

• جمشید رضایی<sup>۱</sup>  
 کارشناس مسئول پژوهش اداره کل  
 فرهنگ و ارشاد اسلامی فارس

## نگاهی به مشکلات پخش کتاب در ایران



روند چاپ و انتشار کتاب از زمانی که در ذهن نویسنده آن شکل می‌گیرد تا مراحل دیگر آن از قبیل تألیف، انتخاب ناشر، پردازش و آماده‌سازی، دریافت مجوز، چاپ و صحافی، تحویل به مراکز پخش و قرارگرفتن سالم آن در کتاب‌فروشی‌ها، مسیر بسیار حساس و طولانی‌ای را طی می‌کند. در این مسیر هرگونه مشکلی که به‌وجود آید، چاپ کتاب را با مشکل مواجه می‌کند. بر این اساس، مشکلات و معضلات فراروی صنعت نشر را می‌توان از ابعاد مختلفی بررسی کرد. اما به‌نظرمی‌رسد، مراحل انتخاب ناشر و پخش کتاب از جمله مهم‌ترین و اساسی‌ترین مراحل است که بخش عمده‌ای از مشکلات را در خود جای داده است. به همین منظور در این متن سعی کردیم به برخی از مشکلات پخش کتاب اشاره شود.

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات حوزه نشر کشور، مسئله پخش کتاب است. مراکز پخش درحقیقت واسطه بین ناشر و کتاب‌فروشی‌ها هستند؛ البته وجود این واسطه‌ها بسیار مفید است و بر لزوم وجود و توسعه آن از سوی متخصصان فرهنگی، تأکید فراوان شده است. کتاب‌هایی که در گردونه نشر کشور به چاپ می‌رسد، در صورت نبود یک سیستم پخش جامع نمی‌تواند به دست خوانندگان خود برسد و از سوی دیگر، تولیدکنندگان آن را دچار بحران خواهد کرد. بحران‌هایی که به‌عقیده صاحب‌نظران این حوزه، بخش عمده‌ای از ناشران کشور را زمین‌گیر کرده و قدرت حرکت را از آنان گرفته است.



**روند چاپ و انتشار کتاب از زمانی که در ذهن نویسنده آن شکل می‌گیرد تا مراحل دیگر آن از قبیل تألیف، انتخاب ناشر، پردازش و آماده‌سازی، دریافت مجوز، چاپ و صحافی، تحویل به مراکز پخش و قرارگرفتن سالم آن در کتاب‌فروشی‌ها، مسیر بسیار حساس و طولانی‌ای را طی می‌کند**

#### مشکلی به نام پخش کتاب

امروزه می‌توان ناشران را به دو دسته عمده تقسیم کرد. اول گروهی که توان پخش کتاب خود را دارند که به ناشران حرفه‌ای معروف هستند و دیگر، ناشرانی که تنها به دریافت مجوز و سپس چاپ کتاب اقدام کرده و توان پخش آن را ندارند و توزیع را به نویسنده واگذار می‌کنند که می‌توان از این گروه با عنوان واسطه‌گر فرهنگی یا دلال عرصه نشر یاد کرد. گروه دوم، عرصه نشر را عرصه‌ای صرفاً اقتصادی می‌دانند. گروه اول مستقل و گروه دوم وابسته، گروه اول رشددهنده فرهنگ و گروه دوم تضعیف‌کننده آن، گروه اول مدافع حقوق صاحب اثر و گروه دوم تضييع‌کننده آن است.

البته باید بر این نکته اشاره کرد که عبارت «پخش کتاب از سوی ناشر» به معنای آن نیست که ناشر کار مراکز پخش را انجام دهد. بلکه بر این نکته اشاره می‌کند که ناشر با شناخت مراکز پخش کتاب و ارتباط با آنها و رعایت اصول حرفه‌ای نشر، بتواند به چاپ کتاب‌هایی با کیفیت خوب پرداخته، و درانتها، محصول تولیدشده را به مراکز پخش کتاب کشور انتقال دهد.

مشکلات عرصه نشر و به‌خصوص پخش آن، برخی از نویسندگان را بر آن داشته است که تنها مشتاق چاپ و پخش اثر خود باشند، نه سود و منفعتی. برای نویسنده همین بس که بتواند کتاب خود را چاپ کند و به دست مخاطبان و خوانندگان خود برساند تا در این چرخه به رشد و بالندگی خود و طبعاً استمرار نویسندگی خود دل خوش کند. زیرا امروزه بر هیچ صاحب‌نظر عرصه فرهنگ پوشیده نیست که نویسندگان، تنها براساس حرفه تألیف و نویسندگی امرار معاش نمی‌کنند و به شغل دیگری نیاز دارند تا بتوانند چرخ‌های زندگی خود را

#### **کتاب‌هایی که در گردونه نشر کشور به چاپ می‌رسد، در صورت نبود یک سیستم پخش جامع نمی‌تواند به دست خوانندگان خود برسد و از سوی دیگر، تولیدکنندگان آن را دچار بحران خواهد کرد**

به حرکت درآورند. بر همین اساس به‌نظر می‌رسد که امروزه نویسندگی و تألیف تنها به‌عنوان دلخوشی و علاقه نویسندگان و مؤلفان است نه حرفه و شغل آنها.

از آنجاکه نابه‌سامانی در پخش کتاب کشور به عوامل متعددی وابسته است، برای آسیب‌شناسی وضع موجود نظام توزیع و اصلاح الگوی پخش، پژوهشی جدی و علمی تنها راه‌حل ممکن است. در این گفتار، تنها تجربه‌ها و بررسی‌های میدانی نویسنده به‌اختصار بیان می‌شود.

۱. کاهش نرخ مطالعه و کمبود تقاضای کتاب. پخش کتاب در ایران چون دیگر مسائل اجتماعی، تنیده در بخش‌های مختلف جامعه است و شبکه‌ای از علل و عوامل، در ایجاد و تداوم آن دخیل هستند. اما در این میان می‌توان به

**اقتصاد نشر نیز چون بخش‌های  
مختلف اقتصادی جامعه وابسته  
به تقاضاست. چنانچه تقاضای  
جامعه برای کتاب افزایش یابد، این  
افزایش به صورت یک موج، ابتدا  
کتاب‌فروشی‌ها و سپس مراکز پخش،  
مراکز نشر، چاپخانه‌ها، صحافی‌ها،  
لیتوگرافی‌ها و دیگر عوامل دخیل را  
تحت تأثیر خود قرار خواهد داد**

می‌رود. زیرا در کشورهای دیگر تعداد کتاب‌فروشی‌ها دو تا چهار برابر تعداد ناشران است و در ایران این ماجرا برعکس است (بنگرید به: «تازه‌ترین آمار ناشران کشور اعلام شد»، ۱۳۸۷). شاید علت عمده این اختلاف چیزی نباشد جز پایین بودن سرانه مطالعه و تقاضای کتاب.

اقتصاد نشر نیز چون بخش‌های مختلف اقتصادی جامعه وابسته به تقاضاست. چنانچه تقاضای جامعه برای کتاب افزایش یابد، این افزایش به صورت یک موج، ابتدا کتاب‌فروشی‌ها و سپس مراکز پخش، مراکز نشر، چاپخانه‌ها، صحافی‌ها، لیتوگرافی‌ها و دیگر عوامل دخیل را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد و موجب رونق و شکوفایی آنها خواهد شد. به عقیده نگارنده، مشکل اصلی پخش کتاب در ایران، کمبود تقاضاست و موارد دیگر در مراحل بعدی قرار دارند. در صورتی که دولت یارانه‌های موجود در عرصه نشر را در زمینه کتابخوانی هزینه کند و تلاش شود که این خصیصه فرهنگی، رشد و رونق یابد، می‌توان گفت که بخش عمده‌ای از معضلات موجود، با سیستم نشر کشور، خودبه‌خود برطرف خواهد شد.

۲. فقدان متولی و مدیریت سازمان یافته. متأسفانه امروزه مراکز پخش، فاقد متولی و مدیریتی سازمان یافته‌اند تا از این رهگذر بتوان با مدیریت و نظارتی معقول، مشکلات صنفی و غیرصنفی آنان را حل کرد. از سوی دیگر، کتاب‌فروشی‌ها که زمانی مدیریت آن برعهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده، به صنف نوشت‌افزار و کتاب‌فروش واگذار شده است. به علت تفاوت ماهوی این دو رشته شغلی، عملاً در



برخی از مسائل اشاره کرد که جزء مهم‌ترین عوامل مؤثرند. یکی از این عوامل، کاهش فرهنگ کتابخوانی در جامعه ایران است. در برخی از رسانه‌های کشور، گاه آمارهای ناامیدکننده و تکان‌دهنده‌ای از میزان مطالعه در کشورمان به چشم می‌خورد. اگرچه به نظر می‌رسد این آمارها، علمی و برآمده از یک روند تحقیقاتی مورد تأیید نیستند، باید پذیرفت که میزان شمارگان کتاب‌های چاپ‌شده در کشور، نشان‌دهنده وضع نامطلوب و نامناسب کتابخوانی ما ایرانیان است. برای مثال می‌توان به تعداد کتاب‌فروشی‌های موجود کشور اشاره کرد. تعداد کتاب‌فروشی‌های فعال کشور به دوهزاروپانصد باب هم نمی‌رسد. این در مقایسه با کشورهایی که نشر پیشرفته‌ای دارند، مشکل و معضلی پیچیده برای حوزه نشر کشور به‌شمار

### آمار نشان‌دهنده تعداد کم نویسندگان کشور ما نیست، بلکه نشان‌دهنده آن است که بخش عمده‌ای از ناشران ما غیرفعال و غیرحرفه‌ای‌اند و متأسفانه نتوانسته‌اند حلقه خوب و مناسبی برای زنجیره نشر کشور باشند

پروانه نشر خود را به‌دست آورند. زیرا پروانه ناشر زمانی تمدید خواهد شد که ناشر حداقل چهار عنوان کتاب در سال منتشر کرده باشد. در جدول زیر بخشی از این آمار نشان داده شده است.

جدول ۱. وضع نشر کتاب کشور در سال ۱۳۸۶

ردیف	تعداد ناشران	تعداد کتاب	تعداد ناشران به ازای هر کتاب
۱	۱۰۰	۱۰۰	۱
۲	۱۰۰	۲۰۰	۲
۳	۱۰۰	۳۰۰	۳
۴	۱۰۰	۴۰۰	۴
۵	۱۰۰	۵۰۰	۵
۶	۱۰۰	۶۰۰	۶
۷	۱۰۰	۷۰۰	۷
۸	۱۰۰	۸۰۰	۸
۹	۱۰۰	۹۰۰	۹
۱۰	۱۰۰	۱۰۰۰	۱۰
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰۰	۱۰

این آمار نشان‌دهنده تعداد کم نویسندگان کشور ما نیست، بلکه نشان‌دهنده آن است که بخش عمده‌ای از ناشران ما غیرفعال و غیرحرفه‌ای‌اند و متأسفانه نتوانسته‌اند حلقه خوب و مناسبی برای زنجیره نشر کشور باشند. ناشری را که طی یکسال حداقل ده عنوان کتاب چاپ نکند، نمی‌توان ناشری حرفه‌ای دانست، یا ناشری که بخواهد یا بتواند در عرصه نشر و پخش کتاب کشور فعال باشد. چنین ناشران ضعیف و ناکارآمدی که معمولاً نشر شغل

بسیاری از نقاط کشور ضمن به حاشیه‌رفتن کتاب‌فروشان، رسته نوشت‌افزارفروش به‌علت تعداد بیشتر آنها، مدیریت صنف را به‌عهده گرفته و تلاش مفیدی برای رفع مشکلات کتاب‌فروشان صورت نمی‌گیرد. شاهد این مدعا، عدم پی‌گیری جدی بحث معافیت مالیاتی کتاب‌فروشان از سوی این صنف است. لذا تنظیم قانونی روشن برای سامان‌دهی حوزه پخش و توزیع کتاب، در کنار مشخص‌شدن متولی این حوزه، تا حد زیادی می‌تواند به نایه‌سامانی‌های این بخش پایان دهد.

۳. عدم ارتباط پویا بین ناشران و مراکز پخش کتاب. با نگاهی به گذشته نه‌چندان دور درمی‌یابیم که کتاب‌فروشی‌ها علاوه‌بر فروش کتاب، به چاپ و پخش آن نیز اقدام می‌کردند و به همین دلیل بود که کتاب‌فروشی‌ها، مرکز تجمع نویسندگان معروف و خوانندگان حرفه‌ای بوده است. اما امروزه حلقه‌هایی بر این چرخه اضافه شده که متأسفانه به‌جای آنکه فاصله بین نویسنده و خواننده کتاب را کمتر کند، بر آن افزوده است. حلقه‌هایی چون ناشران، مراکز پخش عمده، مراکز پخش جزئی و کتاب‌فروشی‌ها که باعث ایجاد فرایند طولانی و به‌نسبت پیچیده‌ای، از زمان تولید کتاب تا مطالعه آن شده‌اند. افزایش تعداد این حلقه‌ها یا به‌عبارت دیگر تخصص‌گرایی که در عرصه نشر به‌وجود آمده است، مشکل فراروی ناشران و درحقیقت نویسندگان نیست، بلکه عدم ارتباط صحیح و منطقی و در بعضی اوقات ارتباط‌های نادرست بین این حلقه‌هاست که معضلی به‌نام پخش کتاب را به‌وجود آورده است. به‌گونه‌ای که ناشران، مراکز پخش را نمی‌شناسند و مراکز پخش ناشران را!

۴. رشد کمی نه کیفی. آمار رسمی (همان) تعداد ناشران کشور را که از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز دریافت کرده‌اند، هشت‌هزارونهمصد ناشر اعلام می‌کند. در حالی که براساس آمار خانه کتاب در سال ۱۳۸۶ فقط ۳۵۸۱ ناشر موفق شده‌اند که حداقل یک کتاب در سال چاپ کنند، یعنی شصت درصد از ناشران کشور در سال ۸۶ کتابی چاپ نکرده‌اند (بنگرید به: مطلبی، ۱۳۸۷، ص ۱۹۹).

اگر به‌صورت دقیق‌تر به این آمار نگاه کنیم، درمی‌یابیم که ۴۴/۳ درصد از ناشرانی که کتاب چاپ کرده‌اند (۳۵۸۱ ناشر)، نتوانسته‌اند حد نصاب کتاب‌های چاپ‌شده برای تمدید

## در جامعه کنونی ما به علت هزینه بالای تبلیغات و ناتوانی مالی ناشران، تبلیغ کتاب مرسوم و معمول نیست

زیادی حفظ و نگهداری می‌کرده؛ بلکه آن را به جای جای گیتی منعکس می‌کرده است. متأسفانه امروزه به علل مختلف، فرهنگ کتابخوانی در میان مردم رو به ضعف و کاستی است. به همین دلیل، صنعت نشر برای تبلیغ محصولات خود، وابسته به دیگر رسانه‌هایی چون تلویزیون، رادیو و مطبوعات شده است. وقتی مخاطبان نیازهای خود را در کتاب نیابند، فرهنگ و عادت کتابخوانی آنان رو به ضعف و فراموشی می‌رود. بر همین اساس باید با رسانه‌های دیگر جامعه، که هنوز مورد پذیرش عامه است، این نیاز را در بین مخاطبان احیا و زنده کرد یا متولیان امر با تکنیک‌های دیگر تبلیغاتی، به این امر مبادرت ورزند.

در جامعه کنونی ما به علت هزینه بالای تبلیغات و ناتوانی مالی ناشران، تبلیغ کتاب مرسوم و معمول نیست و این امر فقط در خصوص کتاب‌های پرفروش مانند کتاب‌های کمک‌درسی صورت می‌پذیرد، در حالی که این کتاب‌ها متقاضی خاص خود را داشته و نیازی به این همه تبلیغ ندارند. از سوی دیگر این شیوه تبلیغ نیز فقط تبلیغ نام کتاب است و نه مطالب و محتوا و کیفیت اثر.

مسئله دیگر آن است که هزینه تبلیغ در عرصه‌های مختلف جامعه از سوی رسانه‌ها یکسان دیده شده و هیچ تفاوتی بین محصول فرهنگی و تجاری قائل نشده‌اند. اگرچه رسانه ملی برای تبلیغ محصولات فرهنگی تخفیف ویژه قائل است، دریافت این تخفیف به تأیید سازمان صداوسیما وابسته است و محصول فرهنگی به‌صرف داشتن مجوز نمی‌تواند از این تخفیف استفاده کند. با این همه و بنا به گفته برخی از ناشران، اگر ناشری بخواهد کتاب خود را یک نوبت در صداوسیما تبلیغ کند، با توجه به تعرفه‌های تجاری صداوسیما ممکن است مجبور شود مبلغی بیشتر از میزان حق‌التألیفی که به نویسنده می‌پردازد، پرداخت کند که این امر در خصوص دیگر شیوه‌های مرسوم تبلیغاتی - هرچند نه به شدت آن -

درجه چندم آنان است، نه تنها نویسنده را از مشکلات پخش کتاب آگاه نمی‌کنند، بلکه با چاپ کتاب و عدم پذیرش پخش آن، بر مشکلات نویسندگان و آشفته‌گی پخش کتاب دامن می‌زنند.

۵. عرضه یارانه‌هایی چون کاغذ، فیلم، زینک و جز آن باعث افزایش ناشران غیرفعال شده است. عده‌ای با این امید که از این سیاست‌ها استفاده کنند و در این میان، با چاپ چند کتاب شاید به درآمد دومی دست یابند، وارد عرصه نشر شده‌اند و بر مشکلات و معضلات این عرصه افزوده‌اند. مدعای این سخن، شاغل بودن و حتی چندشغله بودن بسیاری از ناشران کشور است. اگرچه از ابتدای سال ۸۷ با حذف سیاست‌های حمایتی و تلاش در اصلاح سیاست‌های مذکور، شاهد اولین حمایت اصولی دولت از عرصه نشر بوده‌ایم، شاید سال‌ها - به علت آثار سوء این حمایت‌ها - شاهد رشد و رونق واقعی این عرصه نباشیم. به عقیده نگارنده، بخش خصوصی توانایی انجام و مدیریت عرصه نشر کتاب را دارد و در صورت حذف

## عدم عرضه یارانه به ناشران موجب می‌شود که ناشران نامرئی و غیرفعال از چرخه نشر خارج شده و درحقیقت، بخش عمده‌ای که توان ارتباط با مراکز پخش را ندارند، حذف شوند

یارانه‌های غیرقابل توجیه و عدم حضور این چنینی دولت، بازار فروش و عرضه کتاب رونق بیشتری خواهد یافت.

عدم عرضه یارانه به ناشران موجب می‌شود که ناشران نامرئی و غیرفعال از چرخه نشر خارج شده و درحقیقت، بخش عمده‌ای که توان ارتباط با مراکز پخش را ندارند، حذف شوند. بر همین اساس، بسیاری از کارشناسان عرصه فرهنگ مکتوب معتقدند که نبود نظارت‌های سلیقه‌ای و حمایت‌های نامعقول، فضای عرضه را گسترده‌تر و خصوصی‌سازی واقعی، دورافتاده‌ترین مناطق کشور را کتابخوان می‌کند (بنگرید به: زیادلو، ۱۳۸۷).

۶. فقدان تبلیغات لازم. کتاب جزء اولین رسانه‌های جامعه بشری است که دانش، اطلاعات و اخبار را نه تنها برای مدت

## متأسفانه، اتحادیه ناشران و دیگر مراکز صنفی ناشران نتوانسته‌اند از نظام طبیعی بازار درباره جمع‌آوری اطلاعات و مخاطب‌سنجی استفاده کنند

نیز صدق می‌کند.

در پایان این بخش باید به اینترنت نیز اشاره کرد. اینترنت در کشورهای توسعه‌یافته از جمله ابزار مهم و مؤثر در معرفی، تبلیغ و فروش کتاب است. تکنولوژی‌ای که به علت عدم آمادگی بستر جامعه ما برای بهره‌بردن از آن همچنان ناشناخته و بدون استفاده در این زمینه مانده است.

۷. ضعف تشکیلاتی و صنفی ناشران. یکی دیگر از مشکلات فراروی عرصه پخش کتاب، ضعف تشکیلاتی و عدم یکپارچگی در مدیریت صنفی ناشران است. تا پایان سال ۸۶ که با سیاست‌های حمایتی دولت، فیلم، زینک و کاغذ به ناشران داده می‌شد، کار اصلی اتحادیه ناشران و تعاونی ناشران در استان‌ها، اجرای این سیاست‌ها بوده است و کمتر توجهی به مشکلات اساسی خود از قبیل «پخش کتاب» نداشته‌اند. به‌راستی چرا تاکنون اتحادیه ناشران و تعاونی ناشران در استان‌ها نتوانسته‌اند جایگاه تأثیرگذار خود را داشته باشند؟

متأسفانه، اتحادیه ناشران و دیگر مراکز صنفی ناشران نتوانسته‌اند از نظام طبیعی بازار درباره جمع‌آوری اطلاعات و مخاطب‌سنجی استفاده کنند و تنها تلاش می‌کنند با اتکا به دولت و حمایت‌های موجود، مشکلات صنفی خود را برطرف نمایند. امید است بخش خصوصی صنعت چاپ و نشر، با استفاده از تجربه‌های اندوخته طی سال‌های گذشته، جایگاه واقعی خود را - نه در حد یک تعاونی پخش کاغذ - بازیابد و به برطرف کردن مشکلات فراروی خود - به‌خصوص معضل پخش کتاب - همت گمارد.

۸. ضعف تخصصی ناشران. در کشور ما تاکنون پروانه نشر بدون ارزیابی صلاحیت فنی متقاضیان صادر می‌شده و تنها داشتن مدرک کارشناسی، کارت پایان خدمت و چاپ چند مقاله در مطبوعات کشور، کفایت می‌کرده است که این مسئله باعث شد بسیاری از کسانی که الفبای چاپ و نشر را

نمی‌دانسته‌اند، وارد این عرصه شده و بر گره کور این صنعت رنجور بیفزایند.

فقدان تخصص این دسته از ناشران، باعث شده است تا کتاب‌های چاپ‌شده آنان فاقد کیفیت مطلوب از نظر شکل و محتوا باشد. به‌طور طبیعی چنین آثاری نمی‌تواند مورد توجه خوانندگان و مخاطبان کتاب قرار گیرد. از سوی دیگر شناختن بازار نشر و مراکز پخش، باعث شده تا محدود کتاب‌های خوبی که این ناشران به چاپ می‌رسانند، به بازار عرضه نشود و بعد از مدتی سرگردانی در این وادی ناشناخته و غریب، تنها واسطه‌گری و دلالی عرصه نشر را درپیش گیرند و به آن دل خوش کنند که چاپ سالیانه یک یا دو کتاب نیز بهتر از هیچ است. حال آنکه تحویل کل کتاب چاپ‌شده به پدیدآورنده و کیفیت ضعیف چاپ آن را نباید از ذهن دور داشت.

ناتوانی درک تقاضاهای منطقی مخاطبان، یکی دیگر از مسائلی است که عدم تخصص ناشران بر آن دامن می‌زند. هر محصولی که تولید می‌شود بنا به درخواستی است که

**هر محصولی که تولید می‌شود بنا به درخواستی است که در بازار وجود دارد. بنابراین هرگونه ناآشنایی با این نیاز و درخواست، باعث تولید محصولی خواهد شد که جز اتلاف اعتبارات و امکانات جامعه، چیز دیگری در برنخواهد داشت**

در بازار وجود دارد. بنابراین هرگونه ناآشنایی با این نیاز و درخواست، باعث تولید محصولی خواهد شد که جز اتلاف اعتبارات و امکانات جامعه، چیز دیگری در برنخواهد داشت. با کمال تأسف باید گفت که کتاب‌های تولیدشده این ناشران نیز مصداق همین موضوع است؛ در صورتی که این نویسنده با راهنمایی و هدایت یک ناشر دلسوز و حرفه‌ای می‌توانست به بالندگی و رشد مطلوبی نزدیک شده و سپس به چاپ کتاب خود اقدام کند.

۹. مسئله پخش کتاب ناشران مؤلف. اصطلاح «ناشران مؤلف» به نویسندگانی اطلاق می‌شود که به‌صورت شخصی به دریافت مجوز اقدام کرده و سپس با ویراستاری، صفحه‌آرایی، طراحی جلد، لیتوگرافی و چاپ به نشر کتاب خود می‌پردازند.

بخش عمده‌ای از این مسئله از ناتوانی تخصصی ناشران است که ناآگاهانه وارد عرصه نشر شده‌اند. نویسندگان زمانی که در یک یا چند تجربه تلخ با این ناشران، موفق به چاپ کتاب خود به‌شکلی استاندارد نشده و در پخش آن نیز یاری نمی‌شوند، خود دست به کار شده و با دریافت مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، یا به عرصه نشر کتاب می‌گذارند. در صورتی که معدود افراد حقیقی یا حقوقی که در این زمینه از مشاوران مجرب استفاده می‌کنند، استتفا دانسته شده و به‌حساب نیابند، اکثر این افراد به‌دلیل اینکه مراحل فنی چاپ کتاب را نمی‌دانند، با آزمون و خطا حرکت کرده و علاوه بر اینکه هزینه بسیاری صرف می‌کنند، به اثری استاندارد و مطلوب دست نمی‌یابند. کتاب‌هایی که در این گروه تولید می‌شوند، معمولاً فاقد استانداردهایی از قبیل انتخاب قلم مناسب، ویراستاری صحیح، صفحه‌آرایی خوب، انتخاب صحیح قطع کتاب و هزارویک نکته باریک‌تر از موی تخصصی در عرصه نشر خواهند بود. نتیجه آنکه، فکر می‌کنید

### برخی از نویسندگان و ناشران کشور بر این باورند که پخش کتاب در ایران، شبکه‌ای پیچیده و مافیایی است که هر نویسنده و ناشری، توان ورود به آن را ندارد، ... اگر به طور منطقی به آن نگاه شود، بحث مافیایی بخش کتاب را نمی‌توان پذیرفت

کدام مرکز پخش پذیرای توزیع چنین محصولی خواهد شد؟ از سوی کدام کتاب‌فروشی به فروش گذاشته خواهد شد؟ و چه کسی خریدار چنین محصولی است؟

۱۰. ضعف قوانین حمایتی. مراکز پخش کتاب نیز چون دیگر مراکز فرهنگی مشکلاتی چند درباره حمایت قانونی در عرصه‌های مختلف صنفی خود دارند. بحث معافیت مالیاتی مراکز پخش کتاب، یکی از این مسائل است. با توجه به دستورالعمل موضوع ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی تبصره (۳) ماده ۱۳۹ اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۸۰/۱۱/۲۷ و نیز فهرست فعالیت‌های مشمول معافیت این دستورالعمل، مراکز پخش کتاب از پرداخت مالیات مستقیم معاف هستند. اما تاکنون که این سطور نگاشته می‌شود، از اجرای آن خبری

نیست.

مشکلات دیگری که در این زمینه می‌توان به آن اشاره کرد، به‌صورت فهرست‌وار عبارتند از: عدم حمایت بیمه‌ای از مراکز پخش کتاب، عدم ارائه تسهیلات مُکفی و مناسب شهرداری‌ها به این مؤسسات و عدم وجود صندوق حمایت صنفی.

۱۱. غیرحرفه‌ای بودن بسیاری از مدیران مراکز پخش. پخش‌کننده حرفه‌ای کسی است که خود، کتابخوانی حرفه‌ای و آشنا به موضوعات متنوع باشد یا از مشاوران متخصصی در این زمینه سود ببرد. به‌راستی کدام گوهری است که گوهر شناسد، بلکه با همه عوامل تولیدکننده آن چون نویسنده، طراح، ناشر و چاپخانه نیز آشنا باشد. در مرحله‌ای بالاتر، به شناخت دقیق و صحیح مخاطبان، کتابخانه‌ها، جراید و نشریات و حتی محافل فرهنگی رسیده باشد. حال آنکه شناخت بازار و بازاریابی، کیفیت مهندسی تولید کتاب، شناخت ساختار سازمان‌های حرفه‌ای توزیع‌کننده، استفاده از فناوری و نرم‌افزارهای کارآمد روز و آگاهی از سیاست‌های پخش محصولات فرهنگی ایران و جهان، او را از مراکز پخش ناکارآمد و غیرحرفه‌ای متمایز می‌سازد. اکنون این موضوع قابل طرح خواهد بود که به‌راستی چند مرکز پخش داریم که به استانداردهای حرفه‌ای پخش کتاب نزدیک شده است؟ آیا وجود هرکدام از این خصیصه‌ها نمی‌تواند در کارآمدی عرصه پخش کتاب ایران مؤثر باشد؟

۱۲. مافیای پخش کتاب؛ واقعیت یا خیال. برخی از نویسندگان و ناشران کشور بر این باورند که پخش کتاب در ایران، شبکه‌ای پیچیده و مافیایی است که هر نویسنده و ناشری، توان ورود به آن را ندارد. به‌باور آنان بازار پخش کتاب در اختیار تعداد معدودی از ناشران و مراکز پخش کلان کشور است و ناشران جوان و نویسندگان گمنام به‌راحتی نمی‌توانند درخصوص چاپ و پخش کتاب‌های خود از طریق این شبکه اقدام کنند. بر این اساس، برخی از فعالان عرصه نشر، عدم موفقیت ناشران شهرستانی و جوان در انتقال کتاب به دست کتابفروش و بازار مناسب را به مافیای پخش کتاب نسبت می‌دهند.

برخلاف نظر مطرح‌شده، گروه دیگری از ناشران و مراکز پخش معتقدند که نبود بازار فروش برای بسیاری از کتاب‌ها، دلیل اصلی عدم موفقیت ناشران خرده‌پاست، لذا بحث مافیای پخش، سوءتفاهمی بیش نیست. سود مراکز

## برای خرید کتاب یا باید نویسنده آن را شناخت یا موضوع کتاب را پسندید، و یا با توجه به ناشر آن کتاب را انتخاب نمود

پخش کتاب در این است که بتوانند کتاب‌هایی را که از ناشران دریافت می‌کنند، بین کتاب‌فروشی‌ها پخش کنند. اما برخی از کتاب‌ها بازار فروش ندارند و مراکز پخش، به‌ناچار با ناشران این کتاب‌ها همکاری نمی‌کنند. حال آنکه ناشران تصور می‌کنند که مراکز پخش نتوانسته‌اند و به‌عبارت دیگر نخواستند که کتاب‌های آنان را بفروشند. امروزه بسیاری از کسانی که پروانه نشر دریافت کرده‌اند، متخصص حوزه نشر نیستند و به همین دلیل نمی‌توانند کتاب‌های خوبی عرضه کنند و در صورت چاپ کتاب خوب، بازار و مراکز پخش را نمی‌شناسند و در مواجهه با مشکلات، دست به دامن تئوری توطئه می‌شوند و مافیای پخش را مطرح می‌کنند. اما واقعیت این است که خواننده، کتاب را انتخاب می‌کند و کتاب‌فروش باید نظر او را تأمین کند.

اگر به‌طور منطقی به این مسئله نگاه شود، درخواهیم یافت که بحث مافیای پخش کتاب را نمی‌توان پذیرفت و عنوان کرد که مافیایی هست که تلاش می‌کند ناشران کوچک را حذف کند. بلکه بحث ساده‌ای است که به سازوکارهای بازار برمی‌گردد. منطق بازار این است که محصولاتی تولید و به بازار عرضه می‌شود و مصرف‌کننده از این بازار، مواد مصرفی موردنیاز خود را تأمین می‌کند. حال اگر تولیدکننده‌ای مواد و محصولی را تولید کند که خریداری نداشته باشد، به‌طور طبیعی با شکست روبه‌رو خواهد شد و نخواهد توانست سهمی از این بازار داشته باشد.

بازار پخش کتاب نیز از این قاعده مستثنی نیست. برای خرید کتاب یا باید نویسنده آن را شناخت یا موضوع کتاب را

پسندید، و یا با توجه به ناشر آن کتاب را انتخاب نمود. ناشران معتبر و معروف نیز دو اصل اساسی را مدنظر قرار داده و کتاب را چاپ می‌کنند. این دو اصل عبارتند از: کیفیت خوب اثر و قابل توجه بودن آن. به همین دلیل است که خوانندگان حرفه‌ای کتاب، در برخی از موارد با شناختی که از ناشران مطرح دارند، به سراغ کتاب‌های آنان می‌روند. لذا ناشران مطرح با آگاهی از منطق بازار و چاپ آثار قوی و برتر، سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص داده و ناشران ضعیف به‌علت عدم آگاهی از این خصیصه یا به‌دلیل چاپ آثار ضعیف - به‌لحاظ شکلی یا محتوایی - و همچنین عدم شناخت از سوی مخاطبان، از استقبال کمتری مواجه خواهند شد و کتاب‌فروشی‌ها نسبت به فروش کتاب آنان اقدام نمی‌کند و این چنین به‌نظر می‌رسد که



مافیای پخش کتاب وجود دارد. ۱۳. اقتصاد ضعیف. علاوه بر عوامل گوناگون فرهنگی، اجتماعی و سیاسی که بر حوزه پخش و نشر کتاب تأثیر بسزایی دارد، باید به عامل اقتصادی نیز اشاره کرد. با نگاه سیستمی به صنعت چاپ و نشر کتاب در خواهیم یافت که بخش‌های مختلف آن به صورت زنجیروار به هم مرتبط و متصل هستند. زمانی کتاب فروش قوی خواهیم داشت که سرانه مطالعه بالا باشد؛ زمانی پخش قوی خواهیم داشت که کتاب‌فروشی‌ها مملو از کتابخوان باشد؛ و این سلسله‌مراتب داد. بلکه شاید تسکین موقتی باشد تا صاحب درد را بفریبد و بیماری بتواند رشد بیشتری داشته باشد.

خرید کتاب از ناشر آن‌هم با شمارگان پانصد نسخه و هزار نسخه نه تنها کمکی اصولی و اساسی به اقتصاد نشر و ناشر نیست، بلکه جمع کردن کتاب‌ها از بازار بیمار این صنعت و خرید آن از سوی دولت، وضع بغرنج پخش کتاب کشور را با بحران دیگری مواجه خواهد کرد که شاید به عنوان آخرین تیر به بدن نحیف حوزه پخش کتاب باشد. آن زمان است که باید گفت یکی از شاهراه‌های اصلی رشد و رونق ناشران به عنوان حلقه اتصال دهنده آنان به بازار از بین رفته است.

همان گونه که در سطور گذشته اشاره شد، صنعت چاپ و نشر کتاب نیز چون هر سیستم اجتماعی دیگر جامعه انسانی، وابسته به عملکرد صحیح و درست زیرمجموعه‌های خود است و هرگونه ضعف و ناکارآمدی در یک زیر سیستم به کل سیستم آسیب می‌رساند. بهترین حمایتی که دولت می‌تواند از صنعت چاپ و نشر، به عنوان سیستم، و صنعت پخش کتاب، به عنوان یک زیرسیستم، بکند، گسترش کتابخانه‌ها و فرهنگ کتابخوانی است. حمایت دولت و برنامه‌های مؤثر در پیشبرد واقعی نهضت کتابخوانی و البته استقبال مردم از کتاب، خودبه‌خود مشکل فراروی این صنعت را از بین خواهد برد. رشد کتابخانه‌ها و تجهیز آنان از طریق سیستم بازار از سویی و تأثیر آن بر رشد کتابخوانی از سوی دیگر می‌تواند به صورت طبیعی بازار فروش کتاب را رونق فراوان دهد. با این رشد، شاهد شکوفایی کتاب‌فروشی‌ها، مراکز پخش، ناشر و عوامل دیگر صنعت نشر کتاب از قبیل چاپخانه‌ها، لیتوگرافی‌ها و صحافی‌ها خواهیم بود.

#### جمع‌بندی و پیشنهادها

معضل فراروی پخش کتاب کشور، به علت چندبخشی بودن آن به تلاش و مشارکت تمام بخش‌های مرتبط با آن نیاز دارد تا بتوان به نتیجه‌ای دقیق و مطلوب رسید. مشکلاتی چون کاهش فرهنگ کتابخوانی در جامعه و کمبود تقاضای

### صنعت چاپ و نشر کتاب نیز چون هر سیستم اجتماعی دیگر جامعه انسانی، وابسته به عملکرد صحیح و درست زیرمجموعه‌های خود است

ادامه دارد تا به نویسنده کتاب، به عنوان آفریننده کتاب، می‌رسد. به نظر می‌رسد یکی از عوامل تأثیرگذار در این تعریف، رونق و پویایی اقتصادی است.

مشکلات اقتصادی حوزه پخش، از حوزه فروش کتاب، مراکز نشر، چاپخانه‌ها و لیتوگرافی‌های کتاب و نظایر آنها و در کل، از صنعت چاپ و نشر جدا نیست. بر این اساس، تا زمانی که مشکلات صنعت چاپ و نشر به صورت کارشناسی و اصولی بررسی نشود، وان به سیاست‌های گذرا و تسکینی دلخوش داشت. دادن فیلم، زینک و کاغذ به ناشران آن‌هم بدون برنامه‌ای مؤثر، خرید کتاب‌های چاپ‌شده، دادن وام چاپ کتاب و سیاست‌هایی از این قبیل هیچ‌گاه اقتصاد نابسامان این صنعت را از ورطه نابودی فعلی نجات نخواهد

کتاب که یک مشکل ملی و از عمده‌ترین معضلات پخش کتاب کشور است، به عزم و اراده ملی نیاز دارد. ضعف قوانین حمایتی از مراکز پخش کتاب از قبیل بحث معافیت مالیاتی، عدم حمایت بیمه‌ای و غیره (که بدان اشاره شد) به حمایت مجلس شورای اسلامی و دولت نیاز دارد. تلاش و جدیت بخش خصوصی از قبیل اتحادیه و تعاونی ناشران تهران و استان‌ها، مراکز پخش و مراکز نشر کشور نیز از جمله عوامل دخیل در موضوع می‌باشند. اکنون با توجه به مطالب فوق و بررسی موانع پیش‌روی پخش کتاب کشور، موارد زیر پیشنهاد می‌گردد.

#### ● برنامه‌های کوتاه‌مدت

- تلاش مراکز پخش کتاب کشور به‌منظور تشکیل مدیریت سازمان‌یافته صنفی و حمایت از تنظیم قانونی روشن و شفاف برای سامان‌دهی این حوزه؛  
- سعی در ایجاد ارتباطی صحیح و منطقی از سوی مدیریت پخش کتاب کشور با حلقه‌های دیگر صنعت چاپ و نشر از قبیل نویسندگان، ناشر، کتاب‌فروش و غیره؛  
- عدم مداخله دولت و ارگان‌های دولتی در تأسیس و راه‌اندازی هرگونه مرکز پخش و فروش کتاب و اجرای خصوصی‌سازی واقعی در این زمینه؛

- حذف و جلوگیری از احداث فروشگاه‌های سیار فروش کتاب، از جمله کتاب‌فروشی‌های سیار در پارک‌ها و مراکز فرهنگی؛  
- برداشتن موانع تأسیس کتاب‌فروشی برای بخش خصوصی و حمایت از آن؛  
- عدم دخالت ملاحظاتی سیاسی و جناحی در برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های مرتبط؛  
- تغییر و دگرگونی در سیستم موجود نمایشگاه‌های کتاب و خارج کردن آنها از حالت فروشگاه‌های به نمایشگاهی؛  
- حمایت رسانه‌های ملی، به‌خصوص نشریات و سازمان صداوسیما در چاپ و پخش آگهی‌های تبلیغاتی کتاب و

کاهش هزینه‌های آن؛

- تقویت، انسجام و یکپارچگی ناشران کشور در حل و فصل مشکلات صنفی خود، به‌خصوص موضوع پخش کتاب و تقویت بنیه تخصصی و حرفه‌ای ناشران برای چاپ کتاب با کیفیت مناسب، شناخت بازار و نیازسنجی مخاطب.

#### ● برنامه‌های بلندمدت

- ادامه سیاست حذف یارانه‌هایی چون کاغذ، فیلم، زینک و غیره به ناشران؛

- حمایت دولت و مجلس در کم‌کردن مشکلات اصناف فعال در عرصه صنعت چاپ و نشر، از طریق تصویب آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط؛

- هدایت بخش عمده‌ای از سیاست‌های حمایتی دولت برای ترویج فرهنگ کتابخوانی و بالابردن سرانه مطالعه در کشور؛  
- حذف ناشران نامرئی یا ناشران کم‌کار که توان ارتباط با مراکز پخش کتاب کشور را ندارند؛  
- نگاه قانونی و آیین‌نامه‌ای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به مراکز نشر به‌عنوان یک حرفه و حذف ناشران چندشغلی.

پی‌نوشت:

1 . jamshid304@yahoo.com

مآخذ:

1. «تازه‌ترین آمار ناشران کشور اعلام شد» همشهری آنلاین. به‌روزرسانی ۱۹ شهریور ۸۷. [پیوسته]. قابل دسترس در: <http://www.hamshahrionline.ir/News/?id=56957>. [مشاهده: ۱۸ شهریور ۸۷]
2. زیادلو، مهرک. «کتاب‌های سرگردان در گردونه‌ی توزیع» همشهری آنلاین. به‌روزرسانی ۱۹ شهریور ۸۷. [پیوسته]. قابل دسترس در: <http://www.hamshahrionline.ir/News/?id=12560>. [مشاهده: ۱۶ شهریور ۸۷]
3. مطلبی، داریوش (۱۳۸۷). «مرجع نشر ایران». تهران: خانه کتاب.