

بررسی میزان مشارکت ناشران در فرآیند تولید کتاب در شهر تهران

دکتر رمضانعلی رؤیایی*

سهراب حمیدی**

چکیده

در این نوشتار، نخست به نشر کتاب و اهمیت و تحول آن در ایران قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی اشاره نموده، سپس فرآیند تولید کتاب در ۲۴ مرحله تشریح می‌گردد. در ادامه ضمن معرفی پژوهش، اهداف پژوهش، فرضیه‌ها، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به تحقیق؛ ابزار اندازه‌گیری در ۱۴ سؤال مطرح می‌گردد. در ادامه به یافته‌های پژوهش در محورهای ۱۴گانه اشاره می‌شود. با ارزیابی سهم هر یک از عوامل تولید کتاب این نتیجه به دست آمده است که ناشر و دولت به عنوان تعیین کننده ترین عوامل محسوب می‌شوند.

واژگان کلیدی

تولید کتاب، نشر کتاب، مشارکت ناشران

* عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات.

** کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی، فارغ‌التحصیل واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

کتاب علاوه بر داشتن معنای نمادین که خاصه در فرهنگ تجلی می‌یابد، یک کالا نیز به شمار می‌رود؛ کالایی با ویژگی‌های فرهنگی و در عین حال اقتصادی که در تولید، تابع شرایط و محدودیت‌های اقتصادی می‌باشد. از این رو، به دلیل رسالت فرهنگی آن در توسعه و پیشرفت، ابتدا لازم است ساز و کارهای اقتصادی حاکم بر آن شناخته شود، سپس گام‌هایی پایدار و پویا به سوی صنعت نشر برداشته شود.

تولید کتاب یک فرآیند پیچیده و نسبتاً طولانی را تا رسیدن به مراحل نهایی (مطالعه توسط خوانندگان) طی می‌نماید. در این فرآیند که شامل سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، نظارت، ارزشیابی، تولید و توزیع است، عوامل مختلف فرهنگی و اقتصادی همچون: پدید آورنده (مؤلف، مترجم)، دولت و نهادهای دولتی، اتحادیه‌ها و تشکل‌های خصوصی نشر، ناشران، چاپخانه‌ها، مطبوعات و رسانه‌ها، مردم و ... دخالت و مشارکت مستقیم دارند.

از طرفی، کتاب نقش به‌سزایی در انتقال میراث فرهنگی، آموزش علمی و ارتقای فرهنگ هر جامعه برعهده دارد. یکی از اهداف سازمان‌های جهانی نظیر یونسکو در دهه توسعه فرهنگی (۱۹۸۹-۱۹۸۱)، عمومی کردن فرهنگ بوده است. منظور از عمومی کردن فرهنگ، گسترش و توزیع همه‌گیر محصولات فرهنگی در سطح جامعه و در میان اقشار مختلف مردم است. متأسفانه علی‌رغم تلاش سازمان‌های فرهنگی دولتی و نهادهای نشر در ایران، مشکلاتی در تناسب وظایف و سهم ناشر در فرآیند تولید کتاب با میزان عواید و بهره حاصل از آن وجود دارد.

نگاهی بر دیگر عناصر و عوامل مهم تولید کتاب، یعنی عامل خالق اثر (پدید آورنده یا نویسنده و

مترجم)، عامل زمینه‌ساز (دولت و نقش آن در ایجاد زیرساخت‌ها) و عوامل اقتصادی (یعنی ناشر) نشان می‌دهد که به رغم سهم بسیار این عوامل در تولید آن، در مقایسه با ناشر به عنوان عامل اقتصادی، سایر عوامل از عواید (سهم) کمتری برخوردارند؛ به تعبیر دیگر، در نظام خاص توزیع، عواید نشر بیشتر به دارندگان عوامل اقتصادی (به ویژه ناشر) تعلق می‌گیرد.

در فرآیند تولید کتاب مقایسه نوع و میزان مشارکت ناشران با برخی از شاخص‌های معمول سرمایه، مدیریت و نیروی کار، نشان می‌دهد که تناسبی بین میزان مشارکت هر یک از عناصر (به ویژه ناشران) و میزان عواید حاصل از تولید کتاب وجود ندارد. نوشتار حاضر بر آن است تا با بررسی این فرضیه، مدل مشارکتی مناسبی را پیشنهاد کند که در آن تناسبی منطقی میان سهم تولید و فایده‌بری از عواید آن وجود داشته باشد.

نشر کتاب و جایگاه ویژه آن

اگر نوع کتاب و نشریاتی که در هر جامعه منتشر می‌شود به تناسب فهم و دانش مردم باشد، در علم و آگاهی و رفتار آنها مؤثر واقع می‌گردد؛ به عبارت دیگر، وضع و سطح فرهنگ هر جامعه با کتاب‌های موجود در آن جامعه تناسب دارد.

اگر چه رسانه‌های الکترونیکی، ماهواره‌های مخابراتی، تلویزیون، رادیو و ویدئو می‌توانند بخش وسیعی از افکار مردم را تحت پوشش خود قرار دهند، اما واقعیت آن است که آنها نمی‌توانند همچون کتاب از عهده انتقال اطلاعات در امور پیچیده برآمده و قدرت و نفوذ کتاب را داشته باشند.

آگاهی از نشر کتاب و اهمیت تأثیر آن در تحول فکری ملل و جوامع مختلف، پرورش ذهن و اندیشه مردم و گسترش علم در سطح جوامع، از اهم

به طور کلی، نشر کتاب در ایران پس از ورود نخستین دستگاه چاپ در عصر صفوی آغاز شد. در عصر قاجار نیز چند چاپخانه سنگی و سربی تأسیس گردید. در زمان سلطنت فتحعلی شاه قاجار، نخستین چاپخانه تیپوگرافی (چاپ سربی) در تبریز تأسیس شد و نخستین کتابی که در این چاپخانه به چاپ رسید، کتاب «فتحنامه» تألیف میرزا ابوالقاسم قائم مقام بود.

با تأسیس دارالفنون و مدارس دیگر در دوران قاجار، کتاب به عنوان مواد اصلی درسی و آموزشی اهمیت ویژه‌ای یافت و چاپخانه‌هایی برای چاپ و انتشار کتاب‌های درسی و نیز به قصد ترویج معارف و تنویر افکار و اشاعه عقاید تأسیس شد.

در عصر پهلوی اول (۱۳۲۰-۱۳۰۴) عوامل فرهنگی، اجتماعی و فنی نشر کتاب مانند تأسیس دانشگاه تهران، افزایش شمار کتابخوانان و روشنفکران، گسترش سوادآموزی و علوم، موجب پیشرفت قابل ملاحظه‌ای در صنعت نشر گردید و ورود دستگاه‌های جدید چاپ و صنایع وابسته به آن را ضروری ساخت. (رئیس، ۱۳۷۸: ۱۰۸)

نشر کتاب در عصر پهلوی دوم (۱۳۲۰-۵۷) نیز تحت تأثیر عوامل فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و فنی دستخوش تحولاتی گردید و وارد مراحل جدیدی شد. در این دوره، تحولات علمی و دگرگونی در ابعاد مختلف حیات اجتماعی، تأثیر ویژه‌ای بر نشر کتاب گذاشت و موجب سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیسات چاپ و گسترش برخی فعالیت‌های انتشاراتی گردید.

براساس آمارهای منتشره، طی سال‌های ۱۳۲۰ تا پایان ۱۳۵۰؛ یعنی طی سی سال حکومت پهلوی دوم، مجموع انتشارات کشور بالغ بر ۳۴۵۸۷ عنوان بوده است. در این دوره، نفوذ وسایل ارتباط جمعی، معرفی ادبیات جدید غرب در قالب ترجمه رمان و ... توسعه مدارس و دانشگاه‌ها و افزایش باسوادان در رونق کتابخوانی مؤثر بوده‌اند؛ به گونه‌ای که تعداد

مواردی است که باید به آن دست یافت، لذا مطالعه نقش سازنده این رسانه ارزشمند و بررسی تأثیر آن در زندگی انسان و انتقال اندیشه‌های سایر مردم جهان به یکدیگر، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

با اختراع صنعت چاپ که مهم‌ترین وسیله انتقال اندیشه‌ها است، نحوه نشر و توزیع کتاب تغییر یافت و توسعه جهانی آن موجب سهولت در دسترسی به آن گردید. دیری نپایید که به دلیل دسترسی سریع به آن، آموزش و تحقیق به سرعت از انحصار «گروهی» خارج گشته و «همگانی» شد. همچنین، زمینه ابداع فنون، امنیت محیط، تسریع در جهت رفع مشکلات و نیازهای حیاتی و وصول به موفقیت‌های علمی، فرهنگی، هنری و مدارج مادی و معنوی فراهم گردید.

نشر کتاب در ایران و تحول آن

کتاب در ایران در ابتدا به صورت دست‌نوشته، نسخه‌نویسی و خوشنویسی نگاشته می‌شد که تعداد زیادی از این قبیل کتاب‌ها هنوز در کتابخانه‌های ملی و مذهبی موجود است. نخستین کتاب‌های چاپی به زبان فارسی، پیش از آنکه در ایران به چاپ برسند، در کشورهای نظیر هندوستان، مصر، ترکیه و شهرهای اروپایی چون سن پترزبورگ، مونیخ، لندن، رُم و پاریس انتشار می‌یافت و سپس به ایران وارد می‌شد. به طور نمونه، کتاب «مسیح و سن پدرویا سن پیترو» از قدیمی‌ترین کتاب‌های چاپ سنگی فارسی در جهان است که در سال ۱۹۰۴ هـ ق در شهر لایدن هلند منتشر گردید؛ همچنین یکی دیگر از قدیمی‌ترین کتاب‌ها، که به متن عبری و ترجمه فارسی در سال ۹۵۳ هـ ق. در قسطنطنیه به چاپ رسید، کتاب «تورات» است؛ کتاب «انوار سهیلی» اثر مولانا واعظ کاشفی نیز در سال ۱۸۲۸ م در بمبئی انتشار یافت.

(آغاز انقلاب) تا نیمه‌های دهه ۶۰ به شرح زیر
برشمرد: (آذرنگ، ۱۳۷۵: ۱۸۲-۱۷۴)

- افزایش خریداران کتاب؛
 - روی آوردن مردم به ویژه قشر جوان به کتابخوانی؛
 - ارج نهادن نهادهای رسمی کشور به کتاب؛
 - گسترش فعالیت مؤسسات نشر و ظهور ناشران جدید در شهرهای مختلف؛
 - فعال شدن برخی از سازمان‌های انتشاراتی دولتی؛
 - ورود دستگاه‌های جدید حروف‌چینی و چاپ به کشور؛
 - ورود کامپیوتر و وراج آن؛
 - حرفه‌ای شدن نویسندگان، مترجمان؛
- شاید اگر عواملی چون جنگ، رکود اقتصادی، گرانی مواد و مصالح کتاب به ویژه کاغذ، محدودیت‌های فنی چاپ و غیره به وجود نمی‌آمد، نشر کتاب در ایران بیش از آنچه که انتظار می‌رفت، رشد می‌یافت. در عصر حاضر، با اختراع و استفاده از رایانه آنچنان رونقی در صنعت نشر و تولید کتاب پدید آمده که تا پیش از این هیچ‌گاه سابقه نداشته است. رایانه بیش از سایر صنایع به صنعت چاپ و نشر راه یافته است. در دهه ۱۹۶۰ در بخش حروف‌چینی، تهیه فیلم، مراحل چاپ و همچنین پیش از چاپ و توزیع کتاب، رایانه مورد بهره‌برداری قرار گرفت؛ در دهه ۱۹۸۰، شرکت‌های انتشاراتی برای ویرایش مطالب از واژه‌پردازها و رایانه‌های شخصی بهره جستند و چیزی نگذشت که استفاده از نشر رومیری رایج شد.
- با ورود رایانه در دنیای چاپ و متعاقب آن دیجیتال شدن این صنعت، چاپ و نشر الکترونیک پا به عرصه وجود گذاشت که معروف‌ترین نمونه آن سی.دی.رام است. واژه‌نامه‌های آن ابتدا در زمینه

عناوین منتشره در دهه ۱۳۲۰ سالانه رشد قابل توجهی داشته و میانگین شمار آن (در آن سال‌ها) به بیش از ۵۰۰ عنوان رسیده است. در دهه ۴۰ تا ۵۰ نیز همراه با نوسان‌هایی، افزایش چشمگیری داشته است. (از سال ۱۳۴۱ با ۸۰۳ عنوان تا سال ۱۳۴۹ با ۳۴۷۴ عنوان، حدوداً چهار برابر شد).

در سال‌های پایانی دهه ۱۳۴۰ و منتهی به ۱۳۵۰ نیز این تعداد به حدود ۴۰۰۰ عنوان در سال رسید. موضوع کتاب و تحول در کیفیت و کمیت آن در سال‌های دهه ۱۳۵۰، موضوعی قابل بحث و بررسی است و عوامل بسیاری از جمله: رشد کمی و کیفی و توسعه و گسترش مدارس، آموزشگاه‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز علمی، پژوهشی، افزایش دانش‌آموزان، دانشجویان و سوادآموزان، تأسیس کتابخانه‌های متعدد، متنوع و تخصصی، فعالیت مؤسسات انتشاراتی مجهز براساس استانداردهای رایج بین‌المللی از جهات مختلف بر نشر و تولید آن تأثیر گذاردند.

نشر کتاب پس از پیروزی انقلاب

در آستانه پیروزی انقلاب در خصوص تولید و نشر کتاب، تحول چشمگیری روی داد. آثاری که در سال‌های پیش از انقلاب اجازه انتشار نیافته بودند و جوّ ممیزی و اختناق، مردم را از خواندن آزادانه آنها محروم ساخته بود، انتشار یافتند و با استقبال گسترده مردم روبرو شدند.

در این دوره، تقاضای کتاب تقریباً به سطوح مختلف جامعه کشیده شد و عرضه و فروش آن با استقبال مردم روبه‌رو گردید. تقاضای زیاد کتاب موجب شد تا مؤسسات انتشاراتی بسیاری تأسیس شوند و فعالیت خود را آغاز کنند. بدین ترتیب، فصل تازه‌ای در تاریخ نشر ایران آغاز گردید. شاید بتوان علت رونق نسبی نشر کتاب در ایران را از سال ۱۳۵۷

می‌پردازیم. همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌شود، در طی چهار الی پنج دهه قبل از پیروزی انقلاب، انتشار کتاب در کشورمان از یک رشد لاک‌پشت‌وار برخوردار بوده است و این روند تا میانه‌های دهه پنجاه، یعنی سال ۱۳۴۶ ادامه می‌یابد. اما در این سال با یک جهش نسبتاً بالایی در زمینه انتشار کتاب روبرو می‌گردیم؛ یعنی در این سال تعداد عناوین منتشره کتاب در زمینه‌های مختلف به ۳۱۶۹ می‌رسد و این رقم نشان دهنده افزایش در انتشار کتاب است. این روند همچنان ادامه می‌یابد تا سال‌های اولیه انقلاب که مجدداً در زمینه صنعت کتاب با کاهش انتشار روبرو می‌گردیم. در سال‌های میانی این دهه (دهه ۶۰) و همچنین دهه‌های بعد، رشد کتاب از روند خوبی برخوردار می‌گردد و علی‌رغم فراز و نشیب‌های نسبی، همچنان با افزایش انتشار آن روبرو هستیم. این روند در سال‌های اولیه دهه ۹۰ یعنی سال ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ به اوج خود می‌رسد، به ویژه سال ۱۳۸۰ که شاهد بالاترین روند رشد کتاب در طی سال‌های مورد بررسی می‌باشیم. (۷۲۴۰+)

۲) شناسایی مؤلف یا پدید آورنده

ناشر باید کانونی برای جلب همکاری پدید آورندگان باشد و حمایت ناشر می‌تواند کارایی را افزایش دهد، از دغدغه‌های‌شان بکاهد و بر میزان کارایی و بهره‌وری ایشان - به کمک تشکیلات - خود بیفزاید.

۳) سفارش به پدید آورنده

پدید آورندگان در اغلب موارد تابع تصمیمات و تفکرات شخصی خود هستند و ممکن است در بسیاری موارد دریافت درستی از نیازهای مخاطبان

داده‌های متن، که به صورت داده‌های دیجیتال در نوار مغناطیسی «سی.تی.اس» ذخیره شده بودند، مورد استفاده قرار گرفتند. به دنبال این واژه‌نامه‌ها، کتاب‌های الکترونیک و مجله‌های چند رسانه‌ای الکترونیک به بازار آمد که متن و اطلاعات دیداری، شنیداری آنها به ترتیب در «سی.دی.رام» و «دیسک نرم» ذخیره گردید و پس از آن نرم‌افزارهای متنوعی به بازار عرضه شد.

پیدایش رایانه نه فقط به ایجاد فنون تازه‌ای در چاپ منجر شد، بلکه در شیوه‌های انتشار نیز تحولی بزرگ به وجود آورد و دیجیتالی شدن دست‌نوشته‌ها، زمان صرف شده بر روند ویرایش و حروف‌چینی را کاهش داد.

امروزه سهولت در امر ترکیب داده‌های مختلف و تکثیر در انتشارات الکترونیک، به پیدایش مسائل تازه‌ای در زمینه حق انحصاری تألیف منجر شده است. (رئیس، ۱۳۷۸: ۱۰۹) در ادامه، قبل از ارائه فرآیند تولید کتاب، بر پایه آمار و ارقام مندرج در جدول شماره (۱) به بررسی وضعیت انتشار کتاب در طی ۶۱ سال اخیر (سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۲۰)

فرآیند تولید کتاب

در این بخش به شرح مراحل تولید کتاب، یعنی اقداماتی که از مراحل اولیه شکل‌گیری تا مرحله توزیع در بازار وجود دارد، می‌پردازیم:

۱) نیازسنجی بازار - مدیریت فرهنگی

ناشر، مدیر یک مجموعه تولیدی است که کالاهای فرهنگی تولید می‌کند و تشخیص او در پیوند با نیازها و اولویت‌ها، تعیین‌کننده خط‌مشی مجموعه در تولید محصولات فرهنگی توسط پدید آورندگان و دست‌اندرکاران نشر کتاب است.

خود نداشته باشند. اما ناشر با شناختی که از نیازهای مخاطبان و توانمندی‌های پدید آورندگان دارد، می‌تواند نیاز مخاطبان و نظراتشان را به پدیدآورنده انتقال دهد.

جدول شماره (۱): کارنامه ۶۱ ساله کتب منتشره در کشور (۱۳۸۱-۱۳۲۰)

سال	تعداد عناوین	افزایش یا کاهش نسبت به سال	سال	تعداد عناوین	افزایش یا کاهش نسبت به سال
۱۳۲۰	۳۲۸	۸۰	۱۳۵۲	۲۳۱۶	
۱۳۲۱	۲۸۶	-۴۲	۱۳۵۳	۱۵۷۴	-۷۴۲
۱۳۲۲	۱۹۳	-۹۳	۱۳۵۴	۲۲۱۵	۶۴۱
۱۳۲۳	۳۲۸	۱۳۵	۱۳۵۵	۲۹۲۷	۷۱۲
۱۳۲۴	۳۲۸	۱۸	۱۳۵۶		
۱۳۲۵	۳۶۹	۵۹	۱۳۵۷	۴۵۰۴	
۱۳۲۸	۵۰۵	۱۹۲	۱۳۵۸	۱۹۳۲	-۲۵۷۲
۱۳۲۹	۳۰۸	-۱۹۷	۱۳۵۹	۱۴۸۳	-۴۴۹
۱۳۳۰	۵۳۸	۲۳۰	۱۳۶۰	۱۳۸۳	-۱۰۰
۱۳۳۱	۴۸۰	-۵۸	۱۳۶۱	۳۰۵۱	۱۷۷۵
۱۳۳۲	۳۷۸	-۹۳	۱۳۶۲	۴۸۲۶	۱۷۷۵
۱۳۳۳	۲۹۴	-۷	۱۳۶۳	۶۴۱۴	۱۵۸۸
۱۳۳۴	۷۹۷	۴۰۳	۱۳۶۴	۵۴۴۸	-۹۶۶
۱۳۳۵	۵۷۰	-۲۲۷	۱۳۶۵	۳۸۱۲	-۱۶۳۶
۱۳۳۶	۶۹۰	۱۲۰	۱۳۶۶	۴۸۷۳	۱۰۶۱
۱۳۳۷	۶۲۱	-۶۹	۱۳۶۷	۴۲۱۹	-۶۵۴
۱۳۳۸	۴۸۵	-۱۳۶	۱۳۶۸	۷۷۵۵	۳۵۳۶
۱۳۳۹	۵۶۸	۸۳	۱۳۶۹	۸۲۱۶	۴۶۱
۱۳۴۰	۵۸۷	۱۹	۱۳۷۰	۷۵۲۶	-۶۹۰
۱۳۴۱	۸۰۳	۲۱۶	۱۳۷۱	۷۵۱۱	-۱۵
۱۳۴۲	۷۵۱	-۵۲	۱۳۷۲	۸۱۳۸	۶۲۷
۱۳۴۳	۱۰۴۸	۲۹۷	۱۳۷۳	۱۰۵۳۱	۲۳۹۳
۱۳۴۴	۱۷۵۲	۷۰۴	۱۳۷۴	۱۱۸۹۰	۱۳۵۹
۱۳۴۵	۲۱۳۷	۳۸۵	۱۳۷۵	۱۴۴۶۲	۲۵۷۲
۱۳۴۶	۳۱۶۹	۱۰۳۲	۱۳۷۶	۱۵۳۰۷	۸۴۵
۱۳۴۷	۳۶۲۱	۴۵۲	۱۳۷۷	۱۷۲۰۳	۱۸۹۶
۱۳۴۸	۴۰۷۹	۴۵۸	۱۳۷۸	۲۰۶۴۲	۳۴۳۹
۱۳۴۹	۴۳۵۹	۲۸۰	۱۳۷۹	۲۴۳۷۳	۳۷۳۱
۱۳۵۰	۳۴۷۴	-۸۸۶	۱۳۸۰	۳۱۶۱۳	۷۲۴۰
۱۳۵۱	۲۲۳۶	-۱۲۳۶	۱۳۸۱	۳۴۵۶۰	۲۹۴۷

در انتخاب ویراستار و تأمین هزینه‌های ویرایش نقشی مهم دارد.

۸) طراحی کتاب شامل طراحی متن و آرایش کتاب
طراحی کتاب، کاری بسیار حساس و هنرمندانه است و در برقراری ارتباط مؤثر بین کتاب و مخاطبان می‌تواند نقشی کلیدی داشته باشد. هر صفحه از کتاب - به خصوص در کتاب‌های مرجع - نیازمند دقت نظر در طراحی اجزاء و آرایش آنها در صفحه است. این طراحی را ناشر بسته به امکانات خود و نیازهای مخاطبان کتاب تعریف می‌کند و این امر باید در مجموعه تشکیلات ناشر به مرحله اجرا درآید. طراحی کتاب بسیار تخصصی و حساس و نیازمند تجربه و درک هنری است؛ متأسفانه، بسیاری از ناشران آن را از چرخه کار خود حذف می‌کنند که تأثیری نامطلوب بر چاپ حرفه‌ای یک اثر دارد.

در روش‌های قدیمی تولید کتاب، برای هر بخش یا هر صفحه از کار، چارچوبی به نام خط‌کشی صفحه تعریف می‌شد که محل دقیق جاگذاری اجزای متن و تصویرها را نشان می‌داد. در روش‌های رایانه‌ای، خط‌کشی جای خود را به طراحی صفحات مادر یا قالب‌های نرم‌افزاری داده است و این امر فقط در نرم‌افزارهای پیشرفته و گران‌قیمت وجود دارد و ناشرانی که با نرم‌افزارهای غیرحرفه‌ای و سطح پایین کار می‌کنند، از آنها غافل می‌مانند.

۹) انتخاب تصویرها

تصاویر کتاب‌ها در انتقال مفاهیم پیچیده یا نمایش زیبایی‌ها، نقش بسیار مهمی دارند. متناسب با محتوای هر کتاب، باید تصویرهایی برای آن ساخته و پرداخته شود که در تولید آن چند حالت ممکن است: یا تصویرها به سفارش ناشر و با تعریف پدید آورنده رسم، نقاشی یا عکاسی می‌شوند و یا از منابع موجود

۴) تأمین هزینه‌های پدید آورنده

پدید آورندگان در صورتی می‌توانند با حداکثر توانمندی خود کار کنند که دغدغه‌ای برای تأمین هزینه‌های جاری زندگی خود نداشته باشند. در اینجا ناشران می‌توانند با ایفای نقش در این راستا پدید آورندگان را به حداکثر کارایی حرفه‌ای برسانند.

۵) همکاری در تعریف دقیق کار

ناشر محیطی را به وجود می‌آورد که شمع محفل پدید آورندگان و محل تبادل نظرها، بحث و بررسی ایده‌ها و نظرات متعدد آنها است. از سوی دیگر، ناشر خود نقش رابطی آگاه و مؤثر را بر عهده خواهد داشت که می‌تواند جمع نظرات افراد مختلفی را که در پیوند با طراحی صاحب‌نظر هستند، به نتیجه‌ای مطلوب برساند.

۶) تحویل دست‌نوشته

پس از تعریف کار، پدید آورنده وارد مرحله اصلی تولید اثر می‌شود. در طول این مدت، ناشر نقش پشتیبان و تدارک کننده کار را بر عهده خواهد داشت؛ به ویژه در مورد کتاب‌های مرجع یا کتاب‌های بزرگ، تدارک و پشتیبانی ناشر در پیشرفت کار بسیار مؤثر است.

۷) ویرایش

ویراستار زبان مؤلف را به صورتی تلطیف و تصحیح می‌کند که درک و دریافت آن برای مخاطبان ساده‌تر، زیباتر و مفیدتر باشد. در هر زمینه‌ای، ویراستار نقشی متفاوت اما مهم بر عهده دارد؛ در آثار ادبیات، زیبایی و سلیس بودن و فصاحت؛ در آثار علمی، اعتبار و سندیت و دقت؛ و در آثار کودکان، لطافت و صداقت را یابد تضمین کند. از این رو، ناشر

۱۲) طراحی جلد و لفاف و بسته‌بندی

طراحی جلد از اجزای اصلی شخصیت کتاب است و باید در طرح و برنامه کلی در نظر گرفته شود تا کتاب بتواند به سرعت با مخاطب ارتباط برقرار کند.

۱۳) تهیه فیلم یا خروجی

از این مرحله به بعد، پدید آورندگان از چرخه کار خارج می‌شوند و ناشر باید تمام مراحل را خود به انتها برساند. در صورتی که از روش‌های تولید مستقیم لوح چاپ (زینک) یا چاپ دیجیتال استفاده نشود، در این مرحله فیلم تهیه می‌شود که می‌تواند تک‌رنگ یا چند رنگ باشد. پس از فیلم، نمونه‌ای مشهور به «اوزالید» تهیه می‌شود که باید از هر نظر بازبینی شود. در صورتی که فیلم به صورت یکپارچه تهیه شود، در همین مرحله فرم‌بندی کار نیز انجام می‌شود که در تعیین پارامترهای آن، نظر کارشناسان صحافی و محدودیت‌های آن ملاک عمل قرار می‌گیرد.

در همین مرحله باید نوع کاغذ، ابعاد آن و نوع صحافی تعیین شود که تماماً به نظر ناشر و طراح کتاب مربوط می‌شود. براساس همین انتخاب، فرم‌بندی فیلم برای تهیه لوح چاپ از زینک انجام می‌شود. در این مرحله هماهنگی با صحاف ضرورت دارد، مگر آنکه کار کاملاً قالبی و از پیش تعیین شده باشد.

۱۴) تهیه کاغذ، مقوا و ...

فیلم فرم‌بندی شده روی لوح‌های چاپ (زینک) کپی می‌شود تا پس از آن، چاپ اثر آغاز گردد.

۱۵) تهیه زینک

۱۶) ارسال به چاپخانه

۱۷) کنترل کیفی

خریداری می‌شوند که در آن صورت از نظر حفظ حق و نشر و استفاده از عکس مسائل متعددی برای ناشر مطرح خواهد بود؛ در اینجا نیز ناشر نقشی کلیدی بر عهده دارد. در خصوص آثار ترجمه شده، که در آنها از تصاویر کتاب‌های چاپ شده به زبان اصلی استفاده می‌شود، نقش ناشر فقط به پیمایش، اصلاح و ذخیره سازی رایانه‌ای تصویرها محدود می‌شود.

۱۰) ترکیب متن و تصویر به کمک رایانه

پس از تکمیل، آماده‌سازی، طراحی متن و انتخاب تصویرها، لازم است متن و تصویر در قالب‌های رایانه‌ای یا به صورت فیلم (در روش قدیمی) ترکیب شوند تا حاصل کار قابل چاپ باشد. نرم‌افزارهای پیشرفته‌ای که برای کتاب طراحی شده‌اند، این امکان را به سادگی به وجود می‌آورند. با این حال، در ایران به دلیل عدم تمایل ناشران برای ورود به عرصه‌های تخصصی نشر، متأسفانه این نرم‌افزارها و قابلیت‌های بسیار آنان مهجور مانده‌اند.

۱۱) نمایه سازی

پس از اتمام مراحل بالا که کتاب شکل نهایی خود را برای چاپ یافته است، نمایه‌سازی انجام می‌شود. نمایه‌سازی بخش جدایی‌ناپذیر کتاب‌های علمی و مرجع است که نیاز به تخصص و دانش فنی بالا و صبر و حوصله فراوان دارد.

گرچه ممکن است این مرحله در مقایسه با کل هزینه‌های کتاب، چندان پرهزینه نباشد، اما اغلب ناشران به دلیل ترس از طول کشیدن مراحل نشر یک اثر و از همه مهم‌تر به دلیل کم‌اهمیت شمردن نقش نمایه، از آن صرف‌نظر می‌کنند که این امر ضربه‌ای بزرگ بر کارایی کتاب وارد می‌سازد. تهیه نمایه جزء وظایف ناشر است و ناشر می‌تواند با نظارت پدید آورنده، آن را به سهولت انجام دهد.

نگاهی بر ویژگی‌هایی همچون کتاب‌شناختی، اطلاعات مربوط به عنوان کتاب، پدید آورنده یا پدید آورندگان (مؤلفان و مترجمان)، موضوع کتاب (براساس تقسیم‌بندی دیویی)، نام ناشر، تاریخ نشر، محل نشر (یعنی شهری که کتاب در آن منتشر شده است)، تعداد صفحات، تیراژ، قطع، نوبت چاپ و قیمت کتاب، از آن استخراج شده و در بخش بررسی ویژگی‌های فیزیکی کتاب، طبقه‌بندی و سازماندهی شدند.

در مراحل مقدماتی انجام این تحقیق ۳۴۵۶۰ عنوان کتاب منتشر شده سال ۱۳۸۱ در کل کشور شناسایی و تعداد ۲۶۶۸۱ عنوان آن، براساس طرح تحقیق به عنوان جامعه آماری تحقیق استخراج و براساس موضوع‌بندی (رده‌بندی) دیویی (طبقه‌بندی دهگانه موضوعی کتاب) دسته‌بندی گردید.

در مرحله بعدی، با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه و منحنی نمونه‌گیری سیستماتیک، با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و با عدد تصادفی ۲۱، تعداد ۴۰۰ عنوان کتاب از مجموع ۲۶۶۸۱ عنوان کتاب‌های منتشر شده در تهران (سال ۱۳۸۱) به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شد. به منظور کسب اطلاعات و دستیابی به مفاهیم مربوط به میزان هزینه، مدیریت و مشارکت ناشر در فرآیند تولید کتاب و نیز بررسی مشارکت دیگر عوامل فرهنگی از جمله سهم پدید آورنده اثر و همچنین سهم دولت در مقام پشتیبان صنعت نشر به تدوین پرسشنامه‌ای با ۱۴ سؤال پرداختیم.

علی‌رغم وجود مشکلات فراوانی که در پاسخگویی ناشران به میزان هزینه‌های تولید کتاب وجود داشت، پرسشنامه با تلاش مضاعف و با مراجعه به دفاتر شخصی ناشران و تماس‌های مکرر با آنان و تکمیل و اطلاعات مورد نیاز تا آنجا که مقدور بود، گردآوری گردید.

(۱۸) صحافی

(۱۹) کنترل کیفیت

(۲۰) انبار کتاب

(۲۱) تبلیغات کتاب

(۲۲) توزیع کتاب و مدیریت فروش

توزیع کتاب و مدیریت فروش قاعداً باید خارج از تشکیلات ناشر صورت پذیرد. اما ناشر در هر صورت باید روند کار را به دقت تجزیه و تحلیل کند، زیرا عملاً نشان دهنده درجه دقت و درستی تصمیم‌گیری‌های ناشر در تشخیص مخاطبان و تعریف نیازهای آنان است. تشخیصی که باید متناسب با کیفیت و مشخصات کتاب و از هر نظر مناسب با نیاز بازار باشد. این تجزیه و تحلیل‌ها در تجدید چاپ اثر و سفارش‌های بعدی به پدید آورندگان، تأثیر به سزایی دارد. معمولاً این نوع اطلاعات فقط در اختیار ناشران است و آنان مرجع ارجح تصمیم‌گیری در این زمینه هستند.

(۲۳) اصلاح و تکمیل کتاب

(۲۴) تجدید چاپ

معرفی پژوهش

هدف از انجام این تحقیق، ارزیابی یکی از ارکان مهم اقتصاد؛ یعنی نشر کتاب در حوزه تولید و سهم عوامل اقتصادی و فرهنگی در آن است. بانک اطلاعات کتاب در مؤسسه «خانه کتاب ایران» این امکان را فراهم می‌سازد تا با استخراج و تحلیل اقلام ثبت شده، به وضعیت تولید کتاب در یک دوره زمانی و تغییرات اقتصادی و فرهنگی مرتبط با آن بپردازیم. به همین منظور، مجموعه «کارنامه نشر کتاب در سال ۱۳۸۱» که توسط مؤسسه یاد شده منتشر گردید، به عنوان مرجع و منبع اصلی استخراج اطلاعات این تحقیق انتخاب شد و داده‌های مورد نیاز تحقیق با

سؤال اصلی تحقیق

سؤال اصلی پژوهش: آیا در فرآیند تولید کتاب بین میزان مشارکت عوامل مختلف با عواید حاصل از آن تناسبی وجود دارد یا خیر؟

به عبارت دیگر، با توجه به تفاوت سهم هر یک از عوامل تولید کتاب - که کم و بیش با همدیگر متفاوت است - سهم هر یک از عواید نشر به چه میزان است؟ آیا این عواید با میزان تلاش و سرمایه‌گذاری هر یک از عوامل تناسبی دارد یا نه؟ با این همه، از میان عوامل مهم تولید (پدیدآورندگان، دولت و ناشر)، این پژوهش بر نقش ناشران در تولید و میزان بهره‌مندی آنان از عواید تولید می‌پردازد. به طور کلی، در فرآیند تولید کتاب سه گروه عمده نقش دارند:

(۱) پدید آورنده با به کارگیری توان ذهنی،

مهارت و دانش خود کتاب را خلق می‌کند.

(۲) دولت با فراهم آوردن زیرساخت‌ها، ارائه فرآورده‌های ارزان قیمت و ارائه اعتبارات و تسهیلات لازم، تولید آسان و بیشتر کتاب را امکان‌پذیر می‌سازد.

(۳) ناشر با مدیریت، نظارت و سرمایه‌گذاری، کتاب را به صورت انبوه تولید می‌کند.

پرسش این پژوهش دو جنبه اصلی دارد:

نخست آنکه سهم هر یک از عوامل مورد اشاره در مراحل مختلف تولید چقدر است؟ دوم آنکه سهم نسبی آنها از عواید - نسبت به سایر عوامل یا عناصر - چگونه است؟

برای آنکه به این پرسش‌ها با تفصیل بیشتری پاسخ داده شود، آن را به سه پرسش فرعی تبدیل می‌کنیم:

(۱) فرآیند تولید کتاب چیست؟ یعنی از مرحله اولیه شکل‌گیری تا مرحله توزیع چه اقداماتی باید انجام شود؟

(۲) تولید کتاب از جانب چه کسی و با چه منابع انسانی و مادی انجام می‌شود؟

(۳) سهم عوامل فرهنگی و اقتصادی در عواید حاصل از آن چگونه است؟ (سود بین این عوامل چگونه تقسیم می‌شود؟)

اهداف پژوهش

این پژوهش اهداف زیر را دنبال می‌کند:

- شناسایی فرآیند تولید و نشر کتاب در ایران؛
- شناسایی نوع و میزان مشارکت عوامل فرهنگی و اقتصادی؛
- شناسایی عناصر مرتبط با سرمایه‌گذاری و مدیریت نشر کتاب؛
- شناسایی میزان درآمد حاصل از فروش کتاب و سهم هر یک از عوامل اصلی تولید؛
- شناخت حق مادی و معنوی عوامل تولید کتاب؛
- ارائه راهکار مناسب برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مدیریت تولید کتاب در کشور، برای توزیع عادلانه یارانه‌ها و کالای وابسته به صنعت نشر؛
- آگاهی عوامل مؤثر در تولید کتاب از حق و میزان مشارکت خود؛
- استفاده نهادها و تشکل‌های صنفی نشر از نتایج تحقیق؛
- استفاده پژوهشگران علاقمند به حوزه اقتصاد مدیریت نشر؛
- تلاش برای تنظیم الگوی مناسب جهت توزیع عواید ناشی از تولید کتاب بین عناصر

مختلفی که هر یک نقش مهمی در فرآیندهای تولید کتاب دارند؛

جامعه آماری

با مطالعه موردی اطلاعات کتاب کارنامه نشر، تعداد ۲۶۶۸۵ عنوان کتاب که توسط ناشران تهران منتشر شده بود، از آن استخراج گردید. بدین صورت، جامعه آماری تحقیق «کل کتاب‌های تولید شده توسط ناشران تهران در سال ۱۳۸۴» می‌باشد. برای دستیابی به نمونه اطلاعات مورد نیاز دو بخش: ۱- فیزیکی، به تفکیک اطلاعات پشت جلد و شناسنامه کتاب (عنوان، ناشر، تألیف، ترجمه، نوبت چاپ، تیراژ، قطع، صفحه، قیمت) ۲- موضوعی (دیویی)، به تفکیک اطلاعات (کلیات، فلسفه، دین، علوم اجتماعی، زبان، علوم طبیعی و ریاضیات علوم عملی، هنر، ادبیات، تاریخ و جغرافیا، کودکان و نوجوانان) مورد مطالعه قرار گرفت.

فرضیه تحقیق

فرضیه کلی پژوهش این است که «در تولید کتاب سهم عوامل فرهنگی (مؤلف، مترجم، دولت) بیشتر از سهم عوامل اقتصادی (ناشر) است، حال آنکه در توزیع پاداش‌ها، سود و عواید حاصل از تولید کتاب، عوامل اقتصادی به نسبت عوامل فرهنگی سهم بیشتری می‌برند.» از سوی دیگر، باید گفت که نظام خاص توزیع حمایت‌های دولتی (یارانه‌ها/سوبسیدها) متأسفانه به گونه‌ای بوده است که سهم بیشتری از این حمایت‌ها نصیب ناشر شده است تا دیگر عوامل تولید نظیر مؤلف، مترجم و یا ویراستار.

متغیرهای اساسی پژوهش

الف) متغیرهای مستقل: شامل سهم مؤلف در تولید کتاب، سهم دولت در تولید کتاب، سهم ناشر در تولید کتاب.

ب) سهم عوامل فرهنگی در تولید کتاب

• سهم عامل خلق اثر (پدید آورنده کتاب):

چه کسی ایده کتاب را طرح می‌کند؟ چه کسی کتاب را خلق می‌کند؟

• سهم عامل زمینه‌ساز تولید کتاب (دولت):

ناشر برای تولید کتاب خود از چه منابع و امکانات دولتی استفاده می‌کند؟

۲) سهم عوامل اقتصادی در تولید کتاب (مرحله

تولید کالایی)

• ناشر چه منابع فیزیکی و انسانی را برای

تولید یک کتاب به کار می‌گیرد؟

ب) متغیرهای وابسته:

• فرآیند تولید کتاب در ایران

• وضعیت اقتصادی نشر در ایران

نمونه تحقیق و روش نمونه‌گیری

جهت نمونه‌گیری از جامعه آماری این تحقیق (یعنی ۲۶۶۸۵ عنوان کتاب منتشره ناشران تهران) به روش استفاده از فرمول برآورد حداقل حجم نمونه و ضوابط معین اقدام گردید.

«روش پیمایش در تحقیق اجتماعی دی.ای.دو.س» مدل نمونه‌گیری سیستماتیک (نظام‌دار) برای عملیات و اجرا انتخاب شد. بر این اساس، با قبول ۹۵ درصد اطمینان از کل جامعه آماری تحقیق، تعداد ۴۰۰ عنوان کتاب به عنوان نمونه این تحقیق تعیین گردید.

برای استخراج ۴۰۰ عنوان کتاب نمونه و تعیین اولین عدد نمونه تحقیق، با استفاده از روش تصادفی (گشودن یک کتاب) عدد ۲۱ انتخاب شد. این عدد به تفکیک موضوعی جامعه آماری در تمام رده‌بندی موضوعی (دیویی) کتاب رعایت و نمونه هر موضوع از موضوعات دهگانه (دیویی) نیز از ضرب

تعبیری دیگر، معنی روابط و میزان سرمایه‌گذاری هر یک از عوامل اقتصادی و فرهنگی تولید کتاب به دست خواهد آمد.

سؤال ۵ با نگاه مدیریتی تدوین گردیده و در سؤال سعی شده است چگونگی ارتباط ناشر و مشاغل مرتبط با تولید کتاب را روشن نماید. از آنجایی که در فرضیه میزان مشارکت ناشر در مدیریت؛ یعنی در نظارت، دانش و مهارت، نیروی تخصصی کار، ابتکار، سلیقه، خلاقیت در شکل زیبانشناختی یا «فرم کتاب» و به کارگیری تکنولوژی کتاب، مورد نظر محقق بوده است، در این سؤال فرآیند تولید فرهنگی کتاب دسته‌بندی و براساس شاخص‌های تعیین شده از ناشر پرسش به عمل آمد تا معین گردد که سهم ناشر در همکاری عملیات اجرایی (نیروی کار) چقدر بوده است.

در سؤال ۶ با فرض بر اینکه پرداخت وجه نقد یا چک مدت‌دار و یا کالای تولید شده به منظور هزینه‌های کتاب و بابت حق تألیف می‌تواند اندازه و میزان مشارکت ناشر را در سرمایه‌گذاری مستقیم و یا غیرمستقیم و نیز عواید ناشی از آن تضمین نماید، سؤال طراحی و مورد پرسش قرار گرفت.

سؤال ۷: در این سؤال هدف محقق اندازه‌گیری میزان نیروی کار ناشر در فرآیند تولید کتاب است. به همین منظور، مدت زمانی که ناشر صرف تولید آن کتاب نموده است مورد بررسی قرار گرفت تا از طریق آن با تعرفه درآمد سرانه صنوف مشابه مقایسه و میزان هزینه این بخش از تولید کتاب به عنوان هزینه‌های متغیر به دست آید.

سؤال ۸: در این سؤال سعی شده سهم ناشر در خلاقیت و ایده تألیف اثر اندازه‌گیری شود تا سطح همکاری ناشر و مؤلف ارزیابی گردد.

سؤال ۹: علی‌رغم آنکه بهاء هر عنوان کتاب در پشت جلد آن مشخص است و استخراج سؤال اول

کل نمونه در تعداد عناوین هر موضوع تقسیم بر کل جامعه آماری به دست آمد، سپس حاصل آن از عدد ۲۱ شروع و مجموعه‌ها به عنوان اعداد نمونه تعیین و استخراج گردیدند.

ابزار اندازه‌گیری

با توجه به حجم گسترده و پراکنده نمونه تحقیق، شناخت انحصاری جامعه ناشر از فرآیند تولید کتاب، داشتن دانش فنی و مهارت ناشران در تولید کتاب، روش تحقیق پیمایشی انتخاب و در اجرای عملیات تحقیق پرسشنامه‌ای، با هدف بررسی میزان مشارکت، مدیریت و سرمایه‌گذاری سه عامل عمده فرهنگی و اقتصادی در فرآیند تولید کتاب تنظیم شده است تا با تکمیل و استخراج آن امکان دقت در سیاست‌ها و اقدامات برنامه‌ای بر مبنای روش عملی فراهم شود.

در این پرسشنامه، ابتدا عنوان کتاب، سپس نام انتشارات مشخص گردید. ۱۴ سؤال که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به سهم مشارکت هر یک از عوامل تولید کتاب - مؤلفان، مترجمان، ناشران و دولت در فرآیند تولید کتاب - مرتبط بودند تدوین گردید.

سؤال ۱ و ۲ با هدف شناخت میزان سرمایه‌گذاری ناشر در کتاب یا به عبارت دیگر، هزینه تمام شده کتاب طراحی شده است. این سؤال با توجه به آنکه ارزش پشت جلد کتاب (بهاء) مشخص بود، برای آنکه مابه‌التفاوت هزینه تمام شده با درآمد ناشی از فروش کتاب که به معنی عواید ناشر است به دست آید، تعیین و مورد پرسش قرار گرفت.

سؤال ۳ و ۴ سهم ناشر را در سرمایه‌گذاری شخصی و هزینه تولید کتاب دقیق‌تر روشن می‌سازد و میزان مشارکت مؤلفان و سایر مؤسسات را در سرمایه‌گذاری و اقتصاد کتاب مشخص می‌نماید. به

روش آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه استخراج و پس از کدگذاری وارد برنامه آماری SPSS گردید و عملیات آماری نیز بر روی آن به اجرا درآمد. از آمار توصیفی برای به دست آوردن توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌ها و همچنین شاخص‌های مرکزی و انحرافی که عمدتاً در برگزیده محاسبه میانگین، میانه، انحراف معیار، واریانس و خطای استاندارد بودند، استفاده شد. آزمون‌های به کار گرفته شده جهت سنجش فرضیات تحقیق عمدتاً عبارت از آزمون آماری مجذور کای و همچنین آزمون آماری T استودنت برای گروه‌های وابسته به مقایسه دو میانگین بودند.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا محقق معتقد بود که تناسبی مابین مشارکت فرهنگی و اقتصادی ناشر در فرآیند تولید کتاب و میزان عواید و بهره‌مندی مادی و معنوی آن از فروش کتاب وجود ندارد. از این رو، با تدوین پرسشنامه و برخی از شاخص‌های معمول، میزان هزینه تمام شده کتاب، مشارکت در سرمایه‌گذاری، مدیریت و صرف نیروی کار در تولید یک کتاب را مورد ارزیابی قرار داد. با طرح فرضیه به شناسایی و تحلیل میزان درآمد ناشر از فروش کتاب و سهم مشارکت و همکاری وی در فرآیند تولید کتاب پرداخت و در قالب فرضیه، پس از مطالعه و عملیات اجرایی طرح نتایجی به دست آمد که مشروح آن در همین بخش آمده است.

تبیین و نتیجه‌گیری از سؤالات

یعنی هزینه تمام شده می‌تواند با انجام یک عمل ساده ریاضی محاسبه شود، اما به این بسنده نشد و این سؤال از ناشر پرسش گردید تا ما به التفاوت آن به دست آید.

(سود = هزینه تمام شده - بهاء پشت جلد)

سؤال ۱۰: در این سؤال محقق به دنبال میزان عواید یا درآمد ناشر است. به همین منظور علی‌رغم آنکه با یک عملیات ساده می‌توانستیم به عواید یا درآمد آن برسیم، خواب سرمایه ناشر مورد بررسی قرار گرفت تا در مدت خواب سرمایه و میزان سود ناشر براساس تحلیل آماری مشخص گردد.

سؤال ۱۱: در این سؤال محقق به دنبال سهم مؤلف به عنوان عامل فرهنگی تولید کتاب بوده است. با طرح این سؤال، میزان مدت زمان صرف شده توسط مؤلف برای تولید کتاب از ناشر پرسش گردید تا با استخراج آن رابطه درآمد مؤلف (یا پرداختی ناشر به مؤلف به عنوان حق تألیف یا ترجمه) با میزان صرف نیروی کار وی مورد بررسی قرار گیرد.

سؤال ۱۲: در این سؤال سهم دولت به عنوان زیرساخت و پشتیبان تولید و یا یاری کننده تولید اثر، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و با طرح گزینه‌هایی نظیر آنکه ناشر از کدام تسهیلات دولت (کاغذ، وام و زینگ و ...) و به چه میزان استفاده نموده است، میزان مشارکت و سهم دولت تعیین گردید.

سؤال ۱۳: با توجه به آنکه سؤال ۱۲ انحصاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده است و خرید کتاب در گزینه‌های سؤال ۱۲ جای نمی‌گرفت، همچنین بسیاری از وزارتخانه‌ها به مناسبت‌های مختلف و یا برای جشنواره‌ها نسبت به خرید کتاب اقدام می‌نمایند، سؤال ۱۳ طرح تا به عنوان مکمل سؤال ۱۲ مورد ارزیابی قرار گیرد.

سؤال ۱۴: در این سؤال میزان صرف وقت ناشر در تولید کتاب مورد اندازه‌گیری قرار گرفت.

سؤال ۵: این سؤال با نگاه مدیریتی تدوین گردید و در آن سعی شد چگونگی ارتباط ناشر با مشاغل مرتبط با حرفه‌اش و فرآیند تولید کتاب روشن گردد. در این سؤال، فرآیند تولید کتاب دسته‌بندی و براساس شاخص‌های تعیین شده از ناشر پرسش گردید تا معین شود سهم ناشر در همکاری عملیات اجرای و حرفه‌ای نشر چقدر بوده است؟ بررسی‌ها نشان داد که ناشر کمترین مشارکت (کمتر از یک درصد) را در تألیف، ترجمه و تعامل با نویسندگان مترجم داشته است و بیشترین سهم مشارکت وی در زمینه‌های حروف چینی (۲۱ درصد)، ویرایش (۲۰ درصد)، تصحیح (۱۵ درصد)، امور گرافیک (۱۸ درصد) بوده است. بنابراین، نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که ناشر به مجموعه فعالیت‌های عملیاتی و اجرایی تولید کتاب توجه بیشتری نموده است.

سؤال ۶: در این سؤال نحوه پرداخت هزینه‌های چاپخانه، مؤلفان یا مترجمان توسط ناشر مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات حاصله، نحوه پرداخت هزینه‌های چاپخانه از سوی ناشر را مشخص نمود. در این سؤال بیش از ۸۱ درصد پاسخگویان اعلام داشته‌اند که مطالبات چاپخانه را از طریق چک مدت‌دار پرداخت می‌نمایند و حدود نیمی از هزینه‌های حق‌التألیف یا ترجمه (۵۰ درصد) را به صورت نقدی پرداخت می‌کنند. در ۵۰ درصد موارد باقی‌مانده، صورت‌های گوناگون یعنی چک مدت‌دار، مبادله کتاب و یا با روش‌های ترکیبی فوق، پرداخت هزینه‌ها را انجام می‌دهند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ناشر در تولید کتاب کمتر به سرمایه‌گذاری با استفاده از پول نقد اقدام می‌نماید. بنابراین از داده‌های حاصله می‌توان نتیجه گرفت که ناشر در انجام هزینه‌های ابتدایی در بازار کتاب به تعهدات درازمدت اکتفا نموده و اکثراً هزینه‌ها را به صورت نسیه و پس از فروش و کسب درآمد پرداخت می‌نماید.

سؤال ۱ و ۲: نتایج شاخص آماری هزینه تمام شده کل و هزینه‌های تفکیکی کتاب‌ها نشان می‌دهد که از بین ۳۶۲ عنوان کتاب نمونه تحقیق، میانگین هزینه ناشر برای تولید یک عنوان کتاب ۲۳۶۸۳۱۵۳ ریال می‌باشد که سهم تفکیکی هزینه‌ها نیز به ترتیب کاغذ (۱۵ درصد)، فیلم و زینگ (۷ درصد)، حق‌التألیف و ترجمه (۱۲ درصد)، حروفچینی (۲ درصد)، طراحی و جلد (۳ درصد)، چاپ (۱۱ درصد)، صحافی (۴ درصد)، توزیع یا پخش (۴ درصد)، سایر (۴ درصد) بوده است.

سؤال ۳ و ۴ به منظور تعیین سهم ناشر به عنوان سرمایه‌گذار در تولید کتاب و به دنبال آن، میزان مشارکت مؤلفان، مترجمان و سایر مؤسسات دولتی و خصوصی در انجام هزینه‌های کتاب انتخاب گردید.

نتایج حاصل نشان داد که در ۴۴/۷۳ درصد تولید کتاب‌ها، ناشر به تنهایی سرمایه‌گذاری می‌نماید. ۳۷/۸۹ درصد مؤلف، ۱۶/۸۱ درصد به صورت مشارکت و کمتر از نیم درصد سهم هر یک از مؤسسات و سایر سرمایه‌گذاران می‌باشد. بنابراین نتیجه می‌گیریم که ناشران تنها در نیمی از کتاب‌های تولیدی کشور سرمایه‌گذاری می‌نمایند و با اندکی کمتر از همین میزان، مؤلفان یا مترجمان در تولید آثار خودشان سرمایه‌گذاری می‌کنند. ناشران در این قسمت فقط با استفاده از مجوز نشر از سهمیه‌های دولت بهره‌گیری می‌نمایند و انجام مراحل اداری و چاپخانه را انجام می‌دهند. براساس نتایج به دست آمده، سهم ناشر در سرمایه‌گذاری تولید کتاب ۵۰ درصد از کل کتاب‌های تولید شده در جامعه آماری (تهران) است و سهم مؤلف نیز در سرمایه‌گذاری مستقل و یا مشارکت، با اندکی کمتر از ۵۰ درصد می‌باشد. بنابراین بین سهم عوامل اقتصادی (ناشر) با عوامل فرهنگی (مؤلف و مترجم) در سرمایه‌گذاری تولید کتاب تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

قیمت پشت جلد کتاب به عنوان سود ناشر در نظر گرفته شده است.

سؤال ۱۰: این سؤال به وضعیت فروش کتاب چاپ شده اختصاص یافت و سپس مدت زمان فروش کتاب مورد ارزیابی قرار گرفت تا مدت و میزان خواب سرمایه ناشر روشن شود. در مدت مذکور، میزان سود سرمایه ناشر براساس تحلیل آماری مشخص گردید. داده‌ها نشان می‌دهد که حدود ۸۱ درصد اعلام داشته‌اند که کل تیراژ کتاب‌های چاپ شده را نفروخته‌اند؛ کمتر از ۲۰ درصد اظهار نموده‌اند که تیراژ کتاب‌ها را فروخته‌اند؛ حدود ۳۷ درصد اعلام داشته‌اند که کل تیراژ کتاب را تا حداکثر ۳ ماه فروخته‌اند؛ حدود ۲۵ درصد اظهار داشته‌اند تا یک سال و حدود ۲۷ درصد نیز تا ۱/۵ سال مدت زمان فروش کتاب را اعلام نموده‌اند. به عبارتی حدود ۶۲ درصد ناشران کمتر از یک سال به فروش کل تیراژ کتاب خود رسیده‌اند؛ یعنی در بازگشت سرمایه تولید کتاب، زمان زیادی را منتظر نمانده‌اند. میانگین آماری، فروش کل تیراژ کتاب‌ها را حدود ۸ ماه نشان می‌دهد؛ همین‌طور در ۵۰ درصد نیز فروش کل تیراژ کتاب‌ها کمتر از ۶ ماه طول کشیده است.

براساس نتیجه حاصله در سؤال ۷، مدت زمان تولید فنی کتاب ۶ ماه و مدت زمان دریافت بهای فروش کتاب بنا به اظهار اکثر ناشران ۸ ماه بعد از توزیع بوده است. بنابراین، برگشت اصل و سود سرمایه ناشر روی هم رفته حدود ۱۵ ماه به طول می‌انجامد، اما چون نحوه پرداخت هزینه‌های تولید کتاب به صورت غیرنقدی و چک مدت‌دار می‌باشد، لذا خواب سرمایه در هنگام تولید فنی کتاب تا فروش و کسب درآمد معنی پیدا نمی‌کند.

سؤال ۱۱: در این سؤال، محقق به دنبال سهم مؤلف به عنوان عامل فرهنگی در تولید کتاب بوده است. با طرح این سؤال، مدت زمان صرف شده

سؤال ۷: به منظور اندازه‌گیری میزان نیروی کار صرف شده توسط ناشر تدوین گردید. با توجه به نتایج حاصله، بیشترین یعنی حدود ۶۲ درصد ناشران اعلام داشته‌اند که بین سه تا شش ماه زمان برای انتشار یک کتاب صرف می‌نمایند و ۳۰ درصد نیز اعلام داشته‌اند که کمتر از ۳ ماه وقت صرف تولید کتاب نموده‌اند. با توجه به آمار فوق نتایج نهایی چنین است که حدود ۹۲ درصد از ناشران تا شش ماه وقت صرف تولید یک عنوان کتاب می‌نمایند؛ یعنی مدت زمان تولید فنی کتاب از یک ماه تا شش ماه است. با توجه به داده‌های جدول و نظر کارشناسان حوزه کتاب، از آنجایی که فرآیند تولید کتاب توسط عوامل متعدد در بازار کتاب انجام می‌شود، به همین دلیل ناشران می‌توانند به صورت هم‌زمان چندین پروژه را نظارت و اجرا نمایند.

سؤال ۸: در این سؤال محقق به دنبال اندازه‌گیری سهم ناشر در خلاقیت، ایده تألیف یا ترجمه است؛ به عبارتی دیگر، تعامل ناشر و مؤلف مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. با توجه اطلاعات حاصله، نتیجه بررسی نشان داد که مؤلف در بیشتر از ۶۵ درصد موارد، شخصاً به تألیف یا ترجمه کتاب می‌پردازد و در حدود ۲۵ درصد به پیشنهاد ناشر به تألیف و یا ترجمه (که آن هم براساس نظر کارشناسان عمدتاً در سفارش ترجمه است) می‌پردازد؛ به عبارتی، ناشر نقش کمی در خلاقیت و ایده تألیف ایفا می‌نماید.

سؤال ۹: این سؤال برای به دست آوردن مابه‌التفاوت هزینه و درآمد؛ یعنی عواید و سود حاصل از فروش کتاب از ناشر می‌باشد. از آنچه که براساس گفته ناشران درج گردیده، می‌توان استنباط کرد که هزینه‌های تولید کتاب حداقل ۵ درصد و حداکثر ۳۵ درصد قیمت پشت جلد و به طور میانگین ۱۶ درصد

توسط مؤلف برای تولید کتاب از ناشر پرسش گردید تا از طریق آن، میزان درآمد مؤلف با میزان نیروی کار صرف شده وی برای تولید کتاب مورد بررسی قرار گیرد. نتایج به دست آمده از پاسخ‌های حدود ۶۵ درصد ناشران نشان داد که مدت تألیف یا ترجمه کتاب توسط مؤلف یا مترجم بین شش ماه تا یک سال بوده است؛ حدود ۲۹ درصد اعلام داشته‌اند کمتر از شش ماه وقت صرف تألیف یا ترجمه شده است و حدود ۶ درصد نیز اظهار نمودند که تا سه سال وقت توسط مؤلف یا مترجم صرف کار شده است. براساس نتایج حاصله حدود ۹۴ درصد ناشران زمان کمتر از یک سال را برای تألیف یا ترجمه یک عنوان کتاب ذکر نموده‌اند.

سؤال ۱۲: با پرسش این سؤال، محقق در پی تعیین تا سهم دولت به عنوان پشتیبان کالای تولید شده و میزان مشارکت و سهم آن گردد. لذا از ناشر در مورد میزان بهره‌گیری از تسهیلات به ناشران پرداخته شد. آنچه که در نتایج آمده است، نشان می‌دهد که درصد قابل توجهی از ناشران یعنی حدود ۹۴ درصد اظهار نمودند که از تسهیلات دولت در خصوص دریافت کاغذ استفاده نموده‌اند، حدود ۸۸ درصد نیز اعلام داشته‌اند از وام استفاده نکرده‌اند و درصد بسیار کمی از ناشران از تسهیلات و امکانات دولتی (کاغذ و وام) بهره گرفته‌اند. حدود نیمی از ناشران نیز فیلم و زینگ استفاده کرده‌اند؛ بنابراین میزان سهمیه دولت اندک است و یا توزیع کالاهای فوق نادرست است.

سؤال ۱۳: از آنجایی که حمایت دولت در خرید کتاب انحصاراً در وزارت ارشاد انجام نمی‌گیرد و برخی از سازمان‌ها نیز در مناسبت‌های مختلف کتاب خریداری می‌نمایند، لذا این سؤال به صورت مستقل تدوین گردید تا دقیقاً میزان پشتیبانی دولت تعیین گردد. نتایج نشان می‌دهد که حدود ۷۷ درصد ناشران اظهار داشته‌اند که مراکز دولتی از آنان کتاب

خریداری نکرده‌اند و ۲۳ درصد اعلام داشته‌اند که از آنان کتاب خریداری شده است. داده‌ها نشان می‌دهد که در بین سازمان‌هایی که از ناشران کتاب خریداری نموده‌اند، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حدود ۷۹ درصد، وزارت آموزش و پرورش حدود ۱۳ درصد و سایر وزارتخانه‌ها حدود ۸ درصد سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

سؤال ۱۴: در این سؤال میزان وقت صرف شده ناشر در تولید کتاب مورد اندازه‌گیری قرار گرفت. بررسی مدت زمانی که ناشر برای چاپ یک عنوان کتاب وقت صرف می‌نماید، نشان می‌دهد که براساس آن، حدود ۳۴ درصد ناشران تا ۳ ماه و حدود ۶۰ درصد بین سه تا شش ماه وقت صرف تولید یک کتاب می‌نمایند. بنابراین نتیجه می‌گیریم که حدود ۹۴ درصد ناشران اظهار داشته‌اند که حداکثر تا شش ماه وقت صرف تولید و انتشار یک عنوان کتاب می‌نمایند.

فهرست منابع و مآخذ

- ۱- آذرنگ، عبدالحسین، ۱۳۷۵. آشنایی با چاپ و نشر، تهران، انتشارات سمت.
- ۲- دی ای دوس، ۱۳۷۶ ترجمه مریم رفعت‌جاء و رخساره کاظم، روش پیمایش در تحقیق اجتماعی، مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی، تهران.
- ۳- خانه کتاب ایران، آماده سازی کتاب، عملیات پیش از چاپ، تهران: ۱۳۸۱.
- ۴- خانه کتاب ایران، راهنمای ناشران و کتاب‌فروشان کشور، تهران: (بی‌تا)
- ۵- رئیسی، سهیلا، مطالعاتی در تاریخ چاپ، مجموعه بابایی، انتشارات گلشن راز، تهران: ۱۳۷۸.