

کتاب‌های تصویری

قواعد تولید، موانع انتشار

همزمان با برگزاری پنجمین نمایشگاه آثار تصویرگران کتاب کودک، در آبان ماه ۸۱، همایش بررسی مسایل کتاب کودک و نوجوان، به مدت سه روز، از سوی انجمن نویسندگان کودک و نوجوان و با همکاری ستاد برگزاری این نمایشگاه، در فرهنگسرای نیاوران برپا شد. موضوع نخستین روز این همایش، «موانع انتشار و آینده کتاب‌های تصویری» بود که گروهی از کارشناسان، ناشران و نویسندگان کتاب کودک و نوجوان، در این مورد به بحث و گفت‌وگو پرداختند.

دکتر کمال پولادی، کارشناس کتاب کودک و سخنران بخش اول این مراسم، به تشریح ویژگی‌ها و مختصات کتاب‌های تصویری پرداخت و قواعد آن را برشمرد. سپس فریده خلعتبری، ناشر، زهره قایینی، پژوهشگر و محقق، کریم نصر، تصویرگر و فرهاد حسن‌زاده، نویسنده کتاب کودک و نوجوان، در میزگردی درباره موضوع یاد شده، به گفت‌وگو نشستند.

پولادی: به کتاب‌های تصویری، از وجوه مختلفی می‌توان نگاه کرد. دنیای کتاب‌های تصویری، دنیای بسیار وسیعی است. بنابراین، من نمی‌خواهم در این صحبت کوتاه، روی تمام جنبه‌های کتاب‌های تصویری بحث کنم. من بحثم را روی دو مطلب متمرکز می‌کنم؛ یکی حول این موضوع که چگونه کتاب تصویری یک زبان خاص، یک رسانه خاص و یک صورت بیانی خاص است؛ چیزی که در اغلب کتاب‌های تصویری ما فراموش شده و یا توجه چندانی به آن نشده است. بخش دیگر صحبت من روی قواعد عامی است که در تصویرگری ما طی سه دهه گذشته انجام گرفته است.

اولین مطلبی که لازم است روی آن تکیه کنم و یکی از جنبه‌های آسیب‌شناسی کتاب‌های تصویری را تشکیل می‌دهد، این است که کتاب تصویری باید با ساختار خاص خودش مورد توجه قرار گیرد. متأسفانه، این نکته با بی‌توجهی تصویرگران آماتور ما رو به رو شده است. کتاب تصویری از روی جلد شروع می‌شود و تمام صفحات کتاب را دربرمی‌گیرد و در پشت جلد تمام می‌شود. یعنی تمام این سه بخش باید مجموعه واحدی را بسازند و با هم هماهنگ باشند. کتاب تصویری کتابی است که در درجه اول، از پیوند عمیق و اندام‌وار بین نوشته و تصویر درست شده است. این پیوند اندام‌وار یا ارگانیک بین تصویر و نوشته را نباید فراموش کرد. در بسیاری از کتاب‌های ما این مسئله

به نام نازنین او که دوستش داریم

پنجمین نمایشگاه آثار

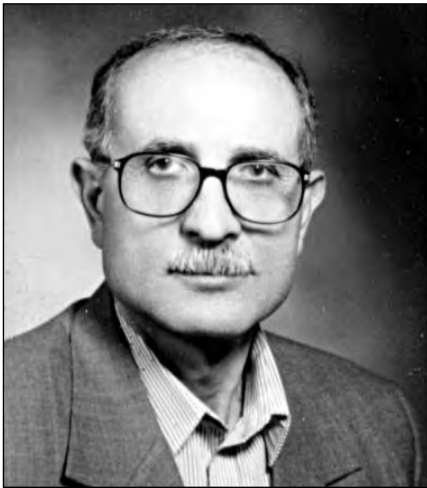
نمایشگاه کتاب‌های تصویری و نوجوان

همایش بررسی مسایل کتاب کودک و نوجوان

شنبه ۱۱ آبان موانع انتشار و آینده کتاب‌های تصویری
یکشنبه ۱۲ آبان کتاب‌های کودک و نوجوان و حمایت‌های دولتی
دوشنبه ۱۳ آبان اینترنت و مخاطب کتاب کودک و نوجوان

حضور شما را در این همایش گرامی می‌داریم
زمان برگزاری: ساعت ۱۵ تا ۱۷/۳۰
نشانی: انتهای پاسداران، نیاوران، فرهنگسرای نیاوران

زمان برگزاری: ساعت ۱۵ تا ۱۷/۳۰
نشانی: انتهای پاسداران، نیاوران، فرهنگسرای نیاوران



فراموش شده است. در کتاب تصویری، دو عنصر کلام و تصویر باید چنان پیوند داشته باشند و همدیگر را چنان تکمیل کنند که یکی بدون دیگری، مفهوم اصلی خودش را از دست بدهد. به عبارت دیگر، اگر این پیوند همه‌جانبه و اندام‌وار نباشد، ما با یک کتاب تصویری رو به رو نیستیم، بلکه با یک سری نوشته رو به رو هستیم و تعدادی تصویر. عمده کتاب‌های ما این طور است؛ یک سری تصویر در کنار نوشته. گاهی ممکن است تصاویر با نوشته ارتباط کمی داشته باشد یا فقط صحنه یا بخش و یا موضوعی را از کلیت یک داستان که در کتاب تصویری آمده، تصویر کرده و سایر بخش‌های کتاب مورد توجه قرار نگرفته باشد. بنابراین، توجه به این نکته اهمیت دارد که بدانیم کتاب تصویری از ترکیب دو هنر، یعنی هنر نویسندگی و هنر تصویرگری، در یک کلیت واحد درست شده است.

در یک کتاب تصویری حتی قطع، رنگ، نوشته و همه این‌ها با هم ارتباط ارگانیک دارند و یک پارچه‌اند. در مورد کتاب‌های تصویری، آن قدر سوءتفاهم زیاد بوده که گاهی کتاب‌های تصویری و کتاب‌های مصور با هم اشتباه شده است. حتی در اسم‌گذاری هم این اشتباه وجود دارد؛ یعنی گاهی شما می‌شنوید که به یک کتاب تصویری، کتاب مصور می‌گویند و برعکس، به یک کتاب مصور می‌گویند کتاب تصویری. کتاب تصویری با کتاب مصور فرق می‌کند. کتاب مصور از یک سلسله مطلب و چند تصویر تشکیل شده است. حتی می‌شود در کتاب مصور، تصویرها را در پایان کتاب آورد. چنین کتابی، کتاب مصور است، نه کتاب تصویری.

به همین دلیل، کسانی که کتاب تصویری را یک رسانه خاص، یک زبان و یک بیان هنری خاص می‌دانند، معتقدند که کتاب تصویری خوب، فقط برای کودکان و نوجوانان نیست و حتی بزرگسالان هم می‌توانند از یک کتاب تصویری خوب لذت ببرند. کتاب تصویری در واقع به تنهایی، یک اثر هنری است؛ منتهی یک اثر هنری که از دو هنر (هنر نویسندگی و هنر تصویرگری) ترکیب شده است.

دوباره لازم است روی این نکته تأکید کنم که کتاب تصویری را نباید با کتاب مصور اشتباه کرد. هرکدام از این دو، به قلمرو خاص خودشان تعلق دارند. کتاب مصور به قلمرو نویسندگی و کتاب تصویری به قلمرو هنرهای تجسمی تعلق دارد.

کتاب‌های تصویری از لحاظ نوع، بسیار متفاوتند. ما کتاب‌هایی داریم که تماماً از تصویر تشکیل شده و بیشتر برای سنین پایین مورد استفاده است. کتاب‌هایی داریم که تصویر در آن‌ها کم‌تر است و متن و نوشته بیشتر. این کتاب‌ها برای کودکان سنین بالاتر است. کتاب‌های تصویری از لحاظ موضوعی هم، ممکن است به قلمرو ادبیات داستانی تعلق داشته باشند و یا حتی جزو دانستنی‌های علمی باشند و همین‌طور کتاب‌های اطلاعات عمومی.

موضوع بخش دیگر صحبت من، قواعد مربوط به

تصویرگری کتاب‌های کودکان است. همان‌طور که می‌دانید، تصویرگری یک هنر است و مثل هر هنری، نمی‌شود برایش یک سری قواعد کلیشه‌ای پیدا کرد. بنابراین، صحبت سر این نیست که ما برای کتاب‌های تصویری یک سلسله قواعد کلیشه‌ای بیان کنیم. با همه این‌ها، اگر تعداد زیادی از کتاب‌های تصویری را طی یک دوران نسبتاً طولانی، مورد مطالعه قرار دهیم، قواعدی را می‌توانیم از آن‌ها استخراج کنیم. این کار را محققان اروپایی انجام داده‌اند. من در این‌جا

حاصل تحقیقات و قواعدی را که آن‌ها به دست آورده‌اند، بیان می‌کنم. نخستین گروه از این قواعد، به موقعیت شخصیت‌ها در روی جلد مربوط است؛ یعنی آن چه روی جلد کتاب‌های تصویری، نقاشی می‌شود. البته، نباید این دو مفهوم نقاشی و تصویرگری را با هم اشتباه گرفت. بسیاری از شما، با توجه به این که در این زمینه دست‌اندرکار هستید، این نکته را می‌دانید، اما برای کسانی که ممکن است آشنایی کم‌تری داشته باشند، لازم است روی این نکته تأکید کنم. بعضی‌ها حتی برای تصویرگری، عنوان نقاشی را هم به کار می‌برند. نقاشی یک هنر است و تصویرگری یک هنر دیگر. در هر حال، آن چه روی جلد کتاب تصویری نقش می‌شود، قواعدی را نشان داده است. غالباً تصویرگران برای شان مهم بوده که شخصیت اصلی داستان را روی جلد کتاب تصویر کنند. همین‌طور جای شخصیت اصلی کتاب در روی جلد که بخشی از صفحه را اشغال می‌کند، معنا و مفهوم دارد. بنابراین، این که قهرمان داستان روی جلد تصویر شده یا نشده و در کجای صفحه قرار گرفته، خودش واجد مفاهیم مختلفی است. حتی وقتی که شخصیت اصلی در سمت راست یا سمت چپ قرار داشته باشد، هرکدام از این‌ها معنا و مفهوم خاص خودش را دارد. قرار گرفتن قهرمان داستان در بالای صفحه، معمولاً مفاهیمی مثل قدرت و برتری موقعیت و دارا بودن صفحات مثبت را القا می‌کند و برعکس، قرار گرفتن قهرمان در پایین صفحه، نشانه فروتری، نگون‌بختی و دارا بودن صفات منفی است.

قاعده بعدی، مربوط به اندازه و ابعاد تصویر است. بزرگ یا کوچک کردن تصویر یک موضوع یا یک شخصیت و همین‌طور ترسیم این شخصیت یا این موضوع در نمای دور یا نمای نزدیک، در تقویت یا تضعیف آن شخصیت یا موضوع مؤثر است. همین‌طور ترسیم یک صحنه یا بیش از یک صحنه در روی جلد، به سهم خود، گویای مفاهیم مختلفی می‌تواند باشد. هرچه تعداد صحنه‌ها و شخصیت‌های روی جلد بیشتر باشد، تأکید روی آن صحنه یا آن شخصیت کم‌تر می‌شود. اگر یک شخصیت معین را چند بار روی جلد ترسیم کنیم، خود این

پولادی:

در یک کتاب تصویری

حتی قطع، رنگ،

نوشته و همه این‌ها

با هم ارتباط ارگانیک

دارند و یک پارچه‌اند.

در مورد کتاب‌های

تصویری، آن قدر

سوءتفاهم زیاد بوده

که گاهی کتاب‌های

تصویری و کتاب‌های

مصور با هم

اشتباه شده است



تکرار، از موقعیت مرکزی آن شخصیت یا آن موضوع ترسیم شده کم می‌کند. به عبارت دیگر، این موضوع را می‌توان با یک فرمول صورت‌بندی کرد: تکرار ترسیم یک شخصیت بر روی جلد، با کاهش اهمیت آن، تناسب مستقیم و با افزایش آن، تناسب معکوس دارد. بنابراین، اگر یک شخصیت در وسط صفحه با نمای درشت ترسیم شود، این تصور به بیننده داده شده که این شخصیت دارای امتیازات ویژه‌ای است. برعکس، شخصیت‌هایی که در پایین صفحه یا حاشیه صفحه و همین طور با ابعاد کوچک‌تر ترسیم شده‌اند، اهمیت کم‌تری دارند. قاعده سوم، قاعده مربوط به پرسپکتیو است. در پرسپکتیو، با حضور یا عدم حضور افق (خطوط افقی)، تقابل پیش‌صحنه با عمق صحنه و محو تدریجی نقطه‌ها سر و کار داریم. محو شدن افق و خطی که بالا و پایین کادر را به روشنی از هم تفکیک می‌کند، احتمالاً تصور خطر و پیدا شدن گره در کار شخصیت را القا می‌کند. در برخی از مشهورترین کتاب‌های تصویری، محو شدن افق، هم‌سو با حرکت شخصیت اصلی به سوی خطر است. اگر همراه افق، نقطه‌ها هم در حال محو شدن باشند و یا ما فقط در بالای افق، فضای خالی داشته باشیم، این احساس به بیننده القا می‌شود که وضع بغرنج و درهم برهمی پیش روی ماست. این احساس موجب می‌شود که بیننده به سوی حالت تعلیق پیش رود. شخصیتی که در پیش‌نمای دوبعدی قرار گرفته، معمولاً کم‌تر از شخصیتی که در عمق سه‌بعدی قرار گرفته، هوشیار، خردمند و زیرک به نظر خواهد رسید و همین‌طور جنبه فانتریک و خیال‌انگیزی آن کم‌تر است.

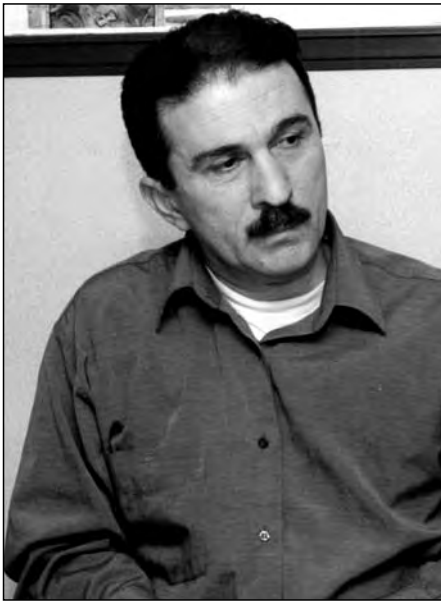
قاعده چهارم، به اسکلت‌بندی مربوط می‌شود. با استفاده از قواعد اسکلت‌بندی، به بیننده امکان داده می‌شود که دنیای درونی و نهفته قصه و همین‌طور دنیای بیرونی قصه را آشکارتر و بهتر دریافت کند. وقتی تصویری در اسکلت و چارچوب مشخص و روشن گذاشته می‌شود، معمولاً تصویرگر از بیننده، نگاه محدودتر و بسته‌تری را طلب کرده است. برعکس، وقتی که تصویر در چارچوب و اسکلت محدودی گذاشته نشده، از بیننده خواسته شده که با دید گسترده‌تر و بازتر و درعین حال درونی‌تر، به چیزی که پیش رو دارد، نگاه کند. وقتی شخصیت قصه از دنیای بسته به دنیای باز و گسترده‌تر و هم‌چنین به سوی تجربه‌ها و اکتشاف‌های تازه گام برمی‌دارد، معمولاً اسکلت‌بندی انعطاف بیشتری دارد. همان‌طور که چارچوب بسته، این احساس را القا می‌کند که از این محدوده نباید فراتر رفت. برای شکل‌های مدور و چهارگوش نیز قواعدی در نظر گرفته‌اند. شخصیتی که در یک سلسله خطوط دایره‌ای و مدور محصور شده است، نسبت به شخصیتی که با خطوط چهارگوش محدود شده، احتمالاً در وضع امن‌تر و شرایط بهتری قرار دارد. غالباً تأکید روی کادرهای چهارگوش، برای القای وضع رویارویی با دشواری و شرایط نامساعد و محدودیت‌های تحمیلی است.

پنجمین قاعده، قواعد مربوط به خط، جاذبه و دامنه

است. دشواری وضعی که بر شخصیت‌های داستان می‌گذرد، معمولاً با تراکم یا فاصله خط‌ها، صاف یا دندانه‌دار بودن و کلفت یا نازک بودن آن‌ها نشان داده می‌شود. به همین صورت، خط‌های نازک و فاصله‌دار، برای نشان دادن تحرک و سرعت، خط‌های تیره و درهم، برای نشان دادن جریان عادی و آرام به کار می‌رود. خط‌های دندانه‌دار و آن‌هایی که با زوایای تند کشیده می‌شوند، معمولاً القاکننده حوادث ناراحت‌کننده و حاکی از پیدایش مشکل، دردسر و دشواری برای شخصیت‌های قصه هستند. هاشورهای متراکم نیز القاکننده شدت حوادث و هاشورهای نرم، بیان‌گر خارج شدن شخصیت قصه از محصله‌ای است که در داستان برای او پیش آمده. رنگ‌ها هم با حوادث و احساس‌ها پیوند دارند. مثلاً همین‌طور که مشخص است، رنگ روشن با شادمانی، اکتشاف و رنگ‌های تیره با یأس و تشویش همخوانی بیشتری دارند. وقتی قهرمان داستان در پی اکتشاف می‌رود، طبیعت معمولاً با رنگ‌های روشن نشان داده می‌شود و وقتی که قهرمان داستان به بند و بلا گرفتار شده، بیشتر از رنگ‌های سیاه و آبی استفاده می‌شود. به طور کلی، مشخص شده است که بچه‌ها از رنگ‌های روشن بیشتر خوش‌شان می‌آید.

شاید تمام صحبت‌های من در یک نکته خلاصه شود و آن، این که کتاب تصویری، یک زبان و یک رسانه خاص و یک شیوه بیانی خاص است که از پیوند ارگانیک تصویر و نوشته تشکیل شده است؛ چیزی که در بسیاری از کتاب‌های تصویری ما اصولاً رعایت نشده.

نصر: من برای شروع صحبت‌های من در یک معرفی دو حوزه می‌پردازم؛ حوزه‌ای که به پدیدآورندگان اثر فرهنگی مربوط می‌شود که شامل نویسنده، شاعر، محقق و تصویرگر است و حوزه دیگر، حوزه فعالیت صنعت نشر خواهد بود. طبیعی است که در حوزه اول، با گروهی مواجه هستیم که هم فعالیت فرهنگی می‌کنند و هم برنامه‌ریزی زندگی‌شان را براساس فعالیت فرهنگی‌شان شکل داده‌اند. اما حوزه دوم، حوزه‌ای است که من همیشه به عنوان یک فعالیت فرهنگی، به آن شک داشته‌ام. هرچند که اذعان می‌کنم ما در حوزه صنعت نشر، ناشران فرهنگی هم داریم، تعداد آن‌ها محدود است. درحقیقت، می‌توان گفت که صنعت نشر ما عملاً کار فرهنگی نمی‌کند، بلکه صنعت فرهنگ است؛ یعنی صنعتی که مربوط به فرهنگ می‌شود و سرمایه در آن حوزه، امکان فعالیت و رشد پیدا می‌کند. به این ترتیب، می‌توان گفت عملاً برای سرمایه‌ای که در صنعت فرهنگ به کار می‌رود، اهمیتی ندارد که در چه حوزه‌ای کار می‌کند. این سرمایه، چون فعلاً امکان فعالیت در آن حوزه را دارد، کار می‌کند. اگر فرهنگ به آن اجازه فعالیت ندهد، به راحتی حوزه فعالیت خودش را عوض می‌کند و به حوزه دیگری می‌رود. به این جهت، من شک دارم که نشر را فعالیتی فرهنگی بدانم. نتیجه‌ای که می‌خواهم بگیرم، این است که متولیان فرهنگی ما، به هر صورت با این دو حوزه سر و کار دارند، اما هرچه ما از سال‌های اولیه انقلاب دور شدیم، برنامه‌ریزی فرهنگی ما



نظر بگیریم و محدوده کوچکی از آن را لحاظ کنیم که حیطه کودک و نوجوان باشد، به این واقعیت می‌رسیم که سه رکن اصلی برای صنعت دانش کودک در کشور ما وجود دارد. این‌ها مکمل هم هستند و ما نمی‌توانیم هیچ‌کدام از این‌ها را حذف کنیم، یا یکی را برداریم، یا به یکی اهمیت بیشتری بدهیم و یا برای دیگری اهمیت کم‌تری قایل باشیم. شاید مشکل کتاب کودک و نوجوان در کشور ما از همین جا ناشی می‌شود که ما این‌ها را از هم تفکیک می‌کنیم. برای این که یک کتاب کودک و نوجوان موفق در کشور ما و یا در هر جای دیگر به وجود بیاید، در وهله اول احتیاج به

نصر: حوزه نشر کودک و نوجوان آن قدر حساس است که پیشرفته‌ترین و دموکراتیک‌ترین کشورهای جهان هم قوانین سفت و سختی در این زمینه گذاشته‌اند که ناشر را محدود می‌کند.

یک نویسنده داریم که مطلبش را بنویسد. این نویسنده می‌تواند شاعر یا بازآفرین باشد. بعد، احتیاج به یک تصویرگر داریم که برای بهتر تفهیم کردن مقصود و مفهومی که نویسنده می‌خواسته یا نوشته‌اش به خواننده القا کند، زحمت می‌کشد. تصویرگر باید خواننده را بیشتر و بهتر با مطالب نوشته شده آشنا کند. رکن سوم، ناشر است. ما الان ناشر را کنار می‌گذاریم. دقیقاً فرمایش آقای نصر به این معنی است که ما ناشر را با تاجر اشتباه می‌گیریم و فکر می‌کنیم ناشر کسی است که تجارت کتاب می‌کند.

در ایران، به غلط، گروه زیادی هستند که تجارت کتاب می‌کنند و بیشترشان هم دولتی‌اند ولی این، به آن معنی نیست که ما بخواهیم بگوییم ناشر، تاجر است و باید تجارت کتاب بکند. خیر، این طور نیست. ناشر، رکن سوم و مکمل نویسنده و تصویرگر است. اگر یک ناشر فرهنگی، در کنار نویسنده و تصویرگرش نباشد، هیچ وقت یک کتاب تولید نمی‌شود. تولید کتاب، مدیون و مرهون هر سه رکن است و ما نباید نسبت به هیچ کدام از این سه رکن کم‌لطفی کنیم. وجود هر سه لازم است. بنابراین، اگر ما می‌خواهیم که روزی کتاب کودک‌مان در دنیا موفق شود (و به طور اخص در مملکت خودمان)، باید هر سه را ارج و قرب بگذاریم و هر سه را در کنار هم شناسایی و قبول کنیم که این سه با هم هستند و باید با هم باشند. اگر این‌ها را از هم تفکیک کنیم و این تفکیک را ادامه دهیم، هیچ وقت به هیچ جا نمی‌رسیم. فعالیت تاجران کتاب را که همان ناشران غیرفرهنگی ما هستند، کنار بگذاریم؛ چون فعالیتی که آن‌ها می‌کنند، جزیی از فرهنگ مکتوب کشور ما محسوب نمی‌شود. اگر کسی کتابی بخرد و یا وارد کشور کند و ده نفر با ده ترجمه متفاوت آن‌ها را چاپ کنند، هیچ کار فرهنگی صورت نگرفته است. چرا این را به عنوان یک کار فرهنگی شناسایی و بعد از آن انتقاد کنیم؟ اصلاً این خارج از محدوده فرهنگ است. متأسفانه، چیزهایی تولید می‌شود

بیشتر به طرف کمک به صنعت فرهنگ رفته تا به طرف کمک به خود فرهنگ. تمام کسانی که کارهای فرهنگی می‌کنند، می‌دانند که عملاً از هر نوع کمکی و هر نوع برنامه‌ریزی که برای پیشبرد فرهنگ و فعالیت فرهنگی باشد، محروم بوده‌اند. تقریباً می‌شود گفت فعالان فرهنگی ما هیچ چشم‌داشتی به برنامه‌ریزی‌های دولتی ندارند. فکر نمی‌کنند که امکان دارد روزی متولیان فرهنگی، امکان مناسبی در اختیارشان بگذارند. درست برعکس، کسانی که در صنعت فرهنگ کار می‌کنند، هر روز با امکانات بیشتری مواجه شده‌اند. به اعتقاد من، مشکل اصلی و گرهی که در زمینه تولید کتاب‌های فرهنگی به وجود آمده است، از همین جا ناشی می‌شود.

ما می‌دانیم که حوزه نشر کودک و نوجوان، آن قدر حساس است که پیشرفته‌ترین و دموکراتیک‌ترین کشورهای جهان هم قوانین سفت و سختی در این زمینه گذاشته‌اند که ناشر را محدود می‌کند. متولیان فرهنگی ما هم در سال‌های اولیه انقلاب، این برنامه را به درستی دنبال می‌کردند، اما هرچه قدر که پیش آمدیم، با فشار فعالان حوزه صنعت فرهنگ، متولیان فرهنگی ما عقب‌نشینی و میدان را خالی کردند. همه ما یادمان هست که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ابتدا اجازه نمی‌داد کتاب‌های غربی چاپ شود. در این صورت، فعالیت در زمینه تولید کتاب‌های فرهنگی بود. هرچه قدر که جلو آمدیم، سیاست‌ها عوض شد. بعد، ارشاد به ناشران این امکان را داد که در مقابل هر کتاب تألیفی نویسندگان داخلی، یک کتاب خارجی هم چاپ کنند. کمی که جلوتر آمدیم، اجازه داد دو کتاب ترجمه و یک کتاب چاپ کنند و بعد همین‌طور سه کتاب شد. در سال‌های اخیر هم این امکان برای ناشران ما فراهم شد که هر کتابی را وارد و ترجمه کنند. واقعیت این است که ناشر ما امروز اصلاً احتیاجی به چاپ کتاب فرهنگی ندارد. در این صورت، چرا انتظار داشته باشیم که کتاب خوب چاپ و از پدیدآورندگان کتاب حمایت کند؟

با حمایت‌های همه‌جانبه‌ای که متولیان فرهنگی ما از دست‌اندرکاران صنعت فرهنگ کرده‌اند، عملاً تولید کتاب‌های فرهنگی افت کرده است و من بعید می‌دانم که اگر به این ترتیب پیش برود، چشم‌انداز روشنی داشته باشیم.

حسن زاده: با توجه به صحبت‌های آقای نصر، این سؤال برایم پیش آمد که آیا مشکل در دیدگاه ناشران است که فرهنگی فکر نمی‌کنند یا این که استقبال جامعه کتابخوان هم تأثیرگذار است؟

خلعتبری: قبل از آن که من بخواهم به سؤال شما جواب بدهم، بد نیست که قدری درباره دیدگاه خودم صحبت کنم. من نظری کاملاً مغایر با نظر آقای کریم نصر دارم و اصولاً، نه تقسیم‌بندی ایشان را می‌پذیرم و نه گفته‌های‌شان را درباره نشر. اجازه بدهید من این طور شروع کنم که ما چیزی در دنیا داریم به اسم صنعت دانش. صنعت دانش را مجموعه‌ای به وجود آورده که متولی آن است. اگر ما آن را فقط در کشور خودمان در

که اسمش را کتاب گذاشته‌اند. این‌ها حتی فاقد ارزش‌های اولیه هستند. پس ما این‌ها را به کلی کنار می‌گذاریم. ناشرانی را که این جور کتاب‌ها را منتشر می‌کنند، به عنوان ناشر تلقی نکنید؛ این‌ها نشر دهنده کتاب و به عبارتی، تاجر کتاب هستند. به دنبال این برویم که ناشران خودمان را شناسایی کنیم و به کارهای فرهنگی به عنوان فعالیت فرهنگی ارزش قائل شویم.

فرهنگ، واژه بسیار والایی است و ما نمی‌توانیم آن را در کنار تجارت بگذاریم و ارزش آن را بگیریم. نه، این واقعاً حیف است.

بنابراین، اگر ما قبول کنیم که کتاب چیست و چه ارزشی دارد و فعالیت فرهنگی چیست و نشر چیست و وجود این سه رکن چقدر ارزش دارد، آن وقت می‌توانیم به این پرسش جواب بدهیم که آیا واقعاً وضعیت فعلی، وضعیتی است که وضعیت فرهنگ ما را نشان می‌دهد؟ خیر. اما مشکل از کجاست؟ مشکل از متولیان است. مشکل از وزارت ارشاد و سازمان‌های دولتی است. مشکل از کسانی است که بودجه‌های کلان در اختیار دارند و فعالیت‌های فرهنگی ما را به بیراهه می‌کشاند. چرا؟ چون پول در اختیار دارند، خیلی راحت می‌توانند پول را در راه‌هایی که خودشان دل‌شان می‌خواهد، خرج کنند، از آثار غیرفهرنگی حمایت کنند و در نتیجه، نشر و فعالیت‌های فرهنگی را به بیراهه سوق دهند. کما این که تمام جوایز ملی کشور ما، به کارهایی اختصاص پیدا می‌کند که مطلقاً فرهنگی نیستند. کتاب سال ما به چه چیزی جایزه می‌دهد؟ جایزه را به کتاب ترجمه می‌دهد. ناشر سال ما چه کسی می‌شود؟ کسی می‌شود که حتی یک کتاب تألیفی در عمرش چاپ نکرده است و همین طور بقیه موارد. بنابراین، مشکل از جای دیگری است. مشکل از ناشر نیست و من فکر می‌کنم نباید در حق ناشر کم‌لطفی کرد.

حسن زاده: خانم قایینی به عنوان کارشناس ادبیات کودک، خصوصاً در زمینه تصویرگری مقاله‌هایی دارند. از خانم قایینی می‌خواهیم که از این دیدگاه، موانع رشد کتاب‌های تصویرگری را رایه دهند.

قایینی: من صحبت‌های آقای نصر را تا حدودی می‌پذیرم که یکی از موانع عمده ما در نشر کتاب تصویرگری خوب برای کودکان، رویکرد ناشران است. دلیل‌مان هم براساس یک پژوهش در این زمینه است. شاید بد نباشد به عنوان کسی که الان راجع به تاریخ ادبیات کودکان کار می‌کنم و نشر ادبیات کودکان را از دوران مشروطه پی می‌گیریم، به این مسئله تاریخی برگردم که بعد از آمدن دستگاه چاپ به ایران، بسیاری از ناشران آگاه در آن دوره، برای کتاب و مخاطبین کتاب تلاش می‌کردند و مسائل مادی را در درجه بعدی قرار می‌دادند. برای مثال، حاج محمد رضانی، وقتی کار نشر کتاب را در ایران آغاز کرد، جزو نخستین ناشران آگاهی بود که در مقدمه تمامی کتاب‌های خود، اشاره می‌کند که من کتاب برای مردم کم سواد منتشر می‌کنم و به فلان دلایل این کتاب‌ها را انتشار می‌دهم. سندهایی از این دست، نشان می‌دهد که نشر در آن زمان، در ابتدای کار خودش، از سوی چنین ناشرانی

بسیار آگاهانه شروع شد.

در آن زمان، ناشران ما خیلی فرهنگی بودند. نه این که جنبه مادی برای‌شان اهمیت نداشته باشد، اما رویکرد فرهنگی، توجه به فرهنگ و اشاعه کتابخوانی در جامعه، برای آن دسته از ناشران، بسیار اهمیت داشته است.

متأسفانه اگر کتاب خوب امروز به دست کودک و نوجوان ما نمی‌رسد، یکی از عواملش ناشران هستند. البته، عواملی که خانم خلعتبری هم اشاره کردند، کاملاً درست است؛ به هر حال، باید ناشران دولتی و وزارت ارشاد هم در این جا نقش داشته باشند. ما نمی‌توانیم خودمان را به عنوان ناشر از این مسئله جدا کنیم که ما هیچ نقشی در وضعیت اسف‌بار کتاب کودک نداریم.

اما در چارچوب تعریف آقای پولادی از کتاب تصویرگری، تعداد این کتاب‌ها از انگشتان دست فراتر نمی‌رود. عمده کتاب‌های تصویرگری به مخاطبین پیش دبستانی تعلق دارد و این کتاب‌ها باید به نیازهای کودک پیش دبستانی پاسخ دهد. حوزه این کتاب‌ها بسیار وسیع و گسترده است؛ الفبا، آموزش، عدد آموزش، کتاب‌های مفهومی، کتاب‌های داستانی، مثل‌ها و... می‌توانند جزو کتاب‌های تصویرگری شوند و به یکی از نیازهای اساسی کودک پیش دبستانی پاسخ دهند. چندی پیش در شورای کتاب کودک، راجع به این مسئله تحقیق کردیم که اگر نیازهای کودک پیش دبستان را در یک جدول بیاوریم، چند کتاب، اعم از ترجمه و تألیف، می‌تواند در این جدول قرار بگیرد؟ فرض کنید نیاز کودک به واژگان، نیاز کودک به شناخت خویشاوندان، نیاز کودک به شناخت محیط اطرافش و خیلی چیزهای دیگر. وقتی همه این‌ها را در تحقیق‌مان در نظر گرفتیم، کتاب خوب خیلی انگشت‌شمار بود.

ناشران ما حتی کتاب‌های ترجمه را هم قلع و قمع می‌کنند. ما کتاب‌های تصویرگری بدون کلام داریم که باید به وسیله آن با بچه کار کرد؛ بچه باید این کتاب را ببیند و با تصویر صحبت کند تا دایره واژگانی‌اش وسعت یابد. ناشران ما روی این کتاب‌ها کلام می‌گذارند. خب، وقتی ناشر ما از کتاب تصویرگری آگاهی ندارد، چه می‌توانیم بگوییم؟ حتی شاعران بنام ما روی کتاب‌های تصویرگری خارجی، کلام گذاشته‌اند و کتاب را از بین برده‌اند؛ یعنی به یک اثر خیانت کرده‌اند. یا صفحاتی از کتاب را می‌برند و برای این که صرفه‌جویی کنند، صفحات را به هم می‌چسباند و ده‌ها بلای دیگر. اگر به گزارش‌های شورای کتاب کودک مراجعه کنید، تمام این‌ها شناسایی شده و از ناشران خواسته‌ایم که به این موارد توجه کنند. اصل مسئله این است که ناشران باید یک مدیر هنری و یک کارشناس ادبیات کودکان را در کنار خودشان داشته باشند. ما انتظار نداریم تمام ناشران ما درباره ادبیات کودکان اطلاع داشته باشند. این بسیار طبیعی است، ولی باید کارشناس داشته باشند تا کمک کند که کتاب مناسب انتخاب و با تصویرگر صحبت شود. طبیعی است، وقتی تصویرگر مراجعه می‌کند و می‌بیند که ناشر از تصویر آگاهی ندارد، سرخورده می‌شود. ما در سال‌های اخیر، شاهد خالی شدن صحنه از تصویرگران خوب بودیم.



جای خوشبختی است که تصویرگران جوان پا به میدان گذاشته‌اند، اما من واقعاً نگران این مسئله هستم که بر سر این تصویرگران چه بلایایی خواهد آمد. به هر حال، ممکن است تصویر خوبی روی دیوارها کشیده شود، ولی وقتی وارد کتاب می‌شود و با متن پیوند می‌خورد و صفحه‌بندی می‌شود، بلاهای زیادی بر سر تصاویر می‌آید.

حسن زاده: ظاهراً نوک پیکان این مسئله به ناشران برمی‌گردد. این‌جا، این بحث پیش می‌آید که چرا ناشران رغبتی به چاپ کتاب‌های تصویری ندارند؟ آیا بحث هزینه‌های چاپ یک کار چهار رنگ است یا بحث فروش؟ ما می‌بینیم که ناشران کتاب تصویری چهار رنگ چاپ می‌کنند، اما به قول خانم قایینی، حق مطلب را ادا نمی‌کنند. به عبارتی، کار خوب ارایه نمی‌کنند و یک دیدگاه فرهنگی نسبت به کتاب‌های تصویری کودکان ندارند. من فکر می‌کنم که خانم خلعتبری به عنوان ناشر و یک ناشر برگزیده بتوانند به این سؤال ما پاسخ دهند که چرا ناشران رغبتی به چاپ کارهای تصویری ندارند؟

خلعتبری: من مجبورم دوباره به نکته‌ای اشاره کنم و آن، این است که ما الان راجع به جماعتی صحبت می‌کنیم که من خودم، شخصاً، اسم ناشر روی آن‌ها نمی‌گذارم؛ این‌ها تاجرانی هستند که کار کتاب می‌کنند. واقعاً ناشر نیستند و به همین دلیل هم است که رغبتی به کار تصویرگری شده و کار فرهنگی ندارند. ببینید، ما الان یک سری مؤسسات، سازمان‌ها و نهادهای دولتی داریم که بودجه‌های کلان در اختیار دارند و کتاب می‌خرند. خریدهای آن‌ها روی هیچ نوع ضابطه‌ای نیست و طبعاً ناشرانی که با این گروه‌ها ارتباط‌های تنگاتنگ دارند، هیچ وقت نیازی احساس نمی‌کنند که کتابی با کیفیت برتر ارایه دهند تا خرید شود. خریدار این‌ها افراد ثابتی هستند با بودجه‌های کلان. بنابراین، هر چه تولید کنند، به راحتی این‌ها می‌فروشند و نمونه‌هایشان بسیار زیاد است. اگر شما تمام فروشگاه‌های ناشران دولتی را ببینید، پر از کتاب‌هایی است که به این صورت تولید می‌شود. بنابراین، شما خودتان را به جای تاجرهایی که شما ناشر خطاب‌شان می‌کنید، بگذارید؛ چه نیازی دارند که کتاب تألیفی تصویرگری شده با کیفیت بالا تولید کنند؟ چون خریدارشان، هر چه را که این‌ها تولید کنند، از این‌ها می‌خرد. طبیعی است که کتاب‌هایی را که ده‌ها بار ترجمه شده، چاپ می‌کنند. چرا؟

چون نه پول مترجم جدید می‌دهند، نه پول تصویرگر، نه نیازی دارند که از کاغذ خوب استفاده کنند و نه هیچ امکان دیگری را برای بهتر شدن کتاب‌شان به کار بگیرند. این‌ها تجارت کتاب می‌کنند. حالا اگر ما ناشری داشته باشیم که کتاب تألیفی چاپ کند و برای آن تصویرگری ویژه داشته باشد، بهترین کاغذ را بگیرد، از مرکب خارجی استفاده کند و کار را با بهترین صفحه‌آرایی چاپ کند، در این صورت، خریدارش کیست؟ این ناشر، چون کار فرهنگی می‌کند، در گروه و جماعت ناشران تاجر قرار نمی‌گیرد و طبعاً نمی‌تواند مورد توجه گروه‌هایی که

خریداران ناشران بازاری یا ناشران تاجر هستند، باشد. در نتیجه، وقتی در گروه آن‌ها نباشد، مورد غضب قرار می‌گیرد. وقتی کتاب‌ها را باز می‌کنید، تبلیغ و تعریف و معرفی کتاب‌هایی است که آن گونه ناشران درمی‌آورند، خرید از آن‌ها صورت می‌گیرد و حمایت از آن‌ها می‌شود. پس، جایی برای ناشران فرهنگی وجود ندارد. در این کشور، انگیزه را از ناشر فرهنگی به طور کامل می‌گیرند.

ناشر فرهنگی، حداکثر کاری که می‌تواند بکند، این است که یک کتاب را در تیراژ ۵۰۰۰ نسخه دربیابورد و تازه وقتی بخواهد آن را بفروشد، جایی ندارد. حتی در کتاب

فروشی‌های ما جایی برای فروش کتاب‌های فرهنگی نیست. چرا؟ چون ناشرانی که قبلاً فروش‌شان را با ناشران دولتی هماهنگ کرده‌اند، قیمت می‌گذارند و کتابی درمی‌آورند که وقتی به آن‌ها فروختند، تمام هزینه تولید کتاب‌شان پوشش داده شود.

در نتیجه، با ۶۰ و حتی ۷۰ درصد تخفیف کتاب‌شان را به کتاب فروش ارایه می‌دهند. ناشری که زحمت کشیده و کتابش را به صورت فرهنگی و کامل درآورده، مجبور است کتابش را با ۲۰ درصد تخفیف بدهد. کدام کتاب فروشی حاضر است کتابی را که با ۲۰ درصد تخفیف به او عرضه می‌شود، بپذیرد، ولی کتابی را که با ۷۰ درصد تخفیف عرضه می‌شود، نپذیرد؟ به همین دلیل، ناشر فرهنگی انگیزه‌اش را از دست می‌دهد و همان‌طور که آقای نصر اشاره کردند، به تدریج از تعدادشان کم می‌شود، روز به روز محدودتر می‌شوند و اگر این سیاست‌های دولت ادامه پیدا کند، شما به زودی می‌بینید که کسی در کشور ما اصلاً کتاب فرهنگی منتشر نمی‌کند. اصلاً نمی‌تواند منتشر کند؛ برای این که نمی‌تواند بفروشد، نمی‌تواند هزینه‌اش را پوشش دهد و نمی‌تواند روی پای خودش بایستد.

نصر: من ابتدا باید به شبهه کوچکی که پیش آمده، جواب بدهم. خانم خلعتبری گفتند که ناشر یکی از ارکان نشر است و نمی‌تواند از کار فرهنگی جدا شود. من هم غیر از این نگفتم. گفتیم که ما البته ناشران فرهنگی معدودی در ایران داریم و به هیچ‌وجه نخواستم توهینی به این دسته از دوستان بکنم. من فقط گفتم که نشر الزاماً کار فرهنگی نیست و به‌خصوص، با توجه به این که هر چیزی که در نشر دخیل است، فرهنگی نیست، درست به همان دلیل، ناشر هم الزاماً به دلیل کار نشر، کار فرهنگی نمی‌کند. اگر این‌طور باشد، ما لیتوگرافی را هم باید جزو فعالیت‌های فرهنگی بدانیم؛ چون به هر صورت می‌دانیم که از نشر جدایی‌ناپذیر است؛ نشر بدون لیتوگرافی امکان‌پذیر نیست. من به هیچ‌وجه نخواستم ناشرین را از کار فرهنگی جدا کنم، اما برای ناشرین فرهنگی حساب

خلعتبری:

ناشر، رکن سوم و مکمل نویسنده و تصویرگر است.

اگر یک ناشر فرهنگی

در کنار نویسنده و تصویرگرش نباشد

هیچ وقت یک کتاب

تولید نمی‌شود.

تولید کتاب، مدیون و

مرهون هر سه رکن

است و ما نباید

نسبت به هیچ کدام

از این سه رکن

کم لطفی کنیم

دیگری باز کرده‌ام که فکر می‌کنم مجموعاً هر دو به همین نتیجه رسیده‌ایم که مشکل با ناشر نیست، با متولیان فرهنگی است که من هم روی آن تأکید داشتم. واقعیت این است که من تضادی بین حرف‌های خودم و صحبت‌های خانم خلعتبری پیدا نکردم.

توضیح دیگری بدهم که متولیان فرهنگی کشور، چگونه کار فرهنگی را با مشکل مواجه کرده‌اند و متأسفانه فقط به نحوی است که ظاهراً قبول هم نمی‌کنند. ببینید، یکی دو سال است که صحبت از بحران تصویرگری و بحران ادبیات کودک می‌شود. توجه داشته باشید که بحران یعنی عدول از برنامه. تصویرگر و نویسنده که برنامه نمی‌ریزند. این‌ها، چه برنامه باشد و چه نباشد، کارهای‌شان را انجام می‌دهند.

این‌ها نمی‌توانند بحران به وجود بیاورند. بحران مربوط به برنامه‌ریز است. برنامه‌ریز هم یعنی متولی فرهنگی. وقتی این‌ها از برنامه خارج می‌شوند، می‌گویند بحران تصویرگری. اصلاً بحران تصویرگری و بحران ادبیات معنی ندارد. مگر، زمانی که برنامه نبود، این‌ها کار خودشان را نکردند؟ مگر قبل از انقلاب، تصویرگران و نویسنده‌های بزرگ نداشتیم؟ چطور این‌ها با کم‌ترین امکانات، کارهای خودشان را به وجود آوردند و دچار بحران نشدند؟ امروز هم تصویرگر، ادیب و نویسنده و شاعر دچار بحران نیستند؟ بحران مربوط به برنامه‌ریزی‌های کلان فرهنگی است که ظاهراً صحبتی هم از آن‌ها نیست. در حقیقت، مثل این که تمام مشکلات را به طرف کسانی سوق داده‌اند که اصلاً دخالتی در برنامه‌ریزی ندارند. من معتقدم، مشکل از زمانی به وجود آمد که همین برنامه‌ریزهای فرهنگی ما اصرار کردند که حقوق مؤلفین و مصنفین را به رسمیت نشناسند.

یکی از مسائلی که باعث شد ناشران به راحتی و به صورت رایگان، به ادبیات تولید شده در خارج از کشور دسترسی داشته باشند، این است که به راحتی می‌توانند به خارج از کشور بروند و کتابی را که مایل هستند، بدون پرداخت کپی‌رایت و حقوق مؤلفین و مصنفین ترجمه کنند و عملاً ناز تصویرگر، نویسنده و شاعر ایرانی را نمی‌خرند. در این صورت، یکی از راه‌هایی که با آن می‌توان به این مشکل فائق شد، این است که این حقوق به رسمیت شناخته شود. این هم در برنامه‌ریزی متولیان فرهنگی ما می‌گنجد. در حقیقت، این هم یکی از نشانه‌هایی است که وزارت فرهنگ و ارشاد ما بیشتر دل به کارگزاران صنعت فرهنگ دارد تا فعالین فرهنگی، تمام بن‌بستی که ما با آن مواجه هستیم (۹۰ درصدش)، با به رسمیت شناختن حقوق مؤلفین و مصنفین از بین می‌رود. البته، صحبت‌هایی هست که قرار است حقوق مؤلفین و مصنفین اجرا شود، اما با توصیف‌هایی که من راجع به آن شنیده و خوانده‌ام، ظاهراً چیزی نیست که مد نظر ما باشد. ظاهراً این به نحوی است که هر نوشته یا تصویر ثبت می‌شود به اسم خالق اثر.

اما چه کسی پاسخ‌گوی سوءاستفاده از این‌ها خواهد بود، هنوز مشخص نیست.

پولادی: از جمع‌بندی چیزهایی که گفته شد، می‌شود به این نتیجه رسید که مشکل اصلی نشر در کتاب کودکان، همین اقتصاد رانتی است که سراسر جامعه، از ادبیات کودک تا سیاست و مسائل اجتماعی و مسائل فرهنگی را تحت تأثیر قرار داده است. اقتصاد رانتی بزرگ‌ترین مشکل است. با توجه به آن‌چه گفته شد، اگر بخواهیم بحث را خلاصه و متمرکز کنیم، به اقتصاد رانتی می‌رسیم. اقتصاد رانتی، اقتصادی است که اساساً در دست دولت است و دولت به نحوی که خودش می‌پسندد، آن را پیش می‌برد.

برای نمونه، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که من در آن‌جا بیش از ۲۰ سال کار کرده‌ام، یکی از مؤسسات بزرگی است که هزینه زیادی دارد. نمی‌گویم هزینه بالایی برای کتاب کودک می‌کند. می‌گویم هزینه بسیار دارد. به عبارت دیگر، بودجه هنگفتی دارد؛ بودجه‌ای در حد یک وزارتخانه، ولی کتابی که تولید می‌کند، در حد یک ناشر خصوصی کوچک است. خب، این نمونه‌ای از اقتصاد رانتی است؛ یعنی دولت برای کسانی تیول‌هایی قایل شده و ادبیات کودک هم وجهی از تیول‌داری این نوع مناسبات است؛ مناسبات تیول‌داری. بدین ترتیب، نظر من این است که ما هر چه بیشتر موضوع را بشکافیم و سعی کنیم به نقطه کلیدی و گرهی نزدیک شویم، به این تسلط اقتصاد رانتی می‌رسیم. دولت به ناشرانی امتیاز می‌دهد و این ناشرها با بخش‌هایی از متولیان دولتی ارتباط‌های خاصی دارند. کتاب‌هایی که تولید می‌شود و به فروش می‌رسد، همه در این مناسبات و با توجه به این ملاحظات ارایه می‌شود. پس، باید بگوییم که ادبیات کودک، کار نشر کتاب‌های کودکان و کل نشر کتاب‌های تصویری نیز اسیر سلطه اقتصاد رانتی است.

حسن زاده: ما درباره موانع انتشار صحبت کردیم، حال از «آینده کتاب‌های تصویری» صحبت کنیم. چه باید کرد؟ آیا باید خواهان حذف اعمال فشار دولت شویم و بگوییم اصلاً دخالت نکند و یا این که خودش را اصلاح کند؟

قایی: صحبتی که راجع به موانع رشد کتاب‌های تصویری و نشر کتاب‌های تصویری از سوی دوستان شد، چیزهایی است که مورد قبول است. سال‌هاست که در مطبوعات راجع به این مسئله صحبت می‌کنیم و یا در هر فرصتی که پیش بیاید، به آن می‌پردازیم. این، فقط به چاپ کتاب‌های تصویری و یا فقط به کتاب‌های کودکان مربوط نیست. این، مسئله‌ای است که بر سر راه پژوهش درباره ادبیات کودکان هم وجود دارد. شما می‌بینید که بودجه بسیار زیادی برای کارهای به اصطلاح پژوهشی راجع به ادبیات کودکان، از طرف وزارت ارشاد یا از مراکز دولتی دیگر در نظر گرفته می‌شود. اما آن‌چه حاصل این کار پژوهشی است، در واقع کار پژوهشی نیست. پژوهشگرانی که الان تلاش می‌کنند و به شکل خصوصی کار می‌کنند، هیچ نوع کمکی به آن‌ها نمی‌رسد. نمونه‌اش هم خود ما هستیم که راجع به تاریخ ادبیات کودکان کار می‌کنیم و همان طور که خانم خلعتبری اشاره کردند، کتاب مرجع سنگین ما را باید با ۴۰ درصد یا ۵۰ درصد



چون باید نشان بدهم که با من چه برخوردی می‌شود، امکان فعالیت من در کشور بسته است. من اگر پنج هزار جلد از هر کتابم چاپ می‌کنم، امکان فروشش را فقط در صورتی دارم که در به در به در خانه‌های مردم بروم و کتابم را به خانواده‌ها بفروشم؛ وگرنه جای دیگری وجود ندارد. حتی وزارت ارشاد هم که می‌خواهد خرید کند، وقتی به کتاب‌های من می‌رسد، دست نگه می‌دارد. چرا؟ برای این که اصولاً حمایت از کالاهای فرهنگی مدنظر نیست و کتاب‌های فرهنگی را نمی‌خواهند. بنابراین، من خودم به عنوان ناشری که دلم نمی‌خواهد در این مملکت کار بازاری

در بیابرم، فکر کردم که چه باید بکنم؟ راه باز است. راهی که من انتخاب کرده‌ام، فکر می‌کنم راه درستی است و آینده کتاب‌های کودک و نوجوان کشور را هم تأمین می‌کند. من به خارج از کشور رو آوردم؛ در نمایشگاه‌های خارجی شرکت می‌کنم، کتابهایم را مثل گربه‌ای که بچه‌هایش را به دندان می‌گیرد و از جایی به جای دیگری می‌برد، با خودم برمی‌دارم و به نمایشگاه‌های مختلف می‌برم.

به ناشران خارجی و آژانس‌های ادبی خارجی عرضه می‌کنم و در آن جا مورد استقبال قرار می‌گیرم. من اصلاً نسبت به آینده کتاب کودک ایران بدبین نیستم؛ منتهی نه در ایران، در خارج از کشور. چند هفته پیش در نمایشگاه فرانکفورت بودم؛ استقبالی که از ناشران خارجی، از صاحب‌نظران و از هنرمندان خارجی در مورد کتاب‌های ایرانی دیدم، هرگز، حتی یک هزارم آن را در این مملکت، از متولیان امور فرهنگی ندیده‌ایم. بنابراین، ما جا داریم و کار خوب می‌توانیم تولید کنیم و برای این که اسم کشورمان را که به نظر من از هر چیزی با ارزش‌تر است، حفظ کنیم، کتاب را اول با اسم ایران و در ایران منتشر می‌کنیم، ولی بعد به خارجی‌ها عرضه می‌کنیم. آن‌ها قدر کار خوب را می‌دانند و برای آن‌ها کار خوب ارزش دارد. بنابراین کار خوب را از ما می‌گیرند. ما می‌توانیم هم فرهنگ ایران را زنده نگه داریم و هم جایی برای فعالیت و حداقل روی پای خود ایستادن و ورشکست نشدن و از میدان در نرفتن، برای خودمان باز کنیم و سعی کنیم که بمانیم.

نصر: هر چیزی که زمینه و ریشه تاریخی داشته باشد، زنده می‌ماند.

ببینید، ما چه برنامه‌ریزی برای کشتی داشته باشیم و چه نداشته باشیم، به هر صورت، در هر سال یکی دو جا مطرح می‌شود. ادبیات و شعر ما هم به هر صورت وجود خواهد داشت و تصویرگری هم به سبب پیشینه‌ای که دارد، از بین نمی‌رود. در هر صورت، آینده تاریک نیست.

تخفیف به انتشارات مدرسه، تربیت و یا کانون بدهیم که در اختیار دبیرستان‌ها و دبستان‌ها بگذارند تا کودکان به عنوان کتاب مرجع از آن استفاده کنند. این، معضلی است که سال‌ها درباره آن صحبت می‌شود. من فکر می‌کنم که ما به عنوان ناشر، پژوهشگر، تصویرگر و نویسنده وظیفی به عهده داریم. من الان نمی‌توانم تعیین کنم که از فردا، وزارت ارشاد این کار را نکند و کانون موانعی را از سر راه بردارد. آن‌ها برنامه‌هایی دارند و تصمیماتی می‌گیرند که کار به این شکل پیش می‌رود. نمی‌دانم چند نفر از دوستان حاضر در جلسه، کتاب‌های کلاس اول امسال را دیده‌اند؛ تصویرهای کتاب کلاس اول، فاجعه تصویرگری کتاب کودک در ایران را نشان می‌دهد. روی دیوارهای شهر، روی صفحات تلویزیون چه نوع تصویرهایی را به بچه‌ها نشان می‌دهیم؟ این‌ها چیزهایی است که ما نمی‌توانیم زیاد دخالت کنیم، اما ما به عنوان کسانی که برای ادبیات کودکان دل می‌سوزانیم، فکر می‌کنم که هرکدام‌مان مسئول هستیم که حداقل در حیطة کار خودمان، خوب کار کنیم. یعنی اگر خواستیم به عنوان ناشر برای کودکان کار کنیم، حداقل معیارهای کتاب خوب را رعایت کنیم. گله ما این است که ناشرانی که خودشان را جزو ناشران فرهنگی می‌دانند و برای کودکان دل می‌سوزانند، آن‌ها چرا این نوع معیارها را در نظر نمی‌گیرند؟ آن‌ها چرا کتاب تصویرگری خوب ارایه نمی‌دهند؟ آن‌ها چرا برنامه‌ریزی برای کودکان ندارند؟ اگر خوب پژوهش کنیم، خوب بررسی کنیم، خوب کتاب بنویسیم و خوب تصویر کنیم، به هر حال آرام آرام فضایی به وجود می‌آوریم که دیگران هم به آن توجه کنند.

خلعتبری: من در این مورد، بسیار نوشته‌ام و آن قدر نوشته‌ام که گاهی فکر می‌کنم از نوشتن خسته شده‌ام و از گفتن و از این که کسی نمی‌شنود. ما اگر بخواهیم واقعاً کتاب کودک و نوجوان‌مان را احیا کنیم و به مقامی که باید داشته باشد، برسانیم، اولین کاری که باید بکنیم (همان طور که آقای نصر هم اشاره کردند)، این است که عضو پیمان جهانی حق نشر شویم تا تاجران نشر نتوانند کتاب‌ها را بی‌رویه بیاورند و بدون نظر ناشر، شیر بی‌یال و دم و اشکم کنند و هرکدام، چندین کتاب از آن‌ها در بیاورند و ده‌ها بار ترجمه شود و در حقیقت منابع محدود ما اعم از کاغذ، فیلم، زینک و غیره را به هدر دهند و ضمناً جای ناشران حقیقی را پر کنند. وقتی تعداد این‌ها کم شود، خود به خود کمکی است به ناشرانی که می‌خواهند کار فرهنگی کنند، قدم بسیار مهم دیگر ما این است که تولید و توزیع کتاب کودک را باید از دست این چند ناشر دولتی خارج کنیم. اگر سیاست خصوصی‌سازی فرهنگی به درستی اجرا شود، قدم بسیار بزرگی است. اگر «تربیت» نباشد که بخرد، اگر «مدرسه» نباشد که بخرد، اگر «کانون» نباشد که بخرد و امثالهم، مردم هم دیگر کتاب‌های بازاری نمی‌خرند.

مدتی است به این نتیجه رسیده‌ام که واقعاً در شرایطی که ناشران دولتی، با نشر من به عنوان یک هوو برخورد می‌کنند (واقعاً من باید همین واژه را به کار ببرم،

قاینی:
اصل مسئله این است
که ناشران باید
یک مدیر هنری و
یک کارشناس
ادبیات کودکان را
در کنار خودشان
داشته باشند.
ما انتظار نداریم
تمام ناشران ما
درباره ادبیات کودکان
اطلاع داشته باشند.
این بسیار
طبیعی است
ولی باید کارشناس
داشته باشند تا
کمک کند که
کتاب مناسب
انتخاب شود و
با تصویرگر
صحبت کند

واقعیت این است، همان طور که قرن‌ها پیش این کارها بدون برنامه‌ریزی انجام می‌شد، هنوز هم امکان دارد بدون برنامه‌ریزی انجام شود. ما پیش از انقلاب، تصویرگرهای بسیار خوبی داشتیم که برنامه‌ریزی همه جانبه‌ای هم در آن زمان برای کارکردن آن‌ها وجود نداشت. می‌خواهم بگویم که واژه‌های نیست و امور طبق معمول خواهد گذشت. اما مهم این است که برای برآوردن انتظاراتی که جامعه فعال و جوان ما الان دارد، فقط با برنامه‌ریزی‌های کلان می‌توان پیش رفت. در هر حال، پاسخگویی به این قشر وسیع قطعاً مشکل خواهد بود که آن را هم باید متولیان پاسخ‌گویی باشند.

حسن زاده: خانم خلعتبری درباره توزیع کتاب‌های‌شان در خارج از کشور گفتند. من با برخی از نویسندگان که صحبت می‌کردم، آن‌ها هم از وضعیت معیشتی و حق‌التألیف گله داشتند و آن‌ها هم به فکر ارایه کارهای‌شان در خارج از کشور بودند. شاید تصویرگران هم به این فکر می‌کنند، اما سرانجام این سؤال پیش می‌آید که پس بچه‌های ما چه؟ آیا آن‌ها کتاب خوب نمی‌خواهند؟ آیا آن‌ها کتاب تصویری خوب نمی‌خواهند. چه کسی می‌خواهد به فکر این بچه‌ها باشد؟

چون این نشست، به همت انجمن نویسندگان کودک و نوجوان برگزار شده، شاید این انجمن به عنوان یک تشکل فرهنگی بتواند چاره‌ای برای این موضوع بیندیشد و بتواند راهکاری ارایه کند که بچه‌های ما از کتاب‌های خوب و فرهنگی بهره‌مند شوند.

آقای پولادی درباره پیوند تصویر و متن صحبت کردند. من یک تجربه در مورد کارهای خودم دارم. من کاری دارم که متن این کار، به عنوان متن برگزیده برای یکی از جشنواره‌های خارجی انتخاب شد. منتهمی چون تصاویر بسیار بدی داشت، کنار گذاشته شد. یک کار چاپ نشده هم دارم که اخیراً در یکی از نمایشگاه‌های تصویرگری، یکی از ناشران خارجی، فقط با دیدن تصویرهای آن از ناشر خواست که قرارداد این کار را ببندد و این کتاب را چاپ کند. این تأثیر تصویر بر متن است. شاید ما در این جا بسیار کلی درباره رانت، مسئله توزیع و نشر و ناشران فرهنگی صحبت کردیم و به کتاب‌های تصویری نپرداختیم؛ چون مانع و مشکل را در آن جاها دیدیم.

انصاریان: برای من سؤالی پیش آمده به این معنا که در صحبت‌های ما در زمینه تولید کتاب‌های تصویری و عرضه آن، نویسنده، ناشر و تصویرگر لحاظ شدند، اما جایگاه خود کودک به عنوان مشتری این کتاب‌ها کجاست؟ خلعتبری: هم نویسنده، وقتی می‌نویسد و هم تصویرگر، وقتی کتابی را تصویرگری می‌کند و هم ناشر، وقتی کتابی را انتشار می‌دهد، مخاطبش، کودک و نوجوان ماست و آن‌ها را در نظر می‌گیرد. هدف کسانی که الان کارهای اصیل می‌کنند، دقیقاً کودک و نوجوان ایرانی است و سعی می‌کنند خدمتی به کودک و نوجوان انجام دهند. اگر ما نمی‌توانیم کتاب‌ها را آن طور که شایسته است، به دست او برسانیم، چیزی نیست که در دست نویسنده یا

تصویرگر و یا ناشر باشد. ما کتاب را تولید می‌کنیم، ولی راه‌های رساندن کتاب به کودک بسیار محدود است؛ یا باید از طریق کتابخانه‌های عمومی باشد که وقتی خریدشان محدود به بعضی کتاب‌های بازاری می‌شود، طبعاً کتاب اصیل به آن جاها راه پیدا نمی‌کند و یا باید از طریق کتابخانه‌های مدارس باشد که می‌شود گفت تقریباً به روی کتاب‌های اصیل بسته است؛ چرا که ناشرهای تحت الحمايه آن‌ها کتابهای فرهنگی تولید نمی‌کنند. راه دیگرش این است که از طریق خانواده‌ها باشد. خانواده‌ها هم باید به کتابفروشی‌ها مراجعه کنند. کتابفروشی‌های ما هم به دلیل تخفیف‌هایی که آن ناشرها می‌دهند، از آن‌ها کتاب می‌خرند. پس، از طریق کتابفروشی‌ها هم راهی برای ناشران فرهنگی باز نمی‌ماند. تنها راه موجود، این است که تک تک در خانه‌ها عرضه کنند و این هم واقعاً راه درستی نیست و راهی هم نیست که پاسخ دهد. چرا؟ برای این که حداکثر می‌توانند در محیط بسته اطراف خودشان کار کنند، نه در کشور پهناوری مثل کشور ما. بنابراین، اگر ما نتوانیم راه‌های اصلی را باز کنیم، هیچ وقت نمی‌توانیم کتاب را به دست مخاطبان واقعی‌اش برسانیم.

هجری: همان طور که آقای پولادی اشاره کردند، باید یک هماهنگی ارگانیک بین تصویر و متن برقرار شود تا محصول این کار، کتاب تصویری شود. متأسفانه در ایران، پدیده‌ای به اسم مشورت بین نویسنده و تصویرگر نداریم. این‌ها با هم تعامل و تبادل نظر ندارند. این وظیفه ناشر است که بتواند زمینه هماهنگی بین این دو عنصر اصلی را فراهم کند. در بعضی از کتاب‌ها این امکان فراهم بوده است. آیا می‌شود سیستمی را در صنعت نشر شکل داد که هماهنگی بین تصویرگر و نویسنده برقرار شود؟

نصر: شکی نیست. همه ما تجربه کرده‌ایم. وقتی این دو پدیدآورنده با هم به توافق می‌رسند و گفت‌وگو می‌کنند، نتیجه خیلی بهتر است. ولی واقعیت این است که همین نوع همکاری هم زمینه مساعد می‌خواهد. دستمزدی که تصویرگر دریافت می‌کند، آن قدر کم است که واقعاً نمی‌تواند بیشتر از یک ماه برای تصویر وقت بگذارد، در نتیجه، باب هر نوع مذاکره‌ای بسته می‌شود و ترجیح می‌دهد به هر صورت، تصویری ارایه کند تا چاپ شود. واقعیت این است که تمام این مسایل، هر چند آرمانی نیست و عملی است، باید شرایط آن فراهم شود. اما اگر می‌بینید در این شرایط هم کتاب‌هایی به وجود می‌آید که این خواسته ما را پوشش می‌دهد، به این دلیل است که تصویرگر از حق خودش گذشته است. من معتقدم زمینه وجود ندارد. اگر زمینه وجود داشته باشد، قطعاً نتیجه بهتری خواهیم گرفت.

هجری: البته، من اعتقاد ندارم که تصویرگر در اتودهایش تجدیدنظر کند. یعنی تصویرگر یک اتود بزند، بعد نویسنده دخالت کند و اتود را تغییر دهد. من چنین چیزی را مطرح نمی‌کنم. اگر قبل از این که تصویرگر اتود بزند، این هماهنگی، همفکری و تعامل باشد، باعث می‌شود که تصویرگر بتواند کار را با همان سرعت انجام دهد، ولی با در



بچه باشد و یک طرف کتاب. مسلماً حاصل این کار، پیشرفت کتاب‌های ما خواهد بود.

یکی از حاضران: من یک پیشنهاد دارم. سالهاست که ما بخشی از معضل تصویرگری را ناشران ناآگاه می‌دانیم. می‌خواستم بگویم که برای این معضل چه کرده‌ایم؟ ما همیشه می‌گوییم که ناشران ناآگاه هستند و ناظر هنری برای خودشان انتخاب نمی‌کنند. پیشنهاد من این است که انجمن نویسندگان کودک و نوجوان، نشستی با ناشران دولتی داشته باشد، پای صحبت‌های آن‌ها بنشیند و ضرورت داشتن ناظر هنری و فواید کارکردهایش را به آن‌ها بگوید و نقش آگاهی‌دهنده داشته باشد. یعنی این طور نباشد که هر سال حرف‌های سال قبل را تکرار کنیم.

حسن زاده: بله، من هم می‌خواستم بگویم که این صحبت‌ها قبلاً هم شده واقعاً چه نتیجه‌ای می‌شود گرفت؟ ما چه اهمی داریم که بتوانیم به حرف‌هایی که زدیم، عمل کنیم؟ خود من به عنوان یک نویسنده فکر می‌کنم، درست است که بین ناشرانی که کار فرهنگی می‌کنند و ناشرانی که کار تجاری می‌کنند، نابرابری وجود دارد، اما به هر حال این یک میدان جنگ است و دو طرف با هم رقابت می‌کنند. ناشران فرهنگی باید این رقابت را شدت دهند و راه‌هایی بیابند و کتاب‌های خوب را به جامعه معرفی کنند. این هم برمی‌گردد به روزنامه نگار و مطبوعاتی ما که کتاب‌های خوب و مناسب معرفی می‌کنند. در کشور ما بچه‌ها کتاب انتخاب نمی‌کنند، بلکه والدین انتخاب می‌کنند. والدین هم چون شناخت و حوصله پی‌گیری ندارند، به دنبال جایی هستند که مورد اعتماد باشد و باتوجه به این اعتماد، از آن جا کتاب بخرند. مثلاً روی اعتمادی که به کتاب‌های کانون پرورش فکری وجود دارد، خیلی راحت کتاب‌های آن را می‌خرند، بدون این که بدانند نویسنده و تصویرگرش کیست و چه قدر روی آن کار شده است. اگر روزنامه‌نگارهای فرهنگی ما روی شناساندن کتاب‌های خوب، نویسندگان خوب و تصویرگران خوب وقت بگذارند، جوی ایجاد می‌کنند که جامعه به آن سمت می‌رود. فرض کنید کتاب‌های سیلوراستاین، طی سالهای اخیر، به چاپ‌های هفتم و هشتم رسیده است. چرا این‌گونه شده؟ چه کسی استاین را می‌شناخت؟ با نقدهایی که روی کارهای استاین شده، با معرفی‌هایی که کرده‌اند، جامعه فرهنگی ما و روشنفکران ما پی برده‌اند که این کارها خوب است و می‌توانند بخوانند. اگر این اتفاق درباره نویسندگان داخلی هم بیفتد، قطعاً بین ناشران فرهنگی و ناشران بازاری، رقابت ایجاد می‌شود.

نظر گرفتن افق دید نویسنده.

نصر: زمانی دوستانی بودند که اصرار می‌کردند نظرشان در تصویر کتاب منعکس شود. نویسندگان باتجربه می‌دانند که از این طریق اصلاً به نتیجه‌ای نمی‌رسند. با وجود این، گفت‌وگو زمینه را فراهم می‌کند که نویسنده یا شاعر، سرانجام از گفت‌وگوی دوجانبه راضی شود.

خلعتبری: در این مورد فکر می‌کنم که حق با آقای هجری است. به دلیل این که من خودم هم با تجربه بیست ساله‌ای که در کار نثر داشتم، دقیقاً به حرف شما رسیده‌ام و الان سال‌هاست که همین کار را می‌کنم. نوشته‌هایی که ما انتخاب می‌کنیم و تأیید می‌شود، در اولین فرصتی که هرکدام از تصویرگران مان به دفتر انتشارات می‌آیند و یا می‌خواهند کار بعدی‌شان را انتخاب کنند، مجموعه کتاب‌های آماده را در اختیارشان می‌گذاریم (البته، نام نویسنده روی داستان‌ها نیست) تا خودشان انتخاب کنند. ممکن است یک تصویرگر، چند ساعت در دفتر شرکت بنشیند و کتابی را که دوست دارد، از بین تمام داستان‌ها انتخاب کند. بعد، کاری که می‌کنم، این است که بلافاصله اسم نویسنده را در اختیار تصویرگر می‌گذارم و یا در همان هفته یا هفته آینده، برنامه‌ای می‌گذارم که هر دوی آنها بنشینند و با هم صحبت کنند؛ نویسنده بگوید که در چه حال و هوایی داستان را نوشته، دلش چه می‌خواسته، چه چیزی در فکرش هست و تصویرگر هم صحبت کند. بعد هم شماره تلفن تصویرگر را به نویسنده و شماره تلفن نویسنده را به تصویرگر می‌دهم تا در زمانی که احتیاج داشتند، با هم صحبت کنند. نتیجه، به نظر من بسیار جالب و معقول است؛ یعنی وقتی کار چاپ می‌شود، می‌بینیم که نویسنده خوشحال و راضی است و تصویرگر هم وقتی خوشحالی او را می‌بیند، خودش هم ذوق می‌کند. خود من هم به عنوان ناشر، از کار چاپ شده لذت می‌برم.

قرول یاغ: خانم انصاریان سؤالی مطرح کردند که فکر می‌کنم جوابش را نگرفتند. ایشان پرسیدند که جایگاه بچه‌ها کجاست؟ شما خودتان می‌دانید اگر پشت هر امری پژوهش نباشد، به پایان خودش می‌رسد. وقتی ما به نام کودک ایرانی کتاب تولید می‌کنیم، باید واکنش‌های کودک ایرانی را بسنجیم و مورد ارزیابی قرار دهیم. تا به حال، چند بار اتفاق افتاده که واکنش کودکان ایرانی را نسبت به تصویرهای کتاب‌شان ارزیابی کنیم؟ من، جز پایان‌نامه خانم قایینی که حاصل یک سال زحمت در چندین مهدکودک و کارکردن روی پنج شش کتاب با تک تک بچه‌ها و ثبت واکنش‌های آن‌ها بوده، تحقیق دیگری ندیده‌ام. این جا، جایی است که بچه‌ها به ناشر، نویسنده و تصویرگر می‌گویند که چه فکر می‌کنند و چرا کتاب را می‌پسندند یا نمی‌پسندند. بنابراین، من فکر می‌کنم که همه ما (ناشر، نویسنده، تصویرگر و سیاستگذار فرهنگی) باید کمک کنیم به پژوهش در حوزه کتاب‌های تصویری تا پژوهش‌های میدانی صورت بگیرد؛ یعنی یک طرف

حسن زاده:
من با برخی از
نویسندگان
صحبت می‌کردم،
آن‌ها هم از
وضعیت معیشتی و
حق التألیف گله داشتند
و آن‌ها هم به فکر
ارایه کارهای شان
در خارج از کشور بودند.
شاید تصویرگران هم
به این فکر می‌کنند
اما سرانجام
این سؤال
پیش می‌آید که
پس بچه‌های ما چه؟