■ سال بیست و نهم ■ شماره ۸۱۱۴ ■ پنجشنبه ■ ۶ بهمن ۱۴۰۱

ایران

صاحب امتیاز:
خبرگزاری جمهوری اسلامی
مدیر مسئول: محمدحسن روزی‌طلب
جانشین مدیر مسئول و سردبیر: کمیل نقی‌پور

تلفن: ۸۸۷۶۱۷۲۰ نمابر: ۸۸۷۶۱۲۵۴ ارتباط مردمی: ۸۸۷۶۹۰۷۵
پیامک: ۳۰۰۰۴۵۱۲۱۳ روابط عمومی / نشانی: تهران خیابان خرمشهر، شماره ۲۰۸
صندوق پستی: ۵۳۸۸-۱۵۸۷۵ / امور مشترکین: ۸۸۷۴۸۸۰۰
چاپ: چاپخانه‌های همشهری، شرکت چاپ جام‌جم
سازمان آگهی‌های روزنامه ایران: دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT
پذیرش سازمان آگهی‌ها: ۱۸۷۷ (۰۲۱)
انتشارات مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران: ۵-۸۸۵۴۸۸۹۲
http://irannewspaper.ir

اذان ظهر ۱۲/۱۷ | اذان مغرب ۱۷/۴۵ | نیمه شب شرعی ۲۳/۳۳ | اذان صبح فردا ۵/۴۱ | طلوع آفتاب فردا ۷/۰۸

سخن روز

پیامبر اکرم صلوات الله علیه:
از اولین شب جمعه رجب غافل نشوید، زیرا شبی است که فرشتگان آن را می نامند، لیلة الرغائب.
المراقبات ص ۱۱۱

هموطن لبنانی ما، قهرمانی ناشناخته

امیرمحمد عباس‌نژاد: شیخ ماجد، دو ماه در «اشرف» بود و بزرگترین دستاوردش این بود که ۱۰۰ نفر را با آگاه‌سازی برگردانده بود. بازگرداندن ۱۰۰ نفر یعنی ۱۰۰ خانواده را از چشم به راهی نجات دادن، تاریخ را از منظر ۱۰۰ فرد و قهرمان ثبت کردن و ۱۰۰ نیروی کار وارد کشور کردن؛ آن هم به دست فردی که می‌توانست از امتیاز غیرایرانی بودن و حضور عموی ناتنی خود در حکومت عراق استفاده کند، به کشور دیگری مانند فرانسه برود و ۱۰ سال اسارت را نگذراند، یک سال در انفرادی نباشد و شکنجه نشود؛ شکنجه‌هایی که هنوز آثارش روی دستش وجود دارد. او لبنانی است. می‌توانست بگوید به من چه؟ من که ایرانی نیستم. شیخ ماجد هموطن ما نبوده، بلکه از سر مسلمان بودن، وارد این مسیر شد؛ بنابراین عنصر «دین» در این تصمیم پررنگ است اما متأسفانه ما نتوانستیم به جامعه خودمان این قهرمانان را معرفی کنیم.

بخشی از صحبت‌های نویسنده کتاب «شبیه دیوارها» در گفت‌وگو با تسنیم

طفیل هستی عشقند آدمی و پری
ارادتی بنما تا سعادتی ببری
بکوش خواجه و از عشق بی‌نصیب مباش
که بنده را نخرد کس به عیب بی‌هنری

حافظ شیرازی

نگاره

رضا بدرالسماء

لیلة‌الرغائب

فضای مجازی

این روزها تقریباً تمام خبرهای فرهنگی و هنری به جشنواره‌های فجر بخصوص تئاتر که این روزها در حال برگزاری است، ختم می‌شود و تئاتری‌ها روزهای پر از جنب و جوشی را سپری می‌کنند. با هم مروری داشته باشیم بر اخبار حوزه فرهنگ و هنر که بیشترین بازدید را در فضای رسانه‌ای داشته‌اند.

■ **به‌یادخسرو**

نامگذاری بعضی از خیابان‌ها و کوچه‌های تهران به نام چهره‌های فرهنگی، هنری و علمی از دوره پیشین شورای شهر تهران در دستور کار بود. البته گاهی گله‌ها و انتقادهایی هم از بابت انتخاب بعضی از کوچه‌ها و خیابان‌ها وجود داشت. با این همه، روند کلی این نامگذاری‌ها برای هموطنانی که دغدغه فرهنگ و هنر دارند، خوشحال‌کننده بوده و است. حالا هم در ادامه این نامگذاری‌ها، کوچه «ماه» (بین فلسطین جنوبی و برادران مظفر) به نام خسرو شکیبایی نامگذاری شده است. از آنجا که ساختمان شماره دو خانه تئاتر در این کوچه قرار دارد، در نگاه اول به نظر می‌رسد دلیل انتخاب این کوچه، این موضوع باشد. با این حال آن‌طور که ایسنا گزارش داده، نه خانه تئاتر و نه خانواده خسرو شکیبایی از این نامگذاری خبری نداشتند.

■ **پشت‌صحنه**

تصویربرداری سریال «سلمان فارسی» که پیش از این در مناطقی از جمله، ارمنستان، قشم، شاهرود، آبسرد و... انجام شده بود بعد از بازگشت عوامل این سریال از ارمنستان، در تهران و در شهرک غزالی کار خود را از سر گرفته است. ضبط بخش‌های مربوط به تاریخ ایران در زمان ساسانیان که به تولد سلمان فارسی برمی‌گردد، قرار بود امسال آغاز شود اما عوامل همچنان مشغول دوره تاریخی بیزانس این سریال هستند. بر اساس آنچه اعلام شده است، بخش‌های مربوط به تاریخ ایران قرار است سال آینده ضبط شود. علیرضا شجاع‌نوری، فرهاد اصلانی، علی دهکردی و بازیگرانی از کشور ارمنستان و یونان در بخش‌های مربوط به بیزانس این روزها جلوی دوربین داوود میرباقری هستند.

■ **موسیقی سینما**

وارایتی گزارش داده که جان ویلیامز آهنگساز مشهور فیلم و سینما با نامزد شدن در اسکار ۲۰۲۲ برای آهنگ فیلم «فابلمن‌ها» ساخته استیون اسپیلبرگ برای پنجاه و سومین بار نامزد اسکار شده است. وی که تا پیش از این با ۵۲ نامزدی رکورد نامزدی اسکار را داشت، اکنون خودش رکورد خودش را شکسته است. این آهنگساز ۹۰ ساله برنده ۵ جایزه اسکار، به‌عنوان یکی از تحسین‌شده‌ترین آهنگسازهای تمام تاریخ شناخته می‌شود و پس از والت دیزنی جای دارد که ۵۹ نامزدی اسکار داشت و ۲۲ بار برنده شد. ویلیامز پس از دریافت این نامزدی در بیانیه‌ای از آکادمی و نیز از اسپیلبرگ که فرصت ساخت موسیقی این فیلم بسیار خاص و شخصی را به او داد، سپاسگزاری کرد. جدیدترین فیلم اسپیلبرگ تصویری نیمه زندگینامه‌ای درباره یک فیلمساز جوان است. این فیلم روز پیش ۷ نامزدی اسکار کسب کرد.

■ **تئاتر**

مجروح شدن یکی از بازیگران نمایش «جاودانگی» از جمله رویدادهای این روزهای جشنواره چهل و یکم تئاتر فجر است. ماجرا از این قرار بود که علی نوابی، بازیگر نمایش «جاودانگی» که طبق برنامه اعلامی در جشنواره تئاتر فجر اجرا داشت، همزمان با اولین اجرای خود در تماشاخانه ایرانشهر دچار آسیب‌دیدگی از ناحیه دست شد. دست این بازیگر به دکور نمایش گرفت و دچار خونریزی شد؛ به طوری که به ناچار دستش را باندپیچی کردند و او با دست باندپیچی‌شده روی صحنه رفت و به ادامه بازی خود پرداخت. گفتنی است که نمایش «جاودانگی» نوشته اصغر گروسی و کار محسن جاور از یزد، در دو نوبت در تالار استاد سمندریان تماشاخانه ایرانشهر روی صحنه رفت.

■ **کتاب**

سه‌رمان کودک «امسال سال توست»، «قصه سنگو و شوبانه» و «تاک، روباه کوچک» به‌تازگی توسط انتشارات پیدایش منتشر و راهی بازار نشر شده‌اند. این کتاب‌ها عناوین جدید مجموعه «رمان کودک» هستند که این ناشر چاپ می‌کند. از این مجموعه تا به‌حال کتاب‌هایی چون «دوست صمیمی من»، «فوتبالیست ریزه‌میزه»، «مسافران سیاره دیگر»، «دوقلوها»، «زندگی را آفتابی می‌کنم»، «عملیات نجات صورتی»، «شارلوی ۲۷۲۶» و «وقتی اسکیتم گربه شد» منتشر شده‌اند. کتاب‌های مورد اشاره برای بچه‌های بالای ۶ سال منتشر شده و می‌شوند. «تاک، روباه کوچک» یکی از سه‌رمان جدید کودک است که به‌قلم ناصر یوسفی نوشته شده و علیرضا جلالی‌فر آن را تصویرگری کرده است. این کتاب درباره روباه کوچکی به‌نام تاک است که از همان اول، با بقیه خواهر و برادرهایش فرق دارد. او درباره همه‌چیز کنجکاو است و همیشه سؤال دارد. اما باید برای خودش بودن تلاش کند؛ حتی اگر کمی سخت باشد.

چرا نهادهای فرهنگی اثر ندارند؟

تبلیغ یا فرهنگ؟

یادداشت

رضا دبیری نژاد
موزه دار

وقتی صحبت از فرهنگ می‌شود توقع آن است که عملکردهای مرتبط بتواند اثربخشی اجتماعی داشته باشد و عمق پیدا کند اما چرا فعالیت‌های نهادهای فرهنگی آن عمق لازم را ندارد و نمی‌تواند فرهنگ جامعه را تحت تأثیر قرار دهد و به یک مجموعه فعالیت تکراری روزمره تبدیل شده‌اند؟ یا از سوی دیگر با این حجم از نهادهای مختلف چرا به تناسب نمی‌توان این مقدار اثربخشی را مشاهده کرد؟ بخشی از این مشکل را باید در تمیز میان کار فرهنگی و تبلیغی دانست، اینکه فرهنگ با تبلیغ برابر دانسته می‌شود و توقع می‌رود که اثر برنامه فرهنگی کارکرد تبلیغی عیان داشته باشد و یا برعکس هر کار تبلیغی را کار فرهنگی قلمداد می‌کنند یک سوءتفاهم جدیدی در مواجهه با برنامه‌های فرهنگی و ارزیابی نهادهای فرهنگی است. در نظر داشته باشیم که تبلیغ یک امر مستقیم، روبنا است و عمق نمی‌یابد در حالی که فرهنگ یک امر پیوسته و درونی است که به هیچ نتیجه از پیش تعیین شده قطعی نمی‌انجامد اما به دنبال تعامل جمعی و مفاهمه است. در برنامه‌های تبلیغی به تکرار مفاهیم و گزاره‌ها اندیشیده می‌شود اما در فرهنگ به توسعه مفاهیم و روزآمدی آنها اندیشیده می‌شود، تبلیغ امری زودبازده، فوری و گذراست اما فرهنگ امری دیربازده، صبورانه و پایدار است. از همین رو در برنامه‌ریزی فرهنگی باید توقعات را بر مبنای ذات پدیده‌ها در نظر گرفت. اما آنچه امروز یک مشکل جدی در حوزه فرهنگ شده است همین غلبه رویکرد تبلیغی است. نگاهی که در ظاهر آثار فرهنگی را موجه نشان می‌دهد اما در برخورد با مخاطبین و جامعه نمی‌تواند ارتباط لازم را برقرار کند و گاه بر اثر تکرار به دافعه می‌انجامد، حتی این رویکرد را می‌توان در سیاستگذاری برای متولیان نهادها نیز مشاهده کرد در حالی که برنامه‌های فرهنگی هرچه به سطح عملیاتی و تماس با جامعه نزدیک می‌شود باید جزئی‌تر، درونی‌تر و غیرمستقیم‌تر شود. اما چرا چنین غلبه تبلیغی به‌وجود آمده است؟ بخشی از آن را می‌توان حاصل تضعیف ساختارهای فرهنگی و نبود نظام کارشناسی اثربخش در سازمان‌های فرهنگی دانست. خود این موضوع را می‌توان حاصل جابه‌جایی متخصصین و قرارگیری نیروهای غیرمرتبط بر جایگاه‌های تخصصی دانست. همین موضوع سبب شده است که نهادهای فرهنگی به تکرار کارخانه‌وار تبدیل شوند که برخی از رویدادها و محصولات گذشته را تکرار یا مشابه‌سازی می‌کنند. علت دیگر را باید در مقایسه و یا رقابت نهادهای فرهنگی دانست که سبب شده تا به زودبازدهی تمایل نشان دهند و در نتیجه همه فعالیت‌ها کوتاه‌مدت شود و این کوتاه مدتی سبب می‌شود به نتایج مستقیم‌تر تمایل نشان دهند. در نتیجه امروزه به یک توقع مسلط تبلیغی در سطح فرهنگ رسیده‌ایم که ارزیابان غیرفرهنگی نیز آن را معیار قرار داده‌اند اما باید در نظر داشت که این رویه تنها شکاف میان نهادهای فرهنگی و ذات فرهنگ را بیشتر می‌کند.

عصر هنرهای تجسمی

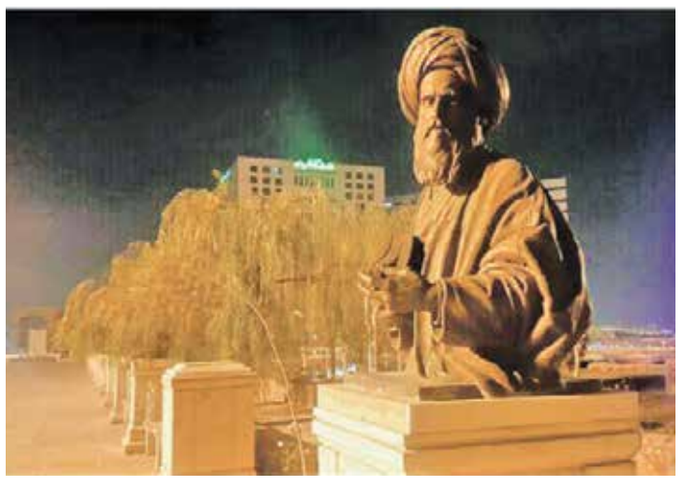
یادداشت

سعید فلاح‌فر
پژوهشگر هنر

از منظر هنری شروع قرن اخیر را باید «عصر هنرهای تجسمی» نامید. یک قرن استیلای بلامنازع صنعت سینما و صنعت موسیقی بر فضای فرهنگی - اجتماعی و هنری جهان، دیگر چاره‌ای جز رقابت با نسل جدیدی از آثار و مفاهیم فراگیر هنرهای تجسمی ندارد. در حالی که در دهه‌های گذشته نظریات و تحلیل‌هایی مبنی بر پایان هنرهایی مثل نقاشی، هر از چند گاهی طرفدارانی پیدا می‌کرد، امروزه امواج بزرگی از زبان‌های متنوع و تأثیرگذار تجسمی وارد میدان هنری و اجتماعی شده و می‌شوند. سینما که نماد غنی شدگی با سایر هنرها بود یا به عبارتی توانسته بود سایر هنرها، از جمله موسیقی، تئاتر، رقص و... را درون تولیدات خود ببلعد، امروزه تنها نیست. هنرهای تجسمی هم توانسته از این خصلت برای تناوری بیشتر بهره ببرد. برخی از آثار تجسمی معاصر زبانی رسا از ظرفیت‌های نمایشی و موسیقایی و حتی دراماتیک و ویدیویی و معماری را هم به خدمت گرفته و پا را از ویترین و دیوار موزه‌ها و گالری‌ها فراتر گذاشته‌اند، خصوصاً توسعه معنا و کارکردهای عکاسی و گرافیک، هنرهای تجسمی را به بزرگترین منبع الهام تمام شاخه‌های هنری و ادبی تبدیل کرده است، تا جایی که در این مهم خود را به ادبیات شاعرانه نزدیک می‌کند. گرایشات شهری هنرهای تجسمی، تمایل رسانه‌ها، فناوری‌های جدید، فستیوال‌های خوشنام و بازارهای بزرگ تجاری برای آثار تجسمی هم در این معادلات زیبایی‌شناختی و جامعه‌شناختی نقش مهمی ایفا می‌کنند. اغراق‌آمیز نیست اگر مدعی باشیم، زبان تصویر به زبان اول جهان تبدیل شده و سواد بصری در قالب یکی از ارکان معنای «سواد» قابل طرح است.

سپهر هنری و فرهنگی ایران کجای این عصر نوظهور قرار گرفته و چه جایگاهی در این وضعیت دارد؟ آیا ایرانی‌ها - با این تعریف - جامعه‌ای باسواد محسوب می‌شوند؟ بررسی آماری و تحلیلی در تولید و تأثیر و مصرف هنرهای تجسمی تا چه اندازه رضایت‌بخش است؟

از مدرسه‌ها و دوره دانش‌آموزی شروع کنیم. چند نفر از وضعیت کتاب‌های آموزش هنری و تشکیل کلاس‌های مقرر هنر در نظام آموزش و پرورش خبر دارند؟ باید اعتراف کرد که در فضای کنکورآلود نظام آموزشی کشور، تقریباً زنگ هنر هیچ جایگاهی در بین مدارس، معلمان، مدیران، دانش‌آموزان و اولیا ندارد. کتاب‌های درسی هنر حداکثر اینکه چاپ می‌شوند و دیگر هیچ. گاهی یکی از معلمان خوش ذوق، تلاشی برای هنر به خرج می‌دهد که آن هم قریب به اتفاق غیرحرفه‌ای است و از اندکی کلیات یا آموزش تحریر «الف» و «ب» کشیده با قلم نی فراتر نمی‌رود. ندرتاً اگر در برنامه کلاسی ساعتی هم به هنر اختصاص داشته باشد، صرف آموزش تست‌زنی و جبرانی ریاضی خواهد شد، به طوری که اکثریت دانش‌آموزان و اولیا مقطع تحصیلی ابتدایی و متوسطه حتی از وجود هنرستان‌های هنری بی‌اطلاع هستند. در مقاطع دانشگاهی هم پذیرش دانشجویان در کنکور سراسری چندان وابسته به حفظیات و تکنیک‌های تست‌زنی و دروس غیرمرتبط است که ورود مستعدین این رشته را با دشواری‌های جدی مواجه می‌کند. فاصله آموزش دانشگاه با فضای روز هنر و برخورد ساده انگارانه اکثر آموزشگاه‌های هنری آزاد هم خود حدیث مفصل دیگری است.



سری به رسانه‌ها بزنیم؛ کافی است حجم یادداشت‌ها و مقالات تحلیلی و انتقادی موضوعات سینما را با هنرهای تجسمی مقایسه کنیم. در حوزه تجسمی همان اندکی که در رسانه‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد، تنها توسط بخش کوچکی از خود خانواده تجسمی دنبال می‌شود. در حالی که بخش بزرگی از جامعه، مثلاً نسبت به مطالعه مطالب سینمایی - اگر چه در حد حواشی زرد - پیگیر است. از طرفی میانگین موجود نشان می‌دهد؛ کم‌تجربه‌ترین خبرنگارها در سرویس تجسمی روزنامه‌ها به کار گرفته می‌شوند. تکلیف صدا و سیما هم که مثل همیشه روشن است.

کافی است به عنوان نمونه اندک اشارات هنری درباره هنرهای تجسمی در برنامه‌های تلویزیونی را کنار هم بگذاریم تا ببینیم اغلب سریال‌ها و کارگردان‌های تلویزیونی [و سینمایی] چه تصور مضحکی از هنرهای تجسمی و نمایشگاه‌های هنری دارند. سطح مشارکت ملی هنرهای تجسمی ایران در رویدادهای جهانی و سهم بازار بین‌المللی هم شاخص دیگری است که البته چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای ندارد. حجم زیادی از رویدادهای تجسمی و جشنواره‌های داخلی هم بیشتر جنبه سرگرمی دارند یا بهانه‌ای برای آمارسازی بوده‌اند. و اما مبلمان، تبلیغات تصویری و مجسمه‌های شهری و... بگذریم.

در نتیجه، با اینکه تقریباً بازدید همه نمایشگاه‌های تجسمی رایگان است، مخاطب وفادار این نمایشگاه‌ها در پایین‌ترین سطح آماری و کیفی قرار دارد. هستند نگارخانه‌ها و سودجویان و کم سوادانی که با سخیف‌ترین آثار، نمایشگاه‌های پر سر و صدا برگزار کرده و تحسین مخاطب غیرحرفه‌ای و کم سواد را تعبیر به کیفیت آثار می‌کنند. بعضی نویسندگان مواجب بگیر و مدیران فرهنگی بی‌تخصص هم مدام به این روند دامن می‌زنند تا چرخه تنزل سواد و سلیقه بصری مردم را کامل کنند.

عکس نوشت

پنج عضو مراکز فرهنگی - هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان کشور، موفق به کسب جایزه از سیزدهمین مسابقه بین‌المللی نقاشی کائو کشور ژاپن در سال ۲۰۲۲ با موضوع «بیایید محیط زیست خود را با هم پایدار کنیم!» شدند. اهورا بختیاری ۹ ساله و همچنین ترنم شیخ‌شریفی ۶ ساله، زینب باقری ۱۰ ساله، بهار رضاییان ۱۱ ساله و زهرا مظفری ۸ ساله جایزه دوستی اکورا کسب کردند.

جستارهایی پیرامون آیین نشر

ناشر از چه کسی کتاب منتشر می‌کند؟

کلمه

حاتم ابتسام
پژوهشگر حوزه نشر

وقتی صحبت از نهاد علم و واسطه‌گری نشر در انتقال محتوای مکتوب می‌شود، این‌طور به‌نظر می‌رسد که کار اصلی ناشرها چاپ و انتشار کتاب‌های علمی و دانش‌محور است. این‌طور نیست و سهم چشمگیری از نشر را کتاب‌های داستانی و غیرعلمی برداشته‌اند و فقط کتاب‌های دانشمندان و اهل علم رنگ چاپ و نشر به خود نمی‌بینند. ای بسا اگر بخواهیم سهمی برای احتمال چاپ کتاب قائل باشیم، شانس کتاب‌های غیرعلمی برای چاپ‌شدن به‌مراتب بیش از کتاب‌های علمی است. اصلاً کتاب‌های علمی وقتی شانس نشر و ترویج پیدا می‌کنند که به کیفیتی همچون کتاب‌های غیرعلمی برسند؛ کیفیتی که از دست نویسندگان برمی‌آید.

باید گفت بیشتر از محتوا و فنی و علمی یا داستانی بودن یک کتاب، نویسنده‌بودن آدمی که آن را نوشته، اهمیت دارد. یعنی اگر کسی کارش را بلد باشد، تو بگو درباره فیزیک کوانتومی بنویسد، کتابش را با کمال میل منتشر می‌کنند. نمونه‌اش آن خداناباوری که کتاب نوشته درباره بیگ‌بنگ و خیلی هم علمی بحث کرده ولی از آنجا که ساده و همه‌فهم نوشته، حسابی هم در دنیا ترکانده.

حالا که نویسنده در نشر مهم‌تر از خود کتاب است و کیفیت قلم است که تعیین می‌کند چه کسی به پیشخوان برسد، برویم سراغ تعریف نویسنده و ببینیم از نگاه ناشران چه کسی نویسنده است و لیاقت نشر کتاب را دارد. مثلاً آیا هر که چیزی می‌نویسد ولو علمی و دقیق، نویسنده است؟

نویسنده در نگاهی فنی کسی است که کارکردهای «زبان» و «ادبیات» و تفاوت این دو را تا حد مطلوبی بداند و بتواند آنچه در ذهن دارد، به‌نحو خواندنی و فهمیدنی بنویسد. طوری بنویسد که متن سوای ارزش‌های معرفتی و علمی‌اش واجد شرط‌های ادبی و زبانی هم باشد. از همین رو کسی که درباره سیاست یا فلسفه یا دیرینه‌شناسی متنی نوشته، نویسنده نیست! او فقط همان فیلسوف و دیرینه‌شناس است که متنی را نوشته، همان‌طور که برگه امتحانی‌اش را پر کرده و همان‌طور که خطاب به استادش متن دفاعیه را قلمی کرده است. نمی‌توان او را نویسنده دانست، چرا که فقط مکتوب کرده و ارزشی ورای دانسته‌هایش خلق نکرده. وقتی از نویسنده سخن می‌گوییم در خیالمان کسی را تصور می‌کنیم که مهارت نگارشی دارد و می‌تواند درباره چیزهایی که می‌داند، آنگونه بنویسد که ذهنمان همان‌جایی برود که ذهن او رفته و عینیت افکارش را ببینیم. به قول معروف هم حرف‌های خوب بزند و هم خوب حرف بزند. برای همین آنهایی را که کتاب می‌نویسند، فرهیخته می‌دانیم؛ کسی که به سبب سواد و علم و دانش و مهارت‌های ادبی و هنری‌اش واجد کیفیتی است که می‌تواند متن مناسب انتشار بنویسد تا برایش درخت قطع کنند و کلی آدم و سرمایه درگیر شوند. پس طبیعتاً نگارش متنی که به کتاب می‌رسد، فقط کار عالم و دانشمندجماعت نیست و دیگران هم کتاب می‌نویسند. این بدان معناست آنهایی که کتابشان درمی‌آید این کیفیت را دارند؟ بله! باید داشته باشند و اگر هم ندارند از بی‌کفایتی آن ناشر است که از اصول عدول کرده و کاغذ بی‌زبان را دست نااهلش داده است. البته استثنای مهمی هم هست. اینکه مترجمان و نقاش‌ها و کارتونیست‌ها و تصویرسازان و باقی هنرمندان هم سهم مهمی از صنعت نشر را روی دوش می‌برند و گاهی فقط محصول نهایی شامل کار آنهاست. اینجاست که در ادبیات نشر به همه کسانی که نقشی در تولید کتاب چه در مقام اصلی چه در دیگر مقام‌ها دارند، پدیدآورنده می‌گویند.

البته این فرهیختگی و کیفیت نویسندگی ایده‌آل است. برخی نشرها بدان دست یافته‌اند و با نویسندگانی همکاری می‌کنند که کارکشته‌اند و متن درست‌وحسابی خلق می‌کنند و هم کار خودشان راه می‌افتد و هم چرخ نشر را با قدرت به حرکت درمی‌آورند. حالا شاید نویسنده‌ای را دیده باشید که نه تحصیلات خاصی دارد و نه اهل دقت و تأمل است؛ اما چندتایی کتاب چاپی دارد و حتی ممکن است کتاب‌هایش پرفروش هم باشد! پیش خودتان فکر می‌کنید این چطوری نویسنده شده یا چرا از چنین کسی کتاب به چاپ رسیده. پاسخ همین جاست که او ناشرپسند است و سوراخ دعا را پیدا کرده. یعنی همان کیفیتی را داشته که ناشرها برای چاپ و مخاطب‌ها برای خواندن می‌پسندند! حداقل می‌شود گفت حرف خوب نداشته، فقط خوب حرف زده. البته که این نویسنده‌ها آنطور که باید گل نمی‌کنند و نامی ماندگار از ایشان نمی‌ماند، اما واقعیت این است که کتابشان چاپ می‌شود و می‌رود روی پیشخوان کتابفروشی‌ها!

از چالش‌های اساسی نشر هم دسترسی نداشتن به نویسندگان ماهر و کاربلد است. نویسندگان شش‌دانگی که مطلب را مثل عسل بریزند در حلق مخاطب و کلام و فحوای کلام مثل موم توی دستشان باشد. چه اینکه این سنخ نویسنده نه در دانشگاه‌ها تربیت می‌شوند، نه مسیر حرفه‌ای و درست‌ودرمانی برای کشف و رشدشان وجود دارد. بیشترِ این‌طور نویسنده‌ها خودشان بنا به ذوق و علاقه و تمرین به چنین مرتبه‌ای می‌رسند و ناشرجماعت هم نهایت زحمتی که به خودش می‌دهد، کشف و به‌کارگیری آنهاست و کمتر ناشری است که به خودش زحمت بدهد و نویسنده‌ای پرورش بدهد که اگر می‌داد بیشترین لطف را در حق خودش کرده بود؛ هم فال بود هم تماشا!