در گفت‌وگو با بهمن عبدی، کاریکاتوریست مطرح شد

ترجیح می‌دهم کارهایم را در فضای مجازی رایگان به نمایش بگذارم

مریم‌سادات گوشه
خبرنگار

بهمن عبدی را افراد زیادی می‌شناسند. آن هم با تصویرهای اثرگذار و سریالی اش در تلویزیون . دهه شصت را می‌گویم مردی که ماجراهای انقلاب و... را تصویرگری می‌کرد و دوربین تلویزیون دست مردی را نشان می‌داد که طرح‌های پیوسته‌ای را می‌کشد او همان تصویرگر پیشکسوتی است که سال‌هاست کاریکاتور می‌کشد. استاد این کار است و داور جشنواره‌های بسیاری در حوزه تجسمی بوده است. حالا که کرونا آمده او هم در خانه مانده و کارهایش را در صفحه اینستاگرامش می‌گذارد. او در مورد وضعیت معیشتی هنرمندان این حوزه به «ایران» می‌گوید:«ما قبلاً کرونا زده بودیم. قبل از اینکه کرونا ویروس بیاید هم ما تقریباً بیکار بودیم. منظورم از ما هم‌صنفان من هستند. وقتی نتوانستیم در مطبوعات کار کنیم به نوعی قرنطینه شدیم، در نتیجه هیچ جا و مأوایی جز فضای مجازی نداریم. حداقل فعلاً می‌توانیم تا حدودی آزادانه کار کنیم. خیلی از هنرمندان هم صنف من این کار را می‌کنند و همین‌طور هم ادامه می‌دهند. مطبوعات کاغذی هم که نفس‌های آخر را می‌کشد. بنابر این دیگر جایی برای کار کردن نمی‌ماند.» او در مورد نمایش آثارش می‌گوید: «من از طریق تلگرام و اینستاگرام کارهایم را به نمایش می‌گذارم. البته اگر آن مطبوعات کار مرا بخواهند هم به آنها نمی‌دهم، چرا که شأن هنرمند را رعایت نمی‌کنند و فکر می‌کنند حق‌الزحمه‌ای که ۳۰ سال پیش می‌دادند همان را اکنون باید به هنرمندان بدهند. با این قیمت‌ها و اوضاع و احوال اقتصادی جور درنمی‌آید. ترجیح می‌دهم کارهایم را به‌صورت رایگان برای فالورهایی که می‌شناسم نمایش دهم.» عبدی در پاسخ به اینکه در این ایام آیا نمایشگاهی از آثارش برگزار می‌شود؟ افزود: «اکنون مؤسسه هنرهای تجسمی از من خواسته تا ۱۰ عدد از آثارم را برای اینکه به نمایش بگذارند به آنها بدهم. آنقدر وضع اقتصادی و اوضاع مردم در شرایط کنونی سخت است که جایی برای خرید آثار هنری باقی نمی‌ماند در نتیجه برگزاری نمایشگاه آن هم برای فروش اثر دیگر محلی از اعراب ندارد.» چندی است که بیشتر هنرمندان بخصوص اهالی حوزه تجسمی از اوضاع بد اقتصادی سخن می‌گویند. از اینکه بازار کارشان کساد است و مردم به خاطر شرایط تحریم‌های اقتصادی دیگر جایی برای خرید آثر هنری در سبد خانوارشان ندارند.عبدی در مورد فروش آثارش می‌گوید: «چند ماه پیش یک نمایشگاه گروهی برگزار شد که آثار من هم در آن نمایشگاه بود اما حتی یک اثر هم فروخته نشد.ما هم مثل مردم منتظریم تا اوضاع بهتر شود. یک انتظار همگانی برای بهتر شدن همه چیز.»

گفت و گو

خط خبر

■ معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برنامه‌های حمایتی این معاونت در پی برگزار نشدن نمایشگاه کتاب تهران را تشریح کرد. به گفته محسن جوادی، این برنامه شامل بخش‌های مختلف نشر می‌شود؛ برای حمایت از کتابفروشی‌ها طرح فصلی تابستانه کتاب (در مرداد ماه و پاییزه کتاب) همزمان با هفته کتاب در آبان ماه با افزایش ۵۰ درصدی اعتبارات اجرا خواهد شد. علاوه بر این طرح برگزاری نمایشگاه کتاب مجازی فراگیر هم در دست بررسی است و تا حد اکثر یک ماه آینده جزئیات آن اعلام خواهد شد؛ برای اطلاع از جزئیات بیشتر این خبر می‌توانید به سایت وزارت ارشاد مراجعه کنید.

■ شبکه اچ. بی. او کار انتخاب بازیگر برای سریال «خاندان اژدها» (House of the Dragons)، اولین اثر نمایشی برگرفته از سریال پرطرفدار «بازی تاج و تخت» را آغاز کرد.

■ سهراب پوراناظری، آهنگساز و نوازنده در اظهارنظری با ابراز تعلق خاطر به ایران، زبان پارسی و فرهنگ ایرانی، بر اتحاد قوم کرد در هر نقطه از دنیا تأکید کرد و آنها را ایرانی خواند.

■ نخستین جلسه گفت‌وگوی مدیرکل هنرهای نمایشی و مدیرعامل انجمن هنرهای نمایشی کشور با رؤسای شعب انجمن هنرهای نمایشی استان‌ها روز ۳۰ تیر در فضای مجازی و به‌صورت ویدئو کنفرانس برگزار شد.

■ تورج نصر صدا پیشه، گوینده و بازیگر سینما و تلویزیون میهمان این هفته «پرنیان صدا» در رادیو پیام است و به تاریخ رادیو می‌پردازد. «پرنیان صدا» روزهای جمعه از ساعت ۲۲ تا ۲ بامداد از بخش شبانگاهی رادیو پیام با اجرا و تهیه کنندگی سعید توکل از طریق سایت رادیو پیام و اپلیکیشن ایران صدا پخش می‌شود. همچنین رادیو تصویری پیام همزمان با برنامه تصاویر مرتبط به نمایش می‌گذارد.

■ خسرو احتشامی در بخش ایزوله CCU بیمارستان بستری شده و پسرش از مردم خواسته برای این شاعر که حال مساعدی ندارد دعا کنند؛ برخی از نوشته‌های احتشامی در زمینه نقد و بررسی شعرهای صائب، نظامی و خواجوی کرمانی و همچنین شناخت و بررسی هنرهای اسلامی-ایرانی است. از آثار این شاعر و پژوهشگر می‌توان به «در کوچه باغ زلف»، «اصفهان در شعر صائب»، «امشب صدای تیشه»، «باغ‌های چوبی»، «جمال‌شناسی پنجره‌های ایرانی» و... اشاره کرد.

■ پنج تماشاخانه جدید به ناوگان تریلی‌های سیار کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان می‌پیوندند تا تعداد این صحنه‌های سیار نمایشی به ۷ خودرو در کشور افزایش پیدا کند.

■ انتشارات علمی و فرهنگی مجموعه کاملی از یادداشت‌های سیروس پرهام را در کتابی با عنوان «همگام با زمانه» منتشر کرد.

این کتاب با مقدمه‌ای جامع از مؤلف درباره نقد تحلیلی و نیز مقدمه‌ای از بهاءالدین خرمشاهی درباره زندگی و آثار پرهام همراه شده است.

■ برای اولین بار در ایران پخش آنلاین نمایش «افسانه پری دریایی» به نویسندگی و کارگردانی رضا بیات همزمان با اجرای زنده این نمایش و با حضور تماشاگران و هنرمندان تئاتر کودک از جمله ناصر آویژه، مهدی قلعه، میلاد رمضانی ورجاوند و حسین فدایی حسین روز دوشنبه سی تیرماه ساعت بیست در تالار هنر افتتاح شد.

■ فیلم کوتاه «مَگرالِن» به کارگردانی و تهیه کنندگی مریم زارعی و نویسندگی پیام سعیدی در بخش رقابتی جشنواره بین‌المللی «گیملی» در استان «مانیتوبا» کانادا روی پرده خواهد رفت.

گزارش

نگاهی به نقش مهم «سمفا» در تحلیل‌های اکران سینمایی

انعکاس اطلاعات در آیینه‌ای صیقلی

سمیه علیپور
خبرنگار

«سمفا» (سامانه مدیریت فروش و اکران سینما) یک عنوان برای تبلیغ شفاف‌سازی در سینمای ایران نیست، این همان گمشده‌ای است که می‌تواند در صورت پایبندی به اطلاعات درست موجود در آن و تحلیل و ارزیابی آنها، ابتدا به برداشت درستی از خواست مخاطب از سینما رسید و در ادامه این تحلیل‌ها را در تولید و توزیع فیلم‌ها اثر داد تا در نهایت سینمای ایران بتواند با تکیه جدی بر فروش و اکران، مستقل از هر نهاد حامی پیش برود. راه‌اندازی سامانه‌ای برای ارائه جزئیات در مورد فروش و اکران فیلم‌ها که از یک ماه قبل از سوی سازمان سینمایی اتفاق افتاده، سینما را به وادی تازه‌ای از تحلیل و سنجش فروش و مخاطب و همچنین شیوه‌های شفاف اکران وارد کرده است. کافی است برای اهمیت این موضوع نگاهی به روش‌های قدیمی که در این زمینه به کار بسته می‌شد، صورت بگیرد.

اگر اوایل دهه ۸۰ یعنی چیزی حدود ۲۰ سال قبل به‌عنوان نماینده یک رسانه می‌خواستید به آمار و ارقامی در مورد فروش فیلم‌های سینمایی دست پیدا کنید، دو راه بیشتر نداشتید یا براساس پایه قراردادن اطلاعات فیلم با دفتر پخش فیلم تماس بگیرید و بعد از ساعت سه و چهار بعد از ظهر که آمار از سینماها جمع شده، دریابید که روز گذشته فیلم‌ها چقدر فروخته‌اند یا در روش دوم، مبنا را سالن سینما قرار داده و تماسی با سینما بگیرید و رقم فروش فیلم یا فیلم‌های مختلف (در مورد سینماهای چند سالنه) را از سینمادار دریافت کنید. البته روش سومی که عملاً جمع این دو روش بود و در اصل کسب اطلاعات از واحدی در بنیاد سینمایی فارابی محسوب می‌شد، امکان داشت که آن را نمی‌توان شیوه‌ای مستقل دانست.

می توان تصور کرد که در این شیوه‌ها با نقش آفرینی مهم «افراد» چقدر ممکن است خطایی ناآگاهانه و گاه آگاهانه رخ دهد: اهمیت تأثیرگذاری میزان فروش فیلم‌ها بر ادامه روند جذب تماشاگر یا کاهش مخاطب از کسی پنهان نیست و بیش از هر فردی مسئولان دفاتر پخش بر این موضوع آگاه بودند، بنابراین دست بردن در آمار یا تغییر آن (البته تا حدی که برای پرداخت مالیات چندان دردسرزا نباشد) یکی از شیوه‌هایی بود که شاید برخی هر از گاهی سراغ آن می‌رفتند. درگیری پخش‌کننده‌ها با هم یا تماس‌هایی که پیرو این آمار با نمایندگان رسانه‌ها می‌گرفتند، ادامه دردسرهای این شیوه بود. با همه مشکلات این روش، رهایی از آن و رسیدن به شیوه‌ای مکانیزه و مناسب‌تر و کم اشکال‌تر سال‌های سال طول کشید. هرچند از همان سال‌ها سینماها به سمت فروش مکانیزه بلیت‌ها پیش می‌رفتند، اما جمع‌آوری آمار در روندی که نقش نیروی انسانی کمرنگ باشد، چندان زودهنگام به دست نیامد و آزمون و خطاهایی صورت گرفت و از چند سال قبل آمار فروش روی برخی وب سایت‌ها منتشر شد، اما این همه خواسته برای شفاف‌سازی در مورد حوزه اکران سینما نبود. واضح است که اکران و تمامی جزئیاتی که طی این فرآیند رخ می‌دهد می‌تواند تأثیر بسیار پررنگی در حیات و ممات کلیت سینما یا گونه‌ای از سینما داشته باشد: در بخش اکران آنچه می‌تواند پایه‌های سینما را قوی و در نهایت منجر به تولید سالم و موفق فیلم شود، تحلیل است. تحلیل اینکه مخاطب به کدام فیلم توجه بیشتری نشان می‌دهد و کدام آثار را نمی‌بیند، اینکه کدام سالن‌های سینما برای اکران چه نوع آثاری مناسب‌تر هستند و همچنین این نکته که تماشاگر در هر ساعت از روز ترجیح می‌دهد چه نوع فیلمی را در سینما به تماشا بنشیند. این‌ها جزئیات بسیار مهمی هستند که پخش‌کنندگان و سینمادارن برای ارزیابی در مورد آنها نیاز به گستره دید بازی دارند و همچنین باید اساس و معیار آماری که به آنان ارائه می‌شود حقیقت باشد تا برداشت و تحلیل نادرست را در پی نداشته باشد. بر همین اساس است که یک سامانه جامع با در برداشتن اطلاعاتی شامل فروش و سینماها و روزهای نمایش یک فیلم و همچنین تعداد مخاطبان آن به همراه اطلاعات تفکیک شده در مورد سالن‌ها و اینکه هر سالن با کدام سامانه‌های فروش بلیت قرارداد دارند و در مرحله بعد ارائه این آمار که چه میزان از بلیت‌ها در گیشه به فروش رفته و چه میزان به‌صورت آنلاین، همگی داده‌هایی بسیار مغتنم برای تحلیلگران و گزارشگران سینمایی هستند. این‌ها همان اطلاعاتی هستند که می‌توان در سامانه سمفا به آن دست یافت. نکته دیگر در مورد این سامانه، نقشی است که می‌تواند به عنوان جایگزین تحلیل‌های صورت گرفته در شورای صنفی نمایش ایفا کند. یعنی براساس آیین‌نامه اکران که ابتدای هر سال مصوب می‌شود کف فروش و نکات دیگر در این سامانه لحاظ می‌شود و در ادامه همه آنچه در شورای صنفی صورت می‌گرفت در سمفا اتفاق می‌افتد و این شورا فقط به محلی برای ثبت تبدیل می‌شود. این هم اتفاق مهم دیگری است که می‌تواند هرچه بیشتر کارها را به ماشین واگذاشته و خطاهای انسانی را کمرنگ‌تر کند. در این دریای اطلاعات دیگر زیرآبی رفتن و چرخش دادن به آمار به نفع یک فیلم کار ساده‌ای نیست و از آنجا که همه چیز روی یک صفحه کامپیوتر قابل دیدن است، دیگر نه پخش‌کننده‌ای فیلم خود را پرفروش‌تر جلوه می‌دهد و نه سامانه‌ای می‌تواند آمار فروش را بالا و پایین کند. چنین است که سینمای ایران همان‌طور که در جریان تولید رشد و پیشرفتی را شاهد بوده در زمینه اکران نیز می‌تواند هوشمندتر پیش برود.

انتظار می‌رود رسانه‌ها و اهالی مطبوعات با به چالش کشیدن آمار و ارقام و به کارگیری آن در تحلیل‌ها و گزارش‌ها اهمیت راه‌اندازی چنین سامانه‌ای را بازنمایی و کاربردهای آن را گوشزد کنند.

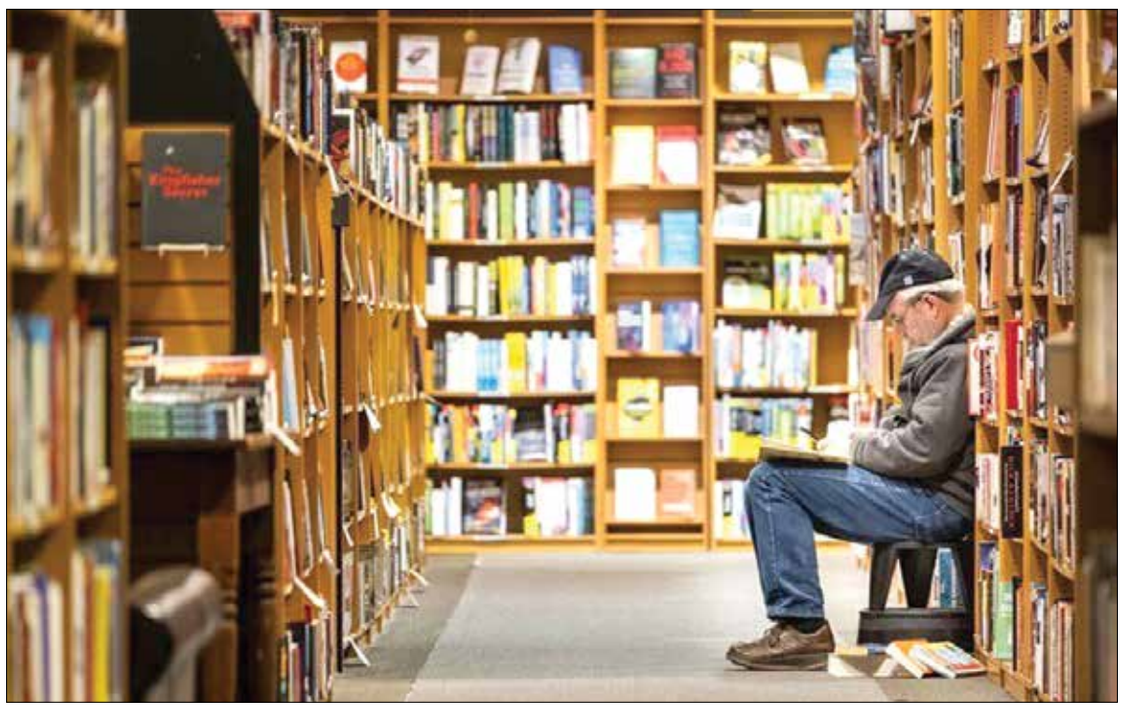
گزارش کتاب

اما و اگرهای حضور پررنگ آثار تجاری در بازار کتاب در گفت‌وگو با اهالی نشر

مخاطب کتابخوان راه خود را پیدا می‌کند

مریم شهبازی
خبرنگار

«قورباغه‌ات را قورت بده»، «راز شاد زیستن»، «چطور مدیر موفقی باشیم؟»، «چگونه ثروتمند شویم؟» و... تنها برخی عنوان‌هایی هستند که بخش عمده‌ای از ویترین کتاب را به خود اختصاص داده‌اند، حالا فرقی هم ندارد ویترین کتابفروشی‌ها باشد یا نمایشگاه‌های کتاب و حتی شبه نمایشگاه‌هایی که به میزبانی ایستگاه‌های مترو و گاهی هم پارک‌ها و اماکن عمومی برگزار می‌شود. آثاری که با اما و اگرهای بسیاری از سوی اهالی فرهنگ روبه روهستند، آن‌چنان که برخی ایرادی در انتشار آنها نمی‌بینند و عده دیگری که عرضه این کتاب‌های به اصطلاح روانشناسی زرد را که حتی نمونه‌های آنها را در کتاب‌های داستانی هم می‌توان یافت مانعی در مسیر ارائه کتاب‌های ارزشمند و موجب بدعادت شدن مخاطبان کتاب می‌دانند.



■ **نگاه برخی ناشران صرفاً تجاری است**

اما چرا این کتاب‌ها چنین حجم قابل توجهی از ویترین محدود کتاب، چه در کتابفروشی‌ها و چه در سایر اماکن عمومی عرضه آثار را به خود اختصاص داده است؟ برخی دلیل این حضور پررنگ را مرتبط به شرایط نشر می‌دانند که از جمله آنان می‌توان به **شهرام اقبال‌زاده** اشاره کرد، این نویسنده، مترجم و منتقد ادبی معتقد به وجود زنجیره‌ای از دلایل در بروز این مسأله است. او به «ایران» می‌گوید: «یکی از نکات مهم در اقتصاد نشر این است که چه کتاب‌هایی و چرا عمده‌ترین بخش فروش را به خود اختصاص داده‌اند؟ مسأله‌ای که بیش از همه درباره کتاب‌های زرد روانشناسی یا حتی آثار سطحی ادبی صادق است.»

توجه ناشران به انتشار این قبیل کتاب‌ها یکی از مهم‌ترین دلایلی است که این منتقد ادبیات به آن اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «همه ناشران که با دغدغه‌های فرهنگی قدم به این عرصه نمی‌گذارند؛ برای برخی مهم‌ترین هدف دستیابی به منافع تجاری است، طبیعی است که این افراد به سراغ آثاری بروند که شانس بازگشت سرمایه بیشتری داشته باشند. با این حال به همه ناشران هم نمی‌توان گلایه کرد که چرا سراغ کتاب‌های بازاری می‌روند، از آنجایی که سال‌هاست با برخی انتشاراتی‌ها به‌عنوان دبیر نشر و... هم همکاری دارم در جریان هستم که حتی برخی ناشران دغدغه‌مند در مسائل فرهنگی هم هرازگاهی ناچار به انتشار چنین آثاری می‌شوند.»

به گفته اقبال زاده، این قبیل کتاب‌ها در میان آنهایی که کتابخوانان جدی به شمار نمی‌آیند مخاطب دارند. آن‌طور که این نویسنده و مترجم می‌گوید انتشار این کتاب‌ها به ناشران کمک می‌کند از امکان مالی بهتری برای انتشار آثار جدی‌تر و ارزشمند استفاده کنند؛ البته این گفته تنها درباره ناشرانی صادق است که در کنار دغدغه‌های فرهنگی به ناچار گاهی نیز به انتشار این کتاب‌ها روی می‌آورند چراکه برخی از ناشران هم تنها به صرف انجام کاری تجاری به این عرصه قدم می‌گذارند و طبیعی است بخش عمده‌ای از کارهای آنان به کتاب‌هایی اختصاص پیدا کند که در زمره آثار پرفروش باشند. یکی دیگر از دلایل افزایش این قبیل عنوان‌ها را می‌توان در حلقه توزیع آثار جست‌وجو کرد، آن‌طور که در عرصه کتاب روال است هر پخش‌کننده کتاب چند توزیع‌کننده دارد، بااین‌حال کم پیش می‌آید که افراد کتاب‌شناس در میان این افراد حضور داشته باشند. به گفته اقبال‌زاده، اغلب توزیع‌کنندگان کتاب از طریق آگهی‌های استخدام به این عرصه قدم می‌گذارند و برای آنان فرقی ندارد که کالای مقابل آنها کتاب باشد یا کنسرو غذا و حتی چیپس و پفک.

اقبال‌زاده، نحوه انتخاب آثار ناشران از سوی توزیع‌کنندگان برای پخش میان کتابفروشی‌ها را هم مبتنی بر دو نوع نگاه می‌داند، نخستین عامل در گزینش کتاب‌ها تعلق داشتن آنها به نویسندگان و مترجمان سرشناس است تا از این طریق ریسک باقی ماندن کتاب‌ها در قفسه کتابفروشی‌ها به حداقل برسد. کتاب‌های دیگری که در این بین مورد توجه هستند آثار نفیس هستند که اغلب به دیوان شاعران مطرح تعلق دارند و خاص هدیه دادن هستند. معمولاً فروش هر جلد کتاب نفیس سودی برابر با حداقل ۱۰ کتاب جدی را به‌دنبال دارد.

کتاب‌های روانشناسی و ادبی به‌اصطلاح برخی زرد هم حتی به رغم ناشناس بودن نویسنده یا مترجم چون از نوشته‌های بفروش به‌حساب می‌آیند و عنوان‌هایی فریبنده در جذب مخاطبان دارند با استقبال خوبی از سوی توزیع‌کنندگان روبه‌رو می‌شوند.

■ **بی‌توجهی رسانه‌ها و نظام آموزشی**

محمود آموزگار مدیرمسئول نشر «کتاب آمِه» به تبع سفر به کشورهای دیگر و از سویی برخورداری از فرصتی برای تعامل با فعالان نشر خارجی، عرضه این قبیل کتاب‌ها را در سایر نقاط جهان اتفاقی عادی و پیرو قاعده عرضه و تقاضا می‌داند. او معتقد است برخلاف تصور مردم حتی در کشورهای غربی- امریکایی هم شاهد حضور پررنگ این قبیل کتاب‌ها در ویترین کتابفروشی‌ها هستیم و در همین رابطه به «ایران» می‌گوید: «در هیچ کجای دنیا بازار کتاب قاعده از پیش تعیین‌شده‌ای ندارد و این خود مخاطبان هستند که براساس تقاضا نحوه عرضه را مشخص می‌کنند. اتفاقی که نه فقط درباره کتاب، بلکه درخصوص هر کالای دیگری هم صادق است.»

این نویسنده تأکید دارد، کتاب‌های آسان خوانی که برخی آنها را با عنوان کم‌ارزش یا عامه‌پسند می‌خوانند در همه کشورها مخاطب خاص خود را دارند، آثاری که تنها به کتاب‌های دم‌دستی روانشناسی محدود نمی‌شوند و حتی حوزه ادبیات داستانی را هم شامل می‌شوند. او ادامه می‌دهد:«البته ما کمی دچار افراط و تفریط شده‌ایم و شاید نمی‌خواهیم بپذیریم که به‌هرحال طیف این قبیل کتاب‌ها و آثاری نظیر نوشته‌های فهیمه رحیمی هم متقاضیان خود را دارند و بخشی از تقاضای جامعه را نمایندگی می‌کنند. نکته‌ای که نباید فراموش کرد این است که بخشی از مخاطبان چنین کتاب‌هایی به مرور سمت مطالعه آثار جدی‌تر می‌روند و مسیر خود را در دنیای کتابخوانی پیدا می‌کنند.»

نایب رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران معتقد است در کشوری که سرانه مطالعه تا به این اندازه پایین است نمی‌توان مردم را حتی از خواندن این کتاب‌ها هم برحذر داشت. با این حال او راهکاری هم ارائه می‌کند، پیشنهادی که بارها مطرح‌شده اما کمتر مقام مسئول یا مدیر رسانه‌ای به آن عمل کرده است، آموزگار می‌گوید:«مسئولان فرهنگی و مدیران رسانه‌ها، بویژه صداوسیما می‌توانند در ارتقای سلیقه کتابخوانی مخاطبان و آشنایی آنان با آثار خوب مؤثر باشند. رسانه از ابزار قدرتمندی در آشنا ساختن مردم با راه‌های انتقال اندیشه که از مهم‌ترین آنها کتابخوانی است برخوردار است.»

او به فعالیت شبه نمایشگاه‌هایی که اغلب در ابعاد مختلفی در اماکن عمومی نظیر ایستگاه‌های مترو، راهرو دانشگاه‌ها، پارک‌ها و... برپا می‌شوند به‌عنوان بستری جدی برای جلب توجه مردم به کتاب‌هایی که اشاره شد یاد می‌کند و ادامه می‌دهد: «ازآنجایی که صنوف نشر از قدرتی برای نظارت بر چگونگی برپایی این نمایشگاه‌ها برخوردار نیستند اغلب آنها به محملی برای عرضه کتاب‌های کم‌ارزش و از سویی آثار قاچاق و حتی کتاب سازی‌ها تبدیل شده‌اند. اینها به رقیبی برای کتابفروشان که عملکردی قانونی دارند تبدیل شده‌اند و نه‌تنها منجر به کاهش سطح سلیقه مردم می‌شوند بلکه به اقتصاد نشر هم لطمه می‌زنند، دولت و مراجع قضایی باید شرایطی فراهم کنند تا از طریق صنوفی همچون اتحادیه ناشران و کتابفروشان امکان نظارت بر عملکرد آنان فراهم شود.»

■ **ضرورت بازگشت تعادل به چرخه نشر**

پروین علی‌پور که سال‌ها به‌عنوان تهیه‌کننده و تکنولوژیست آموزشی در تلویزیون مشغول به کار بوده و علاوه بر این مترجم پرکاری هم در عرصه آثار کودک و نوجوان به شمار می‌آید در همین رابطه به «ایران» می‌گوید: «من چندان اعتقادی به تأثیر منفی این کتاب‌ها ندارم، نمی‌توان گفت چون اینها ارزش علمی یا ادبی چندانی ندارند پس آثار مخربی هستند. افرادی که به سراغ مطالعه این کتاب‌ها می‌روند هنوز کتابخوان نشده‌اند و شاید بتوان امیدوار بود که همین‌ها به مرور سمت آثار جدی‌تر بروند. به‌هرحال خواندن همین کتاب‌ها هم در شرایط فعلی سرانه مطالعه‌مان بهتر از نخواندن آنها است.»

بااین‌حال او نیز تأکید دارد که در کنار حضور پررنگ این کتاب‌ها در ویترین کتابفروشی‌ها و حتی نمایشگاه‌های غیررسمی می‌توان مردم را به شیوه صحیح به کتابخوانی اصولی تشویق کرد. این روانشناس که سال‌ها به‌عنوان دبیر ادبیات هم مشغول فعالیت بوده معتقد است مدارس از قدرت اثرگذاری زیادی در کنار رسانه‌ها برخوردار هستند و حتی به ذکر نمونه‌ای از تجربه خود از سال‌های تدریس اشاره می‌کند و اینکه حتی دانش‌آموزانی را که ضرورتی در کتابخوانی حس نمی‌کنند هم می‌توان به سمت مطالعه آثار جدی برد.

علی‌پور هم مانند آموزگار معتقد است که مخاطبان کتاب‌های بازاری به مرور راه خود را پیداکرده و سراغ آثار جدی‌تر می‌روند. او این کتاب‌ها را در حکم مشوقی برای کتاب‌های جدی می‌داند، البته درصورتی‌که رسانه‌ها و نظام آموزشی کاری در راستای آشنایی مردم با آثار جدی‌تر انجام بدهند. او ادامه می‌دهد:«اگر واقعاً دغدغه‌ای در این زمینه داریم لازم نیست در ضرورت حذف این آثار از کتابفروشی‌ها بگوییم بلکه بهتر است کاری کنیم که مردم با آثار ارزشمند آشنا شده و قدر آنها را بدانند.»

با این حال نکته‌ای که نمی‌توان فراموش کرد تأکیدی است که فعالان عرصه نشر و فرهنگ بر ضرورت بازگشت تعادل به زنجیره‌های صنعت نشر دارند. به گفته این افراد درصورتی که عملکرد هر یک از بخش‌های نشر به شکل عادی خود بازگردد و آسیب‌های آنها به حداقل برسد آن‌وقت است که می‌توان به برقراری تعادل در نظام عرضه و تقاضا هم مطمئن شد. در چنین شرایطی همان‌قدر که کتاب‌های بازاری فرصتی برای خوانده شدن پیدا می‌کنند کتاب‌های جدی و ارزشمند هم به دست مخاطبان می‌رسند و مهجور باقی نمی‌مانند.

جناب آقای مهندس حسن جباری
درگذشت مادر گرامیتان را به شما و خانواده محترم تسلیت عرض نموده، برای جنابعالی و بازماندگان طلب صبر و شکیبایی می‌نماییم.
کارکنان و هیأت مدیره مهندسین مشاور پل رود

طراوت گل را جاودانه کنیم
با هدایا و نذورات و سفارش گل‌های همیشه بهار برای مجالس ترحیم یتیمان را از رنج و پریشانی برهانیم.
موسسه خیریه حضرت فاطمه زهرا(س)
شماره ثبت ۸۳۱۹ تاسیس ۱۳۶۸
دفتر مرکزی میدان نیاوران: ۲۲۸۲۴۳۷۱-۲
سفارش تاج گل ۲-۲۶۳۰۰۲۰۱ همراه ۰۹۱۲-۳۵۸۲۷۱۲
حساب سپها ملی ۰۱۰۹۳۴۳۷۸۰۰۸ سامانه پیام کوتاه ۳۰۰۰۴۷۵
www.Fatemehzahra.org