

توزیع آگاهی و آرمان عدالت



محمد جواد استادی پژوهشگر مطالعات فرهنگی

هیچ کنش، رفتار، پدیده یارویدادی در فضای خلا شکل نمی گیرد. همه این هادر یک ظرف و بستر مشخص به نام فرهنگ نمود و بروز می یابند، بر همین بنیاد است که فرهنگ ریشه و بنیاد در نظر گرفته و پیوسته از اهمیت آن سخن گفته می‌شود. فرهنگ از آن چنان ارزشی برخوردار است که جدای از نگاه دینی که سراسر فرهنگی است، حتی در نگرگاه مادی گرایان نیز امکان بی توجهی به فرهنگ وجود نداشته و زمینه‌سازی تحقق منافع سودمحور ایشان هم در گرو بهره بردن و مدیریت فرهنگ است. از این‌رو هیچ سیاست و به تبع آن برنامه‌ای بدون در نظر گرفتن بستر و زمینه فرهنگی بایسته برای انجام شدن، به سرانجام نخواهد رسید. فرهنگ به دلیل پیچیدگی، برخورداری از مؤلفه‌های بی‌شمار انتزاعی و غیرانتزاعی و آمیختگی پیچیده عناصر در یکدیگر، یکی از عرصه‌های تخصص محور در هر پهنه‌ای است. اقتصاد، صنعت، علم، سیاست و مواردی از این دست تا زمانی که فرهنگ مسیر و چگونگی ظهور و بروز و عملکرد ایشان را نشان ندهد، هیچ کارکردی نخواهد داشت. این گونه است که نتیجه‌بخش بودن فعالیت‌ها و حرکت جامعه به‌سوی پیشرفت در همه ابعاد گوناگون، نیازمند ارتقای فرهنگی خواهد‌بود. در کنار مفهوم زمینه‌ای فرهنگی، با‌پنداره دیگری نیز روبه‌رو هستیم که همپای عمر انسان، دیرینگی داشته و مورد توجه او و کوشش‌های نظری و عملی‌اش بوده است. عدالت یکی از آرمان‌های جامعه انسانی است که بیش از همه در آموزه‌های ادیان مورد توجه قرار گرفته است، به‌ویژه در فرهنگ اسلامی که آیات متعدد قرآن کریم و حجم در خورتجعی از روایات ائمه‌معصومین (علیهم السلام) به این جستار اختصاص دارد. تا بدان جا که یکی از رسالات و مأموریت‌های برجسته پیامبران و پیشوایان دینی، برقراری عدالت در نظر گرفته‌شده است. کوشش‌های نظری گوناگونی در تاریخ اندیشه بشر در راستای دریافت درست از عدالت و دست‌یابی به الگوی تحقق آن انجام شده است که در بسیاری از موارد به دلیل دوری از بنیاد الهی و فطری آن به نتیجه‌ای نرسیده است. جالب آنجاست که به دلیل اهمیت انکارناپذیر پنداره عدالت و نقش آن در آذهان، حتی جریان‌های سرمایه‌داری وسودمحور غربی کوشیده‌اند تا با بازتعریف خویش از عدالت، زمینه ظلم و بهره‌کشی بیش از پیش خود را فراهم آورند. در واقع نظام سرمایه‌داری غرب با پرچم عدالت، ظلم و استثمار خویش را گسترش می‌دهد، زیرا می‌داند نمی‌تواند نسبت به مفهوم عدالت بی‌توجه باشد. حال آنکه عدالت به‌زبان ساده آن است که هر چیز باید در جای خویش قرار گیرد، جایی که هماهنگ با ظرفیت و استعداد و حق او مشخص شده است. همین تعریف ساده می‌تواند بنیاد نظریه‌پردازی‌ها و مدل‌سازی‌های گوناگون برای اقدامات عملی دیگر باشد.

باتوجه به اهمیت بنیادین دو پنداره مورد اشاره یعنی «فرهنگ» و عدالت، بی‌گمان نسبتی میان آن دو برقرار است که می‌توان از آن به‌عنوان «عدالت فرهنگی» یاد کرد. سه رویکرد کلی به مفهوم عدالت فرهنگی از این منظر وجود دارد. رویکرد نخست، بهره‌بردن از سپهر فرهنگ برای گسترش رویکردهای عدالت خواهانه است. رویکرد دوم، توزیع عادلانه کالا و خدمات فرهنگی است که عرصه‌ای آشکار و مشخص است. رویکرد سوم که البته بر پایه نوع عملکرد امکان ارزش گذاری دارد این است که چگونه از فرهنگ برای ایجاد حس عدالت در جامعه بهره برده شود. هر یک از این رویکردها مهم و قابل گفت‌وگو هستند، ولی به نظر می‌رسد برجسته‌تر از همه این رویکردها، رویکرد دیگری است که کمتر مورد توجه واقع می‌شود. این رویکرد توجه به عدالت فرهنگی به معنای عدالت در توزیع آگاهی است. جامعه هنگامی می‌تواند در مدار عدالانه آن هم در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی، مصرفی، سیاسی و... به‌سوی تعالی حرکت کند که برخوردار از آگاهی باشد. زمانی که آگاهی لازم در جامعه وجود داشته باشد، زمینه اینکه هر چیز در جای خویش قرار گیرد و این موضوع به یک اصل بنیادین بدل شود فراهم خواهد آمد. وجود آگاهی، زمینه ظلم یا بی عدالتی را سد خواهد کرد. این لزوم توزیع آگاهی در منش پیشوایان دینی به خوبی دیده می‌شود تا بدان جا که کوشش همه ائمه اطهار (علیهم السلام) در راستای آگاه کردن جامعه قرار داشت و روش ایشان نیز بر همین مبنا استوار بوده است. بر این بنیاد می‌توان گفت همه کوشش امیرالمؤمنین^(ع) بر مبارزه با فرهنگ جاهلیت و رواج آگاهی بر مدار آموزه‌های الهی بود. از این‌روی برای تحقق عدالت، تقویت سرمایه اجتماعی وزیست متعالی اجتماعی نخستین گام عدالت فرهنگی به معنای کوشش برای توزیع عادلانه آگاهی است. این امر نیازمند توجه به همه زیرساخت‌ها و اقدامات اصلی زمینه‌ساز آگاهی برای همه مردم و گروه‌ها خواهد بود که نیازمند تدبیر و سیاست‌ورزی دقیق است.

زین‌قنبر

علیرضا حیدری |مدرس ویراستاری

● کلمه‌های مرگی که از ترکیب با پسوند ساخته شود، گاهی پیوسته و گاهی ناپیوسته نوشته می‌شود. مثلاً اگر جزء اول آن عدد باشد، ناپیوسته و البته به صورت نیم فاصله باید نوشته شود.

پنج‌گانه

ده‌گانه

پانزده‌گانه

دوگانه

#زین-قنبرپارسی

شهر

شهرآرآن‌س ۴شنبه ۲۴ شهریور ۱۳۹۹ شماره ۲۹۹



فرهنگ و ادبیات

کتاب واقعا گران است؟

درنگی بر سازوکار قیمت گذاری کتاب‌ها به بهانه قیمت تازه کتاب «پیر پرنیان اندیش»

محبوبه عظیم زاده

گزارش خبری

● یک میلیون و سیصد و پنجاه هزار تومان «کتاب به‌تازگی و در آستانه چهلمین روز درگذشت‌زنده‌یادابتهاج ازسوی نشرسخن به چاپ شانزدهم رسیده است. هرچند قیمت یک میلیون و ۳۵۰ هزارتومانی برای کتاب هزار و ۵۰۰صفحه‌ای انتقادهایی را نیز مطرح کرده است، این در حالی است که حدود یک ماه پیش چاپ چهاردهم آن به قیمت ۸۵۰ هزار تومان از سوی نشر سخن عرضه شده است.» این، خبری است که در خبرگزاری تسنیم منتشر شده و حالا دوباره حرف و حدیث‌های زیادی را پیش آورده است. از بحث ارزش معنوی و مادی کتاب‌ها گرفته تا آنچه بعد از مرگ یک آدم محبوب و مشهور رخ می‌دهد و داستان همیشگی گرانی کاغذ که مانند قیمت دلار و سکه مدام به‌روز می‌شود و به نظر می‌رسد این روزها به بهترین بهانه برای توجیه این قیمت‌های گزاف تبدیل شده است. اتفاقی که واکنش‌های مختلفی را هم در شبکه‌های اجتماعی به دنبال داشت. عده‌ای از این نوشته‌اند که: «این کتاب ارزشش خیلی بیشتر از این حرف‌هاست.» یا «به قیمت کالاهایی مثل یخچت‌کش یا لباس که نگاه کنید می‌بینید این رقم برای این کتاب واقعا گران نیست.» در مقابل، برخی هم معتقدند که کتاب گران است و مانعی برای خواندن.

● از پیر پرنیان اندیش تا شاهنامه ۱۱میلیونی این البته اولین مرتبه‌ای نیست که چنین داستانی سروصدا به پا می‌کند. اردیبهشت همین امسال بود که قیمت افسانه‌ای برخی کتاب‌ها در نمایشگاه کتاب تهران داستان درست کرد. در صدر این کتاب‌های گران قیمت، کتاب ارزشمند شاهنامه فردوسی قرار داشت که به نوعی رکورد گران‌ترین کتاب موجود در نمایشگاه رازد. آن‌گونه که ایرنا نوشته بود این شاهنامه به قیمت ۱۱ میلیون تومان از سوی انتشارات سیاولی منتشر شده است، کتابی در قطع سلطانی، با جعبه کنفی، جنس جلد چرم

«اگر این انتشاراتی با چاپ کتابم موافقت کند، چه مبلغی باید به آن‌ها بپردازم؟» این پرسشی است که امکان دارد شما از زبان یک داستان‌نویس یا شاعر بتوانمند، اما ناآگاه به امور چاپ و نشر کتاب بشنوید. واقعیت این است که ناشری که می‌پذیرد نوشته‌های شما را چاپش کند، در کنار علایق و وظایف فرهنگی احتمالی‌اش مسئول یک‌بنگاه تجاری است. چنین شخصی در مؤسسه انتشاراتی خود باید «دادوستد» کند تا هم سود کند و امور زندگی‌اش را پیش ببرد و هم سود برساند و تا اندازه‌ای امور زندگی کسی را که سبب خریدن چرخ بنگاهش است (نویسنده و شاعر و هر آن کس که محتوایی برای انتشار در اختیارش می‌گذارد) تأمین کند.

اما عواملی وجود دارد که این توازن را بر هم زده است. یکی اوضاع فرهنگی و اقتصادی است که بازدارنده‌هایی بر سر راه رونق نشر کتاب گذاشته است. متأسفانه خیلی از مردم خریدن کتاب و اختصاص جایی از خانه را به مجلداتی از رمان و شعر و تاریخ و دیگر آثار همگانی، امری بایسته نمی‌دانند. بسیاری از مخاطبان بالقوه و بالفعل کتاب هم در وضعیت اقتصادی نامساعد کنونی، امکان

طبیعی به همراه تذہیب و مینیا تور. از طرف دیگر اما در همین نمایشگاه می‌شد کتاب‌هایی را با قیمت‌های ۳ و ۳ هزار تومان نیز پیدا کرد. ● هر صفحه چند؟ اجازه بدهید ببینیم اصلا قیمت هر صفحه کاغذ از یک کتاب چقدر آب می‌خورد! گزارش آماری کتاب‌های منتشر شده آمار خانه کتاب و ادبیات ایران می‌گوید از سال ۹۸ تا ۹۹ میانگین قیمت هر صفحه از

کتاب‌های منتشر شده در حوزه ادبیات (به ریال) در استان خراسان رضوی ۱۳۳۴ بوده است. این رقم از سال ۹۹ تا ۱۴۰۰ به ۱۶۹۷ رسیده و از ابتدای سال ۱۴۰۰ کنون نیز ۲۴۶۳ است. میانگین قیمت صفحه در مجموع (همه موضوع‌ها) نیز طی این سال‌ها به ترتیب ۱۳۶۵، ۱۷۴۲ و ۲۴۷۲ بیان شده است. ● کتاب گران‌تر، مخاطب کمتر

اما چه تعداد آدم وجود دارند که حاضر

هستند تحت هر شرایطی کتاب و مطالعه را در سبد ارتزاق روزانه خود نگه دارند؟ چه تعداد تمایل دارند کتاب مورد نظر خود را با هر قیمتی تهیه کنند؟ احتمالاً باید بگوییم خوره کتاب‌ها و عشق خواندن‌ها، همان افرادی که خواندن برایشان از نان شب هم واجب‌تر است و بدون آن انگاریک چیز اساسی در زندگی خود کم دارند. برای دیگران اما چطور؟ دسته‌ای که شاید خوره کتاب نباشند، اما نسبت به آن بی تفاوت هم نیستند. با این حال، آنچه سدراهشان می‌شود رقم‌های پشت جلد کتاب‌هاست. به نظر می‌رسد سیر صعود قیمت کاغذ و کتاب چنان قدرتمندانه به پیش می‌رود

که همه زور زدن‌ها طی این سالیان مبنی بر فرهنگ‌سازی و ایجاد علاقه و گرایش در مردم به کتاب، در مقابل آن گم است. حالا آنچه بیش از همه مشهود است، کاهش تمایل مردم به خرید کتاب بر اثر افزایش قیمت‌هاست که هم خود مردم، هم کارشناسان و هم انتشاراتی‌ها با رها و بارها به آن اذعان کرده‌اند. محمود دولت‌آبادی چندی پیش در مقاله‌ای که برای یکی از روزنامه‌های آلمانی نوشت، مشکل فعلی نویسندگان ایرانی را تورم و گرانی وحشتناک کاغذ دانست که اگر همین‌طور ادامه پیدا کند باعث می‌شود کمتر کسی به خریدن کتاب تمایل داشته باشد.

قیمت کاغذ و کتاب را در ۱۰ سال گذشته یک مروری بکنید. واقعا کتاب گران نیست، من چیز دیگری را هم باید به ملاک قیمت‌گذاری کتاب اضافه کنم و آن رسوب انبار است، مثلاً کتابی برای ناشر درمی‌آید ۲۰ میلیون تومان، با طراحی جلد و صفحه‌آرایی و ویرایش و باقی کارهایش در نهایت می‌شود ۳۰ میلیون تومان. آن ۳۰ میلیون تومان را یک ناشر معمولی در چه بازه زمانی به فروش می‌رساند؟ معلوم نیست. ببینید همه ناشرها حالا دیگر روی آوردند به تیراژهای ۵۰۰ تایی و ۲۰۰ تایی. حالا از آن کتاب به یک در دلیلی استقبال نشده و نوی انبار مانده است. خب ناشر قبل از قیمت‌گذاری رسوب انبار و تورم را هم در نظر می‌گیرد، علاوه بر این، شما مواد اولیه چاپ و صحافی را ببینید؟ این را هم بگوییم کتاب شاید در مقایسه با افزایش باقی اقلام باید بگوییم آنچنان گران نشده است.»



مدیر سابق نشر «ستاره‌ها»:

واقعا کتاب گران نیست

چقدر حق التألیف گرفته‌اند و موارد دیگر، بنابراین هیچ رقمه نمی‌توان قیمت‌گذاری را وارد یک چهارچوب و قاعده مشخص کرد. آخرش اینکه این برمی‌گردد به انصاف ناشر. ● مدیر پیشین نشر «ستاره‌ها، با بیان اینکه قیمت کتاب نسبت به باقی اقلام گران نیست و ناشر باید زمان قیمت‌گذاری هزینه‌های کوچک و بزرگ بسیاری را محاسبه کند، می‌گوید: «کنکه دیگر اینکـه، شما

سه می‌کند. بعضی از ناشرها هستند که کلامی‌ای قیمت‌گذاری نهایبی را با کاغذ بازار آزاد حساب می‌کنند؛ اگرچه کاغذ تعاونی هم می‌گیرند. خیلی از ناشران دارند همین کار را می‌کنند. ناشرهای مطرح دولتی قیمت کتاب را دوبله سوبله حساب می‌کنند؛ یعنی ضریب سه نیست، بلکه بیشتر از این حرف‌هاست. از طرفی سامانه مجوز کتاب نمی‌داند ناشر چقدر به نویسنده داده یا چقدر هزینه طرح جلد کرده است. برای ناشر قیمت کاغذ فقط ملاک قیمت‌گذاری کتاب نیست. مثلاً من در نشر «ستاره‌ها» برای بعضی از طرح‌ها سه تا چهار میلیون تومان هزینه کرده‌ام. بعضی از طرح جلد‌ها هم یک میلیون تومان هزینه داشته است. بعضی از نویسنده‌ها

سعید محسن زاده، مدیر سابق نشر «ستاره‌ها»، درباره ملاک‌های قیمت‌گذاری کتاب می‌گوید: «استاندارد قیمت‌گذاری کتاب با ضریب سه تعیین می‌شود، یعنی ناشر قیمت تمام شده، چاپ، کاغذ و حق التألیف نویسنده یا مترجم و باقی هزینه‌ها را ضربدر سه تا سه ونیم می‌کند، مثلاً اگر چاپ کتابی در مجموع ۱۱ میلیون تومان هزینه داشته باشد آن را ضربدر سه می‌کنند و بعد تقسیم بر تعداد تیراژ که در نهایت می‌شود قیمت یک نسخه از کتاب.

ناشرها معمولاً این کار را می‌کنند.» محسن زاده با بیان اینکه نمی‌توان برای قیمت‌گذاری کتاب هیچ چهارچوب و قاعده‌ای تعیین کرد، می‌افزاید: «بعضی از ناشرها در محاسبه کاغذ دولتی هم سود می‌برند، یعنی اگر کاغذ دولتی بندی ۱۲۰ هزار تومان باشد در زمان محاسبه قیمت هر بند کاغذ را ۶۰۰ هزار تومان محاسبه می‌کنند؛ یعنی قیمت تمام‌شده برای ناشر به جای اینکه ۱۱ میلیون تومان تمام شود فرضاً ۲۰ میلیون تومان می‌شود و بعد همین قیمت را ضربدر

آقای مؤلف، دکان را با بنگاه نشر اشتباه نگیر!



آقای مؤلف، دکان را با بنگاه نشر اشتباه نگیر!

لحاظ کردن خرید کتاب برای سید کالای نیازینه‌هایشان ندارند. بنابراین صنعت نشر در حوزه‌هایی که مردم جزو اولویت‌های خود تلقی نمی‌کنند، سوددهی ندارد و ناشران به چاپ کتاب در آن حوزه‌ها کمتر رغبت می‌کنند. اینجاست که بعضاً یا شعر و داستان ایرانی چاپ نمی‌کنند یا این کار را با دریافت هزینه‌های چاپ اثر از صاحب اثر (نویسنده و شاعر ...) انجام می‌دهند. در این میان، عامل دوم یعنی فرصت‌طلبی نیز وارد گود می‌شود و ناشران سودجوی غیرفرهنگی برای تلکه کردن اهالی قلم کیسه می‌دوند! آن‌ها از نویسنده و شاعری که نمی‌دانند برای چاپ کتابش سراوار دریافت حق التألیف نیز هست، پول طلب می‌کنند و این را امری معمول جلوه می‌دهند. در صورتی که حق این است نوشته‌ای که ارزش چاپ دارد، نویسنده‌اش لایق دستمزد است نه اینکه او چیزی هم از جیبش به ناشر سودجو بدهد! خیلی بخوایم با ناشر همراه شویم و بازار نامساعد

تمام هم و غمشان پیام داستان یا رمانی است که می‌نویسند! اگر نخست ممکن است داستان‌هایی بیافرینند که نیاز زیبایی‌شناسانه مخاطب را ارضا کنند اما آن قدر خنثاست که درنگ و اندیشیدن را در خواننده‌اش برنمی‌انگیزد. این نوشته‌ها مفهوم «انسان» را که پیوندی ناگسستنی با «ادبیات» به‌ویژه رمان و داستان دارد، نادیده می‌گیرد و رواست که جایگاهی بلند در تاریخ ادب نیابد و در حد رفیع حوائج در جایزند! گروه دوم اگر چه دغدغه عرضه حرفی دارند که برای اجتماع مفیدش می‌دانند، در بیانش الکن اند! طیف قابل توجهی از داستان‌های واقع‌گرایانه اجتماعی که در شوروی و اروپای شرقی، و بیروان آن‌ها تولید شد و امروز خواننده‌ای ندارد، از این شمارند. آن‌ها پیام و جهان بینی نویسنده را – فارغ از درستی یا نادرستی آن – به‌صورتی آشکار و شعاری، نوی صورت خواننده فریاد می‌زنند. طبعاً خوانندگان جدی ادبیات خیلی خوششان نمی‌آید اثری مدعی هنری بودن از موضع بالا و نصیحت گونه قصد شیر فهم رک دشنان را داشته باشد. نویسنده

توانمند می‌کوشد حرفی را که درست می‌داند – چنان‌که اشاره کردیم، در اینجا قصد ارزش‌سنجی نداریم – به شکلی غیر مستقیم بیان کند تا تأثیری بایسته و شایسته بگذارد. او با مهارت‌هایی که در زمینه نگارش داستان فرا گرفته، «و انمود» می‌کند «بی‌طرف» است – هر چند در مقام عمل، نویسنده بی‌طرف معنا ندارد – و ما چراها و موقعیت‌ها و شخصیت‌هایی خلق می‌کند که «غیر مستقیم» پیام نویسنده را به مخاطب القا می‌کند. مثلاً در همان موضوع «فقر» که مثال زدیم، خالق داستان به‌ظاهر پای خود را از موضع داوری کنار می‌کشد و طوری داستان‌ش را پیش می‌برد که خواننده، بسته به جهان بینی نویسنده، نتیجه فقر را تهذیب نفس آدمی یا فلاکت او بداند. بدیهی است هر چه دانسته‌های نویسنده از فنون داستان‌نویسی از یک سو و انسان و جهان‌پیرامونش از سوی دیگر بیشتر باشد، امکان کامیابی در آفرینش چنین آثاری بیشتر خواهد بود و این شدنی نیست مگر با مطالعه بسیار و کسب تجربه فراوان در زندگی و در نوشتن.