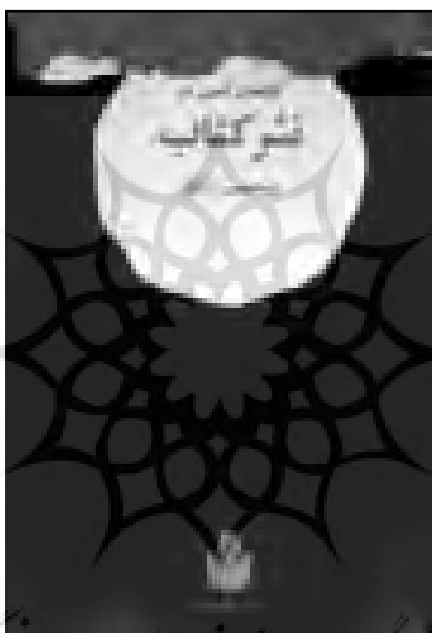


گام‌های اصلی در نشر کتاب

○ پروین بلورچی

○ گام‌های اصلی در نشر کتاب
○ عبدالحسین آذرنگ
○ اتحادیه ناشران و کتابفروشان، ۱۳۸۰



کتاب گام‌های اصلی در نشر کتاب دستنامه‌ای است که جهت آشنایی بیشتر ناشران، نوآوران به حرفه نشر، دانشجویان علاقه‌مند و دیگر دوستداران نشر فراهم آمده است و مطالعه آن خواننده را با مراحل گوناگون این صنعت، تحولات، ره‌آوردهای علمی و فنی و مهارت‌ها و نوآوری‌های آن آشنا می‌سازد. مؤلف در یادداشت خود از ورود نشر کتاب به دوره دیگری از حیات خود سخن می‌گوید که در آن ناشران با مشکلات چندگانه مواجه‌اند و برای گذار موفقیت‌آمیز نشر از دوره بحرانی، آنان را نیازمند رسیدن به منطقی مشترک و متقاعدکننده با ایجاد هم‌نگری، هم‌سویی و تلاش پیگیر می‌داند.

مؤلف با معرفی نشر با سرشتی آینده‌گرا و آینده‌زی آن را نیازمند تصویری روشن، دقیق و واقع‌بینانه از آینده دور و نزدیک می‌داند و نشر مطلوبی را که در ذهن دارد به منزله تلاشی در محدوده زمانی بلندمدت و وابسته به علتها و عاملها و در پیوند با تأثیر و تأثر مستقیم آنها از نظر خواننده می‌گذراند. وی بر

این باور است که چنین نشری نیاز به مجموعه گسترده‌ای از دانسته‌های معرفتی و شگردهای مهارتی دارد که تاکنون مطالبی در مورد آنها نوشته نشده است و برای آنها آموزشی وجود نداشته است. یکی از علت‌های مشکل‌زا را همین کمبود و کاستیها می‌داند. برای رفع این کاستیها، شناخت درست بنیادهای نشر و جهت آن گردآوری داده‌ها، روشها، وضع کردن اصول، دستیابی به معیارها و تعریف و بازتعریف ارزشها را پیشنهاد می‌کند تا گام‌های بعدی در عصر تحول، سریع‌تر و سنجیده‌تر به سوی هدف‌های مطمئن برداشته شوند.

کتاب در پنج گام از آغاز ورود به پیشه ناشری تا آخرین مرحله از آن انتشار و مراحل پس از آن جهت خواننده علاقه‌مند، با دقت و روشنی خاص و موشکافی و پرداختن به جزئی‌ترین مسایل به رشته تحریر درآمده است. در پایان راهنمایی مفید و کاربردی برای دست‌اندرکاران حرفه نشر، تألیف، ترجمه و... در پنج پیوست به صورت فرمهای قراردادهای سفارشنامه‌ها،

برگه‌های بازبینی و محاسبه هزینه‌های کتاب و برآورد قیمت، و ارزشیابی، گزارش، رسید و گواهی... ارائه می‌دهد که قطعاً با استقبال خوانندگان علاقه‌مند روبه‌رو است. بخش پایانی به نمایه موضوعی کتاب اختصاص یافته است.

گام اول، با شناختن و مهیا شدن آغاز می‌شود که مؤلف در معرفی پیشه ناشری با تعاریفی نغز و شیوا از جمله «نشر آیینة بازتابنده ژرفای درون جامعه‌ها است» یا «نشر از بهترین راههای شناختن گذشته، تغییر دادن امروز و ساختن فردا است» و تعاریفی دیگر به خوبی از عهده جذب جوانان مهیای ورود به این عرصه برآمده است.

سپس به مقوله گستره نشر وارد می‌شود و آن را از مؤثرترین ابزارهای دگرگونی‌های ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، و فرهنگی جامعه معرفی می‌کند و در آن از دو نوع نشر: ۱. نشر تک بنیادی که در آن ناشران بدون هیچ‌گونه اعمال نظر و به امید بخت و اقبال دام می‌گسترند (ناشران کنش‌پذیر / متفعل یا





طی بندهایی به این ویژگی‌ها پرداخته است و سیاست قیمت‌گذاری را پاسخی مبنایی می‌داند که کتاب برپایه آن قیمت‌گذاری می‌شود و نشان از مقصد و راهی که کتاب در آن پیش می‌رود دارد. وی چنین سیاستی را بر کل ساختار و نظام نشر تأثیرگذار می‌داند و بنیادی‌ترین و اصلی‌ترین وظیفه ناشر را متکی بودن به بازار می‌داند.

در این بخش مقایسه‌ای بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه صورت گرفته است.

از آنجا که در حوزه نشر نیز مانند سایر حوزه‌ها رقابت وجود دارد، برای پیشی‌گزیدن باید راه کارهای ابتکاری را کشف کرد و آزمود. در این راه نقد و بررسی کار ناشران کمک ارزنده‌ای است. شیوه‌های برقراری تماس دوسویه با ارائه تک تک مواردی که می‌توانند این تماس را خدشه‌دار کنند و مثال‌های روشنی که متأسفانه به گفته مؤلف کم دیده نمی‌شود. برای تازه‌واردان در عرصه نشر به خوبی توصیف شده است. مطالعه این بخش از آن جهت آموزنده است که ضمن آموزش اخلاق و فرهنگ در این حرفه، تأثیر اقتصادی آن نیز آشکارا روشن می‌شود.

گام دوم: برگزیدن روش نشر با دو مطلب اصلی: ۱. اثرگزینی و ۲. اثرآفرینی شامل نکات جالبی آغاز می‌گردد. بخش اول، اثرگزینی، در ارتباط با مجموعه‌سازی به عنوان سیاستها و برنامه‌های کلی ناشر مورد بررسی قرار گرفته است و نحوه ارزشیابی اثر، دقت و مطالعه آن برای تعیین محل خاص آن در مجموعه ناشر و این که در میان آثار مجموعه وی در کدامین بخش وارد می‌شود؟ پدیدآورنده اثر کیست؟ و سوابق و مطالعات او چیست؟... تشریح کامل شده است و برای چنین ارزشیابی، برگه ارزشیابی اثر، ارائه شده که دارای اطلاعات دقیقی است و پر کردن آن وسیله متخصص / کارشناس و ویراستار کارآموده و مشاور مسلط پیشنهاد شده است. مشابه چنین برگه‌ای، برگه ارزشیابی پدید آورنده است. مؤلف این برگه‌های ارزشیابی را مبنای تصمیم‌گیری در چاپ اثر می‌داند.

پرداخته است و تعریف روشنی از آن ارائه داده است و برنامه‌ریزی را به مثابه پلی از پهنه آرزو و نظر به قلمرو واقعیت و عمل که عرصه‌ای است خالی و وسیع برای سلسله‌ای از تحقیقات و مطالعات در قلمرو نشر تعریف کرده است. تهیه فهرستی تفصیلی، توضیحی و جامع از پدیدآورندگان را نخستین کار ناشر کنشگر و مبتکر پیشنهاد کرده است که موجب شناخت آنان و ارزیابی کارشان می‌گردد.

صورت کتاب‌های فرضی و صورت حوزه‌های موضوعی، موضوع بحث بعدی است که مربوط است به موضوعهایی که ناشر از نظر دارد در آن زمینه‌ها کتاب منتشر کند.

از موارد مهم در گام اول تعیین سیاست اقتصادی از جانب ناشر است. چه وی ناگزیر از روشن ساختن سیاست قیمت‌گذاری ویژه خود است. با اینکه اصول و کلیات قیمت‌گذاری برای ناشران تقریباً مشترک است، اما برای داشتن سیاست قیمت‌گذاری درستی باید با ویژگیهای آن را مورد توجه قرار داد. مؤلف در این جا

منتظر) و ماده خام را به کالای فرهنگی مبدل می‌سازد و ۲. نشر چندبندبندی به معنای دقت و توجه از آغاز تا انتهای کار و ایجاد پیوندهای متقابل و تبدیل آن به مجموعه‌ای مرتبط و با معنا (ناشران کنشگر / فعال یا ناشران مبتکر و نوآور) سخن می‌گوید و دو نوع ناشر را با یکدیگر مقایسه و تمایز قابل اعتنای آنان را آشکارا و سنجیده وصف می‌کند. در پی این مطالب وی باتوجه به او گستره متفاوت نشر به تعریف الگوی نشر پرداخته است. چهار الگوی: کوچک، متوسط، بزرگ و فرامرزی با ارایه نمودارهای راهنما تعریف شده‌اند.

فهرست لوازم مورد نیاز و لغاتی جهت آگاهی به هدف‌ها و مشکلات برای نوواردان طراحی شده‌اند. مشخص ساختن هدفها و سیاستها به شکلی صریح و روشن در این مرحله از کار پیشنهاد شده است و تمامی نکات و شیوه‌های کار به شکلی ساده و روشن، با ارائه برگه‌بازبینی مرحله‌آغازین بیان شده است.

سپس وی به مقوله راهبردی اندیشی به معنای راه مناسب اجرای سیاستها برای دست یافتن به هدفها



و تقاضاهای آینده خوانندگان چیست و چگونه می‌تواند برآورده شود.

ناشر اثر آفرین با برنامه‌ریزی درست از طریق مخاطب‌شناسی، بازاریابی و تحلیل بازار، مشخصات اثری را که می‌خواهد بیافریند تعیین می‌کند و با استفاده از مطالعات و تجارب قبلی، عناصر مولد، مفید و همکار را در روند تولید اثری که در نظر دارد، گردهم می‌آورد و انگیزه تولید چنین اثری را در آنها بیدار می‌کند. نقش ویراستار کارآزموده در اینجا تعیین‌کننده است که از طریق رابطه منطقی با پدیدآورنده و ناشر و مدیریتی مطلوب و جذاب در آفرینش اثر تأثیرگذار است.

وجود روابط عمومی قوی، بخش حقوقی کارآمد، بخش مالی - اداری سریع و با کفایت و رابطان و میانجیان و تسهیل‌کنندگان روابط و ارتباطات از نیازهای اصلی کار است.

گام سوم: تولید فرهنگی است که در این بخش اجزای کتاب شامل اجزای پیش از متن، متن و اجزای پس از متن مورد توجه است که پرداختن به دو جزء اول و سوم از وظایف ناشر است. در اینجا مسئولیت و الگوگزینی ناشر در این باب با تشریح کامل از نظر خواننده می‌گذرد. اما جزء دوم ویرایش متن به گفته مؤلف خلاصه و جان کلام نشر است و کاری است بسیار دشوار، پر مسئله، فنی، و حساس.

ناشر بهتر است براساس هدف، سیاست، مجموعه، مطالب و شیوه‌نامه مدون ویراستار را انتخاب کند و کار را به وی واگذارد.

بعضی از متن‌ها نیاز به چند تخصص دارند: از جمله مقابله، ویرایش زبانی - ادبی و ویرایش صوری و جزء آن. ویرایش ساختاری، برقرار ساختن متناسب موضوعی میان کل و اجزاء و اجزاء با یکدیگر با هدف متناسب ساختن نظام کتاب با موضوع و هدف آن است. ویرایش محتوا توجه به اصلاحات و عبارات کتاب برای روشن ساختن مفاهیم آن است. این‌گونه ویرایش تخصص ویژه خود را می‌طلبد و مشکلترین نوع ویرایش است که نیازمند تواناییهای روش تحقیق، مطالعه، مآخذشناسی، شیوه‌های تألیف و قواعد ویراستاری است.

ویرایش زبانی - بیانی یا ویرایش نگارشی،

تدوین و در راه شناخت و معرفی آن به جامعه اقدام کند. نظر نویسنده این است که باتوجه به طبیعت نشر، چنانچه ناشر تصور خود را از کتاب به تصور جامعه نزدیک کند، می‌تواند جای کتاب را در میان مردم باز کرده و منافع خود را نیز تضمین کند.

جامعه ما آمادگی پذیرش تحولات و اندیشه‌های نو را دارد و در نظامهای آموزشی، ساختار پژوهشی، روشهای تربیتی و شیوه‌های مدیریتی، نارسایی‌های گوناگون مشاهده می‌شود. نشر با ایجاد تحول می‌تواند به منزله یکی از مهمترین و کارآمدترین اهرمها تأثیرگذار باشد. و در این مقطع نشر اثرگزين به تنهایی قادر به پاسخگویی نیازهای چنین جامعه‌ای نیست. بنابراین، ناشران ناگزیرند به هر دو شیوه نشر اثرگزين و اثر آفرین توجه کافی مبذول دارند و از میان آنها راه مناسب را برگزینند.

ناشر اثر آفرین ذهنی تیز، شمی نیرومند و تشخیص قوی دارد و می‌تواند پیش‌بینی کند که نیازها

بدین ترتیب اتخاذ هرگونه تصمیمی بر پایه استدلال و مدارک دقیق صورت می‌گیرد که آینده اثر چاپ شده را تضمین می‌کند. مرحله بعدی شامل محاسبات است، که با اهمیت‌ترین وظیفه ناشر است. در این جا از موارد سرمایه‌گذاری، تخصص‌های مورد نیاز، زمان، و تامین این امکانات سخن رفته است و اختصاص بودجه خاص و برنامه‌ریزی درست جهت آن پیشنهاد شده است. نگاه ناشر به انتشار کتاب به صورت تولید صنعتی او را وارد سه مرحله اصلی‌تر تولید فرهنگی، تولید فنی و تولید چاپی می‌سازد. این سه مرحله با زیرمجموعه‌هایشان به روشنی توصیف شده است.

بررسیها و ارزشیابی و محاسبه‌ها در قالب برآوردها به ناشر یاری می‌رسانند تا جایگاه هر کتاب را در سلسله انتشارات خود مشخص سازد و بر مبنای آن سیاستهای خود را از قبیل ترویج و تبلیغ، سرمایه‌گذاری، بحث و بررسی، تشخیص دادن ارزشها و کاربردهای اثر را

معمول‌ترین نوع ویرایش تألیفی یا ترجمه‌ای است. در این ویرایش، برای متنهای ترجمه دقت ویراستار در زبان اصلی و توانایی وی به زبان خارجی از شرایط مهم ذکر شده است. در ویرایش ادبی هدف ارائه زبان فارسی متن به زبانی است با رعایت قواعد دستوری، انشایی، املائی برای ابلاغ منظور نویسنده به سبکی روان و ساده.

در ویرایش صوری، ویراستار بدون توجه به ساختار، محتوا، زبان و بیان اثر، تمامی هم خود را مصروف می‌دارد تا هر جزء فنی کتاب در جای خود به گونه‌ای مناسب قرار گیرد. این ویرایش بدون استئنا برای هر کتابی ضروری است؛ و یکی از موارد مهمی است که در شیوه‌نامه ناشر موجود و جزء مهم سیاست‌های وی است.

گاه ناشر با استفاده از ترکیب پدیدآورندگان بالقوه اما ناتوان در کار نویسندگی، و قلم ویراستاران موجب آفرینش آثاری بی‌نظیر می‌شود. نویسنده بر این باور است که غنا بخشیدن به این شیوه و رواج آن موجب غنای فرهنگی می‌شود. زمانی که پدیدآورندگان مایل نیستند نام ویراستاران در اثر آنان درج شود، ناشران با پرداخت حق‌الزحمه مناسب نام آنان را مکتوم می‌دارند و ویراستار در اینجا نویسنده نامرئی است.

اجزای پایانی کتاب شامل سخن آخر، پسگفتار / پیشگفتار، پی‌نوشت، پیوست‌ها، ضمایم، یادداشت‌ها، افزوده‌های دیگر، واژه‌نامه‌ها، کتابشناسی، تصحیح‌نامه، غلط‌نامه، درست‌نامه و نمایه است. تهیه و تنظیم این اجزا از وظایف ناشر است و بسته به نوع اثر برخی از آنها و گاهی همگی موردنیازند. نویسنده جهت روشن شدن بیشتر مثالهایی در حوزه‌های موضوعی مختلف آثار ارائه داشته است و به آخرین مورد نمایه با اهمیت ویژه‌ای پرداخته است.

وی نمایه‌ها را شامل نمایه‌های عمومی، نیمه تخصصی، تحقیقی - تخصصی، اطلاعاتی و ترکیبی دانسته و برای هریک باتوجه به حجم و کاربرد کتاب نسبتی ارائه داده است. برای مثال در کتابی که ۱۰۰ صفحه دارد نمایه عمومی یک درصدی را پیشنهاد می‌کند و مثال‌هایی چند از این دست... در پایان اشاره‌ای است به نرم افزارهایی که به



سهولت و سرعت می‌توانند نمایه‌ها را تنظیم کنند و واژه‌نامه که یکی از اجزای پایانی کتاب است به همان طریق قابل تنظیم است. علاوه بر آن تنظیم یادداشت‌های کتاب، حواشی و تعلیقات، تدوین کتابشناسی‌ها و راهنمای منابع همگی در قلمرو طراحی ویراستاران است.

گام چهارم: تولید فنی و چاپی دو مرحله فنی، تخصصی و پرهزینه از مراحل نشراند. تحولات فن‌آوری، پیشرفتهای الکترونیک و تحولات رایانه‌ای تأثیر فوق‌العاده و چشمگیری بر این مراحل داشته‌اند. حرفه‌چینی، صفحه‌آرایی، طراحی جدول، نمودار، نقشه، انواع اشکال بعدی به سادگی و بدون مشکل صورت می‌گیرد. امروز ناشران با استفاده از ابزار نو و مهارت‌های آن با دیدی آینده‌نگرانه و باتوجه به الگویی که در نظر دارند به سمت تخصصی و حرفه‌ای‌تر شدن پیش می‌روند.

در الگوی نشر بزرگ بخشهای هنری با تولید فنی و تولید چاپی ارتباطی کاملاً مستقیم و بخشهای دیگر با

آنها ارتباط مستقیم کمتری دارند. به همین دلیل نویسنده تناسب میان تولید فنی و چاپی با الگوی نشر را از سرفصل‌های سیاستگذاری و طراحی نشر می‌داند. **تولید فنی:** در این بخش، طراحی، حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، تهیه اشکال بعدی، طراحی جلد و موارد مطالب تبلیغی و ترویجی مربوط به کتاب هریک به شکل جداگانه توصیف شده‌اند و تولید چاپی، تأمین مواد و مصالح کتاب، تکثیر چاپی کتاب و صحافی معرفی شده است. با چاپ و صحافی وظیفه تولید فنی و چاپی پایان می‌پذیرد. نویسنده در این بخش از ضرورت رابطه‌های موجود بین مسئولان در هر مرحله کاری سخن می‌گوید؛ از جمله رابطه طراح و ویراستار در بخش طراحی و وظیفه مشترک بخش ویراستاری و تولید فنی که شامل نظارت ویراستار در حروف‌نگاری، تعیین اندازه و نوع حروف، یا تشریک مساعی صفحه‌آرا و طراح که البته چنین امری امروزه به یاری نرم‌افزارها طراحی و آماده می‌شوند.

تهیه شکل و تصویر امروزه با استفاده از برنامه‌ها و نرم‌افزارهای مختلف رایانه‌ای بسیار ساده است. ضمن آنکه با انتخاب درست می‌تواند تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر ساختار کتاب داشته باشد. در این بخش توجه خاص به سیاست ویژه ناشر موردتأکید قرار گرفته است و موضوع به تفصیل تشریح شده است. مراعات موازین حقوقی در استفاده از شکل و تصویر نیز یادآوری شده است.

طراحی جلد و روکش تابع سیاستی جدا از سیاست آماده‌سازی متن ذکر گردیده است. اهمیت و هنر طراحی جلد با ذکر نکات دقیقی موردبحث قرار گرفته است. پوشش و روکش کتاب به منزله عرصه هنرنمایی، نیک‌اندیشی و دوراندیشی ناشر توصیف شده است. در این باب از نظر جلد و روکش، ناشران به دو دسته اصلی تقسیم شده‌اند: ۱- ناشرانی که طرح جلد کتاب‌های آنان یا جلد مجموعه و زیرمجموعه‌هایشان ثابت است. ۲- ناشرانی که تنها نشان نشر خود را برای یادسپاری و بازشناسی کافی می‌دانند و ترجیح می‌دهند طرح جلد هر کتاب با موضوع و محتوای آن تناسب داشته باشد. برگزیدن هر یک از این دو راه بستگی به هدف و نظر ناشر دارد.

تولیدچاپی: مرحله تولیدچاپی پس از پایان تولید

فنی کتاب و خارج شدن از دستگاه ناشر آغاز می‌شود که شامل آماده‌سازی کتاب، چاپ، صحافی و روکش و آمادگی برای پخش است. معمولاً تولید فنی و چاپی در یک محل متمرکز نیست. به طور کلی تولید چاپی از سه مرحله لیتوگرافی، چاپ و صحافی عبور می‌کند. با ورودی مرحله چاپ مسئله نظارت و مدیریت پیش می‌آید و برای انتخاب ناظر چاپ به نکات مشروحی پرداخته شده است.

گام پنجم: انتشار و مراحل پس از آن

تولد کتاب: پس از پایان مرحله چاپ و انتشار، سرنوشت کتاب با قرار گرفتن در اختیار خریدار و خواننده آغاز می‌شود. آنچه این سرنوشت را رقم می‌زند علی‌رغم تمامی تلاش‌ها، سنجش‌ها، تجارب و آینده‌نگری‌ها توسط ناشر و پدیدآورنده، می‌تواند با دید آنها به کلی متفاوت باشد. به همین دلیل مطالعات تخصصی تلاش دارند به یافته‌هایی با داده‌های پیش‌بینی‌پذیر دست یابند.

پخش کتاب: پخش کتاب در کشور ما یکی از پر مسئله‌ترین حلقه‌های پس از نشر است. باتوجه به این که ۳۰ درصد از بهای پشت جلد یعنی یک‌سوم بهای آن هزینه پخش است، به خوبی سنگینی بودن هزینه پخش در مقایسه با هزینه‌های دیگر کتاب روشن می‌شود. باوجود مشکلات موجود، در این بخش به شرایط انتخاب پخش‌کننده اشاره شده است و نویسنده بر این باور است که توجه و دقت در این نکات اگرچه تمامی خواسته‌های ناشر را برآورده نمی‌سازد، ولی تا حدی مؤثر است.

وی اضافه می‌کند که تاکنون تلاش‌های گسترده‌ای در جهت ایجاد شبکه مطلوب پخش، متمرکز، سراسری و فراگیر توسط ناشران به عمل آمده است.

اما متأسفانه تمامی آنها با ناخرسندی مواجه بوده است. وی ایجاد شبکه‌ای را پیشنهاد می‌کند که دارای سرمایه‌هنگفت، همکاری گسترده، مدیریت مسلط و نوآور باشد و در عین حال حمایت‌های جدی دولت از حیث حمایت‌های قانونی - حقوقی، تنظیم قانون‌های تازه و کارآمد را پشتوانه داشته باشد.

ترویج و تبلیغ چنانچه معرفی مناسب و تبلیغ درست، به شکلی اصولی و با موازین شرافتمندانه‌ای صورت گیرد، اعتماد مردم به ناشر افزایش می‌یابد و



شهرت بادوامی برای وی به دنبال خواهد داشت. در امر معرفی و تبلیغ، ناشر برای دستیابی به چنین هدفی نیاز به سیاست و راهبردهای مناسب و داشتن ارتباط با دیگر سازمان‌ها و بهره‌گرفتن از آنها و افرادی دارد که در این کار تجربه آموخته‌اند.

نویسنده در این بخش طرق معرفی کتاب را چنین برمی‌شمرد:

ارایه معرفی کوتاه و گویا با نظارت و ویراستار در پشت جلد کتاب، معرفی آثار دیگر ناشر در چند صفحه پایانی کتاب شامل آثار زیرچاپ و آینده، انتشار برگه‌های معرفی یا جزوه‌های مختصر و جداگانه با کیفیت مطلوب و قرار دادن آنها در یک یا چند کتاب ناشر و عرضه آنها در مکان‌های فروش، تهیه معرفی‌های مناسب با رده و سنخ خوانندگان یا سنخ روزنامه‌ها و مجلات و همراه کردن آنها با نسخه‌ای از کتاب برای بخش‌های فرهنگی مطبوعاتی مربوط در زمان مناسب، از راه مناسب و به شیوه‌ای مناسب، در سازمان‌های بزرگ وجود فردی به نام رابط از جانب ناشر از اقدامات مثبت است؛ معرفی‌های رادیویی، تلویزیونی، چاپ کردن خلاصه‌هایی از کتاب در مطبوعات، برگزاری نشست‌های دیدار با پدیدآورندگان و ناشران، برگزاری مصاحبه‌ها در رسانه‌ها.

این نکته را نیز از نظر دور نداشت، که هیچ‌گاه نباید جنبه فرهنگی کالای کتاب تحت‌الشعاع جنبه اقتصادی آن قرار گیرد و تنها تبلیغی مناسب است که آن را در محدوده ارزش‌های فرهنگی‌اش حفظ کند. بازاریابی یکی از وظایف اصلی بخش بازرگانی نشر است که نیاز به شناخت بازارهای مصرفی واقعی و موجود و بالقوه و تبدیل آنها به بازارهای بالفعل دارد. مطالعات بازاریابی راه‌های یافتن بازارهای تازه و گسترش آنها را هموار می‌سازند.

فروش کتاب ناشر پس از روانه ساختن کتاب به بازار نیاز به اطلاعاتی از جمله میزان و سرعت فروش و استقبال از کتاب دارد که به علت دخالت نداشتن

مستقیم در پخش و کتابفروشی این اطلاعات را غیرمستقیم به دست می‌آورد که معمولاً تعداد عنوان ضربدر واحد زمان سرعت فروش را نشان می‌دهد. ناشران با در اختیار داشتن سرعت فروش و ضریب‌های آن براساس متغیرهای مختلف مربوط به کتاب محاسبات قابل توجهی در بازرگانی کتاب به عمل می‌آورند. ناشران باتجربه با استفاده از اطلاعات دقیق، برپایه تجزیه و تحلیل، مطالعه و جمع‌بندی آنها، سیاستگذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و ارزشیابی‌های خود را بنا می‌نهند.

باز چاپ و زیرچاپ عبارت است از چاپ مجدد و واردکردن تغییرات و اصلاحات در چاپ اول کتاب. چنین کاری راهی آسان و هموار برای کسب درآمد است. ناشرانی که تعداد عنوان‌های بازچاپ آنها زیاد است، بخشی جداگانه‌ای را به این کار اختصاص می‌دهند. در این بخش به تغییرات مربوط به بازچاپ، ویراست یا ویرایش پرداخته شده است و اشاره‌ای به کتاب‌های موفق که دارای ویراست‌های متعددی شده است.

پیوستها: در پایان کتاب ۵ پیوست وجود دارد شامل:

۱. قراردادها، ۲. سفارشنامه‌ها، ۳. برگه‌های بازمینی، ۴. محاسبه هزینه و برآورد بهای کتاب، ۵. ارزشیابی، گزارش، رسید، گواهی.

هریک از این پیوست‌ها حاکی از جامع‌نگری خاص نویسنده بدون حذف کوچکترین جزئیات است. کتاب حاضر به دلیل دارا بودن جمیع نکات و موارد لازم در حرفه تألیف، ترجمه، چاپ و نشر می‌تواند همچون راهنما مورد استفاده قرار گیرد.

کتاب گام‌های اصلی در نشر کتاب همان‌گونه که از عنوانش بر می‌آید با دانشی گسترده، منسجم و جامع در صنعت نشر خواننده را گام به گام با سخنی روان و شیوا، پرمحتوی، آموزنده و خوش‌بینانه از مراحل پنج‌گانه نشر گذر می‌دهد و تا آنجا وارد جزئیات کار می‌شود که خواننده خود را در برابر تشکیلات و سازوکار ناشر احساس می‌کند و به سرعت پاسخ پرسش‌های خود را بازمی‌یابد و گاه فراموش می‌شد که در حال مطالعه کتاب است. این نشان از احاطه کامل نویسنده به موضوع کتاب دارد.