

شتاب در یک کار اقتصادی

آرش شفاعی

عنوان کتاب: ماجراهای عمو و امیر (۵ جلد)

نویسنده : شکوه قاسم نیا

تصویرگر: لیلا زرافشانی، محمودرضا رحمانی آزاد، پوریا محسنی کیا

ناشر: کتاب‌های ارغوانی

نوبت چاپ: اول - پائیز ۸۵

شمارگان: ۱۰۰۰۰ نسخه

تعداد صفحات: ۱۲ صفحه (هر جلد)

بها : ۵۰۰ تومان (هر جلد)



بی شک در انجام یک عمل اقتصادی موفق، سرعت در به نتیجه رساندن ایده‌های در آمد زا، برای سبقت گرفتن از رقبا یک اصل مهم است. به همین دلیل، باید درصدی از ریسک را به جان خرید و این شتاب را پذیرفت تا فاصله هزینه و در آمد را به حداقل رساند. مهم نیست اگر شاعر چنان در شتاب این فرایند اقتصادی موفق غرق شود که پس از سال‌ها تجربه شاعری، قافیه را از یاد ببرد و بسراید:

به او می گه صد آفرین
به که چه خوب کشیدی
منظره قشنگی را
با هفت تا رنگ کشیدی

یا در پرداخت و صفحه‌آرایی کتاب، جای چهار صفحه را با هم اشتباه کنند و احتمالاً خودشان هم متوجه نشوند! کتاب آن چنان که از نامش پیداست، بر حول محور ماجراهایی می‌گذرد که میان امیر محمد کودک و عمویش به نام عمو پورنگ (که البته معلوم نیست عمومی واقعی اوست یا نه) روی می‌دهد. در اغلب این رویدادها، رابطه میان این دو رابطه نصیحت کننده- نصیحت شونده است. عمو که در تمام صفحات کتاب، خنده‌ای به لب دارد که نشانگر روحیه شوخ، کودکانه و مهربان اوست، در نقش دائمی بزرگسالانی ظاهر می‌شود که همواره کودک را مورد شماتت قرار می‌دهند و کودکانگی‌های او را سرکوب می‌کنند.

در برابر این عمومی مثبت و اصلاح‌گر کودکی قرار دارد

در همه جای دنیا این قاعده پذیرفته شده است که از ظرفیت یک اثر هنری شناخته شده و مشهور، می‌توان کسب درآمد کرد. می‌توان با هزینه‌ای اندک، شخصیتی تخیلی آفرید و پس از اطمینان از محبوب شدن آن، عرصه‌های تازه‌ای در برابر این شخصیت قرارداد و از ظرفیت‌های ایجاد شده تا زمانی که مخاطب از آن دلزده نشده است سود برد. البته در تمام دنیا این کار توسط شرکت‌های خصوصی و کمپانی‌های تولید برنامه‌های تلویزیونی و سینمایی و ناشران بزرگ انجام می‌شود. در حالی که در کشور ما، دولتی بودن تلویزیون باعث می‌شود که این رسانه ملی، برای به شهرت رسیدن گروهی هزینه کند و آن گروه، مزایای شهرت خود را با استفاده از رانتی که برای‌شان ایجاد شده است، یک جا به جیب خود بریزند.

ماجراهای عمو و امیر که اخیراً در شمارگان ۱۰۰۰۰ نسخه و در ۵ جلد منتشر شده است، نمونه‌ای از برداشت بی حساب و کتاب از اعتبار حاصل از رانتی است که یک برنامه تلویزیونی ساخته شده با پول بیت المال، در اختیار گروهی قرار داده است.

ماجراهای عمو پورنگ و امیر محمد را کم تر کودک ایرانی است که در تلویزیون ندیده باشد و به همین علت، انتشار کتاب توسط تیم سازنده این برنامه تلویزیونی، بیانگر نوعی هوشمندی اقتصادی است که باید آن را به گروه دست اندرکار این برنامه آفرین گفت و از هم اکنون در آمد سرشارشان را- که به ادعای آنان برای آموزش نکات اخلاقی و آموزشی- صورت گرفته است به ایشان تبریک گفت.



تنگنای وزنی باعث شده است مفهوم را به این صورت بیان کند.

در کتاب پنجم، شاعر برای تغییر فضای تکراری رابطه میان دو شخصیت خود، جای آن‌ها را عوض می‌کند. این بار امیر محمد کنشگر می‌شود و عمو کنش پذیر و امیر محمد، عمو را از غصه و اندوه خارج می‌کند. در این جا هم شاعر از یک سو به دلیل عدم پرداخت شخصیت‌ها و از سوی دیگر به دلیل شتاب آلوده عمل کردن در تغییر فضا، باز هم مخاطب خود را در حیرت فرو می‌برد.

بینید عمو که بسیار غمگین است، چگونه با حرف‌های امیر محمد غصه‌هایش را فراموش می‌کند، امیر محمد به عمو می‌گوید:

یادت می‌آد تو گفتی

که خنده مثل قنده

شیرین می‌شه شیرین تر

هر لبی که بخنده؟

و بعد بلافاصله شاعر ادامه می‌دهد:

عمو به خنده افتاد

غم از دلش پر کشید

حبه قندی برداشت

چایی را زود سر کشد

آیا به راستی انتظار داریم کودکان ما، این شیوه روایت داستان را بپذیرند؟ آیا برای افزودن بر صفحات کتابی که قرار است بفروشد و خوب هم بفروشد، هر گونه آسان‌گیری و آسان‌پسندی جایز است؟ کتاب تجاری سرودن به نظر نگارنده اتهامی نیست، آن چنان که برخی منتقدان می‌گویند، ولی میان کتاب پرفروش سرودن و بی‌احترامی به درک و شخصیت مخاطب، البته تفاوت است و کتاب سازی به هر قیمت ممکن، از مقوله دوم محسوب می‌شود. ضعف در داستان پردازی مشکلی است که در بیشتر شعرهای کتاب قابل مشاهده است. بی‌اعتنایی به روابط منطقی داستان، ضعف در پرداخت شخصیت‌ها و بی‌حوصلگی در روایت داستانی منسجم و سرگرم کننده آن چنان است که در یکی از شعرهای مجموعه، برای این که شاعر بتواند اردک داستان خود را از تنهایی بیرون آورد ناگهان لک لکی را از آسمان جلوی پای امیر محمد ساقط می‌کند!

در مقابل، در شعر زیبای درخت گیلاس، حوصله شاعر در یافتن سوژه‌ای تازه و پرداخت مناسب داستانی، سبب شده است که مخاطب آرزو کند با مجموعه ای کم تعدادتر، اما با این چنین شعرهایی رو به رو بود.

که یا نقشی منفی و تخریبی دارد یا خیلی که هنر کند منفعل است. امیر محمد یا خواب آلود و حواس پرت است (کتاب گل و شاپرک) و در بهترین حالت هم منفعل.

این نقش کلیشه‌ای میان دو طرف بازی کودک و بزرگسال، باعث شده است که متوجه نشویم جز شهرت تلویزیونی چهره‌ها، ویژگی و امتیاز این دو شخصیت چیست؟ چرا نتوان به جای پورنگ و امیر محمد هر اسم دیگری گذاشت و ماجرا را از زبان آن‌ها روایت کرد؟ امیر محمد و پورنگی که قرار است شخصیت‌های جدید باشند و دنیایی تازه به روی مخاطب کودک بکشایند، چه روحیات و نشانه‌ها و اصولا چه رابطه احساسی خویشاوندی و... دارند؟

بی‌توجهی به پرداخت این شخصیت‌ها تا جایی است که به هم خوردن ناگهانی این رابطه کلیشه‌ای میان آنان، به جای حفظ تعادل در ترسیم شخصیت‌ها مخاطب را به شگفتی وا می‌دارد. چرا که ناگهان این عموی مهربان خنده به لب، بر سر کلاهی که امیر محمد از کوچه پیدا کرده، با او دعوا می‌کند و با از یاد بردن همه پیام‌های اخلاقی پیشین، بر سر این کلاه باد آورده به دعوا می‌پردازد و شاعر با فراموش کردن نقش همیشگی خود برای نصیحت مخاطبان از زبان عمو پورنگ، به فکر مضمون آفرینی و بازی زبانی با کلاه است. البته باز هم شتاب‌زدگی او را از ایفای این نقش به خوبی بارداشته؛ چرا که می‌سراید:

برای «این» چه تنگه

برای «اون» گشاده

نه مال هیچ کدوم نیست

از سرشون زیاده

که البته منظور شاعر از سرشان زیادتر است! این ضعف‌های زبانی در جای جای این مجموعه دیده می‌شود؛ بی‌دقتی‌هایی که از شاعری چون شکوه قاسم نیا بعید است. بینید:

دست می‌زنه به بوقش

می‌آد صدای زنگی!!

احتمالا بوق این دوچرخه، تنها به دلیل شتاب در انتشار کتاب، صدای زنگ می‌داده است!

شکر خدا سالمه

رد شده از او خطر

که احتمالا منظور شاعر، از سر گذشتن خطر بوده که

