

# کتاب جیبی در جهان (۱)

جستجو دربارهٔ اینکه نخستین بار کدام کشور نشر کتاب به قطع جیبی را آغاز کرد در حکم ورود در موضوعی است که بحث دربارهٔ آن هرگز به نتیجه‌ای نمی‌رسد. بیشتر کشورهای اروپایی افتخار ابداع این کار را از آن خود می‌دانند. ولی آنچه می‌توان در صحت آن اطمینان داشت این است که در اواخر قرن نوزدهم در قارهٔ قدیم مجموعه‌گونه‌های متعددی از کتاب به قطع کوچک رواج داشت که کم‌وبیش شبیه به همین مجموعه‌هایی بود که امروز آنها را به نام مجموعه‌های کتاب جیبی می‌خوانیم، و به این ترتیب شاید زیاد دور از حقیقت نباشد اگر بگوییم که نیای بزرگ کتاب جیبی امروز همان کتابهای ادعیه و اوراد و آداب مذهبی است که چندان کوچک بود که خیلی راحت در برگردانهای جیب مانند لباسهای بلند روحانیون مسیحی جلی می‌گرفت.

ولی نخستین ملت‌هایی که کتاب جیبی به مفهوم امروزی کلمه را با تیراژ بسیار زیاد به وجود آوردند و در سراسر جهان رواج دادند ملل آنگلو ساکسون بودند، و در این میان مخصوصاً فضیلت تقدم از آن مؤسسهٔ بریتانیایی «پنگوین» است که امروز بی‌گمان صاحب عظیم‌ترین کاتالوگ کتابهای جیبی در جهان است.

## در فرانسه

در فرانسه نخستین گام در راه ایجاد مجموعه‌های کتاب به قطع جیبی را مؤسسهٔ «نشر دانشگاهی فرانسه Presses Universitaires de France» برداشت که با علامت اختصاری «PUF» خوانده می‌شود. مجموعه‌ای که این مؤسسه به راه انداخت مجموعه معروف «چه می‌دانم؟ Que sais-je?» است که امروز هم همچنان به حیات خود ادامه می‌دهد. در سال ۱۹۴۴ مؤسسه دیگری به نام «Seghers» مجموعه‌ای به قطع کوچک تحت عنوان «شاعران امروز» به وجود آورد. چند سال بعد، یعنی در سال ۱۹۴۹، یک چاپخانه دار بلژیکی مجموعه‌ای از کتابهای جیبی تأسیس کرد و به تقلید از مؤسسه نشر «پنگوین» انگلستان نام «مارابو Marabout» بر آن نهاد که آن هم مانند پنگوین نام مرغی است. این مجموعه امروز از مجموعه‌های متعلق به مؤسسه نشر «هاشت Hachette» است. در اینجا باید از یک کتابفروشی به نام کتابفروشی «شانزلیزه Champs-Élysées» نیز نام برد که در سال ۱۹۲۷ مجموعه‌ای به نام «لوماسک Le Masque» برای چاپ رمانهای پلیسی به وجود آورد، و شاید به سبب تقدم زمانی خود را پیشگام تأسیس مجموعه‌های جیبی بداند.

ولی مبتکر کتاب جیبی، به معنی امروز کلمه، در فرانسه شخصی بود به نام هانری فیلیپاکی. می‌گویند فکر ایجاد کتاب جیبی وقتی به ذهن او آمد که «دید یک روز یک سرباز امریکایی از یک

این گفتار، که ترکیبی است از چند گزارش نویسندگان روزنامهٔ لوموند فرانسه، سرگذشت تاریخی کتاب جیبی را در چند کشور مهم صنعتی جهان به اجمال مورد بررسی قرار می‌دهد، و البته، چنانکه طبیعی است، نخست از گذشته کتاب جیبی در فرانسه آغاز می‌کند، و مناسبت آن هم این است که چندی پیش (۲۳-۲۸ مارس ۱۹۸۴) نمایشگاهی از کتابهای فرانسوی تحت عنوان «چهارمین تالار کتاب quatrième salon du livre» در «گران پله Grand-Palais» پاریس برگزار شد که در آن هزار ناشر فرانسوی و ناشر خارجی فرانسوی زبان هر یک کتابهای تازه و نیز گنجینهٔ انتشاراتی خود را به نمایش گذاشته بودند. در این نمایشگاه از جمله کتابهایی که توجه بیش از ۱۵۰۰۰۰ بازدیدکننده را جلب می‌کرد مجموعه‌های کتابهای جیبی بود که بنا بر آماري که سندیکای ناشران فرانسه به دست داده بود، در سال ۱۹۸۲، با تولید ۱۱۹ میلیون نسخه در حدود یک سوم کل تولید کتاب فرانسه را تشکیل می‌داد. حضور کتاب جیبی با تنوع شکل و شمایل خود و زیبایی و رنگارنگی روی جلد هایش حال و هوای یک جشن پر شکوه به این نمایشگاه بخشیده بود.

آنچه در بی‌می‌آید بخش نخست این گفتار است که شامل تاریخچهٔ کتاب جیبی در کشورهای فرانسه و انگلستان و آلمان غربی است. بخش دوم آن، که از کتاب جیبی در کشورهای ایتالیا و آمریکا و ژاپن و نیز کشورهای الجزایر و مراکش و تونس (به مناسبت شرکت ناشران کتابهای فرانسوی زبان آنها در چهارمین تالار کتاب) سخن می‌گوید، در شمارهٔ آینده به نظر خوانندگان خواهد رسید.

کتابفروشی فرانسوی کتابی خرید. بعد آن را دونیم کرد و آنها را در جیبهای لباس سربازیش جای داد». با این حال حقیقت این است که در سالهای دهه ۱۹۵۰ در امریکا مجموعه Pocket-book موفقیت چشمگیری یافته بود و از این مجموعه در این کشور همه ساله بیش از دوست میلیون نسخه به فروش می رسید، و همین خود به قدر کافی وسوسه انگیز بود که توجه ناشران فرانسوی و مخصوصاً مؤسسه نشرهاشت را به خود جلب کند.

در آن زمان، یکی از همکاران نزدیک فیلیپاکی دوستی داشت که کتاب جیبی را در امریکا به راه انداخته بود. این همکار به امریکا رفت و پس از گفتگو با دوست خود با این اعتقاد به فرانسه بازگشت که تأسیس يك مجموعه کتاب جیبی با موفقیت روبه رو خواهد شد. «هاشت» به فیلیپاکی اجازه داد که مجموعه مورد نظر خود را در پناه یکی از شعبه های این مؤسسه به نام «کتابفروشی عمومی فرانسه» تأسیس کند. شاید دلیل این کار این بود که برای ناشرانی که فیلیپاکی می خواست عنوانهایشان را به صورت کتاب جیبی تجدید چاپ کند، این شعبه مورد اعتمادتر بود تا خود مؤسسه مادر. فیلیپاکی دست به کار ایجاد این مجموعه شد و آن را به نام «کتاب جیبی Livre de poche» نامگذاری کرد و این نامگذاری سبب شد که از آن پس در فرانسه وقتی که رقیبان یا روزنامه نگاران می خواهند به طور کلی از این گونه کتابها یاد کنند، برای احترام از اینکه با نام این مجموعه اشتباه نشود، عباراتی سواى «کتاب جیبی» مثلاً عبارت «کتاب قطع جیبی» به کار می برند.

نخستین عنوانهای این مجموعه در سال ۱۹۵۳ از چاپ بیرون آمد. تا آن زمان کتابها معمولاً با صحافی ته دوخت و برش نخورده و با جلد ساده منتشر می شد. وقتی که کتابهای جیبی با شکل و شمایل خاص خود، یعنی با صحافی ته چسب و صفحات برش خورده و جلد رنگین، به بازار آمد بسیاری از ناشران شك داشتند که این گونه کتابها خریداری داشته باشد و پیش بینی می کردند که این مجموعه سرانجام با عدم موفقیت روبه رو خواهد شد. ولی پیش بینی آنها درست در نیامد، زیرا رمان کونیگسمارک Koenigsmark (۱۹۷۱) اثر «پی-یر بنو Pierre Benoit» (۱۸۸۶-۱۹۶۲) نویسنده فرانسوی و رمان کلیدهای ملکوت The Keys of Kingdom (۱۹۴۱) اثر «جوزف کرونین A. Joseph Cronin» (۱۸۹۶-) نویسنده انگلیسی و پروازشبانة nuit (۱۹۳۰) اثر «آنتوان دوست اگزوپری A. de Saint-Exupéry» (۱۹۰۰-۱۹۴۴) نویسنده فرانسوی، که هر يك در شصت هزار نسخه به قیمتی معادل يك چهارم قیمت چاپ معمولی آنها چاپ شده بود، به فاصله چند هفته نایاب شد. چندی پیش که می خواستند به مناسبت سی امین سال تأسیس این

مجموعه ذکری از آن به میان آورند، حتی يك نسخه از نخستین چاپ جیبی کونیگسمارک را هم پیدا نکردند. باری بدین ترتیب بود که موج کتابهای جیبی در فرانسه به حرکت درآمد.

از آن پس هر روز بر شماره نویسندگان مشهور در کاتالوگ مجموعه «کتاب جیبی» افزوده شد. هانری فیلیپاکی از این یاری بخت برخوردار بود که می توانست دست در خزانه سرشار عنوانهای ادبی بیشتر ناشران فرانسوی فرورد و هر چه دلش می خواهد انتخاب کند، از «گالیمار Gallimard» (غنی ترین آنها) گرفته تا «تبل روند Table ronde (= میزگرد)» و «آلبن میشل Albin Michel» و مؤسسه های مانند «گراسه Grasset» و «استوک Stock» و «فایار Fayard» که بعدها «هاشت» اداره آنها را در دست گرفت. تا سال ۱۹۶۰ تولید مجموعه «کتاب جیبی» هر سال با آهنگی معادل ۳۰ درصد رشد پیش می رفت، در سال ۱۹۶۱، سالی که هانری فیلیپاکی چشم از جهان فرو بست، تولید مجموعه از مرز چهارده میلیون نسخه فراتر رفت.

مجموعه «کتاب جیبی»، پس از زمان به سراغ کتابهایی رفت که آنها را کتابهای «عملی» اصطلاح کرده اند مانند لاروس جیبی، و به طور کلی کتابهای پر فروش در هر زمینه- و سپس به آثار کلاسیک روی آورد، مانند رمانهای «استاندال Stendhal»، و «ریمبو Rimbaud»، که همه فروشهای غیرمنتظری داشتند.

در این سالها ناشران قدرتمند دیگری نیز وارد میدان شدند و هر کدام مجموعه یا مجموعه هایی برای انتشار کتاب به قطع جیبی بنیان نهادند. در سال ۱۹۵۸ فردریک دیتیس Frédéric Ditis در زیر بال مؤسسه نشر «فلاماریون Flammarion» دست به کار تأسیس مجموعه ای شد به نام «ژه لو J'ai lu (= من خوانده ام)» و سیاست تجاری خود را متمرکز بر ایجاد سوپرمارکتهای کتاب کرد که در فرانسه به نام «grande surface» خوانده می شود. در سال ۱۹۶۲ مؤسسه «پرس دولسیته Presses de la Cité» مجموعه های «پرس پاکت Presses-Pocket» و «دی دیزویت 10/18 (= ده هجده)» را به وجود آورد و از پی آن ناشران دیگر نیز مجموعه هایی به راه انداختند و هر يك در زمینه خاصی به نشر کتاب جیبی پرداختند. ولی «کتاب جیبی» که از انتشارات نود مؤسسه نشر تغذیه می کرد در اهمیت و اعتبار بر همه آنها تفوق داشت.

را به‌طور ساده و گاهی ناقص عرضه می‌کرد، پدیدآمد. از آن پس متون سنگین و عالمانه رفته‌رفته به‌صورت کامل و همراه با مقدمه عرضه می‌شد و پیش از چاپ در آنها ویرایش اساسی به‌عمل می‌آمد، و روی هم‌رفته کتاب جیبی همه زمین‌های گوناگون دانش را دربرمی‌گرفت. مثلاً پس از قیام مه ۱۹۶۷، مجموعه «دی‌دیزویت (10/18)» نزدیک به دویست هزارنسخه از کتابهای کاتالوگ خود را حراج کرد، سپس جلد دیگری برای مجموعه خود برگزید و برای تطبیق خود با شرایط روز شروع کرد به انتشار آثار هگل، مارکس، آرابل، کاستر و دیادیس، لیوتار و «گفتگوهای سرریزی Colloque de Cerisy»، رساله‌ها و امثال اینها.

در سالهای ۸۰-۱۹۷۵ تولید کتابهای جیبی به مرز صد میلیون نسخه رسید. يك مؤسسه نو بنیاد به نام «Harlequin» به میدان نشر کتابهای جیبی آمد و خیز بلندی به ارقام تیراژها داد. این مؤسسه مجموعه‌ای راه‌انداخت خاص رمانهای عشقی، از این رمانها در سال ۱۹۷۹ سیزده میلیون نسخه و در سال ۱۹۸۲ سی میلیون نسخه فروش رفت. برای بهبود کارتوزیع، کتابفروش، به‌دستور ناشر، کتابهای فروش نرفته را بر نمی‌گرداند، بلکه فقط جلد آنها را می‌کند و برای ناشر می‌فرستد. مجموعه «ژه‌لو» هم که سری «دوئو Duo» را به انتشار رمانهای عشقی آنگلو ساکسون اختصاص داده است در فروش کتابهای جیبی خود به موفقیت بزرگی نایل آمده است، چنانکه در سال ۱۹۸۲ بیش از سه میلیون و نیم نسخه فروش داشته است و موفقیت آن همچنان ادامه دارد. خریداران این نوع کتابها، چنانکه می‌توان حدس زد، عمده خوانندگان مؤنث مجلات عشقی هستند!

اکنون برای کاهش هزینه توزیع کتابهای جیبی، در فرانسه شیوه کندن جلد به وسیله کتابفروش شیوه متداولی شده است. زیرا چنانکه برآورد کرده‌اند میزان برگشت کتابهای فروش نرفته ده درصد کل فروش آنها را تشکیل می‌دهد. جدا کردن آنها از یکدیگر حتی از قیمت ساخت آنها هم گرانتر تمام می‌شود. باید با دست برجسبها را کند و قیمت روی کتابها را پاك کرد و کتابهای خراب شده را از بین برد. و به این ترتیب پیداست که صرف نمی‌کند که ناشر از کتابفروش بخواهد که کتابهای فروش نرفته‌اش را برگشت دهد.

### در انگلستان

گسترش شگفت‌انگیز کتاب جیبی در آغاز سالهای دهه ۱۹۷۰ نشانه پدید آمدن انقلابی واقعی در صنعت کتاب بود که تا آن زمان از روشهای سنتی طبع و نشر پیروی می‌کرد. در سال ۱۹۷۹ شماره کتابهای جیبی که در انگلستان به فروش رفت به رقم ۱۲۳ میلیون

ولی سکه این تفوق روی دیگری هم داشت، و آن این بود که بعضی از مؤسسات نشر که ناگزیر از تحمل تحقیر گروههای بزرگ انتشاراتی شده بودند استقلال خود را در خطر یافتند. یکی از آنها همان مؤسسه «گالیمار» بود که قبلاً هم، به سبب امتناع «کتاب جیبی» از قبول کتابهای تحقیقاتی گنجینه انتشاراتیش از آن دلگیر شده بود و در سال ۱۹۶۲ مجموعه «ایده Idées» را علم کرده بود. این مؤسسه پس از ماهها بحث و مجادله بیهوده بر سر تجدید قراردادهايش با «کتاب جیبی» سرانجام در سال ۱۹۷۱ با «هاشت» قطع رابطه کرد و تمام شعب خود را از انعقاد قرارداد با «کتاب جیبی» منع کرد. این قطع رابطه برای «کتاب جیبی» به قیمت از دست دادن سالانه در حدود هشت میلیون نسخه کتاب و پانصد و شانزده عنوان از کاتالوگی تمام شد که آن زمان رقم عنوانهایش به هزار و پانصد می‌رسید. از آن پس «گالیمار» خود مستقیماً آغاز به کار کرد و در سال ۱۹۷۲ مجموعه‌ای بنیان نهاد به نام «فولیو Folio» خاص انتشار کتابهای ادبی به قطع جیبی.

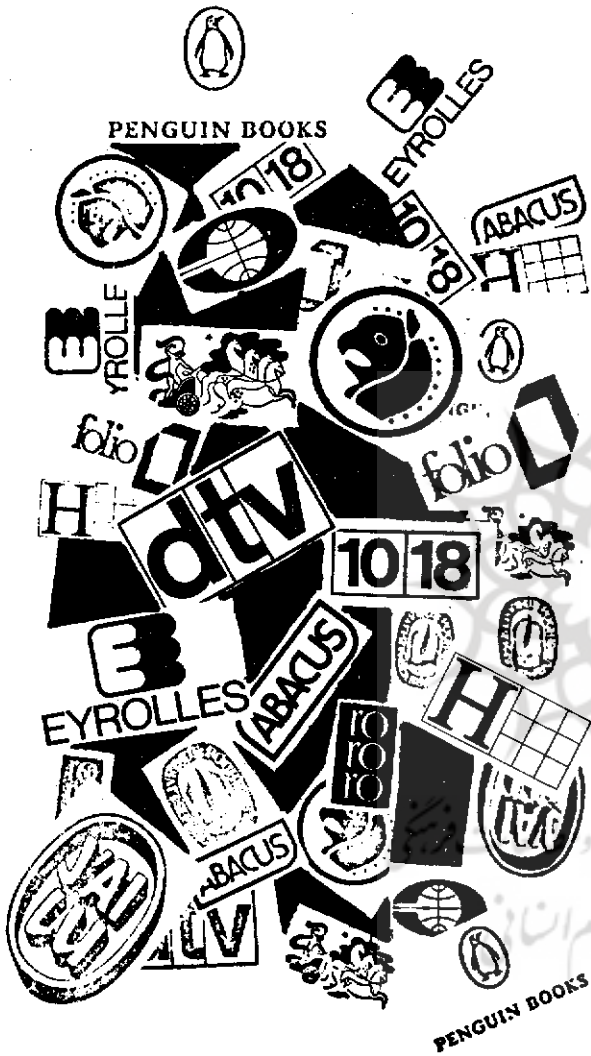
به این ترتیب، بسی بر نیامد که کتاب جیبی همه‌جا جلد چشمگیر و رغبت‌انگیز خود را در معرض تماشای مردم گذاشت، از ویرترین کتابفروشیها و کیوسکهای ایستگاههای راه آهن گرفته تا نوبت‌فروشیها و سوپرمارکتها، یعنی جاهایی که انسان کمتر انتظار دیدن کتاب را دارد؛ همه‌جا در جستجوی آن بود که خریدار و خواننده پیدا کند، خریداران و خوانندگانی که روز به روز بر عده آنها افزوده می‌شد. به قول فردريك دیتیس، که امروز مسئولیت اداره توزیع «هاشت» را بر عهده دارد، «کتاب جیبی کتاب را آشنای مورد اعتماد همگان کرد و بر موانعی از قبیل گرانی قیمت و محدودیت جای عرضه، که بر سر راه توزیع آن در میان گروههای اجتماعی کم‌درآمد وجود داشت، غالب آمده است. کسانی که به سبب حجب فرهنگی جرئت قدم گذاشتن به کتابفروشیها را نداشتند حالا کتاب را با قیمت ارزان دم‌دستان و در محیط دوروبرشان می‌بینند و احساس می‌کنند که به کرامت انسانیشان حرمت گذاشته می‌شود». در حال گسترش کتاب جیبی پی‌آمد تمرکز روزافزون جمعیت در شهرها و صنعتی شدن همه فعالیت‌های زندگی و افزایش بی‌سابقه عده دانش‌آموزان مدارس و دانشجویان دانشگاههاست. بر اثر این دگرگونیها تحولی هم در کتاب جیبی، که قبلاً يك متن

نسخه افزایش یافت و درحول وحوش این رقم باقی ماند. در آن زمان پانزده مؤسسه نشر کتابهای جیبی، شامل سی و دو مجموعه متفاوت (از آن جمله مؤسسه «پنگوین بوکز Penguin Books» شامل مجموعه‌های «پنگوین»، «پلیکان Pelican» و «پوفین Puffin») بازار کتابهای جیبی را میان خود تقسیم کرده بودند و بیشتر آنها هر کدام در ارتباط نزدیک با یک مؤسسه نشر کتابهای سنتی ته‌دوخت و جلد ضخیم کار می‌کردند.

این تمایز آشکاری که اکنون میان کتاب جلد ضخیم و کتاب جیبی می‌بینیم از سالهای دهه ۱۸۳۰ پدید آمد، هر چند که گسترش این تمایز و هر چه آشکارتر شدن آن به سال ۱۹۳۵ بازمی‌گردد که مؤسسه مشهور «پنگوین» تأسیس یافت. برای «آلن لین Allen Lane»، مدیر این مؤسسه، انتشار ده عنوان کتاب به صورت جیبی کافی بود که تحولی در ارکان صنعت چاپ کتاب پدید آورد. از آن پس، «پنگوین» با انتشار کتابهای گوناگون جیبی هر روز موفقیت و شهرت بیشتر یافت، و مدت بیست و پنج سال یک‌ه‌تاز بازار کتاب جیبی بود. «سری»های «Penguin Modern Painters» (به سرپرستی «کنت کلارک Keneth Clark» منتقد بزرگ هنری و «Penguin Music Scores» و «The Buildings of England» همه با استقبال خریداران کتاب روبه‌رو شد. جلد ساده این کتابها که هدف آن متمایز کردن انتشارات «پنگوین» از انتشارات رقیبای کج سلیقه و بی‌ذوق بود و نام «پنگوین» و مخصوصاً فهرست گرانبار ۴۵۰۰ عنوانی آن کافی بود که فروش منظم و بی‌وقفه کتابهای این مؤسسه را تضمین کند.

این موفقیت تا سالهای دهه ۱۹۶۰ ادامه یافت، ولی در این سالها اندک‌اندک مؤسسات نشری مانند «کورگی Corgi»، «پان Pan»، «فونتانا Fontana» و از پی آنها «اسفیر Sphere» و «فوتورا Futura» و «گرانادا Granada» با عرضه عنوانهای پر فروش، و بی‌آنکه پروای ایجاد گنجینه انتشاراتی با ارزشی داشته باشند، به رقابت شدیدی با «پنگوین» برخاستند. از آن گذشته، پاره‌ای از مؤسسات نشر که تا آن زمان فعالیت خود را منحصر به انتشار کتابهای ته‌دوخت جلد ضخیم کرده بودند وارد بازار کتابهای جیبی شدند و هر یک برای خود مجموعه‌ای راه انداختند. در میان این مجموعه‌ها می‌توان از «فایبر Faber» و «چاتو Chatto» و «آکسفورد یونیورسیتی پرس Oxford University Press (= نشر دانشگاهی آکسفورد)» نام برد که در سالهای اخیر به وجود آمده‌اند و از ویژگیهای آنها روی آوردن به مؤسسات نشری است که از مؤسسات نشر طرف معامله «پنگوین» جوانتر و فعالترند.

این رقابتها تکان سختی به «پنگوین» داد و آن را به خود آورد. اما پنگوین تا آمد به خود بجنبید نویسندگانی مانند «Pynchon» و



«گارسیا مارکوئز Garcia Marquez» و «جوئیس» و «همینگوی» و «همت Hammett» و «آیشر وود Isherwood» را از دست داده بود. برای زنده ماندن لازم بود که در خود تغییری بدهد. در اواسط سالهای دهه ۱۹۷۰ از یکی از گردانندگان صنعت نشر آمریکایی دعوت به همکاری کرد، عده‌ای از کارمندان خود را کنار گذاشت و بالأخره ۷۲ درصد از عنوانهای خود را کاهش داد، چنانکه در سال ۱۹۸۰ در مقابل ۹۵ رمان تازه‌ای که در سال ۱۹۷۹ انتشار داده بود تنها ۷۶ رمان تازه منتشر کرد.

یکی از مدیران «پنگوین» در این باره می‌گوید «مسلم است که «پنگوین» نتوانست موقعیت مساعد خود را در سالهای دهه ۱۹۶۰ و حتی آغاز سالهای ۱۹۷۰ حفظ کند. ما قسمت زیادی از مهمترین رمانهای معاصر را منتشر کردیم، ولی در عین حال زمینه رمان عامه‌پسند را مورد غفلت قرار دادیم. بازار کتاب متحول شده است و ما پایه‌های این تحول قدم برنداشته‌ایم. از این پس سیاست متفاوتی در پیش خواهیم گرفت، به این معنی که رمانهایی منتشر خواهیم کرد که باب طبع عامه مردم باشد و ما را در رقابت مستقیم با ناشرانی مانند «فوتورا» قرار دهد. خلاصه اینکه باید زمینه‌های از دست رفته را دوباره به دست آوریم.»

با این همه باید گفت که بحرانی که گریبانگیر «پنگوین» شد انعکاسی از يك بحران عمومی بود که صنعت نشر انگلستان را دربر گرفت. این بحران سخت‌ترین بحرانی بود که در طی نیم قرن صنعت نشر به خود دیده بود. بر اثر این بحران قیمتها به شدت بالا رفت، چنانکه دیگر کسی کتاب نمی‌خرید. می‌بایست دست به اقدامات جدی زد، مردم را به خرید کتاب برانگیخت و جان تازه‌ای در صنعت نشر دمید. در آن زمان صنعت نشر بیشتر در دست فارغ التحصیلان آکسفورد و کمبریج بود که ذوقشان بیشتر متمایل به آثار کلاسیک بود. به قول یکی از صاحب نظران این صنعت به صورت يك مشغله خانوادگی درآمده بود که فکر اینکه بتوان از راه آن سودی به دست آورد فکری غیر اخلاقی به نظر می‌آمد.

ولی اکنون جای این مجمع خانوادگی را نسل نوی از دست اندرکاران فعال صنعت نشر گرفته است که از سه سال به این طرف با حذف کتابهای زائد از کاتالوگها و بالا بردن قیمت کتاب و به کار گرفتن تاکتیکهای ضربتی تجاری توانسته است حرکتی به این صنعت بدهد. برای مثال می‌توان از تبلیغات پرسروصدایی یاد کرد که درباره «ده نویسنده از بهترین نویسندگان جوان انگلیس» در مطبوعات به راه انداخته شد و نیز از تأثیر روزافزونی که «بوکر پرایز Booker Prize» مهمترین جایزه ادبی انگلیس (۵۰۰۰ پوند) در فروش کتابها داشته است. در طی تبلیغاتی که درباره دونویسنده از مهمترین نویسندگان به راه انداخته شد بیش

از ۳۱۵۰۰۰ رمان به فروش رفت که ۹۶ درصد آن از انتشارات کتابهای جیبی بود.

این شیوه‌ها «پنگوین» را از ورشکستگی نجات داد، تا آنجا که این مجموعه بار دیگر در صنعت نشر، که امروز ظاهراً از بحران بیرون آمده است، جای شایسته خود را بازیافت. «پنگوین» در سال ۱۹۸۲ با کاتالوگی که بسیاری از عنوانهای خود را حذف کرده بود و تیراژ متوسط ۱۰۰۰۰۰۰ نسخه برای هر عنوان (به جای ۲۵۰۰۰۰ نسخه در سالهای قبل از بحران) سال موفقیت آمیزی را گذراند.

«پنگوین» به مناسبت پنجاهمین سال تأسیس خود کتاب تازه‌ای از نوعی کم و بیش خاص تحت عنوان جهان پنگوین *The World of Penguin* در ۱۶۰ صفحه منتشر کرده است که عمده شامل کاتالوگ ۵۰۰۰ عنوانی پنگوین و اطلاعات مختلفی درباره نویسندگان و نیز خود شرکت پنگوین است و این کتاب در ۵۰۰۰۰۰ نسخه به‌بهای يك پوند به‌معرض فروش گذاشته شده است. «پنگوین» امیدوار است که به این ترتیب بتواند بعضی از عنوانهای فراموش شده خود را به‌خاطرها بیاورد. نشانه دیگری از تصمیم این مؤسسه به ایجاد ارتباط مستقیم با توده خوانندگان قراردادی است که نخستین بار با فروشگاههای زنجیره‌ای «مارکس اند اسپنسر Marks & Spencer» بسته است که به موجب آن از آن پس بعضی از کتابهای پنگوین در غرفه‌های این فروشگاهها به‌معرض فروش گذاشته می‌شود.

اکنون، در انگلستان، ناشرانی که کارشان فقط انتشار کتاب جیبی است مانند سالهای دهه ۱۹۵۰ به تجدید چاپ کتابهای موفق سابق اکتفا نمی‌کنند، بلکه روز به روز بیشتر چاپ نخستین کتابها را خود برعهده می‌گیرند. حقوق يك اثر را می‌خرند، سپس آن را یا به يك ناشر کتابهای جلد ضخیم غیر جیبی می‌فروشند، که در این صورت چاپ غیر جیبی آن قبل از چاپ جیبی آن یا همزمان با آن انتشار خواهد یافت، یا خود آن را صرفاً به صورت کتاب جیبی منتشر خواهند کرد. به همین سبب است که می‌بینیم در سال ۱۹۸۰، «پنگوین» و «پان» هر يك بیش از ناشران دیگری مانند «فیر» و «مک‌میلان Macmillan» و «هاینمان Heinemann» عنوان اصلی چاپ کردند.



تعداد کتابهایی که چاپ نخستین آنها به صورت جیبی منتشر شده است.

سال	۱۹۷۸	۱۹۷۹	۱۹۸۰
پنگوین	۱۲۶	۱۲۳	۱۳۱
پان	۱۰۹	۱۳۴	۱۲۸
فوتورا	۷۵	۸۹	۱۱۲

از سوی دیگر، شمار روزافزونی از ناشران انگلیسی که صرفاً کتابهای جیبی منتشر می کردند برای ادامه حیات ناگزیر به تولید کتاب جیبی روی آورده اند، زیرا رمان ادبی سنگین که نخستین چاپ آن به صورت جلد ضخیم منتشر شده باشد به قدری گران تمام می شود (از ۹ تا ۱۹ پوند) که کمتر خریداری توانایی پرداخت آن را دارد. این نوع کتاب معمولاً با تیراژی نزدیک به ۱۶۰۰ نسخه چاپ می شود که بیشتر آن را کتابخانه ها (در حدود ۶۰۰ نسخه) می خرند یا به خارج صادر می شود (در حدود ۴۰۰ نسخه). بنابراین ادامه حیات این گونه انتشارات فقط در صورتی قابل تصور است که موفقیت های دیگر تجاری ناشر زیان حاصل از آنها را جبران کند یا حداکثر، سود مطمئناً اندک آنها را اندکی افزایش دهد. غالباً دو ناشر، که یکی اختصاصاً کتاب جیبی چاپ می کند و دیگری اختصاصاً کتاب جلد ضخیم، دست به دست هم می دهند (گاهی آنها هردو از یک گروه انتشاراتیند) تا بتوانند حقوق یک کتاب بالقوه پرفروش امریکایی را بخرند.

اصالت کار مؤسسه نشر «ویراگوپرس Virago Press» که توسط خانمی به نام «کارمن کالیل Carmen Callil» پایه گذاری شده است، نشر مستقیم رمانها به صورت «جیبی» است. این گونه رمانها که بسیار مرغوب و زیبا عرضه می شود از همان آغاز انتشار خود با موفقیت قابل ملاحظه ای روبه رو شد. امروز ناشر ویراگوپرس و شخص دیگری که قبلاً مجموعه «پیکادور Picador» را در مؤسسه «پان» اداره می کرد سرپرستی «Chatto & Windus» یعنی یکی از بزرگترین مؤسسات نشر انگلیسی را به عهده دارند. آنها می گویند که نشر کتاب ته دوخت جلد ضخیم غالباً با ضرر همراه است، حداکثر این است که سود بسیار اندکی دارد. اگر ما بتوانیم همان قدر کتاب از مجموعه خودمان بفروشیم که ناشران کتابهای جیبی می فروشند، چرا این نوع چاپ را ادامه ندهیم؟ در

سال ۱۹۸۳ چندین رمان از انتشارات چاتو، همزمان، هم به صورت جلد مقوایی و هم به صورت جیبی، از چاپ خارج شد.

البته همه ناشران انگلیسی، مانند «چاتو» که می کوشد تا کیفیت را با توفیق تجاری به هم بیامیزد، دلشان نمی خواهد که حسن شهرت خود را فدای منافع کلان تجاری کنند. ولی حقیقت این است که بازار کتاب به نحوی روزافزون در تصرف کتابهای پرفروش یا، اگر بتوان گفت، کتابهای «فوق پرفروش» (super sellers) قرار می گیرد (تا کنون هیچ یک نتوانسته است با موفقیت کتابهای جیمز باند فلمینگ برابری کند. این کتابها در سالهای دهه ۱۹۶۰ بیش از ده میلیون نسخه به فروش رفت). حقوق این گونه کتابها روز به روز بیشتر می شود و در نتیجه هزینه تبلیغاتی آنها نیز رو به افزایش است. این افزایش تصاعدی حقوق کتاب و هزینه تبلیغاتی به زیان کتابهای دیگر تمام می شود، زیرا هر ماه ناشران کتابهای جیبی بین پانزده تا بیست کتاب پرفروش بالقوه به بازار عرضه می کنند و با صرف تمام کوشش خود بر سر این گونه کتابها، کتابهای دیگری را که با معیارهای دیگری سنجیده می شود مورد غفلت قرار می دهند. این وضع نگران کننده شاید با بسط انتشارات «trade paperbacks»، که چیزی است بین کتاب جیبی و کتاب جلد ضخیم، بهبود یابد. این گونه کتابها با تیراژی کمتر از تیراژ کتابهای جیبی، برای خوانندگانی متفاوت با خوانندگان کتابهای جیبی منتشر می شود.

امروز ناشران کتابهای جیبی در غایت خوشبینی اند. در سال ۱۹۸۳ مردم انگلیس شاهد موفقیت درخشان (اگر نگویم حیرت انگیز) چند کار انتشاراتی در زمینه کتابهای جیبی بودند: در این سال کتاب *Prodigal Daughter* اثر «جفری آرچر Jeffrey Archer» (بها: ۲/۵ پوند، ناشر: کورنت) در ۶۵۰۰۰۰ نسخه، *No Come-backs* اثر «فردریک فورسیت F. Forsyth» (بها: ۱/۹۵ پوند، ناشر: کورگی) در ۳۷۰۰۰۰ نسخه و رمان بزرگ ۱۹۸۴ اثر «جورج اورول G. Orwell» (بها: ۱/۹۵ پوند، ناشر: پنگوین) در ۳۰۰۰۰۰ نسخه به فروش رفت.

با ادغام گروههای انتشاراتی «آرو Arrow» و «هاملین Hamlyn»، و «فونتانا» و «گرانادا» انتظار می رود که در سال ۱۹۸۴ موفقیت کتابهای جیبی در انگلستان از این هم بیشتر باشد. رقابت همچنان شعار ناشران است.

## در آلمان فدرال

هرچند مورخان تأکید دارند بر اینکه نشر نوع کتاب جیبی در آلمان در اواسط قرن نوزدهم به وجود آمد، با این همه باید گفت که کتاب جیبی در این سی سال اخیر رونق گرفت، یعنی پس از آنکه ناشری به نام Rowohlt در ۱۷ ژوئن ۱۹۵۰ مجموعه‌ای به قطع کوچک با جلدنازک و کاغذارزان تأسیس کرد و نام «رورورو rororo» بر آن نهاد که از حرف‌آغازهای واژه‌های Rowohlts Rotians Romanen گرفته شده است. دو سال بعد، انتشارات «فیشر Fischer» نیز در همین راه قدم نهاد.

کتابهای جیبی، تا سال ۱۹۶۱، با هزار عنوانی که هر سال منتشر می‌شد، هنوز بیش از ۴ درصد تولید کل کتاب را تشکیل نمی‌داد، ولی در آن سال به وجود آمدن dtv یعنی Deutscher Taschenbuch Verlag (= نشر آلمانی کتاب جیبی) که نماینده ائتلافی از دوازده ناشر با برنامه‌های مشترکی بود خیز دیگری به جلو برداشت. از آن پس کتاب جیبی روز به روز به موفقیت بیشتری نائل آمد.

سال گذشته، کتاب جیبی نزدیک به ۱۵ درصد کل عنوانهای انتشار یافته را تشکیل می‌داده بعضی از کارشناسان انتظار دارند که این رقم در پایان دهه ۱۹۸۰ به ۳۰ درصد افزایش یابد. در سال ۱۹۸۱ فروش کتابهای جیبی از مرز پنج میلیون نسخه در گذشت، در حالی که فروش کتابهای سنتی روبه کاهش نهاد. از سال ۱۹۸۰ به بعد کتاب جیبی از این حق برخوردار شد که در بورس رسمی کتابفروشان آلمان، یعنی برگزارکننده نمایشگاه کتاب فرانکفورت، به معرض نمایش گذاشته شود. در این نمایشگاه سی ناشر گروه کاری تشکیل دادند تا مسائل خاص مربوط به افزایش میزان فروش کتابهای جیبی را، فارغ از دلمشغولیهای رقابت، مورد بررسی قرار دهند.

کتاب جیبی در آلمان فدرال با وجود قیمت نسبتاً ارزان آن (به طور متوسط در حدود ۸/۵ مارک = ۲۷۵ ریال به نرخ رسمی)، منحصرأ کتاب تجدید چاپی، که قبلاً در حوزه پسند عامه راه یافته باشد، نیست؛ بلکه ۵۹ درصد عنوانهای آن را کتابهای چاپ نخست تشکیل می‌دهد. نیمی از عنوانها در زمینه ادبیات است و ده درصد آنها خاص جوانان و اندکی بیش از ثلث آنها کتابهایی است که عمده از زبان انگلیسی ترجمه شده است که این نسبت البته در مورد کل انتشارات این کشور نیز صادق است.

تیراژ متوسط ۸۶۰۲ عنوان کتاب جیبی که در سال ۱۹۸۲ توسط بیش از دویست مجموعه از چاپ بیرون آمد بین ۱۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰ نسخه در نوسان است. رقم فروش آنها در حدود ۱۰ درصد کل رقم فروش کتاب را در این کشور تشکیل می‌دهد.

کتاب جیبی در آلمان غربی، با آنکه آن را «کتاب دموکراتیک» نامیده‌اند، خواننده خاصی ندارد. از مجموع بررسیهایی که در این کشور صورت گرفته است چنین برمی‌آید که خریداران و خوانندگان کتاب جیبی همان علاقه‌مندان کتاب به طور کلی هستند. با این همه این بررسیها نشان می‌دهد که مشتریان این نوع کتاب دختران و پسران و میان سالان (کمتر از چهل سال) با تحصیلات متوسطه یا عالی هستند که شغل مسئولیت داری بر عهده دارند و ساکن شهرهای بزرگ یا متوسطند و بیشتر به کتابفروشیها سر می‌زنند تا به غرفه‌های سوپرمارکتها.

مهمترین ناشران کتابهای جیبی در آلمان غربی («Rowohlt»، «هاینه Heyne»، «dtv»، «فیشر»، «اولشتین Ulstein»، «گلدمان Goldmann»، «باستای Bastei»، «لو به Lübbe»، «رکلام Reclam» و «سورکامپ Suhrkamp») مجموعه‌هایی دارند که مربوط به همه زمینه‌ها، از ادبیات گرفته تا آشپزی است. بعضی دیگر اختصاصی‌ترند، مانند «de te be» (هنرها و کتاب برای کودکان)، «اوتومایر Otto Mayer» (سرگرمیها و جوانان)، «گئورگ تیمه Georg thieme» (پزشکی و علوم طبیعی)، Moewig (سرگرمیها) و «اونی تاشن بوشر Uni Taschenbücher» (= کتب جیبی دانشگاهی) که، چنانکه از نامش برمی‌آید، منحصرأ درسنامه و کتاب درسی منتشر می‌کند.

ترجمه اسماعیل سعادت

