

اقتصاد نشر ایران گلخانه‌ای است

گزارشی از میزگرد «اقتصاد نشر» در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

انجمن نویسندگان و نوجوانان، با همکاری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، میزگرد «اقتصاد نشر» را در یازدهم آبان ماه ۸۱ برگزار کرد. حمیدرضا شاه‌آبادی، محمدهادی محمدی، علیرضا کرمانی و شهرام اقبال‌زاده در این میزگرد، درباره اقتصاد نشر در حوزه کتاب کودک و نوجوان گفت‌وگو کردند.

دارد. برای مثال، نمی‌توان گفت که محصولات فرهنگی نیز مثل خوراک، پوشاک و... می‌توانند در یک بازار رقابتی آزاد، راه خود را باز کنند و دوام آورند. اقتصاددانانی که در حوزه اقتصادفرهنگ کار می‌کنند، می‌گویند که نیاز به کالاهای فرهنگی مانند کتاب، برعکس کالاهای دیگر که اغلب مردم آن‌ها را به عنوان نیازهای ضروری تلقی می‌کنند، به فوریت ارضا نمی‌شود و مردم می‌توانند آن را به تأخیر بیندازند. این درحالی است که نیاز جامعه به آگاهی، نیازی واجب و فوری است. به همین دلیل هم باید از این روند حمایت شود تا جریان آن سرعت یابد. زیرا اگر یک کنشگر، در بازار آزاد اقتصاد بخواهد از بین کالاهایی مانند کتاب، پوشاک و خوراک، کالایی انتخاب کند، خصوصاً در جوامعی مانند کشور ما که اغلب فقیر ارزیابی می‌شوند، این انتخاب اغلب به سمت کالاهایی مثل خوراک و پوشاک سوق داده می‌شود. به این دلیل است که می‌گویند نهادها و مراکزی که درآمدهای عمومی را در اختیار دارند، باید در این زمینه هزینه کنند. دلیل دیگری که ذکر می‌شود، این است که کالای فرهنگی یا مصرف کالای فرهنگی مثل کتاب، دارای نفع همگانی است. درست است که من نوعی از یک کتاب خاص استفاده می‌کنم، اما بازده درازمدت آن، این است که کتابخوانی از من یک شهروند خوب به جامعه تحویل می‌دهد و در اختیار داشتن و حضور شهروندان خوب در جامعه، نفعی است که به عموم باز می‌گردد. از این رو، استدلال می‌شود وقتی یک کالای مصرفی برای جمع زیادی از مردم سود دارد، منطقی نیست که توقع داشته باشیم افرادی معدود، هزینه تولید آن را بپردازند و یا فقط عده خاصی آن را مصرف کنند. بنابراین عموم مردم باید در پرداخت هزینه‌های آن مشارکت کنند. کتاب چنین کالایی است، دلیل دیگری که برای دولتی بودن نشر کتاب،



همایش بررسی وضعیت کتاب کودک و نوجوان

● به مناسبت هفته کتاب کودک ۱۱ آبانماه ۱۳۸۱

نظر نمی‌رسد که چاره‌ای جز این داشته باشیم. البته این حرف، به آن معنا نیست که حضور دولت یا نحوه اقدامات فعلی دولت در سازمان نشر کشور و به ویژه نشر کتاب‌های کودکان و نوجوانان قابل انتقاد نباشد. اقتصاد نشر در ایران دولتی است و شاید در بسیاری از کشورهای دیگر نیز چنین باشد. در این مورد، دو دلیل عمده وجود دارد: یکی این که ویژگی‌های اقتصاد فرهنگ و محصولات فرهنگی در اقتصاد، به گونه‌ای است که نمی‌توانیم آن را مانند سایر محصولات بمانیم که در بازار آزاد اقتصاد وجود

اقبال‌زاده: یکی از معضلات اساسی کتاب و کتابخوانی بر می‌گردد به مسئله کلان اقتصاد نشر. در واقع سیاستگذاری کلان توسعه کتابخوانی، از این حوزه شروع می‌شود و بدون یک سیاست کلان درست، علمی و درازمدت، توسعه فرهنگی اتفاق نخواهد افتاد. از طرفی، توسعه فرهنگی تبلور مشخص خودش را در افزایش تیراژ کتاب نشان می‌دهد.

کرمانی: شاید بهتر باشد صحبت‌ها را با یک ادعا شروع کنیم؛ اقتصاد نشر در کشور ما دولتی است و به



طوری که می‌توان به راحتی ادعا کرد که سیاست‌های حمایتی دولت از نشر کتاب به طور عام و به شکل خاص آن، یعنی نشر کتاب کودک در کشور، ناشر محور است. البته این نوع سیاست، تبعاتی هم دارد. فی‌المثل کسانی که با نیت‌های خیر این برنامه‌ها را شروع کرده‌اند، دوست داشتند اقتصاد ما به سمتی پیش برود که دخالت دولت کم‌تر شود. به عبارتی، این سیاست‌گذاران فرهنگی می‌خواستند توزیع ناشران دولتی و غیردولتی و نیز توزیع ناشران شهرستانی و تهرانی طبیعی‌تر شود. هم‌چنان که چنین نیتی را در مورد توزیع نویسندگان و پدیدآورندگان شهرستانی و تهرانی هم داشتند.

با وجود این، یافته‌های ما از بررسی سیاست‌های حمایتی دولت در نشر کتاب، این مسئله را تأیید نمی‌کند. براساس تحقیقی که در سال ۱۳۶۰ صورت گرفت، نسبت نویسندگان شهرستانی به کل نویسندگان (نویسندگانی که در سال یک کتاب تولید کرده بودند) ۱۸/۱۸ درصد و در سال ۶۲، ۴۲ درصد. سپس در سال ۶۳، این نسبت به ۴۳ درصد، در سال ۶۴ به ۵۸ درصد، در سال ۶۶ به ۴۹ درصد و در سال ۶۷ به ۵۶ درصد می‌رسد. در حالی که این نسبت در نیمه دوم دهه هفتاد که اوج سیاست‌های دولتی ناشر محور است، در سال ۷۶ به ۶ درصد، در سال ۷۷ به ۱۱ درصد و در سال ۷۹ به ۸ درصد می‌رسد.

یکی از نتایج این امر، افزایش نرخ رشد ناشران بوده؛ البته نه به گونه‌ای که بگوییم سازمان نشر ما رشد یافته است.

در سال ۶۰، تعداد ناشران فعال تهرانی در حوزه کتاب کودک، ۳۷۹ ناشر بود. این تعداد در سال ۶۵، به ۸۵۸ و در سال ۷۰، به ۸۷۰ ناشر رسید. سرعت این رشد بی‌رویه به حدی بود که در سال ۷۹، فقط

خصوصاً در کشور ما اقامه می‌کنند، ویژگی اقتصاد در کشور ماست. اقتصاد در کشور ما دولتی است و دلیل هم دارد. بیشتر از ۵۰ درصد درآمد ملی ما، از منابع معدنی، خصوصاً نفت حاصل می‌شود.

هیچ کس نمی‌تواند پیشنهاد کند که این منابع را به بخش خصوصی واگذار کنیم و مدعی باشد که چنین پیشنهادی عادلانه است. در عمل هم چنین چیزی ممکن نیست. از این رو و به دلیل این که عمده درآمدهای کشور در دست دولت است و دولت هم در واقع به نمایندگی عموم این هزینه‌ها را استحصال و مصرف می‌کند، وظیفه دارد در جاهایی که عام‌المنفعه است، مصرف کند. این موضوع فقط به کشور ایران و حتی به کشورهایی که اقتصاد دولتی و نفتی دارند هم محدود نمی‌شود. کارشناسان اقتصاد فرهنگ در اغلب کشورها، با ذکر دلایل متعدد و مبتنی بر داده‌های اجتماعی و اقتصادی، خواهان این هستند که دولت در این زمینه‌ها هزینه کند. انگلستان سالانه فقط چندین میلیون دلار مصرف یک بخش فرهنگی، مانند تئاتر می‌کند. این هیچ عیبی ندارد و هیچ کس هم برای این کار، دولت انگلیس را سرزنش نمی‌کند.

البته، تمام این‌ها به معنای آن نیست که حضور و دخالت دولت در این زمینه، بی‌نقص بوده است. دخالت دولت در اقتصاد نشر کتاب در کشور ما به یک عبارت آماری، دچار «چولگی» است. در واقع، از حمایت و دخالت دولت در این عرصه، گروه‌های خاصی سود می‌برند. اگر اقتصاد نشر یا سازمان نشر را مثلی بدانیم که از سه رأس نویسنده، ناشر و مصرف‌کننده تشکیل می‌شود، نحوه دخالت‌های دولت و خصوصاً وزارت ارشاد در دهه گذشته، چولگی خاص و معناداری به طرف ناشران داشته است.



اقبال زاده:
یکی از معضلات اساسی کتاب و کتابخوانی بر می‌گردد به مسئله کلان اقتصاد نشر. در واقع سیاست‌گذاری کلان توسعه کتابخوانی، از این حوزه شروع می‌شود و بدون یک سیاست کلان درست، علمی و درازمدت، توسعه فرهنگی اتفاق نخواهد افتاد. از طرفی، توسعه فرهنگی تبلور مشخص خودش را در افزایش تیراژ کتاب نشان می‌دهد.

در تهران ۱۹۳۵ ناشر داشتیم. متأسفانه این نمودار کاملاً صعودی و پایدار، نشانه آن نیست که نشر و سازمان نشر کشور قوی شده و بُنیه گرفته است. یکی از شاخص‌های سنجش میزان پایداری و استواری صنعت نشر، معدل تعداد محصولات و تولیدات ناشران است. از حدود پنج هزار ناشر کشور، به سختی می‌توان صد ناشر یافت که به معنای واقعی کلمه ناشر بوده و در سال صد کتاب منتشر کرده باشند. توزیع نسبت ناشران شهرستانی به کل ناشران هم از همین قضیه حکایت می‌کند. یکی از اهداف هر نوع سیاستی که وجهه اجتماعی دارد، گسترش عدالت اجتماعی است؛ این که وضعیت توزیع نرمال‌تر شود و افراد بیشتری به این منابع دسترسی داشته باشند. بیابید دوباره به آمارها نگاهی کنیم: در سال ۶۰ نسبت ناشران شهرستانی به کل ناشران کشور ۱۵ درصد، در سال ۶۴، ۳۲ درصد، در سال ۶۵، ۲۵ درصد، در سال ۶۶، ۲۳ درصد، در سال ۶۷، ۲۵ درصد و در سال ۷۰، ۲۲ درصد بوده است. این نسبت در سال‌های نیمه دوم دهه هفتاد، روند نزولی داشت و در سال ۷۷ به ۲۵ درصد، در سال ۷۸ به ۲۴ درصد و در سال ۷۹ به ۲۱ درصد رسید. این‌ها علائم آسیب‌شناختی این نوع سیاست‌ها است که به ما هشدار می‌دهند. اگر چه در این سیاست‌ها منطقی نهفته نیست که بتوانیم با منطق خودشان این‌ها را ارزیابی کنیم، با در نظر گرفتن عدالت اجتماعی یا توزیع نرمال، به این نتیجه می‌رسیم که این سیاست‌ها، سیاست‌های موفق نبوده و یک جانبه بوده است. ده سال است که وزارت ارشاد روی بخش خاصی از فرآیند نشر و سازمان نشر تأکید می‌کند. در حالی که نشر حداقل روی دو پایه قرار دارد: تولیدکنندگان فکر که نویسندگان هستند و مصرف‌کنندگان. ارشاد در مورد این بخش‌ها کاری صورت نداده است و به نظر می‌رسد که اگر ارشاد یا دولت بخواهد کاری انجام دهد، دهه ۸۰ باید سرآغاز گردش سیاست‌های دولتی به سمت این دو رأس، یعنی مصرف‌کنندگان و نویسندگان کتاب باشد.

اقبال زاده: این بحث را می‌توان در ذیل رویکرد خصوصی‌سازی و سپردن امور به بخش خصوصی نیز گنجانند. آقای کرمانی به نکته درستی اشاره کردند. اگر سیاست خاصی در بین بوده و برنامه‌هایی در این زمینه در نظر گرفته شده که به هر حال به نوعی وجود داشته، این سیاستگذاری‌ها تا چه حد درست بوده است؟ آیا بخش دولتی به اندازه کافی کارا بوده و مدیریت درست و سیاستگذاری درست داشته یا نه؟ آیا به صورت انحصاری برخورد نکرده؟ آیا امکان بسترسازی را برای رقابت بخش خصوصی آماده کرده یا نه و آیا بخش خصوصی ما تولید فرهنگی درآمدزا و انباشت حاصل از درآمد کار فرهنگی داشته یا نه؟ اگر قرار باشد باز هم بخش خصوصی «رانت» بگیرد، چه تفاوتی با بخش دولتی

دارد؟ مسئله، مسئله اقتصادی شدن تولید فرهنگی در کشور است. کتاب به عنوان یک کالای فرهنگی باید اقتصادی و سودآور شود.

شاه‌آبادی: من موضوع اقتصاد نشر را از سه زاویه می‌بینیم. نخست اقتصاد نشر را به عنوان زیرمجموعه‌ای از اقتصاد عمومی کشور، سپس به طور مجزا به عنوان یک واحد اقتصادی و سرانجام، کارکرد و تعامل این حوزه از اقتصاد را با جامعه مورد بحث قرار می‌دهم.

اقتصاد نشر را در وهله اول نمی‌توان جدای از کلیت اقتصاد کشور محسوب کرد. وقتی تولیدکنندگان صنایع غذایی مان کاملاً وابسته و متکی به دولت و حمایت‌های دولتی هستند، چه انتظاری از صنعت نشر می‌توانیم داشته باشیم؟

به طریق اولی می‌توان گفت که صنعت ما به طور عملی یک صنعت کاملاً دولتی است و کاملاً در حوزه اقتصاد دولتی قرار می‌گیرد. گاه می‌شنویم که فلان تولیدکننده مواد شوینده، آمار می‌دهد که در این یا آن سال، بخشی از تولیدات خود را به کشورهای دیگر صادر کرده و فلان مقدار ارزش افزوده، نصیب کشور کرده است. ممکن است در نگاه اول، از این امر خوشحال شویم و به خود بیالیم که چنین بنگاه‌های اقتصادی پایداری داریم. اما هنگامی که دقیق بررسی کنیم، خواهیم دید که مواد اولیه این صنعت از خارج از کشور و به کمک ارز دولتی وارد شده و فقط نوعی فعالیت تبدیلی روی آن صورت گرفته است. دست آخر مشاهده می‌شود که ارزش افزوده به جا مانده، در واقع همان تفاوت ارزش قیمت دلار به نرخ دولتی و آزاد است. شاید این دید بدبینانه باشد، ولی آن ارزش افزوده‌ای که در جیب کارخانه‌دار جمع می‌شود، همان کمکی است که دولت کرده است.

اقتصاد نشر ما یک اقتصاد کاملاً گلخانه‌ای است و یک چتر حمایتی باید روی آن وجود داشته باشد، با دما و هوای مناسب تا موجودی که زیر آن نفس می‌کشد. صرفاً به نفس کشیدن خود ادامه دهد. تصور این که این موجود رشد کند، تصور در دسترس نیست و خیلی نمی‌شود به آن امیدوار بود. بعضی‌ها ممکن است با این نگاه من موافق نباشند، اما بنده برای شما پروسه نشر را توضیح می‌دهم. ببینید که آیا چیزی جز این می‌تواند باشد؟

ناشر ما کتابی را در وزارت ارشاد به تصویب می‌رساند و برای تمام مخارج کتاب، لیست قیمت می‌نویسد (وزارت ارشاد لیست‌های مخصوص دارد که از مخارج حروفچینی گرفته تا قیمت فیلم و زینگ و کاغذ و... در آن می‌نویسند). ناشر این لیست را تحویل می‌دهد و وام می‌گیرد. کاغذ دولتی و فیلم و زینگ دولتی می‌گیرد. همه این‌ها تقریباً با قیمتی ارزان‌تر و با سوسید تحویل داده می‌شود. بعد کتاب را با ۳۰۰۰ تیراژ مثلاً در حوزه کتاب کودک چاپ می‌کند که اگر ۱۰۰۰ جلد آن را وزارت ارشاد بخرد،

۱۰۰۰ جلدش را کانون پرورش فکری و ۱۰۰۰ جلد دیگرش را انتشارات تربیت، قال قضیه کنده می‌شود! این یعنی آن که دولت خودش پول بدهد به ناشر تا کتاب چاپ کند و خود دولت هم آن کتاب‌ها را بخرد. این عملاً یک شکل کاملاً دولتی است. اکثر ناشران ما و نه همه ناشران، کارمندان وزارت ارشاد هستند؛ چون عملکرد آن‌ها هم با تغییر سیاست در وزارت ارشاد، تغییر می‌کند. امروز ارشاد تصمیم می‌گیرد از گروهی از ناشران و از شکل خاصی از کتاب حمایت کند، ناشران نیز به همان شکل کار می‌کنند. فردا تصمیم دیگری می‌گیرد و ناشران هم تغییر جهت می‌دهند. به طور مثال یک سال شعار کتاب برای جوانان سر می‌دهند و ناشران هم کتاب برای جوانان چاپ می‌کنند.

در واقع، وزارت ارشاد ما یک ناشر بسیار بزرگ است و به فرض ۳۰۰۰ کارمند در حوزه ادبیات کودک دارد که کتاب برای کودکان چاپ می‌کنند. به این ترتیب، نمی‌توانیم به موجودیتی به نام بخش خصوصی نشر قائل باشیم. واقعیت این است که چنین چیزی وجود ندارد. کمالینکه در تمام بخش‌های صنعتی مان هم شرایط همین است: همه وابسته به کمک‌های دولت هستند.

در تبیین پدیده اقتدارگرایی در کشورهای شرقی، گفته شده است که از عوامل اقتدار در این کشورها (در طول تاریخ)، کمبود آب بوده است و این که مردم بر سر آب، هنگام کشاورزی نزاع می‌کرده‌اند. به همین علت، باید موکلی بر سر آب می‌ماند تا آن را درست تقسیم کند.

این نقش را دولت برعهده گرفت و زمینه‌ای شد تا دولت در تمام حوزه‌های زندگی مردم حضور پیدا کند. امروز نفت جای آب را در کشور ما گرفته و دولت، موکل تقسیم پول نفت بین مردم است. به همین دلیل هم دولت بر همه جا سایه انداخته است و در همه جا حضور دارد. دولت خیلی بزرگ است و این به خیلی چیزهای دیگر هم ارتباط پیدا می‌کند. خیلی از پدیده‌های دیگر در کشور ما را هم تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. دولت خیلی بزرگ شده است و شما در همه جا سایه دولت را می‌بینید؛ حتی در تشکل‌های مدنی و در کارهای خصوصی، همه به نوعی وابسته به دولت و کمک‌های دولتی هستند.

محمدی: واقعیت این است که من نمی‌دانستم و نمی‌دانم که بحث امروز راجع به مهندسی اقتصاد نشر است یا آسیب‌شناسی آن؟ البته از صحبت‌های دوستان، متوجه شدم که تمرکز بر آسیب‌شناسی اقتصاد نشر و ادبیات کودکان است. من به عنوان پژوهشگری که در حال حاضر روی موضوع تاریخ ادبیات کودکان ایران تمرکز دارم، می‌توانم بگویم که ما در جلد ۵ کتاب «تاریخ ادبیات کودکان ایرانی»، فصلی به نام سنجش تاریخی ادبیات کودکان ایران به ادبیات کودکان غرب داریم که بخشی از آن به



ادبیات کودکان ایران برجسته می‌شود. شاید تعجب کنید، مثلاً برای ما در ایران کتاب منتشر کرده است. بعد سازمان فرانکلین تأسیس شد و شاید آن چه ما امروزه به نام اقتصاد نشر می‌شناسیم، برگرفته و یا متأثر از سازمان فرانکلین باشد. خواهش من این است کسانی که در این زمینه تحقیق و پژوهش می‌کنند، اگر نام فرانکلین را شنیده‌اند، با پیش‌زمینه منفی به سراغش نروند. شاید خود من نیز چنین پیش‌زمینه‌ای سراغ آن رفته باشم. همیشه فکر می‌کردم که مؤسسه فرانکلین، در اقتصاد نشر ایران نقشی منفی داشته. وقتی که به سراغش رفتم، دیدم که گروهی از برجسته‌ترین ویراستاران و تولیدکنندگان کتاب، از درون فرانکلین جوشیده‌اند. حالا چه ارتباطی میان فرانکلین و اقتصاد نشری که در ایران هست، وجود دارد؟ ببینید، تفکری که از آمریکا آمد و این کار را کرد، چون تفکر متکی به خود بود و می‌دانست اگر قرار باشد اقتصاد نشری درست شود، باید این اقتصاد ساز و کارهای ویژه خود را داشته باشد، وقتی شروع به فعالیت کرد، چنین هدفی دو سو داشت و در عمل هم در زمینه تولید کتاب، موفق بود. خب، من با این مقدمه به موضوع بحث‌مان برمی‌گردم. وقتی می‌خواهیم در مورد اقتصاد نشر صحبت کنیم، باید بدانیم محورهایی دارد که باید به آن‌ها توجه شود؛ محور خلق، محور تولید و محور مصرف. در ایران اصلاً روی این محورها کارهای پژوهشی به مفهوم واقعی صورت نپذیرفته است. در ایران باب است که یک سری بودجه پژوهشی و بودجه فرهنگی داده می‌شود، ولی اصلاً روی این پدیده‌ها کارهای پژوهشی صورت نگرفته است که ببینیم وضعیت خلق کنندگان ما، یعنی کسانی که فکر تولید می‌کنند، کسانی که فکر را به

اقتصاد نشر یا اقتصاد فرهنگ در جهان غرب اختصاص دارد. نخست باید بگویم که در کشورهای غربی، از سال ۱۸۵۰ به بعد، چیزی به نام اقتصاد نشر ادبیات کودکان مطرح می‌شود. دو عامل مهم در این قضیه بسیار مؤثر بوده است: یکی آموزش و پرورش و دیگری جمعیت در این دوره تاریخی، با توجه به رشد و گسترش بهداشت، نرخ رشد جمعیت افزایش یافت و میزان مرگ و میر در کودکان به طور چشم‌گیری کم شد. به همین علت، به تدریج توجه بیشتری به کودکان در آن جوامع نشان داده شد. جهان سرمایه‌داری پی‌برد که برای بازتولید فرهنگ، باید تمرکزش بر آموزش و پرورش باشد؛ آن هم نه آموزش مبتنی بر امر و نهی. این مقدمه را گفتم تا بگویم که پدیده اقتصاد نشر و ادبیات کودکان ما با آن چه در جهان غرب گذشته، از نظر سنجش تاریخی کاملاً و اساساً متفاوت است. وقتی ما به اقتصاد نشر خود، از دوره مشروطه به این سو توجه می‌کنیم، می‌بینیم کتاب‌هایی که در دوره مشروطه در این گستره تولید شده، به اشکال گوناگون تحت حمایت دولت بوده. کمی جلوتر و در دوره رضاشاه، می‌بینیم که سازمان پرورش افکار وجود دارد. در همین دوره، علی‌نقی وزیری کتاب خواندنی‌ها یا افسانه‌ها برای کودکان را درآورده است. خب، برای ما جالب بود که ببینیم چه انگیزه‌ای سبب انتشار چنین مجموعه کتاب‌هایی شده است. براساس اسناد پیدا شده، سازمان پرورش افکار رضاشاه، سازمان بسیار پیچیده‌ای بود؛ یعنی کارکردهای مثبت و منفی داشته است. چنین سازمانی یکی از وظایفش، تهیه و تولید مواد خواندنی و کتاب برای کودکان است. کمی جلوتر در دوره بعد از کودتای ۲۸ مرداد، نقش آمریکا در اقتصاد نشر



کرمانی:
اقتصاد نشر در کشور ما دولتی است و به نظر نمی‌رسد که چاره‌ای جز این داشته باشیم. البته این حرف، به آن معنا نیست که حضور دولت یا نحوه اقدامات فعلی دولت در سازمان نشر کشور و به ویژه نشر کتاب‌های کودکان و نوجوانان قابل انتقاد نباشد

ماده تبدیل می‌کنند و به صورت کتاب و یا آثار دیگر ارائه می‌دهند و مصرف‌کنندگان، چه وضعیتی دارند. مثلاً نیامده‌ایم بررسی کنیم که در هر دوره تاریخی، چه وضعیتی داشته و چگونه باید با آن‌ها برخورد کرد. این مسئله به این‌جا برمی‌گردد که اصولاً جامعه ما جامعه تولید فکر نیست؛ جامعه مصرف‌کننده فکر است.

در صد و پنجاه سال گذشته، چه در زمینه علوم انسانی و چه در زمینه صنعت و بازرگانی، می‌بینید که کاملاً از فرهنگ غرب الگوبرداری کرده‌ایم. اگر اتومبیل و دستگاه‌های صنعتی تولید کرده‌ایم، تمام این‌ها کپی‌برداری بوده است؛ کپی‌برداری به شکل ناقص آن. بنابراین، اقتصاد نشر ما هم، چه در زمینه بزرگسالان و چه در زمینه کودکان، الگوبرداری یا کپی‌برداری از اقتصاد نشر در جهان غرب بوده است. متأسفانه چون در ایران ما دولت عامل داریم، یعنی پیوسته دولت عامل یا کنش‌گر داشته‌ایم، نه هم‌چون جهان غرب که دولت فقط در عرصه سیاست و به‌ویژه سیاست خارجی دولت عامل است و تصمیم می‌گیرد و اجرا می‌کند. در ایران دولت ما در تمام زمینه‌ها عامل است و این رویکرد، روز به روز گسترش بیشتری پیدا می‌کند. بنابراین، اگر می‌خواهیم وضعیت اقتصاد نشرمان را در بستری کلی و جامع ببینیم، ابتدا باید دولت را تحلیل کنیم و وقتی این کار صورت پذیرفت، برسیم به فرهنگ. با توجه به این که اقتصاد همیشه سه محور دارد: محور بازرگانی، صنعتی و فرهنگی، می‌بینیم که بخش بازرگانی و صنعتی ما خیلی فرته‌تر از بخش فرهنگی است. به عبارتی، اقتصاد فرهنگ در ایران بسیار لاغر است و توجهی که دولت عامل به آن دارد، بسیار اندک است. این تفکر بسیار در زندگی ما، در سطح کلان تأثیر گذاشته است. همین کم‌توجهی دولت به محور فرهنگی، سبب شده است که در این جامعه فکر تولید نشود. جامعه‌ای هم که در آن تولید فکر نباشد، طبیعتاً تمام ساختارهایش بیمار خواهد بود. مثلاً در بخش صنعت و بازرگانی ما فهم فرهنگی کم است. می‌توان این را به راحتی تجربه کرد. مثلاً اگر سراغ کارخانه‌های بزرگ مثلاً ذوب‌آهن، فولاد مبارکه و یا کارخانه‌های بخش خصوصی بروید و بگویید که می‌خواهیم در زمینه کتاب کودکان، کار فرهنگی انجام دهیم، آن‌ها به گونه‌ای به شما می‌نگرند که گویی مشکل دارید. در حالی که وقتی فرهنگ غرب را آنالیز می‌کنیم، می‌بینیم که این‌ها در آموزش و پرورش خود ساز و کارهایی به کار برده‌اند که درون این ساز و کارها کتاب کودک یا اقتصاد فرهنگ، چنین نقش برجسته‌ای دارد. به عنوان مثال، پشت سر تولید اتومبیل‌هایی مانند بنز، B.M.W و ماشین‌ها و ربات‌هایی که در نیای غرب تولید می‌شود، می‌توان کتاب‌های فانتزی را دید. درحقیقت، وقتی تخیل کودک رشد می‌کند، این

تخیل را بعداً در بخش اقتصاد صنعتی و بازرگانی به کار می‌گیرند. آن‌ها برای اقتصاد فرهنگ، پول هزینه می‌کنند و این رویکرد را در بازار تولید کالای فرهنگی‌شان نشان می‌دهند. در ایران، چنین پدیده‌ای مشاهده نمی‌شود. آقای شاه‌آبادی مثال خوبی زدند و گفتند که وزارت ارشاد یک ناشر بزرگ است و خرده‌ناشرها را تحت سرپرستی خود دارد. ببینید، ما به مفهوم فنی کلمه، چه در عرصه بزرگسالان و چه در عرصه کودکان، اقتصاد سالم نشر نداریم و این تنها به نشر هم مربوط نیست؛ فرهنگ ما در کلیت خود، وابسته به دولت است. همین جلسه‌ای که ما در این‌جا تشکیل داده‌ایم، اگر دولت بخواهد، می‌تواند بگوید که من نمی‌گذارم. مثلاً الان آقای حیوانی و همکارانشان، کتاب ماه کودک و نوجوان را آماده و منتشر می‌کنند. این به ظاهر خیلی خوب است، ولی پشت سر آن یک فاجعه فرهنگی است. چرا دولت باید یک مجله ادبی ویژه کودکان را به نشر درآورد و از آن حمایت کند؟ ممکن است مثلاً فردا بودجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کاهش پیدا کند، بلافاصله می‌گوید که تمام کتاب‌ها منتشر نشود. این وابستگی‌ها می‌تواند ضربه‌های مهلکی به اقتصاد فرهنگی ما بزند. بنابراین، از جنبه آسیب‌شناسی اگر بخواهیم تحلیل و بررسی کنیم، اقتصاد نشر ما در عرصه ادبیات کودکان دولتی بوده و الان پدیده شبه‌دولتی هم بر آن سوار شده است. شبه‌دولتی چیست؟ این که ما اکنون تعدادی ناشر داریم که از نظر حقوقی، خصوصی به حساب می‌آیند، ولی اگر حمایت‌های دولتی به صورت پنهان و آشکار نباشد، این‌ها وجود نخواهد داشت؛ یعنی در این سطحی که اکنون هستند، وجود نخواهد داشت. مسئله امروز ما همین است. دولت اعلام کرده که می‌خواهد کارخانه‌هایش را واگذار کند؛ برای این که دیگر به سطح انفجاری رسیده است. هر چیزی و یا هر کارخانه‌ای که متعلق به دولت است، به فروش گذاشته شده. من در یکی از مقاله‌هایی که در روزنامه «نوروز» نوشته‌ام، این موضوع را مطرح کرده‌ام که دولت در عرصه اقتصاد صنعتی و بازرگانی فهمیده که باید از دولت عامل، به دولت ناظر تبدیل شود. متأسفانه در عرصه فرهنگ نمی‌تواند این کار را انجام دهد و با موانع جدی روبه‌روست. این موانع جدی هم برمی‌گردد به ساختار خودش. مثال کوتاهی می‌زنم؛ آموزش و پرورش نباید چنین گسترده به تولید کتاب کودک بپردازد. در کنار آموزش و پرورش، سازمان‌های بزرگ اقتصادی مثل انتشارات مدرسه و تربیت، شکل گرفته است و این موضوع بر ادبیات کودکان ایران، تأثیر منفی گسترده‌ای دارد. خب اگر دولت می‌خواهد در بخش بازرگانی و صنعتی، خود را کوچک کند، لازم است در بخش فرهنگ هم چنین کاری انجام دهد.

اقبال‌زاده: از مجموعه صحبت‌های دوستان،

چنین برمی‌آید که «اگر دردم یکی بودی، چه بودی!» من در مصاحبه‌ای با کتاب ماه گفتیم که دولت ما متأسفانه به اقتصاد نگاه سخت‌افزاری دارد و به نرم‌افزار اقتصاد که پایه‌اش فرهنگ و تولید فکر است، اصلاً توجه نمی‌کند. اگر ما فکر خلاق داشته باشیم، این فکر در عرصه علم، به فرضیه تبدیل می‌شود و فرضیه به تولید علمی می‌انجامد و تولید علم تبلورش در تکنولوژی و توسعه تکنولوژیک خواهد بود. ما هر چه قدر در عرصه فرهنگ سرمایه‌گذاری کنیم، سرانجام به خود اقتصاد در بخش سخت‌افزاری هم برمی‌گردد. متأسفانه ما چنین تفکری نداریم. تفکر، تفکر کوتاه‌مدت است در حالی که توجه به فرهنگ، اصولاً سودآوری اقتصادی دارد.

کرمانی: من می‌خواهم باز هم روی نقش عاملیت دولت تأکید کنم. حرفی نیست که اقتصاد فرهنگ ما دولتی است. این اتفاقی است که افتاده، یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر است که اقتصاد ما به طور عام و اقتصاد نشر و اقتصاد فرهنگ ما به طور خاص، گرفتار آن است. اما می‌توان با ارائه راهکارهایی از تبعات منفی این امر جلوگیری کرد. اقتصاد نشر دولتی است، اما این به هیچ‌وجه به معنای آن نیست که دولت باید عامل باشد. اتفاق خیلی بدی که در اقتصاد نشر ما افتاده، این است که دولت ناشر شده. ناشران دولتی زیادند و به نظر نمی‌رسد که در آینده نزدیک، تعداد و حجم آن‌ها کم‌تر شود. هزینه‌های چنین کاری بسیار زیاد است. درست است که شاید اهداف و نتایج کوتاه‌مدتی داشته باشد، اما در بلندمدت ناشران دولتی، بخش خصوصی را خفه خواهند کرد. انتشاراتی مانند نشر تربیت، مدرسه و سایر نشرهای دولتی با اتکا به منابع دولتی کارهایی می‌توانند انجام دهند که هیچ‌کسی در بخش خصوصی نمی‌تواند انجام دهد. یا در بخش توزیع می‌بینیم که دولت با ایجاد نمایشگاه، عملاً به یک فروشنده تبدیل می‌شود. شاید در ارزیابی اولیه، به نظر نرسد که نمایشگاه بین‌المللی تهران یا نمایشگاه‌های استانی که قسمت عمده‌ای از فعالیت‌های دولت در سال‌های اخیر بوده، اقدام غیرمفیدی باشد، اما تبعات درازمدت آن به شدت فاجعه‌آمیز است. نمایشگاه‌ها متأسفانه تبدیل به فروشگاه شده‌اند، در حالی که نقش نمایشگاه، نمایش کتاب و یک نوع اطلاع‌رسانی است. خصوصاً در شهرستان‌ها وقتی نمایشگاه‌های استانی برگزار می‌شود، قسمت اعظم پتانسیل خرید جامعه آن شهر را می‌بلعد. به این ترتیب، کتاب‌فروشان که نهادهای جاقفاده و اتفاقاً راه‌کارهای مفیدی هستند، نابود می‌شوند. اخیراً انتشارات سروش، کاروانی با عنوان «نمایشگاه و فروشگاه کتاب» راه انداخته بود. ارزیابی خیلی‌ها این بود که گذشته از این که نتیجه حتی کوتاه مدتی نداشته، چیزهایی را نابود کرده که ما



نظم الگوی درستی است، پیش ببرم. ببینید، ما در بخش خلاقیت مشکلاتی داریم که عملاً ما را در حوزه اقتصاد نشر ضعیف می‌کند. متأسفانه نویسندگان ما کم‌تر به پرفروش شدن کار و به جلب خواننده و مخاطب فکر می‌کنند. نوع نگاهی که ما به ادبیات کودک داریم، یا یک نگاه خیلی فرهیخته و جدی است که معمولاً هم منظورمان از جدیت و فرهیخته بودن، عبوس بودن است. آثاری عبوس خلق می‌کنیم که به‌هیچ عنوان نمی‌تواند با کودکان ارتباط برقرار کند. ما مدام بین نقطه صفر و صد سیر می‌کنیم و هنوز به خط تعادلی که بتوانیم خوانندگانی را جلب و جذب کنیم، نرسیده‌ایم. مثلاً در کشور ما «هری پاتر» خلق نمی‌شود که اگر چه ادبیات نیست، نوشته سرگرم‌کننده خوبی است که می‌تواند مخاطب را جلب کند. در واقع هر ناشری با چنین کتاب‌هایی جان می‌گیرد و سرپا می‌ایستد. بعد در کنار آن می‌تواند آثار کم فروش تری هم تولید کند.

در کشور ما فرهنگی بودن و هنری بودن، یکی از معانی‌اش بی‌نظم بودن و خارج از قاعده کار کردن است. فرض کنید اگر ناشری برنامه‌ریزی کند و با چهار نویسنده قرارداد ببندد و بخواهد سر موعد کار را تحویل بگیرد، نمی‌تواند امیدوار باشد که از این چهار نفر، حتی یک نفر هم به موقع کار خود را انجام دهد. نویسنده‌ای نداریم که بتواند روی این نظم و ترتیب و در این قالب کار کند و بگوید که قراردادی بسته‌ام و باید سر موعد کار را تحویل بدهم تا ناشر هم بتواند روی آن حساب باز کند. ما در کانون، بعد از ۷ سال،

می‌توانستیم استفاده زیادی از آن‌ها بکنیم. دوست ناشری از تبریز، انتقادهای زیادی به نمایشگاه‌های استانی و بین‌المللی داشت. او می‌گفت، ۸۰ سال پیش، تبریز که یکی از کلان شهرهای ماست و وجهه فرهنگی دارد، ۲۰ فروشگاه کتاب داشت و الان هم همان ۲۰ فروشگاه کتاب را دارد! این‌ها در واقع کارکردهای منفی و درازمدت چیزی است که ما باید اسم آن را سیاست‌های کوتاه‌مدت بگذاریم. نقش دولت با توجه به موقعیت و جایگاهی که دارد، در واقع باید نظارت بر درآمدها و هزینه‌ها باشد. اقدامات دولت باید سمت و سویی داشته باشد که بیشترین حد عدالت در آن‌ها دیده شود. بسترسازی، ساختارسازی نشر و سازمان‌های نشر، کاری است که باید دولت انجام دهد. به جای این که نمایشگاه‌های فروش کتاب راه بیندازد، باید نمایشگاه‌هایی برگزار کند که کتاب ارائه می‌دهد. فروشندگی و کار فروش کتاب باید به عهده همان فروشگاه‌ها و نهادهای سنتی فروش کتاب، یعنی کتاب‌فروشی‌ها گذاشته شود. من فکر می‌کنم دولت باید انگیزه ایجاد کند و خودش کتاب فروش و ناشر نشود. رویکرد کنونی دولت، تبعات بلندمدتی دارد که کلاً اقتصاد نشر را به نابودی خواهد کشاند.

شاه‌آبادی: آقای محمدی در صحبت‌های‌شان، حوزه نشر را به سه بخش تقسیم کردند؛ بخشی که به حوزه خلاقیت مربوط می‌شود و همین طور بخشی که به حوزه تولید و توزیع مربوط است. من می‌خواهم ادامه صحبت را روی همین الگو که به



شاه‌آبادی:
اقتصاد نشر ما یک اقتصاد کاملاً گلخانه‌ای است و یک چتر حمایتی باید روی آن وجود داشته باشد، با دما و هوای مناسب تا موجودی که زیر آن نفس می‌کشد. صرفاً به نفس کشیدن خود ادامه دهد. تصور این که این موجود رشد کند، تصور در دسترس نیست و خیلی نمی‌شود به آن امیدوار بود

به زور توانستیم کاری را از تصویرگر بگیریم. پس چه‌گونه می‌توان با اتکا به چنین همکاری، به اقتصاد نشر اتکا داشت و حساب شده و برنامه‌ریزی شده عمل کرد؟

در بخش دوم که بخش تولید باشد، مشکلات داریم که به خود نشر بازمی‌گردد و یک سری مشکلات دیگر هم داریم که به تعامل این حوزه از اقتصاد با حوزه‌های دیگر مربوط می‌شود.

به عنوان مثال، شما یک ناشر هستید و باید یک دفتر کار برای خود تهیه کنید. چه‌قدر باید برای خرید یک دفتر در منطقه مرکزی شهر هزینه کنید؟ و بعد چه قدر باید بگذرد و چه‌قدر باید سود از راه نشر به دست بیاورید که سرانجام بتوانید این هزینه را مستهلک کنید؟ ببینید، میزان سودآوری در بخش‌های مختلف اقتصاد، بسیار متفاوت شده است. به همین دلیل، مثلاً سود کشاورزی در بهترین شرایط برای سرمایه‌گذاری ۲۰ درصد است، اما سود خرید و فروش زمین، گاهی ۵۰ درصد و گاهی ۶۰ درصد است.

نتیجه چنین می‌شود که کشاورزی به تباهی می‌رود. وقتی زمین و مسکن در کشوری گران می‌شود، تمام حوزه‌های اقتصادی دچار بحران می‌شود. شما فقط می‌توانید دفتر کاری بخرید به این امید که ده سال دیگر قیمت آن افزایش یابد و به سود برسید. بله، درست است. شما سود کرده‌اید، اما نه از راه نشر، بلکه از راه خرید و فروش مسکن! اگر قیمت مسکن ثابت بماند و ده سال دیگر با تورم در بخش‌های دیگر، سود کم‌تری نصیب شما شود، با سودی که از راه نشر به دست می‌آورید، اصلاً سازگاری ندارد. شما می‌توانید با این پول کار دیگری بکنید و درآمد بیشتری داشته باشید. می‌بینید که در اولین قدم، به چه مشکلاتی برمی‌خوریم؟ امکانات فرسوده چاپ و نشر و روش‌های قدیمی نیز از مشکلات دیگر است. مسئول بخش کتاب انتشارات «کدانشای» ژاپن، میهمان نمایشگاه «نوما» در کانون بود. من با ایشان صحبت می‌کردم. گفتم شما چند عنوان کتاب در سال چاپ می‌کنید؟ گفت ۱۷۰۰ عنوان. بعد گفتم که در چند نسخه چاپ می‌کنید؟ گفتند ۷۰۰ میلیون نسخه! این رقم آن‌قدر عجیب بود که ما فکر کردیم مترجم ژاپنی ما اشتباه می‌کند. گفتم که رقم را روی کاغذ بنویسید و نوشت. دیدیم که بله، ۷۰۰ میلیون نسخه. پرسیدیم چه تعداد از این‌ها چاپ اول است و چه تعداد تجدید چاپ؟

دیدیم که این‌ها مفهوم چاپ اول و تجدید چاپ را متوجه نمی‌شوند. این مفهوم خیلی وقت است که در دنیا قدیمی شده؛ ناشر کتاب چاپ می‌کند و به مرور، هر چه قدر که می‌خواهد به بازار می‌فرستد. دیگر، هزینه انبارداری از بین رفته است. چیزی به اسم انبار در نشر امروزی وجود ندارد.

در حالی که در کشور ما هم‌چنان روش‌ها قدیمی است. در کشورهای دیگر، این روش‌ها کاملاً عوض شده است و از شیوه‌های جدیدی در زمینه چاپ و نشر استفاده می‌کنند. به علاوه، بازار نشر ما فقط بازار داخلی است. بنا به دلایلی به بازارهای خارجی دسترسی نداریم. این هم یکی از مشکلات ماست. گرایش مردم به مطالعه کم است و برای مطالعه پول خرج نمی‌کنند. متأسفانه حمایت‌های دولتی هم مردم را عادت می‌دهد که برای کتاب پول خرج نکنند. اخیراً شنیده‌ام در همین هفته کتاب، طرحی تصویب شده که وزارت آموزش و پرورش، با کمک وزارت ارشاد و... کاری کنند که کتاب‌ها را با ۴۰ درصد قیمت پشت جلد، در مدارس به فروش برسانند. این ممکن است در کوتاه مدت، کار خوبی به نظر بیاید و باعث رونق صنعت نشر شود، ولی حتم داشته باشید که در درازمدت، تیر خلاص نشر را می‌زند. ما از همان ابتدا کودکان را عادت می‌دهیم که برای کتاب پول خرج نکنند. یکی از دوستان ناشر می‌گفت، در نمایشگاه از هر ده نفری که می‌آمدند، دو سه نفر گفتند که آقا! کتاب مجانی نمی‌دهید؟ به مجانی گرفتن و هدیه گرفتن کتاب عادت کرده‌ایم. باید عادت کنیم که برای کتاب پول خرج کنیم. بزرگ‌ترها خیلی راحت حدود هفتصد، هشتصد تومان برای تهیه یک بسته سیگار پول می‌دهند، اما همین رقم را برای خرید کتاب گران می‌دانند.

محمدی: اخیراً هر وقت فرصتی پیش بیاید، می‌گویم که ادبیات کودکان ایران باید خودش مرجع خودش شود و همین‌طور تاریخ ادبیات کودکان ایران باید مرجع خودش باشد. البته، نه آن چیزی که به نام تاریخ ادبیات کودکان منتشر می‌شود، بلکه اسناد تاریخی مربوط به ادبیات کودکان را می‌گویم.

به جای این که سیاست‌های هر روزه یا روزمره بتواند روی ادبیات کودکان ایران تأثیر بگذارد، همه ما باید یک آگاهی تاریخی پیدا کنیم و بدانیم که در دوره رضا شاه یا در دوره پس از کودتای ۲۸ مرداد، نشر ایران و ادبیات کودکان ایران، چه وضعیتی داشته است. تا آن آگاهی تاریخی نباشد، بحث‌ها خیلی به عمق نخواهد رفت. اما مسئله کلی این است که ما به عنوان یک خرده ساختار، درگیر ساختار کلان ملی هستیم به عبارتی، اگر قرار باشد مشکل نشر کتاب کودک یا اقتصاد کتاب کودک حل شود، اول از همه به سیاست کلان ملی ما بازمی‌گردد؛ یعنی سیاست‌گذاری کلان ملی باید به گونه‌ای باشد که راه‌ها را هموار کند یا راهکارها را نشان دهد. برای این که بدانیم چه حرکتی باید داشته باشیم، مثال کوتاهی می‌آورم و آن را با صحبت آقای شاه‌آبادی پیوند می‌زنم. ایشان می‌گویند که بچه‌های ما کتاب نمی‌خوانند و این حقیقت محض است و یا این واقعیت که ساختار

آموزش و پرورش ما تمرکزگراست. مثلاً امسال آموزش و پرورش اجازه داده که خود مدارس کتاب بخرند. فکر می‌کنم حدود بیست و دو سال مدارس حتی حق خرید کتاب نداشتند و خرید کتاب باید از بالا انجام می‌شد. در چنین وضعیتی چه انتظاری هست که کودک ما کتابخوان شود؟ شوراها، مدارس، شوراها، منطقه‌ای آموزش و پرورش باید برای خودشان تصمیم بگیرند که با توجه به ویژگی‌ها و علایق کودکان آن منطقه یا آن مدرسه، برای بچه‌ها کتاب بخرند. اصلاً ما در آموزش و پرورش، چیزی به اسم کتاب نداریم. من می‌خواهم موضوعی را در این جا مطرح کنم که بسیار مهم است؛ از دهه ۱۸۶۰ - ۱۸۷۰ میلادی، در اروپا با توجه به نظریات «هربرت گریان» که تأثیر بسیار عمده‌ای در شکل‌گیری آموزش و پرورش جدید داشته‌اند، تئوری آن‌ها بر این استوار بود که ادبیات یا اصلاً آموزش و پرورش را باید با علاقه پیوند داد. به عبارتی، اگر کودک بخواهد چیزی یاد بگیرد، باید آن را با علاقه همراه کرد. بنابراین، آنالیز کردند و متوجه شدند که یکی از آن چیزهایی که می‌تواند کودک را به درس و مدرسه علاقه‌مند کند، ادبیات و هنر است. بر این اساس، ادبیات و متون ادبی، از آن زمان به بعد، از مواد اصلی آموزش و پرورش در دنیای غرب شد. این جا سال‌هاست گفته می‌شود که بچه‌های ما باید کتاب بخوانند، اما دیده می‌شود که ساختار بسته و خشک آموزش و پرورش در ایران، اجازه نمی‌دهد که کودک به طرف کتاب برود. این‌ها چیزهایی است که نمی‌توان راجع به آن‌ها بحث کرد؛ زیرا فراتر از اراده ماست و بازمی‌گردد به همان سیاست‌گذاری ملی و سیاست کلان. اگر قرار است اقتصاد فرهنگ در ایران حل شود، باید موضوع تولید فکر در ایران حل شود. پدیده دانشگاه آزاد در ایران، پدیده بسیار شگفتی شده است. در شهرستانی بسیار کوچک و کوچکی، دیده می‌شود که بهترین ساختمان‌ها مربوط به دانشگاه آزاد است. خب، می‌بینید که سخت‌افزار مناسبی تهیه شده برای این که دانشجو تربیت شود. اما دانشگاه آزاد به این گستردگی، آیا می‌تواند ادعا کند که نقشی در تولید تفکر در ایران داشته است؟ پس از این همه انرژی گذاشتن، چند درصد از این پایان‌نامه‌هایی که در دانشگاه‌ها، چه ملی و چه آزاد تولید می‌شود، می‌تواند به صورت کتاب منتشر شود؟ بنابراین، همه چیز در گرو تجدید نظر در سیاست کلان ملی است.

هاشمی نژاد: اکنون که این مشکلات، این قدر بزرگ و ریشه‌ای است، انجمن نویسندگان کودک و نوجوان و کانون یا تصویرگران یا گروهی از ناشران که در کار کودک هستند، خودشان چه راه‌حلی برای این مشکل پیدا کرده‌اند، شاید بد نباشد کمیسیون تخصصی که در اساسنامه وجود دارد، تشکیل شود. گاهی برای ارائه راه‌حل، از روش «مزرعه نمونه»



مشروط داریم و یک حمایت بی‌قید و شرط. حمایت مشروط، به موارد خاص مربوط است و حمایت بی‌قید و شرط، حمایت عامی است که از کتاب کودک و نوجوان می‌شود. اگر بخواهیم مصداقی نگاه کنیم، کاغذ و وام، حمایت بی‌قید و شرط است. یعنی کاری ندارند که محتوای این کتاب چیست و چه چیزی می‌خواهد بگوید. حمایت دیگر، حمایت مشروط است که شرط می‌کند به نوع خاصی از محتوای کتاب‌ها توجه شود. اگر بخواهیم راه حلی برای این حوزه جست‌وجو کنیم، راه حل درگذر از حمایت مشروط به حمایت بی‌قید و شرط است. اکنون حمایت‌هایی که به نام حمایت هست و البته نمی‌توان نامش را حمایت گذاشت، چاق کردن و فربه کردن بخشی از نشر است و تضعیف کردن بخش دیگر. در واقع، از بخشی از صنعت نشر حمایت می‌شود؛ به خاطر چاپ کتاب‌های ایدئولوژیک. آن‌هایی که چنین کتاب‌هایی چاپ نمی‌کنند، روز به روز بیشتر ضعیف می‌شوند. این‌ها توان رقابت با ناشری را که تولیداتش مشمول خریدهای کلان دولتی می‌شود، ندارند. مورد دیگر، همان شفاف‌سازی است. ببینید، الان بخش خرید کتاب در وزارت ارشاد، دارای آیین نامه‌ای است و اعلام می‌کند که از چه ناشری کدام کتاب را با چه تیراژی خریداری کرده است. بارها اتفاق افتاده که ناشری پرسیده چرا وزارت ارشاد این نوع کتاب‌ها را خریداری کرده است و آن‌ها جوابی داده‌اند که ناشری قانع شده و یا نشده. ولی همین که نظارت وجود دارد، خود به خود اصلاح می‌کند. اگر اشکالاتی پیش آید، مرتفع می‌شود؛ دلیل این که نظارت عمومی وجود دارد. نکته دیگر که

می‌توان استفاده کرد. مثلاً کانون یا بعضی از ناشران دیگر می‌توانند با انجمن نویسندگان و تصویرگران همکاری کنند و الگوهایی پیشنهاد بدهند. لازم نیست همیشه اول شرایط مهیا شود. گاهی با همین شرایط موجود هم می‌شود راه‌حلی پیدا کرد. آیا تا الان کاری در انجمن نویسندگان کودک و نوجوان یا کانون انجام شده است؟ سیدآبادی: البته انجمن نویسندگان کودک و نوجوان، خیلی توان اجرایی ندارد. چرا که این که در واقع یک نهاد اجرایی نیست که کاری در این زمینه انجام دهد. پیشنهادهایی در قالب چند بیانیه ارائه داده است؛ یکی در روز جهانی کتاب کودک امسال و دیگری هم به مناسبت روز جهانی کودک. در قالب این دو بیانیه مواضع خود را اعلام کرده و یکی از مواردی که خواسته، شفاف‌سازی است. معتقدیم که هر جا پنهان کاری باشد و در معرض نقد عمومی قرار نگیرد، در آن جا مشکل پیش می‌آید. متأسفانه اکنون در حوزه کتاب کودک، به‌خصوص در نهادهایی مانند کانون پرورش فکری کودکان و نیز انتشارات تربیت، نحوه حمایت‌هایشان شفاف نیست. نمی‌خواهم بگویم چون سیاست‌شان شفاف نیست، حتماً اتفاقی در آن جا می‌افتد. با وجود این، در هر جایی که این شفافیت وجود نداشته باشد و در معرض نقد عمومی قرار نگیرد و نتوانیم آن را نقد کنیم، ممکن است اتفاقی بیفتد. در واقع در جاهایی که تمرکز مالی و تمرکز قدرت اجرایی وجود داشته باشد، همیشه مشکلاتی پیش می‌آید. اگر حمایت‌های دولتی را تقسیم‌بندی کنیم، این‌گونه تقسیم‌بندی می‌شود که یک حمایت



محمدی:

دولت در عرصه اقتصاد صنعتی و بازرگانی فهمیده که باید از دولت عامل، به دولت ناظر تبدیل شود. متأسفانه در عرصه فرهنگ نمی‌تواند این کار را انجام دهد و با موانع جدی روبه‌روست. این موانع جدی هم برمی‌گردد به ساختار خودش

آقای محمدی هم به نحوی به آن اشاره کردند. تمرکززدایی است. هر جاتنوع و کثرت را به رسمیت نشناسیم، مشکل پیش می‌آید و متأسفانه باز هم این اتفاق در نهادهای حمایت‌کننده وجود دارد. به‌خصوص من باز تأکید می‌کنم روی کانون پرورش فکری، انتشارات تربیت و انتشارات مدرسه که متمرکز عمل می‌کنند و کارشان قابل نقد هم نیست. ما هیچ اطلاعی نداریم که این‌ها چه کار می‌کنند که بتوانیم آن را نقد بکنیم. در حالی که چون از اموال عمومی استفاده می‌کنند، وظیفه دارند که پاسخگو باشند و اقدامات خود را در معرض نقد عموم بگذارند.

جهانگیریان: دلم می‌خواهد این سمینارها همیشه دستاوردی داشته باشد. متأسفانه بیشتر این بحث‌ها روی معلول است. من احساس می‌کنم ما الان بیماری داریم بحث می‌کنیم که چه مسکنی به او تزریق کنیم تا حالش خوب شود. این بیمار، نوع بیماری‌اش به حدی پیش رفته که مسکن، فقط می‌تواند برای مدت کوتاهی حالش را جا بیاورد، اما دوباره به همان حال اولش برمی‌گردد. فکر می‌کنم بایستی از زمانی که بچه‌ها وارد مدرسه می‌شوند، کتابخوانی به صورت یک برنامه‌ی درسی تجویز شود. بسیاری از مدارس کتابخانه ندارند؛ به خصوص شهرستان‌ها و روستاها. در مدارس تهران هم کتاب‌ها عمدتاً برای بچه‌ها قابل استفاده نیست. به دلیل این که این کتاب‌ها از طرف شورایی که در آموزش و پرورش بوده، تحمیل شده است و آن‌ها فکر خاصی را دنبال کرده‌اند و بچه‌ها از این کتاب‌ها استقبال نکرده‌اند.

اقبال زاده: تشکر می‌کنم. خوشبختانه کشور ما، کشور میزگردهاست. بحث می‌کنیم، بیرون می‌رویم و دوباره سال بعد، این بحث‌ها را تکرار می‌کنیم!

قدیانی: سؤال من از دوستان این است، با توجه به این که گویا ۸۵ درصد اقتصاد کشور، کاملاً در اختیار دولت است و ۱۵ درصد آن در بخش خصوصی است که باز نیمی از آن در دست شرکت‌های خصوصی وابسته به دولت است، ما چه گونه مشکلات نشر را به مردم نسبت می‌دهیم و می‌گوییم فرهنگ مطالعه پایین است و مردم کتاب نمی‌خوانند؟

شاه‌آبادی: من هم در جواب، پرسش آقای قدیانی و هم چنین صحبت‌های آقای سیدآبادی، می‌خواهم نکاتی را عرض کنم. آقای سیدآبادی نکته‌ای را طرح کردند و گفتند که این شرایط نامناسب را چه گونه عوض کنیم و چه گونه از پس کار برآییم؟

آقای سیدآبادی مطرح می‌کنند که شفاف‌سازی شود. مثلاً کانون اعلام کند که از هر

کس چه قدر کتاب خریداری کرده است. این فرضیه مطرح است که از همه به طور یک‌سان کتاب نمی‌خرد یا موارد دیگر. ببینید، این یک نگاه سوسیالیستی و کاملاً دولتی است. ما می‌خواهیم از این شرایط بیرون برویم. اولاً باید حق بدهیم به هر خریدار که هر مقدار کتاب از هر کس می‌خواهد، بخرد.

شرایط طبیعی و بازار درست سرمایه، باید این طور باشد. این عرض بنده را به عنوان طرفداری از بخش خرید کانون تلقی نکنید، به من هیچ ارتباطی ندارد. من با این دوستان ارتباط کاری ندارم؛ علی‌رغم این که همه‌شان دوستان صمیمی خودم هستند.

نمی‌گویم که کارشان درست است یا غلط. بحث من این است که این تفکر غلط است. ما چه کنیم که بتوانیم روی پای خودمان بایستیم؟ در نظر بگیرید، اگر کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، انتشارات مدرسه، انتشارات تربیت و همه جاهایی که کتاب می‌خرند، به ناحق به ما پشت کردند و گفتند که کتاب نمی‌خریم، در آن صورت آیا راهکارهایی وجود دارد که ما بتوانیم روی پای خود بایستیم و به شکل طبیعی، در ساز و کار طبیعی بازار و در شرایط طبیعی عرضه و تقاضا، کالای خود را بفروشیم و دیگران هم بخرند؟ کتاب «هری پاتر» را نه کانون خرید و نه انتشارات مدرسه و نه هیچ جای دیگر، اما این کتاب پرفروش بود و چند چاپ صورت گرفت و چند ناشر هم این کار را چاپ کردند. ایراد کار جای دیگر است. به این چیزها ارتباطی ندارد. این مسئله را هم مطرح کنم که وقتی گفته می‌شود

حمایت دولتی خوب نیست و کار را خراب‌تر می‌کند، منظور این نیست که به طور کل منقطع شود و وجود نداشته باشد. اصلاً وظیفه دولت است و باید به فکر فرهنگ باشد و به آن کمک کند. دولت باید خوراک ذهنی مردم را آماده کند و در مدارس برای سلامت جسم کودکان شیر توزیع می‌کنند. چرا به فکر توزیع کتاب نباشند؟ مسأله، پیدا کردن راهکارهایی درست این حمایت است و این که این حمایت به شکلی برنامه‌ریزی شده و حساب شده و دقیق اعمال شود و در یک برنامه‌ی زمانی منظم، زمانی برسد که کاملاً قطع شود و بخش نشر ما بتواند روی پای خودش بایستد. اکنون آن حالت وجود ندارد. من فکر می‌کنم اگر دولت با پولی که در بخش نشر خرج می‌کند (بن کتاب)، چند کتابخانه بسازد، قطعاً تأثیر بیشتری خواهد داشت. باعث شرمندگی ما ایرانیان است که کتابخانه ملی ما فقط ۳۵۰ هزار عنوان کتاب دارد. این در حالی است که در بخش فارسی کتابخانه پترزبورگ در روسیه، چهار میلیون عنوان کتاب وجود دارد.

دل‌مان خوش است که دولت از کتاب حمایت

می‌کند! وضع کتابخانه‌های مان این طور است. بعد، کتابخانه‌های ریز که هر کدام ۴ تا ۵ هزار عنوان کتاب، همین طور زیاد می‌شوند و می‌گوییم که گسترش کتابخانه‌ها را هم مد نظر داریم. این واقعیتی است که در جوامع توسعه نیافته، باید در بخش فرهنگ «جزیره‌ای» کار کرد. شما زمانی که معلم خوب کم دارید، مثلاً ۵۰۰ معلم خوب دارید، اصلاً کار عاقلانه‌ای نیست که این ۵۰۰ معلم را در ۵۰۰ مدرسه توزیع کنید. ده مدرسه با پنجاه معلم خوب بسازید و به شکل جزیره‌ای، نیازهای آینده مملکت را برآورده کنید؛ نخبان از این جا دریابند و بعد دست بقیه را بگیرند و بالا بیاورند. ایجاد ۵۰ کتابخانه ضعیف هیچ افتخاری ندارد. ایجاد یک کتابخانه شبیه کتابخانه اسکندریه افتخار دارد و می‌تواند به شکل جزیره‌ای مشکل ما را حل کند و برای محققین مأمی باشد. معتقدیم حمایت‌های دولتی در این شرایط، دقیقاً در جهت تضعیف صنعت نشر و از بین بردن صنعت نشر حرکت می‌کند. کسانی هم که به این حمایت‌ها دل بسته‌اند و سعی می‌کنند به گونه‌ای جهت آن را تغییر دهند که مناسب‌تر شود، اشتباه می‌کنند و همین افراد هم عملاً به سودهای کوتاه مدت و به موقعیت‌های مناسب کوتاه مدت فکر می‌کنند و تفکرشان درازمدت نیست.

محمدی: من می‌خواهم خیلی کوتاه بگویم که ادبیات کودکان ایران که اقتصاد نشر هم شامل آن می‌شود، اگر بخواهد راه بدون رفت برای خودش پیدا کند، باید در سیاست‌های کلان فرهنگی تجدیدنظر کند. در طول صد و پنجاه سال گذشته، نگاه دولت به ادبیات کودکان، نگاه ابزاری بوده است و این مسئله به ویژه پس از انقلاب، تشدید شده.

متأسفانه باز تولید ادبیات کودکان در ایران پس از انقلاب، به دلیل این که سلطه دولت بر آن بسیار شدید بوده، شکل ایدئولوژیک پیدا کرده. در واقع، نگاه دولت به ادبیات کودکان، این است که کودکی پرورش دهد که متعهد و وفادار باشد. یکی از مشکلات عمیق ادبیات کودکان این است. باید نگاه ابزاری به مقوله ادبیات کودکان تغییر پیدا کند.

موضوع اساسی این است که ما باید الگو درست کنیم، یعنی در همین شرایط هم نباید بگوییم که حالا ممکن است چند سال دیگر دولت سیاست کلان فرهنگی را عوض کند. ما مجبور هستیم به عنوان مردم و ملت، الگو و راه‌هایی را در مدارس و کتابخانه‌ها و در بین نشرمان درست کنیم. من از ناشران هم می‌خواهم که بخشی از هزینه تولیدشان را به پژوهش در این مقوله اختصاص دهند و باور کنند که ضرر نخواهند کرد.