

بررسی وضعیت نشر حرفه‌ای کتاب و سیاست‌های دولتی در ایران

دکتر سید رضا صالحی امیری *

فریده بهبهانیان **

چکیده

در این مقاله به بررسی وضعیت نشر حرفه‌ای کتاب در ایران و تاثیر سیاست‌های دولت در این حوزه پرداخته شده است. در ادامه ضمن بررسی جایگاه ناشران خصوصی و دولتی و سهم هر کدام از آنها در نشر حرفه‌ای به بررسی شیوه‌های حمایت دولت از نشر کتاب پرداخته و پیرامون نکات مثبت و کاستی‌های این شیوه‌ها به بحث می‌پردازد و با ارائه یک مدل پیشنهادی از نحوه حمایت دولت از صنعت نشر به این نتیجه می‌رسد که دولت باید در سیاست‌های خود بازنگری کند و در این بازنگری اولاً با ترک رویکرد یک جانبه‌گرایی تمامی اجزاء و عوامل نشر را مد نظر این سیاست‌ها قرار دهد و ثانیاً با طراحی یک ساز و کار هماهنگ‌کننده همچون شورای ملی توسعه کتاب در کشور به اتخاذ سیاست‌های هماهنگ و یکپارچه در این حوزه پردازد.

واژگان کلیدی

صنعت نشر، نشر حرفه‌ای کتاب، حمایت‌های دولتی

* استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی - واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

در عصر حاضر که اطلاعات بنیاد توسعه بشمار می‌رود، هر جامعه‌ی خردورزی درصدد است تا با آویختن به ریسمان آگاهی و اطلاعات، خود را با سرمنزول توسعه‌یافتگی برساند. بر این اساس است که قالب‌های متنوع تولید اطلاعات اهمیت بنیادین در جوامع امروزین پیدا می‌کنند. در این میان، با وجود قالب‌های مادی متنوع تولید اطلاعات، کتاب از اهمیت خاصی برخوردار است. اهمیت تولید کتاب در جهان امروز به حدی است که میزان تولید آن در جوامع به‌نوع شاخصی برای میزان توسعه‌یافتگی از نظر صاحبان اندیشه قرار گرفته و مراجع بین‌المللی نظیر سازمان علمی-فرهنگی سازمان ملل متحد (یونسکو) نیز هر سال میزان تولید و انتشار کتاب در کشورهای مختلف را به‌عنوان شاخصی از توسعه منتشر می‌کند.

اهمیت کتاب و نقش آن به رغم حضور منابع اطلاع‌رسانی غیرکتابی، که (Non Book Material) خواننده می‌شوند، رواجی شگفت‌انگیز نیز یافته‌اند، هنوز هم غیرقابل انکار است.

در دنیای امروز صنعت نشر کتاب یکی از صنایع مهم و تاثیرگذار بر حیات فرهنگی و اجتماعی جوامع است. حجم اشتغال‌زایی این صنعت و مهم‌تر از آن تاثیر محصولات این صنعت بر کیفیت فرهنگی جوامع از جمله دلایلی است که صنعت نشر کتاب را مد نظر مدیران و سیاست‌گذاران بخش‌های دولتی در جوامع مختلف قرار داده است.

بر همین اساس نشر کتاب در دنیای امروز تبدیل به صنعتی شده است که از آن تحت عنوان «صنعت» نشر کتاب نام برده می‌شود، صنعتی که همانند دیگر صنایع بیش از هر چیز بدنبال بهره‌وری بیشتر در فعالیت‌های خود است.

توجه به مفهوم بهره‌وری در صنعت نشر امروزه آنرا در اکثر نقاط دنیا تبدیل به یک فعالیت حرفه‌ای کرده است و در جاهایی نیز که این صنعت دارای سطح پایینی

از بهره‌وری است، دولت‌ها سعی می‌کنند تا با اجرای سیاست‌های حمایتی متعدد این صنعت را بسوی وضعیت حرفه‌ای سوق دهند.

در حال حاضر نشر حرفه‌ای هدفی است که سیاست‌های دولتی حوزه‌ی کتاب در کشور سعی در تحقق آن دارند. اما بنظر می‌رسد که با تداوم سیاست‌های فعلی دولت در این حوزه تحقق این هدف هر روز ناممکن‌تر می‌شود. توجه به نشر کتاب به مثابه یک صنعت و به فعالیت در این حوزه به مثابه یک فعالیت حرفه‌ای از بنیادی‌ترین لوازم تحقق نشر حرفه‌ای کتاب در کشور است.

عدم توجه به خصوصیات و ویژگی‌های صنعت نشر کتاب و نشر حرفه‌ای آن در کشور باعث شده است تا امروزه با وجود اجرای نزدیک به دو دهه از سیاست‌های حمایتی حوزه کتاب توسط دولت هنوز هم با نشری بیمار، نابالغ و وابسته روبرو باشیم.

صنعت نشر و نشر حرفه‌ای کتاب

نشر کتاب در جهان امروز تبدیل به صنعتی مهم شده است. تولید کتاب در این صنعت همچون سایر صنایع توسط ساز و کارها و عواملی انجام می‌شود که از آن می‌توان تحت عنوان **سازمان نشر کتاب** نام برد و یا اصطلاحاً آنرا **صنعت نشر کتاب** نامید. منظور از صنعت کتاب، فعالیت‌های گسترده‌ای است که به صورت هدفمند و منظم به انعکاس صاحب‌نظران و اندیشمندان جامعه می‌پردازد.

بر این اساس صنعت نشر کتاب عبارت است از مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی که از تولید فکری کتاب شروع شده و به فروش کتاب پایان می‌یابد. نویسندگان، مترجمان، ناشران، مورخان و توزیع‌کنندگان از اصلی‌ترین عوامل این صنعت بشمار می‌روند.

اگرچه براساس این دیدگاه، فعالیت صنعت نشر کتاب با فروش کتاب به پایان رسیده است ولی برخی‌ها با این استدلال که حذف مصرف‌کنندگان از فرآیند

گرفته است، نشان می‌دهد که ۴۱ درصد پایخگویان نوجوان دوره‌ی راهنمایی و ۳۱ درصد پاسخگویان دوره‌ی متوسطه اعلام کرده‌اند که در هفته بین یک تا دو ساعت کتاب می‌خوانند، یعنی کمتر از ۲۰ دقیقه در روز. (دبیرخانه‌ی فرهنگ عمومی کشور، ۱۳۸۱: ۳۷)

البته باید توجه داشت این آمار مربوط به کسانی است که شغل آنها کتاب‌خوانی است و براساس اظهارات خود پاسخگویان محاسبه شده است نه رفتار واقعی آنها. یکی از صاحب‌نظران حوزه نشر کتاب در کشور ضمن اشاره به ضرورت اجتماعی توجه به نشر کتاب در کشور نگرانی‌های خود را در این باره چنین بیان می‌کند: «نشر در حوزه‌های مختلف بویژه نشر کتاب در جهان سوم بواسطه پیوندهایی که با مسائل اجتماعی و سیاسی و جریان‌ات فکری - فرهنگی دارد و مشکلات تخصصی و اقتصادی مبتلا به آن، از پیچیده‌ترین، حساس‌ترین و احتمالاً غیرسودآورترین صنایع فرهنگی است که به بیماری تبدیل شده و دچار مرضی مزمن است که در صورت عدم شناخت بیماری‌اش و عدم درمان، فاتحه آن در دنیای پیچیده و گسترده ارتباطات خواننده، خواهد شد. (آذرنگ، ۱۳۸۰: ۶۷)»

با این حال نشر کتاب در ایران به تعبیری، مهم‌ترین و اصلی‌ترین نماد فرهنگ یا یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین ارکان صنعت فرهنگی کشور بشمار می‌آید. تامین کتاب‌های مورد نیاز بیش از ۲۰ میلیون دانش‌آموز و دانشجو، فراهم آوردن مواد خواندنی برای جمعیتی که اکنون به مرز ۶۵ میلیون نفر رسیده و بیش از ۷۰ درصد آن باسواد هستند به خودی خود و قطع نظر از هر عامل دیگری می‌تواند به صنعتی مولد، اشتغال‌زا و تاثیرگذار بر جنبه‌های مختلف حیات اجتماعی تبدیل شود.

آمارهای مربوط به تعداد باسوادان، دانش‌آموزان و دانشجویان، رشد آهنگ سوادآموزی، مشاغل تخصصی، مهارت‌های فنی و نظایر آن به خودی خود نشان می‌دهد که بازار بالقوه مواد خواندنی که صنعت نشر باید آن را تامین کند بسیار مستعد است. اما داده‌های

فعالیت صنعتی آن را ناقص می‌کند، صنعت نشر کتاب را نیز فعالیتی متشکل از سه عامل اصلی تولید، توزیع و مصرف تلقی کرده و خوانندگان کتاب‌ها را نیز زیرمجموعه صنعت نشر کتاب در نظر می‌گیرند.

همچنان که گفته شده نشر کتاب در دنیای امروز فعالیت حرفه‌ای است و همچون سایر فعالیت‌های حرفه‌ای نیازهای خاص خود را می‌طلبد. منظور از نشر حرفه‌ای کتاب فعالیتی است که عاملان و کنشگران فعال در آن معیشت خویش را از این راه کسب می‌کنند و نشر کتاب فعالیت تمام‌وقت و شغل آنها بشمار می‌رود. یک فعالیت معمولاً زمانی بعنوان شغل و حرفه توسط یک فرد انتخاب می‌شود که امکان کسب معیشت به اندازه‌ی کافی و بطور مداوم در آن شغل و حرفه وجود داشته باشد.

از اینرو نشر حرفه‌ای باید فعالیتی باشد که ضمن برآوردن نیازهای معیشتی ناشران، آینده‌ی شغلی روشنی را نیز برای آنها تصویر کند. برای این منظور نشر کتاب باید فعالیتی مستقل و متکی به خود باشد تا تصور حرفه‌ای از آن ممکن شود.

وضعیت نشر کتاب و ناشران در ایران

نقش کتاب در فرآیند نشر و اشاعه دانش در وامع باعث شده تا دولت‌ها جایگاه مهمی را در توسعه فرهنگی جوامع خود به کتاب اختصاص دهند. در کشور ما نیز درک ضرورت تاسیس ساز و کارهای مرتبط با نشر کتاب از همان ابتدای ورود تکنولوژی به کشور احساس شد و بر این اساس اولین بنگاه‌های چاپ و نشر کتاب در کشور با ظهور مظاهر مدرنیته در ایران بنیاد نهاده شد.

تجربه‌ی صد ساله‌ی نشر کتاب در کشور و قابلیت دسترسی به تجربیات سایر کشورهای پیشرو در این حوزه ما را در جایگاهی قرار می‌دهد که انتظار می‌رود جامعه‌ی کتاب با ناشران حرفه‌ای داشته باشیم.

نتایج حاصله از پژوهشی که به منظور بررسی وضعیت مطالعه و کتاب‌خوانی در میان نسل جوان انجام

گمان می‌رود این ناشران غیرحرفه‌ای، که به امید بهره‌مندی از یارانه‌های نشر وارد این عرصه شده‌اند، نه تنها امکانات حمایتی فعلی را به هدر می‌دهند که به نابهنجاری‌های بسیاری در بازار نشر کشور نیز دامن می‌زنند.

وجود حمایت‌های گسترده دولتی از بنگاه‌های انتشاراتی در کشور عملاً حاصلی جز افزایش حیرات-انگیز تعداد ناشران نداشته است. بطوری که میزان تفاوت تاثیر ناشی از وجود یا عدم وجود آنها در سازمان نشر کتاب در کشور تفاوت معناداری نیست.

وجود بازار گسترده و تشنه‌ی کتاب در کشور و حجم انبوهی از ناشران غیرحرفه‌ای و غیرمتخصص به تنهایی خود بیانگر اهمیت و ضرورت طرح مسئله کتاب در کشور است.

تجربه‌ی کشورهای پیشرفته در زمینه چاپ و نشر کتاب بیانگر مزیت‌هایی است که توجه به کیفیت و خصوصیات حرفه‌ای نشر کتاب را عاید جامعه خواهد کرد.

بعنوان مثال در کشور ژاپن که پیشرو استفاده از ابزارهای جدید است سالانه قریب به یک میلیارد جلد کتاب تولید می‌شود (حدود ۱۰ برابر مجموعه تیراژ کتاب در ایران) جمعیت آن کشور تقریباً دو برابر ایران است. یعنی سرانه‌ی کتاب ژاپن پنج برابر کشور ماست.

طبق آمار ارایه شده توسط اتحادیه ناشران آمریکا (publisher.org) دویست و هفتاد و هشت عضو این اتحادیه در سال ۱۹۹۴ میلادی بیش از ۲۴ میلیارد دلار کتاب به فروش رسانده‌اند، که بیش از درآمد فروش نفت ایران است. پایگاه‌های فروش و اطلاعات کتاب در شبکه اینترنت معروفیت خاصی دارند. در یکی از پایگاه‌ها ناشری به تنهایی سی هزار عنوان کتاب برای فروش ارایه می‌دهد، که شاید به اندازه نصف کل عناوین غیرتکراری و در جریان فروش تمام ناشران کشور باشد (برازش، ۱۳۸۱، ۱۴).

آماري مربوط به نشر نشان می‌دهد که این صنعت نه برای جمعیت باسواد بیش از ۴۰ میلیون بلکه برای معیّتی بسیار قلیل کتاب تولید می‌کند و این مقدار آنقدر قلیل و ناچیز است که خود نه به صنعتی توانمند بلکه به فعالیتی کم‌رمق، آسیب‌پذیر در معرض هر گونه تهدید، بحران و نوسان و وابسته به یارانه‌ها و کمک‌های دولتی تبدیل شده است. (آذرنگ، ۱۳۸۰: ۲۳-۲۱)

براساس آمار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حال حاضر حدود ده هزار مجوز نشر کتاب در کشور صادر شده است. ولی بررسی عملکرد این ناشران بیان‌گر آن است که کمتر از یک درصد دارندگان این مجوزها واقعاً به فعالیت در حوزه نشر پرداخته و به آن به مثابه یک موضوع حرفه‌ای می‌نگرند.

در یک پژوهش که با عنوان «بررسی فراتحلیلی وضعیت نشر کتاب در دهه هفتاد» انجام شده است این وضعیت به خوبی نمایان است. جدول زیر یافته‌های این پژوهش را در این خصوص نشان می‌دهد. (کرمانی، ۱۳۸۱: ۱۴۷)

وجود یک جمعیت انبوه از ناشران فاقد خصوصیات تخصصی و حرفه‌ای در حوزه نشر تاثیر نامطلوبی بر صنعت نشر به جای نهاده که از منظر آسیب‌شناختی نشر قابل تامل بسیار است.

توزیع فراوانی ناشران فعال دهه‌ی هفتاد و میزان فعالیت آنها

براساس سال مورد مطالعه

سال مورد مطالعه	تعداد ناشرانی که حداقل یک اثر تولید کرده‌اند	تعداد عناوین تولید شده غیر تکراری	میانگین تعداد تولیدات ناشران
۱۳۷۰	۸۲۹	۲۷۷۲	۳/۳۴
۱۳۷۱	۸۲۳	۲۵۰۸	۳/۰۵
۱۳۷۲	۸۸۵	۳۰۰۹	۳/۴
۱۳۷۳	۹۲۸	۳۹۸۲	۴/۲۹
۱۳۷۴	۹۸۹	۴۸۲۰	۴/۸۷
۱۳۷۵	۱۰۶۹	۵۶۶۵	۵/۳۰
۱۳۷۶	۱۲۷۵	۶۲۰۲	۴/۹۳
۱۳۷۷	۱۴۲۸	۶۴۰۵	۴/۴۸
۱۳۷۸	۱۴۶۵	۷۲۵۲	۴/۹۵
۱۳۷۹	۱۵۳۴	۸۲۰۵	۵/۳۵
میانگین در طول دوره‌ی مورد مطالعه	۱۱۲۲	۵۰۸۲	۴/۳۹

بر این اساس نشر کتاب فعالیتی است اولاً ضروری و ثانیاً به لحاظ اقتصادی کم‌بازده که تمایل چندانی برای بخش خصوصی بر نمی‌انگیزد. بر همین اساس بود که دولت در سال‌های پس از انقلاب و خصوصاً پس از جنگ تحمیلی اقدام به سرمایه‌گذاری در این بخش کرد تا شرایط را به نحوی تغییر دهد که فعالیت در حوزه نشر کتاب امری معقول، اقتصادی و سودمند ارزیابی شود.

این سرمایه‌گذاری‌ها که در قالب سیاست‌های دولتی حوزه فرهنگ صورت گرفت، و کماکان نیز در حال انجام است، شامل دامنه وسیعی از اقدامات حمایتی است که همگی به منظور تثبیت و گسترش نشر حرفه‌ای و مستقل در کشور انجام می‌شود.

در یکی از معدود پژوهش‌های انجام شده در خصوص سیاست‌گذاری در حوزه نشر کتاب در کشور با تقسیم‌بندی انواع مختلف سیاست‌های حمایتی دولتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در این زمینه به سه دسته سیاست‌های حمایتی مالی، سیاست‌های حمایتی تنظیمی و سیاست‌های حمایتی ترویجی، موارد زیر، بعنوان سیاست‌های حمایتی مصداق این سه دسته از حمایت‌ها، ذکر شده‌اند: (کرمانی، ۱۳۸۲: ۱۳۱):

الف) سیاست‌های حمایتی مالی

- ۱- خرید یا پیش‌خرید کتاب‌ها از ناشران
- ۲- وام بانک رفاه به ناشران
- ۳- وام تبصره ۳ و ۵۰ به ناشران
- ۴- وام اجاره به شرط تملیک به ناشران
- ۵- ارایه کاغذ به نوع یارانه‌ای به ناشران
- ۶- خرید کتاب توسط هیات امنای کتابخانه‌ها از ناشران

ب) سیاست‌های تنظیمی:

- معافیت مالیاتی ناشران

ج) سیاست‌های ترویجی:

- ۱- برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران
- ۲- برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب در کشور

حیات بیمارگونه، انگلی و نابهنجار بنگاه‌های نشر کتاب در کشور، با وجود تمامی حمایت‌هایی که وجود داشته است و همگی نیز مدعی حمایت از نشر کتاب در کشور هستند و گسترش نشر حرفه‌ای و مستقل را سرلوحه اهداف و رسالت‌های خود قرار داده‌اند، قابل درک نیست مگر اینکه باور داشته باشیم سیاست‌های دولتی حوزه نشر کتاب در کشور در خصوص توسعه-ی نشر حرفه‌ای سیاست‌هایی ناقص، ناکارآمد و در برخی موارد متضاد و ناهماهنگ هستند.

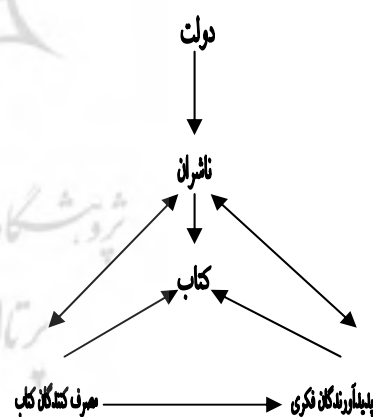
دولت و نشر خصوصی در ایران

حمایت‌های دولتی از حوزه فرهنگ و نشر کتاب امری پذیرفته شده در اغلب کشورهای دنیا است. این امر نه تنها تعارضی با فلسفه‌ی اقتصاد رقابتی و خصوصی ندارد بلکه براساس آموزه‌های اقتصاد فرهنگ امری لازم و کاملاً منطبق با فلسفه‌ی دولت در دنیای مدرن است. براساس این فلسفه رسالت موجودیتی همچون دولت بسط و گسترش زیرساخت‌های لازم برای فعالیت‌های آزاد و رقابتی شهروندان در کلیه بخش‌های اجتماعی و اقتصادی است. بر این اساس حضور مستقیم دولت در بخش‌های اقتصادی و فعالیت آن در این حوزه تنها در صورتی موجه است که اولاً تولیدات آن بخش برای جامعه ضروری باشد و ثانیاً بخش خصوصی به هر دلیل قادر یا مایل به فعالیت در آن حوزه نباشد. در این صورت دولت می‌بایست در گام اول هم‌خویش را صرف ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای فعالیت بخش خصوصی نماید، به نحوی که پس از ایجاد این زیرساخت‌ها بخش خصوصی انگیزه لازم برای فعالیت در این بخش را پیدا کند. گام دوم در صورتی برداشته خواهد شد که علیرغم ایجاد این زیرساخت‌ها بخش خصوصی باز هم مایل به فعالیت در آن حوزه نباشد. در این صورت دولت خود بصورت کنش‌گر فعال اقتصادی وارد حوزه مذکور خواهد شد و به تولید کالای ضروری مورد نظر خواهد پرداخت.

۳- برگزاری نمایشگاه‌های کتاب در مدارس

این سیاست‌ها فقط بخشی از سیاست‌های حمایتی دولت از بنگاه‌های نشر کتاب در کشور است که صرفاً توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شود ولی می‌توان با ذکر اقدامات برخی دیگر از سازمان‌های دولتی نظیر وزارت آموزش و پرورش (خرید کتاب از ناشران برای برگزاری نمایشگاه‌های کتاب مدارس و...) فهرست این حمایت‌ها را طولانی‌تر نیز کرد.

بررسی ساختار سیاست‌ها و حمایت‌های دولتی در حوزه نشر کتاب نشان از واقعیتی دارد که نام آنرا می‌توان **تولیدمحوری یا ناشرمحوری** این سیاست‌ها نامید. اگر مجموعه عوامل دست‌اندرکار نشر کتاب در کشور را یک سازمان مجازی در نظر بگیریم، این سازمان دارای اجزاء و عواملی است که تولیدکنندگان یا ناشران فقط یکی از اجزای آن هستند. نمودار زیر شمایی از این سازمان را نشان می‌دهد که با واقعیات امروزی سازمان نشر کتاب سازگار است.



همانطور که این نمودار نشان می‌دهد حمایت‌های دولت از نشر کتاب در کشور در اکثر قریب به اتفاق موارد از طریق تولیدکنندگان کتاب، یعنی ناشران، به سازمان نشر کتاب در کشور تزریق می‌شود. این وضعیت به معنای یک‌جانبه‌گرایی در سیاست‌های دولت در حوزه نشر است.

رویکرد ناشرمحوری در سیاست‌های دولتی حوزه نشر اگرچه در سالهای آغازین پس از جنگ تحمیلی، و به دلیل عدم وجود هر گونه زیرساخت مناسب برای نشر کتاب، سیاستی موجه و حتی ضروری جلوه می‌نمود ولی بنظر می‌رسد که تداوم بیش از اندازه‌ی این رویکرد آسیب‌های فراوانی به سازمان نشر و حتی بنگاه‌های نشر کتاب در کشور وارد آورده است.

همانطور که ذکر شد فلسفه حمایت‌های دولتی در حوزه نشر ایجاد زیرساخت‌ها و ترغیب کنشگران بازار اقتصادی به فعالیت در این حوزه می‌باشد. بر این اساس سیاست‌های ناشرمحور می‌بایست فقط تا زمانی ادامه می‌یافت که با تثبیت تعدادی از ناشران حرفه‌ای در بازار، نیازهای کشور به تولید کتاب توسط این تعداد از ناشران قابل رفع باشد.

امروزه در حدود ده هزار ناشر مجوز نشر کتاب از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دریافت کرده‌اند که بنظر نمی‌رسد بیش از یک درصد آنها انگیزه‌شان از اخذ مجوز نشر، فعالیت حرفه‌ای در این حوزه باشد.

بنظر می‌رسد که بهره‌مندی از حمایت‌های گسترده و متنوع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی عمده‌ترین هدف قریب به اتفاق ناشران دارای پروانه نشر باشد.

یافته‌های یک پژوهش که به بررسی وضعیت نشر کتاب در پنج حوزه اصلی اقتصاد، جامعه‌شناسی، دین، ادبیات داستانی، فلسفه و کتاب‌های دینی و داستانی کودک و نوجوان در دهه هفتاد پرداخته است، ابعاد دیگری از این وضعیت آسیب‌شناسانه را در حوزه نشر کتاب در کشور نشان می‌دهد (کرمانی، ۱۳۸۱: ۱۴۷-۱۴۱).

براساس این یافته‌ها ۴۶/۵ درصد کل ناشران مورد مطالعه بطور متوسط فقط یک کتاب در دهه‌ی هفتاد منتشر کرده‌اند. براساس همین یافته‌ها ۶۰ درصد این ناشران در این دهه بطور متوسط حداکثر ۲ کتاب در سال، ۷۵ درصد بطور متوسط حداکثر ۵ کتاب در سال،

۸۶ درصد بطور متوسط حداکثر ۱۳ کتاب در سال، و ۹۰ درصد این ناشران حداکثر ۱۹ کتاب منتشر کرده‌اند. این یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که در این دهه میانگین سالانه کل تعداد تولیدات ناشران مورد مطالعه ۴/۳۹ عنوان کتاب بوده است.

این آمار بیانگر آن است که نشر کتاب در کشور ما فعالیتی حرفه‌ای و تمام‌وقت نیست. حضور این تعداد ناشر غیرحرفه‌ای بر سر سفره حمایت‌های دولتی نه تنها دردی از مشکل نشر کتاب را در کشور حل نمی‌کند که منابع حمایتی موجود را نیز به هدر خواهد داد.

یک‌جانبه‌گرایی در رویکردهای حمایتی دولت به نشر کتاب در کشور و اصرار ناموجه سیاستگذاران بر این سیاست‌ها، سیاست‌های حمایتی حوزه نشر کتاب را امروز تبدیل به پدیده‌ای ضد کارکردی کرده است. کارکردهای آسیب‌شناسانه این حمایت‌ها وقتی قابل درک می‌شوند که دریابیم این سیاست‌ها، با قطع ارتباط تولید-کننده‌ی کتاب از مصرف‌کنندگان و فراهم آوردن حیاتی گلخانه‌ای برای بنگاه‌های نشر کتاب در کشور، بنیاد نشر حرفه‌ای را در کشور به باد داده است.

در حال حاضر کم نیستند ناشرانی که سیاست‌های حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را دام‌هایی فراروی نشر حرفه‌ای و مستقل در کشور تلقی می‌کنند.

سیاست‌های حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در برگیرنده‌ی کلیه‌ی مراحل تولید و حتی مصرف کتاب هم می‌شود. انواع وام‌های تولید، ارایه کاغذ به نرخ یارانه‌ای، خریدهای مستقیم کتاب از ناشران و برگزاری نمایشگاه‌های متعدد کتاب باعث شده است تا ناشران فعالیت‌های خود را بیشتر با نیازهای دولت و گرایش‌های مدیران دولتی تنظیم نمایند تا نیازهای بازار واقعی مصرف کتاب.

تأثیر مخرب‌تر این سیاست‌ها در حوزه‌ای است که اصلی‌ترین هدف سیاست‌های فرهنگی حوزه کتاب نیز می‌باشد و این حوزه، حوزه کتاب‌خوانی است. بر این اساس از آنجا که ناشران برای دولت و بهره‌مندی از

حمایت‌های دولتی کتاب تولید می‌کنند، و نه نیازها و گرایش‌های خوانندگان و مصرف‌کنندگان واقعی کتاب در کشور، تولید کتاب‌های این‌چنینی در کشور فقط به دلزدگی از کتاب و کتاب‌گریزی منجر می‌شود و این نتیجه‌ای نیست که مطلوب هیچ یک از کنشگران حوزه نشر کتاب و کتاب‌خوانی در کشور باشد و اگر این اتفاق در کشور گسترش یابد آنگاه دیگر نه از تاک بر جای خواهد ماند و نه از تاک نشان.

رویکرد یک‌جانبه‌گرایی و ناشرمحوری در سیاست‌های دولتی حوزه نشر کتاب تا امروز اندک توجهی داشته است ولی بنظر می‌رسد که دوام این رویکرد آنرا از اهداف خود دور کرده و کارکرد مخربی به آن خواهد بخشید. بر این اساس لازم است تا رویکرد دیگری در این سیاست‌ها در پیش گرفته شود.

الزامات سیاست‌های دولتی معطوف به توسعه‌ی نشر حرفه‌ای در کشور

در این بخش از دو الزامی صحبت خواهیم کرد که در تدوین هر گونه سیاستی برای حمایت از توسعه نشر حرفه‌ای در کشور لازم است: **همه‌جانبه‌گرایی** در رویکردهای حمایتی به سازمان نشر کتاب در کشور و **انسجام** در رویکردهای حمایتی دولتی در این حوزه.

الف) همه‌جانبه‌گرایی در رویکردهای حمایتی سازمان نشر کتاب در کشور

همانطور که در بخش قبلی بیان شد مهم‌ترین ویژگی سیاست‌های حمایتی فعلی دولت در حوزه نشر کتاب، ناشرمحور بودن آن است. در حالی که مجموعه عوامل دست‌اندرکار نشر کتاب در کشور منحصر به ناشران نبوده و هر گونه سیاست متعادل و واقع‌گرایانه‌ای باید ناظر بر تمامی ابعاد این سازمان باشد.

رویکرد همه‌جانبه به واقعیت نشر کتاب در کشور نتایجی همه‌جانبه نیز به بار خواهد آورد و عواید آن شامل تمامی کنشگران این حوزه خواهد شد. براساس این

همچنین در این خصوص می‌توان به عامل دیگر این مدل یعنی مصرف‌کنندگان و خوانندگان کتاب‌ها اشاره کرد. کتاب نیز همچون سایر کالاها تابع قانون عرضه و تقاضا است و بر این اساس خوانندگان و مصرف‌کنندگان آن هستند که تعیین‌کننده سطح تولید در این حوزه هستند. اما باید توجه داشت که کنشی همچون مصرف و مطالعه کتاب نیز از منظر عقلانیت کنش می‌بایست کنش ممکن، عقلانی و اقتصادی جلوه نماید تا بخشی از جمعیت جامعه اقدام به آن را عقلانی، ممکن و اقتصادی تلقی نموده و بر این اساس اقدام به مطالعه و خرید کتاب نمایند.

دولت بعنوان سازوکاری که موظف به سرمایه‌گذاری در حوزه کتاب است، می‌بایست شرایط لازم را برای وقوع چنین کنشی مهیا کند. ایجاد انگیزه کتاب‌خوانی از طریق تبلیغ و ترویج کتاب در جامعه، از طرفی و برطرف کردن موانع اقتصادی فراروی این کنش، از طرف دیگر، از جمله اقداماتی است که می‌بایست در سیاست‌های حمایتی دولت در این حوزه مد نظر قرار گیرد.

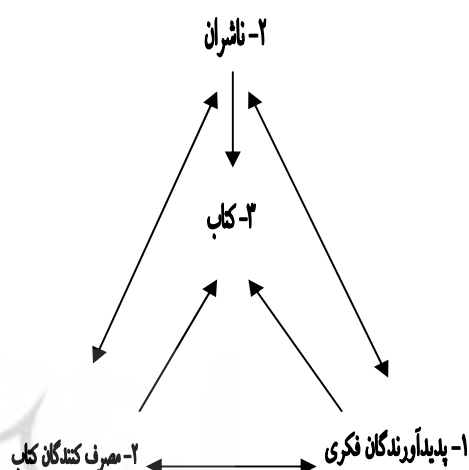
خلاصه اینکه تولید کتاب توسط ناشران وقتی امکان‌پذیر است که علاوه بر ناشران، نویسندگان و مصرف‌کنندگان این کالا نیز اقدام به نوشتن و خریدن و مطالعه‌ی کتاب را امری ممکن عقلانی و اقتصادی تشخیص دهند و اگر چنین شرایطی مهیا نیست از وظایف دولت است که در تمهید آن کوشا باشد.

ب) انسجام در رویکردهای حمایتی دولت در حوزه نشر کتاب

ناهماهنگی یکی دیگر از ویژگی‌های ساختار سیاست‌های دولت در حوزه نشر کتاب است. در حالی که دولت براساس وظایف ذاتی و شعارهای سازمانی خود حمایت از نشر حرفه‌ای و مستقل را سرلوحه‌ی اقدامات خود اعلام می‌کند ولی اغلب شاهد هستیم که به دلیل عدم وجود سازوکارهای ملی هماهنگ‌کننده و هدایت‌کننده سیاست‌های دولت، سیاست‌های یک بخش

رویکرد نشر کتاب واقعیتی است که حداقل از سه جزء بنیادی تشکیل شده است.

مطابق این دیدگاه نشر کتاب از تولید فکری و ذهنی آن شروع شده و با مصرف یا مطالعه‌ی آن از این گردونه خارج می‌شود. نمودار زیر ما را با این مفهوم آشنا خواهد کرد.



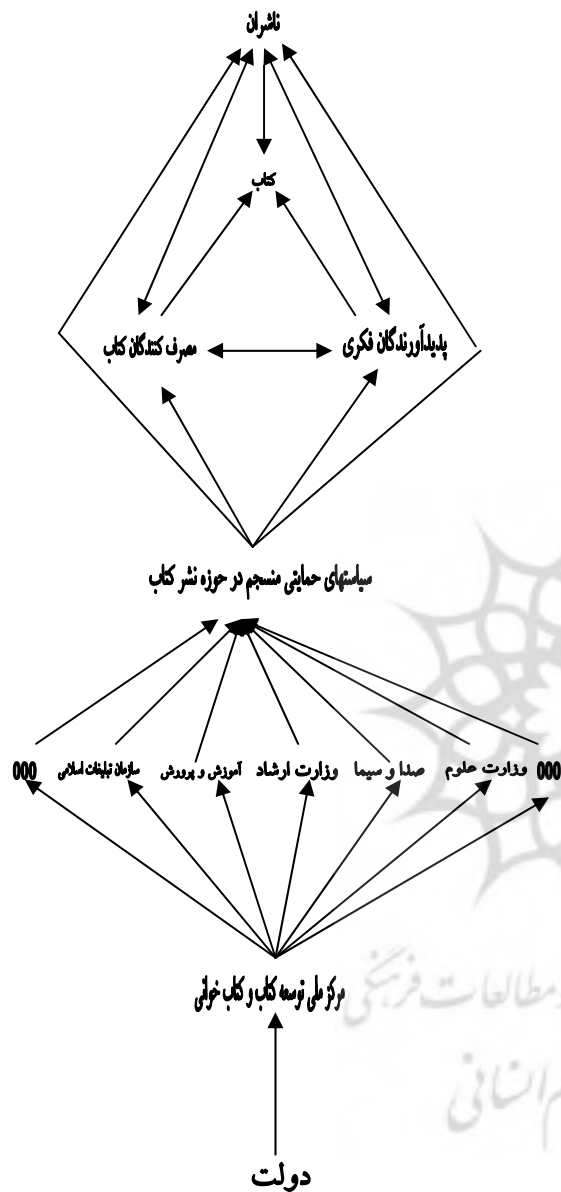
براساس این مدل کتاب محصولی است که از تعامل این سه عنصر پدید می‌آید و البته باید توجه داشت که در این مدل واقعیت نشر کتاب بسیار خلاصه شده است. براساس این مدل کتاب قبل از اینکه واقعیت فیزیکی و عینی پیدا کند، می‌بایست در ذهن و فکر پدیدآورنده شکل گرفته و روی کاغذ آید.

براساس رویکرد همه‌جانبه‌گرایی بخشی از سیاست‌های حمایتی دولتی در حوزه نشر کتاب باید معطوف ایجاد انگیزه در بین صاحبان فکر و اندیشه شود تا کنش نوشتن کتاب برای آنها کنشی معقول و اقتصادی جلوه نماید. زیرا برای همیشه نمی‌توان سرنوشت تولید فکری کتاب را بر دوش انگیزه‌ها و تعهدات هنرمندانه‌ی اصحاب فکر و اندیشه انداخت.

هنرمند و نویسنده نیز قبل از هر چیز انسانی است دارای نیازهای مادی و معیشتی و نوشتن کتاب باید برای وی دارای آن سطح از پاداش باشد که مبادرت به آنرا به سایر کنش‌های ممکن ترجیح دهد.

هر گونه سیاست اصلاحی در این زمینه می‌بایست ناظر بر رفع این دو مشکل باشد.

مدل پیشنهادی



بر این اساس سیاست‌های دولت می‌بایست، با پرهیز از هر گونه یک‌جانبه‌گرایی، نسبتی معقول با همه‌ی اجزای نشر کتاب در کشور برقرار سازد. دولت می‌بایست تولید کتاب را در کشور فعالیتی تلقی نماید که محصول تعامل تمامی این اجزا است بر این اساس نشر کتاب فقط در صورتی وضعیتی بهنجار در جامعه خواهد داشت و حیات بنگاه‌های نشر کتاب در صورتی بصورت

دولتی با بخش دیگر ناسازگار و حتی در برخی موارد متضاد از کار درمی‌آیند و عجیب اینکه این ناسازگاری و تضاد، در برخی از موارد، در بخش‌های مختلف یک سازمان نظیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم دیده می‌شود. بعنوان مثال در حال حاضر در حالی که معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در چارچوب کلی سیاست‌های حمایتی خود می‌بایست از نشر حرفه‌ای حمایت کند ولی با خرید کتاب از ناشران دولتی برخلاف جهت اصل ۴۴ قانون اساسی حرکت می‌کند.

بر همین اساس و در جهت تقویت نشر حرفه‌ای خصوصی و مستقل در کشور، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌بایست از هر گونه حرکتی که ناشران دولتی را تبدیل به رقبای قدرتمند ناشران خصوصی کند، جلوگیری نماید. اما شاهد هستیم که با فراموش شدن نقش نظارتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر فعالیت‌های ناشران دولتی، ناشران دولتی همچون مدرسه، تربیت، سمت و... امروزه تبدیل به رقبای قدرتمند و قطب‌های انحصارگر نشر کتاب در کشور شده‌اند.

ناهماهنگی سیاست بخش‌های دولتی چون وزارت آموزش و پرورش و صدا و سیما با اهداف و سیاست‌های حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از جمله دیگر نمونه‌های ناهماهنگی و تضاد در ساختار کلی سیاست‌های دولت در حوزه نشر کتاب است که می‌بایست به سرعت رفع شده و عدم انسجام در این سیاست‌ها جای خود را به هماهنگی و انسجام بدهد.

ج) رویکرد جدید به سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه نشر کتاب در کشور

براساس آنچه که ذکر شد یک‌جانبه‌گرایی و عدم انسجام در سیاست‌های دولتی در حوزه نشر کتاب از مهم‌ترین نقایص و انتقادات وارد بر سیاست‌های فرهنگی دولت در حوزه نشر کتاب در کشور است. بر این اساس

۲- برازش، محمودرضا، بررسی نشر کتاب در دهه هفتاد: دین؛ معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی، تهران، ۱۳۸۱.

۳- دبیرخانه فرهنگ عمومی کشور، گزارش پژوهشی بررسی وضعیت مطالعه و کتاب‌خوانی در میان نسل جوان، تهران، ۱۳۸۱.

۴- کرمانی، علیرضا، گزارش پژوهشی با عنوان «بررسی فراتحلیلی نشر کتاب در کشور»، مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۸۱.

حرفه‌ای و مستقل امکان‌پذیر خواهد بود که امکان این تعامل وجود داشته باشد.

برای این منظور لازم است تا کلیه سیاست‌گذاری‌های دولت، در حوزه نشر کتاب در کشور، تحت نظارت یک مرکز ملی و فراسازمانی انجام گیرد که به مثابه یک مرکز فرماندهی به تنظیم سیاست‌های مختلف دولت در بخش‌های مختلف پرداخته و به انسجام‌بخشی این سیاست‌ها در بخش‌های مختلف بپردازد.

بنظر می‌رسد که ایجاد مرکز ملی توسعه کتاب و کتاب‌خوانی در کشور بتواند چنین کارکردهایی در گسترش و نشر حرفه‌ای در کشور داشته باشد.

نتیجه‌گیری

بررسی سیاست‌های دولتی حوزه نشر بیانگر آن است که این سیاست‌ها در تحقق هدف خود که تثبیت و توسعه نشر حرفه‌ای در کشور بوده موفقیت چندانی نداشته‌اند و بنظر می‌رسد که تداوم این سیاست‌ها نیز ما را از رسیدن به وضعیت نشر حرفه‌ای دورتر هم خواهد کرد.

بر این اساس بازنگری در سیاست‌های حاکم دولتی در این حوزه ضرورتی حیاتی دارد و می‌بایست سیاست‌هایی جدید با رویکردی جدید در این حوزه تدوین شوند. این رویکرد باید حداقل دارای دو ویژگی باشد: همه‌جانبه‌گرایی و انسجام و هماهنگی.

رویکرد جدید دولت به سیاست‌گذاری در حوزه نشر کتاب می‌بایست همه‌ی اجزای نشر را دربر گرفته و از کلیتی منسجم برخوردار باشند. برای این منظور طراحی سازوکارهای سیاست‌گذارانه و هماهنگ‌کننده‌ای چون شورای توسعه ملی کتاب در کشور ضروری بنظر می‌رسد.

فهرست منابع

۱- آذرننگ، عبدالحسین، چون و چراهایی در باب سیاست‌های نشر کتاب، کتابدار، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۰.