

عبدالحسین آذرنگ



چندنوشتار و گفتار در
نثر و ویرایش



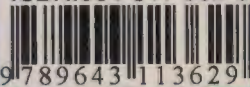
کتاب حاضر مجموعه‌ای از تازه‌ترین و آخرین مقاله‌ها و گفتگوهای عبدالحسین آذرنگ در باره نشر و ویرایش کتاب در ایران است. آذرنگ در این مجموعه بر جنبه‌هایی از اقتصاد نشر، سیاست‌ها و برنامه‌های مربوط به کتاب، نیاز و مخاطب، اهمیت تولید کتاب در صنعت فرهنگی و روند فکری - فرهنگی کشور تأکید کرده است. دو مطلبی که به بحث در باره ویرایش اختصاص یافته است، از بسیاری جهات تازگی دارد و ویرایش در پرتو و از زاویه‌های دیگری بررسی شده است.

این کتاب، خواننده را با بسیاری از مشکلاتی که گریبان نشر کتاب را در ایران گرفته است، از نزدیک و با زبانی ساده و صریح آشنا می‌کند؛ ضمن این که برای رفع هر مشکل، مسئولانه و همدلانه پیشنهاد و ارائه طریق هم شده است.

مجموعه



ISBN:964-311-362-0



9 789643 113629

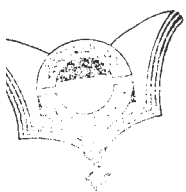
نشر و پراپش

عبدالحسين آذرنگ



5A/10

2A/6



کتابخانه ملی
کتابخانه تخصصی ادبیات

چند نوشتار و گفتار در نشر کتاب و ویرایش

آذرنگ، عبدالحسین، ۱۳۲۵ -

چند نوشتار و گفتار در نشر کتاب و ویرایش / عبدالحسین
آذرنگ. - تهران: ققنوس، ۱۳۸۱.

ISBN: 964-311-362-0 ۱۶۸ ص.

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیپا.

۱. نشر و ناشران. ۲. کتاب - صنعت و تجارت. ۳. ویراستاری.
الف. عنوان.

۰۷۰/۵

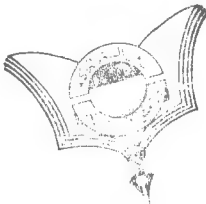
ج ۹ ز ۱۱۶/۱۵۴

۸۰-۲۸۰۲۵ م

کتابخانه ملی ایران

اسکن شد

چند نوشتار و گفتار در نشر کتاب و ویرایش



عبدالحسین آذرنگ

تاسیس ۱۳۷۶
کتابخانه تخصصی ادبیات





انتشارات ققنوس

تهران، خیابان انقلاب، خیابان شهدای ژاندارمری

شماره ۲۱۵، تلفن ۶۴۰۸۶۴۰

* * *

عبدالحسین آذرنگ

چند نوشتار و گفتار در نشر کتاب و ویرایش

چاپ اول

۱۶۵۰ نسخه

۱۳۸۱

چاپ شمشاد

حق چاپ محفوظ است

شابک: ۹۶۴-۳۱۱-۳۶۲-۰

ISBN: 964-311-362-0

ای.ای.ان. ۹۷۸۹۶۴۳۱۱۳۶۲۹

EAN: 9789643113629

Printed in Iran

فهرست

۷	 اشاره
۹	 کتاب و نشر از دیدگاه منافع ملی و عمومی
۲۳	 گم‌شده نشر چیست و کیست؟
۳۵	 نکته‌هایی چند در فروش کتاب
۴۵	 کتاب‌آمایی
۴۹	 نشریه ویژه کتاب
۵۵	 اقتصاد دستخوش تحوّل کتاب
۵۹	 اقتصاد نشر کتاب در ایران
۶۹	 نشر الکترونیکی
۷۹	 جنبه‌هایی از نشر کتاب
۹۵	 از مبانی نظری ویرایش
۱۰۳	 در باره ویرایش
۱۶۱	 نمایه

اشاره

کتابی که در دست شماست حاوی هفت مقاله، سه گفتگو با نشریات داخلی، و یک گفتگو با نشریه‌ای فارسی‌زبان است که در خارج از کشور منتشر می‌شود، و جمعاً مرکب از ۱۱ نوشتار و گفتار، ۹ مورد در باره نشر و ۲ مورد در باره ویرایش. شماری از مطالب این مجموعه، پیش از این در برخی نشریات انتشار یافته که در این جا با تغییرات و اصلاحاتی به چاپ رسیده است؛ شماری هم برای نخستین بار منتشر می‌شود.

مفصل‌ترین مطلب این مجموعه گفتگویی است با عنوان «در باره ویرایش» که پرسش‌های آن از خانم مهناز مقدسی و آقای هومن عباسپور (هر دو ویراستار) است و زحمت تنظیم همین گفتگو با خانم مقدسی بوده است. در این مصاحبه بر جنبه‌هایی از مسائل نظری ویرایش تأکید شده است، موضوعی که جای مطالعه و بحث و گفتگو بسیار دارد. ویرایش از جمله نکاویده‌ترین حوزه‌هاست، حوزه‌ای که کار در آن شاید بیش از چند اصل ساده نداشته باشد، اما کاربرد هر کدام از این اصول و پیامدهایی که به دنبال می‌آورد، نکته‌های فراوان دربردارد. به‌ویژه تا زمانی که جنبه‌های صوری کتاب از هنجارهای یکسان‌ساز پیروی نکنند و جنبه‌های محتوایی کتاب بر بنیاد دیدگاه‌های بررسی و سنجیده شده قرار نگیرد، بحث ویرایش بحثی بی‌پایان و شاید بی‌سرانجام خواهد بود، و مادام که چنین باشد، یکی از بنیادهای نشر از استواری و استحکام لازم برخوردار نخواهد بود. شاید عطف توجه کتاب‌پژوهان، پژوهشگران نشر و ویراستاران صاحب‌نظر به این نکته عاملی باشد که عرصه فراخ ناگشوده‌ای بر بحث‌های علمی و فنی تازه‌ای باز شود.

تأکید دیگر این مجموعه بر مباحثی از اقتصاد کتاب و نشر، سیاست‌های مربوط به کتاب و نشر و نشر الکترونیکی است و به گمانم هر کدام از این‌ها، و به ویژه بحث اقتصاد کتاب، استعداد انواع و اقسام پژوهش‌ها و مطالعات گسترده را دارد. امیدوارم پیشنهاد‌های گوناگون و شاید نسبتاً زیادی که به هر مناسبتی به نظرم رسیده است طرح کرده و با علاقه‌مندان در میان گذارده‌ام به گسترش بحث‌های مربوط به کتاب دامن بزند که هیچ بنیادی برای فرهنگ به استواری نشر کتاب نیست و فرهنگ جز با نشر غنی و پررونق، گسترش نمی‌یابد.

ع.آ.

آذر ۱۳۸۰

کتاب و نشر از دیدگاه منافع ملی و عمومی

می‌توان به کتاب به عنوان ثروتی مادی و فرهنگی نگاه کرد، در محدوده ملی، منافع ملی و مصالح فرهنگی؛ در سطحی کلان، سطح جامعه، سطح همه خوانندگان و فارغ از مرزهای سیاسی؛ به منزله سرمایه و نیروی کار و حرکت علمی - فرهنگی، تولید اقتصادی، تولید صنعت فرهنگی؛ و فراتر از همه این‌ها، پدیداری که مرز آفاق اندیشه‌ها و عواطف را تعیین می‌کند، هویت تاریخی - فرهنگی ملتی را به ثبت می‌رساند، یا دانش کشوری را در میان کشورهای دیگر ارتقا می‌دهد. به کتاب می‌توان به مثابه ثروتی برتر از همه این‌ها اندیشید که همچون خاک، آب، هوا و آفتاب، هستی می‌بخشد، هستی معنوی. انسان اندیشه‌ورز از هنگامی که عرصه کتابت را بر ساحت اندیشه گشود، از کتاب هستی گرفت و معنای هستی او باز در کتاب تجلی یافت. این سخن گزافه‌گویی نیست. قایل شدن چنین شأنی برای کتاب، «کتاب‌پرستی» یا داشتن پنداری مبالغه‌آمیز از کتاب نیست، بلکه پی‌بردن به ارزش بالفعل و بالقوه‌ای است که می‌تواند به حرکت‌های جمعی و فرهنگی ما معنای دیگری ببخشد؛ به‌ویژه آن‌گاه که ضرورت همسویی و همگرایی به قصد تحول، بیش از مواقع دیگر در جامعه‌ای احساس شود.

هر کتابی، سوای ارزش‌های آن و سوای هرگونه نظام و روش ارزش‌گذاری، بسته‌ای است از پیام که نخست از ذهن پدیدآورنده به مقصد ذهن خوانندگان فرستاده می‌شود و پس از آن که باز و گشوده شد، بنا به تقدیری که برای آن رقم

می خورد، حیات تازه و حرکت خود را آغاز می کند. تقدیر کتاب را گاه یک یا چند عامل، و گاه عامل های پرشمار و بیرون از شمار تعیین می کند، مانند عامل معرفت شناختی، جامعه شناختی، روان شناختی، تاریخی، فرهنگی، فلسفی، زبانی، یا عامل ملی، قومی، گروهی، دسته ای، یا عامل های دیگر نظیر علمی، فنی، کاربردی و جز این ها. هرچه باشد، کتاب ها پس از سرند اول در دو دسته کلی جای می گیرد - موارد استثنایی را از بحث کنار می گذاریم - کتاب هایی که به چرخش و حرکت می افتد، و کتاب هایی که ساکن می ماند و به اصطلاح کتابفروش ها «سنگ» می شود. هر کتابی که به حرکت درمی آید، حامل مقداری کارمایه (انرژی) است و بنابراین می تواند کار ایجاد کند. کارمایه برخی کتاب ها به قدری است که تحولات عظیم روحی، احساسی - عاطفی، فکری - معنوی، علمی - فنی، سیاسی - اجتماعی، مدیریتی - روشی و نظایر این ها به بار می آورد. مگر شمار کتاب هایی که نه در محدوده جغرافیایی معین، بلکه در سراسر جهان، منشأ تحول شده است، کم است؟ آیا سرچشمه قدرت ادیان و مذاهب، یا مکتب های فلسفی - سیاسی، در نهایت چیزی جز پیام مکتوب آن ها در کتاب است؟ اگر با دیدی فراخ و به دور از حصراندیشی و تخصیص گروی، به سرجمع کارمایه هایی توجه کنیم که در بسته پیام کتاب در حرکت است، به ثروت انبوه سیالی پی خواهیم برد که حیات جامعه را متحرک، پویا، زایا، نیروآفرین و نیروبخش نگاه می دارد. حرکت سیالی که مدام معنا می دهد و معنا می ستاند، منبع نیروی به ظاهر نامرئی، اما به باطن مرئی که همیشه و همه جا حضور دارد و هرگاه که مقتضیات مناسب باشد، کار و حرکت، و در حقیقت حیات ایجاد می کند، زیرا که کتاب در معنای گسترده اش چیزی جز جوهر هستی ما نیست.

تولید کتاب و مصرف کتاب دو پایه اصلی چرخه حیات نشر است. ایجاد تسهیلات واقعی در راه تولید کتاب در مقیاس ملی به توافق و همکاری همه نهادها و همه کسانی بستگی دارد که می توانند در روند تولید سهم داشته باشند. همه نهادهایی که در تولید، توزیع، گسترش و ترویج اطلاعات دست دارند، مانند کتابخانه ها، مراکز اسناد، بانک های اطلاعاتی، آرشیوها، مؤسسات

انتشاراتی، پخشگران کتاب، کتابفروشی‌ها، مطبوعات و مانند این‌ها، در تولید اطلاعات مؤثر و سهیمند. سیاست‌ها، برنامه‌ها و ساز و کارهای اجرایی برای فعالیت همین نهادها بستر می‌گذارد و راه را بر اجرای بهتر فعالیت‌های آن‌ها باز می‌کند یا می‌بندد. دست‌یافتن به این نگرش کلان، که هر نهادی و بنیان هر فعالیت، به سهم و تأثیر خود در تولید ملی توجه کنند، یکی از برنامه‌های بنیادی زیرساختی است که سرمایه‌گذاری مادی، معنوی و تبلیغاتی در آن به نتایج به ظاهر نامرئی، اما در نهان بسیار عمیق خواهد انجامید. سیاستی که دولت در تقویت، ترویج و تحکیم طرح‌ها، برنامه‌ها و ساز و کارهای همکاری یا فعالیت مشترک در پیش بگیرد، به تحقق آن هدف کمک می‌کند، مانند ترغیب همکاری در میان کتابخانه‌ها، ایجاد شبکه‌های داد و ستد، خدمات متقابل، طرح‌های مشترک و سراسری پخش کتاب، توافق بر سر راه و روش‌های مشترک و نظایر این‌ها.

برای مثال، حتی مطالعه‌ای کم‌خرج، مختصر و محدود نشان خواهد داد که توافق بر سر قاعده‌ای املائی یا رسم‌الخطی، چقدر فایده اقتصادی دارد، در وقت صرفه‌جویی می‌کند و در روابط و مناسبات تسهیل به وجود می‌آورد. تلاش در راه رسم‌الخطی که منابع اساسی و مرجع و کتاب‌های درسی آن را همسان اعمال کنند، اقدامی ملی، فعالیتی زیرساختی و هموارگر مسیر تولید است. دولت به عنوان مسئول اصلی ایجاد زیرساخت و ظرفیت در هر زمینه‌ای، و در اجرای اصول راهبردی (استراتژیک) سیاست خود، می‌تواند در این راه سهم مؤثر داشته باشد. می‌تواند سیاست خود را به گونه‌ای هدایت کند که همه نهادهای برخوردار از کمک دولتی یا همکار با دولت، به وحدت‌های صوری نزدیک شوند؛ تأکید می‌کنم: وحدت‌های صوری، نه محتوایی؛ و سیاست ترغیب به توافق و همکاری، نه تحمیل، نه تحکیم، نه دستور، نه شیوه‌های دستورالعملی، بخشنامه‌ای و اداری. سیاست ترغیبی دولت از تدوین «شیوه‌نامه‌ای برای مؤسسات انتشاراتی، می‌تواند منازعات را از قلمرو صورت بیرون بکشد و به چالش در عرصه محتوا تبدیل کند، که هرچه زنده‌تر و نیرومندتر باشد، ثمر آن غنای بیش‌تر فرهنگ و استحکام بنیادهای آن است. هدایت کردن سیاست‌های

ترغیبی و حمایتی به سوی تدوین و اجرای استانداردهای آموزشی، می‌تواند به تربیت نسلی کمک کند که بتوانند بهتر تفاهم و تبادل کنند و مبنای مشترک قابل اتکاتری برای همکاری و فعالیت‌های جمعی داشته باشند. انواع این فعالیت‌ها کمک مستقیم به تولید فرهنگی است، کمک مستقیم به تسهیل ارتباطات است و کمک به تفهیم و تفاهم.

بر پایه تازۀترین اطلاع، شمار دایرةالمعارف‌ها در کشور از مرز ۵۰ فرارفته است. شماری از این‌ها حتی تشکیلات و فعالیت گسترده‌ای دارند و به نوعی مرکز پژوهشی - آموزشی تبدیل شده‌اند. ظاهراً بیش از ۴۰۰ فرهنگ تخصصی و چند فرهنگ عمومی هم در دست تدوین و در آستانۀ انتشار است. شمارگان کتاب‌های درسی به بیش از ۲۰۰ میلیون جلد در سال و شمارگان روزنامه و مجله‌ها به بیش از چند میلیون رسیده است، اما تشتت صوری که بر این ثروت عظیم سیال حاکم است، وقت و سرمایه بسیاری را به هدر می‌دهد، سهل است پیامدهای ناگوار آموزشی به دنبال دارد. تشتتی که برای مثال بر چگونگی ارائه داده‌های کتاب‌شناختی، بر ثبت اعداد و ارقام در چند دایرةالمعارف و فرهنگ عمده کشور حاکم است، نکته ساده‌ای که در همه کشورهای با حساب و کتاب جهان همسان شده است، فی‌نفسه بسیار ناگوار است، زیرا پرسشی که فوراً به ذهن می‌آید این است که بالاخره بچه‌های این مملکت داده‌های کتاب‌شناختی را چگونه بنویسند؟ دانشجویان در گزارش‌نویسی‌هایشان در چه مواضعی مشخصات را داخل متن یا پای صفحه و به چه نحو در آخر کار قرار دهند؟ بالاخره تاریخ تولد و مرگ از راست به چپ نوشته شود یا از چپ به راست؟ آیا استاندارد جهانی ثبت و ضبط ارقام را در نوشته‌های فارسی مراعات می‌کنیم یا نمی‌کنیم؟ آیا شیوه‌های نگارش را به لحاظ کاربردهای آموزشی آن یا به قصد تسهیل ارتباط و تفاهم، ضابطه‌مند می‌کنیم یا نه؟ آیا دقت عظیمی که در این موارد صرف می‌شود، به عنوان بخشی از سرمایه ملّی در نظر می‌گیریم و نهادهای مسئول ما پروای این می‌کنند که این سرمایه‌ها بیهوده تلف نشود یا نه. تلاش در راه پاسخ گفتن به این گونه پرسش‌هاست که ما را به تأمل بیش‌تر در

باب انضباط، دقت و وسواسی ذهنی و عملی نزدیک می‌کند که در نهایت به سود آموزش و پژوهش و اقتصاد فرهنگی و ملی ماست.

مجموعه منابع هر کتابخانه‌ای، بخشی از ثروت مادی و معنوی ملی است. راکد نگاه داشتن این ثروت، محدود کردن استفاده از آن، محروم کردن صاحبان حق از دست یافتن به آن، تباه کردن ثروت ملی است. مجموعه‌های منابع همگن باید در دایره الگوی ارتباطی همگن قرار بگیرد، و خدمات مربوط به آن‌ها، روش‌های اداره آن‌ها باید هماهنگ و همسان شود و کسانی که حق استفاده از ثروت ملی را دارند، باید همه‌جا و همه‌گاه با ضوابط همانند روبرو شوند، ضوابطی که در اصل حرکت و چرخش را تسهیل می‌کند. مجموعه‌های همگن بر پایه چنین برداشت و سیاستی است که به هم می‌پیوندند و در نهایت شبکه ملی یکپارچه‌ای را تشکیل می‌دهند که به همه آحاد صاحب حق امکان می‌دهد به منابع موجود در کتابخانه‌های کشور دسترسی داشته باشند. این هدف ممکن است دور و دراز به نظر برسد و با واقعیت‌های موجود فاصله بسیار داشته باشد. اما هرچه باشد، تا کتابخانه‌ها و سایر نهادهای اطلاع‌رسانی کشور، هماهنگ و کارآمد نشوند و در خدمت نیاز قرار نگیرند، روند طبیعی و روان‌آفرینشگری و پژوهشگری آغاز نخواهد شد و ثروت ملی مجموعه‌ها به گردش نخواهد افتاد. سیاست‌های مربوط به برقراری هماهنگی، به یک یا چند حوزه محدود نیست و نمی‌تواند باشد. حرکت مولد که در جامعه آغاز شود، هماهنگی سیاست در همه زمینه‌های مرتبط با یکدیگر ضروری می‌شود. سیاست هماهنگی کتابخانه‌ها و نهادهای اطلاع‌رسانی هم بخش جدایی‌ناپذیری از سایر سیاست‌های مربوط به کتاب و سیاست‌های ملی کتاب است.

گسترش شبکه‌های اطلاع‌رسانی در جهان، در عین آن که احترام گذاردن به حق مردم در دسترسی به اطلاعات است، و در عین آن که به توزیع اطلاعات در جامعه کمک می‌کند و به سیر برابری مردم در برخورداری از دانش یاری می‌رساند، صرفه‌جویی اقتصادی در وقت و هزینه ملی است. دستیابی آسان به اطلاعات، خدمات مفید و مؤثر بخش‌های مرجع در کتابخانه‌ها یا انواع خدمات

نهادهای اطلاع‌رسانی، مانع از آمد و شدهای بی‌دلیل، صرف وقت در مسیرهای پر ازدحام و استهلاک خودرو و جاده و مصرف سوخت است. مبالغ و ارقامی که از این راه‌ها صرف می‌شود، اگر درست محاسبه گردد و به آگاهی مردم برسد، نشان خواهد داد که چه مقادیر کلانی از ثروت ملی ناآگاهانه و ناهشیارانه هدر می‌رود.

اوقاتی که از مردم در انتظارها عاطل می‌ماند، مثلاً در صف اتوبوس، زمان انتظار در فرودگاه‌ها، پایانه‌ها، نهادهای دولتی، بانک‌ها، سالن انتظار بیمارستان‌ها و نظایر این‌ها، به هدر رفتن بخش و نوع دیگری از ثروت ملی است. مواد خواندنی و سایر مواد دید و شنودی، که تولید آن‌ها طبعاً هزینه برمی‌دارد، اگر در بسیاری از اماکن عمومی حتی به صورت رایگان توزیع شود، بازخورد سنجیده آن‌ها به سود اقتصاد ملی خواهد بود تا زیان اوقاتی از مردم که بی‌استفاده می‌ماند، و گذشته از بی‌استفاده ماندن، کدورت خاطر و ملالی روحی به بار می‌آورد و پیامدهای این ملال را در جای دیگری باید سراغ گرفت.

در یکی از پروازهای داخلی به یکی از نقاط کشور، محاسبه‌ای سردستی در پایانه مبدأ و مقصد انجام دادم: اگر از تعداد ۸۵۰ منتظر، حدود دو ساعت وقت صرف شده باشد و ارزش هر ساعت مثلاً هزار تومان باشد ($۸۵۰ \times ۲ \times ۱۰۰۰$) تقریباً در یک پرواز حدود ۱,۷۰۰,۰۰۰ تومان ثروت وقت یا هدر شده یا بلااستفاده مانده است. اگر این تقریب را برای موارد دیگر در روز حساب کنیم، به رقم بسیار عظیمی می‌رسیم.

مثالی دیگر، جلد کتاب ثروتی ملی است. کتاب‌هایی که جلد غیرمقاوم و طبعاً ارزان‌تر دارد، پس از مدت کوتاهی در کتابخانه‌ها بدون استفاده می‌شود و هزینه صحافی جلد مقاوم برای آن‌ها، و به‌ویژه با در نظر گرفتن وقت، نیرو و سرمایه‌ای که در نظام کتابخانه‌ها صرف این کار می‌گردد، غالباً از قیمت اصل کتاب بسیار فراتر می‌رود. بی‌توجهی به همین نکته کوچک و به ظاهر بی‌اهمیت یا کم‌اهمیت یکی از زیان‌هایی است که به اقتصاد ملی وارد می‌شود. حال آن‌که آگاه شدن به این نکته و توافق کردن بر سر سیاستی که این‌گونه نکات در آن برای مدیریت‌ها، کتابخانه‌ها و نهادهای اطلاع‌رسانی، ناشران و کتابفروشان، چاپگران

و صحافان و نیز استفاده‌کنندگان روشن باشد، گام برداشتن به سوی درک مصالح اقتصاد ملی است.

هزینه تعمیر، ترمیم و تعویض وسایل تخریب شده عمومی در همه جامعه‌ها، و به‌ویژه در کشورهایی که دولت محبوبیت یا مقبولیت چندانی در جامعه خود ندارد، بسیار بالاست و تا جایی که خبر داریم، در بعضی جوامع در حد سرجمع هزینه کل بخش‌هایی از فعالیت‌های اصلی جامعه است. گل‌ها و چمن‌هایی که لگدمال، شیشه دکه‌ها و کیوسک‌هایی که شکسته، تلفن‌هایی که گوشی‌های آن‌کنده، رویه صندلی‌هایی که در اتوبوس‌ها پاره می‌شود یا اشیاء و ابزارهایی که به سرقت می‌رود، خسارت مستقیم به اقتصاد ملی است. حال آن‌که اگر بخشی از هزینه‌ای که در این راه‌ها صرف می‌شود، به قصد یافتن علت‌ها و ریشه‌ها و راه‌های تخفیف دادن آن‌ها خرج شود، گو این‌که تجربه‌های متعددی از جوامع مختلف تأییدکننده آن است، به صرفه اقتصاد ملی خواهد بود.

از این نمونه‌ها فراوان است و از زیان به اقتصاد ملی در همه عرصه‌ها، شاید همه عرصه‌ها، مثال می‌توان آورد، اما در این‌جا فقط با کتاب کار داریم و می‌خواهیم به نکاتی برسیم که ما را خودآگاه‌تر کند و شاید از پرتو این خودآگاهی، انگیزه‌های تازه‌ای پدید آید که در رسیدن به هدف‌های اصلی کتاب به ما یاری برساند، یا دست کم انگیزه‌ای باشد برای طرح‌های هماهنگ و همکاری‌های گسترده‌تر.

در چرخه کتاب می‌توان به سه رکن اصلی قایل شد: (۱) آفرینش، (۲) تولید انتشاراتی، (۳) بازآفرینی در ذهن خواننده و بازخورد. البته بنا به قراردادی دیگر، می‌توان ارکان را بیش از این دانست یا هر رکن را به اجزای ریزتر آن تقسیم کرد، اما در این نوشته و در این بحث، احتمالاً همین سه رکن کفایت می‌کند. آفرینش اثر روند بسیار پیچیده‌ای است و ایجاد زمینه‌های تسهیل‌گر برای آن به سیاست‌های گسترده و درازمدت و هماهنگ نیاز دارد. یکی از کاستی‌های بزرگ نظام آموزشی ما این است که آفرینندگی و اثرآفرینی جزو هدف‌های اصلی آن نیست و ساز و کارهای آن و عاملان آن ناتوان‌تر و ناآزموده‌تر از آنند که بتوانند

استعدادهای آفرینندگی را کشف، احیا، تقویت و تربیت کنند و در بسترهایی بیندازند که منشأ حرکت، تلاش و تولید برای جامعه باشد. تا تحوّل بنیادی در نظام آموزشی رخ ندهد، امید نمی‌توان داشت که دست‌کم بخشی از استعدادهای کودکان ما به مسیر اثرآفرینی بیفتد. بنابراین، فعلاً باید به آن شمار بسیار اندک استعدادها بسنده کرد که همه ناملايمات و محرومیت‌ها را تاب می‌آورند و خود را به گونه‌ای به عرصه اثرآفرینی می‌کشانند. از این عده قلیل هم آمار کمی و کیفی دقیقی در دست نداریم، اما تخمیناً و براساس آمارهای سردستی که از طریق ناشران در اختیار داریم، عده آن‌ها را حدوداً می‌توان ۱۰ برابر نخست‌اثران برآورد کرد. نخست‌اثر کسی است که اثرش برای نخستین بار منتشر می‌شود. اگر به‌طور متوسط در اوضاع و احوال رونق نشر حدود ۵۰۰-۷۵۰ عنوان در سال از نخست‌اثران منتشر شود، از جامعه چندمیلیونی دانش‌آموزی و دانشجویی ما حدوداً ۵۰۰۰ نفر به اثرآفرینی روی می‌آورند که بین ۵۰۰-۷۵۰ تن آن‌ها به عرصه نشر وارد می‌شوند و از این عده حدود ۲۰۰ تا ۲۵۰ نفر به اثرآفرینی ادامه می‌دهند و بعداً به جمع پدیدآورندگان (پدیدآوردن در معنای گسترده کلمه: نویسندگی، شاعری، تألیف، ترجمه، گردآوری و تدوین و ویراستاری و نظایر این‌ها) کشور می‌پیوندند. این رقم تخمینی، پیداست که با جمعیت فعلاً بیش از ۶۵ میلیون نفری کشور تناسب ندارد، اما هرچه هست ورودی ما به پهنه اثرآفرینی است که باید آن را درست شناخت و قدر آن را نیک دانست.

گام نخست در این مرحله این‌که شرایطی فراهم آوریم که از ۵۰۰۰ نفر اول، درصد بیش‌تری به جمع مولّدان کتاب جذب شوند و سپس کمیّت و کیفیت تولید آن‌ها، به‌ویژه از راه آموزش‌ها، افزایش بیابد، زیرا محصول تولیدی آن‌ها کارمایه‌ای است که در بخش‌های دیگر جامعه و در لایه‌های مختلف ذهن خوانندگان کار ایجاد می‌کند. تدوین سیاست‌ها و تعبیه سازوکارهایی چند می‌تواند به حفظ و تقویت نیروی اولیه کمک کند، مانند:

- تقویت و گسترش نشریه‌های دانش‌آموزی و دانشجویی به منظور انتشار آثار جوانان مستعد.

- برگزاری گسترده‌تر و مداوم نشست‌های قصه‌خوانی، شعرخوانی و

مقاله‌خوانی، به‌ویژه در شهرهای متعدد و مراکز دهستان‌ها و با حضور شماری از منتقدان و پدیدآورندگان و ایجاد فضای مناسب برای بحث و گفتگو؛ و نیز برگزاری دوره‌های آموزشی.

- تقویت کانون‌های فرهنگی و افزایش دادن آن‌ها در جهت انتشار و توزیع محدود آثار جوانان دست کم در مقیاس‌های محلی و منطقه‌ای.

- تدوین، انتشار و اجرای دقیق آیین‌نامه حمایت از نخست‌اثران، اعطای وام‌های بی‌بهره یا بسیار کم‌بهره به آنان و کمک در جهت توزیع، تبلیغ و معرفی آثارشان. به‌ویژه سیاست حمایت از نخست‌اثران می‌تواند فوق‌العاده مؤثر باشد. از کشورهای مختلف تجربه‌های فراوان مفیدی در اختیار داریم که می‌تواند الهام‌بخش باشد.

- تقویت و ترویج پدیده خودناشری، کمک به ایجاد نرم‌افزارهای مناسب برای خودناشری، و حمایت از توزیع و معرفی آثار خودناشران، به‌ویژه از طریق کانون‌های فرهنگی و از سوی انجمن‌های دانشجویی. خودناشری از مؤثرترین راه‌های تولید فکری - فرهنگی در دنیای امروز است و به‌سرعت در حال گسترش.

- و تحقق این‌ها عمدتاً یا بعضاً در گرو کتابخانه‌های خوب، نهادهای اطلاع‌رسانی کارآمد و ایجاد توازن میان خدمات اطلاع‌رسانی و روندهای تولید فکری - فرهنگی است.

با فعالیت‌هایی نظیر این‌ها می‌توان به تقویت و تحکیم نیروی ورودی به عرصه اثرآفرینی کمک کرد.

در عرصه تولید انتشاراتی، مهم‌ترین اقدام ایجاد کردن تسهیلات در راه تولید، برطرف ساختن موانع، پایین آوردن هزینه‌های تولید، و به‌طور کلی انگیزه‌آفرینی برای تولید انتشاراتی است. اگر جامعه‌ای نتواند تولید و مصرف فرهنگی خود را، بر پایه موازین و معیارهای مقبول، اقتصادی کند، لاجرم ناگزیر است یارانه بپردازد، یا شاخص‌های فرهنگی خود را تنزل بدهد، یا از دنبال کردن هدف‌های فرهنگی دست بردارد، که هیچ کدام از این‌ها، به سود رشد و پیشرفت فرهنگی

نیست. نشر فعال، حکم نیروگاه مولّد را دارد که کانون‌های تولیدی دیگری را به راه می‌اندازد. نشر فعال، پیش از هر چیز برای پدیدآورندگان انگیزه تلاش فکری ایجاد می‌کند و چرخ این انگیزه به سهم خود چرخ‌های دیگری را به حرکت وا می‌دارد. برای مثال، هرگونه انگیزه‌آفرینی، تقاضا ایجاد می‌کند و تقاضا اگر درست شناخته و هدایت شود، می‌تواند به منزله عامل محرکی برای عرضه یا ارائه خدمات باشد. سیاست متوازن و هماهنگ شده انگیزه‌آفرینی در پدیدآورندگان، پژوهندگان، هنرمندان و نظایر آن‌ها، و فعال کردن نهادهای اطلاع‌رسانی از راه تقویت مجموعه‌ها و خدمات آنان، به ایجاد و تقویت جریان تازه‌ای کمک می‌کند که نه تنها بر صنعت نشر و تولید فرهنگی نشر تأثیر می‌گذارد، که به تقویت زمینه‌های دیگر هم یاری می‌رساند. این که نیروی محرک و مؤثر اهرم‌های سیاستگذاری را نخست باید متوجه چه نقاطی کرد، به راهبرد (استراتژی) و راهبردانیشان (استراتژیست‌ها)ی کارآمدی بستگی دارد که از حلقه‌های زنجیره تأثیرها و پیامدها تصور روشن و سنجیده‌ای داشته باشند.

اجرای برنامه‌های عمومی آموزشی و پژوهشی در زمینه نشر، فرهنگ‌گستری، تخصّص و مهارت‌پراکنی، ارتقای دانش فنی ناشران از راه دوره‌های آموزشی، بازآموزی، توجیهی، و از طریق اطلاع‌رسانی و به‌ویژه خدمات اطلاع‌رسانی مؤثری نظیر «خدمات اطلاع‌رسانی گزیده در زمینه نشر» که از میان انبوه اطلاعات مربوط به نشر، مهم‌ترین، مؤثرترین و سودمندترین آن‌ها برگزیده و با زبان و بیان مناسب به سمت ناشران، و به‌ویژه به سوی علاقه‌مندترین آن‌ها، هدایت می‌شود، تأثیرهای گسترده‌ای در زیرساخت‌های نشر خواهد‌گذارد. حتی اگر بخشی از یارانه‌های نشر کتاب قطع شود، و در عوض در راه ایجاد خدمات اطلاع‌رسانی گزیده در نشر به مصرف برسد، پیامدهای آگاهی‌بخش آن بیش‌تر به منفعت و مصلحت نشر خواهد بود. دنبال کردن سیاست ایجاد زیرساخت و ظرفیت در نشر، و از جمله سیاست اطلاع‌رسانی فعال، هم بر مراحل پیش از نشر و هم بر مراحل پس از آن تأثیر می‌گذارد، ضمن آن که آگاهی‌گستری، برای کتاب‌بسترسازی می‌کند. در واقع تلقی درست از

مفهوم مادی و معنوی کتاب، به گونه آشکاری در سیاست‌های ایجاد زیرساخت برای نشر متبلور می‌شود.

یکی از مشکلات به ظاهر ساده و بی‌اهمیت، اما در واقع بسیار مؤثر، فقدان قدرت اطلاع‌رسانی و آگاهی‌رسانی در قلمرو پخشگری و کتابفروشی است. اکثریت پخشگران و کتابفروشان به چند علت، از جمله نبودن نظام آموزشی و اطلاع‌رسانی در حوزه خود، نبودن ضابطه برای انتخاب پخشگر و کتابفروش، پایین بودن سطح دانش عمومی و تخصصی، پایین بودن سطح اخلاق حرفه‌ای و نظایر این‌ها، نمی‌توانند راهنما و مشاور خوبی برای خریداران کتاب باشند. در بعضی از کتابفروشی‌ها خریدار احساس می‌کند اگر مشخصات کتاب دلخواه را نداند، نظام اطلاع‌رسانی کتابفروشی - البته اگر نظامی در کار باشد - و اطلاعات کتابفروش کمکی به او نخواهد کرد. تلاشی هم تا اکنون به عمل نیامده است که استاندارد برای حداقل اطلاع‌رسانی در کتابفروشی‌ها حاکم باشد، که در این قضیه شاید اتحادیه خود کتابفروشان بیش از همه مقصر است که نتوانسته یا نخواسته است حرفه خود را با مقتضیات زمان هماهنگ کند. از این‌رو یکی از راه‌هایی که هم عملی است و هم بسیار مؤثر، این است که هر ناشری به هنگام انتشار هر اثری و به کمک پدیدآورنده، مطلبی کوتاه در معرفی اثر تهیه و با آن همراه کند. در این معرفی می‌توان موضوع، مخاطب، کاربرد و جنبه‌های با اهمیت کتاب را مشخص نمود. این معرفی به پخشگران و کتابفروشان، که طبعاً فرصت و امکان ندارند همه کتاب‌ها را بخوانند، کمک خواهد کرد که اثر را بهتر بشناسند و بهتر بفروشند. البته تهیه چند معرفی، در چند سطح و برای کاربردهای مختلف، از بهترین و ارزان‌ترین راه‌های معرفی و ترویج کتاب در جامعه است.

بازآفرینی، عرصه فراخ پس از تولید انتشاراتی است، عرصه کنش و واکنش کتاب تولید شده و عرضه شده به جامعه. وضعیت کنونی که توان جذب بازار کتاب از توان تولید نشر به مراتب کم‌تر شده است، گواه آشکار و آینه سخنگویی برای تصحیح سیاستی است که به چرخه کامل کتاب مربوط می‌شود. همه وقت، تلاش و سرمایه‌ای که از آغاز مرحله آفرینش تا پایان تولید صنعتی کتاب

و عرضه و پخش، صرف کتاب شده است، باید در مرحله‌ای پاسخ بدهد که آفریده در ذهن خوانندگان بازآفریده و احیا شود و آثار خود را بروز دهد. اثری که خواننده و فهمیده نشود، یا درست و متناسب با کارمایه نهفته در آن فهمیده نشود، چه حاصلی دارد؟ سرمایۀ ملی در زمینه کتاب زمانی برگشت دارد که واکنش خوانندگان آغاز شود. و این سرمایه برحسب منطق خود زمانی سودآور است که واکنش‌ها با مقاصد آفرینش و تولید آثار همسویی داشته باشد. اگر واکنش‌های نامنتظر، چه مثبت و چه منفی، در حد و به تعدادی باشد که محاسبات نخستین را به زیر سؤال ببرد، پیداست که رابطه میان بخش تولیدکننده و بخش مصرف‌کننده کتاب در جامعه گسسته یا دچار عیب و نقص شده است. جز شمار بسیار اندک آثار هنری که فرایند آفرینش آن‌ها تابع عواملی فارغ از تقاضای جامعه و سایر محاسبات است، بقیۀ آثار معمولاً برای پاسخ گفتن به نیازهای مشخص تولید می‌شود. بنابراین، اگر عرضه کتاب با تقاضای کتاب متناسب نبود و واکنش‌های خوانندگان به شیوه‌های مختلف آن را تأیید کرد، نشانه آن است که چرخه کتاب عیبناک شده است، مانند وضعیتی که کتاب منتشر شود، اما پخش نشود، فروش نرود و خوانده نشود، یا این مراحل به گونه درست و متناسب انجام نگیرد.

تلقی ملی از کتاب، نگرستن به کتاب از دیدگاه منافع ملی و قرار دادن چرخه آن در چارچوب ملی، به این معناست که امکانات و کوشش‌ها میان سه رکن اصلی آفرینش، تولید انتشاراتی و بازآفرینی به تناسب توزیع شود. اگر متناسب با کمیت و کیفیت کتاب، پخشگری، کتابفروشی، کتابخانه، ساز و کارهای تبلیغ و ترویج کتاب، گسترش کتاب در میان همه بخش‌ها، لایه‌ها و سطوح و شیوه‌های بررسی و ارزیابی بازخوردها وجود نداشته باشد، سرمایۀ ملی کتاب تبه شده است. در سیاست سنجیده و متناسب کتاب، تناسب اجزا، درست و سنجیده در نظر گرفته می‌شود. ایجاد کتابخانه‌ای کوچک در نقطه‌ای دورافتاده، یا مثلاً کتاب‌رسانی با قاطر در راه‌های کوهستانی، تبدیل کردن انواع خاصی از اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌ها به کتابخانه‌ها و کتابفروشی‌های سیار، استفاده از امکانات تراکتور در برخی نقاط کشور در راه کتاب‌رسانی، تربیت و تشویق

مبلغان کتاب، یا آموزگار - کتابدار، یا هنرمند - کتابدار که با ترفندهای هنری شوق‌انگیزی می‌کنند و عشق و نیاز به خواندن را در میان شماری از مردم پدید می‌آورند، و انواع بی‌شماری از تدبیرهای دیگر، آخرین حلقه‌های زنجیره کتاب را به گونه‌ای ایجاد و مستحکم می‌کند که سرمایه‌گذاری ملی در زمینه کتاب به بار بنشیند و نه تنها هدف‌های اصلی و نخستین تولید کتاب تحقق پیدا کند که انگیزه‌ها و هدف‌های تازه و دیگری به عرصه کتاب راه بیابد و با خود فکر، طرح، ابتکار، سرمایه و خلاصه خون تازه‌ای همراه بیاورد. در این زمینه نیز تجربه‌های فراوانی از کشورهای مختلف وجود دارد.

تلقی ملی از کتاب به این معناست که هر عنصر مولد یا پشتیبان در روند تولید کتاب، به حلقه‌های زنجیره پیش از و پس از حلقه خود درست بنگرد و به سهم خود بکوشد که این حلقه با حلقه‌های دیگر متناسب باشد. تلقی ملی از کتاب این است که هر سیاست و برنامه‌ای، چه موقت و موسمی، و چه دایمی و طولانی، که به بخشی از زنجیره تولید کتاب مربوط است، با کل زنجیره مرتبط و متناسب باشد. تلقی ملی از کتاب این است که اتحادیه‌ها و تشکلات، هرچند که به‌طور طبیعی تعارض منافع و تداخل منافع دارند، اما زمینه اصلی منافع دستخوش تعارض آن‌ها واحد و مشترک است و اگر زمینه اصلی آسیب ببیند، موجودیت خود آن‌ها با تهدید و خطر روبرو می‌شود. و از این‌رو منطق حکم می‌کند روند متوازی بر روانه تولید کتاب حاکم شود که ضمن آن که منافع و مصالح همه اجزای مولد و پشتیبان کتاب را تأمین کند، رابطه درست را میان ذهن پدیدآورندگان و خوانندگان برقرار سازد و برای مفهوم واقعی کتاب مصداق واقعی ایجاد کند؛ زیرا که ایجاد این رابطه همانا تحقق مفهوم کتاب است، مفهومی که ثروت فکری - فرهنگی به بار می‌آورد، روند آفرینشی را تداوم می‌بخشد و جامعه را به عرصه‌ای که متناسب با سطح و توان آفرینشی آن است، هدایت می‌کند.

مفهوم ملی کتاب تحقق نمی‌یابد، مگر به تحقق تک تک اجزای تولید آن. مفهوم ملی کتاب تحقق نمی‌یابد، مگر آن که کتاب و نشر به عنوان مؤثرترین

پدیده فرهنگی و تولید فرهنگی در متن نگرش کلان و سیاست همه‌سوانگری قرار بگیرد که چرخه تولید کتاب را با سایر چرخه‌های تولیدی جامعه هماهنگ کند. تقطیع کردن این چرخه به حوزه‌های متفاوتی که سیاست‌های ناهمخوان و مدیریت‌های ناهماهنگ دولتی بر آن حاکم باشد، اصولاً دور شدن از کلیت و انسجام خود جامعه است. شاهد‌های بسیار از تقلای نشر و از تحوّل‌ی که کتاب در جامعه ما از سر می‌گذراند، ما را فرا می‌خواند که از کوتاه‌نگری‌ها و تنگ‌بینی‌ها و لحظه‌اندیشی‌ها دست برداریم و چارچوب مفهوم کتاب و نشر را به گونه‌ای تعیین کنیم که منافع و مصالح ملی در آن جای بگیرد و هیچ عنصر مولد و مؤثری از آن بیرون نماند. تعیین کردن این چارچوب و اقدام کردن در محدوده آن کاملاً عملی است، اگر سیاستگذار، برنامه‌ریز یا مدیری در حوزه کتاب و نشر مدعی شود که عملی نیست، از کشورهای بسیار، و به‌ویژه از کره جنوبی، مالزی و سنگاپور، که در سال‌های اخیر دستاوردهای چشمگیری در این زمینه‌ها داشته‌اند، می‌توان گواه آورد که عملی است.

تهران - باغ صبا

تیرماه ۱۳۸۰

گمشده نشر چیست و کیست؟

(بحثی در باره مخاطب و مخاطب‌شناسی در نشر)

از کتاب‌های فروش نرفته متراکم شده در انبارهای ناشران، پخشگران (توزیع‌کنندگان) و کتابفروشان آماری دقیق یا اطلاعی موثق در دست نیست. «کتاب انباری»، و مانده‌تر از آن «کتاب سنگ شده» یا «سنگواره»، ضابطه دقیقی ندارد که ناشران بتوانند بر پایه آن، یا هرگونه هنجار دیگری، تصمیم قاطع بگیرند و سرمایه محدود خود را از تنگنای ساز و کارهای ناشناخته، ناخواسته و پیچیده رها سازند. در برخی کشورها، کتابی که شش ماه از عرضه آن بگذرد و فروش نرود، در معرض حراج قرار می‌گیرد؛ انواع حراج‌ها، حراج دایمی در گوشه معینی از کتابفروشی‌ها، حراج ماهانه، حراج فصلی، حراج سالانه، حراج موسمی، حراج محله‌ای، حراج منطقه‌ای و اقسام دیگری از حراج‌های عمومی. این اصل اقتصادی که ایست در فروش یا کندی در فروش، عامل ایست در تولید یا کندی در آن است، مجذاته مراعات می‌شود. در ضمن حراج کتاب فایده‌های جنبی دیگری هم دارد، از جمله تأثیر بر کتابخوانی، تأثیر بر فروش کتاب‌های دیگر، کاهش هزینه‌های تبلیغ و پخش و تأثیرهای دیگر. اما در کشور ما کدام تردید بی‌نام و واهمه بی‌نشان نمی‌گذارد کتاب‌های سنگ و سنگواره و انبار و تلنبار شده را در مقیاس‌های وسیع و برای بسیاری از علاقه‌مندان حراج کنیم و به ناشرانمان این امکان را ببخشیم که بخشی از سرمایه محدود خود را نجات دهند، نکته‌ای است نیازمند پژوهش. بی‌تردید مانع‌هایی بر سر راه است، اما این

مانع‌ها تا چه حد اقتصادی - اجتماعی، یا ساختاری - تشکیلاتی یا روانی است، نکته‌ای است فعلاً بر ما مجهول.

بر پایه تفاوت‌هایی که از هر حیث میان ساز و کارهای تولید، پخش و فروش در جامعه‌های مختلف هست، ناگزیریم هنجارها را در جامعه خودمان تعریف و بر سر آن‌ها توافق کنیم. این بنده در جریان کوششی بود که اتحادیه ناشران به کار بست تا نخستین حراج گسترده کتاب را در تهران برگزار کند. عده‌ای از سوی اتحادیه مأمور شدند تا با همکاری شمار دیگری، جای مناسبی بیابند و این حراج را به راه بیندازند. به تأثیرها و پیامدهای آن هم آگاه بودند و از صاحب‌نظران هم مشورت گرفتند. حتی کار تا جایی پیش رفت که این بنده آیین‌نامه‌ای برای برگزاری حراج‌های دایمی و موسمی نوشت و در اختیار اتحادیه قرار داد. امید می‌رفت که حراج کتاب، چه دایمی و چه موسمی، شکلی قانونی و رسمی به خود بگیرد، بازار کاذب، غیرطبیعی و آلوده کتاب‌های قدیمی و قدیمی‌تر شکسته شود و بالاخره بر گوشه دیگری از عرصه فرهنگی کتاب هنجار حاکم شود. و دریغ که کوشش‌ها بی‌نتیجه ماند و کتاب سنگ و سنگواره و انبار و تلنبار شده، این ثروت معنوی و مادی خاموش، این ثمره تلاش‌های فکری، فرهنگی و انتشاراتی، همچنان بلااستفاده، همچنان گرفتار تردید و تزلزل، همچنان در تعلیق بی‌تصمیمی و بی‌عزمی و بی‌جزمی باقی مانده است، راستی چرا؟ آیا نهادهایی که خود را حامی کتاب و نشر می‌دانند، نمی‌توانند برای رها شدن از این مخمصه از امکانات خود استفاده کنند؟ دلیل‌ها و توجیه‌های آن‌ها چیست؟ آیا ادامه این وضع به تکرار تجربه بحران کمرشکن اقتصادی کتاب در پایان دهه ۳۰ و سال‌های آغازین دهه ۴۰، و به‌ویژه در دوره حکومت علی امینی، نخواهد انجامید: «کتاب کیلویی»؟

پیش از آن که به سراغ اصل مطلب برویم و به کندوکاو در باره این که گمشده نشر چیست بپردازیم، اشاره به چند نکته را برای تشریح و نتیجه‌گیری لازم می‌دانم. نخست آن که ضرورت دارد اتحادیه ناشران، با همکاری ناشران، پخشگران، کتابفروشان و نهادهای مسئول، این‌گونه مسائل مبتلا به را تعریف و بر سر آن‌ها

توافق کنند. برای مثال، «کتاب در جریان» (پویا) و «کتاب ایستا» به چه نوع کتابی می‌گویند و از چه زمانی کتاب، «انباری» و «سنگ / سنگواره» می‌شود؟ با توجه به وضع نادلخواه پخش و فروش و تبلیغ کتاب در ایران، فی‌المثل اگر توافق کنیم کتابی که یک سال و نیم یا دو سال از عرضه آن گذشت و فروش نرفت «انباری» است، یا اگر سه سال گذشت «سنگ / سنگواره شده» است، در وضعیت فعلی به ما کمک می‌کند که از طریق حراج به تحقق منظورهایی، که به آن‌ها اشاره شد، کمک کنیم. ایجاد سرعت بیش‌تر در چرخش سرمایه به برداشتن گام‌های بعدی کمک می‌کند.

بر پایه تخمین‌های مختلف، احتمال می‌رود که هم‌اکنون حدود ۵۰ تا بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان کتاب انبار شده و سنگ شده در انبارهای ناشران، پخش‌گران و کتابفروشان کشور موجود باشد. چون آمارهای دقیق مبتنی بر پرسشنامه در اختیار نیست، ناگزیر با توسل به روش‌های مختلف، موجودی انبارها تخمین زده می‌شود. مثلاً دسته‌بندی ناشران به بزرگ، متوسط و کوچک، دولتی و وابسته به دولت و نظایر این‌ها، شمارش تقریبی آن‌ها، مقایسه، سنجش و تعمیم اطلاعات پراکنده؛ یا این‌که بررسی میانگین سرعت فروش چند ناشر از انواع مختلف در سال، محاسبه تعداد کتاب‌های فروش رفته و نرفته در سال، و ضرب کردن میانگین رقم فروش نرفته در میانگین شمارگان در میانگین قیمت. بر پایه این‌گونه برآوردها، حدس زده می‌شود که دست کم و با قید احتیاط تمام حدود ۵۰ میلیارد تومان کتاب فروش نرفته انبار شده در ایران باشد، در تاریخ بهار ۱۳۸۰. بنده با دو ناشر مجرب در این باره مشورت کردم و به رقم تقریبی ۱۰۰ میلیارد تومان رسیدم. با ناشر دیگری که حساب و کتاب اقتصادی‌تر و ریاضی‌تری در کارش دارد، به رقم ۹۰ میلیارد تومان رسیدم و با چند ناشر دیگر به رقم بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان. در این‌جا و فعلاً رقم ۵۰ میلیارد تومان را، که با قید احتیاط بسیار ذکر می‌شود، مبنای محاسبه ساده‌ای قرار می‌دهم که می‌خواهم از آن نتیجه بگیرم.

اگر یک صدم این مبلغ (۵۰۰ میلیون تومان)، یا یک پانصدم (۱۰۰ میلیون تومان) یا حتی یک هزارم (۵۰ میلیون تومان) را صرف پژوهش در ۱۰ حوزه

اساسی در نشر، صرف پاسخ گفتن به ۱۰ پرسش اصلی و بنیادی کرده بودیم، آیا باز هم ۵۰ میلیارد تومان سرمایه را کد در نشر داشتیم؟ آیا برای مجموعه‌ای از ناشران که هر کدام میلیون‌ها تومان سرمایه منجمد شده دارند، بخردانه نیست که برای برون‌رفت از چرخه کاهنده سرمایه و توان، و از آن مهم‌تر شوق و امید، در راه پژوهش‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که نتیجه آن‌ها تعیین‌کننده حیات و ممات آن‌هاست؟ درست است که وضعیت امروز نشر ما با موقعیت سال‌هایی که گفتیم قابل مقایسه نیست، اما انواع نشانه‌ها به ما هشدار می‌دهد که اگر سنجیده تصمیم نگیریم و آگاهانه عمل نکنیم، دیر یا زود با بحرانی جدی در نشر روبرو خواهیم شد، بحرانی که حتی تجربه گذشته‌مان در فروش کیلویی کتاب، از پس آن برنیايد، زیرا که عصر رسانه‌ها، عصر انقلاب در اطلاعات و ارتباطات، عصر نشر بدون چاپ و کاغذ، عصر کتابفروشی‌های بدون کتاب کاغذی، عصر کتاب برحسب درخواست / نیاز^۱، عصری که می‌توان کتاب دلخواه را بر صفحه نمایشگر دید و به آن فرمان داد که کتاب را روی چه رسانه‌ای تکثیر کند، عصر رواج گسترده خودناشری، هنوز برای ما ناآشناست، و حتی هنوز هم برای شماری از ناشران و دست‌اندرکاران نشر شوخی، غیرواقعی، خیالی یا بی‌ارتباط با واقعیت‌های جامعه ماست. ناشرانی که حاضر نباشند برای کسب کردن اطلاع دقیق در این باره وقت، اندیشه و سرمایه بگذارند، اگر با بحران نشر این عصر روبرو شوند، هیچ راهی پیش رو ندارند، جز آن که صحنه نشر را ترک بگویند، و این رویداد خوشایندی نخواهد بود.

چه باید کرد و از کجا آغاز؟

نشر، صنعت تولید کالایی فرهنگی به نام کتاب است، و ناشران، ولو کوچک‌ترین، سنتی‌ترین و ابتدایی‌ترین آن‌ها، تولیدگرانی هستند که در روندی صنعتی و اقتصادی، کتاب تولید می‌کنند. راستی برای چه کسانی تولید می‌کنند و مصرف‌کنندگان خود را چگونه می‌شناسند؟ آیا شناخت آن‌ها از مصرف‌کننده

کالای فرهنگی، یا به اصطلاح مخاطب، بر مبنایی استوار است که بتوان آن را تحلیل و بررسی کرد، آزمود و چند و چون آن را شناخت؟ اگر شناخت آن‌ها بر مبنای درستی استوار بود، پس به چه دلیل حجم عظیمی از کالایی که تولید کرده‌اند، مصرف نشده در انبارها مانده‌است؟ اگر تقصیر این را بر دوش پخشگران و کتابفروشان، به‌ویژه آن دسته که فاقد دانش و مهارت فنی هستند، یا منافع آن‌ها با مصالح عمومی نشر در تعارض قرار گرفته است، بیندازیم، به پرسش بالا پاسخ مناسب داده‌ایم یا این که جهل خود را پررنگ‌تر نوشته‌ایم؟ اگر ناشری بداند سودجویان کوتاه‌بین، تولیدات او را به دست مصرف‌کننده نمی‌رسانند و باز همچنان تولید کند و به دست همین‌ها بسپرد و همچنان توقع داشته باشد که به دست آن‌هایی برسد که خود می‌خواهد، در چه چیز شک باید کرد؟ تن سپردن به وضعیتی ناخواسته را به چه چیز حمل باید کرد، آن هم وضعیتی که جنبه‌های علمی و نظری‌اش شناخته شده است و انواع تجربه‌ها، به‌ویژه تجربه جامعه‌هایی که توسعه‌نیافتگی را پشت سر گذاشته‌اند، فی‌المثل تجربه‌های نشر کره و مالزی و امثال آن‌ها، از همه قسم فراجنگ است. و بالاخره عزم گمشده را برای احیای فعالیتی که می‌تواند تأثیر گسترده‌ای در حیات فکری - فرهنگی ما بگذارد، چگونه باید یافت؟

نشر کتاب را می‌توان در عین حال به هنر پرتاب پیام تعبیر کرد. پیامی که نشر از یک سرچشمه می‌گیرد و به کمک دانش و فن، سرمایه و مهارت و توانایی‌های دیگر، در بسته‌های دیگرسانی از پیام به نقاط فراوان یا بی‌شماری پرتاب می‌کند، در صورتی درست به هدف اصابت می‌کند که، هدف مناسب در زمان مناسب، در مکان مناسب انتخاب شده باشد. دستگاه‌ها و ابزارهای پرتاب پرتابه‌ها را هیچ ذهن خردوری برای پرتاب بی‌هدف نمی‌سازد. ارزش این دستگاه‌ها برحسب بُرد و دقت هدف‌گیری آن‌ها محاسبه می‌شود. یا در پراکنش صدا و سیما اگر شنونده و بیننده و دستگاه‌های امواج آن‌ها شناخته نشده باشد، جز فرستادن امواج سرگردان در فضای بی‌نشان، کار دیگری صورت خواهد گرفت؟ هنر این دستگاه‌ها هم در این است که پیام مناسب را در زمان و مکان مناسب به مخاطب

مناسب برسانند. موفق‌ترین برنامه‌های رادیویی - تلویزیونی برنامه‌هایی است که معیارهای پسند شنوندگان و بینندگان خود را درست برآورد کرده و در تهیه برنامه از آن درست استفاده کرده باشد. اصولاً در هر حوزه از فعالیتی که ارتباط میان ذهن‌های بشری در میان است، داد و ستدی موفق است که همخوانی میان ذهن‌ها تنظیم شده باشد. ذهن متعارف بشر متعارف، فضای گسترده‌ای است که انواع عناصر در آن حاضر است. همخوان و همسو کردن این عناصر یا بخشی از این عناصر است که شاخصی از موفقیت را به دست می‌دهد. هنرمندی که ذهن مخاطبان خود را به هنری که ارائه می‌دهد، جلب می‌کند و به نقطه و نتیجه‌ای که در هنر او نهفته است هدایت می‌کند، و گاه احساس یا برداشت همسویی به آن‌ها انتقال می‌دهد، میان ذهن خود و مخاطبانش و از راه هنرش، ارتباط برقرار کرده است. اما ناشری که برقراری ارتباط را به پدیدآورنده وامی‌گذارد و در این میان برای خود مسئولیت یا وظیفه‌ای نمی‌بیند، چندی نمی‌گذرد که سرگردان می‌شود، انگار فرستنده‌ای که برنامه‌های گوناگون را موج‌کند و به فضا بفرستد، اما کجا و برای چه کسی، کدام سیاره و در کدام کهکشان؟ این است همان گمشدگی و سرگردانی.

ناشر حتماً باید به این نکته توجه کند که نشر فقط تکثیر چاپی نیست، و اگر فقط همین بود، همه چاپگران و چاپخانه‌ها می‌توانستند ناشر باشند. نشر مجموعه ارزش‌هایی است که باید بر اثر پدید آمده افزوده شود و از طریق تکثیر آن، که در گذشته به تکثیر چاپی منحصر بود و حالا اصلاً چنین نیست، اثر دیگری با تأثیرها و پیامدهای دیگر ایجاد کند. اگر نشر بتواند ابتدای راه را درست برگزیند، برخط غلطی نمی‌افتد که معلوم نیست سرمنزل آن کجاست. نشر، فن و هنر تکثیر و تولید مواد خواندنی یا دیدنی - شنودنی است؛ فن و هنری که محصول آن با یکی از حواس بشری احساس و با ذهن بشری ادراک و فهمیده می‌شود. ناشر نمی‌تواند در این روند مفاهیم، مسئولیت را یکسره بر دوش کس دیگری بگذارد. ممکن است در مواردی و بنا به دلایل و محاسباتی چنین کند، گو این که شاید همه یا تقریباً همه ناشران، با این دلایل و محاسبات کتاب منتشر کرده باشند، اما ناشری که نداند برای چه کسانی منتشر می‌کند، پیش از همه خود

دچار سرگردانی می‌شود و بیش از همه ذهن و ذهنیت، روش عمل و وحدت رویه خود را متفرق می‌سازد، و ناشری که چنین کند، بدون تردید زبیده عنوان «خود ویرانگر خود هشیار» است. در نشر ما، شمار ناشرانی که نمی‌دانند برای چه کسانی کتاب منتشر می‌کنند، و بدتر از آن، از پدیدآوردن کتاب چاپ می‌کنند که آن‌ها نیز به درستی نمی‌دانند برای چه کسانی می‌نویسند، کم نیست. شاید این گونه از نشر را بتوان نشر جاهلانه مرکب یا نشر جهولانه نام گذاشت.

نشر، فعالیتی است ماهیتاً نیازمدار، ماهیتاً پاسخگو به نیازی که سرچشمه آن مخاطب است، و بنابراین فعالیتی است ماهیتاً مخاطب‌مدار. صنعت و اقتصاد نشر، که پدیده عصر جدید است، در اصل از نیاز جامعه جدید به خواندن ایجاد شد. اگر طبقه متوسط جدید، که خواستار آموزش، تخصص، مهارت، خواندن، اندیشیدن و نیز لذت بردن بود، از عصر نوزایی (رنسانس) و سپس عصر انقلاب‌های فکری، سیاسی، صنعتی و اقتصادی به بعد، پدید نیامده بود، صنعت و اقتصاد نشر هم در کار نبود. این فعالیت تولیدی جدید، نخست بخش‌هایی از طبقه متوسط را گروه هدف خود قرار داد و سپس با انتشار آثار بیش‌تر و متنوع‌تر، این گروه را توسعه بخشید و برای خود مخاطبان تازه‌تر و بیش‌تری به وجود آورد، و در عین حال برای اقتصاد و صنعت مولد خود، بازارگشایی و بازارآفرینی کرد. به‌ویژه در سده بیستم و از جنگ جهانی دوم به بعد که فن‌آوری چاپ سریع و ارزان پیشرفت نمایان کرد، ناشران موفق کسانی بودند که توانستند برای مخاطبان جدید کتاب مناسب آن‌ها، یا به عبارت اقتصادی، برای نیاز پنهانی که بیدار و زنده کرده بودند، کالاهای فرهنگی متناسب، عرضه کنند. به همین دلیل توسعه بازار نشر یا تعمیق بازار نشر، می‌توانست مبنایی مطمئن برای سنجش موفقیت ناشر باشد. اگر ناشر بازار کتاب خود را گسترش می‌داد، یعنی مخاطبان دیگر و بیش‌تری را جزو گروه هدف خود قرار می‌داد، یا به بازار کتاب خود تعمیق می‌بخشید، یعنی به جای گسترش عرضی، نفوذ عمقی می‌کرد و در میان مخاطبان از پیش موجود خود نیازهای تازه‌تر و بیش‌تری به نوع کتاب‌های به خصوصی برمی‌انگیخت، به موفقیت دست یافته بود. در هر دو

حال، نیاز فرهنگی موجود، یا ایجاد، تقویت، تحکیم، تعمیق و گسترش آن، مبنای تولید فرهنگی قرار گرفت و صنعت و اقتصاد نشر با تلاش در راه ایجاد موازنه میان تقاضا و عرضه فرهنگی، توانست به صنعت و اقتصادی زنده و مولّد در کنار سایر صنعت‌ها و اقتصادهای زمان، جایگاه شایسته‌ای از آن خود به دست آورد و با گذشت زمان، استوارتر و مولّدتر شود، به رشد خود ادامه دهد، تا روزگار ما که دگرگونی در فن‌آوری انتقال اطلاعات و شیوه‌های ارتباطی، موضوع نشر فارغ از چاپ را به میان آورده است که مهم‌ترین و جدی‌ترین بحث امروز در زمینه نشر است و با موضوع همین مقاله هم ارتباط نزدیک دارد.

مخاطب در نشر کتاب، به مجموع کسانی گفته می‌شود که میان آن‌ها ویژگی‌های مشترکی هست و این ویژگی‌های آن‌ها بر اثر منتشر شده تأثیر می‌گذارد. اجزای این تعریف کلی را اگر باز کنیم، می‌توان گفت که مراد از «کسان» هم خوانندگان کتاب است و هم خریداران، هر خواننده‌ای خریدار نیست و بالعکس. خریدار - خواننده تأثیرگذارترین عامل در نشر است که با نیاز ابراز شده و عمل اقتصادی‌اش به بازار کتاب شکل می‌دهد. خریدار - خواننده ممکن است بالفعل باشد و بالقوه، و اقدام مناسب در نشر ممکن است خریدار بالقوه را به بالفعل تبدیل کند. اگر ناشر از شمار خریداران بالفعل برآورد دقیقی داشته باشد، بازار از پیش تضمین شده‌ای برای کتاب خود دارد. و اگر بتواند با تمهید یا وسیله‌ای، مثلاً تبلیغات مناسب، معرفی‌های تأثیرگذار، جلدها و ظاهرهای نظریا، تبلیغ خوانندگان که تبلیغ رایگان و بسیار مؤثر در زمینه محتوای کتاب است، و از راه‌های دیگر ترویجی، خریداران بالقوه را به بالفعل و نیز به خواننده بالفعل تبدیل کند، اثری منتشر کرده است که در عرصه نشر موفق است. شمار این‌گونه کتاب‌ها معمولاً بسیار کم است و به همین دلیل بر پایه این نوع کتاب‌ها می‌توان به توانایی ناشر در تشخیص و برآورد جامعه مورد نظر خود پی برد. برای مثال، در تاریخ نشر بسیار اتفاق افتاده است که موضوعی، مضمونی یا اثری را شماری از ناشران برای نشر نپذیرفته‌اند، چون مخاطب آن را درست نمی‌شناخته‌اند، اما ناشر دیگری سرمایه‌گذاری کرده و کتاب موفق‌تری ارائه داده است. در خاطرات

ناشران بزرگ از این داستان‌ها، که ناشران راهگشا به آن‌ها بسیار می‌بالند، فراوان است. در تاریخ نشر خودمان هم شمار نمونه‌های موجود کم نیست.

نکته دیگر در تعریف، ویژگی‌های مشترک است، مانند خصوصیات جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، زبان‌شناختی، مردم‌شناختی، قوه‌شناختی، زیبایی‌شناختی و نظایر این‌ها که میان خریداران / خوانندگان بالفعل و بالقوه مشترک باشد، ویژگی‌هایی که بررسی‌های علمی در میان آن‌ها آشکار سازد و ناشر بتواند بر پایه اشتراک به دست آمده، تصویر روشنی یا روشن‌تری از کسانی که خطاب به آن‌ها منتشر می‌کند، ترسیم کند. ویژگی‌های مشترک بسیار متغیر است، چه در میان جوامع مختلف، مثل این که جامعه نشر (= جامعه مخاطب نشر) در پاکستان متفاوت از جامعه نشر آلمان است، و چه درون هر جامعه به خصوص از حیث همزمانی و در زمانی. مثلاً درون جامعه ایران، بنا به متغیرهای بسیاری نظیر زبانی، گویشی، فرهنگی، علمی - تخصصی، جغرافیایی، اقتصادی - اجتماعی، سیاسی، آموزشی، دسترسی و غیره، جامعه نشر را می‌توان به چندین و چند دسته تقسیم کرد. هر مجموعه ویژگی مشترکی که بتواند مبنای یک سنخ مخاطب قرار گیرد و نیاز آن سنخ محقق باشد، انگیزشگر نشر است و هرچه شمار سنخ‌ها بیش‌تر باشد، زمینه فعالیت برای ناشر بیش‌تر است. اما همین ویژگی‌ها در یک جامعه خاص، که مبنای تصمیم‌گیری ناشر است، در طول زمان ثابت نیست. مخاطبان فارسی زبان تحصیل‌کرده حرفه‌ای دهه ۱۳۸۰ در ایران، با عین همین مخاطبان در دهه ۱۳۴۰ یکسان نیستند. حتی خوانندگان بالفعل کتاب‌های سیاسی روز در آذر ۱۳۵۷، در اسفند ۱۳۵۷ تغییر سلیقه می‌دهند و چون تغییر سلیقه می‌دهند، از حیث نشر به مخاطبان متفاوتی تبدیل می‌شوند. یا جامعه نشر پشت کنکور در خرداد ماه، که به منابع کنکوری نیاز دارد، یکی دو ماه بعد و پس از برگزاری کنکور، انگار که منحل می‌شود، فرو می‌پاشد و به کلی از بین می‌رود. تغییر و تحوّل که جامعه نشر در یک جامعه خاص و طی زمان می‌پذیرد، تغییر در زمانی است. به همین دلیل ناشرانی که دماسنج روان‌شناختی و جامعه‌شناختی آن‌ها درست و دقیق کار نمی‌کند، پرتابه‌هاشان به هدف نمی‌خورد، زیرا که هدف جایش تغییر کرده است. اما

ناشرانی که تغییر و تحولات را با نگرش علمی - تحلیلی زیر نظر دارند، درست به هدف می‌زنند و به موفقیت در نشر دست می‌یابند. کتاب‌های بسیاری را می‌توان مثال زد که چون ناظر به تغییرات و تحولات، با توجه به نیازهای نو پدید، و در زمان مناسب و به روش مناسب منتشر شده، ناشر را نه تنها از بابت آن کتاب‌ها، بلکه از جهات دیگری هم به ناشری مطرح و موفق تبدیل کرده است.

مخاطب‌شناسی، دانش، نگرش و هنر متکی به روش شناخت مخاطبان، و تجزیه مخاطب به مجموعه نیازهای مشخص، جزو نخستین و بنیادی‌ترین مباحثی است که ناشران باید بیاموزند. در اوضاع و احوالی که نظام آموزشی ویژه نشر وجود ندارد و این‌گونه مباحث به صورت آکادمیک آموزش داده نمی‌شود، و در عین حال برای ناشر شدن هم هیچ شرط فنی - تخصصی در کار نیست، ناشران علاقه‌مند ناگزیرند از راه خودآموزی، اصول و روش‌های مخاطب‌شناسی را فرا بگیرند. در هر حوزه‌ای که تولید، چه تولید مادی و چه غیر مادی، مبتنی بر نظام عرضه و تقاضا باشد، شناخت و تحلیل بازار، نخستین و اساسی‌ترین راه برای تصمیم‌گیری در خصوص تولید است. بازار نشر، یعنی نیازهای متبلور مخاطبان معین. ناشرانی که از راه پژوهش و بررسی، مخاطبان را دریابی، شناسایی و نیازهای آن‌ها را تحلیل می‌کنند، به مجموعه‌ای از اطلاعات دست می‌یابند که سیاست نشر و سیاست کتاب‌گزینی آن‌ها را طراحی می‌کند. جایگاه مخاطب در جامعه از حیث اجتماعی و اقتصادی، مراتب آموزشی - تحصیلی، نیازهای تخصصی - مهارتی، سطح زبان و بیان، علاقه‌ها و پسندها و حساسیت‌ها و نظایر این‌ها، در سیاست اقتصادی، سیاست زبانی، سیاست ویرایشی، سیاست فنی - هنری و سیاست‌های دیگر ناشر تأثیر می‌گذارد. ناشری که سیاست‌هایش با شناخت حاصل از مخاطبانش ارتباط نداشته باشد، خطاب به گذشته و تاریخ کتاب منتشر می‌کند، حال آن‌که طبیعت نشر آینده‌گرا و آینده‌زی است.

مردم عادی و خوانندگان عادی در همه جای جهان دشوارترین پدیده در مخاطب‌شناسی به شمار می‌آیند. تشخیص دادن ذوق و سلیقه و گرایش‌های آن‌ها آسان نیست. به‌ویژه در عصر رواج رسانه‌ها و رقابت سهمگینی که در جذب

کردن مخاطب میان رسانه‌های مختلف حکمفرما شده است، یافتن مخاطب مناسب برای نشر از میان مردم عادی کار سهلی نیست. شناختن مخاطبان متخصص و نیازهای تخصصی ساده‌ترین بخش مخاطب‌شناسی است و ناشران تخصصی با سهولت زیاد می‌توانند میان تولیدات خود و مخاطبان ارتباط برقرار سازند. اما تفاوت میان مخاطب متخصص و عادی تا بدان حد است که شماری از صاحب‌نظران سیاست‌های نشر معتقدند که جذب کردن خوانندگان عادی به سمت کتاب، و به‌ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته، فراتر از توانایی‌های ناشران آزاد، و در واقع در حیطه وظایف سیاست‌های دولتی است. حتی گفته‌اند که اصولاً مابه‌الاضاف در حوزه نشر میان حکومت‌ها و ناشران در کشورهای جهان سوم، چیزی جز مخاطبان عادی نیستند، زیرا نشر تخصصی حتی در کشورهای غیرآزاد با مشکل حادّ یا خاصی روبرو نیست. در هر حال، سوای جنبه‌های سیاسی، و نیز اجتماعی، جذب مخاطب عادی هزینه‌های هنگفتی طلب می‌کند که تأمین آن‌ها و راه و روش عملی تأمین آن‌ها از زمینه‌های نیازمند به پژوهش‌های گسترده و برآوردهای دقیق است. مقایسه میان سنخ‌های متفاوت مخاطبان، این قاعده، و با اطمینان می‌توان گفت که حتی این اصل یا این قانون را به دست می‌دهد که: هیچ‌گاه، در هیچ شرایطی و در هیچ جامعه‌ای نمی‌توان مخاطبان نشر را یکسان فرض کرد و در یک مقوله قرار داد. حتی مخاطبانی که در یک مقوله قرار می‌گیرند، مدارج و انواع مختلف دارند.

اگر ناشر از خود بپرسد چرا و برای چه کسانی منتشر می‌کنم و از کسانی که خطاب به آن‌ها اثری را انتشار می‌دهم، آیا تصویر روشن و دقیقی دارم؟ گام اصلی را به سوی روش‌مند کردن و سامان‌مند کردن نشر خود برداشته است. نشری که بر بنیاد مخاطب‌مداری و نیازمداری شکل بگیرد، نشر هدفمند است، نشر کار‌بر‌دگرا، نشر واقع‌گرا و نشر انضمامی. در چنین نشری میان ساختار نشر، فعالیت‌ها و سایر جنبه‌ها با هدف‌های نشر ارتباط برقرار می‌شود. گم‌شده نشر ما، آن چیزی که بسیاری از ناشران ما به دنبالش هستند، همان مخاطبی است که اگر تشخیص داده و تعیین شود، بی‌درنگ پرتو روشنی‌بخش خود را بر سراسر

دستگاه نشر می تاباند. مخاطب، اصل و بنیادی است که می توان سایر اجزای نشر را بر پایه آن تعیین و استوار کرد. شاید اگر طی سال های گذشته از این منظر به نشر روی آورده بودیم، وقت و سرمایه هنگفتی را به هدر نمی دادیم و انبارها را از کتاب های بی مخاطب یا به دست مخاطب نرسیده پر نمی کردیم. مادام که نشر ما با دیده عبرت به این درس بزرگ ننگرد که بدون پژوهش، بدون بررسی و بدون برآوردهای تخصصی نمی توان تصمیم درست گرفت، سرگردانی سرنوشت محتوم بخش قابل توجهی از آن خواهد بود.

تهران - باغ صبا

خرداد ۱۳۸۰

نکته‌هایی چند در فروش کتاب

(با نگاهی به تجربه‌های دیگران)

هیچ حلقه‌ای از زنجیره تولید نیست که اهمیت آن از حلقه‌های دیگر کم‌تر باشد، زیرا که در چرخه بی‌نقص، هر جزیی کارکرد ویژه‌ای دارد که در عمل و اجرا از عهده جزء دیگری برنمی‌آید. مجموعه‌ای که تخصصی عمل می‌کند، هر جزء آن بر دانش‌ها، مهارت‌ها، مطالعات و تجربه‌های تخصصی خاص خود استوار است و طبیعتاً نیروهای انسانی که به هر یک از این اجزا می‌پردازند، باید وظیفه آن جزء را درست انجام دهند، و گر نه تناسب و توازن اجزای مجموعه از دست می‌رود.

شماری از ناشران گله‌مند از اوضاع نشر کتاب، گمان می‌کنند که در کشورهای دیگر اگر ناشری کتابی را منتشر کرد و فی‌المثل به شبکه پخشگری (توزیع) سپرد، دیگر کار تمام است. با خود می‌پندارند که در آن کشورها لابد چون همه چیز حساب و کتاب دارد، دیگر چه دغدغه‌ای برای ناشر می‌ماند؟ کتاب را که تحویل بدهی، کار تمام است. البته در توانمندی و کارآمدی بسیاری از شبکه‌های پخشگری و فروش کتاب در جهان و در بسیاری از کشورها تردیدی نیست. دانش، مهارت و تجربه‌ای که این‌گونه شبکه‌ها طی زمان به دست آورده‌اند، سرمایه‌های هنگفت، فن‌آوریهای جدید و بهره‌مندی از دانش‌ها و پژوهش‌های نوین، توانایی‌های لازم را در پخش و فروش کتاب به آن‌ها می‌بخشد. اما، ناشران بسیاری هستند که حتی این‌گونه شبکه‌ها را هم برای پخش

و فروش کتاب‌های خود کافی نمی‌دانند و از راه‌های دیگری که خود برمی‌گزینند، ابتکارهایی که به کار می‌گیرند، بازارهای تازه‌ای که می‌گشایند و تبلیغاتی که به ثمر می‌رسانند، راه را بر پخش و فروش کتاب خود باز می‌کنند. در این مقاله به جنبه‌هایی اشاره می‌شود که به‌ویژه بر تجربه‌های چهار کشور انگلیسی زبان، که نشر فعال آن‌ها شهرت دارد (آمریکا، انگلستان، کانادا و استرالیا) استوار است. شاید این تجربه‌ها، در اوضاع و احوال کنونی که تناسب میان تولید کتاب و پخش و فروش آن از دست رفته است، به ناشران ما پیشنهاد دهد که راه‌های تازه‌ای را بیازمایند؛ و دیگر این که با این واقعیت آشنایی بیش‌تری حاصل شود که خوب ناشری (ناشر خوب بودن) لازمه‌اش کار کردن خوب روی تک تک اجزاست. ناشری که با انتشار کتاب وظایف خود را پایان یافته بداند، طبعاً نباید متوقع باشد بازخوردها به گونه‌ای به او بازگردد که در تداوم کارش بر او تأثیر بگذارد.

هیچ ناشر موفق‌تری را، در این چهار کشوری که نام بردیم، نمی‌توان یافت که بخشی برای یا به نام بازاریابی و فروش نداشته باشد. بنابراین، گام نخست این که دانش، اطلاعات و تخصص در زمینه پخش، تبلیغ، بازارشناسی، بازاریگشایی، بازاریابی، حتی بازارآفرینی، و فروش کتاب، در واحد ویژه و کارآمدی متمرکز شود. همه ناشران، بدون استثنا، نشر کتاب را از فروش آن آسان‌تر می‌دانند، تا حدی که در زبان انگلیسی در بسیاری از منابع اصطلاح یا تعبیری به کار می‌رود که شاید معادل فارسی آن این باشد: «نشر کتاب چه آسان، پخش کتاب چه مشکل». و معمولاً هم در منابع به دنبال این نکته اضافه می‌شود که: به دست آوردن سود از راه فروش کتاب کاری است نه چندان آسان.

مراکز جمعیتی و ارتباط دو متغیر تعیین‌کننده است که ناشران نخست بر آن تأکید می‌کنند. برآوردهای کمی جمعیت و ویژگی‌های جمعیتی را به دست می‌آورند، روی تحلیل آن‌ها کار می‌کنند، علاقه‌ها و سلیقه‌ها و نیازها را از هم تفکیک می‌کنند، وضعیت اقتصادی و قدرت خرید را در نظر می‌گیرند و پس از ترسیم کردن ویژگی‌ها، یا ویژگی‌هایی از مخاطبان خود، به برقرار کردن ارتباط

اقدام می‌کنند. نوع و هزینه ارتباط (از جمله حمل و نقل. در ضمن هزینه تبلیغ و ترویج و شیوه‌های آن جزو همین بحث ارتباط است) با ویژگی‌های جمعیتی مد نظر تناسب دارد.

ناشران بزرگ و بزرگ‌تر، و غولناشران به طور قطع، گروه‌های بازاریابی و فروش تشکیل می‌دهند، هم گروه‌های ثابت و هم گروه‌های سیار. در مراکز جمعیتی مشخص شده، که مراکز مصرفی عمده ناشر به حساب می‌آید، گروه‌های ثابت مستقر می‌شود و دست به مطالعات محلی می‌زند. گروه‌های سیار در مراکز کم جمعیت‌تر مطالعه می‌کند، یا دست به سفرهای موسمی و موردی می‌زند. ناشران کوچک‌تر که توان مطالعات اقتصادی مستقل و برآوردهای آماری و تحلیلی را برای هر نقطه ندارند، از امکانات شبکه‌های پخش و فروش استفاده می‌کنند و اطلاعات مربوط به کتاب‌های خود را از طریق آن‌ها می‌گیرند. گاه این‌گونه اطلاعات طی قراردادها و توافق‌هایی به صورت گزارش مستقل برای ناشر تهیه می‌شود و تصویر روشن و حقیقی از بازار کتاب او، چه بالفعل و چه بالقوه، در نقطه‌ای خاص ارائه می‌کند.

پیش از آن که کتاب منتشر شود، به عنوان قانون یا اصلی در نشر، ناشر خود را و بازار عرضه و فروش خود را با پیش‌آگهی آماده می‌کند. پیش‌آگهی برای خود ناشر مجموعه وظایفی ایجاد می‌کند که باید آن‌ها را به تحقق برساند. پیش‌آگهی ممکن است به تکثیر روکش کتاب و معرفی کوتاهی در باره کتاب، معمولاً شامل موضوع، کاربرد، اشاره‌ای اجمالی به نویسنده یا مترجم و برخی ویژگی‌های ظاهری و بهای کتاب و نشانی‌های تماس و راه‌های سفارش محدود شود. موارد بسیار زیادی دیده شده است که انتشار پیش‌آگهی حتی شمارگان (تیراژ) کتاب را تعیین یا رقم آن را تعدیل کرده است. پیش‌آگهی می‌تواند در عین حال وسیله مناسبی برای آگاهی از واکنش‌های احتمالی باشد.

ناشران برنامه‌دار از همان زمانی که تصمیم به انتشار کتابی می‌گیرند و فرم‌های آماده مربوط به مراحل و برآورد هزینه‌های آن‌ها را پر می‌کنند، مبلغ معینی را به معرفی و تبلیغ اختصاص می‌دهند. این مبلغ که از فروش کتاب باید تأمین شود، در واقع در راه فروش صرف می‌شود. معادله‌ای که از این رابطه

به دست می‌آید، این نیست که اگر کتاب فروش رفت، پس هزینه تبلیغ و معرفی لازم نیست؛ برعکس، هرچه فروش کتاب بیش تر باشد، هزینه فروش آن به همان نسبت بیش تر می‌شود. ناشری که کتاب پرفروش و خوش فروش به بازار عرضه می‌کند، در واقع به شهرت و اعتباری دست می‌یابد که زمینه‌ای مناسب برای اعتبار سایر کتاب‌های اوست. به سخن دیگر، صرف کردن هزینه در راه معرفی و ترویج بهتر کتاب پرفروش و خوش فروش، سرمایه‌گذاری در راه فروش بهتر کتاب‌های دیگر است و ناشر هوشمند این معادله را از دست نمی‌دهد. در ضمن در نظر داشتن مناسبت‌ها و مقارن ساختن تبلیغ و عرضه کتاب با مناسبت‌ها، به ناشر کمک می‌کند که از جهات دیگری هم با جامعه ارتباط برقرار سازد.

معرفی متوسط، البته از حیث تعداد کلمه، مثلاً حدود ۵۰۰ کلمه، و به گونه‌ای که ویژگی‌ها و کاربرد و مخاطبان کتاب به طرز روشن و صحیحی تعیین شده باشد، و عرضه کردن آن پیش از انتشار کتاب به جامعه، از بهترین روش‌های اطلاع‌رسانی است. برخی ناشران این‌گونه معرفی‌ها را به ویراستاران خوش فکر و خوش قلم سفارش می‌دهند و پس از تهیه و تنظیم و نیز در نظر گرفتن جنبه‌های هنری، به صورت رایگان و ضمیمه کتاب‌های دیگر خود به پخشگران و کتابفروشان می‌دهند، یا لای کتاب‌ها می‌گذارند. به‌ویژه ناشرانی که موضوعی کار می‌کنند و مخاطبان معینی دارند، این شیوه تبلیغ و آماده ساختن بازار برای آن‌ها مناسب است. از همین روش برای کتاب‌های بازچاپ (تجدید چاپی) استفاده می‌کنند و نظر بررسی‌کنندگان یا منتقدان مشهور را در باره کتاب در برگه‌های آزاد، تاخورد یا در جزوه‌های کوچک کم‌برگ منعکس و به صورت رایگان ضمیمه کتاب‌های دیگر خود می‌کنند. در ضمن منتقدانی که خوانندگان به نظر و داوری آن‌ها اعتماد یافته باشند، بر ترویج و فروش کتاب، و البته عکس آن نیز، تأثیر می‌گذارند. بررسی، معرفی، نقد، داوری، آگاهی‌رسانی همراهان جدایی‌ناپذیر بازاریابی و بازاریابی در نشر است. ناشری که این جنبه‌ها را نادیده بگیرد، کتاب خود را شبانه به قعر چاه سیاه پرتاب کرده است.

استفاده از امکانات گسترده رسانه‌های گروهی برای معرفی، تبلیغ، ترویج و بازاریابی کتاب، فعلاً برای کشورهای در حال توسعه، که حاشیه سود در کتاب

بسیار محدود است، عملی نیست. در واقع سرمایه‌گذاری در زمینه فروش کتاب، با حاشیه سود نسبت کاملاً مستقیم دارد. تا زمانی که شمارگان کتاب در این کشورها به رقم بهنجار افزایش نیابد و سود کافی حاصل از فروش کتاب تأمین نشود، بازارگشایی از راه رسانه‌های گروهی امکانپذیر نخواهد بود. سیاست‌های یارانه‌ای رسانه‌ها هم در این باب، بعید است که تأثیر چشمگیری داشته باشد. بهره‌گیری از روش‌های رایانه‌ای و شبکه‌ای هم برای این کشورها، که دسترسی عموم مردم به رایانه فعلاً بسیار محدود است، هنوز کارآمد نیست.

گفتگو با پدیدآورنده در باره کتابی که در آستانه انتشار است یا تازه منتشر شده است، معمولاً برای شنوندگان برنامه‌های رادیویی یا خوانندگان روزنامه‌ها و مجله‌ها شنیدنی و خواندنی است. بسیاری از این گفتگوها را بخش بازاریابی ناشر از راه تماس‌هایی که برقرار می‌سازد، یا زمینه‌هایی که برای برگزاری آن‌ها ایجاد می‌کند، به تحقق می‌رساند. این بخش‌ها با خبرگزاران، خبرنگاران و گزارشگران حوزه فرهنگی به خوبی آشنا هستند و خوب می‌دانند که خبرهای فرهنگی برای کسانی که شغل آن در رسانه‌ها خبریابی و خبررسانی و خبرسازی است، تا چه حد جالب توجه است. برقرار کردن ارتباط میان پدیدآورنده و نمایندگان رسانه‌ها، یکی از وظایف اصلی بخش بازاریابی ناشر است، هرچند که ممکن است بنا به دلایلی این وظیفه را بخش روابط عمومی یا مسئول ارتباطات ناشر به عهده بگیرد. در نشر فعال، کتاب که به آستانه انتشار می‌رسد، بخش بازاریابی به سان واحد توپخانه آماده و نیرومند، پشتیبانی خود را با قدرت تمام آغاز می‌کند. ناشری که خود را از این پشتیبانی محروم کند، عملاً خود را زمین‌گیر کرده است. در کشورهایی که غولناشران به سرمایه‌داران بسیار بزرگی تبدیل شده‌اند، از راه‌های مختلف دیگری هم برای تبلیغ و ترویج کتاب استفاده می‌شود که چون ممکن است اصول و اخلاق در آن‌ها مراعات نشود، یا درست مراعات نشود، به آن‌ها نمی‌پردازیم.

آگهی انتشار حداقل کاری است که ناشر همزمان با انتشار کتاب انجام می‌دهد. این آگهی ممکن است یک یا چند سطر مطلب باشد یا یک صفحه کامل روزنامه یا مجله را به خود اختصاص دهد. تجربه نشان داده است ذکر مشخصات

کامل کتاب‌شناسی، معرفی کوتاه در چند سطر که حتماً موضوع، کاربرد و ویژگی‌های کتاب را نشان دهد، همراه با تصویری از کتاب، ولو تصویری کوچک به اندازهٔ تمبر و معرفی کوتاهی در حد یک یا دو جمله از پدیدآورنده، برای خوانندگان و علاقه‌مندان به کتاب متقاعدکننده است، مشروط بر آن که در نشریه‌هایی چاپ شده باشد که خوانندگان آن‌ها مخاطبان مناسب کتاب باشند. اعلان و درج آگهی وظیفهٔ بخش بازاریابی است و تهیهٔ متن آن وظیفهٔ بخش تولید فرهنگی و هماهنگی میان این دو بخش وظیفهٔ فرد یا واحدی که براساس صورت از پیش‌آمادهٔ کنترل مراحل کتاب، بر پیشرفت کتاب از آغاز تا پایان نظارت می‌کند.

به مناسبت انتشار کتاب‌های مهم مجلس‌های بزرگ میهمانی برگزار می‌شود. بسیاری از ناشران، پدیدآورندگان، هنرمندان، اعضای خانواده و دوستان و همکاران پدیدآورنده، عناصر مولد کتاب، عده‌ای از سرشناسان علمی - فرهنگی، نمایندگان از رسانه‌ها و مطبوعات به این گونه مجلس‌ها دعوت می‌شوند. خبرگزاران و خبرنگاران فرهنگی به این گونه مجلس‌ها علاقهٔ خاصی دارند. امکان تماس گسترده، کسب اخبار بسیار، آشنایی از نزدیک با چهره‌های مشهور جامعه، امکان برداشتن عکس‌های فردی و جمعی و قرار برای دیدارها و گفتگوها از جمله انگیزه‌های مهم نمایندگان رسانه‌هاست. در این مراسم کتاب معرفی و مراحل تکوین و تولید آن بیان می‌شود، چند تن، از جمله ناشر و ویراستار کتاب و صاحب‌نظران و منتقدان در بارهٔ کتاب اظهارنظرهای کوتاه می‌کنند، و پدیدآورنده از کتاب خود می‌گوید، از انگیزهٔ نوشتن، مسائل و مشکلاتی که با آن روبرو بوده، راه‌حلی که اندیشیده، ابتکارهایی که به خرج داده، از دیدگاه، نظر و تحلیل خود و مانند این‌ها، و گاه نیز تکه‌ای یا بخش‌هایی از کتاب را می‌خواند. همهٔ این‌ها برای خبرگزاران و خبرنگاران مایهٔ خبری است و انعکاس ماهرانه و هنرمندانه آن‌ها مادهٔ خواندنی تولید می‌کند. بسیاری از هدف‌های بخش بازاریابی در معرفی کتاب به جامعه، ممکن است به طور غیرمستقیم از راه این گونه مجلس‌ها تأمین شود. ارزش این مجلس‌ها برای ناشر به حدی است که گاه برای برگزاری آن از ماه‌ها پیش تدارک وسیع دیده می‌شود.

ناشران بزرگ و به‌ویژه غول‌ناشران مشاوران تبلیغ و ترویج در اختیار دارند و این‌ها نظر فنی خود را به مناسبت هر کتاب در اختیار بخش بازاریابی قرار می‌دهند. ممکن است اهمیت یا ویژگی کتاب حتی اقتضا کند که از شرکت‌های تبلیغ و ترویج یا متخصصان این حوزه راه حل ویژه خواسته شود. نیز امکان دارد که این راه حل به مطالعاتی موکول باشد که باید انجام بگیرد و ناشر ناگزیر است هزینه آن را تقبل کند. در هر حال طرح‌های خاص برای کتاب‌های خاص با بودجه خاص چنانچه ضرورت داشته باشد به اجرا گذارده می‌شود.

هنر، جزء جدایی‌ناپذیری از نشر است. هیچ مرحله‌ای از نشر نیست که از هنر بی‌نیاز باشد. ترویج کتاب در جامعه به هنر نیازمند است، هنری که در بیننده و خواننده علاقه و اشتیاق برانگیزد و میل به خواندن کتاب را در او ایجاد کند. کاربرد سنجیده هنر در نشر، تأثیر چشمگیری در تبدیل خواننده بالقوه به بالفعل دارد. استفاده از شیوه‌های هنری مختلف و متناسب با موضوع، کاربرد و ارزش کتاب، تأثیرگذاری ویژه در ترویج از راه هنر است. اعلان‌های هنری، دیوارکوب‌ها، جزوه‌های زیبا، نشان‌های لای کتاب و مانند این‌ها، همه وسیله رسانیدن پیام کتاب از راه تأثیرگذار هنر است. بررسی‌ها و پیشنهادهای بخش بازاریابی ناشر است که به بخش هنری انگیزه می‌دهد شیوه بیان متناسب هر کتاب را بیابد. و نیز بر پایه همین بررسی‌ها است که معلوم می‌شود در چه جاهایی، به چه طریقی و با چه وسیله‌ای بهتر می‌توان پیام هنری در باره کتاب را به خریداران و خوانندگان رسانید.

نسخه‌های پیش‌فرست یکی دیگر از وسیله‌های آشنا کردن پخشگران و کتابفروشان و ترویجگران با کتابی است که قرار است به زودی منتشر شود. نسخه پیش‌فرست همراه با برگه معرفی کوتاه، تصورات را به نظر قطعی تبدیل و مراکز پخش و فروش را به سفارش دادن تعداد نسخه‌هایی که فروش آن‌ها پیش‌بینی می‌شود، مصمم می‌کند. ناشرانی که از بازاریاب و شرکت‌های بازاریابی مستقل استفاده می‌کنند، این‌ها را پیش از انتشار کتاب در جریان می‌گذارند و نسخه‌های پیش‌فرست را همراه با معرفی برای آن‌ها ارسال می‌دارند. ناشران تخصصی در این کشورها درصد مهمی از کتاب‌ها را از راه باشگاه‌های

کتاب، انتخاب براساس فهرست، و اخیراً هم داد و ستد از راه شبکه‌ها و رایانه‌ها به فروش می‌رسانند. در باشگاه‌های کتاب، علاقه‌مندان عضو در حوزه موضوعی که تعیین می‌کنند با آخرین و تازه‌ترین انتشارات آشنا می‌شوند. برخی از اعضا مشترک هستند و از باشگاه خود می‌خواهند که برای مثال هر کتابی که در زبان انگلیسی در باره شطرنج یا باغبانی یا از فلان نویسنده منتشر می‌شود، برای آن‌ها فرستاده شود. باشگاه‌ها صورت علاقه‌ها و درخواست‌های اعضا را با صورت آخرین و تازه‌ترین کتاب‌ها مطابقت می‌دهند و داد و ستد را برقرار می‌سازند. حتی ناشرانی هستند که بازار عمده فروش آن‌ها باشگاه‌های کتاب و کتابفروشی‌های تخصصی است. در کتابفروشی‌های تخصصی، و حتی در بسیاری از کتابفروشی‌های عمومی، شماری از خریداران براساس بررسی آخرین فهرست‌های ناشران، کتاب‌های دلخواه خود را دنبال می‌کنند. اخیراً که ناشران در میان شبکه اینترنت پایگاه دارند، کتاب‌ها و کتاب‌های تازه خود را معرفی می‌کنند، امکان فروش کتاب به خریداران را به‌طور مستقیم و گرفتن سفارش‌های بیش‌تر را به دست آورده‌اند. خود ناشران هم به شیوه‌های مختلف اشتراک می‌پذیرند، برای کسانی که مشترک می‌شوند تخفیف‌های ویژه قایل می‌شوند و به این ترتیب مخاطبانی مستقیم و بازاری مطمئن برای فروش کتاب‌های خود ایجاد می‌کنند. اشتراک مستقیم و استفاده از پست الکترونیکی برای گفتگو و داد و ستد، زمینه‌ای است که مطالعات و بررسی‌های زیادی در باره آن انجام می‌گیرد. تشکیل جرگه‌های مختلف از ناشران همکار و هم‌موضوع یا مرتبط به هم و فروش کتاب از این راه، ظاهراً از نظر شماری از ناشران آینده مطمئنی دارد. برخی از ناشران اخیراً خبرنامه (بولتن)‌هایی تهیه و از راه پست الکترونیکی برای مشترکان خود ارسال می‌کنند. در این خبرنامه‌ها همه خبرهای مربوط به کتاب‌های حال و آینده ناشر به آگاهی آن‌ها می‌رسد.

هزینه پخش و فروش در این کشورها حتی در مواردی تا ۵۰ درصد بهای کتاب هم می‌رسد. به همین دلیل اقتصادی، ناشران همواره در تلاشند راه‌هایی بیابند که این درصد تا جای ممکن کاهش یابد. کتاب پس از انتشار به‌طور متوسط بین ۸ تا ۱۲ هفته (۲ تا سه ماه) در مراکز فروش عرضه می‌شود و

می‌ماند و اگر به فروش نرود، یا آهنگ فروش آن از حد توافق شده کندتر باشد، بازگشت داده می‌شود. این‌گونه کتاب‌ها را اگر کسی بخواهد باید در نوع دیگری از کتابفروشی‌ها دنبال کند. دسته‌ای از کتابفروشان و واسطه‌های کتاب هستند که کتاب‌های فروش نرفته، کند فروش رفته، یا به اصطلاح باد کرده و سنگ شده را به قیمت‌های ارزان می‌خرند و از راه حراج‌ها و کتابفروشی‌هایی که با تخفیف و حراج و تبلیغ‌های خاص کتاب می‌فروشند، به فروش می‌رسانند.

بازار و فروش کتاب‌های آموزشی به لحاظ ویژگی‌های خاص خود، موضوعی جد است و تخصص‌های ویژه خود را دارد. مدیران فروش کتاب‌های درسی و آموزشی از میان افراد تحصیلکرده، دانشگاه دیده، کاملاً آشنا به برنامه‌های درسی، انتخاب می‌شوند. بازار فروش کتاب‌های آموزشی برای آن دسته از ناشرانی که خوب می‌دانند چه چیزهایی را برای چه کسانی در چه مدت زمانی منتشر کنند، و در واقع اصل کتاب مناسب برای خواننده مناسب، در زمان مناسب و در مکان مناسب را خوب به اجرا بگذارند، بازاری بسیار مطمئن و بسیار سودآور است. معرفی و عرضه مستقیم کتاب به دانشگاه‌ها، کالج‌ها و مدارس، مرسوم است. کارگزارانی هستند که کتاب‌های مناسب آموزشی را به استادان، دبیران و معلمان معرفی می‌کنند، کتاب‌ها را در دفتر مدارس و در محل‌هایی در دانشگاه‌ها به نمایش می‌گذارند و سفارش می‌گیرند یا به‌طور مستقیم به آن‌ها می‌فروشند. البته مدارس هم هست که اجازه عرضه و فروش کتاب نمی‌دهند.

در هر حال نشر فعال در پی بازار فروش است، زیرا شالوده تولید کتاب و ادامه فعالیت، بر درآمد حاصل از فروش استوار است. ناشران موفق ناشرانی هستند که فروش خود را تضمین، و تولید خود را متناسب با فروش تنظیم می‌کنند. این تناسب و توازن در کار آن‌ها به دست نیامده است مگر بر اثر کوشش‌های پیگیر، روش‌مند و منظمی که در راه شناختن بازارهای خود به کار بسته‌اند.

تهران - باغ صبا

تیرماه ۱۳۸۰

کتاب آمایی

این ترکیب را در برابر Book Packaging، که گاه به صورت Packaging هم به کار می‌رود به کار برده‌ام و به Book Packager هم کتاب‌آما می‌گویم. مادام که معادل بهتر و گویاتری ساخته نشده است، شاید این معادل بتواند از عهدهٔ ادای مفهوم برآید.

کتاب‌آما به ناشری گفته می‌شود که خودش کتاب منتشر نمی‌کند و در واقع از سه مرحلهٔ اصلی تولید کتاب که شامل ۱. تولید فرهنگی، ۲. تولید فنی - هنری و ۳. تولید چاپی باشد، مطمئناً با مرحلهٔ ۳ هیچ کاری ندارد و به احتمال زیاد با مرحلهٔ ۲ هم کاری ندارد. او ممکن است دستنویست نهایی یا دستنویست آمادهٔ چاپ را به ناشری تحویل دهد که اثر منتشر می‌کند و با تحویل اثر وظیفهٔ او پایان یافته تلقی می‌شود.

نشر فعال (نشری که در سال کم‌تر از حدّ معینی کتاب منتشر نکند؛ در بعضی کشورها حداقل استاندارد ۲۴۰ عنوان در سال، در برخی ۱۰۰ عنوان و در ایران، شاید بتوان گفت، ۲۴ عنوان در سال باشد). به سرمایه‌کلان، دانش فنی گسترده و اطلاعات و داده‌های وسیع و دقیق نیاز دارد و جمع این سه در یک نشر، همیشه آسان و ممکن نیست. از این گذشته، ناشران فعال معمولاً در بخشی یا بخش‌هایی از کار متخصص‌تر یا با تجربه‌ترند. به ندرت می‌توان دو ناشر فعال یافت که درست عین هم عمل و از یک مسیر معین پیروی کنند، زیرا نشر فعال در عین حال نشر اصیل هم هست و نشر اصیل بدون ابتکار عمل و بهره‌مندی از

ویژگی‌های منحصر، ممکن نیست. ابتکار عمل هم هیچ‌گاه بدون مخاطره و مخاطره‌جویی نیست، و ناشرانی که روی ابتکار عمل‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، بدون تردید مخاطره‌هایی را به جان می‌خورند و طبیعی است که اگر مخاطره‌جویی به نتیجه مطلوب برسد، اطلاعات و تجربه‌های ارزشمندی به دست می‌آید که جزو سرمایه ناشر قرار می‌گیرد و هیچ ناشری این سرمایه را بدون دلیل در اختیار دیگری قرار نمی‌دهد و تسهیم نمی‌کند.

کتاب‌آما ممکن است به چند دلیل به کتاب‌آمایی روی بیاورد:

۱. صرف علاقه به بخش آفرینشی و تولیدی کتاب

۲. رابطه گسترده‌تر با پدیدآورندگان

۳. محدودیت سرمایه

۴. در اختیار داشتن نوع خاصی از نیروهای تولیدی

۵. گرایش‌های فنی - تخصصی، و نظایر این‌ها.

کتاب‌آما به هر دلیلی که به کتاب‌آمایی روی بیاورد، فعالیت آن از سه صورت خارج نیست: ۱. خودش و در تشکیلات خودش و به کمک اطلاعات، آمار و ارقام، بانک تصویری، بانک واژگانی - اصطلاحی و هرگونه بانک اطلاعاتی دیگری و به اتکای نیروهای متخصص خودش کتاب تولید می‌کند. ۲. به پدیدآورندگان دیگر سفارش می‌دهد و پس از تحویل گرفتن اثر، کار را تا پایان مرحله تولید فرهنگی یا تولید فنی - هنری ادامه می‌دهد ۳. یا ترکیبی از این دو به نسبت‌های مختلف.

پیداست که کتاب‌آمایان مختلف یکسان عمل نمی‌کنند و هرکدام بنا به امکانات خاص خود، ممکن است یکی از شق‌های سه‌گانه را بهتر انجام دهند و در آن شق تبخّر و تخصّص بیش‌تری داشته باشند. در هر حال پس از پایان کار، اثر را به ناشری می‌سپرند و ادامه کار، که عبارت باشد از چاپ، صحافی، انتشار، تبلیغ، توزیع، فروش، ترویج و دریافت کردن و تحلیل بازخورد و نظایر این‌ها برعهده ناشر است.

کتاب‌آمایان معمولاً با ناشران بزرگ و مشهور همکاری می‌کنند و شکل همکاری آن‌ها از این صورت‌ها خارج نیست: ۱. اصولاً به سفارش ناشر، کتاب

تولید می‌کنند ۲. خود رأساً و به ابتکار عمل شخصی دست به این کار می‌زنند ۳. به ناشر پیشنهاد می‌دهند و پس از تأیید او به تولید می‌پردازند ۴. برای ناشر مطالعات پیرامون جنبه‌های مربوط به مرحلهٔ آفرینشی، یا به عبارت دیگر مطالعات مربوط به پدیدآورندگان را انجام می‌دهند و به ناشر گزارش نهایی می‌دهند که کدام پدیدآورنده یا پدیدآورندگان و چه نوع اثری می‌تواند مناسب‌تر باشد و به چه دلیلی ۵. یا ترکیبی از این‌ها.

نوع همکاری کتاب‌آمایان و ناشران در کشورهای مختلف و برحسب متغیرهای گوناگون، مانند بازار کتاب، عرف قراردادهای، وضعیت جغرافیایی، مسائل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، ویژگی‌های حقوقی و نظایر این‌ها متفاوت است. ممکن است ناشر بزرگی با چند کتاب‌آما همکاری کند و هرکدام از کتاب‌آمایان او در حوزهٔ خاصی تخصص داشته باشند. به‌ویژه در جامعه‌ای مانند کانادا که کثرت و تنوع فرهنگی بسیار گسترده است و اقلیت‌های ملی، قومی، فرهنگی، زبانی به انتشارات خاص خود نیاز دارند، و حتی ممکن است بخواهند کتاب را به خط خاص خود منتشر کنند، تنوع کتاب‌آمایی هم بیش‌تر است. هیچ ناشری در هیچ نقطه‌ای از جهان، برای همهٔ موضوع‌ها، همهٔ زمینه‌ها و همهٔ زبان‌ها امکانات و عناصر مولد در اختیار ندارد. بنابراین، اعتماد ناشر به کتاب‌آما، چه اعتماد فنی، چه اعتماد اخلاقی و چه انواع دیگر اعتماد، عامل بسیار تسهیل‌کننده‌ای در کار او، و اصولاً در راه نشر کتاب است.

گاه ممکن است کتاب‌آمایی به کاهش هزینه‌ها بینجامد و برای ناشر از حیث اقتصادی صرف‌کند که با کتاب‌آما همکاری کند و به این ترتیب از هزینه‌ها بکاهد. نوع قرارداد میان کتاب‌آما و ناشر هم متفاوت است. ممکن است: ۱. کتاب‌آما کتاب را به ناشر بفروشد و حقوق آن را برای همیشه واگذار کند ۲. ممکن است درصدی قرار ببندد ۳. ممکن است نام کتاب‌آما در کتاب درج شود ۴. ممکن است نام درج نشود و ۵. یا ترکیبی از موارد اشاره شده.

در هر حال نوع همکاری‌ها متفاوت و متنوع است و چون در همه حال متغیرهای مؤثر از جانب ناشر و کتاب‌آما متفاوت است، و اثر هم در این میان متغیرهای تأثیرگذار خود را دارد، بنابراین شکل و مواد قرارداد تنوع می‌پذیرد؛

البته در کشورهایی که در چند کنوانسیون حق مؤلف عضویت دارند، مثلاً در سه کنوانسیون، این قراردادها طبعاً پیچیدگی بیش‌تری دارد.

کتاب‌آمایی در اوضاع و احوال کنونی نشر ایران شاید از جهاتی بتواند به نشر کتاب کمک کند. اگر فرهنگ کتاب‌آمایی ایجاد شود و گسترش یابد، شاید از برخی جنبه‌ها به تخصصی شدن تألیف‌ها، پدید آمدن کتاب‌های مورد نیاز و تنگ کردن عرصه بر شیادان کتاب‌ساز و بنویس و بفروش‌ها کمک کند. نشر توسعه طلب به سرمایه کلان و دسترسی به بازارهای عرضه و فروش نیاز دارد و شمار ناشرانی که بتوانند از پس مشکلات اقتصادی کتاب برآیند، بسیار اندک است. در شرایطی که بدون محاسبه و آینده‌نگری بر شمار ناشران افزوده شده است، و در عین حال پدیده خود ناشری هم رو به گسترش گذاشته است، عرصه‌ای برای فعالیت بلااستفاده مانده است که مناسب کتاب‌آمایان است. شاید بسیاری از علاقه‌مندانی که جواز نشر گرفته‌اند، اما قدرت تولیدی به عنوان ناشر ندارند و به ظرایف اقتصاد تولید و فروش کتاب مسلط نیستند، بتوانند در عرصه کتاب‌آمایی سودمندتر باشند. اگر فرهنگ کتاب‌آمایی رواج و رونق بگیرد، مطمئناً شکل‌های مناسب قراردادهای حقوقی خاص جامعه ایران پدید خواهد آمد و شاید این عامل هم سبب شود که ناشران به تنوع در تخصص تولید کتاب و به تمرکز در توزیع سراسری کتاب روی بیاورند که به‌طور قطع تحوّل در عرصه نشر کتاب در ایران خواهد بود.

نشریه ویژه کتاب

(کاربردها و خصوصیات)

گمان می‌کنم به نقطه‌ای رسیده‌ایم که با توجه به مسائل و نیازهای ما نه یک نشریه می‌تواند از پس مسائل مربوط به کتاب و نشر برآید، نه این که تنوع و کثرت مسائل در یک نشریه قابل جمع است. ضرورت دارد نگاه ما به موضوع کمی نباشد؛ بحث فقط بر سر کمیّت نیست. در واقع تخصص‌های مختلف، حوزه‌های مختلف پژوهشی، روش‌های گوناگون علمی - فنی، زمینه‌های گوناگون اقتصادی و هدف‌ها، مقاصد و کاربردهای متفاوتی که زیر چتر واحد نشر جمع می‌شود - و هرچند که زیر یک چتر گرد می‌آید - سرشت یکسانی ندارد. در دنیای امروز، در بسیاری از فعالیت‌ها، چندین تخصص مختلف در خدمت یک هدف قرار می‌گیرد و پیداست که هر تخصصی مسائل آموزشی، پژوهشی و اجرایی خود را دارد. نشر هم چنین وضعی دارد، به اضافه این که تحولات شتابناک عرصه اطلاعات و ارتباطات، پدیده سرعت و تغییرات پی‌درپی را هم در آن راه داده است.

نشر کتاب به چندین نشریه تخصصی و عمومی نیاز دارد. پژوهش‌های مربوط به نشر در ایران راه نیفتاده است، اما ضرورت نشریه‌ای که نتیجه پژوهش در کشورهای دیگر را باز بتابد، ولو با شمارگانی بسیار محدود، ضرورتی است انکارناپذیر. اگر نهادهای دولتی، که خبرهای رسانه‌ها را گردآوری و ترجمه می‌کنند، بخواهند مثلاً شبیه آن تجربه را در زمینه نشر و کتاب، یا به اصطلاحی

که در حال حاضر رایج شده است Book industry (صنعت کتاب) انجام بدهند، شاید بتوانند خدمت زیرساختی گرانمایی بکنند. اصولاً اگر این نهادها، اطلاع‌رسانی بنیادی و بی‌طرفانه در همه حوزه‌های فرهنگی را وجهه نظر قرار دهند، و به انتشار پژوهش‌ها و مطالعات اقدام کنند، تأثیر عمیقی برجای خواهند گذاشت.

حدوداً، بنا به برآورد، ۳۰۰ عنوان نشریه تخصصی سنگین در زمینه صنعت کتاب در جهان منتشر می‌شود. اگر بتوان گزیده مقاله‌های حتی ۲۰ نشریه زبده‌تر را به فارسی ترجمه و منتشر کرد، موج تازه‌ای از دانسته‌ها و یافته‌ها به عرصه نشر خواهد آمد. اگر اتحادیه ناشران توانایی این کار را داشت، مناسبت هم داشت که انتخاب و انتشار گزیده مقاله‌های خارجی زیر نظر یا به اهتمام آن باشد، اما اتحادیه چنین توانی ندارد، یا فعلاً ندارد. ارگان همین اتحادیه، که نشریه‌ای است لاغر، کم جان و بری از همه فنون و هنرهای نشر و چاپ، نشان می‌دهد که تا انتشار نشریه‌ای که همسنگ نشریات برخی از اتحادیه‌های ناشران در کشورهای مختلف باشد، راهی دراز در پیش است. در واقع تا ساختار اتحادیه تغییر نکند و در نگاه و نگرش به نشر تحول ایجاد نشود، نشریه اتحادیه هم نمی‌تواند نشریه جهان امروز، نشریه مسائل امروز و نشریه سودمند به حال رویدادهای فردا باشد.

در زمینه آموزش نشر، نشریه‌ای خاص لازم است، اما مادام که آموزش دانشگاهی در سطوح مختلف در نشر نیست، پیدا است که هیچ کدام از نهادهای آموزشی نمی‌تواند مسئولیت آن را تکفل کند، و بنابراین این حوزه همچنان بلامتصدی باقی می‌ماند.

نشر الکترونیکی از مباحثی است که موضوع تعداد بی‌شماری نشریه است، حال آن که چون طی سال‌های گذشته تحولات علمی - فنی نشر را درست دنبال نکرده‌ایم، اینک معلوم نیست که بالاخره کدام واحد تقبل می‌کند به این موضوع بپردازد و تأثیرهای آن را بر جنبه‌های فنی، اقتصادی و عملی نشر ما بررسی کند. به رغم این، به هر حال نشر الکترونیکی از موضوع‌هایی است که باید به طور

جدی به آن پرداخت و اگر رسیدگی به این موضوع در نشریه‌ای تخصصی ممکن نیست، اختصاص دادن بخشی از مجله عمومی به آن، ضرورت دارد. در ضمن روند بحث‌های مربوط به نشر الکترونیکی به حدی سرعت گرفته است که در برخی از کشورها کوشش می‌کنند از طریق هفته‌نامه‌ها مسائل جاری آن را دنبال کنند.

از این موضوع‌ها و زمینه‌ها که بگذریم، خود «صنعت کتاب» را می‌توان به سه مرحله اصلی تقسیم کرد:

۱. مرحله آفرینشی و تولید فرهنگی کتاب

۲. تولید فنی - صنعتی کتاب

۳. کتاب و جامعه و واکنش‌ها و بازخوردها.

مجموع تخصص‌هایی که در این سه مرحله به کار گرفته می‌شود، ماهیتاً مختلف است، هرچند که هدف آن‌ها یکی است. برای مثال، علم شیمی در زمینه چاپ کاربرد دارد، فن عکاسی در زمینه چاپ کاربرد دارد، اما اطلاع از جنبه‌های فنی و علمی شیمی و عکاسی چاپ، برای هر چاپگری نه لازم است و نه مفید؛ حال آن‌که ضرورت تردیدناپذیر دارد که این جنبه‌ها در نشریه‌های تخصصی مربوط به خود به دقت و به تفصیل بررسی شود.

روند آفرینش، کتاب‌آفرینی و تولید فرهنگی، و نیز جنبه‌های آسیب‌شناختی آن موضوع بحث حوزه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، معرفت‌شناسی، روان‌شناسی شناخت و آفرینش، جامعه‌شناسی معرفتی و سیاسی، علم سیاست و مقوله سیاستگذاری‌های فرهنگی و بسیاری از علوم و مباحث دیگر است. این جنبه از کتاب، یا نشریه خاص خود را اقتضا می‌کند یا دست کم بخشی از نشریه تخصصی نشر را باید به آن اختصاص داد. این حوزه بحث در ایران مغفول مانده، حال آن‌که زمینه بسیار فراخ، بسیار پر نکته و بسیار پرتأثیری برای بحث و فحص، حتی تحقیقات دانشگاهی، و نیز انتشار نشریه است. صنعت کتاب، از مرحله‌ای که دستنوشته پدیدآورنده تحویل یا آماده می‌شود، تا هنگامی که به صورت صحافی شده انتشار می‌یابد و به نقاط مصرف آن عرضه می‌شود،

موضوع بحث فنی - تخصصی نشر است. نیروی فنی و مولد ناشران به مباحث این قسمت نیاز بیش‌تری دارند و پیشرفت در این قسمت، قدرت فنی - تولیدی ناشران را افزایش می‌دهد. پیداست که این مرحله هم یا نشریه تخصصی خود را می‌خواهد یا این‌که در نشریه عمومی نشر باید جایگاه خاص خود را داشته باشد.

مرحله سوم که پخشگری (توزیع)، کتابفروشی، تبلیغ و ترویج، کتاب‌خوانی، مخاطب‌شناسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی خواننده، سنخ‌شناسی خواننده، کتابخانه‌ها و نهادهای اطلاع‌رسانی، چرخش دانش و اطلاعات در جامعه، تأثیر رویدادها و پدیده‌های مختلف بر کتاب و بسیاری مباحث دیگر در آن جای می‌گیرد، موضوع چندین و چند تخصص است. شاید بتوان گفت اکثریت غالب مطالبی که در روزنامه‌های نیم قرن اخیر ایران در باب کتاب و نشر انتشار یافته است، در باره این مرحله از نشر است. تأثیر این همه مطلب، با توجه به زمان و سرمایه‌ای که صرف آن‌ها شده است، بسیار ناچیز است؛ شاید به این دلیل که از زاویه‌های مختلف به واقعیت می‌پرداخت یا به آن نزدیک می‌شد، اما آن را درست نمی‌شناخت، درست ریشه‌یابی نمی‌کرد و بنابراین به آگاهی و هشیاری حاضر در وجدان جامعه تبدیل نمی‌کرد. زیرا اگر چنین کرده بود، صنعت کتاب در ایران دست کم باید مانند سایر صنایع کشور ما تکان می‌خورد، رشد می‌کرد، به دانش‌ها و فن‌های امروزی مجهز می‌شد و از مرحله صنعت سنتی مبتنی بر سنت‌های استادی - شاگردی و متکی به دخل روزانه و مصرف روزانه خارج می‌شد.

با توجه به این نکات که بسیار مختصر و مجمل به آن‌ها اشاره کردم، گمان می‌کنم مصلحت فرهنگی ما، آینده کشور ما، فرهنگ و تمدن کهنسال و ریشه‌دار ما، واقعیت‌های صنعتی و اقتصادی ما، و نیز امواج پی در پی تحولات جهانی ایجاب می‌کند که در زمینه انتشار نشریه‌های عمومی و تخصصی حول همه مسائل اساسی نشر و صنعت کتاب، هرچه زودتر بازاندیشی کنیم و در مسیری

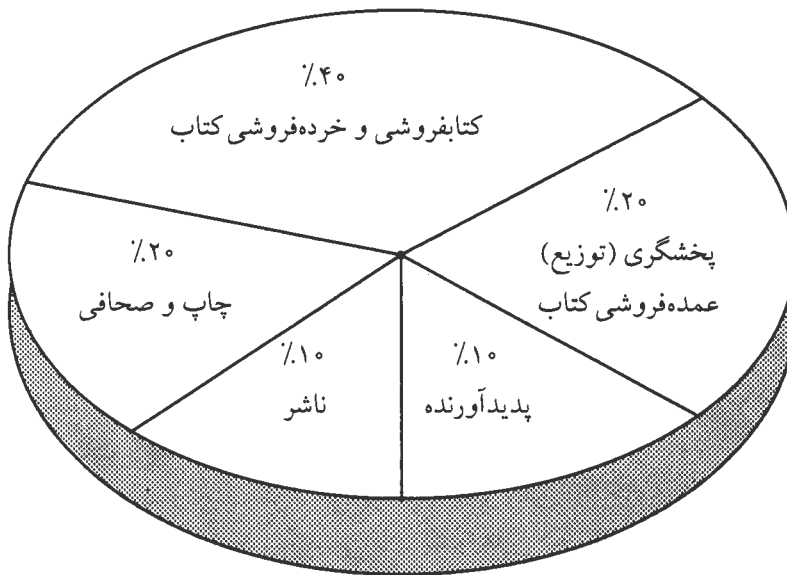
گام بگذاریم که در زمان مناسب توانایی‌های تولیدی ما را از همهٔ جهات آن افزایش دهد و ما را به دانش، نگرش و روشی مجهز سازد که به صنعت فرهنگی جان ببخشد. در عرصهٔ فرهنگ هرچه قدرت تولید و میزان مصرف ما افزایش بیابد، بر حیات فکری - معنوی و نشاط زندگی ما افزوده خواهد شد. به اعتقاد عمیق بنده، نشر کتاب و صنعت کتاب، مؤثرترین، نیرومندترین، کارآمدترین، علمی‌ترین و ارزان‌ترین اهرم محرک فکری - معنوی در جامعه ماست، و هرگونه تأخیر در ایجاد ساز و کارهای زیرساختی نشر، مانند انتشار نشریه‌های پایه، ما را با خطرهای فرهنگی بیش‌تری روبرو خواهد ساخت.

اقتصاد دستخوش تحوّل کتاب

اقتصاد تولید کتاب در عرصه نشر بر اثر تحولات الکترونیکی و انقلاب در ارتباطات و اطلاعات در حال دگرگونی است. این دگرگونی به سبب ایجاد عواملی جدید و از بین رفتن برخی عوامل یا تغییر یافتن آن‌ها حاصل شده است. تا جایی که از کشورهای انگلیسی‌زبان، کشورهایی که با زبان انتشارات و مطبوعات آن‌ها بیش‌تر آشنا هستیم، آگاهی داریم، تحوّل در اقتصاد کتاب به واقعیتی اجتناب‌ناپذیر برای ناشران تبدیل شده است و پیش‌بینی می‌شود به محض آن‌که تحولات الکترونیکی و تأثیر آن بر ساختار ارتباطاتی و اطلاعاتی کشورهای در حال توسعه محسوس شود، به واقعیت اجتناب‌ناپذیر آن‌ها هم تبدیل خواهد شد.

نمودار شماره ۱ نشان می‌دهد که تا پیش از تحولات، درآمد حاصل از کتاب به این نسبت‌ها تقسیم می‌شد.

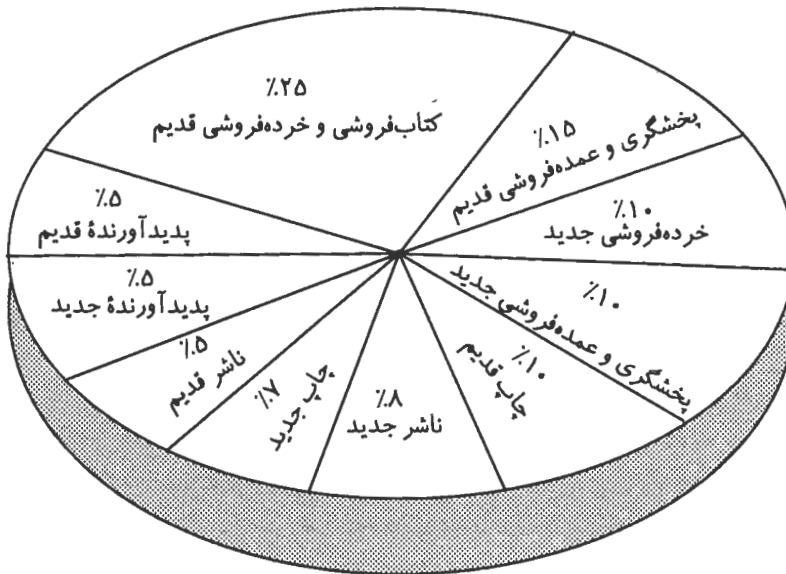
البته ارقامی که در نمودار ۱ آمده است کاملاً قطعی و ثابت نیست و در کشورهای مختلف انگلیسی‌زبان، و نیز بنا به مورد تغییراتی داشت، مثلاً ۴۰ درصد کتابفروشی، در مواردی بین ۳۵ تا ۴۵ درصد و پخشگری و عمده‌فروشی کتاب بین ۱۸ تا ۲۵ درصد نوسان بود. سایر قسمت‌ها نیز دچار نوسان جزئی می‌شد، اما روی‌هم‌رفته ارقامی که ذکر شد حدوداً الگوی اقتصاد قدیم را تشکیل می‌داد.



نمودار شماره ۱

نمودار قدیم توزیع درآمدهای کتاب

در اقتصاد جدید، نمودار حدوداً به صورت نمودار ۲ تغییر کرده است و همان‌گونه که می‌بینید ساختار توزیع درآمدها بر پایه این نمودار از دگرگونی کاملاً تازه‌ای حکایت می‌کند. عامل‌های جدیدی به عرصه تولید و اقتصاد کتاب وارد شده است. تحوّل در چهار بنیاد تولید کتاب، یعنی در ۱. پدید آوردن ۲. چاپ ۳. پخش و ۴. فروش کتاب، ساختار را تغییر داده است. البته با نمودار شماره ۲، و نظیر این نمودارها نمی‌توان نشان داد که تحولات الکترونیکی چه تأثیرهایی بر خواندن و نوع استفاده از کتاب گذاشته است و در نتیجه خواندن چگونه بر ساختار اقتصاد کتاب تأثیر می‌گذارد. اما اجمالاً می‌توان گفت دو



نمودار شماره ۲

نمودار جدید توزیع درآمدهای کتاب

پدیده جدید EB (= کتاب الکترونیکی) و ET (متن الکترونیکی) که به خواننده اجازه می‌دهد به جای مراجعه مستقیم به کتابفروشی، کتاب را از طریق رایانه شخصی خود بخرد، یا حتی متن آن را ببیند، و اگر خواست نسخه‌ای از آن را بر یکی از ابزارهای اطلاعاتی مانند دیسکت، سی‌دی، دی‌وی‌دی، یا کاغذ ضبط کند یا به سخت‌افزار انتقال دهد، بر اقتصاد کتاب تأثیر گذاشته است.

نشر هم‌اکنون از هرگونه فن‌آوری تازه‌ای که بر ساز و کارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی تأثیر بگذارد، به شدت تأثیر می‌پذیرد. هرچه پدیدآورندگان به ارسال پیام‌های خود از طریق شبکه‌ها بیش‌تر روی بیاورند و خوانندگان نیز

پیام‌های آن‌ها را از راه شبکه‌ها بیش‌تر بگیرند، اقتصاد کتاب بیش‌تر دستخوش تحوّل خواهد شد. ناشران ما در سراسر کشور، اتحادیه‌های ناشران، پخشگران و کتابفروشان از یک سو و نهادهای سیاستگذار، برنامه‌ریز و تصمیم‌گیرنده در باره کتاب از سوی دیگر، تاکنون واکنشی نشان نداده‌اند که حاکی از هشیاری در برابر رویدادهای تأثیرگذار در زمینه اقتصاد دستخوش تحوّل در نشر باشد. و در ضمن تاکنون هیچ نشانه‌ای دیده نشده است که نهادی، جمعی، گروهی دست به مطالعه جدّی در باره تحوّل بزند که حیات و ممات شغلی عده‌ای به آن وابسته است. این بی‌واکنشی نشانه حیات نیست، نشانه خطرناکی است که باید چاره‌ای به موقع برای آن اندیشید.

اقتصاد نشر کتاب در ایران*

تعریف شما از اقتصاد نشر چیست؟

عرضه و تقاضا و قاعده‌های حاکم بر آن‌ها، در هر زمینه‌ای مبنای اصلی اقتصاد آن زمینه را تشکیل می‌دهد. عرضه و تقاضا برای کتاب هم «اقتصاد نشر» را تشکیل می‌دهد. اقتصاد نشر در اقتصادهایی که دخالت دولتی وجود دارد، طبعاً کاملاً آزاد یا آزاد محض نیست؛ البته تا جایی که اطلاع داریم، هیچ کشوری در جهان نیست که دولت آن در نشر تأثیر یا دخالت نداشته باشد، اما نوع، میزان و ساز و کار دخالت است که ویژگی‌های اقتصادی نشر را تعیین می‌کند. در کشور خود ما، اگر دولت در اوضاع و احوال کنونی در نشر کتاب دخالت نکند، معلوم نیست چه بر سر کتاب و ناشران می‌آید. بحث بر سر این‌گونه دخالت و روایی آن نیست، بحث بر سر چگونگی دخالت و سیاست‌های اقتصادی دولت در نشر است، بحث بر سر نگاه و نظر است، دیدگاه رهیافت، تلقی و برداشت از مداخله در نشر کتاب.

وضعیت قیمت‌گذاری و فروش در اقتصاد نشر را چگونه ارزیابی می‌کنید. پیشنهاد و راهکار شما در این باره چیست؟

در ایران معمول این است که ناشر قیمت تمام شده کتاب را در ضریب ۲ یا در ضریب ۳ ضرب می‌کند، بر شمارگان تقسیم می‌کند و بهای پشت جلد کتاب

* گفتگو با نشریه کتاب ماه (کلیات)، ش تیر ۱۳۸۰. پرسش‌ها از: فاطمه نصیری‌ها.

مشخص می‌شود. مثلاً اگر هزینه کتاب یک میلیون تومان باشد، ناشر طوری قیمت می‌گذارد که اگر همه نسخه‌های کتابش فروش برود سه میلیون تومان عاید بشود، یعنی حاشیه سود دو میلیون تومان باشد، اما همه دو میلیون نصیب ناشر که نمی‌شود. نزدیک به ۵۰ درصد، هزینه پخش و کتابفروشی است. حدود ۱۵ درصد حق پدیدآورنده است و ناشر فی‌المثل از ۳۵ درصد بقیه باید هزینه تولید چاپی، تبلیغ، معرفی، و بسیار چیزهای دیگر را تأمین کند. به همین دلیل تولید کتاب فعالیتی اقتصادی و سودآور نیست. درعین حال ناشر نمی‌تواند قیمت تمام شده را در ضریب ۴، ۵ یا بیش‌تر ضرب کند، زیرا پیداست که قیمت کتاب بالا می‌رود و خریدار خود را از دست می‌دهد. در آمریکا به‌طور متوسط ضریب ۶ تا ۸ است. حتی در آمارها دیده‌ام که در بعضی کشورها و برای برخی کتاب‌ها ضریب تا ۱۲ و ۱۶ افزایش می‌یابد. خوب، می‌توانید تجسم کنید اگر ناشری بتواند از چنین ضریب‌هایی استفاده کند، حاشیه سود تا چه حد گسترده‌ای افزایش می‌یابد. اگر می‌بینید در فلان جا، فلان ناشر تبلیغ تلویزیونی یا رادیویی برای کتاب‌هایش دارد، یا مثلاً در مجله‌های جهانی تبلیغ کتاب می‌کند، برای این است که می‌تواند هزینه این‌ها را از حاشیه سود بپردازد. ما فعلاً نمی‌توانیم حاشیه سود کتاب را افزایش دهیم و به همین دلیل از عهده هزینه‌های تبلیغ و ترویج بر نمی‌آییم. تحول در اقتصاد کتاب ما زمانی آغاز می‌شود که از یک سو هزینه‌های تولید کتاب کاهش بیابد و از سوی دیگر شمارگان (تیراژ) بیش‌تر شود. اگر چنین اتفاقی بیفتد، ناشر می‌تواند ضریب را افزایش دهد و از قبال آن به وظایف واقعی ناشری در تبلیغ، ترویج و معرفی و مانند این‌ها عمل کند. بنده اگر سیاستگذار باشم، فی‌المثل عرض می‌کنم، مثال محال می‌زنم، سیاست حمایت از کتاب و نشر را به جهتی هدایت می‌کنم که پژوهش در نشر به یافتن راه‌های عملی کاهش هزینه‌ها و بازارگشایی و بازارآفرینی بینجامد و این روند تقویت شود. یارانه مستقیم به نظر بنده کمک به نشر نیست، تخریب نشر است. این هشدار را خیلی‌ها داده‌اند و می‌دهند، اما به نظر می‌رسد خطر جدی تلقی نمی‌شود.

در مورد نحوه توزیع و تبلیغ کتاب بفرمایید؟

تبلیغ در نشر ما بی اندازه بدوی، بدوی و عقب مانده است. ساده ترین روش های اطلاع رسانی در نشر اعمال نمی شود تا چه رسد به تبلیغ، که مراد از آن آگاه کردن همه اجزا و لایه های جامعه و معرفی کردن درست و کامل کتاب به همه مخاطبان واقعی آن است. توزیع، یا به اصطلاح دیگر پخشگری، از بزرگ ترین معضلات ناشران است. در قدیم ناشران با چهار معضل بزرگ و اصلی روبرو بودند: سانسور، توزیع، مواد و مصالح کار، فروش و برگشت سرمایه. از چند سال پیش که سختگیری ها کاهش یافت و در مواردی برطرف شد و سیاست حمایت مدّ نظر قرار گرفت، یک معضل کنار رفت، اما دشواری دیگری تشدید شد و آن این است که براهر سیاست هایی که جوانب و پیامدهای آن درست سنجیده نشده بود، ناگهان تعداد ناشران افزایش یافت و ظرف مدت کوتاهی به دو برابر رسید، یعنی ۲۰۰ درصد افزایش یافت. این افزایش رابطه میان انتشار و عرضه و فروش کتاب را به هم زد. مشکلی بسیار جدی که نشر اکنون با آن روبرو شده این است که کتاب منتشر می شود، اما فروش نمی رود، چون مجرای های عرضه و فروش متناسب با نشر نیست؛ مثل این می ماند که آب پشت سد جمع کنیم، اما لوله و شیر به اندازه کافی نداشته باشیم و عده ای هم از فرط تشنگی له له بزنند.

این وضع، هم بسیار زیانبار است و هم خطرناک و ضرورت دارد که در سیاست های نشر فوراً بازاندیشی شود و حمایت از عرضه کنندگان و فروشندگان و ایجاد مراکز پخش و فروش، به ویژه در بخش های مغفول، مثلاً در میان روستاییان، کارگران، کارخانه ها، خانم های خانه دار، مدارس، محلات، زندان ها، بیمارستان ها و با استفاده از مقتضیات بومی و با الهام از تجربه های فراوان و کارساز بسیاری از کشورها، مثلاً تجربه های شگفتی انگیز چین، هند، تایلند، کره جنوبی، مالزی و خیلی کشورهای دیگر، در اولویت سیاست گذاری قرار بگیرد. در همین جامعه خود ما سال ها پیش قانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان تجربه های موفقیت آمیزی به دست آورده بود. با قاطر و در مناطق صعب العبور،

با اتوبوس و مینی‌بوس قفسه‌بندی شده در مناطق دوردست، کتاب‌رسانی می‌کرد. راه‌های ابتکاری بسیاری هست. ملت ایران، هم با هوش است و هم مبتکر، به شرط آن‌که مدیریت انحصاری جای خود را به مدیریت مشارکتی بدهد. در ضمن وضعیت کشور به مرحله‌ای رسیده است که می‌تواند و می‌باید در باب تأمین مواد و مصالح نشر تصمیم جدی بگیرد. بحث فن‌آوری نشر را فعلاً مطرح نمی‌کنم.

کتابخانه‌ها در اقتصاد کتاب چه جایگاه و نقشی می‌توانند داشته باشند؟

کدام کتابخانه‌ها و چه نوع کتابخانه‌هایی؟ کتابخانه مطلق که معنی ندارد. اگر کتابخانه‌ها اختیارات، تشکیلات، مدیریت ذیصلاحیت، آیین‌نامه درست و مدوّن و بودجه داشته باشند و شمارشان متناسب باشد، می‌توانند شگفتی بیافرینند. اگر کتابخانه‌های درست و حسابی در دنیا نباشد، نشر تخصصی در جهان بلادرنگ ورشکست می‌شود. ناشران بزرگ به اتکای کتابخانه‌های پویاست که به طرف انتشار کتاب‌های جانانه می‌روند. کتابخانه مسلوب‌الاختیار، کتابخانه‌ای که معلوم نیست چه کسی را از کجا آورده‌اند و در رأس آن گذاشته‌اند، نیروهای رانده و مانده‌ای که به کتابخانه‌ها تبعید کرده‌اند و جای کتابداران واقعی را به آن‌ها داده‌اند، چه تأثیری بر کتاب، نشر و اقتصاد کتاب می‌توانند بگذارند؟ اتفاقاً سؤال خوبی کردید، کتابخانه‌های ما بی‌پناه‌ترین، بی‌یاورترین و مظلوم‌ترین نهادهای ماست.

موانع موجود بر سر راه توسعه صنعت نشر در ایران چیست؟

این پرسش خیلی کلی است و مانع‌ها هم یکی دو تا نیست. وقتی می‌گوییم صنعت نشر، طبعاً باید به حوزه‌ای برویم که صنعت‌ها با هم مقایسه شود. صنعت نشر به‌طور کلی با همان مانع‌هایی روبروست که صنایع دیگر، یعنی، صنعتی است که باید نوسازی، اقتصادی، روزآمد، دارای عرضه و تقاضا و برخوردار از ساز و کارهای تولید، عرضه و فروش مناسب کالای تولید شده

باشد، زیرساخت‌های صنعتی لازم را داشته باشد، از آموزش، پژوهش، اطلاع‌رسانی و ارتباطات جهانی برخوردار باشد، بتواند مشکلات خودش را بشناسد و حل کند و نظایر این‌ها.

یکی از راه‌های مناسب توزیع کتاب، برگزاری نمایشگاه است. خرید کتاب از نمایشگاه بین‌المللی در مقایسه با خرید از طریق کارگزار و ناشر چه نفعی برای خریداران دارد؟

خریداران کتاب از نمایشگاه البته کسانی که واقعاً کتاب می‌خرند، نه آن‌ها که قوری و سماور می‌آورند و در چمن‌ها می‌نشینند و چای داخلی و خارجی می‌نوشند و غیره و غیره، به چند دسته تقسیم می‌شوند و هر دسته مصالح، منافع و نیازهای مخصوص خود را دارند. یک دسته سالی یک بار می‌روند نمایشگاه و یکجا خرید می‌کنند و خداحافظ تا سال دیگر. حتی کتابخانه‌هایی هستند که کتاب جاری نمی‌خرند و سالی یک بار از نمایشگاه کتاب می‌خرند، که از نظر استانداردهای کتاب‌گزینی به کلی مردود است و اگر قانون وقاعده بر کتابخانه‌ها حاکم بود، باید با مدیری که سالی یک بار کتاب می‌خرد جور دیگری رفتار می‌کردند. عده‌ای از خارج ایران می‌آیند، از کشورهای همسایه، و نیازهایشان را به کتاب از این راه تأمین می‌کنند؛ قدمشان روی چشم. تعداد زیادی کتابفروش از شهرهای مختلف می‌آیند و خریدهای کلی می‌کنند، که این هم نشان می‌دهد وضع پخش کتاب چقدر باید ناکارآمد باشد که کتابفروش صدها کیلومتر راه بیاید و کلی وقت و هزینه بگذارد تا کتاب بخرد و ببرد. عده بسیار زیادی پورسانتی هستند، یعنی پول واحدشان را در یک سال برای خریدن کتاب جمع می‌کنند و از جاهای مختلف می‌آیند و کتاب با تخفیف می‌خرند و فاکتور بدون تخفیف تحویل می‌گیرند و بقیه را خودتان بهتر از من می‌دانید. جمعی دانشجو، محقق، جوینده، کتابخوان و محتاج واقعی کتابند که فرصت می‌کنند مجموعه عظیمی از کتاب‌های متنوع را یکجا ببینند و احتیاجاتشان را تأمین کنند، و انواع دیگری از مراجعان و خریداران دیگر. خوب ملاحظه

می‌کنید که هر کدام را که بخواهید درست بشناسید و درست تحلیل کنید، به دقت‌ها و بررسی‌های خاص نیاز هست. همین‌طوری و سرجمع و کلی نمی‌شود گفت خریداران چه وضعی دارند.

نمایشگاه کتاب امسال (۱۳۸۰) را با توجه به سیاستگذاری‌های جدیدش چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بنده امسال در سفر بودم و این نمایشگاه را ندیدم. شنیدم که اداره بخشی از آن را به ناشران و کتابفروشان واگذار کرده بودند. از چند تن از دوستان ناشرم و از چند تن از همکارانم پرسیدم، اما عقیده‌ها متفاوت بود. به هر حال اتحادیه ناشران اتحادیه‌ای است که باید از آن توقع داشت وظایف اتحادیه‌ها را درست انجام دهد نه وظایف مدیریت‌های کلان را. اتحادیه هم اگر بخواهد نمایشگاه را درست اداره کند، باید کسانی را به همکاری فرا بخواند که در این زمینه‌ها متخصصند. اگر اتحادیه تخصص‌ها و ظرایف کار را نادیده بگیرد، یقیناً با همان مشکلاتی روبرو می‌شود که مدیریت کنونی نمایشگاه مواجه شده است.

برگزاری نمایشگاه‌های کتاب چه تأثیری بر اقتصاد نشر می‌تواند داشته باشد؟

می‌تواند داشته باشد یا دارد؟ در حال حاضر تا جایی که بنده خبر دارم، شماری از ناشران با من صحبت کرده‌اند، و مطالب و اظهارنظرها را می‌خوانم، نظر ناشران یکسان نیست و نظر ناشران و پخشگران و کتابفروشان با هم فرق دارد. آنچه تقریباً مسلم است این‌که شماری از ناشران و ناشر - کتابفروشان با آن موافقت، زیرا ظرف مدت کوتاهی پول نقد قابل توجهی را به آن‌ها برمی‌گرداند. طبیعی است که چنین فرصتی برای آن‌ها و اقتصادشان مغتنم است. نمایشگاه کتاب، بنا به برآورد، بازار فروش کتاب را دو تا سه ماه را کند می‌کند، پس طبیعی است که کتابفروشان و پخشگران با آن کلاً یا از جهاتی موافق نباشند.

اصل مطلب و نکته بسیار حایز اهمیتی که حتماً باید در نظر داشت، و از این گذشته به آن ارج و احترام نهاد، این است که تأمین منافع حقه عده‌ای نباید منافع حقه دیگری را به خطر بیندازد. درواقع در بررسی بی‌طرفانه علمی،

نمایشگاه کتاب به این شکل، رویدادی است که چرخه طبیعی اقتصاد کتاب را به هم می‌زند و از این نظر منطق قابل دفاع ندارد. کارکردها هیچ‌گاه نباید مخل یکدیگر باشند. اگر بخواهیم درست برنامه‌ریزی کنیم، نمایشگاه را باید به گونه‌ای برگزار کنیم که به چرخه طبیعی اقتصاد کتاب و نشر لطمه نزند. یعنی اول از همه این اصل تأمین و تضمین شود، و بعد تصمیم گرفته شود که نمایشگاه را چگونه برگزار کنند. در حال حاضر، علت وجودی و منطق اولیه اشکال دارد. منطق اولیه بر پایه اقتصاد نشر و کتاب نیست؛ لطفاً توجه کنید، این نکته مهم است، بلکه بر مبنای هدف‌های دیگری است. برگزاری نمایشگاه کتاب انگار برای نهادهای متولی آن به قضیه‌ای ناموسی تبدیل شده است و اگر کسی به آن چپ نگاه کند، باید بروند و حسابش را برسند. در هر حال بنده هم در شمار کسانی قرار می‌گیرم که معتقدند در برگزاری نمایشگاه کتاب، تعریف هدف‌های آن و چگونگی مدیریت آن تجدیدنظر جدی و اساسی لازم است و رویداد نمایشگاه پیش از آن‌که حادثه‌ای فرهنگی یا تبلیغی و ترویجی تلقی شود، باید در چارچوب مصالح و مقتضیات اقتصاد و صنعت کتاب و نشر بررسی شود. همین تغییر ساده در نگاه، می‌تواند تحول عمده‌ای در برگزاری نمایشگاه ایجاد کند. بنده امیدوارم و خوش‌بینم که این تحول، دیر یا زود روی بدهد. هر محاسبه دیگری جز منافع و مصالح نشر و کتاب که در کار بیاید، نمایشگاه کتاب را از هدف اصلی خود دور می‌سازد.

سیاست‌های فرهنگی کشور تا چه اندازه به سوی بهبود وضعیت صنعت نشر گام برداشته است؟

در سال‌های اخیر به نشر کشورم افتخار می‌کنم، به آن می‌بالم و گاه از تکاپو و حرکت و تازگی و سرزندگی‌اش به شعف می‌آیم. درست است که از نابسامانی‌های نشر انتقاد می‌کنم و حتی به عنوان «منتقد اجتماعی نشر» یا به تعبیر یکی از مسئولان و دست‌اندرکاران، «کسی که با دیدگاه‌های اجتماعی نشر کتاب را نقادی می‌کند» جایزه هم به من داده‌اند. البته این تعبیرها نظر داوران و کسانی بوده که نام مرا هم جزو برندگان جوایز قرار داده‌اند و خودم این عنوان و

تعبیر را شاید نپذیرم - اما عمیقاً براین عقیده هستم که امکانات بالقوه نشر ما به حدی است که اگر درست سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت کنیم، می‌توانیم اقتصاد و صنعت نشر را به شکوفایی برسانیم و این شکوفایی بر کل صنایع فرهنگی ما و در نهایت برآفرینش فرهنگی جامعه ما و بر غنای فکری و معنوی ما می‌افزاید. همکارم خانم نازنین قائم مقامی فراهانی و بنده، نخستین کسانی بودیم که تعدادی از شاخص‌های فرهنگی چند کشور را مقایسه کردیم و صراحتاً و با شادی فراوان اعلام داشتیم که بالاخره ایران از حیث تعداد عنوان کتاب‌های منتشره از مصر و ترکیه، جلو افتاد. این سه کشور از مهم‌ترین کشورهای جهان اسلام هستند. ما از لحاظ کتاب همیشه از این دو کشور عقب بودیم، اما حالا نیستیم. شاخص‌های دیگری هم از فعالیت و پیشرفت کشور ما حکایت می‌کند. یک ذره پیشرفت، اگر دیگران را خوشحال کند، ما را ده چندان شادتر می‌کند، به این دلیل که از پشت صحنه تولید فرهنگی بااطلاعیم و خوب می‌فهمیم که تغییر یک ذره شاخص چقدر کار و نیرو می‌برد. بنابراین، انتقاد ما، برای اصلاح، برای پیشرفت و برای بهبود است. به قول مولانا:

هر بنای کهنه کابادان کنند	نه که اول کهنه را ویران کنند؟
ظاهراً کار تو ویران می‌کنم	لیک خاری را گلستان می‌کنم

کار منتقد همین است. پیداست که عده‌ای کار به دست، به‌ویژه کسانی که موقعیت یا مستند خود را در خطر می‌بینند، از انتقاد خوششان نمی‌آید و منتقد را به صد چیز و به داشتن صد جور انگیزه متهم می‌کنند. اما نگران این نباید بود. کسانی که می‌دانند و می‌شناسند که منتقد نظر صرفاً سیاسی یا گرایش سیاسی و وابستگی جناحی ندارد، بالاخره به نوعی حرف‌ها و نک و ناله‌هایش را تحمل می‌کنند. زمان هم می‌گذرد و سرانجام اهل تلاش و تقلا هستند که از انتقادات بهره می‌گیرند و جامعه را می‌سازند و اصلاح می‌کنند. تحولات عمومی جامعه ما، که یکی از نقاط نمادینش خرداد ۱۳۷۶ است، با انتقادهای جدی آغاز شد. همین انتقادات معیار ارزش‌ها را به‌طور نسبی تغییر داد و جریان‌های تازه‌ای پدید آورد که به‌ویژه در عرصه فرهنگی نمایان است. تغییر روشی که در نهادهای مسئول

کتاب پیش آمد، حذف بسیاری موانع، ایجاد تسهیل در کارها، تغییر روش برخورد، حاکم شدن روحیه کمک و مساعدت و همراهی، دوری از سختگیری بی جا از جمله عواملی است که بازتابی از سیاست‌های فرهنگی جدید است و بر رشد و غنای نشر تأثیر گذاشته است. اگر این سیاست‌ها به سمت ایجاد زیرساخت‌های لازم برای نشر حرکت کند، آنگاه از رویه فرهنگی به ژرفای فرهنگی سیر خواهد کرد و تحولات بنیادین از آنجا آغاز خواهد شد. بنده و امثال بنده هم مخلصانه در خدمت هر کسی هستیم که در خدمت این کشور باشد.

نشر الکترونیکی

چشم اندازی نو، چالشی جدید و نیز خطر*

برای وارد شدن به بحث نشر به مفهوم کلی آن و تصویر جایگاه نشر در کشور ما و خطری که به عنوان نشر الکترونیک ناشران سنتی را تهدید می‌کند بفرمایید در حال حاضر، شرایط نشر در جهان چگونه است؟

از دیدگاه تقسیم‌بندی کلی و کلان، معمولاً نشر را در جهان به دو دسته تقسیم می‌کنند: نشر کشورهای توسعه یافته و نشر کشورهای در حال توسعه. نشر کشورهای توسعه یافته این مراحل را از سر گذرانده است:

- ایجاد زیرساخت‌های نشر
- تربیت نیروی انسانی متخصص
- استقرار نظام اقتصاد نشر (توازن عرضه و تقاضا در نشر)
- بهره‌مندی از رهاوردهای فناوری جدید و به‌ویژه رهاوردهای الکترونیکی
- ورود به عصر رقومی (دیجیتالی).

کشورهای توسعه نیافته این مراحل را سپری نکرده‌اند، یا بعضاً سپری نکرده‌اند. بنابراین به عصر جدید نشر، که عصر نشر الکترونیکی و دیجیتالی، یا به عبارت دیگر عصر نشر رایانه‌ای است، وارد نشده‌اند. پس تفاوت، تهدید و خطر کاملاً

* گفتگو با روزنامه ایران، دوشنبه ۲۹ مرداد ۱۳۸۰. پرسش‌ها از: اسماعیل آزادی.

نمایان است. کشوری که خودش را برای وضعیت جدید مهیا نکرده باشد، چگونه می‌تواند با امواج پیاپی جدید روبرو شود؟ برای ورود به عصر جدید نشر باید هرچه زودتر دست به کار شد، وگرنه ناشران ما، به‌ویژه ناشران کم‌بضاعت، چه از حیث مالی و چه از نظر فنی، به شدت آسیب می‌بینند.

چه راهکارهایی را برای رویارویی با وضعیت جدید پیشنهاد می‌کنید؟

به‌طور موجز و کاملاً فهرست‌وار می‌توان گفت:

- تجدیدنظر در کلیات سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در نشر
- تجدیدنظر جدی در سیاست حمایت از نشر، به‌ویژه حمایت از ناشرانی که هدف، توان، انگیزه و امکانات پذیرفتن تحول در نشر را ندارند.
- ایجاد تحول در ساختار اتحادیه ناشران
- ایجاد تحول در اصول انتخاب کسانی که در نهادهای مربوط به نشر دارای مسئولیت هستند.

- واگذار کردن امور ناشران به خود ناشران
- ایجاد امکانات آموزشی و پژوهشی برای نشر
- تأسیس نشریه‌های تخصصی در زمینه نشر
- اطلاع‌رسانی قوی در این زمینه و آگاه ساختن ناشران از آخرین تحولاتی که در جهان در عرصه نشر روی می‌دهد.
- تجدیدنظر در سیاست‌های مالی، بانکی و سرمایه‌گذاری در صنعت نشر.
- اگر این موارد تحقق یابد، تحول ساختاری در نشر آغاز خواهد شد و شرایط برای ورود به دور جدید مناسب خواهد بود.

کشورهای توسعه‌یافته در زمینه آموزش نشر چه می‌کنند؟

راه‌های متعدد و متنوعی در پیش می‌گیرند. قبلاً در این باره چند مقاله نوشته‌ام و کسانی که علاقه‌مند باشند می‌توانند برای جزئیات بیش‌تر به آن‌ها رجوع کنند.

عده دیگری هم در این خصوص نظر داده‌اند و مطلب منتشر کرده‌اند. اکنون کافی است از طریق اینترنت دست به جستجوی ساده‌ای بزنید تا معلوم شود طیف امکانات آموزش نشر در هر کشوری که مد نظر ماست، تا چه حد گسترده است: آموزش‌های دانشگاهی تا سطوح عالی، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، آموزش‌های اتحادیه‌ها، آموزش از راه دور، آموزش در محل، اخیراً آموزش‌های اینترنتی و نظایر این‌ها. در واقع آموزش مشکلی ندارد و هر کسی که بخواهد ناشر حرفه‌ای یا غیرحرفه‌ای شود و فنون کار را بیاموزد، می‌تواند در سطح دلخواه آموزش ببیند. دانش، فن و هنر نشر، تأکید می‌کنم، نشر هر سه این‌هاست که از راه دوره‌ها و برنامه‌های متنوع آموزشی منتقل می‌شود. بنابراین، مشکل نشر ندانستن و ندانم‌کاری نیست، مشکل بی‌اطلاعی ناشر از اصول، قواعد، فنون و مبادی نشر نیست، بلکه مشکلات دیگری است، مشکل از نوعی است که سایر صنایع آن‌ها با آن روبروست.

اینترنت چه تأثیری در نشر کتاب می‌گذارد؟

اینترنت در واقع میان شبکه است، مثل مجموعه راه‌هایی است که مراکز و نقاط مختلف را به هم وصل می‌کند و به شما اجازه می‌دهد با هر جایی که به این مجموعه دسترسی دارد، داد و ستد کنید، مثل دسترسی ما به همه نقاطی در کشور که با شبکه راه‌ها به هم پیوسته است. بنابراین، اینترنت میان‌راه دسترسی به همه شبکه‌ها، بانک‌های اطلاعاتی و هرگونه مجموعه اطلاعاتی است که به آن پیوسته است. خوب، اینترنت با این امکانات، در خدمت همه عرصه‌ها، و از جمله در نشر قرار گرفته است. مثلاً کاربرد اینترنت در آموزش این امکان را به وجود آورده است که شما فی‌المثل دانشجوی فلان دانشگاه مهم باشید بدون این که لازم باشد برای تحصیل به فلان شهر و به بهمان دانشگاه بروید. یا کاربرد اینترنت در پزشکی رشته‌ای را به وجود آورده است که به آن «پزشکی از راه دور» یا «تشخیص و درمان از راه دور» می‌گویند. همین رشته جدید پزشکی دارد تحولات چشمگیری در بسیاری نقاط به بار می‌آورد. مثلاً یکی از تجربه‌های بسیار قابل توجه، تجربه آفریقای جنوبی است. براساس گزارشی که به تازگی

انتشار یافته است، در آفریقای جنوبی برای انتقال اطلاعات کشاورزی به روستاهای دوردست و نیز ایجاد امکان برای فرزندان روستاییان که در محل و از طریق شیوه‌های آموزش از راه دور، آموزش ببینند، و نیز در دسترس قرار دادن امکانات پزشکی از راه دور، مراکز اطلاعاتی زبده‌ای در روستاها ایجاد کرده‌اند که زیر نظر خود روستاییان، و با آموزش‌هایی که به آن‌ها داده‌اند، اداره می‌شود. در این گزارش خواندم این تجربه آفریقای جنوبی توجه مقامات سازمان ملل را برای انتقال بسیاری از دانش‌ها و مهارت‌ها به نقاط دور از دسترس جلب کرده است. ظاهراً هیئت‌هایی مشغول بررسی این موضوع هستند و خوب است که ما هم هیئتی را مأمور پی‌گیری این قضیه بکنیم.

مقصودم از این مثال این بود که عرض کنم نشر هم مانند بسیاری زمینه‌های دیگر در حال تحول است. مثلاً یکی از تأثیرهای مهمی که اینترنت در کار ناشران بزرگ ایجاد کرده، این است که شماری از آنان به کمک اینترنت و دسترسی به انبوه‌های اطلاعاتی به معماران کتاب تبدیل شده‌اند، یعنی اطلاعات یک زمینه را گرد می‌آورند و بر تکوین منبع تازه‌ای نظارت می‌کنند، درست مثل معماری که بر تألیف عناصر و مواد و مصالح مختلف و پدید آمدن اثری جدید نظارت می‌کند. همین استفاده از اینترنت در نشر، بر ساختار تشکیلاتی مؤسسات انتشاراتی تأثیر گذاشته است.

تأثیر دیگر اینترنت در نشر این است که وقتی شما بتوانید به گوشه‌ای از دنیا مطلبی را سفارش بدهید و پس از پایان، آن را به صورت الکترونیکی تحویل بگیرید، بعد برای ویرایش و نسخه‌پردازی از طریق الکترونیک به نقطه دیگری از دنیا بفرستید، سپس برای تصویرگزی، جدول و نمودارکشی و صفحه‌آرایی همین کار را کنید و بعد هم برای کاهش هزینه‌های حمل و نقل ترتیبی بدهید که کتاب با شیوه چاپ همزمان در چند نقطه دور از هم در جهان، چاپ و توزیع شود، پس پیداست که چنین امکانی ضرورت حضور افراد مختلف را در یک مکان از میان بر می‌دارد. در دهه ۱۹۷۰ ناشری که در نیویورک یک ساختمان عظیم و مملو از نیروهای متخصص در اختیار داشت، حالا یک دفتر کوچک دارد، اما نیروهایش مثلاً سه برابر شده است، نیروهایش چندملیتی شده است و

در گوشه و کنار جهان پراکنده. اینترنت این تأثیرها را بر سازماندهی کار در دستگاه نشر گذاشته است و این تأثیرها همچنان در حال گسترش است و دامنه آن به کشورهای مختلف کشیده می‌شود.

از سوی دیگر، اینترنت بر ماهیت خود نشر هم تأثیر گذاشته است، شکل پدید آوردن، صورت ارتباطی، ترکیب مخاطب، نحوه تماس و هیئت گفتگو میان نویسنده و خواننده را تغییر داده است. پدیدآوردن گانی هستند که می‌گویند وقتی می‌توانیم برای خود پایگاهی تشکیل دهیم و از راه این پایگاه آنچه می‌خواهیم، بدون مانع و محدودیت، با ده‌ها و صدها میلیون تن در اکناف جهان سخن بگوییم، چه داعیه دارد که خودمان را به تیراژهای محدود و به جبر زمان‌های طولانی مقید کنیم. این‌ها نمونه‌هایی از تأثیر اینترنت بر نشر است هرچند دامنه این تأثیرها در جامعه ما هنوز محسوس و ملموس نیست.

آیا این وضع برای نشر ما نقطه قوت است یا عامل تهدید؟

نقطه قوت وقتی است که ما بر امور مسلط باشیم و بتوانیم در مسیر و با توجه به هدف‌هایی که داریم از آن‌ها استفاده کنیم. اما اگر پدیده‌ای بر ما حاکم شد، از اختیار ما بیرون رفت، از کنترل ما خارج شد، به چیزی تبدیل گردید که از چند و چونش آگاهی نداریم، چه نقطه قوتی؟

نشر ما هنوز خود را به مرحله صنعت نرسانیده است. هنوز ابتدایی‌ترین روش‌های مدیریت و تولید صنعتی در تولید کتاب به کار گرفته نشده است. هنوز این آگاهی به وجود نیامده است که تولید صنعتی انتشاراتی از حیث سرشت با تولید صنعتی سایر حوزه‌ها تفاوتی ندارد و هر رهاوردی که به قلمرو صنعت‌ها راه بیابد، نشر را هم بی‌نصیب نمی‌گذارد. در چنین وضعیتی موضوع تحولات الکترونیک پیش آمده است و این تحولات بر حوزه ارتباط تأثیر شگرف گذاشته است و نشر هم به عنوان شکلی از ارتباط دستخوش تغییر شده است؛ تغییراتی که نه در باره آن‌ها درست مطالعه کرده بودیم، نه برای آن‌ها آمادگی داشتیم. در واقع تلاشی که شماری از ناشران آگاه‌تر و دوراندیش‌تر ما می‌کنند، به معنای مسلط شدن بر وضع غافلگیر شده است. مطمئناً این دسته از ناشران هر طور

شده خود را از گرداب امواج بیرون می‌کشند، اما ناشرانی که همین‌طور بالمره قوای فکری و بنیۀ مادی و توان فنی آن‌ها تحلیل می‌رود و متوجه نیستند که تحولات الکترونیک چطور از جنبه‌های مختلف دامنه فعالیت آن‌ها را محدود می‌کند، جداً آسیب خواهند دید. صنعت فرهنگی نشر برای همه ما، به‌ویژه برای هرکسی که با کتاب، قلم، آموزش، پژوهش، هنر، فکر و اندیشه و هرگونه فعالیت معنوی دیگری سر و کار دارد، حیات مادی و معنوی است. این صنعت نباید زیان ببیند. افزایش قدرت تولیدی این صنعت موجب افزایش نشاط فکری جامعه ماست. یکی از صنعت‌هایی که وضع آن در ایران، در سال‌های اخیر، بسیار پندآموز است، صنعت نساجی است. اقتصاددانان ضررهایی را که بر این صنعت وارد شده است و ضررهایی که از این خسران بر بخش‌های دیگر جامعه ما وارد شده است، برآورد کرده‌اند. اما اطلاع ندارم که پیامدهای اجتماعی آن مطالعه شده باشد. به چشم خود دیده‌ام که بحران این صنعت در یکی از نواحی کشور، چگونه بر بافت روستاهای اطراف تأثیر گذاشته است؛ کارگرانی که بیکار شده‌اند، در شهرهای اطراف نتوانسته‌اند کار پیدا کنند و به روستاهایی بازگشته‌اند که قدرت تولیدی آن‌ها هم به دلایلی از دست رفته است. زنجیره پیامدها در جنبه‌های بسیار متعددی ادامه دارد. می‌گویند بحران اصلی صنعت نساجی ناشی از چند علت عمده است: فن‌آوری واپس مانده، مدیریت ناکارآمد، نداشتن شناخت درست و کافی از بازار، و باختن در صحنه رقابت. تهدیدهایی تقریباً مشابه، متوجه صنعت نشر ما و نشر بسیاری از کشورهای در حال توسعه است. اگر بحرانی که یکی از دیرینه‌سال‌ترین، استوارترین و مردمی‌ترین صنعت‌های ما را از پای درآورد سراغ صنعت بی‌رمق و کم‌جان نشر بیاید، خدا عالم است که چه خسران سنگینی به صنعت تولید فرهنگی ما می‌زند.

برای مقابله با این وضع چه باید کرد؟

گمان می‌کنم اگر برگردیم به همان راهکارهایی که در پاسخ به دومین پرسش طرح شد، برای اقدام بلند مدت سودمند باشد. اما برای کوتاه مدت کارهای مختلفی می‌توان کرد، از جمله تشکیل گروه زبده‌ای از متخصصان و کارشناسان برای

یافتن راهبردی عملی به منظور رویارویی با وضع حاضر و یافتن راه‌های برون‌رفت به بسترهای هموار برای تحقق برنامه‌های بلند مدت.

ترکیب این متخصصان و کارشناسان چگونه باشد؟

مطمئناً ترکیبی چندرشته‌ای است. در این جمع حتماً باید سیاستگذار، برنامه‌ریز، سیاستمدار دولتمرد، حقوقدان، بانکدار، اقتصاددان، صنعت‌شناس، فرهنگ‌شناس، متخصص الکترونیک و انواع متخصصان نشر، آن هم از همه طیف‌ها و از همه حلقه‌های نشر، حضور داشته باشند. رشته‌های نشر را با زمینه‌های اصلی و پشتیبان آن باید محکم کرد تا بماند، بایستد، رشد کند و به علم و فرهنگ ما غنا ببخشد.

آیا شما به عنوان کارشناس مسائل نشر، در مجامع و نشست‌های بین‌المللی و علمی در زمینه نشر شرکت می‌کنید؟
خیر.

پس چه کسانی شرکت می‌کنند؟

نمی‌دانم. تا جایی که اطلاع دارم هیچ‌یک از صاحب‌نظران و کارشناسان نشر که از اجزای دولت نیستند، در این‌گونه مجامع و نشست‌ها شرکت داده نمی‌شوند.

خبرهای مربوط به این مجامع را چگونه دنبال می‌کنید؟

تا جایی که امکانات شخصی‌ام اجازه می‌دهد و دوستان و بستگان و آشنایانم می‌توانند از خارج برایم کتاب و مطلب می‌فرستند، اما محلی وجود ندارد که مجلات تخصصی و نشریات مربوط به نشر به آن برسد و بتوان به آن‌جا مراجعه کرد و به‌طور منظم در جریان اخبار علمی و فنی مربوط به نشر قرار گرفت.

واقعاً چنین محلی وجود ندارد؟

تا جایی که بنده در تهران جستجو کرده‌ام، وجود ندارد. اگر در شهرستان‌ها نهاد اطلاع‌رسانی یا کتابخانه تخصصی در زمینه نشر باشد، شاید بنده خبر نداشته



چند نوشتار و گفتار در نشر کتاب و ویرایش

باشم. ممکن است در سیراف و نابند، در شبستر، در ازنا، در قهک و جاهای دیگر
تاسیس ۱۳۸۶، اما بنده اطلاع دقیقی ندارم.
کتابخانه تخصصی ادبیات

آیا مسئولان نشر از وجود چنین کاستی خبر دارند؟

یک روز با شخصی که مسئول یکی از نهادهای پژوهشی و مدعی حمایت از کارهای پژوهشی در نشر است، نزد یکی از آقایانی که سمت مهمی داشت و می توانست تصمیم گیرنده باشد رفتم و قدری شرح مصایب گفتم. ایشان هم بلند شدند و دست بردند از قفسه کتابشان یک نسخه ترجمه چینی گلستان سعدی را درآوردند که یعنی بفرمایید ببینید چقدر نشر ما گسترش پیدا کرده که تا چین و ماچین هم رفته است. شاید هم در پس ذهنش این نکته را می خواست بگوید که همان گونه که شعرهای شیخ را در آن روزگاران در بلاد چین و ماچین می خواندند، حالا هم ترجمه چینی گلستان شیخ را می خوانند. خلاصه این که گفت و گوها به نتیجه ای نرسید و در واقع این آخرین گفت و گوی رسمی بود که با مسئولان کتاب و نشر داشتم. پیش از آن نیز با چند تن که سمت هایی در دولت دارند صحبت کرده بودیم و وضعیت نشر را، آینده نشر را، ضرورت ایجاد برنامه های آموزشی و پژوهشی و نظایر این ها را یادآور شده بودیم، اما به نتیجه ای که بتوان نام «نتیجه» بر آن گذاشت، هیچ گاه نرسیدیم.

مانع و اشکال چه بود، چرا صحبت ها به نتیجه نرسید؟

دولت با مشکلاتی روبروست که کاملاً قابل فهم است. اگر شما فی المثل وزیر بودید یا من وزیر بودم، بسیاری از این حرف هایی را که می زنیم، نمی توانستیم عمل کنیم. باید منصف و واقع بین بود و خود را به جای دیگری گذاشت و محدودیت ها را درک کرد. اما سوای این، درک واقعی نشر و آینده آن، به تحلیل اقتصادی، نگاه صنعتی، چشم انداز آینده، وقوف به مسائل آموزشی و پژوهشی، تجربه مستقیم و بی واسطه از نشر و بسیاری از چیزهای دیگر نیاز دارد که ظاهراً در سیاست گزاران و برنامه ریزان نشر جمع نیست. به همین دلیل است که عرض می کنم ترکیب دیگری لازم است، حضور افراد و متخصصان و

صاحبان اندیشه دیگری لازم است تا با همه‌سویینی و فراخ‌نگری به قضیه نگریسته شود. بحران نشر به همه ملت، به کل کشور، به آحاد مردم و به کل جامعه اهل فکر و قلم و اندیشه مربوط می‌شود. نباید این موضوع را محدود به حوزه بخصوصی کرد. اگر کسی فکر کند این ماجرا بحث داخلی اتحادیه ناشران یا امر داخلی وزارتی یا موضوع یک اقدام اداری است، حتماً خطا کرده است. در واقع نشر بحثی است بسیار گسترده که تحولات جهانی و مجموع مسائل داخلی عمیقاً بر آن تأثیر می‌گذارد.

اگر در جمع‌بندی گفتگو نکته‌ای باقی مانده است که به آن پرداخته‌اید، یادآوری بفرمایید.

گمان نمی‌کنم نکته‌ای مانده باشد، فقط باز هم بر سه چیز تأکید می‌کنم: آموزش در نشر، پژوهش در نشر، اطلاع‌رسانی در نشر. این سه، سه بنیاد مهم زیرساختی نشر است. در ضمن حرکت صحیح و حساب شده ما به سمت نشر بین‌المللی، می‌تواند تحول چشمگیری در وضع بخشی از ناشران ما ایجاد کند. خوب است گروهی را — نه افراد اداری، بلکه پژوهشگر — به هند بفرستیم و تجربه هند را در این زمینه از نزدیک مطالعه کنیم. ایران می‌تواند محل مناسبی برای چاپ، تکثیر و نشر کتاب به زبان‌های مختلف باشد. ما امکان صادرات کتاب به برخی زبان‌های کشورهای همسایه‌مان داریم. ما بالقوه می‌توانیم در بازارهای جهانی کتاب با بعضی کشورها رقابت کنیم. فقط اراده و عزم جزم لازم است تا قوه را به فعل تبدیل کند، و این هم جز از راه آگاهی عمیق به تحولات جهانی و یافتن جایگاه حقیقی خودمان در آن، تحقق‌پذیر نیست.

جنبه‌هایی از نشر کتاب*

می‌گویند در سال‌های اخیر در نشر ایران تحولی رخ داده است، آیا این تحول حقیقت دارد و علت آن چیست. برای ایرانیان خارج از کشور توضیح بدهید. بله بدون تردید تحولی رخ داده است. این تحول را در چند عرصه می‌توان دید: تحول در کمیت؛ تحول در کیفیت، تحول در مباحث و موضوعات، و نیز تحولی در کار پدیدآورندگان، ناشران و سایر عناصر مولد کتاب.

لطفاً بیش‌تر توضیح دهید.

از لحاظ تعداد عنوان‌هایی که منتشر می‌شد، ایران از دیرباز از بسیاری کشورهای مشابه و هم‌تراز عقب‌تر بود و این کاستی و عقب‌ماندگی واقعاً آزاردهنده بود. بر اثر سیاست‌های حمایتی و برخی عوامل دیگر بر تعداد عناوین به نحو چشم‌گیری افزوده شد، به گونه‌ای که فعلاً (۱۳۸۰) ایران از این حیث از کشورهای مشابه عقب نیست. مثلاً ما همیشه از مصر عقب بودیم ولی حالا نیستیم، و خود این به تنهایی واقعه با اهمیتی است. از لحاظ کیفی هم تحولی در کتاب آغاز شده است. ورود فن‌آوری‌های جدید چاپ و صحافی و سایر جنبه‌های فنی کتاب سبب شده است که کتاب در ایران و از سوی برخی از ناشران مسئول با کیفیت‌هایی منتشر شود که با استانداردهای جهانی تفاوتی، یا تفاوت زیادی، ندارد. البته تعداد این‌گونه کتاب‌ها زیاد نیست، ولی همین که این

* گفتگو با یکی از نشریات فارسی‌زبان خارج از کشور.

توانایی در کشور به حدّی تقویت شده است که می‌توان با استاندارد جهانی کتاب منتشر کرد – البته اگر اراده‌اش موجود باشد – به خودی خود واقعه بسیار مهمّی است. نکته دیگر تحولی است که در مباحث و موضوعات ایجاد شده است. درست است که از لحاظ علمی، تحقیقات علمی و فن‌آوری و بازتاب آن در کتاب بسیار عقب هستیم، امّا از حیث مباحث نظری در اندیشه، فلسفه، کلام، تاریخ و برخی زمینه‌های دیگر این قدر بحث و موضوع گسترده شده است که گاه به نظر می‌رسد حتی از ظرفیت پذیرش جامعه بیش‌تر است. مثلاً یکی از شاخص‌ها این است که دانشجویان دانشگاه‌ها تا چه سطحی کتاب به زبان فارسی در اختیار دارند. در بعضی رشته‌ها منابع تا حدّ فوق‌لیسانس کفایت می‌کند، که این هم واقعه بی‌اهمیتی نیست. اگر بتوانیم به مرحله‌ای برسیم که در یک دوره معین زمانی، دانشجویانمان تا مرحله فوق‌لیسانس به منابع فارسی مورد نیاز دسترسی داشته باشند، یقین بدانید انقلابی در کتاب و نشر و نیز انقلابی فرهنگی ایجاد کرده‌ایم. جنبه دیگر ورود پدیدآورندگان جدید، جوان، با اندیشه‌های تازه و ورود تعدادی اندک ناشر با سرمایه نسبتاً مناسب و آرمان‌ها و هدف‌های تازه است که در رگ نشر ایران خون تازه‌ای تزریق کرده است. مجموع این‌ها دست به دست داده و تحولی را در نشر به بار آورده است.

ولی از طریق مطبوعات داخل ایران این انعکاس هم هست که کتاب بد و نازل زیاد چاپ می‌شود، دست کم از بررسی‌ها و نقد و نظرهای بسیاری این تصویر به دست می‌آید.

گمان می‌کنم بهتر است در همه حال واقع‌بین باشیم و هر دو جنبه بد و خوب، و مثبت و منفی را واقع‌بینانه ببینیم. منکر جنبه‌های منفی که نمی‌توان شد، امّا نباید جنبه‌ای را من غیر حق تحت‌الشعاع جنبه دیگری قرار داد.

به نظر شما جنبه منفی کدام است؟

به برآورد بنده – که البته این احتمال را هم می‌دهم که خطا کنم، چون برآورد متکی به تحقیق نیست – یکی سیاست بی‌حساب حمایت از کتاب تألیفی که

سبب شد بسیاری کتاب نازل و «بنویس و بفروش» وارد بازار شود و دیگری ایجاد مانع بر سر راه ورود کتاب و مانع بر سر راه وفور کتاب‌ها و نشریات خارجی سبب شد که کتاب بد، سبک، مبتذل، کم مأخذ و بی‌رمق زیاد چاپ شود. در حالت وفور منابع، سطح علمی و تحقیقی بالا می‌رود. منابع خوب در عین حال سلیقه‌ها را بالا می‌کشد، زیرا منابع خوب با استانداردهای جهانی منتشر می‌شود و ما هم سخت نیازمندیم که استانداردهای جهانی را مراعات کنیم، وگرنه از گردونه رقابت‌ها به بیرون پرتاب می‌شویم. دو نکته‌ای که عرض کردم اگر برطرف شود سیاست حمایت از تألیف و ترجمه متوازن و متناسب شود و مشکل کمبود منابع خارجی در ایران از بین برود، شاهد تحول دیگری در زمینه نشر کتاب خواهیم بود.

به نظر شما با پدیده کتاب‌سازی چگونه می‌توان مبارزه کرد و آن را از بین برد؟ به گمانم این پدیده را هیچ‌گاه نمی‌توان از بین برد، نه در جامعه ما، بلکه در هیچ جامعه‌ای. تصور نکنیم که در جامعه‌های پیشرفته صنعتی کتاب سبک و پیش پا افتاده نیست، یا در آن‌جا کتاب‌ساز شیاد وجود ندارد — خودتان که در امریکا هستید، خیلی بهتر از من می‌دانید — در آن‌جا هم این پدیده هست با تفاوت‌ها و ویژگی‌های خاص خودش. مگر در امریکا و سایر کشورهای انگلیسی‌زبان، کتاب سطحی، نازل، سبک و حتی مبتذل کم منتشر می‌شود؟

علتش چیست؟

علتش این است که همیشه در هر جامعه‌ای طیف سلیقه‌ها وجود دارد و نوع سلیقه‌ای هم هست که فیلم به اصطلاح سبک، تئاتر روحی، جواهر بدلی، گل پلاستیکی، عطر تند و لباس‌های پر زرق و برق منگوله‌دار می‌پسندد. این نوع سلیقه در هر جامعه‌ای هست و همین سلیقه به کتاب‌هایی نیاز دارد که بخواند، لذت ببرد، سرگرم بشود، آن‌ها را باور کند و از آن‌ها افسانه بسازد. با این پدیده که ریشه‌های عمیق فرهنگی دارد چه می‌توان کرد؟ آیا راهی جز ارتقای سطح فرهنگی و اعتلای ذوق و سلیقه وجود دارد؟

آیا کتاب‌سازی خاص تألیف است یا در ترجمه هم کتاب‌سازی هست؟

کتاب‌سازی محدود به تألیف نیست. کتاب‌هایی به عنوان ترجمه منتشر شده است که نه اسم نویسنده را می‌توانید جایی پیدا کنید و نه اصل کتاب را. ظاهراً این قضیه سنت دیرینه‌ای هم دارد. به اسم نویسندگان مختلف کتاب ساخته‌اند و منتشر کرده‌اند، حتی به نام فیلسوفان و اندیشمندان بزرگ، به اسم کسانی که روحشان از چنین کتاب‌هایی بی‌خبر است و حتی شنیده‌ام که در مواردی شکایت‌هایی هم شده است. به‌ویژه چون ایران جزو هیچ یک از کنوانسیون‌های حق مؤلف نیست، ماجرایی ترجمه جعلی زیاد اتفاق افتاده است و مادام که موضوع کسب اجازه از صاحب حق در میان نباشد، باز هم تکرار خواهد شد. ترجمه غیر دقیق و غیرمنطبق با اصل هم فراوان است، به‌ویژه آن‌که اکثریت ناشران سیاست مقابله ترجمه با متن اصلی ندارند و ترجمه نامرغوب در بازار به وفور دیده می‌شود. این واقعیت‌ها را باید پذیرفت.

اما به نظر می‌رسد سلیقه‌ها در ایران امروز تنزل کرده و بازارپسندی رواج بیش‌تری پیدا کرده است.

شاید همین‌طور باشد که شما می‌گویید، اما قبول کنید که پاسخ دقیق به این‌ها اطلاعات و آمار دقیق می‌خواهد، بررسی لازم دارد. البته یک واقعیت را نمی‌توان انکار کرد و آن هجوم جمعیت از روستاها به شهرها و از شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ بر اثر مشکلات اقتصادی، جنگ، بحران اشتغال و نظایر این‌هاست. این‌ها سبب شد که نوعی سلیقه ساده‌پسند، نوعی بی‌مبالاتی، کم‌توجهی به اطراف، نداشتن احساس مسئولیت – به هر حال مهاجر، رانده شده، محروم اجتماعی و نظایر این‌ها هیچ‌گاه حالت شهروند ریشه‌داری را ندارد که شهرش را به عنوان زادگاه و محل زندگی‌اش عمیقاً دوست داشته باشد – افت آموزشی و تحصیلی در مراکز آموزشی، افت سطح تخصصی در نهادهای مختلف، بی‌توجهی به مراعات قانون و اصول انضباطی در جامعه به دلایل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و بسیاری از این‌ها از جمله عوامل افت پسندهای جامعه است که بر همه زمینه‌ها و از جمله بر کتاب تأثیر می‌گذارد.

لطفاً بفرمایید این افت چه تأثیرهایی بر کتاب می‌گذارد؟

طبعاً سبب می‌شود که شماری قابل توجه ناشر، پخشگر و کتابفروش بازارپسند هم به وجود بیاید یا تکثیر شود که به سودهای کلان و آتی فکر کنند. طبیعی است که منفعت این‌ها در سلیقه‌های دشوارپسند و سختگیرانه نیست، به کسانی که به تدوین، نظام، نثر، کاغذ و چاپ کتاب حساس باشند؛ منفعت این‌ها به سلیقه‌های سبکی وابسته است که بدون تشخیص کتاب بخرد. خوب، این نکته روشن است، اما عرض بنده این است که این پدیده خاص ایران نیست، و فی‌المثل در بازار کتاب ترکیه یا مصر هم می‌توانم انواع کتاب‌هایی را به شما نشان بدهم که با لاقیدی هرچه تمام‌تر منتشر شده است. از این بابت نباید خیلی نگران بود، بلکه از به هم ریختن معیارها باید نگران بود، این که نقد و بررسی نباشد، کتاب‌ها بررسی و ارزیابی نشود، کتاب‌های بی‌ارزش، بی‌مأخذ، بدون تحقیق و سبک به دانشگاه‌ها راه پیدا کند. دانشجویان به جای کتاب‌های مستند آثار غیرمستند بخوانند، یا فی‌المثل سطح نقد تنزل کند و ارزش‌ها و بی‌ارزشی‌ها از نظر دور بماند، این هاست که خطرناک و نگران‌کننده است، نه سلیقه سبک و بازاری که در هر حال و در هر جامعه‌ای وجود دارد و وجود خواهد داشت.

اگر نظر شما را بپذیریم، چگونه می‌توان سلیقه‌ها را از هم مجزا کرد؟

گمان می‌کنم سیاست‌های مربوط به کتاب و نشر در این زمینه تأثیر تعیین‌کننده داشته باشد. و به‌ویژه سیاست‌های حمایتی در بسترگذاری‌ها و ایجاد فعالیت‌ها فوق‌العاده مؤثر است. این که از انتشار کتاب‌های بخصوصی حمایت بشود یا به انواع خاصی از مجلات نقد و بررسی کمک تعلق بگیرد، در بهبود راه‌ها و روش‌ها تأثیر می‌گذارد. هیچ‌گاه نباید به این فکر افتاد که جلوی انتشار کتابی را بگیرند یا نویسنده‌ای را از نوع خاصی نوشتن باز دارند. اما اگر در جامعه ضابطه‌های جدی باشد و ناشران همگی بدانند چه نوع کتاب‌هایی به دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها راه می‌یابد، چه نوع کتاب‌هایی جایزه می‌گیرد و به موفقیت علمی - فرهنگی دست می‌یابد، چه نوع کتاب‌هایی در مجله‌های وزین نقد و بررسی به خوانندگان توصیه می‌شود و چه نوع کتاب‌هایی از صافی سلیقه

بهنجار نمی‌گذرد، تکلیف خودشان را می‌دانند و اگر بخواهند باز هم به بازار سبک‌پسند و سلیقه‌های نازل اتکا کنند، خودشان می‌دانند و خوانندگانشان. اعتلای سلیقه تربیت فرهنگی می‌خواهد و تربیت فرهنگی هم هزینه‌بر است. جامعه اعتلاپسند باید هزینه اعتلا را بپردازد.

در باره ویتترین‌های استوانه‌ای که در شماری از خیابان‌های تهران برای تبلیغ کتاب کار گذاشته‌اند نظر شما چیست؟ آیا این ویتترین‌ها موفق بوده است؟

پاسخ دقیق به آمار و نظرخواهی و نظرسنجی نیاز دارد که قاعدتاً این کارها نباید انجام گرفته باشد. مطالعه‌ای اجمالی و پدیدارشناختی نشان می‌دهد این‌ها در چه وضعیتی است؛ می‌بینید که زده‌اند طلق‌هایش را شکسته‌اند و لابد کتاب‌ها یا جلد آن‌ها را برده‌اند و پدیده زشت بدقواره‌ای به جا گذاشته‌اند. روش درست تصمیم‌گیری این نیست که هر نظر یا پیشنهادی را پسندیدیم و پذیرفتیم، آن را عمل کنیم و به این خیال باشیم که دیگران هم مانند ما می‌پسندند و می‌پذیرند. تصمیم درست این بود که بر پایه مطالعه استوار می‌شد و نتیجه مطالعه به ما نشان می‌داد چه نوع تبلیغی و چه شیوه‌ای برای تبلیغ کتاب می‌توانست برای مردم، برای رهگذران، برای قشرهای مختلف اجتماعی در نواحی متفاوت شهری جالب باشد. هر چیزی که به نیاز و خواست مردم پاسخ دهد، مطمئناً برای آن‌ها جاذب است.

گفته‌اند که علت اصلی عدم موفقیت این ویتترین‌ها همکاری نکردن ناشران از یک سو و وزارت ارشاد از سوی دیگر بوده است، و اگر همکاری می‌شد، این طرح به موفقیت می‌رسید.

تردید دارم. فرض کنید ویتترین‌ها دایر بود و موضوعی، تخصصی یا ناشری می‌شد و ناشران هم همکاری می‌کردند و کتاب می‌دادند. آن وقت چه اتفاقی می‌افتاد؟ با ویتترین که نمی‌توان به شهر فضا و حالت فرهنگی داد. مردمی که از خیابان‌ها گذر می‌کنند، معمولاً اراده خرید کتاب ندارند. این که ویتترینی بتواند آن‌ها را در گذر از خیابان‌های شلوغ، پر ازدحام، کثیف، آلوده، خیابان‌هایی که

همه ما سعی می‌کنیم هرچه زودتر از آن‌ها رد شویم و به مقصدهایمان برسیم، متوقف کند، نگاه آن‌ها را برآید، به آن‌ها اطلاع بدهد و بعد هم میل به خریدن و خواندن کتاب در آن‌ها برانگیزد، باید خیلی زیبا و آرمانی و پدیده خارق‌العاده‌ای باشد. اگر خیابان‌های گشت و گذاری داشتیم، مثل خیابان‌هایی که سر و ته آن‌ها را می‌بندند و مردم با دل فارغ قدم می‌زنند، روی نیمکت‌ها می‌نشینند، به پرنده‌ها دانه می‌دهند، بستنی لیس می‌زنند، آن وقت می‌شد توقع داشت که بعضی ویت‌رین‌ها با شرایط خاصی نظر آن‌ها را به خود جلب کند. با این وصف، این عرایض بنده هم مطالعه می‌خواهد.

اگر فی‌المثل تبلیغ کتاب با شما بود چه می‌کردید؟

تبلیغ یک حوزه و یک رشته تخصصی است و باید متخصصان این کار را یافت و از آن‌ها پرسید. اجمالاً چیزی که بنده می‌دانم این است که تبلیغ کتاب در ایران کار سختی است، زیرا حاشیه سود کتاب فوق‌العاده کم است و از این حاشیه نمی‌توان هزینه‌های تبلیغ را تأمین کرد. تبلیغ‌های تلویزیونی، رادیویی و از طریق سایر رسانه‌های همگانی بسیار سنگین است و تأمین هزینه‌های آن‌ها از عهده ناشران برنمی‌آید. راه‌های ارزان‌تر تبلیغ هم کارآمد نیست و تأثیر لازم را نمی‌گذارد. به همین دلایل معتقدم که باید مطالعه تفصیلی دقیقی در خصوص تبلیغ کتاب انجام بگیرد و از تبلیغ‌گران خوش‌ذوق و مبتکر هم نظرخواهی شود تا راه‌های ارزان، عملی، به‌صرفه و درعین حال کارآمد تبلیغ کتاب، و به‌ویژه با توجه به ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه در نقاط و نواحی مختلف کشور، یافته شود. جامعه کتاب فقط به تهران و شمال شهر تهران محدود نیست. کتاب را باید به اعماق جامعه برد و مردم از هر طبقه و قشری باید نخست قدرت خرید و فرصت خواندن کتاب داشته باشند، و تبلیغ و ترویج کتاب عملی و ارزان باشد و تحقق آن‌ها به خیلی عوامل و از جمله مطالعه نیاز دارد.

نظر شما در باره سیاست‌های یارانه‌ای چیست؟

اصولاً یارانه در حوزه فرهنگ جزو بنیادهای اصلی سیاست‌های هر کشوری است و هر کشوری که یارانه فرهنگی بیش‌تری بپردازد استحصال فرهنگی

بیش‌تری دارد. برای مثال سوئد، ژاپن، کانادا از نمونه‌های چشمگیر کشورهایی هستند که سیاست‌های یارانه‌ای در خور توجهی در زمینه فرهنگ دارند، بعد هم آلمان، هلند، فرانسه، چین، مالزی، کره جنوبی و چند کشور دیگر. مثلاً سیاست دولت کانادا در حمایت از پدیده تکثر فرهنگی و بازتاب فرهنگی ملیت‌های مختلف بسیار قابل مطالعه است، یا مثلاً سیاست حمایت ژاپن از نخست‌اثری قابل توجه است، یا سیاست حمایت استرالیا از نویسندگانی که آثارشان مضامین استرالیایی و بومی داشته باشد، شایسته بررسی است. سیاست‌های یارانه‌ای ما خیلی پرنوسان، اکنون‌گرا و بدون راهبردهای سنجیده بلندمدت بوده است. البته آزادی و کثرت انتشار کتاب، به‌ویژه از ۱۳۷۶ به این سو تا اندازه زیادی چشمگیر است، اما این که این سیاست‌ها چگونه می‌تواند در بلند مدت از نشر ما حمایت کند، نکته‌ای است که به آن تردید دارم.

اشاره کردید به «نخست‌اثری». اگر ممکن است در این باره بیش‌تر توضیح بدهید و آن را باز کنید. در ضمن این اصطلاح از کجا آمده است؟

نخست‌اثر به کسی می‌گوییم که نخستین اثرش منتشر شده باشد. می‌دانید در همه جامعه‌ها انتشار اثر نخست، برای کسی که مردم، خوانندگان و ناشران او را نمی‌شناسند، کار بسیار دشواری است و دشواری‌هایش به حدی است که حتی ممکن است تازه‌کاران را از صرافت ادامه کار بیندازد. از طرف دیگر سیاست‌های آفرینشی ایجاد می‌کند که استعدادها به سمت آفرینش سوق پیدا کند و آفرینش آثار، بدون انتشار آثار، بی‌معنی است. به همین دلایل بسیاری از کشورها نوعی سیاست‌گذاری می‌کنند که به نخست‌اثران کمک شود، مثلاً از راه وام‌های بلاعوض یا بسیار کم بهره و راه‌های دیگر. از میان نخست‌اثران، کسانی که مورد توجه جامعه و ناشران قرار می‌گیرند می‌توانند قراردادهای تازه‌ای ببندند و به عرصه تولید کتاب وارد شوند. این پدیده را نخست‌اثری می‌گوییم. این اصطلاح‌ها را به خاطر ندارم که از کسی اقتباس کرده باشم و واقعاً نمی‌دانم برای نخستین بار به کار برده‌ام یا از جایی در ذهنم بوده است.

چه عاملی سبب شد که از چند سال پیش همه مطالعاتان را در زمینه نشر متمرکز کردید؟

البته در این زمینه گاهی از قدیم چیزهایی می‌نوشتیم، ولی حق با شماست در چند سال گذشته تمرکز را بر نشر گذاشتم. علت واقعی‌اش یکی علاقه به خود کتاب و دیگر این که خطری است که متوجه نشر می‌بینم. نشر از مهم‌ترین صنعت‌های فرهنگی ماست و به رغم این اهمیتش نه نظام آموزشی دارد و نه نظام پژوهشی. عده زیادی هم در باره نشر حرف می‌زدند و می‌زنند، بدون این که این گفته‌ها متکی به تحقیق، سند، مدرک، تأملات مبتنی بر مطالعه و نظایر این‌ها باشد. عده‌ای هم تجربیات خود را در نشر مبنای داوری قرار می‌دادند و می‌دهند که به جای خود خوب و ارزشمند است، اما اشکالی که دارد این که می‌خواهند تجربه‌های خود را تعمیم بدهند و همه چیز را در پرتو تجربه‌های خود معنی و تعبیر کنند، که پیداست کار غلطی است. عده‌ای هم چون میدان را خالی دیده بودند شده بودند متولی نشر و به لحاظ ارتباطی که با مطبوعات داشتند و دارند، نشر را حوزه خود دانستند و هر حکمی که خواستند در این باره صادر کردند. دانشگاهیانی هم که گاه نشر با موضوع مطالعات آن‌ها یا دانشجویانشان همسایه می‌شد، به نشر اعتنای علمی لازم را نمی‌کردند. این قضایا مرا به فکر فرو برد و احساس کردم باید به جامعه هشدار داد که مبانی اصلی و پایه را در زمینه نشر گم کرده است، نادیده گرفته است و متوجه پیامدهای خطرناک این ماجرا هم نیست. این بود که در چند مقاله به جنبه‌های بنیادی و زیرساختی نشر پرداختم. ابتدا انتظار نداشتم که این مقاله‌ها با استقبال روبرو شود. گمان می‌کردم جامعه کتابخوان و مجله‌خوان از کنار آن‌ها می‌گذرد و فقط ممکن است تنی چند که خطر را حس می‌کنند، واکنش نشان دهند. اما در عمل معلوم شد که محاسبه من و مسئولان مجله و بعد هم ناشر کتاب در زمینه نشر کاملاً خطا بوده است و از قضا جامعه اهمیت آن را درک می‌کند و واکنش بجا نشان می‌دهد، واکنشی که کاش اندکی از آن را مسئولان کتاب و نشر می‌داشتند، که اگر می‌داشتند تحولی در این عرصه رخ می‌داد و هر تحولی در این عرصه بر وضعیت فرهنگی ما تأثیر چشمگیر می‌گذارد.

شما پیش از نشر در حوزه علم اطلاع‌رسانی تحقیق می‌کردید. آیا میان این دو نسبت و رابطه‌ای هست؟

حوزه علم اطلاع‌رسانی نسبتاً گسترده است. چند سالی روی دو زمینه کار و مطالعه می‌کردم: شبکه‌های اطلاع‌رسانی و سیاست‌های اطلاع‌رسانی. مطالبی هم در این خصوص نوشته و منتشر کرده‌ام، اما نمی‌توانستم ادامه بدهم. در ضمن بله، میان اطلاع‌رسانی و نشر پیوندهایی هست. نشر از سرچشمه‌های اطلاع‌رسانی و نیز از نقاط مصرف محصول آن است.

چرا نمی‌توانستید ادامه بدهید؟

ادامه کار تحقیقاتی در هر زمینه‌ای چند شرط اصلی می‌خواهد، از جمله: شغل و حرفه‌تان با علاقه‌تان باید یکی باشد؛ به منابع تحقیق دسترسی داشته باشید؛ برای تحقیقاتان فایده و کاربردی حس کنید. هیچ‌کدام از این شرایط برای من موجود نبود و بنابراین باید حاشیه‌ای به موضوع اطلاع‌رسانی می‌پرداختم و با کار حاشیه‌ای هم ارضا نمی‌شدم و فایده کارم را خیلی خیلی کم‌تر حس می‌کردم. مضافاً این‌که عده‌ای به عرصه اطلاع‌رسانی وارد شده‌اند که هم امکانات در اختیار دارند و هم خیلی بهتر از من کار می‌کنند، هرچند که جمع متخصصان اطلاع‌رسانی جمع بسیار بسته‌ای است و فضای حاکم بر آن فضای تنگ‌نظری و حقد و حسد و نگه داشتن سر رشته کارها در دست عده‌ای بسیار اندک شمار است. این حالت مطلقاً با روحیه‌ام سازگاری ندارد. گرایش نیرومندم به نویسندگی و در میان گذاشتن همه چیز به صورت صریح و بی‌پرده با جامعه است، اما آن جمع می‌خواهد قرارداد ببندد، پروژه بگیرد، درس‌های دانشگاهی را در اختیار داشته باشد و تصمیم‌گیری پشت پرده در باره اطلاع‌رسانی را به جمع خودش محدود کند. شاید دور از حقیقت نباشد اگر بگویم عده‌ای از کسانی که اداره این حوزه را به دست دارند، با آن به گونه sect (فرقه بسته رازورانه) رفتار می‌کنند، مثل محافل ماسونی و اجازه نمی‌دهند نه چیزی به sect وارد و نه چیزی از آن خارج شود. سکتاریسم جزمی آمیخته به منافع را اگر می‌خواهید، می‌توانید در آن جمع ببینید. در علم و تحقیق حتماً باید فارغ‌البال بود و

آسوده خیال و به دور از حب و بغض و تأثیرگذار. ماندن در آن فضا آرام می‌داد و روی اخلاق و مناسبات اخلاقی‌ام تأثیر ناگوار می‌گذاشت، حال آن‌که وقتی سراغ نشر آمدم، حالت کسی را داشتم که پا به سرزمین نوگشوده‌ای می‌گذارد که همه چیز تر و تازه است و همه چیز قابل مطالعه است و این حالت به آدم نیرو، الهام و قوّت می‌بخشد و به کار بیش‌تر برمی‌انگیزد و واقعاً این‌ها خوشایند است.

در این حوزه با هیچ مشکلی روبرو نبودید؟

نمی‌شود گفت بی‌مشکل است. مثلاً کمبود منابع مطالعه، نبودن مجموعه تخصصی و وجود همه چیزهایی که مانع راه تحقیق است، مشکل این حوزه است. از این گذشته، دو دسته هستند که از هرگونه اظهارنظر تحقیقی و علمی در زمینه نشر آزرده می‌شوند و بالاخره امکانات خود را به کار می‌اندازند که جلوی کار شما را بگیرند: یکی افرادی که در نهادهای مسئول کتاب سمت داشته‌اند و گمان می‌کرده‌اند حوزه نشر ملک موروثی آن‌هاست و کسی حق ندارد وارد این حوزه شود؛ و دیگری کسانی که خود را صاحب‌نظران نشر کتاب در ایران می‌دانستند و گمان می‌کردند اول و آخر قضیه را می‌دانند.

کاری که به طور مشخص انجام دادم و اگر حق و امتیازی داشته باشد - که اصلاً به هیچ وجه ندارد - از آن خود می‌دانم، این بود که نشر را از موضوع گله و شکوه و آه و ناله روزنامه‌ای به موضوع شایسته مطالعات و تحقیقات جدی، به موضوعی که دارای ارزش آکادمیک و اهمیت فرهنگی است تبدیل کردم و اکنون دست کم عده‌ای می‌دانند و در وجدان جامعه منعکس است که نشر بدون مطالعه و تحقیق با چه زیان‌های سنگینی روبروست. یاد می‌آید که شادروان حسین تهرانی استاد تنبک می‌گفت: در موسیقی ایرانی تنبک جا و قدری نداشت و هیچ‌کس آن را جدی نمی‌گرفت. کاری که من کردم این بود که تنبک را وارد ارکستر موسیقی کردم و به آن ارج و قرب واقعی‌اش را بازگرداندم. این عبارتی که نقل کردم از زبان خود آن مرحوم شنیدم. مطمئناً عین عبارت نیست، چون سال‌های سال از آن گذشته است، اما مضمون آن همین است. ماجرای نشر کتاب هم بی‌شباهت به تنبک استاد تهرانی نیست. همان‌طور که همه خود را تنبک‌نواز

می‌دانند و گمان می‌کنند نواختن این ساز به تمرین و تخصص نیاز ندارد، چون دست که بزنی بالاخره صدایی از آن درمی‌آید، هرکسی که فی‌المثل یک کتاب منتشر کرده است خودش را در نشر صاحب‌نظر می‌داند و گمان می‌کند هرچه در این باره بگوید حرف اول و آخر است. گمان می‌کنم حالا که تعدادی مطلب منتشر شده و رابطه نشر با جنبه‌های مختلف نشان داده شده است، دست کم عده‌ای بی‌طرف و با ذهن تحلیلگر خوب می‌دانند که نشر به چه مطالعات و تحقیقاتی نیاز دارد و جایگاه آن در نقشه تحقیقاتی کشور کجاست.

نشر کنونی ایران را چگونه می‌توان از تنگناهای آن نجات داد؟

این پرسش خیلی کلی و تفصیلی است، و واقعاً پاسخ کوتاه به آن نمی‌توان داد.

شما اجمالاً بفرمایید، اگر لازم شد با پرسش‌های جزئی‌تر آن را باز می‌کنیم.

اجازه بدهید اصلی را خدمتان عرض کنم که در وهله نخست تکلیف شما با من و در وهله بعد تکلیف خوانندگان با من روشن باشد و اگر اختلاف نظری داریم، از همان آغاز بحث بدانیم و اگر شما و خوانندگان خواستید، حسابتان را جدا کنید. بنده به نشر کتاب – توضیح بدهم که نشر کتاب را از جهات بسیاری مقوله‌ای متفاوت از نشر مجله و روزنامه می‌دانم – با موازین ارزشی نگاه نمی‌کنم، یعنی نمی‌گویم کتاب خواندن خوب است، کتاب نخواندن بد است و همه باید کتاب بخوانند و اگر نخوانند فلان و بهمان می‌شود و ناشر خوب ناشری است که آثار سنگین منتشر کند و کتاب سبک چاپ نکند و از این قبیل حرف‌ها. عقیده دارم همه تبلیغ‌هایی که از این دیدگاه و با نگاه ارزشی به کتاب شده است به نتیجه نرسیده و زمان و هزینه در این راه هدر رفته است. دشمن درجه یک کتابخوانی اجباری و برنامه‌های مطالعه‌های موظف در مدارس هستم. اسم مطالعه اجباری را که می‌شنوم نمی‌توانم جلوی خشم و عصبانیت شدیدم را بگیرم. بارها و سوسه شده‌ام که مطلب تندی در این باره بنویسم، ولی هر بار به دلیلی جلوی خودم را گرفته‌ام.

به‌طور کلی با هرگونه جبر و تکلیفی در خواندن کتاب، به عنوان مبنایی برای

تقویت نشر عمیقاً مخالفم، مخالف تا مغز استخوان. عقیده‌ام این است که دو واقعه باید اتفاق بیفتد تا نشر کتاب در ایران در بستر طبیعی خودش و در جایگاه واقعی خودش قرار بگیرد. این که این بستر چگونه است و آن جایگاه کجاست به وضعیت خاص اجتماعی و فرهنگی کشور بستگی دارد. فعلاً نشر کتاب در جای طبیعی‌اش نیست. دو واقعه‌ای که عرض کردم اینهاست: ۱. اقتصاد و صنعت نشر کتاب به اقتصاد و صنعتی سودآور تبدیل شود که برای سرمایه‌گذاری و جلب اندیشه و هنر و تخصص انگیزه به وجود آورد؛ ۲. نظام آموزشی کشور به نسل در حال تربیت منتقل کند که نیازهای روحی، معنوی و عاطفی بشر پا به پای نیازهای مادی‌اش باید برآورده شود و راه استفاده از کتاب، مطالعه مستقل و چگونگی حل کردن مسائل، مشکلات و برطرف ساختن نیازها را از راه کتاب به آن‌ها بیاموزد. به برآورده بنده این دو، بنیاد اصلی تحول در نشر کتاب است و سایر قضایای نشر فرع این‌هاست، یا مواردی است که این دو بنیاد می‌تواند آن‌ها را حل کند یا اگر این دو بنیاد استوار شود، محتملی به وجود می‌آید که راه حل آن‌ها هموار خواهد شد.

بسیار خوب، اقتصاد و صنعت نشر کتاب را چگونه می‌توان به طرف تحول سوق داد؟

نقش دولت در این خصوص کاملاً تعیین‌کننده است. اهرم‌های سیاستگذاری دولت را می‌توان به دو دسته عمده تقسیم کرد: ۱. اهرم‌های مانع‌زدا ۲. اهرم‌های فراهم‌آور امکانات. مورد اول شامل همه مانع‌های سیاسی، اداری و دیوانسالاری، نظارت‌های غیرلازم، محول نکردن امور ناشران به خود ناشران، مشکلات تشکل و صنف و نظایر این‌هاست. حذف تشریفات، ایجاد تسهیلات در راه ارتباط با نهادهای مسئول کتاب و قس‌علی‌ذلک، فی‌المثل اگر شما بخواهید ناشر شوید، کافی است که نشریه مختصر آماده‌ای باشد که راه و چاه را به شما نشان دهد و تکلیف شما را با جاهایی که باید به آن‌ها مراجعه کنید روشن کند. یک جزوه ۵۰ صفحه‌ای روشنگر می‌تواند انقلابی در روابط دولت و ناشران به وجود بیاورد، مشروط بر آن که اطلاعات آن دقیق باشد و اطمینان جلب کند.

مورد دوم این است که دولت زیرساخت‌های نشر را در مواردی که موجود نیست به وجود آورد و در مواردی که ناقص یا ضعیف است به حد کافی تقویت کند. اصولاً ایجاد زیرساخت و ظرفیت وظیفه دولت‌هاست، جزو وظایف اصلی آن‌هاست، عدول‌ناپذیر است. دولت هر کاری که برای صنعت راه، حمل و نقل، پتروشیمی، لاستیک، رسانه‌های تلویزیونی و غیره می‌کند، باید برای صنعت و اقتصاد نشر، درست به عنوان صنعت و اقتصادی جدی و واقعی، بکند. یعنی وضع مالی - حقوقی، فن‌آوری، آموزش، پژوهش، تبلیغ و ترویج، تضمین‌های قانونی، نیروی انسانی و سایر پایه‌های زیرساختی را سازمان و سامان بدهد. سوق دادن نشر به سمتی که به صنعت و اقتصاد مستقل خودش دست یابد از مهم‌ترین تحولات است.

بسیار خوب، با نظام آموزشی، که بخش دوم منظور شما بود چه باید کرد؟

این قضیه واقعاً کار می‌برد. اگر امروز تصمیم خودمان را در زمینه تحول در نظام آموزشی عملی کنیم و موانع را هم از سر راهش برداریم، شاید از چند سال دیگر تازه نخستین بازخوردها شروع شود. این قضیه به نگاه کلان‌نگر و به افراد مسئول و بسیار آگاهی نیاز دارد که فقط نوک دماغشان را نبینند. خیلی چیزها در نظام و روش آموزشی کشور باید تغییر کند تا نیاز به کتاب را در وجود بچه‌های مملکت نهادین کند و آن‌ها طوری بار بیایند که با نیازهای واقعی و عمیق خود به سراغ کتاب و بازار کتاب بروند و نیازهایشان بتواند به عنوان نیاز تأثیرگذار بر بازار کتاب تأثیر بگذارد. در واقع از یک سو صنعت و اقتصاد نشر باید به سمت کسب قدرت تولید و سودآوری میل کند و از طرف دیگر نیاز عمیق و تعریف شده و هدفمند به وجود بیاید. تلاقی قدرت عرضه با زور نیاز است که اقتصاد سالم و طبیعی نشر کتاب را تشکیل می‌دهد.

ولی این دو زمان می‌برد.

بله حتماً زمان می‌برد و باید هم زمان ببرد. ایجاد زیرساخت و ظرفیت وقت و سرمایه می‌خواهد.

به تخمین شما چقدر وقت لازم است؟

نمی‌توانم برآورد حساب‌شده‌ای عرض کنم. این‌ها مطالعه و آمار و ارقام دقیق می‌خواهد، اما اگر بخواهیم، طی دوره‌ای ۱۰ ساله می‌توانیم تحولی عمیق در نشر ایجاد کنیم.

در این ۱۰ سال چه باید کرد؟

در این مدت با برنامه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت باید به داد نشر رسید.

شما امیدوارید بتوان به هدف‌هایی که می‌گویید رسید؟

از جهاتی آری و از جهاتی نه. بنده به ایران و راز و رمز فرهنگ این کشور بنا به شهادت تاریخ و گذشته‌اش ایمان دارم. ایران کشور اعجاب‌آور و اعجاز‌آفرینی است. این را بنده نمی‌گویم، تاریخ و فرهنگ و ادب و هنرش می‌گوید و هر آن چیز دیگری که این کشور را طی هزاره‌ها حفظ کرده است. از اعماق دلم باور و اطمینان دارم که بالاخره روزی ایران جایگاه سزاوار خود را در جهان بشری به دست خواهد آورد و خلاصه به حق فرهنگی و تمدنی‌اش خواهد رسید. شاید همین اعتقاد است که مرا مانند بسیاری از محققان و نویسندگان دیگر به کار و تلاش وامی‌دارد و به ما نیرو می‌بخشد که از دشواری‌ها نهراسیم و مانع‌ها را تحمل کنیم. اما مدیریت‌ها را با هدف‌ها متناسب نمی‌دانم و به نظرم ریشه بخش عمده‌ای از مشکلات ما در همین مدیریت‌های ناکارآمد است. حتی بخشی از مشکل نگرش‌ها را هم در همین مدیریت‌های کم‌توان می‌دانم.

برای اصلاح مدیریت‌ها چه کار باید کرد؟

بهترین راه فعلاً خاموش کردن ضبط صوت مصاحبه است.

از مبانی نظری ویرایش

راستی براساس چه حقی کسی به خود اجازه می‌دهد در نوشته دیگری دست ببرد، واژه‌ها، عبارت‌ها و جمله‌ها را کم و زیاد یا جابجا کند، مطلبی را با زبانی دیگر، با لحنی دیگر، یا با هدف و کاربردی دیگر باز بنویسد، ساختار نوشته را دگرگون کند، طرح، نقشه، تصویر یا تدبیرهای بصری دیگری بر نوشته بیفزاید و در مجموع به نوشته شکل و شمایل متفاوت با آنچه نخست داشته است بدهد؟ منشأ این حق کجاست و چه کسی در این باره تصمیم می‌گیرد؟ و اصولاً آیا این حق قابل دفاع است؟

گمان می‌کنم ویرایش را بر پایه دیدگاه‌های مختلف بتوان به چند دسته تقسیم کرد، مثلاً از دیدگاه پدیدآورنده به خواسته و ناخواسته. پدیدآورنده‌ای که از کسی بخواهد ذهن خود را میان ذهن او و خواننده حایل کند و به سان داوری بی‌طرف، نوشته را بررسی و ارزیابی و نظر خود را احیاناً اعمال کند، به ویرایش خواسته تن داده است. همه کسانی که از استادان، پیشکسوتان، باتجربگان و صاحب‌نظران درخواست می‌کنند که در نوشته آنان نقادانه نظر کنند، به استقبال ویرایش خواسته می‌روند، اما پدیدآورنده‌ای که اثرش را برای انتشار به ناشر می‌سپارد و او ویراستاری را از جانب خود، و بدون آن که نظر پدیدآورنده را جویا شود به ویرایش اثر می‌گمارد، ممکن است با ویرایش ناخواسته روبرو شود و احتمال دارد نتیجه ویرایش را بپذیرد یا نپذیرد. اما حتی اگر هم بپذیرد و

رضایت خاطر هم بیابد، باز هم با پدیده ناخواسته‌ای روبرو شده است که اتفاقاً نتیجه آن پسند او بوده است، و در هر حال ماهیت این‌گونه ویرایش با ماهیت آن دیگری تفاوت دارد.

از دیدگاه ناشر هر اثری دو وجه، و چند هدف و کاربرد دارد. هر اثری را نمی‌توان همان‌گونه که پدیدآورنده تحویل می‌دهد به خریدار و خواننده تحویل داد و تغییراتی لازم است تا اثر را با مقاصدی که ناشر از انتشار کتاب دارد، سازگار کند. و از این رو کتاب‌ها از نظر او نیازمند به ویرایش، بی‌نیاز از ویرایش یا این که مثلاً علی‌السویه است. ممکن است نظر ناشر با پدیدآورنده همسو باشد و ممکن است نباشد، اما مشکل حادث در این جا نیست، مشکل در واقع وقتی به طور جدی خود را نشان می‌دهد که ناشران مختلف در باره یک اثر به خصوص، تجویزهای ویرایشی متفاوتی داشته باشند و پدیدآورنده متحیر بماند که نظر کدام یک از آن‌ها درست‌تر است و چرا. علت تفاوت در دیدگاه‌های ناشران چیست؟ علت در واقع در هدف‌های متفاوتی است که برای نشر بزمی‌گزینند، علت در سیاست‌ها، راهبردها، روش‌ها، در تفاوت میان مخاطبان و کاربردهای اثر، و نیز در تفاوت سرشت نشر خود ناشران است؛ مثلاً ناشر آثار دانشگاهی یا پژوهشی، به سرشت متفاوت با ناشر آثار بازاری عمل می‌کند. تفاوت سرشت نشر، از همان نخست عامل اصلی تفاوت در دیدگاه‌ها، هدف‌ها و روش‌ها در نشر است.

نشر، عمل تکثیر کتبی پیام است به تعداد کاربرد آن. از نظر عده‌ای این کاربرد فقط به کاربرد بالفعل محدود می‌شود و از نظر عده‌ای دیگر، کاربرد بالقوه را هم در بر می‌گیرد. در روند ارتباطی میان ذهن‌های پدیدآورندگان و خوانندگان، وظیفه ناشر رسانیدن درست، کارآمد و مؤثر پیام است، به کمک ابزارها و رسانه‌هایی که نوع و ویژگی‌های آن را فن‌آوری زمان تعیین می‌کند. ناشر، چه پیام پدیدآورنده را بنیاد قرار دهد و چه گرفته شدن پیام را از جانب مخاطب، ناگزیر است سه متغیر اصلی را با هم سازگار کند: ۱. پیام‌فرست ۲. پیام‌گیر ۳. پیام؛ درست همان کاری که متخصصان مخابرات و ارتباطات با دستگاه‌های فرستنده و گیرنده رادیویی و

تلویزیونی و پیامی که از آن‌ها فرستاده و با آن‌ها گرفته می‌شود و با خود پیام می‌کنند. رسیدن به سازگاری مطلوب میان این سه متغیر، هدف اصلی ویرایش است که عمل آن در مؤسسه انتشاراتی یا به سفارش آن انجام می‌گیرد.

پدیدآورنده‌ای که مسئولیت تکثیر و رسانیدن پیام خود را خود به عهده می‌گیرد، و از ویراستاری، یا کسی در مقام ویراستار، می‌خواهد که میان ذهن او و خواننده حایل شود، یا اثر را با سنجه‌ای به نام حقیقت، واقعیت، مصلحت یا هر معیار دیگری بسنجد و داوری کند، یا حکم قرار گیرد، یا نظر خود را به کار ببندد، حق ویرایش را به او واگذار می‌کند و او هر تغییری که در نوشته اعمال کند، بنا به حقی است که پدیدآورنده به وی محول کرده است. چگونگی استفاده از این حق نیز می‌تواند به توافق، قرارداد، اعتماد یا هرگونه رابطه دیگری که میان آن‌ها برقرار است، بستگی داشته باشد.

پدیدآورنده‌ای که اثر خود را برای انتشار به ناشر می‌سپارد، یا اثر خود را به سفارش ناشر پدید می‌آورد، و ناشر به کمک تخصص، دانش فنی، سرمایه و روابط و مناسباتش در خدمت تکثیر و تولید اثر قرار می‌گیرد، حق ویرایش را هم صریحاً یا تلویحاً به ناشر واگذار می‌کند. ناشر بنا به نقشی که در روند پیام‌رسانی دارد و وظیفه‌ای که این نقش برای او ایجاد می‌کند، از حق ویرایش با پیامدهای لازم برخوردار می‌شود و براساس همین حق است که می‌تواند در نوشته جرح و تعدیل راه دهد و متغیرها را با توجه به هدف‌ها با هم سازگار کند؛ البته این که از این حق چگونه استفاده یا سوءاستفاده می‌شود، نکته دیگری است و با چگونگی استفاده یا سوءاستفاده از حقوقی که دیگران در زمینه‌های دیگر دارند، شاید ماهیتاً تفاوت چندانی نداشته باشد. در واقع چگونگی استفاده از این حق در دستگاه ناشر به قوه تشخیص، میزان دانش و اطلاع، توانایی سازمانی و چند عامل دیگر بستگی دارد. ناشرانی که با قابلیت می‌توانند میان ذهن‌های پدیدآورندگان و خوانندگان، پل‌های ارتباطی را درست برقرار سازند، معمولاً از حق ویرایش به درستی و با کارآمدی استفاده می‌کنند و به عکس.

هر تغییری که ناشر در اثر بدهد، در حقیقت و در نهایت تابع دو متغیر اصلی هدف و کاربرد انتشار آن است. ممکن است پدیدآورنده‌ای مخاطبان خود را

درست نشناسد یا ضرورت زاده شدن اثر، فارغ از هر ضرورت دیگری باشد؛ مانند بیش تر آثار هنری. اما ناشری که خطاب به مخاطبان معینی اثر منتشر نکند، تیر را در تاریکی رها کرده است. تشخیص نیازها و خواست‌های مخاطب، توان‌ها و امکانات او و تطبیق با ویژگی‌های اثر است که خطوط اصلی ویرایش را تعیین می‌کند. ویراستاران با دانش و تجربه از بررسی اثر و براساس اطلاعاتی که معمولاً از بازار کتاب دارند در می‌یابند که چه نوع ویرایشی و با چه کمیت و کیفیتی می‌تواند اثر را برای کاربرد مخاطبان واقعی آن متناسب سازد. پیداست که انگیزه اقتصادی و سودی که ناشر از کار خود می‌برد، نیروی پیشران ویرایش است، و هرچه این نیرو بیش تر باشد، بر سرعت و چگونگی ویرایش تأثیر می‌گذارد، و به عکس.

تغییرات ناشر در قالب یکی از گونه‌های ویرایش است، مانند ویرایش زبانی - ادبی، ساختاری، محتوایی / موضوعی / مفهومی، استنادی / استشهادی، صوری، تصویری، یا مقابله، یا بازنگاری و بازآرایی اثر و مانند آن (در این مقاله به تعریف و توصیف این گونه‌های ویرایش نمی‌پردازیم. علاقه‌مندان به گام سوم در کتاب گام‌های اصلی در نشر کتاب، تهران، اتحادیه ناشران، ۱۳۸۰). اما تغییرات ناشر بر پایه هدف او در نشر و کاربرد اثری است که منتشر می‌کند. فنون و ترفندهای ویرایشی و دیگر روش‌ها و نکاتی که در ویرایش به کار بسته می‌شود، در هر نوع ویرایشی، فرع همان هدف و کاربرد است. برای مثال، ناشر تجارتي به فروش اثرش توجه دارد. به عبارت دیگر، فروش بیش تر کتاب، مهم تر از هر جنبه دیگری در کار اوست. پس هر چه بر شمار خوانندگان و خریداران او افزوده شود، در جهت هدف اوست و هر ویرایشی که بتواند مخاطبان بیش تری برای او جلب کند، در نظر او مطلوب تر است. نشر او بازارگرا و بازارپسند است و ویرایش او طبعاً بر پایه سلیقه بازار. گاه ممکن است در اوضاع و احوال خاصی این سلیقه به سادگی متمایل باشد و گاه ممکن است به پیچیدگی. ویرایش بازارگرا با سرشت اصلی اثر کاری ندارد، به تأثیری کار دارد که در بازار کتاب می‌گذارد. نشر بازارگرا به مخاطبان خاصی نظر ندارد و هر کسی از هر صنف و سنخی که به جمع خریداران اثر پیوندد، مخاطب آن است و به همین دلیل نشر مخاطب‌گرا نیست و ویرایش آن هم لامحاله مخاطب‌گرا نیست.

نشر مخاطب‌گرا به مخاطبان خاص تعریف‌شده‌ای نیاز دارد که ویرایش اثر را فقط بر پایه‌ی نیاز خاص مخاطب، نظر و سلیقه و در نهایت رأی او سازمان دهد. نشر فنی - تخصصی محدود، که گاه حتی براساس سفارش از پیش اثری را آماده و منتشر می‌کند، نمونه‌ی اعلا‌ی نشر مخاطب‌گراست. چنین نشری به ویرایش خاص خود نیاز دارد، ویرایشی که مخاطب و نیازهای او را درست و دقیق بشناسد و اثر را به گونه‌ای آماده سازد که توقعات او را برآورده سازد. پیداست که در نشر و ویرایش مخاطب‌گرا، هرچیز دیگری تحت‌الشعاع و فرع مخاطبان و خواست‌ها و انتظارات آنان است. نشر و ویرایش مخاطب‌گرا در عین حال کارکردگرا نیز هست.

نشر کارکردگرا به کارکرد و کاربرد عملی اثر ناظر است و ویرایشی می‌خواهد که تابع نیازها و کاربردهای عملی باشد. کارکردها و کاربردها را متغیرها و عوامل خارج از اراده و خواست ناشر تعیین می‌کند. در واقع ناشر به عاملی از پیش موجود و معین در بازار نشر توجه دارد که اثر و ویژگی‌های اثر بر پایه‌ی شناخت از آن ویرایش می‌شود. نشر و ویرایش کارکردگرا را از نشر و ویرایش مخاطب‌گرا نمی‌توان تفکیک کرد، زیرا گویی که در این نشر مخاطبان نیز تابع کارکردها هستند و انگار که مخاطب راهی جز پذیرش آن کارکرد نداشته باشد.

نشر هدف‌گرا مقاصد خاص خود را دنبال می‌کند و مخاطب و کارکرد را اصل تصمیم‌گیری خود قرار نمی‌دهد. ناشران اثرآفرین، ناشرانی که نه تنها عرضه، بلکه تقاضا هم ایجاد می‌کنند و مخاطبان خود را به وجود می‌آورند، می‌سازند و به آن‌ها شکل می‌دهند، هدف‌گرا هستند. گاه ممکن است که چنین ناشرانی سال‌ها زمان نیاز داشته باشند تا به هدف‌های خود جامه عمل بپوشانند، اما صبر و تحمل پیشه‌کنند و به انتظار بمانند تا سرانجام هدف به چنگ آید. در نشر هدف‌گرا، اصول و موازینی باید در ویرایش مراعات شود که با هدف ناشر سازگار باشد. همه‌ی ناشران آثار تحقیقی، که صحت، دقت و امانت جزو مبانی عدول‌ناپذیر در کار آن‌هاست، و نیز همه‌ی ناشران آثار ایدئولوژیک ناشران هدف‌گرا هستند. هدف ناشر ممکن است با هدف مخاطبان متفاوت، یا حتی به کلی متفاوت، باشد. ویراستار نشر هدف‌گرا ناگزیر است که هدف مؤسسه

متبوع خود را درست بشناسد و ویرایش را در خدمت آن قرار دهد. اگر هدف ناشر، پشتتازی، پیش آهنگی، نوآوری، سنت‌ستیزی، دگرگونی و مانند این‌ها باشد و او در راه هدفش ناگزیر شود سنت‌شکنی و جامعه‌ستیزی کند و با بت‌های ذهنی بجنگد، نشر او تحوّل‌گراست. ویراستار نشر تحوّل‌گرا ناگزیر است اندیشه‌های جدید را خوب بشناسد و راه‌هایی بیابد که جامعه به جای مقاومت در برابر اندیشه‌های نو، میل و توان پذیرش پیدا کند. ناشران معروف به «دوران‌ساز»، ناشرانی که کتاب اندیشه‌ها را به روی جامعه می‌گشایند و ورق می‌زنند و گاه نیز فصل عوض می‌کنند، معمولاً مسلط‌ترین، چیره‌دست‌ترین و در عین حال نواندیش‌ترین ویراستاران را در اختیار دارند. نشر تحوّل‌گرا، به‌طور قطع هدف‌گراست، اما ممکن است مخاطب‌گرا و کارکردگرا نباشد.

این‌ها نمونه‌هایی چند از انواع نشر است که در هر کدام هدف و به تبع آن طرز عمل ویرایش تفاوت می‌کند. در واقع پدیده‌ای به نام ویرایش انتزاعی یا ویرایش مستقل وجود ندارد؛ روند و بستر نشر است که مقتضیات ویرایشی را تعیین می‌کند. ویراستارانی که گمان می‌کنند یک یا چند اصل ثابت وجود دارد و هرگونه ویرایشی را می‌توان بر مبنای آن‌ها انجام داد، ویرایش را به انجماد، به بن‌بست و گاه نیز به دوری از واقعیت می‌کشانند. اصل ثابت ویرایش، کار روی پیام و به گونه‌ای است که ارتباط دلخواه میان پیام‌فرست و پیام‌گیر برقرار شود. ویرایشی که خود را مستقل از روند نشر بینگارد، عملاً از روند داد و ستد پیام بیرون رفته است و عملاً وظیفه اصلی خود را از یاد برده است یا پدیده دیگری را بر پیام تحمیل کرده است. نمونه ویراستارانی که ذهنیت خود را بر آثار تحمیل می‌کنند، کم نیست. این تحمیل ذهنیت گویی به این معناست که ویراستار می‌گوید آنچه مبنای ذهنیت و فهم من است، مبنای ذهنیت و فهم خواننده هم هست. چنین ویراستاری عملاً به حوزه‌ای وارد می‌شود که متعلق به او نیست و در حوزه‌ای دخالت می‌کند که در آن حق دخالت و تصرف ندارد. در تاریخ ویرایش در ایران، نمونه‌های فراوانی می‌توان ارائه داد که ویراستار ذهنیت و نحوه زبان و بیان خود را بر پدیده‌آورنده و خواننده، هر دو، تحمیل کرده است. از

کتاب‌هایی می‌توان مثال زد که پدیدآورندگان آن‌ها اثر خود را پس از ویرایش باز نمی‌شناسد و اثر پس از انتشار، خوانندگان خود را باز نمی‌یابد، و آنچه در این میان از میان می‌رود اصل پیام است، که هدف اصلی از انتشار هر اثری است. البته تذکر نکته‌ای در این‌جا لازم است و آن در مورد ناشرانی است که به گونه‌ای پدید آورنده‌اند، ناشرانی که به کمک اطلاعات، داده‌ها، فن‌آوری‌ها، سرمایه و امکانات دیگر، شماری از ویراستاران و سایر عناصر مولّد کتاب را به خدمت می‌گیرند و از آنان می‌خواهند اثری را با فلان مشخصات برای بهمان خوانندگان بیافرینند، مانند بسیاری از ناشران جدید امروزی که کتاب‌های مرجع (دانشنامه، فرهنگ، راهنما، اطلس و مانند این‌ها) و درسمه‌های دانشگاهی، یا حتی تخصصی، تولید می‌کنند. این دسته از ناشران براساس مطالعات بازاریشناسی، بازاریسجی و مخاطب‌پژوهی دقیقاً می‌دانند چه نوع کتابی، با چه ویژگی‌هایی و برای چه خوانندگانی باید تولید شود و ویرایش در این‌گونه آثار کاملاً هدایت شده است. در واقع ویرایش در این دسته آثار، تحمیل ذهنیت فرد ویراستار نیست، بلکه اعمال منطق مشترکی است که ضرورت و مختصات آن را برآوردها و مطالعات تعیین کرده است.

ویرایش بنا به سرشتش از یک سو با ستایش و از سوی دیگر با نکوهش روبروست. خصلت مجادله‌انگیز آن از قضا ایجاب می‌کند که در باره مبانی نظری آن بیش‌تر تحقیق و بیش‌تر تدقیق شود. وضع کنونی که نه نشر و نه ویرایش مطالعات خاص و لازم خود را ندارند، ویرایش را با مشکل روبرو می‌کند و آن را از رشد، توسعه و تحوّل باز می‌دارد. ناشرانی که بخواهند حق ویرایش را به عنوان حقی کاملاً قابل دفاع و کاملاً قابل توجیه برای خود حفظ کنند و به مخاطب، کاربرد و تأثیر آثار خود بیندیشند و آگاهی در باره این‌ها را بر بنیادهای مطمئنی استوار سازند، راهی جز کمک به ایجاد و گسترش مطالعات نظری در باره نشر ندارند. درست است که کشورهای صنعتی فعال به کمک ساز و کارهای سیاست‌گذاری و راهبردهای حمایتی از صنعت نشر به طرزی گسترده پشتیبانی می‌کنند، اما اگر ناشران فعال، زنده و پرتکاپوی این کشورها

نباشد و نظر دولت را به عرصه حمایت‌ها جلب نکند، بسیاری از برنامه‌های موفق آن‌ها به راه نمی‌افتد و به نتیجه نمی‌رسد. ما به تحولی اساسی در مطالعات نظری نیازمندیم و ناشران ما هستند که باید گام به پیش بگذارند و دولت را به سرمایه‌گذاری در عرصه مطالعات نشر و ویرایش و ایجاد برنامه‌های آموزشی و پژوهشی تحریض و تشویق کنند.

تهران - آذر ۱۳۸۰

در باره ویرایش*

لطفاً از سوابق کاری خود در زمینه ویرایش بگویید و این که اصلاً چه شد که ویراستار شدید؟

قدیمی ترین خاطره ای که از ویرایش دارم - البته اگر بتوان نام آن را ویرایش گذاشت - شاید مربوط به سال ۱۳۳۱ باشد. ماجرا از این قرار است که در کرمانشاه زندگی می کردیم و پدرم کارمند دادگستری بود. خانواده مادری ام کرمانشاهی نیستند و هیچ کدامشان - جز یکی که بعدها در آن شهر شوهر کرد - در کرمانشاه نبودند. خانواده پدری ام عمدتاً نیمه زمین دار، نیمه دیوانی و نیمه فرهنگی بودند و زمینه و فرهنگ ایلپاتی - عشایری داشتند. از زمانی که به یاد می آورم، همیشه آژگار مهمان داشتیم و بستگان و دوستان و آشنایان مختلف برای مشورت های حقوقی، حل و فصل دعاوی، وساطت و میانجیگری، نوشتن لوایح قانونی و حتی برخی مشورت های دیگر، سروق، بی وقت، سرزده، سرزده و گاه نیز در ساعت های غیرعادی شب و روز، در خانه را باز می کردند و یا الله می گفتند و می آمدند توی حیاط و وظیفه پذیرایی از این ها و رسیدگی به این ها به حسب سنت خلل ناپذیر جاری با پسر ارشد بود که روزگار هم این «افتخار بزرگ» را نصیب من کرده بود. باید ارباب رجوع های پدرم را می شناختم، آن ها را به جا می آوردم و تفکیک و طبقه بندی شان می کردم؛ وجوه اعیان و معاریف را به مهمانخانه طبقه بالا هدایت می کردم و پله ها را همراه آن ها، اما یک

* پرسش ها از: مهناز مقدسی و هومن عباسپور.

پله عقب‌تر و سمت چپ، نه سمت راست آن‌ها، بالا می‌رفتم و تا بر مبل جلوس نمی‌کردند و حرفشان تمام نمی‌شد، برای بردن چای از در اتاق خارج نمی‌شدم و اگر لازم بود آن‌ها را در شب تا منزلشان با فانوس همراهی می‌کردم. دسته‌ای دیگر را باید به اتاق طبقه پایین می‌بردم، عده‌ای را در حیاط، جمعی را در دالان و بعضی را پشت در حیاط — در حالی که در حیاط حتماً بسته باشد — نگه می‌داشتم. شماری را هم، به هر ترفندی بود، باید دنبال نخود سیاه می‌فرستادم، یا چنان گمراهشان می‌کردم که دیگر سراغ آن خانه نیابند. این‌ها را باید به هوش و ابتکار و موقع‌شناسی و قیافه‌شناسی و تیپ‌شناسی خودم انجام می‌دادم. دستورالعمل‌های روشن و صریحی در این باره نبود. تجربه‌های پراکنده و گوناگونی وجود داشت که باید «مورد» از آن‌ها سر ضرب استنتاج می‌شد. شیرین‌کاری پاداش مادی می‌گرفت و خطا بی‌کیفر نمی‌ماند. گاه باید می‌نشستم و صفحه‌های طولانی و پایان‌ناپذیری از جمله‌هایی که معانی و فواید آن‌ها را درک نمی‌کردم، پر می‌کردم؛ پدرم در حضور مراجعان بی‌سواد تقریر می‌کرد و من تحریر. نیز یاد گرفتم شکسته‌ها، تحریرها و علائم خاص خط پدرم را بخوانم. نوشته‌هایی که به او می‌دادند و نمی‌پسندید، تغییر می‌داد و من متن تغییر یافته را پاکتویس می‌کردم. از او می‌پرسیدم مگر این جمله چه ایرادی داشت که شما عوض کردید؟ می‌گفت جمله‌ای معمولی است نه حقوقی. متن را باید طوری بنویسی که وقتی بازپرس، دادستان و قاضی بخواند احساس کند کسی آن را نوشته که حقوق و قانون می‌داند؛ و در ضمن ژاندارم یا آژان هم نتواند آن را بفهمد. می‌پرسیدم چرا نباید بفهمد؟ می‌گفت آن‌ها ضابطان ما هستند، همین و بس. هرکاری که ما می‌گوییم باید بکنند. و پیداست که از پاسخ او من هم چیزی نمی‌فهمیدم. می‌پرسیدم چرا جای شماره ماده‌های قانونی را عوض کرده‌اید؟ می‌گفت از کلی‌تر آمده‌ام به جزئی‌تر. و پیداست که این را هم نمی‌فهمیدم، و درعین حال فایده‌ای بر آن مترتب نمی‌دیدم. و خلاصه رویدادهایی نظیر این‌ها که در سراسر دهه ۱۳۳۰ و چندسالی نیز از اوایل دهه ۱۳۴۰، مصادف با سال‌های کودکی و نوجوانی‌ام، با خاطراتم درآمیخته است.

ماجرایی که در ابتدا به آن اشاره کردم، مربوط است به نادعلی خان کریمی. او

وکیل مجلس بود، ابتدا از طرفداران جبهه ملی و مصدق و بعد از طرفداران آیت‌الله کاشانی و زاهدی. پدرم با نادعلی خان دوست بود، و البته دوستی آن‌ها تا پیش از ۱۳۳۲ دوام داشت. در ۱۳۳۱ نمی‌دانم چه واقعه‌ای رخ داده بود که روزهای متمادی نوشته‌هایی میان نادعلی خان و پدرم مبادله می‌شد. منزل ما بیش از ۱۰۰ متر از هم فاصله نداشت. من شش ساله بودم و مجاز بودم به اندرونی منزل بزرگ کریمی‌ها وارد شوم و از پله‌ها بالا بروم و در اتاق هشت دری بزرگی، که همیشه پر از مهمان بود، یادداشتی را به نادعلی خان بدهم یا از او بگیرم. مطالبی را که نادعلی خان می‌فرستاد، پدرم به دقت می‌خواند و در بعضی جاها جمله‌های دیگری می‌نوشت، یا کلمات و جملاتی اضافه می‌کرد یا یادداشت‌هایی می‌نوشت و پیوست نوشته او می‌کرد و به من می‌داد تا تحویل بدهم. از نوشته‌ها هیچ سر در نمی‌آوردم، اما احساس می‌کردم دارم کار مهمی انجام می‌دهم، آدم‌های مهمی می‌بینم و از بچه‌های همسن و سالم متمایز شده‌ام. به یاد دارم که یک بار هم شمس قنات‌آبادی را دیدم که چند مدتی در منزل کریمی‌ها اقامت داشت. منزل کریمی‌ها پر از کبوتر بود، کبوترهایی از همه شکل و همه رنگ. منزلی بزرگ، قدیمی، حیاط و حوضی وسیع، خانه‌ای پر از گل و گیاه، با هشتی و دالان و طاق‌نماهای زیبا. این‌ها، همراه با حوادث و رویدادها، چنان در خاطره‌ام نقش شده است که انگار دیروز بود کنار حوض ایستاده بودم و به ماهی‌های رنگ رنگ نگاه می‌کردم و منتظر بودم نادعلی خان برگردد به هشت‌دری و بنشیند سرجایش.

تصویر روشن‌تری که در ذهن دارم از گفتگوی میان پدرم و دو روزنامه‌نگار محلی است در باره خبرهای مهیج جنایی که پدرم از پرونده‌های پر سر و صدا تهیه می‌کرد و برای چاپ در روزنامه‌های محلی، که تیراژ آن‌ها شاید هیچ وقت به ۵۰۰ نمی‌رسید، می‌فرستاد. یکی از آن‌ها نامش رزقی و یکی دیگر، شاید، کاویانی بود. به نظرم می‌آمد کاویانی دقیق‌تر بود و سؤال‌های او گاه به جرح و تعدیل‌های اساسی در نوشته می‌انجامید. آن‌جا بود که فهمیدم هر پرسش درست و بجا ممکن است ساختار نوشته‌ای را درهم بریزد و پرسش‌هایی که درست، به قدر کافی و در محل خود پاسخ داده شده باشد، ساختار متناسب به نوشته

می‌دهد. البته در آن زمان هیچ‌کس اصطلاح و تعبیر ساختار را به کار نمی‌برد، اما کشفی که کرده بودم این بود: پرسش‌هاست که سرنوشت نوشته را تعیین می‌کند، نه چیز دیگر، و این که هر کسی نمی‌تواند پرسش کند. خیلی‌ها نوشته پدرم را می‌خواندند و به‌به و چه‌چه می‌کردند، اما وقتی نوشته او را به چاپخانه می‌بردم، و کاویانی با چهره‌ای سرد و جدی، وسط گارسه‌ها و ماشین ملخی و حروفچین‌ها می‌ایستاد و به سرعت نوشته را می‌خواند و می‌گفت به بابا بگو، مثلاً در این چند جا به این سؤال‌ها جواب بدهد، گمان می‌کردم این قوه تشخیص سریع از گارسه‌ها و بازوهای چرخنده ماشین ملخی به او منتقل شده است. همیشه سرک می‌کشیدم ته گارسه‌ها را درست ببینم. حروف خوش‌تراش و محکم سربی گویی به نظرم نمادهای استوار فضل و دانش بود.

دانشجو که شدم، اصلاح و تغییر جملات و بازی با تعبیرها، به‌ویژه تعبیرهای سیاسی و نقل‌بجا و به موقع برگزیده‌هایی از نوشته‌های بزرگان – و البته کسانی که ما در آن موقع بزرگ می‌دانستیم – مهم‌ترین وظیفه‌ای بود که بر دوش خودم به عنوان یکی از اعضای سردبیری مجله دانشجویی حس می‌کردم. تجربه جدی‌ام در این دوره در نخستین مقاله‌ای است که در حوزه فلسفه تاریخ ترجمه کرده بودم، اما به ترجمه خودم هیچ اعتماد نداشتم. ترجمه را به ابوالحسن نجفی – که استاد من بود و در دانشگاه تدریس می‌کرد – دادم و از او خواهش کردم ترجمه را ببیند. او برای شمار بسیار اندکی از دانشجویان، محبوب‌ترین، نجیب‌ترین، فهیم‌ترین و قابل اعتمادترین استاد بود. روی ما هم به او باز بود، یا بهتر است بگویم خودش طوری رفتار کرده بود که روی ما به او باز باشد. هرچه بود، به راحتی توانستم از او خواهش کنم ترجمه را ببیند. در رستوران دانشجویان کنار دستش نشستم و برای نخستین بار در عمرم شاهد قلم ویراستار باتجربه‌ای بودم که نوشته‌ای را با علاقه، توجه، دقت، سختگیری، همراه با مهربانی، تذکرات آگاهی‌بخش و بجا، با مسئولیت تمام، تغییر می‌داد. خط‌ها و نمادهای معجزه‌گر واژه‌ها و عبارت‌ها را جایجا می‌کرد و به آن‌ها معنا می‌داد. مستطیل‌های نازک عریض، وسعت خط‌ها، بدفهمی‌ها، بی‌دقتی‌ها و همه کاستی‌هایی را نشان می‌داد که نظام آموزشی ناکارآمد، مسئول آن بود.

اگرچه آن ترجمه را هیچ‌گاه چاپ نکردم، اما درسی را که از آن گرفتم تأثیری گذاشت که هنوز هم زندگی حرفه‌ای‌ام از دامنه آن تأثیر به دور نیست.

مهر ۱۳۵۱، خدمت سربازی‌ام به پایان رسید و از آذرماه همان سال به معرفی ابوالحسن نجفی در مؤسسه انتشارات فرانکلین و با عنوان «ادیتور آسیستان» (دستیار ویراستار؛ و به عبارت امروزی‌تر: ویراست‌یار یا ویرایش‌یار) به کار مشغول شدم. ابتدا قرار بود مسئول اصطلاحات جمع‌آوری شده‌ای باشم که امروزه به آن «بانک دستی واژگان» می‌گویند. گفته بودند این کار را زیر نظر مستقیم نجف دریابندری، که در آن وقت معاون فرهنگی مؤسسه بود، انجام بدهم. چند روزی هم با برگه‌ها مشغول بودم، اما نمی‌دانم به چه دلایلی کارهای دیگری به من محول کردند؛ شاید احساس کرده بودند جوان وظیفه‌شناس پرکاری گیرشان افتاده است که بهتر است تا می‌توانند و تا تازه‌کار است بارش کنند. شاید تصور آن‌ها این بود، اما نمی‌دانستند که درون من چه اتفاقی می‌افتد، و نمی‌دانستند هر کار جدید و هر نوع تازه آن تا چه حد برای من لذت‌بخش بود. می‌خواستم همه چیز را بشناسم و بدانم و همه کاری از عهده‌ام ساخته باشد و هر دشواری را برای این منظور می‌پذیرفتم. از آن زمان نزدیک به سی سال گذشته است. بسیاری از مدیران، مسئولان و همکاران من که استادان و مروّجان سَمبَل کردن، از زیر کار در رفتن و درگیر نشدن با کار بودند، به جاهای مختلف رفتند، دست به کارهای مختلف زدند و به مقامات و مناصب هم رسیدند، اما هر چه زمان گذشت، تجربه عمیق این حقیقت را بیش‌تر بر من ثابت کرد که آن‌ها برنده نبودند، بلکه بازنده واقعی بودند. برنده کسانی بودند که با کار، هر کاری، عمیقاً درگیر شدند و بر آن تسلط و چیره‌دستی یافتند.

به هر حال، کارهای مختلفی به من محول شد که باید زیر نظر ویراستاران مختلف انجام می‌دادم؛ مثلاً نمونه‌خوانی، نسخه‌پردازی (در حال حاضر: ویرایش صوری؛ و به غلط معروف به ویرایش فنی)، مطابقت با اسناد، مدارک و منابع در کتابخانه‌ها (در حال حاضر: ویرایش استنادی / استشهادی)، بررسی و کنترل تصویرها (در حال حاضر: ویرایش تصویر؛ تصویر ویرایی)، تهیه فهرست‌های اعلام و موضوعی (در حال حاضر: نمایه‌سازی کتاب)، بازخوانی

کتاب‌های منتظر باز چاپ به قصد کشف غلط چاپی و سهوها و اشتباهات، تهیه گزارش سه ماهه آماری از فروش کتاب (کاری که توجه مرا به مسائل پنهان و ناشناخته نشر جلب کرد) و بسیاری کارهای دیگر.

در ۱۳۵۲، تحصیل در دوره فوق لیسانس را در دانشکده علوم تربیتی دانشگاه تهران، آغاز کردم. تحصیل همراه کار، به اضافه صاحب فرزند شدن و مشکلات دیگر، دوره بسیار سختی بود که پشت سر گذاشتم و در ۱۳۵۴ فارغ التحصیل شدم. روزهای جمعه از فرط خستگی نمی توانستم از رختخواب بلند شوم. چند بار خانواده‌ام مرا به سینما بردند. همان اوایل فیلم خروپفم بلند می شد و اسباب سرافکنندگی شان را فراهم می آوردم. از این رو منصرف شدند و دست از سرم برداشتند. در ۱۳۵۴ بود که مؤسسه انتشارات فرانکلین منحل شد و هسته فنی - تخصصی آن، سازمان ویرایش و تولید فنی را در دانشگاه آزاد ایران تشکیل داد و مدیریت آن برعهده دکتر حسن مرنندی، روان پزشک و اهل قلم، گذاشته شد. من هم در این سازمان عنوان «ویراستار مدیر مرکز مراجع» یافتم. هم ویراستار شدم و هم به لحاظ تحصیل درجه‌ای دانشگاهی در رشته علوم کتابداری و اطلاع رسانی به سمت مدیر کتابخانه مرجع این سازمان منصوب شدم. کتابخانه را ظرف مدت کوتاهی، و در حدی که بلد بودم، سازماندهی کردم و از اول سال ۱۳۵۵ از آن سازمان رفتم و کار جدیدم را به عنوان محقق در مؤسسه تحقیقات و برنامه ریزی علمی و آموزشی آغاز کردم. دوره جدیدی در کارم آغاز می شد، دوره‌ای که نمی دانستم با چه خاطرات بد و چه تلخکامی‌هایی عجین خواهد بود.

از نظر خودم دوره خدمت در فرانکلین مؤثرترین دوره در تربیت من و پرخاطره‌ترین دوره کاری‌ام تاکنون بوده است. مدیر مستقیم من کریم امامی بود. و او در دوره من مدیری بود جدی، دقیق، سختگیر، و دارای روحی عطوف و حساس و مسئول، در پس ظاهری تلخ و با زبانی گاه نیش آلود و پرکنایه. امامی سختگیری‌های بسیاری در حق من کرد، تا آنجا که گاه در دل می رنجیدم و گمان می کردم که تفاوت و تبعیض می گذارد و حقوق مرا نادیده می گیرد، اما او یکی از معلمان جدی من و از کسانی است که حقی بزرگ در پرورش من دارد. نجف

دریابندری محبت‌های فراوانی به من می‌کرد و رابطه‌اش با برخی از ما، که نسل جوان فرانکلین را تشکیل می‌دادیم، بسیار دوستانه و کاملاً برابر بود، اما هیچ‌کدام ارزش محبت و دوستی او را درک نمی‌کردیم. سال‌ها بعد که آن ارزش را دریافتم، دیگر نه دریابندری دست‌یافتنی بود نه آن محیط. ممکن نیست که به یاد دریابندری بیفتم و بر فرصت از دست رفته گفتگوهایی که می‌توانستم با دریابندری داشته باشم، از ته دل تأسف نخورم. شاید هم منصفانه‌تر این باشد که بگویم دوستی با دریابندری در آن زمان برای ما زود بود، گو این که این سال‌ها دارم به چشم می‌بینم که شماری از با تجربه‌گان برای انتقال تجربه‌ها به نسل جوان، چگونه با چنگ و دندان تقلا می‌کنند، اما رشته ارتباط برقرار نمی‌شود.

در فرانکلین و سازمان ویرایش و تولید فنی با چه کسانی همکاری می‌کردید؟

ویراستارانی که زیر نظر آن‌ها کار انجام داده‌ام و از آن‌ها کار یاد گرفته‌ام و هرکدام در حوزه تخصصی‌شان حقی بر من دارند، این‌ها هستند: خانم مهشید امیرشاهی و بعداً گلی امامی، مسئول مجموعه کودکان و نوجوانان؛ ناصر پاکدامن، مسئول مجموعه اقتصاد؛ محمود بهزاد، مسئول مجموعه علمی؛ محمدرضا حکیمی، ویراستار متون و منابع اسلامی؛ احمد سمیعی، مسئول مجموعه و ویراستار متون و منابع ادبی؛ ابوالحسن نجفی، مسئول مجموعه و ویراستار مقابله‌گر، که از چندین و چند جهت و در چند زمینه حق استادی بر من دارد و شاید مبالغه نباشد اگر بگویم بیش از پدرم در تربیت و پرورش من حق دارد. ویراستاران مقابله‌گر دیگری که در آن وقت ترجمه‌ها را در زمینه‌های مختلف با متن اصلی مطابقه می‌کردند و بر من حق تربیت دارند؛ جلال‌الدین اعلم، محمد حیدری ملایری (فعلاً پژوهشگر اخترشناسی در شیلی)، غلامعلی حداد عادل، عبدالله ارگانی، و شاید چند تن دیگر. از هر کدام چیزی یاد گرفته‌ام، اما مهم‌ترین اصلی که به آن عمیقاً معتقد شدم و پایدار ماندم و هرچه زمان می‌گذرد و تجربه‌ام بیش‌تر می‌شود و نسل جوان را به چشم می‌بینم، بیش‌تر به آن معتقد می‌شوم، اهمیت نظام «دستیاری» است. هیچ ویراستار تازه‌کاری در هیچ واحد ویرایشی نباید کارش را به‌طور مستقل شروع کند. اگر ویراستار سبک‌ها، سلیقه‌ها،

روش‌ها، روحیه‌ها، منش‌ها و برخوردهای مختلف را نبیند، تصویری از ویرایش در ذهن او ایجاد می‌شود که با واقعیت منطبق نیست. یکی از علت‌های تکثیر ویراستارانِ کرگدنی، نبودن همین نظام دستیاری است؛ و یکی دیگر از علت‌های این تکثیر، مدیرانی هستند که خود یکباره مدیر شده‌اند، و چون هیچ مرحله و دوره تربیت یا حتی آماده‌گری را نگذرانده‌اند، به خود حق داده‌اند هر کس دیگری را هم مدیر و مسئول هر قسمت یا هر کار دیگری بکنند. ما خود به چشم دیده‌ایم که مدیران از میان کسانی که برای گرفتن کار و شغل معرفی می‌شده‌اند، عده‌ای را هم به عنوان ویراستار به بخش‌های ویرایش معرفی کرده‌اند. یکی از بنیادهای شناخت، مقایسه است. ویراستاری که از سبک‌ها، روش‌ها و شگردهای ویرایش مبنای مقایسه نداشته باشد، چگونه می‌تواند راه روشنی برگزیند که بگوید مناسب‌ترین این است؟ به‌ویژه در کشور ما که نظام آکادمیک برای آموزش ویراستاری و بسیاری تخصص‌ها و مهارت‌های دیگر نیست، نظام دستیاری ضروری‌تر است. در دانشگاه‌های خارج، آسیستان (دستیار) از استادش نه تنها دانش و تخصص، که همه ریزه‌کاری‌های زندگی دانشگاهی و بسیاری از ظرایف زندگی عمومی را نیز، می‌آموزد. اختصاصات فرهنگی هر حوزه‌ای از راه همین نظام‌های دستیاری آشکار می‌شود، رشد می‌کند و در بوتۀ نقادی قرار می‌گیرد. اگر من این بخت نیک را نمی‌داشتم که با ویراستاران مختلف کار کنم، هیچ وقت به این صرافت نمی‌افتادم که از مسائل عملی ویرایش به مسائل نظری و جنبه‌های مفهومی آن توجه کنم و درصدد برآیم ببینم که فی‌المثل در ویرایش چرا ویراستارانی به روش «حداکثر دخالت» و ویراستاران دیگری به روش «حداقل دخالت» روی می‌آورند و انگیزه‌ها و استدلال‌های آن‌ها چیست. این قضیه، ساده نیست که بتوان سرسری از آن گذشت. ویراستاران کشور عملاً یا به یکی از این دو روش، یا به راه میانه بین این دو عمل می‌کنند. دو تن از بزرگ‌ترین و پراوازه‌ترین ویراستاران ما، درست از دو روش مخالف پیروی می‌کنند. واقعاً جالب توجه است، هر دو معروفند، هر دو محترمند، هر دو استاد چیره‌دستند، اما روش‌هایشان با هم فرق دارد.

در ضمن این را هم اضافه کنم که در فرانکلین مدتی اصغر مهرپرور مسئول

بعضی از کارهایی بود که به من محوّل می‌شد و بعضی از نکات فنی را در نمونه‌خوانی و نسخه‌پردازی به من یاد داد و او هم بر من حق معلمی دارد. محمد حیدری ملایری هم، بسیاری از نکته‌هایی را که از دکتر میرشمس‌الدین ادیب سلطانی آموخته بود، به من آموزش داد.

بعد از آن با کجاها همکاری کردید؟

از ۱۳۵۵ تا ۱۳۶۰ در مؤسسه تحقیقات کار می‌کردم. چند سالی اتاقم در طبقه اول ساختمان رستم‌گیو بود. کنار اتاقم اتاق باقر مؤمنی بود و محل رفت و آمد شماری از چاپ‌گراهای آن روزگار. بسیاری از اهل قلم چپ را نخستین بار در آن اتاق دیدم. اتاق روبرویم بسیار بزرگ و تالارمانند بود و چندین میز داشت. از جمله میز کار بهاء‌الدین خرمشاهی، نازی عظیمی، مهوش بهنام و پاتوق تقریباً دائمی کامران فانی بود. کمی آن‌طرف‌تر، اتاق کار دکتر حسین دانشی بود، استادم در علم اطلاع‌رسانی و بانی و مروج این رشته در ایران. او سعی زیادی کرد که من جانشین و ادامه‌دهنده راه او باشم. کارهای مشترکی هم داریم و در چند طرح سازماندهی هم همکار او بوده‌ام، اما به رغم همه مساعی او و تلاشی که در راه انتقال همه دانسته‌ها و تجربه‌هایش به من داشت، بیش‌تر دعوای او و اختلاف‌های او به من ارث رسید تا چیزهای دیگر. ته سالن اتاق کار شیرین تعاونی، مترجم و تئاترشناس، بود. در طبقات دیگر هم عده دیگری از اهل قلم کار می‌کردند، مثل علی برزگر، اسماعیل خویی، محمدرضا جوزی، مدتی مدیر کنونی مجله گل‌آقا، داور شیخاوندی، پوری سلطانی، خود احسان نراقی، و بسیاری شریف و ضعیف دیگر. محیط عجیبی بود، همه جور آدم و همه جور تخصص در آن‌جا یافت می‌شد. وقت من در آن پنج سال بیش‌تر صرف مباحث نظری علم اطلاع‌رسانی شد، اما توانستم از فرصت استفاده کنم و در فلسفه و علوم اجتماعی و روش‌شناسی‌ها دست به مطالعه نسبتاً وسیعی بزنم. مجموعه منابع و مجلات خارجی آن‌جا خوب بود و فتوکپی و صحافی هم برای ما رایگان. همین دو عامل سبب شد که مجموعه اطلاعات گسترده‌ای در اتاق کارم گردآوری کنم. دکتر دانشی هم مدارک و منابع زیادی برایم فرستاد و چند قفسه پر از منابع،

آنجا را به یکی از مراکز منابع تخصصی تبدیل کرد. در آن چند سالی که در آنجا بودم بیش از چند کتاب ویرایش نکردم، اما مسئله‌ای که برایم مطرح شده بود، به‌ویژه آن‌که جزو مشاوران مرکز اسناد فرهنگی آسیا (وابسته به یونسکو) هم بودم، این بود که ساختارهای منابع اطلاع‌رسانی چگونه باید باشد و اگر نباشد به چه روش‌هایی می‌توان در آن‌ها تغییر داد تا به درجه مطلوب برسد؟ یا مثلاً آسیب‌شناسی این دسته از منابع چیست و چگونه است؟ در باره ساختار برخی از این منابع، مثلاً کتاب‌شناسی‌ها، نمایه‌نامه‌ها و راهنماها از حیث نظری و عملی در آن مؤسسه کار شده بود. تأثیر آن مؤسسه در تحوّل شکلی و محتوایی منابع اطلاع‌رسانی در ایران قابل انکار نیست. در واقع، من از محیط انتشاراتی و با تجربه‌های انتشاراتی به این محیط تحقیقاتی رفتم، در پرتو تجربه‌ها و دانسته‌های آن‌ها و از دیدگاهی دیگر به مسائل نگریستم، با زبان، بیان و مفاهیم آن‌ها آشنا شدم، و پس از پنج سال بار دیگر به محیط و فضای انتشاراتی باز گشتم. خود همین به تنهایی و قطع نظر از عوامل دیگر، به من قدرت مقایسه تازه‌ای می‌داد.

نزدیک به سه سال تا آذر ۱۳۶۳ خانه‌نشین بودم و در خانه کار می‌کردم. تمام مدت ترجمه می‌کردم و ویرایش، و اوقات معینی را کتاب می‌خواندم و کوهنوردی می‌کردم و راه می‌رفتم. برنامه بسیار منضبطی داشتم. یک دقیقه وقتم را تلف نمی‌کردم و با تحمیل این انضباط بر مشکلات زندگی، توانستم سال‌های بسیار سختی را در زندگی فردی و اجتماعی‌ام با کار منضبط سپری کنم. برای چند ناشر تعدادی کتاب ویرایش کردم و بیش‌ترین همکاری‌ام با نشر نو (رضا جعفری) و نشر گفتار (سیامک عاقلی) بود. در آذر ۱۳۶۳ به دعوت دکتر مهدی محقق، که سمت استادی بر من داشت و با آقای خرمشاهی و فانی و مهندس معصومی همدانی نزد ایشان شرح منظومه و مطوّل می‌خواندیم، به نخستین گروه تشکیل‌دهنده هسته علمی بنیاد دایرةالمعارف اسلامی (ناشر دانشنامه جهان اسلام) پیوستم و از ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۴ به مدت ده سال به ویرایش هم اشتغال داشتم و از آن سال (۱۳۷۴) تاکنون جز در مواردی بسیار نادر و به مقدار بسیار اندک و حتماً لازم، دیگر کار عملی ویرایش نکرده‌ام، و در عوض به مسائل

نظری و جنبه‌های علمی و مفهومی آن بسیار علاقه‌مند شده‌ام. و همان‌گونه که می‌دانید ویرایش با مبحث نشر هم پیوند جدایی‌ناپذیر دارد. در حال حاضر هم فقط جنبه‌ای نظری از ویرایش را درس می‌دهم و در باره جنبه‌هایی از آن مطالعه و تحقیق می‌کنم، چیز می‌نویسم و اگر روزگار بگذارد شاید کتابی هم در این باره منتشر کنم.

اولین ویراستاران این دانشنامه چه کسانی بودند؟

در دانشنامه جهان اسلام مردان بی‌همتایی ویرایش می‌کردند. واقعاً موجب تأسف عمیق است که واحدی نتواند این‌ها و نظیر این‌ها را نگاه دارد، حفظ کند و حتی جزو افتخارات خودش به حساب بیاورد. نخستین ویراستاران دانشنامه فتح‌الله مجتبیایی و علی اشرف صادقی بودند. مجتبیایی از قدیمی‌ترین و نخستین ویراستاران ایران است. علی اشرف صادقی علاقه اصلی و جدی‌اش به زبان‌شناسی است، اما اگر به مقاله‌ای واقعاً علاقه‌مند می‌شد و مایه می‌گذاشت، از بهترین نوع ویرایش‌های مفهومی و زبانی را ارائه می‌داد. من فقط مدت کوتاهی با او ارتباط مستقیم داشتم و طبعاً اطلاع دقیق و زیادی در باره جنبه‌های ویراستاری‌اش ندارم. آقایان مجتبیایی و صادقی پس از یکی - دو سال همکاری از دانشنامه رفتند. در ضمن دکتر مهدی محقق هم جای خود را به دکتر نصرالله پورجوادی داد و ترکیب ویرایش هم عوض شد. ابوالحسن نجفی سرویراستار شد و سعید ارباب شیرانی و عباس حرّی (ویراستاران ترجمه از انگلیسی به فارسی)، رضا سیدحسینی (ویراستار ترجمه از فرانسوی به فارسی)، علی کاتبی (ویراستار ترجمه از ترکی به فارسی) اعضای ویرایش بودند. دکتر آذرتاش آذرنوش هم مدت کوتاهی در بخش ویرایش کار می‌کرد (مقابله ترجمه‌های فرانسوی). دکتر احمد طاهری عراقی معاون علمی بود و من هم امور تألیف و ترجمه را اداره می‌کردم و به موازات به مقابله و ویرایش هم می‌پرداختم (مقابله ترجمه انگلیسی به فارسی). سپس ویرایش مقاله‌های تألیفی را آغاز کردم. ویرایش اول را من انجام می‌دادم، ویرایش دوم را دکتر طاهری، و رسیدگی نهایی را ابوالحسن نجفی. در ضمن اگر مقاله کمبود و کاستی

اطلاعاتی یا آماری داشت، یا منابع به قدر کافی دیده نشده بود، باید تکمیل می‌شد. اطلاعات مأخذشناسی دکتر طاهری بی‌نظیر بود. این شیوه کار را بسیار دوست داشتم، چون دو آدم فاضل و بسیار دقیق، ویرایش مرا دو بار دیگر بررسی و احیاناً ویرایش می‌کردند. در این دوره بود که فهمیدم برای به دست آوردن رضایت علمی دو سختگیر دقیق‌النظر چقدر باید زحمت کشید. بعضی روزها احساس می‌کردم یکی از خوشبخت‌ترین آدم‌های روزگارم و یکی از بهترین شغل‌های دنیا از آن من است. موهبت همکاری نزدیک با چنین کسانی، و بعد هم حضور کسی مانند دکتر عباس زریاب که با دانش شگفتی‌انگیزش کم‌مشکلی بود که حل نکند، در آن مجموعه و حضور علما و فضلاء دیگر، به راستی نعمت بی‌مانندی بود که خداوند مرا با آن آشنا و برای مدتی از آن بهره‌مند گردانید. شاید هر انسانی دوره کوتاهی از خاطره‌هایش دوره بهره‌مندی از نعمت‌های الهی، موهبت‌های طبیعی یا سایر مواهب است. دوره‌ای که زریاب، طاهری و نجفی حضور داشتند و من با عشق و نیرو کار می‌کردم، دوره خاطره من از مواهب بی‌مانند است. به هر حال، بعد از مدتی قرار شد مقالات چندگانه در یک موضوع را به اصطلاح «اوراق» کنم و از قطعه‌های مطمئن آن‌ها مقاله دیگری سوار کنم. تجربه در این زمینه، به‌ویژه آن‌که چند صاحب‌نظر دقیق‌النظر هم در کنار باشند، از حیث رهیافت ساختاری به مقالات، بسیار آموزنده بود. نکته‌های زیادی آموختم و در حد امکان به دیگران هم منتقل کردم. بعد از من خواستند شماری از مقالات را بازنویسی کنم. مرادشان از بازنویسی این بود که مقاله را بگیرم و معیارهای دانشنامه‌نگاری را در آن‌ها اعمال کنم و سپس مقاله را از سر بنویسم. از قضا به این کار علاقه خیلی زیادی پیدا کردم و در آن عمیق شدم و به این نکته پی بردم که این مفهوم گسترده‌تر از آن است که پیش‌تر تصور می‌شد. وقتی شما به قلمرویی قدم می‌گذارید که ناشناخته است و به اجزا و عناصر تازه‌ای برمی‌خورید که نمی‌شناسید، شاید نخست ناگزیر شوید نامگذاری کنید، یا نام‌ها را تغییر دهید، یا شباهت‌زدایی کنید، چون شباهت ممکن است سوء تفاهم و مشکل ایجاد کند، یا به عکس شباهت‌سازی کنید، چون ممکن است تشبیه‌ها به شما کمک کند، و نظایر این‌ها. به گمانم نامگذاری

به این دلایل لازم است. مثلاً اگر در نوشته‌ای مفهوم و مضمون حفظ می‌شد، اما زبان و بیان تغییر می‌کرد، نام آن را «بازنگاری» می‌گذاشتم و به خودم بازنگار می‌گفتم. اگر مفهوم و مضمون به گونه دیگری تنظیم می‌یافت، نام این کار را «بازآرایی» می‌گذاشتم و به خودم «بازآرا» می‌گفتم و اگر هر دو کار را روی نوشته انجام می‌دادم، به آن «دگرآرایی» و به خودم دگرآرا می‌گفتم. این‌ها را محض مثال عرض کردم. از طرف دیگر معتقدم نامگذاری و تمایز نام در تحلیل علمی و موضوعی ضرورت انکارناپذیر دارد. اهمیت شناخت در همین تفاوت‌های ریز و کوچک است. اگر بخواهیم به ویرایش به عنوان موضوع مطالعه علمی نگاه کنیم، ناگزیریم آن را به همه اجزا و عناصرش خرد کنیم. برخورد گستره‌ای و فله‌ای و کمپرسی با نوشته‌ها، عامل مؤثر در شناخت و در پیشرفت ویرایش نیست. اگر کومه کار را ریختند روی میز ویراستار و گفتند ویرایش کن، ویرایش پیشرفت نمی‌کند؛ هر قدر هم که ویراستار مبتکر و با حسن نیت باشد. ویرایش با تعریف و تحلیل علمی، با بررسی اجزا، دقت در جزئیات و در نظر داشتن هدف‌های بلند و گسترده رشد می‌کند. ویرایش با اتکا به فهم مشترک (Common sense) و با تقویت و گسترش آن رشد می‌کند. مدیرانی که زمینه‌های لازم را برای رشد اجزای ویرایش فراهم بیاورند، به پیشرفت و توسعه آن، و سرانجام به غنای زبان، اندیشه، قلم و فرهنگ کمک کرده‌اند. عصر ویرایش‌های عالی در عین حال عصر اعتلای فکری - فرهنگی هم هست.

تعریف شما از ویرایش چیست؟

اگر اجازه بدهید این پرسش را قدری بیش‌تر باز کنیم، دلایلی دارم که عرض می‌کنم. اما نخست از همه، تکلیف خود واژه ویرایش باید روشن شود. آیا می‌خواهیم این واژه، این اصطلاح، برای کسانی که آن را به کار می‌برند، معنای مشخصی داشته باشد یا نه. مثلاً وقتی می‌گوییم پزشکی، معماری، مهندسی و امثالهم، نه تنها جامعه ما، که جوامع دیگر هم با فهم آن مشکل ندارند. تعریف، دامنه معنایی و شرح بعضی از مشاغل جنبه استاندارد بین‌المللی پیدا کرده است. تصور از شغلِ هوشبریِ اتاق عمل در همه جای جهان تقریباً یکسان است.

اصولاً در عصر ما بیش تر مشاغل، مسئولیت‌ها و وظایف جنبه جهانی پیدا کرده است، و ما هم در جامعه خودمان خواه ناخواه داریم به این سمت می‌رویم. همه حوزه‌هایی که استاندارد بین‌المللی ایزو در آن‌ها کاربرد دارد، مثلاً تولید صنعتی، از الگوهای جهانی همانندی پیروی می‌کنند. استاندارد مدیریت کیفیت تولید در همه جای جهان تقریباً یکسان است. و این پدیده در حال گسترش است و اگر روزی فی‌المثل مدیریت و اجرا در روزنامه‌ها، مجلات، رسانه‌ها و انتشارات جدی و اقتصادی شود - که حتماً روزی می‌شود - آن وقت استانداردهای ویرایش هم در کنار سایر استانداردها جدی خواهد شد. بنابراین، نخست باید تصمیم بگیریم که آیا می‌خواهیم به این نکته آگاهانه توجه کنیم که ویرایش و ویراستار را در جامعه‌مان با تعریف استاندارد جهانی بپذیریم یا نه. اگر می‌خواهیم، پس باید بگوییم ویرایش در زبان فارسی همان دامنه معنایی را دارد که مثلاً Editing در زبان انگلیسی. یعنی نگوییم ویرایش از نظر ما فلان بخش و بهمان بخش معنای Editing را دارد و فلان بخش و بهمان بخش را ندارد؛ یعنی همین وضع نامشخص فعلی که هرکسی می‌خواهد برداشت خودش را تعریف عمومی قلمداد کند. از طرف دیگر، بحث نظری و مفهومی ویرایش حتماً باید در جای مشخصی و در محدوده معینی متمرکز شود، وگرنه مبحثی علمی و مطالعاتی نخواهد بود و دچار تفرقه می‌شود. مثالی عرض کنم. در زمینه‌های مختلف از علم، فن و هنر بلاغت استفاده می‌شود، در سخنرانی‌ها، در گفتارهای رادیویی - تلویزیونی، در تدریس، در انواع رشته‌های نویسندگی و غیره. هرکسی، در هر حوزه و رشته‌ای، بنا به نیاز، کاربرد و مورد از بلاغت استفاده می‌کند، اما بحث نظری و مفهومی بلاغت در محدوده خاصی از ادبیات متمرکز است و هرکسی بخواهد بلاغت بیاموزد، باید به این محدوده خاص در قلمرو ادبیات بیاید. ممکن است کسی از دیدگاه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، زبان‌شناسی، سایبرنتیک به بلاغت نگاه کند، اما در این حالت هم باید دیدگاه خودش را از هر حوزه‌ای که می‌خواهد، به قلمرو خاص بلاغت بیاورد. بحث ویرایش هم حتماً باید در جای ویژه خودش متمرکز شود. «علم»، «فن» و «هنر» ویرایش در محل خودش تدریس شود و هرکسی که به ویرایش نیاز دارد، به این

محل خاص بیاید و چیزی را که احتیاج دارد بیاموزد، برگیرد و به حوزه خودش ببرد. در چنین حالتی است که متون اصطلاحات، تعابیر، کاربردها، روش‌ها و غیره شناسایی و تثبیت می‌شود. قرارداد، سنت، رویه و طرز عمل به وجود می‌آید. توافق‌های نظری برقرار می‌گردد و مفاهیم صورت می‌گیرد. تشبیه و بلبشوی کنونی حاکم بر عرصه ویرایش در جامعه ما پیامد همین فقدان است که عرض کردم. در کشورهایی که ویرایش آموزش آکادمیک دارد، معمولاً در رشته نشر (Publishing) تدریس می‌شود و خود نشر را هم در بعضی دانشگاه‌ها در دانشکده علوم ارتباطات، یا علوم ارتباطات و اطلاعات، یا مدیریت‌های فرهنگی، یا حتی دانشکده‌های علوم انسانی تدریس می‌کنند. سلیقه دانشگاه‌ها متفاوت است. در دانشگاه‌ها علم، فن و هنر ویرایش و مبادی نظری و مفهومی و روش‌های عملی آن تدریس می‌شود، اما در اتحادیه‌ها و انجمن‌های ویراستاران یا ناشران، یا در دوره‌های آموزشی کاربردی، مهارت‌های عملی ویرایش در رشته‌های مختلف، مثلاً در علوم انسانی، پزشکی، مهندسی، فنی، یا در مجله، روزنامه، رسانه‌ها و غیره آموزش داده می‌شود. ما در جامعه‌مان به هر دوی این‌ها نیاز داریم. حتماً باید ویرایش را در دانشگاه تدریس کنیم و بحث‌های نظری و علمی آن را متمرکز کنیم، و حتماً باید دوره‌های متعدد مهارتی خارج از دانشگاه بگذاریم و ویرایش را اعتلا و وسعت ببخشیم.

چگونه می‌توان این حرفه را نظام‌مند کرد؟

تا نظام آکادمیک ویرایش ایجاد نشود، تا اتحادیه، انجمن یا هرگونه تشکل صنفی دیگری خاص ویراستاران شکل نگیرد، هیئت‌های تخصصی سازمان نیابد، و در باره تعریف‌ها و قراردادها توافق نشود، وضع کنونی ویرایش تغییر نخواهد کرد. انجمن ویراستاران، از خود ویراستاران، به انتخاب خود آنان و با تصویب خود آنان باید تعیین کند ویژگی‌های شغلی و حرفه‌ای ویراستاران چگونه باشد. صنف وقتی درست کار کند، هیچ نهادی به خودش اجازه نمی‌دهد کسی را که اتحادیه صنف از حیث علمی، فنی و رفتار اجتماعی تأیید نکرده است، به خدمت بگیرد. دولت اگر به موضوع ویرایش آگاهی دارد و علاقه‌مند

است مشکلات آن حل شود، مانع را از سر راه تشکیل صنف ویراستاران بردارد. ممکن است در گام‌های نخستین تشکیل مشکلاتی باشد، اما به مرور حل خواهد شد و ویراستاران واقعی تشکیلات خود را به گونه‌ای سازمان می‌دهند که کیفیت‌های لازم در این حرفه حفظ شود.

به نظر شما چرا نمی‌توان تعریفی از ویرایش به دست داد؟

مشکل تعریف به گمان من در جامعه ما از این جا ناشی شده که ویرایش متنوع از نشر دیده شده است، حال آن‌که اگر نشر نباشد، ویرایش به محدوده فعالیت بسیار بسیار کوچکی تبدیل خواهد شد. یا مثلاً اگر نشر الکترونیکی گسترش بیابد، که دارد گسترش پیدا می‌کند، و پدیدآورندگان به طور مستقل با مخاطبان خود تماس برقرار کنند، و نرم‌افزارهای ویرایش کار پدیدآورندگان را از جنبه یکسان‌سازی‌ها و هماهنگی‌ها تسهیل کند، معنی ویرایش تغییر می‌کند. حضور ویراستار در نشر الکترونیکی باید شکل و کارکرد دیگری داشته باشد، غیر از شکل و کارکرد کنونی در نشر کاغذی / نشر چاپی. اصولاً آینده شغلی ویراستاران به نشر الکترونیک و کاربرد الکترونیک در نشر وابسته است، زیرا نشر از جمله فعالیت‌هایی است که به سرعت و به شدت از الکترونیک و فناوری رایانه تأثیر می‌گیرد. اگر به سیر تحولات درست توجه نکنیم، و همچنان گرفتار تصورات قرن نوزدهمی از ویرایش باشیم، ویراستارانمان در آینده‌ای نه چندان دور با زیان و تهدید روبرو خواهند شد.

به نظر شما، ویرایش شامل چه کارهایی می‌شود؟

عده‌ای وظیفه اصلی ویرایش را اعمال دقت و صحت در متن می‌دانند. گو این که صحت و دقت و امانت و نظیر این‌ها از واجبات متن و اعمال آن‌ها از وظایف اصلی ویراستاران است، اما اگر این‌ها را بنیادهای اصلی تعریف قلمداد کنیم، از حقیقت امر دور شده‌ایم. دقت، هدف نیست، وسیله است. وسیله‌ای است برای این که مقصود پدیدآورنده درست به مخاطب منتقل شود. اگر در ویرایش دقت‌گرا شدیم، که برخی از ویراستاران شدند، معنا و مضمون ممکن است از

دست برود یا تحت الشعاع جنبه‌های صوری قرار بگیرد که در هر صورت، نقض غرض است. اصولاً دقت و صحت و امانت، مانند بسیاری مفاهیم دیگر نسبی است. نسبت آن تابع کاربردهای متن و هدف‌های انتقال پیام است. این متغیرها را هدف نشر تعیین می‌کند، هدف سازمان و تشکیلاتی که ویرایش و ویراستار را برای مقصودی به خدمت می‌گیرد. مثلاً در کتابی که آمار و ارقام و اعداد موضوع اصلی است، دقت یک معنا دارد و در سفرنامه‌ای که سفرنامه‌نویس به آمار و ارقام دام و جنگل و جمعیت ناحیه‌ای اشاره کرده است، دقت معنای دیگری دارد. در کتاب‌های درسی دقت املایی یک معنا دارد و در رمان یا اثری ادبی که نویسنده در املای کتاب به عمد شلختگی می‌کند، دقت املایی معنای دیگری دارد. در واقع، هدف و کاربرد، معنای دیگری به دقت می‌دهد. دقت‌های مصاحب‌وار برای دانشنامه‌ها، فرهنگ‌ها و همه کتاب‌های مرجع و درسی لازم است، اما با دقت‌های مصاحب‌وار که نمی‌توان مجله و روزنامه منتشر کرد، مصاحبه مطبوعاتی انجام داد یا برنامه رادیویی - تلویزیونی را ویرایش کرد. ویراستار باید به گونه‌ای تربیت شود که مثل بازیگر بنا به نقش بازی کند، بنا به موقعیت، بنا به هدف، بنا به کاربرد، بنا به تأثیر، نه بنا به تصویری که خود دارد و می‌خواهد به آن پای‌بند بماند. نشر ممکن است در موردی بخواهد کارکردگرا باشد و جنبه‌های دیگر اثر تحت الشعاع کارکرد قرار گیرد، یا هدف‌گرا باشد و فقط هدف مورد نظر تأمین شود، یا مخاطب‌گرا باشد و فقط احیای پیام به شکل مطلوب در ذهن مخاطب مقصود باشد، و نظایر این‌ها. هر کدام که مبنا قرار بگیرد، نوع خاصی از ویرایش را اقتضا می‌کند. ویرایش، عمل مکانیکی ثابتی نیست که بتوان براساس جدول و دستورالعمل و مجموعه مقررات به آن عمل کرد. به همین دلیل است که فقط علم و فن نیست، بلکه هنر هم هست، و به همین دلیل مثل سایر مهارت‌هایی که چند اصل بسیار ساده دارد اما عمل کردن به آن سال‌ها تجربه و ممارست می‌خواهد، باید طی زمان آموخته شود و دیدگاه‌ها، روش‌ها، تنوع‌ها و مقتضیات گوناگون به متعلم یا کارورز ویراستاری آموزش داده شود. مترجمان بزرگ، مانند بازیگران بزرگ، زبان را متناسب با موقعیت و مقال به کار می‌گیرند. ویراستاران بزرگ هم دانسته‌ها، فنون و هنرهای ویرایش را

بنا به موقعیتی که متن باید با آن تناسب داشته باشد، بنا به وقوع، بنا به اصابت صحیح به هدف، به کار می‌گیرند. اگر بخواهم تشبیه کنم، به گمانم ویرایش مثل طرز کار عدسی باشد که میان چشم بیننده و پدیده‌ای که باید مشهود شود قرار می‌گیرد، میان این دو حایل می‌شود و کمک می‌کند که تمرکز کانونی درست انجام بگیرد. عدسی نه از پرتوها می‌کاهد و نه بر آنها می‌افزاید. دخل و تصرف آن فقط در این حد است که با عمل شکست نوری به رؤیت درست و دقیق کمک می‌کند. وظیفه ویراستار شبیه طرز کار عدسی است، اما در عین حال نمی‌خواهم این تشبیه را تعمیم بدهم. از این تشبیه فقط برای تقریب به مفهوم ویرایش استفاده می‌کنم، زیرا دامنه و انواع ویرایش به حدی گسترده و متنوع است که نمی‌توان با یک تعریف و تشبیه به همه جنبه‌های آن واقف شد.

اما جامعه تلقی دیگری از ویرایش دارد.

شاید بهتر باشد ریشه اصلی بدفهمی و سوء برداشت از ویرایش را در جامعه خودمان در چگونگی پیدایش و تاریخ تحول ویرایش در ایران دنبال کنیم. به گمانم موضوع با اهمیتی است و استعداد این را دارد که مثلاً پایان‌نامه دکترا در زمینه آن نوشته شود. داده‌ها و اطلاعاتی که داریم ناقص، نکاویده و تحقیق نشده است، بنابراین هرچه فعلاً بگوییم حکم حدس و گمان و فرضیه خام را دارد و ارزش آن از این حد بیش تر نیست. گمان می‌کنم اگر نشر در ایران، سیر تحول خود را به طور طبیعی طی کرده بود، یعنی از صنعتی محدود در عصر قاجار و پس از اصلاحات عباس میرزا نایب السلطنه، به تدریج به صنعتی در حال تحول و گسترش تبدیل می‌شد و اقتصاد و بازار خودش را خودش ایجاد می‌کرد و به منابع درآمد و تولید خودش متکی می‌شد و روی پای خودش می‌ایستاد (اگر - تأکید می‌کنم: اگر) ویرایش به عنوان یکی از ارکان نشر، و در خدمت هدف‌های نشر قرار می‌گرفت و حتماً مخاطبان بهتر و بیش تری ایجاد می‌کرد و مانند همان عدسی که عرض کردم، ناشر و مخاطب نشر را در ارتباط مستقیم و توازن و تعادل قرار می‌داد. اگر چنین می‌شد، ویرایش اکنون در ایران معنا، مفهوم و کاربرد دیگری داشت، کما این که اگر سایر صنایع فرهنگی، و اصولاً صنایع ما سیر

عادی و طبیعی خود را می‌داشتند، ما اکنون سوار خودروهای دیگری می‌شدیم، با قطار و متروهای دیگری سفر می‌کردیم، در خانه‌های نوع دیگری به سر می‌بردیم و حالا هم طور دیگری با هم حرف می‌زدیم. ویرایش در ایران از بدنه نشر جدا بوده و طی زمان هم جدا تر شده است. با اجزای نشر رابطه اندام‌وار (اُرگانیک) نداشته و متناسب با آن‌ها تحول و رشد نیافته است. حتی هنوز هم اگر در ساختار مؤسسات انتشاراتی دقت کنید، میان سه رکن اصلی یعنی تولید فرهنگی (که ویرایش اصلی‌ترین و مهم‌ترین جزء آن است)، تولید فنی - هنری، و تولید چاپی ارتباط اندام‌وار نمی‌بینید. اگر شما جایی بگویید که ما در بعضی مؤسسات انتشاراتی ویراستارانی داریم که تاکنون چاپخانه ندیده‌اند یا اصول و روش کار لی‌آت را نمی‌دانند یا بلد نیستند کتاب را محاسبه قیمت کنند، و در آن جایی که این حرف را می‌زنید با اصول ویرایش و نشر آشنا باشند، با چشمان حیرت‌زده از حدقه بیرون زده به شما زل می‌زنند. در واقع، ویرایش به جای آن‌که متناسب با اجزای نشر باشد و هماهنگ با آن‌ها عمل کند، به نوعی فعالیت روشنفکری انزواجو، حاشیه‌گرا و گاهی هم به نوعی حرفه رازورانه با شیوه‌های نهان روشن و اصول و فنون مخفی تبدیل شد. به جای آن‌که به علم، فن و هنری باز و آشکار و در معرض دید و بحث تبدیل شود، به فعالیتی زیرزمینی تبدیل شد. تحول عمده در ویرایش، در ایران، از دهه ۱۳۳۰ آغاز شد. سرخوردگی سیاسی، اختناق، سرکوب، متلاشی شدن فعالیت‌های روشنفکری از جمله عواملی بود که مستقیم و غیرمستقیم بر ویرایش تأثیر گذاشت. عده‌ای از لت و پار شده‌های سیاسی وارد فعالیت‌های مطبوعاتی و انتشاراتی شدند و نخستین واحدهای ویرایش را تشکیل دادند و به ویراستاری پرداختند و فرهنگ و سنتی را بنا گذاشتند که ما اکنون در ادامه آن هستیم و از دامنه تأثیرهای بد و خوب آن رها نشده‌ایم. گمان می‌کنم رها شدن از این تأثیرها و جستن از دام سنت‌های نقادی نشده آن‌ها ساده نباشد و روند هشیاری‌انگیزی، خودآگاهی، خودکاو و خودیابی لازم است تا ویراستاران به گونه دیگری به خود نگاه کنند، به گونه دیگری خود را تعریف کنند و به فعالیت دست بزنند که جامعه هم جایگاه و منزلت آن‌ها را درست بشناسد، در جای درستش قرار دهد و با آن درست رفتار کند.

با توجه به تعریف ویرایش در زبان‌های خارجی، آیا می‌توان شمول آن را مشخص کرد؟

همان‌طور که عرض کردم تعریف فرنگی از ویراستار با تعریف متداول در جامعه ما، که ویراستار زبانی و صوری را تنها نوع ویراستار می‌انگارد، متفاوت است. مثلاً در یک تقسیم‌بندی کلی، ویراستاران را به دو دسته اصلی تقسیم می‌کنند: ویراستاران درون مؤسسه انتشاراتی و ویراستاران بیرون مؤسسه. ویراستاران درون مؤسسه هم به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند: ویراستاران میل‌نشین و ویراستاران صندلی‌نشین، یا میز‌نشین یا پشت میز‌نشین. ویراستاران میل‌نشین به ویراستاران کار کشته مجرب و کاردانی گفته می‌شود که مانند معماران، ساخته شدن بنا یا مانند رهبران ارکستر، اجرای موسیقی و هماهنگی و همنوایی را رهبری می‌کنند. این نوع ویراستاران نمی‌نشینند و ویرایش کنند، بلکه با قوه تشخیص، مانند پزشکان حاذق که بیماری را تشخیص می‌دهند و راه مداوا را می‌گویند، راه تکوین اثر را معلوم می‌دارند. این‌ها دیرک‌های اصلی خیمه‌نشرند. نشر به تجربه و دانش و ذوق و تشخیص آن‌ها متکی است. به مسائل علمی و فنی نشر هم بسیار مسلطند. ما نظیر این ویراستاران را تقریباً می‌شود گفت به ندرت ممکن است داشته باشیم، زیرا ساختار نشر ما توان پرورش چنین ویراستارانی را ندارد. نوع دوم که عرض کردم ویراستاران میز‌نشینند که باید دست‌نوشته را پهن کنند روی میز و نسخه ویراستار میل‌نشین یا سرویراستار را پیچند و اثر را متناسب با سیاست‌ها و برنامه‌های ناشر - که معمولاً متکی به مطالعه و برآورد است - برای نشر آماده کنند. ویرایش این‌ها هم بنا به مورد انواع دارد، مثلاً ویرایش زبانی - بیانی / ادبی / نگارشی؛ ویرایش ساختاری، ویرایش محتوایی / مضمونی / مفهومی / علمی؛ ویرایش ساختاری - محتوایی؛ ویرایش استنادی / استشهادی؛ ویرایش صوری (که بنا به غلط متداول در جامعه ما به آن ویرایش فنی می‌گویند) و انواع دیگر. این‌ها ویرایش درون مؤسسه انتشارات است. نوع دیگر ویراستارانی هستند که در مؤسسه انتشاراتی کار نمی‌کنند، بلکه ناشر با آن‌ها قرارداد می‌بندد و مجموعه‌هایی را برای نشر گردآوری و سازماندهی می‌کنند، براساس دانش‌ها و تخصص‌های خودشان.

مثلاً با استاد دانشگاه قرارداد می‌بندد که فلان متن را تصحیح کند و با مقدمات و مؤخرات لازم برای چاپ تحویل دهد. این کار نوعی ویرایش است، مثل بسیاری از متون ادبی ما که به اهتمام استادان دانشگاه‌ها مقابله و تصحیح و برای چاپ آماده می‌شود و این کار در جامعه ما به فعالیت علمی - تحقیقی دانشگاهی تعبیر می‌شود، حال آن‌که جز در خصوص برخی تصحیح‌های انتقادی خاص، فعالیت پژوهشی به معنای حقیقی پژوهش نیست. یا مثلاً خواسته می‌شود که مجموعه‌ای از اسناد، مدارک، نامه‌ها و غیره گردآوری، تدوین و با مقدمات و مؤخرات همراه شود. کسی که این کار را می‌کند، در تقسیم‌بندی فرنگی، نوعی ویراستار است. یا مثلاً خواسته می‌شود مجموعه‌ای از شعرهای شاعران مختلف، نوشته‌های ادبی، آثار فلسفی، تاریخی و غیره گردآوری، تدوین و با مقدمات و مؤخرات لازم همراه شود. از این نوع گردآوری و تدوین در جامعه‌مان زیاد داریم، هم از نوع خوب و ماهرانه‌اش و هم از نوع بد و شیادانه‌اش. این سه دسته که عرض کردم ویراستارند، نوعی از ویراستارند. مقابله‌گران، که ترجمه را با متن اصلی مقابله و صحت و دقت ترجمه را تضمین می‌کنند، ویراستارند. مرحوم یحیی مهدوی بسیار از ترجمه‌های همکارانش را در گروه فلسفه دانشگاه تهران کلمه به کلمه با متن اصلی تطبیق داده و بر صحت و دقت ترجمه صحه گذاشته است و از این رو یکی از ویراستاران برجسته فلسفی ماست. کسانی که بر معماری دانشنامه‌ها (دایرةالمعارف‌ها)، فرهنگ‌ها و سایر کتاب‌های مرجع نظارت و سرپرستی دارند، نوعی ویراستارند. علی‌اکبر دهخدا، محمد معین، غلامحسین مصاحب، سیدجعفر شهیدی، احسان یارشاطر، نوع دیگری از ویراستارانند. سردبیری و دبیری در مجله‌ها و روزنامه‌ها نوعی ویراستاری است. پرویز ناتل خانلری به اعتبار سخن، احسان یارشاطر به اعتبار راهنمای کتاب، احمد شاملو به اعتبار خوشه و چند مجله دیگر، غلامحسین ساعدی به اعتبار القبا ویراستارند. کسانی که در رسانه‌های همگانی، متن‌ها را متناسب با اجراها حک و اصلاح می‌کنند، نوع دیگری از ویراستارانند. همان‌طور که ملاحظه می‌کنید، ویرایش بسیار متنوع و در حوزه‌ها و قلمروهای مختلف و براساس دانش‌ها، روش‌ها و تخصص‌های گوناگون است، اما همان‌گونه که

عرض کردم مبانی نظری و مفهومی آن در بحث خود «ویرایش» متمرکز است و ما اگر بتوانیم از راه آموزش‌های صحیح، ویراستارانی تربیت کنیم که با نقش‌های مختلف ویرایشی آشنا شوند و بنا به موقعیت و مورد و انتخاب روش متناسب ویرایش کنند، تحول اساسی از چند حیث ایجاد کرده‌ایم. چنین تحولی، از چند جنبه، به‌ویژه از جنبه پیشرفت و غنای زبانی، ادبی، فرهنگی، علمی، روشی و ترویج کتاب‌خوانی و اعتلای سطح ذوق و تشخیص در خوانندگان حایز اهمیت است. ویرایش مؤثر به سان اهرمی نیرومند عمل می‌کند و بسیاری چیزهای دیگر را جابجا می‌کند.

ویرایش از چه زمانی وارد نشر ایران شد؟ و تا رسیدن به وضعیت کنونی چه مراحلی را طی کرده است؟

سید فرید قاسمی، پژوهشگر تاریخ مطبوعات، عقیده دارد که از زمان محمدرضا شاه و ناصرالدین‌شاه برای ویرایش سند وجود دارد. ایرج افشار براساس اسنادی که در کتاب مهدوی‌نامه منتشر کرده، می‌گوید در عصر مظفری مؤسسه‌ای انتشاراتی تشکیل شده که محمدعلی فروغی نخستین ویراستار آن به معنای امروزی کلمه بوده است. از بررسی تاریخ تدوین کتاب‌های درسی این‌طور برمی‌آید که در وزارت معارف (بعدها: فرهنگ) دوره رضاشاه در دو دوره، کتاب‌های درسی دبستان‌ها و دبیرستان‌ها رأساً تألیف و توسط هیئتی ویرایش می‌شده است. متأسفانه اطلاعات مربوط به این دوره بسیار اندک است و دقیق نیست. گمان می‌کنم اگر رشته مصاحبه را به این دوره و به کسانی که اطلاعاتی دارند بکشید، به تاریخ نشر و ویرایش کمک کرده‌اید. در ۱۳۲۶ انتشارات دانشگاه تهران با حمایت علی‌اکبر سیاسی و به کوشش پرویز ناتل خانلری تأسیس شد و پس از مدتی از تأسیس، کتاب‌ها را، که همه به قلم استادان دانشگاه تهران تألیف یا ترجمه می‌شد، از حیث املائی و انشایی به اصطلاح ویرایش می‌کردند. از نخستین ویراستاران این مؤسسه اطلاع دقیقی نداریم، اما براساس مصاحبه ایرج افشار در بخارا (ش ۵) معلوم می‌شود که پروین‌گنابادی، روحی‌ارباب و محبوبی اردکانی بعداً از ویراستاران انتشارات دانشگاه تهران بوده‌اند. اسماعیل سعادت در

مصاحبه‌ای که در کتاب ماه چاپ شده، گفته است که ویرایش در بنگاه ترجمه و نشر کتاب چند سالی پیش از مؤسسه انتشاراتی فرانکلین آغاز شده است. گمان می‌کنم این اطلاع جدید باشد و این هم نیازمند بررسی است و بالاخره بخشی از تاریخ نشر و ویرایش ماست که باید روشن شود. در هر حال، ویرایش به‌طور منظم، پس از نیمه دوم دهه ۱۳۳۰ در فرانکلین، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، انتشارات دانشگاه تهران و انتشارات نیل کم و بیش باب شد. در دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ در سازمان‌های دیگری گسترش یافت و معمول شد و به‌ویژه عده‌ای که در فرانکلین تجربه اندوخته بودند به سازمان‌های دیگری رفتند و تجربه‌ها را در آن‌جاها ترویج دادند، مثلاً در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، در دفتر یونسکو در ایران و مجله پیام، در مؤسسه تحقیقات وزارت علوم، در سازمان کتاب‌های درسی، در انتشارات امیرکبیر، در شماری از مجلات و غیره. پس از انقلاب، مرکز نشر دانشگاهی به عنوان سازمانی متمرکز در نشر عملاً وارث اصلی تجربه‌های فرانکلین شد و بخش ویرایش آن در دهه ۱۳۶۰ شاید مهم‌ترین بخش در ایران بود. در همین دهه نشر در ایران گسترش یافت و ویرایش به گونه‌ای که تا آن زمان در ایران بی‌سابقه بود، مورد توجه شماری از مؤسسات انتشاراتی و سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت قرار گرفت. در ضمن با ایجاد چند دایرةالمعارف و تعدادی کتاب مرجع به تعدادی ویراستار با تجربه و مسلط نیاز افتاد. چند دوره آموزش ویرایش هم در چند مؤسسه تحقیقاتی و انتشاراتی، از جمله در پژوهشگاه علوم انسانی و انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی برگزار گردید، اما مهم‌ترین و مستمرترین دوره‌ها از آن مرکز نشر دانشگاهی بود که هنوز هم ادامه دارد. سازمان‌های دیگری هم دست در کار برگزاری دوره‌های ویرایش هستند و تا جایی که اطلاع دارم، اتحادیه ناشران در تهران تاکنون چند دوره ویرایش زبانی - ادبی و چند دوره آموزش نشر برگزار کرده است. گاه به نظر می‌رسد برخی از مؤسسات انتشاراتی واقعیت ویرایش را به عنوان جزء لازمی از نشر پذیرفته‌اند و سعی خود را می‌کنند که ویرایش در سازمان آن‌ها همان‌قدر جدی باشد که سایر اجزای نشر، اما شمار عمده‌تر ناشران، تصورشان از ویرایش فقط ویرایش زبانی است، آن هم به سطحی‌ترین و گاه بازاری‌ترین نوع آن. در

برخی کتاب‌های مرجع، ویرایش کاملاً جدی تلقی می‌شود، ولی این جدیت و میزان و نسبت و کیفیت آن به سرویراستاری بستگی دارد که در تشکیلات آن‌ها باشد. ویرایش جدی بدون سرویراستار واجد شرایط، بیش‌تر شوخی است تا جدی. تناقض و تعارض‌های بزرگ در عرصه ویرایش و اختلاف سطح و تفاوت‌های عمده در تلقی، ایجاب می‌کند که وضع آموزش ویرایش هرچه سریع‌تر سامان بگیرد.

می‌توان حدس زد که بین روش و سبک ویراستاران فرانکلین اختلاف‌هایی وجود داشته است. آیا این اختلاف‌ها مشکل‌ساز نبود؟ یا اصلاً زمینه کار ویراستاران با هم تفاوت داشت. آیا در فرانکلین ضوابط یا آیین‌نامه خاصی برای ویرایش وجود داشت؟

در این باره نمی‌توانم جواب دقیق بدهم به این دلیل که در فرانکلین آدم با تجربه‌ای نبودم و تازه داشتم در آن‌جا ویرایش یاد می‌گرفتم. بنابراین نکته‌ای که می‌خواهم بگویم اصلاً مبتنی بر نظر نقادانه نیست. اما آنچه مسلم است این که ما، که نسل جوان آن زمان فرانکلین را تشکیل می‌دادیم و با ویراستاران با تجربه یا زیر نظر آن‌ها کار می‌کردیم، می‌دانستیم که روش‌های آن‌ها با هم تفاوت دارد. عده‌ای سختگیر بودند، بعضی سهل‌گیر بودند، شماری در همه جزئیات مداخله می‌کردند، و برخی دخالت را به حداقل می‌رساندند. مثلاً احمد سمیعی از هیچ نکته‌ای، ولو کوچک و بی‌اهمیت، نمی‌گذشت. ناصر پاکدامن اعتقادی به رسم‌الخط و جزئیات صوری نداشت و در واقع، بیش‌تر کارها به ویراست‌یار یا دستیار ویرایش او محول می‌شد. ابوالحسن نجفی خیلی نرم و ملایم با ترجمه‌ها برخورد می‌کرد و توجه خود را بیش‌تر بر این متمرکز می‌کرد که خطایی در ترجمه رخ نداده باشد. دکتر محمود بهزاد نسبت به دقت علمی بسیار حساس بود و محمدرضا حکیمی همه دانش و تجربه خود را معطوف به این می‌کرد که هیچ اصلی از اصول اسلام نقض نشود و نکته‌ای خلاف واقع در نوشته نباشد، و نظایر این‌ها. همین تأکیدها، زاویه دیدها طبعاً در سبک و روش ویرایش تفاوت ایجاد می‌کرد. در ضمن تا جایی که خبر دارم، شیوه‌نامه مدون به

زبان فارسی وجود نداشت. شیوه‌نامه انتشارات دانشگاه شیکاگو A Manual of Style، که «کتاب مقدس» نشر و ناشران تلقی می‌شود، و از مبناهای اصلی تألیف و تدوین راهنمای آماده ساختن کتاب، نوشته میر شمس‌الدین ادیب سلطانی است، بسیار محل رجوع بود، اما شاید بتوان گفت رویه عملی ویرایش و جلسه‌های هماهنگی بود که بیش‌تر مبنای همسان‌سازی قرار می‌گرفت تا ضوابط مدون مجری. نخستین شیوه‌نامه مدون در ۱۳۵۴ و ۱۳۵۵ تدوین شد، موقعی که فرانکلین منحل شد و رفت در دل دانشگاه آزاد و «سازمان ویرایش و تولید فنی» به وجود آمد. اگر خطا نکنم، نجف دریابندری از من خواست از کتاب ادیب سلطانی، که هنوز منتشر نشده بود و به صورت دست‌نوشته در فرانکلین نگهداری می‌شد، خلاصه‌ای موجز تهیه کنم که در سازمان جدید میان پدیدآورندگان، ویراستاران و اعضای فنی هماهنگی ایجاد کند. من چند فصل تهیه کردم که فصل به فصل بین ویراستاران می‌گشت و آن‌ها ویرایش می‌کردند و نظر خودشان را می‌نوشتند. اما این فصل‌ها را نتوانستم تمام کنم، چون از آن‌جا رفتم. همکار دیگری همان فصل‌ها را جرح و تعدیل و تکمیل کرد و به عنوان شیوه‌نامه سازمان ویرایش و تولید فنی منتشر شد. بعدها که بخش ویرایش در انتشارات امیرکبیر فعال شد و ناصر پاکدامن و غلامحسین ساعدی و کامران فانی و بهاء‌الدین خرمشاهی همکار این بخش شدند، من آن دست‌نوشته‌هایم را تکمیل کردم و در اختیار فانی و خرمشاهی گذاشتم. آن‌ها هم بنا به نیاز امیرکبیر در آن تغییراتی دادند و حک و اصلاح کردند و در نسخه‌های معدود به عنوان شیوه‌نامه امیرکبیر منتشر کردند. یک دوره فرهنگ فارسی معین هم به عنوان دست‌مزد به من دادند که به یادگار در مجموعه شخصی‌ام موجود است. بعدها دیدم که چند مؤسسه انتشاراتی از همان شیوه‌نامه امیرکبیر به اشکال مختلف استفاده می‌کنند. در حال حاضر خبر ندارم که وضع شیوه‌نامه‌ها به چه صورت است، اما با تحولاتی که الکترونیک در عرصه نشر پدید آورده است و نرم‌افزارهایی که برای انواع کارهای ویرایشی تهیه شده است، تجدیدنظر بنیادی و بازنگری در شیوه‌نامه‌ها ضرورت دارد.

چنان‌که اشاره کردید، چرا برخی از ویراستاران روشن حداکثر دخالت و ویراستاران دیگر روشن حداقل دخالت را برمی‌گزینند؟

گمان می‌کنم ریشه اصلی آن مسائل ذوقی و سلیقه‌ای باشد. البته پاسخ دقیق را وقتی می‌توان داد که از شماری ویراستار در دو سوی طیف ویرایش پرسش، دلایل و توجیهات آن‌ها مقایسه و بررسی، و از دیدگاه جنبه‌های روان‌شناختی نیز تحلیل شود. ویراستاری را می‌شناسم که برای او و کارش عمیقاً احترام قایلیم و به حسن نیت او ذره‌ای تردید ندارم، اما او از ویراستاران شخم‌زن است: تیغه را می‌اندازد در قلمرو پدیدآورنده و از اول تا آخر همه چیز را زیر و رو می‌کند. خود او یک بار به من گفت که فلانی کارها به دلم نمی‌چسبد و موقعی از کارم رضایت احساس می‌کنم که هر چیزی را درست سرجایش بگذارم. گفته‌ام از قضا فوراً مرا به یاد مادرم انداخت. مادرم — که خدا او را در زمره همه مادران دیگر حفظ کند — زنی است بسیار سخت‌کوش، سختگیر، وسواسی و بنا به داوری بستگان و نزدیکان ما، تمیز و با سلیقه. من هم آدم بی‌نظمی اصلاً نیستم و برنامه کار و زندگی ام، گمان می‌کنم، منظم باشد. مثلاً هر شب که حمام می‌روم، لباس‌های روزم را می‌شویم و هیچ‌گاه لباس نشسته ندارم، دست‌کم از دوره دانشجویی و سربازی این‌طور بوده است. اما هر وقت مادرم به منزل من می‌آید، همه لباس‌هایم را از دم جمع می‌کند و می‌ریزد توی ماشین لباس‌شویی. می‌گویم مادر چرا این کار را می‌کنی؟ می‌گوید نظافت تو به دلم نمی‌نشیند. هر وقت به خانه ما بیاید، جای همه چیز تغییر می‌کند. می‌گویم مادر برای گذاشتن هر چیزی، فی‌المثل روی میز کارم، منطقی دارم و از من پذیر که در کارم حساب و کتابی دارم، و او می‌گوید سلیقه تو را قبول ندارم. خوب، در علاقه، مسئولیت و حسن ظن مادرم که تردید ندارم، اما وقتی سلیقه مرا حذف می‌کند و سلیقه خودش را به جای آن می‌گذارد و به هیچ توضیحی و اقامه دلیل و برهانی هم از سوی من گوش نمی‌دهد، به ناچار به این نتیجه می‌رسم که پیشینه ریشه‌دار تربیت استبدادی ما، دست‌کم به عده‌ای مجال نداده است که سلیقه‌های دیگران را بشناسند، احترام بگذارند و مراعات کنند. این که من به خودم حق بدهم ذوقیاتم را بر ذوقیات دیگری، آن‌هم در قلمرو او، نه در قلمرو خودم، ترجیح

بدهم، قطعاً دلایل روانی دارد. از ویراستاران بنام، به چند نفر اندک شمار به این دلیل هم بسیار احترام می‌گذارم که معیارشان برای ویرایش امری انتزاعی به نام دقت محض و مطلق نیست، بلکه متن، موقعیت، کاربرد، وضعیت پدیدآورنده، خواننده و مخاطب اثر و متغیرهای دیگر را حس و درک می‌کنند و اگر چیزی حتماً نیاز به تغییر نداشته باشد، تغییر نمی‌دهند. پذیرفتن این نکته که سلیقه‌های متفاوت از سلیقه ما چه بسا مطلوب‌تر از سلیقه‌های ما باشد، به آموزش و تربیت و گسترش و رشد فرهنگ نیاز دارد. البته وظیفه ویراستار است که خطا، غلط، لغزش و تخطی از اصول پذیرفته شده را اصلاح کند و باید هم اصلاح کند، اما ورود به قلمرو سلیقه‌ها و ذوقیات، عدول از اصول ویرایش است. ویراستارانی که در ویرایش افراط می‌کنند، در واقع به حوزه مستحبات ویرایش وارد می‌شوند. اگر ویراستاری در حوزه واجبات، ویرایش خود را محدود ساخت، ویراستار افراط کاری نیست، ویراستار حقیقی است. توافق‌های اصولی، کتبی و متکی به شیوه‌نامه‌ها و منابع حصر بند ویرایش، می‌تواند مرزهای واجبات، مستحبات و مکروهات ویرایش را دقیق‌تر کند.

چقدر از ویرایش زبانی مکانیکی و چقدرش سلیقه‌ای است؟ و چگونه می‌توان از اعمال سلیقه جلوگیری کرد؟ در واقع، مرز اعمال سلیقه کجاست؟

به گمانم در حوزه ویرایش کم‌تر پرسشی است که پاسخ گفتن به آن تا این اندازه دشوار باشد. کشیدن مرزی دقیق میان واقعیت‌های زبانی و ذوقیات زبانی کار آسانی نیست؛ حتی در زبان انگلیسی که این قدر کتاب مرجع و شیوه‌نامه موجود است، باز هم اختلاف نظر شدید و بسیاری میان پدیدآورندگان و ویراستاران بروز می‌کند. به نظرم این مقوله، اصولاً اجتناب‌ناپذیر است، اما حتماً باید نهایت کوشش را به عمل آورد که میان پدیدآورندگان و ویراستاران اصطکاک رخ ندهد.

جنبه‌های مکانیکی، یا به عبارت دیگری صوری، در قلمرو Copy editing قرار می‌گیرد. شاید ترجمه فارسی‌اش بشود «نسخه ویرایی». در دنیای انگلیسی‌زبان، میان Editor و Copy editor فرق می‌گذارند، زیرا دو نوع

ویراستارند. در ایران، بنا به خطایی که احتمال می‌دهم از مؤسسه انتشارات فرانکلین سرچشمه گرفته باشد، مقام Copy editor را تنزیل دادند و او را به دستیار ویراستار / ویراست‌یار / ویرایش‌یار تبدیل کردند. این خطا، سبب شد که خلط معنا و وظایف ایجاد شود، زیرا Copy editor در زبان انگلیسی همان کاری را می‌کند که ما اکنون وظایف اصلی ویراستار زبانی - ادبی می‌دانیم، یعنی ویراستاری که با محتوای نوشته کاری ندارد، بلکه نکات صوری، زبانی، دستوری (اعم از صرفی و نحوی) را اعمال می‌کند. بنابراین، اگر حوزه کار ویراستار زبانی - ادبی درست تعریف شود و در ضمن مراجع خوب و شیوه‌نامه‌های جامع و مدون باشد، از حیث جنبه‌های صوری، یا به اصطلاح شما مکانیکی، بعید است که اختلافات جدی بروز کند.

و اما سلیقه. اگر ویراستار سلیقه و معیارهای ذوقی و استحسانی خود را برتر و بهتر دانست و در ویرایش اعمال کرد، کار درستی نکرده است و یقین است که ویراستار خوبی نیست. در کتابی یا مقاله‌ای که متعلق به شماست، بنده حق ندارم سلیقه خودم را به جای سلیقه شما بگذارم. ممکن است به شما پیشنهاد بدهم یا گزینه‌های مختلف عرضه کنم - که اگر بکنم حتماً کار خوبی کرده‌ام - اما تصمیم را در نهایت باید به شما محول کنم. و در نهایت شما هستید که در باره نوشته‌تان تصمیم می‌گیرید و من به عنوان ویراستار، همراه شما و در خدمت نوشته شما و به نوعی، مشاور شما هستم. اما اگر کتاب و مقاله، نه به عنوان اثر شخصی شما، مثلاً در یک اثر مرجع یا در مجموعه مراجع چاپ شود، در آن جا نمی‌توانید توقع داشته باشید که سلیقه‌ها و معیارهای ذوقی و استحسانی شما مراعات شود. کتابی چند جلدی که چند مترجم آن را ترجمه کنند، در حالی که نویسنده یکی است، مثل تاریخ تمدن ویل دورانت یا تاریخ فلسفه کاپلستون، و در حالی که نویسنده سبک واحدی دارد، آیا متن ترجمه فارسی نباید یک قلم باشد؟ همین تاریخ فلسفه کاپلستون را در نظر بگیرید و جلدی را که جلال‌الدین مجتبوی ترجمه کرده است، بگذارید کنار جلدی که داریوش آشوری ترجمه کرده است و ملاحظه بفرمایید که چقدر تفاوت سبک و سلیقه وجود دارد. اگر مقایسه کردید، حتماً از خود می‌پرسید که بالاخره کاپلستون کدام یک از این‌هاست؟

شاید سیاست درست در این کتاب این بود که از ویراستار می‌خواستند وحدت زبان و روش و اصطلاحات را اعمال کند. در این کتاب درسی و مرجع، مهم این است که مترجم دقت و امانت را مراعات کند، همین. اگر مترجمی حتماً مضّر باشد سبک زبانی بیانی خودش را اعمال کند، می‌تواند دوره تاریخ فلسفه را بگیرد، از نو ترجمه کند و جداگانه به چاپ برساند. بنابراین، در این‌گونه منابع، مثلاً در دایرةالمعارف‌ها، بنده معتقد به اعمال سلیقه ویراستارم. در این منابع معمولاً کسانی را به ویراستاری یا سرویراستاری برمی‌گزینند که سلیقه‌های آن‌ها معروف و مقبول است و حتی به هنگام بروز اختلاف، معیار استحسانی آن‌ها مبنا قرار می‌گیرد. معلوم است اگر میان شما و من اختلاف سلیقه بروز کند، معیار استحسانی خانلری، مینوی، یوسفی و امثالهم خیلی قابل اعتمادتر و اتکاتر است تا استدلال‌هایی که ما دو نفر به سود انتخابمان اقامه کنیم. ممکن است در مواردی حق با ما باشد، اما میانگین و معدل را که در نظر بگیریم، حق با خانلری است، و در واقع در آثار چند جلدی، در کتاب‌های مرجع، در منابع درسی و در هر منبعی که زبان باید زبان استاندارد و زبان معیار باشد، قلم کسی چون خانلری را باید مبنا قرار داد و سلیقه برتر را حکم گرفت و امکان بروز اختلاف را به حداقل ممکن رسانید. یکی از مشکلات کتاب‌های مرجع ما امروزه ناشی از این است که به سرویراستاران بزرگ مجال نمی‌دهند وحدت ویرایشی را بر مصالح، منافع، اغراض و توقعات دیگر مقدم بدارند. از این حیث بنده معتقدم در جایی نباید سلیقه را اعمال کرد و در جای مناسب خودش حتماً باید سلیقه برتر را اعمال کرد. تفاوت را سیاست‌های سنجیده و مدون ویرایشی تعیین می‌کند، نه بلبشوی کنونی حاکم بر ویرایش.

به نظر شما آیا می‌توان متنی را بدون حضور یا مشورت مؤلف / مترجم آن ویرایش کرد؟ چه متونی؟

بنده به هیچ روی موافق نیستم که ویراستار و پدیدآورنده همدیگر را نشناسند، نبینند و با هم ارتباط مستقیم نداشته باشند. پایین‌ترین مرتبه ممکن این است که اثر ویرایش شده را به پدیدآورنده نشان بدهند، که این هم به گمان بنده اصلاً

کافی نیست. روال طبیعی، صحیح و انسانی این است که پدیدآورنده در جریان ویرایش باشد و نظرو عقیده خودش را بگوید. بنده بعد از چند تجربه تلخ، آن وقت‌ها که ویرایش می‌کردم، یاد گرفتم و به خودم تعلیم دادم که ویرایش کتاب را تکه تکه، فصل به فصل، بخش به بخش به پدیدآورنده بدهم و نظر و واکنش او را بپرسم و بخواهم. شاید بیش از ۱۰۰ کتاب ویرایش کرده باشم که با پدیدآورندگان آن‌ها در تماس مستقیم و گفتگو بوده‌ام و نه تنها با هیچ‌کدام مشکل نداشته‌ام، بلکه با شمار بسیاری از آن‌ها دوست نزدیک و صمیمی شده‌ام. پس از مدتی تجربه، یکی از شرایط من با ناشر این بود که حتماً با پدیدآورنده در تماس باشم و حتماً او ویرایش را ببیند. به گمانم مشکل عمدتاً از این جا ناشی می‌شود که ناشر نمی‌تواند پدیدآورنده و ویراستار را درست جفت کند، یا به روان‌شناسی آن‌ها بی‌اعتناست، یا ملاحظات این جور کارها را در نظر نمی‌گیرد و چه و چه. انتخاب درست و ترکیب درست به طور اساسی جلو هرگونه اختلاف را می‌گیرد، اما درعین حال نباید نگران اختلاف بود و به لحاظ این نگرانی، اصل مطلب را کنار گذاشت. به هر حال پدیدآوردن و ویراستاری دو حرفه و وظیفه است که گاه با هم تعارض پیدا می‌کنند. معمارها و بناها هم با هم تعارض پیدا می‌کنند. سرآشپزها و گارسون‌ها هم همیشه تعارض شغلی دارند، پزشک‌ها و پرستارها هم اختلاف شغلی دارند، یا ناظم‌ها و معلم‌ها و غیره. واقعیت این‌گونه تعارض‌ها را نباید نادیده گرفت یا درست نشناخت و ریشه‌شناسی نکرد، بلکه راه‌های مناسب رفع و التیام آن‌ها را باید جستجو کرد. این نکته هم نیازمند مطالعات جامعه‌شناختی خاص است که ما در ایران انجام نداده‌ایم.

آیا متنی وجود دارد که نیاز به ویرایش نداشته باشد؟

بله، هست؛ حتماً هست. پدیدآورندگانی که با فنون نشر و ویژگی‌های مخاطبان‌شان به خوبی آشنا هستند، به‌طور قطع می‌توانند کتاب‌هایی بنویسند که ویرایش خاصی لازم نداشته باشد، اما همین تشخیص که کتابی ویرایش می‌خواهد یا نه، به بررسی و ویراستارانه نیاز دارد. در واقع، این بررسی است که معلوم می‌کند کتاب چه مسیری را باید در جریان آماده‌سازی برای چاپ سپری کند.

نظام دستیاری که شما به آن اشاره کردید آیا در عمل امکان‌پذیر است، یعنی با توجه به حجم کار و فرصت کم ویراستاران با تجربه آیا می‌توان از این روش استفاده کرد؟ پیشنهاد شما برای به کارگیری این روش چیست؟

گمان می‌کنم کاملاً عملی است، و از عملی گذشته، کاملاً واجب است. ما نه تنها در زمینه ویرایش، بلکه در بسیاری عرصه‌های دیگر دچار انقطاع و گسست شده‌ایم. مثلاً دردانشگاه‌های ما این فاجعه اتفاق افتاده که عده‌ای بدون مقدمه، ناگهان، و حتی بی‌آن‌که دوره کوتاهی در روش تدریس گذرانده باشند، شده‌اند استاد یا مدرّس. خود من که تدریس را در دانشگاه آغاز کردم، هیچ‌کس نبود که تجربه‌ای را به من منتقل کند یا حتی اولی‌ترین اطلاعات را در باره درس یا دانشجویان یا حتی نظام دانشگاه در اختیارم بگذارد. خودم مجبور شدم همه چیز را طی ماه‌ها و سال‌ها کشف کنم، حال آن‌که در نظام دستیاری، فرد جدید ظرف مدت بسیار کوتاهی توجه می‌شود و نظارت و هدایت به او کمک می‌کند که راه خود را درست انتخاب کند و غنا ببخشد. نادیده گرفتن تجربه‌های گذشته مثل نادیده انگاشتن سنت‌ها و میراث علمی و پژوهشی است؛ فرقی ندارد. نسلی که اکنون دارد پرورش می‌یابد و رشد می‌کند، وارث دوره‌ای از فترت و انقطاع هم هست. در عین حال کیفیت آموزشی در نظام آموزشی دچار افت محسوس شده است. وقتی به گذشته برمی‌گردم و به استادان خودم و نسل خودم نگاه می‌کنم، به مربیان با تجربه و راهنماهای دقیق و سختگیری که ما داشتیم، و با وضع فعلی مقایسه می‌کنم که جوانان با استعداد ما ناگزیرند خودرو رشد کنند و باهوش‌ترین و پرکارترین‌شان مجبورند از راه خودآموزی و تجربه‌های فردی راه خود را بیابند، نمی‌توانم متأثر نشوم. به چشم می‌بینم چقدر نیرو و زمان برای آزمودن تجربه‌های ساده هدر می‌شود. نظام دستیاری اجازه نمی‌دهد برای مسلمات، بدیهیات، معلومات و مجربات وقت صرف شود؛ وقت صرف تجربه‌های تازه می‌شود. از این گذشته، همه ویژگی‌های این نظام شناخته شده است و انواع تجربه‌های گوناگون آن را در دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و سازمان‌های انتشاراتی مختلف در کشورهای بسیار می‌توان دید. نگران این نباید بود، نگران اوقات ارزشمندی باید بود که داریم از دست می‌دهیم.

در هر حال، نظام دستیاری جا نمی‌افتد، درست جا نمی‌افتد، مگر آن‌که در نظام مدیریت، نخست از همه، تغییر صورت بگیرد. وقتی در رأس یکی از مهم‌ترین نهادهای فرهنگی کشور فیزیکدان بگذارند، کسی که فقط قواعد اصطکاک را از فیزیک استنباط و استخراج کند و در مدیریت فرهنگی به کار ببندد، طبعاً در بخش انتشارات تابع او، جز اصطکاک در ویرایش، اصل دیگری مراعات نمی‌شود. نظام مدیریت که اصلاح شود، مدیر با طی مراحل در نهاد خود به مدیریت می‌رسد، از دستیاری شروع می‌کند تا به مقامات بالا برسد. چنین مدیری در این صورت می‌فهمد که نباید کسی را از پس ابر بیاورد و مدیر واحد کند، یا از پس ابر بیاورد و ویراستار کند. وقتی نظام مدیریت درست عمل کند، اتحادیه‌های صنفی هم درست عمل می‌کند و هیچ دستگاهی هیچ حرفه‌مندی را بدون رضایت صنف مربوطش به کار نمی‌گمارد. وقتی این دو نهاد درست عمل کنند، معنایش این است که نهاد آموزش و پژوهش هم درست کار می‌کند، و هر باتجربه‌ای در آموزش و پژوهش می‌داند که مهارت‌ها به ممارست‌های طولانی نیاز دارد و اعمال درست مهارت‌ها از طریق نظام دستیاری است.

اما در کوتاه مدت باید عرض کنم که نهادهای بزرگ و کنونی نشر که فعالیت ویرایشی دارند یا نهادهایی که بخش‌های ویرایش قابل توجهی دارند، می‌توانند مقدماً این نظام را اعمال کنند. اگر انجمن ویراستاران راه بیفتد و فعال شود، می‌تواند در این راه کاملاً مؤثر باشد.

گذراندن کلاس‌های ویرایش برای ویراستاران چقدر ضروری است؟

شاید حکم کلی نتوان کرد، اما قدر مسلم این‌که فرق است میان ویراستاری که به مسائل نظری و مفهومی ویرایش واقف است و ویراستاری که نیست. درس‌ها و دوره‌هایی که بتواند بر دیدگاه‌های ویراستاران تأثیر بگذارد، حتماً مفید است. اما دوره‌های عملی و کاربردی ویرایش معمولاً بنا به نیاز تشکیل می‌شود، نیاز در حوزهٔ بخصوصی. طبعاً ویراستارانی در این‌گونه دوره‌ها شرکت می‌کنند که نیاز خاصی داشته باشند، مثلاً شرکت در دورهٔ ویرایش متون فنی، پزشکی، سیاسی

و نظایر این‌ها، یا دوره ویرایش رایانه‌ای، تصویر ویرایی (ویرایش تصویر) و مانند این‌ها. در دنیای فعلی، به لحاظ سیر شتاب گرفته تحولات، همه حرفه‌ها نیاز دارند که مدام دوره‌های بازآموزی، تکمیلی و توجیهی ببینند. در بعضی رشته‌ها گذراندن دوره‌های کوتاه‌مدت، حتی هر شش ماه یک بار، الزامی است. مثلاً نمی‌شود ویراستار نمایه‌سازی نداند، زیراگاه ناگزیر می‌شود که نمایه‌ها را ویرایش کند. روش‌های نمایه‌سازی حالا دیگر رایانه‌ای شده است و انواع مختلف نرم‌افزار برای نمایه‌سازی وجود دارد و تولید می‌شود. ویراستار چگونه ممکن است دوره‌ای در نمایه‌سازی رایانه‌ای نگذراند؟ خوب، این‌گونه دوره‌ها مربوط می‌شود به ویراستارانی که واقعاً ویراستارند و در ویرایش دانش فنی دارند، اما ناگزیرند دوره بگذرانند. کسانی که هنوز ویراستار نشده‌اند، طبعاً باید دوره‌های آموزشی پایه را بگذرانند تا دانش فنی لازم را برای ویرایش کسب کنند. در هر دو حالت آموزش اجتناب‌ناپذیر است. روش کنونی که کسی بخواهد نزد خودش ویراستار بشود، فقط به این درد می‌خورد که کسی فقط خودش را به عنوان ویراستار قبول داشته باشد و کاری هم به کار کس دیگری نداشته باشد. اما اگر قرار باشد هنجار در کار بیاید و ویرایش مطابق استانداردهای جهانی مانند سایر حرفه‌ها و مشاغل حرکت کند، هیچ راهی جز آموزش وجود ندارد. خودآموزی هم نوعی از آموزش است، با این تفاوت که اعتبار آن را بالاخره باید کسی، جایی، صاحب صلاحیتی تأیید کند.

چه باید کرد که ضرورت ویرایش در نوشته‌ها در صنعت نشر نشان داده شود؟
 گمان می‌کنم این راه‌ها اساسی‌تر باشد: پیش از هر چیز ناشران باید فرهنگ نشر و دانش فنی نشر داشته باشند، یا در دستگاهشان کسانی باشند که از این دانش‌ها برخوردار باشند. ناشرانی هستند که با کتاب همان رفتاری را می‌کنند که عوامل غیرفنی راه و ساختمان با سنگ و کلوخ. تا ناشران به جنبه‌های علمی، فنی و هنری کار خود واقف نشوند، ویرایش طبعاً جایگاه واقعی خود را در ذهنیت و عمل آن‌ها پیدا نمی‌کند. اتحادیه ناشران و واحدهای دولتی مسئول کتاب و نشر، اگر به وظایف اطلاع‌رسانی صحیح خود در نشر عمل کنند، قطعاً سطح دانش

فنی ناشران افزایش خواهد یافت. نکته دیگر، نقد و بررسی در مطبوعات است. اگر مطبوعات و نویسندگان نقدها و بررسی‌ها به کم و کاستی‌های ویرایشی اشاره کنند و وظایف ناشران را در نشر کتاب به آن‌ها یادآور شوند، تأثیر می‌گذارد. در این زمینه تجربه‌های بسیاری داریم. به چشم دیده‌ایم که نقد صحیح و منصفانه چگونه ناشر را به خود می‌آورد و به اصلاح راه و روش وامی‌دارد.

آیا اتحادیه ناشران برای ضرورت حضور ویرایش در صنعت نشر فکری کرده است؟ تا به حال چه اقداماتی در این مورد صورت گرفته شده است؟

متأسفانه اتحادیه سراسری ناشران نداریم، اتحادیه‌ای که همه ناشران کشور عضو آن باشند. اتحادیه کنونی نامش اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران است، و هر اهل فن و نظری در نگاه اول و از این نام می‌فهمد که هنوز کتابفروشی از نشر جدا نشده است، یعنی ۲۰۰ سال اختلاف زمانی. همین اتحادیه کنونی با انواع مشکلات و مسائل روبروست که مهم‌ترین، اصلی‌ترین و مبرم‌ترین آن عدم مشارکت بالقوه و بالفعل اعضاست. مطابق آخرین آمار تعداد بیش از ۴۸۰۰ ناشر رسماً به ثبت رسیده است، حال آن‌که شنیدیم و خواندیم که در آخرین انتخابات هیئت مدیره جدید کم‌تر از ۳۰۰ ناشر شرکت کرده‌اند. باز هم اهل فن و نظر از همین مقایسه درمی‌یابند که ماجرا از چه قرار است. در واقع، تغییرات و اصلاحات ساختاری جدی در اتحادیه لازم است تا راه بر مشارکت عمومی ناشران، ورود ناشران جوان و نواندیش، ورود ناشران آگاه به مسائل جهانی و تحولات باز شود تا رویارویی با بسیاری از مفاهیم، از جمله ویرایش، صورت بگیرد. اتحادیه ناشران کنونی وارث تشکیلاتی است که اصلاً خبر نداشته است در جهان چه می‌گذرد. نشر اکنون به سرعت در حال دگرگونی است و اتحادیه‌های ناشران بسیاری از کشورها دارند خودشان را با تحولات همپا و اطلاعات و دانش فنی‌شان را روزآمد می‌کنند. اتحادیه ناشران ایران اگر بخواهد با بحران و ورشکستگی نشر روبرو نشود، باید هر چه زودتر بجند و کاستی‌ها و واپس ماندگی‌ها را جبران کند. یکی از مباحث جدی هم که اتحادیه باید به آن بپردازد، موضوع ویرایش است. تا جایی که من اطلاع دارم، نظر اتحادیه ناشران

در خصوص ویرایش، فنی و تحلیلی نیست. البته از مدتی پیش شروع به برگزاری دوره‌های آموزشی، دوره‌ای در زمینه ویرایش، برگزاری سمینار و نشست‌های تخصصی کرده‌اند، اما گروه مطالعاتی و بررسی ندارند که مثلاً در باره ویرایش به نظر تخصصی برسند، و به گمان من این نقص و عیب بدی است.

چه مشکلاتی بر سر راه تشکیل صنف ویراستاران وجود دارد؟ و اصولاً چگونه می‌توان آن را تشکیل داد و فعال کرد؟

البته ایجاد صنف با تشکیل انجمن، اتحادیه یا اصولاً تشکّل ویراستاران تفاوت دارد. اولین گام در رفع مانع تشکّل صنفی، این است که دولت از طریقی نظر مساعدش را اعلام کند. اگر دولت موافق نباشد، تلاش در این راه بی‌فایده است. در ضمن دولت باید بفهمد که این تشکّل به سود پیشرفت علمی و فرهنگی کشور است و مطمئناً مزاحم سیاسی نیست. موافقت دولت، مانع را از سر راه تشکّل برمی‌دارد. بعد یکی از مؤسسات که در ویرایش دست بیش‌تری دارد باید پیشگام شود و شماری از سرشناسان ویراستاری را دعوت کند تا جلسه‌ای تشکیل دهند و هیئت مؤسس تشکّل را برگزینند. هیئت مؤسس اساسنامه تشکّل را می‌نویسد و در جلسه‌ای عمومی با حضور شمار کثیری از کسانی که ویراستار شناخته می‌شوند به بحث می‌گذارد، حکم و اصلاح لازم را به عمل می‌آورد، آن را به تصویب می‌رساند و بر اساس بندهای لازم اساسنامه گروه‌های کاری تشکیل می‌شود، افراد واجد شرایط به عضویت پذیرفته می‌شوند و پس از مدتی، مجمع عمومی و سایر قضایا. البته به شکل‌های دیگری هم می‌توان تشکّل را ایجاد کرد، ولی ذهن من با این شکل آشنا تر است. با وصف این، بد نیست با کسانی که در این زمینه تجربیات بیش‌تر و بهتری دارند مشورت کنید. قدم مهمی که این تشکّل برمی‌دارد این است که تعریف می‌کند ویرایش چیست، چه انواعی دارد، ویراستار کیست، شرایط ویراستار چیست، به چه کسانی می‌تواند گواهی بدهد که ویراستارند، کدام دوره‌های آموزشی را برگزار کند و نظایر این‌ها. وقتی تشکّل سرپای خودش بایستد، می‌تواند از همه نهادهایی که فعالیت ویرایشی دارند بخواهد به کسی که مورد تأیید تشکّل

ویراستاران نیست - البته از لحاظ دانش فنی - وظیفه و مسئولیت ویراستاری محول نکنند. و تحول در عرصه ویرایش از همین جاها آغاز می‌شود.

با توجه به این که از ویراستاران دانشنامه جهان اسلام بوده‌اید، به نظر شما برای ویرایش مقالات دایرةالمعارفی باید چه مراتبی را تعیین و رعایت کرد؟

پاسخ کلی وجود ندارد. دانشنامه‌ها (دایرةالمعارف‌ها) یکسان و یکدست نیستند، حتی در کشور خودمان هم دانشنامه‌های مختلف به شیوه‌های متفاوت ویرایش می‌شوند. اگر بر پایه ساختارها و کارکردها به این جنبه نگاه نکنیم، به خطا می‌رویم. در دانشنامه جهان اسلام چند سالی ویراستار بودم و پس از این که آقایان ابوالحسن نجفی و احمد سمیعی و سعید ارباب شیرانی از سرویراستاری و مدیریت بخش ویرایش کنار رفتند، مدتی مسئول بخش ویرایش شدم و بر اثر برخورد نسبتاً تند و تلخی که با یکی از مدیران مسئول داشتم از بخش ویرایش کنار رفتم و پس از مدت کوتاهی، از صحنه ویرایش عملی به کلی، و شاید برای همیشه، کناره گرفتم. اما هرچه از صحنه عملی ویرایش دورتر شدم، به جنبه‌های نظری آن حساس‌تر یا شاید هم علاقه‌مندتر شدم. شاید آن برخورد ناگوار، تأثیری عمیق در من گذاشته باشد. جهل، ندانم‌کاری، بی‌خبری، غرض‌مندی، بی‌تدبیری، بی‌کفایتی در مدیریت و نظایر این‌ها و زیان‌هایی که از جانب این‌ها متوجه ویرایش می‌شود، ذهنم را عمیقاً به خود مشغول کرد و پرورش پرسش‌های پیاپی بی‌پایان بود که باید جواب می‌دادم یا دلم می‌خواست جواب بدهم و نمی‌توانستم یا هنوز هم نمی‌توانم و نظایر این‌ها. پدیده مظلومیت ظالم‌نمایی ویراستار، شاید به‌ویژه در کتاب‌های مرجع، موضوع قابل تأملی باشد. در واقع، فشار زمینه و فشارهای جانبی بر ویراستار، مانع از رشد ویرایش در ایران است. همه آثاری که با ویراستاری قابل توجه آغاز شده‌اند با ویراستاری‌های افول کرده پایان یافته‌اند؛ دایرةالمعارف فارسی مصاحب بهترین نمونه. بسیاری از مجموعه‌های کتاب در انتشارات دانشگاه تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، امیرکبیر، خوارزمی و امثال آن‌ها نمونه‌های دیگر بارز افول در ویرایش است.

حتی بسیاری از دانشنامه‌های چند جلدی کنونی را اگر بررسی و مجلد اول آن‌ها را با آخرین مجلدی که انتشار داده‌اند مقایسه کنید، این افت و افول را به راحتی می‌بینید. این قضیه، ساده نیست، علت‌ها و ریشه‌های عمیقی دارد. بسیاری از کتاب‌های مرجع با نام و آوازه، مانند حکومت‌های در معرض کودتاست. اگر روزی برخی از رویدادهای داخلی برخی از دانشنامه با دقت و تفصیل نوشته و منتشر شود، خواهید دید که عده‌ای برای آن که نامشان را در صفحه عنوان این کتاب‌ها بگذارند، از چه شیوه‌های واژگونی، سرنگونی و حتی فروپاشی استفاده کرده‌اند. و آن قدر که معادل انگلیسی "Edited by" در صفحه عنوان انگلیسی کتاب مرجع برای آن‌ها مهم است، صفحه عنوان فارسی مهم نیست. این ماجرا البته سر دراز دارد و بخش پر حادثه و آموزنده‌ای از تاریخ نشر کتاب و ویرایش است، و اجازه بدهید وارد این وادی نشویم و به همین اشاره بسنده کنیم که اهل اشارت را همین قدر کفایت می‌کند.

به اعتقاد عمیق و راسخم، در کتاب مرجع نقش ویرایش مهم‌تر از پدید آوردن است، زیرا ویراستار در کتاب مرجع حکم معماری را دارد که بنا با نظر او ساخته می‌شود. در بنای مرجع، ویراستار بنای نازک کار نیست که ماله کشی کند و دیوارها را آذین بدهد؛ حتی بنای سفت‌کار هم نیست که دیوار بسازد و طاق بزند، بلکه معماری است که ساخته شدن را رهبری می‌کند. ماجرایی را تعریف می‌کنند که بسیار آموزنده است. در چاپ قدیم دانشنامه بریتانیکا، مقاله «نسبیت» را اینشتین نوشته است، کسی که خودش واضع نظریه نسبیت بود. متن اصلی مقاله اینشتین برای دانشنامه و نمونه ویرایش شده آن افست و منتشر شده است. اگر ببینید، تعجب می‌کنید از تغییراتی که در نوشته اینشتین داده‌اند. مقاله با امضای اینشتین چاپ شده، اما ساخت و بافت و زبان آن عملاً مال او نیست. این نکته را عده‌ای از پدیدآورندگان نمی‌توانند هضم کنند و مثلاً توقع دارند سبک نثری و خصایص عبارتی - انشایی آن‌ها در کتاب مرجع حفظ شود که توقع بجایی نیست. این قضیه تصور نفرماید که خاص ایران است. اگر خاطرات ناشران بزرگ خارجی را بخوانید، به مواردی برمی‌خورید از تندى و خشونت

پدیدآورندگان با ویراستاران که حیرت می‌کنید، مثلاً این که نویسنده مشهوری با قیچی و چاقو ویراستاری را دنبال کرده است که گوشش را، یا جای دیگرش را، ببرد. البته همه می‌فهمند و درک می‌کنند که اثر چقدر عزیز است و حکم فرزند آدم را دارد و دست و دل هر آدمی برای فرزندش می‌لرزد، اما کتاب مرجع، رمان و شعر و کتاب خاطرات و مانند این‌ها نیست. هیچ انسان خردمندی برای خصایص نثری و ویژگی‌های هنری و نوع استدلال فردی سراغ کتاب مرجع نمی‌رود. کتاب مرجع، چه دانشنامه و فرهنگ، و چه منابع دیگر، برای کسب کردن سریع اطلاعات صریح است. بنابراین، صحت، دقت، سهولت، سادگی، تناسب، ربط، کوتاهی، گویایی و نظیر این‌ها در کتاب مرجع مطرح است، و این جنبه‌ها را فقط ویراستاران کارکشته و باشعور و با ذوق و با سواد می‌توانند تأمین کنند. پدیدآورنده در کتاب مرجع وظیفه‌اش ارائه نثر و زبان و بیان خاص نیست، بلکه عرضه مطلبی است متکی بر علم و تحقیق و استناد و سایر جوانبی که سبب شود خواننده یا مراجعه‌کننده، مطلب را با اعتماد و خاطر جمع می‌بخواند. در واقع، اگر بخواهیم وظایف را در کتاب مرجع، و به‌ویژه در دانشنامه‌ها، از هم تفکیک کنیم، باید بگوییم علم و تحقیق و استناد در مقالات و وظیفه پدیدآورنده است، ساختار و زبان و چگونگی ارائه، وظیفه ویراستار است. اما این دو باید در شکل نهایی مطلب به توافق برسند و حاصل توافق آن‌ها عرضه شود. اگر به توافق نرسند، باید علت را جویا شد و رفع کرد. اما اگر این عدم توافق ناشی از این باشد که پدیدآورنده پایش را در یک کفش کند و بگوید مطلب مرا باید همین‌طور که هست چاپ کنید، آن وقت باید مطلب او را چاپ نکرد و با ادب و احترام به او پس داد، و این یعنی مرز حیطه اقتدار ویراستار در کتاب مرجع. البته در منابع غیرمرجع روش به گونه دیگری است و معمولاً ویراستار در خدمت پدیدآورنده، همراه، همکار، معین، یاور و مشاور اوست و رضایت پدیدآورنده اصل است نه رضایت ویراستار. تفاوت روش‌ها تا در دوره‌های آموزشی ویراستاری درست تدریس نشود، بسیاری از نکات تحلیل و باز نخواهد شد.

چگونه می‌توان این تنش‌ها را در کتاب‌های مرجع کم کرد، آیا باید جلسات توجیهی گذاشت و برای مؤلفان مشخص کرد که زبان مقاله متعلق به دانشنامه یا کتاب مرجع است؟

گمان می‌کنم ماجرا عمیق‌تر از این‌ها باشد. رویکرد ساختاری-کارکردی دیگری لازم است. در کانادا از دفتر یکی از دایرةالمعارف‌ها بازدید کردم. آن‌ها هم از دایرةالمعارف ما و ساختار و سازوکارش پرسش‌هایی کردند. وقتی گفتم که بخش ویرایش ما کنار گروه‌های علمی و در یک ساختمان است و با هم تماس مستقیم دارند، نتوانستند تعجب خود را پنهان کنند. پرسیدند اصطکاک‌ها را چگونه از بین می‌برید؟ البته حق بود که در جواب می‌گفتم که ما در مدیریت‌هایمان استاد ایجاد اصطکاکیم نه حذف اصطکاک، و شاید اصولاً در این زمینه در جهان صاحب مکتب و سبک باشیم. وقتی نظامی ایجاد می‌کنیم که سرویاستار کتاب مرجع ما، به معنای واقعی کلمه سرویاستار، به معنایی که در همه جای جهان متداول است، نمی‌تواند مسئول کتاب مرجع باشد و سرویاستاران و ویراستاران کتاب مرجع باید زیرنظر کسی یا کسانی کار کنند که نه کار اصلی‌شان و نه کار جنبی‌شان کتاب مرجع نیست، اصطکاک به پدیده طبیعی، رایج و نهادین تشکیلات مرجع تبدیل می‌شود.

چگونه است که ویراستاران حرفه‌ای بعد از مدتی از کار ویرایش کناره می‌گیرند و به کارهای فرهنگی دیگر (معمولاً تألیف و ترجمه) می‌پردازند؟ لابد آن‌ها هم به این نتیجه می‌رسند که جلوی ضرر را از هر جا بگیرند منفعت است؛ اما شاید دیرتر از بقیه به این نتیجه می‌رسند.

بگذارید چند سؤال از مقاله «بلیشوی ویرایش»^۱ بکنیم، اگرچه بسیاری از سؤال‌های این مصاحبه در آن‌جا نیز پاسخ داده شده است. در این مقاله به آسیب‌شناسی ویرایش در ایران نیز پرداختید و ذکر کردید هنوز در ایران

۱. آذرنگ، عبدالحسین، «بلیشوی ویرایش»، جهان کتاب، سال پنجم، آذر ۱۳۷۹، ش ۱۷ و ۱۸، ص ۵-۲.

فعالیت‌های ویرایشی دقیقاً نامگذاری نشده‌اند و از جمله تفاوتی بین ویرایش صوری و ویرایش فنی قایل شده‌اید. لطفاً در این مورد بیش‌تر توضیح بدهید که ویرایش صوری کدام است و ویرایش فنی کدام و هر یک شامل چه کارهایی می‌شوند؟

ویرایش فنی اصطلاح دقیقی نیست، یعنی در معنایی که اکنون به کار می‌برند، دقیق نیست. «ویرایش فنی» اگر برای ویراستاری متون فنی به کار برود، مانند ویراستاری پزشکی، ویراستاری مهندسی، ویراستاری هنری و نظایر این‌ها، اصطلاح درستی است. اما اگر غرض، استفاده از واژه «ویراستار» و «فن» باشد، آن هم برای اطلاق به کسانی که ویراستار نیستند و به کمک تعبیری به نام «فن» می‌خواهند در سلک ویراستاران قرار گیرند، و برای خودشان بین همگان برتری کسب کنند، سر و کله اشکال پیدا می‌شود.

تا جایی که بنده پرس‌وجو کرده‌ام و خبر دارم، ماجرا از این قرار بوده که پس از انقلاب، عده‌ای از نمونه‌خوان‌ها در یکی از مؤسسه‌های انتشاراتی علیه ویراستاران قیام ویرایشی یا ضد ویرایشی کرده‌اند؛ مثل بسیاری از سازمان‌های دولتی که افرادی از رده‌های پایین بر ضد بلندپایگان به پا خاستند. این قیام، در عرصه سیاسی معنی می‌دهد، اما در عرصه علمی - فنی معنی نمی‌دهد. فرض کنید من کارگر ساده‌ای در صنعت هواپیماسازی باشم و متخصص سیستم‌های راداری هواپیما را از کار کنار بگذارم و بخواهم به جای او بنشینم و به خودم عنوان مهندس بدهم. راستی چه فاجعه‌ای اتفاق می‌افتد؟ تقریباً شبیه این کار در عرصه نشر روی داد و تعدادی نمونه‌خوان، که به بعضی از مسائل فنی و چاپی کتاب مسلط بودند، لقب «ویراستار فنی» را روی خود گذاشتند و این اصطلاح سر زبان‌ها افتاد و به کار رفت و مدام هم معنا و مصداق آن تنزل یافت تا به آن‌جا که روزی یکی از کسانی که در یکی از مؤسسات علمی وظیفه‌اش مطابقت دادن نمونه‌های ماشین شده با خبر بود و بر اثر تشویق عده‌ای، به لحاظ دقت‌هایی که در کارش می‌کرد، لوس شده و از جای خودش در رفته بود، رودرروی رئیسش ایستاد که باید نام مرا به عنوان ویراستار فنی در شناسنامه کتاب‌ها درج کنید. همین حالا کسانی هستند که وظیفه نسخه‌پردازی را برای ناشران انجام می‌دهند

و نام آن‌ها به عنوان «ویراستار فنی» روی کتاب‌ها گذاشته می‌شود این وضع، خیلی بد است، چون بی‌نظمی، بی‌ضابطگی و بی‌قانونی و هرج و مرج است. هر شغل و حرفه و تخصصی باید قدر و منزلت خودش و جایگاه خودش را داشته باشد. عوامل فنی کتاب‌کارشان و سهمشان ارزشی دارد که باید درست شناخت، درست قدر دانست، اما آن‌ها را در جایگاه واقعی‌شان قرار داد. این که تخصصی بخواهد مرزی را بشکند و وارد قلمرو تخصص دیگری بشود. نتیجه‌اش هرج و مرج و بلبشوست.

ویرایش صوری Formal editing ویرایشی است که وارد محتوا نمی‌شود و با صورت نوشته کار دارد. ویرایشی که شیوه‌نامه ناشر را از حیث صورت اعمال می‌کند ویرایش صوری / صورت، و ویراستاری که این نوع ویرایش را انجام می‌دهد، ویراستار صوری / صورت است و شأن و مقام او - اگر کارش را درست بداند و درست انجام دهد - از ویراستاران انواع دیگر کم‌تر نیست. نام این ویرایش همین است و دلیلی ندارد که به آن «ویرایش فنی» بگوییم. چرا باید نام‌ها را بی‌دلیل عوض کنیم؟ در نگاه کسانی که عنوان «ویراستار فنی» را برای خود به کار برده‌اند، ویرایش در تقسیم‌بندی ساده‌انگارانه و ناسنجیده‌ای به دو قلمرو تقسیم می‌شود: محتوا و ساختار و مضمون و زبان و سایر قضایا در یک طرف، مراعات کردن نکاتی فنی، که در مرحله حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی و تنظیم صفحات باید اعمال شود، در طرف دیگر؛ همین. در این نگاه به بقیه جنبه‌های ویرایش و انواع ویرایش هم هیچ توجهی نمی‌شود. همین نگاه ساده‌انگارانه است که به رواج اصطلاحی نادرست، تعبیری نادرست، برداشت‌هایی نادرست و خلط و ظایف و مسئولیت‌ها دامن می‌زند.

در این مقاله مطلبی طرح کردید در باره «نویسندگان نامرئی» که به کمک نویسندگانی می‌آیند که قلم خوبی ندارند یا توانایی نوشتن ندارند. جایگاه این نوع ویراستار را، که اگر ارزش کارش بیش‌تر از نویسنده نباشد قطعاً هم‌تراز با او خواهد بود، چگونه می‌توان تعیین کرد؟ آیا جایگاه او آن قدر هست که اسمش روی

جلد بیاید، یعنی کتاب دو اسمی شود؟ در چه صورتی اسم ویراستار می تواند روی جلد، کنار نام مؤلف بیاید؟

به این سبب به این ها «نویسنده نامرئی» می گویند که به دلیلی اسمشان روی کتاب نمی آید. فرض کنید روی کتابی که براساس خاطرات فلان سیاستمدار مشهور تهیه شده است، نام کس دیگری را بگذارند. مطمئناً کتاب نه پذیرفته می شود و نه فروش می رود. نویسنده نامرئی را ناشر وارد کار می کند، اما او را پشت صحنه نگاه می دارد. ناشر، قلم او را می خواهد، نه شهرت او را؛ قلم در خدمت شهرت کس دیگری قرار می گیرد. کتاب های بسیار پرفروشی که ناشران از خود زندگینامه و خاطرات ستاره های معروف هالیوود منتشر می کنند، بهترین نمونه کتاب هایی است که تقریباً همه آن ها را نویسندگان نامرئی براساس یادداشت ها، دفتر خاطرات، بریده های جراید و گفتگوها و مصاحبه ها با خود ستارگان و همکاران و نزدیکان آن ها، نوشته اند. البته در مواردی بعدها برملا می شود که فلان کتاب را کدام ویراستار نوشته است. در ایران خودمان، تعداد قابل توجهی کتاب را آقای کمال اجتماعی جندقی - آن طور که بنده از اهل فن شنیده ام، چون خود ایشان را از نزدیک ندیده ام و نمی شناسم - من البدو الی الختم بازنگاری و بازآرایی کرده است، بدون آن که اسم او در جایی ذکر شده باشد.

در باب آن قسمت از سؤال که فرمودید اسم ویراستار در چه حالتی می تواند روی کتاب بیاید، باید عرض کنم که در ایران قاعده ندارد. در مؤسسه های سابق و با تجربه انتشاراتی ما، مثل فرانکلین، بنگاه ترجمه و نشر، نیل اول، خوارزمی، انتشارات دانشگاه تهران، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، امیرکبیر و غیره، هیچ کدام نام ویراستار را روی کتاب قید نمی کردند. اگر پدیدآورنده ای خیلی اهل انصاف و ادب بود، در مقدمه اش اشاره ای هم به ویراستار می کرد. به تخمین، شاید بیش از ۹۵ درصد پدیدآورندگان اصلاً ویرایش ها را به روی خود نمی آوردند. از عده بسیار خیلی کمی که به روی خود می آوردند، شمار کثیری شان از ویراستار تشکر می کردند، اما اسم ویرایش را نمی بردند؛ مثلاً می گفتند از فلانی متشکرم که از هیچ کوششی در راه چاپ و انتشار کتاب من فروگذار نکرده است.

یا مثلاً رندی که خود همین بنده الاحقر در راه جمع و تدوین و بازنگاری و بعد هم ویرایش و تهیه نمایه و نمونه خوانی کتابش زحمتی کشیده بودم، در مقدمه و با الفاظی پرتعارف و تکلف از من به گونه‌ای تشکر کرده است که هرکس بخواند احساس می‌کند در راه تصحیح چاپی کتابش - که از قضا غلط چاپی هم زیاد دارد - با پای برهنه خیلی دیده‌ام. در هر حال ذکر نام ویراستار مرسوم نبود، و هنوز هم در بسیاری از مؤسسات انتشاراتی ما متداول نیست و حتی بعضی از ناشران این استدلال را دارند که کار ویراستار در کتاب فرق ماهوی با سایر عوامل تولید ندارد، و اگر ما نام آن عوامل را ذکر می‌کنیم، نام ویراستاران را هم باید درج کنیم. در جایی خواندم که نوشته بودند مگر نام پزشکانی که برای سلامتی یا اعاده سلامتی مشهورترین افراد از هیچ کوششی مضایقه نمی‌کنند، ذکر می‌شود؟ چه فرقی میان تلاش پزشک برای سلامتی جسم و کوشش ویراستار برای صحت نوشته؟ این هم استدلال عده‌ای است. در کشورهای انگلیسی زبان هم تا جایی که بنده اطلاع دارم و کتاب‌ها را دیده‌ام و می‌بینم و در جریان بحث‌های اتحادیه‌ها و انجمن‌های ویراستاران و حتی دعوای جدی و علنی‌شان در مطبوعات هستم - از انتشارات غیرانگلیسی زبان اطلاع ندارم - تاکنون اتحادیه‌های ناشران نپذیرفته‌اند که نام ویراستار را در کتاب ذکر کنند؛ و جز مواردی بسیار اندک، نام ویراستار در کتاب دیده نمی‌شود و اصطلاح Edited by، که در کتاب‌های انگلیسی زبان به کار می‌رود، با آنچه ما در زبان فارسی از ویرایش مراد می‌کنیم متفاوت است و بنده گمان می‌کنم در این باره توضیحی هم داده‌ام.

ذکر نام ویراستار بر جلد و صفحه عنوان بلند و صفحه حقوق از دهه ۱۳۶۰ در ایران به تدریج متداول شد. یکی از ویراستاران در این راه پیشگام بود و شدت و حدت زیادی نشان می‌داد که سایر ویراستاران، ناشران را زیر فشار بگذارند و ادارشان کنند که نام ویراستار را حتماً روی کتاب بگذارند.

شماری از ویراستاران که حس می‌کردند زحمت زیادی باید در ویرایش بکشند، در واقع، به نوعی شرایط خود یا وضعیت خاص خود را بر ناشر تحمیل می‌کردند، با او قرارداد می‌بستند و او را متعهد می‌کردند که نامشان را به عنوان

ویراستار حتماً در کتاب، یا مثلاً روی جلد، قید کند و درصدی از فروش را بابت حق ویرایش به آن‌ها بپردازد، مثلاً رقمی بین ۲/۵ تا ۵ درصد.

به گمان بنده باید و نباید این کار باید قانونمند شود. توافقات اصولی اتحادیه‌ها و انجمن‌های ویراستاری در خود و با سایر اتحادیه‌های همسو و همکار است که می‌تواند، و حتماً باید، به بی‌نظمی و نابسامانی نظم بدهد. تنها به اتحادیه ویراستاران نیندیشیم؛ حق را در نظر بگیریم و به اتحادیه‌های پدیدآورندگان، ناشران، کتابفروشان، پخشگران، نمایه‌سازان، نمونه‌خوانان، هنرمندان و تصویرگران کتاب و غیره و غیره فکر کنیم. هر اتحادیه‌ای حق دارد منافع و مصالح خود را در نظر بگیرد و حفظ کند. هماهنگی و توافق میان اتحادیه‌هاست که ارزش دارد و در جامعه حفظ و مراعات می‌شود. ویراستاران هر توافقی می‌خواهند بکنند، اگر سایر عوامل مولد کتاب به آن احترام نگذارند، هیچ ارزشی ندارد. روی این اصل بنده طرفدار مفاهمه، توافق و تناسب و توازن منافع میان همه عناصر تولیدی کتاب هستم. همه عناصر مولد کتاب باید به یک نسبت راضی باشند، نه این‌که عده‌ای راضی‌تر و جمعی ناراضی‌تر. تلاش در راه ترکیب و موازنه مناسب، سعی در راه عدالت هم هست.

تفاوت ویرایش موضوعی با ویرایش استنادی کدام است (چون هر دو نوع ویرایش برای صحت و درستی و دقت علمی اثر انجام می‌گیرند)؟ آیا در ویرایش موضوعی ویراستار بنا بر اطلاعات شخصی خود صحت و دقت علمی متن را بررسی می‌کند یا همچون ویرایش استنادی با بررسی منابع دقت و درستی مطلب را تأیید یا رد می‌کند؟ و در حقیقت ویرایش موضوعی شامل چه کارهایی است؟

ویرایش استنادی / استشهادهی کار ویراستاری است که به مأخذشناسی، کار با منابع و شیوه استفاده و استنباط از آن‌ها مسلط است. در این ویرایش قصد این است که یقین حاصل شود از مهم‌ترین و اصلی‌ترین منابع استفاده شده است یا نه، و اگر استفاده شده است، چگونگی استفاده حتماً درست بوده است. در کتاب‌های اعتقادی و حتماً مستند به اسناد این‌گونه از ویرایش کاربرد جدی دارد،

و نیز در هر کتاب دیگری که ناشر آن بخواهد یقین کند که منابع واجب و لازم به درستی دیده و از آن‌ها استفاده شده است. این ویرایش مستلزم مراجعه مستقیم به منابعی است که نویسنده از آن‌ها استفاده کرده است.

ویرایش موضوعی، یا مضمونی، یا مفهومی، یا محتوایی ویرایشی است که ویراستار متخصص یا مسلط به علم، فن یا موضوع کتاب، صحت علمی کتاب را باید بررسی و تأیید کند. احتمال دارد که کتاب حتی سند و مأخذ نداشته و نویسنده براساس مشاهدات یا اطلاعات شخصی‌اش نوشته باشد. مثلاً نویسنده‌ای کتابی می‌نویسد در باره روش‌های مداوای زخم معده به شیوه آب درمانی براساس تجربیات خودش، اما ناشر نمی‌داند گفته‌های نویسنده علمی است یا نه، تجویزهای او درست است یا نه، و بنابراین، از تخصصی در این مبحث می‌خواهد صحت و دقت مطالب و احکام کتاب را بررسی و تغییر و اصلاحی اگر لازم است، اعمال کند. البته فقط یک نمونه را عرض کردم. اگر نمونه‌های متعدد آورده شود، طیف گسترده این‌گونه ویرایش نمایان‌تر می‌شود.

آیا لازم است که ویرایش مقالات روزنامه و مجلات تخصصی و مجلات

غیر تخصصی و کتاب را از یکدیگر جدا کرد، چرا و هر کدام چه مراتبی دارند؟

اصول و قواعد بنیادی مشترک است، اما روش‌ها و مسائل جزئی و فنی متفاوت است. نشریات هم برحسب این که چه هدف‌ها و چه کاربردها و چه نوع مخاطبانی داشته باشند، در ویرایش نیازهای خاصی دارند. در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی ویراستاری، هم درسی با عنوان ویرایش مجله‌های تخصصی هست و هم این که از این حیث در آموزش ویرایش گرایش وجود دارد. مستحضر هستید که برحسب رشته هم، ویرایش تقسیم و تفکیک می‌شود، مثلاً ویرایش پزشکی، ویرایش فنی - مهندسی، ویرایش حقوقی، ادبی، مذهبی و غیره. اخیراً آگهی‌هایی دیدم برای ویرایش مجله‌های حقوقی و سیاسی در یکی از کشورها. دوره آموزش ویرایش مجله‌های پزشکی ظاهراً بیش از مجلات دیگر برگزار شده است.

هر یک از ویراستاران (زبانی، صوری / فنی، ساختاری - محتوایی) لازم است چه اطلاعاتی داشته باشند و چه علمی را بدانند (مثلاً دانستن حداقل یک زبان خارجی، زبان‌شناسی، دستور زبان فارسی، عروض و ...؟)

شرایط لازم برای ویراستاران را می‌توان به دو دسته اصلی تقسیم کرد: شرایط عمومی؛ شرایط خاص.

شرایط عمومی، برای همه ویراستاران و قطع نظر از این که چه نوع ویرایشی می‌کنند و در چه حوزه‌ای هستند، این‌هاست:

- تسلط به زبان فارسی

- تسلط به یک زبان خارجی (حداقل)؛ و در ویرایش ترجمه تسلط به زبان مبدأ

- تسلط به یک حوزه موضوعی (به عبارت دیگر، ویراستار باید دست کم در

یک حوزه متخصص باشد)

- آشنایی کافی با اصول و مبانی نشر

- تسلط به اصول و مبانی ویرایش

- تسلط به کار با رایانه

- داشتن دانش گسترده عمومی

- داشتن روحیه بارز همکاری و مساعدت

- داشتن قدرت برقراری ارتباط و اداره رابطه

- تسلط به روش‌شناسی، مأخذشناسی و کار با منابع و مراجع مختلف

- آشنایی با قوانین و مقررات کشور

- برخورداری از هوش کافی و عقل سلیم و ذوق متعارف

این‌ها شرایط عمومی است. شرایط خاص به متغیرهای مختلفی بستگی دارد،

مانند نیاز و الزامات مؤسسه نشر، نوع خاص ویرایش، ویژگی‌های موضوعی،

کاربردهای متن، هدف‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها و روش‌های ناشر و نظایر این‌ها.

در واقع، کاربردهای خاص ویرایش ایجاب می‌کند که ویراستار دوره‌ها و

آموزش‌های تخصصی ببیند و در کاربرد ویرایش در حوزه، جهت یا موضوع و مورد

خاص، تخصص بیابد. و این با ویراستار متخصص فرق دارد. مثلاً اگر ویراستار -

پزشک (پزشک ویراستاری، متون پزشکی را، یا ویراستار - مهندس (مهندس

ویراستاری متون مهندسی را ویرایش کند، ویراستار متخصص است، اما اگر ویراستاری آموزش تخصصی ببیند که متن را چگونه برای اجرای رادیویی، سناریوی تلویزیونی، یا برنامه کودکان بین یازده تا چهارده سال ویرایش و آماده کند، گذشته از شرایط عمومی، شرایط خاص را هم احراز کرده است.

ناشری که ویرایش نمی‌داند، به قول شما در این بلبشوی ویرایش، چگونه می‌تواند ویراستار ماهر و واجد شرایط را از ویراستار ناوارد تشخیص دهد؛ و عکس آن ویراستار ماهر و واجد شرایط اقامتی نام، چگونه باید توانایی‌های خود را به ناشر نشان دهد؟

اگر ناشران ویرایش‌شناس و ویراستارشناس بودند که این بلبشو به بار نمی‌آمد. یکی از علت‌های عمده مشکل نشر کتاب در ایران این است که شمار ناشران مسلط به ظرایف نشر بسیار اندک است. همه مثل عبدالرحیم جعفری و ابراهیم رمضانی و نظایر آن‌ها نیستند که گرچه در زمینه نشر دانش فنی - تخصصی نداشتند، اما به کمک شمی غریزی راه خود را در عرصه نشر یافتند و سعی داشتند کتاب خوب منتشر کنند. تا در دانش و آموزش ناشران تحولی متناسب با اوضاع و احوال زمان رخ ندهد، همه جور تخلف و خطا و ندانم‌کاری در عرصه نشر، و از جمله در زمینه ویرایش، رخ خواهد داد. اگر ناشران به ویراستاران نااهل و نابلد دستمزد نمی‌پرداختند، نسل آن‌ها کنده شده بود.

در باب قسمت دوم سؤال باید عرض کنم که این قدر باید سماق بمکد و گشنگی بکشد و محنت ببیند تا بالاخره روزی توانایی‌هایش محرز شود.

در بین صحبت‌های قبلی تان به ویرایش رایانه‌ای، نمایه‌سازی رایانه‌ای، ویرایش تصویر، ویرایش متون تخصصی و دروسی دیگر اشاره کردید، در حالی که این دروس در کلاس‌های ویرایش وجود ندارد. با توجه به این که در دوره‌های مراکز معتبر ویرایش تدریس کرده‌اید، به نظر شما چه دروسی در این دوره‌ها باید آموزش داده شود؟

بله، حق با شماست این درس‌ها در ایران تدریس نمی‌شود، اما تدریس این‌ها

بالاخره لازم است. بالاخره در برنامه آموزشی ویرایش و در برنامه تربیت ویراستار باید این درس‌ها را گنجانند. صورت درس‌هایی را که در چند دانشگاه معتبر در زمینه ویرایش تدریس می‌شود، در یکی - دو تا از مقاله‌هایم آورده‌ام، و جز من کسان دیگری هم در این باره مطلب نوشته‌اند و به عناوین درس‌ها اشاره کرده‌اند. اگر موافقید به جزئیات موضوع نپردازیم. خوانندگان علاقه‌مند می‌توانند به آن نوشته‌ها رجوع کنند.

منظور تان از ویرایش رایانه‌ای چه نوع ویرایشی است؟

منظور ویرایش کردن به کمک رایانه و نیز استفاده از رایانه و امکانات آن در ویرایش است. اکنون، پدیدآورنده ممکن است اثرش را الزاماً روی کاغذ تحویل ندهد، بلکه به صورت دیسکت یا سی‌دی یا دی‌وی‌دی تحویل دهد، یا از طریق پست الکترونیکی و اینترنت بفرستد. بنابراین ویراستار باید بتواند با این رسانه‌های جدید اطلاعاتی - ارتباطی کار کند. از سوی دیگر، در جهان کنونی و بر اثر تحولات ارتباطی، هیچ لزومی ندارد که ویراستار حتماً در دستگاه اداری ناشر حاضر باشد. ممکن است ناشر در کشور، شهر، استان یا ولایت دیگری مقیم باشد و ویراستار در جای دیگری. در بسیاری از منابع مرجع که ویراستاری در آن‌ها از جهاتی بسیار جدی و اساسی است، حتی ویراستاران ممتاز نه در یک کشور و قاره، که در نقاط مختلف جهان و بسیار دور از هم زندگی می‌کنند. در واقع ناشر از راه پست الکترونیکی، متن را برای ویراستار می‌فرستد و ویراستار در نظام رایانه‌ای ویرایش می‌کند و از همان راه پس می‌فرستد. خوب، پیداست که در این وضع، ویراستار باید بتواند با رایانه کار کند و خوب هم کار کند. نکته دیگر این که امکانات شبکه‌ها، پایگاه‌ها و بانک‌های اطلاعاتی و نیز نرم‌افزارهای مختلف و منابعی که در قالب رسانه‌های جدید اطلاعاتی است، در اختیار ویراستار است و در مراحل مختلف ویرایش به او کمک می‌کند. برای مثال، ویراستار برای اطمینان از املاي کلمات یا معنی لغات، دیگر لزومی نمی‌بیند که از سر جایش بلند شود و به منابع کتابخانه خودش یا منابع کتابخانه‌های دیگر

رجوع کند. همان‌جا در همان رایانه، صفحه را نصف می‌کند، متن در دست ویرایش را در نصف صفحه جای می‌دهد، و در نیمه دیگر به جستجو در منابع رایانه‌ای، شبکه‌ها، بانک‌های اطلاعاتی و غیره می‌پردازد و به کمک آن‌ها متن را ویرایش می‌کند. پیداست که استفاده از این امکانات جدید، آموزش و آشنایی گسترده‌ای می‌خواهد. نکته دیگر این که بسیاری از نرم‌افزارها وظایف وقت‌گیر ویرایش را حذف یا تسهیل کرده است. مثلاً به کمک نرم‌افزارهای خاص می‌توان املاي غلط کلمات را اصلاح کرد یا حتی انشای بسیاری از جملات را از حیث نحوی تصحیح نمود، یا نقطه‌گذاری‌ها و فقره‌بندی متن را به سرعت و سهولت انجام داد. شمار نرم‌افزارهای ویرایشی به سرعت در افزایش است و به راستی اگر ویراستاران سواد رایانه‌ای کسب نکنند، تا چند وقت دیگر بدون تردید از رده خارج خواهند شد؛ دست کم در برخی زمینه‌های ویرایش.

از آن‌جا که شما مدتی درس نمایه‌سازی را در دوره‌های ویرایش تدریس کرده‌اید، لطفاً بفرمایید که چه کتاب‌هایی نیاز به نمایه دارند؟

به عنوان قاعده، برای هر کتابی که ضرورت داشته باشد نوع خاصی از اطلاعات یا داده‌ها از متن آن بازیابی شود، یا کتاب‌هایی که اطلاعات مورد نیاز در متن آن‌ها از طریق فهرست اول کتاب بازیابی نشود، یا کاربردهایی برای اطلاعات و داده‌های متن متصور باشد که تمهیدی الفبایی را برای آن ضروری کند، نمایه لازم است. به زبانی دیگر، منابعی که اطلاعات و داده‌های آن‌ها را باید به سرعت و سهولت بازیابی کرد، بیش از سایر منابع به نمایه یا نمایه‌های خوب و کارآمد نیاز دارند، مثلاً نقشه‌ها، اطلس‌ها، کتاب‌های راهنما و منابع اطلاعاتی دیگر نظیر این‌ها، بدون نمایه به کلی غیرقابل استفاده‌اند، اما رمان‌هایی که معمولاً یک بار از سر تا ته خوانده می‌شوند و بعد هم کنار گذاشته می‌شوند، نیازی به نمایه ندارند. این دو نوع منبع را در دو سوی طیف در نظر بگیرید. در میان این طیف، کتاب‌هایی قرار می‌گیرند که به اشکال و درجات مختلف نمایه نیاز دارند و حجم و نوع نمایه آن‌ها تابع کاربرد آن‌هاست. برای مثال، معمولاً برای رمان‌ها نمایه

تهیه نمی‌کنند، اما برای رمان‌های کلاسیک، رمان‌هایی که برای مقاصد مختلف مدام به آن‌ها مراجعه می‌شود، یا برای نمایشنامه‌های کلاسیک، مثلاً نمایشنامه‌های شکسپیر، نمایه لازم است. خیلی چیزها هست که بازیابی آن‌ها در متن این آثار اهمیت و کاربرد دارد. برخی نام‌ها، بعضی صحنه‌ها، شماری از نقل‌قول‌ها یا رویدادها از مواردی است که مدام به آن‌ها استناد می‌شود و به همین علت، بازیابی سهل و سریع آن‌ها اهمیت دارد.

پس از منابع اطلاعاتی و راهنماها، کتاب‌های تحقیقی - تخصصی به نمایه‌های تفصیلی فنی نیاز دارد، و بعد منابع درسی و نیمه تخصصی. در واقع، اصل مهمی که می‌توان مبنا قرار داد، نیاز و کاربرد است. اگر ناشر، اثر خود را درست بشناسد و در نظر بگیرد که مخاطب با چه نیاز و ضرورتی و برای چه کاربردی به سراغ کتاب او می‌آید، یا ویراستار این نکته را به او گوشزد کند، راه تشخیص و تصمیم‌گیری باز می‌شود. در واقع، مخاطب کتاب باید تعیین و نیازهای او درست شناسایی شود. بر پایه این تشخیص، استفاده‌ها و کاربردهای متصور بر کتاب، مبنای تصمیم‌گیری در باره اجزا قرار می‌گیرد، که یکی از اجزای مهم نمایه است.

نمایه‌ساز باید چه اطلاعاتی داشته باشد؟

نمایه‌سازی (indexing) برای خودش علم و فن مستقلی است. شاخه‌ای از آن Book indexing (نمایه‌سازی کتاب) است و کسی که برای کتاب نمایه می‌سازد، باید این علم و فن را بداند. نمایه‌سازی در عین حال در بسیاری از کشورها حرفه‌ای است مستقل، محترم و با درآمد خوب. نمایه‌سازان برای خود اتحادیه‌ها و انجمن‌های مستقل، نشریه، دوره‌های آموزشی و تخصصی و نظایر این‌ها دارند. مباحث نظری و عملی نمایه‌سازی هم در بسیاری جاها تدریس می‌شود. متأسفانه ما در کشورمان همان‌گونه که هیچ نظامی برای نشر نداریم، برای نمایه‌سازی هم نداریم. اکنون به نظر می‌رسد چون تفاوت نمایه و فهرست برعه‌ای روشن شده است، هر دو اصطلاح تا حدودی درجای مناسب خود به کار می‌رود.

چنان که گفتید تفاوت فهرست و نمایه برای بسیاری روشن نیست. لطفاً بفرمایید تفاوت آن‌ها چیست؟

فهرست‌نویسی (Cataloging) و نمایه‌سازی (Indexing) دو بحث، دو تخصص و دو حوزه متفاوت است. فهرست‌نویسان (Catalogers) و حاصل کارشان در کتابخانه‌ها از بنیادی‌ترین ارکان کتابخانه است، اما کار آن‌ها نمایه‌سازی و به‌ویژه نمایه‌سازی کتاب (Book indexing) نیست. نمایه‌ساز کتاب (Book indexer) کسی است که به اجزای کتاب و کاربردهای آن‌ها آشنایی دارد و به جزء نمایه و شیوه ساختن آن مسلط است. نمایه‌ساز، نوع نمایه و روش کار او در اصل با نظر ویراستار تعیین می‌شود. در واقع، ویراستار است که باید از نمایه‌ساز بخواهد چه نوع نمایه‌ای، با چه حجمی و برای چه کاربردی برای کتاب تهیه شود.

تا چند سال پیش به نمایه پایان کتاب، «فهرست»، «فهرست اعلام»، «فهرست موضوعی»، «فهرست راهنما» و نظایر این‌ها گفته می‌شد. حتی به نمایه مقالات نیز «فهرست مقالات» می‌گفتند، مانند فهرست مقالات فارسی ایرج افشار، که در واقع نمایه‌ای از مقالات فارسی است. در واقع، واژه «فهرست» در زبان فارسی برای هر گونه صورت و سیاهه‌ای به کار می‌رود، حتی برای صورت مندرجات در اول کتاب؛ اما در کاربردهای دقیق‌تری که به لحاظ همکاری برخی از ویراستاران واجد شرایط در بعضی مؤسسه‌های انتشاراتی اعمال شده است، تفکیک‌های لازم صورت گرفته است و برای این که معلوم باشد کاری که در سیاهه پایان کتاب برای بازشناسی و بازیابی اطلاعات مندرج در کتاب انجام می‌گیرد، مدلول و موضوع نمایه‌سازی است، نه حوزه دیگری، اصطلاح «نمایه» آگاهانه و گاه با دقت‌های لازم به کار رفته است. در ضمن واژه «نمایه» را می‌توان با اضافه لازم ترکیب کرد، مانند «نمایه موضوعی»، «نمایه تحلیلی»، «نمایه اطلاعاتی»، «نمایه ساده»، «نمایه فرهنگی» و نظایر این‌ها که هر کدام می‌تواند بر نوع خاص نمایه، که مدلول است، دلالت کند. البته تا چندین دوره در زمینه نمایه‌سازی کتاب برگزار نشود و این‌گونه جزئیات در آن‌ها مورد بحث قرار نگیرد، مرزهای اصطلاحی و مفهومی همچنان نامشخص خواهد بود.

بیش‌ترین مشکلات در نمایه کدام است؟

در کتاب‌های فارسی فقدان عقل سلیم، ذوق متعارف و اطلاعات پایه در زمینه نمایه. بسیاری از کتاب‌هایی که باید نمایه داشته باشد، نمایه ندارد؛ بسیاری از کتاب‌هایی که باید نمایه آن‌ها با متن و کاربرد و مخاطب آن‌ها تناسب داشته باشد، تناسب ندارد؛ و بسیاری از کتاب‌هایی که نمایه دارد، نمایه آن‌ها قابل استفاده نیست. این‌ها از جمله مشکلات عمومی و مبتلا به کتاب‌های فارسی است. مثالی عرض می‌کنم که موضوع را ملموس‌تر کند. یکی از بهترین ناشران در تاریخ نشر کتاب در ایران، انتشارات خوارزمی است. در دوره‌ای که خوارزمی زنده، فعال و کاملاً حرفه‌ای عمل می‌کرد و همه اجزای کتاب‌هایش حساب و کتاب داشت، تنها جزئی که بر آن سیاست، قاعده و منطق مخصوص خودش حاکم نبود، نمایه کتاب‌های این ناشر بود. اگر انتشارات خوارزمی را از حیث نمایه، فقط از این حیث، بررسی کنید به عرایض پی می‌برید. آن قدر کتاب بی‌نمایه و بد نمایه در انتشارات این ناشر پیدا می‌کنید که متعجب می‌شوید، آن هم ناشری که کار انتشاراتی‌اش تحسین‌برانگیز است.

مثال دیگر، انتشارات سمت کتاب‌های درسی دانشگاهی منتشر می‌کند، اما کتاب‌هایش نمایه ندارد. مگر می‌شود برای دانشگاه متن درسی انتشار داد و نمایه فنی خوب برای کتاب تهیه نکرد؟ ناشری که متوجه نباشد انتشارات دانشگاهی بدون نمایه فنی، کاستی غیرقابل گذشت است، یا باید از مبانی انتشار کتاب خیلی بی‌اطلاع باشد، یا اشکال بزرگ‌تری در کار او باشد؛ که البته هیچ اشکالی در کار نشر بزرگ‌تر از نداشتن عقل سلیم و ذوق متعارف نیست.

ملاحظه می‌کنید؟ فقدان تناسب میان اجزا و کاربردهای اجزای کتاب، از بی‌دانشی و بی‌اطلاعی در تولید کتاب خبر می‌دهد. اگر مدیران مؤسسات انتشاراتی به ماده‌ای که تولید می‌کنند اشراف فنی داشته باشند، آن وقت می‌دانند که حق هر جزئی را چگونه ادا کنند. در هر حال، تا اهمیت و ضرورت و کاربردهای نمایه‌های مختلف بر ناشران آشکار نشود، تحولی در نمایه‌سازی کتاب رخ نخواهد داد. در ضمن اگر ناشرانی بدانند که نمایه‌های فنی خوب در فروش بلند مدت آثار تحقیقی و منابع تخصصی و درسی تأثیر می‌گذارد، شاید

به نمایه‌ها جدی‌تر نگاه کنند. و در نهایت این که ویراستارانند که مدام باید به ناشران یق بزنند تا کتابی که به نمایه نیاز دارد، بی‌نمایه منتشر نشود.

به ویرایش تصویر اشاره کردید. ویرایش تصویر در کتاب‌ها (شامل کتاب‌های تخصصی مثل دانشنامه‌ها و دایرةالمعارف و کتاب‌های غیرتخصصی)، مجلات و روزنامه‌ها شامل چه مراتبی است؟ آیا در ایران ویراستار تصویر (حرفه‌ای) داریم؟

تا جایی که من خبر دارم، کسی در ایران نیست که در زمینه تصویرویرایی (ویرایش تصویر) تخصص داشته یا دوره‌ای دیده باشد؛ تأکید می‌کنم تا جایی که من خبر دارم. اما در ضمن تاکنون کسی را هم ندیده‌ام که توجه، دقت یا اهتمام خود را صرف بررسی علمی - فنی این قضیه کرده باشد. البته در میان ویراستاران، ناشران، تولیدگران هنری کتاب، تصویرگران و ناظران چاپ کسانی هستند که با دقت و ذوق به مسائل تصویری نگاه می‌کنند، اما این که نگاهی علمی، فنی تخصصی، کارشناسی به تصویر در کتاب و به‌طور منظم معطوف شده باشد، گمان می‌کنم چیزی است که جای خالی آن کم‌کم در ایران دارد احساس می‌شود، چون شمار انتشار کتاب‌های مرجع و درسی با اهمیت در ایران، کم‌کم دارد قابل توجه می‌شود.

حتماً می‌دانید در مراجع با اهمیت، ویراستاری به نام Picture editor (ویراستار تصویر) حضور دارد. وظیفه این ویراستار، تأمین هنجارهای لازم کمیت و کیفیت تصویر در کتاب است، مانند همان کاری که ویراستار متن می‌کند. در کتاب‌هایی که تصویر نقش مهمی داشته باشد، اهمیت تصویر برابر با اهمیت متن است. مبالغه نیست اگر بگوییم ارزش کتاب به دو نیم مساوی تقسیم می‌شود، نیمی متن و نیمی تصویر. از این گذشته، ویراستار تصویر هنرشناس، مأخذشناس و نهادشناسی است که می‌داند چه تصویری را از کجا و از چه منبعی تأمین کند، و نیز راهبرد اندیش (استراتژیست)ی است که می‌داند چگونه متن و تصویر را همراه کند که مطلب گویا، کوتاه، نامکرر و جذاب باشد. حضور ویراستار تصویر در مراجع مهم بسیار اساسی است و به راستی اگر در کتاب‌های

مرجع از دیدگاه تخصصی ویرایش تصویر به تصویرهای کتاب نگاه نکنند، همان صحنه‌های غمبار، خنده‌آور و گاه شرمگنانه‌ای اتفاق می‌افتد که در بعضی از کتاب‌های مرجع ما در زبان فارسی اتفاق افتاده است.

در ضمن، این را هم بیفزایم که در برخی کشورها درس و دوره تخصصی در زمینه ویرایش تصویر هست و در مراکزی که آموزش نشر در آن‌ها جدی است، این ماده هم تدریس می‌شود. از مسائل فنی تصویرگزینی در مجله‌ها و روزنامه‌ها اطلاعی ندارم و این نکته را بهتر است از روزنامه‌نگاران درس خوانده متخصص پرسید.

ویراستار چگونه باید بفهمد که حدود اختیاراتش در هر متنی چقدر است؟

در آموزش کلاسیک ویرایش، انواع حدود و اختیارات آموزش داده می‌شود و ویراستاران کلیات و اصول کار را می‌آموزند. جز این، سیاست هر ناشری در ویرایش و انتشار معمولاً معلوم است. ناشر حتماً باید برای ویراستار معلوم کند که حدود توقع و سطح انتظاراتش از ویرایش چیست؛ یا این که ممکن است ویراستار و مؤسسه نشر پیش از شروع ویرایش به توافق برسند. اصولاً، ویراستار پیش از آن که ویرایش را آغاز کند، به عنوان یکی از اصول پایه باید استراتژی (راهبرد) ویرایشی خود را تعیین کند. در استراتژی چند چیز اصلی روشن خواهد شد، از جمله حدود و اختیارات ویرایشی.

منظورتان از تعیین استراتژی ویرایش چیست؟ چه چیزهایی را باید تعیین کرد؟

ویراستار، پیش از شروع ویرایش، حتماً باید راهبرد (استراتژی) خود را تعیین کند. ویراستارانی که کتاب را به دست می‌گیرند و آن چیزی را که در ذهن دارند اعمال می‌کنند، در کار خود موفق نخواهند شد. ویراستار باید به چند پرسش بنیادی در وهله نخست پاسخ بگوید و چگونگی ویرایش خود را بر پاسخ‌هایی که به آن پرسش‌ها می‌دهد، استوار کند. همین استوار کردن پاسخ بر پرسش، راهبرد اندیشی است. پرسش‌ها اجمالاً از این قرار است:

- مخاطب کتاب کیست؟

- کتاب به چه قصدی و برای چه کاربردی نوشته شده است؟
- کاربردهای اصلی و فرعی کتاب کدام است؟
- اجزای متناسب کتاب برای این کاربردها چیست؟
- با توجه به مخاطب و کاربرد، از چه نوع زبان و بیانی باید استفاده کرد؟
- با توجه به مخاطب و کاربرد، آیا کتاب به تدابیر بصری مانند تصویر، نقاشی، طرح و نظایر این‌ها نیاز دارد؟
- آرایش کتاب چگونه باید باشد؟
- کتاب در چه قطعی، با چه کاغذی و با کدام کیفیت مادی و ظاهری باید چاپ شود؟
- جنبه‌های اقتصادی و مالی کتاب چگونه است؟ به عبارت دیگر، آیا وضع اقتصادی کتاب اجازه می‌دهد که از محل آن برای کتاب هزینه شود؟ (این پرسش بسیار مهم و تعیین‌کننده است؛ اگر بتوان خرج کرد، پس می‌توان کتاب را از همه حیث ارتقا داد).
- ویراستار اگر نوعاً به این پرسش‌ها پاسخ دهد، می‌تواند تصمیم بگیرد که چه نوع ویرایشی لازم است، از کجا شروع کند، به کجا ختم کند، به چه اجزایی بپردازد و از چه کسانی کمک بگیرد و در چه زمانی این کار را به اتمام برساند. تصمیم نهایی او و تنظیم و ارائه آن مثلاً در یک صفحه، راهبرد (استراتژی) ویرایش اوست.

آیا در باره تدوین مباحث نظری ویرایش به صورت کتاب یا سلسله مقاله، کاری

کرده‌اید و آیا در نظر دارید چنین کاری بکنید؟

فعلاً با یکی از همکاران ویراستار مشغول گردآوری منابع برای مطالعه در این باره هستیم که اگر توفیقی باشد، سعی می‌کنیم به صورت کتابی منتشر کنیم. مواد مقاله‌ای را در این زمینه فراهم کرده‌ام که امیدوارم در اولین فرصت مناسب برای طرح پیشنهادهایم و در میان‌گذاردن نکات خامی که فعلاً در نظر دارم، روی کاغذ بیاورم.

لطفاً در پایان مصاحبه، از تجربه‌های بد و تجربه‌های خوب ویرایشی‌تان برای ما بگویید.

ماجرا زیاد است. در پرسش‌های قبلی به دوره‌ای مطبوع، دوره همکاری لذت‌بخش و در عین حال درس‌آموز برای خودم، اشاره کردم. این‌جا هم به چند مورد اشاره می‌کنم. ویراستار چند ترجمه دکتر عبدالرضا هوشنگ مهدوی من بوده‌ام و همکاری با او برایم بسیار لذت‌بخش و شوق‌آور بود. سعی کردم و می‌کنم اگر به ویراستاری برخورد کنم که کار مرا ویرایش می‌کند، همان گشاده‌رویی، استقبال و برخوردپذیرا، نرم، تشویق‌آمیز و دلگرم‌کننده او را داشته باشم. هر بار که دسته‌های ویرایش شده ترجمه‌های دکتر مهدوی را برایش می‌بردم، با رضایت و لذت و خاطره خوش از او جدا می‌شدم. او مربی من در ویراستاری نبود، اما عملاً درس و تجربه‌ای به من آموخت که به راستی به کارم آمد. بعدها که یک روز خانم بسیار جوان و شاید هم نسبتاً کم تجربه‌ای از در وارد شد و گفت من ویراستار فلان کتاب شما هستم و آمده‌ام به تعدادی از پرسش‌هایم پاسخ بدهید، خودم را به جای دکتر مهدوی گذاشتم و با او به گونه‌ای رفتار کردم که گمان می‌کنم دوستی قابل اعتمادی میان ما پدید آمد، هرچند که با شماری از تغییرات او موافق نبودم و خواهش کردم نظرش را اعمال نکند.

به جوانی که می‌خواست ویراستار شود، اصول و فنونی را که می‌دانستم آموختم. ظرف مدت کوتاهی در ویرایش ادبی پیشرفت نمایان کرد و پس از مدتی در ویرایش چند اثر همکار من شد. در جریان ویرایش نکته‌هایی از او آموختم که پیش از آن از هیچ‌یک از استادانم نیاموخته بودم. به این نتیجه که رسیدم، از او خواهش کردم جایمان را عوض کنیم و به جای آن که من ویرایش او را کنترل کنم، او ویرایش مرا کنترل کند. البته ویراستار بسیار باجنبه‌ای بود و دوستی و تفاهم عمیق میان ما به هر دوی ما کمک کرد که دانسته‌هایمان را مبادله و تجربه‌هایمان را منتقل کنیم. این همکاری، اگر چه عمر زیادی نداشت، ولی از نکته‌آموزترین دوره‌های کاری من در ویرایش است.

ترجمه‌ای را در زمینه روان‌شناسی ویرایش کردم. به این کتاب دلبستگی عمیقی پیدا کردم و در حدی که اطلاعات و تجربه‌هایم در آن وقت اجازه می‌داد،

جداً مایه گذاشتم و از کار خودم هم راضی بودم. البته ناشر کتاب بین مترجم و من حایل بود و در واقع با مترجم تماس مستقیم نداشتم. کتاب چاپ شد، عیناً با ویرایش‌های من و مدتی گذشت. روزی در مجلسی صحبت این کتاب پیش آمد و خانمی گفت که مترجم در جایی هر چه از دهانش درآمده، نثار ویراستار کتاب کرده است. عجباً! نخست به قهر اقیانوس تحیر غوطه زدم و سپس نفس بریده، از دریای غم و اندوه و چرکین دلی سر برآوردم. چند روزی گذشت تا تعادلم را پیدا کردم و چند ماهی گذشت تا شبی تلفن زنگ زد و صدایی خودش را معرفی کرد: «سلام، من فلانی هستم.» خودم را آماده کردم در برابر ناسزاهایی که حتماً نثارم می‌شد کاملاً خونسرد و مؤدب باشم. و صدا درآمد که می‌خواستم از شما خواهش کنم و ویرایش کتاب دیگری از مرا قبول کنید. چند ترجمه او را مقابله و ویرایش کردم و رابطه بسیار مؤدبانه، محترمانه، صمیمانه و همراه با اطمینان و اعتمادی میان ما برقرار شد و مدت‌ها بعد و پس از گفتگویی با او، و پرس و جویی بیش‌تر، کاشف به عمل آمد که راوی از جمله خبیثانی است که از خراب کردن رابطه میان پدیدآورندگان و ویراستاران تشفی روحی - روانی می‌یابند.

از فؤاد روحانی و حمید عنایت هم صحنه‌هایی در ذهنم به صورت زنده باقی مانده است که هر بار به یاد می‌آورم، از لذت و رضایت لبریز می‌شوم. تاریخ اوپک روحانی را نسخه‌ویرایی و سه آهنگساز عنایت را بازخوانی کرده‌ام. از آن‌ها خواستم که مثلاً جملاتی را عوض کنند، از نو بنویسند، ابهاماتی را برطرف کنند، نکاتی را برایم توضیح بدهند و نظایر این‌ها. مرحوم فؤاد روحانی از ایراد بجا به وجد می‌آمد و مرحوم عنایت از پیشنهاد بجا گل از گلش می‌شکفت. این قضیه مربوط به سال‌های ۱۳۵۲-۱۳۵۳ است که من خیلی جوان، خیلی کم تجربه و بسیار کم سوادتر از امروز بودم، اما بازخوردهایی که آن‌ها نشان دادند، بهترین قوت قلب برای ویراستاری جوان و بدون تجربه کافی بود. حتی حمید عنایت مرا به همکاری در شرکت انتشاراتی کوتاه عمری، دعوت کرد و در دیداری در مسیر گلک چال در این باره به تفصیل با من حرف زد. یادداشت‌های محبت‌آمیز و بسیار زیبای فؤاد روحانی، که واقعاً با منش و تخصص او همسازی داشت، از بهترین نامه‌هایی است که دریافت داشتم.

تجربه‌های مکرر بر من ثابت کرده است که نداشتن قرارداد و ویرایش، در

مواردی که ناشر یا پدیدآورنده اهل فنّ و معتمد نباشند، مشکل ایجاد می‌کند. کتابی را ویرایش کردم که پدیدآورنده پس از این که نمونه‌های ویرایش شده را از من گرفت، مطالب دیگری را طیّ زمان به آن اضافه کرد، به صورتی که حجم کتاب دو یا سه برابر شد. سال‌ها بعد که کتاب انتشار یافت، متوجه شدم که به طرز بدی دو دست است و در مقدمه کتاب از من به عنوان ویراستار نام برده شده است. به مؤلف تلفن زدم و گفتم من فقط بخشی از این کتاب را ویرایش کرده‌ام و حالا نزد خوانندگان مسئول کل کتاب معرفی می‌شوم؛ اجازه بدهید طیّ یادداشتی در یکی از نشریات، حقیقت را همان‌طور که هست با خوانندگان در میان بگذارم. در پاسخ به من گفت که این یادداشت به فروش کتاب لطمه می‌زند و مهلتی خواست تا به جوانب امر بیندیشد و پاسخ بدهد. مدتی گذشت و پاسخی نرسید، اما مصاحبه‌ای از او منتشر شد و در مصاحبه مطلب را طوری طرح کرد که هر کس آن را بخواند احساس می‌کند ویراستار را وسط کار عزل و برکنار و بنابراین مسئولیتی را هم متوجه او کرده‌اند.

در زندگی هر ویراستاری همه گونه صحنه و برخورد شوق‌انگیز، رقت‌بار، حق‌شناسانه و نیز لبالب از حق‌ناشناسی، حق‌ناسپاسی، بی‌عدالتی، بی‌مروتی و جهالت هم هست. بعضی از جوانانی که در کتاب‌های مرجع، دانسته‌ها و تجربه‌هایمان را به خدمت نوشته‌های آنان گرفتیم، اما در ازا از آنان گستاخی، بی‌ادبی و بی‌چشم و رویی دیدیم؛ چیزهایی که شایسته جماعتی تربیت نشده و گرفتار نفس است، نه زبیده مردمی که به عرصه فرهنگ پای می‌گذارند و می‌خواهند عمر خود را با علم و تحقیق و نوشتن صرف کنند. گمان می‌کنم خاطره‌ها و صحنه‌های زشت و زیبا البته لازمه زندگی ویراستارانه باشد. متأسفانه در جامعه‌هایی که فرهنگ عمومی نازل باشد، ناروایی‌ها و نازیبایی‌ها بر عقل سلیم و عدل و انصاف غلبه می‌کند و خود عاملی می‌شود که عمر دوره‌های ویراستاری و همکاری‌های ثمربخش کوتاه باشد. با این حال، اگر من یک بار دیگر به دنیا بیایم، باز هم سراغ ویرایش می‌روم و سعی می‌کنم تجربه‌هایی عمیق‌تر از پیش داشته باشم که به راستی آموزنده و کارساز است.

نمایه

- آ
آذرنوش، آذرتاش، ۱۱۳
آزادی، اسماعیل، ۶۹
آشوری، داریوش، ۱۳۰
آفریقای جنوبی، ۷۱
آفرینش، ۱۵
آفرینش فرهنگی، ۶۶
آگهی انتشار، ۳۹
آلمان، ۳۱
آمریکا، ۳۶، ۶۰
آموزش نشر، ۵۰، ۷۰
- الف
اتحادیه ناشران، ۲۴، ۹۸، ۱۳۵، ۱۳۶
مشارکت در، ۱۳۶
اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران، ۱۳۶
اتلاف وقت، ۱۳، ۱۴
اثرآفرینی، ۱۶
اجتماعی جندقی، کمال، ۱۴۴
ادیب سلطانی، میرشمس‌الدین، ۱۱۱، ۱۲۷
اریاب، روحی، ۱۲۴
اریاب شیرانی، سعید، ۱۱۳، ۱۳۸
ارتباط، ۳۶
اردکانی، محبوبی، ۱۲۴
ارگانی، عبدالله، ۱۰۹
- استرالیا، ۳۶، ۸۶
اصطکاک، ۱۴۱
اطلاع‌رسانی در نشر، ۷۷
اطلاع‌رسانی، علم، ۸۸
اعلم، جلال‌الدین، ۱۰۹
افشار، ایرج، ۱۲۴
اقتصاد کتاب، ۵۵، ۶۲
چرخه طبیعی، ۶۵
اقتصاد ملی، ۱۵
اقتصاد نشر، ۵۹، ۶۴، ۹۱
القبأ، ۱۲۳
امامی، کریم، ۱۰۸
امامی، گلی، ۱۰۹
امیرشاهی، مهشید، ۱۰۹
امینی، علی، ۲۴
انتشارات
امیرکبیر، ۱۲۵، ۱۴۴
بنگاه ترجمه و نشر، ۱۴۴
خوارزمی، ۱۴۴، ۱۵۴
دانشگاه تهران، ۱۴۴
دانشگاهی، ۱۵۴
سمت، ۱۵۴
فرانکلین، ۱۴۴
کانون پرورش فکری کودکان و
نوجوانان، ۱۴۴
نیل، ۱۲۵، ۱۴۴

انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی،

۱۲۵

انجمن ویراستاران، ۱۳۴

انگلستان، ۳۶

ایرج، افشار، ۱۵۳

اینترنت، ۷۱، ۷۲، ۷۳، ۱۵۰

پایگاه، ۴۲

ایشستین، ۱۳۹

ب

بازآرایی، ۹۸، ۱۱۵

بازآفرینی، ۱۵، ۱۹، ۲۰

بازارسنجی، ۱۰۱

بازارشناسی، ۱۰۱

بازار

فروش، ۶۴

کاذب، ۲۴

نشر، ۲۹

بازارگشایی، ۳۸

بازاریابی، ۳۶، ۳۸، ۳۹، ۴۱

بازچاپ، ۳۸

بازنگاری، ۹۸، ۱۱۵

بازنویسی، ۱۱۴

باشگاه کتاب، ۴۲

بحران نشر، ۲۶، ۷۴

بخارا، ۱۲۴

برزگر، علی، ۱۱۱

برگشت سرمایه، ۶۱

بریتانیکا، دانشنامه، ۱۳۹

بسترسازی، ۱۸

بسترگذاری، ۸۳

بنگاه ترجمه، ۱۲۵

بنویس و بفروش، ۸۱

بنیاد دایرةالمعارف اسلامی، ۱۱۲

بهزاد، محمود، ۱۰۹، ۱۲۶

بهنام، مهوش، ۱۱۱

بی‌نیاز از ویرایش، ۹۶

پ

پاکدامن، ناصر، ۱۰۹، ۱۲۶، ۱۲۷

پاکستان، ۳۱

پخشگری، ۱۹، ۳۵، ۵۲، ۵۶

شبکه، ۳۵

پدیدآورنده

جدید، ۵۷

قدیم، ۵۷

پزشکی ویراستار، ۱۴۸

پژوهش در نشر، ۷۷

پژوهشگاه علوم انسانی، ۱۲۵

پیام، ۲۷، ۹۶

پیام‌فرست، ۹۶

پیام‌گیر، ۹۶

پیام، مجله، ۱۲۵

پیش‌آگهی، ۳۷

ت

تاریخ تمدن، ۱۳۰

تاریخ فلسفه، ۱۳۰

تایلند، ۶۱

تبلیغ، ۳۷، ۵۲، ۶۱

کتاب، ۸۵

تحلیل

بازار، ۳۲

بازخورد، ۴۶

تخفیف، ۴۲، ۶۳

ترجمه جعلی، ۸۲

ترکیه، ۸۳

ترویج، ۵۲

تصویر ویرایی، ۱۳۵

تعارض شغلی، ۱۳۲

تعاونی، شیرین، ۱۱۱

تکثیر

چایی، ۲۸

کتنی، ۹۶

تمرکز کانونی، ۱۲۰

- تنش، ۱۴۱
توافق ویرایشی، ۱۴۰
توزیع، ۶۱
سراسری، ۴۸
تولید
انتشاراتی، ۲۰، ۱۵
چاپی، ۱۲۱
صنعتی، ۷۳، ۱۱۶
فرهنگی، ۱۷، ۵۱، ۱۲۱
فنی - هنری، ۱۲۱
کتاب، ۱۰
تهران، ۸۴
تهرانی، حسین، ۸۹
- ث
ثروت
مادی، ۱۳
معنوی، ۱۳
ملی، ۱۳، ۱۴
- ج
جامعه نشر، ۳۱
جبهه ملی، ۱۰۵
جعفری، رضا، ۱۱۲
جعفری، عبدالرحیم، ۱۴۹
جوزی، محمدرضا، ۱۱۱
- چ
چاپ جدید، ۵۷
چاپ قدیم، ۵۷
چین، ۶۱
- ح
حاشیه سود، ۶۰
حداد عادل، غلامعلی، ۱۰۹
حراج، ۲۳، ۴۳
دایمی، ۲۳
- خ
سالانه، ۲۳
فصلی، ۲۳
کتاب، ۲۳
ماهانه، ۲۳
محل، ۲۳
منطقه، ۲۳
موسمی، ۲۳
حرفه رازورانه، ۱۲۱
حرّی، عباس، ۱۱۳
حق مؤلف، ۸۲
حکیمی، محمدرضا، ۱۰۹، ۱۲۶
حیدری ملایری، محمد، ۱۰۹، ۱۱۱
- خ
خبررسانی، ۳۹
خبرسازی، ۳۹
خبرنگاران فرهنگی، ۴۰
خبریابی، ۳۹
خرداد ۱۳۷۶، ۶۶، ۸۶
خرده فروشی
جدید، ۵۷
قدیم، ۵۷
خرمشاهی، بهاء الدین، ۱۱۱، ۱۲۷
خریداران
بالفعل، ۳۰
بالقوه، ۳۰
خریدار - خواننده، ۳۰
خوب ناشری، ۳۶
خود ناشری، ۱۷
خوشه، ۱۲۳
خویی، اسماعیل، ۱۱۱
- د
دانشگاه آزاد ایران، ۱۰۸
دانشگاه شیکاگو، ۱۲۷
دانشنامه نگاری، ۱۱۴
دانشنامه جهان اسلام، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۳۸

سعادت، اسماعیل، ۱۲۴

سکنتاریسم جزئی، ۸۸

سلطانی، پوری، ۱۱۱

سلیقه بهنجار، ۸۴

سمیعی، احمد، ۱۰۹، ۱۲۶، ۱۳۸

سنخ‌شناسی خواننده، ۵۲

سنگاپور، ۲۲

سوئد، ۸۶

سیاست ترغیبی، ۱۱

سیاست‌گذاری فرهنگی، ۵۱

سیاست‌های

حمایتی، ۸۳

فرهنگی، ۶۵

یارانه‌ای، ۸۵

سیاسی، علی‌اکبر، ۱۲۴

سید حسینی، رضا، ۱۱۳

ش

شاملو، احمد، ۱۲۳

شبکه ملی یکپارچه، ۱۳

شهیدی، سید جعفر، ۱۲۳

شیخ‌اوندی، داور، ۱۱۱

شیوه‌نامه، ۱۲۷، ۱۲۹

شیوه‌نامه امیرکبیر، ۱۲۷

ص

صادقی، علی‌اشرف، ۱۱۳

صنعت کتاب، ۵۰، ۵۳

صنعت نشر، ۹۱، ۱۳۵

توسعه، ۶۲

صنف ویراستاران، ۱۳۷

ض

ضریب قیمت، ۶۰

ط

طاهری عراقی، احمد، ۱۱۳

دانشی، حسین، ۱۱۱

دایرةالمعارف فارسی، ۱۳۸

درآمد کتاب، ۵۶، ۵۷

در زمانی در نشر، ۳۱

دریابندری، نجف، ۱۰۷، ۱۰۹، ۱۲۷

دگرآرایی، ۹۷، ۹۸، ۱۱۵

دهخدا، علی‌اکبر، ۱۲۳

ذ

ذوق متعارف، ۱۵۴

ر

راهنمای آمادۀ ساختن کتاب، ۱۲۷

راهنمای کتاب، ۱۲۳

رزقی، ۱۰۵

رمضانی، ابراهیم، ۱۴۹

روابط عمومی، ۳۹

روحانی، فؤاد، ۱۵۹

روش

«حداقل دخالت»، ۱۱۰

«حداکثر دخالت»، ۱۱۰

ز

زاهدی، سپهبد، ۱۰۵

زریاب، عباس، ۱۱۴

زنجیره کتاب، ۲۱

ژ

ژاپن، ۸۶

س

سازمان ملل، ۷۲

سازمان ویرایش و تولید فنی، ۱۰۹، ۱۲۷

ساعدی، غلامحسین، ۱۲۳، ۱۲۷

سانسور، ۶۱

سخن، ۱۲۳

سرمایه ملی، ۱۲

- ع
عاقلی، سیامک، ۱۱۲
عباسپور، هومن، ۱۰۳، ۷
عباس میرزا (نایب السلطنه)، ۱۲۰
عصر رقومی (دیجیتالی)، ۶۹
عصر مظفری، ۱۲۴
عظیم، نازی، ۱۱۱
عقل سلیم، ۱۵۴، ۱۶۰
عمده فروشی
جدید، ۵۷
قدیم، ۵۷
کتاب، ۵۶
عنایت، حمید، ۱۵۹
- غ
غولناشران، ۳۹، ۴۱
- ف
فانی، کامران، ۱۲۷
فرانکلین، ۱۰-۱۰۷، ۷-۱۲۵، ۱۳۰
فرقه بسته رازورانه، ۸۸
فروش، ۳۶، ۵۹
کتاب، ۳۵
فروغی، محمدعلی، ۱۲۴
فهرست مقالات فارسی، ۱۵۳
فهرست نویسی، ۱۵۳
فهم مشترک، ۱۱۵
- ق
قاجار، عصر، ۱۲۰
قاسمی، سید فرید، ۱۲۴
قنات آبادی، شمس، ۱۰۵
قیمت گذاری، ۵۹
- ک
کابلستون، فردریک، ۱۳۰
کاتبی، علی، ۱۱۳
- کاشانی، ابوالقاسم (آیت الله)، ۱۰۵
کانادا، ۳۶، ۸۶
کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، ۶۱، ۱۲۵
کاویانی، ۱۰۵
کتاب آفرینی، ۵۱
کتاب آما، ۴۵، ۴۶
کتاب آمایی، ۴۵، ۴۷، ۴۸
کتاب
الکترونیکی، ۵۷
انباری، ۲۵
ایستا، ۲۵
پویا، ۲۵
تلقی ملی از، ۲۰، ۲۱
کتابخانه، ۶۲
کتاب خوانی، ۵۲
کتاب سازی، ۸۱، ۸۲
کتاب سنگ شده، ۲۳
کتایفروشی
اطلاع رسانی، ۱۹
تخصصی، ۴۲
عمومی، ۴۲
کتاب کیلویی، ۲۴
کتاب گزینی، استاندارد، ۶۳
کتاب ماه، ۱۲۵
کتاب، مفهوم ملی، ۲۱
کرمانشاه، ۱۰۳
کره جنوبی، ۲۲، ۲۷، ۶۱
کریمی، نادعلی، ۱۰۵
- گ
گام های اصلی در نشر کتاب، ۹۸
گروه هدف، ۲۹
گلستان سعدی، ۷۶
گمشده نشر، ۲۳، ۳۳
گنابادی، پروین، ۱۲۴

- م
مالزی، ۲۲، ۲۷، ۶۱
متن الکترونیکی، ۵۷
مجامع بین المللی، ۷۵
مجتبایی، فتح الله، ۱۱۳
مجتبوی، جلال الدین، ۱۳۰
مجله دانشجویی، ۱۰۶
مجموعه اقتصاد، ۱۰۹
مجموعه کودکان و نوجوانان، ۱۰۹
محقق، مهدی، ۱۱۳
مخاطب، ۲۳، ۲۷، ۳۰
مخاطب پژوهی، ۱۰۱
مخاطب شناسی، ۲۳، ۳۲، ۵۲
مخاطب مدار، ۲۹
مدیریت نشر، ۹۳
مراسم کتاب، ۴۰
مراکز جمعیتی، ۳۶
مرکز اسناد فرهنگی آسیا، ۱۱۲
مرکز نشر دانشگاهی، ۱۲۵
مزدی، حسن، ۱۰۸
مصاحب، غلامحسین، ۱۲۳
مصدق، محمد، ۱۰۵
مصر، ۸۳
مصرف فرهنگی، ۱۷
مصرف کتاب، ۱۰
مطالعه اجباری، ۹۰
معرفی، ۳۸
معیار استحسان، ۱۳۱
معین، محمد، ۱۲۳
مقدسی، مهناز، ۷، ۱۰۳
منتقد نشر، ۶۵
مواد و مصالح نشر، ۶۲
مولوی، جلال الدین، ۶۶
مهدوی نامه، ۱۲۴
مهدوی، یحیی، ۱۲۳
مهرپرور، اصغر، ۱۱۰
مهندس ویراستار، ۱۴۹
- مؤسسه تحقیقات، ۱۰۸، ۱۱۱، ۱۲۵
مؤمنی، باقر، ۱۱۱
- ن
ناتعلی خانلری، پرویز، ۱۲۳، ۱۲۴
نادر
جدید، ۵۷
قدیم، ۵۷
نجفی، ابوالحسن، ۱۰۶، ۱۰۷، ۱۰۹
نخستین، ۱۱۳، ۱۲۶، ۱۳۸
تاسیس ۱۳۷۶ نخست اثری، ۱۶، ۱۷، ۸۶
کتابخانه تخصصی ادبیاتی، احسان، ۱۱۱
نسخه ویرایی، ۱۲۹
نسخه های پیش فرست، ۴۱
نشر
اصیل، ۴۵
اطلاع رسانی، ۱۸
الکترونیکی، ۵۰، ۶۹، ۱۱۸
انضمامی، ۳۳
بازارگرا، ۹۸
تحول، ۷۹، ۸۰
تحول گرا، ۱۰۰
تخصصی، ۳۳، ۶۲
توسعه طلب، ۴۸
جاهلانۀ مرکب، ۲۹
جهولانه، ۲۹
چاپی، ۱۱۸
رایانه ای، ۶۹
رشته، ۱۱۷
روزنامه، ۹۰
علت های عقب ماندگی، ۷۹
فعال، ۴۳، ۴۵
کاربردگرا، ۳۳
کارکردگرا، ۹۹، ۱۰۰، ۱۱۹
کاغذی، ۱۱۸
کتاب، ۱۲۵
کنونی، ۹۰

- مجله، ۹۰
مخاطب‌گرا، ۹۹، ۱۰۰، ۱۱۹
مصالح عمومی، ۹
منافع ملی، ۹
واقع‌گرا، ۳۳
هدف‌گرا، ۹۹، ۱۰۰، ۱۱۹
هدفمند، ۳۳
نشرگفتار، ۱۱۲
نشر نو، ۱۱۲
نشریه کتاب، ۴۹
نشست‌های بین‌المللی، ۷۵
نصیری‌ها، فاطمه، ۵۹
نظام آموزشی، ۹۲
نظام دستیاری، ۱۰۹، ۱۳۳، ۱۳۴
نظام مدیریت، ۱۳۴
نمایشگاه بین‌المللی، ۶۳
نمایشگاه کتاب، ۶۳، ۶۴
نمایه‌سازی، ۱۵۱
رایانه‌ای، ۱۴۹
کتاب، ۱۵۲
نمایه
اطلاعاتی، ۱۵۳
تحلیلی، ۱۵۳
ساده، ۱۵۳
فرهنگی، ۱۵۳
موضوعی، ۱۵۳
نویسندگان نامرئی، ۱۴۳
نیازمند به ویرایش، ۹۶
- و**
واسطه‌های کتاب، ۴۳
وبترین‌های استوانه‌ای، ۸۴
ویراستار
اختیارات، ۱۵۶
تصویر، ۱۵۵
حقوق، ۱۴۵
حقیقی، ۱۲۹
- درج نام، ۱۴۴، ۱۴۵
ذهنیت، ۱۰۰
شرایط، ۱۴۸
فنی، ۱۴۲
متخصص، ۸-۱۴۷
مرجع، ۱۴۱
ویراستاران
شخم‌زن، ۱۲۸
صندلی نشین، ۱۲۲
صنف، ۱۱۸
کرگدنی، ۱۱۰
میل نشین، ۱۲۲
ویراست‌یار، ۱۰۷، ۱۳۰
ویرایش
آموزش، ۱۳۴
ادبی، ۱۲۲، ۱۴۷
استاندارد، ۱۱۶
استراتژی، ۱۵۶
استشهادی، ۹۸، ۱۲۲، ۱۴۶
استنادی، ۹۸، ۱۲۲، ۱۴۶
اصطکاک در، ۱۳۴
بلیشو، ۱۴۱، ۱۴۹
پزشکی، ۱۴۷
تصویر، ۱۳۵، ۱۴۹، ۱۵۵
دوره، ۱۵۶
تصویری، ۹۸
تعریف، ۱۱۵
حقوقی، ۱۴۷
خواسته، ۹۵
در حضور، ۱۳۱
در غیاب، ۱۳۱
دوره‌های آموزشی، ۱۴۹
ذوق در، ۱۲۸
رایانه‌ای، ۱۳۵، ۱۴۹
رسانه‌های جدید در، ۱۵۰
روی‌گردانی از، ۱۴۱
زیبانی، ۱۲۹

مضمونی، ۱۲۲
 مفهومی، ۹۸، ۱۲۲
 مکروهات، ۱۲۹
 موضوعی، ۹۸، ۱۴۶، ۱۴۷
 ناخواسته، ۹۵
 نرم افزارها، ۱۵۰
 نظام مندی، ۱۱۷
 نگارشی، ۱۲۲
 واجبات، ۱۲۹
 هنر، ۱۱۹
 ویل دورانت، ۱۳۰

ه

همزمانی در نشر، ۳۱
 هند، ۶۱
 هوشنگ مهدوی، عبدالرضا، ۱۵۸

ی

یارانه مستقیم، ۶۰
 یارشاطر، احسان، ۱۲۳

زبانی - ادبی، ۹۸
 زبانی - بیانی، ۱۲۲
 ساختاری، ۹۸، ۱۲۲
 ساختاری - محتوایی، ۱۲۲
 سرشت، ۱۰۱
 سلیقه در، ۱۲۸، ۱۳۰، ۱۳۱
 صوری، ۹۸، ۱۲۲، ۱۴۳
 علم، ۱۱۹
 علمی، ۱۲۲
 فن، ۱۱۹
 فنی، ۱۲۲، ۱۴۲
 فنی - مهندسی، ۱۴۷
 قرارداد، ۱۴۵
 مباحث نظری، ۱۵۷
 مبادی نظری، ۱۱۷
 مبانی نظری، ۹۵
 مجله های حقوقی و سیاسی، ۱۴۷
 محتوایی، ۹۸، ۱۲۲
 مخاطب گرا، ۹۹
 مذهبی، ۱۴۷
 مستحبات، ۱۲۹

نخستین ۱۳۷۶
 تخصصی ادبیات