فصل اول «پلوریبوس» در ۹ قسمت به پایان رسید تا خالق «برکینگ بد» بار دیگر با یک جهان تازه به مرکز توجه بازگردد

ضد وضع سیلیکون ولی

مریم فضائلی
خبرنگار گروه فرهنگ

فکر کنید یک روز صبح از خواب بیدار شوید و ببینید همه‌چیز مانند قبلش است به جز آدم‌ها. منظور فقط خانواده و اطرافیان نزدیک شما نیست؛ در کمترین حالت بیش از ۸ میلیارد و ۵۵ میلیون و ۸۶۹ هزار و ۶۹۰ نفر است. همه این ۸ میلیارد و خرده‌ای عوض شده‌اند. شما و ۱۲ نفر دیگر در جهان خودتان هستید، حتی فکر کردن به این موقعیت هم ترسناک است، چه برسد به زندگی کردن آن. فصل اول سریال «پلوریبوس» که تازه‌ترین ساخته وینس گیلیگان است به تازگی به پایان رسیده. امیدوارم تا تمام شدن متن، ویروس تبدیل شدن «من» به «ما» شما را فرانگیرد.

گیلیگان عوض شد، پلوریبوس متولد شد

سال‌ها نام وینس گیلیگان با یک چهره گره‌خورده بود؛ هایزنبرگ. مردی در آلبوکرکی نیومکزیکو که برای بقا، مرز قانون و اخلاق را یکی یکی پشت سر می‌گذاشت و جهانش را با شیشه می‌ساخت. اما حالا گیلیگان مسیر دیگری را انتخاب کرده و این بار نه سراغ ضدقهرمان کاریزماتیک، بلکه سراغ کارول استورکا رفته؛ زنی که نویسنده است. هنوز معلوم نیست کارول را باید قهرمان دانست یا نه؛ اما یک چیز روشن است، او نمی‌خواهد تسلیم شود. نه به ویروسی که «من» را به «ما» تبدیل می‌کند و نه به جهانی که آرام‌آرام خودش را در یک آگاهی جمعی حل می‌کند. کارول می‌خواهد زنده و مستقل بماند و اگر بشود، جهان را هم نجات دهد؛ جهانی با بیش از هشت میلیارد انسان که دیگر شبیه انسان‌های قبل نیستند. همین جابه‌جایی، از شیشه‌فروشِ خشن به نویسنده‌ای تنها، خودش نشانه‌ای از تغییر است. گیلیگانی که استاد تعلیق، خشونت و بازی‌های مرگ و زندگی بود، حالا آرام‌تر اما عمیق‌تر شده. پلوریبوس نه پر از تیراندازی است و نه مبتنی بر شوک‌های لحظه‌ای. به نظر می‌رسد زمان، تجربه و شاید حتی خستگی از تکرار، نگاه گیلیگان را عوض کرده باشد. هرچه هست، نتیجه‌اش سریالی است که از همان اسم ناآشنایش تا تیتراژ ابتدایی حساب‌شده‌اش، نشان می‌دهد با اثری طرفیم که همه‌چیزش انتخاب شده است، نه اتفاقی. اگر برایتان سؤال است چرا اسم این سریال «پلوریبوس» است، پاسخ در دل همان ترسی پنهان شده که سریال مدام به آن نزدیک می‌شود. «پلوریبوس» از عبارت لاتین E pluribus unum می‌آید؛ یعنی «از بسیاران، یکی». جمله‌ای که زمانی شعار وحدت بود، حالا اینجا به کابوس تبدیل شده است. در جهان پلوریبوس، ویروسی وجود دارد که ذهن انسان‌ها را به هم وصل می‌کند، مرز فکرها را بر می‌دارد و آگاهی‌ها را در هم حل می‌کند. «بسیار»ها دیگر وجود ندارند؛ همه تبدیل شده‌اند به «یک». اسم سریال دقیقاً روی همین شکاف دست می‌گذارد؛ جایی میان فردیت و هویت جمعی. پلوریبوس نمی‌پرسد که آیا چنین اتصالی ممکن است یا نه، بلکه می‌پرسد اگر همه یکی شوند، «من» کجا می‌ایستد؟ آیا هنوز می‌شود انسان بود یا فقط بخشی از یک کل عظیم و بی‌هویت خواهیم شد؟ از این زاویه، عنوان سریال یک هشدار است؛ هشداری که می‌گوید چیزی که در ظاهر شبیه همبستگی و وحدت است، می‌تواند به‌آرامی اختیار، هویت و حتی انسانیت را از ما بگیرد و شاید به همین دلیل است که پلوریبوس، بیشتر از آنکه درباره آینده باشد، درباره امروز ماست. این برداشت صرفاً نظر نویسنده و این روزنامه نیست، بلکه خود وینس گیلیگان هم گفته که هدفش عبور از مرزها بوده و «پلوریبوس» را به‌عنوان یک تمثیل جهانی طراحی کرده، نه صرفاً روایتی آمریکایی. اگر Breaking Bad و Better Call Saul بر قوس‌های شخصیتی متمرکز بودند، پلوریبوس دامنه‌ای گسترده‌تر دارد تا پژواک جهانی انسان مدرن را نشان دهد. صحبت‌های گیلیگان نشان می‌دهد سریال واکنشی است به تغییرات جهان امروز؛ تغییراتی که دنیای ما را به جایی رسانده که اکنون در آن زندگی می‌کنیم. پلوریبوس تصویری از آینده بشر ارائه می‌دهد، جهانی که ظاهراً کامل و آرام است؛ اما با دقت در جزئیات، هشدارهایی درون آن نهفته است. در این دنیا، هدف شاد بودن است، دروغ جایی ندارد. آن‌ها حتی کوچک‌ترین آسیبی به این دنیا و آدم‌ها نمی‌زنند؛ نه در حد کندن یک سیب از درخت برای خوردن، چه برسد به جنگ و دعوا. اعضای این جهان که حالا تبدیل به «ما» شده‌اند، تاب کوچک‌ترین تنش‌های احساسی را ندارند و با کوچک‌ترین اختلال و تنشی، از بین می‌روند. آن‌ها دیگر انسان‌هایی با ویژگی‌های فردی و ذاتی نیستند، بلکه مجموعه‌ای از داده‌ها هستند که تنها می‌خواهند باقی بمانند. زندگی در این جهان، دیگر مانند الان طبقاتی و شخصی نیست؛ بلکه شبکه‌ای و جمعی است. هویت هر فرد در تاروپود کل جمع حل شده و هر تصمیم، هر فکر و هر احساس، بخشی از یک کل واحد می‌شود. پلوریبوس به ما نشان می‌دهد که وقتی انسانیت با جمع‌گرایی مطلق یکی می‌شود، مرز میان «من» و «ما» کج می‌شود و حتی ممکن است انسانیت ما ناپدید شود.

پلوریبوس چه می‌گوید؟

همان‌طور که گفتیم، اگر بخواهیم ذره‌بین به دست بگیریم و تک‌تک اتفاقات، شخصیت‌ها و جزئیات را با نگاه نمادشناسی تحلیل کنیم، این متن گنجایشش را ندارد و شاید حتی خواسته سازنده هم نباشد. اما نمی‌توان از کنار این جهان به‌راحتی گذشت. پلوریبوسی که به دنبال روایت آینده است، جای پایش را در امروز هم نشان می‌دهد. کارول، نویسنده داستان‌های علمی-تخیلی، حتی در تخیلی‌ترین حالت هم نمی‌توانست چنین جهانی را تصور کند. در این جهان، اعضای جمع، با کوچک‌ترین اختلال یا تنش، از بین می‌روند و هر فرد بخشی از یک کل شبکه‌ای شده است؛ وضعیتی که به طرز نگران‌کننده‌ای یادآور تعامل با یک هوش مصنوعی تمام‌قد است. یکی از بارزترین ویژگی‌های این گروه، ناتوانی شدید اجتماعی‌شان در ارتباط با کارول است. این موضوع در اپیزودی که برای او یک نارنجک می‌آورند کاملاً آشکار می‌شود. رفتارهای دست‌وپاچلفتی و ناشی از بی‌تجربگی اجتماعی آن‌ها برای بیننده روشن است و نوعی جهنم ذهنی و آزاردهنده ایجاد می‌کند. ما مدام تصور می‌کنیم اگر جای کارول بودیم، چه می‌کردیم، چه می‌پرسیدیم و چگونه در این دنیای عجیب‌وغریب و تنهایی مطلق پیش می‌رفتیم. این وضعیت یادآور تعامل با یک ربات هوش مصنوعی است، با این تفاوت که از یک ماشین انتظار کمتری داریم، چون می‌دانیم انسان نیست. با این نگاه، پلوریبوس تنها یک داستان علمی-تخیلی آخرالزمانی نیست، بلکه بازتابی است از پرسش‌های امروز ما درباره هویت، اختیار و رابطه با هوش مصنوعی؛ اینکه وقتی «من» و «ما» در آینده درهم‌تنیده شوند، چه بر سر انسانیت خواهد آمد.

بیانیه‌های فرهنگی اپل‌تی‌وی

بعد از مرور جهان سریال، ایده محوری‌اش و تغییر مسیری که خالقش انتخاب کرده، یک سؤال ناگزیر باقی می‌ماند؛ چنین اثری دقیقاً در چه بستری امکان تولد و دیده‌شدن پیدا می‌کند؟ «پلوریبوس» فقط نتیجه یک ذهن خلاق نیست؛ محصول انتخابِ پلتفرمی است که از ابتدا تصمیم گرفته چگونه فکر کند، چه چیزی بسازد و به چه نوع روایت‌هایی میدان بدهد. به همین دلیل، در ادامه کمی از خودِ سریال فاصله می‌گیریم و به جایی نگاه می‌کنیم که این جهان از دل آن بیرون آمده؛ پلتفرمی که بودن یا نبودنش، می‌توانست «پلوریبوس» را به اثری کاملاً متفاوت تبدیل کند. پلتفرمی که به‌جای پر کردن آرشیوش با تعداد زیادی سریال متوسط و زودگذر، ترجیح داده روی پروژه‌هایی محدود اما حساب‌شده سرمایه‌گذاری کند؛ آثاری که از مرحله ایده تا اجرا با وسواس و دقت طراحی می‌شوند. اپل‌تی‌وی پلاس دقیقاً بر همین منطق بنا شده است؛ مدلی که می‌توان آن را «بوتیک پرمیوم» نامید. برخلاف بسیاری از پلتفرم‌ها که سریال‌خانه‌های (کتابخانه‌هایی برای سریال) خود را با کمیت و الگوریتم پر می‌کنند، اپل تمرکزش روی تعداد محدودی سریال با بودجه‌های کلان، استانداردهای فنی خیره‌کننده و تمرکز بر اعتبار هنری است. در این چهارچوب، گرایش به آثاری که جهان‌های جایگزین خلق می‌کنند، آینده‌ای ناآرام و پرسش‌برانگیز می‌سازند یا ساختارهای اجتماعی و انسانی را زیر ذره‌بین می‌برند، اتفاقی نیست؛ همه‌چیز بخشی از یک استراتژی حساب‌شده است. هسته محتوایی اپل بر سریال‌های مفهوم‌محور و «علمی-تخیلی روشنفکرانه» بنا شده؛ آثاری که فراتر از روایت خطی داستان، به ایده مرکزی، جهان‌سازی و خلق اتمسفر متکی‌اند. به‌عنوان بازوی رسانه‌ای یک غول تکنولوژی، اپل به طور طبیعی جذب روایت‌هایی می‌شود که مرز میان تکنولوژی و انسانیت را تار می‌کنند، از آرمان‌شهرهای ظاهراً بی‌نقص پرده برمی‌دارند و آینده‌ای نشان می‌دهند که بیشتر هشدار فلسفی است تا وعده پیشرفت. این آثار معمولاً جهان‌های بصری مستقل و طراحی‌شده‌ای دارند که هم امکان نمایش توان فنی پلتفرم (از کیفیت تصویر تا جزئیات تولید) را فراهم می‌کنند و هم مخاطب را به زیست در یک جهان متفاوت دعوت می‌کنند. در کنار این گرایش، اپل منطق «تلویزیون پرستیژ» را احیا کرده و کیفیت را جایگزین کمیت ساخته است. بودجه‌های نجومی برای هر اپیزود، استانداردهای نزدیک به سینما و اتکا به ستارگان طراز اول، همگی نشان می‌دهند اپل سریال را نه به‌عنوان محتوای مصرفی سریع، بلکه به‌مثابه رویدادی فرهنگی می‌بیند. این ترکیب، به سریال‌ها اعتبار فوری می‌دهد و نشان می‌دهد هر پروژه، دقیقاً جایگاه خودش را در امضای محتوایی اپل پیدا کرده است. در کنار روایت‌هایی که فروپاشی نظم اجتماعی یا اضطراب‌های آینده را نمایش می‌دهند، آثاری هستند که به روابط انسانی، رشد فردی و لایه‌های روان‌شناختی عمیق می‌پردازند. این هم‌نشینی باعث می‌شود تماشای سریال‌های اپل صرفاً تجربه ترس از آینده نباشد، بلکه جستجویی برای یافتن معنا، امید و انسانیت در دل جهان‌های ناشناخته و جدید باشند و در دل این استراتژی، علاقه اپل به کالبدشکافی ساختارهای قدرت و نظام‌های معیوب نیز جایگاه ویژه‌ای دارد. درام‌هایی که فساد، جاه‌طلبی افسارگسیخته و شکست‌های بزرگ سیستمی را نمایش می‌دهند، چه در سیاست و رسانه و چه در بیزینس و تکنولوژی، به پلتفرم هویت می‌دهند. این آثار نشان می‌دهند چگونه سیستم‌ها، فارغ از نیت اولیه، می‌توانند به ضد خود تبدیل شوند و انسان را در دل ساختارهایی بزرگ‌تر از خودش گرفتار کنند. در چنین چشم‌اندازی، انتخاب اثری مانند «پلوریبوس» کاملاً طبیعی و قابل‌درک است؛ سریالی که با جهان‌سازی عمیق، ایده‌های فلسفی و آینده‌ای پرچالش، دقیقاً در امتداد امضای محتوایی اپل قرار می‌گیرد. پلوریبوس نه‌تنها سرگرم‌کننده است، بلکه تأمل‌برانگیز، از نظر بصری بی‌نقص و از نظر مفهومی همسو با پرسش‌های بزرگ عصر تکنولوژی است؛ آثاری که هرکدام بیش از یک سریال در آرشیو، یک بیانیه فرهنگی محسوب می‌شوند.

پنجشنبه ۱۱ دی ۱۴۰۴
شماره ۴۵۹۷
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

لیست نامزدهای جایزهٔ جلال مشخص شده و آمار چاپ‌ها نشان می‌دهد، مخاطبان چندان شناختی از کتاب‌ها ندارند

جلال جویای نام‌ها

محمدحسین سلطانی
خبرنگار گروه فرهنگ

بریجت فیلیپسون ۴۲ ساله، حدود یک ماه قبل پشت تریبون نشست خبری وزارت آموزش انگلیس قرار گرفت و اعلام کرد: «۲۰۲۶ قرار است سال ملی کتابخوانی باشد.» بریجیت فیلیپسون، وزیر آموزش انگلیس، دلیل این تصمیم را «ایجاد تحول در عادت‌های مطالعه نسل جوان» می‌داند و برای اثربخشی طرح، این برنامه را با مشارکت لیگ برتر فوتبال انگلیس، بنیاد جولیا راوزینگ، شورای هنر انگلستان، گروه‌وری و بیش از بیست ناشر بزرگ انجام می‌دهد؛ این یعنی اگر در بین تبلیغات پیش از دربی منچستر دیدید که ارلینگ هالند یا برونو فرناندز کتاب دست گرفته‌اند یا اینکه با کتاب وارد چمن شدند و مراسم آغازین بازی را به انجام رساندند چندان نباید تعجب کنیم. بازار کتاب در انگلیس ۲۰۲۵ حدود ۶/۸ میلیارد دلاری بود که این کشور را پس از آلمان در رتبه دوم بزرگ‌ترین کشور اروپایی صنعت نشر قرار می‌دهد و آلمان با نزدیک به ۸/۰۳ میلیارد دلاری رتبه اول را کسب کرده است. این یعنی فاصله ۱/۲ میلیارد دلاری باعث شده که انگلیس بخواهد دست به اقداماتی بزند تا به آلمانی‌ها نزدیک شود و رقابت بازار نشر را به نفع خود تغییر دهد. با این همه دعوای بین آلمان و انگلیس برای رشد بازار مهم‌ترین مسئله کتاب در سال ۲۰۲۵ نیست؛ ارزش بازار جهانی کتاب در سال ۲۰۲۴ حدود ۱۳۶/۲۳ میلیارد دلار بود و سال ۲۰۲۵ به حدود ۱۴۲/۹۵ میلیارد دلار می‌رسد. این یعنی رشد بازار کتاب در سال ۲۰۲۵، روی رقم ۵ درصد ایستاده است. رقمی که نشان می‌دهد بازار کتاب تا سال ۲۰۳۲، رشد ثابت ۳ تا ۶ درصدی را تجربه خواهد کرد و بحث‌ها درباره مرگ کتاب در اواسط قرن بیست‌ویکم فعلاً منتفی است. البته این اعداد و ارقام و رشد برای تمام جهان وجود ندارد و صنعت کتاب در ایران از نظر تعداد شمارگان روندی کاهشی را طی کرده است و با وجود رشدِ رقمی (به دلیل تورم و افزایش قیمت تولید) دچار رشدِ حجم تولید نشده و عملاً بازار نشر به نسبت سال‌های گذشته بزرگ‌تر نشده است. به‌عنوان مثال میانگین شمارگان کتاب‌ها در بازه مهر ۱۴۰۴ و ۱۴۰۳ حدود ۹ درصد کاهش داشته که این نشان می‌دهد بازار نشر داخلی نتوانسته است همپا با جریان صعودی صنعت کتاب در جهان حرکت کند و برخلاف دیگر صنایع سرگرمی که در سال‌های اخیر آمارهای صعودی را تجربه کرده در این حوزه روند عکس بوده است.

تلاشی برای صعودی شدن صنعت کتاب وجود ندارد

در شرایطی که وضعیت بازار نشر افولی است، بسیاری از آمارها خبر از افزایش ۵۳/۶ درصدی بازار نمایش خانگی از سال ۱۴۰۳ تا ۱۴۰۴ دارند، این درحالی است که از ۲۰۲۴ تاکنون حجم بازار جهانی نمایش خانگی تنها ۱۶/۴ درصد افزایش داشته و یعنی بازار نمایش خانگی داخلی بیش از ۳ برابر بازار جهانی رشد تجربه کرده است. حالا این تفاوت محسوس را قیاس کنیم بین بازار جهانی کتاب و بازار داخلی. به‌شکل چشمگیری در صنعت نشر، میلی به سمت گسترش وجود ندارد و در شرایطی که بازار نشر جهانی، برای گسترش روز افزون خود، راهکارهای مختلفی را تجربه می‌کند، بازار نشر داخلی درگیر بحران‌های ابتدایی‌ای همچون کمبود کاغذ و برندینگ بازار کتاب است و این موضوع را می‌توان در منتخبان جایزه جلال آل‌احمد نیز مشاهده کرد.

اعداد و ارقام در مهم‌ترین رویداد کتابی کشور چطور است؟

جایزه جلال به‌عنوان مهم‌ترین رویداد کتابی کشور، مهم‌ترین تولیدات کتابی کشور را طی یک‌سال به مخاطبان معرفی می‌کند. با این حال، در بین کتاب‌های بخش مستندنگاری و داستانی بلندِ جایزه جلال فقط یک کتاب به چاپ هفتم رسیده است و آن هم مستندنگاری مرتضی سرهنگی از زندگی شهید سلیمانی در کتاب قاسم است. به جز این کتاب چند اثر دیگر هم به چاپ‌های پنجم، چهارم و سوم رسیده‌اند؛ اما با توجه به تیراژهای ۳۰۰ تا ۵۰۰ تایی این کتاب‌ها، نمی‌شود رسیدن به چاپ چهارم و پنجم یک کتاب را موفقیتی جدی برای آن نشر در نظر گرفت. مسئله پرفروش نشدن بسیاری از کتاب‌های تازه منتشر شده در جایزه جلال چند دلیل عمده دارد که می‌توان از مهم‌ترین آن‌ها به این سه مورد اشاره کرد؛ اول، نشرها تلاشی برای معرفی کتاب‌هایشان نمی‌کنند، دوم، موضوعاتی که در کتاب‌ها پرداخته می‌شود برای مخاطب جذابیتی ندارد، سوم، به کتاب فقط به عنوان محصول کاغذی نگاه می‌شود.

مردم چقدر کتاب‌های جلال را می‌شناسند؟

پرفروش‌ترین کتاب جایزه جلال آل‌احمد، نوشته مرتضی سرهنگی است و مهم‌ترین دلیل پرفروش شدن این کتاب، سوژه آن و نام نویسنده است. در کنار این موضوع اصولاً برخی از نشرها به دلیل آنکه فرایند برند شدن را تا حدودی طی کرده‌اند، توانسته‌اند به چاپ‌های سوم تا پنجم برسند. مهم‌ترین دلیل پرفروش شدن کتاب‌های نشر چشمه نیز همین است، نشری که عمده تولیداتش می‌توانند از چاپ اول عبور کرده و مخاطب ثابت دارد. با این همه باقی تولیدات بازار نشر در میانه مردم و به‌خصوص نسل زد، شناخته شده نیستند و این موضوع را می‌توان از کامنت‌ها و واکنش‌های مخاطبان نسبت به این آثار متوجه شد. از اساس عمده نشرهایی که در جلال حضور دارند تبلیغاتی برای تولیداتشان نمی‌کنند و رابطه‌ای بین مخاطب و اثر چاپ‌شده برقرار نمی‌کند. در چنین وضعیتی نشر به جای آنکه وظیفه بازاریابی را بر عهده بگیرد، تمام بازاریابی را می‌اندازد بر عهده مخاطب و از تکنیک تبلیغات دهان به دهان استفاده می‌کنند و یا اینکه خود نویسنده‌ها به واسطه رسانه‌هایی که دارند (اینستاگرام و...) تلاش در جذب مخاطب می‌کنند. حتی برخی از نشرها در جلد کتاب‌هایشان خلاقیتی به خرج نمی‌دهند و در شرایطی که بسیاری از نشرهای خارجی بخش مهمی از تبلیغاتشان را با طرح جلد انجام می‌دهند، ناشران ایرانی چندان وقت و زمانی برای طرح جلد نمی‌گذارند.

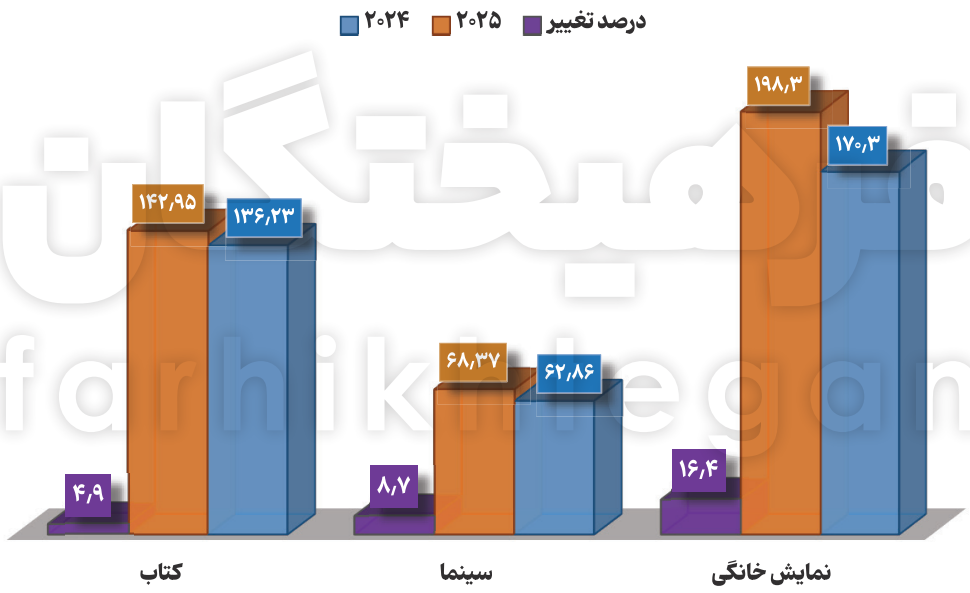
این قصه‌ها دیگر جذاب نیستند!

با نگاهی به لیست کتاب‌های پرفروش آمازون، گاردین و همچنین نظرات صاحبان نشر انگلیسی در وبسایت بوک‌سلر می‌توان مشاهده کرد که قصه‌های فانتزی و رمان‌هایی با زمینه‌های تاریخی بیشتر جذابیت را بین مخاطبان داشته است. بنا بر گفته‌های ناشران انگلیسی ژانرهای جذاب در سال ۲۰۲۶، فانتزی، علمی تخیلی (SFF)، رمانتیک، وحشت، رمان‌های گرافیکی و عاشقانه‌های بلوغ خواهد بود. عمده تولیداتی که بیشتر مربوط است به خواسته‌های نسل زد و مخاطب نوجوان و میل آن‌ها در آثار دیده شده است. این درحالی است که در جایزه جلال از اساس نگاه این بخش از مخاطبان را ندیده و سویه‌های فانتزی تقریباً در هیچکدام از آثار دیده نمی‌شود- در این بین زخم‌زن تنها رمانی است که سویه‌های سوررئال دارد- اتفاقی که نشان می‌دهد فاصله بین نشرهای ایران و بازار جهانی نه تنها از حیث اقتصادی، بلکه از نگاه محتوایی نیز تفاوتی جدی دارد.

مسئله اصلی نشر جهان AI است؛ ما چطور؟

بین مسائلی که مدیران نشر انگلیسی در سال ۲۰۲۵ به‌عنوان موضوعات اصلی نشر مطرح کرده‌اند، AI و دخیل شدن هوش مصنوعی در نشر یکی از مسائل جدی آینده صنعت خواهد بود. موضوعی که بنابر گفته ناشران انگلیسی فرصت‌هایی همچون، افزایش بهره‌وری در ویرایش، فراداده، ترجمه، بازاریابی، کشف مخاطب، تولید کتاب صوتی، کمک به کشف کتاب‌ها و گسترش دسترسی به مخاطبان جدید و تهدیدهایی چون نقض حق نشر، استفاده بدون مجوز از آثار برای آموزش مدل‌ها، گسترش محتوای بی‌کیفیت هوش مصنوعی (AIslop) و تضعیف اعتماد عمومی و افزایش اطلاعات نادرست عنوان شده است. این در شرایطی است که از اساس نویسندگان ایرانی فاصله‌ای جدی با AI دارند و میانگین سنی نویسندگان هم به نظر می‌رساند که چندان نسبتی با هوش مصنوعی ندارند. سوای موضوع AI یکی از موضوعات قابل توجه در بازار نشرِ سال‌های اخیر بدل شدن کتاب به‌عنوان یک محتوای چند بعدی است. در بین کتاب‌هایی که در سال جاری چاپ و منتشر شده‌اند و به جایزه جلال راه پیدا کرده‌اند عمده‌شان تبدیل به کتاب صوتی نشده و همین نشان می‌دهد، نشر صوتی چندان برای ناشران اهمیتی ندارد و این ظرفیت از اساس بین نویسندگان نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که ناشران انگلیسی یکی از موضوعات قابل توجه نشر در سال‌های آتی را تبدیل شدن کتاب، به‌عنوان یک صنعت چند بعدی دانسته‌اند و بخش مهمی از تمرکزشان را روی توسعه کتاب‌های صوتی گذاشته‌اند. کتاب‌هایی که اتفاقاً بخش مهم و قابل توجهی از مخاطبان نوجوان و نسل زدی با آن ارتباط مؤثر و محسوسی برقرار کرده‌اند. البته این بدان معنا نیست که بازار کتاب‌های کاغذی به طور کامل برچیده شده است، بلکه معنای این موضوع گسترده‌تر شدن بازار نشر در سال‌های آتی به‌واسطه چند بعدی شدن آن است.

چقدر از کتاب‌های جایزه جلال جریان‌ساز می‌شوند؟

با توجه به این نکات یک سؤال جدی پیش می‌آید؟ چقدر از کتاب‌های جایزه جلال امسال به دست اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان محتوای فرهنگی (یعنی نسل زد) می‌رسد؟ مخاطبانی که انگلیسی‌ها به هر واسطه‌ای تلاش می‌کنند آن‌ها را جذب بازار نشر کنند و حتی برای این امر متوسل به پریمیر لیگ و فوتبالیست‌ها هم می‌شوند. بر خلاف بازار نشر ایران که منتظر می‌ماند تا جامعه هدفش به سمت او بیاید، بازار نشر در جهان خودش را به سمت پایگاه‌های مخاطبانش می‌کشاند. برای چنین اتفاقی هم تمام نهادهای فرهنگی دولتی و خصوصی را درگیر می‌کند تا به خواسته خود برسد و بازار نشر را گسترش بدهد. بازاری که ما برای سر و شکل دادن به آن تنها چند جایزه را طراحی کرده‌ایم. جایزه‌هایی که احتمالاً نسل زد، اسمی از کتاب‌هایشان در سال‌های آینده نخواهد شنید.

نسبت درصد تغییر صنعت سرگرمی از سال ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۵ (اعداد به میلیارد دلار است)