

نشر برتر، نشر ارزان‌تر

در گفت‌وگو با عبدالحسین آذرنگ

عبدالحسین آذرنگ، نویسنده و پژوهشگر برجسته مسائل چاپ و نشر و از مترجمین و ویراستاران صاحب‌نام کشور است، از او بالغ بر ده‌ها عنوان کتاب و مقاله در حوزه چاپ و نشر منتشر شده است. در ضمن او از تاثیرگذارترین نویسندگان دو دهه گذشته در حوزه چاپ و نشر بوده است. تالیفات او در کلاس‌های چاپ و نشر تدریس می‌شود و پژوهشگران، دانشجویان، ناشران و دست‌اندرکاران صنعت چاپ و نشر بسیار از او آموخته‌اند و نشر کشور وام‌دار تلاش‌های بی‌شائبه اوست. فرصت کوتاهی دست داد، تا با استاد آذرنگ به گفت‌وگو بنشینیم؛ محصل این گفت‌وگوی دوستانه را در اختیار خوانندگان کتاب ماه کلیات قرار می‌دهیم.

■ تعریف شما از نشر چیست؟

□ نشر، عبارت است از علم، فن، صنعت و هنر تولید، تکثیر و توزیع آفریده‌های علمی و عاطفی، یافته‌ها و دانسته‌ها و ره‌آوردهای قابل انتقال بشر. ارزیابی، گردآوری و تحلیل بازخوردها و دخالت دادن آنها در تولید و تکثیر آثار دیگر، نیز در حوزه نشر و از وظایف نشر خلاق است. در ضمن، در سال‌های اخیر از نشر با عنوان علوم نشر یاد می‌کنند که مجموعه‌ای است از چندین علم. علوم نشر در حال تکوین و گسترش است و به دوره تازه‌ای از حیات خود راه یافته است. متأسفانه علوم نشر در ایران وارد نظام آکادمیک نشده است و از این رو هنوز نیازمند ارائه تعریف‌های پایه‌ای هستیم.



عوض شبکه روابطشان را گسترش دادند. مانع راه و مسافت از میان برداشته شد، انتقال دیدگاه‌ها و اندیشه‌ها و آثار آسان شد و امکان حضور در عرصه‌ها و در نقاط بسیار افزون‌تری برای نشر فراهم آمد. مؤسسه‌های بزرگ نشر به انباشتگاه‌های اطلاعاتی تبدیل شدند و چون اطلاعات گسترده‌ای در اختیار گرفتند، نقش معماری و مهندسی خود را در نشر پررنگ کردند. اثر آفرینی، به جای اثر گزینی، و این که ناشر با ابتکار عمل کار کند و چشم‌بسته پیرو تولیدات دیگران نباشد، در برداشت‌های نشر تغییر راه داد. این تغییرها همچنان ادامه دارد و تحولات الکترونیکی و ارتباطی، باز هم بر نشر تأثیر خواهد گذاشت و مسیر آن را تغییر خواهد داد، و ناگزیر همواره بازنگری‌ها در تعریف نشر را لازم خواهد کرد.

■ به نظر شما ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) چه تأثیری

در حوزه نشر گذاشته؟ آیا عرصه‌ها یا بازارهای جدیدی در حوزه نشر گشوده است و آیا محصول این تأثیر را می‌توان نشر الکترونیک نامید؟

□ اینها می‌تواند تعبیرهای مختلف از پدیده‌ای واحد باشد. نشر الکترونیک، دستاورد حاصل دو انقلاب الکترونیک و اطلاعات و ارتباطات است. اگر این دو انقلاب رخ نمی‌داد، نشر الکترونیک هم پدید نمی‌آمد. بنابراین، آنچه را که نشر بدون کاغذ، نشر بدون چاپ، یا نشر رایانه‌ای و اینترنتی می‌گویند، دستاورد فناوری‌های همان انقلاب است.

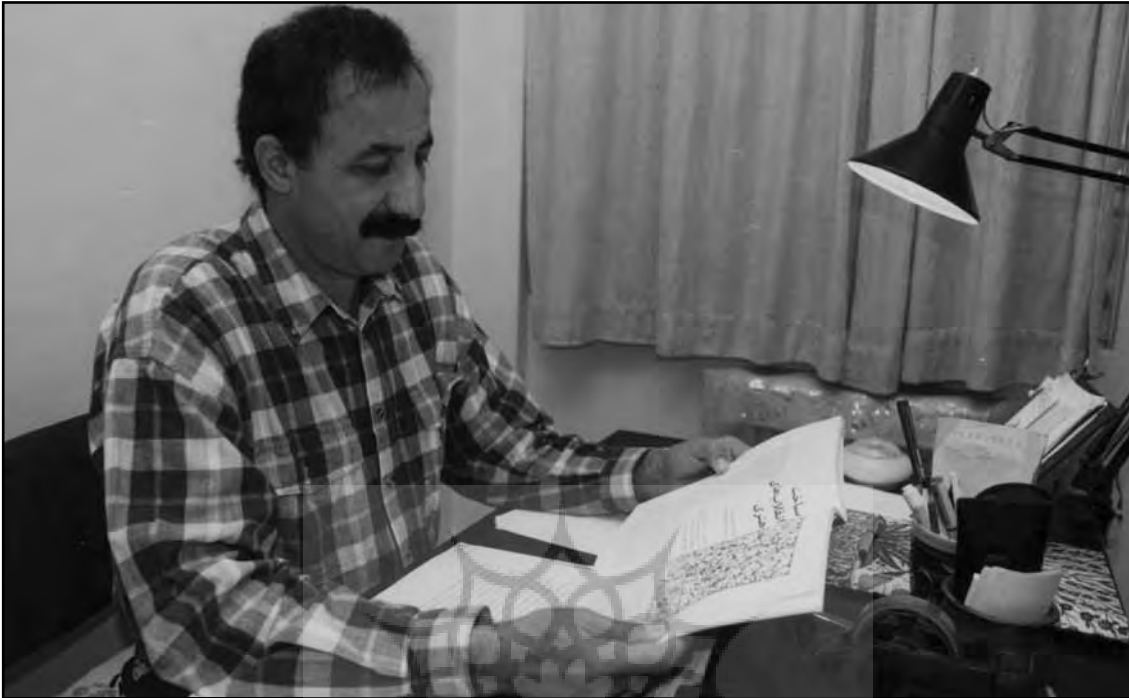
■ آیا تحولات فناورانه (تکنولوژیکی) اخیر در تعریف‌های سنتی با

رایج از نشر تغییری به بار آورده است؟

□ بله. پس از انقلاب الکترونیک، نشر به سرعت ره‌آوردهای این انقلاب را پذیرفت. ناشران تشکیلات اداری خود را کوچک کردند و در

■ یکی از پدیده‌های نوین عصر اطلاعات، «خود - ناشری» است که شما در مقاله‌ای با عنوان «پدیده خود ناشری» به آن پرداخته‌اید، وضعیت خود ناشری را در صنعت نشر جهان و ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

□ در این باره نسبتاً زیاد نوشته‌ام و صحبت کرده‌ام. پدیده خودناشری در جهان صنعتی در حال گسترش است و بویژه نویسندگانی که می‌خواهند خود و خوانندگانشان را از چنبره‌های اقتصادی بیرون بکشند و خواهان مناسبات نزدیک‌تر و بی‌واسطه‌تری با مخاطبانشان هستند، به این شکل نشر توجه بیشتری نشان می‌دهند. البته انجمن‌های نویسندگان در بسیاری از کشورها - که از مناسبات پدیدآورندگان با ناشران و توزیع‌کنندگان چندان خشنود نیستند - از حامیان و مروجان خودناشری هستند. تعجب می‌کنم که چرا کانون نویسندگان ایران



عبدالحسین آذرنگ، نویسنده و پژوهشگر برجسته مسائل نشر و چاپ، نشر الکترونیک را زاده نیازهای جهانی می‌داند و دلیل آن را نیز انبوهی پیام و الزام به اطلاع‌رسانی وسیع به آن حد که نیازهای فرامرزی را پاسخ گوید. این در حالی است که وی معتقد است نشر برتر، نشری است که از نظر اقتصادی ارزان‌تر و نیز کارآتر باشد

متفاوت برای مقصودهایی واحد یا همسان‌اند. اما در باره ایران، حرف دقیقی نمی‌توان زد، یا شاید من نتوانم حرف دقیقی بزنم، زیرا نشر از هنجار دور شده و دوره‌ای پرتب و تاب و بحرانی را می‌گذراند. بسیاری از اوقات درباره پدیده بحرانی نمی‌توان اظهارنظر کرد.

امیدوارم نشر، هرچه زودتر به فعالیتی بهنجار در کنار دیگر فعالیت‌های بهنجار، حیات بهنجار خودش را در پیش بگیرد. در آن حالت، تقسیم کار هم صورت خواهد گرفت و هر یک از این دو شاخه نشر در جایگاه طبیعی خود قرار خواهد گرفت. دعا کنیم که این اتفاق روی دهد و دولت متقاعد شود که سیاست بیشترین حمایت و کمترین دخالت، بهترین سیاست فرهنگی است.

■ آیا وضعیت نشر الکترونیک به گونه‌ای هست که بتواند روی صنعت چاپ تأثیر بگذارد؟

□ نشر الکترونیک و چاپ با هم ارتباط مستقیم دارند و برهم

تاکنون به این جنبه توجه نکرده است. در مقاله‌ای اشتهابرانگیز از تجربه‌های سوئد در این زمینه یاد کردم و امیدوار بودم نویسندگانی که حقوقشان را بعضی ناشران ناقض حقوق، نادیده گرفته‌اند، به امکانی آگاه شوند که بسیار کارآمد است، اما هیچ بازخوردی دیده نشد.

■ موانع رشد تولید، انتشار و فروش آثار الکترونیک در ایران چیست؟

□ در حقیقت، زیرساختی است. تا زیرساخت‌های صنعت و ارتباطات الکترونیک در کشور پایه‌گذاری نشود، نه نشر الکترونیک پا می‌گیرد و نه هیچ‌گونه ارتباطات الکترونیکی. زیرساخت‌های این حوزه هم مانند زیرساخت‌های دیگر صنایع و پیرو همان اصول و قواعد ایجاد زیرساخت است. تأمین مواد و مصالح اولیه، فناوری تولید و انتقال دانش فنی، تکثیر و توزیع، سیاست‌ها و برنامه‌های تدوین‌شده و هدف‌ها و راهبردهای مشخص، سرمایه‌گذاری، آموزش، پژوهش، اطلاع‌رسانی، ایجاد بسترهای حقوقی و مانند این‌هاست که زیرساخت‌های صنعت را تشکیل می‌دهد. در عرصه الکترونیک، اگر اینها محقق شود، نشر الکترونیک هم پا می‌گیرد.

■ نشر الکترونیک باعث تضعیف حوزه نشر سنتی را تضعیف کرده شده است یا تقویت؟

□ آمارهای جهانی نشان نمی‌دهد که نشر الکترونیک، اثر منفی بر نشر به اصطلاح سنتی گذاشته باشد. پس از نگرانی‌های نخستین، این دو نشر در دو راه جدا، ولی مکمل هم، پیش می‌روند. نشر سنتی هم از دستاوردهای الکترونیک به سرعت و به وسعت استفاده کرده و خودش را فعال‌تر و زنده‌تر کرده است. در واقع این دو نشر، دو امکان

نشر، عبارت است از علم، فن، صنعت و هنر تولید، تکثیر و توزیع آفریده‌های علمی و عاطفی، یافته‌ها و دانسته‌ها و راه‌آورد‌های قابل انتقال بشر. ارزیابی، گردآوری و تحلیل بازخوردها و دخالت دادن آنها در تولید و تکثیر آثار دیگر، نیز در حوزه نشر و از وظایف نشر خلاق است

حوزه‌ها مربوط می‌شود. در نشر الکترونیکی این امکان هست که از هر اثری که بخواهند نسخه‌ای کاغذی هم تهیه کنند و صحافی و مجلد شده، درست مثل کتاب، نگاه دارند. رسانه الکترونیکی نیامده است که کاغذ را منقرض کند. به امکانات و عرصه‌هایی توجه کنیم که فناوری الکترونیکی از طریق آنها می‌تواند ارتباط را غنی‌تر و وسیع‌تر کند. نشر الکترونیکی نتیجه انباشت الکترونیکی است. تا انباشت صورت نگیرد، نشری هم در کار نخواهد بود. نکته، در انباشت است. با انباشت می‌توانیم آن را به انواع محصول‌ها و روی انواع رسانه‌ها تبدیل و منتقل کنیم. هر اثری می‌تواند به چند صورت منتشر شود؛ اگر روی کاغذ منتشر شده، نشر کاغذی است؛ اگر از طریق شبکه‌ها منتشر شده، نشر الکترونیکی است؛ و اگر روزی مولکولی منتشر شد، نشر مولکولی است. جهان در حال گسترش و افزایش رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی است و از این رو به همین نسبت بر شمار نشرها هم افزوده خواهد شد، اما در عرصه اقتصاد، نشری برتر است که اقتصادی‌تر باشد، تولید در آن ساده‌تر، ارزان‌تر و سریع‌تر صورت بگیرد.

■ آیا نشر الکترونیک می‌تواند، به قدرت صنعت چاپ در دنیای

امروز کمک کند؟

□ مقصود از عبارت «قدرت صنعت چاپ» را نمی‌فهمم. احتمالاً مراد این است که چگونه می‌تواند توان این صنعت را افزایش دهد. در واقع باید عرض کنم که دستاوردهای الکترونیکی و تحولات الکترونیکی بر همه عرصه‌ها، و از جمله بر چاپ یا به تأکید برخی، بویژه بر چاپ، تأثیر می‌گذارد. پدیده دیجیتال‌سازی خیلی زود به قلمرو چاپ راه یافت و فناوری چاپ را دگرگون کرد. برای این که این نکته را بهتر بفهمیم، خوب است در ذهن این طور تجسم کنیم که دستگاه‌های دیجیتالی شده چاپ، می‌تواند روی انواع مواد و وسیله‌ها عمل چاپ را انجام دهد و کاغذ و مقوا و محصولات کاغذی فقط یکی از انواع این مواد است. تولید کاغذ براساس آمارهای جهانی، روز به روز گران‌تر، و بنا به محاسبات، در آینده هم کمیاب و کمیاب‌تر می‌شود؛ بنابراین ماده یا ماده‌های جانشین لازم است. برای نمونه، مطالعاتی انجام گرفته که از پودر سنگ‌های بخصوصی، کاغذ ساخته شود. تولید اقتصادی نوعی کاغذ از مواد پتروشیمی هم در دست بررسی است. بنابراین جهان آینده شاهد مواد جانشین کاغذ خواهد بود. هر گاه که این ماده جانشین یافته شود، عمل چاپ روی آن انجام می‌گیرد و این تأثیر الکترونیک بر چاپ، و تحول در چاپ خواهد بود.

تأثیر می‌گذارند، اما این بدان معنا نیست که این تأثیر همیشه و در همه جا منفی باشد؛ با برنامه‌ریزی‌ها درست بی‌تردید، این تأثیر هم مثبت خواهد بود.

نکته‌ای که خوب است به آن توجه کنیم، این است که نشر الکترونیک (یا: نشر الکترونیکی) و تحولات الکترونیک در عرصه نشر، به این منظور نبود که چاپ را نابود کند یا جای آن را بگیرد. در واقع، تحولات الکترونیکی موجب شده است که رسانه تازه‌ای بر رسانه‌های پیشین افزوده شود و به اصطلاح به اعضای خانواده ارتباطات اضافه شده است. برای نمونه، وقتی در خانواده‌ای فرزندی بر شمار فرزندان افزوده شود، قصد این نیست که نوزاد نرسیده جای فرزندان دیگر را بگیرد، یا آنها را از خانواده و جمع به بیرون براند؛ چنین چیزی نیست. تحولات الکترونیکی، زاده نیازهای جهانی است و جهان روزگار ما به رسانه‌هایی چون رایانه و به راه‌هایی چون اینترنت و به مبادلاتی همچون تبادل‌های الکترونیکی نیازمند بود. شما حجم یادداشت‌ها و نامه‌هایی را که امروزه با پست الکترونیکی مبادله می‌شود و همچنین هزینه‌هایش را هم محاسبه کنید، زمان لازم برای این کار را هم برآورد کنید و کمیت را در زمان و در هزینه ضرب کنید و ملاحظه کنید که به چه رقمی می‌رسید. آیا پست سنتی می‌تواند از پس این همه مبادله برآید؟ و پرسش - مهم‌تر که به موضوع گفت‌وگوی ما مربوط است - آیا پست و پست‌خانه بر اثر پیدایش پست الکترونیکی تعطیل شده است؟ آیا اصولاً امکان تعطیل شدن آن هست؟ می‌بینید که پاسخ‌ها منفی است. در واقع تحولات، نوعی تقسیم و تفکیک کار به بار آورده، حوزه‌ها و قلمروها به نوعی از هم جدا شده و گسترش یافته و در عین حال بر غنای تبادل‌ها هم افزوده شده است. نشر الکترونیکی می‌تواند بار سنگینی را از دوش صنعت چاپ بردارد و به آن برای وظایف مهم‌ترش یاری برساند. مشکل در این نیست، مشکل در کشور ما در زیر ساخت‌های این دو صنعت است که در حد لازم موجود نیست. اگر صنعت چاپ و نشر الکترونیکی، زیرساخت‌های مناسب خود را داشته باشند، نه تنها تهدیدی علیه هم نیستند، بلکه تکمیل‌کننده همدیگر هم هستند.

بنابراین به گمان بنده تأثیر منفی در کار نیست و اصولاً حوزه‌ها جداست. اگر اشکالی در کار است، از خطاهایی است که به تداخل

آمارهای جهانی نشان نمی‌دهد که نشر الکترونیک، اثر منفی بر نشر به اصطلاح سنتی گذاشته باشد. پس از نگرانی‌های نخستین، این دو نشر در دو راه جدا، ولی مکمل هم، پیش می‌روند. نشر سنتی هم از دستاوردهای الکترونیک به سرعت و به وسعت استفاده کرده و خودش را فعال‌تر و زنده‌تر کرده است. در واقع این دو نشر، دو امکان متفاوت برای مقصودهایی واحد یا همسان‌اند