

ترویج کتاب و دولتی بودن

صنعت نشر

یکی از مسائلی که مادر کشورمان در حوزه کتاب به آن مبتلا هستیم این است که کتاب خیلی دولتی و حکومتی شده است و به دلیل مسائلی از جمله مجوزها انتظار مردم به این سمت است و فکر می‌کنند کتاب باید پشتوانه دولتی داشته باشد. بسیاری از ناشران از لحاظ ساختاری به بدنه دولت وابستگی دارند یا از یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم استفاده می‌کنند و بعد از چاپ یک کتاب و اتمام کار به دنبال ترویج و فروش بیشتر نیستند.

آنهاهی ترویج را بهتر انجام می‌دهند که کاملاً خصوصی هستند و وابستگی زیادی به بدنه دولت ندارند. آنها می‌دانند که باید برای فروش کتاب و رساندن اثر به دست مخاطب باید زحمت بکشند و یکی از راه‌ها ترویج است.

معضل ترویج را از دولتی بودن حوزه نشر بدانید. وقتی من در نهاد کتابخانه‌های عمومی بودم یکسری از ناشران می‌گفتند ما به نهاد کتابخانه‌های عمومی کتاب نمی‌فروشیم. آنها بازار خودشان را داشتند و می‌خواستند در بازار واقعی، کتاب بفروشند. حتی معتقد بودند اگر کتاب را در کتابخانه بگذارند یک کتاب فروخته‌اند و مردم کتاب را بارها به امانت می‌گیرند و می‌خوانند و روی فروش کتاب اثر می‌گذرد.

ولی یکسری از ناشران از خدای‌شان است که تعدادی کتاب بفروشند. یک بار بفروشند و یک بار پولش را بگیرند و از این رومی‌گویند تورودا بیایید و از ما بخرید. حتی ۴۰ درصد تخفیف می‌دهند.

تقابل رسانه یا مثل کتاب و رسانه‌های ویدئویی تاریخچه‌ای دارد. قبلاً هم تقابلی وجود داشت. اگر به یک کارتون‌بست بگویید در مورد ترویج کتاب اثری خلق کن سعی می‌کند کتاب را در مقابل فضای مجازی یا چیزهای اسکرینی قرار دهد! این تقابل کلیشه‌ای شده و جا افتاده است. من مخالف این نگاه هستم. حتی من بعضاً فکر می‌کنم کتاب ما را به فردیت می‌برد ولی وقتی تلویزیون روشن است همه برای دیدن یک کانال به توافق می‌رسند این همدلی حس خوب بیشتری در خود دارد. قرار نیست این دو باهم رقیب باشند. چه بسا که می‌توانند به هم کمک کنند. ما در کتاب‌مان می‌گوییم از ویدئو استفاده کنید و کتاب‌تان را بهتر بفروشید. برعکس این هم مطرح است در دنیای سینما چقدر فیلم ساخته شده که داستانش از دل یک کتاب بیرون آمده است.



در نشست بررسی ۲ کتاب «ترویج کتاب

ناشرانها



میتهم رشیدی مهرآبادی

سر دبیر

قفسه کتاب

باید تکنولوژی داشته باشیم

نشست را با این سؤال از یوسف عابدی آغاز کردیم که «آیا ترویج کتاب یک علم است یا یک حرفه و تجربه؟» او گفت: کتابی داریم به نام فناوری ترویج که در واقع ترویج را نوعی فناوری می‌داند. می‌گوید ما هر چیزی را که بخواهیم ترویج کنیم فرقی ندارد کتاب، فیلم یا بازی هرچه که باشد، باید برای یک تکنولوژی داشته باشیم. یعنی ترکیبی از همه چیزها و برای چنین تکنولوژی‌ای به سطحی از دانش نیاز داریم که فقط دانش محض نداشته باشد و توانسته‌ایم آن را به سیستمی تبدیل کنیم که اهداف‌مان را پیش ببریم.

هرچه کار فرهنگی تر باشد، کار نرم‌تر می‌شود و ابعاد سختش کم‌رنگ‌تر شده و ابعاد هنرمندانه‌اش قوی‌تر می‌گردد. وقتی بخواهیم چیزی را با یک فیلم ترویج کنیم ملاحظات هنری زیادی را در نظر می‌گیریم تا در مخاطب نفوذ کنیم و پیامی که داریم را طوری منتقل کنیم که گارد نگیرد و خودش به نتیجه برسد و خود او پیام را در ذهنش تولید کند.

ترویج ترکیبی از همه اینهاست اما بستگی دارد چه کتابی را ترویج کنیم؟ در حوزه ادبیات کتاب‌هایی داریم که باید برای جانداختن آنها در جامعه از هنر ترویج بهره‌مند باشیم. در مورد کتاب‌های درسی شاید منبع آزمون بودن روش ترویج کتاب باشد. کتاب‌ها طیف متنوعی دارند.

چرخه مصرف کتاب

عابدی ادامه داد: در چرخه مصرف کتاب سه بخش داریم. ۱. تولید ۲. توزیع ۳. مصرف. کسانی کتاب را تولید می‌کنند. کسانی توزیع‌کننده کتاب هستند که ترویج هم در این بخش قرار می‌گیرد و کسانی مصرف‌کننده هستند. در دنیا اگر به طور مثال ۱۰ ناشر حرفه‌ای تولیدکننده هستند ۵ توزیع‌کننده داریم که مصداق بارزش کتابفروشی است و مصرف‌کننده‌ها کتاب را نقد می‌کنند، بازخورد می‌دهند و از یک کتاب حمایت می‌کنند یا برعکس.

این تناسب در ایران به هم خورده است. بیشتر از ۱۵ هزار ناشر داریم و کمتر از ۳۰۰۰-۲۰۰۰ کتابفروشی داریم. اگر می‌خواهیم ترویج تقویت شود باید این ساختار را اصلاح کنیم. بسیاری از حمایت‌هایی که از ناشرها می‌شود و باعث شده در کنار ۲۰۰ ناشر قابل قبول ۱۰ هزار ناشر غیرقابل قبول داشته باشیم، انگیزه‌ها از بین می‌رود. باید در این بین ارزش‌هایی برای کسی که ترویج می‌کند ایجاد کنیم. به جای این‌که به ناشر کاغذ بدهیم این ساختار را اصلاح کنیم.

به عنوان مثال مدل حمایت‌های صندوق کتاب کانادا این است که به جای حمایت از تولید از عرضه حمایت می‌کند. مثلاً وقتی کتاب را فروختید من هزینه پستش را می‌دهم. اگر تولید می‌کنید و مشتری‌اش را پیدا کردید وقتی خواستید بفروشید من هزینه پست را ۱۲۰ درصد می‌دهم.

هر کتاب را به نسبت خودش ترویج کنیم

پرسیدیم: نوشتن کدام کتاب اول شروع شد؟ خودتان یا ترویج کتاب خودتان چه کرده‌اید تا نمونه‌ای عملی باشد؟ مصطفی آهنگر گفت: اول کتاب «ترویج کتاب» شروع شد. بخش فروش و بازاریابی این کتاب‌ها در اختیار نشر جهاد دانشگاهی است و همین باعث می‌شود ما کمتر بتوانیم کار کنیم.

پرسیدیم: آینده موفق این کتاب مشخص بود. چرا سفرهای کار کردید؟ عابدی گفت: یکی از نکاتی که در کتاب گفتیم همین است.

نشست بررسی کتاب‌های «ترویج کتاب» و «پیش‌برده کتاب» با حضور یوسف عابدی، مصطفی آهنگر و مریم چهرقانی در کافه لید برگزار شد. کتاب‌هایی که

حاصل تلاش این نویسندگان و پژوهشگران بود و در زمینه ترویج کتاب توسط انتشارات جهاد دانشگاهی به چاپ رسیده است.

یک ناشر نباید همه کتاب‌های خود را با قدرت تمام ترویج کند. هر کتابی را باید به نسبت خودش ترویج کرد.

مخاطب ما؛ تعدادی از ناشران

عابدی در پاسخ به این سؤال که نویسنده‌ها چه وظیفه‌ای در انتخاب ناشر دارند تا بعد بتوانند کتاب را خوب ترویج کنند، گفت: اگر این کتاب، یک رمان بود باید کارهای مختلفی انجام می‌دادیم تا کار را به دست مخاطبانانش برسانیم. ولی مخاطبان این اثر تعدادی از ناشران هستند. ناشران حرفه‌ای مخاطب نیستند زیرا آنها بلدند. ناشرانها هم مخاطب نیستند چون آنها نیازی ندارند. در این میانه طیفی داریم که به نشر علاقه دارند و دوست دارند در حوزه نشر کار خود را پیش ببرند و ما به آنها سر نخ‌هایی داده‌ایم. من فکر می‌کنم کار به دست بخش زیادی از این مخاطبان رسیده است. بخش‌های زیادی از کار ترویج برای این کتاب با این ظرفیت و با این مخاطب مناسب نیست.

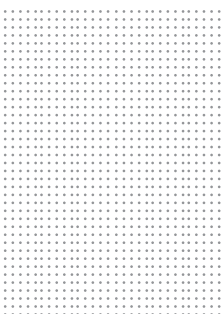
یک ویدئوی کوتاه بسازید

در «تروج کتاب» گفتیم ترویج کتاب چیست و در دنیا چه کاری انجام می‌دهند و چه ظرفیت‌هایی وجود دارد. در جلد بعدی گفته‌ایم که یک ناشر چه کارهایی می‌تواند انجام بدهد. مثلاً دم دست‌ترین چیز برای یک ناشر این است که یک ویدئوی کوتاه بسازد. اگر می‌خواستیم به سیاست‌گذار بگوییم می‌گفتیم بزرگ‌ترین پیشنهادی که به تو داریم این است که ویدئو را همین طرف هم بلدند بسازند و تأثیری نمی‌گذارد شما یک زیر ساخت فراهم کنید. مثلاً سطح خانه‌های کتاب را با تعداد جمعیت متناسب کن. چگونه روزنامه‌آسان‌خوان تولید کنیم؟ چطور کتاب آسان‌خوان تولید کنیم؟ این کار ترکیبی از محتوا و فرم است. زاویه دید فرق دارد مانوشتن ساده را داریم ولی آسان‌خوان یعنی از منظر استفاده‌کننده آسان استفاده شود. در حوزه‌هایی

مثل بهداشت و حقوق نهضت‌هایی وجود دارد که الزام می‌کنند و باید محتوا را به زبان ساده به مخاطب برسانیم. اگر می‌خواستیم برای نهادهای دولتی بنویسیم پیشنهادات دیگری ارائه می‌کردیم. یعنی جلد بعدی می‌شد شیوه برگزاری مسابقات کتاب‌خوانی که مکانیسمی دم‌دستی برای ترویج کتاب است. اگر می‌خواستیم برای هنرمندان بنویسیم چیز دیگری می‌نوشتیم و برای نویسندگان چیز دیگری می‌نوشتیم. مثلاً می‌گفتیم ترویج کتاب از طریق تربیت نسل نویسنده، یکی از راه‌هایی که نسل بعدی را کتاب‌خوان کنیم این است که به آنها بگوییم می‌توانید نویسنده شوید و شروع به خواندن می‌کنند و دررتبه‌ای بالاتر به ماجرا نگاه می‌کنند.

کتاب و بازی

بازی‌هایی که کتاب در آن حضور دارد مهم است حتی وقتی از کتاب به شکل ابزاری در بازی استفاده می‌شود و ضربه یا با حرکتی با



مدل حمایت‌های

صندوق کتاب

کانادا این است

که به جای حمایت

از تولید از عرضه

حمایت می‌کند.

مثلاً وقتی کتاب

را فروختید من

هزینه پستش را

می‌دهم

