

۶. ویژگی عمده ناشران دولتی چیست؟

۷. ارزش را در کار فرهنگی ناشران چگونه تعیین می‌کنید؟

۸. چرا در نشر وابسته به دولت، انگیزه کم است؟

۹. ناشران دانشگاهی چه جایگاهی در نشر دارند؟

۱۰. خودناشری چه پیامدهای فرهنگی دارد؟

تاریخچه نشر کتاب



سرشت نشر به گونه‌ای است که با عاملهای بسیاری پیوند دارد، اما از میان آنها پیوند با دو عامل نزدیکتر است:

۱. تغییر و تحولات اجتماعی، که بر فرهنگ جامعه و مردم تأثیر عمیق می‌گذارد؛

۲. تغییر و تحولات فنی که معمولاً شیوه‌های تکثیر را دگرگون می‌سازد. بررسی تاریخ نشان می‌دهد که هرگاه این دو عامل با هم جمع شده‌اند، در روشهای انتقال تحول روی داده است. در سه دوره تاریخی بشر، این دو عامل با هم جمع شد و تأثیرهای عمیق خود را به جا گذاشت. این سه دوره عبارت است از:

۱. دوره پیدایش خط، در چند هزاره قبل از میلاد، در بین‌النهرین، مصر و چند جای دیگر؛

۲. دوره پیدایش چاپ، همزمان با عصر رنسانس در اروپا؛

۳. دوره انقلاب ارتباطی، اطلاعاتی و الکترونیکی در سالهای پایانی سده ۲۰ م.

پیشینه نشر

آغاز نشر را می‌توان زمانی دانست که خط از انحصار طبقه و گروه اجتماعی بخصوصی خارج شد و ابزار عمومی ارتباط قرار گرفت، ابزاری برای ثبت معاملات و پیشینه‌های حقوقی، وسیله‌ای برای مکاتبه، صدور فرمان و مانند آنها؛ اما پس از رواج نسبی خط در جامعه، نوشتن رایج نشد، در انحصار طبقات یا لایه‌های

اجتماعی خاصی قرار گرفت و کاربرد آن در محیط‌های کاملاً بسته و محدودی چون دربار شاهان، حوزه‌های دینی، جرگه رازورانۀ کاهنان، جمع محدود بازرگانان، و در میان عده انگشت‌شمار دیوانیان و دبیران دولتی باقی ماند.

کتاب یکی از رسانه‌های عمده ارتباطی است، و نشر یا انتشار به قصد چرخش و گردش رسانه‌های ارتباطی در سطح جامعه و انتقال و اشاعه اطلاع و دانش است. انتشار کتاب، اشاعه گسترده یکی از سهلترین و مؤثرترین رسانه‌هاست؛ اما پس از پیدایش خط، همه رسانه‌های مکتوب قابل اشاعه نبود. کتیبه سنگی را نمی‌شد در جامعه چرخاند، لوحه‌های گلی بسادگی قابل حمل و نقل نبود، آثار چرم‌نوشته را آسان نمی‌شد جابه‌جا کرد. حتی پس از اینکه کاغذ کاربرد پیدا کرد و بعضی نوشته‌ها مکتوب و به صورت کتابهای کنونی تجلید شد، کتاب در اختیار همه افراد جامعه قرار نگرفت. گرانبهایی، محدودیت نسخه، معدود بودن باسوادان، نبودن امکانات عرضه کتاب به همه، از جمله مانعایی بود که اجازه نمی‌داد کتاب به صورت گسترده در جامعه پخش شود، و نشر به معنای درست کلمه مفهوم و مصداق پیدا کند. حتی در عصر تمدن اسلامی، که در مقام مقایسه با سایر تمدنهای گذشته جهان، کتاب و امکانات کتابت بمراتب بیشتر در اختیار جامعه قرار داشته، و در کتابخانه‌های وقفی فراوانی به روی مردم باز بوده است، کتاب به معنای امروزی در تمدن اسلامی منتشر نمی‌شده است.

نشر به معنای امروزی آن، پس از اختراع و رواج چاپ پدید آمد. تاریخ نشر در جهان از زمانی آغاز شد که نوشتن ابعاد گسترده‌ای یافت، نوشته‌ها مخاطبان وسیعی یافت، آثار کتبی چاپ شده وارد متن جامعه شد، بخشی از مردم جهان، بالفعل، و سایر مردم جهان، بالقوه، امکان یافتند با رسانه ارتباطی ساده‌ای روبه‌رو شوند. ذهنیت شفاهی، که ویژگی عصر ارتباطات رودررو و انتقال سینه به سینه و از طریق حافظه بود، بتدریج باید جای خود را به ذهنیت دیگری می‌سپرد که اساس آن را آثار کتبی تشکیل می‌داد. این انتقال، که به سبب تحولات فرهنگی و کتبی صورت گرفته بود، انتقال و عمل ساده‌ای نبود؛ رویدادی بود که فرهنگ بشری را به

دوره جدیدی وارد کرد، و کسانی که از این انتقال با صفت «انقلابی» یاد می‌کنند، نه مبالغه می‌کنند نه غلو.

نشر در اواخر سده‌های ۱۵ تا ۱۸ م

از نخستین کسی که پس از گوتنبرگ و همکاران او در تاریخ نشر باید نام برد، یوهان رینمان^۱ (در گذشته ۱۵۲۲) است. او اهل آوگسبورگ آلمان بود. پس از آشنایی با چاپ به نشر کتاب روی آورد و حدود دو‌یست کتاب منتشر ساخت. از او می‌توان با عنوان ناشر واقعی یاد کرد، زیرا هیچ کدام از این کتابها را خود چاپ نکرده بود.

پس از رینمان، عده دیگری نیز به نشر کتاب علاقه‌مند شدند، و در اواخر سده ۱۵ م چند مؤسسه انتشاراتی در برخی از شهرهای اروپای مرکزی و غربی به فعالیت انتشاراتی پرداختند. پیشینه‌ها نشان می‌دهد که در آن سالها برای کتاب تبلیغ می‌کردند، برای کتابهای تازه انتشار فهرست تدارک می‌دیدند، و کتابها را در بازارها، مراکز فروش، و در مسیر راههای بازرگانی می‌فروختند. از این نشانه‌ها پیداست که کتاب در اواخر سده پانزدهم به میان بخشهایی از جامعه و مردم راه پیدا کرده است. اما در آن سده، نشر هنوز به فعالیتی کاملاً مستقل تبدیل نشده بود. چاپگران، خود ویراستار، حروفنگار، ناشر، پخشگر و فروشنده کتاب بودند. کتاب در نسخه‌های اندک‌شمار منتشر می‌شد و نشر از لحاظ اقتصادی سودآور نبود. اگر اهتمامها و علاقه‌های شخصی چاپگران، کمکهای مالی و معنوی حامیان و عوامل مساعد دیگر نبود، نشر کتاب پا نمی‌گرفت. البته از تأثیر و قدرت نفوذ جنبشهای فکری و دینی غافل نباید شد. حامیانی که سرمایه‌های خود را در راه نشر کتاب به کار می‌انداختند، انگیزه‌هایشان از اوضاع و احوال فکری، اجتماعی، و به طور کلی از محیط خارجی تأثیر می‌گرفت.

در سده‌های ۱۶ و ۱۷ م مرکز نشر کتاب از ایتالیا و آلمان به فرانسه و هلند

1. Johan Rynmann

و برخی کشورهای دیگر اروپا انتقال یافت. در قرن ۱۷ م سه عامل دیگر بر نشر تأثیر گذاشت:

۱. به میان آمدن موضوع حق نشر؛

۲. پیشرفت در فنون چاپ و صحافی؛

۳. آغاز انتشار مجلات علمی- تخصصی و نشریات علمی مراکز علمی.

این سه عامل به صورت مستقیم و غیرمستقیم با مسائل نشر پیوند داشت و هر یک به سهم خود نشر را تحت تأثیر قرار داد.

در سده ۱۸ م امریکا به صورت فعال وارد صحنه نشر شد و قانونی تازه، اما پرتوان و مؤثر، برای انتشار کتاب ایجاد گردید که تأثیر فراوانی در دنیای انگلیسی‌زبان داشت. فنون چاپ هم در آن سده قدری پیشرفت کرد و نوآوریهای صنعتی امریکا، هر چند اندک، اما به سهم خود تأثیر گذاشت.

به طور کلی از اواخر سده ۱۵ تا پایان سده ۱۸ م تحولات عمده‌ای که صورت گرفت، اجمالاً از این قرار است:

- تفکیک وظایف نشر از چاپ و کتابفروشی؛

- بارزتر شدن نقش پدیدآورندگان در پدید آوردن کتابها؛

- تأثیر پیشرفتهای فنی چاپ بر نشر کتاب؛

- برانگیخته شدن فعالیتهای فرهنگی بر اثر جنبشهای فکری، دینی، سیاسی،

اجتماعی؛

- تأثیر جنبشهای علمی و تشکیل پژوهشگاهها و انجمنهای علمی در سده

۱۷ م، به‌ویژه بر انتشار مجلات و مطبوعات علمی؛

- تأسیس شماری مؤسسه نشر فعال و بزرگ در اروپای مرکزی، غربی و

به‌ویژه در هلند؛

- پدید آمدن نشر حرفه‌ای به صورت فعالیتی نهادین و مستقل؛

- مجادله و کشمکش میان پدیدآورندگان و ناشران با دستگاههای کلیسایی و

دولتی بر سر سانسور و تفتیش عقاید، به بحثها و دیدگاههایی انجامید که در تاریخ

آزادی اندیشه دوره‌ای است بی‌همتا؛

- فعال شدن نشر کتاب در آلمان و تبدیل شدن شهر فرانکفورت به مرکز کتاب پس از جنبش اصلاحات دینی، که از آلمان آغاز گردید؛

- ورود انگلستان در عصر زرین الیزابت اول به دوره شکوفایی نشر؛

- ورود فعالانه امریکا به عرصه نشر از سده ۱۸ م؛

- افزایش سوادآموزی و اشاعه دانش در سطحی گسترده‌تر و عمومی‌تر؛

- تأسیس کتابخانه‌های عمومی بسیار و رونق گرفتن کتابخوانی.

این عوامل و عوامل مساعد دیگر، مستقیم و غیرمستقیم بر نشر کتاب تأثیر گذاشت، و نشر را که در آغاز فقط به چاپ کتاب در تعدادی نسخه محدود بود، به فعالیت فرهنگی، فکری و علمی گسترده‌ای با تأثیرهای بسیار عمیق و گسترده اجتماعی تبدیل کرد.

نشر در سده ۱۹ م

در این سده عصر کاملاً جدیدی در نشر کتاب آغاز شد. این سده عصر تحولات فنی - صنعتی، جهش پیشرفتهای علمی، و جنبشها و انقلابهای فکری - سیاسی است. در آمیزی تحولات فنی و فکری بر چاپ و نشر تأثیر گذاشت، و این نتایج را به بار آورد:

- استفاده از نیروی بخار در چاپخانه‌ها سرعت چاپی را افزایش داد؛

- با ابداع حروفنگاری مکانیکی سرعت حروفنگاری افزایش یافت؛

- تحول در فنون عکاسی بر چاپ افست و روشهای تولید تصاویر تأثیر

گذاشت؛

- اشتريوتایپ ابداع گردید؛

- تولید ماشینی و انبوه کاغذ سبب شد که کاغذ ارزان شود و از ۲۰ درصد

بهای کتاب به زیر ۱۰ درصد کاهش یابد، و مآلاً بهای تمام شده کتاب کمتر شود؛

- مواد دیگری به جای چرم برای جلد و روکش کتاب به کار رفت و این نیز

بهای کتاب را کاهش داد؛

- دستگاههای جدید فشار (پرس) به بازار آمد و صحافی کتاب سریعتر و ارزانتر شد؛

- قطار و راه آهن بر تسهیل ارتباطات تأثیر نهاد و حمل و نقل و پخش کتاب سرعت گرفت؛

- افزایش جمعیت، بالا رفتن درصد شهرنشینی، افزایش شمار مدارس و دانشگاهها و مراکز علمی و فرهنگی، گسترش بیشتر سواد و دانش عمومی، اینها همه بر کتابخوانی و سرانجام بر نشر کتاب تأثیر عمیقی گذاشت؛

- زندگی فنی - حرفه ای و صنعتی جدید ایجاد کرد که کتاب به عنوان وسیله مؤثری در آموزش و خودآموزی به کار رود، و این نیاز موجب شد شاخه ای جدید در نشر تأسیس گردد؛

- کتاب درسی و دانشگاهی به عنوان پدیده ای جدید، شاخه تازه دیگری در نشر ایجاد کرد و امکانات علمی و فنی عظیمی در آن به خدمت گرفته شد؛

- در شیوه های پخش، تبلیغ و فروش کتاب دگرگونی رخ داد؛

- پخش جدید با استفاده از وسایل حمل و نقل سریع، انتشار خبر و روزنامه و انعکاس اخبار مربوط به کتابها و پدیدآوردن ناشران، ایجاد فروشگاههای مخصوص کتاب، و عوامل دیگری از این نوع، بر رساندن کتاب به همه، یا بیشتر سطوح جامعه، تأثیر گذاشت.

مقایسه ارقام نشان می دهد که در برخی از کشورهای اروپایی، انتشار کتاب از سده ۱۸ به ۱۹ م حتی به بیش از ۵۰ برابر افزایش یافته است؛ برای مثال در نیمه سده ۱۸ م حدود صد عنوان کتاب جدید در انگلستان انتشار یافت، حال آنکه رقم انتشار کتاب در این کشور در اواخر سده ۱۹ م به ۶ هزار عنوان رسید. این افزایش، از جهشی نمایان در نشر کتاب حکایت می کند.

به طور کلی سده ۱۹ م عصر بسیار مهم و مؤثری در نشر کتاب است. از این سده بود که عصر جدید کتاب آغاز شد.

نشر در سده ۲۰ م

پس از تأثیرهای دگرساز سده ۱۹ م، سده ۲۰ م با امواج تازه و نیرومندتری از راه رسید. تأثیر این سده در نشر کتاب بسیار است، و مهمترین آنها را می توان به این شرح خلاصه کرد:

- عاملهای مساعدی که در سده ۱۹ م برای نشر مؤثر بود، با وسعت، شدت و تأثیرهای بیشتری، البته به نسبتهای مختلف، در سده بیستم ادامه یافت؛ علاوه بر آنها این عاملها نیز مؤثر بودند:

- تحول چشمگیر در سوادآموزی، آموزش همگانی و افزایش دانش عمومی مردم، در همه کشورهای جهان به طور اعم و در کشورهای غربی به طور اخص؛

- افزایش دانشگاهها، مؤسسات آموزش عالی و پژوهشگاهها و مراکز علمی - فرهنگی؛

- انتشار وسیعتر روزنامه ها و مجلات؛

- ظهور قشر نویسندگان حرفه ای، کسانی که زندگی آنها از راه نوشتن تأمین می شود، و تأثیر کمی و کیفی آنها بر کتاب؛

- اصلاح و تکمیل قانونهای حق نشر (کپی رایت)، چه در سطح بین المللی و چه در سطوح ملی؛

- تحول در فناوری و فنون چاپ، اختراع دستگاهها و روشهای جدید؛

- تحول در روشهای حمل و نقل، پخش، عرضه، تبلیغ و معرفی و فروش کتاب؛

- افزایش چشمگیر شمارگان بعضی از انواع کتاب؛

- رشد و گسترش کتابهای ارزاقیمت و جیبی (نگاه کنید به ادامه مطلب در زیر)؛

- و سرانجام رواج رایانه و تأثیر انقلاب الکترونیک بر نشر و پیدایش نشر الکترونیکی.

از این عوامل مساعد که بگذریم، سده ۲۰ م عصر رقابتهای جدی چندین

رسانه با کتاب است. رادیو، سینما، تلویزیون، ویدئو از جمله رقیبان بزرگ کتاب و صنعت نشر کتاب است. اقتصاد و صنعت نشر برای ادامه زندگی خود باید با این رسانه‌ها جدأ رقابت کند. در بعضی کشورها ناشران توانستند خوانندگان آثار خود را حفظ کنند، اما در کشورهای دیگر، به ویژه در کشورهای جهان سوم، رسانه‌های جدید در میان قشرهای وسیعی از مردم جای کتاب را گرفت و کتاب را از صحنه زندگی آنها بیرون راند و از این رو مستقیم و غیرمستقیم بر نشر کتاب اثر گذاشت. این وضع هنوز هم به صورتهای مختلف در بسیاری از کشورها، گاه به سود و گاه به زیان کتاب ادامه دارد.

یکی از پدیده‌های مهم عرصه نشر کتاب در سده ۲۰ م، انتشار کتابهای جیبی است که جا دارد به عنوان بحثی جداگانه و مستقل، ولو به اختصار، به آن اشاره شود.

پدیده کتاب جیبی. انتشار کتاب در قطع جیبی با شمارگان وسیع و قیمت ارزان، سرفصل مهمی در تاریخ نشر کتاب است. بسیاری از صاحب نظران برای کتابهای جیبی جایگاه بااهمیتی در نشر، کتابخوانی، کتابفروشی، گسترش دانشها و آگاهیهای عمومی قائل شده‌اند. مارشال مک لوهان می‌گوید: «کتاب جیبی انقلابی در عادات خواندن به وجود آورد. با این انقلاب برخی از تمایزات سنتی بین روشنفکران و گروههای بی فرهنگ را از میان برداشت» (پیام یونسکو، بهمن ۱۳۵۰، ص ۱۶).

بحث درباره اینکه انتشار کتابهای جیبی از چه زمانی و در کجا آغاز شد، ظاهراً به نتیجه قطعی نرسیده است. آنچه مسلم است اینکه بعضی کتابها در قطع جیبی پیش از سده ۲۰ م منتشر شده است، اما انتشار در مقیاس وسیع، شمارگان بالا، قیمت ارزان، پدیده پس از جنگ جهانی دوم در کشورهای غربی است. به نظر می‌رسد که کشورهای آنگلو ساکسون در این راه پیشگام بوده‌اند، و به ویژه مؤسسه انتشاراتی پنگوئن / پنگوین با مجموعه‌های عظیم و بسیار متنوع در زمینه‌های مختلف، ستاره درخشان انتشار کتابهای جیبی، نه تنها در انگلستان، بلکه در سراسر جهان است. کشور فرانسه نیز با انتشار مجموعه وسیع «چه می‌دانم؟» در قطع

جیبی، پس از انگلستان جایگاه در خور توجهی در انتشار کتابهای جیبی دارد. ایالات متحده نیز از بزرگترین ناشران کتابهای قطع جیبی در جهان است. بنا به آمارها در ۱۹۷۹ و فقط در انگلستان، ۱۲۳ میلیون نسخه کتاب در قطع جیبی فروش رفته است (برای بحث بیشتر در این باره نگاه کنید به: «کتاب جیبی در جهان»، نشر دانش، خرداد و تیر ۱۳۶۳).

در کشورهای انگلیسی‌زبان، به کتابهایی که در قطع جیبی و در قطع بزرگتر با کاغذ کاهی، و جلد نرم منتشر می‌شود، اصطلاحاً paperback (جلد کاغذی) می‌گویند. عبارت «انقلاب جلد کاغذی» در زبان انگلیسی، به انتشار، فروش و مطالعه گسترده کتابهای جیبی اشاره دارد. پس از پایان گرفتن جنگ جهانی دوم در ۱۹۴۵ م بر اثر استفاده از شیوه‌های سریع چاپ برای شمارگان بالای ۱۰۰ هزار نسخه، و تولید انبوه کاغذهای کاهی و ارزان، بعضی از ناشران که به احتمال زیاد نیازها و خوانندگان بالفعل و بالقوه را بهتر می‌شناختند، با انتشار کتابهای جیبی، بازار محدود و محلی کتاب را به بازاری بین‌المللی و جهانی تبدیل کردند. کتابهای انگلیسی در مجموعه پنگوئن، نمونه بارزتر و چشمگیرتر در دنیای کتابهای جیبی است.

تأثیرهای کتاب جیبی بسیار است، اما مهمترین آنها را می‌توان به این شرح برشمرد:

- بازارها و خوانندگان جدیدی برای کتاب یافته شد؛
- موضوعها و مباحث تازه‌ای از این طریق به میان خوانندگان مختلف راه یافت؛
- چون حمل کردن کتاب جیبی در کیف یا در جیب ساده بود، بسیاری از علاقه‌مندان توانستند در هواپیما، قطار، اتوبوس و جاهای دیگر کتاب بخوانند و به این ترتیب بخشی از ساعتهای فراغت یا بدون استفاده خود را با مطالعه سپری کنند، و این خود تأثیر فرهنگی کم‌اهمیتی نبود؛
- استقبال از کتابهای جیبی سبب شد که ناشران علاقه‌مند به نشر فرهنگ از این نکته مثبت استفاده مثبت کنند، و بسیاری از مباحث علمی، فلسفی و پیچیده و

دشوار و کم خواننده را از طریق ویرایشهای ساده‌تر و تحریرهای بهتر، در میان خوانندگان جدی‌تر و علاقه‌مندتر طرح کنند؛ و این استفاده بجا تأثیرهای بسیار عمیق و گسترده‌ای برجای نهاد؛

- و نکته دیگر آنکه کتابهای جیبی در دوره‌های خاصی تأثیر زیادی بر اقتصاد کتاب و نشر گذاشته است.

در زمان ما، کتابهای جیبی به سبب مشکلات اقتصادی و لگام گسیختگی قیمتها به ارزانی و وفور دهه‌های گذشته نیست و بازار و استقبال آن کم شده است، اما با این وصف، «انقلاب جلد کاغذی» به رغم مشکلات و رسانه‌های دیگری که به میدان رقابت آن آمده است، ولو با سرعت و شدت کمتر ادامه دارد (درباره کتابهای جیبی در ایران نگاه کنید به: فصل ۱۸ در همین کتاب).

نشر در عصر سه انقلاب

اختراع الفبا و رواج آن، خط را محمل نشر قرار داد و دستنوشته‌ها از جمله مهم‌ترین ابزار انتقال دانش و اطلاع بود. اختراع حروف متحرک، چاپ را محمل نشر کرد و اثر چاپی قرن‌ها وظیفه انتقال را با کارآمدی و سهولت انجام داد. پس از جنگ جهانی دوم، از نیمه سده ۲۰ تا سالهای پایانی آن، سه انقلاب پی‌پای و به هم پیوسته و مؤثر بر یکدیگر، بر همه جنبه‌های زندگی بشر، و از جمله بر نشر تأثیر گذارد. انقلاب در ارتباطات، انقلاب در اطلاعات و انقلاب در الکترونیک، رسانه‌ها، ابزارها، تجهیزات و شیوه‌های تازه‌ای در اختیار بشر قرار داد. رسانه‌های ارتباطی دورتر، ابزارها و فناوریهای تصویربرداری و انتقال تصویر و صوت، رایانه و داده‌پردازی، سازوکارهای فشرده‌سازی اطلاعات و تجهیزات نمایش و تکثیر داده و تصویر، راه را برای جابه‌جایی حجمهای عظیم اطلاعات به صورت دیداری، شنیداری و نموداری و با سرعت و دقت بی‌مانند هموار ساخت و از این‌رو در معنای نشر و کاربردهای آن تغییر داد، و آن را به عصر دیگری با ویژگیهای دیگر وارد ساخت.

کاربرد فناوریهای این سه انقلاب در نشر، عامل اصلی تقسیم نشر به دو

شاخه سنتی و نوین است. اکنون دیگر به نثری که از محمل چاپ استفاده می‌کند، نشر سنتی می‌گویند و نشر نوین را نثری می‌دانند که از چاپ، و گاه نیز از کاغذ، استفاده نمی‌کند و محمل آن رسانه‌ها و ابزارهای الکترونیکی است (برای جزئیات بیشتر، نگاه کنید به فصل ۹ در همین کتاب). البته جنبش استفاده نکردن از کاغذ، که به ویژه طرفداران محیط زیست و مخالفان قطع کردن درختان و زدن جنگلها در آن تأثیر دارند، علتهای اقتصادی روشنی هم دارد. ارزانی ابزارهای الکترونیکی، به اضافه بالا بودن سرعت و دقت در آن، سبب اصلی محدود شدن چاپ بر کاغذ و نشر کاغذی است. از سوی دیگر، دستاوردهای الکترونیک بر توانمندیهای ابزارها و رسانه‌های انتقال اطلاعات می‌افزاید، و از این رو نشر که یکی از کارکردهای عمده آن انتقال و اشاعه اطلاعات و قراردادن اطلاعات در صحنه عمومی است، به استفاده از ابزارها و رسانه‌های کارآمدتر گرایش می‌یابد و به ناگزیر نشر از محملهای چاپی و کاغذی دور و به محملهای الکترونیکی نزدیک می‌شود. تاریخ نشر از این پس لاجرم در دامنه تأثیر دستاوردهای سه انقلاب یاد شده است.

همین تحولات موجب شده است که عده‌ای از صاحب‌نظران و مردم نگران آینده کتاب باشند. حتی از «مرگ کتاب» هم سخن به میان آمده است، اما آمارهای جهانی از ۱۹۹۰ م به بعد نشان می‌دهد که تولید و مصرف کتاب چاپی همچنان در افزایش است. درست است که کتاب چاپی رقیبان تازه‌ای یافته است، اما ناشران چاپی هم با بهره‌مندی از فناوریها بر کارآمدهای کتاب چاپی افزوده‌اند. احتمالاً در سالهای آینده شاهد رقابت سنگینتری میان رسانه‌ها و کارآمدتر شدن و توانمندتر شدن آنها خواهیم بود.

پرسشها

۱. نشر با چه عاملهایی پیوند دارد؟
۲. نشر کتاب، پیش از اختراع چاپ در چه وضعی بود؟
۳. نخستین ناشر کیست؟

رایانه، یکی از رایجترین ابزارهای الکترونیکی در زندگی روزمره بشر، شناخته شده‌ترین رهاورد انقلاب الکترونیکی است. هم‌اکنون به کمک این ابزار، بسیاری از ارتباطات جهانی و عملیات انتقالی بسادگی انجام می‌گیرد. رایانه و نظامها، روشها و تجهیزات رایانه‌ای به عرصه چاپ و نشر راه یافته و در همه مراحل آن، بدون استثنا، تغییرهای عمیق و گسترده‌ای به بار آورده است. نشر الکترونیکی / رایانه‌ای، پدیده پس از کاربرد رایانه در عرصه چاپ و نشر است. مراحل اصلی نشر کتاب، از متن پردازی، حروفنگاری، طراحی، صفحه‌آرایی، و انواع پردازشهای دو مرحله تولید فنی و تولید چاپی، که پیش از این در واحدهای جداگانه، و گاه بکلی دور از هم انجام می‌گرفت، اکنون در یک جا، یک اتاق، و حتی روی یک میز جمع شده است. اصطلاح «نشر رومیزی»^۱ هرچند که ترکیب خوش ساخت و خوشایندی نیست، به نشری اشاره دارد که همه مراحل آن روی یک میز متمرکز شده است. اصطلاح «نشر الکترونیکی»^۲ / رایانه‌ای، که دامنه معنایی آن از نشر رومیزی بسیار گسترده‌تر است، به همه فناوریها و چگونگی استفاده از ابزارهای الکترونیکی اطلاق می‌شود که در خدمت چاپ و نشر، انتشار آثار، در معنای جدید و از راه شبکه‌های اطلاعاتی رایانه‌ای است. توضیحی چند در این باره به فهم بهتر مطلب کمک می‌کند. نشر الکترونیکی / رایانه‌ای در کلی‌ترین تقسیم‌بندی به دو معناست:

1. desktop publishing

2. electronic publishing

۱. فرایند چاپ و نشر به کمک رایانه و امکانات الکترونیکی؛

۲. نشر بدون چاپ به کمک رایانه و در محیط الکترونیکی.

در معنای نخست با مشکل خاصی روبه‌رو نیستیم، رایانه و امکانات و تجهیزات الکترونیکی به خدمت نشر در آمده است و به فعالیتها، سرعت، سهولت و دقت بخشیده است. همچنین مراحل کار را آسانتر یا برخی از مراحل را حذف کرده، همان‌گونه که در هر فعالیت و حرفه دیگری عمل کرده است. بدون تردید، همین روند ادامه خواهد یافت و پیش‌بینیها نیز نشان می‌دهد که رایانه و دستاوردهای الکترونیکی در آینده بیش از پیش در خدمت چاپ و نشر خواهد بود. اما در معنای دوم، و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه که فاقد زیرساختهای الکترونیکی هستند، با چالش بزرگ و نوپدیدی روبه‌رو شده‌اند که نه همه ابعاد آن را اکنون درست می‌شناسند و نه از تحولات دیگری که در آینده رخ خواهد داد تصور روشنی دارند. نشر در معنای دوم فرایندی است که به چاپ، صحافی، پخش، کتابفروشی، تبلیغ و غیره، به شیوه‌هایی که می‌شناسیم، نیازی ندارد و هر کسی که بخواهد ناشر باشد - ناشر به این معنا که اثری را خودش در محیط الکترونیک و از راه شبکه‌های اطلاعاتی انتشار دهد - در صورتی که سواد رایانه‌ای و به امکانات رایانه‌ای دسترسی داشته باشد، از عهده نشر برمی‌آید. نشر الکترونیکی در این معناست که چالشگر است، زیرا تأثیر دگرسازی بر همه روندها و مراحل معمول چاپ و نشر می‌گذارد و معلوم نیست که در آینده چه پیامدهای تازه‌ای به بار می‌آورد.

نشر الکترونیکی

اصطلاح «نشر الکترونیکی» نخستین بار در ۱۹۸۵ در نوشته‌ای از پاول برینرد^۱ به کار رفت. برینرد می‌گفت که برای نشر تنها به دو سخت‌افزار نیاز هست: رایانه و چاپگر (پرینتر)^۲، و اگر این دو را کنار هم روی یک میز جای دهیم، عملاً مؤسسه

انتشاراتی و چاپخانه را کوچک کرده، در یک اتاق و روی یک میز قرار داده‌ایم (Arnston, L.; C. Nordquist, 1994, p. 11). پس از آن اصطلاح «نشر رومیزی» به کار رفت، که به آن اشاره شد.

نشر الکترونیکی از دهه ۱۹۷۰ در جهان غرب، و از اواخر دهه ۱۳۶۰ ش در ایران بتدریج رواج یافت. در دهه ۱۹۶۰ با پیدایش ماشینهای تحریر مغناطیسی آی. بی. ام، ماشینهای تحریر برای تبدیل شدن به واژه‌پرداز^۱، یک گام بیشتر فاصله نداشت. این تبدیل که صورت گرفت، برای رواج نشر الکترونیکی، یک گام دیگر لازم بود. رواج گسترده رایانه‌های شخصی و اختراع دستگاههای چاپگر، به‌ویژه چاپگر لیزری، نشر الکترونیکی را عملاً متحقق ساخت.

نشر الکترونیکی پس از رواج، تحوّل بنیادین در نشر ایجاد کرد، زیرا تقسیم کار و تخصصها را به هم زد، در شکل، فضا و مناسبات محیط کار دگرگونی به بار آورد، از طول و عرض مؤسسه‌های نشر کاست، فاصله‌های جغرافیایی را از میان برداشت، هزینه‌ها را کاهش داد و از وابستگی نشر به تخصصهای دیگر کم کرد. در عین حال به پدیدآوردگان بسیاری این امکان را بخشید که خود بتوانند ناشر آثار خود باشند (نگاه کنید به زیر فصل «خودناشری»). ابزارها و دستگاههای اصلی که در نشر الکترونیکی به کار می‌رود، بسیار معدود و عبارتند از:

۱. رایانه شخصی (برای حروفنگاری، پردازش و اطلاع‌آمایی).

۲. چاپگر (پرینتر) (برای ثبت کردن نوشتار و نقش بر کاغذ یا تلق).

۳. پوشگر (اسکنر)^۲ (برای انتقال شکل و تصویر به محیط رایانه‌ای).

۴. نرم‌افزار (برای استفاده در حروفنگاری، طراحی و رسّامی، صفحه‌آرایی، ویرایش، پردازش و وظایف دیگر). نرم‌افزار بسرعت در حال افزایش است و تنوع و کارکردهای آنها مدام بر امکانات نشر رومیزی می‌افزاید.

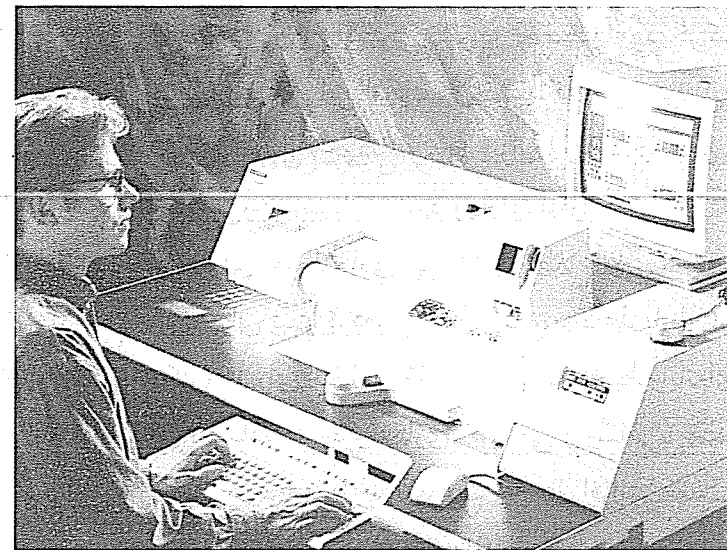
از این چهار ابزار اساسی که بگذریم، ابزارهای دیگری که در سالهای اخیر

1. word processor

2. scanner

1. Paul Brainerd 2. printer

ساخته شده است، مانند چاپگرهای تصویر نشان^۱، دستگاههایی که مرحله عکاسی و فیلم را از مراحل چاپ حذف کرده است، پوشگرهای فوق سریع تفکیک رنگ، پوشگرهای هوشمند و مجهز به پرتوهای لیزری و بسیاری از ابزارها و دستگاههای حساس الکترونیکی دیگر، فاصله چاپ و نشر را حذف یا کم کرده و دامنه عمل نشر الکترونیکی را در همه جهات آن گسترش داده است. به سبب همین تحولات است که اکنون از «نشر الکترونیکی» در برابر «نشر غیر الکترونیکی» یا «نشر سنتی» سخن به میان می آید و آنچه در کشور ما و در کشورهای همانند ما نشر نامیده می شود، با برجسب «نشر سنتی» از نشر جدید متمایز می کنند. این نامگذاریها و این دسته بندیها چه روا باشد و چه نباشد، واقعیت جهان امروز این است که در عصر جهانی و دیجیتالی شده، الکترونیک و پدیده های الکترونیکی در همه عرضه ها، و از جمله در چاپ و نشر، رسوخ می کند و تحول به بار می آورد.



نمونه ای از دستگاههای جدید پوشگر

نشر الکترونیکی چند رسانه ای^۱

با ظهور فناوری دیجیتال و پیامدها و کاربردهای آن در عرصه های مختلف، موج تحوّل دیگری در چاپ و نشر ایجاد شد. این موج، به ویژه از دهه ۱۹۹۰ آهنگی شتابناک گرفت و اکنون نیز با شتابی بیشتر در پیشرفت است. انباشتن اطلاعات بر مواد مختلف، از جمله لوح سی دی و بازیافتن آن با سرعت و کیفیت عالی، ظهور پدیده چند رسانه ای بود. ترکیب شدن متن، تصویر و صوت در یک رسانه و پیدایش فناوری انباشت و بازیافت آنها، در حقیقت ماده و صورت تازه ای را به عرصه نشر عرضه کرد که انقلابی نوین در نشر بود، زیرا این انقلاب، مخاطب جدید، بازار جدید، فناوری جدید و ماده جدیدی در نشر ایجاد کرد که در تاریخ آن سابقه نداشت.

پدیده چند رسانه ای، فصلی نو در زمینه آموزش، پژوهش و انتقال اطلاعات است. نشر همواره کارآمدترین وسیله در خدمت این سه زمینه بوده است و با پیدایش پدیده چند رسانه ای، قابلیت کاملاً تازه در اختیار آن قرار گرفته است. نشر به کمک این پدیده توانست رقیبان تازه خود را مانند رسانه هایی که کارآمدتر از کتاب و مواد نوشتاری شناخته می شد، از میدان به در برد. نشر برای ایجاد صنعت و فناوری تولید چند رسانه ها به سرمایه های عظیم و به مدیریتهای نوینی نیازمند شد و ورود آنها به عرصه نشر دگرگونیهای زیر و زبسی در صنعت نشر به بار آورد. اصطلاح نشر پسامدرن (پست مدرن) در واقع از زمانی به کار رفت که صنعت نشر دیگر کتاب و مواد نوشتاری را ماده اصلی خود ندانست، بلکه با تولید چند رسانه ها امکان داد که مخاطبان از راه ابزارهای مختلف و از جمله از طریق رایانه های شخصی، مواد دلخواه خود را بخوانند، ببینند یا بشنوند. تنوع بی مانند در نشر در واقع ورود آن به عصر پسامدرن بود. انتشار کتابهایی که سی دی هم به همراه دارند، ساده ترین نوع ترکیب کتاب با یکی از پدیده ها و ابزارهای چند رسانه ای است. سی دیهای همراهی که خود به خود تماسهای اینترنتی را برقرار می سازد و به خواننده کتاب مجال

پژوهشهای گسترده‌تر را می‌دهد، گام دیگری در عرصه ترکیب کتاب با راهها و ابزارهای جدید است.

نشر الکترونیکی چندرسانه‌ای از زمینه‌هایی است که سرمایه‌ها، اندیشه‌ها و تخصصهای فراوانی را به سوی خود جذب کرده است، و برآوردها نشان می‌دهند که در آینده نزدیک و دور زهاوردهای دیگری را به عرصه نشر خواهد آورد و مسیر آینده آن را تغییر خواهد داد.

نشر بنا به نیاز^۱

این اصطلاح، برابرهایی دیگری هم دارد، مانند «چاپ بنا به نیاز»^۲، «نسخه بنا به نیاز»^۳، یا «کتاب بنا به نیاز»^۴. منتشر کردن یا چاپ و تکثیر کردن اثر به تعداد لازم، درخواست شده، و نیز بر هر رسانه‌ای ممکن که درخواست کننده بخواهد، معنای ساده نشر بنا به نیاز است. اثر، آماده و انباشت شده در انباشتگاههای رایانه‌ای موجود است، اما زمانی تکثیر یا منتشر می‌شود که خواستاری یا خواستارانی بخواهند، و نوع رسانه و شمار آن را تعیین کنند.

نشر بنا به نیاز، که تحولات و دستاوردهای الکترونیکی به آن امکان ظهور و رواج داد، یکی از عمده‌ترین مسائل نشر امروز جهان است. این نشر تأثیرها و پیامدهای گسترده‌ای دارد و آن را نمی‌توان به یک روش یا یک دستاورد، محدود کرد. برای مثال، تا پیش از نشر بنا به نیاز، از این فرمول پیروی می‌شد:

۱. چاپ کن ۲. پخش کن ۳. بفروش و برشمار خوانندگان بیفزا

اما این فرمول در نشر بنا به نیاز تغییر کرده و به این صورت در آمده است:

۱. خبر بده / اطلاع‌رسانی کن / بازاریابی کن ۲. امکان فروش پیدا کن / سفارش

بگیر ۳. تکثیر کن / چاپ کن ۴. اثر را به دست نیازمند / متقاضی آن برسان

این تغییر ساده در فرمول، پیامدهای گسترده‌ای دارد که از جمله می‌توان به این جنبه‌ها اشاره کرد:

- صرفه‌جویی در زمان مراحل نشر

- صرفه‌جویی در هزینه‌ها، که مهمترین قلم آن حذف هزینه‌های انبارداری، حمل و نقل، پست، پخش و مانند آنهاست.

- صرفه‌جویی در کاغذ و ابزارها و مواد مصرفی دیگر

- صرفه‌جویی در وقت خواننده و در هزینه‌های او

- امکان تماس مستقیم میان پدیدآورنده و خواننده

- حذف شدن عوامل غیر لازم و سودجو از روند نشر

- امکان تجدید نظر مداوم پدیدآورنده و روزآمد کردن اثر

- امکان دسترسی جهانی و نشر در هر نقطه‌ای که ابزارهای لازم آن دستیاب

باشد

- مجال دادن به تکثر موضوعها و مباحث.

هر کدام از اینها به تنهایی می‌تواند تأثیرها و پیامدهای گسترده‌ای در قلمرو خود داشته باشد و سرجمع تأثیرهای تک‌تک اینها، اثر بزرگ نشر بنا به نیاز در عرصه ارتباطات جهان امروز است.

نشر بنا به نیاز به ابزارهای جدید انباشت، شبکه‌های اینترنتی و فناوریهای تکثیر در وهله نخست متکی است و کشورهایی که زیرساختهای لازم و متناسب را فراهم آورند، می‌توانند زمینه‌های گسترش و شکوفایی آن را در جامعه خود ایجاد کنند. از آنجا که تجربه نشان داده است نه تنها در اطلاع‌فروشیها، کتابفروشیها، کتابخانه‌ها، بلکه حتی در هتلها، فرودگاهها، پایانه‌ها و بسیاری از دکه‌های معمولی تکثیر می‌توان اثری را بر رسانه‌های دلخواه و به شیوه نشر بنا به نیاز (پی‌آدی) به آسانی ثبت و تکثیر کرد، این فناوری در نشر به عنوان نشری چالشگرانه، نشری خلاف روشهای سنتی، نشری سهل و پر امکان، در کانون بحثهای نظری و عملی نشر قرار گرفته است و احتمال می‌رود در سالهای نزدیک شاهد رواج گسترده‌تر آن در جامعه خودمان نیز باشیم.

۱. Publish-On-Demand، کوته‌نوشت آن: POD

۳. Copy-On-Demand (COD)

۲. Print-On-Demand

۴. Book-On-Demand (BOD)

خودناشری^۱

خودناشری، که با نشر بنا به نیاز پیوندهای بسیار نزدیکی دارد، در آغاز چندان جدی گرفته نمی شد و شماری از ناشران به عنوان پدیده‌ای تفننی بدان می نگریستند، اما گسترش شتابناک پدیده خودناشری همپای تحولات الکترونیکی و بروز چند تحول دیگر نشان داد که فصل دیگری در نشر کتاب گشوده است. در چند سال گذشته، بر اساس برآوردها بیش از ۱۰ درصد کتابها در جهان پیشرفته صنعتی به شیوه خودناشری منتشر شده است. گروهی میانجی با تخصصها و امکانات مختلف، که منافع اقتصادی آنها در همکاری با پدیدآورندگان نهفته است، نه در همکاری با ناشران، به پدیده خودناشری دامن زده اند؛ از یک سو بازار کتاب خودناشران را گسترش داده اند، و از سوی دیگر یافته‌ها و امکانات الکترونیکی در این راه حداکثر استفاده را برده اند. شماری هم در آماده‌سازی متنهای پدیدآورندگان چنان تبحری یافته اند که پدیدآورندگان را از تخصصها و مهارتهای ناشران بی‌نیاز ساخته اند.

خودناشری، در کل و جدا از ملاحظات فنی و اقتصادی، به پدیده تازه‌ای در تولید و اشباع اطلاعات تبدیل شده است. بسیاری از پدیدآورندگان، مستقیم با مخاطبان خود روبه‌رو شده و واسطه‌ها را از سر راه ارتباط مستقیم حذف کرده اند. خودناشری یکی دیگر از چالشهای جدی عرصه نشر دنیای امروز است. حتی ناشران بزرگ هم به هیچ روی نمی‌توانند این پدیده را نادیده بگیرند. به ویژه پدیدآورندگان جوان و پدیدآورندگانی که در انتشار آثار نخست خود با مشکل روبه‌رو هستند، یا به اصطلاح نخست‌اثران، بیش از پیش به خودناشری روی می‌آورند. تسلط به رایانه و کار با نرم‌افزارهای نشر و ویرایش، پدیده خودناشری را به میزان بسیاری تسهیل می‌کند. در ایران هم خودناشری از چندی پیش به میزان اندکی رایج شده است و احتمال می‌رود اگر خودناشران بتوانند بازارهای کتاب خود را بشناسند و گسترش دهند، یا مجامع و محافل فرهنگی غیر انتفاعی به کمک آنها بیایند، با شتاب بیشتری گسترش بیابد.

1. self-publishing

خودناشری از آنجا که وسیله مؤثری در خدمت نخست‌اثران و در نهایت آفرینش و تولید فرهنگی است، می‌تواند یکی از بارزترین خدمتهای نشر در راه گسترش، تقویت و شکوفایی فرهنگی باشد. گسترش نهادهای مدنی در جامعه به تحکیم بیشتر خودناشری کمک می‌کند. اگر تشکلهای صنفی پدیدآورندگان، مانند کانون نویسندگان و انجمنهای مترجمان و سایر مولدان کتاب بتوانند به تسهیلات و تجهیزات آماده‌سازی آثار دست بیابند، خودناشری در ایران، مانند بسیاری کشورها، بسرعت رشد خواهد کرد.

الکترونیک در نشر

ورود الکترونیک به عرصه نشر در دهه‌های اخیر، نشر را از بستر گذشته‌اش به بستر دیگری انداخته است. سرنوشت چاپ و نشر، مانند سرنوشت بسیاری از فعالیتهای دیگر به سرنوشت الکترونیک گره خورده است. از آنجا که الکترونیک بسرعت در حال تحول است، می‌توان منتظر بود که تحولات آن بر چاپ و نشر بی‌درنگ تأثیر بگذارد و آن را متحول سازد. آگاهی به این نکته این فایده را دارد که علاقه‌مندان به مسائل چاپ و نشر، این مسائل را با توجه به تحولات حوزه‌های به هم پیوسته دنبال کنند. برای مثال، در چند سال گذشته این تحولات، که سرچشمه همه آنها رویدادهای الکترونیکی است، در عرصه نشر روی داده است:

- حروفچینی دستی ← حروفنگاری رایانه‌ای
- چاپ مکانیکی ← چاپ الکترونیکی
- چاپ در یک محل ← چاپ همزمان در چندین نقطه
- انتقال اطلاعات از راه منابع ← حجم عظیمی از داده‌ها از راه شبکه‌ها
- آماده‌سازی دستی ← پردازش ماشینی
- پخش محدود و محلی با ← پخش الکترونیکی بی‌مرز و بدون وسایل نقلیه
- وسایل نقلیه
- نشر تک‌رسانه‌ای (کاغذی) ← نشر چندرسانه‌ای (مواد مختلف)

- سرمایه‌های محلی در نشر ← سرمایه‌های کلان جهانی در نشر
 - مدیریت واحد مستقل نشر ← مدیریت فعالیتهای چند منظوره و متنوع
 - نشر محلی / ملی ← نشر بین‌المللی / جهانی

و بسیاری تحولات دیگر. در میان بسیاری از صاحب‌نظران نشر این اعتقاد دیده می‌شود که هر کدام از این تحولات بنهایی، چهره نشر را نسبت به گذشته تغییر داده است، و مجموع اینها هنجارهای نشر را تا بدان پایه تغییر خواهد داد که از قلمرو نشر فرا گذشته و به عرصه فرهنگ وارد خواهد شد. عبور از این مرز نیز به این معناست که احتمال دارد اگر تحولات از حد معینی بگذرد، تعریف دیگر و تازه‌تری از انتقال، ارتباط و مآلاً نشر ضروری خواهد شد.

نرم‌افزارهای نشر

در زبان انگلیسی نرم‌افزارهای بسیاری برای جنبه‌های مختلف نشر از واژه‌پردازی، طراحی، صفحه‌آرایی و چاپ گرفته تا سایر پردازشهای دیگر وجود دارد و مدام بر تعداد و تنوع آنها افزوده می‌شود. نرم‌افزارهای فارسی، که اجمالاً به آنها اشاره می‌کنیم، با برداشت، الهام، و گاه نیز به پیروی از این نرم‌افزارها تهیه شده است. نرم‌افزار مناسب نشر می‌تواند یک رایانه شخصی را به یکی از دستگاههای مجهز چاپ و نشر تبدیل کند. مجموعه نرم‌افزارهای مناسب می‌تواند رایانه‌های شخصی را به دستگاههای مجهز با همه کارکردهای لازم برای چاپ و نشر، مجهز سازد.

از نرم‌افزارهای فارسی که در نشر و ویرایش کاربرد دارد عبارتند از:

زرنگار، که تحولی چشمگیر در حروفنگاری فارسی به شمار رفت. از ۱۳۷۰ که زرنگار برای نخستین بار عرضه شد، با استقبال بسیار روبه‌رو گردید. نسخه‌های دیگر زرنگار بتدریج کاملتر و گسترده‌تر شد، و گذشته از حروفنگاری، طراحی، رسامی و بسیاری از کارهای گرافیکی را در بر گرفت. نسخه جدیدتر زرنگار، که قابل نصب روی ویندوز است، نرم‌افزار حرفه‌ای و کارآمدی برای نشر منابع به زبان فارسی است.

ورد^۱ فارسی اگر فاقد چند مشکل جزئی کنونی باشد، نرم‌افزار بسیار کارآمدی برای ویرایش و وسیله مؤثری در حوزه تولید فنی-هنری نشر است. آخرین نسخه آن نسخه ۲۰۰۳ است.

تک^۲ که به تازگی بیشتر رایج شده است، امکانات گسترده‌تری برای حروفنگاری دارد.

نقش که به‌رغم قلمهای محدودش، برای حروفنگاری نامناسب نبود، اما کاربرد آن به مرور کمتر شد. اگر این نرم‌افزار روزآمد و کارآمدتر می‌شد، می‌توانست جایگاهی از آن خود داشته باشد.

الف امکان حروفنگاری با خط نستعلیق و قلمهای نسخ، صفحه‌بندی، پردازش متن و امکانات گرافیکی دارد.

الفا با رایانه‌های اپل- مکینتاش سازگار است و تواناییهای گرافیکی دارد.

پروین (هامون) تنوع قلم حروف فارسی در آن بسیار است و با رایانه‌های اپل- مکینتاش هم سازگار است.

تکست امکان صفحه‌بندی، فرمول‌چینی، جدول‌بندی، نمایه‌سازی و امکانات دیگری نیز دارد.

اوریکس فارسی با رایانه‌های اپل- مکینتاش سازگار است و قابل اتصال مستقیم به دستگاههای دیجیتالی است.

نرم‌افزار میرزا، واژه‌نگار، نگارستان، ورد پرفکت جمله‌پرداز، نشر، نرم‌افزارهای خوشنویسی نظیر کلک و چلیپا، و نرم‌افزارهای دیگری که خاص نظام اپل است، از جمله نرم‌افزارهای فارسی نشر است.

طراحی نرم‌افزارهای مناسب برای نشر و ویرایش و به‌ویژه برای خودناشران و ناشران کوچک، از عرصه‌هایی است که پهنه فراخی برای فعالیت و نوآوری و ابداع دارد و آینده آن از هر حیث در تحول است. نهادهای مسؤول نشر با سرمایه‌گذاری در این راه می‌توانند از صرف شدن زمان و سرمایه‌های هنگفتی جلوگیری کنند.

آینده نشر الکترونیک

نشر الکترونیک، به هر دو معنایی که گفته شد و در معنای وسیع، به سوی چند هدف اصلی پیش می‌رود و دستاوردهای آن، بیشتر در راستای این هدفهاست:

۱. دو مرحله چاپ و پیش از چاپ به یک مرحله تبدیل و از صرف وقت و هزینه جلوگیری می‌شود.

۲. بسیاری از مراحل ریز و فرعی نشر حذف می‌شود. برای مثال، حذف مرحله عکاسی از نشر، که فناوریهای بسیاری در محدوده آن عرضه شده است، صرفه جویی عمده‌ای در زمان و هزینه است.

۳. دستگاهها و تجهیزات چاپ و نشر کوچکتر، ساده‌تر و مختصرتر خواهد شد، به گونه‌ای که بتوان طیف گسترده‌ای از فعالیتها را زیر یک سقف و در محل کوچکی انجام داد.

۴. با استفاده از فناوریهای ارتباطات دوربرد، فاصله جغرافیایی از میان خواهد رفت و راه برای نشر جهانی، نشر بین‌المللی، نشر بدون مرز، و نشر همزمان اما فارغ از مکان، گشوده می‌شود.

۵. بسیاری از تخصصهای لازم در نشر به بسته‌های نرم‌افزاری تبدیل می‌شود و از این راه بر توان نشر در همه جا افزوده خواهد شد.

۶. ماده کاغذ در نشر با انواع و اقسام ماده‌های دیگر جایگزین می‌شود، و از این رو بر سودمندی و تنوع کارکردهای نشر افزوده می‌گردد.

۷. با رشد و گسترش دادن فناوریهای نشر چندرسانه‌ای، کارکردهای نشر در زمینه آموزش، پژوهش و انتقال اطلاعات ارتقا می‌یابد و برای کاربردهای جهان امروز مناسب می‌شود.

۸. ابزارها و رسانه‌هایی که نشر مصرف و تولید می‌کند، قابلیت تبدیل و جابه‌جایی می‌یابند و از محدودیتها در مصرف و تولید کاسته می‌شود.

۹. نشر بیشتر از پیش، اقتصادی و سودآور می‌شود و دستاوردهای الکترونیک مانعهای سر راه سرمایه‌گذارهای کلان در زمینه نشر را از سر راه برمی‌دارد.

۱۰. توانایی نشر برای فعالیت در عصر الکترونیک و در محیط الکترونیک بالاتر خواهد رفت و با فعالیتهای دیگری که الکترونیک در آنها تحول ایجاد کرده است متناسبتر خواهد شد.

اینها از جمله مواردی است که در مطالعات امکان‌سنجی نشر و آینده آن، قطعی‌تر به نظر می‌رسد، و از این رو دوراندیشی و انطباق با وضعیتی که در راه است، می‌تواند به ما کمک کند تا به هدفهای فرهنگی، آموزشی، اطلاع‌رسانی و ترویج دانش و معرفت، بهتر و کارآمدتر دست بیابیم.

پرسشها

۱. نشر الکترونیکی چیست؟
۲. نشر الکترونیکی چه فرقی با نشر رایانه‌ای دارد؟
۳. نشر الکترونیکی چه چالشهایی عرضه داشته است؟
۴. تجهیزات اصلی لازم برای نشر الکترونیکی کدام است؟
۵. پدیده چندرسانه‌ای چیست و چه کاربردی در آموزش و پژوهش دارد؟
۶. چه تعریفی را برای خودناشری می‌پسندید؟
۷. چرا نخست‌اثران به خودناشری علاقه‌مندند؟
۸. الکترونیک در دهه‌های گذشته چه تحولات عمده‌ای در نشر ایجاد کرده است؟
۹. نشر بنا به نیاز چه پیامدهایی دارد؟
۱۰. نشر الکترونیک به کجا می‌رود؟

۳. کدامیک از اقلام هزینه‌های کتاب حداکثر و کدامیک حداقل است؟

۴. هزینه‌های ثابت کتاب به چه هزینه‌هایی می‌گویند؟

۵. محاسبه دستمزد پدیدآورنده بر اساس ۱۵ درصد بهای کتاب چگونه است؟

۶. تعیین بها (قیمت‌گذاری) بر اساس چه ضابطه‌ای است؟

۷. سود ناشر از راه فروش کتاب چگونه تعیین و تأمین می‌شود؟

۸. چرا گاه برخی کتابها را به قیمت‌هایی بیش از بهای حقیقی آنها می‌فروشند؟

۹. آیا حاشیه بیشتر سود می‌تواند در ترویج کتاب تأثیر داشته باشد؟

۱۰. کدام روش برای محاسبه هزینه‌های کتاب دقیقتر است؟

سانسور

۱۵

تعریف سانسور

برای واژه «سانسور» مترادفهای صریحی مانند «تفتیش عقاید» و «تفتیش افکار» در زبان فارسی به کار رفته است. در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، عبارت «تفتیش عقاید» به عنوان اصطلاحی اعم، که سانسور را هم دربر می‌گیرد، به کار رفته است (نگاه کنید به: ماده بیست و سوم همین قانون). اما از آنجا که در قانون اساسی سابق و در قانون اساسی جمهوری اسلامی هرگونه تفتیش عقاید منع شده است، در کاربردهای رسمی در برابر واژه سانسور، یا برای عملی که از مصادیق عمل سانسور است، از واژه‌های دیگری که ابهام آنها از صراحت آنها بیشتر است، استفاده کرده‌اند، مانند «ممیزی»، «بررسی»، «نظارت» و مانند آنها.

سانسور معنا، دامنه و کاربردهای بسیار وسیعی دارد. پیشینه تاریخی آن گواه یکی از کهنترین کشاکشها میان همه کسانی است که از یک سو حرفه‌ایی برای گفتن و نوشتن داشته‌اند، و نهادها، قدرتها، آیینها، و تشکیلات و افرادی که از سوی دیگر آن حرفها را موافق مصالح یا در جهت منافع خود نمی‌دیده‌اند. این کشاکشها که تا به امروز و به اشکال گوناگون در جوامع مختلف ادامه یافته، گاه با خشونت، شدت عمل، تعقیب و آزار، و حتی قتل و کشتار فردی و جمعی، تبعید و نفی بلد، زندان و شکنجه و نظایر آن همراه شده و گاه صورتهای ملایمتر، پنهانی‌تر، مهار شده‌تر یا تعدیل شده‌تری به خود گرفته است؛ اما، در هر صورت، سانسور به گونه‌ای در همه جوامع و البته به نسبت‌های مختلف وجود داشته است و اکنون نیز وجود دارد.

جامعه‌ای که هیچ‌گونه سانسوری در آن وجود نداشته باشد، در هیچ کجای جهان و در هیچ دوره‌ای از تاریخ دیده نمی‌شود.

آزادی بشر، یا به عبارت بهتر، احساسی که آدمی درباره آزادیهای خود دارد، حد و حصر ندارد. از این روست که اگر برای آزادیهای فردی مرزی تعیین نگردد، چه بسا این آزادیها تجاوز به آزادی دیگری و تهدیدی علیه دیگران باشد. آنچه میان آزادیها، مرز می‌کشد و اجازه نمی‌دهد آزادی کسی به آزادی دیگری یا آزادی افراد و جوامع به آزادی افراد و جوامع دیگر آسیب برساند محدوده قانون است. از این رو سانسور در چارچوب قرارداد شده، یعنی اتخاذ تدابیری که اندیشیدن، گفتن، نوشتن، و به طور کلی هر پدید آوردنی، به حریم حقوق دیگری لطمه‌ای نرساند، عملی خلاف قانون قلمداد نمی‌شود و در حقیقت سانسور هم نامیده نمی‌شود. مراعات کردن حریمها نشانه آن است که اعضای جامعه زمام اختیار خود را به دست دارند و حدود تعیین شده از سوی قانون را مراعات می‌کنند؛ اما، به محض آنکه کسی یا جمعی از محدوده قانون پارافراتر نهاد و به نام هر چیزی، حتی قانون، آزادی، عدالت، حقیقت، خیر و صلاح جامعه و مانند آنها، دست به کاری زد که آزادی قانونی مصرح، مقرر و تعریف شده فردی یا جمعی را در ابراز آراء و عقاید با منع یا مشکلی روبه‌رو ساخت، عملی رخ می‌دهد که نام آن سانسور است. از آنجا که کتاب، به ویژه پس از ابداع و رواج چاپ و از سده ۱۵ م به بعد، یکی از اصلی‌ترین وسیله‌های انتقال آراء و عقاید بوده است، با انواع استدلالها و روشها برای سانسور روبه‌رو شده است.

صاحبنظران و حقوقدانان، سانسور را به صورتهای مختلف تعبیر و تعریف کرده‌اند. بحث مفصل در این باره به قصد بررسی و مقایسه و انتخاب، نه کاری است آسان و نه در حوصله این کتاب. اجمالاً می‌توان گفت که:

● سانسور، عمل، سیاست یا مشی و برنامه بررسی کردن کتاب، نشریه، نامه، فیلم، نمایشنامه، و جز آن است به قصد اطمینان از محتویات آنها.

● سانسور «تفتیش پیش از انتشار کتابها، جراید، نمایشنامه‌ها، و امثال آنها و نیز تفتیش نامه‌های خصوصی و جز آنها قبل از رسیدن آنها به مقصد، یا تفتیش نطق

و بیان قبل از ایراد آنها، به منظور حصول اطمینان از اینکه مندرجات آنها مضر برای اخلاق عمومی یا منافع دولت یا دستگاه حاکمه نیست. سانسور ممکن است به وسیله مقامات دولتی یا دینی و گاه به وسیله دسته مقتدر و متنفذی اعمال شود» (مصاحب، غلامحسین، ۱۳۴۵، ذیل مدخل «سانسور»). تأکید از متن اصلی نیست.

● تعریف دیگر سانسور: هرگونه سیاست یا روش که نه تنها اعمال، بلکه انگیزه‌های اعمال بشر را در ابراز عقاید، اندیشه‌ها، احساسات و سایر مکنوناتش با نوعی محدودیت روبه‌رو سازد.

دامنه تعریف دوم وسیعتر از تعریف اول و دامنه تعریف سوم وسیعتر از تعریف دوم است. در هر حال، اگر سیر داد و گرفت پیام را در نظر بگیریم، سانسور عملی است که در این سیر مداخله می‌کند و عمل حذف ناخواسته را انجام می‌دهد. دخالت سانسور موجب می‌شود که پیام پس از فرستاده شدن، عیناً همان نباشد که گرفته می‌شود. تغییر در محتوای پیام، ولو حتی حذف یک کلمه، تغییر در اثر کسی بدون اجازه و بدون رضایت اوست. حال این عمل در زمان صلح رخ می‌دهد یا در دوره جنگ، با اجازه قانون صورت می‌گیرد یا نه، به خیر و صلاح جامعه است یا خیر، نکته‌هایی است که در جای خود محل بحث است. سانسور در هر صورت، مداخله عامل سوم است در پیام، چه با مجوز قانون و چه بدون آن، چه بحق و چه ناحق.

انواع و شیوه‌های سانسور

به طور کلی، سانسور را به دو دسته اصلی می‌توان تقسیم کرد: سانسور قانونی و سانسور غیرقانونی.

سانسور قانونی. در سانسور قانونی، اعمال نظر به اجازه قانون انجام می‌گیرد و گاه کاملاً صریح و علنی و گاه نیمه صریح و نیمه علنی یا پنهانی است. در سانسور قانونی، معمولاً دستگاهها یا نهادهایی دولتی عمل سانسور را انجام می‌دهند. نمونه بارز، سانسور در زمان جنگ است که گاه کاملاً رسمی و علنی، و بدون تعارف و

پرده پوشی است. چون مصالح جنگ اقتضا می کند که دشمن نتواند از اطلاعات سودمند سوء استفاده کند، دولت خود را مجاز می داند در سیر داد و گرفت هرگونه پیامی مداخله کند تا هیچ نکته ای مغایر با مصالح نظامی کشور مخابره نشود. گاه، حتی آزادی تبلیغ کالاها یا بازرگانی ممنوع یا محدود می شود، زیرا ممکن است نوع و شکل تازه ای از پیام، قراردادی باشد که مسؤولان سانسور نتوانند راز و رمز آن را دریابند. این حالت، افراطی ترین نوع سانسور است.

سانسور، در روش قانونی به دو طریق عمل می کند: **سانسور پیشگیری و سانسور پیگردی.**

در سانسور پیشگیری، از روشهای پیش از چاپ، نشر و ارسال پیام استفاده می شود. در سانسور پیگردی، از روشهای قانونی تعقیب استفاده می شود و کسی که قانون را نقض کرده باشد، تعقیب و مجازات می گردد. به طور کلی روشهای سانسور پیگردی با رویه های قانونی سازگارتر است تا روشهای پیشگیری.

سانسور غیرقانونی. این سانسور، خطرناکترین و زیانبارترین نوع سانسور است. ظلمانی ترین و دردناکترین دوره های تاریخ سانسور مربوط به اعصاری است که سانسور غیرقانونی در هیأت قانون، یا در لوای توجیه و تفسیر و تعبیری خاص، سیر طبیعی اندیشه را آماج حملات خود قرار داده است.

سانسور غیرقانونی معمولاً زمانی صورت می گیرد که:

- دولت غیرمشروع و غیرقانونی بر سر کار باشد؛

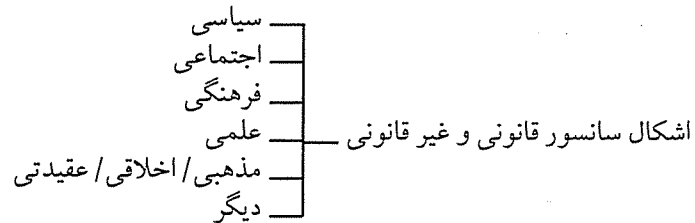
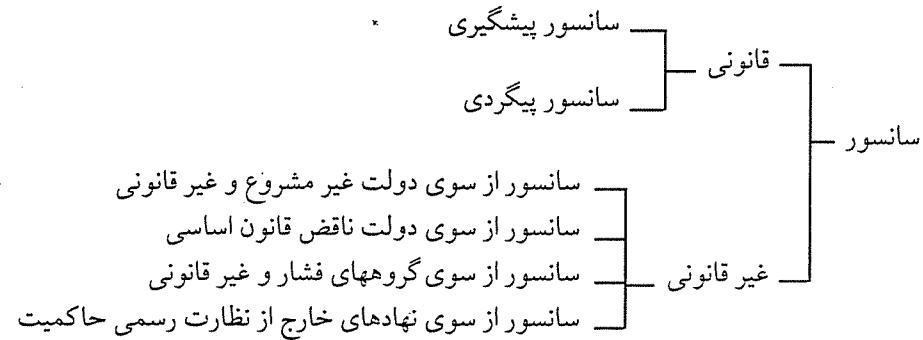
- دولت از قانون اساسی کشور عدول و تخطی کرده باشد؛

- گروههای غیرقانونی، ذی نفوذ، فشار، یا بخشهایی از خود دولت با گروهها، افراد و دسته های دیگری در جامعه تعارض داشته باشند و حضور و فعالیتهای آنها را با مصالح خود مغایر بدانند؛

- نهادهایی در جامعه باشد که فعالیت آنها از دایره نظارت رسمی قدرت حاکم خارج باشد.

سانسور، چه به روش قانونی و چه به طریقه غیرقانونی، انواعی دارد که

مهمترین آنها عبارت است از: سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، علمی، مذهبی / اخلاقی / عقیدتی، و دیگر.



نمودار ۱-۱۵ انواع سانسورها

از میان انواع سانسور غیر قانونی، سانسور سیاسی بیش از انواع دیگر رایج است. معمولاً هر جا سانسور مذهبی برقرار شود، سانسورهای اخلاقی، عقیدتی، اجتماعی، و فرهنگی نیز بالطبع برقرار می شود. شدت هر کدام از اینها به وضعیت، موقعیت، پیشینه، فرهنگ و بحران جامعه بستگی دارد. زیانبارترین نوع سانسور برای کتاب و مطبوعات و صاحبان اندیشه و هنر و قلم، سانسور فرهنگی و علمی است. در تاریخ فرهنگی- علمی بشر، عملی که یونانیان در ۳۹۹ ق م با سقراط فیلسوف انجام دادند و او را وادار کردند جام زهر بنوشد، یا عملی که بعضی مقامات کلیسا در ۱۶۱۶ و ۱۶۳۳ م با گاليله کردند و او را تحت فشار قرار دادند تا عقاید علمی اش را تکذیب کند یا پس بگیرد، یا به تعبیر آنها تصحیح کند، فراموش شدنی نیست. منصور حلاج را به سال ۳۰۹ ق کشتند و به روایتی سوزاندند. شهید

اول را در سال ۷۸۶ ق کشتند، سنگباران کردند و سپس سوزاندند. شهید ثانی را در سال ۹۶۶ ق به قتل رساندند، و شهید ثالث را در سال ۱۲۶۴ ق در مسجد کشتند. اینها نمونه‌های کسانی هستند که یا جانشان را در راه اندیشه‌هایشان از دست داده‌اند، یا در این راه با مشکلات روبه‌رو شده‌اند، رویدادهایی که هیچ‌گاه نمی‌توان از صفحه‌های تاریخ علمی-فرهنگی بشر محو کرد.

سانسور در عصر جدید و به‌ویژه با استفاده از فناوریهای پیشرفته و به کمک انواع نرم‌افزارهای رایانه‌ای، در دنیای کنونی، بیش از اعصار گذشته پیچیده و گوناگون شده است. دولتهایی که بخواهند دست به سانسور بزنند، اکنون راهها و ساز و کارهای عملی بیشتری در اختیار دارند. در کشورهایی که رسانه‌های همگانی در دست دولت متمرکز باشد، خطری که صاحبان اندیشه و هنر را تهدید می‌کند بیشتر است. در کشورهای جهان سوم، به‌ویژه در آن کشورهایی که حکومت‌های وابسته یا غیرمردمی دارند و دولتی نیرومند نیز در آنجا بر سر کار است، این خطر بمراتب بیشتر است؛ برای مثال دولتهایی که با داد و گرفت آزادانه اندیشه موافق نباشند، می‌توانند بدون توسل به روشهای قانونی یا علنی سانسور، از راههای دیگر مانع و محدودیت به وجود آورند، یا نظر خود را، به گونه‌ای که می‌خواهند، تحمیل کنند. این راهها بعضی از نمونه‌های آنهاست:

- دخالت در گردش آزادانه اخبار و اطلاعات از طریق نظارت بر رسانه‌های همگانی؛

- استفاده از اهرمهای اقتصادی برای تحمیل شرایط سیاسی؛

- دخالت‌های ناپیدا در پخش کتابها و مطبوعات؛

- جلوگیری از ورود منابع و اطلاعات و اخبار به کشور یا ایجاد موانع پیدا و

ناپیدا بر سر راه آنها؛

- تحت فشار قراردادن صاحبان اندیشه و هنر با روشهای مستقیم و غیرمستقیم

برای دور ساختن آنها از بعضی اندیشه‌ها، یا نزدیک کردن آنها به بعضی دیگر؛

- وادار ساختن محافل فکری، مجامع هنری، کانونهای فرهنگی - انتشاراتی،

چاپخانه‌ها، مراکز رسانه‌ها به پذیرفتن و مراعات ضوابطی که در مجموع و در نهایت جنبه محدود کننده یا تغییر دهنده داشته باشد؛

- اعمال ایدئولوژی حزبی، گروهی، فرقه‌ای، جناحی از طریق رسمی و رسانه‌ها، و از طریق غیررسمی به دست گروههای فشار معمولاً نامرئی و در پس پرده؛ - ایجاد ترس، بیم و تردید آشکار، پنهان یا نهفته در مردم، از راههای مختلف و به‌ویژه به کمک اهرمهای سیاسی که در دست دولت است، و گاه حتی از طریق شایعه‌پراکنی، به گونه‌ای که آنها را از آنچه مدنظر و پسند قدرت حاکم نیست، دور کند، یا مردم را به خود سانسوری وادارد، که به‌ویژه خود سانسوری از ساز و کارهایی است که بسیاری از حکومتها در کشورهای واپس مانده به آن متوسل می‌شوند و مقصود خود را از این راه پیش می‌برند.

شیوه‌های جدید سبب شده است که سانسور با شکل‌های تازه و مبدل جای گونه‌ها و روشهای گذشته را بگیرد. در جامعه‌هایی که سنت آزاداندیشی نباشد، یا رشد فرهنگی - اجتماعی آن را تقویت نکند، فناوریها و رهاوردهای آنها می‌تواند با ابزارهای نیرومندتر و کارآمدتری در خدمت کسانی قرار گیرد که داد و گرفت آزادانه اندیشه را به سود خود نمی‌دانند. هر چه هست، ناشران کتاب و مطبوعات، کالایی تولید می‌کنند و می‌فروشند که محتوای آن اندیشه، دیدگاه، نظر، عقیده، سلیقه، تعبیر و تفسیر شخصی و غیرشخصی و پدیده‌های دیگری از این دست است. مادام که جامعه خویشنداری نشان ندهد و عقاید مخالف خود را تحمل نکند، بیم برخورد وجود دارد. البته آزادی محض و مطلق در نشر مطمئناً به هیچ روی واقع بینانه نیست. در جامعه متزلزل، بی‌ثبات و ناامن واژه‌ها حکم اسلحه را دارند، یا به سان کبریتی با انبار باروت عمل خواهند کرد. آزادی، اساسی‌ترین عنصر برای نشر است، اما استفاده صحیح از آن فقط در چارچوب قانون و با نظارت‌های مسئولانه ممکن است. آزادی انتشاراتی و مطبوعاتی فقط با حمایت قانونی جدی و اجرای آگاهانه و مسئولانه دستگاههای مجری قانون و مراعات کردن خویشندارانه پدیدآورندگان و ناشران و چاپگران امکانپذیر خواهد بود.

تاریخچه سانسور در ایران

دولت به معنای جدید، حدوداً از عصر ناصرالدین شاه قاجار در ایران تشکیل شد. لوازم دولت جدید، از جمله رسانه‌های همگانی و به‌ویژه روزنامه، نیز به موازات رشد دولت رشد کرد. با پیدایش این رسانه‌ها، نهادی نسبتاً رسمی برای اعمال نظارت دولت، که در عمل وظیفه سانسور را انجام می‌داد، اندک‌اندک شکل گرفت. مدت کوتاهی پس از انتشار روزنامه وقایع اتفاقیه، دومین روزنامه فارسی، «ناصرالدین شاه یکی از مأموران دربار را... به عنوان مباشرت در امر محتویات روزنامه تعیین کرد... پس از عزل امیرکبیر، او از روال کار انتشار روزنامه شکوه کرد و گفت کار به جایی رسیده که بدون اجازه صدر اعظم هیچ چیزی جز خبر خارجی نمی‌تواند چاپ کند و مجبور است درباره مقالات روزنامه با صدر اعظم و گاهی نیز با خود شاه مشورت کند» (Karimi-Hakkak, Ahmad, 1992, p. 135).

این نظارت بر نشر روزنامه بعداً به صورت منظمتر ادامه یافت و موجب شد مخالفان به راههای غیرقانونی، از جمله انتشارات مخفی و زیرزمینی روی آورند. بعضی نیز فعالیت‌هایشان را به کشورهای خارج منتقل کردند و با استفاده از آزادی موجود در آن جوامع، به انتشار آزادانه افکار و عقایدشان پرداختند (برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به: آرزین پور، یحیی، ۱۳۵۷، ص ۲۲۷-۲۵۰).

انقلاب مشروطه، فضای تازه‌ای بر ایران حاکم کرد و با توجه به ماده صریح مربوط به آزادی بیان در قانون اساسی، نشریات بسیار و کتابهای تازه‌ای منتشر شد. در واقع، اندیشه برای نخستین بار در مقیاسی گسترده و با استفاده از رسانه‌ای همگانی، در سطوح مختلف جامعه ایران انتشار یافت. اما دوره جنگهای داخلی پس از انقلاب مشروطه، ضعیف شدن بنیه جامعه، سرخوردگی از انقلاب مشروطه و بعد هم وقوع جنگ جهانی اول و اشغال بخشهایی از خاک کشور، مجال و رمقی برای جامعه باقی نگذاشت.

سلسله قاجاریه سرانجام منقرض و سلسله جدید دیگری بر سر کار آمد و حکومت مرکزی و متمرکز قدرت گرفت و بر اوضاع مسلط شد. همین حکومت در

تاریخ ۱۰ آبان ۱۳۰۱، یعنی تقریباً از همان آغاز کار خود، قانونی را به نام «قانون راجع به نظارت مطبوعات» از تصویب مجلس گذراند، و اندکی بعد دایره‌ای در وزارت معارف عملاً به سانسور پرداخت. تا شهریور ۱۳۲۰، که ایران در زمان جنگ جهانی دوم به اشغال نیروهای بیگانه درآمد، سانسور کتاب و مطبوعات به صورت منظم، رسمی و غیررسمی، به اشکال مختلف و گاه نیز با شدت تمام برقرار بود.

از ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲ ش، دوره‌ای است که آزادی سیاسی، فضای مناسبی برای انتشار آزادانه‌تر اندیشه فراهم ساخت. در این دوره نزدیک به ۵۰۰ روزنامه و مجله، شماری کتاب و انواع و اقسام نشریات حزبی و وابسته به دسته‌ها و گروه‌های مختلف، به فراوانی انتشار یافت. چون احزاب و دسته‌های سیاسی آزادی فعالیت داشتند و اینها برای بقای فعالیت‌های خود هم که بود خواستار آزادی فعالیت گروه‌های دیگر نیز بودند، فضایی بر جامعه حاکم گردید که طیف رنگارنگی از همه گونه رأی و اندیشه، نظر و سلیقه و فکر و عقیده دیده می‌شد. در این دوره، سانسور سیاسی شاید ضعیف‌ترین و کم‌رنگ‌ترین مرحله خود را در تاریخ ایران می‌گذراند (برای آگاهی بیشتر درباره نشریات و مطبوعات این دوره نگاه کنید به: صدر هاشمی، محمد، ۱۳۶۳).

پس از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و سرکوبی فوری و سریع نیروهای مخالف دولت، آزادی اندیشه در ایران، به دنبال دوره‌ای درخشان، آسیبی هولناک دید و دوره‌ای از اختناق فکری، لغو آزادی‌های اساسی و اصولی و بی‌حرمتی به ساحت اندیشه تا سقوط رژیم در ۱۳۵۷ ادامه یافت. به‌ویژه پس از تشکیل سازمان اطلاعات و امنیت کشور (ساواک) در ۱۳۳۶ حدود چهار سال پس از کودتا، سانسور و تفتیش عقاید به اوج خود رسید. ساواک نه تنها روزنامه‌ها، مجلات، و انتشار هرگونه نشریه‌ای را زیر نظر قرار داد، بلکه با نفوذ غیرقانونی و مخفیانه در همه کانونهای تجمع فکری، علمی، هنری، فرهنگی، جامعه را از درون و از اعماق نهان خود مرعوب، و از هرگونه آزاداندیشی و فراغت بال و راحتی خیال محروم ساخت. تفتیش عقاید و سانسوری که ساواک برقرار ساخت از نمونه‌های بارز سانسور منظم

دستگاههای امنیتی برای ایجاد جوّ وحشت و خفقان و جلوگیری از پیدایش و گسترش هرگونه اندیشه مخالف است. سانسور در ایران در دوره فعالیت ساواک، از ظلمانیترین دورههای تاریخ خود گذر کرده است.

پس از سقوط رژیم پهلوی در انقلاب اسلامی ۱۳۵۷، انبوهی از نوشتههایی که سالها اجازه انتشار نداشت، مانند جریانی سیل وار، بدون مانع و سانسور انتشار یافت. کتابهایی که اصطلاحاً به آنها «جلد سفید» می گفتند کتابهایی بودند با جلدهای ساده و معمولاً بدون طرح جلد، بیشتر به رنگ سفید و قریب به اتفاق در زمینه سیاسی، به میزان زیاد انتشار یافت. شمار روزنامهها و مجلات به نحو بی سابقه ای فزونی گرفت. این پدیده انفجارگونه البته نمی توانست برای مدتی طولانی ادامه داشته باشد، اما هرچه بود نتیجه محرومیت و خفقان سالها تفتیش و سانسور بود.

حدود یک سال و نیم از پیروزی انقلاب اسلامی نگذشته بود که نیروهای ارتش متجاوز بعث به ایران حمله کردند و جنگ هشت ساله ناخواسته ای را بر ایران تحمیل کردند. جنگ و مسائل و مشکلات آن طبعاً اجازه نمی داد که آزادی اندیشه در بستر طبیعی خود حرکت کند. پس از پایان یافتن این جنگ در تابستان ۱۳۶۷، مقدمات انتشار آثار در اوضاع و احوال طبیعی تر و در چارچوب قانون اساسی جمهوری اسلامی و آیین نامه های مصوب انتشار کتاب و مطبوعات بتدریج فراهم آمد.

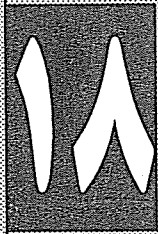
قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۵۸، با اصلاحات ۱۳۶۸، صراحتاً هرگونه سانسور را ممنوع و از آزادی بیان حمایت کرده است. اصل بیست و سوم این قانون می گوید: «تفتیش عقاید ممنوع است و هیچ کس را نمی توان به صرف داشتن عقیده ای مورد تعرض و مؤاخذه قرار داد.» و اصل بیست و چهارم می گوید: «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند، مگر آنکه مخّل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد» (نگاه کنید به: قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران). ماده ۴ قانون مطبوعات، مصوب اسفند ۱۳۶۴ و آیین نامه اجرایی آن، مصوب بهمن

۱۳۶۵ درباره سانسور در مطبوعات صراحتاً می گوید: «هیچ مقام دولتی و غیردولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله ای در صدد اعمال فشار بر مطبوعات برآید و به سانسور و کنترل نشریات مبادرت کند.»

پس از ۱۳۷۶ ش که دولت اصلاح طلب سیاستهایی در جهت حمایت بیشتر از نشر و ناشران در پیش گرفت، نظارت بی رویه بر نشر کتاب به حد اقل کاهش یافت. اجرای این سیاست به مدت چند سال بر افزایش عنوانهای منتشر شده و سهولت بیشتر در بیان و ابراز عقیده از راه کتاب تأثیر محسوس گذاشت و رشد نشر آغاز گردید.

پرسشها

۱. آیا جامعه ای را سراغ دارید که در آن هیچ گونه سانسوری اعمال نشود؟ این جامعه کجاست؟
۲. چرا بعضی دولتها در برخی جوامع به اعمال سانسور متوسل می شوند؟
۳. از میان تعریفهای سانسور کدامیک را مناسبتر می دانید؟
۴. سانسور چه تأثیری در داد و گرفت پیام می گذارد؟
۵. سانسور پیشگیری برای کتاب مضرتر است یا سانسور پیگردی؟
۶. نخستین سابقه سانسور در ایران مربوط به چه زمانی است؟
۷. چرا سانسور کتاب در ایران در سالهای پس از کودتای ۱۳۳۲ شدید شد؟
۸. کدامیک از اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران هرگونه سانسور را صراحتاً ممنوع کرده است؟
۹. چرا در قانون اساسی از آزادی بیان حمایت شده است؟
۱۰. آیا در سالهای اخیر تغییری در وضع نشر کتاب به چشم می خورد؟



نشر کتاب در ایران (۱) تاریخچه و تحول

نشر کتاب در ایران، همانند کشورهای دیگر، از دو عامل تحولات فرهنگی-اجتماعی و پیشرفتهای فنی تأثیر پذیرفته و از چند دوره اساسی تحول و پیشرفت گذشته است. بر پایه همین دوره‌های اساسی، می‌توان دوره‌های عمده‌تر نشر را تعیین کرد.

نشر در ایران تا ۱۳۵۷

نشر کتاب در ایران به معنای امروزی آن، یعنی نشری که از محمل چاپ استفاده می‌کند، عملاً پس از ورود نخستین دستگاههای چاپ به کوشش ارمنیان جلفای اصفهان، در عصر شاه‌عباس یکم صفوی آغاز شد. در دوره ولایتعهدی عباس میرزا قاجار، و در عصر قاجاریه چند چاپخانه سنگی و سربی تأسیس گردید که به کار چاپ و نشر می‌پرداختند. نشر کتاب در عصر قاجار چهار دوره عمده را سپری کرده است:

۱. دوره ترجمه و انتشار چندین کتاب در زمان عباس میرزا و با حمایت مادی

و معنوی او؛

۲. دوره دارالطباعه عصر ناصری و انتشار شماری کتاب با پشتیبانی و

هزینه دولتی؛

۳. دوره فعالیت مدرسه دارالفنون و انتشار شماری کتاب درسی؛

۴. دوره انقلاب مشروطه، از مقدمات انقلاب تا نتایج آن و انتشار کتابهایی به

انگیزه این رویداد سیاسی-اجتماعی.

اما اسناد و مدارک موجود نشان نمی‌دهد که نشر کتاب در عصر قاجاریه به

صورت فعالیتی اقتصادی یا مستقل بوده است و کتابهایی که در آن دوره انتشار یافته

عمدتاً با پشتیبانی دولت، حمایت مالی و معنوی رجال حکومتی و عده‌ای فرهنگدوست و آزادیخواه، یا به قصد ترویج معارف یا تنویر افکار و اشاعه عقاید و مرامهای بخصوص بوده است. به نظر نمی‌رسد که در این عصر، کتاب آنقدر فروش داشته و به ناشر امکان می‌داده که از این راه هزینه انتشار کتابهای دیگری را تأمین کرده باشد. از کتابفروشیهای بسیاری در عصر قاجار اطلاعاتی بر جای مانده است. شماری از آنها در کنار کتابفروشی به نشر کتابهایی اقدام می‌کردند (نگاه کنید به کتابفروشی، ۱۳۸۳، صفحات مختلف)، اما با این حال هیچ نشانه‌ای تا این زمان به دست نیامده است که ثابت کند نشر کتاب در آن دوره فعالیتی صرفاً اقتصادی، یا با انگیزه‌های اقتصادی بوده است؛ در باب انگیزه‌های فرهنگی و سیاسی نشر، شواهد به قدر کافی گویاست. از یاد نبریم که اطلاعات موجود ما درباره وضع نشر و کتابفروشی در عصر قاجار به آنقدر نیست که بتوانیم سیمای نشر را با دقت ترسیم کنیم. بر اساس مجموعه‌ای از اسناد در خانواده حاج امین‌الضرب، که اخیراً در اختیار ایرج افشار گذاشته شده و محتوای آنها در کتاب مهدوی‌نامه (ص ۵۷ تا ۱۰۳) انتشار یافته است، معلوم می‌شود که در ۱۳۱۶ ق تقریباً هشت سال پیش از انقلاب مشروطه ایران، گروهی از تجدّدخواهان و فرهنگدوستان، شرکتی خصوصی به نام «شرکت ملی طبع کتاب»، برای تألیف، ترجمه و انتشار کتاب تأسیس کرده‌اند. محمد قزوینی و محمدعلی فروغی نیز از همکاران این شرکت بودند. فروغی معروف به خوش نثری و ذوق زبانی، در آن شرکت کاری شبیه ویراستاران امروزی در مؤسسه‌های انتشاراتی انجام می‌داد. گرچه این شرکت فقط تعداد اندکی کتاب منتشر کرد و عمر آن زیاد نپایید، تأسیس آن، چگونگی تأسیس آن، دیدگاهی که بر اساس آن شرکت تشکیل یافته، نوع کتابها و نحوه انتخاب آن، روش اداره شرکت و نظایر اینها، از حیث تاریخ نشر کتاب در ایران و پیشینه نخستین شرکت خصوصی نشر، اهمیتی بسیار دارد (برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به: مهدوی‌نامه). بر پایه اطلاعات موجود شاید بتوان این شرکت را نخستین شرکت خصوصی انتشار کتاب در ایران با معیارهای جدید قلمداد کرد.

در عصر پهلوی اول (۱۳۰۴ تا ۱۳۲۰ ش) عوامل فرهنگی - اجتماعی و نیز

فنی بر نشر تأثیر گذاشت. از جمله مهمترین آنها می‌توان از این موارد یاد کرد:

- تأسیس دانشگاه تهران؛

- افزایش شمار کتابخوانان، روشنفکران، متجددان، تحصیل‌کردگان فرنگ؛

- تأسیس مدرسه‌های جدید و نیاز به کتابهای درسی؛

- گسترش سوادآموزی و دانش عمومی؛

- ورود دستگاههای جدید چاپ به کشور؛

- تشکیل نهادهایی در دولت برای تدوین و نشر برخی کتب؛

- تأسیس نخستین مؤسسات نشر خصوصی، ولو در مقیاس کوچک؛

- نیاز خود دولت به چاپ و نشر بعضی مطالب.

در همین دوره یکی دو راسته کتابفروشان در تهران شکل گرفت و عده‌ای از همین کتابفروشان به نشر کتاب نیز می‌پرداختند. از قدیم‌ترین کتابفروشیهایی که به نشر هم پرداخته‌اند می‌توان از ابن‌سینا، ادب، اسلامیه، اقبال، بارانی، بروخیم، خیام، رضائی، سعادت، کلاله خاور، گنج دانش و معرفت و چندتای دیگر نام برد. برخی کتابفروشیها در شهرهای عمده‌ای چون اصفهان، تبریز، رشت، شیراز، مشهد، گذشته از توزیع و فروش کتابهای چاپ تهران، به نشر بعضی کتابها نیز پرداخته‌اند (نگاه کنید به: کتابفروشی، ۱۳۸۳، صفحات مختلف).

در دوره پهلوی اول، به‌ویژه باید از کوشش وزارت معارف / فرهنگ وقت در تألیف، تصحیح، تنقیح و انتشار شمار نسبتاً زیادی کتاب درسی با چاپهای بسیار خوب، کاغذ اعلا، صحافی شکیل و بسیار کم‌غلط یاد کرد. این اقدام وزارت فرهنگ در بالا بردن سطح فرهنگ نشر کتاب در ایران آن زمان مؤثر بود؛ به‌ویژه آنکه عده‌ای از مسؤولان فرهنگ در آن دوره، خود اهل کتاب و قلم نیز بودند. اما از یاد نباید برد که دوره حکومت پهلوی اول با استبداد سیاسی و اختناق فکری همراه بوده است. وحشت از نظمی و مأموران ممیزی مانع از هرگونه آزادی در اندیشه و گفتار بود. مطمئناً اگر جامعه آن سالها، آزادی نوشتن و انتشار می‌داشت، با توجه به امکانات فنی موجود و نیاز بسیاری که بخشهای مختلف جامعه داشت، کتابهای بیشتری نوشته، ترجمه و منتشر می‌شد.

نشر کتاب در عصر پهلوی دوم (۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷ ش) نیز به تأثیر از عاملهای فرهنگی-اجتماعی و فنی، از چند مرحله و گاه مراحل کاملاً متفاوت گذشته است. این دوره سی و چند ساله از لحاظ سیاسی-اجتماعی دستخوش تحولاتی بوده و همین تحولات بر جنبه‌های مختلف زندگی، از جمله نشر کتاب، تأثیر گذاشته است. مراحل عمده آن عبارت است از:

- ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲، دوره آزادی فعالیتهای سیاسی و احزاب و گروهها و نشر روزنامه‌ها و مجلات متنوع و کتاب، در عین تنگناها و محدودیتهای اقتصادی؛
- ۱۳۳۲ تا حدود ۱۳۳۹، عصر کودتا، سرکوبی، اختناق، محدودیت آزادیها و فعالیتهای سیاسی-فکری و نشر جراید و مطبوعات؛
- دهه ۱۳۴۰، دوره نسبی ثبات و آرامش، رشد اقتصادی و فعالیتهای علمی-فرهنگی؛

- سالهای نخستین دهه ۱۳۵۰، دوره افزایش سریع بهای نفت و درآمدها، سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیسات چاپی و گسترش برخی فعالیتهای انتشاراتی به‌ویژه در سازمانهای دولتی و وابسته به دولت؛
- سالهای منتهی به انقلاب اسلامی ۱۳۵۷، دوره بحران سیاسی-اجتماعی، فرهنگی و تأثیر منفی آن بر نشر کتاب از بعضی جهات و تأثیر مثبت آن در نشر بعضی کتابها از جهات دیگر.

مسیر منحنی نشر در این دوره ۳۷ ساله نشان می‌دهد که نشر کتاب دستخوش نوسان و گاه نیز تغییرات ناگهانی بوده است. در اواخر دهه ۱۳۱۰، در سال حدود ۲۰۰ عنوان کتاب در ایران منتشر می‌شد. در ۱۳۲۲ این رقم به ۱۹۳ عنوان کاهش یافت، اما از سال بعد بتدریج رو به افزایش نهاد و در ۱۳۳۰ به بیش از دو برابر و ظاهراً به ۵۳۸ عنوان در سال رسید. میانگین سالانه که در دهه ۱۳۱۰ حدود ۲۰۰ عنوان بود، در دهه ۱۳۲۰ به حدود ۳۰۰ عنوان افزایش یافت. در دهه ۱۳۳۰، چند نوسان شدید و نسبتاً شدید رخ داد. در سالهای ۱۳۳۲ و ۱۳۳۳ به سبب وقوع کودتا در ایران و بحرانهای سیاسی-اجتماعی، مشکلات اقتصادی و روی آوردن مردم به مسائل روز و خواندن روزنامه و مجله‌ها، نشر کتاب کاهش یافت (نگاه کنید به:

میرآفتابی، مرتضی، ۱۳۵۷، ص ۲۰ و بعد).

در ۱۳۳۴، کتابهای منتشر شده به ۷۹۷ عنوان رسید که در تاریخ نشر ایران تا آن زمان رقم بی‌سابقه‌ای بود. علت آن را احتمالاً تلاش دولت کودتا، برای تبلیغات از راه چاپ کتاب، انتشارات دولتی و کاهش شمار روزنامه و مجلات می‌دانند (نیز نگاه کنید به: میرآفتابی، مرتضی، ۱۳۵۷، ص ۲۰ و بعد).

از آن سال به بعد چون کتابشناسی ملی انتشار یافته است، دنبال کردن نام و مشخصات و تعداد کتابها و نیز تفکیک و دسته‌بندی آنها بر حسب موضوع و متغیرهای دیگر ممکن است. بر اساس آماری که از این کتابشناسیها می‌توان به دست آورد، آهنگ نشر کتاب در دهه ۱۳۳۰ سالانه رشد کرده و میانگین شمار آنها در همان دهه بیش از ۵۰۰ عنوان بوده است (نگاه کنید به: ایرج افشار، کتابشناسی ایران و کتابهای ایران) (جدول ۱-۱۸).

جدول ۱-۱۸ کتابهای منتشر شده در ایران (از ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۹).

سال	سرجمع کتابهای منتشر شده (عنوان)	سال	سرجمع کتابهای منتشر شده (عنوان)
۱۳۲۰	۳۲۸	۱۳۳۰	۵۳۸
۱۳۲۱	۲۸۶	۱۳۳۱	۴۸۰
۱۳۲۲	۱۹۳	۱۳۳۲	۳۸۷
۱۳۲۳	۳۲۸	۱۳۳۳	۳۹۴
۱۳۲۴	۳۲۸	۱۳۳۴	۷۹۷
۱۳۲۵	۳۱۰	۱۳۳۵	۵۷۰
۱۳۲۶	۳۶۹	۱۳۳۶	۶۹۰
۱۳۲۷	۳۱۳	۱۳۳۷	۶۲۱
۱۳۲۸	۵۰۵	۱۳۳۸	۴۸۵
۱۳۲۹	۳۰۸	۱۳۳۹	۵۶۸

مأخذ: گزارش فرهنگی ایران

در سالهای ۱۳۳۷ و ۱۳۳۸، کتاب در ایران با تورمی بی‌سابقه روبه‌رو شد. به نظر می‌رسد شمار کتابهای منتشر شده در آن سالها از نیاز و ظرفیت بازار بیشتر بود، چون ناشران و کتابفروشان ناگزیر شدند انبوه کتابهای انبار شده را به قیمت ارزان حراج کنند. در اواخر دهه ۱۳۳۰ و اوایل دهه ۱۳۴۰ ش، برخی از ناشران کتابهایشان را با تخفیفهای چشمگیر می‌فروختند. حتی کتابهای بعضی از ناشران

کیلویی فروخته شد. خریداران از میان کتابها هر چه می خواستند انتخاب می کردند و در ترازو می گذاشتند و بر حسب وزن کتابهای «باد کرده»، مبلغ آنها را می پرداختند. فروش کیلویی کتاب بار دیگر در همین سالهای اخیر، و البته به طور محدود، تکرار شد، اما دامنه و تأثیر آن با آنچه در آن سالها گذشت قابل مقایسه نبود.

فروش کتاب به صورت کیلویی، یا فروش کتابهای ناشران دیگر به صورت قرعه و شانسی، نشانه‌ای از بحران نشر کتاب در آن سالها، و همچنین از نشانه‌های بحران فرهنگی است، ولی مطمئناً گویایی از وضع بد و نابسامان اقتصاد کتاب در ایران است (نیز نگاه کنید به: میرآفتابی، مرتضی، ۱۳۵۷، ص ۲۳؛ ناصرالدین صاحب‌الزمانی، محمد حسن، ۱۳۴۷؛ نیز برای به دست آوردن اطلاعات دست اول دربارهٔ ابتکار فروش کتاب به صورت کیلویی و تأثیرهای احتمالی آن در بازار راکد نشر، نگاه کنید به: «گفت و گو با محمود کاشی چی»، بخارا ش ۱۱، فروردین - اردیبهشت ۱۳۷۹، ص ۷۹ به بعد).

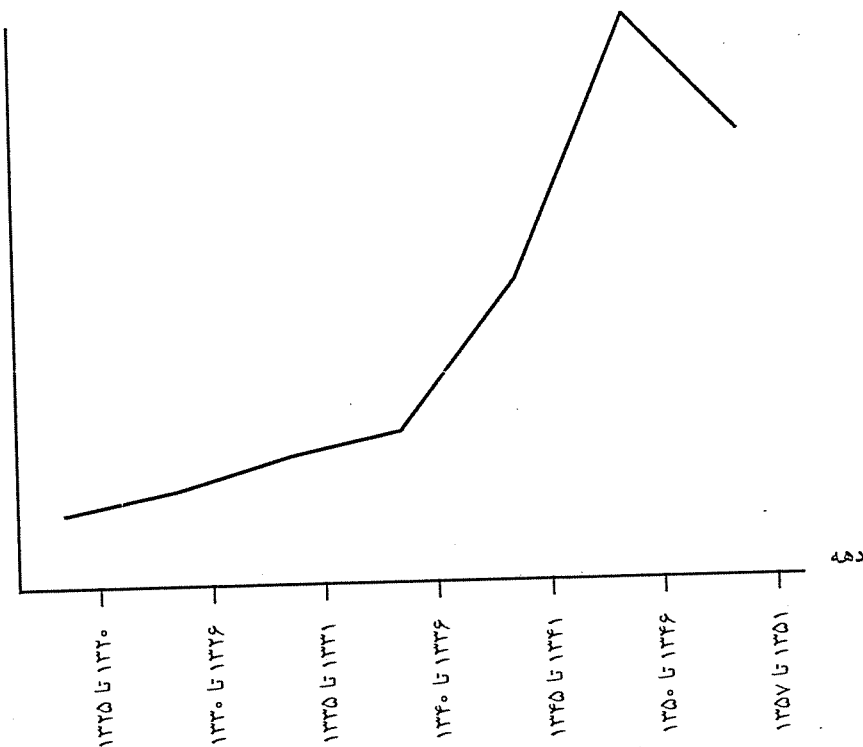
جدول ۱۸-۲ کتابهای منتشر شده در ایران (از ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۷).

سال	سرجمع کتابهای منتشر شده (عنوان)
۱۳۴۰	۵۸۷
۱۳۴۱	۸۰۳
۱۳۴۲	۷۵۱
۱۳۴۳	۱۰۴۸
۱۳۴۴	۱۷۵۲
۱۳۴۵	۲۱۳۷
۱۳۴۶	۳۱۶۹
۱۳۴۷	۳۶۲۱
۱۳۴۸	۴۰۷۹
۱۳۴۹	۴۳۵۹
۱۳۵۰	۳۴۷۴
۱۳۵۱	۳۳۷۹
۱۳۵۲	۳۰۷۰
۱۳۵۳	۱۸۷۲
۱۳۵۴	۲۰۹۴
۱۳۵۵	۱۶۸۹
۱۳۵۶	*۳۰۲۷
۱۳۵۷	*۲۹۹۷

مأخذ: گزارش فرهنگی ایران؛ کتابشناسی ملی ایران

آمار کتابشناسیها نشان می دهد که شمار کتابهای منتشر شده در ایران در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ همراه با نوسانهایی در افزایش بوده است؛ برای مثال در سالهای آغازین دههٔ ۱۳۴۰، به طور متوسط ۷۰۰ عنوان در سال و در سالهای آغازین دههٔ ۱۳۵۰، به طور متوسط ۲۷۰۰ عنوان کتاب در سال انتشار یافته است. در سالهای پایانی دههٔ ۱۳۴۰، شمار کتابهای منتشر شده حتی به حدود ۴۰۰۰ عنوان در سال نیز رسید، اما در سالهای منتهی به انقلاب اسلامی ایران در ۱۳۵۷، شمار کتابهایی که از مجراهای رسمی منتشر شد بشدت کاهش یافت و به حدود نصف کتابهای منتشر شده در سالهای پایانی دههٔ پیش از آن رسید (جدول ۱۸-۲).

میانگین تعداد کتابهای منتشر شده



نمودار ۱-۱۸ فراز و فرود نشر کتاب از ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷

چنانچه سرجمع کتابهای منتشر شده در دهه‌های ۱۳۳۰، ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ راده دهه در نظر بگیریم، منحنی نشر سیر صعودی را نشان می دهد، اما اضافه شدن

* به تصریح مقدمه‌های کتابشناسی ملی ایران در این دو سال، فهرست کتابها شامل کتابهای از قلم افتادهٔ یکی دو سال قبل نیز هست. در ضمن کتابهای تجدید چاپی نیز در فهرست کتابشناسی ملی ایران ذکر می شود؛ بنابراین ارقام فقط شامل کتابهای چاپ اول نیست.

ارقام نمی‌تواند از رونق نشر کتاب، افزایش کتابخوانی، رشد فرهنگی و مانند آنها حکایت کند. برای ارزیابی علمی و دقیق باید آمار مربوط به کتاب را با شاخصهای دیگر داخلی و نیز با آمارهای کتاب در کشورهای دیگر مقایسه کرد. سنجش نشان می‌دهد که آهنگ افزایش انتشار کتاب به هیچ‌روی قابل مقایسه با افزایش عده باسوادان، دانش‌آموزان و دانشجویان، تعداد دانشگاهها و مؤسسات آموزشی و نیز قابل مقایسه با سایر فعالیتهای فرهنگی و فراغتی و رسانه‌های دیگر ارتباطی نبوده است. در بررسی واقع‌بینانه، معلوم می‌شود که طی آن سالها از شمار کتابخوانان به نسبت جمعیت کاسته شده است (برای آمارها و مقایسه بیشتر نگاه کنید به: مرکز آمار ایران، کتاب و مطبوعات در ایران).

موضوع و محتوای کتابها و تحول کمیت و کیفیت آنها در طول سالها، از مباحث دانش کتابسنجی است که بررسی در این زمینه و مطالعه در نتایج آن می‌تواند از سیر تحول کتاب تصویر دقیقتری به ما بدهد. آنچه فقط از باب اشاره در اینجا می‌توان گفت، این است که عاملهای مختلفی در تعیین موضوعهای کتاب تأثیر دارد، که از آن جمله است: نیاز جامعه، سیاستها و برنامه‌های عمومی دولت، ذوق و سلیقه مردم و انتخابهایی که ناشران و پدیدآورندگان به تبع بازار و خواننده به عمل می‌آورند. برای مثال در آستانه انقلاب اسلامی و تا مدتی پس از آن، کتابهای سیاسی و انواعی از کتابهای مذهبی خواستار بسیار داشت؛ در سالهای اخیر کتابهای تاریخی، خاطرات، زندگینامه، سفرنامه، داستان تاریخی، رایانه و اینترنت بیش از سایر کتابها خواننده و فروش داشته است؛ و کتابهای اقتصاد و مدیریت تا پایان دهه ۱۳۷۰ چندین برابر دهه ۱۳۴۰، خواستار داشته است. این تحول را با ارائه آمارهای کتاب بر اساس تقسیم‌بندی موضوعی و نمودارهای مقایسه‌ای بر پایه سال و دهه می‌توان نشان داد. مقایسه نمودارهای موضوعی با سالها، دهه‌ها و سایر متغیرهای لازم، می‌تواند همخوانی‌هایی را آشکار سازد که برای شناخت جنبه‌های تغییر و تحول یافته جامعه به پژوهشگر کمک کند.

در دهه‌هایی که گفتیم، تغییرات اجتماعی و به دنبال آن تغییرات اقتصادی



نمودار ۱۸-۲ پراکنش‌ترین و کم‌انتشارترین سال در هر دهه و میانگین دهه

فراوانی روی داد. جمعیت کشور افزایش یافت، مهاجرت از روستاها به شهرها به ویژه پس از اصلاحات ارضی و تغییر ساختار اجتماعی روستاها و نیز از شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ، افزایش یافت و ترکیب جمعیتی کشور دگرگون شد. وضع اقتصادی ایران، و همچنین جایگاه این کشور در جهان، چه از لحاظ صادرات نفت، و چه از حیث اهمیت سوق الجیشی و نظامی، و عوامل دیگر، موجب شد که در همه عرصه‌ها و زمینه‌ها تحولاتی صورت بگیرد. این تحولات بر نشر کتاب در ایران نیز تأثیر گذاشت و تغییراتی را در این عرصه ایجاد کرد. برای مثال از جمله تغییرات و تحولات می‌توان از اینها یاد کرد:

- توسعه و ازدیاد مدارس، آموزشگاهها، دانشگاهها، مراکز علمی، پژوهشی

و فرهنگی؛

- افزایش دانش آموزان، دانشجویان و سوادآموزان؛

- احداث چندین چاپخانه بزرگ در کشور؛

- تأسیس کتابخانه‌های تازه؛

- تأسیس سازمانهای مخصوص تدوین و نشر کتابهای درسی و دانشگاهی؛

- تأسیس شماری مؤسسه انتشاراتی و چند سازمان بزرگ نشر؛

- تأسیس سازمان ویژه تدوین و نشر کتابهای کودکان و نوجوانان؛

- به وجود آمدن نشر تخصصی؛

- انتشار کتاب در بعضی از مؤسسه‌های انتشاراتی مجهز بر اساس معیارهای

رایج بین‌المللی؛

- تدریس برخی از رشته‌ها و زمینه‌های مرتبط با کتاب و چاپ و نشر در

دانشگاهها و مؤسسات آموزشی و فنی؛

- برگزاری نمایشگاههای کتاب؛

- تأسیس انجمنهای کتاب؛

- اعطای جوایز کتاب و برگزاری جشنهای کتاب؛

- تبلیغ و معرفی کتاب از راه رسانه‌ها؛

- تشکیل اتحادیه‌های صنفی چاپ و نشر؛

- تصویب قوانین حمایت از حقوق پدیدآورندگان و نشر؛

- نهضت‌های روشنفکری و جنبشهای فکری-سیاسی.

این عوامل از جهات مختلف بر نشر کتاب تأثیر گذاشت. امکانات فنی چاپ و توان چاپخانه‌ها متناسب با نیازهای فرهنگی رشد نیافته بود. دولت بارها مجبور شد بخشی از کتابهای درسی را در چاپخانه‌های خارج از کشور چاپ کند، زیرا که ظرفیت چاپخانه‌های داخلی پاسخگو نبود. برای چاپ پاکیزه، برخی از کتابها و نشریات ناچار شدند به چاپخانه‌های خارج از کشور، برای مثال ژاپن، سفارش بدهند. با این وصف، امکانات فنی چاپی کشور روی هم رفته می‌توانست نیازهای نشر را برآورده سازد.

مؤسسه‌های بزرگ انتشاراتی

در همین دوره ناشران بزرگ و فعالی ظهور کردند که هر کدام به سهم و در حوزه فعالیت و تخصص خود جایگاه مهمی در تاریخ نشر ایران دارند. برخی از این ناشران به همت و سرمایه شخصی و گاه با پذیرفتن مخاطرات، به نشر کتاب پرداخته‌اند. بارزترین نمونه این ناشران مؤسسه انتشارات امیرکبیر، تأسیس عبدالرحیم جعفری است که با انتشار کتابهای بسیار خوب، پرهزینه، و گاه اساسی، بر تحول فرهنگی ایران تأثیر گذاشته است. امیرکبیر را می‌توان نقطه عطفی در نشر خصوصی موفق در ایران دانست.

از ناشران خصوصی دیگر که در سالهای مختلف این دوره فعال بوده‌اند و کتابهای بسیاری منتشر کرده‌اند، هر چند که برخی از آنها از حیث دامنه و وسعت کار انتشارات با امیرکبیر قابل مقایسه نبوده‌اند، می‌توان از ابن‌سینا، اسلامیه، اقبال، بنیاد، پیام، ترقی، توس، جاویدان، چهر، خوارزمی، خیام، دهخدا، زوار، سحاب، فروش، سیروس، شرق، شرکت سهامی انتشار، صفیعلیشاه، طهوری، علمی، فروغی، گوتنبرگ، محمدی، مرکزی، نشر اندیشه، نیل و بسیاری دیگر نام برد.

برخی از این ناشران در زمینه‌های تخصصی فعالیت می‌کردند، و برخی ناشر عمومی بودند. از میان اینها، نیل حدود یک دهه، با انتشار آثار ادبی برگزیده و نقد کتابهای بدیع، ناشری بسیار تأثیرگذار، و خوارزمی در دوره‌ای از فعالیت خود با انتشار کتابهای مناسب، دستچین شده، سیاست مجموعه‌سازی، انتخاب مترجمان خوب، چاپ بسیار کم غلط و آراسته، جلد‌های ساده و یکسان، اما نظرگیر، و جلب اعتماد خوانندگان، در میان ناشران خصوصی جایگاه بی‌نظیری به دست آورد. شاید بتوان گفت که در تاریخ نشر خصوصی ایران، و در دوره مورد بحث ما، پس از مؤسسه انتشارات امیرکبیر هیچ ناشر دیگری در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ ش جایگاه خاص خوارزمی را به دست نیاورده باشد.

نشر محلی (نشر استانی، یا نشر شهرستانی)، به فعالیت نشر در نقاطی جز پایتخت گفته می‌شود. رشد این نشر به رشد نشر ملی کمک می‌کند. شماری از ناشران در شهرستانهای کشور، برخی از مهمترین آثار کشور را منتشر کرده‌اند. نقش ناشران محلی در انتشار آثار محلی و تأمین کردن نیازهای منطقه جغرافیایی خود می‌تواند بسیار مهم باشد. در شهرستانها چند کتابفروش ناشر فعالیت انتشاراتی داشته‌اند، از جمله:

در اصفهان: کتابفروشیهای تأیید، ثقفی، مشعل.

در تبریز: کتابفروشیهای تربیت، تهران، چهر و سروش. مؤسسه انتشارات فرانکلین در دوره فعالیتش فقط در تبریز شعبه داشت و ناشران تبریزی با همکاری این مؤسسه تعدادی کتاب خوب و ویراسته منتشر کردند.

در شیراز: معرفت، احمدی.

در قم: چند ناشر که فقط کتابهای مذهبی، عربی، و درسی طلاب را منتشر می‌کردند، اما رقم انتشارات آنها بسیار قابل توجه است و در سالهای اخیر بر شمارشان افزوده شده است و در عین حال قلمرو فعالیت خود را نیز گسترش داده‌اند.

در مشهد: باستان و زوآر.

در شهرستانهای دیگر نیز بعضی از کتابفروشان در کنار کتابفروشی به نشر

کتاب نیز می‌پرداختند. البته شمار کتابهای این ناشران در مجموع زیاد نیست (برای آگاهی بیشتر از کتابفروشان شهرستانها که به نشر هم پرداخته‌اند، نگاه کنید به: کتابفروشی، ۱۳۸۳ ش، صفحات مختلف).

دانشگاه تهران از زمانی که فعالیت انتشاراتی خود را وسعت بخشید، و سازمانی برای انتشار کتاب، چاپخانه‌ای نسبتاً مجهز، گروهی افراد فنی و چند فروشگاه برای فروش کتاب ترتیب داد، به یکی از مؤسسات انتشاراتی بزرگ کشور تبدیل شد. دانشگاه تهران در دوره‌ای از فعالیت خود، از بزرگترین، موفقترین و مؤثرترین سازمانهای انتشاراتی بود و بخش قابل توجهی از نیاز دانشگاههای کشور را به کتابهای درسی تأمین می‌کرد. فعالیت انتشاراتی این دانشگاه، هر چند که اکنون قابل مقایسه با گذشته نیست، اما تا حدودی ادامه دارد. دانشگاهها و برخی از مؤسسات دیگر آموزش عالی نیز به نشر کتابهای دانشگاهی می‌پرداختند. از میان آنها احتمالاً دانشگاه شهید بهشتی (دانشگاه ملی ایران) از بقیه فعالتر بوده است. انتشارات دانشگاه صنعتی نیز در دوره کوتاهی فعال و کارآمد بود. مرکز نشر دانشگاهی و سمت که هر دو پس از انقلاب تأسیس شده‌اند، در زمینه انتشارات دانشگاهی فعالیت می‌کنند و به بخش قابل توجهی از نیاز دانشجویان به منابع درسی پاسخ می‌گویند.

بنگاه ترجمه و نشر کتاب، سازمان وابسته به دولت، جایگاه بی‌همتایی در نشر متون کهن، ادبی، رمانهای معروف کلاسیک و بعضی آثار مهم مربوط به تاریخ و فرهنگ ایران داشت. نظارت دقیق، آگاهانه و سنجیده‌ای که این بنگاه در چارچوب سیاستهای نشر خود برقرار کرده بود، همراه با تسلط فنی و حرفه‌ای و امکانات چاپی موجب شد که کتابهای بنگاه ترجمه و نشر کتاب هر کدام به سهم و در حوزه خود نیازی از نیازهای فرهنگی کشور را برآورده سازند. این بنگاه پس از انقلاب اسلامی تغییر نام داد، سپس با دستگامی دیگر ادغام شد و بخشی از آن که باقی مانده است، با نام انتشارات علمی و فرهنگی فعالیت می‌کند.

انجمن آثار ملی و بنیاد فرهنگ ایران دو ناشر دیگر وابسته به دولت بودند که

کتابهای بسیار موثق و با ارزشی در زمینه فرهنگ ایران منتشر کرده‌اند. با اهتمام این مؤسسات تعدادی از مهمترین متون خطی ادبی، عرفانی، اسلامی و هنری کشور تصحیح، تنقیح و منتشر شد. بخشهایی از این دو مؤسسه با نامهای دیگری به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، دستگاهی وابسته به دولت بود و با فعالیتها و انتشاراتش سرفصل کاملاً تازه‌ای در نشر ادبیات کودکان و نوجوانان گشود. آمارهای کتاب نشان می‌دهد که در سال ۱۳۲۰ فقط ۱۵ عنوان کتاب مخصوص کودکان انتشار یافته بود و تا ۱۳۳۰ این رقم از ۴۰ عنوان فراتر نرفت، حال آنکه مجموعه کتابهایی که فقط کانون پرورش فکری برای کودکان و نوجوانان منتشر کرده است، از صدها عنوان تجاوز می‌کند.

کتابهای خوب، زیبا، خوش‌نثر، خوش‌چاپ، با ترجمه‌ها و ویراستاریهای سنجیده، طراحیها و نقاشیهای هنرمندانه، و همچنین بسیار ارزاقیمت این کانون تأثیر انکارناپذیری بر عاداتهای کتابخوانی کودکان و نوجوانان، و ایجاد شوق و انگیزه خواندن در آنان داشته است. جایگاه کانون در میان سازمانهای انتشاراتی ایران از جهاتی منحصر به فرد است. فعالیتهای کانون با مدیریت و سیاستی دیگر اکنون نیز ادامه دارد.

کانون، گذشته از کتاب، در زمینه‌های دیگری نظیر کتابخانه‌های کودک، کتابخانه‌های سیار، انتشار صفحات و نوارهای موسیقی و قصه برای کودکان، فیلمسازی کودک و برخی دیگر از رسانه‌های دیداری - شنیداری، فعال بود.

جز اینها، مؤسسات انتشاراتی دیگری بودند که به دولت وابستگی داشتند و در زمینه‌های تخصصی فعالیت می‌کردند. وزارتخانه‌ها و برخی از سازمانهای دولتی نیز به حسب نیاز و در حوزه تخصصی خود منابعی را منتشر می‌کردند. بعضی از اینها را می‌توان در جرگه ناشران تخصصی دولتی قرار داد، مانند سازمان برنامه و بودجه، سازمان جغرافیایی ارتش، شرکت ملی نفت ایران، مرکز آمار ایران، وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و هنر، وزارت علوم، وزارت کشور. برخی از اینها

اکنون نیز به فعالیت انتشاراتی خود ادامه می‌دهند و بعضی دیگر انتشارات خود را وسعت و بهبود بخشیده‌اند، مانند سازمان جغرافیایی ارتش و مرکز آمار ایران. پس از انقلاب بر شمار ناشران دولتی و بر فعالیتهای انتشاراتی برخی از سازمانهای دولتی و نهادهای انقلابی افزوده شد و هم‌اکنون آثاری که از سوی اینها انتشار می‌یابد، قابل توجه است.

مؤسسه انتشاراتی فرانکلین. مؤسسه دیگری که سرفصل تازه و نقطه عطفی در آن دوره (دهه‌های ۱۳۳۰ - ۱۳۵۰ ش) و در تاریخ نشر کتاب در ایران به شمار می‌آید، مؤسسه انتشارات فرانکلین است. این مؤسسه به ابتکار اتحادیه‌ای از ناشران امریکایی در ۱۳۳۳ در ایران و بعضی کشورهای آسیایی و افریقایی تأسیس شد و حدود ۲۰ سال به فعالیت مشغول بود و شاخه‌ای از آن در ۱۳۵۴ بخش انتشارات دانشگاه آزاد ایران را تشکیل داد، و شاخه دیگری از آن با نامی دیگر به فعالیت پرداخت و اکنون نیز با مدیریت و سیاستی جدید و به صورت ادغام شده در یک سازمان انتشاراتی وابسته به دولت به انتشار کتاب می‌پردازد.

مؤسسه انتشارات فرانکلین مدتی پس از تأسیس در ایران، عملاً به صورت مستقل فعالیت می‌کرد و رابطه آن با سایر شعبه‌های فرانکلین در کشورهای دیگر ظاهراً فقط صوری بوده است.

دامنه فعالیت و تأثیر این مؤسسه، فراخ و بسیار است که مهمترین آن عبارت است از:

- نخستین ناشر ایران به معنای حرفه‌ای بود؛

- نخستین ناشری بود که سعی کرد معیارهای بین‌المللی و رایج نشر را در کتابهایی که چاپ می‌کرد، اعمال کند؛

- نخستین ناشری بود که کتاب را ویراستاری و نسخه‌پردازی کرد و ترجمه‌های مطمئنتر و نزدیکتر به متن اصلی در اختیار خوانندگان گذاشت؛

- به همه جنبه‌های کتاب و نیز ظاهر و صورت آن پرداخت؛

- از راه آموزشهای نظری و عملی، فرستادن عده‌ای به خارج، تشکیل

دوره‌های آموزشی داخلی، تعدادی افراد فنی و حرفه‌ای برای نشر کتاب تربیت کرد که بخشی از آنها ستونهای اصلی سازمانهای انتشاراتی دیگر کشور را تشکیل دادند؛ - کمک فنی به ناشران دیگر به منظور افزایش مهارت فنی و چاپ کتابهای منقّحتر و مطابق با اصول؛

- انتشار بعضی کتابهای مرجع، که از جمله آنها *دایرةالمعارف فارسی* به سرپرستی غلامحسین مصاحب است. این اثر به تنهایی فصل تازه‌ای در تاریخ چاپ و نشر کتاب در ایران از همه نظر است، به‌ویژه از حیث دقت، اطمینان، امانت، صحت علمی، بیطرفی و نظم و قاعده در کار؛

- سازماندهی و انتشار کتابهای درسی در مقیاسی بزرگ و به شیوه‌ای تازه و کارآمد؛

- تأسیس چاپخانه افسست، که در زمان خود بزرگترین و مجهزترین چاپخانه کشور بود. همین چاپخانه در ترویج فنون و فرهنگ چاپ در ایران تأثیر بسیاری گذاشت؛

- انتشار تعداد بسیاری کتاب، در زمینه‌های مختلف و با کیفیتهای خوب، و گاه بسیار خوب، که بعضی از آنها در حوزه خود به منزله متنهای موثق، مطمئن، مرجع، شاخص، و از نظر فنی و هنری کم نظیر است؛

- تأسیس سازمان کتابهای جیبی و انتشار شمار بسیاری کتاب در قطع جیبی و با قیمت ارزان (به این نکته جداگانه خواهیم پرداخت).

مؤسسه انتشارات فرانکلین، جزاینها فعالیتهای دیگری نیز داشته است که چون ارتباط مستقیمی با موضوع نشر کتاب ندارد، ذکر آنها ضروری نیست. در مجموع شاید بتوان این مؤسسه را بانی و مروج نشر جدید کتاب در ایران دانست. کوششها و ابتکارهای همایون صنعتی‌زاده و تنی چند از همکاران او در گسترش فعالیتهای انتشاراتی این مؤسسه از جنبه‌های قابل بررسی در تاریخ نشر جدید در ایران است. کتابهای جیبی در ایران. در دوره فاجاریه کتابها و کتابچه‌هایی در قطع جیبی در ایران منتشر شده است و از این رو این قطع در انتشار کتاب بی سابقه نیست؛ اما

کتاب جیبی به عنوان قطعی شناخته شده، با قیمتی ارزان، کاغذ کاهی و با موضوعها و زمینه‌هایی بخصوص، و در واقع هویتی خاص، به مجموعه کتابهایی گفته می‌شود که از حدود دهه ۱۳۴۰ ش انتشار آنها در مقیاس وسیع آغاز شد. مبتکر، بانی و مروج آن مؤسسه انتشارات فرانکلین بود که شرکت سهامی کتابهای جیبی را به این منظور بنیاد نهاد، هر چند که این شرکت بعدها به انتشار کتابهایی در قطع غیرجیبی نیز پرداخت. برنامه‌ای که برای این شرکت در نظر گرفته شده بود بسیار وسیع بود، و از انتخاب کتابهای مناسب در قطع جیبی تا پخشگری و تبلیغ را در بر می‌گرفت. بهای فروش هر جلد کتاب جیبی در دهه ۱۳۴۰ معمولاً ۲۰ تا ۳۰ ریال بود که با توجه به میانگین درآمد مردم، در آن زمان هم مبلغ زیادی نبود. در آغاز بیشتر رمان، داستان پلیسی و پرماجرا، کتابهای ادبی و مشهور و مردم‌پسند در این قطع انتشار می‌یافت، اما بتدریج انتشار کتابهای جدی و سنگین نیز در این قطع آغاز شد. شمارگان کتابها به طور متوسط ۱۰ هزار نسخه بود. استقبال بسیار خریداران و خوانندگان، ناشران دیگر را به سر ذوق آورد که آنها نیز در این قطع کتاب منتشر کنند. معرفت، امیرکبیر و برخی ناشران دیگر از جمله ناشرانی بودند که مجموعه‌های تازه‌ای در قطع جیبی ترتیب دادند و به نشر کتاب در این قطع پرداختند. مجموعه چه می‌دانم؟ از نمونه‌های خوب کتابهایی است که در این قطع انتشار یافته است (برای آگاهی بیشتر درباره چند و چون کتابهای جیبی در ایران نگاه کنید به: امامی، کریم، ۱۳۶۳).

عمر کتابهای جیبی دیری نپایید و افول آن آغاز شد. این افول تأثیر ناگواری بر عادات کتابخوانی و بر خوانندگان علاقه‌مند، اما کم درآمد گذاشت. دور شدن علاقه‌مندان از کتابخوانی، تأثیر منفی فرهنگی داشت. دلایلی برای افول کتابهای جیبی، به عنوان رویدادی مهم در تاریخ نشر ایران، ذکر کرده‌اند که می‌توان از عوامل زیر یاد کرد:

۱. بازار کتاب تا حدودی از کتابهای جیبی اشباع شد، و در عین حال هزینه نسبی چاپ و نشر کتاب بالا رفت، و قطع جیبی در رقابت با کتابهای قطع دیگر صرفه اقتصادی خود را از دست داد؛

۲. چاپخانه‌ها به دلایل اقتصادی تولید کتابهای جیبی را در اولویت برنامه‌های چاپی خود قرار ندادند، و در این رقابت نیز کتابهای جیبی آسیب دید؛
۳. انتخابهای ناسنجیده موجب شد که کتابهای بی‌ارزش و کم‌ارزشی در این قطع منتشر شود، و در نتیجه هویتی که قبلاً به نوعی برای کتابهای جیبی احراز شده بود، از بین رفت و خوانندگان علاقه و اعتماد خود را از دست دادند؛

۴. دهه ۱۳۴۰ مصادف با گسترش برنامه‌های تلویزیونی بود و ظاهراً قشری از خوانندگان تماشای تلویزیون را بر کتابخوانی ترجیح دادند، و این رقیب تازه نیز از شمار خوانندگان کتابهای جیبی کم کرد؛

۵. تنزل کمی و کیفی کتابهای جیبی، بازار اقتصادی این قطع را از دست داد و انگیزه ناشران را برای سرمایه‌گذاری و ادامه فعالیت در این راه از بین برد.

عمر کتابهای جیبی حدود یک دهه بیشتر نپایید و بازار آن در عرصه نشر نخست راکد و سپس تعطیل شد. توقف انتشار کتاب در این قطع، بدون تردید تأثیر فرهنگی منفی به جای گذاشت (برای آگاهی بیشتر درباره این قسمت نگاه کنید به: امامی، کریم، ۱۳۶۳؛ جعفری، محمدرضا، ۱۳۶۶).

ناشران کوچک. ناشران را بر پایه میزان سرمایه‌ای که وارد کار نشر می‌کنند، شمار کتابهایی که در سال انتشار می‌دهند، عده همکاران مولد و تواناییهای دیگرشان در نشر، می‌توان به بزرگ، متوسط، کوچک و خرده‌پا تقسیم کرد. ناشران کشورهای در حال توسعه را نمی‌توان بر اساس ضوابط تقسیم‌بندی در کشورهای توسعه‌یافته دسته‌بندی کرد. در کشوری مانند ایران، اگر ناشری بتواند ماهی یکی دو کتاب منتشر کند، از زمره ناشران غیر حرفه‌ای بیرون می‌آید، اما در کشورهایی که نشر، صنعتی فعال است، این‌گونه ارقام کم‌اهمیت و ناچیز است.

اگر جمع کتابهایی که ناشران کوچک در طول دهه‌های مختلف منتشر کرده‌اند با شمار کتابهایی که ناشران بزرگ انتشار داده‌اند مقایسه شود، معلوم خواهد شد که سهم ناشران کوچک در مجموع کتابهای انتشار یافته در ایران قابل توجه است. از کمیت هم که بگذریم، نقش آنها از لحاظ تولید فرهنگی، عرضه آثار و تنوع فکرواندیشه

نیز با اهمیت است. در حقیقت بخش عمده‌ای از بار فرهنگی کشور را همین ناشران کوچک، با سرمایه‌های اندک و امکانات کم و محدود، بردوش کشیده‌اند. شمار زیادی از آنان سرمایه کمی دست و پا کرده‌اند، چند صباحی به فعالیت پرداخته‌اند، تعدادی کتاب عرضه داشته‌اند و بعد هم معمولاً پاکبخته، یا بیمناک از پاکبختگی، میدان نشر را با تأسف و اندوه ترک کرده‌اند. جز چند مورد نادر، دشوار بتوان ناشر کوچک را نام برد که به ناشر بزرگی تبدیل شده باشد و آن تعداد اندکی که بزرگ شده‌اند، ظاهراً هیچ کدام از راه نشر کتاب و سود حاصل از این راه دستگاه و فعالیت خود را توسعه نداده‌اند. فعالیتهایی مانند خرید و فروش کتاب، پخش، چاپ، یا سرمایه‌گذاری و مشارکت در چاپ کتابهای درسی، و کارهای دیگری از این قبیل، معمولاً سبب افزایش سرمایه و گسترش دستگاه آنها بوده است. بازار محدود و کم‌توان کتاب در آن دهه‌ها برای تقویت و توسعه نشر و ناشران مناسب نبود، گویانکه محدودیتهایی که اکنون در نشر به چشم می‌بینیم مانع از هرگونه تقویت و توسعه است.

ناشران کوچک از ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷، عمدتاً در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰، در مجموع ناشران عمومی بودند و در زمینه‌هایی چون ادبیات، اعم از داستان و نظم و نثر، تاریخ، سفرنامه، زندگینامه، مسائل سیاسی-اجتماعی و سرگرمیهای خواندنی، کتاب منتشر می‌کردند. شماری از آنها بر اساس گرایشهای عقیدتی و سیاسی، صرفاً در دو حوزه عمده دین و سیاست، فعالیت می‌کردند. در واقع اکثریت قریب به اتفاق کتابهایی که با گرایشهای مذهبی و چپ انتشار یافت، کتابهای «جلد سفید»، و آثاری که به گونه‌ای با سیاستهای رژیم حاکم مغایرت داشت، از سوی ناشران کوچک و خرده‌پا و نیز ناشران بساطی، که گاه جای ثابتی هم نداشتند، انتشار یافته است. نکته در خور توجه این است که اگر موارد افراط و تفریط را کنار بگذاریم، ناشرانی را که صرفاً به انگیزه وابستگی سیاسی، عقیدتی، حزبی، فرقه‌ای به نشر رو آورده بودند، و عده دیگری را که با اغراض بخصوصی به نشر کتاب می‌پرداختند جدا کنیم، و در واقع بینابین را در نظر بگیریم، آن دسته از ناشران کوچک و خرده‌پایی که باقی می‌مانند همانهایی هستند که در تحولات فکری و فرهنگی جامعه ایران نقش مؤثری را داشته‌اند، به گرایشها و سلیقه‌ها جهت

داده‌اند، و بر جوانان کتابخوان تأثیر گذاشته‌اند.

سیاست فرهنگی دولت در آن سالها نه تنها از این دسته ناشران حمایت نمی‌کرد و به اهمیت کارشان در درازمدت واقف نبود، بلکه با بی‌توجهی، ایجاد مانع و تضییق، توان محدود آنها را نیز کاهش می‌داد. از سوی دیگر، چون اتحادیه ناشران فعال نبود، و اساساً جایی هم برای فعالیت اتحادیه‌هایی نظیر اتحادیه ناشران نبود، این دسته از ناشران که انگیزه‌ها و علاقه‌های فرهنگی تری داشتند و می‌توانستند حرکت‌های پیشرو را برای توسعه و اعتلای نشر در جمع ناشران ایجاد کنند، میدانی برای فعالیت نیافتند.

در شرایط بروز بحران اقتصادی، همین دسته از ناشران، آسیب‌پذیرتر از بقیه هستند، کما اینکه در سالهایی که گفتیم، بروز بحران در نشر، رکود، کساد و حتی تعطیل کار ناشران کوچک و خرده‌پا را تشدید کرد. این مشکل، که در حقیقت یکی از مشکلات مزمن نشر کتاب در ایران و یکی از خطاهای آشکار سیاست فرهنگی رژیم گذشته بود برطرف نشد و ادامه یافت. در سالهای پس از انقلاب اسلامی، ناشران کوچک و خرده‌پا، که در فضای جدید و بدون سانسور سیاسی بهتر می‌توانستند فعالیت کنند، با مشکلات تازه‌تر و سهمگینتر اقتصادی، مانند گرانی کاغذ و هزینه‌های چاپی و سایر هزینه‌ها روبه‌رو شدند و نتوانستند در برابر این امواج سهمگین اقتصادی پایداری کنند. از اواخر دهه ۱۳۷۰ ش که دولت با اتخاذ سیاست یارانه‌ای درصدد کمک به نشر برآمد، بر اثر فقدان تعریف دقیقی از نوع یارانه و از ناشرانی که به حق باید از آنها حمایت می‌شد، شمار ناشران خرده‌پا روبه رشد نهاد، بی‌آنکه این دسته در رشد و اعتلای نشر کشور سهم داشته باشند، زیرا با استفاده از یارانه ناسنجیده کاغذ، به انتشار کتابهای بی‌ارزش، کم‌ارزش، یا حتی به کتابسازی، دست زدند. تجربه این سالها نشان داد که برای حمایت از نشر کوچک و کم‌توان، اتخاذ سیاستهای سنجیده‌تری لازم است و نفس یارانه یاری‌رسان نیست.

نشر در ایران، پس از ۱۳۵۷

در آستانه انقلاب اسلامی ایران، در نشر کتاب تحول چشمگیری روی داد. آثاری که

سالها اجازه انتشار نیافته بود و سانسور و اختناق، مردم را از خواندن آزادانه آنها محروم ساخته بود، هر چند با کیفیتهای نامناسب و ضعیف انتشار یافت و با استقبال گسترده طرفداران خود روبه‌رو شد. عرضه کتاب تقریباً به همه بخشها و سطوح جامعه راه یافت. بساط فروش کتاب در همه جا دایر شد، و عرضه و فروش و استقبال بر نشر تأثیر گذاشت و مؤسسات انتشاراتی بسیار زیادی بسرعت تأسیس شدند و شروع به فعالیت کردند، و فصل تازه‌ای در تاریخ نشر کتاب در ایران آغاز گردید. به طور کلی شاید بتوان علت‌های رونق نسبی نشر کتاب در ایران را در سالهای انقلاب اسلامی، سالهایی که از آستانه انقلاب آغاز شده و تا شدت گرفتن بحران اقتصادی تا نیمه‌های دهه ۱۳۶۰ ادامه یافته است، به این شرح برشمرد:

۱. افزایش خریداران و خوانندگان کتاب؛
۲. روی آوردن قشرهایی از مردم، به‌ویژه جوانان، به کتابخوانی، آثار فکری جدی، مراجعه به کتابخانه‌ها و خواندن بیشتر بنا به نیاز؛
۳. احترام و ارج نهادن به کتاب از سوی نهادهای رسمی کشور که خود مجوزی برای ورود کتاب به همه قسمت‌های جامعه است؛
۴. افزایش شمار دانشجویان و دانش‌آموزان و نیاز آنها به کتاب؛
۵. ظهور شمار نسبتاً زیادی ناشر کوچک و علاقه‌مند به نشر؛
۶. ظهور ناشران جدیدی در شهرستانها؛
۷. تأسیس چندین سازمان انتشاراتی وابسته به دولت و نهادهای انقلابی؛
۸. فعال شدن برخی سازمانهای انتشاراتی دولتی که پیش از آن فعال نبودند؛
۹. ورود دستگاههای جدید حروفچینی و چاپ؛
۱۰. ورود رایانه و فناوریهای وابسته و رواج آنها، و در واقع برطرف شدن تنگنای حروفچینی و تسهیل آن.

مجموعه این عوامل به اضافه علت‌های دیگر سبب شد که نشر کتاب در اوایل دهه ۱۳۶۰ رونق بگیرد. چشم‌انداز نشر کتاب تا بدان حد امیدوارکننده شد که شماری از نویسندگان، مترجمان و ویراستاران به صرافت افتادند که حرفه‌ای کار، و از راه کتاب زندگی کنند. اگر بازار نشر می‌توانست به رونق خود ادامه دهد و زندگی

قشر حرفه‌ای را از نظر مالی و اقتصادی تأمین کند، نشر کتاب در ایران به عرصه کاملاً جدیدی راه می‌یافت؛ اما مشکلات فراوان و پی‌درپی که در راه بود، شدت گرفتن جنگ ایران و عراق، رکود اقتصادی، گرانی فزاینده و سرسام‌آور مواد و مصالح کتاب، به‌ویژه کاغذ که به بحرانی جدی تبدیل شد، ناتوانی فنی، گرفتاریهای متعدد مردم و روی گرداندن آنها از کتاب، بی‌میل شدن به خواندن، کاهش فعالیت و تولید پدیدآورندگان و مولدان کتاب، کاهش سرمایه‌گذاری در نشر و نیز عوامل دیگر، سبب شد که نشر کتاب در ایران نه تنها از شکوفایی باز ایستد، که با یکی از جدی‌ترین بحرانها در تاریخ حیات خود دست به‌گریبان شود.

بحران نشر در شروع دهه ۱۳۷۰ ادامه یافت. آنچه مسلم است اینکه برای چیره شدن بر بحران نشر کتاب در ایران باید به سرمایه‌گذاریهای گسترده و بلندمدت در عرصه‌های بسیار دست زد. این سرمایه‌گذاریها مستلزم مشارکت وسیع بخش خصوصی و دولتی و همکاری نزدیک آنها و داشتن سیاست و برنامه‌ای سنجیده و مشخص از جانب هر دو طرف است. چنین اقداماتی، هر چند که در عمل با هماهنگی کامل به اجرا درآید و به موفقیت بینجامد، نتایج آن در آینده نزدیک آشکار نخواهد شد. افزایش شمار کتابهای منتشر شده در سال، حتی اگر ارقام و آمار آن دقیق و واقعی باشد، تنها نشانه رشد نشر نیست، زیرا سیاستهای ناسنجیده یارانه‌ای می‌تواند بر شمار عنوانها در سال بیفزاید، اما در عین حال به جنبه‌های دیگری از نشر، مثلاً به محتوای آثار، به سطح علمی- پژوهشی تألیفات، به کیفیت ترجمه‌ها و نظایر آن آسیب برساند. رشد متوازن در نشر رشدی است که سه بنیاد اصلی نشر (پدیدآورندگان، ناشران و خوانندگان) با هم، در کنار هم و متناسب با هم رشد کنند. از طرف دیگر، آمارهایی که برای نشان دادن رشد نشر ارائه می‌شود، باید از سوی واحدی بی‌طرف و دارای صلاحیت در زمینه آمارگیری باشد. واحدی که خود سیاستگذار و مجری باشد، نمی‌تواند مرجع بی‌طرف در آمارگیری و سنجش و ارزشیابی فعالیت‌های خودش نزد جامعه باشد. اینها می‌تواند ارزش و کاربرد داخلی داشته باشد، اما مبنای بررسیها و سنجشهای علمی نیست.

با این حال، آماری که از سوی خانه کتاب، نهاد وابسته به دولت، از شمار کتابها پس از انقلاب انتشار یافته، در جدول ۳-۱۸ آمده است.

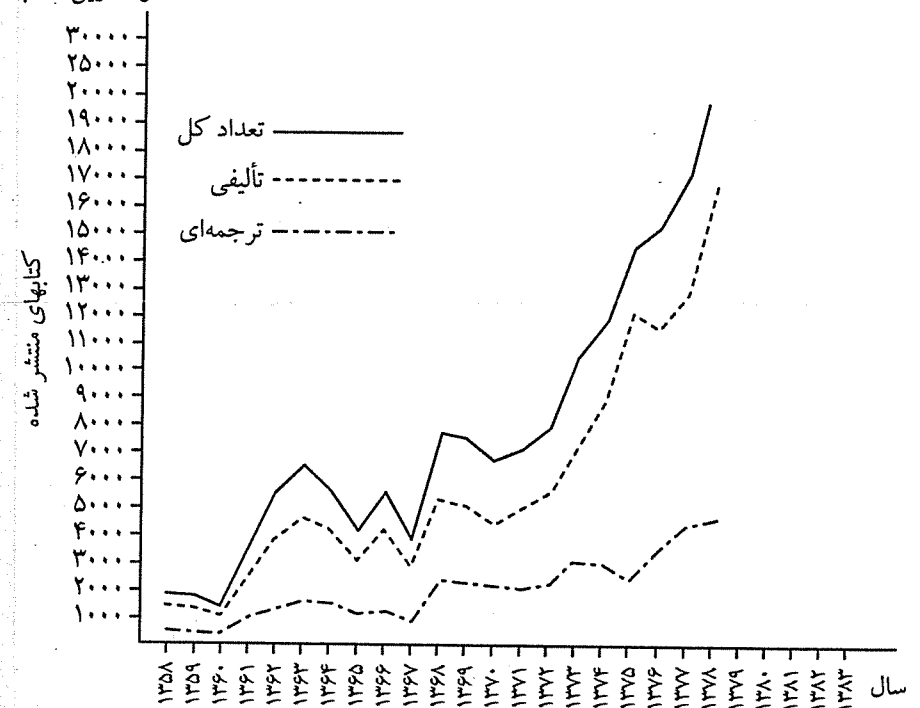
جدول ۳-۱۸ کتابهای منتشر شده تألیفی و ترجمه‌ای در ایران (از ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۳).

سال	کتابهای تألیفی (عنوان)	کتابهای ترجمه‌ای (عنوان)	سرجمع کتابهای منتشر شده
۱۳۵۸	۱۴۴۶	۴۲۷	۱۸۷۳
۱۳۵۹	۱۴۳۳	۴۰۱	۱۸۳۴
۱۳۶۰	۱۱۵۲	۳۳۹	۱۴۹۱
۱۳۶۱	۲۶۸۳	۱۰۰۵	۳۶۸۸
۱۳۶۲	۳۸۹۷	۱۵۵۰	۵۴۴۷
۱۳۶۳	۴۶۵۷	۱۸۷۳	۶۵۳۰
۱۳۶۴	۴۰۶۲	۱۶۹۲	۵۷۵۴
۱۳۶۵	۳۰۲۴	۱۱۶۴	۴۱۸۸
۱۳۶۶	۴۳۱۱	۱۲۰۸	۵۵۱۹
۱۳۶۷	۲۹۲۷	۹۳۹	۳۸۶۶
۱۳۶۸	۵۳۱۵	۲۴۸۳	۷۷۹۸
۱۳۶۹	۵۰۴۰	۲۴۷۶	۷۵۱۶
۱۳۷۰	۴۴۹۴	۲۳۵۵	۶۸۴۹
۱۳۷۱	۴۹۳۹	۲۱۶۵	۷۱۰۴
۱۳۷۲	۵۶۷۰	۲۲۳۰	۷۹۰۰
۱۳۷۳	۷۳۶۱	۳۱۷۱	۱۰۵۳۲
۱۳۷۴	۸۹۳۵	۲۹۹۵	۱۱۸۹۰
۱۳۷۵	۱۲۰۶۹	۲۴۰۴	۱۴۴۷۳
۱۳۷۶	۱۱۶۸۲	۳۶۹۶	۱۵۳۲۴
۱۳۷۷	۱۲۸۷۵	۴۳۳۵	۱۷۲۱۰
۱۳۷۸	۱۶۷۲۴	۴۴۰۸	۲۱۱۳۲
۱۳۷۹	۲۰۶۵۵	۴۱۳۹	۲۴۷۹۴
۱۳۸۰	۲۶۴۹۵	۵۸۶۵	۳۲۳۶۰
۱۳۸۱	۲۷۸۴۴	۸۲۶۸	۳۶۱۱۲
۱۳۸۲	۲۸۶۳۱	۸۵۷۱	۳۷۲۰۲
۱۳۸۳	۲۹۸۴۵	۹۱۴۶	۳۸۹۹۱

مأخذ: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، خانه کتاب، بانک اطلاعات رسانی (توضیح: آمار گزارش فرهنگی کشور، با آمار منابع دیگر تفاوت دارد و بیشتر است).

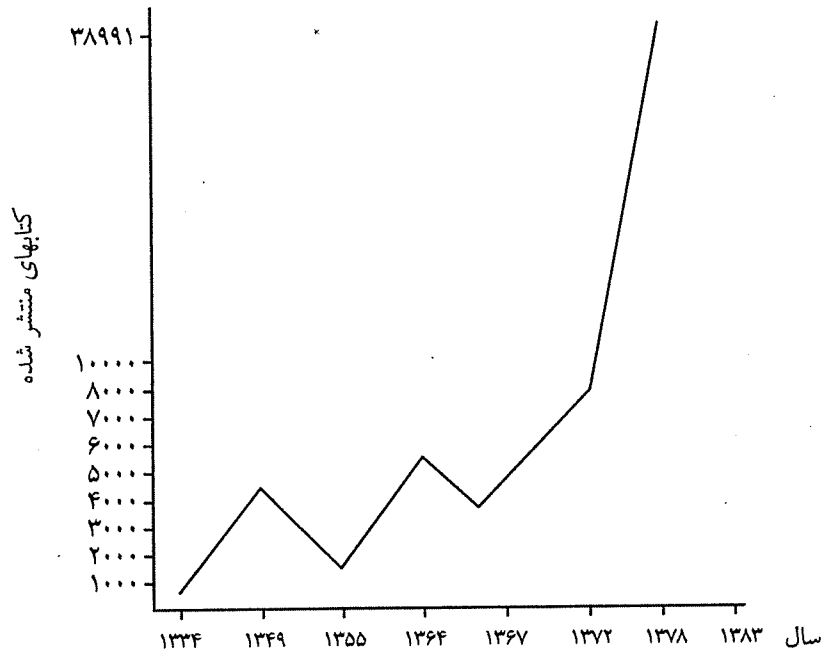
در سالهای اخیر شمار ایرانیان مقیم خارج از کشور افزایش یافته است. درباره این عده تخمینهای متفاوتی زده اند، اما احتمالاً رقم ۴ میلیون تن به واقعیت نزدیکتر باشد. بخشی از این ایرانیان، هم به منابع فارسی که در ایران منتشر می شود، نیازمندند و هم خود در کشورهای متفاوت آثاری به زبان فارسی یا به زبانهای دیگر، اما درباره جنبه های مختلف مربوط به ایران منتشر می کنند. این آثار، به هر شکل و صورت، به مبحث نشر کتاب در ایران مربوط می شود؛ هرچند که اطلاعات ما در داخل از این آثار بسیار ناقص است. در واقع آنچه در فضای فرهنگ ایرانی و به زبان فارسی منتشر شود، بخشی از نشر ایران به شمار می آید و شناخت درست آن ضرورت دارد.

شمار عناوین کتاب



نمودار ۱۸-۳ کتابهای منتشر شده تألیفی و ترجمه ای در ایران (از ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۸)

شمار عناوین کتاب



نمودار ۱۸-۴ نوسان منحنی نشر کتاب طی ۵۰ سال گذشته

نشر کتابهای فارسی در سالهای پس از انقلاب در خارج از کشور مراحل متفاوتی را سپری کرده است. در سالهای نخستین بیشتر شامل کتابهای سیاسی و ایدئولوژیک بود، و در سالهای اخیر بر شمار کتابهای جدی تر، پژوهشی و آثار فکری، هنری و ادبی افزوده شده است. فقط در شهر لوس آنجلس امریکا، مجامع ایرانی حدود ۱۰۰ نشریه ادواری منتشر می کنند. بنا به برآوردهای تقریبی، از ۱۳۵۷ تا کنون حدود ۱۵۰۰ عنوان کتاب و بیش از ۵۰۰ عنوان نشریه از سوی محافل ایرانیان مقیم خارج منتشر شده است. چند ناشر کتابهای فارسی در کشورهای امریکا، کانادا، آلمان، سوئد و چند کشور دیگر نسبتاً فعالند (برای اطلاعات تفصیلی تر نگاه کنید به: سیفی، اسدالله، ۱۳۷۸، ص ۱۵ به بعد).

پرسشها

۱. نشر کتاب در ایران، چند دوره تحول را گذرانده است؟
۲. نشر کتاب در عصر قاجاریه روی هم رفته چه وضعی داشته است؟
۳. نشر کتاب در ایران از چه زمانی رو به رشد گذاشت؟
۴. سه ناشر بزرگ ایران را معرفی کنید و دلیل اهمیت آنها را بگویید؟
۵. نقش ناشران کوچک در بازار نشر ایران و در زمینه فرهنگی چیست؟
۶. آیا ناشران خرده پا می توانند در تحول نشر ایران مؤثر باشند؟
۷. در ایران چه عواملی بیشتر بر کار نشر تأثیر گذاشته است؟
۸. از میان ناشران فعال شهرستانها با نام کدامیک آشنا تر هستید، چرا؟
۹. کتابهای جیبی در ایران چه سرنوشتی داشته است؟
۱۰. از نشر ایرانیان مقیم خارج چه می دانید؟

نشر کتاب در ایران (۲)

مانعها و دشواریها

۱۹

مانعها و دشواریهای نشر کتاب در ایران طبیعتی متفاوت از موانع و مشکلات کشورهای جهان سوم ندارد. مسائلی که اینگونه کشورها در زمینههای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی با آنها روبه رو هستند، نوعاً مشترک است. البته ترکیب مسائل و مشکلات هر کشوری خاص خود همان کشور است و ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست.

مانعها و دشواریها تا ۱۳۵۷

بررسی پیشینهها نشان می دهد که صاحب نظران و کارشناسان نشر کتاب در ایران از دیرباز بر این عقیده بوده اند که این فعالیت در ایران با مشکل و بحران روبه روست. از میان انبوهی از مطالعات، بررسیها، مقالات، گزارش مصاحبهها و میزگردها، که در این باره انتشار یافته است، به چند مورد شاخصتر در طول این سالها اشاره می شود. در یکی از نخستین بررسیهای جامع (احمدی، عبدالرحیم، ۱۳۳۷) درباره نشر کتاب در ایران از هفت مانع به عنوان مشکلات اصلی نشر کتاب در ایران یاد شده است که به طور اختصار از این قرار است:

۱. نازل بودن سطح فرهنگ عمومی؛
۲. نارسایی نظام آموزشی و تربیتی؛
۳. برخی محدودیتهای نشر [سانسور و ممیزی]؛
۴. بدی پخش؛