

کتابهای بازاری و مسئله‌ای به نام نظارت

علی اصغر سیدآبادی

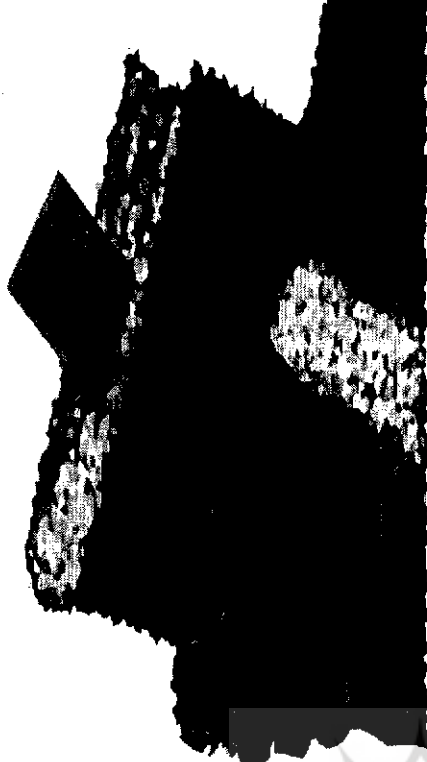
در این مقاله، دو پیش فرض اساسی بدیهی انگاشته شده است: اول اینکه کتابهای بازاری به رغم نبود تعریفی دقیق در ادبیات این بحث، دارای تلقی‌های مفهومی نزدیک به هم است. وقتی می‌گوییم کتاب بازاری، حداقل می‌توان مجموعه مشترکی از کتابها را انتخاب کرد که اکثریت صاحب نظران بر بازاری بودن آنها صحه بگذارند.

دوم اینکه کتابهای بازاری اگر در انتشار و توزیع با محدودیت و کنترل روبه‌رو نشوند، می‌توانند آسیبهایی جدی به کودکان و نوجوانان (مخاطبان) وارد آورند. این آسیبهها به دو صورت بی‌واسطه و با واسطه بروز می‌کنند. اثرات بی‌واسطه این کتابها در ذات آنها نهفته است و تأثیراتی را شامل می‌شود که به طور مستقیم بر مخاطب می‌گذارد، مثل تنزل سطح سلیقه، اخلال در فرایند تعلیم و حتی تربیت و....

اثرات با واسطه نیز به دلیل تأثیر این کتابها بر بازار کتاب کودک و نوجوان و حذف کتابهای جدی و به تعبیری فرهنگ ساز، بروز می‌کند.

نظارت پیشینی و کتابهای بازاری

نظام نظارت بر کتابهای کودک و نوجوان در ایران، نظارت پیشینی است. تبصره ۲ ماده ۵ مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در اردیبهشت ماه ۱۳۶۷ می‌گوید: «نظارت هیئت مزبور از حیث شکل و محتوای کتب کودکان و نوجوانان و انطباق آنها با فرهنگ اسلامی و ایرانی و اصول تربیتی خواهد بود و این نظارت باید قبل از چاپ و نشر



کتاب انجام گیرد»

این مصوبه همچنین هیئتی را تحت عنوان «هیئت نظارت بر نشر کتابهای کودکان و نوجوانان» پیش‌بینی کرده و به آن مأموریت داده است که آیین‌نامه‌ای را برای نظارت بر کتابهای کودکان و نوجوانان تدوین کند.

هیئت نظارت پس از شکل‌گیری، طی جلساتی متعدد به تدوین این آیین‌نامه پرداخته و پس از آخرین اصلاحات در سال ۱۳۷۳، آن را به تصویب رسانده است.

آیین‌نامه نظارت بر کتابهای کودکان و نوجوانان در موارد متعددی انتشار کتابهای بازاری را منع کرده است. بیشترین تأکید آیین‌نامه در منع کتابهای بازاری به کتابسازی بر اساس برنامه‌ها و کارتهای تلویزیونی اختصاص یافته است.

به رغم وجود این آیین‌نامه و جدیت متولیان نظارت، در اغلب دوره‌ها به جز یکی-دو سال، کتابهای بازاری همیشه وجود داشته و به عنوان پدیده‌ای در حوزه ادبیات کودک و نوجوان مطرح بوده است.

به بیانی دیگر می‌توان گفت نظام نظارت پیشینی، در مبارزه با کتابهای بازاری توفیق چندانی به دست نیاورده است و گونه‌های مختلف این کتابها همیشه در فرایند نشر کتاب کودک تأثیر گذار بوده‌اند، هر چند که گاهی گونه‌هایی از آن در کوتاه مدت حذف شده است.

در میان کارکردهای نظارت پیشینی درباره این کتابها، نمی‌توان کارکرد حساسیت برانگیزانه و ایجاد تب را ندیده گرفت. این نظام همیشه به جای آگاهی دادن به مخاطبان کتابها و والدین آنها، از نشر گونه‌هایی از این کتابها جلوگیری کرده است. در واقع به جای آموزش ماهیگیری، برایشان ماهی گرفته است.

و مسائلی از این دست.

گفتنی است که کارآیی این نوع نظارت در مواقعی که منافع اقتصادی ناشران اقتضا کند، به پایین‌ترین حد خود می‌رسد. بعضی از ناشران با توسل جستن به شیوه‌های غیرقانونی مثل چاپ قاچاقی، چاپ بیش از تیراژ مندرج در مجوز، چاپ به دفعات مکرر با یک مجوز و... ممنوعیت‌های تحمیلی به کتابهای بازاری را به هم می‌زنند و سیستمهای نظارتی نیز به رغم جدیت و تلاششان، قادر به مقابله با آنها نیستند.

• نظام نظارت پیشینی همیشه به جای آگاهی دادن به مخاطبان کتابها و والدین آنها، از نشر گونه‌هایی از این کتابها جلوگیری کرده است. در واقع به جای آموزش ماهیگیری برایشان ماهی گرفته است.

اقدامات پسینی در محدود کردن کتابهای بازاری

گفتیم که نظارت پیشینی تاکنون در مبارزه با کتابهای بازاری ناموفق بوده و از سوی دیگر محدود کردن چنین کتابهایی ضرورت دارد. در چنین شرایطی چه باید کرد؟ آنچه در ادامه خواهید خواند، پیشنهاداتی است با ذکر دلایلی چند و البته بدون مطالعه و بررسی در توابع و عواقب آنها.

الف - اصلاح نظام توزیع کتاب کودک و نوجوان
نظام توزیع کتاب کودک و نوجوان در ایران نظامی معیوب است. یکی از ناشران کتاب کودک و نوجوان با مقایسه نمایشگاه‌ها و مراکز عرضه مستقیم و بی‌واسطه کتاب به کودکان و نوجوانان و مؤسسات و مراکز توزیع کتاب کودک و نوجوان می‌گفت در نمایشگاه‌ها آمار فروش کتابهای جدی‌تر و باارزش‌تر بالاتر است در حالی که مراکز توزیع، خواهان کتابهای بازاری‌اند.

از سوی دیگر، سلیقه‌ها و گرایشهای متولیان نظارت سهم زیادی در نظام نظارت پیشینی دارد. در این نظام، تصمیم‌گیری بر عهده افراد معدود و گاه تنها یک نفر نهاده می‌شود و بدیهی است که افراد معدود هر چقدر هم کارشناسانه نظر بدهند، نمی‌توانند از دخالت گرایشها و سلیقه‌های خود جلوگیری کنند. به همین دلیل است که سیاست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در قبال این نوع کتابها، در دوره‌های متوالی سیاستی واحد نبوده و گاه کاملاً در جهت مخالف هم عمل کرده است. می‌توان گفت این سیاست‌ها در طیفی که یک سوی آن منع مطلق این کتابها بوده و سوی دیگرش آزادی مطلق آنها، در نوسان بوده است.

حال به این ضعفها که در ذات نظام نظارتی نهفته است، ضعفهای عرضی را هم اضافه کنید. ضعفهایی همچون نبود آشنایی تصمیم‌گیران نهایی نظارت با ادبیات کودک و نوجوان، سوءاستفاده‌های احتمالی

تصویرگری و همچنین پایین تر بودن حق ترجمه از حق التألیف، هزینه کمتری صرف می شود.

در بازار رقابت، قیمت پایین پشت جلد این کتابها در کنار قیمت بالای کتابهای جدی که تولیدش هزینه بیشتری را می طلبد، به سود کتابهای بازاری تمام می شود.

یکی از راه های محدود ساختن کتابهای کارتونی افزایش هزینه تولید آنهاست که اجرای قانون کپی رایست این امکان را فراهم می آورد. در صورت پیوستن جمهوری اسلامی ایران به کپی رایست، برای انتشار هر ترجمه ای باید حقوق مؤلف یا ناشر آن را پرداخت. با توجه به اینکه حق التألیف و هزینه تصویرگری در کشورهای دیگر نسبت به کشور ما بسیار بالاتر است، هزینه انتشار کتابهای ترجمه ای بازاری بالاتر رفته و به تبع آن قیمت پشت جلد آن

نظام سنتی توزیع کتاب کودک و نوجوان، یکی از دلایل رونق بازار کتابهای بازاری است. معیارها و ملاکهای گزینش متولیان این نظام، غیر علمی و غیر کارشناسانه و مبتنی بر سلیقه های شخصی و عوامانه است. سطح سواد این متولیان پایین است و برداشتها و سلیقه های خود از کتاب، بازار و مخاطب را بر ناشران تحمیل می کنند و می توانند ناشران نوپای فرهنگی را به راحتی از گردونه نشر خارج کنند.

بازار توزیع این نظام، کتابفروشی های معتبر خیابانها نیست، بلکه کتابفروشی های کوچک محله ای در تهران و کتابفروشی های شهرستانها در انحصار این نظام بوده و اغلب کودکان و نوجوانان نیز به دلیل ویژگی هایشان مشتری کتاب فروشی های محله ای اند.

● سیاست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در قبال این نوع کتابها در دوره های متوالی سیاستی واحد نبوده و گاه کاملاً در جهت مخالف عمل کرده است.

نیز بیشتر خواهد شد. در نتیجه شانس کتابهای جدی در رقابت با آنها افزایش خواهد یافت.

ج - اجرای قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان

در سال ۱۳۴۸ در کشور ما قانونی تحت عنوان «قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان» به تصویب مجلس سنأ رسید. این قانون با همه اشکالاتش که برخی از آنها به دلیل روز آمد نبودن مفاد آن است، می تواند در محدود کردن کتابهای بازاری نقش به سزایی داشته باشد. ماده ۱۷ این قانون می گوید: «نام و عنوان و نشانه ویژه ای که معرف اثر است از حمایت این قانون برخوردار خواهد بود و هیچ کس نمی تواند آنها را برای اثر دیگری از همان نوع یا مانند آن به ترتیبی که القاء شبیه کند، به کار برد.»

از سوی دیگر، تیراژ قابل توجهی از کتابهای

اصلاح نظام توزیع و شکستن انحصار آن به دست متولیان باسوادتر و فرهنگی تر می تواند تا حدود زیادی به محدودیت کتابهای بازاری و توزیع کتابهای جدی کمک کند. در سالیان اخیر کوششهایی برای شکستن انحصار توزیع صورت گرفته است که نمونه موفق آن «انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان» است، اما این کوشش کتابفروشی های کوچک محله ای را هدف نگرفته است، بلکه تقاطعی را هدف گرفته که نظام سنتی در آن راهی نداشته و در واقع بازارهایی جدید به وجود آورده است.

ب - پیوستن به کپی رایست

یکی از دلایل فراوانی چشمگیر کتابهای بازاری - بخصوص در بخش ترجمه - پایین بودن قیمت پشت جلد این کتابهاست. برای انتشار این کتابها به دلیل برخورداری از تصویر و عدم پرداخت هزینه

اجرای آن در اغلب موارد منوط به «شکای» خصوصی است، در واقع تاکنون کارگردی نداشته است. البته ذکر این نکته خالی از لطف نیست که اغلب نویسندگان و مؤلفان خوش ندارند دعوای و دعوی‌هایشان را به دادگاه ببرند. چه بسا این پدیده به دلیل بی‌اعتمادی آنان به نظام قضایی کشور باشد که از موقع تصویب این قانون تاکنون سابقه‌ای چندان خوب به جا نگذاشته است.

د - اصلاح نظام حمایتی از کتاب

در جمهوری اسلامی ایران، نهادها و سازمانهای مختلف به طور مستقیم و غیرمستقیم از کتاب با نوع بخصوصی از کتاب حمایت می‌کنند. این حمایتها به صورت خریده‌های کلی، اعطای وامها و تسهیلات مختلف، برگزاری نمایشگاه‌ها و... می‌باشد.

بازاری - بخصوص در بخش تألیف - نوعی کپی و الگوبرداری از کتابهای موفق از نظر تجاری است. نمونه کاملاً روشن آن مجموعه کتابهای «حسنی» است. برای اولین بار در اوایل دهه ۶۰ انتشارات گزارش - کتابهای لاکچر است - این شخصیت را در کتابی به نام «حسنی نگوی به دسته گل» خلق کرد که با اقبال عامه روبه‌رو شد و هنوز تجدید چاپ می‌شود و یکی از پرفروش‌ترین کتابهای کودکان و نوجوانان ایران است، اما ماجرای حسنی به همین جا خاتمه نیافت و از آن پس ناشران و مؤلفان مختلفی از آن تقلید کرده و کتابهایی نسبتاً پرتیراژ ساخته‌اند.

به عنوان نمونه‌ای دیگر می‌توان به کتابهای نام آشنای «قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب» مهدی آذرزیدی اشاره کرد که پس از توفیق نسبی تجاری،

• یکی از دلایل رونق بازار کتابهای بازاری، نظام سنتی توزیع کتاب کودک و نوجوان است.

• یکی از راه‌های محدود ساختن کتابهای کارتونی افزایش هزینه تولید آنهاست که اجرای قانون کپی رایت این امکان را فراهم می‌آورد.

بزرگترین مرکز حمایتی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این وزارتخانه در بخش مهمی از سیاستهای حمایتی خود تفکیکی بین کتابهای بازاری و غیربازاری (جدی) قائل نیست. اعطای وام و تسهیلات در این وزارتخانه بر اساس ملاکهای کمی انجام می‌گیرد، نه ملاکهای کیفی. در حالی که می‌تواند با تفکیک بین این کتابها و تفکیک بین ناشران بازاری و ناشران جدی، در سیاستهای حمایتی خود اصلاحاتی به وجود آورد که در جهت محدود کردن کتابهای بازاری و افزایش کتابهای جدی باشد.

مراکز و نهادهای دیگر نیز می‌توانند با توجه به این نکته، سیاستهای خود در زمینه کتاب را اصلاح کنند.

ناشران مختلف از عنوان آن برای ساختن کتابهای پرفروش سود جستند که آقای آذرزیدی در نامه‌ای به مسئول اسبق واحد کتاب کودک و نوجوان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به این سوء استفاده اعتراض کرده است.

بر طبق قانون حمایت از مؤلفان و مصنفان، استفاده از نام، عنوان و نشانه ویژه‌ای که معرف اثر باشد، ممنوع است و نویسنده کتاب «حسنی» و همچنین نویسنده کتابهای «قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب» می‌توانستند با مراجعه به دادگاه، شکایت کرده و از انتشار کتابهای یاد شده جلوگیری کنند.

اجرای این قانون می‌توانست در محدودیت کتابهای بازاری نقش مهمی ایفا کند، اما از آنجا که

۵- آگاهی دادن به خانواده‌ها و مربیان

آگاهی دادن به خانواده‌ها و مربیان تنها یک اقدام پسینی نیست بلکه جنبه پیشینی هم دارد و می‌توان همیشه از آن به عنوان اقدامی اساسی یاد کرد.

در این زمینه، تلویزیون می‌تواند اصلی‌ترین نقش را ایفا کند و با تولید و نمایش برنامه‌هایی جذاب، به آثار مخرب کتابهای بازاری پرداخته و کتابهای جدی را معرفی و تبلیغ کند. دیگر رسانه‌های جمعی نیز در کنار تلویزیون می‌توانند به این مهم بپردازند.

این آگاهی‌ها باید با این هدف ارائه شوند که انتخاب کنندگان و خریداران کتاب را به ملاکها و معیارهایی کارشناسانه‌تر مجهز کند. انتشار فهرستهای هفتگی و ماهانه از کتابهای خوب و مناسب که توسط عده‌ای از کارشناسان صورت بگیرد و نیز ذکر دلایل این انتخاب و توزیع آن در سطحی وسیع، تا حدودی به این مهم کمک خواهد کرد.

• بزرگترین مرکز حمایتی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. این وزارتخانه در بخش مهمی از سیاستهای حمایتی خود تفکیکی بین کتابهای بازاری و غیربازاری (جدی) قائل نیست.

اصلاح فرایند انتخاب کتاب سال در مراکز و نهادهای متعدد و تبلیغ فراوان درباره آن نیز می‌تواند تا حدود زیادی تأثیر گذار باشد.

مشکلی دیگر

یکی از مشکلات اساسی در محدود کردن کتابهای بازاری و افزایش کتابهای جدی در حال حاضر، نبود مراکز الگودهنده مناسب است. در سالهای گذشته، یکی از مراکزی که این وظیفه

را بر عهده داشت، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بود که با انتشار کتابهای مناسب، الگوهایی عینی را فراهم می‌کرد، اما در سالهای اخیر نقش خود را در حوزه کتاب تا سطح ناشری معمولی تنزل داده و بیشتر از آنکه دغدغه‌اش فراهم آوردن الگویی مناسب از نظر شکل و محتوا باشد، بیشتر دغدغه‌های ایدئولوژیک و سیاسی را مد نظر قرار داده است، که البته به جای خود و از سوی نهادهای دیگری همچون سازمان تبلیغات اسلامی، امری لازم است.

از دیگر مراکزی که در سالهای گذشته این نقش را ایفا می‌کرد - اما به دلیل سیاستهای خاص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دوره مهندس میرسلیم حذف شد - ستاد تصویرگران بود که با برگزاری سه دوره نمایشگاه آسیایی و بین‌المللی تصویرگری کتاب کودک و نوجوان، در ارائه الگویی مناسب در حوزه تصویرگری کتاب کودک و نوجوان توفیقی بی‌نظیر کسب کرد.

حوزه دیگری که باید نقش الگودهنده‌ای داشته باشد، انتخاب کتاب سال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، که طی سالهای برگزاری و بخصوص سالهای اخیر، نتوانسته است حداقل رضایت قاطبه پدیدآورندگان کتاب کودک و نوجوان را به دست آورد.

به هر حال، امروزه نبود الگوهای مناسب در حوزه کتاب کودک و نوجوان و مراکز الگودهنده بسیار محسوس است و می‌تواند تأثیری مخرب بر حوزه کتاب کودک و نوجوان بگذارد. در مقابله با کتابهای بازاری، به جایگزینهای مناسبی نیاز است که این مراکز باید آن را فراهم کنند و به دلیل نبود این مراکز و الگوها، مقابله با این کتابها، مقابله‌ای کارا نخواهد بود و شایسته است که سیاستگذاران فرهنگی کشور در این مسئله نیک بیندیشند و تفاوت در وظایف و اهداف سازمانهای مختلف را مدنظر قرار دهند.