

گزارشی از درس آموخته‌های فعالان حوزه نشر

کار جمعی پر رنج اما اطمینان بخش

کار گروهی در کشور ما، به دلایل گوناگون، چنان‌که باید مورد رغبت پدید آورندگان کتاب و ناشران قرار نمی‌گیرد. نویسندگان آثارشان را در جمع نمی‌خوانند و تصویرگران ترجیح می‌دهند تصویرهایشان را بی‌اعتنا به نویسنده و گفت‌وگو با او تصویر کنند و خیلی زود آن را به ناشر تحویل دهند؛ هر چند که در درک بخش‌هایی از کتاب با ابهام روبه‌رو شده باشند. با این وصف در همین فضای مه‌آلود موجود، هستند ناشران موفق که رنج و مصائب کار گروهی و بهره‌گرفتن از خرد جمعی را به امید شیرینی میوه‌ای که به بار می‌آید تحمل می‌کنند.

«جوانه» به بهانه برگزاری شانزدهمین جشنواره کتاب رشد، به سراغ ناشرانی رفته است که همچنان برای بهره‌مندی از خرد جمعی در تلاش‌اند. ما به منظور دریافت تجربه‌ها و به اشتراک‌گذاری آن‌ها با خوانندگان محترم این فصل‌نامه، درباره مدلهایی که ناشران صاحب تجربه در این حوزه برای تولید کتاب‌های مناسب و استاندارد اجرا می‌کنند، چند پرسش از آن‌ها پرسیدیم: برای دریافت نظرات و ایده‌های مؤلفان و تصویرگران کتاب چه تدابیری اندیشیده‌اند و برای تولید آثار استاندارد چه برنامه‌هایی دارند؟ و چگونه از نشست‌ها و جلسه‌های گروهی با نویسندگان و تصویرگران به منظور افزایش تعاملات بین ناشر، نویسنده و تصویرگر و انتشار کتاب‌های خواندنی و جذاب بهره می‌گیرند؟

در این راستا موفق شدیم به نمایندگی از این ناشران، با محبت‌الله همتی، مدیر تولید انتشارات محراب قلم؛ سیدنوید سیدعلی اکبر، سروراستار و مدیر فرهنگی انتشارات هوبا؛ فریدون عموزاده خلیلی، مشاور عالی واحد ادبیات انتشارات فنی ایران و مصطفی خرامان، مسئول بخش داستان نوجوانان انتشارات مدرسه برهان، گفت‌وگو کنیم. این بزرگواران با اشاره به تجربه‌های عملی و اجرایی خود، نکات ارزنده مطرح کرده‌اند که می‌تواند مورد توجه ناشران دیگر قرار گیرد. گزارشی از این گفت‌وگوها را در ادامه می‌خوانید.

و تولیدات در چارچوب سیاست‌ها شکل می‌گیرند. در مورد موضوع‌هایی از این دست که: «آیا رمان می‌تواند برای ما یک خط تولید باشد؟» و اینکه: «آیا می‌توانیم کتاب مرجع برای بچه‌ها تولید کنیم یا نه؟» و... در شورای سیاست‌گذاری بحث و تصمیم‌گیری می‌شود. در شوراهای تخصصی نیز درباره نیازهای مخاطبان و دیگر حوزه‌های کاری نظرات نویسندگان و مؤلفان دریافت و پیشنهادهایی مطرح می‌شوند. در واقع همه تصمیم‌های مربوط به تولیدات انتشارات، در شوراهای گرفته می‌شود. تصمیم‌گیری انفرادی نداریم. از این رو فرایند تصمیم‌گیری طولانی است، اما از آنجا که مبتنی بر خرد جمعی است، تاکنون موفق بوده است.



محبت‌الله همتی، مدیر تولید انتشارات محراب قلم تصمیم‌گیری انفرادی نداریم!

در چاپ هر اثر، یک روش این است که نویسندگان، مؤلفان و کسانی که ما را به‌عنوان ناشر کودکان و نوجوانان می‌شناسند، کارشان را به نشر تحویل دهند. این نوع دریافت اثر از مؤلفان و مترجمان، روشی منفعل است. به این معنی که در این شکل از کار، ناشر منشأ ایجاد اثر نیست. در روشی دیگر که ناشر فعال است، خلأهای مخاطبان خود را در حوزه کارش شناسایی و آن را به نویسندگان، مترجمان و مؤلفانی که می‌شناسد، پیشنهاد می‌دهد. در این روش ناشر در ایجاد اثر نقش برجسته‌تری دارد. در انتشارات «محراب قلم» با گسترش فعالیت‌ها، برای اینکه پایه‌های مخاطب و فناوری روز پیش برویم، لازم بود به شکل سازمان‌یافته از وجود افراد متخصص استفاده کنیم. از این رو شورایی با عنوان «شورای سیاست‌گذاری» تشکیل دادیم که اصول و سیاست‌های کلی نشر را با نگاه به آینده تبیین می‌کند

شوراهای تخصصی در محراب قلم

کارهای پیشنهادی، در صورتی که در چارچوب‌های کاری ما تعریف شده باشد، بعد از دریافت نظر کارشناسان، به تناسب موضوع در شوراهای تخصصی، چون «شورای تولید»، «شورای رمان کودک و نوجوان» و «شورای کودک» (به معنی ادبیات محض) بررسی می‌شوند و در مورد انتشار یا عدم انتشار آن تصمیم‌گیری می‌شود. در روند آماده‌سازی، شورای گرافیک و شورای ویرایش هم وارد عمل می‌شوند. برای مثال در حوزه رمان، آثار مطلوب ادبیات کودک و نوجوان در کشورهای متفاوت را شناسایی و در مورد مترجم آن در شورای رمان تصمیم می‌گیریم. شورای رمان در انتشارات محراب قلم در چند سال اخیر بیش از ۱۲۰ عنوان رمان کودک و نوجوان منتشر کرده است.



همتی: تولید اثر با کیفیت از نظر مضمون و فرم، موجب می شود در جامعه مخاطبان شناخته شوید و به عنوان ناشری معتبر مورد قبول مخاطب باشید

براساس تجربیات و مطالعات کارشناسانی تدوین شده اند که در این حوزه ها کار کرده اند.

همچنین سعی می کنیم حضور مؤثری در مجامع فرهنگی و هر برنامه ای که کتاب را به دست مخاطب برساند، داشته باشیم. یکی از بهترین راهکارهای نیازسنجی که مبتنی بر تجربه زیسته نشر است، «ارتباط مستقیم با مخاطب» است که نمایشگاه بین المللی کتاب و نیز نمایشگاه های استانی از جمله این فضاها هستند. ما به جشنواره هایی چون جشنواره کتاب های آموزشی و تربیتی رشد نیز توجه ویژه داریم و چاپ اول کتاب هایمان را به طور مستمر به دبیرخانه جشنواره ارسال می کنیم و بازخوردهایی که دریافت می کنیم، در ادامه خط تولید به ما کمک می کنند. به علاوه، همواره آثار ناشران با تجربه را چه در سطح ملی و چه در سطح جهانی مطالعه می کنیم و امکان پرداختن به موضوع هایمان را بررسی می کنیم. از تجربیات ناشران برتر دنیا استفاده می کنیم و این لازمه تولید کار با کیفیت و متناسب با نیاز مخاطب است. از فعالیت هایی که قرار است به زودی انجام دهیم، «برگزاری کارگاه های آموزشی برای معلمان» است. کتاب های مرجع، همچون دایره المعارف یا فرهنگ های زبانی و موضوعی، از کارهای مؤثر و گسترده محراب قلم است. این نوع کتاب ها برای کتابخانه های آموزشی و کلاسی ضروری اند. فکر می کنیم خوب است معلمان اطلاع داشته باشند که از کتاب های مرجع چطور می توانند در فرایند یاددهی- یادگیری استفاده کنند. به همین خاطر تصمیم گرفتیم چنین کارگاه هایی برگزار کنیم. توجه داشته باشیم، در کشور ما بخش اصلی کار این است که کتاب را به دست مخاطب برسانیم. تولید کتاب کار سختی است و باید با صبر و حوصله انجام شود. سخت تر از آن رساندن کتاب به دست مخاطب است، چرا که هدف نهایی، مخاطب کتاب است.



سید نوید سیدعلی اکبر، سرویراستار و مدیر فرهنگی انتشارات هوپا

جلسات گروهی داستان خوانی

در «نشر هوپا» و سایر مراکزی که فعالیت داشته ام، جلسه های گروهی داستان خوانی را اجرا کرده ام. نویسندگان در جلسه های داستان خوانی، داستان خود را می خوانند و شرکت کنندگان در مورد آن نظر می دهند و کار مطابق نظراتشان بازنویسی می شود. جلسه های داستان خوانی نشر هوپا روز چهارشنبه هر هفته برگزار می شود. نویسندگان شرکت کننده در این جلسه ها

در شورای تولید، بحث های گسترده تری مطرح می شوند و به آثاری چون کتاب های علمی- آموزشی و کتاب های مرجع، از جمله دایره المعارف ها و فرهنگ های موضوعی می پردازیم. همچنین، در مورد خلاصا و کتاب های مورد نیاز مخاطب و انتخاب نویسنده تصمیم گیری می کنیم. حوزه کاری شورای کودک هم کتاب های داستانی خردسال و کودک است.

برای انتخاب اعضای شوراهای تخصصی در شورای سیاست گذاری تصمیم می گیریم. در هر کدام از شوراهای کاری نیز، کارشناسان حوزه مرتبط با موضوع شورا که عموماً نویسندگان، مؤلفان و مترجمان هستند، حضور دارند و تعداد افراد حاضر در این شوراها از سه تا هفت نفر هستند. شورای تولید، هر دو هفته یکبار و گاهی به سبب حجم زیاد کار، به صورت هفتگی تشکیل می شود. شوراهای تخصصی دیگر، چون شورای رمان و شورای کودک نیز به صورت ماهانه و گاهی دو هفته یکبار برگزار می شوند.

از خرد جمعی استفاده می کنیم تا ادامه حیات دهیم

وقتی شورای تخصصی در مورد چاپ کردن یا چاپ نکردن یک اثر تصمیم می گیرد، کیفیت اثر تقریباً تضمین شده است و ناشر یقین می کند کتاب مصوب شورا، حداقل استانداردهای لازم را برای چاپ دارد. تولید اثر با کیفیت از نظر مضمون و فرم، موجب می شود در جامعه مخاطبان شناخته شوید و به عنوان ناشری معتبر مورد قبول مخاطب باشید. در واقع شوراها این موضوع را تضمین می کنند. از طرف دیگر، هر کدام از نویسندگان و مترجمان به تنهایی به همه نیازهای مخاطبان توجه نمی کنند و هر کدام براساس تجربه زیسته خود در حوزه ای که علاقه مندند، کار تألیف و ترجمه انجام می دهند. از این رو به عنوان ناشر کودک و نوجوان، به نیازسنجی، شناسایی خلاصا و پیشنهاد تولید اثر از طرف مخاطبان نیاز داریم. ارتباط مستقیم با مخاطب فرصت مغتنمی است که در نمایشگاه نصب ناشر می شود. در مجموع حرکت و عمل در چارچوب شورا حرکت منطقی تری را به دنبال خواهد داشت. به ویژه در فضای نامطلوب حاکم بر بازار فعلی کتاب که لازم است گزیده عمل کنیم و از خرد جمعی استفاده کنیم تا بتوانیم ادامه حیات بدهیم.

تولید کتاب استاندارد و ارتباط نزدیک با مخاطب

سال ها قبل، زمانی که تصمیم گرفتیم کتاب های کمک درسی تولید کنیم، تیمی از معلمان تشکیل دادیم و مطابق سندهایی که دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی در حوزه استانداردهای کتاب تدوین کرده بود، کتاب های کار تولید کردیم که تعدادی از آن ها در جشنواره کتاب های آموزشی و تربیتی رشد به عنوان کتاب برگزیده و تقدیری انتخاب شدند. البته خط تولید کتاب های کمک درسی را متوقف کرده ایم. هم اکنون نیز از این سندها به ویژه در حوزه تصویرگری استفاده می کنیم. معتقدیم این سندها می توانند به ناشر مشاوره دهند و موجب تولید با کیفیت تر شوند. چرا که استانداردهای ارائه شده در این سندها،

رشد جوانه
شماره ۶۱
پاییز ۱۳۹۷



سید علی اکبر:
ناشر باید بداند که
مخاطبان کتاب چه
چیزهایی دوست
دارند و چطور به
خواندن کتاب
ترغیب می‌شوند.
کتاب باید بتواند
با انیمیشن و فیلم
رقابت کند. پس
ناگزیر است ساختار
سنتی را بشکند و
وارد ساختار جدید
شود

تجربه داستان‌نویسی دارند و حتی بعضی از آن‌ها نویسندگان معروف و شناخته شده هستند. تعدادی از آنان نیز ممکن است کتابی چاپ نکرده باشند، اما قبل از اینکه در این جلسه‌ها شرکت کنند، از آنان نمونه کار می‌خواهیم تا مطمئن شویم، اصول اولیه داستان‌نویسی را می‌دانند و با این فضا بیگانه نیستند.

شرکت‌کنندگان ایده‌هایشان را در جلسه مطرح می‌کنند و اگر به نظر آید که ایده برای مخاطب جذاب است و قابلیت رمان شدن دارد، با مشارکت نویسنده صاحب ایده و اعضای جلسه (من نیز دبیر جلسه هستم) شروع می‌کنیم به پرورش دادن ایده و از ایده به طرح داستانی می‌رسیم. منظوری از طرح داستانی، یک نقشه ساده است برای اینکه کتابی نوشته شود. قصه و ماجراهای داستان در طرح داستان پیاده می‌شوند و بعد از طرح داستان، با مشارکت اعضا به پلات (plot) می‌رسیم. پلات حاوی تمام اجزای داستان است؛ شخصیت‌ها پرداخت شده‌اند و می‌دانیم قهرمان داستان و گره‌های داستان کجاست و نقطه‌های شروع و پایان داستان کدام‌اند. پلات در واقع یک نسخه مفصل‌تر از طرح و پیش‌نویسی از رمان است. سپس نویسندگان شروع به نوشتن داستان می‌کنند و بعد از نوشتن هر بخش، آن را در جلسه می‌خوانند و سایرین نظر می‌دهند. داستان دائماً اصلاح می‌شود تا به نسخه نهایی برسد. نسخه نهایی را خودم تنها می‌خوانم و برای نویسنده یادداشت‌هایی می‌گذارم. بعد از اعمال آن توسط نویسنده، به سراغ فرایند تصویرسازی و چاپ کتاب می‌رویم.

جلسه‌های داستان‌خوانی می‌تواند فرصت خوبی برای نویسندگان و به‌خصوص نویسندگان تازه‌کاری باشند که کتابی چاپ نکرده‌اند، اما استعداد و توانایی خوبی دارند. نویسندگان می‌توانند در این جلسه‌ها تجربه‌های خوبی کسب کنند، خود را ارتقا دهند و کتاب‌های خوبی چاپ کنند.

ارتباط تنگاتنگ ناشر و مؤلف

ما در نشر هوپا، در هر مرحله از کار، با مؤلف کتاب در تماس هستیم. مؤلف نسخه ویرایش شده را می‌بیند و به ما بر می‌گرداند. تصویرسازی‌ها و طراحی جلد را می‌بیند و نظر می‌دهد. پشت جلد با نظر مؤلف نوشته می‌شود. برای تبلیغات کتاب نیز از نظرات مشورتی مؤلفان استفاده می‌کنیم.

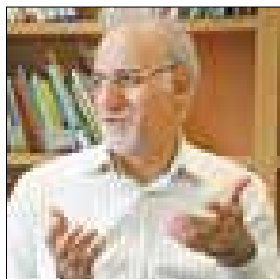
تولید کتاب‌های استاندارد

در جلسه‌های داستان‌خوانی حداقل ۲۰ نفر به‌عنوان نویسنده حضور دارند که با توجه به دریافت و شناختن مخاطب نظر می‌دهیم. معیارهای کیفی داستان ما را به سمت کار موفق هدایت می‌کند. ساختار داستان باید درست باشد، قصه داشته باشد و مورد علاقه مخاطب باشد. علاوه بر جلسه‌های گروهی داستان‌خوانی، می‌توان برنامه‌های دیگری نیز به‌منظور افزایش کیفیت اثر داشت. از جمله اینکه نشست‌هایی مداوم با مخاطبان داشته باشیم، کار برای آنان بخوانیم و نظر آنان را بگیریم. همچنین می‌توان فرایند کارشناسی اثر را با توجه به

موضوع اثر با چندین کارشناس در حوزه‌هایی چون مهارت‌های زندگی، محیط زیست، تاریخ و غیره جلو برد و کار را با توجه به نظرات این کارشناسان اصلاح کرد. به این ترتیب طبیعتاً کتاب با استاندارد بالاتری تولید خواهد شد.

عبور از ساختار سنتی نشر

نشر در ایران ساختاری سنتی و قدیمی دارد. این ساختار سنتی که کتاب را در کتاب‌فروشی بگذاریم تا هر کس که کتاب‌خوان است، برود بخرد، باید برچیده شود. نشر باید بتواند از این ساختار سنتی عبور کند. چرا که مخاطبان همان مخاطبان دیروز نیستند. باید بتواند در زمینه تبلیغات و پخش، موفق عمل کند تا بتواند کتابش را بفروشد. ناشر باید بداند که مخاطبان کتاب چه چیزهایی دوست دارند و چطور به خواندن کتاب ترغیب می‌شوند. ناشران هدیه‌های جانبی برای کتاب‌هایشان بگذارند و رویدادهای متفاوت، از جمله جلسه رونمایی کتاب برگزار کنند. کانال‌های ارتباطی خود را در شبکه‌های مجازی گسترش دهند و بکوشند از راه‌های گوناگون در دل مخاطبان و در بازار رسوخ پیدا کنند. کتاب یک کالا است؛ کالایی که جنبه اقتصادی دارد و باید مانند کالاهای دیگر با آن برخورد شود تا بتواند به لحاظ اقتصادی روی پای خود بایستد. کتاب باید بتواند با انیمیشن و فیلم رقابت کند. پس ناگزیر است ساختار سنتی را بشکند و وارد ساختار جدید شود.



فریدون عموزاده خلیلی، مشاور عالی واحد ادبیات انتشارات فنی ایران

هدفمند تألیف می‌کنیم!

ما تنها براساس یک مدل و یک سطح یا لایه برای تألیف کتاب عمل نمی‌کنیم. روندی که در ارتباط با نویسندگان تازه‌کار پی می‌گیریم، متفاوت با روند کار ما با نویسندگان حرفه‌ای است. در «انتشارات فنی ایران» تألیف داستان یا رمان صرفاً به خاطر داستان یا رمان نیست. این انتشارات هدفمند به جلو می‌رود و تألیف آن نیز هدفمند است.

یک مدل تجربه شده موفق

برای تولید یک رمان جذاب برای نوجوان، در مرحله تألیف این چالش وجود دارد که: اصالت با موضوع است یا با ادبیات؟ اصالت با وجه علمی است یا وجه خلاق؟ مثلاً اگر می‌خواهید



عموزاده خلیلی:

کتاب تصویری

کتابی است

حاصل تلاش

نویسنده، تصویرگر

و ناشر؛ بنابراین

در شکل گیری

کتاب لازم است

نویسنده و تصویرگر

از همان ابتدا با هم

هماهنگ باشند

اهمیت دارد. بنابراین در شکل‌گیری کتاب لازم است نویسنده و تصویرگر از همان ابتدا با هم هماهنگ باشند.

از این رو کارگاه کتاب تصویری را برگزار می‌کنیم. برای برگزاری این کارگاه، ابتدا فراخوان می‌دهیم. نویسندگان و تصویرگرانی که می‌خواهند شرکت کنند، داوطلب می‌شوند و نمونه کارهایشان را می‌فرستند. از میان چند صد نفر شرکت‌کننده، ۳۰ نفر انتخاب می‌شوند که شامل ۱۵ تصویرگر و ۱۵ نویسنده است. هم نویسنده و تصویرگر جوان و هم حرفه‌ای بین شرکت‌کنندگان دیده می‌شود. این ۳۰ نفر در جلسه‌ای توجیهی گرد هم می‌آیند. نویسندگان ایده‌هایشان را می‌گویند و تصویرگران هم تصویرهایشان را روی پرده می‌گذارند. نویسنده و تصویرگر کار هم را می‌بینند و افرادی که ایده‌هایشان به هم نزدیک است، کنار هم قرار می‌گیرند و در واقع یکدیگر را پیدا می‌کنند. مثلاً تصویرگر می‌گوید من بلدم طنز کار کنم و ایده‌های فلانی ظرفیت طنز دارد و به من نزدیک است. مسئولان کارگاه نیز یک نویسنده و یک تصویرگر هستند. کاری که ما به‌عنوان مسئول کارگاه انجام می‌دهیم، این است که در مورد ایده‌های افرادی که دو به دو با هم تیم شده‌اند، نظر می‌دهیم. نمونه‌های موفق جهانی را به آن‌ها نشان می‌دهیم. آن‌ها دوباره با هم کار می‌کنند و وقتی ایده مشخص شد، در گروه دو نفره فرم به فرم به جلو می‌روند.

تا کنون در هر دوره از کارگاه کتاب تصویری اتفاقات خوبی افتاده است و در نهایت ما با یک کار درجه یک مواجه شده‌ایم که هیچ‌کس نمی‌توانست پیش‌بینی کند. تیمی که ما با آن مواجه شده‌ایم که طی یک ماه نویسنده و تصویرگر در کارگاه کنار هم بوده‌اند و با هم دیالوگ داشته‌اند. با این روش نویسنده و تصویرگر به یک اندازه در تولید کتاب نقش دارند و یک حس موفقیت مشترک دارند. هیچ‌کدام فکر نمی‌کنند جایگاه پایین‌تری دارد و مثل یک تیم از کارشان دفاع می‌کنند. در نمایشگاه کتاب، گروهی از تصویرگران ایتالیایی که کارگاه تصویرگری ما را دیده بودند، موضوع برایشان جالب بود و واقعاً هیجان‌زده شده بودند. ما در این روش سعی می‌کنیم کار نویسنده و تصویرگر ممزوج و آمیخته شود و پروژه به‌صورت مشترک پیش رود. در داوری نیز به‌عنوان جایزه، نویسنده و تصویرگری را که اثرشان به‌عنوان کتاب برتر انتخاب شده است، به «نمایشگاه بولونیا» که بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب کودک دنیاست، می‌فرستیم.

در مورد یک گونه حیات وحش بنویسید، واقعاً ابتدا تلاشتان این است که چارچوب علمی ماجرا حفظ شود و خلاقیت در مرحله بعد باشد یا برعکس؟ به نظر من هر دوی این‌ها نتیجه‌های خوبی برای انتشارات ما نخواهند داشت. برای یک ناشر صرفاً آموزشی، اصالت با وجه علمی است. از طرف دیگر، ناشر عمومی برایش این مهم است که مخاطب کارش را بخواند و می‌خواهد رمان خوب بنویسد. اما در انتشارات فنی، هم می‌خواهیم داستان خوب بنویسیم و هم می‌خواهیم که مغایرت علمی نداشته باشد. مثلاً داستانی در مورد «گانگو» بنویسیم و در بلوچستان هم انجام شود. در مورد سنجاب‌های زاگرس بنویسیم و واقعاً در زاگرس انجام شود. داستانش هم جذاب باشد و هم مغایرت‌های علمی نداشته باشد. می‌خواهیم هر دو وجه را داشته باشیم تا بعد از چاپ کتاب بتوانیم سرمان را بالا بگیریم.

برای مثال، مدل ما برای تولید رمان‌هایی در حوزه محیط زیست این بود که یک کارگروه تشکیل دادیم. از ۱۰ نویسنده که می‌توانستند خوب بنویسند و ضمناً گرایش به نوشتن در حوزه محیط زیست داشتند، دعوت کردیم. آن‌ها به صورت گروهی کار را شروع کردند. در یک مرحله یک متخصص محیط زیست آوردیم و برای آن‌ها در مورد چالش‌های محیط زیست، اولویت‌های محیط زیستی در ایران و مباحثی از این دست صحبت کرد. به تدریج برای هر کدام از نویسنده‌ها، موضوع‌هایی چون بازیافت زباله، آلودگی دریای خزر و ریزگردها جذاب شد. کارشناس محیط زیست در ارتباط با این موضوع‌ها برای آنان توضیح داد، به آنان کتاب و فیلم معرفی کرد و اطلاعات جزئی‌تری در اختیارشان گذاشت. یک دبیر ادبی هم در کنار این گروه بود. توضیحات کارشناس محیط زیست به تدریج به گسترش داستان کمک می‌کرد و با توجه به اطلاعات کارشناس، نویسنده داستان خود را پردازش می‌کرد.

روش سنتی و بسیار تجربه‌شده ناموفق که چند تیر و موضوع به دست نویسنده بدهیم تا در مورد آن بنویسد، کارساز نیست. اما وقتی در این مدل نویسنده، تصویرگر و کارشناس محیط زیست را ممزوج کردیم، در هم تنیده می‌شوند و چه بسا کارشناس به پافشاری داستان کمک می‌کند. همچنین کارشناس به تصویرگر اطلاعاتی از این دست می‌دهد که درختانی که شما تصویرشان را گذاشته‌اید، در جنگل‌های زاگرس وجود ندارند.

کار تیمی و پرنج اما قابل دفاع

پایه و رکن اصلی کارگاه‌ها، کارگروه‌ها و پروژه‌های تألیف در انتشارات فنی و سایر مراکزی که فعالیت داشتیم، این بود که کار به‌صورت تیمی جلو برود. این کار دو نتیجه دارد؛ اول اینکه خروجی این کارگاه‌ها، کتاب‌هایی است که استانداردها در آن رعایت شده‌اند. جلو بردن این پروژه سخت‌تر از آن است که بخواهید صرفاً رمان یا کتاب آموزشی بنویسید. وقتی می‌خواهید استانداردها را رعایت کنید، مهارت و رنج بیشتری می‌برید، اما در نهایت حاصل کار قابل دفاع خواهد بود. نتیجه و خروجی دوم این

کارگاه‌های کتاب تصویری

در تألیف داستان برای کودکان سنین پایین‌تر، چالش بین نویسنده و تصویرگر همیشه وجود دارد. نویسنده داستان را می‌نویسد و ناشر آن را به تصویرگر می‌دهد. در آخر در یک حالت، تصویرگر مطیع داستان است و عیناً هر چه داستان گفته را طراحی می‌کند و نویسنده راضی است. در حالت دیگر، تصویرگر ممکن است خلاقیت خود را وارد کار کند و نویسنده ببیند و راضی نباشد. ما معتقدیم کتاب تصویری کتابی است حاصل تلاش نویسنده، تصویرگر و ناشر. کتاب و محصول برای ما



عموزاده خلیلی:

خلاقیت در

نویسندگی حرف

اصلی را می‌زند،

بنابراین برگزاری

کلاس آموزش

نویسندگی خیانت

به داستان نویسی

و نویسندگان

است. چرا که این

کلاس‌ها در بهترین

حالت یک سلسله

نویسنده مشابه

بیرون می‌دهند

که مثل استادشان

می‌نویسند

است که با این روش داستان نویسی تربیت می‌شود. وقتی تألیف به صورت کارگاهی پیش می‌رود، مهم‌تر از داستان یا کتابی که از آن در می‌آید، این است که داستان‌نویس از آن در می‌آید. سرمایه انسانی که از این مدل در می‌آید، بسیار ارزشمند است.

ما یک دوره هم برای نوجوانان کارگاه برگزار کردیم تا تمرین نویسندگی داشته باشند. همچنین برای کارگاه محیط زیست، نوجوانان را به باغ گیاه‌شناسی بردیم. در این کارگاه، نوجوانان با کارشناس محیط زیست و کارشناس ادبی تعامل داشتند و نویسندگی کردند. نویسندگی باید فرآیندی را طی کند. ممکن است لازم باشد فرد در سه دوره از کارگاه تجربی با سطوح متفاوت شرکت کند تا بتواند به کتاب برسد. این کارگاه‌ها کمک می‌کنند، نویسنده در استاندارد قابل قبول نویسندگی قرار گیرد. وقتی روند تألیف از فیلترهای تجربه شده‌ای چون کارگاه‌ها و گفت‌وگوها و تعاملات تخصصی می‌گذرد، خروجی آن حداقل‌هایی را شامل می‌شود. بنابراین می‌تواند تا حدود زیادی برای ناشر و مخاطب اطمینان خاطر ایجاد کند که استانداردهایی را رعایت کرده است.

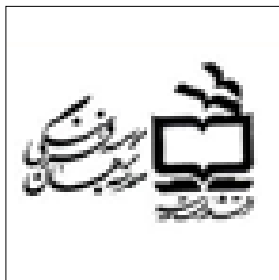
مدل اتاق تجربه

از دهه ۱۳۶۰ که در حوزه هنری بودم، با افرادی چون قیصر امین‌پور و قاسمعلی فراست کلاس‌های آموزش داستان‌نویسی داشتیم. این کلاس‌ها ادامه داشت تا در اواسط دهه ۱۳۸۰ به این نتیجه رسیدم که برگزاری کلاس آموزش نویسندگی خیانت به داستان‌نویسی و نویسندگان است. چرا که این کلاس‌ها در بهترین حالت یک سلسله نویسنده مشابه بیرون می‌دهند که مثل استادشان می‌نویسند. در صورتی که نویسندگی مثل شکلات‌سازی نیست که همه را هم‌شکل بیرون بدهید. خلاقیت در نویسندگی حرف اصلی را می‌زند. بنابراین این کلاس‌ها را کنار گذاشتم. در سال ۱۳۹۱، یکی از ناشران از من خواست تا کارگاه رمان نویسی برگزار کنم. به آنان گفتم معتقدم نویسندگی باید به تجربه شکل بگیرد. اگر به کارگاه بیایم، به شرکت‌کنندگان می‌گویم همه آموزش‌های نویسندگی را دور بریزند. گفتند بیا و همین را برگزار کن. یک مدل با نام «اتاق تجربه» طراحی کردم. اصرار داشتم بگویم اتاق، چرا که صمیمیت در اتاق بیشتر است.

برگزاری اتاق تجربه در فراخوان عمومی اعلام شد و تعداد زیادی نویسندگان جوان شرکت کردند. از بین آن‌ها تعدادی انتخاب شدند تا در کارگاه با آن‌ها کار شود. گفتم اولین جلسه با یک ایده بیایید. بعد با هم در مورد آن حرف می‌زنیم تا ببینیم این ایده می‌تواند رمان شود یا نه. شرکت‌کنندگان در اتاق تجربه به صورت دایره‌ای دور هم می‌نشینند و همه حتی با استاد هم در موضع برابر هستند. هرگز به آنان نمی‌گویم که این‌طور بنویسید، بلکه می‌پرسم چطور می‌خواهید بنویسید و از تجربه‌های خود می‌گویم و آنان مختارند نظرم را بپذیرد یا نه. خروجی اولین دوره اتاق تجربه این بود که ۱۲ نفر، تعداد ۸ رمان نوشتند. بعضی از نویسندگان این رمان‌ها تا قبل از آن اصلاً ننوشته بودند. هیچ‌کدام از این ۸ رمان، مثل هم نبودند و اگر قرار بود من بنویسم، خیلی از

آن‌ها را حتی دوست نداشتم. از این تعداد، ۶ رمان نیز جایزه‌های مهمی گرفتند. خروجی اتاق تجربه رمان نوجوان که هشت سالی است آن را برگزار می‌کنم، حداقل ۲۰ نویسنده خوب بوده است که کارهایشان خوانده می‌شوند و جایزه کسب می‌کنند.

در اتاق تجربه به نویسندگان می‌گویم مهم این است که خودتان باشید. اصلاً نگویند که می‌خواهید مثل فلان نویسنده بنویسید. در اتاق تجربه سعی می‌کنم ترس‌هایشان از نوشتن را بریزم. از اینکه ممکن است کسی به ایده آنان بخندد، نترسند. ایده‌های خود را با صراحت بگویند و مقهور و مرعوب هیچ «گونه‌ای» (ژانری) نشوند. مثلاً شاید دوست نداشته باشم ژانر فانتزی بنویسم، اما هرگز حق ندارم در کارگاه بگویم که این ژانر به درد نمی‌خورد. به نویسندگان می‌گویم شما خودتان ایده‌های را می‌آورید و گام‌به‌گام آن را جلو می‌برید و این ژانر اختصاصی خودتان است. هنر همین است. مگر اولین داستانی که نوشته شد، مبتنی بر یافته‌های منتقدان و نظریه‌پردازان نوشته شد؟ اثر داستانی خوب باشد، می‌تواند به دنبال خود نظریه‌ای به جهان نظریات داستانی اضافه کند. تمام تلاش من در اتاق تجربه این است که کمک کنم، بچه‌ها مرعوب نظریه‌های داستانی و حتی شاهکارهای داستانی نشوند. می‌گویم چه بسا خود شما کسی باشید که شاهکار خلق می‌کند. اگر شما خود را از زیر سایه نام‌ها دریابوید، ممکن است خودتان نام جدیدی بشوید.



مصطفی خرامان، مسئول بخش داستان نوجوان انتشارات مدرسه برهان

بهترین مدل، سرویراستار است

به نظر می‌رسد این روش که با نویسندگان جلسه گروهی داشته باشیم، خیلی جواب نمی‌دهد ما در «انتشارات مدرسه» تنها برای داستان کوتاه جلسه گروهی داریم که با ۱۵ نفر برگزار می‌شود و محصول آن یک کتاب است. در این جلسه یک نویسنده داستانش را می‌خواند و بقیه نظرات خود را اعلام می‌کنند. داستان‌هایی که از آن‌ها استقبال می‌شود، بعد از اصلاحات در قالب کتاب داستان کوتاه چاپ می‌شوند. ظرف یک‌سال، سه تا چهار کتاب این‌گونه تولید می‌شود. این کار می‌تواند عامل ایجاد انگیزه در نویسندگان و جذب آنان باشد و رابطه نویسندگان را با نشر مستحکم‌تر کند. اما بهترین مدل کار تولید کتاب برای نشر این روش نیست. بهترین مدل آن است که ناشر یک سرویراستار داشته باشد.



لحاظ فنی، قابل قبول باشد و هر کتابی را از هر نویسنده‌ای نپذیریم.

مدیر هنری در کنار سرویراستار

اگر ناشری بخواهد طی یک‌سال، ۵۰ کتاب منتشر کند، از این تعداد ممکن است تنها پنج کتاب به تصویر نیاز داشته باشند. اما هر ۵۰ کتاب به جلد نیاز دارند. بنابراین خوب است که ناشران مدیر هنری داشته باشند. فردی که گرافیک و تصویرگری بلد باشد و بتواند به تصویرگران مختلف کار سفارش دهد. سپس در مورد تصاویر نظر دهد و آن‌ها را تأیید یا رد کند. بهترین مدل برای همه ناشران این است که در کنار سرویراستار، مدیر هنری هم داشته باشند. سرویراستار در مورد کار تولید و ویرایش کتاب اظهار نظر کند و مدیر هنری نیز درباره صفحه‌آرایی، جلد و قطع کتاب اظهار نظر حرفه‌ای داشته باشد. حاصل این روش یک کتاب قابل قبول خواهد بود.

ناشران سازوکار داشته باشند

وقتی در داوری مان در جشنواره‌ها، کتاب را می‌خوانیم، می‌بینیم گاهی ناشران بدون بررسی کتاب چاپ می‌کنند. کتاب باید به‌گونه‌ای باشد که وقتی شروع به خواندن آن می‌کنیم، جذابمان کند تا کتاب را به پایان برسانیم. کتاب نباید غلط املائی، ویراستاری و گاف داستانی داشته باشد. تشخیص این موارد با فردی است که در این زمینه‌ها مسلط باشد. اگر قرار باشد ناشران کتاب خوب چاپ کنند، باید سازوکار و ابزار داشته باشند. مشکل اینجاست که تعداد ناشران ما از تعداد نویسندگان ما بیشتر است، در صورتی که تعداد نویسندگان شناخته شده و فعال کم است.

مدل‌های خارجی معمولاً این‌گونه‌اند. آن‌ها سرویراستار دارند و دنبال کتاب نمی‌روند. ما در کشورمان با دو مدل کار می‌کنیم. در مدل اول به عنوان ناشر ایده‌هایی برای تولید می‌دهیم و از نویسنده یا نویسندگان مناسب دعوت می‌کنیم که این کتاب‌ها را برای ما بنویسند. در مدل دوم، نویسندگان کتاب‌هایی را برای ما به‌عنوان ناشر می‌آورند و ما آن‌ها را برای بررسی به فرد متخصص می‌دهیم و در نهایت تصمیم می‌گیریم که کتاب را چاپ کنیم یا نه. ما تقریباً سرویراستار نداریم. سرویراستار این توانایی را دارد که بگوید این ایده، سوژه یا کتاب که کار کردی، به درد می‌خورد یا نه. سرویراستار روی همه ارکان کتاب و ادبیات مسلط است و ویرایش می‌داند. ساختار کتاب و داستان را می‌شناسد و نسبت به ترجمه هم تا حدی شناخت دارد. پیدا کردن چنین فردی سخت است و دست‌مزد بالایی می‌خواهد، اما حضورش به تولید کتاب خوب و افزایش مشتری می‌انجامد. در واقع سرویراستار به‌عنوان یک فرد باتجربه در مورد محتوای کتاب و اینکه نویسنده چقدر در تألیف یا ترجمه آن موفق بوده است، اظهار نظر می‌کند.

ما در انتشارات مدرسه برای تولید کتاب، از نویسنده می‌خواهیم ایده‌اش را بیاورد و به او کمک می‌کنیم تا ایده‌اش را بپرواند. این کار هم تقریباً ماجرای همان سرویراستار است. ما اعلام می‌کنیم که تصمیم داریم رمان نوجوان تولید کنیم. تعدادی از نویسندگان اعلام می‌کنند که طرحی برای رمان نوجوان دارند. در جلسه‌ای سه چهار نفری، با نویسندگان در مورد طرحشان صحبت می‌کنیم و می‌گوییم این طرح به درد می‌خورد یا نه. اشکالات را می‌گوییم تا رفع شود. بعد از اصلاحات و تأیید طرح، نویسنده متن را می‌نویسد تا فرایند چاپ را طی کند. به این صورت ما می‌توانیم در کیفیت کتاب‌هایی که تولید می‌کنیم، تأثیر بگذاریم تا کتاب حداقل به

خرامان: کتاب باید به‌گونه‌ای باشد که وقتی شروع به خواندن آن می‌کنیم، جذابمان کند تا کتاب را به پایان برسانیم. کتاب نباید غلط املائی، ویراستاری و گاف داستانی داشته باشد

