

فصلنامه  
تحلیلی  
پژوهشی  
کتاب مهر

# بررسی دیدگاه نویسندگان ایرانی درباره خودناشری

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

مریم چهرقانی

کارشناس ارشد علوم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران و پژوهشگر حوزه نشر  
chehre@ut.ac.ir



## چکیده

**هدف:** با پیشرفت فناوری و حضور آن در تمامی شئون زندگی، صنعت نشر نیز از این پدیده و تغییرات حاصل از آن بی‌بهره نبوده است. نشر الکترونیک در جایگاه نشری مدرن مظاهر متعددی دارد که یکی از آنها خودناشری است. این پدیده امروزه در صنعت نشر جهان جایگاه ویژه‌ای به دست آورده است. بسیاری از نویسندگان در سراسر دنیا با این روش به تولید و انتشار آثار خود اقدام می‌کنند. هدف این پژوهش شناخت و معرفی خودناشری در دنیا و بررسی دیدگاه نویسندگان ایرانی درباره این پدیده است.

**روش / رویکرد پژوهش:** در این پژوهش، ابتدا به روش مطالعه سندی به بررسی خودناشری پرداخته، و سپس با استفاده از تحلیل محتوای کیفی دیدگاه ده نفر از نویسندگان خودناشر کتاب‌های الکترونیک تحلیل شده است. این نویسندگان به شکل هدفمند انتخاب شده‌اند و مصاحبه با آنان عمیق و نیمه‌ساختار یافته بوده است. پس از تحلیل داده‌ها، رمزهای اولیه استخراج، و در چند مرحله بازبینی، بررسی، و طبقه‌بندی شد. در نهایت چهار مقوله اصلی و یازده مقوله فرعی به دست آمد.

**یافته‌ها:** یافته‌های این مطالعه مؤید این مطلب است که مهم‌ترین مقوله‌های موجود در روند خودناشری در ایران از دیدگاه نویسندگان در چهار مقوله اصلی علل گرایش به خودناشری، مزایای خودناشری، کاستی‌های خودناشری، و مهارت‌های خودناشران قرار می‌گیرند - که در مجموع دارای یازده مقوله فرعی هستند. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش مصادیقی از عوامل تأثیرگذار در روند خودناشری را در ایران عرضه کردند، که توجه به آن‌ها می‌تواند در رشد، گسترش، و بهبود روند خودناشری مؤثر باشد.

## کلیدواژه

نشر الکترونیک، خودناشری، بسترهای خودناشری، پلت‌فرم‌های خودناشری، عوامل خودناشری

## مقدمه

مفهوم نشر امروزه فقط شامل چاپ جلدهای مشخص از یک کتاب، با روشی که برای اولین بار گوتنبرگ<sup>۱</sup> ابداع کرد، نیست؛ همان طور که شاهد نشر و توزیع کتاب در قالب‌های مختلف و روش‌های متنوع الکترونیک و دیجیتال هستیم.

در دهه‌های اخیر و متأثر از تغییرات فناوری، نشر کتاب دوران تازه‌ای را آغاز کرد، که تمامی زیرساخت‌های آن تحولات و دگرگونی‌های عمیقی را شاهد بوده است. برخی از این دگرگونی‌ها به دلیل سرعت و شتابی که داشته‌اند، بسیار غافلگیرکننده بوده‌اند؛ حتی برای کشورهایی که احتمال وقوع این تحولات را می‌دادند. در این میان کشورهای در حال توسعه، که اغلب مصرف‌کننده فناوری هستند، با تغییر و تحولات شدیدتر و در نتیجه بحرانی‌تری روبه‌رو شده‌اند. ظهور، رشد، و گسترش برخی از مظاهر فناوری در عرصه چاپ و نشر نیز خودنمایی می‌کند. خودناشری<sup>۲</sup> از نتایج به کارگیری فناوری در این عرصه است. دلایل و زمینه‌های رواج و گسترش خودناشری در کشورهای مختلف به لحاظ تفاوت‌های سیاسی، اجتماعی، و فرهنگی و ساختار و سنت‌های نشر کتاب یکسان نیست. با توجه به این تفاوت‌ها، کشورها در درجات مختلف خودناشری قرار می‌گیرند. داریوش مطلبی (۱۳۸۵) عوامل مؤثر رشد خودناشری را در کشورهای توسعه‌یافته به این ترتیب بیان می‌کند:

- رشد سریع فناوری اطلاعات، شبکه‌های اطلاع‌رسانی، و نرم‌افزارهای نشر رومیزی، و رواج آن در بین پدیدآورندگان و نخبگان جامعه
- زیرساخت‌های خرید و فروش الکترونیکی و امکان عرضه و فروش کتاب در شبکه‌های اطلاع‌رسانی از سوی پدیدآورندگان
- وجود بنگاه‌ها و مراکز سرمایه‌گذاری متعدد برای سرمایه‌گذاری و توزیع آثار خودناشران

■ علاقه‌مندی پدیدآورندگان به داشتن روابط انسانی نزدیک با ناشران، ویراستاران، و سایر عوامل تولید کتاب (که ماهیت اقتصاد صنعتی مانعی بر این ارتباط است).

■ ناخرسندی پدیدآورندگان از قراردادهای نشر (که احساس می‌کنند آن چنان که باید، از منافع اقتصادی اثر بهره‌مند نمی‌شوند).

■ بزرگ شدن ناشران (که سبب انحصاری شدن بازار کتاب و سلیقه‌های نشر، و جریان منافع در حلقه بسته‌تر می‌شود - که با خواسته‌های پدیدآورندگان هم‌سو نیست).

■ سختگیری‌های ناشران در انتخاب کتاب‌هایی با کیفیت بالاتر و صرفه اقتصادی مناسب (این مسئله باعث شده است ناشران به انتشار آثار ناشران تازه کار تمایلی نداشته باشند).

خودناشری پدیده عصر انقلاب الکترونیک است؛ انقلابی که در قلمرو ارتباطات دگرگونی‌های متعدد و متنوعی به همراه داشته، و در شماری از گونه‌های ارتباطی (مانند نشر) تأثیرهای عمیق بر جا گذاشته است. به طور معمول، خودناشری همانند یک روند رابطه پدیدآورندگان آثار و مخاطبان را از تأثیرهای خود بی‌بهره نگذاشته است و موجب تسهیل و تسریع آن می‌شود.

در واقع از زمانی که احساس شد پدیدآورندگان می‌توانند بدون واسطه و طی مراحل مرسوم با خواننده خود مستقیم روبه‌رو شوند، باب تازه‌ای در نشر گشوده شد. تحولات نرم‌افزاری هم - مانند دسترسی به شمار بسیار زیادی از منابع در کتابخانه‌های دیجیتال و همچنین انواع نرم‌افزارهای ویرایش فنی و زبانی متون و نرم‌افزارهای استناددهی - این امکان را در اختیار پدیدآورندگان قرار داده است که بسیاری از مسئولیت‌هایی را که پیش از این ناشران انجام می‌دادند، خود انجام دهند.

## تعریف

خودناشری پدیده‌ای است که پدیدآورنده اثر خود را بدون همکاری با ناشر منتشر کند و

مسئولیت انتشار و عرضه آثار را بر عهده گیرد. از زمان‌های گذشته نیز شماری از پدیدآورندگان آثار خود را خود منتشر می‌کردند. چنین پدیده‌ای تازگی ندارد. به این دسته از پدیدآورندگان مؤلف-ناشر، یا ناشر-مؤلف گفته می‌شد. اما خودناشری به معنای جدید پدیده دیگری است و مراد از آن این است که پدیدآورنده با استفاده از نرم‌افزارهای حرفه‌ای پردازش متن و سایر نرم‌افزارها، بدون همکاری با ناشر، انتشار و عرضه آثارش را انجام می‌دهد.

فرهنگ لغت مریام وبستر<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) خودناشری را این گونه تعریف کرده است: «انتشار (کتاب) با استفاده از منابع خود نویسنده». در دانشنامه آزاد ویکی‌پدیا، خودناشری به انتشار هر کتاب یا رسانه دیگر از سوی نویسنده اثر، بدون دخالت مؤسسه انتشاراتی اطلاق می‌شود. در خودناشری نویسنده مسئول کنترل تمامی مراحل است؛ مانند طراحی جلد و صفحات داخلی، قالب‌بندی، قیمت‌گذاری، توزیع، بازاریابی، و روابط عمومی. نویسندگان می‌توانند تمام مراحل کار را خود انجام دهند، یا تمام یا بخشی از فرآیند را به شرکت‌هایی که این خدمات را ارائه می‌کنند برون‌سپاری کنند. (ویکی‌پدیا ۲۰۱۴)

### پیشینه

خودناشری را اولین بار بنجامین فرانکلین<sup>۲</sup> در قرن هجده میلادی طراحی و پیاده‌سازی کرد. فرانکلین در سال ۱۷۵۸ کتاب راه ثروت<sup>۳</sup>، و لورنس استرن<sup>۴</sup> کتاب تریسترام شاندى<sup>۵</sup> را در همین قرن به روش خودناشری منتشر کردند (پاترسون ۲۰۱۲). در اواخر قرن هجده ویلیام بلیک<sup>۶</sup>، شاعر و نقاش، این طرح را ادامه داد.

می‌توان گفت اولین شخصی که به طور مشخص با تمامی مؤلفه‌های خودناشری کار کرد، ویرجینیا وولف<sup>۷</sup> بود، که به کمک برادرش در اوایل قرن بیست و در سال ۱۹۴۱ به خودناشری اقدام

کرد. (پاترسون ۲۰۱۲)

خودناشری را فقط پدید آورندگان گمنام، که نتوانسته بودند برای آثار خود ناشری بیابند، انجام نمی دادند. چارلز دیکنز<sup>۱۲</sup> کتاب معروفش را با نام سرود کریسمس<sup>۱۳</sup> و مارک تواین<sup>۱۴</sup> اثر مشهور خود را، ماجراهای هاگلبری فین<sup>۱۵</sup>، با روش خودناشری به چاپ رساندند. از دیگر نویسندگانی که به خودناشری آثارشان اقدام کرده اند، می توان به جین آستن<sup>۱۶</sup>، امیلی دیکنسون<sup>۱۷</sup>، ناتانیل هاتورن<sup>۱۸</sup>، مارتین لوتر<sup>۱۹</sup>، مارسل پروست<sup>۲۰</sup>، درک والکات<sup>۲۱</sup>، و والت ویتمن<sup>۲۲</sup> اشاره کرد. (پاترسون ۲۰۱۲)

نویسندگان مشهور معاصر نیز اقدام به خودناشری کردند. کتاب جیمز آلچر<sup>۲۳</sup> با عنوان خودت انتخاب کن<sup>۲۴</sup> در سال ۲۰۱۳ به این شیوه منتشر شده است، که در ماه اول با فروش ۴۴۲۹۴ نسخه در صدر لیست پرفروش ترین آثار غیر داستانی آمازون و وال استریت ژورنال قرار داشت (آلچر، ۲۰۱۳). جی. کی. رولینگ<sup>۲۵</sup> نیز نسخه الکترونیکی مجموعه هری پاتر را مستقیم، از طریق وبسایت شخصی خود، به فروش می رساند. (گاردین ۲۰۱۲)

### معرفی گزینه های خودناشری کتاب های الکترونیکی انتشار مستقیم کیندل آمازون<sup>۲۶</sup>

این امکان بستر نرم افزاری انتشار کتاب الکترونیکی<sup>۲۷</sup> آمازون است. این سرویس که به اختصار KDP خوانده می شود، این امکان را برای نویسندگان مستقل فراهم می کند تا نسخه الکترونیکی کتاب خود را در سایت آمازون به فروش برسانند. برای بارگذاری فایل کتاب روی این سرویس، هیچ هزینه ای دریافت نمی شود. نویسندگان از فروش هر نسخه، بسته به اینکه در کدام سرویس آمازون به فروش برسد، بین ۳۵ تا ۷۰ درصد دریافت می کند.

اگر نویسنده خود تمامی مراحل تألیف و انتشار کتاب را انجام داده باشد<sup>۲۸</sup>، باید یک طرح روی جلد و قالب مناسب برای کتاب ارائه دهد و می‌تواند از ابزارهایی نظیر مویی پاکت ایبوک کریتور<sup>۲۹</sup> یا کالیبر<sup>۳۰</sup> استفاده کند - که به نویسنده اجازه می‌دهد کتاب الکترونیکی‌اش با قالب مقبول آمازون تولید کند. سرویس انتخاب KDP<sup>۳۱</sup> گزینه‌ای جدید است که برخلاف سرویس ساده قبلی، نویسنده وارد سرویس بازاریابی برای کتاب خود می‌شود. در عوض، نویسنده باید نسخه‌ای از کتاب دیجیتال خود را به مدت نود روز در اختیار آمازون قرار دهد. این سرویس به نویسنده سود بیشتری می‌پردازد (تا ۷۰ درصد)؛ ولی کتاب او را به کتابخانه‌ای که در اختیار مشترکان آمازون قرار دارد، اضافه می‌کند. این مشترکان، که حق عضویت می‌پردازند، می‌توانند کتاب را برای مدتی امانت بگیرند و در ازای هر بار امانت بردن کتاب، مبلغی به نویسنده پرداخت می‌شود.

### اسماشوردز

اسماشوردز<sup>۳۲</sup>، از پیشگامان کتاب‌های الکترونیکی و بزرگ‌ترین توزیع‌کنندگان کتاب الکترونیکی خودناشری، بیش از ۱۲۵ هزار عنوان و بیش از چهل هزار نویسنده دارد. نویسنده فایل ورد اثر خود را به همراه تصویر روی جلد آپلود کرده و در عرض فقط چند دقیقه کتاب الکترونیکی را در قالب دلخواه خود خواهد داشت. نویسنده می‌تواند کتاب الکترونیکی خود را در سایت اسماشوردز یا یکی از چندین فروشگاه بزرگ کتاب‌های الکترونیکی (مانند فروشگاه کتاب الکترونیکی بارنز اند نوبل<sup>۳۳</sup>، آیبوک اپل<sup>۳۴</sup>، سونی<sup>۳۵</sup>، کوبو<sup>۳۶</sup>، بیکر اند تیلورز بلیو<sup>۳۷</sup> و دیگران) بفروشد<sup>۳۸</sup>. همچنین امکان فروش کتاب‌های الکترونیکی نویسندگان به کتابخانه‌ها و توزیع در کتابخانه‌ها از این طریق فراهم است. اسماشوردز برای قالب‌بندی کتاب‌های الکترونیکی راهنمایی ساده و رایگان<sup>۳۹</sup> ارائه می‌دهد و نویسندگان را به طراحی‌های ساده برای کتاب‌های الکترونیکی تشویق می‌کند؛ اما نویسندگان می‌توانند

با کیفیتی حرفه‌ای کتاب‌های الکترونیکی را با تمامی امکانات طراحی و تولید کنند. همچنین ارائه ISBN رایگان برای کتاب‌های الکترونیکی از دیگر خدمات اسماشوردز است. به محض اینکه نویسنده کتاب خود را در اسماشوردز آپلود می‌کند، نمودار دایره‌ای پویایی قیمت کتاب و دریافتی‌ها را در تمامی کانال‌هایی که کتاب در آن‌ها عرضه شده است، به وضوح نمایش می‌دهد. کتاب‌هایی که در فروشگاه خود اسماشوردز به فروش می‌رسند، ۸۵ درصد سود را نصیب نویسنده خواهند کرد. کتاب‌هایی که با کمک شبکه خرده‌فروشی بارنز اند نوبل، آیبوک اپل، سونی کویو، دیزل<sup>۴۰</sup>، بیکر اند تیلورز بلیو فروخته می‌شوند، ۶۰ درصد از قیمت فروش را نصیب نویسنده، ۳۰ درصد را به شبکه خرده‌فروشی، و ۱۰ درصد را به اسماشوردز ارائه می‌دهند.<sup>۴۱</sup>

### بوک‌بیبی

بوک‌بیبی<sup>۴۲</sup> مشابه سی‌دی‌بیبی<sup>۴۳</sup>، و دارای یک مدل کسب و کار کمی متفاوت از برخی رقبای خود است. به جای اینکه درصدی از فروش را به خود اختصاص دهد، نویسندگان باید ابتدا ۹۹ دلار حق ثبت‌نام و سپس ۱۹ دلار سالیانه برای استفاده از خدمات آن پرداخت کنند.<sup>۴۴</sup> بوک‌بیبی امکان ارائه و توزیع کتاب را با کمک تمامی فروشگاه‌های بزرگ و عمده کتاب‌های الکترونیک ارائه می‌دهد. ابزار پیشخوان حساب نویسنده<sup>۴۵</sup> نیز، که برای پیگیری و تحلیل داده‌های فروش کتاب است، کنترل گردش مالی را برای نویسندگان مقدور کرده است.<sup>۴۶</sup>

### سرویس PubIt بارنز اند نوبل

عملیات خودناشری سرویس PubIt بارنز اند نوبل<sup>۴۷</sup> ویژگی‌هایی مشابه KDP آمازون ارائه می‌دهد. سرویس PubIt بارنز اند نوبل نرخ سود نویسندگان را برای عناوینی که قیمت ۲/۹۹ دلار و



بالاتر دارند، ۶۵ درصد از قیمت فروش تعیین کرده است. اگر نویسنده انتخاب کند که قیمت کتاب را پایین تر از ۲/۹۹ یا بالاتر از ۹/۹۹ دلار تعیین کند، این نرخ سود به ۴۰ درصد از مبلغ فروش افت می‌کند. ۶۵ درصد بارنزاوند نویل به مبلغ سود ۷۰ درصدی آمازون نزدیک است.

سرویس PubIt بارنزاوند نویل ابزار تبدیلی رایگانی است که فایل‌های ورد<sup>۴۸</sup>، تکست<sup>۴۹</sup>، اچ‌تی‌ام‌ال<sup>۵۰</sup>، یا آر‌تی‌اف<sup>۵۱</sup> نویسنده را دریافت، و خودکار به فایل ای‌پاب تبدیل می‌کند - که نویسنده بعدها آن را در فروشگاه آی‌بوک بارنزاوند نویل بارگزاری می‌کند. بارنزاوند نویل این امکان را به نویسندگان می‌دهد تا با استفاده از ابزار شبیه‌ساز نوک<sup>۵۲</sup> نحوه نمایش کتاب‌های الکترونیکی را بر روی دستگاه کتابخوان ببینند. با حرکت رو به جلوی بارنزاوند نویل، ویژگی‌های منحصر به فردی ایجاد خواهد شد، که می‌تواند به ارائه امکان ویژگی‌های برخط (رشته‌ای) وای‌فای و محلی به نویسندگان خودناشر در فروشگاه‌ها منجر شود.<sup>۵۳</sup>

## لولو<sup>۵۴</sup>

هنگامی که نویسندگان یک کتاب چاپی را در لولو منتشر می‌کنند، گزینه انتشار کتاب‌های الکترونیکی را نیز در اختیار دارند. کتاب‌های الکترونیکی لولو از فروشگاه آی‌بوک اپل، وبسایت لولو<sup>۵۵</sup>، و بارنزاوند نویل (نوک) توزیع می‌شوند. مزیت اصلی که لولو در قلمرو کتاب‌های الکترونیکی دارد، این است که یکی از تجمیع‌کنندگان تعیین و مشخص شده برای فروشگاه آی‌بوک اپل است. لولو ابزار تبدیل به ای‌پاب و خدماتی هم‌مبتنی بر هزینه ارائه می‌دهد.<sup>۵۶</sup> لولو ۱۰ درصد از درآمد نویسندگان را از محل فروش کتاب‌هایشان در فروشگاه آی‌بوک اپل و بارنزاوند نویل (نوک) برمی‌دارد.<sup>۵۷</sup> اینکه بتوان گفت لولو در مقایسه با رقبای خود (اسماشوردز) چه مزیتی دارد، تا حدودی مشکل است. اما شاید بتوان گفت نرخ سود لولو در مقایسه با اسماشوردز می‌تواند مزیت نسبی باشد.

## بوک تانگو

راهکارهای نویسنده<sup>۵۸</sup> از بزرگ‌ترین خودناشران در ایالات متحده است که با بوک تانگو<sup>۵۹</sup> وارد بازار کتاب‌های الکترونیکی DIY شد. اظهار نظر درباره اینکه آیا بوک تانگو را «برنامه کاربردی»<sup>۶۰</sup> تولید کتاب‌های الکترونیکی «یا پلت فرم خودناشری» باید نامید یا نه، کمی سخت است. بوک تانگو روشی رایگان و ساده برای آپلود نوشته‌ها، ویرایش آن‌ها برای قالب‌بندی مناسب، و سپس بارگذاری و ارائه آن به طور خودکار در فروشگاه‌های کتاب‌های الکترونیکی مختلف (کیندل، نوک، کوبو، و آیبوک) است. توانایی داشتن قابلیت‌های قالب‌بندی WYSIWYG<sup>۶۱</sup> و ویژگی خوب این پلت فرم است و نویسنده می‌تواند یک تصویر جلد منتخب خود یا طراحی شده (با استفاده از برخی قالب‌های آماده) را بارگذاری کند. در مجموع استفاده از بوک تانگو راه معقول و مناسبی برای قالب‌بندی کتاب‌های الکترونیکی و توزیع مستقیم آن‌ها در فروشگاه‌های بزرگ کتاب‌های الکترونیکی به نظر می‌رسد. همانند سایر هم‌تایان خود، بوک تانگو نیز دارای امکان مدیریت حساب فروش و سود و انتقال مستقیم به حساب بانکی است. استفاده از بوک تانگو رایگان، اما در حال برنامه‌ریزی و طراحی یک سری خدمات مبتنی بر هزینه (مانند ویرایش متن، طراحی جلد سفارشی، و بسته‌های بازاریابی) است.<sup>۶۲</sup> بوک تانگو ۳۰ درصد از قیمت کتاب را برای کتاب‌هایی که در وب‌سایت خود به فروش رفته‌اند، و ۱۰ درصد را از فروش کتاب‌های الکترونیکی از طریق فروشگاه‌های دیگر برمی‌دارد.<sup>۶۳</sup>

## خدمت آیبوک نویسنده اپل

بسیاری از نویسندگان در زمینه کتاب‌های کودکان یا انواع دیگر کتاب‌های گرافیکی فعالیت می‌کنند. حتماً زمانی که با گرافیک و تصاویر سر و کار داشته باشیم، معادلات خودناشری سخت‌تر و گران‌تر می‌شود (همان‌طور که تصاویر اضافه می‌شوند، هزینه‌های طراحی و قالب‌بندی افزایش پیدا

می‌کند). با این حال، اپل در تلاش است با آیبوک نویسنده<sup>۶۴</sup> این وضع را تغییر دهد. این خدمت اجازه می‌دهد نویسنده کتاب‌های الکترونیکی تعاملی چندلمسی تولید، و در فروشگاه آیبوک بارگزاری کند و به فروش برساند. این کتاب‌ها در برنامه کاربردی آیبوک دو بر آید، آیفون، و آی پاد لمسی مشاهده می‌شوند. این برنامه برای دارندگان سیستم مک<sup>۶۵</sup> رایگان است و استفاده از آن با تولید فایل‌های ارائه با روش پاورپوینت خیلی تفاوتی ندارد. این برنامه هنوز کامل نیست و اپل همچنان برای بهبود و بروزرسانی آن در تلاش است.

بعد از اینکه کتاب الکترونیکی با قابلیت‌های چندلمسی، گالری تصاویر تعاملی، فیلم، تصاویر سه‌بعدی، و... تهیه و تولید شد، نویسنده باید یک فرم تقاضای عضویت<sup>۶۶</sup> برای ایجاد حساب کاربری تکمیل کند، تا اجازه بارگزاری کتاب‌های تولیدشده را در فروشگاه آیبوک یا آیتونز داشته باشد. نکته دیگری که نویسندگان باید بدانند، این است که اپل به ارائه ISBN رایگان برای کتاب‌های الکترونیکی قادر نیست. در عوض یک پیوند به صفحه خدمات شناسه بوکر<sup>۶۷</sup> فراهم می‌کند و بوکر برای اختصاص هر ISBN ۲۵ دلار دریافت می‌کند. این شاید تا حدودی از تمایل نویسندگان برای انتشار مستقیم کتاب‌های الکترونیکی خود با استفاده از اپل بکاهد؛ چون اگر اسماشوردرز به ارائه ISBN رایگان برای کتاب‌ها قادر است، پس اپل نیز می‌تواند چنین خدمتی ارائه دهد.

## بیان مسئله

در چند سال اخیر، روند رو به رشد تمایل نویسندگان به پدیده خودناشری اگرچه کم، اما محسوس بوده است. در این راه نویسندگان تازه کار حضور پررنگ‌تری داشته‌اند. با وجود این، هنوز این پدیده در ایران به شکل رسمی پیگیری و اجرا نمی‌شود. برخلاف سایر نقاط جهان، خودناشری در ایران نتوانسته است توفیق چندانی داشته باشد. در حالی که با توجه به موانع موجود بر سر راه نشر، این

پدیده فرصت مغتنمی برای نویسندگان است. با ایجاد فروشگاه‌های عرضه کتاب‌های الکترونیکی و ارائه نرم‌افزارهای کتابخوان از سوی ناشران و تجمع کنندگان کتاب‌های الکترونیکی در ایران، می‌توان دربارهٔ ارائهٔ زیرساخت و راهکار برای خودناشری برنامه‌ریزی کرد. برای برنامه‌ریزی مناسب در این حوزه، شناسایی عوامل مؤثر در تمایل نویسندگان به خودناشری و بررسی دیدگاه این افراد دربارهٔ این روند در ایران می‌تواند اطلاعات کارآمدی در اختیار نهادهای علاقه‌مند به فعالیت در زمینهٔ خودناشری در ایران ارائه دهد. هدف این پژوهش دستیابی به این اطلاعات با کمک بررسی دیدگاه نویسندگان با تجربهٔ خودناشری الکترونیک است.

### روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش تحلیل محتوا با رویکرد کیفی است. جامعهٔ مطالعه‌شونده تمامی نویسندگانی است که تجربهٔ خودناشری در فضای وب را داشته‌اند. در مطالعات کیفی، نمونه‌گیری بر مبنای ملاک‌های نمونه‌گیری نظری انجام می‌گیرد. از راهبردهای نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی نمونه‌گیری هدفمند است. راهبردی که بر اساس آن پژوهشگر هدفمندانه به انتخاب افراد، محیط، یا رخداد‌های ویژه اقدام می‌کند؛ چون هدف انتخاب افرادی است که منبعی غنی از اطلاعات باشند تا بتوانند فعالانه در پژوهش شرکت کرده و پژوهشگر را در درک بهتر رفتار منظور یاری کنند. منظور از نمونه‌گیری هدفمند این است که محقق به‌عمد محیط، افراد، یا رخداد‌هایی را انتخاب کند، که تأمین‌کنندهٔ اطلاعات ضروری او باشد. (ماکسول<sup>۶۸</sup>: ۱۹۹۶: ۷۰)

با توجه به هدف پژوهش، با تحقیق، بررسی، و جست‌وجو در میان کتاب‌های الکترونیک منتشرشده به زبان فارسی از جانب خود پدیدآورندگان در فضای وب، افراد نمونه از میان این پدیدآورندگان هدفمند انتخاب شده‌اند.

در پژوهش حاضر، ملاک اصلی برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان داشتن تجربه و سابقه در امر خودناشری بوده است - که از این میان، ده پدیدآور بررسی و مصاحبه شده‌اند.

در پژوهش کیفی، برای اندازه‌نمونه فرمول مشخصی وجود ندارد. پاول<sup>۶۹</sup> (۱۳۷۹) درباره‌اندازه نمونه در مطالعات کیفی در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز همانند بیشتر مطالعات کیفی بحث «حد اشباع» را مطرح می‌کند، و بر این باور است که گردآوری داده‌ها باید تا زمانی ادامه یابد که عناصر اساسی اطلاعات به حد اشباع برسند؛ یعنی تا زمانی که مصاحبه‌شونده‌ها دیگر مطلب جدیدی به داده‌ها اضافه نکنند، یا آنچه مطرح می‌کنند، در تضاد با مطالب گردآوری‌شده نباشد، می‌توان گردآوری داده‌ها را متوقف کرد. به منظور آگاهی از دلایل خودناشری پدیدآورندگان ایرانی و تجارب آن‌ها در این زمینه، از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته همچون ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شده است. این نوع مصاحبه در عین تمرکز بر موضوع پژوهش، با دارا بودن انعطاف‌پذیری لازم، به پژوهشگر و مصاحبه‌شوندگان امکان می‌دهد به جنبه‌هایی از موضوع که از دیدگاه آن‌ها دارای اهمیت است، بپردازند. (فلیک ۱۳۸۷: ۱۷۳)

سؤالات مصاحبه با استفاده از مطالعات پیشین و تحقیقات مشابه تنظیم شد. پژوهشگران با توضیح اهداف پژوهش، موضوع مصاحبه، مدت زمان تقریبی مصاحبه، استفاده از دستگاه ضبط صدا، اطمینان از محرمانه ماندن اطلاعات مصاحبه‌شونده، و نحوه ارائه اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها در گزارش نهایی موافقت و نظر مساعد مصاحبه‌شوندگان را برای انجام مصاحبه جلب کردند.

در پژوهش کیفی، برای تحلیل داده‌ها فنون ثابت و سریعی وجود ندارد و پژوهش کیفی کاری ذهنی و تفسیری است. پژوهشگر کیفی به تمامی در بطن فرآیند تحلیل داده‌ها قرار دارد و درگیر این فرآیند است، و احتمالاً شیوه‌های تحلیل داده‌های کیفی به اندازه تعداد پژوهشگران کیفی تنوع دارد. (حریری ۱۳۸۵: ۲۳۶)

با این حال، وجوه مشترکی در فرآیند تحلیل داده‌ها وجود دارد و معمولاً مراحل اولیه که در این فرآیند طی می‌شود، در پژوهش‌های کیفی مشترک است. تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر با استفاده از فن تحلیل محتوای کیفی انجام شده است.

در این روش، ابتدا متن ضبط‌شده مصاحبه‌ها به دقت پیاده‌سازی، و سپس به دفعات بازخوانی می‌شود. برای اطمینان از پایایی نسخه‌برداری، بخش‌هایی از سه مصاحبه را، علاوه بر پژوهشگر، فرد دیگری نسخه‌برداری کرده و با ردیف کردن و شمارش کلمات نسخه‌ها در برنامه‌ی واژه‌پرداز رایانه و بررسی تفاوت‌های موجود در دو نسخه، پایایی نسخه‌برداری به صورت کمی کنترل می‌شود.

در این مرحله، با استفاده از فن تحلیل محتوای کیفی تلخیصی مقوله‌های استقرایی با تقلیل بخش‌های مرتبط متن فراهم می‌شود. تمامی جملات، پاراگراف‌ها، یا بخش‌هایی از مصاحبه، که مفهوم مشترکی را ایجاد می‌کنند، کنار هم جمع، و سپس مفهوم‌سازی می‌شود. مثلاً ممکن است افراد برای بیان مطلب مشترکی از واژه‌ها یا جملات متفاوتی استفاده کنند، یا حتی به ذکر خاطره درباره‌ی آن بپردازند، اما تمام آن‌ها به مفهومی خاص معطوف شود. این مرحله به دلیل حجیم بودن نمی‌تواند در پژوهش ظاهر شود، بلکه می‌توان نمونه یا نمونه‌هایی از آن جملات را ذکر، و آن را به نمایندگی از تمام جملات مشابه مفهوم‌سازی کرد.

در مرحله بعد، مفاهیم ایجادشده منجر به تشکیل مقوله‌ها می‌شوند. هنگام نام‌گذاری مقوله‌ها، باید نامی انتخاب شود که از نظر منطقی بیشترین ارتباط را با داده‌ها داشته باشد. این نام‌ها می‌تواند از ذخیره مفاهیم پژوهشگران در حرفه و رشته خود نشئت گرفته باشد، یا از متون تخصصی رشته خاص اخذ شده باشد. همچنین ممکن است از کلمات و عبارات به کاررفته مصاحبه‌شوندگان مستفاد شود، که در این حالت به آن‌ها کدهای زنده می‌گویند (استراس<sup>۷۰</sup>: ۱۳۸۴: ۶۷-۶۹). محقق از هر سه نوع این نامگذاری‌ها به تناوب استفاده کرده است.

به منظور اعتبارسنجی پژوهش، از معیارهای اعتبارپذیری و قابلیت اطمینان استفاده شد. اعتبارپذیری به این معنی که در پژوهش حاضر، پژوهشگران به منظور گردآوری اطلاعات اولیه مصاحبه حضوری به نسبت طولانی و مستمری در محیط پژوهش داشته‌اند. برای حصول قابلیت اطمینان از جزئیات مربوط به چگونگی گردآوری داده‌ها و نحوه تصمیم‌گیری‌ها، تفسیرها، و تحلیل‌های طی شده در فرآیند پژوهش هم، از آرای افرادی خارج از پژوهش، که چند تن از استادان و پژوهشگران حوزه

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مصادیق
علل گرایش به خودناشری	اقتصادی	امتناع ناشر از سرمایه‌گذاری برای نشر کتاب
		نبود اطمینان و تفاهم بین پدیدآور و ناشران در قیمت‌گذاری و توزیع
		منافع اقتصادی ناچیز اثر برای پدیدآور
		نارضایتی پدیدآور از قراردادهای انتشاراتی
	نگرشی	سختگیری وزارت ارشاد در اعطای مجوز نشر کتاب
		اعمال ممیزی بر کتاب از طرف وزارت ارشاد
		همسو نبودن سلیقه‌های ناشر و پدیدآور
		نبود تعامل و همکاری بین پدیدآور و ناشر
		طولانی بودن فرآیند آماده‌سازی و انتشار کتاب
		انحصار بازار کتاب در دست تعدادی از ناشران
		انحصار مراکز پخش و مشکلات توزیع کتاب
		سختگیری و بی‌رغبتی ناشران در انتشار آثار نویسندگان تازه‌کار
		رشد و گسترش فناوری، شبکه‌های اطلاع‌رسانی و نرم‌افزارهای نشر الکترونیک
		رشد نسبی زیرساخت‌های توزیع و خرید و فروش الکترونیکی کتاب
فنی	گرایش و تسلط جامعه به‌خصوص جوانان به استفاده از منابع الکترونیک	

نشر هستند، طی چندین جلسه مشاوره دربارهٔ صحت و کیفیت انجام مراحل مختلف پژوهش کیفی بهرهٔ فراوان برده شد.

### یافته‌ها

نویسندگان خودناشری که در این پژوهش حضور داشتند، به دلایل اقتصادی، نگرشی، و فنی همچون علل گرایش به این پدیده اشاره کردند. مشارکت کنندگان در مصاحبه‌ها به برخی منافع و مزایای اقتصادی، که خودناشری برای آن‌ها به دنبال داشته، اشاره کردند. همچنین در زمینهٔ کانال‌های ارتباط و فایده‌ای که خودناشری از نظر زمان صرف‌شده برای آن‌ها داشته است، نیز مصادیقی ارائه کردند. به باور مصاحبه‌شوندگان، پدیدهٔ خودناشری یک سری کاستی‌های درونی دارد، که به محتوای کتاب مرتبط است، و نیز یک سری کاستی‌های بیرونی و خارج از متن کتاب، که بیشتر به محیط

مقاله اصلی	مقاله فرعی	مصادیق
مزایای خودناشری	اقتصادی	کاهش هزینه‌های انتشار و قیمت نهایی کتاب برای مشتری
		افزایش حق تالیف و پرداخت بی‌واسطه
	ارتباطی	انتشار، قیمت‌گذاری، تبلیغات و بازاریابی، و توزیع اثر بر اساس خواست پدیدآور
		ارائهٔ امکان انتشار آردانهٔ کتاب به همگان (انتشار دموکراتیک آثار)
		ارائهٔ مستقیم و بی‌واسطهٔ کتاب‌ها از نویسندگان به خوانندگان
	زمانی	برقراری رابطهٔ مستقیم میان پدیدآورندگان آثار و مخاطبان آن‌ها
افزایش سرعت دریافت واکنش، نقد و نظر خوانندگان		
		امکان ویرایش و تجدیدنظر در کتاب با حداقل زمان



مصادیق	مقوله فرعی	مقوله اصلی
داوری، ارزشیابی، و بررسی نشدن کتاب پیش از چاپ از سوی متخصصان	درونی	کاستی‌های خودناشری
احتمال وجود اشکال در محتوا و قالب کتاب به دلیل حرفه‌ای نبودن نویسنده		
دسترسی نداشتن نویسنده به کانال‌های تبلیغاتی رایج کتاب؛ مانند انواع رسانه‌ها	بیرونی	
وجهه و اعتبار عمومی کمتر کتاب‌های خودناشران در مقابل کتاب‌های ناشران بزرگ و سنتی		
پنهان ماندن کتاب از دید خوانندگان محروم از شبکه‌های نشر و توزیع کتاب‌های الکترونیکی		

مصادیق	مقوله فرعی	مقوله اصلی
تسلط به کار با رایانه	فنی	مهارت‌های خودناشران
تسلط به کار با نرم‌افزارهای نشر الکترونیک		
ویرایش	هنری	
صفحه‌بندی		
طراحی درونی و بیرونی کتاب	حرفه‌ای	
دریافت شابک، فیپا، و مجوز چاپ		
بازاریابی، تبلیغات، و معرفی کتاب		
توزیع و فروش		

بیرونی و نحوه عرضه و ارائه کتاب برمی‌گردد. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
خودناشرانی که به سؤالات مصاحبه‌ها پاسخ دادند، بر این باورند که برای فعالیت در این عرصه  
به مهارت‌های فنی و هنری برای تولید و انتشار کتاب و همچنین مهارت‌های مربوط به فعالیت در حرفه  
و بازار نشر کتاب نیاز است.

## بحث و نتیجه‌گیری

از مجموع مباحث مطرح شده می‌توان چنین برداشت کرد که پدیده خودناشری در ایران همچنان در ابتدای مسیر قرار دارد. تصور قالبی در این زمینه نویسنده‌ای است که با هزینه شخصی خود و صرف زمان به دنبال دریافت مجوزهای لازم برای انتشار و مراحل مختلف چاپ کتاب باشد.

خودناشران الکترونیکی در تصورات عموم جامعه جایگاه شناخته شده‌ای ندارند. همچنین برخلاف روال مرسوم جهانی در این زمینه، در ایران بسترهای مناسب و لازم برای خودناشری فراهم نیست. نویسندگان به دلایلی که کمتر در کشورهای پیشرفته جهان مطرح است، به سمت خودناشری می‌روند؛ دلایلی نظیر موفق نشدن در دریافت مجوزهای قانونی نشر کتاب، نیافتن ناشر برای کتاب، نارضایتی از همکاری با ناشران و موارد دیگر. در این زمینه، به نقل قول یکی از مصاحبه‌شوندگان خواهیم پرداخت. «تنها دلیل من برای تصمیم به انتشار اینترنتی کتاب ممنوع‌الچاپ شناخته شدن آن از سوی اداره ارشاد بود. در مجموع از انتشار اینترنتی کارم راضی‌ام و علاوه بر تعداد مقبول مطالبی که درباره کارم در فضای مجازی نوشته شد، همچنان بعد از چهار سال از خوانندگان ایمیل دریافت می‌کنم.»

خودناشران باور دارند که فعالیت در این عرصه در سکوت و بدون داشتن تریبون‌های تبلیغاتی نمی‌تواند موجب موفقیت این روند در ایران شود؛ همان‌طور که یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان به این موضوع اشاره کرده و فعالیت‌های خودناشران در شبکه‌های اجتماعی از عوامل موفقیت این روند خواهد بود.

تبلیغات در زمینه کتاب برای خودناشران نیاز به عرصه عمومی فعال دارد. خودناشران می‌بایست در یک شبکه با یکدیگر کار کنند. در غیر این صورت، هرگز این جریان تأثیر درخور توجهی در ارتقا آگاهی و عرضه اندیشه و زبان نخواهد داشت. ●

پی‌نوشت‌ها:

- 1 .Platform
- 2 . Gutenberg
- 3 . Self - Publishing
- 4 . Merriam - webster
- 5 . Wikipedia
- 6 . Benjamin Franklin
- 7 . The Way to Wealth
- 8 . Laurence Sterne
- 9 . TristramShandy
- 10 . William Blake
- 11 . Virginia Woolf
- 12 . Charles Dickens
- 13 . Christmas Carol
- 14 . Mark Twain
- 15 . Adventures of Huckleberry Finn
- 16 . Jane Austen
- 17 . Emily Dickenson
- 18 . Nathaniel Hawthorne

- 19 . Martin Luther
- 20 . Marcel Proust
- 21 . Derek Walcott
- 22 . Walt Whitman
- 23 . James Altucher
- 24 . Choose Yourself
- 25 . J. K. Rowling
- 26 . Kindle Direct Publishing (KDP)
- 27 . <https://kdp.amazon.com/>
- 28 . Do It Yourself (DIY)
- 29 . [http://www.mobipocket.com/en/downloadsoft /  
productdetailscreator.asp](http://www.mobipocket.com/en/downloadsoft/productdetailscreator.asp)
- 30 . <http://calibre-ebook.com/>
- 31 . KDP (Kindle Direct Publishing) Select
- 32 . <http://www.smashwords.com/>
- 33 . Barnes & Noble
- 34 . iBooks
- 35 . Sony
- 36 . Kobo
- 37 . Baker & Taylor Blio

- 38 . <http://www.smashwords.com/about/how-to-publish-on-smashwords>
- 39 . <http://www.smashwords.com/books/view/52>
- 40 . Diesel
- 41 . <http://www.smashwords.com/about/supportfaq>
- 42 . <http://www.bookbaby.com/>
- 43 . <http://www.cdbaby.com/>
- 44 . <http://www.bookbaby.com/pricing>
- 45 . Author dashboard
- 46 . <http://www.bookbaby.com/ebook-accounting>
- 47 . <https://www.nookpress.com/>
- 48 . Word
- 49 . Text
- 50 . HTML
- 51 . RTF
- 52 . NOOK Emulator
- 53 . <https://www.nookpress.com/>
- 54 . Lulu
- 55 . Lulu.com
- 56 . <http://connect.lulu.com/t5/eBook-Formatting-Publishing/e>

Book - Creator-Guide/ta - p/109443

57. [http://www.lulu.com/author/calculator/retail - channel - pricing - calculator.php? inIframe=1](http://www.lulu.com/author/calculator/retail-channel-pricing-calculator.php?inIframe=1)

58 . <http://www.authorsolutions.com/Default.aspx>

59 . <http://www.booktango.com/>

60 . Application

61 . What You See Is What You Get:

ویرایشگر WYSIWYG سیستمی است که در طول ویرایش، محتوا (متن و گرافیک) روی صفحه - در یک پیش‌نمایش از محتوا هنگام چاپ شدن یا زمانی که به عنوان محصول به نوعی دیگر به نمایش درمی‌آید، یعنی شکل نهایی آن - دیده می‌شود. محتوا می‌تواند سندی چاپی، صفحه وب، یا اسلایدی از یک ارائه باشد.

62 . <http://www.booktango.com/Services/>

63 . <http://www.booktango.com/Help/Royalties/>

64 . IBooks author

65. <http://www.cnet.com/products/apple-macbook-air-13-inch/>

66 . <http://www.apple.com/itunes/working-itunes/sell-content/>

67 . <https://www.myidentifiers.com/>

68 . Maxwell

69 . Powell

70 . Strauss

استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۴). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و روش‌ها، ترجمه ییوک محمدی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.  
پاول، رونالد آر (۱۳۷۹). روش‌های اساسی پژوهش برای کتابداران، ترجمه نجلا حریری، تهران، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.  
حریری، نجلا (۱۳۸۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.  
فلیک، اوه (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران، نی.  
مطلبی، داریوش (۱۳۸۵). «خودناشری در ایران: فرصت یا تهدید»، کتاب ماه، کلیات: ۱۰۶ و ۱۰۷ و ۱۰۸: ۴.

Altucher, J. (2013) "How To Self-Publish A Bestseller: Publishing 3.0". Available through: <http://techcrunch.com/2013/07/20/how-to-self-publish-a-bestseller-publishing-3-0/> (Accessed 16 December 2014).

Guardian (27 March 2012). "Pottermore conjures Harry Potter ebooks", London. Available through: <http://www.theguardian.com/books/2012/mar/27/pottermore-harry-potter-ebooks> (Accessed 15 December 2014).

Maxwell, J.A. (1996). Qualitative research design: An interactive approach, Thousand, Osaka, CA: Sage.

Patterson, C. (18 August 2012). "How the great writers published themselves", The Independent (London). Available through: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/how-the-great-writers-published-themselves-8053570.html> (Accessed 15 December 2014).

Self-publish. Merriam-webster Dictionary. Available through: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/self-publish> (accessed 26 October 2014).

Self-publishing. Wikipedia, The free encyclopedia. Available through: <http://en.wikipedia.org/wiki/Self-publishing> (accessed 29 October 2014).71

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی