

تلاش در حوزه چاپ و نشر:

معرفی و بررسی مقایسه‌ای چهار عنوان کتاب

• محمد حسن زاده

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس



کتاب اول

مدیرشانه چی، محسن (مترجم)، فن نشر کتاب، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۸۱، ۳۹۰ ص، بهاء: ۱۶۵۰۰ ریال

در مورد کتاب

کتاب فن نشر کتاب ترجمه مجموعه دو جلدی با عنوان the Business of Book Publishing است که توسط یونسکو منتشر شده است. این کتاب از دو بخش و یازده فصل به شرح زیر تشکیل شده است.

- الف - بخش اول: امور نشر کتاب
- فصل اول: وظایف و شیوه‌های مدیریت نشر
- فصل دوم: سازمان و مدیریت ویرایش
- فصل سوم: استفاده از حساب‌های مالی برای اطلاع مدیریت
- فصل چهارم: درک اهمیت شغلی
- فصل پنجم: استخدام
- فصل ششم: مورد پژوهی: گروه انتشارات «یورکا» با مسئولیت محدود

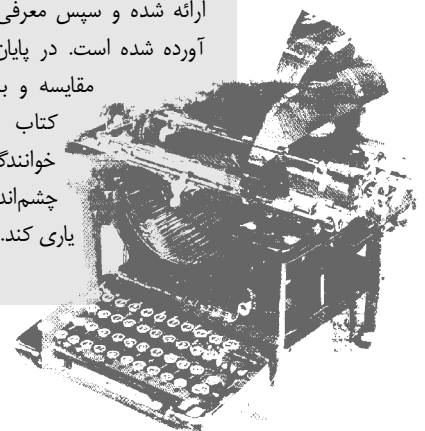
- ب) بخش دوم: ارتقا، فروش و توزیع کتاب
- فصل هفتم: بازار
- فصل هشتم: ارتقا

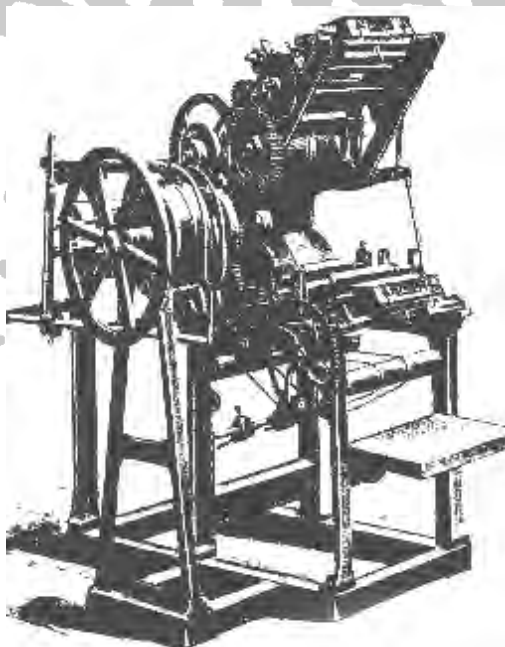
مقدمه

حوزه چاپ و نشر از جمله حوزه‌هایی است که ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد. در این حوزه تغییرات وسیع رخ می‌دهد، پیشرفت‌های روزافزون ادامه دارد و از سوی دیگر دوجزء اصلی این حوزه یعنی چاپ و نشر دو مقوله با نیازهای مهارتی و پیش‌زمینه‌های متفاوت هستند که در کنار همدیگر یک مجموعه و زمینه مشترکی را تشکیل داده‌اند و همه افراد جامعه به‌نوعی از فرآورده‌های این حوزه استفاده می‌کنند. در نگاه اول کار چاپ، کاری فنی و کار نشر، کاری نظری جلوه می‌دهد. اما حقیقت مسأله این است که حوزه چاپ و نشر آمیخته‌ای از نظر و عمل می‌باشد که فرآیند نشر، اشاعه و توزیع ایده‌ها، تخصص‌ها، آموزه‌ها و بطور کلی داشته‌های ذهنی بشری را به انجام می‌رساند. بنابراین در این زمینه آثار و تألیفات چشمگیری منتشر شده است که نقد، معرفی و بررسی آن‌ها می‌تواند خوانندگان و علاقمندان به این حوزه را یاری کند تا بتوانند دانسته‌های خود را ارتقا بخشیده و در جریان مطالب موجود قرار گیرند. در این نوشته سعی شده است تا چهار کتاب مربوط به حوزه چاپ و نشر مورد نقد و معرفی مقایسه‌ای قرار گیرد. این کتاب‌ها عبارتند از:

- ۱- فن نشر کتاب؛ ترجمه محسن مدیرشانه‌چی
- ۲- کام‌های اصلی در نشر کتاب؛ تألیف عبدالحسین آذرنگ
- ۳- در قلمرو نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری؛ تألیف عبدالحسین آذرنگ

- ۴- چاپ (سه جلدی)؛ تألیف علی شریفی
- در نوشته حاضر، ابتدا اطلاعات کتابشناختی هر کدام از کتاب‌ها ارائه شده و سپس معرفی فصول صورت گرفته و نقد مطالب آورده شده است. در پایان، پس از نقد و معرفی همه کتاب‌ها مقایسه و بررسی جداگانه‌ای پیرامون این چهار کتاب صورت گرفته است که می‌تواند خوانندگان را در دستیابی به جمع‌بندی و چشم‌اندازی کلی از حوزه فنون چاپ و نشر یاری کند.





صورت گردش نقدی و نسبت‌های مالی بررسی شده است. در پایان دو تمرین نیز برای تثبیت یادگیری خواننده و آزمایش توانایی‌های آنان قرار داده شده است.

فصل چهارم به درک اهمیت شغلی مربوط می‌شود در این زمینه اهداف مالی برای ناشران، تولید پول نقد، تحلیل حساسیت، فروش‌ها، هزینه‌ها، تعیین ارزش دارایی‌ها، بودجه‌ها، نقطه سر به سر تجزیه و تحلیل شده است برای درک بهتر هر کدام از این مفاهیم از نمودارها و مثال‌های عینی بهره گرفته شده است.

فصل پنجم کتاب به طرز استخدام کارکنان شرکت‌های انتشاراتی می‌پردازد. ناشران، همانند سایر شرکت‌ها با مسأله جذب افراد کاردان مواجهند بنابراین این شرکت‌ها بایستی اهمیت نیاز به مدیر، نیاز به استخدام، شیوه‌های استخدام، طرز انتخاب افراد و روند‌های کارگزینی را درک کرده و آن‌ها را به کار گیرند. این فصل به تفصیل همه این‌ها را مورد توجه قرار داده است. با مطالعه این فصل می‌توان یک درک کلی از روند استخدام، مصاحبه، راهنماهای شغلی و نظیر آن به دست آورد. در این کتاب برای تبیین این موارد از نمونه‌های ساده و گویایی نیز استفاده شده است.

هدف فصل ششم کتاب چنین آمده است: ارائه تمرین دربررسی حساب‌های مدیریت و تفسیر ارقام، مطرح ساختن نکات مرتبط با مشکلاتی که در اداره شرکت ممکن است بروز کند و ایجاد فرصتی به منظور توضیح مشکلات مدیریت که به نحوی از انحاء در هر شرکت انتشاراتی با بیش از پنج عضو ممکن است بروز کند. بنابراین فصل حاضر با عنوان مورد پژوهی: گروه انتشارات «یورکا» با مسئولیت محدود، به تبیین و پیگیری این اهداف اقدام کرده است که یک نمای کلی از طرز فعالیت شرکت انتشاراتی یورکا می‌باشد.

بخش دوم کتاب با فصل هفتم تحت عنوان بازار شروع می‌شود در این فصل ابتدا تعریفی از بازار برای کتاب ارائه شده طرز تحلیل بازار، مقایسه تولید، قابلیت دسترسی و تحقیق در امر رقابت مورد بررسی قرار گرفته است. سپس تاریخچه الگوهای خرید، مزایای تخصصی شدن، انواع بازارها، پویایی فروش، بازارهای صادرات، روابط صادرات تبیین شده و در پایان نکاتی برای بحث کلی ارائه گردیده است.

فصل هشتم به ارتقای شرکت‌های انتشاراتی می‌پردازد به این هدف

فصل نهم: فروش

فصل دهم: فروش حقوق جانی

فصل یازدهم: توزیع

علاوه بر موارد بالا یک واژه نامه انگلیسی به فارسی نیز در پایان کتاب آورده شده است.

مترجم پس از بیان اهداف و انگیزه خود از ترجمه کتاب در پیش‌گفتار مترجم، ترجمه متن اصلی را آورده است. فصل اول کتاب با یک مقدمه شروع شده است که به امور نشر کتاب می‌پردازد. سپس در خصوص وظایف و شیوه‌های مدیریت نشر، ایجاد اهداف یکپارچه، برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی / نظارت و ارزشیابی را مورد بررسی قرار داده است. در لابلای بحث از نمودارها و چارتهای تسهیل بیان و تفهیم مطالب استفاده شده است که می‌توان به نمودارهای سازمان و روابط، ساختار سازمانی رسمی و غیررسمی، ساختار انتشاراتی متمرکز و غیرمتمرکز، ساختار انتشاراتی واگذار شده و عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری‌های وابسته درونی و مستقل بیرونی اشاره کرد. در پایان فصل بصورت خلاصه طرز سازماندهی شرکت برای رسیدن به اهداف آن مورد بحث قرار گرفته است که نکات اصلی و پرسش‌های استخراج شده از فصل اول می‌باشد.

فصل دوم کتاب برای تجزیه و تحلیل بحث سازمان و مدیریت ویرایش به بررسی سیاست و برنامه‌ریزی ویرایش، فلسفه نشر، تدوین فهرست و تدوین شیوه نامه داخلی پرداخته است. سپس در قسمت سازمان ویرایش، ساختار و وظایف اداره؛ هماهنگی و نظارت بر ویرایش، تولید نهایی، کنفرانس فروش، مطلع نگه داشتن نویسنده هزینه ارتقاء را مورد توجه قرار داده است. در پایان همین فصل طرز یافتن نویسندگان، تقسیم هزینه - چاپ‌های مشترک و جنبه‌های مالی و سنجش اعتباری طرح پیشنهادی نشر را بررسی کرده است. این فصل می‌تواند برای ناشرین در سازماندهی تشکیلات ویراستاری و مدیریت ویرایش مفید باشد.

فصل سوم، استفاده از حساب‌های مالی را مورد بررسی قرار می‌دهد که برای انجام این کار مواردی مانند علت اهمیت حساب‌های مدیران، تأسیس حساب‌ها و موارد مربوط به تدوین ترازنامه مانند دارایی‌ها، دیون، حساب سود و زیان (صورت درآمد)، ساختار ترازنامه و

مواردی مانند اهمیت ارتقاء و تبلیغ، چگونگی ارتقای کتاب‌ها، رابطه‌ها در تبلیغ، بودجه‌بندی و برنامه‌ریزی ارتقا و ارتقای روابط عمومی مورد بحث واقع شده است. در ادامه همین فصل هزینه برای ارتقا ارتقای روزمره و شیوه‌های آن بررسی شده که می‌توان به طرز ارائه کاتالوگ‌ها و فهرست‌های کتب جدید، آگهی‌های مطبوعاتی، وسایل کمک به فروش و نظیر آن اشاره کرد. در پایان تمرین‌هایی نیز برای یادگیری بهتر این موارد ارائه شده است.

فصل نهم به فروش و چگونگی انجام آن توسط شرکت‌های انتشاراتی اختصاص دارد. در این فصل برنامه‌ریزی برای فروش، یافتن مشتریان پرسود، تحقیق در مورد مشتریان، اداره فروش‌ها، تهیه ابزارهای فروش، حمایت از نماینده فروش به همراه نمودارها و مثال‌های عینی ارائه گردیده است. علاوه بر این‌ها به اجرای ممیزی، شرایط معامله، طرز برقراری تماس‌ها و اداره کردن تیم فروش نیز پرداخته شده که استخدام عضو جدید، مشخصات شغلی، آگهی شغل و مصاحبه‌ها و مواردی نظیر آن از جمله این بحث‌ها می‌باشد. ساختار منطقه‌ای و ساختار مدیریت و بودجه‌بندی فروش‌ها از جمله موارد دیگری است که در این فصل به آن‌ها پرداخته شده است. در پایان فصل نمونه‌ای از یک راهنمای شغلی ارائه گردیده که می‌تواند برای خواننده مفید واقع شود.

فصل دهم مباحث مربوط به فروش حقوق جانبی را دربرمی‌گیرد. همه ناشران می‌دانند که وظیفه‌شان حفظ حقوق انحصاری آثار سپرده شده مؤلفان به آنان است و تضمین اینکه افرادی این آثار را بدون کسب اجازه به نوعی تکثیر نکنند. در این فصل مباحث مربوط به حقوق موجود و درآمدهای حاصل از آن‌ها، حقوق جانبی، روش‌های استفاده از حقوق جانبی و اصطلاحات مربوط به حقوق جانبی مورد مطالعه قرار گرفته است.

مبحث مربوط به توزیع موضوع فصل پایانی کتاب را تشکیل می‌دهد، از آنجایی که انتشارات موفق و پرسود کلاً به توزیع خوب بستگی دارد. بنابراین پرداختن به آن خالی از فایده نخواهد بود. در این فصل، تعریف توزیع، برنامه‌ریزی خطمشی توزیع، توزیع حقوق جانبی یا مستقل، نظام‌های توزیع عامل از جمله رابطه داخلی بین قسمت‌های توزیع و دریافت سفارش، تدوین و فرایند آن بحث و بررسی شده است. در ادامه طرز تهیه سیاهه توزیع، ترتیبات ذخیره‌سازی، سطوح موجودی و ذخیره‌سازی عمده به همراه نمودارها و مثال‌ها توضیح داده شده است. حمل و نقل، انتخاب پیمانکار و مشکلات موجود در این زمینه و ساختار مدیریت توزیع و راهنمای شغلی کارکنان بخش توزیع شرکت‌های انتشاراتی مباحث پایانی کتاب را به خود اختصاص می‌دهند. در پایان واژه‌نامه انگلیسی به فارسی نیز آورده شده است.

کتاب‌های مانند آن جای تقدیر و تحسین دارد. کتاب از صحافی مطلوب و صفحه‌آرایی و شکل ظاهری قابل قبولی برخوردار است و با توجه به اینکه با هدف آموزشی منتشر شده است، تمرین‌ها و مثال‌های ارائه شده به خوبی از این هدف پشتیبانی می‌کنند. در عین حال نکاتی نیز وجود دارد که رعایت آن‌ها موجب ارتقای کیفی کتاب در چاپ‌های بعدی می‌گردد:

۱- کتاب فاقد نمایه است. این امر متأسفانه در کشور ما رایج است و اغلب کتاب‌ها فاقد نمایه هستند. این در حالیست که نمایه به عنوان عامل دسترسی به محتوای کتاب و باز نمودن مباحث اساسی به خواننده تلقی می‌شود.

۲- با توجه به اینکه این کتاب دارای مقدار قابل توجهی نمودار می‌باشد (۱۳۸ نمودار)، بنابراین ارائه یک فهرست نمودارها از ضروریات بود که رعایت نشده است.

۳- واژه‌نامه فارسی به انگلیسی می‌توانست به دانشجویان در درک سریع معانی و معادل‌های انگلیسی واژگان فارسی کمک کند که آورده نشده است.

۴- در ارائه نمودارها توضیح کنار نمودارها کافی نیست و علاوه بر آن شکل ارائه نمودارها و ارائه توضیحات آن‌ها ناهمگون می‌باشد که رعایت یکدستی موجب تسهیل استفاده می‌شود.

در پایان بار دیگر از مترجم محترم به لحاظ اهتمام به ترجمه‌چنین اثری جامع به شکلی سلیس و روان قدردانی می‌شود.



کتاب دوم

آذرنگ، عبدالحسین، **گام‌های اصلی در نشر کتاب**، تهران: اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران، ۱۳۸۰؛ ۲۱۲ صفحه، بهای ۱۰۰۰۰۰ ریال.

درباره کتاب

کتاب گام‌های اصلی در نشر کتاب به سفارش اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران با هدف فراهم‌آوری زمینه‌های آشنایی نووردان حوزه نشر با مباحث اساسی این صنعت تألیف شده است. این کتاب در قالب پنج گام به صورت زیر تدوین شده است:

گام اول: شناختن و مهیا شدن

نقد و نظر

فان نشر کتابی است جامع با رویکرد مدیریتی به حوزه نشر کتاب که می‌توان از آن به عنوان منبعی مهم برای مراجعه دست‌اندرکاران و علاقه‌مندان حوزه نشر (مدیریت انتشارات) یاد کرد. ترجمه این کتاب و

گام دوم: برگزیدن روش نشر

گام سوم: تولید فرهنگی

گام چهارم: تولید فنی و چاپی

گام پنجم: انتشار و مراحل پس از آن

علاوه بر این بخش‌ها، پنج پیوست و یک نمایه موضوعی نیز ضمیمه این کتاب می‌باشد. مؤلف پس از بیان اهداف و انگیزه تألیف کتاب، گام اول را با عنوان شناختن و مهیا شدن به بیان تعاریف و کلیات نشر اختصاص داده است. ابتدا پیشه‌ناشری را با رنگ و بوی ادبی توصیف کرده و سپس گستره نشر را بیان نموده است. نشر، پل ارتباطی و پیوندگاه میان پدیدآورندگان (نویسندگان، شاعران، مترجمان، پژوهشگران، آموزشگران، هنرمندان و...) و خوانندگان است. در ادامه بحث مؤلف الگوی نشر را بررسی می‌کند و آن را در عرصه ساختارهای نشر کوچک، متوسط، بزرگ و فرامرزی توضیح می‌دهد و در این باره مدل‌های مربوطه را نیز ارائه داده است که عوامل تشکیل دهنده هر کدام از الگوها نیز مورد بررسی و کنکاش قرار گرفته است.

پس از آن مؤلف با مطرح کردن پرسش «از کجا شروع کنیم؟» مسائل مطرح در آغاز کار نشر را ارائه و توضیح می‌دهد. این مبحث با تحلیل و توضیح مراحل آغازین ادامه می‌یابد که سیاست‌گذاری، راهبرددانشی، برنامه‌ریزی و مواردی از این قبیل مورد توجه مؤلف قرار می‌گیرد. تحلیل بازار به عنوان بنیادی‌ترین و شاید اصلی‌ترین وظیفه پیش روی ناشرین متکی به بازار معرفی شده و در باب طرز انجام این مهم مطالب و رهنمودهایی ارائه شده است. بررسی و نقدناشران، شیوه‌های برقراری تماس دوسویه نیز از جمله مطالبی است که قسمت پایانی گام اول را تشکیل می‌دهند. مؤلف در این قسمت تحول در ابزارها و رسانه‌های الکترونیکی، کاربرد گسترده پست الکترونیکی و دورنگار و تسهیل ارتباطات را به عنوان زمینه‌ای مساعد برای گسترش ارتباطات میان پدیدآورندگان و خوانندگان و ابزاری برای اعتلای کار ناشران معرفی کرده است.

برگزیدن روش نشر موضوع گام دوم این کتاب را تشکیل می‌دهد. مؤلف به عنوان سرآغاز چنین آورده است: ناشری می‌تواند فعالیت انتشاراتی را عملاً آغاز کند که:

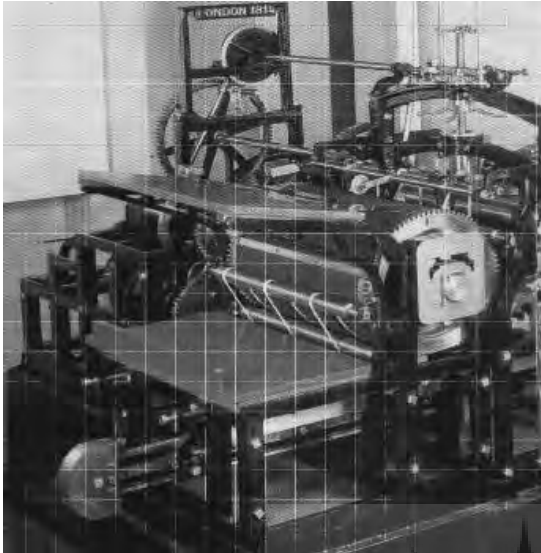
- الگوی مناسب نشر خود را تعیین،

- سرمایه لازم را تأمین،

- جا، وسایل و ابزار کار را تدارک،

- و سازمان و تشکیلات متناسب را ایجاد کرده باشد.

مؤلف با این مقدمه ناشران را به دو گروه اثرگزين و اثر آفرين تقسيم کرده و ویژگی‌های هر کدام از آنها را بیان نموده است. در این قسمت وظایف مجموعه‌سازی، ارزشیابی، محاسبات، برآوردها و فراهم‌آوری امکانات و تمهیدات ویژه به عنوان پیش‌نیاز عملکرد ناشران اثرگزين تبیین می‌شود. در ادامه مباحث ویژگی‌های ناشران اثر آفرين از جمله بازاریابی و بازاریابی، رابطه‌شناسی، قدرت جذب فکر و سرمایه و ایجاد امکانات متناسب با اهداف مورد بررسی قرار می‌گیرد. در پایان این گام مؤلف بر این نکته تأکید می‌ورزد



که ناشری که روش اثر آفرینی را برمی‌گزیند، حتماً باید به این نکته هم توجه کند که ممکن است برای تحقق یافتن هدف‌های او امکانات لازم موجود نباشد و باید این امکانات را فراهم کند. فراهم‌آوردن اینها به سرمایه، دانش، تشکیلات، قدرت تصمیم‌گیری و مخاطره‌پذیری نیاز دارد. از این رو ناشر اثر آفرين بیشتر در آینده‌زندگی می‌کند تا در حال. گام سوم این کتاب به تولید فرهنگی اختصاص دارد. در این قسمت ابتدا لزوم داشتن شیوه‌نامه مورد تأکید قرار گرفته و از شیوه‌نامه دانشگاه شیکاگو به عنوان معروفترین شیوه‌نامه نشر جهان یاد شده است. در این باره استفاده از راهنمای آماده ساختن کتاب تدوین دکتر میرشمس‌الدین ادیب‌سلطانی توسط ناشران ایرانی توصیه شده است. علاوه بر بیان لزوم پیروی از شیوه‌نامه خاص، راه‌های گوناگونی نیز پیش روی ناشران تازه‌کار قرار گرفته است. در ادامه بحث، مؤلف اجزای مختلف کتاب، اجزای پیش از متن، متن و اجزای پس از متن را توضیح می‌دهد سپس این پرسش را مطرح می‌سازد که ناشر، اجزای کتاب را بر چه اساسی می‌سازد؟ در پاسخ به این پرسش نکات لازم را یادآوری کرده است. قسمت دیگر این فصل از کتاب به بحث ویرایش اختصاص دارد. در این خصوص ویژگی‌های ویراستار در نشر اثر آفرين، ویژگی‌های ویراستار در نشر اثرگزين، مقابله‌گر، ویراستار ساختار و محتوا، ویراستار ادبی، ویراستار صورت و بازآرا، دگرآرا، بازنگار مورد بررسی قرار گرفته است که ویژگی‌ها، وظایف آنها و طرز برخورد ناشران با این موارد مورد توجه مؤلف می‌باشد. مؤلف در قالب بحثی با عنوان ویراستار در هیئت نویسنده نامرتبی، وظایف ناشران در قبال ویراستاران را بررسی کرده است. اجزای پایانی کتاب به عنوان حسن ختام این گام تلقی می‌گردد که مؤلف به آنها پرداخته است.

گام چهارم، کتاب تولید فنی و چاپی را مورد توجه قرار داده است. در این فصل از کتاب جنبه‌های فنی، طراحی، حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، شکل و تصویر، طراحی جلد و روکش، تولید چاپی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی بررسی می‌شود. تولید فنی و تولید چاپی، مراحل پس از تولید فرهنگی است. این دو مرحله فنی‌ترین، تخصصی‌ترین و پرهزینه‌ترین

مراحل نشر است. در قسمت طراحی، محاسن طراحی خوب بیان و یادآور شده است که حضور طراح در کنار ویراستار، عامل تضمین ارتباط و تناسب میان کالبد و محتوای کتاب است. مؤلف در بیان همه مطالب اختصار را رعایت کرده و به صورت مفید و گویا حداقل مورد نیاز ناشران را از لحاظ فنی بیان کرده است.

گام آخر، انتشار و مراحل پس از آن را مورد توجه قرار می‌دهد که تولد کتاب، پخش کتاب، ترویج و تبلیغ، بازاریابی و فروش کتاب و همچنین بازخورد، بازچاپ و ویراست تشکیل دهنده این قسمت می‌باشد. «کتاب پس از چاپ و انتشار و از مرحله‌ای که در اختیار خریدار و خواننده قرار می‌گیرد سرنوشت دیگری را آغاز می‌کند. در واقع رابطه تازه‌ای که میان محتویات کتاب و ذهنیت جامعه ایجاد می‌شود، همیشه پیش‌بینی‌پذیر نیست.» مؤلف با این مقدمه مسائل مربوط به پخش کتاب را بیان می‌کند و سعی دارد تا خواننده را در جریان راه‌های مناسب توزیع قرار دهد. در این راستا به شبکه کارآمد پخش کتاب اشاره کرده و قسمتی از این فصل کتاب را به ترویج و تبلیغ، معرفی، بازاریابی اختصاص می‌دهد. «یکی از وظایف اصلی پخش بازرگانی نشر، بازاریابی است. شناختن بازارهای مصرف واقعی و موجود، شناختن بازارهای بالقوه و تبدیل کردن آنها به بازارهای بالفعل، یافتن بازارهای تازه و گسترش بازار از راه‌هایی است که مطالعات بازاریابی باید به آنها دست‌یابد. در این قسمت مراحل اصلی بازاریابی معرفی شده و مباحث مربوط به فروش و بازخورد، بازچاپ و ویراست کتاب به بحث گذاشته شده است.

مؤلف در پیوست ۱ نمونه‌ای از قراردادهای فی‌مابین ناشران، نویسندگان و مواردی از این دست را آورده. در پیوست ۲ نمونه‌ای از سفارشات نامها را ارائه کرده است. پیوست ۳ شامل نمونه‌ای از برنامه‌های بازاریابی، پیوست ۴ شامل نمونه برگه‌های محاسبه، هزینه‌های کتاب و برآورد قیمت می‌باشد. نهایتاً در پیوست ۵ نمونه‌هایی از فرم‌های ارزشیابی، برگه‌های گزارش، رسیده‌ها و گواهی‌های ناشران آورده شده است.

نمایه موضوعی آخرین قسمت کتاب می‌باشد. در این نمایه‌الفبایی موضوعات مطرح در کتاب به همراه شماره صفحه مربوط آورده شده است.

نقد و نظر

کتاب گام‌های اصلی در نشر کتاب از چندین نظر قابل توجه می‌باشد. نخست، کتاب به زبانی شیوا و قابل فهم نگارش یافته است. دوم، نمایه موضوعی کتاب در پایان آورده شده است که نشان از تجربه بالای مؤلف و ایمان کامل وی به قابلیت استفاده محتویات کتاب از طریق نمایه و همچنین رعایت اصل دسترس‌پذیر ساختن اطلاعات از جانب ایشان می‌باشد که جای تحسین و تشکر را دارد. سوم اینکه مطالب پراکنده، گسترده و ریز مربوط به نشر کتاب در قالب گام‌های اساسی آورده شده است که برای ناشران تازه کار حکم یک دستنامه را پیدا می‌کند. در کنار این مزایا که نشان از چیره‌دستی مؤلف محترم دارد، چنانچه منابع مورد استفاده یا منابع

برای مطالعات بیشتر آورده می‌شد. ارتباط ذهنی و علمی بیشتری برقرار می‌شد. علاوه بر این، باتوجه به اینکه در متن کتاب از برخی واژه‌گان لاتین و اسامی خاص فرنگی استفاده شده است، بنابراین آوردن شکل لاتین اسامی و معادل لاتین اصطلاحات جدید می‌توانست در ارتقای کیفیت کتاب مؤثر واقع شود. در پایان یادآور می‌شود، کتاب حاضر به عنوان کتابی که برای ناشران تازه‌کار تألیف شده است در سطح قابل قبول و مطلوبی قرار دارد و از لحاظ بیان و گیرایی نیز مناسب مخاطبان خود می‌باشد.



کتاب سوم

آذرنک، عبدالحسین. در قلمرو نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری، تهران: انتشارات ققنوس، ۱۳۸۲، ۲۱۵ صفحه، بها: ۱۷۰۰۰ ریال.

درباره کتاب

در قلمرو نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری از سه بخش تشکیل شده است. بخش اول تحت عنوان در قلمرو نشر کتاب، شش مقاله و متن سه سخنرانی را در بر دارد. بخش دوم با عنوان در قلمرو ویرایش، از یک یادداشت، مقاله‌ای تألیفی، یک ترجمه و تلخیص و دو ترجمه تشکیل شده است. بخش سوم، در قلمرو دانشنامه‌نگاری، یک مقاله و یک گفتگو را در بر می‌گیرد.

بخش اول با متن سخنرانی با عنوان سیر تحول نشر کتاب در ایران آغاز می‌شود. در این مطلب مؤلف سعی کرده است تا تعریفی از نشر بدست داده و مراحل مختلف نشر را تبیین کند. بنابراین سه مرحله اصلی را برای نشر قائل شده است:

۱- مرحله پیش‌چاپ ۲- مرحله چاپی ۳- مرحله پس‌چاپ

مؤلف با بررسی تاریخچه هر کدام از این مراحل، دوره‌های عمده تحول و قابل مطالعه را در صنعت چاپ و نشر ایران توصیف کرده و تقسیم‌بندی‌های مختلفی را بر آن‌ها قائل شده است.

در پایان مطلب به نشر رومیزی اشاره نموده است. مؤلف هیچ‌گونه زیرنویسی برای اصطلاحات یا اختصارات لاتینی در پانویس نیاورده است.

سیر تحول چاپ و نشر در عصر قاجار، دومین مقاله بخش یک کتاب را تشکیل می‌دهد. در این مقاله به صورت مختصر



آخرین مطلب بخش اول، نشر سرای الکترونیکی (تجربه سوئد) است. در این مقاله تجربیات کشور سوئد در زمینه تهیه موارد اطلاعاتی و ترجمه آنها به زبان سوئدی و فعالیت در زمینه نشر الکترونیکی و نشر از راه دور ارائه شده است.

بخش دوم کتاب به ویرایش مربوط می‌شود این بخش با یک یادداشت آغاز می‌شود که در آن از نگرانی‌های موجود در زمینه ویرایش سخن به میان آورده می‌شود و بازاندیشی در حوزه ویرایش و قانونمند ساختن آن مورد تأکید قرار می‌گیرد.

نخستین مقاله پس از یادداشت بخش دوم آسیب‌شناسی ویرایش است که به آسیب‌ها و آفت‌های پیش روی ویرایش اشاره شده و لزوم معیارسازی ویرایش و ویراستاری مورد تأکید قرار می‌گیرد. مولف در این مقاله کوشیده است تا بحث نظری ویرایش را توسعه دهد. در پایان مقاله مسائل مربوط به تحولات سریع الکترونیکی نیز مورد توجه قرار گرفته است.

مقاله دیگر تحت عنوان «نشر و ویرایش از دیدگاه ناشر و ویراستاری ژاپنی» ترجمه‌ای از گزارش مدیر یک موسسه انتشاراتی در ژاپن است که اصول و موازین ویرایش و ویراستاری در ژاپن را منعکس می‌سازد. در این مقاله عزم جدی، ذوق و پایداری، قدرت تفکیک، برقراری روابط و مناسبات، مداخله متناسب همراه با بصیرت و القای حس همکاری به عنوان عوامل موثر در ارتقای ویرایشی مورد بررسی قرار گرفته است.

جایگاه و منزلت ویرایش و ویراستار (به روایت استرالیایی) مقاله‌ای است که مؤلف کتاب از نوشته جین هالیس وبر استاد دانشگاه سیدنی ترجمه کرده و در این کتاب گنجانده است. در این مقاله تعریف، مسئولیت‌ها، اختیارات ویراستار و تغییر نقش ویرایش، رابطه ویراستار و نویسنده، مهارت‌های برقراری ارتباط، راهبردهای ویرایش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

ویرایش در مکتب انگلیس نوشته دن فرانکلین نیز مقاله بعدی است که ترجمه آن در بخش دوم آورده شده است. در این مقاله نیز ویرایش از دیدگاه انگلیسی بررسی شده است.

تاریخچه چاپ و نشر در ایران بیان شده و ویژگی‌های صنعت چاپ و نشر زمان قاجار و طرز استفاده آن توسط درباریان و زمینه‌هایی که کتاب‌ها در آن زمینه‌ها چاپ شده است، به صورت اجمالی به تصویر کشیده شده است. این مقاله می‌تواند برای افرادی که می‌خواهند اطلاعاتی در مورد تاریخچه چاپ و نشر در ایران به دست آورند، مفید و قابل استفاده باشد. در پایان مقاله حواشی و کتابشناسی مربوطه نیز ارائه گردیده است.

مطلب سوم بخش اول کتاب به رابطه میان سیاست‌ها و زیرساخت‌های نشر اختصاص دارد. این مطلب متن سخنرانی ایرادشده توسط مولف در دومین گردهمایی نقش اطلاع رسانی در توسعه فرهنگی در سال ۱۳۸۰ می‌باشد. در این قسمت، ابتدا اشاره‌ای کوتاه به چالش‌های پیش روی صنعت نشر، این صنعت را در دو وضعیت مورد بحث قرار داده است:

نخست، در معنای گسترده و از آغاز پدید آوردن تا پایان‌های خواندن و دوم در معنای تولید صنعتی که تکثیر و توزیع انجام می‌گیرد. پس از بررسی این موارد، سیاست‌های مربوط به زیرساخت‌های نشر را پیش کشیده و آنها را در قالب سیاست‌های بنیادی، راهبردی و هدایت کننده توضیح داده است. مولف در ادامه با توصیف وضعیت مطلوب نشر، تاثیر اطلاعات محور شدن اقتصاد جهان بر صنعت نشر را تحلیل کرده است. برای ارائه راهکارهای لازم جهت رسیدن به وضعیت مطلوب، سیاست‌های مربوط به دوره‌گذار را بررسی نموده و وضعیت موجود و مطلوب را به عنوان نقطه‌های مبدأ و مقصد فرض کرده و لزوم سیاست انتقال را یادآور شده است.

سیاستی برای کتاب در دوره گذار عنوان مطلب بعدی است که در این کتاب آورده شده است. در این مطلب ابتدا سیاست‌های حمایتی، تشویقی - ترغیبی و هدایت کننده میان مدت را به عنوان سیاست مطلوب برای دوره گذار معرفی کرده و سپس چرخه کامل تولید کتاب را توضیح داده است. در ادامه بحث اصول بنیادی تدوین سیاست‌های حمایتی، از جمله افزایش و ارتقای خواندن، افزایش توان نشر و افزایش توان پدید آوردن را مورد بررسی قرار داده و زیرمجموعه‌های هر کدام از این اصول را تبیین کرده است.

در پنجمین قسمت بخش اول کتاب با عنوان مخاطب، بنیاد اصلی نشر، خوانندگان و مخاطبین اصلی و غیر اصلی کتاب تقسیم‌بندی شده و عوامل موثر بر نشر بیان شده است. در این مقاله از کتاب راهکارهای مخاطب‌پروری و مخاطب‌شناسی ارائه شده و علل اصلی بحران در نشر ایران شناسایی گردیده است.

مقاله دیگری که در بخش اول آمده است گروه هدف در نشر کتاب است این مقاله نیز از لحاظ محتوایی مشابه مقاله پیشین است و به مخاطب‌شناسی و هدف‌گذاری در نشر مربوط می‌شود.

مولف در ارائه کتاب در قالب دو مقاله آینده کتاب و نشر را بررسی کرده و مقایسه‌ای میان سیر نشر کتاب در ایران و ژاپن انجام داده است که می‌تواند دورنمایی از تفاوت‌ها و حتی نقص‌های موجود در صنعت نشر کشورمان را آشکار سازد.

بخش سوم کتاب به قلمرو دانشنامه‌نگاری اختصاص یافته است. مؤلف ابتدا طی مقاله‌ای دانشنامه‌نگاری در ایران و منافع ملی و مصالح علمی - فرهنگی را بررسی کرده است. در این مقاله تاریخچه مختصری از دانشنامه‌نگاری در ایران ارائه گردیده و مشکلات موجود در سر راه دانشنامه‌نگاری را بررسی کرده و از اهمیت و مزایای آنها سخن به میان آورده است. در ادامه مقاله مؤلف به بیان راه‌های اختصاص یافته به دانشنامه‌ها پرداخته و هدایت آن‌ها در مسیر درست را مورد تأکید قرار داده است و در نهایت چنین آورده است: «آنچه کشور حقیقتاً بدان نیاز دارد، پژوهش واقعی، اطلاعات دقیق حاصل از پژوهش و بررسی و سازمان دادن این‌ها برای کاربردهای مناسب است. اگر توازن و تعادل میان این‌ها برقرار شود، جایگاه مناسب دانشنامه‌نگاری هم تعیین خواهد شد.»

مطلب پایانی بخش سوم و کتاب گفتگویی است که با مؤلف درباره دانشنامه‌نگاری انجام شده است. در این گفتگوی نسبتاً طولانی تعریف دانشنامه، اصول دانشنامه‌نگاری، جنبه‌های نظری و مخاطبان دانشنامه‌نگاری و دانشنامه‌ها و کاستی‌های دانشنامه‌نگاری در ایران مورد بحث قرار گرفته است. علاوه بر این موارد، ویژگی‌های یک مقاله دانشنامه‌ای و ویراستاری دانشنامه‌ها و غیره نیز بحث و بررسی شده است. در پایان کتاب نمایه مناسبی نیز آورده شده است.

نقد و نظر

کتاب در قلمرو نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری کتابی فوق‌العاده مفید و حاوی مطالب جدید و گیراست که ناشران، دانشجویان کتابداری و اطلاع‌رسانی، علاقه‌مندان حوزه چاپ و نشر می‌توانند اطلاعات مفیدی را به دست بیاورند و شاید نخستین کتابی باشد که از زوایای مختلف کار نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری را مورد کنکاش قرار داده باشد و همچنین استفاده از مقالات ترجمه شده و گاه‌آ مقایسه وضعیت ایران با کشورهای دیگر و بیان مشکلات روزمره موجود در کشور نیز از ویژگی‌های منحصر به فرد این مجموعه می‌باشد. کتاب از لحاظ صحت تایپ و کیفیت کاغذ و چاپ و صحافی در سطح بسیار بالایی قرار دارد. نمایه پایان کتاب نیز استفاده از مطالب داخل کتاب را بسیار تسهیل کرده است و این کار دوباره‌حاکمی از تجربه بالا و تلاش صادقانه مؤلف برای دسترس‌پذیر ساختن مطالب کتاب خود برای خوانندگان می‌باشد که جای تحسین و قدردانی دارد. با وجود این نکات جزئی وجود دارد که می‌تواند در چاپ‌های بعدی کتاب مورد توجه ناشر و مؤلف محترم قرار گیرد:

۱. این کتاب با توجه به اینکه از مقالات و سخنرانی‌ها و گفتگوهای مختلف تشکیل شده است بنابراین رعایت یکدستی در شیوه ارجاعات، پانویس‌ها و موارد دیگر بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد که رعایت نشده است. به عنوان مثال در برخی از مقالات پانویس وجود دارد و در برخی دیگر وجود ندارد.

۲. در عنوان روی جلد کتاب واژه نشر، پررنگ‌تر از ویرایش و دانشنامه‌نگاری آمده است. این کار در نگاه اول باعث می‌شود تا خواننده چنین تصور کند که این کتاب تنها به نشر پرداخته و ویرایش

و دانشنامه‌نگاری را به عنوان فرعی آورده است که این کار از لحاظ گویا بودن عنوان کتاب اشکال دارد و بایستی عنوان گویای محتوای کتاب باشد.

۳. مؤلف محترم می‌توانست در پایان کتاب یک کتابشناسی درهم‌کردی از کل مقالات ارائه دهد. این کار بر ایجاد ارتباط بیشتر با منابع و مطالب اضافی کمک شایانی می‌نمود.

به هر ترتیب، این کتاب در کل کتابی مناسب و با ویژگی‌های خاص خود است که به آنها اشاره شد. امید که کتابهایی نظیر این در حوزه‌های چاپ و نشر پدید آورده شود.



کتاب چهارم

شریفی، علی. چاپ (سه جلد). تهران: موسسه فرهنگی هنری شقایق روستا، ۱۳۸۱، قطع وزیری، شمیز.

درباره کتاب

چاپ کتابی است سه جلدی که با استفاده از تسهیلات حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به عنوان مجموعه کتابهای آموزشی مهارت‌های فرهنگی، هنری منتشر شده است. جلد اول کتاب از پنج فصل تشکیل شده است که پس از مقدمه‌ای کوتاه درباره تاریخچه چاپ در ایران، فصل اول به چاپ برجسته اختصاص می‌یابد که ماشین‌های چاپ برجسته، نحوه تشخیص ماشین‌ها از یکدیگر مطالب این فصل را تشکیل می‌دهد. لازم به یادآوری است که در این کتاب در هر فصل ابتدا هدف‌های رفتاری فصل بیان می‌شود سپس مطالب ارائه می‌گردد و در پایان پس از ارائه خلاصه مطالب سوالات آزمایشی هر فصل نیز آورده می‌شود.

فصل دوم به خطرات و حوادث موجود در چاپ از جمله رعایت نکات ایمنی و بهداشت کار و مانند آن می‌پردازد. فصل سوم به رنگ در چاپ اختصاص دارد که رنگهای چاپ، ترکیب و نگهداری آن‌ها را توضیح می‌دهد. فصل چهارم به معرفی و نحوه تنظیم و کار با ماشین‌ملخی می‌پردازد.

فصل پایانی جلد اول ماشین سیلندری، طرز آماده سازی، تنظیم، چاپ و خارج کردن دستگاه از چاپ را مورد توجه قرار می‌دهد. در همه فصول از تصاویر برای درک بهتر و تفهیم مطالب و نشان دادن اجزای فنی استفاده شده است.

جلد دوم کتاب حاوی اشکالات چایی مربوط به سیستم چاپ و کاغذ، اشکالات زینک، اشکالات مربوط به برش و تا، اشکالات مربوط به صحافی و اشکالات مربوط به کارهای تکمیلی است. این جلد در قالب پنج بخش مطالب فوق را توضیح داده است.

جلد سوم کتاب چاپ از نه فصل تشکیل شده است. پس از مقدمه و پیشگفتاری مختصر، در فصل اول ورنی، انواع و طرز کار آن توضیح داده می‌شود. فصل دوم یو وی (UV) را بررسی و ویژگی‌های آن را ارائه می‌نماید، فصل سوم به طلاکوبی، دستگاه‌های مخصوص به آن، طرز کار با دستگاه طلاکوبی ملخی و ماشین سیلندری می‌پردازد. در فصل چهارم پرفراژ انواع آن، فرق پرفراژ باسوراخ‌کاری، سیستم ماشین هنگام پرفراژ زنی مورد توجه قرار می‌گیرد.

فصل پنجم به مفتول دوزی، فصل ششم به ته‌چسب، شناسایی نوع کاغذ، اهمیت نوع کاغذ و چسب مصرفی می‌پردازد. فصل هفتم به لت چسبانی اختصاص دارد که انواع لت‌چسبانی، موارد کاربرد و نحوه انجام آن را بیان می‌کند. در فصل هشتم مؤلف به بسته‌بندی و اشکال‌های ناشی از آن و مسائل حفاظتی در بسته‌بندی اختصاص دارد. اشکالات ناشی از انبار مطالب فصل نهم را تشکیل می‌دهد. در پایان کتاب معرفی مختصر چند کتاب تازه آورده شده است که بیشتر مربوط به پیش از چاپ، رنگ‌شناسی کامپیوتری، نشر رومیزی و درمورد چاپ افست و صحافی و همچنین بازاریابی و روش‌های مدیریت چاپخانه مربوط می‌شود. لازم به ذکر است که این کتابها به زبان لاتین هستند و مؤلف در مورد هر کدام به توضیح مختصری بسنده کرده است.

نقد و نظر

مجموعه سه جلدی چاپ با هدف آموزشی و در سطح آموزشگاه‌های کاردانش و برای هنرجویان تألیف شده است به همین خاطر زبانی ساده و روان به کار برده شده و در هر فصل هدف‌های رفتاری و تعدادی سوالات نیز آورده شده است. بنابراین انتظار رعایت اصول علمی کتاب‌های تالیفی مانند ارجاعات درون متنی یا کتابشناسی دقیق در پایان کتاب و پانویس‌های مناسب نمی‌رود اما ذکر یک نکته ضروری است که در کتاب‌های آموزشی معمولاً طرح‌درس آموزشگاه‌ها یا مراکز آموزشی مورد توجه قرار می‌گیرد که در این کتاب مشاهده نمی‌شود و همچنین روال ارائه مطالب منطقی به نظر نمی‌رسد. به عنوان نمونه در جلد اول کتاب مؤلف بدون معرفی انواع چاپ فصل اول را به چاپ برجسته اختصاص داده است که نوعی از چاپ است، فصل دوم به خطرات و حوادث کلی اختصاص یافته و فصل سوم به رنگ پرداخته و در فصل چهارم بدون مقدمه ماشین‌ملخی مورد توجه قرار گرفته است و علاوه بر این برخی از فصول درجدهای دوم و سوم کمتر از یک صفحه هستند که اطلاق نام فصل به آن‌ها مناسب به نظر نمی‌رسد. فصل چهارم و فصل هفت جلد سوم از این موارد می‌باشد. بنابراین امید می‌رود در کتاب‌های آموزشی، اصول مرسوم و طرح درس‌های مراکز و در عین حال قدرت یادگیری فراگیران مورد توجه قرار گیرد و اصطلاحات فنی به زبانی ساده تعریف و سپس جوانب آن آموزش داده شود.

بررسی مقایسه‌ای چهار کتاب

از چهار کتاب معرفی شده سه کتاب به حوزه نشر مربوط می‌شود. کتاب فن نشر کتاب که از تألیفات یونسکو ترجمه شده است کتابی است بسیار جامع و در سطح بالا که کلیه موارد و جزئیات نشر کتاب را با یک دید مدیریتی بیان کرده و با ارائه نمودارها، نمونه‌ها و مثال‌های عینی و حتی تحقیقات موردی موضوع مورد بحث را به صورت مفصل تجزیه و تحلیل کرده است. این کتاب می‌تواند در سطح دانشگاهی به عنوان یک منبع درسی برای رشته‌های مرتبط تدریس گردد، ترجمه کتاب به خوبی صورت پذیرفته است و می‌توان گفت، مخاطب اصلی این کتاب افرادی هستند که در آینده می‌خواهند مدیریت مراکز نشر را بر عهده داشته باشند. هر چند که همه ناشران و دست‌اندرکاران می‌توانند از مطالب آن بهره‌مند شوند.

کتاب گام‌های اصلی در نشر کتاب را می‌توان کتابی به تازه‌ورودان به حوزه نشر و ناشران تازه‌کار ارزیابی کرد که گام‌های ضروری نشر کتاب را با زبانی بسیار روان و در قالب آمیخته‌ای از نظریه عمل و تجربه سالها فعالیت علمی و عملی در زمینه نشر ارائه‌گردیده است. اما این کتاب به جامعیت و تفصیل کتاب پیشین نمی‌باشد و می‌توان گفت در سطح یک نفر کاربرد دارد تا در سطح یک مجموعه و در سطح یک محل قابل استفاده است تا در سطح جهانی. بنابراین این کتاب می‌تواند به ناشران تازه‌کار و دانشجویان علاقه‌مند کمک کند تا بتوانند در کمترین فرصت به چشم انداز کلی نشر کتاب دست پیدا کنند.

کتاب در قلمرو نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری نیز به صورت نظری مباحث مربوط به نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری را بیان کرده است، از حیث تنوع مطالب، ارائه مقایسه‌های مختلف و ارائه دیدگاه‌های مختلف بویژه در حوزه ویرایش و تعمیم آن به وضعیت کنونی کشور بسیار مناسب به نظر می‌رسد و احتمالاً از این نظر در زمینه نشر، ویرایش و دانشنامه‌نگاری جزو اولین آثار می‌باشد. این کتاب برای توسعه بینش نظری علاقه‌مندان مفید به نظر می‌رسد.

کتاب چهارم که متفاوت از سه کتاب قبلی است به چاپ پرداخته و در واقع آموزش چاپ به هنرجویان را مد نظر قرار داده است. از متن ساده‌ای برخوردار است و چنانچه با طرح درس مراکز مربوطه هماهنگ گردد و از لحاظ نظم منطقی مطالب و فصول، بازنگری شود می‌تواند منبع درسی مطلوبی تلقی شود که مباحث ابتدایی چاپ را آموزش می‌دهد.

بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که هر چهار کتاب نتیجه تلاش صادقانه برای گسترش علم و دانش در حوزه نشر و چاپ بوده است که جای تحسین و قدردانی باقی است. ولی کتاب فن نشر کتاب به لحاظ جامعیت و نگرش سیستمی به نشر کتاب از مطلوبیت خاصی برخوردار است و می‌تواند توجه جامعه دانشگاهی را به خود جلب نماید. در پایان جا دارد از آقای عبدالحسین آذرنگ نیز به خاطر تلاش بی‌وقفه و استادانه در حوزه چاپ و نشر قدردانی شود.