

برنامه‌ای برای جذب مخاطب کتاب وجود ندارد

گرانی کاغذ و به تبع آن گرانی قیمت تمام شده کتاب، موضوعی است که این روزها به اصلی‌ترین انتقاد نویسندگان و ناشران بدل شده است.



گرانی کاغذ و به تبع آن گرانی قیمت تمام شده کتاب، موضوعی است که این روزها به اصلی‌ترین انتقاد نویسندگان و ناشران بدل شده است.

از سوی دیگر درحالی‌که همواره بر ضرورت کتابخوانی در جامعه تاکید می‌شود اما همین بی‌توجهی به قیمت کتاب و توزیع نامناسب آن باعث شده کتاب که در دهه 70 به‌عنوان بیست و سومین کالای مورد توجه سید خرید خانواده‌ها بود، اکنون به جایگاه پنجاه و چندم اکتفا کند. در این بین با وجود شعارهای فراوان برای فرهنگ‌سازی در حوزه مطالعه از سنین کودکی، شاهد مشکلات عدیده در این حوزه سنی هم هستیم. نویسندگان گروه سنی کودک و نوجوان از نبود برنامه‌های کلان برای کاهش مشکلات گلایه‌مندند. محمدرضا یوسفی، نویسنده، با انتقاد از گرانی کتاب‌های کودک و نوجوان و کاهش چشمگیر تیراژ آنها می‌گوید: متأسفانه باید بگویم مصیبت‌ها در حوزه کتاب کودک بی‌شمار بود و گرانی‌های اخیر هم به آن اضافه شده است.

پس از حذف یارانه‌های کاغذ و افزایش قیمت آن به‌ویژه در سال اخیر، شاهد کاهش چشمگیر استقبال از این کتاب‌ها بودیم، به‌طوری‌که این گرانی‌ها حتی تاثیر خود را در نمایشگاه کتاب هم گذاشت. از طرف دیگر شمارگان کتاب نیز به‌شدت کاهش یافته، به‌طوری‌که آخرین رمان من با تیراژ 1200 نسخه منتشر شده است. تا دیروز ناراحتی و اعتراض ما به تیراژ 2200 شماره بود و اکنون به این نقطه رسیده‌ایم و به‌نظرم مرحله بعد، تاریکی مطلق است، مگر اینکه فکری اساسی در این زمینه شود. علیرضا متولی، مدیر انتشارات رویش نیز با پذیرش افزایش قیمت کتاب می‌گوید: قطعا یکی از دلایلی که باعث شده تیراژ کتاب‌ها پایین بیاید، گرانی کاغذ و کتاب است اما واقعیت این است که انگار مردم ما توقع گرانی را از هر چیزی دارند، الا کتاب. عمده کتاب‌ها دیرفروش هستند. از سوی دیگر قیمت یک کتاب با قیمت یک پیتزا برابر است اما این فرهنگ باعث شده گرانی کتاب بیشتر به‌نظر برسد. ما باید در مرحله نخست به سمت فرهنگ‌سازی مناسب برای افزایش سرانه مطالعه گام برداریم.

کتاب تبلیغ نمی‌شود

این ناشر ادامه می‌دهد: یکی از مشکلات حوزه کتاب، عدم تبلیغ برای آن است. ما کتاب‌های بسیاری داریم که جذاب هستند اما تبلیغ نمی‌شوند و برای مخاطب ناشناخته‌اند. متأسفانه هزینه تبلیغ چپیس و کتاب در تلویزیون برابر است. البته برنامه‌هایی هم در صدا و سیما برای معرفی کتاب تهیه شده که اکثر آنها زمانی پخش می‌شود که مردم خواب هستند.

یوسفی که عنوان نامزدی دریافت جایزه هانس کریستین اندرسن را در کارنامه حرفه‌ای خود دارد، در این باره می‌گوید: آموزش و پرورش و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متولی مستقیم این حوزه هستند. مدت‌هاست آموزش و پرورش می‌خواهد ساعت مطالعه برای بچه‌ها بگذارد اما این اهداف تنها در شعار می‌ماند و کمتر عملی می‌شود. دیدار مستقیم و رود روی نویسندگان و مخاطبان و دعوت از نویسندگان نیز از موضوعات مهم دیگری است که می‌تواند میزان مطالعه را افزایش دهد. ما نیاز به برنامه‌های کلان در این حوزه داریم اما به‌نظر می‌رسد برنامه‌ای در جهت جذب مخاطب وجود ندارد.

برتری چشمگیر ترجمه به تالیف

موضوع قابل توجه دیگر در حوزه کودک و نوجوان، کثرت کتاب‌های ترجمه است. متولی، با بیان تحقیقی آماری در سال 90 در حوزه کتاب‌های تالیفی گروه سنی کودک و نوجوان می‌گوید: کتاب‌های تالیفی در این گروه سنی در سال 90 به عدد 30 نمی‌رسد. یوسفی، نویسنده کتاب #171; ستاره‌ای به نام غول « در بیان دلایل خود بر این امر می‌گوید: با گرانی کاغذ و بحران مخاطب بسیاری از ناشران برای اینکه چرخه اقتصادی شان مختل نشود، به سمت کتاب‌های ترجمه می‌روند که یکی از مزیت‌های آن ندادن حق تالیف و حق تصویرگری است. نویسندگان حرفه‌ای این حوزه نیز متأسفانه برای تامین معاش به کارهای دیگر از جمله نویسندگی برای تلویزیون رو می‌آورند.

این نویسنده البته با اشاره به استقبال کشورهای دیگر از آثار ایرانی می‌گوید: جهان در برابر آثار عظیم ادبی ما سر تعظیم فرود آورده و از سوی دیگر ما چهره‌های شناخته شده‌ای در حوزه کودک و نوجوان در جهان داریم، به همین دلیل برخلاف عرصه بزرگسال شاهد ترجمه آثار ایرانی به دیگر زبان‌ها و استقبال مخاطبان خارجی از این آثار هستیم. اما مدیر نشر رویش دلیل استقبال ناشران از کتاب‌های خارجی را در مسائل دیگری هم جست و جو می‌کند. متولی معتقد است: یک انتقاد هم به نویسندگان ما وارد است و آن اینکه قصه‌های آنها مانند گذشته مخاطب را جذب نمی‌کند. کتاب حوزه کودک و نوجوان باید به‌صورتی باشد که در همان فصل اول کودک را پای مطلب بنشانند. وی در توضیح دلایل این امر می‌گوید: ما بخش سرگرم‌کننده کتاب را فراموش کرده‌ایم و تاکید ما بر آموزش محور بودن آن است. بیشتر نویسندگان کودک و نوجوان ما نصیحت‌گردد و این نصیحت را در قالب کلام می‌آورند که حاصل آن خستگی بچه‌هاست.

البته باید به این موضوع مشکلات توزیع و خودسانسوری نویسندگان را هم اضافه کرد. با این حال ما نویسندگان سرشناسی داریم که نتوانسته‌ایم به کودکان معرفی‌شان کنیم. پس گام اول باید معرفی و تبلیغ باشد و این امر نیاز به برنامه‌ای مدون و جامع دارد که هیچ وقت شاهد آن نبوده‌ایم.