

رویکرد مخاطب امروز به ادبیات

گفت‌وگوی صبا با ناشران کتاب‌های ادبی

ایران و جهان

سمیه خاتونی
گفت‌وگو



محسن فرجی
مدیر نشر خزه:

مخاطب، به ادبیات داستانی ایران بی‌اعتماد شده است

در حال حاضر، تمرکز نشر خزه بیشتر بر چه حوزه‌ای از ادبیات است؟

مادر نشر خزه سعی کرده‌ایم در حوزه‌های مختلف کار کنیم، ولی تمرکز اصلی‌مان تا امروز بیشتر بر ادبیات ترجمه بوده تا تألیف. به‌تازگی کتابی منتشر کرده‌ایم به انتخاب و ترجمه احمد پوری، یکی از چهره‌های شناخته‌شده در این حوزه. این کتاب، گلچینی از ادبیات ایران و جهان است.

در کنار ادبیات معاصر، آیا به سراغ آثار کلاسیک هم رفته‌اید؟

بله، البته. امسال کتابی با عنوان همدان و نمدان منتشر کردیم که مجموعه‌ای از حکایت‌های طنز کوتاه است. نویسنده‌اش بدای نگار لاهوتی‌ست از اواخر دوره قاجار. در واقع، این کار بیشتر در رده آثار کلاسیک قرار می‌گیرد.

چرا تمرکز نشر خزه بیشتر بر ترجمه است تا آثار تألیفی؟

صادقانه بگویم، دلیل اصلی‌اش بی‌اعتمادی مخاطب ایرانی به آثار تألیفی‌ست. به‌ویژه در مورد شعر فارسی و داستان کوتاه. این بی‌اعتمادی از آن‌جا می‌آید که متأسفانه کنار آثار خوب، کارهای متوسط یا ضعیف هم زیاد منتشر شده‌اند. مخاطب در چنین فضایی، طبیعی‌ست که به ترجمه بیشتر اطمینان کند.

آیا این بی‌اعتمادی فقط نسبت به نویسنده است یا حتی به ناشر هم سرایت کرده؟

در واقع، اگر هم کتابی فارسی فروش برود، معمولاً به اعتبار ناشر است، نه نویسنده. این یعنی نویسنده‌ها هنوز

نتوانسته‌اند جایگاه مستقلی در ذهن مخاطب امروز پیدا کنند و این زنگ خطر مهمی برای ادبیات تألیفی ماست.

وضعیت کلی استقبال از ادبیات داستانی داخلی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

متأسفانه با افت آشکار و شدیدی مواجه هستیم. فروش آثار داستانی فارسی، چه رمان چه داستان کوتاه، پایین است و تنها استثناهایی هست که آن هم بیشتر مدیون برند ناشر است تا جذابیت محتوای اثر یا نام نویسنده.

چرا مخاطب ایرانی به ادبیات تألیفی بی‌اعتماد شده؟ این روند قابل اصلاح است؟

به نظر ریشه‌دارتر از آن است که با یک برنامه کوتاه‌مدت برطرف شود. اعتماد مخاطب سال‌هاست که سلب شده، به‌خصوص نسبت به آثار فارسی. ما متأسفانه با شرایطی مواجهیم که کیفیت در میان انبوه آثار متوسط یا ضعیف گم شده است. در نتیجه، مخاطب هم دچار تردید شده و ترجیح می‌دهد سمت ترجمه برود. حالا اگر بخواهیم راه‌حل بدهیم، فکر می‌کنم یکی از مهم‌ترین گام‌ها، ورود جدی‌تر ناشران بزرگ است؛ ناشرانی که هم توان اقتصادی دارند، هم قدرت تأثیرگذاری.

منظورتان از ورود جدی‌تر چیست؟

اینکه ناشران بتوانند با اتکا به یک تیم داوری یا دبیران ادبی منصف و آگاه، آثار جدی و باکیفیت را از میان حجم انبوه آثار تمیز دهند. ما به کسانی نیاز داریم که بتوانند سره را از ناسره تشخیص دهند، نه صرفاً بر اساس روابط یا فروش پیش‌بینی‌شده، بلکه با شاخص‌های ادبی و ساختاری. اگر این گزینش جدی‌تر اتفاق بیفتد و مخاطب احساس کند پشت چاپ هر کتاب یک انتخاب دقیق و کارشناسی بوده، اعتمادش آرام‌آرام برمی‌گردد.

در صحبت‌هایتان اشاره کردید به یک بحران دیگر؛ بحران نقد ادبی، این بحران چه نقشی در این وضعیت دارد؟

خیلی نقش کلیدی دارد. ببینید، در سال‌های نه‌چندان دور، چهره‌هایی در عرصه نقد ادبی فعال بودند که حتی اگر موافق یا مخالفشان بودیم، نمی‌توانستیم تأثیرشان را انکار کنیم. منتقدانی که حضورشان در مطبوعات ادبی، در شکل‌گیری سلیقه ادبی مخاطب نقش مهمی داشت. امروز آن مسیر گم شده. ما منتقدی نداریم که دست مخاطب را بگیرد، راهنمایی کند، به‌اونشان دهد که از بین صدها کتاب چاپ‌شده، کدام‌ها شایسته وقت و توجه هستند.

یعنی فقدان منتقد حرفه‌ای باعث گم‌گشتگی مخاطب شده؟

کاملاً. دیگر کسی نیست که در این دالان سرد و شلوغ، نقش فانوس را بازی کند. از آن طرف، رسانه‌ها و نشریات ادبی هم یا تعطیل شده‌اند یا درگیر روزمرگی‌اند. نقد جدی جایش را داده به معرفی‌های سطحی و تبلیغات مستقیم. در این شرایط، مخاطب حرفه‌ای هم سردرگم است، چه برسد به خواننده تازه‌کار. نتیجه‌اش می‌شود بازار آشفته‌ای که در آن، دیده‌شدن لزوماً به‌معنای باکیفیت بودن نیست.

با این حال، برخی نشانه‌ها از بازگشت مخاطب به ادبیات دیده می‌شود. این امید‌قادر واقعی است؟

درست است. روزهایی هست، اما عمدتاً این بازگشت به سمت ادبیات کلاسیک جهان است، نه ادبیات معاصر فارسی. مخاطب ترجیح می‌دهد داستانی‌فکری، مارکز یا حتی چخوف بخواند، تا رمانی تازه‌نشر از یک نویسنده ایرانی. متأسفانه در این سال‌ها نویسنده‌ای هم نتوانسته مثل دهه قبل، مثلاً دهه‌های گذشته، جایگاه تثبیت‌شده‌ای بین عموم کتاب‌خوان‌ها پیدا کند.

نکته جالبی که این روزها دیده می‌شود، گرایش بیشتر به ناداستان است. این را چگونه تحلیل می‌کنید؟

ناداستان، به‌ویژه در قالب‌هایی مثل جستار، خاطره‌نویسی یا روایت‌های اعتراف‌محور، برای مخاطب ایرانی تازگی دارد. چون مادر سنت ادبی‌مان کمتر با این فرم‌ها آشنا بودیم، حالا که به زبان ساده و نزدیک به زندگی نوشته می‌شوند، جذابیت خاصی پیدا کرده‌اند. اما باید دقت کرد که این جذابیت، باعث حذف داستان نشود. داستان همچنان هسته اصلی ادبیات است. نباید این دورا با هم خلط کرد.

راه برون‌رفت از این وضعیت چیست؟

از یک سو باید نقد ادبی را احیا کنیم، آن هم به‌صورت حرفه‌ای و در رسانه‌های جدی. از سوی دیگر، نشر ما باید از این وضعیت غیرصنعتی خارج شود و تبدیل به صنعت واقعی شود. یعنی ناشر فقط پخش‌کننده کتاب نباشد، بلکه کارشناس و مشاور هم داشته باشد. همان‌طور که در گذشته بودند کسانی که انتخاب کتاب به‌عهده‌شان بود، بدون وابستگی یا تبلیغ، فقط با اتکا به دانش ادبی.

آیا دیده‌اید که در نبود این ساختارها، برخی چهره‌ها صرفاً با کمک شبکه‌های اجتماعی تبدیل به «نویسنده مشهور» شوند؟

بله، دقیقاً یکی از آسیب‌ها همین است. گاهی کسانی به‌عنوان نویسنده مطرح می‌شوند که در واقع، بهره‌ای از دانش و مهارت ادبی ندارند. اما به‌واسطه شهرت مجازی یا شبکه‌های تبلیغی قوی، کتاب‌هایشان چند بار تجدید چاپ می‌شود، در حالی که فاقد ارزش واقعی‌اند. اینجا‌ست که نبود نقد و گزینش حرفه‌ای خودش را نشان می‌دهد.

نشر خزه چه اقداماتی برای تقویت اعتماد مخاطب یا شکل‌دادن به سلیقه ادبی انجام داده؟

صادقانه بگویم، ما در حوزه ادبیات داستانی فارسی چندان موفق نبودیم. به همین خاطر هم طی این سال‌ها کم‌کم از این حوزه فاصله گرفتیم و تمرکزمان را بیشتر به سمت حوزه‌هایی مثل فلسفه، روانشناسی و علوم انسانی بردیم. دلایلش روشن است؛ ادبیات داستانی فارسی، به‌خصوص کارهای نویسندگان نوظهور، آن‌طور که باید مورد استقبال قرار نگرفت و مخاطب اقبال چندانی نشان نداد.

یعنی در واقع شما بستر اجرایی مثل نشست‌های نقد و معرفی را هم به‌دلیل محدودیت منابع کنار گذاشتید؟

دقیقاً. برخلاف ناشران بزرگ که فضای فیزیکی، منابع مالی و ارتباطات گسترده برای برگزاری نشست‌های نقد، معرفی کتاب و تبلیغات دارند، ما به‌عنوان یک نشر کوچک چنین امکانی نداشتیم. این امکانات به ناشر اجازه می‌دهد حتی اگر سه کتاب اول یک نویسنده تازه کار نفروشد، باز هم به حمایت از او ادامه دهد. اما در نشرهای کوچک، چنین سرمایه‌گذاری‌ای اغلب امکان‌پذیر نیست و این باعث می‌شود ریسک انتشار داستان فارسی به‌مراتب بالاتر باشد.

و شما معتقدید بخش بزرگی از این مسئولیت باید بر دوش ناشران بزرگ باشد؟

بله. ناشران بزرگ هم تجربه دارند، هم اسم و رسم، هم مخاطب وفادار. اگر آن‌ها با یک سیستم داوری منصفانه و کارشناسی، به انتخاب آگاهانه آثار ادبی بپردازند، می‌توانند با کشف و حمایت از نویسندگان جوان و مستعد، به تدریج آن اعتماد از دست‌رفته را بازسازی کنند. به‌ویژه اگر در حوزه‌هایی مثل داستان کوتاه، شعر، نمایشنامه یا رمان معاصر، ناشران معتبر وارد عمل شوند، مخاطب هم با خیال راحت‌تری به سراغ این آثار می‌رود.

با توجه به تغییر تمرکز نشر خزه، در حوزه فلسفه و روانشناسی چه کتاب‌هایی بیشتر مورد استقبال قرار گرفتند؟

