

نشر کتاب در ایران:

سیر اجمالی تحول، مانع‌ها و چالش‌ها*

پژوهش مطالعات فرهنگی
پایان کارشناسی ارشد
ایران

نشر کتاب در ایران، همانند کشورهای دیگر، از دو عامل تحولات فرهنگی - اجتماعی و پیشرفت‌های فنی تأثیر پذیرفته و از چند دوره اساسی تغییر و تحول گذشته است. بر پایه همین دوره‌های اساسی، می‌توان مرحله‌های عمده نشر را تعیین کرد.

نشر در ایران تا ۱۳۵۷

نشر چاپی کتاب در ایران پس از ورود نخستین دستگاههای چاپ به جلفای اصفهان در عصر صفویه آغاز شد. در عصر قاجاریه چند چاپخانه سنگی و سربی در تهران، تبریز و چند شهر دیگر به کار چاپ و نشر پرداختند. در عصر قاجار نشر کتاب چهار دوره عمده را سپری کرده:

۱. ترجمه و انتشار چندین کتاب در عصر ولیعهدی عباس میرزا، با حمایت مادی و معنوی او؛
۲. دارالطباعه عصر ناصری و انتشار تعدادی کتاب با پشتیبانی و هزینه دولتی؛
۳. مدرسه دارالفنون و انتشار شماری کتاب درسی؛
۴. انقلاب مشروطه و انتشار کتابهایی به انگیزه این رویداد سیاسی - اجتماعی.

اما اجمالاً می‌توان گفت که نشر کتاب در عصر قاجاریه فعالیتی اقتصادی یا مستقل نبوده است و کتابهایی که در آن دوره انتشار یافته با پشتیبانی دولت، حمایت مالی و معنوی رجال حکومتی و عدهای فرهنگ دوست و آزادی‌خواه، یا به قصد ترویج معارف یا تنویر افکار و اشاعه عقاید و مرامهای بخصوص بوده است. به نظر نمی‌رسد که در این عصر، کتاب آن قدر فروش داشته که به ناشر امکان می‌داده از این راه هزینه انتشار کتابهای دیگری را تأمین کرده باشد. البته از یاد نباید برد که اطلاعات ما درباره وضع نشر و فروش کتاب در عصر قاجاریه ناچیز است. با این وصف، برپایه همین اطلاعات ناچیز و به ویژه شمارگان بسیار اندک کتابها، می‌توان درباره وضع نشر در آن دوره اجمالاً داوری کرد.

بر اساس مجموعه‌ای از اسناد در خانواده حاج امین‌الضرب، که اخیراً در اختیار ایرج افشار گذاشته شده و محتوای آنها در کتاب مهدوی نامه (ص ۵۷ تا ۱۰۳) انتشار یافته است، معلوم می‌شود که در ۱۳۱۶ ق. تقریباً هشت سال پیش از انقلاب مشروط، گروهی از تجددخواهان و فرهنگ‌دوستان، شرکتی خصوصی به نام «شرکت ملی طبع کتاب» برای تألیف، ترجمه و انتشار کتاب تأسیس کرده‌اند. محمد قزوینی و محمدعلی فروغی نیز از همکاران این شرکت بودند. فروغی، معروف به خوش نثری و ذوق زبانی، در آن شرکت کاری شبیه ویراستاران امروزی در مؤسسه‌های انتشاراتی انجام می‌داد. گرچه این

شرکت فقط تعداد اندکی کتاب منتشر کرد و عمر آن زیاد نپایید، تأسیس آن و چگونگی تأسیس، دیدگاهی که بر اساس آن شرکت تشکیل یافته، نوع کتابها و نحوه انتخاب آن، روش اداره شرکت و نظایر اینها، از حیث تاریخ نشر کتاب در ایران و پیشینه نخستین شرکت خصوصی نشر، اهمیتی بسیار دارد (برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به: مهدوی نامه).

در عصر پهلوی اول (۱۳۰۴ تا ۱۳۲۰) عوامل فرهنگی - اجتماعی و نیز فنی بر نشر تأثیر گذاشت. از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان از این موارد یاد کرد:

- تأسیس دانشگاه تهران؛
- افزایش شمار کتاب‌خوانان، روشنفکران، متجددان؛

- تأسیس مدرسه‌های جدید و نیاز به کتابهای درسی؛
- گسترش سوادآموزی و دانش عمومی؛
- ورود دستگاههای جدید چاپ به کشور؛
- تشکیل نهادهایی در دولت برای تدوین و نشر برخی کتب و نشریات؛
- تأسیس نخستین مؤسسات کوچک نشر خصوصی؛
- نیاز خود دولت به چاپ و نشر بعضی مطالب.

در همین دوره یکی دو راسته کتاب‌فروشان در تهران شکل گرفت که عده‌ای از همین کتاب‌فروشان به نشر کتاب نیز می‌پرداختند. از قدیمی‌ترین کتاب‌فروشهایی که به نشر هم پرداخته‌اند می‌توان از ابن‌سینا، ادب، اسلامیه، اقبال، بارانی، خیام، رضانی، سعادت، کلاله خاور، گنج دانش و معرفت و چندتای دیگر نام برد. (برای آگاهی بیشتر از کتابفروشان ناشر و چاپگر در آن دوره، نگاه کنید به مقاله ابوالقاسم انجوی شیرازی درباره راسته کتاب‌فروشان، در: یادنامه ابوالقاسم انجوی). برخی کتاب‌فروشیها در شهرهای عمده‌ای چون اصفهان، تبریز، رشت، شیراز، مشهد، گذشته از توزیع و فروش کتابهای چاپ تهران، به نشر بعضی کتابها نیز پرداخته‌اند که شماری از آنها از لحاظ موضوع و نیز تاریخ نشر محلی در ایران بسیار بااهمیت است.

در دوره پهلوی اول، به‌ویژه باید از کوشش وزارت معارف / فرهنگ وقت در تألیف، تصحیح، تنقیح و انتشار تعداد نسبتاً زیادی کتاب درسی با چاپهای بسیار خوب،

کاغذ اعلا، صحافی شکیل و بسیار کم غلط یاد کرد. این اقدام وزارت فرهنگ در بالا بردن سطح فرهنگ نشر کتاب در ایران آن زمان مؤثر بود؛ به‌ویژه آنکه عده‌ای از مسئولان فرهنگ در آن دوره، نظیر قره‌گزلو، مرآت و حکمت خود اهل کتاب و قلم نیز بودند؛ اما از یاد نباید برد که دوره حکومت پهلوی اول با استبداد سیاسی و اختناق فکری همراه بوده است. وحشت از نظمی و مأموران ممیزی مانع از هرگونه آزادی در اندیشه و گفتار بود. مطمئناً اگر جامعه آن سالها، آزادی نوشتن و انتشار می‌داشت، با توجه به امکانات فنی موجود، سطح فکری و درجه روشنفکری ایران آن روز و نیاز بسیاری از بخشهای مختلف جامعه، کتابهای بیشتری نوشته، ترجمه و منتشر می‌شد.

نشر کتاب در عصر پهلوی دوم (۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷) نیز به تأثیر از عاملهای فرهنگی - اجتماعی و فنی، از چند مرحله و گاه مراحل کاملاً متفاوت گذشته است. این دوره سی و چند ساله از لحاظ سیاسی - اجتماعی دستخوش تحولاتی بوده و همین تحولات بر جنبه‌های مختلف زندگی، از جمله نشر کتاب، تأثیر گذاشته است. مراحل عمده آن عبارت است از:

- ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲، دوره آزادی فعالیتهای سیاسی و احزاب و گروهها و نشر روزنامه‌ها و مجلات متنوع و کتاب، در عین تنگناها و محدودیتهای اقتصادی؛
- ۱۳۳۲ تا حدود ۱۳۳۹، عصر کودتا، سرکوبی، اختناق، محدودیت آزادیها و فعالیتهای سیاسی - فکری و نشر جراید و مطبوعات؛

- دهه ۱۳۴۰، دوره نسبی ثبات و آرامش، رشد اقتصادی و فعالیتهای علمی - فرهنگی؛
- سالهای نخستین دهه ۱۳۵۰، دوره افزایش سریع بهای نفت و درآمدها، سرمایه‌گذاریهایی در زمینه تأسیسات چاپی و گسترش برخی فعالیتهای انتشاراتی

به‌ویژه در سازمانهای دولتی و وابسته به دولت؛
- سالهای منتهی به انقلاب اسلامی ۱۳۵۷، دوره بحران سیاسی - اجتماعی، فرهنگی و تأثیر منفی آن بر نشر کتاب از بعضی جهات و تأثیر مثبت آن در نشر بعضی کتابها از جهات دیگر.

مسیر منحنی نشر در این دوره سی و هفت‌ساله نشان می‌دهد که نشر کتاب دستخوش نوسان و گاه نیز تغییرات ناگهانی بوده است. در اواخر دهه ۱۳۱۰، حدود ۲۰۰ عنوان کتاب در سال منتشر می‌شد. در ۱۳۲۲ این رقم به ۱۹۳ عنوان کاهش یافت، اما از سال بعد به تدریج رو به افزایش نهاد و در ۱۳۳۰ به بیش از دو برابر و ظاهراً به ۵۳۸ عنوان در سال رسید. میانگین سالانه که در دهه ۱۳۱۰ حدود ۲۰۰ عنوان بود، در دهه ۱۳۲۰ به حدود ۳۰۰ عنوان افزایش یافت. در دهه ۱۳۳۰، چند نوسان نسبتاً شدید رخ داد. در سالهای ۱۳۳۲ و ۱۳۳۳ به سبب وقوع کودتا در ایران و بحرانهای سیاسی - اجتماعی، مشکلات اقتصادی و روی آوردن مردم به مسائل روز و خواندن روزنامه و مجله‌ها، نشر کتاب کاهش یافت (نگاه کنید به: میرآفتابی، مرتضی، نشر کتاب در ایران، تهران، ۱۳۵۷، ص ۲۰ به بعد).

در ۱۳۳۴، کتابهای منتشر شده به ۷۹۷ عنوان رسید که در تاریخ نشر ایران تا آن زمان رقم بی‌سابقه‌ای بود. علت آن را احتمالاً تلاش دولت کودتا، برای تبلیغات از راه چاپ کتاب، انتشارات دولتی و کاهش شمار روزنامه و مجلات می‌دانند (نیز نگاه کنید به: میرآفتابی، مرتضی، همانجا).

از آن سال به بعد چون کتاب‌شناسی ملی انتشار یافته است، دنبال کردن نام و مشخصات و تعداد کتابها و نیز تفکیک و دسته‌بندی آنها بر حسب موضوع و متغیرهای دیگر تا حدود زیادی ممکن است. بر اساس آماره‌ای که از

سال	سرجمع کتابهای منتشر شده (عنوان)	سال	سرجمع کتابهای منتشر شده (عنوان)
۱۳۲۰	۳۲۸	۱۳۲۰	۵۳۸
۱۳۲۱	۲۸۶	۱۳۳۱	۴۸۰
۱۳۲۲	۱۹۳	۱۳۳۲	۳۸۷
۱۳۲۳	۳۲۸	۱۳۳۳	۳۹۴
۱۳۲۴	۳۲۸	۱۳۳۴	۷۹۷
۱۳۲۵	۳۱۰	۱۳۳۵	۵۷۰
۱۳۲۶	۳۶۹	۱۳۳۶	۶۹۰
۱۳۲۷	۳۱۳	۱۳۳۷	۶۲۱
۱۳۲۸	۵۰۵	۱۳۳۸	۴۸۵
۱۳۲۹	۳۰۸	۱۳۳۹	۵۶۸

مأخذ: گزارش فرهنگی ایران

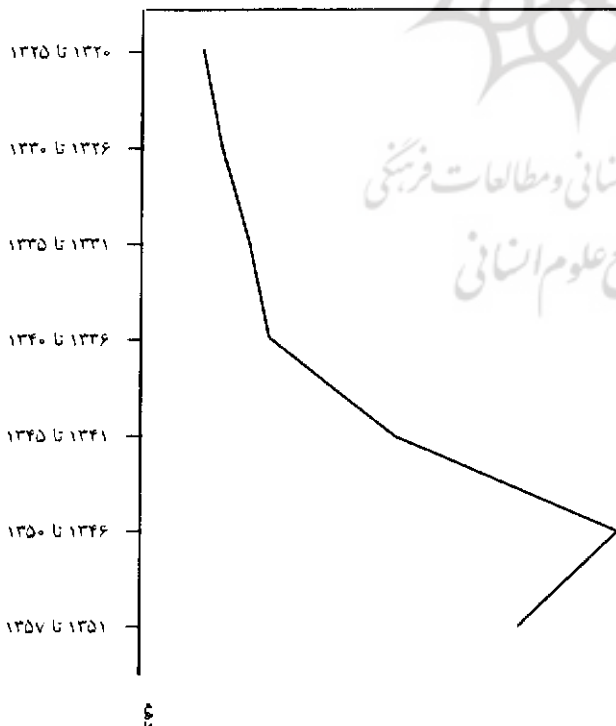
جدول ۱-۱۸ کتابهای منتشر شده در ایران (از ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۹).

جدول ۲-۱۸ کتابهای منتشر شده در ایران (از ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۷).

سال	سرجمع کتابهای منتشر شده (عنوان)
۱۳۴۰	۵۸۷
۱۳۴۱	۸۰۳
۱۳۴۲	۷۵۱
۱۳۴۳	۱۰۴۸
۱۳۴۴	۱۷۵۲
۱۳۴۵	۲۱۳۷
۱۳۴۶	۳۱۶۹
۱۳۴۷	۳۶۲۱
۱۳۴۸	۴۰۷۹
۱۳۴۹	۴۲۵۹
۱۳۵۰	۳۴۷۴
۱۳۵۱	۳۳۷۹
۱۳۵۲	۳۰۷۰
۱۳۵۳	۱۸۷۲
۱۳۵۴	۲۰۹۴
۱۳۵۵	۱۶۸۹
۱۳۵۶	*۳۰۲۷
۱۳۵۷	*۲۹۹۷

مأخذ: گزارش فرهنگی ایران؛ کتابشناسی ملی ایران

میانگین تعداد کتابهای منتشر شده



نمودار ۱-۱۸ فراز و فرود نشر کتاب از ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷

کتابشناسی‌های ملی می‌توان به دست آورد، آهنگ نشر کتاب در دهه ۱۳۳۰ سالانه رشد کرده و میانگین شمار آنها در همان دهه بیش از ۵۰۰ عنوان بوده است (نگاه کنید به: ایرج افشار، کتابشناسی ایران و کتابهای ایران)

در سالهای پایانی دهه ۱۳۳۰، کتاب در ایران با تورمی بی‌سابقه رو به رو شد. به نظر می‌رسد شمار کتابهای منتشر شده در آن سالها از نیاز و ظرفیت بازار و قدرت اقتصادی خرید مردم بیشتر بود. ناشران و کتاب‌فروشان بسیاری ناگزیر شدند انبوه کتابهای انبار شده را، به قصد دست یافتن به پول نقد و حذف هزینه‌های سرمایه‌راکد، به قیمت ارزان حراج کنند. برخی از ناشران کتابهایشان را با تخفیفهای چشمگیر می‌فروختند، حتی کتابهای بعضی از ناشران کیلویی فروخته شد. خریداران از میان کتابها هر چه می‌خواستند انتخاب می‌کردند و در ترازوی می‌گذاشتند و بر حسب وزن کتابهای «باد کرده»، مبلغ آنها را می‌پرداختند. همین رویداد که از نظر کسانی که آن سالها را ندیده بودند باورکردنی نمی‌نمود، در ۱۳۸۰، پس از گذشت ۴۰ سال، و درست روبه‌روی دانشگاه تهران تکرار شد.

فروش کتاب به صورت کیلویی، یا فروش کتابهای ناشران دیگر به صورت قرعه و شانسی، ابتکاری که کانون معرفت در لاله‌زار به خرج داده بود، نشانه‌ای از بحران نشر کتاب در آن سالها، و به گونه‌ای نیز یکی از نشانه‌های بحران فرهنگی است، ولی مطمئناً گواه‌گویایی از وضع بد و نابسامان اقتصاد کتاب در ایران است (نیز نگاه کنید به: ناصرالدین صاحب‌الزمانی، محمد حسن، اقتصاد بیمار کتاب، تهران، ۱۳۴۷؛ نیز برای به دست آوردن اطلاعات دست اول درباره ابتکار فروش کتاب به صورت کیلویی و تأثیرهای احتمالی آن در بازار راکد نشر، نگاه کنید به: «گفت و گو با محمود کاشی‌چی»، بخارا، ش ۱۱، فروردین - اردیبهشت ۱۳۷۹، ص ۷۹ به بعد).

آمار کتاب‌شناسیها نشان می‌دهد که شمار کتابهای منتشر شده در ایران در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ همراه با نوسانهایی در افزایش بوده است؛ برای مثال در سالهای آغازین دهه ۱۳۴۰، به طور متوسط ۷۰۰ عنوان در سال و در سالهای آغازین دهه ۱۳۵۰، به طور متوسط ۲۷۰۰ عنوان کتاب در سال انتشار یافته است. در سالهای پایانی دهه ۱۳۴۰، شمار کتابهای منتشر شده حتی به حدود ۴۰۰۰ عنوان در سال نیز رسید، اما در سالهای منتهی به انقلاب اسلامی ایران در ۱۳۵۷، شمار کتابهایی که از مجراهای رسمی منتشر شد به شدت کاهش یافت و به حدود نصف کتابهای منتشر شده در سالهای پایانی دهه پیش از آن رسید (جدول ۲-۱).

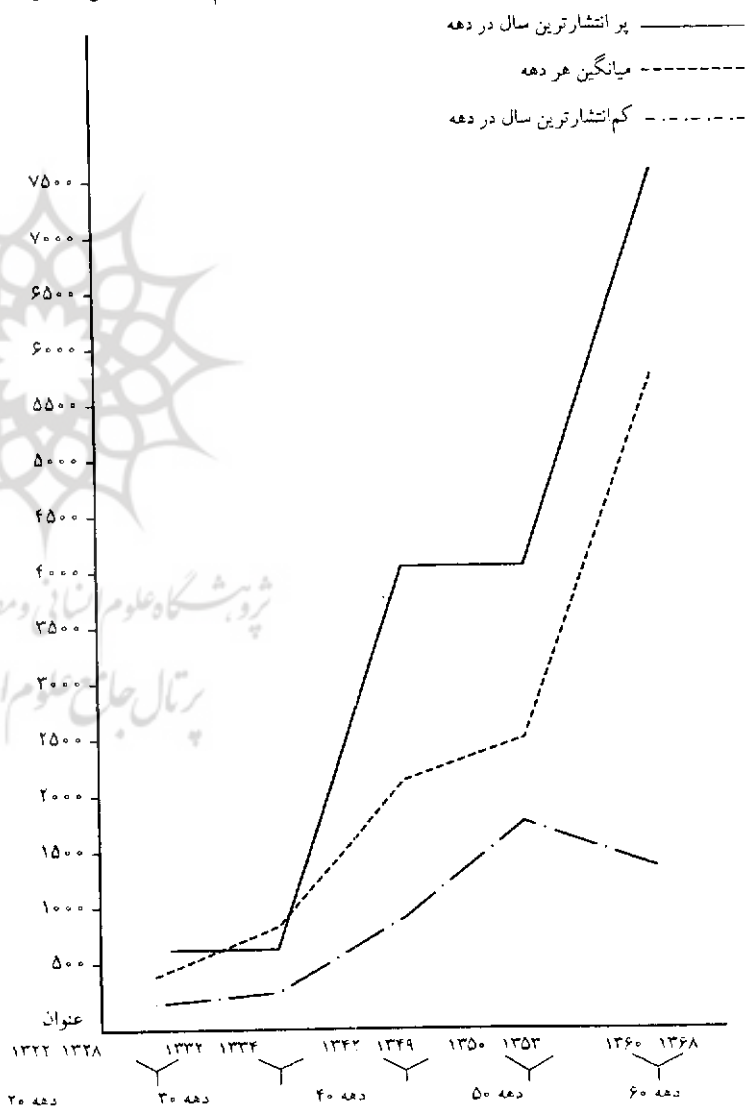
و مقایسه بیشتر نگاه کنید به: مرکز آمار ایران، کتاب و مطبوعات در ایران، تهران، ۱۳۵۲).

موضوع کتابها و تحولی کمیت و کیفیت آنها در طول سالها، به بحثی مفصل نیاز دارد. آنچه به اختصار در اینجا می‌توان گفت، این است که عاملهای مختلفی در تعیین موضوعهای کتاب تأثیر دارد که از آن جمله است نیاز جامعه، ذوق و سلیقه و گرایشهای فکری مردم و انتخابهایی که ناشران و پدیدآورندگان به تبع بازار و خواننده به عمل می‌آورند. برای مثال در آستانه انقلاب اسلامی و تا مدتی پس از آن، کتابهای سیاسی و انواعی از کتابهای مذهبی خواستار بسیار داشت؛ در سالهای اخیر کتابهای تاریخی، خاطرات، زندگی‌نامه، سفرنامه، داستان تاریخی بیش از سایر کتابها خواننده و فروش داشته است؛ و در این دهه چندین برابر دهه ۴۰، کتابهای اقتصاد و مدیریت خواستار دارد. این تحول را با ارائه آمارهای کتاب بر اساس تقسیم‌بندی موضوعی و نمودارهای مقایسه‌ای بر پایه سال و دهه می‌توان نشان داد.

در دهه‌هایی که گفتیم، تغییرات اجتماعی و به دنبال آن تغییرات اقتصادی فراوانی روی داد. جمعیت کشور افزایش یافت، مهاجرت از روستاها به شهرها، به‌ویژه پس از اصلاحات ارضی و تغییر ساختار اجتماعی روستاها و نیز از شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ شدت گرفت و ترکیب جمعیتی کشور دگرگون شد. وضع اقتصادی ایران و همچنین جایگاه این کشور در جهان، چه از لحاظ صادرات نفت و چه از حیث اهمیت سوق‌الجیشی و نظامی و عوامل دیگر، موجب شد که در همه عرصه‌ها و زمینه‌ها تحولاتی صورت بگیرد. این تحولات بر همه جنبه‌ها، و از جمله بر نشر کتاب تأثیر می‌گذاشت و لاجرم تغییراتی را در این عرصه به بار می‌آورد. برای مثال، از جمله تغییرات و تحولات می‌توان از اینها یاد کرد:

- توسعه و ازدیاد مدارس، آموزشگاهها، دانشگاهها، مراکز علمی، پژوهشی و فرهنگی؛
- افزایش دانش‌آموزان، دانشجویان و سوادآموزان؛
- احداث چندین چاپخانه بزرگ، که مهم‌تر و معروف‌تر از همه چاپخانه افست است؛
- تأسیس کتابخانه‌های تازه؛
- تأسیس سازمانهای مخصوص تدوین و نشر کتابهای درسی و دانشگاهی؛
- تأسیس تعدادی مؤسسه انتشاراتی و چند سازمان بزرگ نشر؛
- تأسیس سازمان ویژه تدوین و نشر کتابهای کودکان و نوجوانان؛
- به وجود آمدن نشر تخصصی؛
- انتشار کتاب در بعضی از مؤسسه‌های انتشاراتی

با این حال، شمار کتابهای منتشر شده در سه دهه به طور کلی سیر صعودی داشته است. اما اضافه شدن ارقام نمی‌تواند از رونق نشر کتاب، افزایش کتاب‌خوانی، رشد فرهنگی و مانند آنها حکایت کند. برای داوری منصفانه باید آمار مربوط به کتاب را با شاخصهای دیگر داخلی و نیز با آمارهای کتاب در کشورهای دیگر مقایسه کرد. سنجش نشان می‌دهد که آهنگ افزایش انتشار کتاب به هیچ روی قابل مقایسه با افزایش عده باسوادان، دانش‌آموزان و دانشجویان، تعداد دانشگاهها و مؤسسات آموزشی و نیز قابل مقایسه با سایر فعالیتهای فرهنگی و فراغتی و رسانه‌های دیگر ارتباطی نبوده است. در بررسی واقع‌بینانه، معلوم می‌شود که در طول آن سالها از شمار کتاب‌خوانان به نسبت جمعیت کم شده است (برای آمارها



نمودار ۲-۱۸ پراکنش‌ترین و کم‌انتشارترین سال در هر دهه و میانگین دهه

مجهز بر اساس معیارهای رایج بین‌المللی؛

- تدریس برخی از رشته‌ها و زمینه‌های مرتبط با کتاب و چاپ و نشر در دانشگاهها و مؤسسات آموزشی و فنی؛

- تشکیل نمایشگاههای کتاب؛

- تشکیل انجمنهای کتاب؛

- اعطای جوایز کتاب و برگزاری جشنهای کتاب؛

- تبلیغ و معرفی کتاب از راه رسانه‌ها؛

- ایجاد تخصصها و مشاغل تازه در چاپ و نشر و

فعالیت‌های وابسته

- تشکیل اتحادیه‌های صنفی چاپ و نشر؛

- تصویب قوانین حمایت از حقوق پدیدآورندگان و

نشر؛

- حرکت‌های روشنفکری و جنبشهای فکری - سیاسی.

این تحولات از جهات مختلف بر نشر کتاب تأثیر

گذاشت. امکانات فنی چاپ و توان چاپخانه‌ها البته

متناسب با نیازهای فرهنگی رشد نیافته بود. دولت به ویژه

در زمینه دهه ۱۳۵۰، مجبور شد بخشی از کتابهای درسی

را در چاپخانه‌های خارج از کشور چاپ کند، زیرا ظرفیت

چاپخانه‌های داخلی پاسخگو نبود. برای چاپ برخی از

کتابها و نشریات خاص ناچار شدند به چاپخانه‌های خارج

از کشور، مثلاً ژاپن، سفارش بدهند. با این وصف،

امکانات فنی چاپی کشور به هر ترتیب می‌توانست

نیازهای نشر را برآورده سازد و بین فعالیت‌های چاپی و

انتشاراتی توازن برقرار بود.

مؤسسه‌های بزرگ انتشاراتی

از دهه ۱۳۳۰ به بعد ناشران بزرگ و فعالی ظهور کردند که

هر کدام به سهم و در حوزه فعالیت و تخصص خود

جایگاه مهمی در تاریخ نشر ایران دارند. برخی از این

ناشران که سوابقی پیش از آن دهه در نشر داشتند، به

همت و سرمایه شخصی و گاه با پذیرفتن مخاطرات، به

نشر کتاب پرداختند. بارزترین نمونه این ناشران مؤسسه

انتشارات امیرکبیر است که با انتشار کتابهای بسیار خوب،

پرهزینه، و گاه اساسی، بر تحول فرهنگی ایران تأثیر

گذاشته است. امیرکبیر، به لحاظ انتشارات بسیار گسترده و

در برخی زمینه‌ها بنیادی، به سان فصلی مهم و تازه در

تاریخ انتشار کتاب در ایران است.

از ناشران خصوصی دیگر که در سالهای مختلف این

دوره فعال بوده‌اند و کتابهای بسیاری منتشر کرده‌اند - هر

چند که برخی از آنها بنا به تعریف، ناشر بزرگ نبوده‌اند -

می‌توان از این‌سینا، اسلامیه، اقبال، بنیاد، پیام، ترقی،

توس، جاویدان، چهر، خوارزمی، خیام، دهخدا، زوار،

سحاب، سروش، سیروس، شرق، شرکت سهامی انتشار،

صافی‌علیشاه، طهوری، علمی، فروغی، گوتنبرگ،

محمدی، مرکزی، نشر اندیشه، نیل و بسیاری دیگر نام

برد. برخی از این ناشران در زمینه‌های تخصصی فعالیت

می‌کردند و برخی ناشر عمومی بودند. از میان اینها، نیل

حدود یک دهه، با انتشار آثار ادبی برگزیده و نقد کتابهای

بدیع، ناشری بسیار تأثیر گذار، و خوارزمی در دوره‌ای از

فعالیت خود ناشری به معنای درست و واقعی کلمه بوده

است. انتشار کتابهای مناسب، دستچین شده، سیاست

مجموعه‌سازی، انتخاب مترجمان خوب، چاپ بسیار کم

غلط و آراسته، جلد‌های ساده و یکسان اما نظرگیر، و

جلب اعتماد خوانندگان، در میان ناشران خصوصی

جایگاه بی‌ظیر به خوارزمی بخشید. شاید بتوان گفت

که در تاریخ نشر خصوصی ایران و در دوره مورد بحث ما،

پس از مؤسسه انتشارات امیرکبیر هیچ ناشر دیگری به پایه

خوارزمی نرسیده است.

در شهرستانها هم چند کتاب‌فروش - ناشر فعالیت

انتشاراتی داشته‌اند، از جمله:

در اصفهان: کتاب‌فروشیهای تأیید، ثقی، مشعل.

در تبریز: کتاب‌فروشیهای تربیت، تهران، چهر و

سروش. مؤسسه انتشارات فرانکلین فقط در تبریز شعبه

داشت و ناشران تبریزی با همکاری این مؤسسه تعدادی

کتاب خوب و ویراسته منتشر کردند.

در شیراز: معرفت، احمدی.

در قم: چند ناشر که فقط کتابهای مذهبی، عربی، و

درسی طلاب را منتشر می‌کردند اما رقم انتشارات آنها

بسیار قابل توجه بود.

در مشهد: باستان و زوار.

در شهرستانهای دیگر نیز بعضی از کتاب‌فروشان در

کنار کتاب‌فروشی به نشر کتاب نیز می‌پرداختند. البته

شمار کتابهای این ناشران در مجموع زیاد نیست.

دانشگاه تهران از زمانی که فعالیت انتشاراتی خود را

وسعت بخشید و سازمانی برای انتشار کتاب، چاپخانه‌ای

نسبتاً مجهز، گروهی افراد فنی و چند فروشگاه برای

فروش کتاب ترتیب داد، به یکی از مؤسسات انتشاراتی

بزرگ کشور تبدیل شد. دانشگاه تهران در دوره‌ای از

فعالیت خود از بزرگ‌ترین، موفق‌ترین و مؤثرترین

سازمانهای انتشاراتی بود و بخش قابل توجهی از نیاز

دانشگاههای کشور به کتابهای درسی را تأمین می‌کرد.

فعالیت انتشاراتی این دانشگاه، هر چند که قابل مقایسه با

گذشته نیست اما تا حدودی ادامه دارد. دانشگاهها و

برخی از مؤسسات دیگر آموزش عالی نیز به نشر کتابهای

دانشگاهی می‌پرداختند. از میان آنها احتمالاً دانشگاه

شهید بهشتی (دانشگاه ملی ایران) از بقیه فعال‌تر بوده

است. انتشارات دانشگاه صنعتی نیز در دوره کوتاهی فعال

و کارآمد، و برخی از منابعی که منتشر کرد، شکیل و قابل

توجه بود.

بنگاه ترجمه و نشر کتاب، سازمان وابسته به دولت، جایگاه بی‌همتایی در نشر متون کهن، ادبی، رمانهای معروف کلاسیک و بعضی آثار مهم مربوط به تاریخ و فرهنگ ایران دارد. نظارت دقیق، آگاهانه و سنجیده‌ای که این بنگاه در چارچوب سیاستهای نشر خود برقرار کرده بود، همراه با ویرایشهای خوب، تسلط فنی و حرفه‌ای و امکانات چاپی موجب شد که کتابهای بنگاه ترجمه و نشر کتاب هر کدام به سهم و در حوزه خود نیازی از نیازهای فرهنگی کشور را برآورده سازند. این بنگاه پس از انقلاب اسلامی تغییر نام داد، سپس با دستگامی دیگر ادغام شد و بخشی از آن که باقی مانده است، با نام انتشارات علمی و فرهنگی فعالیت می‌کند.

انجمن آثار ملی و بنیاد فرهنگ ایران دو ناشر دیگر وابسته به دولت بودند که کتابهای بسیار موثق و با ارزشی در زمینه فرهنگ ایران منتشر کرده‌اند. با اهتمام این مؤسسات تعدادی از مهم‌ترین متون خطی ادبی، عرفانی، اسلامی و هنری کشور تصحیح، تنقیح و منتشر شد. بخشهایی از این دو مؤسسه با نامهای دیگری به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، دستگامی وابسته به دولت بود و با فعالیتها و انتشاراتش سرفصل کاملاً تازه‌ای در نشر ادبیات کودکان و نوجوانان گشود. آمارهای کتاب نشان می‌دهد که در سال ۱۳۲۰ فقط ۱۵ عنوان کتاب مخصوص کودکان انتشار یافته بود و تا ۱۳۳۰ این رقم از ۴۰ عنوان فراتر نرفت، حال آنکه مجموعه کتابهایی که فقط کانون پرورش فکری برای کودکان و نوجوانان منتشر کرده است، از صدها عنوان تجاوز می‌کند. کتابهای خوب، زیبا، خوش‌نشر، خوش‌چاپ، با ترجمه‌ها و ویراستاریهای چیره‌دستانه، طراحیها و نقاشیهای هنرمندانه، و همچنین بسیار ارزان قیمت، این کانون تأثیر انکارناپذیری بر عادت‌های کتاب‌خوانی کودکان و نوجوانان، و ایجاد شوق و انگیزه خواندن در آنان داشته است. جایگاه کانون در میان سازمانهای انتشاراتی ایران از جهاتی منحصر به فرد است. فعالیت‌های کانون با مدیریت و سیاست و روشی دیگر اکنون تا حدودی ادامه دارد.

کانون، گذشته از کتاب، در زمینه‌های دیگری نظیر کتابخانه‌های کودک، کتابخانه‌های سپار، انتشار صفحات و نوارهای موسیقی و قصه برای کودکان، فیلم‌سازی کودک و برخی دیگر از رسانه‌های دیداری - شنیداری، فعال بود. جز اینها، مؤسسات انتشاراتی دیگری بودند که به دولت وابستگی داشتند و در زمینه‌های تخصصی فعالیت می‌کردند. وزارتخانه‌ها و برخی از سازمانهای دولتی نیز به حسب نیاز و در حوزه تخصصی خود منابعی را منتشر

می‌کردند. بعضی از اینها را می‌توان در جرگه ناشران تخصصی دولتی قرار داد، مانند سازمان برنامه و بودجه، سازمان جغرافیایی ارتش، شرکت ملی نفت ایران، مرکز آمار ایران، وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و هنر، وزارت علوم، وزارت کشور. برخی از اینها اکنون نیز به فعالیت انتشاراتی خود ادامه می‌دهند و بعضی دیگر انتشارات خود را وسعت و بهبود بخشیده‌اند، مانند سازمان جغرافیایی ارتش و مرکز آمار ایران سازمان برنامه در دوره محدودی به ناشری فعال و کارآمد تبدیل شد، ولی این دوره، ظاهراً بر اثر تغییر مدیریت‌ها، عمر زیادی نکرد.

مؤسسه انتشاراتی فرانکلین. ناشر دیگری که سرفصل تازه و نقطه عطفی در آن دوره (دهه ۳۰ و ۴۰) و در تاریخ نشر کتاب در ایران به شمار می‌آید. این مؤسسه به ابتکار اتحادیه‌ای از ناشران امریکایی در ۱۳۳۳، و به روایتی در ۱۳۲۹، در ایران و بعضی کشورهای آسیایی و افریقایی تأسیس شد و حدود ۲۰ سال به فعالیت مشغول بود. بدنه اصلی تخصصی فرانکلین در ۱۳۵۴ بخش انتشارات دانشگاه آزاد ایران را با نام سازمان ویرایش و تولید فنی تشکیل داد و شاخه دیگری از آن با نامی دیگر به فعالیت پرداخت و اکنون نیز همین شاخه با مدیریت و سیاستی جدید و به صورت ادغام شده در یک سازمان انتشاراتی وابسته به دولت به انتشار کتاب می‌پردازد.

مؤسسه انتشارات فرانکلین مدتی پس از تأسیس در ایران عملاً به صورت مستقل فعالیت می‌کرد و رابطه آن با سایر شعبه‌های فرانکلین در کشورهای دیگر ظاهراً فقط صوری بوده است.

دامنه فعالیت و تأثیر این مؤسسه، فراخ و بسیار است مؤسسه انتشارات فرانکلین از جهات زیر شاخص است:

- نخستین ناشر ایران به معنای حرفه‌ای بود؛
- نخستین ناشری بود که سعی کرد معیارهای بین‌المللی و رایج نشر را در کتابهایی که چاپ می‌کرد، اعمال کند؛

- نخستین ناشری بود که کتاب را ویراستاری و نسخه‌پردازی کرد و ترجمه‌های مطمئن‌تر و نزدیک‌تر به متن اصلی در اختیار خوانندگان گذاشت؛

- به همه جنبه‌های کتاب و نیز ظاهر و صورت آن اعتنای فنی - تخصصی کرد؛

- از راه آموزشهای نظری و عملی، فرستادن عده‌ای به خارج، تشکیل دوره‌های آموزشی داخلی، تعدادی افراد فنی و حرفه‌ای برای نشر کتاب تربیت کرد که برخی از آنها ستونهای اصلی سازمانهای انتشاراتی دیگر کشور را تشکیل دادند؛

- به منظور افزایش مهارت فنی و چاپ کتابهای

مؤسسه انتشارات فرانکلین مدتی پس از تأسیس در ایران عملاً به صورت مستقل فعالیت می‌کرد و رابطه آن با سایر شعبه‌های فرانکلین در کشورهای دیگر ظاهراً فقط صوری بوده است

منفَع‌تر و مطابق با اصول به ناشران دیگر یاریهای فنی داد؛
- با انتشار بعضی کتابهای مرجع، که بارزترین آن
دایرةالمعارف فارسی به سرپرستی غلامحسین مصاحب
بود، تأثیر عمیقی برجای گذارد. دایرةالمعارف فارسی
مصاحب به تنهایی فصل تازه‌ای در تاریخ چاپ و نشر
کتاب در ایران از همه نظر است، به‌ویژه از حیث دقت،
اطمینان، امانت، صحت علمی، بی‌طرفی و نظم و قاعده
در کار. در واقع این اثر سطح معیارهای نشر منابع مرجع را
در ایران به کلی دگرگون کرد؛

- سازمان‌دهی و انتشار کتابهای درسی در مقیاسی
بزرگ و به شیوه‌ای تازه و کارآمد؛
- تأسیس چاپخانه افست، که در زمان خود بزرگترین
و مجهزترین چاپخانه کشور بود. همین چاپخانه در ترویج
فنون و فرهنگ چاپ در ایران تأثیر بسیاری گذاشت؛

- انتشار تعداد بسیاری کتاب، در زمینه‌های مختلف و
با کیفیتهای خوب و گاه بسیار خوب که بعضی از آنها در
حوزه خود به منزله متنهاى موثق، مطمئن، مرجع،
شاخص، و از نظر فنی و هنری کم نظیر است؛

- تأسیس سازمان کتابهای جیبی و انتشار شمار
بسیاری کتاب در قطع جیبی و با قیمت ارزان (انتشار
کتابهای جیبی خود مبحثی جداست و تأثیر آن در جامعه
بسیار عمیق بوده است (نگاه کنید به مطلب مختصر زیر)
مؤسسه انتشارات فرانکلین، جز اینها فعالیت‌های
دیگری نیز داشته است که چون ارتباط مستقیمی با
موضوع نشر کتاب ندارد، ذکر آنها در اینجا ضروری
نیست. در مجموع شاید بتوان این مؤسسه را بانی و مروج
نشر جدید کتاب در ایران دانست.

کتابهای جیبی در ایران. در دوره قاجار کتابها و

کتابچه‌هایی در قطع جیبی در ایران منتشر شده است و از
این رو، این قطع برای کتاب در ایران بی‌سابقه نیست؛ اما
«کتاب جیبی» به عنوان نوعی کتاب با ویژگیهای خاص،
مثلاً با قیمتی ارزان، کاغذ کاهی و با موضوعها و
زمینه‌هایی بخصوص، و در واقع هویتی از آن خود، به
مجموعه کتابهایی گفته می‌شود که از حدود دهه ۱۳۴۰
انتشار آنها در مقیاس وسیع آغاز شد. مبتکر، بانی و مروج
آن مؤسسه انتشارات فرانکلین بود که شرکت سهامی
کتابهای جیبی را به این منظور بنیاد نهاد، هر چند که این
شرکت بعدها به انتشار کتابهایی در قطع غیرجیبی نیز
پرداخت. برنامه‌ای که برای این شرکت در نظر گرفته شده
بود بسیار وسیع بود و از انتخاب کتابهای مناسب در قطع
جیبی تا توزیع و تبلیغ را دربر می‌گرفت. بهای فروش هر
جلد کتاب جیبی در دهه ۱۳۴۰ معمولاً ۲۰ تا ۳۰ ریال بود
که در آن زمان هم نسبت به میانگین درآمد طبقات متوسط
جامعه مبلغ زیادی نبود. در آغاز بیشتر رمانهای پرکشش،
داستانهای پلیسی و پرماجرا، کتابهای ادبی و مشهور و
مردم‌پسند در این قطع انتشار می‌یافت اما به تدریج انتشار
کتابهای جدی و سنگین نیز در این قطع آغاز و با استقبال
خوانندگان هم روبه‌رو شد. شمارگان کتابها به طور متوسط
۱۰ هزار نسخه بود. استقبال بسیار خریداران و
خوانندگان، ناشران دیگر را به سر ذوق آورد که آنها نیز در
این قطع کتاب منتشر کنند. معرفت، امیرکبیر و برخی
ناشران دیگر از جمله ناشرانی بودند که مجموعه‌های
تازه‌ای در قطع جیبی ترتیب دادند و به نشر کتاب در این
قطع پرداختند. مجموعه چه می‌دانم؟ از نمونه‌های خوب
کتابهایی است که در این قطع انتشار یافته است (برای
آگاهی بیشتر درباره چند و چون کتابهای جیبی در ایران
نگاه کنید به: امامی، کریم، «کتاب جیبی در ایران»، نشر
دانش، دوره ۴، ش ۵، (مرداد - شهریور - ۱۳۶۳): ۷۸ به
بعد.

عمر کتابهای جیبی دیری نپایید و افول آن آغاز شد.
این افول تأثیر ناگواری بر عادات کتاب‌خوانی و بر
خوانندگان علاقه‌مند اما کم درآمد گذاشت. دور شدن
علاقه‌مندان از کتاب‌خوانی، تأثیر منفی فرهنگی داشت.
دلایلی برای افول کتابهای جیبی، به عنوان رویدادی مهم
در تاریخ نشر ایران، ذکر کرده‌اند که می‌توان از عوامل زیر
یاد کرد:

۱. بازار کتاب تا حدودی از کتابهای جیبی اشباع شد و
در عین حال هزینه نسبی چاپ و نشر کتاب بالا رفت و
قطع جیبی در رقابت با کتابهای قطع دیگر صرفه اقتصادی
خود را از دست داد؛

۲. چاپخانه‌ها به دلایل اقتصادی تولید کتابهای جیبی
را در اولویت برنامه‌های چاپی خود قرار ندادند و در این

رقابت نیز کتابهای جیبی آسیب دید؛

۳. انتخابهای ناسنجیده موجب شد که کتابهای بی‌ارزش و کم‌ارزشی در این قطع منتشر شود و در نتیجه هویتی که قبلاً به نوعی برای کتابهای جیبی احراز شده بود از بین رفت و خوانندگان علاقه و اعتماد خود را از دست دادند؛

۴. دهه ۱۳۴۰ مصادف با گسترش برنامه‌های تلویزیونی بود و ظاهراً قشری از خوانندگان تماشای تلویزیون را بر کتاب‌خوانی ترجیح دادند، و رقابت جدی این رقیب رسانه‌ای تازه نیز از شمار خوانندگان کتابهای جیبی کم کرد؛

۵. تنزل کمی و کیفی کتابهای جیبی، بازار اقتصادی این قطع را از دست داد و انگیزه ناشران را برای سرمایه‌گذاری و ادامه فعالیت در این راه از بین برد. عمر کتابهای جیبی حدود یک دهه بیشتر نپایید و بازار آن در عرصه نشر نخست راکد و سپس تعطیل شد. توقف انتشار کتاب در این قطع، بدون تردید تأثیر فرهنگی منفی به جای گذاشت (برای آگاهی بیشتر درباره این قسمت نگاه کنید به: امامی، کریم، همان مقاله؛ جعفری، محمدرضا، «یادداشتی درباره کتاب جیبی در ایران»، کتابنمای ایران، دفتر یکم، گردآورده چنگیز پهلوان، تهران، ۱۳۶۶، ص ۴۴۷).

ناشران کوچک و خرده‌پا. ناشران بر پایه میزان سرمایه‌ای که وارد کار نشر می‌کنند، شمار کتابهایی که در سال انتشار می‌دهند، عده همکاران مولد و تواناییهای دیگرشان در نشر، به بزرگ، متوسط، کوچک و خرده‌پا تقسیم می‌شوند. ناشران کشورهای در حال توسعه را نمی‌توان بر اساس ضوابط تقسیم‌بندی در کشورهای توسعه‌یافته دسته‌بندی کرد. در کشوری مانند ایران، اگر ناشری بتواند ماهی دو کتاب و سالی ۲۴ کتاب منتشر کند، ناشری فعال به شمار می‌آید، و با این تعداد کتاب می‌تواند از راه نشر کتاب ارتزاق کند؛ کمتر از این تعداد بعید است بتواند امور ناشر را اداره کند. در کشورهایی که نشر، صنعتی فعال است، ناشری که در سال حدوداً کمتر از ۱۰۰ عنوان کتاب منتشر کند، فعال به شمار نمی‌آید. مرز فعال و غیرفعال در نشر، نسبی است و به چگونگی اقتصاد کتاب و نشر بستگی دارد.

اگر جمع کتابهایی که ناشران کوچک و خرده‌پا در طول دهه‌های مختلف منتشر کرده‌اند با شمار کتابهایی که ناشران بزرگ انتشار داده‌اند مقایسه شود معلوم خواهد شد که سهم ناشران کوچک در مجموع کتابهای انتشار یافته در ایران ناچیز نیست، و از این رو به نقش ناشران کوچک در تولید کتاب باید با دقت توجه کرد. حتی از کمیت هم که

بگذریم، نقش آنها از لحاظ تولید فرهنگی، عرضه آثار و تنوع فکر و اندیشه نیز بی‌اهمیت نیست. در حقیقت بار فرهنگی کشور را تا اندازه قابل توجهی همین ناشران کوچک با سرمایه‌های اندک و امکانات کم و محدود بر دوش کشیده‌اند. شمار زیادی از آنان سرمایه کمی دست و پا کرده‌اند، چند صباحی به فعالیت پرداخته‌اند، تعدادی کتاب عرضه داشته‌اند و بعد هم معمولاً پاکبخته، یا بیمناک از پاکبختگی، میدان نشر را با تأسف و اندوه ترک کرده‌اند. جز چند مورد نادر دشوار بتوان ناشر کوچکی را نام برد که به ناشر بزرگی تبدیل شده باشد و آن تعداد اندکی که بزرگ شده‌اند ظاهراً هیچ کدام از راه نشر کتاب و سود حاصل از این راه دستگاه و فعالیت خود را توسعه نداده‌اند. فعالیت‌هایی مانند خرید و فروش کتاب، پخش، چاپ، یا سرمایه‌گذاری و مشارکت در چاپ کتابهای درسی، و کارهای دیگر اقتصادی معمولاً سبب افزایش سرمایه و گسترش دستگاه آنها بوده است. بازار محدود و کم توان کتاب در آن دهه‌ها برای تقویت و توسعه نشر و ناشران مناسب نبود، گویانکه محدودیتهایی که اکنون در نشر به چشم می‌بینیم مانع از هرگونه تقویت و توسعه است.

ناشران کوچک و خرده‌پا از ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷، عمدتاً در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰، بیشتر ناشران عمومی بودند و در زمینه‌هایی چون ادبیات، اعم از داستان و نظم و نشر، تاریخ، سفرنامه، سیاست‌روز، زندگی‌نامه و سرگرمیهای خواندنی، کتاب منتشر می‌کردند. تعدادی از آنها بر اساس گرایشهای عقیدتی و سیاسی و اصولاً در دو حوزه عمده نگرشهای مذهبی و ایدئولوژیک فعالیت می‌کردند. در واقع اکثریت قریب به اتفاق کتابهایی که با گرایشهای مذهبی و چپ انتشار یافت، کتابهای «جلد سفید» و آثاری که به گونه‌ای با رژیم سیاسی حاکم مخالفت داشت، از سوی ناشران کوچک و خرده‌پا انتشار یافته است. نکته در خور توجه این است که اگر موارد افراط و تفریط را کنار بگذاریم، ناشرانی را که صرفاً به انگیزه وابستگی سیاسی، عقیدتی، حزبی، فرقه‌ای به نشر رو آورده بودند و عده دیگری را که با اغراض بخصوصی به نشر کتاب می‌پرداختند جدا کنیم، و در واقع بینابین را در نظر بگیریم، آن دسته از ناشران کوچک و خرده‌پایی که باقی می‌مانند همانهایی هستند که در تحولات فکری و فرهنگی جامعه ایران نقش عمده‌ای داشته‌اند، به گرایشها و سلیقه‌ها جهت داده‌اند، و بر جوانان کتاب‌خوان تأثیر گذاشته‌اند.

سیاست فرهنگی رژیم گذشته نه تنها از این دسته ناشران حمایت نمی‌کرد و به اهمیت کارشان در دراز مدت واقف نبود، بلکه با ایجاد مانع و تضییق، توان محدود آنها را نیز کاهش می‌داد. از سوی دیگر، چون اتحادیه ناشران

آزاد و فعال نبود و اساساً جایی هم برای فعالیت اتحادیه‌هایی نظیر اتحادیه ناشران وجود داشت، این دسته از ناشران که انگیزه‌ها و علاقه‌های فرهنگی تری داشتند و می‌توانستند حرکت‌های پیشرو را برای توسعه و اعتلای نشر در جمع ناشران ایجاد کنند، میدانی برای فعالیت نیافتند.

نکته در خور توجه اینکه در شرایط بروز بحران اقتصادی، همین دسته از ناشران آسیب‌پذیرتر از بقیه هستند؛ کما اینکه در سالهایی که گفتیم بروز بحران در نشر، رکود، کساد و حتی تعطیل کار ناشران کوچک و خرده‌پا را تشدید کرد. این مشکل که در حقیقت یکی از مشکلات مزمن نشر کتاب در ایران و یکی از خطاهای آشکار سیاست فرهنگی رژیم گذشته بود بر طرف نشد و ادامه یافت. در سالهای پس از انقلاب اسلامی ناشران کوچک و خرده‌پا، که در فضای جدید و بدون سانسور سیاسی بهتر می‌توانستند فعالیت کنند، با مشکلات تازه‌تر و سهمگین‌تر اقتصادی مانند گرانی کاغذ و هزینه‌های چاپ و صحافی و توزیع و سایر هزینه‌ها رو به رو شدند و نتوانستند در برابر این امواج سهمگین اقتصادی پایداری کنند. حال، سیاست فرهنگی جاری تا چه حد به اهمیت این نکته واقف است و از کدام اهرم‌های حمایتی برای حفظ زنده‌ترین بخش فعالیت نشر استفاده می‌کند نکته‌ای است که پاسخ آن را باید به کمک تحقیق و بررسی‌های دقیق آمار و ارقام داد.

تحول در نشر در ایران، پس از ۱۳۵۷

در آستانه انقلاب اسلامی ایران، در نشر کتاب تحول چشمگیری روی داد. آثاری که سالها اجازه انتشار نیافته بود و سانسور و اختناق مردم را از خواندن آزادانه آنها محروم ساخته بود، هر چند با کیفیتهای نامناسب و ضعیف، انتشار یافت و با استقبال گسترده طرفداران خود

رو به رو شد. عرضه کتاب تقریباً به همه بخشها و سطوح جامعه کشید و بسیاری از نهادهای وابسته به دولت، از راههای مختلف راه را به روی کتاب گشودند. بساط فروش کتاب در همه جا دایر شد و عرضه و فروش و استقبال بر نشر تأثیر گذاشت و مؤسسات انتشاراتی زیادی به سرعت تأسیس شدند و شروع به فعالیت کردند، چندان که امید می‌رفت فصل تازه‌ای در تاریخ نشر کتاب در ایران آغاز گردد. به طور کلی شاید بتوان علت‌های رونق نسبی نشر کتاب در ایران را در سالهای انقلاب اسلامی، سالهایی که از آستانه انقلاب آغاز شده و تا شدت گرفتن بحران اقتصادی تا نیمه‌های دهه ۱۳۶۰ ادامه یافته است، به این شرح برشمرد:

۱. افزایش خریداران کتاب؛
 ۲. روی آوردن قشرهایی از مردم، به‌ویژه جوانان، به کتاب‌خوانی و تفکر و تحلیل جدی‌تر؛
 ۳. احترام و ارج نهادن به کتاب از سوی نهادهای رسمی کشور که خود مجوزی برای ورود کتاب به همه قسمتهای جامعه است؛
 ۴. افزایش شمار دانشجویان و دانش‌آموزان و نیاز آنها به کتاب؛
 ۵. ظهور تعداد نسبتاً زیادی ناشر کوچک؛
 ۶. ظهور ناشران جدیدی در شهرستانها؛
 ۷. تأسیس تعدادی سازمان انتشاراتی وابسته به دولت و نهادهای رسمی؛
 ۸. فعال شدن برخی سازمانهای انتشاراتی دولتی که پیشتر خیلی فعال نبودند؛
 ۹. ورود دستگاههای جدید حروف‌چینی و چاپ؛
 ۱۰. ورود رایانه و رواج آن و در واقع برطرف شدن تنگنای حروف‌چینی و تسهیل آن.
- مجموعه این عوامل به اضافه علت‌های دیگر سبب شد که نشر کتاب رونق بگیرد. در اوایل دهه ۱۳۶۰، چشم‌انداز



نشر کتاب تا بدان حد امیدوار کننده شد که شماری از نویسندگان، مترجمان و ویراستاران به صرافت افتادند که به صورت حرفه‌ای و از راه کتاب زندگی کنند. طبیعتاً اگر بازار نشر می‌توانست به رونق خود ادامه دهد و زندگی قشر حرفه‌ای را از نظر مالی و اقتصادی تأمین کند، نشر کتاب در ایران به عرصه کاملاً جدیدی راه می‌یافت، اما مشکلات فراوان و پی‌درپی که در راه بود، شدت گرفتن جنگ ایران و عراق، رکود اقتصادی، گرانی فزاینده و سرسام‌آور مواد و مصالح کتاب، به‌ویژه کاغذ که به بحرانی جدی تبدیل شد، ناتوانی فنی، گرفتاریهای متعدد مردم و روی گرداندن آنها از کتاب، کاهش فعالیت و تولید پدیدآورندگان و مولدان کتاب، کاهش سرمایه‌گذاری در نشر، بحران عمومی اقتصادی که طبعاً بر اقتصاد نشر هم تأثیر مستقیم می‌گذارد، و نیز عوامل دیگر، سبب شد که

نشر کتاب در ایران با یکی از جدی‌ترین بحرانها در تاریخ حیات خود دست به گریبان شود. بحران نشر در شروع دهه ۱۳۷۰ ادامه یافت. آنچه مسلم است اینکه برای چیره شدن بر بحران نشر کتاب در ایران باید به سرمایه‌گذاریهای گسترده و بلندمدت و اقدامات متعدد در عرصه‌های بسیار دست زد. سرمایه‌گذاریها مستلزم مشارکت وسیع بخش خصوصی و دولتی و همکاری نزدیک آنها و داشتن سیاست و برنامه‌ای سنجیده و مشخص از جانب هر دو طرف است. سرمایه‌گذاریها و اقدامات، هر چند که در عمل با هماهنگی کامل به اجرا درآید و به موفقیت بینجامد، نتایج آن در آینده نزدیک آشکار نخواهد شد (جدول ۳-۱).

در سالهای اخیر شمار ایرانیان مقیم خارج از کشور افزایش یافته است. درباره این عده تخمینهای متفاوتی

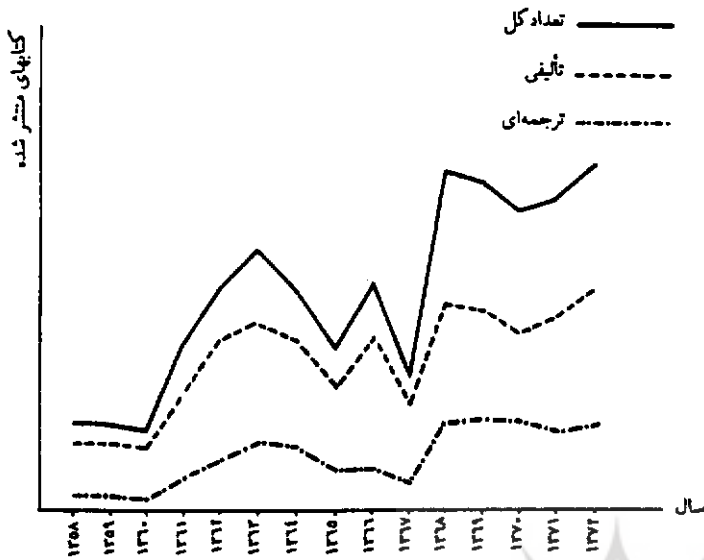
جدول ۳-۱۸ کتابهای منتشر شده تالیفی و ترجمه‌ای در ایران (از ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۸).

سال	کتابهای تالیفی (عنوان)	کتابهای ترجمه‌ای (عنوان)	سرجمع کتابهای منتشر شده
۱۳۵۸	۱۴۴۶	۴۲۷	۱۸۷۳
۱۳۵۹	۱۴۳۳	۴۰۱	۱۸۳۴
۱۳۶۰	۱۱۵۲	۳۳۹	۱۴۹۱
۱۳۶۱	۲۶۸۳	۱۰۰۵	۳۶۸۸
۱۳۶۲	۳۸۹۷	۱۵۵۰	۵۴۴۷
۱۳۶۳	۴۶۵۷	۱۸۷۳	۶۵۳۰
۱۳۶۴	۴۰۶۲	۱۶۹۲	۵۷۵۴
۱۳۶۵	۳۰۲۴	۱۱۶۴	۴۱۸۸
۱۳۶۶	۴۳۱۱	۱۲۰۸	۵۵۱۹
۱۳۶۷	۲۹۲۷	۹۳۹	۳۸۶۶
۱۳۶۸	۵۳۱۵	۲۴۸۳	۷۷۹۸
۱۳۶۹	۵۰۴۰	۲۴۷۶	۷۵۱۶
۱۳۷۰	۴۴۹۴	۲۳۵۵	۶۸۴۹
۱۳۷۱	۴۹۳۹	۲۱۶۵	۷۱۰۴
۱۳۷۲	۵۶۷۰	۲۲۳۰	۷۹۰۰
۱۳۷۳	۷۳۶۱	۳۱۷۱	۱۰۵۳۲
۱۳۷۴	۸۹۳۵	۲۹۹۵	۱۱۸۹۰
۱۳۷۵	۱۲۰۶۹	۲۴۰۴	۱۴۴۷۳
۱۳۷۶	۱۱۶۸۲	۳۶۹۶	۱۵۳۲۴
۱۳۷۷	۱۲۸۷۵	۴۳۳۵	۱۷۲۱۰
۱۳۷۸	۱۶۷۲۴	۴۴۰۸	۲۱۱۳۲

مأخذ: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، خانه کتاب، بانک اطلاعاتی

زده‌اند. برخی منابع رسمی رقم آنان را حتی تا ۴ میلیون تن برآورد کرده‌اند که اگر صحت داشته باشد، رقمی عظیم است. این شمار از ایرانیان هم به منابع فارسی که در ایران منتشر می‌شود، نیازمندند و هم خود در کشورهای متفاوت آثاری به زبان فارسی یا به زبانهای دیگر، اما درباره جنبه‌های مختلف مربوط به ایران منتشر می‌کنند. این آثار، به هر شکل و صورت، به مبحث نشر کتاب مربوط می‌شود و جزو ادبیات فارسی و ایرانی به شمار می‌آید.

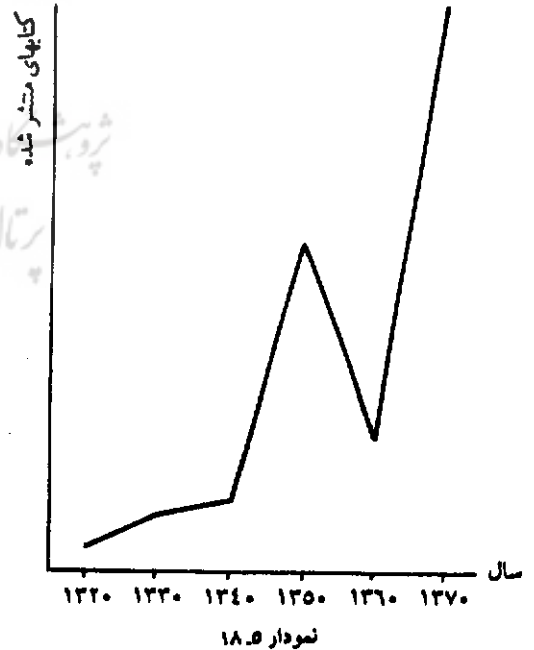
نشر کتابهای فارسی در دو دهه گذشته در خارج از کشور مراحل متفاوتی را سپری کرده است. در سالهای نخستین بیشتر شامل کتابهای سیاسی و ایدئولوژیک بود و در سالهای اخیر بر شمار کتابهای جدی‌تر، پژوهشی و آثار فکری، هنری و ادبی و تحلیلی و تفسیری افزوده شده است. فقط مجامع ایرانی در شهر لوس آنجلس امریکا بیش از ۸۰ نشریه ادواری منتشر می‌کنند. احتمال می‌رود از ۱۳۵۷ تا کنون حدود ۱۵۰۰ عنوان کتاب و بیش از ۵۰۰ عنوان نشریه از سوی محافل ایرانیان مقیم خارج منتشر شده باشد. چند ناشر کتابهای فارسی در کشورهای امریکا، کانادا، آلمان، سوئد و چند کشور دیگر نسبتاً فعال‌اند (برای اطلاعات تفصیلی‌تر نگاه کنید به: سیفی، اسدالله، «چاپ و نشر ایرانیان در خارج از کشور»، نگاه نو، ش ۴۳ (زمستان ۱۳۷۸: ۱۵ به بعد)



نمودار ۱۸۳ کتابهای منتشر شده تألیفی و ترجمه‌ای در ایران (از ۱۳۲۲ تا ۱۳۷۲)



نمودار ۱۸۴ نوسان منحنی نشر کتاب در خلال ۳۸ سال



سیر منحنی نشر کتاب در ۵ دهه (از ۱۳۲۰ تا ۱۳۷۰)

موانع و مشکلات تا ۱۳۵۷

بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد که صاحب‌نظران و کارشناسان نشر کتاب در ایران از دیرباز بر این عقیده بوده‌اند که نشر کتاب در ایران با مشکل و بحران رو به روست. از میان انبوهی از مطالعات، بررسیها، مقالات، گزارش‌ها مصاحبه‌ها و میزگردها که در این باره انتشار یافته است به چند مورد شاخص‌تر در طول این سالها اشاره می‌شود. این اشاره شاید تا حدودی نشان دهد که تغییر و تحول مسائل و رهیافتها به آنها چگونه بوده است.

در یکی از نخستین بررسیهای جامع (احمدی، عبدالرحیم، «نظری به آمار کتابهای چاپی در ایران»، سخن، دوره ۹، ش ۲ (اردیبهشت ۱۳۳۷: ۱۶۸-۱۷۸) درباره نشر کتاب در ایران از هفت مانع به عنوان مشکلات اصلی نشر کتاب در ایران یاد شده است که به اختصار از این قرار است:

۱. نازل بودن سطح فرهنگ عمومی؛
۲. نارسایی نظام آموزشی و تربیتی؛
۳. برخی محدودیتهای نشر [سانسور و ممیزی است که از آن صراحتاً نام نمی‌برند]؛
۴. بدی پخش؛
۵. گرانی قیمت کتاب نسبت به متوسط درآمد افراد؛
۶. انحراف ذوقی و استعداد جوانان به سبب نشر قصه‌های مجلات فرهنگی؛
۷. عدم توسعه کتابخانه‌های عمومی.

عبدالرحیم احمدی در بررسی خود، که اکنون (۱۳۸۱) بیش از چهل سال از تاریخ نشر آن می‌گذرد، مسائل فرهنگی، آموزشی و اجتماعی - سیاسی را مانعهای عمده نشر کتاب در ایران می‌داند. اشاره او به گرانی بهای کتاب نشان می‌دهد که در دهه ۱۳۳۰ نیز صاحب‌نظران تناسبی میان بهای کتاب و متوسط درآمد افراد نمی‌دیدند، هر چند که شاید اکنون این داوری، و با توجه به قیاسهایی که طی زمان به دست آمد، به نظر ما قدری عجیب بیاید.

ده سال بعد، رساله‌ای با عنوان اقتصاد بیمار کتاب (تهران، عطایی، ۱۳۴۷) انتشار یافت. محمدحسن ناصرالدین صاحب‌الزمانی نویسنده این رساله سعی کرده است همه جوانب مربوط به نشر کتاب را در نظر بگیرد و از هیچ نکته مهمی فرو نگذارد. او از دوازده مشکل یاد می‌کند:

۱. گران‌نمایی کتاب و عدم اعتیاد مردم به مطالعه؛
۲. بی‌توجهی به حقوق مؤلفان و مترجمان؛
۳. نبودن منابع مطالعه و ضعف کتاب‌شناسی؛
۴. کمی تنوع کتاب؛



نشر کتاب در ایران (۲) موانع و مشکلات

موانع و مشکلات

نشر کتاب در ایران، پیش از ۱۳۵۷

موانع و مشکلات نشر کتاب در ایران نوعاً خیلی متفاوت از موانع و مشکلات کشورهای جهان سوم نیست. مسائلی که این‌گونه کشورها در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی با آنها رو به رو هستند غالباً مشترک است و در مشکلات تولید، توزیع و مصرف در حوزه نشر خلاصه می‌شود؛ البته ترکیب مسائل و مشکلات هر کشوری خاص خود همان کشور است و ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست.

۵. نبودن نویسندگان و مترجمان حرفه‌ای؛

۶. نارسایی سرمایه‌گذاری ناشران؛

۷. عدم تفکیک ناشر و کتابفروش؛

۸. نبودن طرح و برنامه جامع نشر؛

۹. عدم تفکیک تخصصی انتشار؛

۱۰. نبودن مشاور مطبوعاتی؛

۱۱. کمی شمارگان؛

۱۲. کندی سرعت فروش.

در بررسی صاحب‌الزمانی، به جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و نظایر آن کمتر اشاره شده است، هر چند که این جنبه‌ها در زمان تألیف آن رساله و در آن دهه به قوت خود باقی بوده است. نویسنده ظاهراً بیشتر سعی داشته که بر جنبه‌هایی تأکید کند که با نشر کتاب پیوندی مستقیم‌تر و بی‌واسطه‌تر دارد. از این رو، در نوشته او نکته‌های تازه‌ای به چشم می‌خورد مانند نبودن پدیدآورندگان حرفه‌ای، عدم تفکیک ناشر و کتابفروش، عدم تفکیک تخصصی انتشار، نبودن طرح و برنامه جامع نشر [همان چیزی که اکنون اصطلاحاً به آن سیاست نشر می‌گویند] و نبودن مشاور مطبوعاتی [مقصود: مشاور انتشاراتی است].

عنوان رساله اقتصاد بیمار کتاب به اندازه کافی صریح و گویاست. نویسنده سعی کرده علت‌های این بیماری را بیابد، بر شمارد و تحلیل کند. نوشته او تا اندازه‌ای تصویر خوب و روشنی از وضع نشر کتاب در دهه ۱۳۴۰ به دست می‌دهد.

حدود ۵ سال بعد، مطالعه جدی‌تر و مفصل‌تری درباره نشر کتاب انجام گرفت. که یکی از بهترین بررسی‌ها درباره وضع نشر کتاب در ایران است. خلاصه‌ای از این مطالعه به صورت مقاله انتشار یافته است (بخاش، شائول، «چشم‌انداز صنعت نشر کتاب در ایران»، کتاب امروز، دفتر ۵ (بهار ۱۳۵۲): ۴۴-۵۲). شائول بخشش در این مقاله از «صنعت نشر» و مشکلات و موانع توسعه آن سخن به میان آورده است. در دهه‌ای که او از نشر صحبت می‌کرد در بسیاری از بخش‌ها و صنایع کشور طرح‌ها و برنامه‌های گسترده صنعتی در دست اجرا بود، نظام آموزشی کشور رشد یافته بود و نیاز به کتاب برای همه حوزه‌های آموزشی احساس می‌شد؛ حال آنکه «صنعت نشر» نمی‌توانست پا به پای صنایع دیگر رشد و توسعه یابد. شائول بخشش، واپس‌ماندگی نشر کتاب در ایران را از این دیدگاه بررسی کرده است. به نظر او ضعف و رکود نشر ایران هشت علت عمده دارد:

۱. پایین بودن شمارگان کتاب؛

۲. کندی سرعت فروش؛

۳. نقص نظام آموزشی کشور، بی‌اعتنایی این نظام به

مطالعه و پرهیز از بحث و گفت‌وگو؛

۴. اعتیاد بدون زحمت مردم به تلویزیون؛

۵. ناهمگن بودن برنامه‌های درسی دانشگاهی، به

سبب اختلاف در زمینه‌های تحصیلی و کشوری استادان

دانشگاهها و نبود اتفاق نظر در انتخاب متون درسی

یکسان؛

۶. ممیزی کتاب و نبودن فرمول رضایت‌بخشی در امر

نظارت بر نشر [یعنی وجود سانسور و روشن نبودن

تکلیف ناشران با دستگاه دولتی مسئول سانسور]؛

۷. نارسایی شبکه پخش کتاب، چه از راه فروش

مستقیم، چه به شیوه امانی و چه از راه مبادله؛

۸. بالا رفتن هزینه‌های چاپ و قیمت کاغذ و دستمزد

مؤلفان، مترجمان و کارگران چاپخانه و در نتیجه بالا رفتن

قیمت کتاب.

بررسی‌های شائول بخشش حرفه‌ای‌ترین بررسی بود که

تا آن زمان درباره نشر کتاب در ایران انجام گرفته بود.

شائول بخشش در این بررسی، مجموع علت‌های اقتصادی،

آموزشی، فرهنگی و سیاسی را عامل ضعف و رکود نشر

کتاب در ایران می‌داند. او از سانسور (البته با لفظ ممیزی)

به‌صراحت یاد نموده و پرهیز نظام آموزشی از بحث و

گفت‌وگو را از مشکلات قلمداد کرده است. در دهه او،

شبکه تلویزیونی در کشور به‌سرعت در حال گسترش بود

و برای مردم آسان پسند و ناآموخته به مطالعه جدی و

حرفه‌ای، تلویزیون رسانه رقیب زیانباری برای کتاب به

شمار می‌رفت. سینما، به عنوان رسانه رقیب دیگر، در آن

دوره بسیار رایج و بهای بلیت آن و ورود فیلم‌های خارجی

سهل بود. مقایسه شمار کسانی که به سینما می‌رفتند و

تلویزیون نگاه می‌کردند با کسانی که کتاب می‌خریدند،

همیشه، همه جا و در همه مقالات موضوع بحث بود.

شائول بخشش نیز به این نکته پرداخته و نشر کتاب را

صنعت ضعیف و کم‌بنیه‌ای توصیف کرده است که هر

کدام از آنها می‌تواند به پیکر آسیب‌پذیر آن زیان برساند.

نتیجه‌گیری‌های شائول بخشش با نتیجه‌گیری‌های عبدالرحیم

احمدی، مربوط به پانزده سال پیش از او نقاط مشترک

بیشتری دارد تا با نتیجه‌گیری‌های ناصرالدین صاحب‌الزمانی

که فقط پنج سال با زمان او فاصله داشته است.

به طور کلی، بررسی‌های بعدی نشان داد که تأکیدهای

شائول بخشش، شاید جز نکته مربوط به سانسور، بجا و

واقع‌بینانه بوده است.

یک سال بعد در ۱۳۵۳، در چند روزنامه و مجله (از

جمله: کیهان، ش ۶ آبان ۱۳۵۳) مقالاتی درباره بحران نشر

کتاب در ایران چاپ شد و بر این رقم هولناک که هر ایرانی

به طور متوسط در سال فقط ۱/۵ ثانیه کتاب می‌خواند

تأکید و نیز همه جا تصریح شد که این رقم نتیجه

محاسبه‌ای در پژوهش‌های یونسکوست.

مبنای این محاسبه از این قرار است که تعداد عنوانهای منتشر شده در کشور را طی یک سال، در شمارگان و در تعداد صفحات آنها ضرب می‌کنند و رقم به دست آمده را بر عدد ۱۵ (تعداد صفحه‌ای که به طور متوسط افراد باسواد می‌توانند در ساعت بخوانند) تقسیم می‌کنند. رقم حاصل، این تخمین متوسط را به دست می‌دهد که در آن کشور در سال چند ساعت کتاب خوانده‌اند.

این محاسبه و رقم البته دقیق نیست، اما انتشار آن در آن زمان، به‌ویژه در ماه آبان که با تبلیغات گسترده دولتی مقارن می‌شد و تأکیدهای مکرر بر آن، بازتابی بود از نگرانی مطبوعات عمومی و غیر تخصصی کشور و نیز دست کم بخشی از جامعه از وضع نشر کتاب در ایران.

حدود دو سال پس از بررسی شائول بخاش (۱۳۵۴)، به مناسبت تأسیس کتابخانه بزرگی در کشور، ضرورت پیش آمد که دربارهٔ همهٔ مسائل مربوط به کتاب و کتابخانه و کتابداری مطالعات وسیعی انجام بگیرد. از جمله دربارهٔ نشر کتاب در ایران نیز مطالعه‌ای انجام گرفت. حاصل این مطالعات در مجموعهٔ مفصلی به زبان انگلیسی و در تعدادی نسخه گردآوری شده است. از بخش مربوط به نشر کتاب در ایران خلاصه‌ای به فارسی انتشار یافته که متن منقح‌تر و مهذب‌تر آن را بهاء‌الدین خرمشاهی تکمیل و روزآمد کرده و با عنوان «نشر امروز ایران»، در: سیر بی‌سلوک (تهران، معین، ۱۳۷۰، ص ۴۳۲ - ۴۵۱) چاپ کرده است.

بهاء‌الدین خرمشاهی پس از بررسی مطالعات عمدهٔ پیشین و مقایسهٔ آنها با یکدیگر به این نتیجه می‌رسد که در نیمهٔ دههٔ ۱۳۵۰، موانع و مشکلات نشر کتاب در ایران را می‌توان زیر شش دسته کلی به این شرح جای داد:

۱. ممیزی کتاب؛
۲. بی‌اعتنایی کافی دستگاه‌های برنامه‌ریزی دولت به نشر کتاب و هماهنگ نکردن آن با برنامه‌های دیگر؛

۳. موانع اقتصادی مانند گرانی هزینه‌های تولید، ضعف پخش، نارسایی تبلیغ؛

۴. یک‌جانبه بودن نظام آموزشی؛

۵. ضعف فرهنگ عمومی و کمبود کتابخانه‌ها؛

۶. ضعف امکانات فنی و فرهنگی ناشران.

در واقع شمارهٔ ۱ و ۲ علت‌های سیاسی، شمارهٔ ۳ علت‌های اقتصادی، ۴ علت آموزشی و ۵ و ۶ علت‌های فرهنگی و فنی است. بهاء‌الدین خرمشاهی در مقالهٔ تکمیل‌شدهٔ خود یادآوری کرده است که تأکید بر مسائل

سیاسی بر اثر فضای سیاست‌زده و تندروانهٔ آن دوره بوده است، زیرا تحولات بعدی، به‌ویژه در آستانه و پس از انقلاب، نشان داد که ممیزی و دخالت دولت در نشر، آن تأثیر بازدارنده و مخربی را نداشته است که پیش از آن تصور می‌شد.

در هر حال، سواى تأکیدهای متفاوتی که در این بررسیها و مقالات و بسیاری از نوشته‌های دیگر بر نشر کتاب گذاشته‌اند، نکات مشترکی در آنها دیده می‌شود که زیر عناوینی چون علت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می‌توان جای داد. هر چند به مشکلات اقتصادی و گناه نیز فنی اشاراتی می‌شود. اما تأکید عمدهٔ صاحب‌نظران در دوره‌ای که از دههٔ ۱۳۳۰ آغاز می‌شود و تا انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ ادامه می‌یابد، بر نکاتی است که بین آنها مشترک است؛ البته اکنون می‌توان مشکلات را به‌صراحت و کاملاً بی‌پرده مطرح کرد که در نظام گذشته و به این صورت امکان نداشت. موانع و مشکلات مشترک آن دوره عبارت بودند از:

- سطح سواد و فرهنگ عمومی پایین بوده است و مردم کتاب نمی‌خوانده‌اند؛

- رسانه‌های ارتباطی، رقیب کتاب بوده‌اند نه یاور و مددکار آن؛

- خودناشران، سرمایه، دانش، تخصص و جرئت‌ها و جسارت‌های لازم و کافی را برای نشر نداشته‌اند؛

- اقتصاد و بازار کتاب روی و تمایل به رونق نداشته است؛

- دولت در این میان به جای آنکه با استفاده از سیاستها و برنامه‌های حساب شده به کمک نشر کتاب بیاید، با ایجاد مانع، توسل به سانسور و تفتیش عقاید، به وجود آوردن جؤ تهدید و ارعاب، مستقیم و غیرمستقیم به نشر کتاب لطمه زده و این فعالیت را ضعیف و کم‌رنگ ساخته است.

موانع و مشکلات

نشر کتاب در ایران، پس از ۱۳۵۷

با آغاز جنبش‌های انقلابی پس از نیمهٔ دههٔ ۱۳۵۰، بازار کتاب در ایران دگرگون شد و بر نشر کتاب فوراً تأثیر گذاشت. جنبش‌های سیاسی - اجتماعی هیچ‌گاه نمی‌تواند از جنبش‌های فرهنگی جدا باشد. جنبش‌ها زادهٔ دگرگونی در نگرشها و دیدگاه‌هاست. با شروع تحرکات اجتماعی، مردم علاقه‌مند به کتابهایی رو آوردند که به گمان آنها به پرسشها پاسخ می‌گفت، راه‌حل و عمل نشان می‌داد، تحلیل و تفسیر می‌کرد و نظایر آن. سیل کتاب‌های به اصطلاح «جلد سفید» روانهٔ بازار شد و بسیاری از کتابها، خریداران و خوانندگان خود را از دست دادند. به تناسب

شدت گرفتن حرکت‌های انقلابی، نظارت دولت بر کتاب و اعمال سانسور عملاً کاهش یافت، تا جایی که هر کتابی که تقاضای عمومی خواستار انتشار آن بود، منتشر، پخش و فروخته شد. این روند تا مدتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار دولت و اعمال نظارت بر اساس مصوبات قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و قوانین دیگر ادامه یافت؛ به عبارت دیگر می‌توان گفت که برای چند سال یکی از عاملهایی که در ضعف و رکود کتاب مؤثر یا بسیار مؤثر و به زعم عده‌ای نیز تعیین کننده تلقی می‌شد از میان رفت.

عامل دیگری نیز به میان آمد و آن اقبال مردم یا دست کم بخش وسیعی از مردم به کتاب‌خوانی بود. شمارگان برخی از کتابها در آن دوره به حدی رسید که باور نکردنی می‌نمود. همین استقبال موجب شد که شمار زیادی ناشر و کتاب‌فروش وارد میدان کتاب شدند و از سوی دیگر، عده‌ای پدیدآورنده به صورت نیمه حرفه‌ای و معدودی نیز حرفه‌ای، به نوشتن، ترجمه کردن، ویراستن و تولید کتاب پرداختند. چشم‌انداز بازار نشر کتاب در آستانه آغاز دهه ۱۳۶۰ نویدبخش می‌نمود.

حدوداً از آغاز دهه ۱۳۶۰ نشر کتاب با وضعیتی تازه و مقایسه‌ناپذیر با گذشته رو به رو شد. تغییر وضعیت را شاید بتوان چنین خلاصه کرد:

- تب و تاب سیاسی جامعه فرو نشست و عده‌ای که یک‌باره به خواندن کتاب روی آورده بودند، یک‌باره نیز از کتاب روی گرداندند؛

- گروه‌های سیاسی که از عرصه سیاست عملی بیرون رفتند، فعالیت‌های انتشاراتی‌شان هم فروکش کرد؛

- شروع جنگ طبعاً محدودیت‌هایی را بر همه بخشهای اقتصاد، از جمله اقتصاد کتاب، تحمیل می‌کرد. برخی از محدودیت‌ها، به‌ویژه مواردی که به مسائل ارزی و واردات بعضی اقلام و ماشین‌آلات مربوط می‌شد، پیامدهای گسترده و دراز مدت داشت؛

- دانشگاهها در جریان انقلاب فرهنگی تعطیل شد و این نیز به سهم خود بر بازار کتاب تأثیر گذاشت؛

- توان فنی چاپ و نشر کشور کاهش یافت؛

- دولت در وضعیتی نبود که بتواند برای نشر کتاب به سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و سامان‌دهی مؤثر بپردازد؛

- درآمد بخشهایی از مردم کاهش یافت و طبعاً بر بودجه فرهنگی‌شان تأثیر منفی گذاشت؛

- محدودیت‌های جدیدی در راه انتشار رمان و شعر و سایر آثار ادبی که در همه کشورها معمولاً جزو پرخواننده‌ترین آثار است به عرضه و فروش کتاب آسیب رساند.

- آسیب دیدن چرخه طبیعی نشر کتاب موجب شد که

با شروع تحرکات اجتماعی، مردم علاقه‌مند به کتابهایی رو آوردند که به گمان آنها به پرسشها پاسخ می‌گفت، راه‌حل و عمل نشان می‌داد تحلیل و تفسیر می‌کرد و نظایر آن

بازاری ناسالم، غیرطبیعی و آلوده به سودجویی و منفعت‌طلبی آنی شکل بگیرد. همچنین تعداد نسبتاً زیادی کتابهای نازل، تألیف‌های غیرمستند و نامحققانه، ترجمه‌های بد، آثار ویرایش نشده با فارسی مغلول و نادرست و مجموعه‌ای از کتابهای بی‌ارزش و کم‌ارزش و گاه نیز از مجراهایی مغایر با حقوق و اصول، به بازار کتاب سرازیر شود.

نصرالله پورجوادی، سردبیر مجله نشر دانش، که مجله او پس از انقلاب اسلامی تأسیس یافته است و بخشی از آن همواره به مسائل نشر و کتاب اختصاص دارد و رویدادهای عرصه نشر کشور را نیز دنبال می‌کند، در سر مقاله‌ای با عنوان صریح «وضع نامطلوب تولید کتاب در ایران» (دوره ۲، ش ۴، مهر و آبان ۱۳۶۱، ص ۲-۵) مشکلات نشر کتاب را در آن دوره از دیدگاه خود برشمرده است. او این نکات را علت‌های اصلی عقب‌ماندگی نشر ایران قلمداد می‌کند:

- شیوه نادرست تعلیم و تربیت در سالهای گذشته؛
- پشت کردن به سنت‌های اسلامی تربیت محقق؛
- اقتباس سطحی از روشهای غربی؛
- بیگانگی طبقه باسواد از کتاب؛
- فقدان کتابهای مناسب، ترجمه‌های بد، تحقیقات سست و سطحی، و عرضه بد کتاب؛
- کمبود وسایل و تجهیزات؛
- وضع نامطلوب حقوق کارگران چاپ، همان مقاله، ص ۴ و ۵.

مقایسه این علتها با علت‌هایی که سالها پیش از آن صاحب‌نظران برای ضعف و رکود نشر برشمرده بودند نشان می‌دهد که بعضی علت‌هایی که همچنان در جامعه باقی مانده و به صورت مزمن درآمده است، از دیدگاه

در دهه ۱۳۶۰، تأمین کاغذ برای نشر به مشکلی بزرگ، سپس معضل و بعد از آن به بحران تبدیل شد. عرضه داخلی کاغذ تکافوی احتیاجات را نمی‌کرد و مشکلات دولت و کمبود ارز اجازه ورود کاغذ از خارج به میزان کافی را نمی‌داد

نویسنده مقاله به سان عاملهای بازدارنده عمل می‌کند. نصرالله پورجوادی از دو علت دیگر، «کمبود وسایل و تجهیزات» و «وضع نامطلوب حقوق کارگران چاپ» یاد می‌کند که پیش از آن در شمار تأکیدهای صاحب‌نظران نبود.

از جنگ مدت زیادی نگذشت که تأثیرهای آن در نشر کتاب نیز، به‌ویژه از نظر اقتصادی و فنی، عیان شد. کاغذ، ملزومات و مصالح چاپ، ماشین‌آلات، قطعات یدکی و به طور کلی هر آنچه باید از محل ارز خارجی تأمین می‌شد با کمبود رو به رو گردید. قیمت کاغذ با آهنگی لگام گسیخته رو به افزایش نهاد و ظرف چند سال بهای هر بند کاغذ به چند برابر رسید. افزایش بهای مواد و مصالح کتاب و همچنین دستمزدها، قیمت تمام شده کتاب را افزایش داد و شمار خریداران کتاب به سبب کاهش درآمدها پیوسته کم شد.

صنعت چاپ کشور در دهه ۱۳۶۰ نیز رو به تضعیف و تحلیل رفت و مشکلات فنی این حوزه نیز بر مشکلات دیگر نشر کتاب مزید شد. صنعت چاپ در آن دهه با این مشکلات رو به رو شد:

- ماشین‌آلات چاپ فرسوده شده بود و بازده آنها مدام پایین می‌آمد؛

- ایران از تحولات جدید در صنعت ماشین‌آلات چاپی دور مانده بود؛

- تأمین لوازم یدکی مشکل و گران شده بود؛

- در داخل برای ایجاد و توسعه صنعت چاپ سرمایه‌گذاری نمی‌شد؛

- برای صنعت چاپ، متخصص و کارشناس و کارگر فنی و ماهر به تعداد لازم تربیت نمی‌شد و برنامه‌های آموزشی دولت در این زمینه، ناقص و ناکارآمد بود؛

- مدیریت صنایع چاپ، چه در بخش عمومی و چه در بخش خصوصی، کارآمد نبود تا دست کم بتواند از

امکانات موجود به بهترین شکل استفاده و مشکلات را کم کند (برای آگاهی بیشتر درباره مشکلات چاپ در آن دوره نگاه کنید به: حسین‌زاده، فهیمه، «چاپ در ایران، تحولات، تنگناها»، رسانه، دوره ۱، ش ۱ (بهار ۱۳۶۹): ۴۹-۵۶؛ و نیز «صنعت چاپ در دور بسته مشکلات: گفت‌وگویی با دست‌اندرکاران صنعت چاپ»، همشهری (ویژه هفتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران)، چهارشنبه ۲۱ اردیبهشت ۱۳۷۳، ص ۱۴).

در دهه ۱۳۶۰، تأمین کاغذ برای نشر به مشکلی بزرگ، سپس معضل و بعد از آن به بحران تبدیل شد. عرضه داخلی کاغذ تکافوی احتیاجات را نمی‌کرد و مشکلات دولت و کمبود ارز اجازه ورود کاغذ از خارج به میزان کافی را نمی‌داد. قیمت مواد و مصالح دیگر نیز به سرعت رو به افزایش بود و اینها همه بر بهای تمام شده کتاب تأثیر مستقیم می‌گذاشت. از دهه ۱۳۵۰ تا دهه ۱۳۷۰، ظرف کمتر از ۲۰ سال، بهای هر صفحه کتاب از یک ریال به بیش از ۲۰ ریال، یعنی در واقع قیمت کتاب در کمتر از ۲۰ سال بیش از ۲۰ برابر افزایش یافت. طبیعتاً این افزایش با هزینه فرهنگی خریداران کتاب متناسب نبود.

از نیمه دهه ۱۳۶۰ به بعد، مقالات، گزارشها و مصاحبه‌ها و گفت‌وگوهای بسیاری درباره بحران نشر کتاب در ایران انتشار یافته است. بخش عمده‌ای از این مطالب تکرار مکررات، برداشتهای سطحی و احکام غیرمستند و غیرتحقیقی است. از میان این مطالب، چند نمونه را باید استثنا کرد که شاخص‌ترین آنها مقالات و یادداشت‌هایی است که کریم امامی، از صاحب‌نظران و متخصصان نشر کتاب در ایران، در این سالها منتشر کرده و در هر کدام از آنها از دیدگاهی حرفه‌ای به گوشه‌هایی از مسائل و مشکلات نشر پرداخته است (برای آگاهی بیشتر نگاه کنید به: سلسله مقاله‌های او در مجله‌های نشر دانش و کَلک، در دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰).

بحران نشر کتاب در ایران در دهه ۱۳۶۰ نتیجه چند عامل بود که از مهم‌ترین آنها می‌توان از این عوامل کلی‌تر یاد کرد:

- افزایش لگام گسیخته قیمت مواد و مصالح چاپ و نشر؛

- کاهش قدرت خرید مردم و حذف بیشتر هزینه‌های فرهنگی از بودجه خانوارها به منظور تأمین هزینه کالاهای ضروری‌تر؛

- کاهش تمایل مردم به مطالعه، عمدتاً ناشی از رویدادهای سیاسی و مشکلات جامعه؛

- محدود شدن انواعی از کتابهای خواننده‌پسند.

(برای بحث بیشتر و دقیق‌تر درباره این علتها نگاه کنید به: رضایی، علی، «وضعیت اقتصادی نشر در ایران»، صنعت

چاپ، ش ۱۱۴ (خرداد ۱۳۷۱): ۹ - ۱۴. مقاله علی رضایی یکی از تحلیلی‌ترین و بهترین مقاله‌هایی است که درباره وضعیت اقتصادی نشر کتاب در دهه ۱۳۶۰ نوشته شده است. علی رضایی در مقاله خود به کمک آمار و ارقام نشان داده است که:

- نشر کتاب در ایران در مقایسه با برخی از کشورهای جهان سوم در وضع مناسبی نبوده است؛

- شمارگان متوسط کتاب در سالهایی در دهه ۱۳۶۰

رو به کاهش گذاشته است؛

- شمار عناوین کتابهای چاپ اول سیر نزولی داشته

است (همان مقاله، ص ۱۲ و ۱۳).

جنگ ایران و عراق در ۱۳۶۷ پایان یافت و مدتی طول کشید تا وضعیت کشور از حالت اضطراری و جنگی به حالت عادی بازگردد. حدوداً از اواخر دهه ۱۳۶۰ و از آغاز دهه ۱۳۷۰، نشر کتاب در ایران با چشم‌انداز دیگری روبه‌رو شده است؛ هر چند این چشم‌انداز به سبب تشدید مشکلات نشر، به‌ویژه از نظر اقتصادی نویدبخش نیست. از آنجا که نشر کتاب سرانجام ناگزیر است بر اساس قیمت‌های بازار آزاد و قانون عرضه و تقاضا روی پای خود بایستد و در عین حال حضور دولت در بازار کتاب از نقش مداخله‌گر به نقش حامی صرف و بدون اعمال نظرهای خاص تبدیل شود و در سیاستها و تصمیم‌گیریها ثبات و تداوم برقرار شود تا ناشران به گونه مطمئن‌تری بتوانند برای فعالیتهای انتشاراتی در آینده تصمیم بگیرند، البته مشروط بر اینکه مسئولان امر نشر در دولت بتوانند اعتماد و اطمینان ناشران را به ثبات و تداوم تصمیمها و برنامه‌های دولت جلب کنند قاعدتاً باید تحولات بیشتری را انتظار داشت.

در آذر ماه ۱۳۷۳، مجله سروش به مناسبت هفته کتاب ویژه‌نامه مفصلی با عنوان «کتاب‌خوانی، ضرورت توسعه» انتشار داد و از جنبه‌های مختلف به مسائل کتاب و نیز نشر کتاب در ایران پرداخت. در میزگردهایی درباره وضع کتاب در ایران با حضور عده‌ای از متخصصان و مسئولان، مسائل و مشکلات نشر نیز به تفصیل بررسی شده است (سروش، ۱۳۷۳، ص ۵۴ - ۹۲). از لا به لای بحثها و پرسش و پاسخها، این طور پیداست که نشر کتاب در زمان مورد بحث (۱۳۷۳) به‌سان پدیده‌ای گرفتار بحران شدید در نظر گرفته شده است و علت‌های آن از دیدگاه شرکت‌کنندگان در میزگرد، روی هم رفته از این قرار است:

۱. پایین بودن شمارگان؛

۲. نارسایی اطلاع‌رسانی؛

۳. نبودن تشکیلات صنفی؛

۴. اقتصادی نبودن نشر؛

۵. گسیختگی میان نویسندگان و روشنفکران و مردم

(کتاب مردم‌خوان کم نوشته می‌شود)؛

۶. گرانی قیمت کتاب و از دست رفتن مشتری کتاب؛

۷. مشکل کاغذ و مواد و مصالح چاپ؛

۸. ضعف مدیریت؛

۹. ضعف تبلیغات؛

۱۰. مشکل پخش؛

۱۱. نبودن و کم بودن نقدها و معرفیهای خوب و

جامع؛

۱۲. جا نداشتن کتاب در آموزش مدرسه‌ای.

برخی از نکاتی که مسئولان و صاحب‌نظران در این میزگرد بر آنها انگشت گذارده‌اند تازگی دارد و نشانه توجه به ابعاد گسترده بحران و جنبه‌هایی است که چون آشکار نیست سالها پیش نادیده گرفته می‌شد یا به قدر لازم و کافی بر آنها تأکید نمی‌شد؛ مانند علت‌های بالا: شماره‌های ۲، ۳، ۵، ۸، ۱۱.

بنا به آمار رسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (مأخذ: مراجعه مستقیم به واحد مسئول نشر در این وزارتخانه) در زمستان ۱۳۷۳ تعداد ۱۴۵۵ ناشر در سراسر کشور مجوز نشر داشتند که از میان آنها به تخمین، حدود یک یعنی نزدیک به سیصد ناشر، فعال یا فعال نسبی بودند و بقیه در سال یکی دو کتاب بیشتر منتشر نمی‌کردند یا در سرمایه‌گذاری در زمینه نشر شرکت جدی نداشتند زیرا فاقد انگیزه اقتصادی بودند (نیز نگاه کنید به: سروش، ویژه‌نامه هفته کتاب، ش ۷۲۰، ص ۱۱۹). بنا به آمارهای اعلام شده، تا نیمه ۱۳۷۹ بیش از ۴۰۰۰ ناشر مجوز نشر گرفته‌اند که البته عده‌ای از آنان به معنای واقعی فعال نیستند. بنا به اطلاعی که هم‌اکنون (شهریور ۱۳۸۱) در محافل مورد بحث است، شمار ناشران کشور از مرز ۷۰۰۰ گذشته که رقمی بسیار عجیب و نامتناسب با بخشهای دیگر نشر است.

در مقاله دیگری در همین ویژه‌نامه، نویسنده نکاتی را از دیدگاه خود و شواهد و دلایلی را از جانب موافقان و مخالفان وجود بحران در عرصه کتاب در ایران مطرح کرده است. از جمله نکاتی که در نوشته او آمده است:

- چاپ کتاب [در حال حاضر در ایران] با رشد سریع جمعیت تناسب ندارد؛

- روند چاپ در سالهای اخیر حاکی از کاهش شمارگان کتاب نیز هست؛

- همه نسخه‌های منتشر شده کتاب به فروش نمی‌رود؛

- هر ایرانی در روز حدود ۲ ریال برای کتاب پول داده است؛

- هر ایرانی از ۳۶۵ روز اوقات سالانه، فقط یک دقیقه را به مطالعه اختصاص داده است؛

- افزایش قیمت کاغذ و مرکب و غیره لحظه‌ای شده است (آزاد از مکی، تفی، «نقش صدا و سیما در کتاب‌خوانی»، سروش، (ویژه هفته کتاب)، دوره ۱۶، ش ۷۲۰ (آذر ۱۳۷۳، ص ۱۲).

از بررسی نوشته‌ها، دیدگاهها، اظهارنظرها و انبوه مطالبی که فقط به تعدادی از آنها در اینجا اشاره شد و از مرور وضع عمومی نشر کتاب طی سه چهار دهه اخیر شاید بتوان حکم کرد که اگر نگوییم نشر کتاب در ایران با بحرانی سخت دست به گریبان است، می‌توانیم بگوییم که با موانع و مشکلاتی مزمن، که از فشار بار آنها کم نمی‌شود، دست و پنجه نرم می‌کند. از مقایسه بررسیها، دیدگاهها و فرضیات، بر اساس منابع مختلف، شاید بتوان موانع و مشکلات نشر کتاب در ایران را به طور کلی به این صورت دسته‌بندی کرد:

۱. حاکم نبودن سیاست مشخص، مدون و برنامه‌های سنجیده کوتاه مدت، میان‌مدت و بلندمدت بر نشر کتاب در ایران، اعم از سیاست انتشاراتی دولتی و غیردولتی که عمدتاً ناشی از ناتوانی نهادهای مسئول در ترسیم چشم‌اندازی با ثبات، قانونمند و قابل اتکاست. تلاش برای تصویب قانونی با عنوان «قانون نشر» - هر چند که بنا به هنجارهای جهانی نیازی به «قانون نشر» نیست و نشر کتاب ساده‌تر و عادی‌تر از آن است که به قانون و مواد تفصیلی نیاز داشته باشد - نشانه‌ای از کوششهای فراوان در راه دست یافتن به سیاستی پایدار و قابل اتکا در نشر است.

۲. مدیریت ناکارآمد، مدیریتی که از امکانات موجود به نحو احسن بهره‌برداری نمی‌کند و ابتکار، نوآوری، جسارت، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری و آینده‌گرایی و قدرت جذب ندارد، چه در بخش عمومی و چه در بخش خصوصی.

۳. کمبود نیروهای فنی - تخصصی در نشر کتاب. نیروهای لازم برای نشر تربیت نمی‌شوند و آموزش نمی‌بینند و هنوز برای چاپ و نشر و فعالیتها و صنایع وابسته به آنها دوره‌های آموزشی لازم در سطوح مختلف برگزار نشده است. نشر دچار این تعارض بزرگ شده است که از یک سو به تخصصهای عالی و پیشرفته نیاز دارد و از سوی دیگر قدرت جذب و تأمین هزینه این تخصصها را ندارد.

۴. نامشخص بودن و متزلزل بودن جایگاه کتاب در جامعه که جلوه‌ظاهری آن بی‌رغبتی به کتاب، مطالعه نکردن، روی نیاوردن به کتابخانه‌ها و قرار نگرفتن کتاب در متن کار و زندگی است و این خود پیامد اینهاست:

الف) مشکل نظام آموزشی کشور در همه سطوح؛
ب) نظام تک متنی در دوره‌های تحصیلی؛

ج) ضعف فرهنگ عمومی؛

د) ناکامیابی رسانه‌های همگانی در تبلیغ و ترویج کتاب و کتاب‌خوانی؛

ه) دوری جامعه از مسیر خلاقیت و تولید و گرایش به مصرف، ساده‌پسندی؛ آسان‌یابی، آماده‌خواری (که خود علت‌های دیگری دارد)؛

و) به طور کلی ناکامیابی نظامهای علمی، پژوهشی، فرهنگی و آموزشی کشور در تعیین واقعی جایگاه کتاب و کتاب‌خوانی در جامعه.

۵. قلت بنیه فرهنگی و بضاعت علمی - تخصصی بسیاری از ناشران، کم آگاهی آنان از اوضاع و تحولات جهانی و تجربه‌های ناشران دیگر کشورها در زمینه‌های مختلف و محصور ماندن در انگاره‌های محدود بومی - محلی. برای مثال، ناشران از پدیده‌آوردندگان می‌خواهند که آخرین و تازه‌ترین اطلاعات را با پیشرفته‌ترین روشها در آثار خود منعکس کنند، حال آنکه خود از دانشها، فنها و رهاوردهای نشر و ناشری بی‌بهره‌اند. بی‌تناسبی میان سرمایه، توقع و تخصص، از معضلات ناشران است.

۶. کمی سرمایه مادی، عدم مشارکت بانکها و سازمانها و افراد سرمایه‌گذار در کار کتاب و نشر، و دست نیافتن به الگوهای مناسبی برای جذب مشارکت سرمایه‌گذارهای مردم.

۷. نبودن نظامهای مناسب حقوقی، قضایی، بیمه و سایر تدبیرها و سازوکارهای حمایتی برای پشتیبانی مؤثر، کارآمد و سریع از همه کسانی که دست‌اندرکار نشرند.

۸. کمبود وسایل و تجهیزات فنی چاپ و نشر، ناکارآمدی، فرسودگی و اداره نادرست دستگاهها و ابزارهای چاپ، از رده خارج شدن بخشی از وسایل، مشکل تعمیر، ترمیم دستگاهها و تأمین لوازم یدکی و خدمات فنی چاپ.

۹. کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر و وابستگی کشور از این حیث به بازارهای متغیر و پرنوسان و به‌ویژه مشکل کاغذ و فیلم و زینک و مانند آنها.

۱۰. مشکل پخش کتاب از جهات متعدد مالی، اقتصادی، فنی، حقوقی، برنامه‌ریزی و مدیریت.

۱۱. نبودن اتحادیه‌های نیرومند و کارآمد صنفی. با این فقدان، زمینه مناسبی برای مشارکت اعضای صنف در پیشبرد هدفهای آن از نظر مادی، معنوی، تخصصی و جز آن فراهم نمی‌آید و میان تخصصها پلهای لازم زده نمی‌شود.

۱۲. سازمان‌دهی نامناسب کتابهای درسی در سطوح مختلف آموزشی و مشارکت ندادن جامعه ناشران در تولید، چاپ و نشر این بخش عمده از فعالیت نشر کشور.

۱۳. محدود بودن بازار داخلی کتاب، مرتبط نبودن با بازارهای جهانی و وجود مانعهای بسیار در راه مبادلات آزادانه ناشران و کتاب‌فروشان.

۱۴. متکی نکردن تصمیم‌گیریها و برنامه‌ریزیها درباره نشر به پژوهشهای بنیادی، بررسیهای دقیق، مطالعات تحلیلی و آماری، راه‌یابی بر اساس امکانات نهفته بالفعل و بالقوه، ویژگیهای بومی و فرهنگی خودی و تجربه‌های سایر فرهنگها و جوامع.

۱۵. و شاید از همه این مشکلات و مانعها وخیم‌تر و حادث‌تر، آماده نبودن روحیه عمومی و عزم همگانی و اراده جمعی برای بیرون رفتن از وضعیت کنونی به سوی هدفهای مطلوب‌تر در عرصه نشر کتاب.

پیشنهادی برای برون‌رفت از مشکلات

این مانعها، مشکلات، کمبودها و نارساییهایی که برشمرده شد، مانند مسائل هر حوزه دیگری دست به دست می‌دهند و یکدیگر را تشدید می‌کنند. گاه نیز مانند دور باطل، چرخه‌ای منفی و کاهنده و گاه به صورت تالی فاسد مشکلات را ادامه می‌دهند و از حال به آینده منتقل می‌کنند. راه‌حل این گونه مشکلات در برنامه‌ریزیهای گسترده و همه‌جانبه است. نشر از جمله صنایع و فعالیتهایی نیست که با یک اقدام، برای مثال سرمایه‌گذاری هنگفت یا توسعه بازار، افزودن بر شمار ناشران و افزایش یارانه بتوان مشکلات آن را حل کرد و تخفیف داد. نشر کتاب تلاقی‌گاهی است که در آن نیازهای فرهنگی، ضرورتها و قوانین اقتصادی، امکانات فنی - تخصصی، سیاستهای دولت، اغراض همه گروههای ذی‌نفع و دست‌ها و فرقه‌های عیان روش و نهان روش، اندیشه، عاطفه، علم، هنر، احساس، ذوق و بسیاری چیزهای دیگر به هم می‌رسند و در هم می‌تنند. نشر، صنعت تولید کالای فرهنگی مهمی است که عاملهای متعدد بر آن تأثیر می‌گذارد.

کتاب، همین کالای تولید شده صنعت نشر، زمانی که روی پیشخان کتاب‌فروشیها ظاهر می‌شود کالای اقتصادی صرف نیست که ضرورت اقتصادی عامل پیدایش، امکانات فنی سبب تولید، و منفعت مالی انگیزه توزیع آن شده باشد؛ گو اینکه همه اینها در تولید کتاب مؤثر است. در واقع عاملهای بسیار دیگری که خاستگاه آنها فرهنگ و عوالم روحی و معنوی، سیاست و معتقدات، عالی‌ترین آرمانهای انسانی و نیرومندترین انگیزه‌های بشری و امثال آنهاست، تولید کتاب را از دایره نفوذ یک یا چند قانون و قاعده ساده خارج می‌کند و تابع عاملها و متغیرهای فراوانی قرار می‌دهد. شناختن دقیق و درست اینهاست که به باز کردن رشته‌های درهم تنیده کلاف کور نشر کتاب در

ایران کمک می‌کند.

در هر حال، هر راه‌حلی که برای از میان برداشتن موانع و مشکلات از سر راه نشر کتاب در ایران یافته شود، نتیجه آن باید به این صورت دیده شود:

- پدیدآورندگان بیشتر پدیدآورند (نوشتن)؛
- ناشران بیشتر منتشر کنند (منتشر کردن)؛
- خوانندگان بیشتر بخوانند (خواندن).

هر سیاست و برنامه‌ای که بتواند این سه فعالیت را به گونه سه جزء پیوسته در نظر بگیرد، تحکیم بخشد و وسعت دهد و نیز کیفیت آنها را بالا ببرد، مطمئناً در راه برطرف شدن جدی مشکلات نشر کتاب در ایران و ایجاد آینده‌ای امیدبخش گام نهاده است. به نظر می‌رسد که برای برون رفتن از دام بحران باید دست به تدابیری زد که سه رکن پدیدآوردن، منتشر کردن و خواندن را متوازن و متناسب با یکدیگر اصلاح کند و تکامل بخشد، و این خود در گرو آزادساختن نشر کتاب در ایران از همه مانعها و به ویژه مانعهای مصنوعی و تصنعی، تدوین و اجرای چندین سیاست و برنامه هماهنگ شده است. دست‌یافتن به چنین رهیافتی، به تحوّل در نگرش سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، مدیران و مجریان امور فرهنگی و نشر، و خود ناشران و سایر حرفه‌های وابسته به کتاب و نشر نیاز دارد.

پی‌نوشت:

* برگرفته از: آذرنگ، عبدالحسین، مبانی نشر کتاب، تهران، سمت، ۱۳۸۱، با برخی بازنویسی‌ها و حذف و اضافه‌ها از سوی نویسنده گرامی - نامه فرهنگ.



علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مجله جامع علوم انسانی