

جی.کی. رولینگ و راز موفقیت

ویل هاتون

بزرگترین واقعه تاریخ نشر است و گواهی بر آن که بریتانیا مسلط ترین قدرت فرهنگ جهانی. جلد هفتم و نهمی هری پاتر لحظه ای تعیین کننده است؛ تنها ۱۲ میلیون از چاپ اول آن در ایالات متحده منتشر شده است. در همین لحظه که این سطور را می نویسم، پسر ساعت یک صبح، با دو جلد کتابی که در ایستگاه کینگز کراس لندن - جایگاه سکوی شماره ۹ ۳/۴ - خریده، پیروز و مظفر، به خانه بازگشت.

آیا هری پاتر اثری آنقدر برجسته و جی.کی. رولینگ نویسنده آنچنان درخشانی هستند که این کتابها را از لحاظ فروش سسوار چنین جایگاه رفیعی گرداند؟ البته پاسخی صریح و دقیق به این پرسش منفی است. حکایات دلپذیری هستند و حاصل اقتباسی هوشمندانه و تحریری ماهرانه از بهترینهای سی.اس. لوئیس و تالکین، و بدترین داستانهای جادو و جنبل جیل مورفی، در کنار نکاتی چند از اساطیر یونانی و جنبه هایی از سحر و جادوی سیاه سنتی. ولی باید چیز دیگری هم در کار باشد که از این مجموعه تاکنون بیش از ۳۵۰ میلیون نسخه در جهان فروخته شده است؛ رقمی که با انتشار هری پاتر و قذیسان مرگ بدون تردید به ۴۰۰ میلیون نزدیک خواهد شد.

رولینگ در کار تکرار ماجرای رمز داوینچی است؛ هر چند به نحوی به مراتب زیرکانه تر. در عرصه صنایع خلاق، موفقیت به موفقیت های بیشتر منجر می شود، ولی در عصر جهانی شدن، همان گونه که تجربه رولینگ و دن براون [نویسنده رمز داوینچی] خود گواه اند، موفقیت می تواند ابعاد بسیار گسترده ای بیابد. ولی پیش از آنکه نوبت به توفیق برسد، حکمروایی از آن تردید و نادانی است. نویسنده و فیلمنامه نویس آمریکایی ویلیام گولدمن، این نکته را در توصیف صنعت سینما به درستی چنین بیان کرد: «هیچ کس هیچ چیز نمی داند».

عیب کار آن است که معمولاً حضار و تماشاگران تا زمانی که از دیگران چیزی بشنوند، نمی دانند که چه خوب است و چه بد. همان گونه که آزمونی در زمینه موسیقی پاپ نشان داد، این لزوماً کیفیت نیست که به موفقیت منجر می شود؛ برای گروهی مجموعه ای از آهنگهایی پخش شد که هیچ یک آنها را بیشتر نشنیده بودند. تنها حدود ۵۰ درصد از آن گروه، پر فروش ها را «خوب» ارزیابی کردند. زیرا در این عرصه ارتباطات اجتماعی تعیین کننده است که آن هم حاصل اظهار نظرهای مساعد است و به ویژه حرف این و آن. بدین ترتیب فیلمها یا آهنگهای پر فروش را می توان نوعی حباب اجتماعی تعریف کرد و به همین ترتیب کتابهای پر فروش را. با در نظر داشتن انتشار بیش از ۲۰۰ هزار عنوان کتاب در سال، تأثیر اجتماعی در امر نشر عاملی حیاتی است.

به هیچ وجه شگفت نیست که نوشته رولینگ هشت بار رد شد تا بالاخره چشم یکی از ناشران را گرفت. این پیشامد کریستوفر لیتل، نماینده ادبی او را به فردی ثروتمند تبدیل کرد. آنهایی که از طرف ناشران مزبور این نوشته را خواندند نیز مانند کسانی عمل کرده بودند که در آزمون مورد اشاره در زمینه موسیقی پاپ شرکت کرده بودند. ولی به محض آنکه هری پاتر و سنگ فلاسفه [در ترجمه های فارسی: سنگ جادو] منتشر شد و با چنان استقبالی رو به رو گردید، رولینگ نیز مرزهای «کسی نمی داند» را شکست و با انتشار این خبر که کتابهای دیگری نیز در کار خواهد بود، زمینه را برای



توفیق بیش از پیش کتابهای بعدی اش آماده کرد. ولی از میان ۳۵۰ میلیون جلد کتابی که در جهان فروخته شد. فقط ۲۱ میلیون جلد آن در بریتانیا به فروش رفت. رمز موفقیت جهانی آن در ایالات متحده نهفته بود؛ جایی که از میان هر چهار امریکایی بیش از ۱۲ سال، یک نفر مدعی شد که فیلم پاتر را دیده است. این دومین قانون آهنین صنایع خلاق است: هیچ کالای فرهنگی پر فروشی بدون توفیق قبلی در امریکانمی تواند در سطحی جهانی گل کند. به عبارت دیگر، نخست باید به زبان انگلیسی تولید شده باشد. اگر رولینگ فرانسوی یا آلمانی بود هیچ گاه نمی توانست به گونه ای که تخمین زده می شود ۱/۱ میلیارد دلار بیازد.

امریکا کماکان پایتخت قدرت نرم جهان است؛ در حال حاضر کتابهای هری پاتر به ۶۵ زبان در حال ترجمه شدن هستند؛ هر ناشری در سطح ملی بر این باور است که اگر این فرمول در ایالات متحده جواب داده است، در سطوح محلی نیز باید جواب دهد. و با در داشتن چنین مضامین سراسری ای چون مبارزه هری پاتر مظلوم بر ضد نیروهای سیاه و لدمورت، هر فرهنگی می تواند با این حکایت سازگار افتد. از تایلد گرفته تا روسیه، بچه ها مشغول نسخه برداری از او را و عزائم پاتر هستند و بنیادگرایان مسیحی و مسلمان نیز به یک اندازه اعتراض دارند که این اثر ترویج آیین شیطان پرستی است، که آن نیز بر رونق کار افزوده است.

ولی طرح سخنانی مبنی بر اینکه چین و دیگر کشورهای کمتر توسعه یافته می توانند همان گونه که مثلاً گفته می شود در عرصه صنایع گوی رقابت را از امریکا و بریتانیا برابند، در عرصه نشر نیز به همین راه بروند، از عدم درک کلی دینامیسم درگیر این فرایند حکایت دارد. البته بحث آن نیست که بعضی از فرهنگها نمی توانند در این امر حضور داشته باشند چون به زبان انگلیسی سخن نمی گویند. به حرکت آوردن مفاهیم بزرگ خلاق به چیزی بیش از اصالت احتیاج دارد؛ مستلزم آن است که بتواند از مرزهای معضل «هیچ کس هیچ چیز را نمی داند» عبور کند؛ به چنان سرما به گذاری گسترده ای مبادرت کند که بتواند تاوان اکثر آثار ناکام و ناموفق را نیز بپردازد؛ و از وساخت حمایتی کاملی برخوردار باشد که قوانین سخت و سخت کپی رایت و قواعد حفاظت شده رقابت نیز بخشی از آن محسوب می شود. یک مادر مطلقه چینی که بخواهد گام در جای پای رولینگ گذاشته و وارد عرصه جهانی کتاب شود، هیچ شانس ندارد.

ولی انگلیسی ها نیز بر خلاف مدعی گزارش بنیاد کار در مورد صنایع خلاق که «پرچم را برافراشته» توصیف کرد نمی توانند نسبت به موفقیت صنایع خلاق خویش مطمئن بمانند. قواعد رقابتی بریتانیا اجازه می دهد که سوپر مارکتها با ارائه زیر قیمت کتابهایی چون هری پاتر و قذیسان مرگ شبکه توزیع را تضعیف کنند که شریان حیاتی نشر را تشکیل می دهد. اجازه داده شده است که بسیاری از قوانین مهم حقوق مؤلفان و مصنفان زیر پا گذاشته شود و این امر هم موجب ضرر صنعت نشر شده است و هم صنعت موسیقی.

بریتانیا اجازه داد که پایگاه تولید صنعتی اش با سرعتی بیش از حد لازم و ضروری از میان برود. نباید در مورد صنایع خلاق اش نیز روال مشابهی را اتخاذ کند.