

چند سؤال ساده



محمدحسین سلطانی خبرنگار

«می‌توانیم ۳۰ بار به لایه آزون برسیم، اگر تمام کتاب‌های به فروش رفته در بخش مجازی نمایشگاه کتاب سی و پنجم (با فرض قطع زخمی) را به صورت متوالی در کنار هم قرار دهیم.» این جملات را در گزارشی عملکرد خانه کتاب و ادبیات ایران می‌بینیم. گزارشی که اگر بخش‌های اضافه‌اش را حذف کنیم، به مطلبی حدوداً ۸۰ صفحه‌ای می‌رسیم. گزارشی ۴ فصل خانه کتاب و ادبیات ایران در نگاه اول شما را با انبوهی از آمار، ارقام و جدول روبه‌رو می‌کند. ارقامی که داده‌هایی مثل رسیدن ۳۰ مرتبه‌ای به لایه آزون تنها یکی از آن‌هاست. نکته دیگر اینکه گزارش نمایشگاه مجازی سی و پنجم، داده‌های مختلفی هم در قالب «ترین‌ها» دارد. کتاب «راه رشد» حائز شیرازی با فروش ۳۴۵۵ نسخه، در صدر جدول کتاب‌های به فروش رفته قرار می‌گیرد. علی صفائی حائری، محسن عباسی ولدی و غلامرضا حیدری ابهری هم به ترتیب، به عنوان پرفروش‌ترین پدیدآورندگان مشخص می‌شوند. در گزارش منتشرشده خانه کتاب و ادبیات، به ترتیب سه گروه موضوعی کودک و نوجوان، ادبیات و دین به عنوان پرمقاصی‌ترین کتاب‌های نمایشگاه لقب می‌گیرند، لقبی که در نمایشگاه سی و چهارم هم به این سه گروه موضوعی اختصاص پیدا کرده بود.

انتشار این آمارها در نوع خود جالب توجه است، اما یک ابهام در آن وجود دارد؛ مسئله «بن کتاب». نه در نمایشگاه کتاب اسنل و نه سال‌های قبل میزان بن اختصاص یافته به خریداران، گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهایی که بن دریافت کردند مشخص نیست. در ادامه گزارش ۸۰ صفحه‌ای را بررسی کردیم و به چند پرسش جدی رسیدیم که در ادامه آن را می‌خوانید.

حساب و کتابی برای خرید

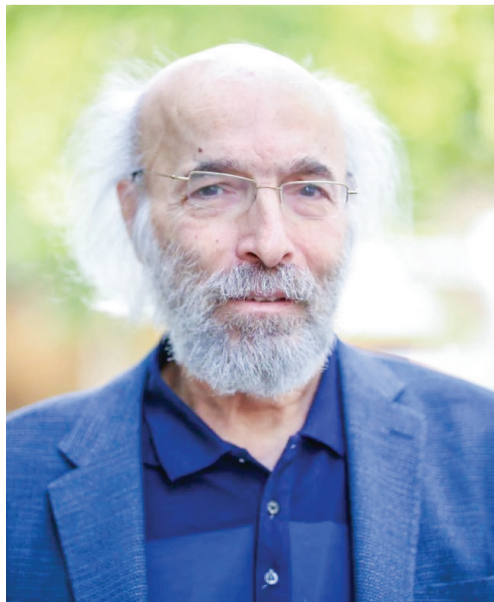
صفحه دوازدهم و سیزدهم گزارش خانه کتاب و ادبیات، چند عدد جالب را با علامت تعجب و بدون مقایسه با سال‌های قبل می‌آورد. بزرگ‌ترین عدد در این دو صفحه، عدد ۱۳۶۲۴۳۹ است. عددی که تعداد نسخه‌های فروخته شده در نمایشگاه کتاب را نشان می‌دهد. برای چند لحظه این گزارش را کنار می‌گذاریم و به سراغ گزارش سال قبل می‌رویم؛ نمایشگاه سی و چهارم که در اردیبهشت ۱۴۰۲ برگزار شد، در مجموع ۱۳۶۹۰۷۲۴ نسخه کتاب فروخت. این امر یعنی نمایشگاه ۱۴۰۳ نسبت به سال قبلیش تعداد کتاب کمتری فروخته است. با این حال برگزارکنندگان نمایشگاه کتاب مجموع میزان فروش در دو بخش مجازی و حضوری در سال ۱۴۰۳ ۵۹۲ میلیارد تومان اعلام کردند. دوباره به آمار سال قبل برمی‌گردیم تا نگاهی به اعدادش بیندازیم. مجموع میزان فروش مجازی و حضوری در سال ۱۴۰۲ عدد ۴۰۱ میلیارد تومان را نشان می‌دهد این یعنی با وجود کاهش یافتن تعداد نسخه‌های فروخته شده میزان فروش بالا رفته و به احتمال زیاد یکی از دلایل این اتفاق تغییر قیمت کتاب نسبت به سال گذشته است. از سال ۱۳۹۹ با مجازی شدن خرید کتاب با بن، آمار فروش مجازی سال به سال ظهور و بروز بیشتری پیدا کرده است و براساس آمار منتشرشده از سوی خانه کتاب و ادبیات از ۵۹۲ میلیارد تومان فروش نمایشگاه، حدود ۲۲۲ میلیارد تومان، یعنی ۳۹ درصد از کل فروش برای بخش مجازی است. این رقم در نسبت سال ۱۴۰۲، افزایشی ۸۲ میلیاردری و ۱۰۸ درصدی داشته است.

عیاری فیلمی

در مورد اولین چاه‌های نفت می‌سازد

کیانوش عیاری، کارگردان سینما و تلویزیون در گفت‌وگو با تسنیم با اعلام خبر ساخت فیلم جدیدش، «خر لنگ» گفت: «داستان خر لنگ مربوط به زمان محمدعلی شاه و مظفرالدین شاه است که در آبادان و مسجد سلیمان فیلمبرداری خواهد شد. ماجرای آن به کشف اولین چاه نفت خاورمیانه - در پایان دوره قاجاریه - در ایران بازمی‌گردد.» او ادامه داد: «اکثر بازیگران این فیلم محلی خواهند بود اما اگر هم قرار باشد از بازیگران چهره استفاده کنم باید بازیگرانی باشند که بتوانند به زبان لری صحبت کنند.»

عیاری همچنین در واکنش به تغییر مدیریتی در بنیاد سینمایی فارابی خاطرنشان کرد: «با شناخت از آقای زین‌العابدین در مدیریت شبکه یک و بنیاد سینمایی فارابی در طول یک سال مدیریت، توانستند موفقیت‌هایی را کسب کنند و معمولاً در جریان فرهنگ و هنر ما تأثیرگذار بوده‌اند. همچنین آقای سجادی که امروز معرفی شدند را شناخت دارم، امیدوارم موفق باشند و وضعیت سینمای ایران را از زاویه بنیاد سینمایی فارابی بهبود بخشند و مفید باشند.»



به میزان خریدارانش یا حتی دو یا سه برابر آن‌ها هم نسخه می‌فروخت، باز هم نمی‌توانست در جدول ۱۰ عنوان پرفروش نمایشگاه قرار بگیرد.

سیدهای خرید طلایی به چه کسی تعلق می‌گیرد؟

در صفحه ۵۶ گزارشی که خانه کتاب و ادبیات منتشر کرده موضوعی تحت عنوان «سیدهای خرید طلایی؛ رکوردداران بالاترین مبلغ» بیان شده که در توضیحش آمده است: «رکوردداران بالاترین مبلغ سید خرید کتاب در نمایشگاه شامل افراد با سازمان‌هایی‌اند که به دلیل قدرت خرید بالا و علاقه به سرمایه‌گذاری فرهنگی، اقدام به خرید عمده می‌کنند.» در بخشی دیگر از همین گزارش عملکرد آمده است: «این خریدها که معمولاً با اهدافی چون توزیع گسترده، هدیه دادن، حمایت از نویسندگان یا تأمین منابع کتابخانه‌ها انجام می‌شود، نمایانگر تمایل این افراد به ترویج کتاب خوانی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی است. این خریداران با تقویت رونق و پویایی صنعت نشر، تأثیر مثبتی بر فروش کلی نمایشگاه کتاب می‌گذارند.»

با ارائه این توضیحات و بررسی گزارش خانه کتاب از فروش هزاران نسخه‌ای کتاب‌ها آن هم با خریداران تک یا دورقمی شاید بتوان این فرضیه را شکل داد که این کتاب‌های پرفروش در بخش مجازی، توسط سازمان‌ها و ارگان‌ها خریداری می‌شود و البته داشتن بن کتاب هم در آن دخیل است. در واقع موقوف کردن خریدهای چند میلیاردی و چند هزار جلدی این سازمان‌ها به نمایشگاه به جای خرید مستقیم از ناشران یکی از نکاتی است که فرضیه داشتن بن‌های سازمانی و ارگانی را تقویت می‌کند.

چند ابهام درباره آمار خانه کتاب و ادبیات

اینکه خانه کتاب و ادبیات گزارش بخش مجازی نمایشگاه کتاب را منتشر می‌کند نکته مثبتی است اما با مطالعه این آمارها چند پرسش جدی ذهن مخاطب را مشغول می‌سازد. اولین سؤال مربوط به بن‌های کتاب است که سازوکار مشخصی برای آن مشخص نشده است. تعداد بن‌هایی که به طلاب، دانشجویان و دانش‌آموزان تعلق می‌گیرد مشخص است و شاید لازم باشد میزان بن‌هایی که در اختیار سازمان‌ها و ارگان‌ها هم قرار می‌گیرد شفاف‌سازی شود تا بررسی آمار فروش نمایشگاه مجازی کتاب واقعی‌تر و بدون ابهام باشد. شاهد مثالش آمارهای که در گزارش به عنوان متوسط خرید هر حساب کاربری بیان شده است؛ در آمار منتشرشده از سوی خانه کتاب، رقم یک میلیون و ۲۵۰ هزار تومان به عنوان متوسط خرید هر حساب کاربری آمده اما به این نکته توجه نشده که در این رقم بن کتاب چه میزان دخیل بوده یا اصلاً بن‌ها در میزان خرید اینترنتی دخیل بوده یا خیر؟ و چقدر از این بن‌های برای اشخاص حقوقی و سازمانی بوده است؟ نکته دیگر اینکه لیست کتاب‌های پرفروش نمایشگاه بدون در نظر گرفتن خرید حضوری است. در واقع در این سال‌ها سازوکاری تعیین نشده که مسئولان مرتبط بتوانند با در نظر گرفتن خرید حضوری آمار آثار پرفروش را بیان کنند و به همین دلیل درباره عملکرد کلی نمایشگاه، لیست کتاب‌های پرفروش منتشر شده که فقط بخش مجازی را شامل می‌شود، قابل اتکا نیست. براساس آمار منتشرشده در همین گزارش، برگزارکنندگان نمایشگاه کتاب، مجموع میزان فروش در دو بخش مجازی و حضوری در سال ۱۴۰۳ از ۵۹۲ میلیارد تومان اعلام کرد. اگر میزان فروش مجازی را که رقم ۲۲۲ میلیارد تومان است از فروش کل کم کنیم نتیجه فروش حضوری ۳۶۰ میلیارد تومان می‌شود. یعنی فروش حضوری ۶۱ درصد بیشتر از بخش مجازی است و داشتن یک آمار از بخش حضوری می‌تواند آمار کتاب‌های پرفروش و محبوب را به کل تغییر دهد.

سریال اقتباسی ایرانی

هم‌زمان در ترکیه پخش می‌شود

«هزار و یک شب» سریالی است که با حضور بازیگران مطرح دو کشور ایران و ترکیه، هم‌زمان در دو کشور، منتشر خواهد شد. فیلمبرداری این سریال در ترکیه و نیز تصویربرداری آن در اطراف تهران به تازگی به پایان رسید. در این لوکیشن‌ها دکورهایی در نظر گرفته شده که داستان «هزار و یک شب» در آن روایت می‌شود. پیش‌تر هم از حضور چهره‌هایی چون پرویز پرستویی، هدیه تهرانی، بهرام آرادان، سحر دولتشاهی، محسن کیایی، حبیب رضایی، پانته‌آ پناهی‌ها، باتینال شومون، بهرام شریفی و سوگل خلیق به عنوان بازیگران اصلی این سریال یاد شده بود. در کنار این بازیگران، چهار بازیگر خارجی هم در این سریال حضور دارند. محسن کیایی پیش از این در گفت‌وگو با فریدون جیرانی، جزئیاتی درباره پروژه جدیدی که با مصطفی کیایی درحال تولید آن هستند مطرح کرد و گفت: «سریال هزار و یک شب اولین همکاری مشترک یک کمپانی ترک با ایران است. دلیل انتخاب این داستان، آشنایی مردم خاورمیانه با این قصه بود و به نظر می‌رسد برای اولین پروژه مشترک بین‌المللی، بهترین اتفاق باشد.»

«فرهیختگان»

پیشنهاد می‌دهد

هفته کتاب را از شواف نجات دهید

کیانا تصدیق مقدم خبرنگار گروه فرهنگ

اسمش را گذاشته بودند «جشن کتاب»؛ هدف اصلی این بود که دانش‌آموزان به کتاب خواندن ترغیب شوند، حتی برخی برنامه‌ها را با خود دانش‌آموزان جلو می‌بردند؛ نخستین روز «هفته کتاب»، گروه‌های دانش‌آموزی که پوشش هفته کتاب بر تن داشتند؛ روبه‌روی در ورودی دانشگاه‌ها یا مراکز آموزشی با ظرف شیرینی، شکلات یا چند شاخه گل به دانشجویان و اساتید دانشگاه در چند جمله کوتاه آغاز هفته کتاب را یادآوری می‌کردند. همین چند خط کافی است تا ببینیم نگاه در هفته کتاب چه بوده و حالا در کجای آن هدف و مسیر ایستاده‌ایم؟ امسال به سبب سیاق گذشته هفته کتاب در اواخر آبان ماه برگزار شد و به پایان رسید. اما این مدل سؤالی جدی را به ذهن متبادر می‌کند؛ قرار است مردم از این هفته و برنامه‌هایش استفاده کنند یا مدیران از این هفته متعمر شوند؟ سال گذشته از مدل برگزاری هفته کتاب در این سال‌ها انتقاد کردیم و گفتیم از هدف اصلی‌اش دور شده است. اما بیایید جور دیگری برنامه‌های امسال را نگاه کنیم.

نشست تأثیر مطالعه در رشد و توسعه فردی، ابلاغ دستورالعمل اجرایی برنامه‌های هفته کتاب به ارکان وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نشست تخصصی «مطالعه و فرهنگ کار»، انتخاب یکی از روزهای هفته کتاب به نام کتاب‌کارگری و چندین برنامه دیگر که به تفصیل از قول مسئولان اجرایی هفته کتاب، گفته و رسانه‌ها منتشر کرده‌اند. حتماً در بین این برنامه‌ها، برنامه‌های خلاقانه و خوب هم پیدا خواهد شد اما نکته مهم همان چیزی است که سال گذشته گفتیم؛ مردم در برنامه‌های هفته کتاب کجايند؟ یا بهتر است بگوییم: «مردم چقدر با این برنامه‌ها ارتباط برقرار می‌کنند؟» وقتی هدف برگزاری در آیین‌نامه این می‌شود که می‌خواهیم توسعه فرهنگ مکتوب و نیز ایجاد علاقه و شوق در عموم مردم به ویژه کودکان، نوجوانان و جوانان به امر کتاب و کتابخوانی را فراهم کنیم. اما در اجرای برنامه چیز دیگری دنبال می‌شود. تیر خبرها نشان از برگزاری برنامه‌های متعدد در سراسر کشور دارد، اما اینکه چقدر این برنامه‌ها برای مردم جذابیت دارد و اصلاً چقدر از آن‌ها خبر می‌شوند، سؤال مهمی است؛ علی‌رغم رضائی، مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران در نشست خبری هفته کتاب گفت: «سازمان‌ها و نهادهای مختلف برنامه‌های زیادی دارند، با ارزیابی این برنامه‌ها، ۳۷ درصد از برنامه‌ها برای عموم مردم، ۲۶ درصد برای اهالی نشر، ۴۱ درصد برنامه برای کودکان و نوجوانان، ۱۷ درصد برنامه‌ها برای گروه‌های با نیاز ویژه، ۵ درصد برای دانشجویان، ۷ درصد برنامه‌ها برای کارکنان، ۳ درصد برنامه‌ها برای کتابداران و یک برنامه هم برای کتابخانه‌های دانشگاه در نظر گرفته شده است. براساس ارزیابی‌ها، برنامه‌های قوی و اثرگذار حدود ۱۵ درصد ارزیابی شده‌اند که اثرگذاری سطح بالایی دارند؛ ۴۵ درصد برنامه‌ها استانی‌اند و الباقی برنامه‌ها درون سازمانی بوده و در سطح تأثیر عمومی نیست.» همین نشان می‌دهد در برگزاری این هفته به کجا رسیده‌ایم؛ البته همین ارزیابی که برای اولین بار اتفاق افتاده است، می‌تواند در مسیر پیش روی این جریان کمک‌کننده باشد تا بتواند در برنامه‌ریزی برای برگزاری تصمیم درست گرفت. کار فرهنگی زمانی تأثیرگذار می‌شود که بروز عینی پیدا کند و مردم با آن ارتباط برقرار کنند، حتماً تعدد برنامه‌ها نشان‌دهنده تأثیرگذاری نخواهد بود. کتاب همیشه مظلوم بوده اما مردم اگر در معرض درست تبلیغات برای کتاب قرار بگیرند، حتماً آن را خواهند پذیرفت و صف هم برای کتاب تشکیل خواهند داد. در روزگاری که گسترش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی بخش زیادی از اوقات فراغت همه را به خود اختصاص داده و حتی بعضی از افراد بیشتر وقت خود را در همین فضاها می‌گذرانند می‌شود با کمی خلاقیت، این هفته را به سمتی برد که بتوان رقبای سرسخت را از میدان به‌در کرد، نه اینکه جشنواره‌ای یا نشستی را با حضور اندک برگزار کرد و بعد هم با بیلان‌کاری از برگزاری این نشست‌ها خبر داد. نشست‌هایی که شاید در یک رسانه هم خبرش منتشر نشود و بالطبع کسی هم از برگزاری آن باخبر نشود. اما باز هم همان برنامه‌ها هرسال تکرار می‌شوند. به مشارکت دادن مردم در این هفته باید فکر کرد؛ وقتی بدانند خودشان هم در مسیر یک برنامه از آن‌ها نظرخواهی می‌شود، همیشه آن را به یاد خواهند داشت. اما اگر فقط به این فکر شود که تعداد برنامه‌ها و آمارهای که به رسانه می‌دهیم، هرسال بیشتر شود و کیفیت را در نظر نگیریم، به جایی خواهیم رسید که آبان‌های متعدد می‌آیند و می‌روند و کسی از برگزاری این هفته، خبر نخواهد داشت!