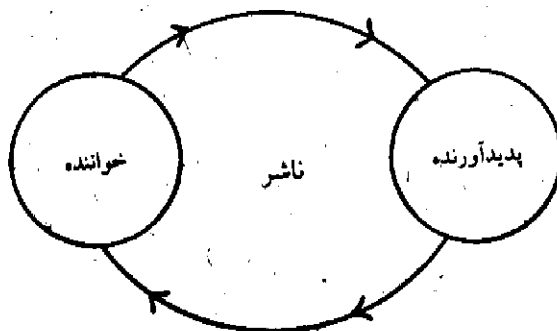


نشر: معماری کتاب در ضرورت تعریفی دیگر

اکنون، در این سالهای پایانی سده بیستم، در روزگار پیوند دم افزون آدمی - ماشین - اطلاعات، و رسانه‌های نزدیک‌برد و دوربرد مخابراتی، و شبکه‌های فراگیر جهانی اطلاع‌رسانی، به دست دادن تعریفی اقناع‌کننده از «نشر» و «ناشر» دیگر کار چندان آسانی نیست. از اختراع چاپ در عصر جدید، مقارن با جنبش نوزایی در اروپا، تا پیش از رخدادهای انقلابی در عرصه اطلاعات و ارتباطات در دهه‌های اخیر، که تأثیرها و پیامدهایش را آشکارا می‌بینیم و به وضوح احساس می‌کنیم، تعریف کردن نشر و ناشر در قالب یک یا چند جمله ساده با مخالفتی روبه‌رو نمی‌شد. ناشران همچون حلقه پیوندی بودند میان پدیدآورندگان آثار از یک سو و خوانندگان از سوی دیگر. ناشران با اندیشه و



سرمایه و تخصص خود، دست‌نوشته‌های پدیدآورندگان، یا حتی اندیشه، طرح نخستین، و پیشنهاد،

را به اثر چاپی تبدیل و سپس در میان جامعه پخش می‌کردند. در واقع چاپ کردن و پخش کردن (چاپ‌پخش) بخش عمده‌تر، یا دست کم بخش عمده‌ای از معنای قلمرو نشر را در برمی‌گرفت، اما اینک دیگر چاپ مهمترین ابزار نشر نیست، و توزیع آثار چاپی هم جای خود را به اشکال دیگری از وارسانی می‌دهد. تحول در ابزارهای اطلاع‌رسانی و تجهیزات ارتباطی، امکانات دیگری را فراروی نشر اندیشه‌ها و اطلاعات گشوده است. و ناشر هم دیگر لزوماً فقط ناشر کتاب نیست. او حالا می‌تواند آثار را به صورت فیلمهای ویدیویی، دیسکتهای کامپیوتری، صفحه‌های فشرده (سی‌دی)، یا از راه تلویزیونهای مدار بسته یا کابلی، انواع رسانه‌های دیداری - شنیداری، بسته‌های آموزشی، مجموعه‌های ترکیبی از متن و صوت و تصویر، و از راهها و با ابزارها و رسانه‌های گوناگون دیگر انتشار دهد. راهها و امکانات جدید، نشر را به عرصه‌های جدیدی کشانده، سهل است، حتی در سرشت آن تغییراتی راه داده است که لاجرم بر تعریف آن نیز اثر می‌گذارد.

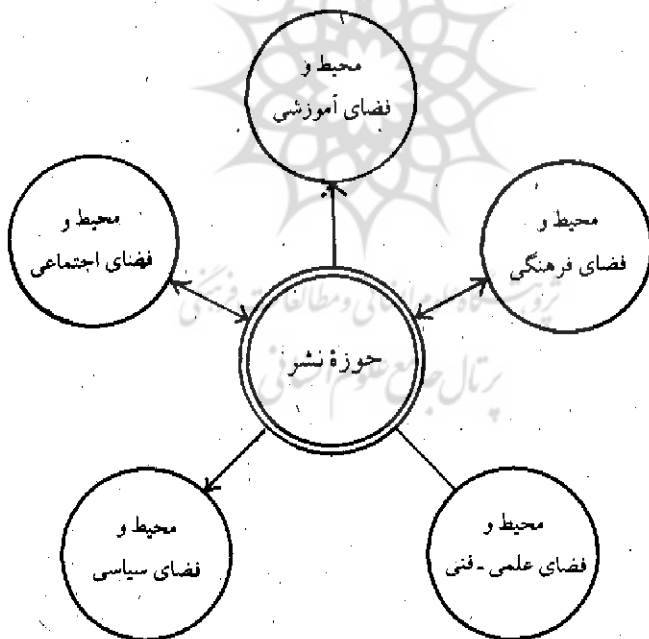
می‌توان گفت که اکنون مسلم است دیگر نشر با چاپ مساوی نیست. نشر، چه انتشار کتاب و چه گونه‌های دیگر اثر کتبی، می‌تواند از چاپ به عنوان یکی از ابزارهایش استفاده کند، اما چاپ چیزی بیش از یک ابزار یا راه و روش نیست، و اگر هم اینک ابزارهای دیگر، آن را به طور کامل، یا نسبی، از میدان به‌در نبرده است، به دلایل اقتصادی، فنی صنعتی و نظایر آنهاست، و مطمئناً به مجرد آنکه ابزاری اقتصادی‌تر و کارآمدتر از چاپ، به معنایی که امروز می‌شناسیم، به هم برسد، عصر چاپ به پایان خواهد رسید و نشر بر گردونه نورسیده‌اش سوار خواهد شد. البته از تلاشها و نوآوریهای مبتکران و متخصصان چاپ نباید غافل شد. آنها، مانند همه کسانی که به حوزه و رشته فعالیت خود دلستگی دارند، پیشرفتهای فنی و دستاوردهای علمی و صنعتی را نادیده نمی‌گیرند. چاپ، امکانات و شیوه‌هایش را پایه‌های نیازهای زمانه متحول ساخته است، و از تحولات سریع فنی بی‌کنار نیست. اما تغییراتی که حوزه چاپ به ضرورت می‌پذیرد و در خود راه می‌دهد، در سرشت آن چنان تغییری به بار می‌آورد که گویی به ابزاری دیگر در دست نشر تبدیل خواهد شد.

در هر حال، چاپ چه ابزار اصلی نشر باقی بماند و چه به ابزاری فرعی یا کنار نهاده مبدل شود، نشر باید برای بقا، کارکرد اصلیش را نگاه دارد. نشر، تلاقیگاه پدیدآورندگان و خوانندگان است. پدیدآورنده در پی خواننده، و خواننده در جست و جوی پدیدآورنده است. این دو برای تلاقی به ناشر روی می‌آورند. ناشر نیز سرمایه، تجربه، و تخصص خود را به خدمت می‌گیرد و به آن دو روی می‌آورد و مثلث نشر به این ترتیب شکل می‌گیرد.

ناشر را به فانوس دو چهره، از شخصیتهای اسطوره‌ای روم باستان، تشبیه کرده‌اند که یک رخسارش به سوی پدیدآورنده، و رخسار دیگرش به جانب خواننده است. و به تعبیری دیگر، رویی به گذشته دارد و رویی دگر به آینده. نقش او این است که اثر را از نسخه یگانه منحصر به فرد خارج کند. عمل او به طرز کار منشوری می‌ماند که تابه‌ای از نور را پراکند. او پل ارتباطی است، گذرگاه، رسانا، و ترویجگر افکار و اندیشه‌ها، پیوندگاه میان گذشته، اکنون، و آینده. هر آنچه در این

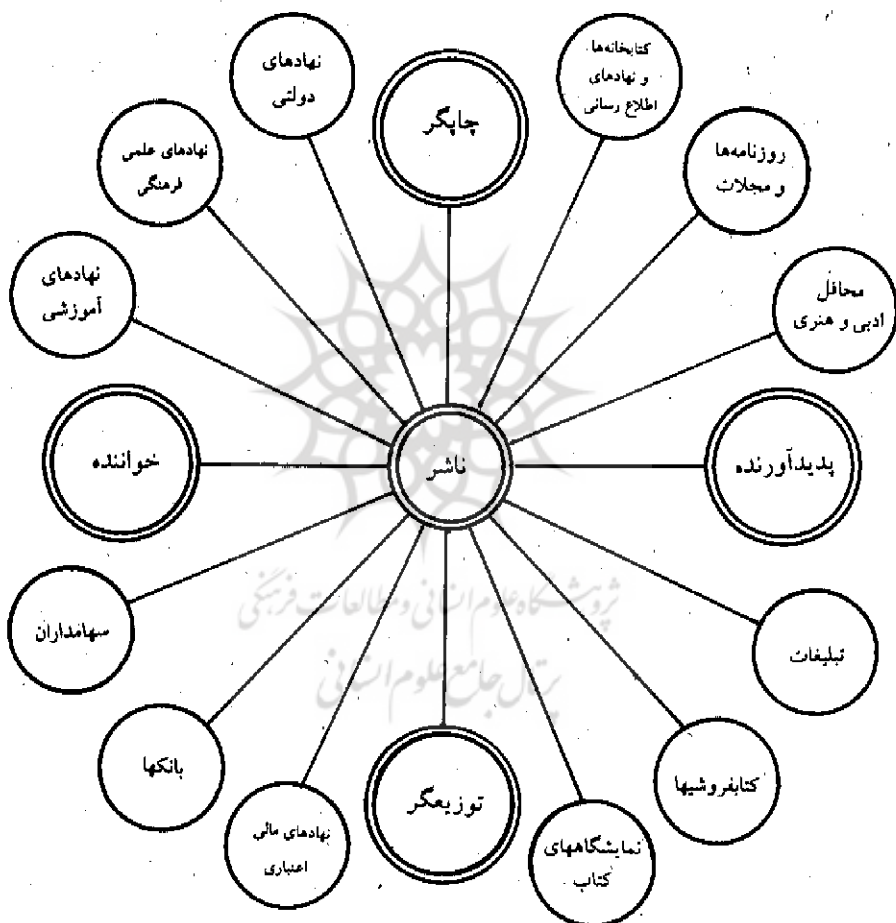
راه می‌کند، در خدمت همه فعالیت‌های دیگر بشری است. او خدمتگزار علم و فرهنگ و تمدن، حامل و محمل اطلاعات، تأثیرگذار و تابنده و بازتابنده است. و از این رو اگر به وظایف خود خوب عمل کند و نشر را درست بگرداند، بهترین فرصتها را فراچنگ دارد که آثاری را با کیفیت مناسب تولید، منتشر، و توزیع کند که بیشترین ارزش را برای بشریت به ارمغان آورد. چنین نقشی و سهمی، تأثیر کوچک یا بی‌اهمیتی در فرهنگ و تمدن بشری نیست. و پیداست که ناشر، هم می‌تواند پیش‌برنده و شتاب دهنده باشد، هم گمراه کننده و بازدازننده.

برای آنکه اثری، فی‌المثل کتابی، منتشر شود و به دست خوانندگان برسد، گروه نسبتاً گسترده‌ای باید بسیج شوند، و هر کدام وظیفه‌ای و ایفای فن و تخصصی را بر عهده گیرند. اما از میان اینها نقش چهار رکن قابل مقایسه با ارکان دیگر نیست، و در واقع این چهار را می‌توان ارکان عمده نشر کتاب به‌شمار آورد: (۱) پدیدآورنده (۲) ناشر (۳) چاپگر (۴) توزیعگر و فروشنده. نقشی که ناشر از میان اینها به عهده می‌گیرد، اگر مهمتر از نقش سایر ارکان نباشد مطمئناً گسترده‌تر است، زیرا طبیعت پر دامنه و پرمسأله و پر نکته نشر، آن را با علتها و عاملهای بسیاری در تأثیر و تأثر قرار می‌دهد. حوزه فعالیت ناشر، خواه ناخواه، با این محیطها و فضاها پیوند دارد:



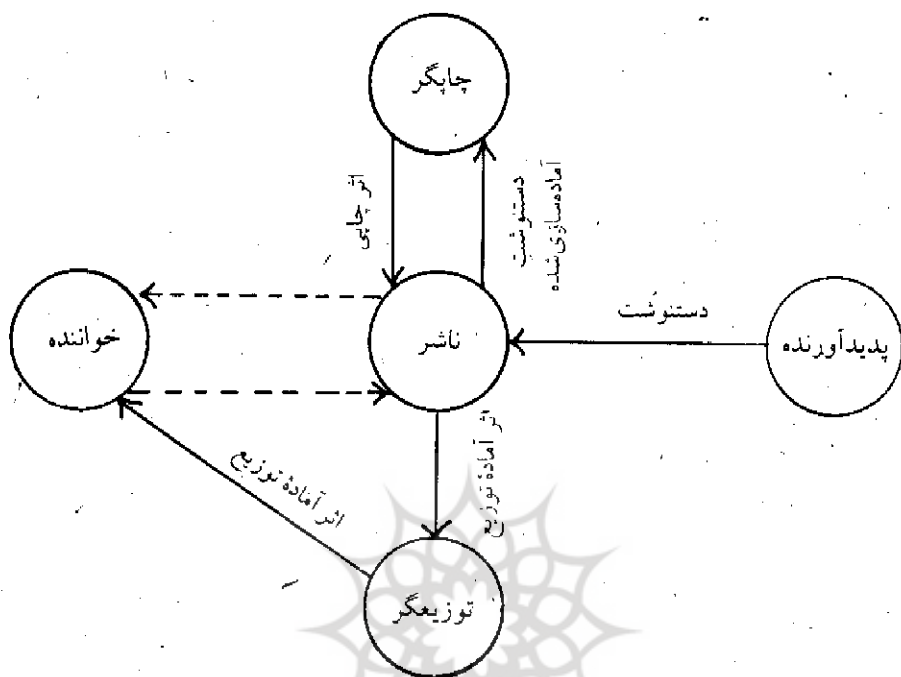
این محیطها و فضاها بر نشر تأثیر می‌گذارد و هیچ ناشری نمی‌تواند برکنار و بن‌دور از تأثیرهای آنها به کار بپردازد و بدون واکنش بدانها فعالیت کند. نشر، جزو روند عمومی فعالیت‌های جامعه است، و هیچ فعالیتی نمی‌تواند از فعالیت‌های دیگر بی‌نیاز، یا عاری از وابستگی به آنها باشد.

نشر تلاقیگاه است، چهارراه حوادث است، برخوردگاه میان نهران و عیان جامعه است، یا آنجا که نهانخانه جامعه سرباز می‌کند. اندیشه و نظری که به مرحله نشر می‌رسد، از چندین و چند مرحله می‌گذرد، و هر یک از این مراحل، بازتاب تصمیم، اقدام و عملی اجتماعی است. نشر با جامعه سروکار دارد، و مخاطب آن گاه سراسر جهان و همه آدمیان است، ولو بالقوه. و خطاب آن گاه نیز با تاریخ است، و پیداست که چنین گستره پهنآوری نشر را با جنبه‌های بسیار همجوار، همسو، همراه، و گاه رو در رو می‌کند. شاید نمودار زیر نشان دهد که حوزه روابط نشر و ناشر تا چه حد می‌تواند گسترده باشد:



شاید بتوان گفت که حداقل عناصری که ناشر در کار نشر با آنها مستقیماً سروکار دارد، همین حلقه‌هایی است که در نمودار دیده می‌شود، اما سرشت نشر اینجا می‌کند که دامنه ارتباطات ناشر و حوزه نشر بسی بیش از این باشد.

در نمودار زیر، روابط مستقیم میان ارکان اصلی نشر نشان داده شده است. جهت پیکانها گردش اثر را در سیر نشر نشان می‌دهد:

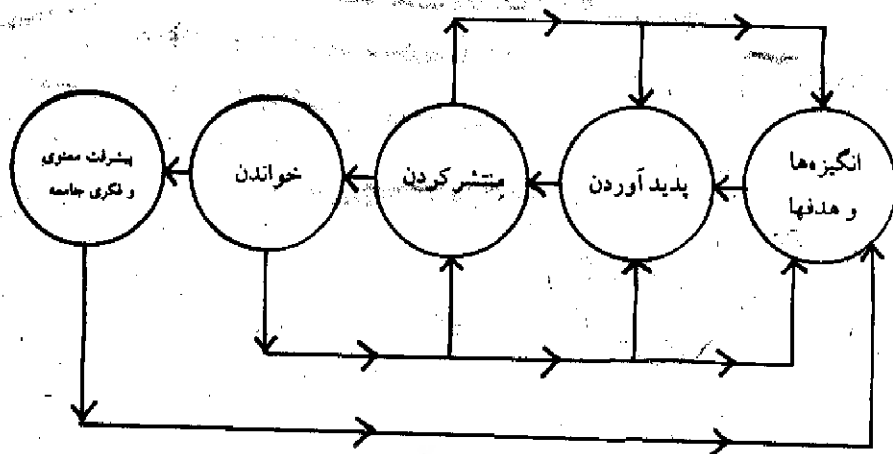


باز در این نمودار، نقش محوری و مرکزی ناشر پیداست. پیوندها را او برقرار می‌سازد، و طبیعت این پیوندها به گونه‌ای است که اندیشه و اهتمام ناشر می‌تواند دامنه عمل نشر را وسعت دهد، یا به عکس، محدود سازد. وسعت و محدودیت این دامنه به میزان و نوع سرمایه‌گذاریهایی مادی و معنوی او وابسته است. دامنه‌ای که ناشر برای فعالیت خود برمی‌گزیند، نقش او را به صورت کنشگر یا کنشپذیر تعیین می‌کند. ناشر کنشگر، وارد حوزه پدیدآوردن می‌شود و با ایجاد انگیزه‌های جدید، پدیدآورندگان را به آفرینش آثار تازه برمی‌انگیزد. سفارشهای او روی کار چاپ اثر می‌نهد و چه بسا براساس نوع و حجم سفارشات فعالیت‌های تازه‌ای آغاز گردد و چاپخانه‌های تازه‌ای به راه بیافتد، شکل توزیع و فروش، نوع و میزان آن، و چگونگی پخش تغییر کند. خوانندگان با نگاه دیگری به آثار روی آورند، پس از خواندن آنها نظر و دیدگاه دیگری بیابند، و شاید سبب شود که به خود و به جهان پیرامون دگرسان بنگرند.

به ناشرانی که این گونه عمل کنند، نامهای مختلفی داده‌اند، از جمله: «انیدیشه‌ساز»، «دوره‌ساز»، «رویدادآفرین»، و مانند آنها. ناشرانی که دنباله‌رو رویدادها، تابع نیازهای لحظه‌ای و نگران منافع آنی و زودگذر نیستند، پیشاهنگ و سشتاز رخدادهای فکری و سبکانداران سیر و

حرکت فرهنگی - اجتماعی به شمار می آیند.

شاید نمودار زیر، تأثیرهای عمده را در نشر بهتر نشان دهد:



در این نمودار، هر فعالیتی بر فعالیتهای دیگر تأثیر می گذارد، و از مجموع تأثیرگذارها و تأثیرپذیرها چرخه نشر پدید می آید. دامنه تأثیرها و سرعت چرخش را نکاپوهای ناشر تعیین می کنند، و این خود یکی از شاخصهای اصلی سنجش فعالیت نشر است. در تاریخ نشر، چه در جهان و چه در ایران، به نام ناشران بلندآوازه ای بر می خوریم که با نواندیشی، ابتکار، جسارت، پذیرفتن مخاطره های مادی و سیاسی - اجتماعی، در پدید آوردنندگان انگیزه هایی ایجاد کرده اند که سرانجام به نشر آثار تازه ای انجامیده است. نویسندگان بنامی را سراغ داریم که اگر ناشر موجبات مادی و معنوی نوشتن را برای آنها فراهم نمی آورد، بعضی از آثاری را که اکنون در دست ما و بخشی از میراث فرهنگی و ارزشمند بشری است، ننوشته بودند.

از فراخ شدن دامنه که صحبت به میان می آید، خوب است این تصور پیش نیاید که فراخی فقط به افزایش سرمایه، امکانات، یا علتهای موجبات مادی بستگی دارد. اهمیت روابط معنوی، مناسبات و پیوندهای دوستانه، و تفاهمهای انسانی در نشر از جنبه های دیگر کمتر نیست، سهل است، چه بسا که بیشتر هم باشد. ویژگیهای انسانی، خلق و خوی، و سرشت کار پدید آوردنندگان به گونه ای است که معمولاً مناسبات و تفاهمهای دوستانه آنها با ناشر می تواند سایر عاملها را تحت الشعاع قرار دهد. پدید آوردنگانی را سراغ داریم که آثار خود را با اعتماد و اطمینان کامل به ناشر سپرده اند، یا به سفارش و توصیه او اثری را نوشته اند، حال آنکه انگیزه های مادی و سایر انگیزه ها در درجه دوم یا چندم اهمیت قرار داشته است. نشر را به برخی از فعالیتهایی مانند کرده اند که حکم کلید برق را دارند؛ اگر روشن شوند، فعالیتهای دیگر را به کار می اندازند. نشر آثار، کلید تحولات آموزشی، اجتماعی، اقتصادی، و بسیاری از زمینه های دیگر است؛ گاه در سطح جهانی، و گاه در سطح ملی و

ناشرانی را سراغ داریم که از نظر پشتوانه مالی هیچ مشکلی ندارند. هر قراردادی که بخواهند با هر پدیدآورنده‌ای می‌بندند، اما با وصف این در کار خود موفق نیستند. ناشرانی را می‌شناسیم که از لحاظ امکانات فنی و چاپی یا هیچ مشکلی روبه‌رو نیستند، اما اینها هم در صحنه نشر توفیق زیادی ندارند. نشر فقط به یک یا چند عامل وابسته نیست، و عاملهای گوناگونی که در آن مؤثر است، در جوامع، موقعیتهای و زمانهای متفاوت تغییر می‌کند. ناشری در کار خود موفق است که بتواند این عوامل را درست بشناسد و آمیزه متناسبی از آنها ترکیب کند. از میان عاملهای مهمتر، به ویژه می‌توان از اینها یاد کرد:

- سرمایه کافی مادی؛
- دانش فنی و مهارت شغلی - تخصصی؛
- علاقه و دلبستگی فرهنگی؛
- آرمان و هدف؛
- مناسبات خوب، قابل اتکا و اطمینان با پدیدآورندگان و عناصر تولیدکننده کتاب؛
- آینده‌نگری و دوربینی؛
- مخاطره‌پذیری.

این عاملها، هرچند که به نسبتها و شیوه‌های مختلف، در کار همه ناشران بزرگ جهان و ایران دیده شده است، اما در برخی برجسته‌تر و در عده‌ای کم‌رنگ‌تر است. نمونه ناشران موفق نشان می‌دهد که عاملهای مؤثر در کار آنها، به نسبتهای متوازن و متعادل با یکدیگر ترکیب شده است. از این عاملهای اصلی مؤثر که بگذریم، ناشران موفق دنیای امروز برای آینده و تحولات فکری آینده برنامه می‌ریزند. با پیشنهاد به سراغ پدیدآورندگان می‌روند، چشم‌اندازهای بازار نشر را بدانها نشان می‌دهند، تعهد مالی و مخاطره می‌کنند، و شاید از همه اینها مهمتر، برای اجرای پیشنهادهایشان دانش و تجربیات خود را در خدمت پدیدآورنده و در مراحل پدیدآوردن او قرار می‌دهند. این ویژگی، پس از ایجاد و استقرار شبکه‌های اطلاع‌رسانی و نظامهای کامپیوتری، ابعاد کاملاً تازه‌ای در کار نشر یافته است. ناشرانی که به این ترتیب به سراغ پدیدآورندگان می‌روند فقط ناشر نیستند، بلکه معمار کتاب‌اند.

اینها با کتاب شبیه همان کاری را می‌کنند که معماران و مهندسان با ساختمانها. معماری کتاب ایجاد فضاهای متناسب با موضوع و سهولتهای خواندن برای خواننده است، ایجاد دسترسیهای لازم و متناسب با نیاز خواننده است با در نظر گرفتن عاملهای سرعت و دقت. پیشرفت تکنولوژی رسانه‌های دیداری همپای رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی، و مجهز شدن ناشران کارآمد به امکانات کاربرد این رسانه‌ها، نقش پدیدآورنده را در پدیدآوردن کتاب تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. در برخی

آثار، نقش پدیدآورنده دیگر اصلی‌ترین و مهمترین نیست، زیرا ممکن است نوشته او فقط در توضیح تدابیری بصری همچون تصویر، نمودار، نقشه، طرح، گردش‌ما، و مانند آنها باشد. بسیاری از کتابهای درسی و آموزشی در سطح دانشگاهی و تخصصی، و به ویژه در حوزه‌های علوم و فنون، که با تیراژهای وسیع انتشار می‌یابد، محصول معماریهای جدید کتاب است. در این گونه آثار نقش معمول ویراستاران مجرب گاه فقط به پیراستن متن، یا به عبارت دیگر به ویرایش صوری و زبانی - ادبی محدود می‌شود. در این گونه آثار، طراح، عکاس، نقشه‌نگار، تحلیلگر، محاسب، و بسیاری از متخصصان دیگر، هر کدام نقشی به عهده می‌گیرند که به هیچ روی از نقش نویسنده کتاب کمتر نیست. کسی که محصول کار این متخصصان را کنار هم می‌گذارد و از مجموع آنها اثری را پدید می‌آورد، معمار کتاب است. ویراستار الزاماً معمار کتاب نیست، اما ناشران امروزی از میان ویراستاران کارآموده، با سلیقه و متخصص افرادی را برمی‌گزینند که وظیفه معماری کتاب با آنهاست. بسیاری از کتابهای مرجع، از جمله فرهنگها، دایرةالمعارفها، راهنماها، دستنامه‌ها و دستنامه‌ها، که در صفحه‌های حقوق و شناسنامه‌های آنها نام ویراستاران پیش از پدیدآورندگان آورده می‌شود، با روشهای اخیر معماری و مهندسی شده است. ناشری که بتواند اثری را درست معماری و مهندسی و منتشر کند، به کمال فنی و حرفه‌ای در کار خود دست یازیده است، و به نظر می‌رسد که چشم‌انداز روشن نشر، برای ناشرانی که به کمال حرفه‌ای می‌رسند، در آینده نیز همچنان روشن است.

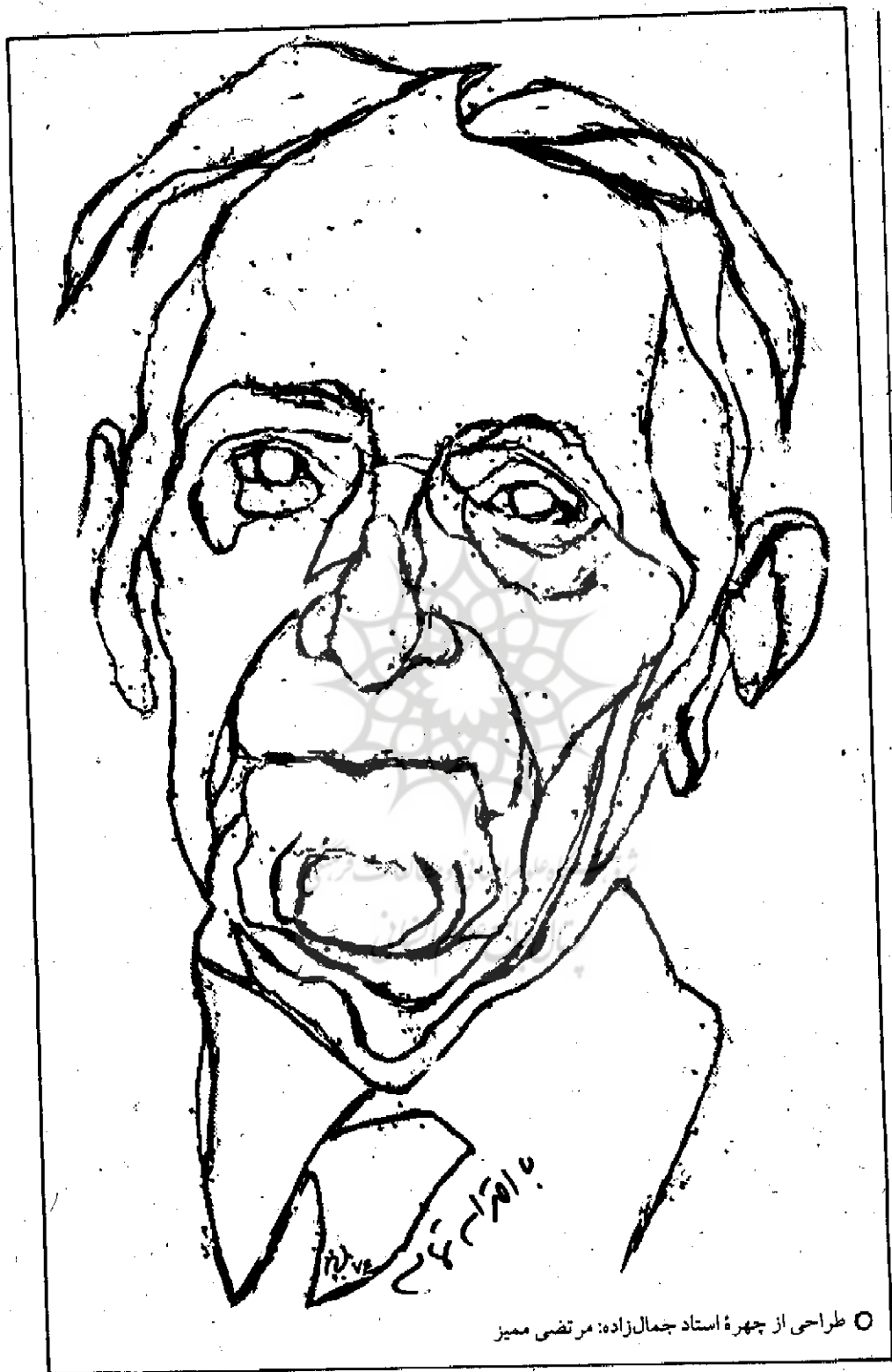
تهران - باغ صبا

بهار ۱۳۷۴

1. Flow diagram

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی



○ طراحی از چهره استاد جمال زاده: مرتضی ممیز