

همکاران ما مخاطب را نمی‌شناسند

یوسف ثانی



اشاره:

چندی پیش، در سومین جشنواره کتاب‌های برتر کودک و نوجوان که در ششم شهریورماه ۱۳۸۷ و به همت انجمن فرهنگی ناشران کودک و نوجوان برگزار شد، اسدالله شعبانی (توکا)، رضا هاشمی نژاد (افق)، محسن طائب (پیدایش)، عبدالعظیم فریدون (محراب قلم)، نادر قدیانی (قدیانی) و مریم جدلی (نغمه نواندیش)، به عنوان ناشران برگزیده انتخاب شدند.

به همین منظور، نشست ناشران برگزیده کتاب کودک و نوجوان، چهارشنبه بیستم شهریور سال جاری، با حضور مسئولان نشر پیدایش و محراب قلم، از ساعت ۱۵ تا ۱۷، در محل سرای دائمی اهل قلم برگزار شد.

این نشست که با حضور حمید باباوند، به عنوان مسئول جلسه، عبدالعظیم فریدون و محسن طائب، به نمایندگی از نشر محراب قلم و پیدایش برگزار شد، با استقبال مخاطبان روبه رو نشد و فقط سه نفر از نمایندگان رسانه، برای انعکاس خبر این نشست حضور داشتند. هم‌چنین، قرار بود امیر حسین عطار نژاد، به نمایندگی از نشر افق در این نشست حضور داشته باشد که وی از غایبین این نشست بود.

باباوند با انتقاد از روند برگزاری جشنواره و کمبودهای اجرایی آن، آغازگر این نشست بود.

باباوند: سوال اول من این است که برداشت شما از اتفاقی که در جشنواره افتاده، چیست و آیا اتفاق صحیح همین بوده و این منعکس کننده فضای واقعی نشر کودک و نوجوان است؟ یا این که مشکل از جشنواره بوده است که تنها سه ناشر در آن برگزیده شده‌اند؟

فریدون: ناشران شرکت کننده شش ناشر بودند و این نشانگر این است که واقعیت نشر کودک ما همین است.
طائب: ناشران کودک و نوجوان بسیار محدودند و اغلب در یک یا دو حوزه خاص فعالند، ولی ناشرانی که به صورت حرفه‌ای و متنوع کار کرده باشند، همین دوستانی هستند که در جشنواره حضور داشتند.

باباوند: من فکر می‌کنم بعد از اولین عضو گیری انجمن ناشران، اعضای آن به حدود چهل عضو رسید. پس در این جا چه اتفاقی افتاده است که فقط از پنج و یا شش ناشر، به عنوان شاخصه‌های صنعت نشر کودک و نوجوان می‌توان اسم برد که تنها با همین بضاعت در این جشنواره حضور پیدا می‌کنند؟ در حالی که از انجمن فرهنگی ناشران این توقع وجود دارد که کار ناشران را منسجم‌تر و فعال‌تر هدایت کند تا بازدهی آن بیش از این‌ها باشد، ولی آن‌چه امروز شاهد آن هستیم، چیز دیگری است. انجمن ناشران که در اولین دوره کاری با حضور هفده نفر شکل گرفت و این افراد با اهداف مشخصی دور هم جمع شدند، به جایی می‌رسد که امروز از بین آن‌ها فقط می‌توانیم پنج- شش نفر را به عنوان فعالان این عرصه نام ببریم. در این عرصه، نقص عملکرد ما در کجاست؟

فریدون: به نظرم نکته مثبت قضیه هم همین است که از بین هفده نفر، در حال حاضر شش ناشر به عنوان فعالان کشور حضور دارند. این در حالی است که اگر در کل کشور، دو هزار ناشر کودک و نوجوان داشته باشیم و این شش ناشر را در زمره فعالان این عرصه قرار دهیم، باز هم این جزء موفقیت‌های انجمن ناشران است که از آن هفده نفر اولیه، شش نفر در کل کشور از فعالان این صنعت هستند. از آن‌جا که در حدود سی درصد از اعضای اولیه هنوز هم جزء ناشران فعال کشور هستند، پس این نقطه ضعف انجمن نیست.

باباوند: به نظر شما انجمن نایستی تلاش بیشتری می‌کرد که این جمع، گسترده‌تر و منسجم‌تر عمل کند و به همین روند پیراسته قناعت نمی‌کرد؟

طائب: انجمن ابتدا ملاک‌هایی برای عضو گیری داشته است و براساس تعاریف انجام شده، اعضای مذکور جذب شدند. من فکر می‌کنم انجمن در بین فعالیت‌هایی که سایرین در حوزه فرهنگ انجام دادند، توانسته است در طول سال‌های ۳۷ تا به حال، با وجود تمام جاذبه‌های فردی که در بخش‌های دیگر نشر وجود دارد، ناشران کودک را دور هم جمع و آن‌ها را حفظ کند. در بین دوستان، کسانی هستند که با وجود این که کار کودک انجام می‌دهند، هنوز شصت درصد فعالیت‌شان در حوزه بزرگسالان است که آن هم به سبب جذابیت‌های نشر بزرگسال می‌تواند باشد و همان‌طور که می‌دانیم، شامل جنبه‌های اقتصادی و غیر اقتصادی می‌شود. مثلاً تسهیلات ارائه شده برای کاغذ از سوی وزارت ارشاد در وضعیت کنونی کشور، زمینه جذب نه تنها ناشران، بلکه نویسندگان را هم به سوی حوزه بزرگسال فراهم می‌کند. از دیگر نکات مثبت انجمن، حفظ این ناشران کودک در محیط انجمن است. در این بین، کسانی هستند که کاملاً در حوزه کودک باقی مانده‌اند و با وجود تمام مشکلات موجود در این عرصه، به کار خود ادامه می‌دهند. مثلاً در بخش بزرگسال کم‌تر ممیزی وجود دارد، ولی در حوزه کودک و نوجوان سخت‌گیری زیاد است. با وجود تمام این بی‌مهری‌ها، انجمن گوشیده ناشران را حفظ و سازمان‌دهی کند و امیدواریم انجمن خروجی‌های بیشتری از این چند ناشر نام برده داشته باشد.

باباوند: شما تجربه حضور موفق در انتشارات مدرسه را هم داشتید. بفرمایید ماحصل کار شما در سال گذشته، به چه دلیل با موفقیت رو به رو شد؟ و شاخصه‌هایی که در سال گذشته بیشتر روی آن‌ها متمرکز شدید، چه بود؟

فریدون: من از سال ۱۳۶۲ وارد حوزه نشر دولتی شدم و محراب قلم از سال ۱۳۶۸ شروع به کار کرد و من از تجربیاتم در آن استفاده کردم و معتقدم در هر حیظه‌ای یا نباید وارد شد و یا از بدو ورود باید حرفه‌ای عمل کرد. من با تجربه‌ای ۲۷ ساله وارد این عرصه شدم. محراب قلم در دهه اول فعالیتش بسیار کند بود و از دهه دوم موفق‌تر شد، ولی در دهه سوم به دلیل سیاست‌های غلط وزارت ارشاد و مجوزهایی که به افراد داده شد، حضور ظاهری ناشران در این عرصه زیاد شد و کار نشر از جنبه‌های حرفه‌ای کاملاً فاصله گرفت. افراد با ویژگی‌های حداقل یک ناشر وارد کار می‌شدند و چون تصور بر این بود که کار در حوزه کودک راحت است، شاهد افول کار نشر در آن دوران بودیم. در نتیجه، کتاب‌ها به لحاظ کیفی و محتوایی بسیار نازل تولید شد و از دلایلی که کتاب سال انتخاب نشد هم همین بود که از اواخر دهه هفتاد به بعد تعداد ناشران زیاد شد، ولی کار مناسب وجود نداشت.

فریدون: ما از اوایل دهه هشتاد، راهبرد جدیدی در پیش گرفتیم؛ یعنی تلاش کردیم که به انتشار کتاب‌هایی دست بزنیم که ناشران دیگر، نه از بضاعت علمی و نه از بضاعت اقتصادی آن برخوردارند، لذا به سمت کتاب‌های مرجع رفتیم. ما حدود ۱۴ سال روی آن کار کردیم که حاصل آن را می‌بینید.

طائب:

ما در نشر پیدایش

با برنامه ریزی،

مخاطب شناسی و

نیاز سنجی،

به درک مخاطب

رسیدیم و به

شناسایی مخاطب

آثار خود پرداختیم.

در نتیجه،

ما مخاطب خود

را از لحاظ فکری

و آگاهی، مخاطب

متوسط برگزیدیم

و پیوسته بر این

موضوع متمرکز

بودیم که بتوانیم

بر مخاطب تأثیر

بگذاریم و

سلیقه وی را

ارتقا دهیم



دیگر دلیلی که باعث شد ما به سوی کتاب‌های مرجع برویم، خلأیی بود که از این بابت وجود داشت و هنوز هم چشمگیر است. پس ما از تولید کتاب‌هایی که ناشران دیگر هم قادر به تولید آن‌ها بودند، فاصله گرفتیم و بعد از یک دهه، کتاب‌های ما به بازار آمد. در حال حاضر ما در حدود سی عنوان کتاب مرجع تولید کرده‌ایم که در کل ناشران کشور نایاب است. دلیل به چشم آمدن هم این بود که علی‌رغم انرژی مصرف شده در طول زمان بلند، کتاب‌های ما در یک برهه زمانی دو ساله همزمان به تولید رسید و اگر این به نوعی موفقیت باشد، حاصل تلاش یک دهه یک ناشر است.

طائب: آن‌چه در تولیدات فرهنگی مهم است، میزان علاقه‌مندی مجریان است. ما در نشر پیدایش با برنامه ریزی، مخاطب شناسی و نیازسنجی، به درک مخاطب رسیدیم و به شناسایی مخاطب آثار خود پرداختیم. در نتیجه، ما مخاطب خود را از لحاظ فکری و آگاهی،

مخاطب متوسط برگزیدیم و پیوسته بر این موضوع متمرکز بودیم که بتوانیم بر مخاطب تأثیر بگذاریم و سلیقه وی را ارتقا دهیم. ما در نشر پیدایش به دنبال آثار سهل پسند نبودیم؛ زیرا مثلاً می‌دانیم مخاطب به رمان و داستان کوتاه علاقه نشان می‌دهد. ما به دنبال گزینش مطالبی بودیم که علاوه بر جذب شدن مخاطب، برای ارتقا آگاهی وی هم مفید باشد. آن‌چه به کارکنان ما انرژی می‌دهد، تولید یک کار خوب است و با کشف سلیقه مخاطب، خوشبختانه توانستیم سلیقه و علایق مخاطب مورد نظر را راضی کنیم. دغدغه فکری ما تولید متفاوت بود و آن موضوعاتی را که دیگران کم‌تر به آن پرداخته بودند، در دستور کار خود قرار دادیم. برای مثال، ما بخشی به نام «تازه‌های کهن ایران» داریم که از ۳۹ عنوان این مجموعه، دو عنوان در این جشنواره لوح گرفت و انتخاب شد که این حاصل ۱۳ سال زحمت ما بود.

باباوند: در دوره‌های بحث این بود که ناشران فضای ادبیات را هدایت می‌کنند. به این معنی که مثلاً ناشر اعلام می‌کرد که فقط رمان چاپ می‌کند. پس نویسندگان به نوشتن رمان روی می‌آوردند. در نتیجه، این ناشر بود که بر این اساس کار نیازسنجی را انجام می‌داد و نویسنده ناچار بود که به دنبال ناشر حرکت کند. به نظر شما چقدر درست است که ناشران فضای عمومی ادبیات را تعیین کنند؟ و دیگر این که ارتباط ناشر و نویسنده، در حال حاضر چگونه است؟ مثلاً در محراب قلم در بدو تأسیس، فقط آقای فریدون نویسنده نبودند و بقیه اعضا همگی از نویسندگانی بودند که در حوزه نشر هم شروع به کار کردند. در دهه دوم نویسندگان رفتند ولی محراب قلم هم‌چنان پا بر جا ماند. این ارتباط ناشر و نویسنده در فضای نشر کودک و نوجوان، چگونه تعریف می‌شود؟

ما در کار نویسندگی کودک و نوجوان، علاوه بر فقر، کم‌فروشی هم داریم. روند کار بدین صورت است که ابتدا نویسنده‌ها به دنبال ناشر درجه چند دولتی هستند و اسم نویسنده برای آن ناشر کفایت می‌کند که کار چاپ شود که فقط و فقط کار چاپ شود و بعد از این که نویسنده‌ها کمی ارتقای سطح پیدا کردند، به دنبال ناشران بینابینی، یعنی دولتی قوی یا خصوصی ضعیف می‌گردند. خودشان معتقدند که چون انرژی زیادی صرف مثلاً فلان اثر کرده‌اند، تنها باید آن را به ناشران قوی بسپارند؛ زیرا که با چاپ مکرر، اثر زنده خواهد ماند. حال آن که می‌خواهم بپرسم چگونه نویسنده‌ای داریم که حتی یک کار وی قابل نگاه کردن در فلان انتشارات نیست، ولی یکی دیگر از کارهای وی جزء همین آثار برتر جشنواره است و حتی کتاب سال می‌شود؟ دیگر این که ناشر چگونه نویسنده را جهت می‌دهد و چگونه است که گاهی از این توان به درستی استفاده می‌کنند و گاهی هم نمی‌توانند؟ علت‌ها را در کجا باید جست‌وجو کرد؟

فریدون: در مورد سوالات شما، حتماً باید کار آسیب‌شناسی انجام شود و حرف هم زیاد است، ولی گوش شنوا نیست. من اعتقاد دارم هر کسی باید به کار خود بپردازد، ولی وقتی چنین نیست، معمولاً تداخل به وجود می‌آید و بروز این مشکلات هم اجتناب ناپذیر است. من با این جمله که می‌گویند به ناشر و نویسنده ظلم می‌شود، اصلاً موافق نیستم و از پاسخ‌دهی دفاع می‌کنم. من معتقدم نویسنده و ناشر یکدیگر را پیدا می‌کنند. مثلاً اگر نویسنده، نویسنده خوبی است، چرا ناشر از او استفاده نکند و اگر ناشر خوب باشد، چرا نویسنده به سراغ او نرود. به طور طبیعی، من ناشر با توجه به شرایط فعلی و اقتصادی مملکت، برنامه‌ریزی می‌کنم؛ چون بضاعت و عمر محدودی دارم. هم‌چنین با شناخت مخاطب ایرانی و استقبال از کتاب، با بضاعت خود به تولید می‌پردازم و با توجه به محدودیت‌های موجود، من هم ریسک نمی‌کنم و به دنبال کاری می‌روم که مطمئن‌تر باشد. نویسنده‌ای هم که به کارش مطمئن‌تر است، مطمئناً به دنبال ناشری می‌گردد که کارش را بهتر چاپ می‌کند.

شما در نشر که کار فرهنگی است، باید یک اطمینان نسبی به مؤلف داشته باشید. متأسفانه من از زبان مسئولان فرهنگی هم گاهی می‌شنوم که باید مراقب ناشران باشیم. این جمله یعنی چه؟ خب اگر ناشر، ناشر خوبی نیست، شما کار جدید به او ندهید و او خود



فریدون:
ما چون
آسیب‌شناسی
ریشه‌ای نداریم،
فقط می‌گوییم
چرا نشر انحصاری
است و این افراد
فقط با این گروه‌ها
کار می‌کنند؟ ولی
این هیچ‌گاه بررسی
نمی‌شود که چرا
نویسنده باید برای
امرار معاش،
حتماً شغل دیگری
هم داشته باشد؟
یا تصویر گر من،
چرا باید به جز
تصویرگری کودک
که باید بر آن
متمرکز باشد،
به فکر
فروش آثارش
در گالری‌ها باشد؟
و این را
مسئول فرهنگی
باید جوابگو
باشد



به خود متوقف می‌شود، ولی این که مراقبش باشید، اصلاً معنا نمی‌دهد. سیاست‌گذاری‌ها و نوع تعاملات نشان می‌دهد که ناشر و نویسنده موفق چه کسانی هستند. این در همه‌جا صادق است؛ مگر این که روند انحصاری باشد. در جایی که هشت هزار ناشر خصوصی دارید، معنا ندارد که بگویید به نویسنده ظلم می‌شود. رابطه نویسنده و پدید آورنده، وسیع‌تر از آن است که این مسائل مانع تراشی کنند. ایشان یکدیگر را پیدا و با هم کار می‌کنند. اشکالی که در دوستان فعال این عرصه و افراد تازه وارد می‌بینم، عدم شکیبایی است. دوستانی که دیر می‌آیند، زود نمی‌توانند بروند. اگر من ناشر، به مؤلف سخت می‌گیرم، برای بهبود کار وی است و اگر نویسنده و پدید آورنده انعطاف پذیر عمل کند، موفقیت به وجود خواهد آمد. پس رابطه نویسنده و ناشر، یک رابطه دو طرفه است که در بستر زمان شکل می‌گیرد و یکدیگر را پیدا می‌کنند.

در مورد دهه هفتاد که گروه کاملاً تغییر کرد، باید اضافه کنم که در آن زمان، دوستان نویسنده، همگی کارهای دیگری داشتند و وقت کافی برای حضور و تصمیم‌گیری عمدتاً حاصل نمی‌شد و تصمیم‌گیری دشوار بود. از آن‌جا که دغدغه نویسنده نوشتن است، کم‌تر در روند تولید داخل می‌شود و از آن‌جا که عموماً حاصل کار خود را نیز بهترین می‌داند، جمع به این تصمیم رسید که هر کسی باید در جای خود قرار بگیرد و بعد از این که کار تخصصی شد، دوستان هم راضی بودند.

طائب: سه عامل مخاطب، ناشر و جو عمومی و فرهنگی جامعه است که از دل آن مؤلف بیرون می‌آید. پس هر سه عامل در تولید اثر نقش دارند و نویسنده تحت تأثیر این عوامل می‌نویسند. از طرفی، ناشر با توجه به شرایط اقتصادی جامعه، به دنبال اثری می‌گردد که مورد استقبال مخاطب باشد، زیرا از این طریق می‌تواند انرژی اقتصادی و معنوی بگیرد. آن چه حائز اهمیت است، وجود دانش، آگاهی و استقلال فکری هر سه قشر است. اگر ناشر با دانش و آگاهی بالا و تعهد به کار، شروع به فعالیت کند، خروجی آن کار متفاوت خواهد بود. در نتیجه، تعهد است که هر چه بیشتر باشد، سلیقه جامعه را ارتقا خواهد داد.

فریدون: به فرض صحت گفته شما که ناشران جهت‌فکری و فضای حاکم را به وجود می‌آورند، باید بگویم در جامعه‌ای که هجده میلیون دانش‌آموز کودک و نوجوان دارد، اگر ده ناشر فضای فکری و فرهنگی حاکم را تعریف می‌کنند، بسی جای تأسف است و ما باید پیروسیم و آسیب‌شناسی کنیم که اگر ناشران در حال جهت‌دهی هستند، چه اتفاقاتی روی داده و چه تبعاتی دارد؟

باباوند: شما برای انتشار اثر برگزیده ادبیات کهن، آن را به نویسندگانی سفارش دادید که در این زمینه پژوهش کرده‌اند و متبحر هستند یا به نویسندگانی که در این زمینه پژوهش کنند؟ یعنی شما به دنبال متخصصان این زمینه رفتید یا به دنبال کسانی که با شما راحت‌تر کار می‌کنند؟ شما با پاسخ به این سؤال، به سؤال قبلی من هم پاسخ می‌دهید، زیرا به عنوان یک ناشر، به فضایی که نویسنده در آن کار می‌کند جهت می‌دهید. وقتی آقای فریدون می‌گویند که ما کتاب مرجع چاپ کرده‌ایم، یعنی به هر حال شما در حال جهت‌دهی به کار نویسنده هستید و دارید اعلام می‌کنید که نویسنده، هوشیار باش که من ناشر به دنبال حوزه‌های غیر داستانی‌ام و نیروی این ناشر در این‌جا متمرکز شده است. ناخود آگاه نویسنده را به سمتی می‌برد که یک کار خاص طولانی مدت را در برنامه‌اش بگنجانند و دقیقاً این ناشر با این سیاست‌گذاری به نویسنده جهت داده است، یعنی تا امسال نشر محراب قلم، روی کتاب مرجع کار کرده و متمرکز شده است و حالا اعلام کند که در سال آینده ما فقط روی کتاب شعر کار می‌کنیم. خوب، چه جوی حاکم خواهد شد؟ پس این ناشر است که فضا را شکل می‌دهد و نویسنده هم از او تأثیر می‌پذیرد.

فریدون: اگر این جهت‌دهی، توسط ده نفر اجرا شود، گفته شما درست است که خط و روش تعیین شده و دیگران باید در آن حرکت کنند، ولی اگر این روند به ۵۰۰ نفر رسید، پس دیگر جهت‌دهی نیست؛ زیرا هر کس به دنبال علایق خود می‌رود. مشکل آن‌جایی است که شما ده ناشر فعال دارید. به نظر من، خلاف عقیده شما، ناشرانی که این طور جهت‌دهی می‌کنند، جزء فعالان با برنامه عرصه نشر هستند. این طور نیست که نشر تبدیل به امور خیریه شود و هر کس کاری آورد، ناشر آن را چاپ کند. این طوری تکلیف ناشر با خودش و محصولاتش روشن نیست.

مقتضای کار فرهنگی آن است که شما تکلیف‌تان با خودتان مشخص باشد. لذا اگر ناشری چنین عمل کرد، باید به او مباحث کرد که روند پیشرفت حرفه‌ای را طی می‌کند. در حقیقت تعداد کم ناشران فعال، باعث ایجاد این سؤال شماست، ولی اگر این ناشران از ۱۰ به ۱۰۰ برسند، دیگر این سؤال پیش نمی‌آید و همه، در همه زمینه‌ها کار انجام خواهند داد.

باباوند: اگر در نظر بگیریم نشر یک صنعت است و وقتی به آستانه سود خود برسد، جذب افراد در آن اجتناب‌ناپذیر است، پس چرا تنها ۶ ناشر توانستند به این آستانه سود برسند و بقیه ناشران که عضو انجمن هستند و یا حتی نیستند، نتوانستند سود از دل این

طائب:
سعی کردیم در هدف گذاری‌ها به اسم افراد توجه نکنیم. البته این به این معنا هم نیست که این نام‌ها، بی دلیل حائز اهمیتند، زیرا هر نامی معلول تجربیاتی است. ما فضا را برای سایرین هم باز گذاشتیم و در حوزه شعر، تصویرگری، افراد جدیدی جذب کردیم و این عرصه را در حد بضاعت باز گذاشتیم که حتماً کارهای ارسالی بررسی شود



کار بیرون بکشند و حیات تازه‌ای پیدا کنند و از ۶ تا به ۶۰ تا برسند؟

فریدون: این را از مسئولان فرهنگی پرسید که چرا ۶ نفر بیشتر در این حوزه فعال نیستند. می‌توان نتیجه گرفت که این ناشران، بر اساس توانایی‌های شخصی خود ایستاده‌اند، نه بر اساس سیاست‌گذاری‌های کشور. پس این علایق شخصی این افراد است؛ زیرا اگر براساس علایق جمعی یک کشور باشد، این وظایف و سلاقی، تقسیم‌بندی می‌شوند. کما این‌که تا به حال این اتفاق نیفتاده است. در این کشور، متأسفانه ناشری که بر اساس علایق شخصی هم کار می‌کند، حمایت نمی‌شود. به طور مثال در سال گذشته، من تعدادی کتاب مرجع را به دفتری که از کتاب‌های ارزشمند در وزارت ارشاد حمایت می‌کند، فرستادم تا با توجه به هزینه‌های بالایی که این کتاب‌ها بر می‌دارد، مورد حمایت واقع شود. وزارت ارشاد در جواب نامه، اعلام کرد که این کتاب‌ها جزء سیاست‌های حمایتی ما نیست و بعد ما شاهد آن بودیم که در کتاب فصل وزارت ارشاد، با کمال تعجب یکی از همین کتاب‌ها به عنوان کتاب فصل برگزیده شد. ما تماس گرفتیم که این قضیه چطور است؟ من شش نامه برای پیگیری فرستادم که در زیر هر شش نامه، مدیر وزارت ارشاد نوشته بود که بایگانی شود. از بین این چهار کتاب، سه عدد از آن‌ها کتاب فصل همین وزارت خانه شد و همین کتاب‌هایی را که ارزشمند نبودند و جزء سیاست‌های حمایتی قرار نمی‌گرفت، خودشان جزء کتاب فصل انتخاب کردند حالا من ناشری هستم که روی پای خودم ایستاده‌ام و بدون حمایت تولید و عرضه کرده‌ام، حالا شما سایر ناشرین را در نظر بگیرید.

باباوند: در واقع ناشری که این قدرت را دارد که کتاب را تولید و عرضه کند، احتیاجی به حمایت ندارد و این حمایت‌ها برای ناشرانی است که قدرت و توانایی کافی ندارند.

طائب: این کار مثل هر کاری، علاقه و عشق خاصی می‌خواهد، ولی در این جماعت فعلی نشر، ما این علایق را کم‌تر می‌بینیم و این در حالی است که افراد اگر با این طرز تفکر، یعنی علاقه و عشق بیشتر حرکت کنند، خروجی‌های و تولیدات فرهنگی‌شان مفیدتر ارائه خواهند شد. شما در کار حرفه‌ای اگر صبور نباشید و بر سختی‌ها فائق نیایید، موفقیتی وجود نخواهد داشت. برخی از همکاران، به دلیل جذابیت اقتصادی و زمینه و امتیازات جنبی، در این کار وارد شدند و بعد دیدند که اشتباه کرده‌اند. نشر، کاری نیست که در یک تا پنج سال اول نتیجه دهد. مسئله دیگر این‌که همکاران شناختی از مخاطب ندارند و یا آن‌قدر کار را بالا و یا آن‌قدر پایین می‌گیرند که مخاطب ظاهراً گم می‌شود و نتوانستند مخاطب را درک کنند. دیگر اینکه اطلاع و آگاهی درستی از کار نشر ندارند و فقط معتقدند که کار فرهنگی انجام می‌دهند، ولی تعریف درستی هم از کار فرهنگی ندارند. این نقص از آن‌جا ناشی می‌شود که ما یک سیستم حرفه‌ای و صحیح برای ترویج فرهنگ ناشر پروری نداشته‌ایم و در نتیجه، تنها به شش ناشر فعلی بسنده می‌کنیم.

باباوند: در این سال‌های جدید، از ۸۶ به بعد، چند نویسنده و پدید آورنده جدید را شناختید و با آن‌ها همکاری کردید؟

طائب: ما چون در تولیدات فرهنگی‌مان بحث تنوع را پیگیری می‌کنیم، یعنی در حوزه‌های مختلف ادبی، علمی و بهداشتی عمل می‌کنیم، سعی کردیم در هدف‌گذاری‌ها به اسم افراد توجه نکنیم. البته این به این معنا هم نیست که این نام‌ها، بی دلیل حائز اهمیتند، زیرا هر نامی معلول تجربیاتی است. ما فضا را برای سایرین هم باز گذاشتیم و در حوزه شعر، تصویرگری، افراد جدیدی جذب کردیم و این عرصه را در حد بضاعت باز گذاشتیم که حتماً کارهای ارسالی بررسی شود و به نسبت عنوانین کتاب، ورود سه نفر جدید به نظرم قابل توجه است.

فریدون: افراد تازه کار، دو نفر نویسنده و دو نفر تصویرگر هستند و قرار هم نیست بیش از این برای ما اتفاق بیفتد. بیست و پنج سال پیش کاری با یک تصویرگر و نویسنده و چاپخانه‌دار جوان شروع کردیم و قرار هم نیست که من هر از چند گاهی همه را عوض کنم، زیرا ما هر چه به جلو حرکت می‌کنیم، ورودی‌های جدید به طور طبیعی کم‌تر می‌شوند. توانایی‌ها و امکانات مادی من محدود است و من هرگز پیشکسوتان را کنار نمی‌گذارم تا گروه جوانی را وارد کار کنم. من فرصت‌گزینش افراد جدید را ندارم. زیرا مانند بخش دولتی، از بودجه و امکانات کافی بهره‌مند نیستیم. برای این‌که تمرکز را روی محتوا و تولیداتم بگذارم، باید بخشی از دغدغه‌های جانبی را کم‌تر کنم. پس به سراغ افرادی می‌روم که به عملکردشان اطمینان دارم. نکته دیگر این‌که ما چون آسیب‌شناسی ریشه‌ای نداریم، فقط می‌گوییم چرا نشر انحصاری است و این افراد فقط با این گروه‌ها کار می‌کنند؟ ولی این هیچ‌گاه بررسی نمی‌شود که چرا نویسنده باید برای امرار معاش، حتماً شغل دیگری هم داشته باشد؟ یا تصویرگر من، چرا باید به‌جز تصویرگری کودک که باید بر آن متمرکز باشد، به فکر فروش آثارش در گالری‌ها باشد؟ و این را مسئول فرهنگی باید جوابگو باشد. من ناشر حداکثر با چند تصویرگر و ناشر می‌توانم کار کنم؟ مگر نه این‌که این جوان باید جذب شود؟ این آسیب‌شناسی ریشه‌ای باید انجام شود که چرا این حرفه افراد متقاضی زیاد دارد، ولی جذب ندارد؟ کسی به این سوالات پاسخ نمی‌دهد و ظاهراً کسی دغدغه پاسخگویی به این سوالات را هم ندارد.

طائب: خیلی از حرفه‌های ادبیات کودک که با ما شروع کردند، در حال حاضر جزء برترین‌ها هستند، ولی ما به بداعت در کار توجه داریم که ممکن است حاصل کار آماتورها یا حرفه‌ای‌ها باشد و من خلاف آقای فریدون، این حوصله را صرف

فریدون:
توانایی‌ها و امکانات مادی من محدود است و من هرگز پیشکسوتان را کنار نمی‌گذارم تا گروه جوانی را وارد کار کنم. من فرصت‌گزینش افراد جدید را ندارم. زیرا مانند بخش دولتی، از بودجه و امکانات کافی بهره‌مند نیستیم. برای این‌که تمرکز را روی محتوا و تولیداتم بگذارم، باید بخشی از دغدغه‌های جانبی را کم‌تر کنم. پس به سراغ افرادی می‌روم که به عملکردشان اطمینان دارم

می‌کنم که کار خوب را پیدا کنم.

باباوند: در روند تولید یک اثر چگونه است و چه اتفاقاتی باید بیفتد که یک محصول مخاطب را جذب کند و رضایت وی را به دست آورد؟ اگر چه مجموعه‌ای از عوامل صنعت نشر است که این موضوع را به نتیجه می‌رساند، در صنعت نشر متأسفانه این تجربه‌ها، تجربه‌های فردی و شخصی است که قابلیت انتقال ندارد که دیگران بتوانند از این تجربیات استفاده کنند و قدم‌های بعدی را بدون اشتباه و یا با حداقل اشتباه بردارند. راجع به این انتقال تجربه‌ها در فرایند تولید، چه کاری باید انجام شود که تا به حال انجام نشده است؟ مثلاً انجمن ناشران، شاید می‌توانست با برگزاری کلاس‌ها و کارگروه‌های تخصصی، این تجربیات را منتقل کند و ناشرانی را که می‌خواستند به این حرفه وارد شوند، با تجربیات گذشته، برای عدم تکرار تجربیات مشابه آشنا کند و ناشران یخته را گرد هم آورد و راجع به مسائل نشر کودک و نوجوان جلسات تخصصی برگزار کند. این اتفاق‌ها تا امروز نیفتاده است و اگر هم بوده، اتفاقات داخلی، بدون برنامه و زود گذر بوده است. شما به عنوان یک ناشر موفق، فکر می‌کنید چه راهکارهایی را ما هنوز تجربه نکرده‌ایم و باید به این سو حرکت کنیم؟

فریدون: ما در بستر فعالیت‌های انجام شده، به این نتیجه رسیدیم که باید برنامه‌های نشر را خودمان سامان‌دهی کنیم و منتظر مؤلف ماندن، کار عاقلانه‌ای نیست و این که برای ماندن و رشد در عرصه نشر باید تکلیف‌مان با خودمان و تولیدات‌مان مشخص باشد و از رقابت‌های بی پایه و اساس هم فاصله بگیریم که نیروی انسانی را به هدر می‌برد و نتیجه‌ای هم ندارد. مثلاً امروز کپی کردن از ناشران موفق، از لحاظ موضوع و یا عنوان، زیاد اتفاق می‌افتد که به لحاظ اخلاق صنفی مذموم است، ولی اتفاق می‌افتد. هم‌چنین، دادن مجوزها و تخفیفات به این امور دامن می‌زند. وقتی ناشر حرفه‌ای عمل نکند و فقط به بازار توجه کند و کاری تولید کند که نتواند بفروشد، دست به ارائه تخفیفاتی می‌زند که از لحاظ اقتصادی هیچ منطقی ندارد و کلا وارد وادی‌های ناسالم این عرصه می‌شود و با ورود به این عرصه، درگیر مسائلی می‌شود که از کارهای اصلی عقب می‌افتد. ما به نتیجه‌ای رسیدیم که ورود به این مسائل، بی پایه است و از این روند فاصله گرفتیم و به کارهای ماندگار روی آوردیم که مورد نیاز مخاطب هم باشد و امیدوارم به جایی برسیم که بر اساس توانایی‌های مختصری که داریم و با مدیریت و برنامه‌ریزی منسجم، به سازمان‌دهی مورد نیاز دست پیدا کنیم. پس ما روند حرکت را مشخص کرده‌ایم و کلید کار، در سال ۷۶ زده شد و سه تا از این کتاب‌ها بعد از ۱۴ سال آماده شد و چهارمی هم همین امسال در می‌آید. دو تای دیگر معلوم نیست چهار و یا پنج سال دیگر در بیاید. پس بر اساس این روند، مخاطب‌شناسی کردیم و خلأها را پیدا کردیم و نویسندگانی را به کار گرفتیم که در این زمینه‌ها تا به حال کار نکرده بودند؛ به ویژه در بخش تألیف، چون روی دایره‌المعارف برای کودکان تا به حال کسی کار نکرده بود، نیازمند این بود که از سایر کارها فاصله بگیریم. مثلاً دیگر فرصتی نبود که با نوکلیمان کار بکنیم. پس طراحی کردیم که برای آینده چه کارهایی باید انجام دهیم. ما به برنامه‌ریزی خود تکیه کردیم و به جای این که سفارش بگیریم، سفارش دادیم. لذا باید به دنبال ساختن بسترهای تولید هم می‌بودیم و در این کار، اگر لوازم مناسب موجود نبود، معلوم نمی‌شد چه زمانی به نتیجه می‌رسیدیم. در این روند صبوری کردیم تا این که در سال ۷۸، ناشر سال شدیم و بعد از آن نیز ما در مسیر برنامه‌های خودمان حرکت کرده‌ایم. زیرا معتقدیم کار خوب جایش را پیدا می‌کند. این روند باعث شد ما نشر خود را سامان بدهیم و بعد از آن ما حروف چین، مدیر هنری و ویراستار، مؤلف علمی حرفه‌ای و... داشتیم. این اتفاقات افتاد و سعی کردیم از راهبرد اصلی تخطی نکنیم تا این که این کار رشد کرد و ما علاوه بر هزینه‌های متعارف، هزینه‌های دیگری هم داشتیم، ولی چون به کار اعتقاد داشتیم، به حرکت خود ادامه دادیم و سرانجام، حاصل سال‌ها صبوری نتیجه داد. اگر چه هزینه کتاب‌های فرهنگی من را هیچ کدام از ناشران تا به حال انجام ندادند، زیرا این کتاب کودک، چهارصد عدد تصویر کشیدنی دارد که شما خودتان هزینه آن را برآورد کنید. در نتیجه، ما خودمان با مخاطب شناسی، برنامه ریزی، سفارش، هدایت، نظارت و تولید، امروز به نتیجه رسیدیم. من به مؤلف این کتاب‌های فرهنگی گفتم اگر امروز هیچ کس هم از این کار استقبال نکند، من به لحاظ درونی خرسندم؛ چون معلم بودن و یک قدم کوچک برای بچه‌ها برداشتن که حاصل آن خستگی چندین ساله را از تنم در آورد.

باباوند: به عنوان آخرین سؤال، آخرین بار که در حوزه کتاب کودک و نوجوان از موضوعی ذوق زده شدید، چه زمانی بوده است؟

فریدون: نشر کتاب فرهنگ فارسی بچه‌های امروز بود که فرهنگ چهار رنگ فارسی برای کودکان است. احساس کردم تمام خستگی را از تن من به در برد و بیشتر از مؤلف، من از تولید آن راضی و خوشحالم.

طائب: ما مجموعه شعری منتشر کردیم که سال‌ها از ما انرژی گرفت و سال قبل منتشر شد. یک مجموعه چهار بخشی از چهار شاعر بود. آن چه مرا بیشتر ذوق زده می‌کند، جلب نظر مخاطب است که در این اثر اتفاق افتاد. یک مجموعه از زمانی که طرح آن ارائه می‌شود، تا تبدیل به کتاب شود، دوره زمانی خود را می‌طلبد، ولی این زمانی به نتیجه می‌رسد که با استقبال مخاطب روبه رو شود.

باباوند: با تشکر از شما که در این نشست شرکت کردید.

باباوند:
انجمن ناشران،
شاید می‌توانست
با برگزاری
کلاس‌ها و
کارگروه‌های
تخصصی، این
تجربیات را
منتقل کند و
ناشرانی را
که می‌خواستند
به این حرفه
وارد شوند،
با تجربیات
گذشته، برای
عدم تکرار
تجربیات مشابه
آشنا کند و
ناشران پخته را
گرد هم آورد و
راجع به
مسائل نشر
کودک و نوجوان
جلسات
تخصصی
برگزار کند