

بازاری بکر، بزرگ و جذاب

گزارشی از نشست «ظرفیت‌های تولید کتاب الکترونیک برای کودک و نوجوان» در سرای اهل قلم

در عصر حاضر با پیشرفت فناوری در دنیای دیجیتال و الکترونیک، شاهد رشد چشم‌گیری در حوزه‌های مختلف علمی، فرهنگی، اجتماعی و ... هستیم، در این میان، ادبیات و شاخه‌های متنوع آن به عنوان مهم‌ترین تبلیغ‌کننده فرهنگ هر ملتی سهم بسزایی در این عرصه دارد و با عرضه تولیدات خود در این گستره عظیم نقش مهمی به‌ویژه در زمینه ادبیات کودک و نوجوان دارد. در گزارش زیر با نظرات کارشناسان این امر و با کم و کیف تولید کتاب کودک در دنیای دیجیتال بیشتر آشنا می‌شویم.

فرزانه فخریان (مجری): امروز ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۳ در

بیست و هفتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در سرای اهل قلم کودک و نوجوان نمایشگاه یکی دیگر از نشست‌های این سرا را شروع می‌کنیم، عنوان این نشست «ظرفیت‌های تولید کتاب الکترونیک برای کودک و نوجوان» است. عزیزی که در این نشست حضور یافته‌اند آقای حسین شیخ‌الاسلامی، منتقد ادبیات کودک و مدیر بخش کتاب الکترونیک نشر چکه؛ جناب آقای سادات سرکی،



مدیر مسئول و سردبیر نشریه نبات و نبات کوچولو؛ آقای امیر سرکندی، مدیر مجموعه نرم‌افزاری ذهن‌زیبای‌کیش که در حوزه نشر دیجیتال کتاب کودک فعالیت دارند.

این روزها که در دست بیشتر کودکان تبلت یا گوشی هوشمند می‌بینیم، به این فکر می‌افتیم که آن‌ها دیگر هر چیزی بخوانند بخوانند و به دنبال هر چه باشند، در اینترنت و در آن دستگاه کوچک همراهشان آن را پیدا می‌کنند. می‌خواهم آقای سرکندی این بحث را شروع کنند و بگویند نشر دیجیتال برای بچه‌ها اصلاً به چه معناست؟ نشر الکترونیک اصولاً چه خصوصیتی دارد و برای مخاطب کودک و نوجوان باید چه خصوصیتی را داشته باشد.

سرکندی: قبل از اینکه وارد بحث نشر دیجیتال شویم وقایعی را که در دنیای آی.تی (I.T) در حال وقوع است مرور می‌کنیم. چند سالی است که تبلت‌ها در دست مردم‌اند. در واقع با حضور وسیع تبلت‌ها شاید بشود گفت که به‌راحتی معادلاتی که در دنیای آی.تی بود عوض شد. پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۰، دیگر جایی برای کامپیوترهای خانگی، لپ‌تاپ یا تبلت باقی نماند؛ در واقع این اسمارت‌دیوایس‌ها (Smart Device) هستند که جایگزین آن‌ها می‌شوند. هر کسی با داشتن اسمارت‌دیوایس می‌تواند همه کارهایی را که دارد راه بیندازد، چه بزرگسال باشد چه کودک. شاید بتوان به جرأت گفت که حتی وب‌سایت‌ها هم دیگر در آن زمان رونقی نخواهند داشت و به وب‌سرویس‌هایی تبدیل می‌شوند که به نرم‌افزارهای تحت اسمارت‌دیوایس‌ها سرویس می‌دهند. مثلاً در حال حاضر، گوگل جی‌میل‌آپ (Gmail app) را بیرون داده است به‌طوری که دیگر نیازی نیست شما وارد سایت گوگل شوید، تنها با داشتن چنین اپلیکیشنی قادرید همه امکانات ایمیل خود را در اختیار داشته باشید. دورنمایی که از دنیای آی.تی می‌توان در نظر گرفت این است که در سال‌های آینده اپ‌ها راهبر خواهند بود.

آپ زندگی نوع سوم است. زندگی در دنیای واقعی نوع اول زندگی است، زندگی دوم زندگی در فضای سایبری را می‌گویند و زندگی نوع سوم با آپ‌ها ممکن شده است. حال با توجه به اینکه بحثمان در مورد کودکان است و می‌خواهیم بحث را به آن سمت سوق بدهیم، مثالی در همین مورد می‌زنم. شاید در خانواده خود یا اقوامتان کودکانی دارید که با این دستگاه‌های هوشمند بازی می‌کنند و شاهد بوده‌اید که نحوه بازی آن‌ها یا استفاده‌ای که از این وسیله می‌برند، معمولاً از کاربرد خود ما بسیار بهتر است. اگر یک بچه ۲-۳ ساله داشته باشید و به او تبلتی بدهید، می‌بینید که می‌تواند ساعت‌ها با آن بازی می‌کند. در واقع پیش‌بینی‌ای که در حوزه کودک شده این است که با وجود چنین استعداد و گرایشی در کودکان و ضریب نفوذی که این دستگاه‌ها دارند، نشر دیجیتال کم‌کم جای نشر مکتوب را بگیرد. نشر مکتوب البته درصدی از بازار را برای خودش خواهد داشت.

شاید بگوییم چرا اصلاً باید به سمت نشر دیجیتال رفت؛ چرا باید وارد حوزه سوم زندگی شد؛ چرا اصولاً اپلیکیشن‌ها را وارد زندگی کودک کنیم؟ در واقع باید پرسید چرا چنین نکنیم؟ در حال حاضر در کشورهای خارجی مفاهیم خیلی ساده و ابتدایی آموزشی مثل جمع و تقسیم و بسیاری مباحث آموزشی دیگر را با یک اپلیکیشن ساده به کودک آموزش می‌دهند. در سال‌های آینده در فعالیتهای آموزشی مدارس تبلت‌ها به بچه‌ها کمک می‌کنند که آموزش ببینند. چاره‌ای نیست جز آنکه در سبک زندگی (Life Style) کودک خودتان تبلت و اپلیکیشن‌ها را بگنجانید.

فخریان: من منتظر هستم کمی بیشتر سراغ نشر الکترونیک بروید و این موضوع را برای ما باز کنید. اگر از کاربرد از دستگاه دیجیتال صحبت می‌کنیم، آیا منظورمان فقط نشر الکترونیک است یا خصوصیات دیگری هم باید در نظر گرفته شود.

آپ زندگی نوع سوم است. زندگی در دنیای واقعی نوع اول زندگی است، زندگی دوم زندگی در فضای سایبری را می‌گویند و زندگی نوع سوم با آپ‌ها ممکن شده است

سرکندی: اولین کتاب الکترونیکی سال ۱۹۹۹ درآمد. امروزه دیگر بوکریدرها (Book Readers) از دور خارج می‌شوند و تبلت‌ها در حال گرفتن جای آن‌ها هستند. شما می‌توانید تمامی کتاب‌هایتان را به راحتی بر روی تبلت خود داشته باشید. کودک دوست دارد غیر از اینکه تصاویر را می‌بیند و متن‌ها را می‌خواند، بتواند بعضی کارهای تعاملی دیگر را هم پیرامون متن انجام دهد. در واقع، کتاب را هم ورق بزند و هم با آن بازی کند. ناشران اگر نشر دیجیتال را در حوزه کودک توسعه بدهند، در مصرف کاغذ صرفه‌جویی می‌شود؛ اپلیکیشن را یک بار می‌سازند و سال‌های سال آن را دانلود می‌کنند، و به کار می‌گیرند. یک کمپانی معروف اسپانیایی به اسم ریو که در نشر دیجیتال کودک فعالیت‌های زیادی کرده، تمام کتاب‌های خود را به صورت آپ درآورده است. در درجه اول خواننده می‌تواند این کتاب‌ها را ورق بزند و تصاویر و متن کتاب‌ها را ببیند. در مرحله بعدی کودک می‌تواند متن‌ها را حذف کند و برای خودش داستان را از بر بگوید. در گام بعدی امکان دیگری اضافه کرده‌اند و آن این است که یک گوینده خوش صدا قصه را برای کودک می‌خواند. کار بعدی که امکان آن ایجاد شده این است که به کودک و والدینش این امکان را داده‌اند که صدای خودشان را روی قصه بگذارند و آن را ضبط کنند. این چهار امکان روی تمام اپ‌هایی که این کمپانی بیرون می‌دهد فعال است.

کمپانی‌های مشابه دیگری بازی‌های دیجیتالی را در کنار کتاب طراحی کرده‌اند که افراد می‌توانند با آن‌ها بازی کنند، یا کتاب‌هایی که در آن افراد یک خانواده به جای شخصیت‌ها می‌نشینند و بازیگرهای آن کتاب می‌شوند؛ مثلاً اگر کتاب قصه‌ای در مورد یک خانواده است، متن پدر را پدر، متن مادر را مادر، و سهم کودک از متن را خود کودک می‌خواند و این‌ها همه ضبط می‌شود. بار دیگر، هر موقع کودک کتاب را باز کند، هم می‌تواند بخواند و هم صدای خودش و والدینش را بشنود. قاعدتاً با چنین ویژگی‌هایی، کودکان برایشان جالب‌تر است که به سمت نشر دیجیتال بروند.

امروزه اگر در سایت اپل جست‌وجویی بکنید کتاب‌های زیادی در حوزه کودک می‌بینید که اتفاقاً دانلود خیلی خوبی هم دارند. اگر بیشترین دانلود را به گیم مربوط بدانیم، بعد از آن حوزه کودکان قرار دارد. در این حوزه می‌توان هم کتاب‌های سرگرم‌کننده و هم آموزشی پیدا کرد.

فخریان: ممنون آقای سادات شما با توجه به نکاتی که آقای سرکندی گفتند این بحث را ادامه بدهید.

سادات: سخنان آقای سرکندی مفصل و کامل بود. من آن چیزی که می‌خواهم به جزئیات این مبحث اضافه کنم این است که من و دوست عزیز آقای سرکندی از دو فضای متفاوت آمده‌ایم. من از نشر مکتوب و تولید مجله و کتاب، و ایشان از فضایی مرتبط با فضای مجازی و اپلیکیشن و سایت. آنچه هر دو ما خود را در شرف وقوعش می‌بینیم نوع استفاده از کتاب است و تغییری که در این کاربرد به وجود آمده است؛ یعنی کتاب مکتوب چیزی بود که مخاطب کودک یا بزرگسال آن را در دستش می‌گرفت و شروع

می‌کرد به ورق زدن؛ هر وقت آن را نمی‌خواست آن را به کناری می‌گذاشت، و هر وقت می‌خواست برمی‌داشت. در حقیقت کتاب عضو صامتی بود که ما با آن ارتباطی یک‌سویه داشتیم، اما الان فضا به سمتی رفته که انگار با یک موجود زنده طرف هستیم که تعداد عملکردهایش مدام بیشتر می‌شود. شما می‌توانید کتاب را به انیمیشنی با حرکت‌های پیچیده یا ساده تبدیل کنید. می‌توانید به صدای آن گوش بدهید. می‌توانید صدای خود را روی آن بگذارید. می‌توانید در لابه‌لای داستان در قسمت‌هایی بازی کنید. قادرید ادامه داستان را به سلیقه خود تغییر دهید یا حالت‌های مختلفی برایش پیش‌بینی کنید. کتاب دارد به یک دوست و موجود هوشمند تبدیل می‌شود که کنار بچه قرار می‌گیرد و قسمتی از وقت و زندگی‌اش را پر می‌کند. به عبارتی می‌توان گفت دارد به فضای بازی نزدیک می‌شود. این‌ها امکان‌های تازه‌ای است که روی دیوایس‌های جدید ایجاد می‌شود، حالا اینکه خوب است یا بد بحث دیگری است. اینکه آیا کتاب کاغذی حس متفاوتی دارد و چیزی دارد که این‌ها ندارند، بحث دیگری است. ما درباره واقعیت‌ها صحبت می‌کنیم. در سال ۲۰۱۳ تعداد اپلیکیشن‌های دانلودشده‌ای که روی پلت‌فرم‌های IOS کار می‌کنند ۲۷ میلیارد بوده است؛ اندروید ۲۹ میلیارد، بلک‌بری ۲/۴ میلیارد، و ویندوز ۴/۱ میلیارد. خب، این یعنی این بازار درآمدزایی فوق‌العاده‌ای برایشان داشته است. ۶،۵ میلیارد دلار درآمد اپل از دانلود اپلیکیشن بوده و با فاصله زیادی ۱،۹ میلیارد دلار درآمد اندرویدی‌ها. منتها ۲۳ درصد این داندلورها بازی و ۱۱ درصد آن‌ها تفریحی بوده است که مجموعاً می‌شود ۳۴ درصد؛ یعنی مجموعاً یک‌سوم این اپلیکیشن‌ها بازی و سرگرمی بوده‌اند. ولی کتاب‌های الکترونیکی ۵ درصد این آمار را تشکیل می‌دهند که شاید در مقایسه با کل، عددی نباشد؛ ۵ درصد ۶۰ میلیارد می‌شود ۳ میلیارد که شاید درآمد زیادی نباشد ولی آنچه باید به آن توجه کرد رشد چشمگیر آن طی سال‌های اخیر است. در سال ۲۰۰۸، اپل ۵۰۰ اپلیکیشن در سایت خودش ارائه کرده است و در سال ۲۰۱۴ نزدیک به یک میلیون اپلیکیشن در سایت اپل وجود دارد. در سال ۲۰۰۸ تعداد داندلودی که شده بود نزدیک به ۳۰۰ میلیون بوده ولی در سال ۲۰۱۳ این عدد به حدود ۲۷ میلیارد رسیده است. این سرعت رشد طی پنج‌شش سال واقعاً باورنکردنی است. اگر از این فضا غفلت شود فاصله معنی‌داری به وجود می‌آید که پرکردنش به سادگی امکان‌پذیر نیست.

کلاً وقتی شما وارد فضای کودک می‌شوید، این ابزار به شما امکاناتی می‌دهد که به‌شدت جذاب است. صدا، رنگ و حرکت چیزهایی است که دارد به کتاب اضافه می‌شود با کیفیت‌هایی متفاوت. یعنی شما بهترین رنگ و کیفیت تصویر را هم که در نظر بگیرید باز هم کیفیتش با یک اسمارت‌دیوایس قابل مقایسه نیست و امکانات جانبی زیادی هم به شما می‌دهد. ویژگی‌ای که دارد این است که برای بچه‌ای که سواد ندارد و زیر سن دبستان است و نمی‌تواند از متن کتاب به تنهایی استفاده کند و باید بزرگ‌ترش آن را برایش بخواند، این وسیله جایگزین کارآمدی است. کودک می‌تواند به‌تنهایی آن را به دست بگیرد و شعر و قصه گوش کند. قطعاً نکات منفی‌ای نیز دارد یعنی آن‌جا که والد

فصلنامه نقدکتاب

نور و نور

سال اول، شماره ۳ و ۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۳

۱۵۸

امروز شما می‌توانید کتاب را به انیمیشنی با حرکت‌های پیچیده یا ساده تبدیل کنید. می‌توانید به صدای آن گوش بدهید. می‌توانید صدای خود را روی آن بگذارید. می‌توانید در لابه‌لای داستان در قسمت‌هایی بازی کنید. قادرید ادامه داستان را به سلیقه خود تغییر دهید یا حالت‌های مختلفی برایش پیش‌بینی کنید

برای کودکان کتاب می‌خواند، ارتباط حسی و عاطفی بین او و کودکش چیزی است که جایگزینش دیگر در اسمارت‌دیوایس وجود ندارد؛ ولی به هر حال خصوصیتی است که می‌توان از آن استفاده مثبت کرد.

فخریان: آقای شیخ‌الاسلامی این بحث را ادامه بدهید. با توجه به اینکه شما در حال حاضر در این حوزه کار می‌کنید، وضعیت امروز کتاب الکترونیک کودک را چگونه توصیف می‌کنید؟

شیخ‌الاسلامی: من در ابتدا می‌خواهم بحث را از یک هشدار شروع کنم. این میزگرد و موضوع بحثی که جریان دارد نشان از تکرار اتفاقی می‌دهد که معمولاً در ایران با ورود تکنولوژی جدید رخ می‌دهد. آن اتفاق این است که ما به جای آنکه درک درستی از تکنولوژی جدید به دست آوریم، بلافاصله به امکاناتی که به ما می‌دهد رجوع می‌کنیم و آن را با وضعیت موجودمان مقایسه می‌کنیم.



من قبل از اینکه بحث را با وضعیت می‌خواهم راجع به آی‌لایف (ilife) صحبت کنم، راجع به زندگی در دنیای آپ، زندگی بر روی اسکرین. واقعیت این است که اینتراکتیو بوک یا حتی آی‌بوک و اپلیکیشن‌بوک فاصله کهکشانی دارد با آنچه ما وقت شنیدن نشر الکترونیک در ذهنمان نقش می‌بندد. وقتی می‌گوییم نشر الکترونیک تصورمان این است که کتاب به همان شکلی که در ذهن داریم در بستر جدیدی که دیجیتال است منتشر می‌شود. ولی واقعیت این است که زندگی یک کودک طبقه متوسط امروز سراسر با زندگی کودک ۱۰ سال پیش متفاوت است و گستره‌ای که زندگی‌اش در صفحه موبایل و تبلت دارد اگر فهمیده نشود، تولید محصولی که متناسب با این دستگاه‌ها و این زندگی جدید باشد ممکن نمی‌شود و آن وقت چه اتفاقی می‌افتد؟ خدای نکرده چنین می‌شود که مثلاً ۵ سال دیگر نشرهای بزرگ و کوچک ما تعداد زیادی آپ خواهند داشت که در واقع تولید محتوای همان نسخه‌های چاپی کتاب‌ها به صورت دیجیتال است و همان بلایی سر آن‌ها می‌آید که سر کتاب چاپی آمده است؛ یعنی هر کتاب ۱۰۰ تا ۲۰۰ تا منتشر می‌شود و بدون مخاطب می‌ماند و بعد در انبار لایتنهای آپ‌های مرده در اپ‌استور (app store) و گوگل پلی (google play) دفن می‌شود و هیچ وقت به آن‌ها رجوع نمی‌شود. ما اگر بخواهیم آن‌گونه که شایسته است به تولید ادبیات و متن برای کودک بپردازیم اول باید این بستر جدید و تأثیری که بر زندگی ما می‌گذارد را فهم کنیم. واقعیت این است که امروز تبلت و گوشی هوشمند بخشی از زندگی و بدن کودک‌اند. یعنی کودک می‌تواند از طریق این ابزار تجربه زیستی خود را گسترش دهد. بنابراین آنچه تا امروز کتاب کودک و ادبیات کودک دانسته می‌شد، تا سال ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ که آقای استیو جابز مرحوم آن دستگاه را بیرون آورد و به دوربین‌ها نشان داد یک چیز بوده و بعد از ورود این دستگاه به زندگی کودک، و به نشر کتاب و ادبیات، چیز دیگری است. اگر این

فهمیده شود که در کشور ما طبق آمار رسمی روزانه ۵۰ میلیون ساعت از اپلیکیشن‌های مختلف استفاده می‌شود، آن‌گاه کتاب یا نشر الکترونیک و اپلیکیشن‌های موفق خواهیم داشت. اما اگر بخواهیم چنین تصور کنیم که این بستر جدید فقط مجموعه‌ای از امکانات بیشتر است، یعنی مثلاً روی کاغذ رنگ به شکل CMYK بود اما الان صفحه مانیتور داریم با ۲۵۶ میلیون رنگ؛ اگر درک ما فقط در همین حد باشد، پیشرفتی در این حوزه نخواهیم داشت؛ اگر نفهمیم چرا تقریباً تمام کودکان ما شیفته انگری بردز (Angry Birds) هستند؛ اگر نفهمیم حسی که بچه از بازی روی صفحه اسکرین دارد، با بازی‌های یک‌قل‌دوقلی که ما زمان بچگی داشتیم، چه فرقی دارد، در این حوزه موفق نخواهیم شد. تجربه‌ای که ما داریم عمدتاً مربوط به یک سال‌ونیمی است که مشغول تحقیق در این حوزه هستیم و براساس این تجربه داخل کشور هم آمارها حیرت‌آور است؛ یعنی این حوزه از معدود حوزه‌هایی است که بین ایران و کشورهای جهان نه تنها فاصله‌ای نیست بلکه از خیلی کشورها به لحاظ ضریب نفوذ، جلوتر هم هستیم. اولین کشور در دنیا عربستان است به لحاظ ضریب نفوذ موبایل هوشمند که به‌ازای هر یک نفر، یک‌ونیم موبایل و ابزار هوشمند وجود دارد؛ بعد امارات است، و بعد کشورهای خاورمیانه از جمله کشور ما. یعنی ما در دنیا تقریباً رده‌های اول دسترسی به ابزار را داریم. هم‌اکنون در این حوزه ما نزدیک به ۳۰ کتاب آماده داریم، ولی به همین دلیل که باید زندگی دیجیتال کودک ایرانی شناخته و فهمیده شود، در حال حاضر فقط دو جلد کتاب از مجموعه ما در بازارهای داخلی وجود دارد.

جالب است که در این میان به نتایج حیرت‌آوری رسیدیم. در کمتر از دو ماهی که این کتاب‌ها را روی بستر فروش اپلیکیشن داخلی قرار دادیم، نزدیک به تیراژ دو دوره چاپ کتاب از آن فروختیم و بچه‌ها استفاده کردند. در واقع پلت‌فرم و ژانری که استفاده کردیم همان اینتراکتیو بوک (کتاب‌های تعاملی) است که پیش‌تر به آن اشاره شد. ما فرض را بر این قرار دادیم که کودک و مخاطب بخشی از قصه‌اند و دیگر آن رابطه یک‌سویه بین مخاطب و نویسنده وجود ندارد — همان رابطه‌ای که آقای سادات گفتند که دیگر به هم خورده است. در فضای جدید، کودک واقعاً خودش سازنده قصه است و می‌تواند شئون قصه را عوض کند. اگر از من بپرسید وضعیت نشر دیجیتال کودک در ایران چگونه است من می‌گویم در مقایسه با جهان در جایگاهی رویایی هستیم. به این دلیل که شما در ایران می‌توانید لااقل همین سه نفر را پیدا کنید که دارند خیلی جدی به این موضوع فکر می‌کنند و این به نسبت جایگاه نشر کودک در جهان، اتفاق خوبی است و نشان می‌دهد که جامعه ایرانی دارد از آن استقبال می‌کند.

فخریان: به نظر تان چه درصدی از مخاطبان نشر چاپی را به خود اختصاص می‌دهد؟
شیخ‌الاسلامی: با تجربه‌ای که از این یک جلد داشتیم به شما اطمینان می‌دهم که بیش از سه‌برابر مخاطبان بالفعل ادبیات کودک، مخاطبان بالفعل ادبیات کودک موبایلی خواهند بود. یعنی اگر انتشاراتی الان ۱۰۰۰ کتاب دارد و این ۱۰۰۰ کتاب را در سال

شیخ‌الاسلامی:
واقعیت این است
که امروز تبلت و
گوشی هوشمند
بخشی از زندگی
و بدن کودک‌اند.
یعنی کودک
می‌تواند از طریق
این ابزار تجربه
زیستی خود را
گسترش دهد

۵ میلیون مخاطب می‌خواند، همین ۱۰۰۰ جلد را اگر به‌شیوه درست روی پلت‌فرم‌های موبایل و تبلت یا اسمارت‌دیوایس‌ها بیاورد، این ۵ میلیون تبدیل به ۱۵ میلیون خواهد شد. تعداد دانلود بازی‌های موبایل در ایران باورنکردنی است، فکر کنم بالای ۵ میلیون نسخه فقط انگری بردز یک، دانلود شد بالای ۳ میلیون کات‌دروپ (Cut the Rope) دانلود شد، از ۵۰ میلیون ساعتی که بچه‌های ایران از اپ‌ها استفاده می‌کنند حتماً بخش قابل توجهی به نشر الکترونیک اختصاص می‌یابد. نکته‌اش این است که ما این ابزار و جایگاه آن را در زندگی درست بفهمیم و تلاش نکنیم از زندگی بقیه الگوبرداری کنیم. در واقع بفهمیم این زندگی متفاوتی است و تکنولوژی به ما این امکان را داده بدن خود را گسترش دهیم در اسمارت‌دیوایس‌هایی که تا دو سال دیگر روی چشم ما و روی میج دست ما جای خواهند گرفت و شکل متفاوتی از زندگی را برای ما تصویر خواهند کرد.

فخریان: آقای سادات شما این بحث را ادامه دهید. ما داریم از همان اسمارت‌دیوایس‌هایی استفاده می‌کنیم که کشورهای دیگر دارند استفاده می‌کنند. قاعدتاً باید نیاز بچه‌های خودمان را بشناسیم و بدانیم که چطور باید با آن‌ها در نشر الکترونیک برخورد شود.

سادات: ببینید، بحثی که ما قبل از ورود به بحث نشر مکتوب داشتیم و مفصل روی آن کار کرده بودیم این بود که وقتی شما می‌خواهید مطلبی را به کودک ارائه بکنید در چه قالبی بهترین تأثیرگذاری را دارد. آن چیزی که در تولیدات کودک و در نشر مکتوب کودک همه‌جا مشترک دیده می‌شود این است که به مهم‌ترین عاملی که کودکان نیاز دارند بی‌توجهی می‌شود. آن عامل «بازی» است که در سن کودکی یکی از نیازهای فطری و مهم است. شما می‌توانید هر چه می‌خواهید را از طریق بازی به داستان و آموزش منتقل کنید. بنابراین آن چیزی که من فکر می‌کنم در این ژانر دارد اتفاق می‌افتد درست تعریف کردن آن قالبی است که می‌خواهیم مطلب را در آن ارائه کنیم و به نظرم مقوله بسیار مهمی است. تعریف آن قالب خیلی کار و انرژی می‌برد، ولی اگر درست انجام شود تأثیرگذاری فوق‌العاده‌ای خواهد داشت. ما در فضای مکتوب این را امتحان کردیم، یعنی محصولی را تولید کردیم که حداقل یک سوم فضای آن را به بازی اختصاص دادیم و می‌دیدیم همان مطلبی که قرار بود در یک شعر یا داستان منتقل شود، به شکل دیگر و بهتری می‌تواند از طریق بازی هم منتقل شود. خیلی از آموزش‌هایی را که ممکن است حتی قابلیت انتقال از طریق شعر و داستان نداشته باشند، می‌توان از طریق بازی انتقال داد. شکل بازی مکتوب با بازی حرکتی فرق دارد که آن هم تقسیم‌بندی‌های خود را دارد. من بار دیگر بر جمله آقای شیخ‌الاسلامی تأکید می‌کنم: این برداشت را که صرفاً یک پی‌دی‌اف از متن کتابی تولید کنیم و به بازار بدهیم و بگوییم این شد نشر الکترونیک، باید به کل از ذهنمان پاک کنیم. در واقع ما باید محصولی تولید کنیم که با اسمارت‌دیوایس‌ها ارتباط بگیرد. کما اینکه خود پی‌دی‌اف هم می‌تواند یک راهکار باشد، زیرا می‌بینیم که خانواده‌ها در سبد کالایشان برای کتاب هزینه‌ای تعریف نمی‌کنند، خیلی‌ها در

شهرستان‌ها به کتابی که در تهران چاپ می‌شود دسترسی ندارند، ولی موبایل و تبلت دارند. بنابراین شما اگر در ابتدا بخواهید کتاب را به صورت پی‌دی‌اف ارائه کنید خودشان یک گام به جلو به شمار می‌آید. ولی این نوع نشر قابلیت‌هایی بسیار فراتری دارد. آنچه باید در ابتدا تعریف شود نیاز کودک است. امیدواریم کپی‌برداری به شکل پیش‌پاافتاده و غیره‌دفعند، چنان‌که از بقیه ابزارهای فناوری انجام شده است، در این حوزه اتفاق نیفتد. تا به حال ما از هر ابزار فناوری که استفاده کردیم نه هدفش را می‌شناختیم و نه روش استفاده‌اش را. در این‌جا با پدیده‌ای روبه‌رو هستیم که آن پدر و مادری که ابزار آن را تهیه می‌کند و در اختیار فرزندش قرار می‌دهد خود چیز زیادی از آن نمی‌داند و کار کردن با آن را بلد نیست و در این زمینه فرزندش خیلی از او جلوتر است. نتیجه این می‌شود که به یک‌باره می‌بینید بچه‌تان وارد فضا و دنیایی شده که شما هیچ خبری از آن دنیا ندارید. برای همین باید کمی سرعت به خرج داد تا در فضای بومی کشور خودمان برای فرزندانمان محصولی تولید کنیم. شاید در ابتدا محصول ایدئال نباشد ولی لااقل می‌تواند این خلأ را تا حدی پر کند.

اگر بخواهیم در تولید درست عمل کنیم می‌دانیم که تولید در این حوزه هزینه‌بر است و حمایت می‌طلبد. شاید در گام‌های اولیه حتی بیش از نشر مکتوب نیازمند حمایت باشد، به دلیل اینکه در کشور ما هنوز فرهنگ خرید و پرداخت در فضایی که شما فروشنده و کالا را نمی‌بینید و لمسش نمی‌کنید به وجود نیامده است. جالب است که در همین اپلیکیشن‌هایی که دارد در کل دنیا دانه‌دانه می‌شود، چیزی حدود ۹۰ درصدشان رایگان‌اند و تنها ۱۰ درصد دارد درآمدزایی می‌کند.

ما اولین اپلیکیشن خودمان را براساس محتوای مجله درآوریم و ۲۰ فروردین‌ماه سال گذشته روی سایت اپل قرار دادیم، اما سرعت و حجم ورود اپلیکیشن‌ها آن قدر زیاد بود - همان‌طور که دوستان گفتند فضایی مانند یک انبار بسیار بزرگ است - که اپلیکیشن ما در آن فضا گم شد. بنابراین، اطلاع‌رسانی به کودک یا والدی که می‌خواهد از این اپلیکیشن‌های داخلی استفاده کند خودش راهکارهایی می‌طلبد که متقاضی بتواند در این حجم بسیار زیاد بگردد تا آن اپلیکیشن ایرانی را که بومی‌سازی شده پیدا کند. حالا برای پرداخت هم باید تلاش کنیم فرهنگش را به وجود بیاوریم که مشتری بتواند پرداخت کند تا کار درآمدزایی داشته باشد و این چرخه بچرخد.

فخریان: آقای سرکندی با آن ده درصدی که آقای سادات گفتند درآمدزایی دارد چطور می‌شود کار کرد؟

سرکندی: خب من اجازه می‌خواهم چند تا نکته قبلش بگویم تا برسم به این ده درصد. ببینید تعداد آپ‌های ایرانی که در بازار هست دو گروه‌اند، یک سری آن‌هایی که در سایت اپل است که تقریباً حدود ۳۰۰ مورد از آن‌ها برای آی‌پد است و حدود ۴۰۰ مورد برای آیفون؛ بعضی‌شان رایگان و بعضی دیگر پولی‌اند. رعایت کپی‌رایت هم الزامی است. تعداد آپ‌هایی که برای اندروید وجود دارد بیشتر از این است ولی معمولاً

سادات:

خیلی از آموزش‌هایی را که ممکن است حتی قابلیت انتقال از طریق شعر و داستان نداشته باشند، می‌توان از طریق بازی انتقال داد

دربازارهای رسمی بین‌المللی مثل سامسونگ مارکت یا گوگل پلی انتشار پیدا نمی‌کند و مشمول کپی‌رایت هم نیست. در دنیا پدیدآورندگان (developers) ترجیح می‌دهند تحت پلت‌فرم اپل نرم‌افزار بنویسند، برای همین هم درآمد اپل از فروش نرم‌افزارش بیش از فروش اندروید است با اینکه تعداد گوشی اندرویدی بیشتر است.

حال باید به دو نکته توجه کرد: الان در حوزه اپلیکیشن‌های فارسی، ما اپلیکیشن‌های خودمان را در بازار آی.تی منتشر کردیم و نه در بازار داخلی. شاید تصور بر این باشد که مخاطب ایرانی نمی‌تواند راحت کانکت شود و آن را بخرد. ولی آیا فقط فارسی‌زبان‌ها در ایران هستند؟ نه. فارسی‌زبان‌های زیادی در آمریکا و دیگر کشورها داریم. طیف مخاطب خوبی از تاجیکستان و افغانستان داریم. درآمدش هم بد نیست. اپ رایگان است ولی در عرضه رایگان اپ برای شما موقعیت درآمدزایی فراهم می‌شود. به همین دلیل است که در بازار اپ ۹۰ درصد آن‌ها رایگان عرضه می‌شوند. آن ۹۰ درصد هم دارند درآمد کسب می‌کنند، ولی درآمدشان جای دیگری است.

توجه کنید که این صنعت نوپا است؛ ما در مورد یک میلیون اپ صحبت می‌کنیم. حساب کنید که در سال گذشته فقط یک میلیارد و چهارده میلیون گوشی فروخته شده و یک میلیون اپ فقط در حوزه گوشی اپل وجود دارد، پس این بازار خیلی بکر است. هنوز جای کار زیاد است. در نشر مکتوب فارسی‌زبان محدوده کار فقط شهر یا کشور ایران است. با توجه به محتوای قوی‌ای که وجود دارد ایران هم می‌تواند به راحتی وارد بازارهای بین‌المللی شود و هیچ محدودیتی وجود ندارد. فقط باید از این فناوری که موازی تکنولوژی غرب دارد پیشرفت می‌کند استفاده کند و وارد بازارهای خارجی شود. یعنی می‌تواند به جای اینکه ۷۰ نه، ۱۰۰-۱۵۰ میلیون مخاطب فارسی‌زبان داشته باشد با ۷ میلیارد مخاطب روبه‌رو شود و سهم قابل توجهی از این بازار به دست آورد.

در مورد کتاب چنین اتفاقی نمی‌افتد؛ کتاب با بازی متفاوت است. در کتاب دیجیتال شما می‌توانید هزاران مدل امکانات و خدمات بدهید که فراتر از خواندن صرف کتاب باشد و بشود از آن کسب درآمد کرد. فروش خود کتاب خواندنی می‌تواند تنها یکی از این راه‌ها برای کسب درآمد باشد. یکی دیگر می‌تواند امکانات و ویژگی‌هایی باشد که می‌توان در کتاب به کار برد. مثلاً کتاب قصه‌ای می‌گذاریم مثل کدو قلقله‌زن، این یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌هایی بوده که ما داشتیم؛ شاید بالای چند هزار دانلود داشتیم. کودک می‌آید کتاب را که رایگان است می‌گیرد و از آن استفاده می‌کند. بعد می‌بیند می‌شود با نقاشی‌های کتاب بازی کند یا رنگ‌آمیزی کند؟ این جاست که باید یک دلار بدهد تا این امکان را به دست بیاورد. حالا اگر دوست دارد با تصویرهای کدو قلقله‌زن پازل هم درست کند باز هم باید یک دلار بدهد. همین یک دلار یک دلارها درآمدزا می‌شود. حالا این فقط یک مثال بود. اگر بنشینیم فکر کنیم انواع مختلف راه برای کسب درآمد وجود دارد که در خارج از آن‌ها استفاده می‌کنند.

من فقط به یک نکته اشاره کنم که شاید کمی از موضوع انحراف داشته باشد. طبق

صحبت‌های آقای شیخ‌الاسلامی، من قبول دارم که باید این صنعت را شناخت و باید نسبت به آن اشراف پیدا کرد ولی این قدر بستر خوب است و زمان، زمان خوبی است که می‌شود وارد این بازار شد و از آن بهره گرفت و در طی زمان ایرادهای کار را ترمیم کرد. یعنی کسی که ناشر مکتوب است و می‌خواهد تکنولوژی‌اش را عوض کند می‌تواند در این راه ریسک کند، چون درآمدش خوب است، درآمدش به دلار است. دیگر اگر قیمت دلار برود بالا هم خیلی برایش مهم نیست چون درآمدش را به دلار کسب می‌کند. قبول دارم که باید شناخت پیدا شود، ولی به نظرم نباید صبر کنیم تا شناخت حاصل شود و بعد دست به کار بشویم.

شیخ‌الاسلامی: من می‌خواهم دو نکته دیگر بگویم: یکی اینکه خواهش می‌کنم دولت از نشر دیجیتال حمایت نکند. این را صمیمانه عرض می‌کنم. از سینما و ورزش و ادبیات کودک ما چهل سال حمایت کرد، اما لطف کند وارد فضای دیجیتال نشود. تجربه ادبیات کودک نشان داده است که هر چه دولت دیرتر وارد بشود به نفع ماست. واقعیتی که آقای سرکندی گفتند درست است که این صنعت صنعتی است که خودش می‌تواند خودش را بچرخاند. ما در تاریخ ابزاری نداشتیم که بچه‌ها این قدر مشتاقش بشوند. همین الان در غرفه ما دو تا تبلت گذاشتیم تا بچه‌ها بازی کنند. این صفتی که بچه‌ها می‌کشند که نوبتشان بشود بیايند «مانیا» را تاچ کنند تا از این‌ور صفحه برود آن‌ور صفحه واقعاً مثلش تجربه نشده بود.

نکته دوم این است که کاش بشود ما برای تولید در حوزه موبایل و اپلیکیشن برای کودک، تفکر انتقال پیام را از سر بیرون کنیم؛ یعنی این ذهنیت را که من نویسنده یا تولیدکننده پیام‌هایی دارم و آقای کودک یا خانم خردسال هم نیازهایی دارد و من حالا این پیام‌ها را می‌خواهم بریزم توی بشقاب و به او بدهم. یک زمان این بشقاب کتاب بود حالا این بشقاب دیوایس است. من خواهش می‌کنم این طور به مسئله نگاه نکنید. خودتان هم گفتید در بحث موبایل و تبلت بچه‌ها بزرگ‌ترهای این دنیا هستند، یعنی بچه‌ها بیشتر و بهتر از ما می‌دانند و می‌فهمند این آپ یعنی چه. باز من خواهش می‌کنم از تولیدکنندگانی که می‌خواهند مجموعه مفاهیم و ارزش‌ها و اخلاق والای انسانی، سعادت بشری، شیوه زیست سالم، زندگی سبز، زندگی سرخ و سیاه و غیره را به کودکان منتقل کنند، لطفاً از این دیوایس‌ها استفاده نکنند، چون تنها کاری که می‌کنند این است که اعتماد و رفاقت بچه را با آن از بین می‌برند. دنیای موبایل دنیایی است که در آن جای بچه‌ها و بزرگ‌ترها عوض شده است. اگر ما بخواهیم با عینک بزرگسالی و حتی نگاه معلمی به این دنیا نگاه کنیم موفق نمی‌شویم. اجازه بدهیم این‌جا بستر آزادی برای بچه‌ها باشد.

نکته سومی را هم اضافه می‌کنم. من هم مثل آقای سرکندی کاملاً قبول دارم حالا که توانایی تولید وجود دارد باید تولید کرد ولی ما این اقبال را داشتیم که والدین و بچه‌ها به دلیل اینکه ما تولیدکننده نبودیم به این ابزار اعتماد کرده‌اند، فقط به لحاظ

کیفیت تولید. یعنی عادت کرده‌اند کار خوب ببینند. ما اگر شروع کنیم به تولید انبوه، بی‌کیفیت و مدام، اعتماد بچه که از بین برود و دیگر احساس نکند موبایل همان چیزی است که رویش انگری بردز هست، کتاب‌ها و صداها‌ی جالب هست؛ اگر احساس کند که وقتی می‌رود بخش کودکان آپاستور کارهای نازل فارسی هم آن‌جا وجود دارد، اعتمادش از بین می‌رود و به دست آوردن دوباره آن شاید دیگر ممکن نباشد. مثالی که می‌خواهم بزنم مثال فروش سوپرمارکتی سی‌دی و دی‌وی‌دی برای بچه‌هاست. ابتدا به خاطر اینکه احساس می‌شد آنچه در سوپرها عرضه می‌شود محصول خوبی است این کانال برای عرضه وجود داشت، اما آن‌قدر این دوستان زیرپله‌ای وارد فضای کودک شدند که الان خود صمد بهرنگی هم سی‌دی بزند و در سوپر مارکت بگذارد، بیشتر از ۵۰۰ تا نمی‌فروشد. چون والدین تصورشان این شده که آنچه در سوپر مارکت عرضه می‌شود سرهم‌بندی شده است. نگذاریم این اتفاقات برای اپلیکیشن‌ها هم بیفتد. نگذاریم آپ فارسی بشود فیلم فارسی. آقای سرکندی گفتند ما برای عرضه بین‌المللی هیچ محدودیتی نداریم. می‌دانم پلت‌فرمهایی موجود است که با یک کلیک می‌شود با آن آپ درست کرد و گذاشت روی سایت آپاستور تا مثلاً ۷ میلیارد دانلود بشود، ولی چون بازار واحد است فقط اعتماد است که جواب می‌دهد. بگذاریم زبان فارسی نماد کار سرهم‌بندی و کار شتاب‌زده بی‌کیفیت نباشد. بزرگ‌ترین برند اپلیکیشن کودکان توکابوکا (Toca Boca) است که در این مدتی که دارد کار می‌کند کلاً ۱۰ تا ۱۵ آپ بیرون داده. چرا؟ نمی‌توانست همین طوری اپلیکیشن تولید کند و بریزد توی بازار؟ چرا می‌توانست، ولی این کار را نکرد چون باید مخاطبش را می‌شناخت. ما خودمان هم همین الان بالای ۳۰ آپ آماده داریم ولی هنوز وارد فضای بین‌المللی نشده‌ایم، چون نمی‌خواهیم زیر اپ‌های دیگر دفن شویم یا نمی‌خواهیم به مخاطب فارسی‌زبان مثل مشتری گذری نگاه کنیم. تبلت و موبایل در زندگی بچه‌های ما حضور خواهد داشت، اگر از کار فارسی‌زبان مراقبت نکنیم، انگلیسی را انتخاب خواهند کرد.

سرکندی: من بیش از هر چیز شخصاً معتقدم که از همین دیوایس و فناوری باید نهایت استفاده را کرد که مفاهیم اخلاقی و مذهبی و تمام ارزش‌هایمان را انتقال بدهیم. و اتفاقاً جامعه کاملاً راغب است که این مفاهیم را با فناوری روز دریافت کند. یک مثالی بزنم خدمتتان: تعداد قابل ملاحظه‌ای آپ هست که بهایی‌ها دارند با آن‌ها تبلیغ بهائیت می‌کنند. آپ‌های اسلامی و شیعی خیلی کم است. مثال می‌زنم در میان این یک میلیون اپلیکیشن موجود فقط یک دانه نهج‌البلاغه وجود دارد که آن هم تازه آمده است. یک قرآن وجود دارد که آن را هم یک شرکت انگلیسی زده است. ما آمدم یک کتاب موبایل در حوزه مهدویت تولید کردیم. معمولاً کتاب‌هایی که ما تولید می‌کردیم مثل خاله سوسکه و غیره ۹۹ سنت بود. این کتاب در حوزه مهدویت را که داستانی و انیمیشن بود یک دلار و ۹۹ سنت قیمت گذاشتیم. اتفاقاً کتاب خوبی بود و فروش خوبی داشت. یک موقع بین عید غدیر و قربان که فاصله حدود یک‌هفته‌ای وجود دارد، یکی از این آقایان

علما که دوست ما است، پیشنهاد داد که این کتاب را در این چند روز مجانی عرضه کنیم. من گفتم نمی‌شود؛ اصرار کرد ما هم قبول کردیم. تا قبل از آن روزانه فروش خوبی داشتیم، اما در آن مدتی که مجانی شد باور کنید فروش ما به یک پنجم تقلیل پیدا کرد. مردم از کار مذهبی ارزان خسته شده‌اند. اتفاقاً همان نکاتی که پدر و مادرها می‌خواهند به بچه بفهمانند ولی نمی‌توانند، این فناوری واسط خوبی برای آن است که مفاهیم ارزشی را به مخاطب خودش بفهماند.

من فقط یک نکته دیگر بگویم، آن هم اینکه تجربه‌ای که ما داشتیم نشان داد که ادبیات متعارف بهینه‌سازی شده برای دیوایس‌ها مناسب کار نیست. مجموعه‌ای از نویسندگان مشغول کارند برای تولید داستان‌هایی که اساساً دیجیتال بورن (born digital) باشند. یعنی اگر نویسنده معمولی فکر می‌کند کاغذ و قلمی بردارد و رویش قصه بنویسد، در این حوزه باید از اساس فکر بشود که برای دیوایس‌های دیجیتال چگونه باید داستان نوشت. ناشران باید توجه کنند که اگر می‌خواهند وارد این بازار شوند، باید الزامات تولید را بدانند و بخشی خلاقانه برای تولید در بستر اپلیکیشن‌ها بگذارند.

فصلنامه نقدکتاب

نور و بویان

سال اول، شماره ۳ و ۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۳

۱۶۶