. البته در دو سال گذشته، نمایشگاه تلاش کرد با همه سختی‌ها و نارسایی‌ها، به صورت مجازی کار خود را انجام دهد، اما واقعیت این است که دلم‌ان برای بوی کتاب‌های نو که از انبوهی آن چشمان خیره شود و ورق زدن کتاب‌ها در غرقه‌های مختلف و گرداندن چشم‌ها در میان قفسه‌ها و خواندن عناوین کتاب‌های مختلف در از دحام جمعیت، تنگ شده بود و خدا را شکر که هم شاهد برگزاری نمایشگاه کتاب هستیم و هم از خبر تک‌رقمی شان آمار فوتی‌های بیماری منجوس کرونا، بازگشت امید و نشاط به زندگی مردم را شاهدیم.

و اما برگزاری نمایشگاه کتاب از جهات مختلف در حوزه فرهنگی کشور حائز اهمیت است که به فراخور مطلب، اشاراتی کوتاه به آنها می‌کنیم. اولین نشانه‌های خوب و باطراوتی که از نمایشگاه کتاب مشام جامعه ایران را بر می‌کند، بازگشت امید، یا بهتر است بگوییم افزایش سطح امید، به آینده میان نویسندگان، ناشران و فعالان این عرصه از اقدامات فرهنگی است که نقش اساسی در زنده نگه‌داشتن و پویایی زیست فرهنگی کشور دارد و و کمتر به آن توجه می‌شود، با وجود راهمایی روش‌های جدید و سریع نشر در جوامع، همانند نشر دیجیتال و حتی آنلاین و به صورت صوتی، هنوز اهل مطالعه، لذت خواندن کتاب‌های کاغذی را زیرپان خود خوش‌تر می‌دانند و ترجیح می‌دهند ورق ورق مطالب را ببینند و از خواندن آنها لذت ببرند. لذا نمایشگاه کتاب تعداد زیادی از مردم را به سوی خود می‌کشاند و همین عامل، آن را تبدیل به بازار فروش کتاب نیز می‌نماید.

لذا نمایشگاه کتاب همانند هر نمایشگاه دیگری، به یک واسطه‌امین بین ناشر و خریدار تبدیل می‌گردد و به جهت ایجاد تسهیلات، از تخفیف گرفته تا امکان دسترسی به کتاب‌های مورد نظر در یک‌بازه زمانی کوتاه، بازار کتاب را در هوای مطبوع اردیبهشتی، گرم‌تر می‌کند. نمایشگاه، خود به تنهایی یک بیلبورد بزرگ برای کتاب و کتابخوانی است. از مدت‌ها قبل که دست‌اندرکاران مشغول تجهیز، ثبت‌نام و طراحی چیدمان غرقه‌های کتاب هستند، هر روز شاهد انتشار اخبار گوناگون در خصوص کتاب هستیم. در نهایت از روز افتتاحیه، موضوع کتاب و نمایشگاه کتاب تبدیل به اولین خبر در حوزه فرهنگ می‌شود. لذا این حجم از گفت‌وشنود از کتاب، آن را به یاد بسیاری از افراد جامعه می‌آورد که روزگاری اهل کتاب بوده‌اند و با شلوغ شدن زندگی فردی و اجتماعی این یار مهربان را به دیار فراموشی رستاده بودند. واقعیت این است که چنان مسائل اقتصادی و سیاسی در جامعه ما و شاید بتوان گفت اکثر جوامع بشری، به شتون زندگی انسان‌ها سایه افکنده است که دیگر، کالاهای اصیل فرهنگی و حتی سخن گفتن از اصالت فرهنگی، به تعریف یک خاطره شبیه شده است. در این روزگار کم توجهی به فرهنگ، برگزاری نمایشگاه کتاب، بسان یک خون تازه در رگ‌های عرصه کتاب است و از نسوی دیگر، نماینده شایسته‌ای برای معرفی فرهنگ کهن بزگان اهل کتاب که امروزه نمایندگان فرهنگی ایران در جهان هستند. بزگان اندیشه‌ورزی چون مولوی، سعدی و نظامی و صدها چهره شناخته شده فرهنگ و ادب فارسی که امروز به تنهایی نمایندگی فرهنگ ایران را در سطح جهانی به یک می‌کشند و گشاده‌ترین در برای ارتباط فرهنگی را هنوز باز نگه داشته و نقش مهمی در دیپلماسی فرهنگی ایران و ایرانپان در جهان را ایفا می‌نمایند.

واقعیت این است که کتاب یک کالای تزئینی و لوکس نیست، بلکه یک کالای مصرفی است که هر چقدر مصرف آن زیاد گردد، همان قدر جامعه را به فرهیختگی بیشتر سوق می‌دهد. لذا نباید گذشت که این جنس جوهر فرهنگ ایرانی از سبید مصرف خانواده‌ها حذف شود و نمایشگاه کتاب در این عصر غربت کتابخوانان، راهی به روشنایی دنیای کتاب است. کتاب هنوز کالای مهمی در جهان فرهنگی و دنیای مدرن محسوب می‌شود. در زمانی که شرایط ادراکی جهان در حال تحول بوده و یک نسل‌د فرهنگی در جهان برقرار است، کتاب ایرانی در جهان، زیست مطلوبی دارد و با اساسا زیست فرهنگی دارد. ولی باید پرسید مسئولان، نویسندگان و نخبران ایران برای آن، چه برنامه‌ای دارند؟ یکی از کارکردهای نمایشگاه بین‌المللی کتاب تنظیم و بهتر کردن تراز این زیست فرهنگی است که باید برای آن کوشید و ایران نوین را از این طریق نیز به جهان معرفی کرد. در خصوص کتاب، کتابخوانی و نمایشگاه کتاب می‌شود ساعت‌ها نوشت ولی باز هم سیراب نشد. اما به همین میزان، آن‌هم برای عرض ادب و احترام به ساخت کتاب، بسنده کرده امید داریم شاهد زیست پویاتر فرهنگی کتاب در جامعه ایران باشیم و کتاب جایگاه والای خود را میان ما ایرانیان یابد.



روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیرمسئول: محمدجواد اخوان
سر دبیر: غلامرضا صادقیان
آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری
تقاطع میرزای شیرازی، پلاک ۳۸۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۸۴۵۸
روابط عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نمابر: ۶-۸۸۸۴۵۶۳۴۴
توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۸۸۴۹۸۴۷۶
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان
www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۶۴۸۱ | شنبه ۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۱ | ۱۲ شوال ۱۴۴۳ | اذان ظهر: ۱۳:۰۱ | غروب آفتاب: ۲۰:۰۲ | اذان مغرب: ۲۰:۲۲ | نیمه شب شرعی: ۰۱:۰۱ | اذان صبح شرعی: ۰۴:۲۱ | طلوع آفتاب فردا: ۰۵:۵۹

بررسی مشکلات نشر و نگاهی به سی‌وسومین نمایشگاه کتاب در گفت‌وگوی «جوان» با مدیر انتشارات روایت فتح ناشر و کتابخوان در نمایشگاه از دوری تادوستی



■ مصطفی شاه کریمی

امسال با فروکش کردن شیوع ویروس کرونا و بازگشت زندگی مردم و فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی به شکل عادی شاهد برگزاری سی و سومین دوره نمایشگاه کتاب به صورت مجازی و حضوری هستیم. بررسی برخی کاستی‌های حوزه نشر، گرانی کاغذ، دغدغه ناشران و نگاهی به شاخصه‌های این دوره از نمایشگاه کتاب از جمله محورهای گفت‌وگوی «جوان» با مهدی محمدخانی، مدیر انتشارات روایت فتح است.

امسال نمایشگاه کتاب پس از دو سال برگزار شدن به صورت مجازی، مثل سابق به صورت فیزیکی و مجازی برگزار شده، نظر تان در این خصوص چیست؟

امسال پس از وقفه سه‌ساله نمایشگاه کتاب سی و سوم به شکل فیزیکی و حضوری شروع به کار کرده است. به هر حال شروع و وجود نمایشگاه برای ناشران مایه دلگرمی و امیدواری است و از جمله شاخصه‌های این مسئله می‌توان به ارتباط حضوری با مخاطبان، فروش حضوری و اتفاقات دیگری که نمایشگاه حضوری کتاب می‌تواند رقم بزند، اشاره کرد. همزمانی برپایی نمایشگاه حضوری و مجازی رخداد جالب و تجربه تازه‌ای است که امسال برای اولین بار اتفاق می‌افتد. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سال گذشته دو نمایشگاه مجازی برگزار کرد که این نمایشگاه‌ها به فاصله تقریبی شش ماه از یکدیگر برگزار شدند ولی خبری از نمایشگاه حضوری نبود. نمایشگاه امسال و همزمانی برپایی دو شکل فیزیکی و مجازی و وجود اینکه برای ناشران یک سختی‌های دارد (چون برگزاری هر دو شیوه نمایشگاه کار اجرایی مضاعف و زیادی را می‌طلبد ضمن اینکه برای چاپ کتاب‌های مورد نیاز که با اتفاق بیفتد مستلزم انجام اقدامات مقدماتی و اولیه‌ای هست) اما به نظر می‌رسد که این دو شیوه برگزاری می‌تواند مکمل همدیگر باشند.

بر اساس آماری که طی چند روز اخیر از نمایشگاه کتاب اعلام شده در حالی که شرایط حضوری هم برای مخاطبان و علاقه‌مندان ایجاد شده ظاهراً خرید و بازدید مجازی نمایشگاه خیلی قابل توجه بوده است.

سال گذشته چون نمایشگاه حضوری وجود نداشت همه بار فروش متوجه این شیوه و شمایل از نمایشگاه

در نشست «فرم، گمشده شعر» در نمایشگاه کتاب تهران مطرح شد

مخاطب برای خرید کتاب شعر به انتشارات اعتماد می‌کند!

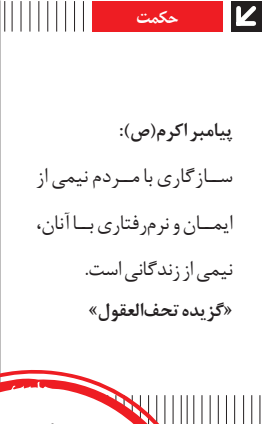
متأسفانه چیزی که برای انتشارات مهم شده، تولید کمی کتاب‌های شعر است. حالا فرم می‌خواهد رعایت یا رد شود اهمیت چندانی ندارد و مهم این است که تولید بالا رود



هستند که کارشناسان شعری دارند و آسیب‌ها را شناسایی می‌کنند. این مسئله اصلاً کار دیری نیست. برخی مواقع ما می‌بینیم ناشران اصلاً کارشناس شعری ندارند تا بتوانند شعر را نقد و بررسی کنند.

■ ناشرانی که کتاب‌سازی می‌کنند

موسوی ادامه داد: مخاطبی که اهل شعر است و در دنیای شعر قدم می‌زند، وقتی در تعداد کثیری از کتاب‌های شعر این بی‌وزنی را می‌بیند، خودش را مقایسه می‌کند و به خود این اطمینان را می‌دهد که من هم می‌توانم شاعر شوم. این مسئله باعث می‌شود که در خواست



پیامبر اکرم (ص):

سازگاری با مردم نیمی از

ایمان و نرم‌رفتاری با آنان.

نیمی از زندگانی است.

«گزیده تحف‌العقول»

پرونده

محمدصادق عابدینی مصطفی شاه کریمی، نوید پارسا

را خریداری بکنند که طبیعتاً خرید و رشد مسئله کتاب و کتابخوانی یک نوع سرمایه‌گذاری فرهنگی دولت در بین جامعه است که آثار و مراتب آن در جامعه قابل احصا و ملاحظه خواهد بود.

این گرانی چندباره کاغذ در سال گذشته که به آن اشاره کردید و بحث حذف ارز ترجیحی آیا تأثیر سونی در انتشار آثار و همچنین ریزش مخاطبان آثار انتشاراتی شما داشته است؟

یکی از دلایل کاهش مخاطبان در حوزه فرهنگ بحث اقتصاد است که یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مردم را شکل داده است و همزمانی مسئله بحث حذف ارز ۴۲۰۰ و مسائل پیرامونی آن با برگزاری نمایشگاه برای مخاطب عام ما دغدغه‌هایی درست کرده که روی حضور آنها در نمایشگاه و خریدهای شان تأثیرات منفی گذاشته است. از طرفی افزایش بی‌رویه قیمت کاغذ باعث گران تر شدن کتاب‌ها شده که این مسائل باعث کاهش و ریزش مخاطبان حوزه فرهنگ و کتاب شده است. این دغدغه همه انتشاراتی‌هاست.

پیشنهاد شما به مسئولان برای کمتر شدن چنین دغدغه‌هایی چیست؟

به نظر من اولین کار این است که یک حمایت مقطعی از این حوزه انجام بشود تا اینکه در میان مدت دولت بتواند با سرمایه‌گذاری در بحث تولید کاغذ در کشور فرصت برطرف کردن و حل قطعی معضلات و مشکلات این چنینی را فراهم کند. این باعث می‌شود که ما مدام منتظر واردات کاغذهای خارجی نباشیم و با سرمایه‌گذاری دولت و همراهی و مساعدت انتشاراتی‌ها شاهد سرمایه‌ان پیدا کردن این معضل قدیمی باشیم.

طبق برخی اخبار تعدادی از انتشاراتی‌های بزرگ اعلام کردند که در این دوره از نمایشگاه کتاب حضور پیدا نمی‌کنند تا فرصت عرضه و معرفی دیگر انتشاراتی‌های کوچک‌تر و کمتر شناخته شده در بین مخاطبان فراهم بشود. نظر شما چیست؟

من از دلایل شرکت نکردن انتشاراتی‌ها و اینکه کدام یک از آنها در این دوره از نمایشگاه کتاب حاضر نشدند اطلاع زیادی ندارم اما افزایش قیمت کاغذ باعث می‌شود که ناشران مجبور به افزایش سرمایه‌گذاری برای چاپ و انتشار آثاری که می‌خواهند باز نشر بدهند یا آثار جدید شوند و این اتفاق از توان بسیاری از ناشران خارج است! چون

بایستی بر اساس کتابی که دارند کاغذی مورد نیاز را با قیمت‌های بسیار زیاد تهیه بکنند. کم‌معلوم است که خیلی از ناشران توان چنین کاری را ندارند و قاعدتاً قید حضور در نمایشگاه کتاب حضوری را می‌زنند و اکثر آنام توان‌شان را برای فعالیت در شمایل مجازی نمایشگاه کتاب متمرکز و مصرف می‌کنند. این است که یکی از دغدغه‌های ناشران اسلامی به عرض کردم بحث تهیه کاغذ است و اگر بتوانیم با مساعدت و حمایت نهادهایی مثل نهاد کتابخانه‌ها یا مجموعه‌های دیگری اینگونه مشکلات را برطرف بکنیم اوضاع نشر و کتاب بسیار بهتر از الان خواهد شد و ناشران می‌توانند به حیات وزندگی‌شان ادامه دهند.

■ نوید پارسا

در نشر کودک و نوجوان به جای اینکه مناسبات فرهنگی نقش تعیین‌کننده داشته باشد، مناسبات تجاری و کسب

سود است که تعیین‌کننده است.

در نشست بررسی فضای نشر در قشر کودک و نوجوان که از سوی سامانه کارشناسی مجمع ناشران انقلاب اسلامی برگزار شد، گفت: رونقی که نشر کودک دارد، از سرعت و گستردگی بیشتری برخوردار است. دلیل اصلی این گستردگی صرفاً سود است. آنچه برای نشر کودک چارچوب تعیین می‌کند، مسئله سود و بازار است. من معتقدم آنچه مناسبات مسئله آموزش کشور را تعیین می‌کند، برای نشر کودک و نوجوان هم اتفاق می‌افتد. در مسئله آموزش کشور مناسبات تجاری است که حتی چارچوب‌های تربیتی را مهندسی می‌کند. در نشر کودک و نوجوان به جای اینکه مناسبات فرهنگی نقش تعیین‌کننده داشته باشند، مناسبات تجاری و کسب سود است که تعیین‌کننده است. این کارشناس حوزه کودک و نوجوان ادامه داد: امروزه بسترهای فرهنگی متولی جریان نشر کودک و نوجوان نیستند و این یعنی آسیب‌پذیر شدن سازه‌های هویتی نوجوانان. ما بسیاری از کسانی که متولی کار کودک و نوجوان هستند، صرفاً یک فایل داستانی را ترجمه می‌کنند و به بازار ارائه می‌دهند و چیزی که مهم نیست نیازهای مخاطب است. آنچه در اینجا مهم محسوب می‌شود، کسب سود است.

■ کانون پرورش فکری کجاست!

وی با بیان اینکه در محصولاتی که برای کودک و نوجوان ترجمه می‌شود، استانداردهای لازم رعایت نمی‌شود، افزود: مؤلفه‌های فرهنگی هویت‌ساز کشور ما نادیده گرفته می‌شود. کتاب‌هایی که برای قشر کودک و نوجوان به بازار فرته، کتاب‌هایی است که از قالب‌های ضعیفی برخوردارند، چراکه باید هزینه کمتری را شامل شود. این معضل را ناشران ایجاد نکردند. آنچه باید در اینجا پرسیده شود، این است که کارشناسان شعری که به ندرت سبوی بدون شناخت، بانی چاپ چنین کتاب‌های شعری می‌شوند، باید مورد بازخواست قرار بگیرند تا مخاطب بداند که این کارشناس بررسی محتوا و فرم شعر، کار ناصواب انجام داده است.

تولید کتاب شعر به ناشران افزایش یابد. کسانی که شاعر شده‌اند، به خودشان زحمت رفتن به کارگاه یا استاد دین را نداده‌اند. ناشر فقط دارد کتاب‌سازی می‌کند. خود ناشر اصلاً نگاهی به این مسئله ندارد. انتشاراتی که پول می‌گیرد و کتاب شعر تولید می‌کند، زیاد شده است. انتشاراتی‌ها هم که با اصول شعر کتاب چاپ می‌کنند، بسیار کم شده است. در درآمدت، این روش به زبان و بدنه هویتی شعر ضربه می‌زند.

وی با اشاره به اینکه زبان فارسی حیثیت معنایی خود را با قرار دادن در عرصه‌های بی‌وزنی شعر از دست می‌دهد، ادامه داد: حافظ مثل یک گوهر تراش عمل کرده است. امروزه نوجوانان در فضای اشعار عاشقانه‌ای قرار گرفته‌اند که در قاعده بی‌وزنی شعر و بدون فرم به گسترش آن می‌پردازند و استقبال شدیدی می‌شود. اولین کاری که ما باید برای رفع این آسیب انجام بدهیم، رفع این استاندارد بی‌وزنی است. کارشناسان شعری که به ندرت سبوی بدون شناخت، بانی چاپ چنین کتاب‌های شعری می‌شوند، باید مورد بازخواست قرار بگیرند تا مخاطب بداند که این کارشناس بررسی محتوا و فرم شعر، کار ناصواب انجام داده است.

می‌کنند و آیا برای خود نقشی قائل هستند؟ متأسفانه

بررسی نشر کودک و نوجوان در نمایشگاه کتاب

سود و منفعت در نشر کودک و نوجوان حرف اول را می‌زند

متأسفانه انتشاراتی که در حوزه کودک و نوجوان بودجه دولتی دریافت کرده است در نمایشگاه حضور ندارد



انتشاراتی که در حوزه کودک و نوجوان بودجه دولتی دریافت کرده است، در نمایشگاه حضور ندارد. کانون پرورش فکری نوجوان در نمایشگاه حضور ندارد. این خود نشان‌دهنده تضییع حقوق کودک است. محسنی بیان کرد: متأسفانه راهی که در حوزه نشر کودک و نوجوان مشخص شده، کتاب را به یک کالای لوکس تبدیل کرده است. در بسیاری موارد ما وقتی محتوای این کتاب‌ها را بررسی می‌کنیم، می‌بینیم که این کتاب برای بخش خاصی نوشته شده. در بسیاری از خانواده‌ها در هنگام خرید کتاب، به هزینه کتاب بیشتر از محتوای کتاب اهمیت داده شده است. محسنی مشکل اصلی بخش از کتاب‌های کنونی را محتوای اروتیک دانست و افزود: مثال‌هایی که در برخی از این کتاب‌ها نوشته شده، سخیف و بد است و من نمی‌توانم در جمع از روی مثال‌ها بخوانم. همین محتواها در بسیاری از موضوعات دچار انباشتگی هستند؛ موضوعاتی مانند جنگ و صلح، رمز و راز موفقیت، راز دوست‌یابی، اما کتاب‌هایی در زمینه قومیت‌های ایرانی، اسوه‌های دینی و قهرمانان دینی چند کتاب یا موضوع محدود داریم. محسنی بیان کرد: نکته‌ای که اینجا مهم است، مسئله نوجوان است که به مراتب مهم‌تر است. کنترل کودک نسبت به نوجوان برای محتوا راحت‌تر است، چراکه برای کودکان، معلم و خانواده کتاب تهیه می‌کند و حتی در خواندن مطالب، خانواده‌ها می‌تواند آن زمینه‌هایی باید فراهم کنیم تا محتواهای سالم در اختیار نوجوانان قرار بگیرد.

■ **نیازمند محتوایی هستیم که خارج از محور سوددهی باشد**

این کارشناس کتاب ادامه داد: مسئله‌هایی که هم اکنون برای نوجوانان ما مطرح می‌شود، مسئله جوان امروز ما نیست. اگر مسئله اجتماعی را ما در نظر بگیریم بر اساس این موضوع باید محتوا برای نوجوانان تعیین کنیم. در مسئله اجتماعی، عمومیت لازمه کار است و عمومیت را از آمار می‌توان فهمید که متأسفانه ما آمارهای متغنی نداریم. محتواهایی که اکنون در کتاب‌های نوجوانان عرض اندام می‌کنند، مسئله اجتماعی ما نیست و از اصول هویتی ما برخوردار نیستند. مسئله اجتماعی ما نیازمند محتوایی هستیم که خارج از محور سوددهی باشد و این امر مهم از سوی نهادهای متولی دولتی صورت می‌گیرد.