

محبوبه عظیم زاده

گزارش میدانی

در این صفحه، بارها درباره قبضه شدن بازار کتاب پانسخه‌های کپی‌شده‌نوشته‌ایم؛ نسخه‌هایی که برخلاف چاپ‌های اولیه اصلی، ناشران پخته‌خوار آن‌ها را بدون کوچک‌ترین زحمتی برای ترجمه‌ویراستاری و صفحه‌آرایی، سرهم بندی می‌کنند و با برچسب ـ مثلاً «۵۰درصد تخفیف در معابر و گذرگاه‌ها در معرض دید مردم قرار می‌گیرند، در ایستگاه‌های مترو، مجتمع‌های تجاری و گوشه و کنار خیابان‌ها و چهارراه‌ها.

در ادامه سلسله‌گزارش‌هایی که درباره این موضوع منتشر کرده ایم، این مرتبه تصمیم گرفته‌ایم در قالب یک گزارش میدانی به این کسب وکارها سری بزنیم و با صاحبان آن‌ها گفت‌وگو کنیم. بیش از هر چیز در جست و جوی پاسخ این سؤال بودیم که آن‌ها این کتب را، با این قیمت‌های ناچیز و تخفیف‌های گزاف، از کجا تهیه می‌کنند؛ البته سرزدن به پنج غرفه این جنبی در سطح شهر، در موقعیت‌های مکانی مختلف، ما را فقط به «صرفاً فروشنده»‌هایی رساند که در پاسخ این سؤال می‌گفتند: «ما فقط فروشنده‌ایم؛ نمی‌دانیم.» در این مجال، جزئیات این گپ وگفت‌ها را برای شما مکتوب کرده ایم. سراغ یک کتاب فروش با سابقه هم رفته‌ایم که بیش از این فروشنده‌ها در این باره اطلاعات دارد و پازل ما را تقریباً کامل می‌کند.

اما اجازه بدهید قبل از پرداختن به اصل مطلب، به واسطه مسیری که در تهیه این گزارش طی کرده‌ایم، یکی از نتایج ضمنی آن را بازگو کنیم؛ به نظر می‌رسد هیچ درکی از ضربه مهلکی که ناشران کپی‌کار دارند به بازار کتاب و مترجم‌ها و همه چارچوب‌های آن می‌زنند، وجود ندارد و فروشنندگان این کتاب‌ها که بیشترشان دختران و پسران کم‌سن و سالی هستند ـ و احتمالاً بیش درخور تو جهی از مخاطبان ـ کتاب‌های کپی‌شده را به صورت مستقل پذیرفته‌اند و حالا دنبال انتخاب خوب و بد از این‌وبه کپی‌ها هستند. درواقع، آن‌ها این نکته را پذیرفته‌اند که مطالعه کتابی که دنبالش هستند، با فونت ریزتر، کاغذ بی‌کیفیت‌تر و حتی با حذف بخشی از محتوای کتاب، درعوض ارزان‌تر خریدن آن، خللی در مطالعه آن ایجاد نمی‌کند و به هدفشان می‌رسند. برخی از این فروشندگان اصلا درکی از اصلی یا تقلبی بودن کتاب نداشته‌ودر گفت‌وگو با آن‌ها با این جمله روبه‌رو می‌شدیم که «مگر کتاب هم اصل و فیک دارد؟»

● موقعیت: مجتمع تجاری

مگر کتاب هم خوب و بد دارد؟

اینجا بایک دختر نوجوان طرف می‌شوم که جزو همان «فقط فروشنده» هاست. می‌گوید کارفرمایش فرد دیگری است و من اگر بخوام او را ببینم، باید شب بروم، البته اگر خوش شانس باشم و او آن موقع آنجا باشد. خودش هم

با ما به راستی این کتاب‌ها از چه طریقی تهیه می‌شوند و به دست فروشنده‌هایی می‌رسند که در گوشه و کنار شهر بساط‌طشان را پهن می‌کنند؟ ما این مسئله را با مجتبی شاگلی، از فروشندگان با سابقه شهرمان، در میان گذاشتیم. او برای ما از فرایند چاپ و توزیع کتاب‌های یادشده‌گفت. ناشرانی که این کتاب‌ها را چاپ می‌کنند، به «ناشران قمی» مشهورند. نحوه کارشان هم به این صورت است که، مثلاً درباره کتاب‌هایی مثل «شارده‌وگولو» که نسخه‌های زیادی دارد، بخشی را از یک نسخه و بخشی را از نسخه‌ای دیگر، به صورت درهم و برهم، برمی‌دارند تا پیک می‌کنند و یک نسخه دیگر تهیه می‌کنند و بعد برایش مجوز می‌گیرند. در بازار کاغذ هم که کاغذ قیمت مشخصی دارد، این ناشران می‌روند پیش کسانی که برای انتشار شعارن دینی حقی دارند و به همین دلیل

کارگاه داستان‌را

کتابخوانان

بخش سوم
با این عنوان و در رابطه با شخصیت پردازی، چند توصیه را با هم مرور کردیم. در ادامه، نکته‌ای که باید گفت این است که پیشنهادهای این ستون را می‌توانید به‌به‌بخش‌کلی تقسیم‌کنید؛ توصیه‌هایی که نکته‌های ریز و جزئی را پیشنهاد می‌دهند؛ تکنیک‌ها، توصیه‌هایی که استراتژی‌های کلی‌تری را بیان می‌کنند و به‌شما برای ترکیب بندی متن کمک می‌کنند. و ـ در نهایت ـ توصیه‌هایی که برای برنامه ریزی مسیر نویسندگی می‌توانند مفید باشند. با چنین رویکردی، مبحث طراز و بند و نزدیک باشد.

● ششم ـ از کولاز نرسید. کولاز، که در هنرهای تجسمی کارکرد دارد، قادر است شیوه‌ای از تصویر یا عملکرد را توضیح دهد، به این معنی که تکه‌هایی از منابع مختلف را در اختیار داشته باشیم و با سرهم بندی آن‌ها به یک کل متفاوت برسیم. در این شکل از ساختن شخصیت می‌توان به همین شیوه عمل کرد. همان طوره که بسیاری از نویسندگان بزرگ دست به چنین کاری زده‌اند. این تکنیک در مشاهدات میدانی و استفاده از شخصیت‌های واقعی برای ساختن کاراکترهای خیالی بسیار کارآمد است. برای مثال، می‌توانید بستگان و دوستان خودتان را به عنوان سرچشمه‌های ساختن آدم‌های داستانان به‌کار بگیرید. در این شیوه، از هر یک خصلتی ظاهری یا رفتاری یا روانی را جدا می‌کنید، و در پایان کار، با جیسابندن این ویژگی‌های به هم، کاراکتر دلخواه خودتان را می‌سازید. این شیوه برای گریز از کلیشه‌ها

درباره کتاب فروشی های سیاری که اینجا و آنجا محصولات بی کیفیتشان را با تخفیف های نجومی عرضه می کنند

ناشران پخته‌خوار، فروشندگان خام طمع



فقط یک مرتبه او را دیده‌است و اطلاعات زیادی ندارد. وقتی صحبت‌هایمان به اینجا می‌رسد که کتاب‌ها از کجا به دستشان می‌رسد، روی همان فروشنده بودنش تأکید می‌کند و می‌گوید: «ما که نمی‌دانیم، بپرسیم هم می‌گویند؛ ”مگر باید به شما بگویم از کجا می‌خریم؟!“ او حتی نمی‌داند کتاب هم اصلی و تقلبی دارد و می‌گوید اولین مرتبه است که چنین چیزی را می‌شنود. اینجا، همه کتاب‌ها تخفیف نیم بها دارند، به قول دختر کتاب فروش «۹۹ درصد آن‌ها». به جز کتاب «اثر از فلورانس اسکاول شین» که ظاهراً خیلی‌ها دنبالش هستند و فقط هم ترجمه گیتی خوشدل‌رامی پسندند و حاضرند بابت آن بهای پشت جلد را بپردازند. آخر صحبت‌هایمان، وقتی از او می‌پرسم اصلاً مشتری‌ها درباره اصلی و تقلبی بودن کتاب‌ها پرس و جو می‌کنند یا نه، می‌گوید: «نه؛ برایشان مهم نیست.»

● موقعیت: مجتمع تجاری

ناشران درجه ۲ هم خیلی بد نیستند

در یک مجتمع تجاری دیگر، بایک غرفه‌دهیگرو فیک‌فروشنده دیگر طرف می‌شوم که او هم دختری جوان است و بی اطلاع

از اینکه کتاب‌هایی که پشت سرشان ایستاده، چطور تهیه می‌شود و برای فروش به دستش می‌رسد. قیمتشان هم مثل جاهای دیگر نیم بها است. نیمی، رمان‌های معروف‌اند و نیمی، کتاب‌هایی با ردون مایه خود یاری. با هم درباره تخفیف‌های و سوسه‌کننده روی جلد کتاب‌ها صحبت می‌کنیم، می‌گوید: «کتاب‌ها مال ناشران درجه ۲ است. نشریه‌های درجه یک که حق امتیاز می‌گیرند از نویسنده‌های خارجی، کتاب‌های آن‌ها را ترجمه می‌کنند، ترجمه‌هاشان خیلی خوب است، مترجم‌هاشان عالی‌اند. کاغذ هاسفید است. کاغذ سفید خیلی گران‌تر است. ولی انتشاراتی‌هایی مثل ”آراستگان“ هم نشریه‌های بدی نیستند؛ ما اینجا می‌خوانیم. قابل فهم‌اند و خیلی هم غلط‌های املا بی ندارند. بینشان ترجمه‌های خوب هم پیدا می‌شود. ولی خب، کاغذ‌های گاهی سبک‌تر و رزان‌تر است.» باز هم مثال می‌زند. می‌گوید: «نشریه ”آزمیدخت“ واقعا نشریه خوبی است.» و این خوب بودن را این طور تعریف می‌کند:

دربین ناشرانی که از روی کتاب‌های اصلی و دارای حق امتیاز کپی می‌کنند، کم‌غلط‌تر است و آثاری که چاپ می‌کند، در ظاهر، به لحاظ فونت و چاپ، تر تمیزتر از

اسرار ذهن میلیونر

راز و رمز تخفیف‌های ۵۰ درصدی کتاب‌های تقلبی، در گفت‌وگو بایکی از کتاب‌فروشان کتاب‌شناس شهر

۱۵ درصد در واقع می‌شود سود خالص. سیستم همین است. آن‌کسی که دارد ۵۰ درصد تخفیف می‌دهد، پای سود خودش هم تازه در میان است. خریدار این کتاب در حقیقت تخفیف ۸۵ درصدی از ناشر می‌گیرد. ناشر از قیمت کاغذ و چاپخانه و هر چیز دیگر هم می‌زند و تازه سود هم می‌کند. این ۵۰ درصد فقط نوک کوه یخ است، به اصطلاح. حالا بعضی‌ها می‌گویند، مثلاً: «ما می‌رویم کتاب‌هایمان را از بازار انقلاب تهران می‌خریم.» که بازار انقلاب تهران، خودش در حقیقت بخشی از این

ادبیات الکترونیک و آبر متن دوتا بالا، سه‌تا راست

قصه‌هایش یکجا نوشته نشده بود؛ مثلاً، برای خواندن ماجرای طلاق دبیر شیمی از همسرش باید به دیوار متنی‌های به‌آب خوری مراجعه می‌کردیم یا ماجرای ازدواج مجدد ناظم روی دیوار پشت مدرسه نوشته شده بود، و البته آرنوئیس یا آرنوئوسان نابغه بین اخراج این سرتق مدرسه یا داستان فرعی مدیر و ناظم و دبیر شیمی ارتباط برقرار کرده بودند. اگر چه، در نهایت، چند ضلع مدرسه را با چپ و راست و بالا و پایین رفتن ادامه دادیم و در پایان با همان الفاظ و تصاویر رکیک روبه‌رو شدیم. یکی از ژانرهای اصلی ادبیات الکترونیک «آبر متن» است (اگر چه صاحب نظران متأخر این حوزه دسته‌بندی آثار ادبی الکترونیک را تحت عنوان ژانر، به دلیل درهم آمیختگی زیاد ویژگی‌هایشان، چندان صحیح نمی‌دانند). اگر بخوایم به زبان خیلی ساده ابرمتن را توضیح بد هم، باید بگویم آرنوئشته‌های مدرسه ما نمونه‌های ساده‌ای از ابرمتن بود. اصطلاح «ابرمتن» را نخستین باری که مهندس کامپیوتر در دهه هشتاد میلادی وضع کرد، اما مفهوم آن پیش‌تر در فلسفه و نظریه‌پساساختارگرایی، و مصادیقش در آثار مکتوب قابل ردیابی است. در معنای عام کلمه، همه‌شما خوانندگان عزیز این صفحه تا به حال ابرمتن را تجربه کرده‌اید. اگر در حال خواندن نسخه الکترونیک روزنامه «شهرآر» هستید، همین حال‌در حال خواندن یک ابرمتن هستید، چرا که هاپیرلینک‌ها در شما را به این صفحه رسانده‌اند و احتمالاً شما را از این صفحه خارج خواهند کرد. اما «ابرمتن ادبی» را ممکن است خیلی از شما تجربه نکرده باشید.

«ابرمتن» ادبی چیست؟ برای آنکه درک دقیقی از این مفهوم در دنیای دیجیتال به دست برمی‌داشت، آنچه باعث شد این آرنوئشته‌ها در ذهن من ماندگار شود این بود که همه از این تمایز، یک جلد کتاب از «آراستگان» و جلد دیگری از «خودمونی» نشان می‌دهد و می‌گوید: «بین» مثلاً، این «آراستگان» فونت‌هاش خیلی ریز است؛ برای آدم‌های سن بالا خوب نیست. روی جلد و ظاهر هم خیلی تمرکز نمی‌کند. اما «خودمونی» جلد‌های خیلی قشنگی دارد. سعی می‌کند برجسته باشد و گرافیکش هم خوب است. ترجمه‌اش هم خوب است، مبهم نیست.» فکری می‌کنم برای او واقعا این‌ها می‌وجود ندارد. با حذفیات کنار آمده است و این حذفیات را خیلی بر سانسور می‌بیند و این‌گونه می‌دهند؛ چون اجازه نمی‌دهند کامل بدون سانسور چاپ بشود. نشر “خودمونی” خیلی سانسور ندارد؛ داخلش مطالبی دیده‌ایم که واقعا باید سانسور می‌شد، ولی نشده بود.»

● موقعیت: ایستگاه مترو

از مشتری‌های پرس‌کدام کپی‌است؟

در ایستگاه مترو، با یک فروشنده آقا روبه‌رو می‌شوم؛

کسی‌که مشابه ده فروشنده دیگر ادعا می‌کند اطلاعی ندارد که کتاب‌ها از کجا به دستش می‌رسد. می‌گوید باید با صاحب کارم که بعضی وقت‌ها خودش هم اینجا است، در این باره صحبت‌کنم. خودش خیلی اهل حرف زدن نیست و فقط خیلی مختصر درباره کتاب‌هایش که به صورت دائم بین ۴۰ تا ۵۰ درصد تخفیف دارد، می‌گوید: «بعضی مشتری‌ها به اینکه کتاب اصلی باشد یا تقلبی اهمیت می‌دهند، اما بعضی‌ها نمی‌دانند. من ولی، خودم، بهشان می‌گویم کدام فیک است و کدام اصل. بیشتر اما دنبال کتاب‌های اصلی‌اند.»

● موقعیت: ایستگاه مترو

خریدار نیستی، برو!

یکی دیگر از غرفه‌هایی که به سراغش می‌روم، در یکی از نقطه‌های پرتردد شهر قرار دارد و بیشتر شبیه انباری است از کتاب. پراست از زمان‌ها و کتاب‌های معروف روان‌شناسی و کتاب‌های دسته دوم درسی و دانشگاهی، جلو چشمم غرور و تعصب؛ جین آستین است و «عشق در زمان وب» ای گابریل گارسیا مارکز و «مردی که می‌خندد» ویکتور هوگو، همه از انتشاراتی به اسم «الماس سرخ». مرد جاذباتده‌ای روی صندلی و میان انبوه کتاب‌هایی که بدون نظم و ترتیب اطرافش را گرفته‌اند، نشسته است. قصد و منظورش را برایش توضیح می‌دهم. می‌گویم دانشجوییم و به کمکش برای نوشتن یک مقاله احتیاج دارم. بدون هیچ‌گونه اسم و رسمی، اما هیچ جوره از حضور استقبال نمی‌کند و حرفی نمی‌زند؛ فقط می‌گوید: «اگر نمی‌خواهی کتاب بخری، اینجا نایست، برو!»

● موقعیت پنجم: خیابان

کپی نیست، برفروش است و همه چاپ می‌کنند

این یکی حجم کتاب‌هایی که بساط کرده‌است. بیشتر از غرفه‌های دیگر است، مدام دارد با صدای بلند خطاب به عابران فریاد می‌زند که همه کتاب‌ها ۵۰ درصد تخفیف دارند. از ترس باریدن باران و خیس شدن کتاب‌ها، کلی پلاستیک خریده‌است و در کتاب‌ها را در و تا دو تا می‌گذارد داخلشان. همان حین با هم حرف می‌زنیم، خیلی کلی اشاره می‌کند که کتاب‌ها را از تهران می‌خرد و خیلی هم مطمئن و با اعتماد به نفس از تهیه و خرید و فروش کتاب‌های افست می‌گوید: «کتاب اصلی را که خود ناشر حق امتیازش را خریده و آورده و ترجمه کرده و تو ی بازار پخش کرده. حالا یک ناشر دیگر، می‌بیند فروش زیاد است، همان کتاب را خودش منتشر می‌کند. خوب، که نمی‌تواند بازار بزرگ‌دلی پول بدهد و امتیاز اصل کتاب را بخرد؛ از زیرمینی چاپش می‌کند؛ کپی همان را؛ یعنی هیچ فرقی با آن اصلی ندارد. این‌ها افست است، افست با کپی فرق دارد!»

نمی‌شوند. کاغذ دارند و کتاب را هم ترجمه کرده‌اند. همه می‌دانند این کاغذ از کجا می‌آید، ولی کسی نمی‌تواند ثابت کند. ضمن اینکه در این خره، خیلی‌ها هستند که سود می‌برند، مثلاً، همین کتاب‌هایی که با ۵۰ درصد تخفیف فروخته می‌شوند، می‌روند تو ی سیستم پخش تهران و منتشر می‌شوند. نه‌آتر می‌کنند، ناشری می‌آید کتاب خرابش را می‌دهد و از این‌ها تحویل می‌گیرد. باز این می‌افتد دست کپی‌های دیگر و او می‌رود و می‌فروشد. حتی ناشری هست که ناشر خوبی است، وزین است، اسم و رسم دارد است، مثلاً، کتابی زده که فروش نرفته، آن کتاب را می‌دهد دست یک نفر و او یک نفر، در عوض، از این کتاب‌ها به او می‌دهد. او هم آن‌ها را به یک نفر دیگری می‌فروشد و در نهایت این کتاب‌ها مثل پول از یک دست به دست دیگری می‌روند.

کتابیات ۱۱۴

فرهنگ زبان و ادبیات فارسی

عاطفه علی

خیالی که نفس می‌کشد

که تصور کنید به دستش می‌رسد و می‌تواند آن را بخواند. چنین کارا کتری در ذهن خود شما تبدیل به موجودی زنده می‌شود که حجم می‌گیرد و هم از یک آدم واقعی تلقی می‌شود.

● نهم، به شخصیت داستانی‌تان زمان بدهید. این پیشنهاد به شما این امکان را می‌دهد تا در طولانی مدت بتوانید خمیر کارا کتر را ورز بدهید تا در ذهنتان گسترش و عمق پیدا کند. گاهی، یک اتفاق روزمره کوچک و ناچیز می‌تواند جرقه‌ای در ذهن ایجاد کند و الهام بخش تغییر دادن یا ساختن فلان ویژگی به شخصیت داستانی شود. چنین اتفاقی در بستر زمانی مناسب رخ می‌دهد، و برای همین است که زمان دادن به شخصیت کمالی ستودنی به‌اومی‌بخشد.

● هفتم، با دیگران درباره شخصیت داستان‌تان حرف بزنید. همان طوره که در گفت‌وگوهای روزمره پیش می‌آید که درباره آدم‌های دیگر حرف بزنیم، شرایطی برای خودتان ایجاد کنید که شخصیت داستانی را بتوانید در چنین ساختاری (که واقعی و ملموس است) بگنجانید. این تر قند باعث می‌شود کارا کتر داستان در قالبی قرار بگیرد که شخصیت‌های واقعی معمولاً در آن می‌نشینند. با یک دوست درباره این آدم حرف بزنید. ممکن است برای او هم سؤالاتی پیش بیاید یا حتی خودش پیشنهادهایی داشته باشد. در این حالت، شخصیت داستان و ویژگی‌هایش جایگاه دیگری برای شما پیدا می‌کند و کامل‌تر و واقعی‌تر شکل می‌گیرد.

● هشتم، نامه نگاری. این تر فند شاید کمی دیوانه‌وار به نظر برسد. اما مرزهای خیال و واقعیت را در ذهن شما می‌شکند. می‌توانید برای شخصیت خیالی مورد نظر نامه بنویسید یا به او ایمیل بزنید. یادداشتی



خوانند بخش های پیشین: