سی و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران
اردیبهشت ۱۴۰۲

شنبه ۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۲ شماره ۸۱۸۳
irannewspaper.ir irannewspaper

سجاد صفری/ ایران

نامسئولیت اجتماعی نشر

حاتم ابتسام
پژوهشگر حوزه نشر

همان‌طور که ناشر خودش کتاب خوب درمی‌آورد باید به دیگر ناشران برای تولید کتاب خوب کمک کند. حتی باید جلوی تولید و انتشار کتاب بد دیگر ناشران هم بایستد و در برابر کار بی‌کیفیت رقبا و هم‌صنفانش بی‌تفاوت نباشد

ناشران کتاب با گام گذاشتن در دنیای نشر، سنگینی بارهای متفاوتی را بر دوش خود احساس می‌کنند و زیر بار انواع مسئولیت‌ها می‌روند. از تلاش برای سودآوری و جلب و حفظ رضایت مخاطبان و ادامه حیات در فضای ملتهب اقتصادی تا مسئولیت‌های حقوقی و فرهنگی و اجتماعی. هرکدام از این مسئولیت‌ها مقدمات و جزئیاتی دارد که ناشر باید از آن آگاه باشد و برای ایفای آن طرح و برنامه داشته باشد.

در این نوشتار تلاش دارم به بخش مسئولیت اجتماعی نشر بپردازم.

خوشبختانه فعالیت‌های فرهنگی به‌خصوص نشر در ایران از پرداخت مالیات معاف است اما این مسأله نباید به معنای معافیت ناشران از دیگر وظایف باشد. به خصوص وظیفه سنگین و پردامنه مسئولیت اجتماعی.

این مسئولیت نباید مشارکت در فعالیت‌های خیریه معنا و محدود شود و شکل صدقه به خود بگیرد. مسئولیت اجتماعی ناشر تعهد او به ارائه خدمات و انجام فعالیت‌هایی است که به بهبود شرایط زندگی عوامل و مخاطبان، رشد جامعه و حفظ محیط زیست کمک می‌کنند. مسئولیت اجتماعی نشر در قبال محیط و جامعه‌ای است که برای پیشبرد اهدافش از آن توان می‌گیرد، در آن می‌بالد و از آن سود به دست می‌آورد. اگر زیرساخت‌های فرهنگی و اقتصادی یک جامعه نبود، سنگ بنای فعالیت پرجزئیاتی همچون نشر فرصت بروز و پیشرفت نداشت. از آموزش عمومی و سواد خواندن و نوشتن مردم تا جنگل و دشت در اینکه نشر جان بگیرد، نقشی اثرگذار دارند و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایجاب می‌کند، نشر ضمن بهره‌گیری بهینه از این فرصت‌های محیطی و اجتماعی برای حفظ و بهبود آن دغدغه و برنامه داشته باشد و با پیاده‌سازی این برنامه‌ها تعهدش را به ایفای نقش مسئولیت‌پذیرانه‌اش نشان بدهد.

برای ایفای این نقش، نشر، اول باید به دقت خودش را پایش و تحلیل کند و با ارزیابی‌های دوره‌ای ریشه‌ها و تأثیرات فعالیت‌هایش را بشناسد تا از گذر این شناخت هدف‌هایی را پایه‌ریزی کند. نشر باید در تحلیلی جامع، تأثیر فعالیتش را بر جامعه، محیط، اقتصاد و فرهنگ عمومی تشخیص دهد و با شناخت نقاط قوت و ضعفش کارهایی را سامان بدهد که در کوتاه‌مدت و بلندمدت هم جامعه و محیط آسیب نبیند هم توان بیشتری در ادامه پیدا کنند. گویی همان‌طور که نشر از جامعه و محیط سود می‌برد باید به آن هم سود برساند. چه اینکه این سودرسانی باز هم به سود خودش تمام خواهد شد. نشر اگر زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی را تقویت کند و به آموزش کارکنانش در این حوزه توجه کند، بیش از هرکسی خودش از آن منتفع می‌شود و می‌تواند به توسعه امیدوارتر باشد. البته ایفای این نقش‌ها به معنای تک‌روی نیست و باید آن را کنشی جمعی و اجتماعی دید و زمانی بهتر نتیجه می‌دهد که در همکاری با دیگر سازمان‌ها، نهادها و فعالیت‌ها باشد.

به نحوی که اشتراک ارزش‌ها و منافع به تقویت و توسعه این فعالیت‌ها منجر و در نهایت جامعه‌ای با فرهنگ غنی و پویایی کتابخوانی منجر شود. اما روش‌ها و موضوعات مسئولیت اجتماعی نشر کدام است و چه فعالیت‌هایی را در مسیر ایفای مسئولیت اجتماعی نشر باید شناخت؟ در این ادامه به برخی از این مسئولیت‌ها اشاره خواهم داشت؛

● رعایت سنجه‌های بهداشت روانی کارکنان و پدیدآورندگان و آگاهی‌بخشی درباره حقوق

مانند هر فعالیت تولیدی و اقتصادی نشر هم نیروهایی را به کار می‌گیرد و موظف است سوای تأمین معاش و جبران خدمت ایشان به حقوق ایشان از جمله بهداشت روانی اهمیت بدهد. نشر باید بکوشد به حقوق تمام کسانی که در دایره‌اش فعالیت می‌کنند آگاه باشند.

● حمایت از فعالیت‌های فرهنگی بسترساز و آموزش‌های مرتبط

هر نشری به افراد ماهری نیاز دارد و این افراد ماهر همیشه در دسترس نیستند. ناشران با تقویت فعالیت‌های رویدادها و دوره‌های آموزشی می‌توانند زمینه ساز بالندگی سرمایه انسانی جامعه و کمک‌رسان به دیگر سازمان‌ها باشد. با این فعالیت‌ها رشد معرفی و مهارتی جامعه هم محقق می‌شود.

● حفظ محیط زیست و صرفه‌جویی در منابع طبیعی

مهم‌ترین حلقه اتصال نشر به محیط زیست کاغذ است. حتی روش صفحه‌آرایی کتاب می‌تواند گامی کوچک در حفظ محیط زیست باشد. اینکه کتاب‌ها کاغذ کمتری ببرند یا در برش‌ها و بهره‌گیری‌ها مراعات و صرفه‌جویی شود. فرهنگ صرفه‌جویی هم به سود نشر و هم به سود جامعه و محیط زیست است.

● حمایت از اقتصاد محلی و ترویج کارآفرینی

از کتابفروشی‌های خرد تا دیگر مشاغل مرتبط هم از یک نشر قوت می‌گیرند و هم متضرر می‌شوند. ناشر به این شاغلان پیرامونش نه فقط توجه که باید دلسوزی داشته باشد و آن را عضوی مؤثر در زیست‌بوم خودش بشناسد و تقویت آن را قوت خودش بداند. مثلاً تخفیف‌های حجیم به ضرر خرده‌فروشان است و افراط در نشر آثار ترجمه‌ای و آثار هنری آماده خارجی به تضعیف پدیدآورندگان داخلی می‌انجامد و مسئولیت سنگینی را متوجه نشر می‌سازد. در مسئولیت فرهنگی نشر بیشتر به این موضوع خواهیم پرداخت.

● احترام و توجه به تفاوت‌های اجتماعی

دسترسی به کتاب‌های یک انتشارات باید برای همه اقشار و با هر ویژگی و تفاوتی آسان و سریع باشد. جذابیت و دلپذیری اثر برای هر تفاوت جمعیتی نیز باید مد نظر نشر باشد. در این میان شناخت نیازهای افراد و جوامع مختلف و قدردانی و احترام به فرهنگ‌های متفاوت بر ناشر فرض است.

● انتخاب و انتشار کتاب‌هایی با محتوای توسعه فردی و اجتماعی

تولید کتاب‌هایی با محتوای دارای کیفیت و گستردگی برای افراد با سطوح مختلف آموزشی. بدیهی است که ناشر باید به نقش اثرات فرهنگی و اجتماعی کتاب اهمیت دهد و بداند این محتوا مخاطب را به چه مقصدی هدایت می‌کند. اینکه این کتاب‌ها به توسعه افراد و جوامع هم بینجامد نیز باید از دغدغه‌های نشر باشد.

از طرفی نیز باید گفت همان‌طور که ناشر خودش کتاب خوب درمی‌آورد باید به دیگر ناشران برای تولید کتاب خوب کمک کند. حتی باید جلوی تولید و انتشار کتاب بد دیگر ناشران هم بایستد و در برابر کار بی‌کیفیت رقبا و هم‌صنفانش بی‌تفاوت نباشد.

● حمایت از فرهنگ و ادبیات جامعه

هر جامعه‌ای سنت‌ها، دستاوردهای ادبی و فرهنگ مخصوص خود را دارد. ناشران نباید از سهم خود در حفظ و رشد و ترویج این فرهنگ غافل باشند. انتشار کتاب‌هایی با موضوعات مرتبط با فرهنگ و تاریخ ترویج آن در جامعه حتی بدون چشمداشت مالی از اصول مهم مسئولیت اجتماعی است. این آثار شاید سود مالی نداشته باشند، اما به تقویت پایه‌های یک نشر در فرهنگ عمومی کمک می‌کنند.

● نگهبانی از ارزش‌های ادبی و زبانی

انتشارات کتاب باید حساسیتی ویژه به زبان و دستاوردهای ادبی داشته باشد و با اصرار بر اصول درست‌نویسی و معیارنویسی از این ارزش‌ها حفاظت کند و با این عمل احترام و حمایتش را از زبان و ادبیات و البته مخاطب نشان بدهد.

● کشف استعداد و پشتیبانی از نوقلمان

برش

هزینه‌کرد در استعدادیابی شاید زیاد و حتی دیربازده باشد اما آثار روشنی دارد. ناشر با پایش استعدادها با روش‌هایی مختلف می‌تواند سهم مهمی در بروز استعدادهای یک جامعه ایفا کند.

اجرای این روش‌ها و فعالیت‌ها فواید چشمگیری را برای نشر به همراه خواهد داشت. افزایش اعتماد و همراهی جامعه مهم‌ترین دستاورد ظاهری است اما در بطن ماجرا تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و بهبود وضعیت جامعه است که سود همگان را در بردارد.

از دیگر منافع مسئولیت اجتماعی نشر نیز می‌توان به این موارد اشاره کرد: خوشنامی اجتماعی نشر، جذب و نگهداری مخاطب، بهبود روابط با حاکمیت و دیگر نهادها، کاهش هزینه‌های حقوقی و افزایش رضایت شغلی کارکنان و پدیدآورندگان.

درنگ

مهدی صالحی
دبیر انجمن ویرایش و درست‌نویسی و مدرس

حرفه‌ای در حوزه کتاب که کمتر درباره‌اش می‌دانیم

در گذر تاریخ ایران فرهنگی، هرگاه زندگی بزرگان و اثرگذاران و حاکمان را برمی‌رسیم، به یک محور اساسی برمی‌خوریم: اینان همه، پیش و بیش از آنچه هستند، ادیب و زبان‌دان‌اند. همین ویژگی سبب شده بود که اغلب حکومت‌ها و حاکمان در پرورش و پاس هنر و ادب بکوشند و هنرمندان و نویسندگان و ادیبان را بر صدر بنشانند و قدر بنهند. این راهبرد مهم در حکمرانی فرهنگ، مایه و پایه نوعی حاکمیت فرهنگ شده بود. در این سپهر تاریخی جغرافیایی، هر تاریخ و هر جغرافیا، فکر و ادب و هنر متمایز خود را در نمایش و هماوردی با دیگری‌های زمانه‌اش آفریده و برای ما به یادگار گذاشته است.

پس از جنبش مشروطه و روی کارآمدن اندیشه‌های نو و بی‌اعتنایی به میراث فرهنگی گذشته و نفی آن، راهبردهای فرهنگی هم کم‌رمق شد و خاک گرفت و از چشم افتاد و در پیچ‌وتاب تاریخ و چشم‌نوازی فرهنگ ینگه‌دنیا گم و محو شد. شاید پنهان‌ترین این راهبردها، تربیت جامعه ادیب و هنرفهم بوده باشد.

این غفلت‌ها کار را به آنجا رساند که از حدود صد سال پیش ادیبان و زبان‌فهمان دانشور، نگران اوضاع زبان فارسی و کهن‌فرهنگ ایرانی اسلامی شدند و در نوشته‌ها و سخنرانی‌های خود هشدارها دادند. نگرانی‌ها از شیوه نگارش شلخته و کاربرد فارسی بی‌رگ‌وریشه در مطبوعات و بعدها در کتاب‌های دانشگاهی بود، از وضع آموزش بی‌سود وثمر و به‌روزنشده زبان و ادب فارسی در مدارس و دانشگاه‌ها و بعدتر از سخیف‌گویی‌ها و خطاخوانی‌ها و بدنویسی‌ها در رسانه‌ها، به‌خصوص در رادیو و تلویزیون.

فضای مجازی که همه‌گیر شد آسیب‌ها به بحران رسید و مجاز، حقیقتی تلخ را همچون خار مغیلان در چشمان اهل فرهنگ فرو کرد. زبان بی‌رمق و بی‌ریشه که پایه اجتماعی‌شدن فرزندان شده بود و در رسانه‌ها منتشر می‌شد، در این مجازخانه به ظهور و بروز رسید و جهانگیر شد. زبان آلوده، ذهن‌ها و شناخت‌ها را آلود و جان‌ها را آشفت. کتاب‌نخوانی‌ها هم علت‌افزا و مرض‌آور شد.

در این وانفسا که نفس زبان و اندیشه و هنر به شماره افتاده است، شماری از اهل فضل دردمند مرزبانی اقالیم ذوق را وظیفه دیدند و از جا برخاستند بدان امید که نمی به ریشه‌ها بماند. اینان به‌جای خودنویس و خودکار آبی، خودکار قرمز به دست گرفتند و کوشیدند ناراستی‌های متن‌های نویسندگان را شناسایی و گوشزد کنند و از متن‌ها بزدایند. گاه هم ناچار شدند متن‌ها را از نو بنویسند و جور نویسندگان و مترجمان کارنابلد را بکشند و البته که از اجرديدن هم چشم بپوشند.

کار آن‌قدرها بالا گرفت که صواب را در این دیدند که این‌همه خطاها را جمع کنند و به دانشجویان و خواهندگان، مجمع‌الاغلاط را بیاموزند و از آن پرهیز دهند. بعضی هم کوشیدند برای زبان فارسی روز، معیارهایی بسازند و معیارنویسی را رواج دهند. اینان گاه در وادی برنامه‌ریزی زبان سخن‌ها گفتند اما هجوم آسیب‌های زبانی امانشان نداد که از این کارزار فراغت یابند و کار را به سرانجام برسانند. اینان ویراستار نام گرفتند و کارشان ویرایش خوانده شد.

در ۲۰ سال گذشته، به همت همین فرهنگ‌بانان زبان‌ورز و با تلاش ویراستاران، کارواژه ویرایش برای بسیاری افراد آشنا شد. البته هنوز کسانی ویرایش و حروف‌چینی را یکی می‌دانند و حتی بعضی از اهالی زبان و دانشجویان و استادان، ویرایش را دانش‌مهارتی ضروری نمی‌دانند و آن را در حد غلط گیری و نمونه‌خوانی می‌پندارند. در ضرورت ویرایش همین بس که اگر نباشد، خودنویسنده‌پنداران و شلخته‌نویسان چنان عرصه را فتح می‌کنند که سره از ناسره شناخته نمی‌شود، متن‌ها همه ناپخته می‌مانند و خطاهای زبانی رگ‌وریشه درخت زبان را می‌خشکاند. می‌دانیم که مفهوم در ذهن نویسنده چنان است که گاه می‌پندارد به هر شکل که بنویسد، مخاطب می‌خواند و می‌فهمد. غافل از اینکه بسیارند نویسندگانی که اگر متنشان را خودشان بخوانند، از فهم نوشته خود عاجز می‌مانند. در اینجاست که بازخوانی و بازنویسی متن توسط نویسنده، وظیفه نخستین صاحب اثر در قبال مخاطبان و زبان است. حتی اگر این نخستین وظیفه ارتباطاتی به‌درستی ادا شود، باز هم وجود خطا و نادرستی در متن ناممکن نیست. ویراستار، با حوصله و شکیبایی، با همدلی با نویسنده و برپایه دانش‌های زبان، متن را چنان می‌پیماید که گویی جویشگری ذره‌بین به‌دست در پی رگه‌ای از طلاست. البته که در اینجا طلای کثیف کژی‌های زبانی بیشتر به دست می‌آید! ویراستار خطاهای زبانی و لغزشگاه‌های بیانی را می‌شناسد و از ظرفیت‌ها و ظرافت‌های زبان آگاه است. می‌داند که نوشتن بسیار پرپیچ‌وخم‌تر از گفتن است، پس می‌کوشد چنان برای متن مادری کند که طفل متن از عهده همه فرازها و نشیب‌های کلام برآید. تلاش می‌کند متن را خواندنی کند و روان و محتوا را دست‌یاب و این خدمتی است به مخاطب و نویسنده و ناشر. از سوی دیگر پاسداشت زبان معیار را شعار و هدف خود می‌داند تا زبان، این محور فرهنگ راسخ‌تر بماند و در هر متن به رنگی دیگر ببالد. نه عجب که در مراکز مهم دانش و نشر در دنیا، عُجب نویسندگان و مترجمان مادرزاد دیری است محو شده و همه دست‌دردست ویراستاران، مرزهای زبان و ذوق و دانش را می‌گسترند و فرهنگ را برمی‌آورند. همین تلاش‌ها چنان زمینه‌آفرین بوده که در مردمان شوق کتابخوانی و دانش‌افزایی آفریده و جامعه‌ای ساخته است که باید آن را «جامعه خوانا» بنامیم. جامعه‌ای که مردمانش کتابخوانی را ارزشی بی‌همتا و بزرگ‌ترین تفریح می‌دانند و یک‌یکشان خود را به این زیور می‌آرایند. این مردمان، کتابخوانی را مدیون ویراستارانی هستند که همکارند در آفرینش آثار.

در این وانفسا که نفس زبان و اندیشه و هنر به شماره افتاده است، شماری از اهل فضل دردمند مرزبانی اقالیم ذوق را وظیفه دیدند و از جا برخاستند بدان امید که نمی به ریشه‌ها بماند. اینان به‌جای خودنویس و خودکار آبی، خودکار قرمز به دست گرفتند و کوشیدند ناراستی‌های متن‌های نویسندگان را شناسایی و گوشزد کنند

ویراستار، با حوصله و شکیبایی، با همدلی با نویسنده و برپایه دانش‌های زبان، متن را چنان می‌پیماید که گویی جویشگری ذره‌بین به‌دست در پی رگه‌ای از طلاست. البته که در اینجا طلای کثیف کژی‌های زبانی بیشتر به دست می‌آید! ویراستار خطاهای زبانی و لغزشگاه‌های بیانی را می‌شناسد و از ظرفیت‌ها و ظرافت‌های زبان آگاه است

از دفتر خاطرات یک کتابخوار مستقر در نمایشگاه-۲

پدر و مادرهای کلافه، بچه‌های گریان

نفیسه سادات موسوی
پژوهشگر

بچه‌ها به‌عنوان یکی از اقشار اصلی حاضر در نمایشگاه، از حداقلی‌ترین امکانات و تسهیلات هم برخوردار نیستند. یعنی اصلاً کسی آنها و نیازهایشان را به رسمیت نمی‌شناسد

جایی هست اسم کتاب و کتاب خریدن و انتخاب از بین انبوه کتاب‌ها به میان بیاید و بچه‌ها حضور پررنگ نداشته باشند؟ حاشا و کلا! اصلاً یک پای ثابت همه رویدادهای کتابی کشور بچه‌ها هستند. بچه‌هایی که هنوز به اندازه ما بزرگ‌ترها آلوده فضای مجازی و سرگرمی‌های دیجیتالی نشده‌اند و حس ورق زدن کاغذ و دیدن تصاویر رنگ و وارنگ و شنیدن قصه‌های جدید، حسابی سر ذوقشان می‌آورد. بچه‌هایی که خود خرید آنقدر برایشان معنا و مفهوم ندارد که گشتن لابلای قفسه‌های بلند و رنگ به رنگ کتاب‌ها! بچه‌هایی که قبل از هر اطلاع و دانشی، چشم‌شان تصمیم می‌گیرد و چون دغدغه هزینه و پرداخت ندارند، با خیال آسوده می‌توانند ساعت‌ها بنشینند و ده‌ها و صدها و هزاران کتاب را ورق بزنند و دنبال آنی بگردند که سنجاقشان کند به کتاب و بعدش هم که مشخص است. مستقیم بروند روی مغز پدرمادرهایشان که الا و بالا همین را بخر برویم خانه!

اما همین بچه‌ها ظرفیت بزرگ‌ترها را که ندارند! سر بیست دقیقه خسته می‌شوند و چنان برگی که به اولین باد پاییزی از درخت به زمین می‌افتد، پخش می‌شوند کف زمین و گریه و زاری سر می‌دهند که خسته شدیم و بس است و برگردیم خانه و به هیچ صراطی هم مستقیم نمی‌شوند. تکلیف پدر و مادرهای بیچاره این وسط چیست؟ پدر و مادرهایی که فداکارانه اول سالن کودک و نوجوان را برای گشتن در نمایشگاه انتخاب کرده‌اند که بچه‌ها کمتر اذیت شوند. اما حالا که کار بچه‌ها در ظاهر تمام شده، دیگر حقی برای پدر و مادر قائل نیستند. پدر و مادر هم که کلی تلاش کرده‌اند و وقت خالی پیدا کرده‌اند و مرخصی گرفته‌اند و این همه راه را تا اینجا آمده‌اند، اصلاً به برگشتن و نیمه‌کاره رها کردن نمایشگاه گردی‌شان فکر نمی‌کنند. همین می‌شود نقطه آغاز جنگ جهانی سوم! بچه‌ها بر خستگی پافشاری می‌کنند، پدرمادرها بر حرف خود. بچه‌ها گریه می‌کنند، پدرمادرها بی‌توجهی. بچه‌ها جیغ می‌کشند و پا بر زمین می‌کوبند، پدرمادرها لج می‌کنند و کم‌کم ادبیات تهدیدآمیز نمایان می‌شود: «دیگه هیچ جا با خودم نمی‌برمت!»، «بار آخر بود که باهم اومدیم جایی»، «از امشب تا یک هفته پلی‌استیشن تعطیل!»

اینجاست که آه از نهاد همه برمی‌آید. همه یعنی هم بچه‌های بی‌نوا و هم پدر و مادرهای بخت برگشته، هم حتی سایر بازدیدکنندگان. بالاخره سروصدای گریه و بدخلقی و کل کل بچه‌ها روی اعصاب همه راه می‌رود دیگر!

همین امروز که برای به روز کردن کتاب‌های خوب چاپ جدید، دو سه ساعتی را در سالن کودک و نوجوان گذراندم، این مسأله بیش از هر سال به چشم آمد. البته که به چشم و گوشم! پدر و مادرهای مستأصل و کلافه، بچه‌های ولو کف زمین و گریان، مردم به ستوه آمده از این سروصداها. ناخودآگاه به هر مسئولی که می‌رسیدم از او درباره اینکه چرا کسی این بچه‌ها را گردن نمی‌گیرد سؤال می‌کردم. سؤال می‌کردم و البته پاسخ درستی نمی‌گرفتم. یکی می‌گفت خب بچه را با خود نیاورند. یکی می‌گفت باید برای سرگرم کردن بچه چیزی با خود می‌آوردند. یکی می‌گفت خب بروند در نمازخانه بچه کمی استراحت کند، خسته شده طفل معصوم! و خلاصه هیچ کس هیچ مسئولیتی را متوجه خود نمی‌دانست.

عجیب به نظرم آمد. مگر می‌شود رویدادی با پیشینه‌ای چند ده دوره‌ای برگزار شود و هیچ تمهیدی برای یکی از بزرگ‌ترین مشکلات آن اندیشیده نشده باشد؟ بچه‌ها به‌عنوان یکی از اقشار اصلی حاضر در نمایشگاه، از حداقلی‌ترین امکانات و تسهیلات هم برخوردار نیستند. یعنی اصلاً کسی آنها و نیازهایشان را به رسمیت نمی‌شناسد که بخواهد برایشان کاری بکند. کف خواسته یک خانواده فرزنددار، مهیا بودن فضایی برای سپردن یکی دوساعته بچه‌ها به آنهاست. فضایی بزرگ و دلباز و امن، با تجهیزات بازی و نقاشی کودک و حضور چند مربی ماهر و کارآزموده. من حتم دارم حتی اگر این خدمات در ازای هزینه ارائه شود، باز هم استقبال خوبی از آن خواهد شد. دعای خیر سه دسته هم نصیب مسئولان می‌شود: بچه‌های زود خسته شونده، پدر و مادرهای طفلکی و سایر بازدیدکنندگان!

ایبنا