

فصلنامه  
تحلیلی  
پژوهشی  
کتاب مهر

## انتشارات آسان خوان در سوئد

سخنرانی آقای برور اینگمار ترونباک  
مدیر مرکز آسان خوان سوئد

یوسف عابدی  
مترجم  
yabedi@ut.ac.ir

## مقدمه

حقیقتاً مایه خوشحالی است که انتشار متون آسان‌خوان در نقاط گوناگون جهان رو به افزایش است و دنبال کردن آنچه اینجا، در استرالیا، در حال شکل‌گیری است همچنان‌گیز خواهد بود. مایلم درباره تجربه‌مان در سوئد صحبت کنم - هم تجربه‌های مثبت و هم تجربه‌های نه‌چندان مثبت - و امیدوارم برخی از آن‌ها به کار شما بیاید.

## انتشارات آسان‌خوان در سوئد

هدف ما در سوئد ایجاد دسترسی به متون و اخبار است؛ به‌خصوص برای بزرگ‌سالانی که در خواندن مشکل دارند، کم‌سوادند، یا مهارت‌های زبانی چندانی ندارند. انتشار متون آسان‌خوان در سوئد پیشینه‌ای نسبتاً طولانی دارد. کتاب‌های آسان‌خوان از سال ۱۹۶۸ منتشر می‌شوند - هم‌اکنون بیست و پنجمین سالگرد کتاب آسان‌خوان را در سوئد جشن می‌گیریم - و حدود ۳۳۰ عنوان کتاب تا امروز منتشر شده است. در نه سال اخیر یک هفته‌نامه آسان‌خوان به نام ۸ صفحه<sup>۲</sup> منتشر شده است. بنیاد آسان‌خوان<sup>۱</sup>، که من به نمایندگی از آن اینجا حاضرم، از سال ۱۹۸۷ مسئولیت انتشار آسان‌خوان را بر عهده داشته است. فعالیت‌های این بنیاد بر اساس بخشنامه‌های دولت و مجلس سوئد دنبال می‌شود. پیشرفت و توسعه در این زمینه باعث شده مسئولیت‌های گوناگون را در حوزه آسان‌خوان بر عهده بگیریم. در حال حاضر، بنیاد آسان‌خوان شامل انتشارات و هیئت تحریریه، یک نشریه، و یک اداره بازاریابی است که از فعالیت‌های آن فروش کتاب از طریق سفارش پستی و انتشار خبرنامه است و در آن سیستم سفارش پستی را ترویج می‌دهیم. ارائه برخی خدمات مشاوره‌ای را در زمینه آماده‌سازی انواع محصولات آسان‌خوان نیز آغاز کرده‌ایم.

## مایلم در سی دقیقه آینده به این موارد بپردازم:

کمی درباره نیاز به محصولات آسان‌خوان صحبت خواهیم کرد. سپس به تجربه کار با این متون در کشور سوئد می‌پردازم و صحبت خود را با بحث درباره فرایند ویراستاری برای آسان‌فهم کردن یک متن و این سؤال ادامه می‌دهم که آیا امکان یکپارچه کردن نیازهای گروه‌های مختلف وجود دارد یا خیر. همچنین مایلم در این فرصت به نکته‌هایی در زمینه نیاز به اخبار و اطلاعات آسان‌خوان درباره جامعه - به طور کلی - اشاره کنم. در پایان، درباره بازاریابی و مباحث اقتصادی انتشار آسان‌خوان صحبت خواهیم کرد.

## آسان‌خوان چیست؟

لازم است ابتدا مفهومی را روشن کنیم. آسان‌خوان چیست؟ هنگامی که درباره آسان‌خوان (آنچه به آسانی خوانده می‌شود) صحبت می‌کنیم آنچه حقیقتاً منظور ماست آسان‌فهم (آنچه به آسانی فهمیده می‌شود) است. درک معنی واژه‌ها کافی نیست. خواندن باید به دریافت اطلاعات و - مهم‌تر از همه - به تجربه‌ای منجر شود که اندیشه را نیز به حرکت درآورد و باعث تحریک تخیل شود.

## آیا نیازی به آسان‌خوان‌ها وجود دارد؟

بله. من حتی تا آنجا پیش خواهم رفت که ادعا کنم این یک حق دموکراتیک است که هر کس باید به فرهنگ، ادبیات، و اطلاعات دسترسی داشته باشد؛ آن هم به شکلی قابل درک. توانایی خواندن به صورت مستقل به معنای میزان قابل توجهی اعتماد به نفس و فراهم کردن امکان گسترش نگاه انسان‌ها به دنیا برای پیشبرد و هدایت زندگی‌شان خواهد بود.

## متون آسان‌خوان

### آیا کتاب‌های آسان‌خوان متون واقعی هستند؟

شاید برخی این‌گونه نیندیشند. ممکن است عده‌ای محصولات آسان‌خوان را ضعیف‌شده و ساده‌شده تلقی کنند. شاید این گروه حس کنند عادت دادن مردم به متون ساده‌شده به جای تشویق آن‌ها به یادگیری شیوه خواندن کتاب‌های «واقعی» و در نتیجه هماهنگ شدن با جامعه ایده‌چندان جالبی نیست؛ اما برخی معلولیت‌هایی دارند و نمی‌توانند به آسانی متون را مطالعه کنند. اگر کتاب‌های آسان‌خوان نبودند، این افراد از بخش بزرگی از میراث فرهنگی مشترک انسانی محروم می‌شدند. برای دیگران، مثلاً آن‌هایی که عادت به خواندن ندارند، متون آسان‌خوان می‌تواند گشاینده‌افقی نو باشد. متون آسان‌خوان می‌توانند شور و علاقه را تحریک کنند، باعث ایجاد اعتماد به نفس شوند، و فرصتی برای بهبود مهارت‌های خواندن فراهم آورند.

ادعا می‌کنم کتاب‌های آسان‌خوان می‌توانند راه بسیار خوبی برای کسب تجربه، لذت، و هیجان ادبی باشند. کتاب‌های آسان‌خوان باید دست کم به دنبال یکپارچه کردن نیازهای مربوط به سادگی و قابل فهم بودن، به کمک تفسیر ادبی و ویژگی هنری، باشند.

مایلم انتشار محصولات آسان‌خوان را یک گونه‌خاص تلقی کنم که باید با توجه به شایستگی‌های خودش داوری شود. چه کسی می‌تواند از خواندن محصولات آسان‌خوان لذت ببرد؟ گروه‌های هدف کدام‌ها هستند؟

تخمین می‌زنیم که در سوئد سیصدهزار تا پانصدهزار نفر می‌توانند از محصولات آسان‌خوان بهره‌مند شوند. آن‌ها کسانی هستند که خواندن و فهمیدن روزنامه‌ها و کتاب‌های عادی برایشان دشوار است. این گروه بین چهار تا شش درصد جمعیت را تشکیل می‌دهند. همچنین افرادی که معلولیت خواندن دارند و نیز کسانی که به دلایل دیگری توانایی محدودی در خواندن دارند جزء این گروه‌اند.

## گروه‌های زیر را بین گروه‌های هدف می‌گنجانیم:

- کسانی که معلولیت ذهنی دارند (یادگیری برای آن‌ها سخت است و در فهمیدن مشکل دارند)؛
- مبتلایان به آفازی<sup>۴</sup> (قربانیان سکته که توانایی زبانی خود را از دست داده‌اند)؛
- ناشنویان مادرزاد (که زبان اشاره زبان نخست آن‌هاست و از این رو توانایی خواندن آن‌ها محدود است)؛
- مبتلایان به خواندن پری‌پیشی<sup>۵</sup> (کسانی که خواندن و نوشتن برایشان دشوار است)؛
- افراد مسن (افراد نسبتاً سالخورده).

## همچنین خوانندگانی که آموزش ندیده‌اند؛ مانند:

- کسانی که تحصیلات بالایی ندارند؛
  - افرادی که مشکلات اجتماعی دارند؛
  - مهاجران؛
  - تا حدودی محصلان.
- چگونه می‌توان نیازهای گروه‌های مختلف را رفع کرد؟ آیا می‌توان نیازهای گروه‌های مختلف را یکپارچه کرد؟
- بنابر آنچه گفته شد، کتاب‌های آسان‌خوان چندین گروه هدف دارند که توانایی خواندن آن‌ها محدود است.

آیا حقیقتاً می‌توان نیازهای گروه‌های مختلف را یکپارچه کرد؟ این پرسشی است که درباره‌اش بسیار بحث شده است. ما چگونه به این پرسش در سوئد پاسخ داده‌ایم؟ البته نویسنده باید خواننده را در ذهن خود تصور کند. طبیعتاً تفاوت‌هایی بین انواع گوناگون معلولیت وجود دارد. اما آنچه ما بدان دست یافته‌ایم این است که یکپارچه کردن این گروه‌ها مفیدتر از جدا کردنشان است.

معلولان ذهنی را گروهی اصلی در نظر می‌گیریم. ابتدا، آن‌هایی را که معلولیت‌های کم تا متوسط دارند مد نظر داریم. معلولان ذهنی گروهی را تشکیل می‌دهند که بیشترین مشکل را در خواندن دارند و بیش از همه گروه‌ها از تجربه‌های فرهنگی محروم‌اند. در ویرایش اهمیت ویژه‌ای برای معلولان ذهنی قائلیم؛ اما این سخن به آن معنا نیست که از دیگر گروه‌ها غفلت می‌شود. خوانندگان در بسیاری از گروه‌های دیگر یافت می‌شوند. اگر خواندن را برای معلولان ذهنی آسان‌تر کنیم، به طور کلی آن را برای دیگر گروه‌ها نیز تسهیل کرده‌ایم.

### سطوح دشواری

محصولات آسان‌خوان به یک سطح محدود نیستند. نوشته‌های آسان‌خوان برای سطوح متفاوتی مورد نیازند. میان گروه‌هایی که کم‌توانی خواندن دارند نیز تفاوت‌هایی در توانایی خواندن وجود دارد. به خاطر داشته باشید معلولان ذهنی گروهی همگن نیستند، بلکه طیفی وسیع‌اند؛ از افرادی که وضعیت حادی دارند تا کسانی که از هوش معمولی برخوردارند.

این امر مشخصه انتشارات نیز هست. خواندن کتاب‌های آسان‌خوان از خواندن سایر کتاب‌ها ساده‌تر است؛ اما سطح دشواری و همچنین محتوای کتاب‌های آسان‌خوان با هم تفاوت دارد. ما انواع کتاب‌ها را منتشر کرده‌ایم؛ از کتاب‌های بسیار ساده مصور مخصوص افرادی که توانایی‌های خواندن بسیار محدودی دارند تا بازنویسی‌هایی از آثار کلاسیک که به سطح خاصی از مهارت خواندن نیازمندند. ما محصولاتی آزمایشی برای افرادی با معلولیت ذهنی شدید هم تولید کرده‌ایم.

بحث‌هایی در این مورد وجود دارد که کتاب‌ها باید بر اساس سطح دشواری مشخص شوند تا به خوانندگان در یافتن کتاب مناسب کمک کنند. اما ما به این نتیجه رسیده‌ایم که این کار ممکن است باعث سردرگمی بیشتر شود و نوعی زیاده‌روی در راهنمایی باشد.

همان‌گونه که عرض کردم، تفاوت‌های فردی ممکن است بسیار مهم باشد و سطحی از محصولات خواندنی، که خواننده می‌تواند درکش کند، تا حدود زیادی به کمک علاقه او به موضوع مورد نظر تعیین می‌شود. تصمیم گرفته‌ایم، به جای مشخص کردن سطح دشواری، بر توصیف پشت جلد کتاب تأکید کنیم و کتاب‌ها را به طور خاص در کاتالوگ‌ها و امثال آن معرفی و تشریح کنیم.

### قابل فهم بودن و ادراک

راستی درخواست‌های منطقی درباره قابل فهم بودن کدام‌اند و ما از خواندن چه منظوری داریم؟ ماهیت خواندن ممکن است واضح به نظر برسد؛ اما، همان‌گونه که گفتیم، خواندن فقط رمزگشایی واژه‌ها نیست. علاقه و درگیر شدن هنگام خواندن یک داستان دو عنصر بسیار مهم‌اند. کسی که علاقه زیادی به ماشین‌ها و موتورشان دارد، می‌تواند به‌رغم معلولیت خواندن حتی مقالات نسبتاً پیچیده فنی را به طور کلی بخواند و درک کند.

اما آیا خواندن صرفاً به معنای «به‌تنهایی خواندن» است؟ افرادی که معلولیت‌های شدید خواندن دارند ممکن است از خواندن تنهایی یک کتاب مطلب چندانی دستگیرشان نشود. اما بلند خواندن یک کتاب آسان‌خوان در یک گروه می‌تواند تجربه‌ای فرهنگی باشد؛ به‌ویژه خواندن همراه دیگران، به‌منزله گونه‌ای ساده از گذران وقت به طور مشترک، اهمیت بسیاری دارد؛ مثلاً در یک مؤسسه. همچنین این فعالیت می‌تواند فرصتی برای خواندن کتاب‌های کمی دشوارتر باشد که همچنان برای کسانی که معلولیت‌های شدید دارند سودمند است. حتی اگر کسی صددرصد آنچه را خوانده می‌شود درک نکند، خود زمانی که صرف خواندن می‌شود می‌تواند برایش بسیار دلپذیر باشد. شواهد گوناگونی این موضوع را تأیید می‌کنند.

پژوهش‌ها در زندگی روزمره معلولان ذهنی در مؤسسه‌ها یا آپارتمان‌هایی که این افراد به طور گروهی در آن‌ها زندگی می‌کنند نشان داده‌اند پرسنل این مکان‌ها به‌ندرت احتمال می‌دهند که

روزنامه‌ها و کتاب‌ها می‌تواند برای این افراد مفید باشد. در آزمایش‌هایی که در آن‌ها کتاب‌ها تقسیم و زمان خواندن از پیش تنظیم می‌شد نتایج به طور شگفت‌آوری مثبت بود. در بیشتر حالت‌ها، کتاب‌ها به یک دارایی ارزشمند تبدیل شدند. افراد بیشتری از آنچه تصور می‌شد می‌توانستند بخوانند و بسیاری دانشی بیشتر از آنچه انتظار می‌رفت داشتند.

### حوزه‌های علاقه‌مندی

#### افرادی که معلولیت خواندن دارند دوست دارند چه بخوانند؟

شاید پاسخ این پرسش کمی ساده باشد: همان چیزهایی که دیگران به آن‌ها علاقه دارند؛ مثلاً معلولان همان‌قدر به عشق و هیجان علاقه‌مندند که انسان‌های عادی. اما آنچه می‌دانیم این است که بزرگ‌سالان مایل‌اند دربارهٔ موضوعات مربوط به خودشان مطلب بخوانند. کتاب‌های آسان‌خوان باید متناسب با سن افراد باشند.

انتشار کتاب‌های آسان‌خوان در سوئد در دوره‌ای آغاز شد که درگیری اجتماعی شدیدی وجود داشت؛ در زمانی که افرادی با همتی بلند قصد کردند متونی را برای کسانی که کم‌توانی خواندن دارند فراهم کنند. باید اعتراف کرد این تلاش منجر به انتشار کتاب‌هایی فوق‌العاده اما کمی کسالت‌آور شد. اثر این تلاش مدت زیادی باقی ماند. پس نیازی نیست محصولات بسیار آموزنده یا خیلی فرهنگی باشند. علاوه بر آثار ادبی کلاسیک خوب، به کتاب‌های سرگرم‌کننده و قابل فهم هم نیاز داریم.

### اهداف انتشار چیست؟

در سوئد می‌کوشیم در انتشار متون آسان‌خوان سطح وسیعی را پوشش دهیم، هم در بازنویسی آثار کلاسیک و دیگر کتاب‌هایی که قبلاً به چاپ رسیده‌اند و هم در تولید کتاب‌هایی که به طور



ویژه برای آسان‌خوانی نوشته شده‌اند. کتاب‌ها شامل آثار داستانی و غیر داستانی می‌شوند؛ اما نه آن دسته آثاری که در مدارس تدریس می‌شوند. تلاش می‌کنیم انواع گوناگون داستان را پوشش دهیم؛ رمان، شعر، داستان‌های معمايي، عاشقانه، طنز و... در حال حاضر، پانزده تا بیست کتاب در سال منتشر می‌کنیم که برخی از آن‌ها روی نوار صوتی هستند. همه کتاب‌ها لزوماً مناسب همه خواننده‌ها در همه گروه‌های مخاطب نیستند. حوزه‌های علاقه‌مندی و تجربه خوانندگان تقریباً همان‌قدر برای موفقیت یک کتاب اهمیت دارد که خوانایی و قابل فهم بودن آن‌ها. اما دایره خوانندگان اغلب وسیع‌تر از آنچه انتظار می‌رود نشان داده می‌شود. آنچه از دست ما برمی‌آید این است که مطمئن شویم هر کتابی خواننده خود را می‌یابد و این خوانندگان می‌توانند بین چندین گروه توزیع شوند. این موضوع، بیش از هر چیز، مسئله‌ای بازاریابی است. بعداً درباره بازاریابی محصولات آسان‌خوان صحبت خواهیم کرد. لوگوی «آسان‌خوان» روی کتاب‌هایی که ما آن‌ها را به‌عنوان کتاب‌های آسان‌خوان تأیید می‌کنیم درج می‌شود.

### توصیه‌ها و خط‌مشی‌هایی برای نویسندگان و تصویرگران کتاب

#### چطور خواندن داستانی را برای معلولان ذهنی و سایر مخاطبان آسان می‌کنید؟

وقتی فعالیت‌های آسان‌خوان به‌عنوان پروژه‌ای آزمایشی در پایان دهه شصت قرن بیستم در سوئد آغاز شد، شاید باور بر این بود که خط‌مشی‌هایی مفصل برای آثار آسان‌خوان خواهیم یافت. بنابراین، با تکیه بر پژوهش‌هایی که آن زمان در زمینه خواندن در حال انجام گرفتن بود، تلاش کردیم عوامل خاصی را که منجر به آسان‌خوان کردن متون می‌شوند شناسایی کنیم. با توسعه و پیشرفت دانش و تجربه، اکنون - کم و بیش - چنین تلاش‌هایی را پشت سر گذاشته‌ایم. آزادی نویسنده را بیش از حد محدود نکنید. محدودیت‌های زیادی برای نویسندگان،

تصویرگران کتاب، و عکاسان ایجاد نکنید. این‌ها بدون شک مهم‌ترین درس‌هایی هستند که طی ۲۵ سال کار با کتاب‌های آسان‌خوان آموخته‌ایم. هرگز نباید فراموش کنیم هم نوشتن و هم تصویرگری کتاب کارهایی خلاقانه‌اند که تحت اعمال کنترل شدید نمی‌توانند پیشرفت کنند. برای چنین کاری نمی‌توان یک کتاب راهنمای سخت‌گیرانه نوشت. پدیدآورندگان آثار باید از آزادی قابل توجهی برخوردار باشند.

در اهداف آموزشی و تربیتی هم بیش از اندازه زیاده‌روی نکنید. بگذارید داستان داستان باشد و سرگرم‌کننده و برانگیزاننده باقی بماند تا در قالب آسان‌خوان به نحوی مناسب جواب بدهد؛ همان طور که در سایر تألیفات هم باید این‌طور باشد. انسان‌ها هستند که کتاب‌ها را خلق می‌کنند و انسان‌ها هستند که آن‌ها را می‌خوانند. کتاب‌ها باید سرگرم‌کننده باشند و خواننده را درگیر خود کنند و این را نمی‌توان به شکل یک قالب از پیش تعریف‌شده درآورد یا با بخش‌نامه‌ها به آن سروشکل بخشید. اجازه دهید نویسندگان و سایر افرادی که درگیر کارند چالش‌های کار آسان‌خوان را تجربه کنند. تجربه ما را به سوی تعدادی خط‌مشی یا معیار سوق داده است؛ آن هم درباره آنچه خواندن و فهمیدن یک متن را آسان می‌کند و به یاد داشتن این‌ها مهم است:

- الف) عینی و ملموس بنویسید. از به کارگیری مفاهیم انتزاعی پرهیز کنید.
- ب) منطقی باشید. اعمال باید خط سیر مشخصی را با پیوستگی منطقی دنبال کنند.
- پ) عمل باید سراسر و ساده باشد، بدون مقدمه‌های طولانی و تعداد زیادی شخصیت.
- ت) از زبان نمادین (استعاره‌ها)، که ممکن است خواننده در فهمش اشتباه کند، پرهیزید.
- ث) کوتاه بنویسید. در یک جمله از چندین فعل استفاده نکنید. واژه‌های مربوط به یک عبارت را در یک سطر قرار دهید.
- ج) از واژه‌های دشوار استفاده نکنید؛ اما از زبان بزرگ‌سالانه و درخور شأن بهره بگیرید. اگر

لازم است از واژه‌هایی نامتداول استفاده کنید، باید به طریقی معنی‌شان را توضیح دهید. (چ) حتی روابط تا حدی پیچیده را می‌توان تشریح کرد و توضیح داد؛ در صورتی که این کار به شیوه‌ای ملموس و منطقی انجام شود، بدین صورت که رویدادها در چارچوب زمانی طبیعی رخ دهند. اگر این توصیه‌های کلی دنبال شوند - ساخت ملموس و منطقی داستان، خط سیر مشخص در داستان، و ... - می‌توانیم به طور قابل ملاحظه‌ای مشکلات انسان‌هایی را که معلولیت ذهنی (کم تا متوسط) دارند کاهش دهیم. و ما بر این باوریم که این نوع قابلیت فهم کار سایر گروه‌هایی را که در خواندن مشکل دارند آسان می‌کند و این نوعی سادگی است که لزوماً باعث به هم خوردن تمرکز نمی‌شود.

خواندن کتاب خوش‌ساختی که به زبان ساده نوشته شده واقعاً می‌تواند برای هر کسی تجربه‌ای خوشایند باشد. علاوه بر این:

(ح) نویسندگان و تصویرگران کتاب را تشویق کنید گروه‌های هدف خود را بشناسند و درباره‌ی کم‌توانی در خواندن اطلاعات بیشتری کسب کنند. اجازه دهید با خوانندگان ملاقات کنند. این امر امکان کار کردن را با در نظر داشتن شرایط و تجربه‌های آنها فراهم می‌کند.

(خ) محصولات را آزمایش کنید. برای اطمینان از اینکه محصولات به‌خوبی نقششان را ایفا می‌کنند بهتر است، پیش از چاپ، آنها را روی تعدادی از افراد گروه هدف آزمایش کنید

نگارش به زبانی ساده ممکن است بسیار دشوار باشد. چنان که نویسنده سوئدی، بنگت اریک هدین<sup>۷</sup>، در کتاب آنچه آسان است و آنچه دشوار<sup>۸</sup> به‌خوبی شرح داده است (اکنون ترجمه انگلیسی این کتاب نیز موجود است)، این کار نوعی مبارزه‌طلبی است. نوشتن به قصد آسان‌خوانی حرکت روی لبه تیغ و بندبازی بین ساده‌نویسی و نگارش پیش‌یافته و مبتذل است. اما در نقل کوتاه یک داستان هر واژه آشکارتر

می‌شود و اهمیت بیشتری می‌یابد. آنچه مهم است این است که داستان خوبی برای گفتن داشته باشیم. شاید بازنویسی متون موجود برای تولید کتاب آسان‌خوان بسیار دشوار باشد. مسئله فقط خلق یک متن آسان‌خوان نیست. حفظ فضا و احساس متن اصلی نیز مهم است و اینکه بتوان ردپای نویسنده اصلی را در نسخه آسان‌خوان پیدا کرد. اما بازنویسی همیشه یک روایت مجدد است، نه یک ترجمه.

### اهمیت تصاویر

**همه ما می‌دانیم یک تصویر بسیار گویاتر از هزاران واژه است.**

اکثر کتاب‌های آسان‌خوان ما - البته نه همه آن‌ها - شامل عکس‌ها یا نقاشی‌هایی هستند که متن را تقویت می‌کنند. برخی کتاب‌ها در قالب داستان‌های مصور بهتر شرح داده می‌شوند. تصاویر در کارهای آسان‌خوان اغلب نقشی مهم‌تر از دیگر کتاب‌ها دارند. عکسی که آنچه را در متن توصیف شده به طور ملموس به تصویر بکشد قدرت فهم را ارتقا می‌دهد و پیام متن را شفاف می‌کند.

اما شاید تصویر بعد دیگری نیز به متن اضافه کند. در زمینه نحوه استفاده از تصاویر انتزاعی در کارهای آسان‌خوان بسیار بحث شده است. تجربه ما حاکی از آن است که تصاویر انتزاعی می‌توانند برای مخاطبان آسان‌خوان، مانند معلولان ذهنی (که دنیا را به طور عینی درک و تفسیر می‌کنند)، بسیار مفید باشند؛ مثلاً یک تصویر انتزاعی می‌تواند فضایی را که در متنی توصیف شده بیان کند، باعث تقویت احساس شود، و ...

اما تصویر باید با متن هماهنگ باشد. تصویری که خواننده را به اشتباه بیندازد یا احساسی را که متن منتقل می‌کند انتقال ندهد گیج‌کننده است و خواندن را برای کسانی که مشکلات جدی در خواندن دارند دشوارتر می‌کند.

## طراحی کتاب

ظاهر کتاب هم مهم است. ما می‌خواهیم کتاب‌های آسان‌خوان محصولاتی درجه یک باشند؛ نه فقط از لحاظ محتوا، بلکه از این نظر که شبیه کتاب‌های «واقعی» برای بزرگ‌سالان باشند. علاوه بر این، جلد کتاب باید به‌وضوح نشان دهد کتاب درباره چیست، با این امید که خواننده را جذب کند. شخصی که عادت به خواندن ندارد اغلب کتاب‌ها را بر اساس طرح جلدشان انتخاب می‌کند و اگر کتاب بیش از حد بچگانه به نظر برسد مسئله بغرنج می‌شود.

## امور چاپ و نشر. قضاوت درباره محصولات آسان‌خوان

همان‌گونه که عرض کردم، تصمیم گرفته‌ایم انتشارات خودمان را راه‌اندازی کنیم و در یک سال اخیر خودمان اکثر کتاب‌های آسان‌خوان را منتشر کرده‌ایم.

## امور انتشارات عملاً چگونه انجام می‌پذیرند؟

**ویرایش و چاپ و نشر شامل گام‌های زیر است:**

الف) شروع پروژه‌های جدید. این گام می‌تواند شامل موارد زیر باشد: تعیین اولویت‌ها، تماس با نویسندگان و سایر افراد مرتبط، و ترتیب دادن سمینارها به منظور ایجاد علاقه به کتاب‌های آسان‌خوان. اما نویسندگان و تصویرگران کتاب اغلب با ایده‌ها، چکیده‌ها، یا پیشنهادهای خود وارد می‌شوند. در اغلب مواقع، نویسندگان و تصویرگران کتاب حقوقی معین برای کار اضافه‌ای که در جریان انتشار کتاب‌های آسان‌خوان انجام می‌دهند دریافت می‌کنند (دو هزار تا سه هزار دلار استرالیا).  
ب) حین انجام کار، ویراستاران از طریق مواد اطلاعاتی، مثال‌ها، و جلسه‌هایی با خوانندگان نکاتی را به نویسندگان و تصویرگران گوشزد می‌کنند.

پ) نوشته‌ها بررسی می‌شوند. ویراستاران، اغلب، با نویسندگان و تصویرگران کتاب حین کار ملاقات می‌کنند تا درباره‌ی کار بحث کنند. گاه توصیه‌ها و پیشنهادهایی برای تغییر ارائه می‌دهند. اثر آماده‌شده را می‌توان توسط خوانندگان آزمایش کرد.

ت) هنگامی که ویراستاران، نویسندگان، و تصویرگران کتاب توافق حاصل می‌کنند که محصول به حد کمال خود رسیده است قرارداد می‌امضا می‌شود و طبق آن حق تألیف‌های متعارف پرداخت می‌شود.

تصمیم‌های مختلف درباره‌ی انتشار در این مرحله گرفته می‌شود و گاهی امکان دارد پروژه‌ای خاتمه یابد.

ث) از طراحان برای اجرای طرح‌های گرافیکی و تولید دعوت می‌شود.

ج) در پایان، با یک چاپخانه تماس برقرار می‌شود.

چ) پس از آن، ارزشیابی انجام می‌گیرد.

واضح است که برقراری تماس با سازمان‌های مربوط به معلولان یا دیگر نمایندگان که مخاطبان هدف را به‌خوبی می‌شناسند مهم است. در مراحل آغازین شاید ایده‌ی خوبی باشد که یک کارگروه یا هیئت تحریریه تشکیل شود تا از دانش و تجربه‌ی جمعی در کار ویراستاری و چاپ و نشر استفاده شود. نویسندگان، تصویرگران کتاب، و کتابداران باید در این گروه حضور داشته باشند. از مسائل حوزه‌ی بازاریابی نیز نباید غفلت کرد.

### اطلاعات خبری آسان‌خوان

همان‌طور که عرض کردم، مایلم از این فرصت استفاده کنم تا نکاتی را درباره‌ی اطلاعات

آسان‌خوان بیان کنم.

## مطبوعات آسان‌خوان

مایه خوشحالی بسیار است که می‌شنویم در استرالیا به انتشار یک مجله آسان‌خوان علاقه‌مندی وجود دارد و امیدوارم به زودی این کار محقق شود. به گمان من این ایده بسیار عالی است. معتقدم اطلاعاتی که به‌راحتی فهمیده می‌شوند باید در همه کشورهای وجود داشته باشند. شاید حتی این مسئله بیشتر مربوط به حقوق دموکراتیک باشد تا مربوط به کتاب. از دیدگاه دموکراتیک، اینکه همه افراد قادر باشند اطلاعاتی درباره اوضاع و احوال جامعه دریافت کنند اهمیتی حیاتی دارد. افراد باید مطلع و آگاه باشند تا بتوانند حقوق دموکراتیک خود را به دست آورند و در زندگی خود تأثیرگذار باشند. بینش‌ها پایه و اساس باورها را تشکیل می‌دهند و البته این موضوع با کیفیت زندگی نیز ارتباط دارد. در زمینه اطلاعات خبری، تجربه ما در سوئد نشان می‌دهد بسیاری از مردم در فهمیدن کانال‌های خبری رایج مشکل دارند. مقالات روزنامه‌ها بسیار طولانی‌اند، به زبانی بسیار دشوار نوشته شده‌اند، حاوی تعداد زیادی واژه تخصصی‌اند و فرضشان بر این است که خواننده اطلاعات پایه‌ای و پیش‌زمینه را در اختیار دارد تا آن گزارش را بفهمد. اخبار تلویزیون با چنان سرعت بالایی به سمت ما پرتاب می‌شوند که عده‌ای از آن جا می‌مانند.

علاوه بر افرادی که گونه‌ای کم‌توانی خواندن دارند، گروه‌های دیگری هم در فهم جریان معمول اخبار مشکل دارند. دیگر گروه‌هایی که به اخبار آسان‌فهم نیاز دارند عبارت‌اند از افراد مسن، کسانی که تحصیلات بالایی ندارند، و همچنین مهاجران و بچه‌ها و جوانان. پس می‌توان گفت مخاطبان اخبار آسان‌فهم حتی جمعیتی بزرگ‌تر از مخاطبان کتاب‌ها را تشکیل می‌دهند. این موضوع نقطه اشتراک نیازهای کودکان و بزرگسالان نیز هست؛ مثلاً هفته‌نامه ۸ صفحه در سوئد هم برای بچه‌های محصل در گروه سنی ده تا دوازده سال، هم برای بزرگسالان با تحصیلات پایین، و هم برای کسانی که در حال فراگیری زبان سوئدی‌اند عملکرد بسیار خوبی داشته است.

## هفته‌نامه ۸ صفحه

۸ صفحه یک خبرنامه هفتگی است. هدف آن بوده که این نشریه هفته‌نامه‌ای عمومی با حال و هوای نشریات روزانه باشد. این نشریه حاوی همان مطالبی است که در روزنامه‌های رایج یافت می‌شود، با این تفاوت که شکلی کوتاه‌تر و ساده‌تر دارد.

هفته‌نامه ۸ صفحه شامل اخبار داخلی و خارجی، ورزشی، فرهنگی، و سایر اخبار است؛ دقیقاً مانند روزنامه‌ها. مقالات آن کوتاه‌اند و به زبان سوئدی ساده نوشته شده‌اند و اغلب مطالب آن مصورند. بنیاد آسان‌خوان نشریه ۸ صفحه را منتشر می‌کند؛ اما این نشریه هیئت تحریریه مستقلی دارد. برخی مطالب این نشریه داخل هیئت تحریریه تولید می‌شوند، در حالی که برخی دیگر از مطالب از آژانس‌های خبری، روزنامه‌ها، و رسانه‌های گوناگون گرفته می‌شوند.

## کار روزنامه‌ای

کار روزنامه، برخلاف انتشار کتاب، مبتنی بر حفظ مفهوم طراحی موجود و حفظ سطح دشواری زبان و محتوای مقاله است. هدف آن بیان اخبار است. حتی رویدادهایی که توضیح آسان آن‌ها دشوار است باید گزارش شوند.

عناصری که خواندن یک مقاله خبری را آسان می‌کنند اساساً همان عناصری‌اند که در مورد کتاب‌ها وجود دارند. استفاده از تیتراهای خبری هوشمندانه، عبارات فنی، و زبان نمادین در روزنامه‌های استاندارد معمول است. اما در یک روزنامه آسان‌خوان باید از این موارد اجتناب کرد. استفاده از گونه مناسب تصاویر هم بسیار مهم است. همچنین طراحی تمیز و ساده از اهمیت بالایی برخوردار است.

روزنامه‌های استاندارد اغلب مملو از انواع وقایع‌اند؛ در حالی که مطالب موجود در هفته‌نامه ۸ صفحه بر درج اخبار در یک زمینه موضوعی و فراهم کردن پیش‌زمینه و توضیحات متمرکز است.



توضیح برخی مسائل طولانی و پیچیده به طور خلاصه بسیار دشوار است. فعالیت‌های ویژه و امثال آن یکی از راه‌های انجام دادن این کار است؛ مثلاً ما در حال برنامه‌ریزی برای تولید یک ویژه‌نامه دربارهٔ جامعهٔ اروپا - برخلاف پیش‌زمینهٔ مخاطبان سوئدی - هستیم. همهٔ اخبار را نمی‌توان ساده توضیح داد. اما آیا می‌توان انتظار داشت همهٔ خوانندگان هر آنچه را در یک روزنامه چاپ می‌شود درک کنند؟ انصافاً چند نفر همهٔ مطالب یک روزنامه را درک می‌کنند و واقعاً چند نفر به همهٔ موضوعات علاقه‌مندند؟ هفته‌نامهٔ ۸ صفحه‌شکل خود را با آزمون و خطا پیدا کرده و موضوع پژوهش‌هایی هم قرار گرفته است. دو سال نخست دوره‌ای آزمایشی بود که ارزشیابی دائم در این دوره انجام می‌شد. در همان حین که تجربهٔ جدیدی کسب می‌کردیم، هفته‌نامه بر آن مبنا اصلاح می‌شد. پس از اینکه هفته‌نامهٔ ۸ صفحه‌شکل خود را پیدا کرد، تبدیل به الگویی برای دیگر روزنامه‌های آسان‌خوان در نروژ، فنلاند، و ایتالیا شد.

### اطلاعات آسان‌خوان دربارهٔ جامعه

علاوه بر اطلاعات خبری، دسترسی همگانی به اطلاعات در زمینهٔ جامعه و دولت نیز حائز اهمیت است؛ مثلاً اطلاعات مسئولان امور و اطلاعات انتخابات و حقوق و مسئولیت‌های شهری. من این‌طور فهمیده‌ام که کشور استرالیا راه درازی در زمینهٔ اطلاعات آسان‌خوان مربوط به جامعه طی کرده است. در کشور من، نیاز روزافزون به اطلاعات اجتماعی آسان‌خوان دیده می‌شود. این امر نتیجهٔ دو چیز است: اول اینکه وضعیت کم‌توانان بهبود پیدا کرده است و اصولاً مسئولان باید دست کم اطلاعاتی به صورت قابل فهم برای همهٔ شهروندان فراهم کنند؛ یعنی اطلاعاتی روی نوار کاست برای نابینایان و اطلاعات آسان‌خوان برای افرادی که مشکلاتی در خواندن دارند. دوم اینکه در چند سال اخیر یک فرایند تمرکززدایی در جریان بوده که هدفش واگذاری تصمیمات دربارهٔ سطوح خدمات به سطحی محلی تا حد ممکن بوده است. همهٔ دفاتر محلی باید اطلاع‌رسانی به شهروندان را

وظیفه خود تلقی کنند. از این نکته یاد می‌کنم؛ زیرا باور دارم نیاز به آسان‌خوان را به تصویر می‌کشد و نشان می‌دهد مسائل پیرامون آسان‌خوانی چیزهایی عجیب و غریب نیستند، بلکه باید بخشی طبیعی از هر جامعه به حساب آیند.

## بازاریابی

### بازاریابی الزامات خاصی دارد

تجربه ما بیانگر این است که انتشار متون آسان‌خوان همه کار نیست. حجم زیادی از کار نوشتن یک کتاب آسان‌خوان و سپس طی کردن مراحل تولید است. اما نشر فقط نیمی از کار است. متأسفانه یک محصول خوب خودبه‌خود به فروش نمی‌رود و باید برایش بازاریابی کرد؛ و بازاریابی هم الزامات خاصی دارد. چگونه می‌توان برای محصولی ساخته‌شده از واژگان نزد مردمی که به‌ندرت مطالعه می‌کنند یا به کتابخانه و کتابفروشی سر می‌زنند بازاریابی کرد؟

در بازاریابی، پیش از اینکه به نقطه فروش برسیم، آنچه اهمیت دارد این نکته است که تمایل به خواندن و مطالعه را در مخاطبان ایجاد کنیم؛ هم بین کسانی که کم‌توانی خواندن دارند و هم میان افراد پیرامون آن‌ها، از جمله بستگان، کارکنان، و ... . اغلب پیش از دسترسی به خود خواننده باید به واسطه‌ها مراجعه کنیم.

## واسطه‌ها

یکی از تجربه‌های مهم در بازاریابی این است که وقتی افرادی با معلولیت‌های فرهنگی شدید و توانایی محدود در جهت بیان علایق خود (معلولان ذهنی، افرادی که معلولیت‌های اجتماعی دارند، و ...) را به عنوان هدف انتخاب می‌کنیم، دیگر بازاریابی سنتی کافی نیست. اطلاع‌رسانی، ایجاد انگیزه،

و اثرگذاری بر گرایش‌ها نیز در کنار بازاریابی اهمیت می‌یابد. تا هنگامی که به این سطح دست پیدا نکنیم، تلاش‌های بازاریابی - مثلاً به شکل تبلیغات - نمی‌تواند مؤثر واقع شود. تماس شخصی نیز در تعامل با کسانی که معمولاً مطالعه نمی‌کنند بسیار مهم است. بنابراین، نوعی واسطه مورد نیاز است تا به این افراد دسترسی پیدا کنیم. ما دریافته‌ایم که برای دستیابی به اطلاعات مؤثر و ثبات در بازاریابی به یک سازمان واسطه نیاز داریم که به طور محلی و منطقه‌ای برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی، یا آموزشی تثبیت شده ارائه دهد و وظیفه آن برقراری ارتباط با خوانندگان بالقوه باشد. در سال اخیر، پروژه‌ای برای توسعه سازمان واسطه‌ای جدید و پیشرفته در حال اجرا بوده است.

### فروش کتاب از طریق سفارش پستی

مایلم درباره فروش کتاب‌های آسان‌خوان از طریق سفارش پستی، که ما در حدود یک سال گذشته به آن پرداخته‌ایم، نکاتی بیان کنم. روش کار بسیار شبیه یک باشگاه کتاب است؛ با این تفاوت که حداقل خریدی تعریف نشده است. یک خبرنامه، که تقریباً ۲۵ کتاب آسان‌خوان را معرفی می‌کند، چندین بار در سال منتشر می‌شود. کتاب‌هایی که در کاتالوگ ارائه می‌شوند از طریق سفارش پستی قابل خریدند. این کاتالوگ همچنین حاوی اطلاعاتی است که واسطه‌ها استفاده می‌کنند. دلیل اینکه سرویس سفارش پستی را راه‌اندازی کردیم این بود که افرادی که در خواندن مشکل دارند به ندرت به کتاب‌فروشی‌ها سر می‌زنند؛ اما این دلیل نیز وجود داشت که خرده‌فروشان علاقه چندانی به حمل کتاب‌های آسان‌خوان نداشتند. چون این کتاب‌ها بازاری کوچک با سود کم دارند. خود کاتالوگ کتاب نقش مطالب آگاهی‌بخش را درباره انتشار کتاب در زمینه‌های مختلف ایفا می‌کند. پس از سپری شدن دوره تثبیت، فروش کتاب از طریق سفارش پستی بسیار خوب گسترش یافت و در سال گذشته سودآور بود.

## سایر رسانه‌ها: رادیو، تلویزیون، ویدئو

مایلم دربارهٔ دیگر رسانه‌ها به اختصار نکته‌هایی مطرح کنم. بنا ندارم مواد آسان‌خوان را به رسانه‌های چاپی محدود کنم. رادیو و تلویزیون نیز به برنامه‌هایی که فهمشان آسان باشد نیاز دارند؛ مانند برنامه‌هایی به سبک مطالب مجله. رسانهٔ ویدئو در ارتباط با افرادی که مشکلات جدی در خواندن و فهمیدن دارند مزایایی دارد. هم‌اکنون در سوئد در حال آزمایش کردن کتاب‌های ویدئویی و بحث در زمینهٔ پروژه‌های چندرسانه‌ای هستیم.

## سازمان

همان‌طور که مشاهده کردید، ما در سوئد در حال به هم پیوند دادن انتشار مطالب آسان‌خوان و آسان‌فهم در یک سازمان هستیم؛ یعنی در بنیاد آسان‌خوان LL با حدود دوازده کارمند. این سازمان به ما چندین منفعت می‌رساند. در چارچوب آیین‌نامه‌های خود مستقل هستیم. می‌توانیم با سرعت و با حداقل کاغذبازی اداری کار کنیم. کنترل همهٔ گام‌های فرایند انتشار را در اختیار داریم، از تولید تا فروش. با کنار هم قرار دادن طیف وسیعی از مهارت‌های ویژه و دانش‌های گوناگون می‌توانیم منبعی برای محصولات آسان‌خوان باشیم.

## مباحث اقتصادی و مالی

آیا مبنای اقتصادی منطقی برای انتشار کتاب‌ها و روزنامه‌های آسان‌خوان وجود دارد؟ یا این کار فعالیتی است که فقط به کمک یارانه‌های دولتی یا کمک‌های خیریه قابل انجام شده است؟ گردش مالی انتشارات ما در سوئد معادل دو میلیون دلار استرالیاست؛ کمی کمتر از یک میلیون دلار برای کتاب‌های آسان‌خوان و کمی بیش از یک میلیون دلار برای هفته‌نامهٔ ۸ صفحه.

انتشارات ما منابع مالی خود را رأساً تأمین نمی‌کند و از آنجا که کار ما بخشی از سیاست فرهنگی دولت محسوب می‌شود نیازی به این نیست که همه منابع مالی مان را خودمان تأمین کنیم. منابع مالی انتشارات به کمک درآمد حاصل از فروش و یارانه‌های دولتی تأمین می‌شود. اما آیا شرایط تأمین داخلی منابع مالی وجود دارد؟

بله، عقیده داریم این نظر کاملاً واقع‌بینانه است. اکثر عناوین کتاب‌های ما هزینه‌های خود را با فروش حدود دوهزار نسخه پوشش می‌دهند. در حال حاضر، ما به این ارقام فروش نمی‌رسیم؛ اما یکی از دلایل تأثیرگذار رکود شدید است که فروش را تحت الشعاع خود قرار داده است. این نکته را می‌توانم ذکر کنم که چند سال پیش، فروش سه‌هزار تا پنج‌هزار نسخه برای کتاب‌های آسان‌خوان غیر معمول نبود.

هفته‌نامه ۸ صفحه پانزده‌هزار مشترک داشت. در حال حاضر، مشترکان این هفته‌نامه ۶۵۰۰ نفر هستند. همتای نروژی آن، کلار تاله<sup>۱</sup> [به معنای صدای شفاف]، بهتر عمل کرده است و اکنون ده‌هزار مشترک دارد. اینجا، در استرالیا، وضعیت شما با توجه به پایگاه جمعیتی – که دو برابر سوئد است – به مراتب بهتر است. همچنین به دلیل مزایای انتشار به زبان انگلیسی و فرصت همکاری با کشورهای دیگر از وضعیت مناسب‌تری برخوردارید.

## سخن پایانی

مایلم سخنانم را با آرزوی بهترین موفقیت‌ها برای شما به پایان برسانم. امیدوارم برخی از تجربه‌های ما در سوئد مفید واقع شود و امیدوارم در آینده بتوانیم ارتباط بیشتری بین کشورهایمان برقرار کنیم.

1. The publishing of easy-to-read in Sweden
2. 8 SIDOR
3. LL
4. Aphasia
5. Dyslexia
6. Easy-to-read (ETR)
7. Bengt Erik Hedin
8. The Simple and the Difficult
9. Klar Tale