

علت کتاب نخواندن مردم چیست؟

جمعه گذشته نمایشگاه آنلاین کتاب با همه مشکلات زیرساختی‌اش به پایان رسید و یک میلیون و ۲۵۴ هزار و ۵۹۹ نسخه کتاب با رقم ۶۴ میلیارد و ۲۵۸ میلیون تومان در یک هفته به فروش رسید.

به گزارش سایت خبری پرسون، یاسین نمکچیان در یادداشتی نوشت:

مردم کتاب نمی‌خوانند. این گزاره سال‌هاست که در جامعه ایرانی تکرار می‌شود و طیف وسیعی هم به این باور رسیده‌اند که مردم واقعا از کتاب فاصله زیادی گرفته‌اند. این حرف‌ها در شرایطی مطرح می‌شود که براساس آخرین آمار منتشر شده توسط خانه کتاب؛ حدود ۱۰ هزار ناشر در ایران مجوز نشر دارند و سالانه حدود ۱۰هزار عنوان کتاب در زمینه‌های مختلف منتشر می‌شود. اگرچه اما و اگرهای فراوانی در صنعت نشر ایران وجود دارد ولی اوضاع آن‌قدرها که جلوه می‌دهند نه تنها بد نیست بلکه امیدوارکننده هم هست. جمعه گذشته نمایشگاه آنلاین کتاب با همه مشکلات زیرساختی‌اش به پایان رسید و یک میلیون و ۲۵۴ هزار و ۵۹۹ نسخه کتاب با رقم ۶۴ میلیارد و ۲۵۸ میلیون تومان در یک هفته به فروش رسید.

مردم کتاب نمی‌خوانند؟

کرونا اگرچه بر کسب‌وکارهای بسیاری تاثیر منفی گذاشت اما بر بازار کتاب تاثیر معکوس داشت و حتی فروش را به نسبت قابل‌توجهی افزایش داد. با این حال باز هم عده‌ای بر این طبل می‌کوبند که کتاب مخاطب ندارد و صنعت نشر ورشکسته است. اینکه چرا مدام چنین بحثی مطرح می‌شود سوالی است که برای پاسخ به آن باید از چند زاویه به موضوع نگاه کرد. در این سال‌ها چند گروه در پیدایش چنین ذهنیتی کارساز بوده‌اند؛ یعنی دست به دست هم داده‌اند تا این ذهنیت نادرست را جا بیندازند. گروه اول نویسندگانی هستند که شکست خورده‌اند و آثارشان با اقبال عمومی روبه‌رو نشده است. تکرار مداوم این گزاره از سوی مولفان شکست خورده توانسته در شکل‌گیری این باور تا حدودی موثر واقع شود. دومین گروه طیف خاصی از افراد جامعه هستند که یک سویه به دنیا نگاه می‌کنند و همه چیز را سیاه و سفید می‌بینند و از شعار کتاب نخواندن مردم به‌عنوان ژست استفاده می‌کنند یا مثلا می‌خواهند وانمود کنند مشکلات فرهنگی جامعه در درجه اول به این مساله ارتباط دارد. در این میان گروه سومی هم هستند که بسیار بر این آتش می‌دمند و اتفاقا این یادداشت بر عملکرد آنها متمرکز شده است. این گروه را ناشران و کتاب‌فروشان تشکیل می‌دهند که از بد حادثه به چنین شغلی روی آورده‌اند.

شناختی از وضعیت ندارند و آثاری که منتشر می‌کنند با روح زمانه سازگاری ندارد و شکست‌هایشان را پای کتاب نخواندن مردم و مافیای پخش و هزار و یک بهانه دیگر می‌نویسند. این گروه ساز و کارهای جدیدی را که بر بازارها تاثیر گذار هستند نمی‌شناسند و کسب‌وکارشان به‌صورت سنتی جریان دارد. وقتی شکل‌فعالیتشان مورد مطالعه قرار می‌گیرد چند نکته به چشم می‌خورد که مهم‌ترین آن فاصله آنها با تحولات بازارهاست. مثلا کتاب‌فروشی که از ۵۰ سال پیش در یک نقطه شهر فعالیت می‌کند در طول این سال‌ها برای بهبود کسب‌وکارش هیچ کاری نکرده و همچنان با شیوه‌هایی می‌خواهد در آمد کسب کند که ۵۰ سال پیش کارش را شروع کرده بود. حتی شکل و شمایل مغازه‌اش نسبت به سال‌ها پیش هیچ تغییری نکرده است. او نمی‌داند دیگر گذشته آن روزگاری که هر روز صبح کرکره را بالا می‌داد و می‌نشست پشت پیشخوان در انتظار مشتری. نمی‌داند بازاریابی و فروش علم به حساب می‌آید و باید برای هر حرکتی ایده و برنامه داشت.

چون این چیزها را نمی‌داند و براساس اصول ۵۰ سال پیش حرکت می‌کند ناگزیر معیشتش با چالشی جدی روبه‌رو شده و محکوم به نابودی و زوال است. گواه این ادعا بررسی وضعیت برخی کتاب‌فروشان قدیمی است که در بهترین و پرتربدترین نقطه شهر مغازه دارند اما دخل و خرجشان نمی‌خواند؛ در مقایسه کتاب‌فروشان هم هستند که در همین سال‌ها و در نقاط دورافتاده کتاب‌فروشی راه انداخته‌اند و با شیوه‌های مختلف توانسته‌اند به برند بدل شوند و از چهار نقطه پایتخت مشتری جذب کنند.

حتی ناشرانی هم هستند که سال‌های فعالیتشان از تعداد انگشتان یک دست بیشتر نیست اما با برنامه‌ریزی و بازاریابی درست بخشی از بازار را به خود اختصاص داده‌اند. در این سال‌ها خیلی‌ها انگشت اتهام را به سمت نسل جوان نشان گرفته‌اند و معتقدند این نسل با کتاب میانه‌ای ندارد مطالعات میدانی اما خلاف این گفته را اثبات می‌کند. کافی است سری به کتاب‌فروشی‌ها بزنید تا متوجه شوید که درحال حاضر بخش اصلی مشتریان بازار را قشر جوان جامعه تشکیل می‌دهند. باز نشر مداوم آثار کلاسیک، تنوع ژانرها، رشد انتشار کتاب‌های عامه پسند و... نشان‌دهنده علاقه این نسل به کتاب است. آنچه این روزها در بازار به چشم می‌آید این است که برای قشرهای مختلف جامعه کتاب تولید می‌شود و تحلیل‌ها از این حکایت می‌کنند که برای این محصولات به اندازه کافی مشتری هم وجود دارد.

از طرفی تیراژ کتاب‌های کودک و نوجوان در ایران بالا رفته و خانواده‌هایی که بچه‌های کوچک دارند در سبد مصرفی خود جایی برای کتاب کنار گذاشته‌اند. یعنی نسل جدیدی در راه است که از کودکی با کتاب مانوس بوده است. نتیجه همه حرف‌ها این است که کتاب نخواندن مردم گزاره نادرست و گمراه‌کننده است اگر ناشر؛ کتاب‌فروش یا نویسندهای در کارش موفق نبوده دلیلی بر کتاب نخواندن مردم نیست و باید دلیل شکست را جای دیگری جست‌وجو کند. زمانه عوض شده و زندگی آدم‌ها با تغییرات بنیادین روبه‌رو بوده است. طبیعی است در چنین وضعیتی صاحبان کسب‌وکارها باید نیازسنجی کنند و به قول معروف با روح زمانه پیش بروند.

