

Princeton University Library



32101 076326543

دکتر ناصر الدین صاحب الزمانی

اقتصاد

بیمار

کتاب

Şāhib al-Zamānī, Nāşir

دکتر ناصر الدین صاحب الزمانی

Iqtisād-i bīmār

اقتصاد بیمار کتاب

اهدائی:

اتحادیه‌ی ناشران و کتابفروشان

تهران - خیابان شاه‌آباد کوچه سید هاشم شماره ۱۱

تلفن - ۳۳ ۴۱ ۸۸

چاپ و تکثیر این کتاب با اطلاع ناشر یا مؤلف آزاد است

2475

.1445

.34H

این کتاب به وسیله‌ی اتحادیه‌ی ناشران و کتابفروشان

بمناسبت هفتگی کتاب در آبان‌ماه ۱۳۴۷

در چاپ پیروزبچاپ رسیده است

خوانندگان گرامی

اتحادیه‌ی ناشران و کتابفروشان در دوره‌ی جدید فعالیت خود، ضمن کوشش‌های لازم در جهت حفظ منافع ناشران و کتابفروشان برای راهنمایی بیشتر همکاران، در امر نشر و توزیع کتاب، و همچنین معرفی بهتر و بیشتر کتاب در اجتماع، و ایجاد رابطه‌ای صمیمانه بین ناشر و خواننده، اقدام به تشکیل جلسات سخنرانی توسط شخصیت‌های علمی و ادبی در محل اتحادیه نموده است.

اولین سخنران این جلسات آقای دکتر ناصرالدین صاحب الزمانی، نویسنده و روانشناس معروف، با بیانات مستدل و جالب خود تحت عنوان «اقتصاد بیمار کتاب»، عصر چهارشنبه دوازدهم اردیبهشت ماه ۱۳۴۷ آنچه را که درباره‌ی کار کتاب و گرفتاری‌های ناشران و ناراحتی‌های مبتلا به بین ناشر و خواننده است، با نظر دقیق خود موشکافی و تشریح نمودند. چون مطالب مزبور از هر جهت برای هر کسی که با کتاب سرو کار دارد، مورد استفاده می‌باشد، از اینرو اتحادیه، به نشر آن، در دفتر حاضر، مبادرت می‌ورزد.

اقتصاد بیمار کتاب

مسئله‌ی گرانی کتاب

بسیاری از مردم ، بویژه جوانان و دانشجویان ، غالباً شکایت می‌کنند که کتاب‌گران است. آیاعکس‌العامل و پاسخ‌ناشران و کتابفروشان، در برابر این عقیده‌ی نسبتاً عمومی چیست ؟

ما برای دریافت این پاسخ، بطور ناشناس ، به چند کتابفروشی رفتیم و با تقاضای کتابی، سپس در باره‌ی بهای آن، بدفروشنده اظهار داشتیم که :

- این کتاب خیلی گران است !

و این‌ها نمونه‌ی پاسخ‌هائی است که به ترتیب ، ۶ ناشر و کتابفروش بما ، داده‌اند :

۱ - چه چیز ارزان است که کتاب باشد !؟

۲ - شما وقتی به‌یک کافه می‌روید ، هر چه خرجتان بشود ، هیچ وقت اعتراض نمی‌کنید . و گاهی به راحتی در یک شب ، پول ده جلد کتاب را ، خرج می‌نمائید . ولی به کتاب که می‌رسید ، می‌گوئید گران است !؟

۳ - کسی که شما را مجبور نکرده است که این کتاب را بخرید .

اگر مایل نیستید ، نخرید !

۴ - اگر کسی کتابخوان باشد ، متوجه می‌شود که ارزش این

کتاب ، خیلی بیش از این‌هاست . اصلاً برای کتاب و علم هم مگر میشود،

تعیین نرخ کرد؟! ولی البته اگر کسی زور، زورکی بخواهد کتاب بخواند، یا مجبورش کرده باشند که برای درس و امتحان بخواند، هر کتابی مفت هم به او بدهند، باز به نظرش گران است!

۵ - بله حق بجانب شماست. ولی تقصیر ناشر است که قیمت آنرا گران گذارده است. ما فقط فروشنده هستیم، و حق نا چیزی از فروش دریافت می‌کنیم. و همه هم این شکایت را بما میکنند.

۶ - ما ۱۵ در صد استثناء بشما تخفیف می‌دهیم. ولی لطفاً به کس دیگری نگوئید. چون آنوقت همه از ما انتظار دارند که به آنها تخفیف بدهیم. و اگر ما بخواهیم به همه تخفیف بدهیم، دیگر برای ما هیچ صرف نمی‌کند!

پایداری مسئله

پاسخ‌ها و عکس‌العمل‌های شش‌گانه‌ی بالا، روش متداول تجارتی حل مسئله‌ی گرانی، یا دست‌کم مبارزه با عقیده‌ی متداول گرانی کتاب، در بازار کتاب ایران است.

- آیا در این کشمکش و گفتگو، بر سر مسئله‌ی گرانی کتاب، بین خریدار و فروشنده، هیچ گونه راه حلی اساسی، ارائه یا جستجو شده است؟

- آیا خریدار، با شنیدن این سخنان، واقعاً قانع شده است که اعتقاد قبلی او نسبت به گرانی بهای یک کتاب، بی اساس بوده است؟ و آنرا از آن‌پس بدیگران خواهد گفت که عموماً درباره‌ی ناشران و کتابفروشان، اشتباه می‌کنند. و مثلاً حق بجانب ناشر یا کتابفروش است؟

– یا آنکه خریدار ، اگر مجبور است ، با وجود عقیده‌ی قبلی نسبت بگرانی کتاب ، با اکراه آنرا می‌خرد؟ و یا از خرید آن ، صرف نظر میکند ، و مسئله برای ناشر و فروشنده ، و عقده‌ی گرانی کتاب ، برای خریداران ، همچنان بر جای خواهد ماند؟!

متأسفانه پاسخ مثبت ، به احتمال اخیر ، یعنی پایداری مسئله – به واقعیت نزدیک تر است . زیرا ، در ۴ مورد از ۶ مورد (پاسخ‌های ۴-۱) مسئله گرانی کتاب – برخلاف اصل روانشناسی بازرگانی و فروشنده‌گی که می‌گوید «حق با مشتری است» – بکلی انکار گشته و مستقیماً به خریدار حمله شده است . و بطور ضمنی ولی نسبتاً صریح و اهان‌ت آمیز ، به او گفته اند که :

– تو نمی‌فهی ، از اقتصاد و هزینه‌ی زندگی و کتاب ، چیزی سرت نمی‌شود !

– اصلاً کتاب خوان نیستی ! اهل کتاب و علم نیستی ! مگر کسی مجبور کرده است ، و زور زورکی می‌خواهی کتاب بخری ، و مانند آن؟! در دو مورد دیگر (مورد ۶-۵) فروشنده ، مذبح‌خانه و استرحام آمیز ، تنها برای خود – و بزبان آشکار صنف ناشران ، و تقویت احساس زیانمند گرانی خریدار نسبت به کتاب – راه حل موقت را ، جستجو و پیشنهاد کرده است .

«کتابفروش» ، در مورد پنجم ، با تأئید بیچون و چرای مشتری ، بین «خود» و «ناشر» جدائی افکنده است . وی را ، خود کامه‌ای ستمگر ، معرفی نموده است . خود کامه‌ای که بدون توجه به منافع مشتری ، و مصلحت فروشنده ، هر بهائی را که خواسته است ، بر کتاب نهاده است .

و آنگاه «فروشنده‌ی بیچاره» را نیز سپر بلای خویش، و هدف تیر ملامت خریداران ذیحق و ستم‌دیده، قرار داده است.

در مورد ششم نیز فروشنده عین همین روش، یعنی تفکیک ناشر از کتابفروش، و تأیید گرانی کتاب را تنها با لحنی ملایمتر، امتحان کرده است. و مدعی است که بخاطر خریدار، و جبران گرانفروشی ناشر، وی ۱۵ درصد از حق فروش خود را به خریدار تخفیف می‌دهد، تا ضربت گرانی اضطرابی کتاب‌را، بر مشتری، حتی المقدور تحمل‌پذیر نماید! بطور خلاصه، در هیچ‌یک از مواردششگانه، پاسخ‌فروشدگان به اظهار و احساس خریدار، نسبت به گرانی کتاب، بطور صحیح بررسی نشده است. در این پاسخ‌هیچ‌چیز، بر اطلاع خریدار، در مورد اقتصاد کتاب، علت «گرانی» یا «گران‌نمائی» آن، افزون نگشته است. بلکه برعکس، خریدار، در چهار مورد خود را مورد حمله و اهانت، و در دو مورد، تأیید شده احساس کرده است. ضمناً گرهی اساسی نیز از کار فروشنده گشوده نشده است، و با احتمال قوی در چهار مورد نخستین از شش مورد نیز، هردو ناراضی، و احیاناً خشمگین و عصبانی، از هم جدا شده‌اند.

در یک مورد هم (در مورد ششم) با وجود پیشنه‌ها تخفیف، هنوز احیاناً احساس گرانی و غبن خریدار زائل نگشته است. زیرا وی ممکن است، پیش خود بیندیشد که اگر:

— ناشر، این همه بهای کتاب را گران نکرده بود، هنوز ممکن بود من کتاب را ارزان‌تر از آنچه که اینک با وجود ۱۵ درصد تخفیف

می‌خرم، خریداری کنم؟!

در هر حال، در این کشمکش، بر سر بهای کتاب، نسبت به ناشر که دست کم نیمه خالق کتاب، و یکی از ارکان اساسی خدمت بفرهنگ کشور، و توسعه و نشر دانش است، و سرمایه و وقت خود را وقف انتشار کتابی کرده است که فروشش عموماً به هیچ وجه مسلم نیست، بدون هیچ گونه توجه به اشکالات وی، احساس بدبینی خریدار، با احتمال قوی، اگر افزون نشده باشد، دست کم تأیید گشته است.

از اینرو، «اقتصاد کتاب» در شرایط کنونی کشور ما، دست کم بر اثر احساس ناسالم و زیانمندی که میان خریدار و فروشنده آن ایجاد می‌کند، از نظر روانی، «اقتصادی بیمار» است. و در نتیجه ادامه‌ی صحیح و زایای آن، با وضع کنونی، در کشوری که بیش از هر زمان به توسعه‌ی فرهنگی، سواد عمومی، و اعتیاد به مطالعه‌ی کتاب نیازمند است، میسر نیست.

شکایت‌های اساسی خریداران کتاب

در بررسی چندی که ما توسط پرسشنامه انجام داده‌ایم، علاوه بر شکایت دانشجویان، و اهل کتاب، از وجود غلط‌های زیاد چاپی در کتابها، بترتیب، سه شکایت زیر، مهمترین شکایت خریداران کتاب، بشمار رفته است:

- ۱ - کتاب در ایران گران است.
- ۲ - کتاب خوب کمیاب است.
- ۳ - کتاب خوب، اصلاً وجود ندارد که ما را از کتابهای خارجی بی‌نیاز کند. به ترجمه‌ها نمی‌شود، اعتماد کرد. و انسان باید، همواره به اصل یا ترجمه‌ی کتابها، بزبانهای خارجی مراجعه نماید!

شکایتهای اساسی ناشران

در برابر شکایت‌های خریداران کتاب در ایران - بدون آنکه در اینجا فعلا بخواهیم به نقد درستی‌ها و نادرستی‌های آنها بپردازیم - ناشران و کتابفروشان نیز شکایت‌هایی دارند که مهمترین آنها سه شکایت زیر است :

۱ - هزینه‌ی زندگی بطور مرتب ، گران‌تر می‌شود ، ولی ما نمی‌توانیم بهای کتاب‌را زیاد بالا ببریم . بعبارت دیگر ، مشکل کار کتاب ، از نظر ناشران ، عدم امکان افزایش بهای کتاب ، همگام با افزایش سریع سطح زندگی است .

۲ - خریدار کتاب بسیار کم است . متوسط تیراژ کتاب بین هزار تا هزار و پانصد نسخه است . یعنی مشکل کمی خرید ، و پائین بودن سطح انتشار کتاب که خود یکی از علل گرانی کتاب بشمار می‌رود ، دومین مشکل مهم ناشران است .

۳ - خریداران موجود کتاب هم ، هیچگونه شتابی برای تهیه‌ی کتاب‌های مورد نظر ندارند . از اینرو چاپ هر کتاب خوب ، فروشش ، دو سه سال بطول می‌انجامد . و سرمایه‌ی ناشر ، بیش از حد لازم در کسب‌های مشابه ، حبس میشود ، و در نتیجه مشکل ربح‌ها و نزول‌های کمرشکن و پیش‌بینی نشده‌ای را پدید می‌آورد . بعبارت دیگر ، مشکل سوم کتاب نیز عبارت از «گندی سرعت فروش» و عوارض آن است .

مسائل اساسی کتاب

بدین ترتیب، مشکل اساسی کتاب، در ایران، بنا بر نظر خریدار و ناشر، بطور خلاصه عبارت است از:

۱- گرانی کتاب

۲- کمیابی کتاب خوب، اعم از تألیف یا ترجمه

۳- عدم امکان افزایش بهای کتاب، همگام با افزایش سریع

سطح زندگی

۴- کمی خریدار، در نتیجه پائین بودن سطح انتشار که خود موجب گران شدن غیر لازم کتاب می شود.

۵- کندی سرعت فروش کتاب، و در نتیجه حبس سرمایه

بدیهی است مسائل اساسی کتاب، متأسفانه تنها بهمین فهرست پنجگانه، پایان نمی پذیرد. و ضمناً نیز، پاره‌ای از این مشکلات، علی‌رغم نظر خریداران و ناشران، مشکلات واقعی کتاب محسوب نمی شوند. بلکه هر دو گروه، در تشخیص و آسیب شناسی خود، چنانکه خواهیم دید، دچار لغزش‌ها، گرافه بینی‌هایی شده‌اند که خود - این عدم تشخیص صحیح - از مهمترین مسائل کتاب، و اقتصادبیمار آن بشمار می رود.

راه‌های توسعه‌ی فروش کتاب

تا کنون برای حل مسئله‌ی کتاب، بطور آگاه و ناآگاه، کوشش‌ها و پیشنهادهائی شده است که ارزیابی و بررسی انواع و رسانی‌ها و نارسائیهای آنها، برای تنظیم هر طرح اساسی کتاب ضروری بنظر می رسد.

مهمترین راه حل‌هایی که تا کنون برای توسعه‌ی فروش کتاب ، در ایران جستجو شده است ، عبارتند از راه حل‌های نهگانه زیر :

۱ - کتاب خوب - البته عموماً بگمان و طبق ارزیابی ناشران - بیشتر چاپ شود . عملاً نیز بسیاری از ناشران در این مورد اقدام کرده‌اند .
۲ - کتابهای جیبی ارزان قیمت چاپ شود .

فکر ارزان فروختن کتاب ، دامنه‌اش يك چندی تا به کیلوئی فروختن کتاب نیز منجر گشت . لیکن ، آن ، موجی زیانمند بود که ناشران و پیشگامان آنرا ، تا به آستان ورشکستگی ، و مردم را به آسیب کتابزدگی ، و کتابها را بنا بر اصطلاح مشهور به خطر باد کردن ، و فروش نرفتن ، فرودر کشید .

۳ - کتاب ، نسیه و به اقساط طویل‌المدت ، فروخته‌شود .

۴ - کتاب با تخفیف‌های مختلف فریبنده ، فروخته شود .

۵ - مؤسسات غیرانتفاعی نشر کتاب به وجود آید ، مانند انتشارات فرانکلین ، ترجمه و نشر کتاب ، بنیاد پهلوی ، انجمن آثار ملی ، انتشارات دانشگاه ، بنیاد فرهنگ ایران ، و مانند آن که کتابهای برگزیده‌ای را چاپ نموده حتی المقدور ، بصورت غیر انتفاعی ، با بهای ارزان‌تر بفروشد .
۶ - پاره‌ای از مؤسسات ، نظیر شرکت نفت ، وزارت آموزش و پرورش ،

و شهرداریها ، مقداری کتاب از ناشران بخرند .

۷ - دستفروشی‌ها و نمایندگی‌های فروش کتاب توسعه یابد .

بطوریکه فروشگاهها و سوپر مارکتها نیز بخش‌های ویژه‌ی فروش کتاب داشته باشند . و نمایندگان فروش کتاب ، بعنوان « ویزی‌تور » به ادارات ،

و خانه‌ها مراجعه نمایند .

۸ - کاستن از محتویات و کیفیت کتاب ، تا آنکه چاپ آن ، و در نتیجه بهای آن ، ارزان‌تر تمام شود ، و ارزان نیز ، بفروش برسد ، مانند :

الف - حذف فهرست‌ها ، حاشیه‌ها ، منابع ، و مآخذ ، بویژه منابع و مآخذ خارجی به‌خط لاتین

ب - کاستن از حسن کاغذ ، و چاپ ، عدم دقت در غلط‌گیری ، رد ته‌دوزی ، تجلید و صحافی و مانند آن ...

ج - انتخاب مترجمان و مؤلفان بی‌مایه و ارزان قیمت ...

۹ - جبهه‌ی تبلیغاتی و ارشادی و تشویقی کتاب ، تقویت شود . فهرست‌های مجانی ، و آگهی‌های تجارתי روزنامه‌ای ، تلوزیونی و رادیویی و مانند آن اشاعه یابد . کوشش شود که مجلات و روزنامه‌ها ، ستون‌هایی را به‌نقد و معرفی کتاب ، اختصاص دهند . حتی المقدور ، رادیو و تلوزیون نیز بمعرفی آثار نویسندگان و مترجمان پردازند .

جوایزی برای بهترین کتابها و ترجمه‌ها ، جشن‌هایی برای کتاب ، مانند هفتدی کتاب ، نمایشگاه‌هایی برای بهترین کتابهای سال و مانند آن ، تشکیل دهند .

ارزیابی راه‌حل‌های مسئله‌ی کتاب

راه‌حل‌های نه‌گانه‌ی بالا ، همچنانکه اشاره‌رفت تاکنون از طرف افراد و گروه‌ها و مؤسسات مختلف ، پیشنهاد ، یا بکار بسته شده است . لیکن عموماً همه جنبه‌ی محاسبه‌ی ذهنی ، خوشبینی و امیدواری داشته

است، نه آنکه پی‌آمد بررسی و پژوهشی اساسی باشد. ضمناً نیز فعالیت آنها، بیشتر در سطحی بسیار محدود، موقت، پراکنده و ناهماهنگ بوده، کمتر نیز جنبه‌ی اجتماعی داشته است. بلکه غالباً هر شیوه اگر از طرف یکی دونفر یا گروه پیشنهاد و تعقیب شده است، بسیاری دیگر بدان اعتقادی نداشته، با آن مخالفت کرده و یا در برابر آن، روش مقاومت منفی، عدم همکاری و حتی کار شکنی در پیش گرفته‌اند.

در اینجا، ما به اختصار به نقد پاره‌ای از موارد، تحت پنج‌عنوان

زیر، می‌پردازیم:

۱ - قبول ضمنی مسئله‌ی گرانی کتاب بوسیله‌ی ناشران

۲ - سلیقه‌ی شخصی ناشران، معیار نشر کتاب

۳ - تخفیف و رشکستگی

۴ - توسعه جوئی‌های پردردسر

۵ - کیفیت و خوبی، فدای ارزانی کتاب

و اینک شرح هر یک از موارد پنجگانه بالا:

۱- قبول ضمنی گرانی
در پنج مورد (مورد ۶-۲) از راه حل‌های

نہنگانه‌ی توسعه‌ی فروش کتاب، علی‌رغم آنکه عموماً ناشران، هنگام برخورد با خریدار، نظر وی را در مورد کتاب رد می‌کنند، در حقیقت خود بطور ضمنی شکایت مردم را، مبنی بر «گرانی کتاب»، پذیرفته‌اند. زیرا کوشش‌ها، در پنج مورد مزبور، همه در جهت ارزاتر کردن کتاب، صرف شده است.

این هنگام، منطقاً این پرسش مطرح می‌شود که آیا:

— واقعا کتاب در ایران ، همانطور که غالباً تصور می‌رود ، گران است ؟ و در نتیجه نیز مهمترین راه حل آنها ، همان ارزان کردن آن است ؟

اگر این فرض و تشخیص ، بی چون و چرا ، درست می‌بود ، طبعاً « کتاب کیلوئی » یا فروش کتاب بصورت کیلوئی ، باید ادامه می‌یافت ، و مبتکران نیز ، گوی سبقت را از تمام همکاران خویش درمی‌رود .
— پس چرا ، در عمل چنین نیست ، و ارزانی کتاب تنها چاره‌ی مشکل فروش آن بشمار نمی‌رود ؟

پاسخ بدین سؤال ، بطور خلاصه شاید این باشد که چون ، از جمله ، « ظرفیت فروش » ، و « مشتری کتاب » محدود است .

برای نمونه ، نان را مثال می‌آوریم . فرض کنیم ، مصرف نان تهران ، روزانه پنجاه تن از قرار کیلوئی ۵ ریال باشد . اینک اگر قرار شود که نان کیلوئی یک ریال شود ، چه مقدار ممکن است ، بر اثر این ارزانی ، بر مصرف نان افزوده شود ؟ مسلماً مقدار ناچیزی ، احیاناً در حدود پنج تا ده درصد ، زیرا خانواده‌ای که برای مثال ، شبانه روز ، سه نان سنگگ مصرف دارد ، و احتمالاً نیز هر بار ، در حدود نصف تا یک سوم از یک نان راهم اضافه بر مصرف دارد ، دیگر بسیار بعید بنظر می‌رسد که تنها بخاطر ارزانی نان ، از فردا روزی پنج نان بخرد .

۲- حکومت سلیقه‌دو آوری و پندار شخصی در نخستین راه حلی که برای بهبود وضع اقتصاد کتاب در ایران ،

پیشنهاد و جستجو شده است ، چنانکه دیدیم ، « چاپ کتابهای بهتر » ، توصیه گشته است . ذکر « کتابهای بهتر » ، آسان بنظر می رسد .

لیکن معیار این « بهتری » چیست ؟

– سلیقه‌ی ناشر ؟

– سلیقه‌ی خواننده ؟

– نیاز راستین فرهنگی ، معنوی ، علمی ، ادبی ، هنری و تفریحی

مردم ؟ و بعد وسیله و معیار کشف و سنجش و تعیین این سلیقه‌ها و نیازها

چيست ؟

– حدس و تصور تجربی ناشر ؟

– حدس و تمایل افراطی يك اقلیت مبارز ؟

– پژوهش و سنجش علمی و صحیح افکار عمومی ؟

متأسفانه در مورد انتشار کتاب ، غالباً ، پنداری واهی ، و سلیقه‌ی

شخصی ناشران ، و پاره‌ای از مواقع حتی کج سلیقه‌ی های مخصوص آنان ،

عموماً بر اثر عدم اطلاع صحیح بر تمایلات خوانندگان ، سرنوشت چاپ

و نشر يك کتاب را ، تعیین می کند .

هنوز ، در ایران يك بررسی پی گیر و قابل اعتماد و قبول از انواع

کتاب ، خواسته‌ها و سلیقه‌های خوانندگان ، انواع و شماره‌ی قشرها و

گروه‌های مختلف آنان ، یا بعبارت دیگر « خواننده‌شناسی علمی » ،

انجام نگرفته است . در ترجمه و تألیف کتابها ، بیش ازهر چیز تصادف ،

امکانات محدود مالی ، رقابت ، تصور سود جوئی و سلیقه‌ی شخصی

مترجم ، نویسنده و ناشر ، دخالت داشته است ، ، نه نیاز واقعی بازار

کتاب ، و احتیاجات اساسی فرهنگی و معنوی کشور . افراط و تفریط در زمینه‌های مختلف چاپ کتابهای شعری و عرفانی و مانند آن ، زیاد بچشم می‌خورد . اخیراً یکی دو سازمان ، به بررسی‌های شتاب زده و ناقص و کاذب درباره‌ی کتاب ، برای تهیه‌ی گزارش و رپرتاژی سفارشی و خلق - الساعه ، دست زده‌اند . نتیجه‌ی بی‌اساسی را که این سازمانها ، از کار خود ، بعلت سلیقه ، و غرض خاص گزارش دهنده و تهیه‌کننده‌ی رپرتاژ ، اعلام داشته‌اند ، اینستکه :

- امروزه کتابهای شاعران نو پرداز ، یا موج نو و سنت شکن ، بیش از هر کتابی خواستار دارد !

متأسفانه بررسی « فهرست کتابهای سالیانه‌ی ایران » و تجدید چاپهای متعدد کتابها ، نتیجه‌ای کاملاً برعکس ، بدست می‌دهد . برخلاف نظر این برسان شتابزده ، و آمار ساز ، هنوز کتاب « امیر ارسلان » یکی از خواسته‌ترین کتابهای پر فروش ایران است . بعد از آن ، کتابهای دینی و مذهبی ، و سپس دیوانهای اشعار عرفانی شاعران کهن ، پول سازترین کتابها را برای ناشران ، تشکیل می‌دهند . مجموعه‌ی اشعار بسیاری از بهترین شاعران موج نو ، هنوز پس از گذشت ده سال ، تجدید چاپ نشده است و غالباً نیز تیراژ چاپ اول آنها ، از هزار و پانصد نسخه ، تجاوز نکرده است . اشتباه نشود ، در این جا ، قصد ما ارزیابی شعر موج نو ، و شعر سبک کهن - پیکار پر در دسری که هنوز پایان نیافته است - نیست . بلکه صرفاً بیان واقعیت پول‌سازی ، و عدم پول‌سازی ، و حکومت سلیقه‌ی شخصی ، در عرصه‌ی اقتصاد کتاب است .

همچنین قرائن بسیاری در دست است که یکی دیگر از علل مهم

شکست کتابهای کیلوئی ، همین خواننده ناشناسی ، عدم رعایت سلیقه‌ی بازار کتاب ، و اتکاء به تصور ، فرض ، و سلیقه‌ی شخصی ناشران آن بوده است .

یکی از راه‌های حل‌هایی که برای توسعه‌ی فروش کتاب در ایران جستجو شده است (پیشنهاد تخفیف و ورشکستگی ۳ - چهارم) ، فروش کتاب با تخفیف‌های مختلف و فریبنده است . و اتفاقاً همین راه حل ، خود ، در یک تحلیل نهائی ، بیش از هر شاهد دیگری ، حاکی از اقتصاد بیمار کتاب است .

لزوم تثبیت قیمت‌ها ، یکی از شیوه‌های اساسی اقتصاد نو ، بشمار می‌رود . قیمت‌های نا استوار و پرنوسان ، همواره در فروشنده و خریدار ، ایجاد ناامنی ، و هراس ازغب‌وزیان و ورشکستگی می‌نماید. « چانه‌زنی » در ایران که میراث اقتصاد کهن ، و یادگار عصر بازرگانی پایا پای ، و تعیین نرخ دلخواه محترمان و زور گویان اقتصادی ، و حاکی از عدم اطمینان مشتری نسبت به گفته‌ی خریدار است ، همچنان هنوز ، بصورت یک عادت عمومی - اگر نگوئیم همانند یک بیماری مسری و مزمن بومی - در ایران شایع است ، در عرصه‌ی اقتصاد کتاب نیز راه یافته است ، روابط فروشنده و خریدار کتاب را ، بیش از هر زمان ، نامطمئن و تیره ساخته است . زیرا تخفیف و چانه‌زدن ، پایان ، و « مرز ایست » وحد یقنی ندارد . با چه تخفیفی مشتری ممکن است ، مطمئن شود که دیگر ، بهای کالای مورد نظر او عادلانه است ، و اگر او آن مبلغ را بپردازد ، مغبون نگشته کلاهی بسرش نخواهد رفت ؟ ! تجربه نشان داده است که غالباً

هر چه فروشنده ، سهل و آسان تخفیف بدهد ، ومبلغ تخفیف را بالا ببرد ، مشتری را نسبت به بهای واقعی کالا ، مظنون تر می سازد . هنگامیکه فروشنده ای حاضر گشت تا حد ۵۵ درصد بهای تعیین شده ی یک کالا ، به مشتری خود تخفیف بدهد ، طبعاً مشتری هوشمند در این اندیشه فرو می رود که :

— آیا پس چقدر این کالا گران و سود آور است که باوجود ۵۵ درصد تخفیف ، هنوز فروشنده بدین معامله تن درمی دهد؟!

و این درست متأسفانه طرز تفکر و تصویری است که بر اثر روش فروشندگان کتاب ، حتی مقامات دولتی ، نسبت به بهای کتاب واجحاف ناشران ، پیدا کرده اند . بطوریکه یک مسئول خرید شهرداری و یا وزارت آموزش و پرورش که مبلغ چند هزار تومانی می خواهد از ناشران کتاب بخرد ، بایکایک آنان وارد چانه زنی میشود تا شاید ، بجای پنجاه در صد تخفیف در گذشته ، این بار مثلاً شصت در صد ، تخفیف بگیرد . زیان این پندار غلط که ناشران خود تاحدی مسئول ایجاد آنند ، بیشتر در آنست که مقامات دولتی ، ناشران را یکسره آزمند واجحاف گر بشناسند ، و هنگام ایجاد محدودیت ها و وضع مالیات ها ، کمتر بر اساس واقع بینی ، و بیشتر بر بنیان پیش داوری ها و پندارهای ناستوار ، نسبت به آنان ، بیش از حد لزوم رعایت مراتب انصاف ، سختگیری و اشکال تراشی کنند ، و علاوه بر آن نیز در تمام موارد وامهاو کمک های توسعه ی صنعتی وفرهنگی ، آنان را مشمول الطاف وحمایت های خویش قرار ندهند .

حقیقت آنست که تخفیف های فوق العاده و شگفت انگیز کنونی

کتاب، تخفیفی سالم نیست. بلکه «تخفیف ورشکستگی» است. تخفیف اضطراری پیشه‌ور در مانده‌ایست که احیاناً یک میلیون سرمایه بصورت کتاب در انبار نهفته دارد، و در برابر، در حدود دویست هزار تومان بدهکاری، بصورت چک و سفته، در دست این و آن هیچ بانکی برای کالای او که «پشتوانه‌ی فرهنگ» این سرزمین است، اعتباری قائل نیست، لیکن اندک تأخیر در پرداخت چک و سفته، وی را ممکن است به زندان فرو درکشد، اعتبارات بانکی او را، برای همیشه فرو برنهد، و آبروی تحصیل کرده وی را، در طول یک عمر خدمت به فرهنگ، فرو در ریزد. او در مقام اضطرار، ناگزیر است که حتی فرش خانگی خود را بفروشد، از خوراک و پوشاک فرزندان خویش بزند، تا بدهکاریهای خویش را به موقع بپردازد. از اینرو، از چنین کسی بعید نیست که در مقام اضطرار، سرمایه‌ی خود، یعنی کتاب را، گاه حتی بزبان مسلم خویش حراج کند، و به بهای تمام‌شده و یا حتی به کمتر از آن، در برابر پول نقد با تخفیف‌های ناسالم، به پنجاه تا ۵۵ درصد کمتر از بهای اصلی بفروشد. و این کاری است که سوگمندانه، اضطرار اقتصادی، در دو سه ساله‌ی اخیر، پاره‌ای از بهترین ناشران ما را، به ارتکاب آن، ناگزیر ساخته است.

بسیاری از خریداران، در چند سال گذشته، متوجه شده‌اند که گاه کتابی را اگر از ناشر آن بخرند، مبلغ کمی می‌توانند تخفیف بگیرند، لیکن همان کتاب را از فروشندگان دیگر با تخفیفی بیشتر، می‌توانند خریداری کنند. شیوع این روش ناسالم، بعلت شیوع «خیانت

در امانت»، و «توطئه‌ی معاوضه» بر اثر اقتصاد بیمار کتاب، بین ناشران و کتابفروشان است.

پاره‌ای از ناشران، گاه کتابهای نامرغوب و ارزان قیمتی را چاپ می‌کنند، و بدون توجه به کیفیت ترجمه یا تألیف یا چاپ آن، تنها «کمیت» یعنی شماری صفحات و قطر و اندازه، و احیاناً جلدن زیبای آنرا، ملاک تعیین نرخ نموده همان کتاب‌های گرانبهای ناشر دیگری روی آن قیمت می‌نهند. آنگاه، این کتاب‌کذائی را، بر-اساس بهای روی جلد آن، با کتاب‌های مرغوب ناشران دیگر، معاوضه می‌نمایند. پس از این سودا، کتاب مرغوب حاصل را، گاه با تخفیفی به نصف بها، به نقد می‌فروشند. و با این شیوه، بطور موقت، رنج مشکل مالی و اقتصادی خود را، تسکین می‌دهند.

«توطئه‌ی معاوضه‌ی کتاب»، بزرگترین لطمه را به روابط صمیمانه‌ی ناشران همکار، وارد ساخته، احساس پرلغزش خریداران کتاب را، نسبت به گرانی کتاب، بیش از پیش، تأیید می‌کند، و در نتیجه جامعه را بطور کلی نسبت به صنف ناشران، بدبین می‌سازد.

تعمیم تصور اجحاف ناشران، حتی مقامات مسئول دولتی را البته بدون بررسی واقعی مسئله‌ی کتاب - بفکر چاره جوئی بر گماشته است. چندی پیش، در وزارت اطلاعات، کمسیون‌ی تشکیل گردید که برای مبارزه با اجحاف گرانفروشی ناشران، در باره‌ی امکان چاپ کتابهای پرتیراژ و ارزان قیمت، مطالعه نماید، و نتیجه را برای کسب تکلیف نهائی بنظر نخست وزیر برسانند. نویسنده که در یکی از جلسات این کمسیون شرکت داشت، کوشید تا مسئله را آنگونه که هست به اطلاع

اعضاء برسانند. انگیزه و اندیشه‌ی ایراد سخنرانی در اتحادیه‌ی ناشران، و تدوین متن حاضر، پیرامون اقتصاد بیمار کتاب، بیشتر زائیده‌ی شرکت در همان کمیسیون است. لیکن اینک زمان آنست که نخست، ناشران خود، مشکل اساسی خویش را دریابند، و سپس به چاره‌جویی دسته جمعی همت گمارند.

راه حل دیگری که بعنوان توسعه‌ی
۴ - توسعه‌جویی‌های پردردسر :
نمایندگی‌های فروش - راه حل هفتم -

برای مشکل اقتصادی کتاب جستجو شده است، متأسفانه با وجود لزوم اقدام، خالی از نقص نیست. از آنجا که این توسعه طلبی‌ها، روی برنامه‌ی صحیحی انجام نگرفته است، خود مشکلات تازه‌ای را پدید آورده است که حل آنها در قدرت کنونی جامعه‌ی متفرق ناشران نیست.

پاره‌ای از ناشران، با خرید سرقفلی‌های کلان در نقاط مهم تهران، دست به تأسیس شعبه‌های فروش زده‌اند. یک ناشر، برای تهیه‌ی یک مغازه در نقطه‌ی حساسی از تهران، در چند سال پیش، مبلغ یکصد و هشتاد هزار تومان، سرقفلی پرداخته است. سرقفلی این مغازه اینک، بالغ بر دوست هزار تومان است. به ربح معمول ۱۲ درصدی بانک‌ها، ماهانه دوهزار تومان تنها نزول سرقفلی این مغازه است. متأسفانه اکثر ناشران و کتابفروشان، از دریافت کمک‌های لازم بانکی محروم‌اند، و باید به ربح‌های ۲۴ درصد بازار، تن در دهند. بدین حساب، این ناشر در حدود چهار هزار تومان، یعنی روزانه در حدود ۱۳۳ تومان، صرف نظر از سایر هزینه‌ها، تنها خرج نزول سرقفلی برای مغازه‌ی خود

می دهد . در اینصورت اگر از فروش و افزایش سود کتاب ، این هزینه ها را تأمین نکند ، از چهراهی باید به تأمین آنها بپردازد ؟ !
این ناشر ، بعنوان حق فروش ، در شعبه‌ی ممتاز خود ، انتظار تخفیف ممتاز ، از سایر ناشران دارد . وی مدعی است که تا چهل یا پنجاه درصد به من تخفیف ندهید ، من نمی توانم در شعبه‌ی ممتاز خود که ارزش تبلیغاتی برای انتشارات شما دارد ، آثار شما را در ویتترین های خود ، به معرض تماشای عموم بگذارم .

این اظهار ، در حقیقت خود یکنوع اتمام حجت است . آنان اگر بدان ، گردن به نهند ، بدست خود مسئله‌ی تزلزل قیمت ها را با تمام عوارض زیانمند آن ، دامن زده اند . واگر از قبول شرائط پیشنهاد کننده‌ی فروشگاه ممتاز ، سرباز زنند ، کتابشان هیچگاه در محلی ارزنده و ممتاز ، بمعرض فروش گذارده نخواهد شد !

مشکل دیگر ، توسعه‌ی فلج کننده‌ی نمایندگی های بد حساب مراکز و شهرستانهای دور افتاده‌ی کشور است . البته بدحسابی بسیاری از این نمایندگان ، اضطراری است . و ناشی از فروش نرفتن ، یا کندی فروش ، و کمی مقدار فروش کتاب است . گاه یکسال می گذرد ، و در فلان شهرستان دو جلد بیشتر از پنج جلد کتاب ارسالی ناشر ، فروش نمی رود . فشار ناشر به نماینده برای تصفیه‌ی حساب ، گاه منجر به مکاتبات تند و زنده می شود . بهای کتابها ، مبلغی نیست که مثلاً ناشر خود به محل ، سفر کند ، و یا بوسیله‌ی مقامات اجرائی به وصول آن اقدام ورزد . گاه نیز نماینده ، پس از یکی دو سال ، کتابها را که دیگر کثیف و کهنه شده است ، و داغمه های ته استکان چای روی جلدهای آنها ، جانشین

رنگ و نقش و نگار اولیه گردیده است ، بصورتی که بدتر از هردشنامی است ، برای ناشر باز پس می فرستد .

« مشکل توزیع کتاب در شهرستانها » ، ووصول بهای آنها ،

و سرپرستی بخش شهرستانهای ناشران ، یکی از پردردسرتین ، و تأثر- انگیزترین مسائل کتاب را در میهن ما تشکیل می دهد که تا کنون کمتر کسی در اندیشه ی اصلاح اساسی آن برآمده است .

هشتمین راه حلی که برای ارزان کردن

کتاب ، از طرف گروهی جستجو و بکار

بسته شده است ، کاستن از کیفیت کتاب است که ارزش علمی کتابهای چاپ ایران را ، تا حد شرم آوری ، پائین آورده است .

گاه ، تهیه ی فهرست های دقیق نامها و موضوع ها - ایندکس - که شیوه ی متداول و مقبول و استندارد کتابهای تحقیقی و علمی و مستنداست ، همانند تألیف خود کتاب ، چه از نظر تهیه و چه از نظر چاپ ، وقت ، می گیرد ، و تا حد یک سوم تا یک چهارم اصل کتاب ، هزینه برمی دارد . در بیشتر کتابهای چاپ ایران ، متأسفانه ، یکسره این فهرست ها را حذف می کنند .

همچنین در بیشتر از تألیف ها ، و ترجمه ها ، منابع و مأخذی که

بزبانهای خارجی است ، از حواشی کتابها ، بکلی حذف می شوند .

این مثلده کاری های کیفیت کاه ، بسیاری از مواقع ، آنچنان موجب

کاهش ارزش اسنادی کتابها می شوند که مهمترین و مستندترین کتابها ، صورت بی اعتبار ترین مقالات روزنامه ها ، و دعوی های توخالی را پیدا می کنند . تا جائیکه هر مدعی جدل جوئی ، سهولت بتواند به انکار

آموزش‌ها ، و نقض غرض‌های آنها ، پردازد .

بسیاری از ترجمه‌ها ، بهمین جهت ، فاقد ارزش بوده ، بهیچ‌وجه پاسخگوی نیاز معنوی و فرهنگی و علمی کشور نیستند . وموجبات‌دو باره کاری‌ها ، ترجمه‌های مجدد و مکرر ، و تهیه و رجوع اضطراری‌به اصل را ، فراهم می‌آورند . از اینرو ، اعمال چنین روشی ، خود اتخاذه یکی از پریزبان ترین روش های فرهنگی برای يك کشور روبه توسعه است که حتی المقدور باید با صرفه جوئی تمام در صرف وقت ، نیرو ، وسرمایه‌ی اقتصادی خود ، هرچه سریعتر بتواند ، با مواهب علمی و فرهنگی جهان مترقی ، آشنا شود .

یکی دیگر از زیان‌های کاستن از کیفیت کتابها ، بخاطر ارزانی زیانمند ، اعتیاد غلط خوانندگان و دانشجویان به سطحی خواندن ، سهل انگاری در مطالعه ، عدم توجه به اهمیت گفتار مستند ، وعدم استناد به منابع و مآخذ علمی هنگام اظهار نظرها و در نتیجه نازائی و فقدان خلاقیت علمی و فرهنگی است . یعنی عادت پریزبانی که اینک بصورت يك بیماری در بیشتر از تحصیل کرده‌های ما شایع است ، وزمیندهاش حتی از کتابهای درسی رسمی ، با بی‌مبالاتی تمام ، فراهم شده است .

گرانی یا گران نمائی کتاب

گفتیم چاره جوئی مشکل کتاب ، به تشخیص درست ، نیازمند است . یکی از مهمترین شکایت‌های خوانندگان و خواستاران کتاب ، دعوی گرانی کتاب است . ناشران ، چنانکه قبلاً دیدیم ، غالباً بطور مستقیم این ادعا را بی اساس می‌شمارند . لیکن بطور غیر مستقیم آنرا می‌پذیرند ، و به ارزان کردن کتاب ، از جمله به بهای « کاستن از

کیفیت محتویات « آن ، اقدام می‌ورزند. اینک این مسئله مطرح می‌شود که :

– آیا اصولاً کتاب گران است ؟

– یا گران‌نماست !؟

پاسخ بطور مختصر آنستکه هر دو ! کتاب در ایران ، هم گران است ، و هم گران‌نما . لیکن بااحتمال قوی ، بیش از آنکه گران باشد ، گران‌نماست .

کتاب ، بدون تردید ، هنوز می‌توانست ، ارزان‌تر از بهای کنونی بدست مردم برسد . و چون می‌توانست ارزان‌تر بدست مردم برسد ، پس گران است ؛ البته این گرانی نسبی است ، و ضمناً نیز بدان سان که عموماً تصور می‌رود نیست .

مهمترین علل گرانی کتاب

مهمترین علل گرانی نسبی کتاب در ایران ، بطور خلاصه عبارت از چهار علت زیر است :

۱ – کمی تیراژ یعنی کمی شماره‌ی نسخه‌هایی که از هر کتاب چاپ می‌شود .

۲ – کمی وضعف سرمایه‌گذاری ناشران

۳ – کندی سرعت فروش

۴ – زیادی افراطی حق فروشندگان جزء

و اینک شرح مختصر هر یک از این موارد:

۱ - کمی تیراژ کتاب

گفتیم تیراژ یا سطح متوسط تعداد چاپ کتاب در ایران، پائین است. یعنی تقریباً از هر کتاب، بین هزار، تا هزار و پانصد نسخه، چاپ می شود. در تاجیکستان، طبق اطلاع، با آنکه تنها در حدود چهار میلیون نفر فارسی زبان وجود دارد، تیراژ کتابهای فارسی در آن سامان، بین ده تا پانزده هزار نسخه است.

معمولاً هر چه تعداد نسخه های کتابی که چاپ می شود، بیشتر باشد، هزینه ی چاپ آن، بمراتب ارزان تر خواهد بود. همچنین ناشر و مؤلف، می توانند به سود کمتری از هر کتاب، قانع شوند. برای مثال، اگر حق تألیف مؤلفی که کتابش دو هزار نسخه چاپ می شود، بیست درصد باشد، هنگامی که کتاب وی ده هزار نسخه چاپ شود، می توان وی را باده درصد حق تألیف، قانع ساخت. چون هنوز، مجموع مبلغی که از این حق تألیف کمتر نصیب او می شود، دو برابر و نیم بیشتر است از مجموع مبلغی که با حق تألیف بیشتر، ولی تیراژ کمتر دریافت خواهد داشت. ناشر نیز خود می تواند، تا حدود پنج درصد، در کتابهایی با تیراژ بالاتر، از سود خود، دیده ببرند. و این پانزده درصد یعنی ده درصد حق کمتر مؤلف و ۵ درصد سود کمتر ناشر را، بسهولت می توان از بهای کتاب کاست.

علاوه بر این، برای يك کتاب پرفروش، ممکن است، حق فروش کمتری در نظر گرفت؛ مثلاً بجای سی درصد حق فروش، بیست درصد برای فروشندگان، کم کرد.

بطور خلاصه، در صورتی که بتوانیم متوسط تیراژ کتاب را در

ایران ، به پنج هزار نسخه برسانیم ، بین بیست تا بیست و پنج درصد از بهای کتاب را ، می توان کاهش داد . و یک کتاب بیست تومانی امروز را ، در آینده‌ی نزدیک ، پانزده تومان ، قیمت نهاد ، و به بازار کتاب ، عرضه داشت .

سرمایه‌گذاری اکثر از ناشران ، به نسبت
۲- ضعف سرمایه‌گذاری در نشر ، اهمیت مسئله‌ی نشر ، ضعیف و ناچیز است .

اگر در صنعت نشر ، سرمایه‌گذاری بیشتری بشود ، تنها بهمین جهت ، باز کتاب ، می توانست ، تا حدود پنج تا ده درصد ، ارزان تر ، به بازار عرضه شود .

کمتر ناشری در ایران بااستثنای دو سه ناشر روزنامه‌های کثیر-الانتشار ، در زمان حاضر قادر است ، باصطلاح « خوراک کاغذ » ، یا کاغذ مورد نیاز سالیاندهی خود را ، یکجا تهیه نماید . از اینرو ، کاغذی که بطور عمده فروشی معمولاً می تواند ، هر کیلوئی ۲۴ ریال ، بدست آنها برسد ، غالباً بین ۳۵ تا ۳۲ ریال ، و گاه نیز - چون به وعده و نسیه می‌خرند - بیشتر از این مبالغ ، برای آنها تمام می‌شود .

بدین ترتیب ، ضمناً با سرمایه‌گذاری بیشتر در نشر کتاب ، می-توانستیم بین ۲ تا ۴ درصد از بهای کتاب ها بکاهیم .

۳- کندی سرعت فروش ، بعلت حبس سرمایه و افزایش بهره‌ی بانکی پول که خود از پی‌داری ،

یکی دیگر از علل اضطراری گرانی کتاب بشمار می‌رود . مدت زمان لازم برای کتاب‌های خوش فروش ، در ایران بطور متوسط بین دو تا دو سال ونیم است . از اینرو ، اگر ناشری با پرداخت صدی ۱۲ بهره ، از

بانکی وام بگیرد و در نشر کتابی سرمایه گذاری کند ، در صورتیکه یکساله و یا حتی کمتر بتواند ، آن کتاب را بفروشد ، طبعاً ربح کمتری به وی تعلق خواهد گرفت ، تا همان کتاب را دو ساله یا بیشتر ، بفروش برساند ، و ناگزیر شود ، در حدود بیست تا ۲۴ درصد بهره ، پردازد . بدین ترتیب ، هر اقدامی که در تسریع فروش کتاب معمول گردد ، ناچار به ارزانی کتاب کمک خواهد کرد .

از اینرو ، تنها اگر دست کم می توانستیم ، متوسط زمان لازم برای فروش یک کتاب را به یکسال تقلیل دهیم ، ممکن بود بین ۶ تا ۸ درصد از بهای کنونی کتاب ، بکاهیم .

بطوریکه در گذشته یاد آور شدیم ، مسئله‌ی هرج و مرج و مرج تخفیف‌فروشنده‌گی

۴- تخفیف افراطی برای فروشندگان

از مسئله‌ی گرانی کتاب ، جدائی ناپذیر است . در زمان حاضر ، بطور معمول ، فروشندگان بین سی تا چهل درصد خواستار تخفیف از ناشرانند . و این مشکلی است که ناشران خود ، البته عموماً از روی اضطرار ، بخاطر تشویق و جلب نمایندگان بیشتر ، و تسریع فروش کتاب ، ورقابت با همکاران ، پدید آورده‌اند . این مقدار تخفیف ، تازه ، مجزی از مواردی است که فروشنده‌ای با خرید نقد از ناشر ، تقاضای پنجاه تا پنجاه و پنج درصد ، و یا باصطلاح مشهور تا آنجا که تیغش ببرد ، از ناشر مطالبه‌ی تخفیف می کند ! سوکمندانه ، موارد اینگونه سوداگری های ناسالم ، در یکی دو سال اخیر نیز ، بر اثر بدی وضع اقتصادی ناشران ، رو به فزونی نهاده است .

تخفیف کتاب باید بین ۲۰ (بیست) تا ۲۵ درصد تثبیت گردد . با اتخاذ

این روش ، بهای روی جلد کتاب نیز در آینده می تواند ، تنها با رعایت همین يك مورد ، بین ۱۰ (ده) تا ۱۵ درصد ، ارزان تر تعیین شود .

نسبت ارزانی ممکن کتاب

با توجه به علل چهارگانه ی گرانی کتاب ، وریشه کنی آنها ،
یعنی با :

- افزایش تیراژ کتاب ، تا پنج هزار نسخه ،

- سرمایه گذاری بیشتر و خرید عمده ی سالیانده ی کاغذ ،

- تسریع مدت فروش ، و کاهش متوسط فروش دو سال و نیمه ی

کتاب به یکسال ،

- و سرانجام تثبیت حق فروشندگان ، بین ۲۵ تا ۲۰ درصد ، می-

توان به نسبت های زیر ، از بهای کنونی کتاب کاست :

۱ - بر اثر افزایش تیراژ ۱۵ در صد

۲ - بر اثر افزایش سرمایه ۲ - ۴ در صد

۳ - بر اثر تسریع فروش ۶ - ۸ در صد

۴ - بر اثر تثبیت حق فروشندگی ۱۵ - ۱۰ در صد

جمع کاهش ممکن بهای کتاب ۳۲ - ۴۲ در صد

بدین ترتیب ، اگر شرایط بالا رعایت شود ، کتاب می توانست

بین ۳۲ تا ۴۲ در صد ارزان تر فروخته شود . یعنی کتابی که اینک سی

تومان فروخته میشود ، ممکن بود تقریباً هفده تومان و نیم تا بیست و

يك تومان و نیم بفروش برسد . لیکن همانطور که گفتیم ، در صورت

ریشه‌کنی علل چهارگانه‌ی گرانی کتاب، کتاب‌میتوانست ارزان‌تر شود. در صورتیکه در زمان حاضر، متأسفانه، چنانکه بعداً نیز خواهیم دید، ناشر چون به‌تنهایی قادر به تشخیص و ریشه‌کنی علل چهارگانه نیست، در نتیجه هم نمی‌تواند، بهای کتاب را ارزان‌تر تعیین نماید.

گران‌نمائی کتاب

در گذشته یاد آور شدیم که کتاب، هم گران است، و هم گران نما. خواننده‌ی ایرانی، به دلائلی که بزودی خواهیم دید، اصولاً کتاب‌را، بیش از آنچه که ممکن است گران باشد، گران می‌پندارد، و آنرا یک‌نوع اجحاف از طرف ناشر و حتی نویسنده، نسبت به خود، احساس می‌نماید. بسیاری از خواستاران کتاب، بدون توجه به مسائل پیچیده‌ی اقتصاد کتاب، در صورت دسترسی، غالباً نویسنده‌ی آنرا، مستقیماً مورد حمله قرار می‌دهند که:

— کتابهای شما خیلی گران است!؟

یا با لحنی اعتراض آمیز ازوی می‌پرسند که:

— کتابهای شما چرا گران است!؟

این امر، حتی متأسفانه به فراوانی برخوردها، گفتگوها و مشاجرات نامطلوبی را در سر کلاس‌های دانشکده‌ها، بین پاره‌ای از دانشجویان و استادان، هنگام توصیه‌ی مطالعه و تهیه‌ی کتاب، پدید می‌آورد. بویژه اگر استادی خود کتابی تألیف یا ترجمه کرده باشد، و ضمناً مطالعه‌ی آنرا نیز به دانشجویان خود پیشنهاد نماید، کمتر ممکن است مورد بی‌مهری، و هدف بد گوئی و غیبت دانشجویان خود،

تاسطح يك دلال سوداگر ، تنزل مقام نداده ، وقرار نگیرد .

خواننده‌ی ایرانی ، کمتر در نوشته یا کتابی مستند ، ویا سخنرانی و گفتگوئی مبتنی بر تحقیق ، مشکلات تهیه و چاپ يك کتاب - این شگرفترین ، زایاترین ، و پرشکوه‌ترین ثمره‌ی فعالیت‌های مغز بشری ، و ضامن انتقال و بقا و رشد فرهنگ انسانی - و خون دلی را که نویسنده و ناشر آن ، برای انتشار آن باید بخورند ، خوانده یا شنیده است .

« عدم اعتیاد به مطالعه » ، و فرار و نفرت از کتاب که خود علی در خور بررسی و چاره‌جوئی فوری دارد ، درازای رغبت بدانها ، از درون خانواده ، حتی از پشت میز مدارس ، در اعماق روح بسیاری از نوجوانان ما ، ریشه دوانیده است . در اینجا متأسفانه وقت و مقام آن نیست که به کلیه‌ی مسائل کتاب در ایران ، بذل توجه شود . ما به پاره‌ای از این مسائل ، در جای دیگر پرداخته‌ایم . و در اینجا دو باره به پی‌گرد مسئله‌ی اقتصاد کتاب ، مبادرت می‌ورزیم^۱ .

بطور کلی علل گران‌نمائی کتاب را میتوان ، در شش مورد زیر

خلاصه کرد :

- ۱ - پائین بودن سطح در آمد خواننده
- ۲ - رواج مقتخوانی و عدم اعتیاد به خرید کتاب
- ۳ - شیوع احساس تحمیلی و تجملی بودن مطالعه
- ۴ - عدم توجه به حق تألیف و ترجمه

۱ - برای اطلاع بیشتر در باره‌ی علل نفرت و گریز از مطالعه ، رجوع کنید به اثر دیگر نویسنده : جوانی پررنج ، مؤسسه‌ی مطبوعاتی عطائی ، تهران

۵- عدم توجه به ارزان نمائی و گران نمائی ، یا ارزانی و گرانی کاذب .

۶- عدم توجه به مسائل اقتصادی یا اقتصاد تابع کتاب. و اینک شرح مختصری درباره‌ی هریک از این موارد :

گران نمائی و درآمد خواننده

اکثر از خواستاران ، خوانندگان و خریداران کتاب در ایران ، متأسفانه از طبقات کم درآمدند . برای انسان کم درآمد ، بهر عنوان و بهر حساب ، پرداخت بیست تاسی تومان ، برای یک کتاب ، بی تفاوت و بدون احساس فشار، و تحمل زور نیست .

گران نمائی و عدم اعتیاد به مطالعه

افراد پر درآمد ، یا خوش درآمد ، چون غالباً عادت به مطالعه نکرده‌اند ، و بسیاری دیگر نیز ، چون به خرید کتاب معتاد نگشته‌اند ، می‌کوشند تا مطالعات گاهگاهی خود را حتی المقدور ، ارزان و مجانی تمام کنند ، تا زمانیکه کتاب برای آنان « مفت » تمام نشود ، بهر بهائی دیگر ، آن را گران می‌دانند . در صورتیکه پرداخت چهار تا پنج تومان برای یک بسته‌ی کوچک سیگار قاچاق « کنت » ، یا « وینستون » ، برای خیلی‌ها عادت شده است و گران بنظر نمی‌رسد .

تا قبل از لوله‌کشی آب تهران ، پرداخت سالانه ، چهار ، پنج تومان آب بها ، به شهرداری برای عموم خانواده‌ها ، یکنوع تحمل جبر و ستم بشمار می‌رفت . در صورتیکه اینک اغلب همان خانواده‌ها ، ده برابر همان مبلغ را هر سه ماه یکبار ، به آسانی می‌پردازند ، و در مصرف آب نیز کمتر صرفه جوئی روا می‌دارند .

پرداخت بهای کتاب در زمان حاضر، در ایران، وضعی شبیه به پرداخت آب بها، تا قبل از لوله‌کشی آب تهران را داراست. آن زمان، آب را موهبتی الهی و طبیعی می‌شمردند که دولت بی‌جهت بخاطر آن، از مردم مالیات می‌گیرد. لیکن اینک دیگر این طرز تصور، اندک‌اندک در شهرها، روبه افول نهاده است. در حالیکه کتاب، هنوز دوره‌ی برزخ انتقال خود را از مرحله‌ی چنین پنداری، سپری می‌سازد.

گران نمائی و مطالعه‌ی تجملی

در اجتماعی که هنوز بالغ بر هفتاد و پنج تا هشتاد درصد از مردم دهسال به بالای آن بی‌سوادند، عموماً مطالعه‌ی کتاب، امری غیر ضروری، تحمیلی، تجملی و احياناً تفریحی بشمار می‌رود، نه‌یک نیاز اصیل فرهنگی و معنوی. بسیاری از دانشجویان دانشکده‌های ما، حتی امتحان پاره‌ای از درس‌های خود را داده‌اند، بدون آنکه کتاب آن درس‌ها را شخصاً تهیه کرده باشند. و غالباً نیز، نه بعلت واقعی نداشتن پول، بلکه بیشتر تنها بدان جهت که کتاب را گران می‌پنداشته‌اند، و به اصطلاح زورشان می‌آمده است، آنرا بخرند. باقرض و عاریت کتاب از این و آن، درس مربوط را بطور سرسری، شتابزده خوانده‌اند، و امتحان آن را، مدرک طلبانه، به شیوه‌ی باری بهر جهت، داده‌اند.

عدم توجه به حق تألیف و ترجمه

برای خواننده‌ی ایرانی، کمتر توجیه شده است که نویسندگان و مترجمانی که دست به تألیف و ترجمه‌ی آثار برجسته می‌زنند، بدون استثناء از ورزیده‌ترین و پرورش‌یافته‌ترین نیروهای تخصصی و انسانی یک کشورند. از ذخائر کمیاب ملت‌ها، و غنائم نادر فرهنگ بشری بشمارند. کلیه‌ی

کتابهای ارزنده، دست کم بیش از صدها ساعت از بهترین، شکوفاترین و آفریننده‌ترین ساعات زندگی، نشاط و آزادی این نیروهای گرانبهای انسانی را مصرف کرده‌اند، تا از صورت طرح ذهنی و رویائی خویش، بجامه‌ی عینی و مصداق قابل لمس خارجی خود در آمده‌اند. حداقل، زیستن، و کارکردن این نیروها، مستلزم سلامت، آسایش خیال، و ایمنی مالی و اقتصادی است. وسائل تأمین این ایمنی، و رفاه اقتصادی نویسندگان و مترجمان، ناچار باید از راهی مشروع و کم درد سر فراهم گردد.

در تمام کشورهایائی که به رشد فرهنگی و اجتماعی خود، آگاهانه وقع می‌نهند، معمولاً بین ده تا بیست درصد از بهای کتاب را، بعنوان حق تألیف یا ترجمه منظور می‌دارند. حق تألیف نویسندگان موفق کتابهای کشورهای مترقی، براساس همین محاسبه، سربه میلیونها، می‌زند. لیکن نویسنده و مترجم ایرانی، بعلت پائین بودن سطح تیراژ کتاب، حتی در صورت تأمین چنین حقی، نمی‌تواند، به کار خود، بعنوان يك «حرفه» ادامه دهد. زیرا با یکی دو هزار تومان، حق تألیف یا ترجمه، در برابر صدها و گاه هزارها ساعت کار، حتی هیچ کارگر ساده، قادر به ادامه‌ی کار نیست، تاچه رسد به يك نیروی پرورده و رشد یافته‌ی انسانی، با نیازمندی های فراوان مادی، معنوی و فرهنگی خود و خانواده‌ی خویش!

انگیزه‌ی نویسندگان و مترجمان ایرانی، عموماً تاکنون، در درجه‌ی اول، بهره‌مندی اقتصادی از آثار خود نبوده است. بلکه بیشتر کارشان بتفاوت درجات، بخاطر رفع مالال، نامجوئی، و مقبولیت، و یا انگیزه‌ی از احساس مسئولیتی اجتماعی، و تبعیت از فشاری درونی برای ابلاغ پیام و رسالتی فرهنگی بوده است. لیکن دیگر از این پس انتظار

کارمجانى تنها بخاطر نامجوئى يا خدمت بفرهنگ از آنان نمى توان داشت. چون نياز اقتصادى زندگى پرفشار مادى امروز از طرفى ، وامكان اشتغال به كارهاى پردرآمد و آبرومند ، از طرف ديگر ، براى تحصيل كرده‌هاى ايرانى ، چندان مجالى باقى نگذارده است . وما را از هم اكنون ، باخطر جدى كم بود و كم كارى نويسندگان و مترجمان ارزنده ، روبرو ساخته است .

رواج دانشكده‌ها و آموزشگاههاى عالى كه بى ترديد خود از نشانه‌ها و موجبات رشد فرهنگى است ، در شرائط كنونى ، از شماره‌ى نويسندگان و مترجمان پر كار ما ، كاسته است . زيرا اكثر آنان ، بعلت اشتغال به تدريس ، و دريافت حق التدريس هائى بمراتب بيشتراز حق تاليف و ترجمه ، در حدود ساعتى چهل تا هشتاد تومان ، ديگر كمتر وقت خود را صرف ترجمه و تاليف مى كنند . زيرا براى مثال ، پاداش هزار ساعت تدريس ، بطور متوسط از قرار هر ساعتى چهل تومان ، بالغ بر چهل هزار تومان مى شود ، در صورتيكه با صرف اين مقدار وقت ، براى تاليف يك كتاب ، غالباً يك نويسنده نمى تواند ، حتى مبلغى در حدود يك هشتم آنرا ، دريافت دارد . از اينرو ، درازاى نويسندگان و مترجمان اصيل و راستين ، بيشترمترجمان و نويسندگان بازاری و كم مایه‌ی عصر بيتلى ، فرصت تجلی و تك تازی یافته اند .

مطبوعات و راديو و تلوزيون نيز ، با امكانات و تسهيلات مادى بيشتري و نياز به نوشته‌هاى سريع و کوتاه مدت ، بخش مهمى از نيروى انساني ما را كه مى تواند صرف تاليف و ترجمه‌ى كتابهاى پر حوصله و پر كارشود ، بخود اختصاص داده اند ، و رقيبى نيرومند براى كتاب بشمار مى روند .

ارزانی و گرانی کاذب کتاب

درگذشتند یاد آور شدیم که کتاب ، هم گران ، وهم گران ناست . صرف نظر از گرانی نسبی و واقعی کتاب ، هنگامیکه مشتری ، کتاب را ، بطور ذهنی - البته نه براساس مشاهده و بررسی عینی - گران می بیند ، در نتیجه نیز وی را می توان فریب داد ، و با تغییر شرائطی چند ، آنرا در نظر وی ، ارزان جلوه گر ساخت . لیکن متأسفانه این امکان دخل تصرف ، و مشتری فریبی ، عموماً با « کاهش کیفیت کتاب » همراه است . بدیهی است ، تازمانی که خواننده متوجه علل ارزان نمائی کتاب نگردد ، کتابهای اصیل را که به بهای کاستن از کیفیت آنها ، مشتری فریبانه جلوه نداده اند ، عموماً گران ، احساس خواهد نمود .

متداول ترین شیوهی ارزانی کاذب - همانطور که در شماره ی هشتم ، قسمت های الف ، ب ، و جیم از راه حل های نهگاندی توسعه ی فروش کتاب ، یاد آور شدیم - حذف فهرست ها و حاشیه ها ، و منابع و مأخذ کتاب ، و کاستن از حسن کاغذ و صحافی و تجلید و دقت در غلط گیری ، و انتخاب نویسندگان و مترجمان کم مایه است . خواننده ی ایرانی چون هنوز اهمیت اینگونه نکات را برای تسهیل خواندن و یافتن سریع مطالب باریک و ظریف یک کتاب ، و استواری جنبه ی استنادی آن ، در نیافته است ، متأسفانه حتی متوجه کم بود آنها نمی شود ، و در نتیجه نیز آنها را هیچگاه مطالبه نمی نماید .

تغییر شکل ظاهری ، مانند نوع حروف چاپ ، قطر ، و تجلید کتاب نیز ، در گران نمائی و ارزان نمائی آن مؤثر است . برای مثال ، تجربه نشان داده است که :

— يك كتاب ۶۰۰ صفحه‌ای به بهای سی تومان ، از

— يك كتاب ۳۰۰ صفحه‌ای به بهای ۱۸ تومان ، گران تر مینماید .
 و اگر از يك مشتری ، در برابر يك كتاب سیصد صفحه‌ای ، هفده تومان مطالبه شود ، وی راحت تر آن را می‌پردازد ، تاسی تومان ، برای يك كتاب ششصد صفحه‌ای ، در صورتیکه با مقایسه با كتاب هجده تومانی ، آن می‌بایست ۳۶ تومان فروخته شود .

همچنین تقاضای پنج تومان ، درازای يك كتاب یکصد صفحه‌ای ، برای مشتری ، کمتر ایجاد ناراحتی و نفرت می‌کند . با توجه بدین « ضعف عدد اندیشی مشتری » ، ناشران از چاپ کتابهای قطور و ارزنده ، حتی المقدور خود داری می‌کنند ، و عموماً کتابهای کم صفحه‌ی ارزان‌نمارا بر کتابهای پر صفحه‌ی گران‌نما ، ترجیح می‌دهند .

بدین ترتیب ، اگر پاره‌ای از کتابها ، در دو جلد فروخته شود ، ارزان تر می‌نماید ، تا یکجا در يك جلد . هر چند در ایران ، بسیاری از خوانندگان ، کتابهای به اصطلاح بی‌دنبالدهی يك جلدی را ، در شرائط برابر ، اصولاً بر کتابهای چند جلدی ، ترجیح می‌دهند .

زیبائی کتاب و صحافی و تجلید آن ، در جلب نظر مشتری مؤثر است . لیکن خریداران کتاب ، به تفاوت بهای يك كتاب شامل صحافی و جلد خوب با يك جلد كتاب با صحافی و جلد متوسط ، کمتر توجه دارند . از این رو ، در برابر يك كتاب ششصد صفحه‌ای ، با جلد زركوب و صحافی عالی به بهای سی تومان ، غالباً معترض‌اند . در صورتی که در برابر يك كتاب صد صفحه‌ای با جلد مقوایی به بهای پنج تومان ، چندان اعتراضی ندارند .

گران نمائی و اقتصاد تابع کتاب

ذکر اقتصاد تابع ، در مکتب نخستین ، برای يك اقتصاد دان ، درباره‌ی کتاب ، شاید زائد بنظر رسد . زیرا دردنیای امروز ، هراقصدای تابع است . و اقتصاد ثابت و مستقل ، وجود خارجی ندارد . لیکن این تذکار ، برای کارشناسان ، خود میدان و حدود این تابعیت ، و کیفیت عواملی را که اقتصاد کتاب ، بسته و وابسته بدانهاست ، بخاطر هر چاره - جوئی اصیل ، مشخص می‌سازد . از طرف دیگر ، توجیه آن ، برای روشن شدن افکار عمومی ، در ایران ، نسبت به وضع کتاب ، ضروری است . چون طبقه‌ی باسواد ما عموماً ، بدون آنکه نام خاصی برای پندار اقتصادی خود درباره‌ی کتاب بشناسد ، و یا درباره‌ی درستی و نادرستی آن ، اندیشه کرده باشد ، اقتصاد کتاب را ، اقتصادی مستقل ، می‌شمارد . غالباً تعیین بهای کتاب را ، تنها تابع ازخواست و اراده‌ی نویسنده یا مترجم آن ، و به قدرت ناشی از دلخواه ناشر ، می‌پندارد .

در بیشتر از پرسش‌های ما از خوانندگان کتاب و دانشجویان ، آشکارا ملاحظه شده است که آنان ، « نویسنده » یا « مترجم » را ، مسؤل مستقیم گرانی کتاب می‌شمارند که او بدلخواه خویش ، هر بهائی را که خواسته است ، روی کتاب نهاده است .

این پندار ، همچنین هنگام تقاضای کتاب مجانی از نویسندگان و مترجمان که متأسفانه در ایران شیوعی بیماری آسا دارد ، آشکار و تأیید می‌گردد . بسیاری از مقتخوانان و مفتخواهان که با نویسنده یا مترجمی آشنا می‌شوند ، حتی سال‌ها پس از انتشار کتابی ، از وی تقاضای کتاب مجانی میکنند . پاره‌ای که زرنگی و احياناً لطف بیشتری دارند ، به نویسنده

یا مترجم می‌گویند که :

- شما لازم نیست شخصاً دیگر زحمتی بکشید . فقط يك يادداشت مرحمت فرمائید ، تا من به «چاپخانه» ارائه دهم ، و کتاب یا کتابها را ، دریافت دارم !

این تقاضا، مبتنی بر اساس این پندار است که «نویسنده» یا مترجم، «صاحب اصلی کتاب» است ، و هرگاه او اراده کند، می‌تواند کتابی را به کسی مجانی بدهد. و «ناشر»، هیچگونه نقشی را، جز چاپ کتاب او ندارد . ناشر در نظر آنان ، بامدیر چاپخانه‌ای که کتابهای نویسنده یا مترجم را طبق سفارش او، چاپ می‌کند، تفاوتی نمی‌تواند داشته باشد، و یا حداکثر ممکن است شريك مترجم یا نویسنده باشد. در نتیجه ، بگمان بسیاری از مردم، مترجم یا نویسنده می‌تواند ، از سهم خود، هر کتابی را که مایل است، مجانی بکسی اهداء کند.

شیوع «پدیده‌ی مفتخواهی» ، یا تقاضای دریافت «کتاب مجانی» از نویسنده یا مترجم در ایران ، آنهم در میان طبقات تحصیل کرده، حاکی از آنستکه هنوز کمتر به کتاب و اقتصاد آن ، بصورت يك متاع جدی توجه می‌شود. بلکه آنرا، ثروت و دولتی بادآورده و مفت می‌پندارند که اگر نویسندگان و مترجمان، آنها را به خواستاران آنها مجانی ندهند، احیاناً دلیل ضعف اخلاقی و خست طبع آنان است. در صورتیکه در مورد کالاهای دیگر، شاید کمتر کسی انتظار داشته باشد که مثلاً آشنای فرش فروش او، هرگاه چند فرش نو، برای فروش در مغازه‌ی خود عرضه کند ، بنا بتقاضا، يك قالی مجانی به او بدهد، یا حتی کمتر ممکن است کسی از آشنا یا دوست سیگار فروش خود ، انتظار داشته باشد که از هر صندوق

سیگاری که وارد می‌کند، یک بسته سیگار به‌اومجانی ارزانی دارد. لیکن این انتظار، از نویسندگان و مترجمان در ایران، گوئی امری کاملاً طبیعی بنظر می‌رسد. آشنایان، غالباً آنان را موظف می‌شمارند که هر گاه اثری از آنان انتشار یافت، آنرا مجانی بدوستان و آشنایان خود اهداء نمایند. بطور خلاصه، خواننده‌ی ایرانی، هنوز عموماً بدرستی نمی‌داند که یک کتاب، چگونه تهیه و تدوین می‌شود. چند صنف، و هر صنف متشکل از چند نفر، در چه مدت و با دریافت چه دستمزدی، باید کارکنند تا کتابی نوشته، ترجمه، چاپ و منتشر شود. تفاوت میان نویسنده یا مترجم، با ناشر و کتابفروش چیست؟ و نظرها، تحول‌ها، و دشواریهای هر یک چگونه مستقیماً و یا غیر مستقیم، در اقتصاد کتاب، منعکس می‌شود.

صنّف‌های خالق کتاب
 بطور کلی مهمترین صنّف‌هایی که در آفرینش و پیدایش یک کتاب، بطور مستقیم، دست در کارند، عبارت از هفده صنف زیرند:

- ۱- نویسنده یا مترجم
- ۲- ناشر یا سرمایه‌گذار
- ۳- ماشین نویس
- ۴- حروف چین
- ۵- صفحه بند چاپ
- ۶- متصدی ماشین چاپ (ماشین چی)
- ۷- مصحح غلط‌های حروف چاپ
- ۸- نقاش برای تصاویر لارم در کتاب و روی جلد
- ۹- خطاط، برای خط‌های تزینی روی جلد و ماندن آن

۱۰- گراورساز

۱۱- کاغذ فروش

۱۲- کتابفروش، یا نماینده‌ی فروش کتاب

۱۳- باربر برای حمل و نقل‌های متفرق کاغذ به چاپخانه، به صحافی

ومراکز فروش

۱۴- صحاف برای تجلید کتاب

۱۵- موزع برای توزیع به‌روزنامه‌فروش‌ها و نمایندگی‌های فروش

و مانند آن

۱۶- بررسی و سانسورکنندگان کتاب

۱۷- تبلیغ کتاب، درروزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون

این اصناف هفده‌گانه که دست در کار آفرینش کتاب‌اند، گاه از یکتن و گاه از چند تن تشکیل می‌شوند. برای مثال، حروف‌چین یک کتاب ممکن است، یکتن باشد، لیکن تهیه‌ی کلیشه و گراور کتاب، خود به متخصصان مختلفی که بصورت یک تیم باید بایکدیگر کار کنند، نیازمند است. یا نمایندگان فروش کتاب، در تهران و شهرستانها، گاه از چهارصد تن نیز تجاوز می‌کنند.

اعضاء اصناف هفده‌گانه‌ی نشر کتاب، عموماً باید در کار خود ماهر باشند. برای نمونه ماشین نویسی که دستخط مترجم یا نویسنده‌ای را برای تصحیح نهائی و ارسال به چاپخانه، ماشین می‌کند، نمی‌تواند یک ماشین نویس معمولی و تازه‌کار باشد. چون او باید، تمام ریزه‌کاری‌های لازم برای حروف‌چینی، مانند انواع نشانه‌ها، فاصله‌ها، نظیر و یرگول‌ها، سمی-کلن‌ها و نشانه‌های سؤال و تعجب، همه را، با دقت ماشین‌کند، و یا با دست

بگذارد. در صورتیکه در نامه نگاری‌های معمولی اداری و تجارتي فارسی، رعایت این نکات، هنوز معمول نگشته است. یا کسی که به تصحیح نمونه‌های چاپ حروف چیده شده‌ی يك کتاب، قبل از چاپ آنها، می‌پردازد، نمی‌تواند، فرد کم‌مایه، تحصیل‌ناکرده و ناواردی باشد. در غیر این صورت، کتاب، مملو از غلط خواهد بود. برای تصحیح کتاب‌های ارزنده‌گاه مصححان، از میان افراد بسیار تحصیل‌کرده، مانند لیسانسیه‌ها و مافوق لیسانس‌ها، انتخاب می‌شوند.

بدین ترتیب، لزوم مهارت و کار آگاهی، در کارکنان و اصناف خالق کتاب، خود، سطح «دستمزدها» را بالا می‌برد، و بطور مستقیم، روی اقتصاد و بهای کتاب، اثر می‌گذارد. تابع متغیر از ۱۷ صنف، و بطور متوسط متکی به بیش از دهها تن مختص بودن، کارآسانی نیست. بلکه همبستگی با سرنوشت اقتصادی و اجتماعی گروه فراوانی است که خواست‌ها، توقعات، و انتظارات آنها، بهیچ وجه نمی‌تواند، تحت مراقبت و کنترل ناشر و نویسنده درآید. بلکه ناشر و نویسنده، تابع آنها بشمار می‌روند. برای نمونه، در سال گذشته «سندیکای چاپخانه‌ها»، تصمیم بر این گرفت که از فروردین ماه ۱۳۴۷، «چهل درصد» بردستمزد کارگران چاپخانه‌ها افزوده شود. این تصمیم به چاپخانه‌ها ابلاغ گشت. و چاپخانه‌ها نیز آنرا به اطلاع ناشران رسانیدند که از فروردین ماه ۱۳۴۷ آنان نیز باید چهل درصد بیشتر در ازای چاپ هر کتاب، بپردازند. این «افزایش بها»، وضع ناگواری را برای ناشران پدید آورد. زیرا آنان چگونه می‌توانستند، این افزایش هزینه‌ی چاپ را، جبران نمایند؟! آیا می‌توانستند، با توجه به وضع بسیار بد فروش کتاب، و

احساس گرانی مردم نسبت به آن ، بر بهای کتابهای خود از آغاز فروردین ۴۷ بیفزایند؟!

اتحادیه‌ی ناشران پس از چندین جلسه‌ی مشورتی ، به تشکیل جلسه‌ی مشترك با هیئت مدیره‌ی سندیکای چاپخانه‌ها ، پرداخت . لیکن سندیکا ، اظهار داشت که امکان بازگشت از تصمیم اعلام شده میسر نیست . زیرا « کارگر چاپخانه » که احیاناً بیست سال است ، در فضای تنگ اطاق حروف چینی ، مشغول کار با حروف‌های سربی است و از جان خود مایه می‌رود ، و عموماً در برابر خطر ابتلای به بیماری سل قرارداد ، و اینک فرزندان او نیز بزرگتر شده به مدرسه یا حتی دانشگاه می‌روند ، آیا نباید برای تأمین زندگی خود ، با توجه به گرانی روزافزون قیمت‌ها ، دست کم بجای « ده تومان » ، روزانه تنها « چهارده تومان » دستمزد دریافت دارد؟!

استدلال و اقدام سندیکای چاپخانه‌ها ، برای بهبود نسبی وضع کارگران ، فداکار چاپخانه‌ها ، استدلالی ضروری ، منطقی و انسانی است . لیکن ناشران ، اینک این استدلال را به « مفتخوانان » ، به آنانکه کتاب را هنوز یک کالای اقتصادی نمی‌شمارند ، و به آنان که عمیقاً معتقدند که بهای کتاب گران است ، و ناشران اجحاف می‌کنند ، چگونه تفهیم نمایند؟! این تفهیم اگر غیر ممکن نباشد ، آیا بدین سرعت میسر است؟ سرانجام با چه وسیله و امکانات؟!

یکی از امکانات و وسیله‌ی تبلیغ کتاب ، « مطبوعات » است . مطبوعات کثیرالانتشار ، خود در سال‌های اخیر ، بهای آگهی‌های خود را ، بطور سرسام آور ، ترقی داده‌اند . صنایع سنگین و تفنی ، انواع

بیسکویت‌ها و کولاها، و آب نبات‌ها، و شکولات‌ها، و آدامس‌ها، آنچنان بازار آگهی‌های تجارتي را اشغال کرده و بالا برده‌اند که دیگر، با مبالغ اندك و یا تخفیف‌های ویژه، برای ناشران ممکن نیست، مانند چندسال گذشته بر روزنامه‌ها، آگهی بدهند. دیگر صفحات مرغوب روزنامه‌ها را، به مبالغ اندك و نازل در اختیار کسی نمی‌نهند. در صفحه‌ای مرغوب که يك ناشر، در ده سال پیش با حدود صد تومان می‌توانست، يك آگهی آبرومند، برای کتاب خود بدهد، اینك با پرداخت چهارصد تومان نیز به وی محلی نمی‌دهند.

ضمناً پاره‌ای از شب‌ها، مانند شبهای جمعه، و شب‌های ایام تعطیل، تیراژ روزنامه‌ها، معمولاً تا دو سوم بیشتر است. در این شب‌ها، مطبوعات، باز کمتر محلی برای ناشری کم سرمایه، در نظر می‌گیرند. این شب‌ها، و صفحات مرغوب آنها، مختص نورچشمی‌های تبلیغاتی است. یعنی مؤسسات تجارتي که آگهی‌های چهارپنج هزار تومانی، آنهم دست‌کم در هر هفته، یکی دو بار دارند، بر سایرین ترجیح دارند. البته این امری است که در هر رابطه‌ی بازرگانی، طبیعی و بدیهی بنظر می‌رسد، لیکن در هر حال، کمر اقتصاد بیمار کتاب را، بیش از پیش می‌شکنند.

علاوه بر این تابعیت‌ها، اقتصاد کتاب، به شرائط موسمی و فصلی، نوآوری‌های اجتماعی، و بحرانهای عمومی اقتصادی نیز، بیش از هر اقتصاد دیگری بستگی دارد

«ایام گرما»، و تعطیلات طولانی تابستان، از جمله «فصل کسادى بازار کتاب» است. رادیو و تلوزیون، بویژه در کشوری که بی‌سوادی و کم سوادی و نوسوادی، و عدم اعتیاد به مطالعه، در آن عمومیت دارد، رقیب

سرسخت کتاب بشمار می رود. هر بحران اقتصادی، کم پولی، بی حوصلگی و یا مصیبتی عمومی مانند سیل و زلزله، بلافاصله روی خرید کتاب اثر می گذارد. زیرا کتاب برای مردم، هنوز جنبه‌ی تجملی دارد؛ به منزله‌ی « نان شب » نیست که در هر حال آنرا تهیه نمایند. بدین ترتیب، اقتصاد کتاب، علاوه بر تابعیت از وضع متغیر دست کم هفده صنف خالق نشر، تابع متغیر از یک سلسله عوامل پیش بینی نشده‌ی کلی دیگری است که فقط یک « پستوانه » ی استوار و اصیل اقتصادی، فرهنگی و تفاهم عمومی می تواند آنرا، در کشاکش بحرانها، حمایت نماید.

کالبد شکافی هزینه‌ی نشر کتاب

بطور خلاصه برای هر خواننده‌ی بالفعل و بالقوه‌ی کتاب، باید اقتصاد کتاب، کالبد شکافی و توجیه شود. نشر یک کتاب در زمان حاضر با تیراژ هزار و پانصد نسخه، در یکسال، شامل هزینه‌های اساسی هفتگانه‌ی زیر است:

۱- حق تألیف یا ترجمه ۲۰-۱۰ درصد

۲- تخفیف برای فروشندگان ۴۰-۳۰ درصد

۳- هزینه‌ی تبلیغ و آگهی ۳-۱ درصد

۴- هزینه‌های متفرقه‌ی پارگی، کثافت، عدم بازگشت از نمایندگان شهرستانها

و مفتخواهی‌ها ... ۳-۵ درصد

۵- هزینه‌ی کاغذ ۵-۸ درصد

۶- هزینه‌ی چاپ ۵-۷ درصد

۷- هزینه‌ی صحافی و تجلید ۶-۷ درصد

جمع هزینه‌ها ۶۰-۹۰ درصد

بطور متوسط ($\frac{۶۰+۹۰}{۲} = ۷۵$) در زمان حاضر ۷۵ درصد بهای يك کتاب ، جزء هزینه‌های ناشر بشمار می‌رود . تنها در صورتیکه کتاب وی یکساله فروش رود ، ۲۵ درصد سود، عایدوی خواهد شد . لیکن متأسفانه بر این محاسبات ، عواقب طول مدت فروش بیش از یکسال کتاب (بطور متوسط بین دو تا دو سال ونیم) ، یعنی در نتیجه افزایش بهره‌ی بانکی سرمایه (۱۲ درصد در یکسال) ، و بالا رفت تقریباً چهار تا هفت درصد، سطح هزینه‌ی زندگی در سال را نیز باید بیفزاییم . و در این هنگام است که بخوبی می‌توان وضع متزلزل بسیاری از ناشران را در زمان حاضر که بدآستانه‌ی ورشکستگی یا « فرار از حرفه » و تغییر شغل، نزدیک شده‌اند و کابوس اقتصاد بیمار کتاب را، بهتر درک کرد .

در اقتصاد با برنامه و با پشتوانه‌ی صحیح کتاب ، پاره‌ای از ارقام بالا باید دگرگون شود. مثلاً ارقام شماره‌ی ۲ (تخفیف برای فروشندگان کتاب) لازم است به حدود میان ۲۰ تا ۲۵ در صد کاهش یابد . با اتخاذ سیاست صحیح توزیع ، و تجدید نظر در روابط مطبوعاتی، می‌توان ارقام شماره‌ی چهار (هزینه‌های متفرقه ...) را نیز به حداقل تقلیل داد . و یا با سرمایه‌گذاری بیشتر و خرید عمده‌ی کاغذ ، از مقدار هزینه‌ی شماره‌ی پنج، تا حدود دو تا سه درصد کاست . لیکن برای بالا برد سطح ، و سرعت فروش ، بر هزینه‌ی شماره‌ی سه (هزینه تبلیغ و آگهی) بنا بر اصول صحیح، تا حدود پنج درصد افزود . معمولاً بطور متوسطه بین پنج تا هشت درصد (۵-۸) دردنیای امروز ، لازم است که همواره خرج تبلیغ يك کالا شود . در صورتیکه متأسفانه این رقم ، با حق تألیف و ترجمه ، تنها رقم‌هائی بشمار می‌روند که ناشران ، غالباً از آنها می‌کاهند .

ناشران ، هنگامیکه دچار بحران می شوند ، اولین گروهی را که تحت فشار قرار می دهند ، آفرینندگان حقیقی آثار علمی و ادبی و هنری ، یعنی « نویسندگان » و « مترجمان » اند . از حقوق آنها می کاهند . با آنها بدحسابی می کنند . وعده های نقد آنها را به پرداخت های نسیه ، و اقساط « حلوا جوی » تبدیل می نمایند و مانند آن . و این خود موجبات « فرار حرفه ای نویسندگان و مترجمان » را فراهم می آورد . و آنان را برمی گمارد که بیشتر سراغ رشته های رونده وضع اقتصادی استوارتری دارند . پس از نویسندگان و مترجمان ، ناشران غالباً در صرف « هزینه های آگهی » و تبلیغ ، بخل می ورزند . و درازای روی کرد به مردم ، ترجیح می دهند ، با پرداخت رشوه یا تخفیف های بیماری آسا ، به این سازمان یا آن سازمان ، صد جلد کتابی نقد بفروشند ، و مشکل اقتصادی خود را تسکین موقت داده مشکل امروز را بدست فردا فکنند .

خواننده شناسی

آسیب شناسی کتاب ، و حل مشکلات آن ، ضمناً مستلزم شناخت واقعی ، نه حدسی و تخمینی خواننده ، و انگیزه های آگاه و نا آگاه ، رسائی ها و نارسائی ها ، و امکانات و محدودیت های اوست .

خواننده کیست ؟ کم و بیش ، هر انسان سالم رشد کرده ای ، « بالقوه » خواننده است . یعنی دارای استعداد خوانندگی است ، و میتواند جزء گروه خوانندگان قرار گیرد . لیکن بسیاری از این « خوانندگان - بالقوه » بدلائلی چند ، « بالفعل » ، یا عملاً ، خواننده نیستند .

علاوه بر این ، در میان خوانندگان بالفعل نیز خواننده ی مطلق وجود ندارد . پاره ای از خوانندگان ، « پرخوان » اند ، پاره ای « کم -

خوان « ، و پاره‌ای دیگر ، « خوانندگان حد وسط » بشمار می‌روند.

پدیده‌ی کم خوانی

مهمترین خصوصیت خواننده‌ی بالفعل ایرانی ، یعنی فرد باسوادی که ضمناً مطالعه می‌کند ، کیفیت کم خوانی ، یا کندی و تنبلی در مطالعه است . بعبارت دیگر ، صرف نظر از بیسوادی که مهمترین علت عدم مطالعه ، و پائین بودن سطح انتشار مطلق و متنوع کتاب در ایران ، یا هر « کشور رو به توسعه » ی دیگری است ، ما بطور کلی در ایران ، با پدیده‌ی « کم خوانی باسوادان » ، روبرو هستیم . بنا بر یک محاسبه که تفصیل و چگونگی آنرا می‌توان در کتاب « جوانی پر رنج » ، درمسئله‌ی مطالعه، یافت، خواننده‌ی ایرانی سالیانه، بطور متوسط، یک هفتم خواننده‌ی اروپائی، مطالعه می‌کند .

معمولاً پنجاه درصد از کتابها و روزنامه‌های منتشره شده، در تهران، و پنجاه درصد دیگر ، در شهرستانها بفروش می‌رسد . هر چند سیاست اغلب از روزنامه‌های کثیرالانتشار عصر ، « سیاست پنهان کاری تیراژ » است، ولی قرائنی در دست است که شبانه در تهران ، بیش از صد تا صد و ده هزار روزنامه بفروش نمی‌رسد . با توجه به جمعیت ۳ میلیونی تهران ، و بیش از شصت درصد جمعیت باسواد آن ، یعنی یک میلیون و هشتصد - هزار باسواد در تهران ، مقدار فروش روزنامه های عصر ، به نسبت یک - هجدهم ($\frac{1}{18}$) جمعیت باسواد تهران است . متوسط اعضای خانوار ایرانی ۴/۴ نفر است . با این حساب، بالغ بر ششصد و هشتاد و یک هزار خانوار در تهران وجود دارد . و با شصت درصد جمعیت باسواد ، بطور متوسط در هر خانوار تهرانی ، در حدود سه باسواد یافت می‌شود . بدین ترتیب

اگر، ازهرشش باسواد تهرانی تنها یکنفر، ویا ازهر دوخانوار، یک خانوار، یک روزنامه درهرشب تهیه نماید، تیراژانتشار روزنامه در تهران به تنهایی باید بالغ بر بیش از سیصد هزار شماره باشد. در صورتیکه بطور متوسط برای هر خانوار، یا تقریباً برای هر پنج نفر، یک روزنامه باید در نظر گرفت.

بدین ترتیب، پدیده‌ی کم خوانی روزنامه در تهران، تقریباً پنج ششم ($\frac{5}{6}$) یا حداکثر، دوسوم ($\frac{2}{3}$)، زیر «متوسط شیوع مطالعه» قرار دارد.

ناشر، کتاب و کتابخوان در ایران

پدیده‌ی کم خوانی، به نسبت مطالعه‌ی روزنامه و مجله، در مورد کتاب، شیوع بیشتری دارد. شاید توجه به آمار ناشران و کتابفروشان ایران، و مجموع و متوسط فعالیت انتشاراتی آنان، تا حدی این کمبود فرهنگی را روشن سازد.

در ایران، مجموعاً بین ششصد تا هفتصد (۶۰۰ - ۷۰۰) ناشر و کتابفروش وجود دارد. از این تعداد، در حدود دویست (۲۰۰) ناشر و کتابفروش، در تهران مشغول فعالیت‌اند. یعنی کمتر از یک سوم مجموع مشروفروشی‌های تهران!! بین سیصد تا چهارصد تن بقیه در شهرستان‌ها مقیم‌اند. بطور متوسط هر ناشر، سالیانه بین ۱۲ تا ۱۵ کتاب، یعنی ماهیانه تقریباً یک کتاب منتشر می‌سازد. چنانکه مجموع کتاب‌های سال ایران، بطور متوسط از هشتصد کتاب تجاوز نمی‌کند.^۱

۱- برای اطلاع بیشتر درباره‌ی آمار کتاب و رشد سالیانه‌ی آن در ایران، رجوع کنید به اثر دیگر نویسنده: کتاب جوانی پررنج، ص ۱۷۵ - ۱۷۳

مجموع تیراژ کتابهای غیر درسی ایران ، سالیانه بین هفتصد و پنجاه هزار ، تا يك ميليون نسخه است. اگر جمعیت ایران را ۲۶ میلیون در نظر گیریم ، حد اکثر از هر ۲۶ نفر از کل جمعیت ، يك نفر ، یا از هر صد نفر ، کمتر از چهار نفر (دقیقاً $3/14$ درصد) از مردم ایران ، سالیانه ، کتاب می‌خرند . از قشر باسواد جمعیت ما ، تقریباً ، از هر ۶ نفر يك نفر ، یا در حدود ۱۷ درصد از باسودان ما ، سالیانه يك کتاب تهیه میکنند .

متوسط بهای يك کتاب را - اعم از جیبی و متوسط و قطع و زیری - اگر ده تومان فرض کنیم ، فروش کتابهای غیر درسی ، حداکثر بالغ بر **« ده ملیون تومان »** در سال می‌شود. بعبارت دیگر ، هرایرانی تقریباً بطور متوسط ، چهار (۴) ریال در سال ، برای کتاب متفرقه می‌پردازد .

سطح کنونی فروش کتاب در ایران ، حیات خود را مدیون کم و بیش ، بیست در صد قشر باسواد بیش از ده سال جمعیت است . بدین ترتیب ، اگر جمعیت بالای دهسال ما ، به حدود صد درصد می‌رسید ، دست کم فروش کتاب ، و صنعت نشر می‌توانست با چهار برابر افزایش کنونی ، به سالیانه ، بالغ بر **« پنجاه ملیون تومان »** برسد . و این **« افزایش کمی »** ، تنها خود ، صرفنظر از هر عامل دیگری ، می‌توانست **« تحول- کیفی »** خاصی را دروضع کتاب ، بویژه درپیدایش و گرایش طبقه‌ی تازه‌ای از مترجمان و نویسندگان حرفه‌ای ، پدید آورد .

اگر فرضاً نیاز به کتاب و مطالعه‌ی آنرا ، تنها يك امر تفریحی و تجملی بشمار آوریم ، مقایسه‌ی آن با امور متداول تفریحی و تجملی و نیازهای کاذب دیگر ملی ما ، نتیجه‌ای تکان دهنده را ، بدست خواهد داد .

در زمان حاضر (۱۳۴۷) ، صرف نظر از بالغ بر دهها و بلکه بالغ بر صدها میلیون تومان سیگار قاچاق که هر سال وارد کشور ما می شود ، تنها تولید سالیانه‌ی سیگار دخانیات ایران ، بین ده تا یازده میلیارد عدد (۱۱ - ۱۰) ، و فروش آن بالغ بر ششصد و پانزده (۶۱۵) میلیون تومان می گردد. سیگار صادراتی ایران ، کمتر از یک پنجاهم تولید است . و عموماً سیگار ایران ، در بازار داخلی مصرف می شود . با این ترتیب ، پولی را که ماسالیانه برای سیگار محصول داخلی خود می پردازیم ، شصت و یک برابر و نیم (۶۱/۵) پولی است که برای کتاب ادا میکنیم ، و اگر مبالغ پرداختی برای سیگار های خارجی نیز منظور گردد ، این رقم به حد اقل هفتاد برابر (۷۰) می رسد .

همچنین بنا بر آمار ، سالیانه بالغ بر دو میلیون و پانصد هزار لیتر ، به بهای دوست و سی میلیون تومان ، یعنی ۲۳ برابر فروش سالیانه‌ی کتاب ، مشروبات الکلی در ایران مصرف می شود. ضمناً مقدار مصرف مشروبات الکلی در ایران ، طی ده سال گذشته^۱ به ۱۲ برابر افزایش یافته است :

«بر اساس آمار موجود در اداره‌ی کل مالیات های غیر- مستقیم وزارت دارائی ، در حال حاضر ۳۹ کارخانه‌ی تولید مشروبات الکلی در ایران وجود دارد - و این غیر از ۴ کارخانه‌ی است که مختص الکلی کشی است در تهران بیست مرکز پخش عمومی مشروب و ششصد (۶۰۰) کافه رستوران و حدود هشتصد و پنجاه (۸۵۰) باب اغذیه فروشی وجود دارد که از این تعداد ، ششصد (۶۰۰) باب از آنها مشروب می فروشند . علاوه بر این حدود پنجاه (۵۰) هتل مختلف در تهران ، مشروبات خارجی را عرضه میکنند . هر سال ۲۵ ملیون بطر آبجو ، و ۱۱ ملیون بطر «ودکا» در کشور مصرف می شود ...

این یکطرف ماجراست . طرف دیگر ، با مسئله‌ی غم انگیزی آمیخته است . زیرا که ۱۳۰۰ نفر هر سال بر اثر عوارض ناشی از

مشروبات الکلی در ایران تلف می‌شوند. ودهها هزار نفر، بهمین علت دستخوش بیماری‌های قلبی، کبدی، التهاب معده، اختلال در سلسله‌ی اعصاب مرکزی وضع حافظه می‌گردند. ۱

ایران کشوری «اسلامی» است. و غالباً ما مدعی هستیم که «الکلیم»، و مصرف مشروبات الکلی در ایران، مسئله نیست. بلکه مسئله، «اعتیاد به مواد مخدره» است. مصرف سرسام‌آور مواد مخدره، در طی ده سال گذشته، به میلیاردها تومان بالغ می‌شود که همه بصورت طلای ناب، بطور قاچاق از ایران خارج شده است. تاجائیکه دولت را مجبور به اخذ سیاست تهدید آمیز احتمالی مقابله به مثل کشت مجدد خشکخاش ساخته است (تاریخ اعلام این سیاست مهرماه ۱۳۴۷).

در کنفرانس بین‌المللی پلیس، در آغاز مهرماه ۱۳۴۷ تهران، اعلام شد که چهارده درصد (۱۴٪) هروئین دنیا در ایران کشف شده است.^۲ کارشناسان، تخمین می‌زنند که معمولاً سالیانه تنها، بین ده تا بیست درصد مواد مخدره‌ی قاچاق، کشف می‌شود. از اینرو، بخوبی میتوان اهمیت مسئله‌ی مواد مخدره را در ایران، تصور کرد. شاید در کشور - های بسیار دیگری نیز، مصرف مشروب و سیگار، بیش از مصرف کتاب باشد. لیکن این مقایسه، نشان می‌دهد که متأسفانه ما از غرب‌گری، چگونه فقط بیشتر به جنبه‌ی منفی آن روی آورده‌ایم. ما اگر هردو را از غرب آموخته‌ایم، چرا، فقط، در جنبه‌ی منفی آن افراط کرده‌ایم؟! کتاب و تعمیم فرهنگ عمومی را سرسری انگاشته‌ایم، لیکن سیگار و

۱- روزنامه کیهان، شنبه ۱۳ مهرماه ۱۳۴۷، ص ۱۶

۲- روزنامه کیهان، چهارشنبه ۱۰ مهرماه ۱۳۴۷، ص ۱۸

مشروب و مواد مخدره را جدی گرفته ازجان خود مایه می‌رویم، تا آنها را بدست آوریم؟!!

باوجود مقدار سرسام آور فروش سیگار نسبت به کتاب، ما هنوز کمتر در اندیشه‌ی طرحی سازنده و نو، در باره‌ی کتاب افتاده‌ایم. در صورتیکه عمیقاً «سازمان دخانیات ایران» را، فرسوده، و نسبت به نیازمندیهای کنونی ملی و اقتصادی خود-البته نیازمندیهای کاذب ملی و اقتصادی خود- نارسایش می‌شماریم. بخاطرنوسازی و بالا برد سطح تولید، و کیفیت جانکاه فرآورده‌های مسموم آن، جداً کمرهمت استوار داشته از امریکان مستشارنوسازی و توسعه می‌آوریم. و امید می‌ورزیم که بزودی انواع تازه‌ای ازسیگار، بزبان جان و مال مردم خود، بی‌بازارعرضه سازیم. درست‌همسان و برابر باسیگارهای قاچاق خارجی، درداخله‌ی کشور، دست به تهیه‌ی سیگار زده، استعمال روز افزون هستی سوز آنها را، به جوانان بی‌پناه و بی‌راهنمای خود، توصیه نمائیم. آنگاه پیشاپیش، تحقق حتمی يك چنین کابوسی آلوده و سیاه را، بعنوان یکی از درخشان‌ترین پیشرفت‌های صنعتی و اقتصادی خود، با سرافرازی، اعلام می‌داریم، و بخاطرش، جشن برپا می‌کنیم، و مصاحبه‌ی مطبوعاتی، ترتیب می‌دهیم! روزنامه‌ی کیهان، درباره‌ی این سودای سیاه، این چنین گزارش می‌دهد:

> کارشناسان امریکائی دخانیات، تا پانزده روز دیگر، وارد تهران می‌شوند، تا با کمک کارشناسان ایرانی طرح نوسازی شرکت سهامی دخانیات ایران را پیاده کنند.

... مدیرکل دخانیات ایران امروز (پنجشنبه ۲۵ مهرماه

۱۳۴۷) دريك مصاحبه‌ی اختصاصی دراین زمینه... گفت: «هیئت امریکائی که چندی قبل به تهران آمده بودند، پس از بررسی طرح

نوسازی شرکت دخانیات به کشور خود بازگشتند، تا نتیجه‌ی مطالعات خود را، در ایران، مورد بررسی قرار دهند. این هیئت، در حدود دو هفته‌ی دیگر وارد تهران خواهند شد، تا طرح نوسازی شرکت سهامی دخانیات ایران را با همکاری « شرکت گسترش صنایع ایران » پیاده کنند.

ضمناً با آمدن این کارشناسان، سه نوع سیگار جدید در ایران تولید خواهد شد که دو نوع در ردیف وتیب « وینستون » و « کنت » و یک نوع آن سیگار رغوب ایرانی خواهد بود.

مدیر کل دخانیات، پس از توضیحاتی در باره‌ی اقداماتی که در جهت بهبود توتون صورت می‌گیرد، گفت: کشت نباید تقلیل یابد! هم اکنون کشت توتون سیگار، سالیانہ در حدود شانزده هزار (۱۶۰۰۰) تن می‌باشد...^۱

طبق تحقیقی که ما در دیماه ۱۳۴۳ انجام داده‌ایم، و تفصیل آنرا در کتاب « جوانی پر رنج » می‌توان، ملاحظه نمود، در آن سال، یعنی چهار سال پیش نسبت به تاریخ تدوین اقتصاد بیمار کتاب (مهرماه ۱۳۴۷)، ۳۵ درصد از دختران دانش‌آموز سال‌های سوم تا ششم دبیرستانهای مرکز و شمال شهر تهران، بطور مرتب و گاهگاهی، سیگار کش بوده‌اند.^۲ از سال ۱۳۴۳ تا کنون، مرتب بر فروش و درآمد سیگار دخانیات ایران و فروش سیگار قاچاق، افزوده گشته است.

رابطه‌ی « سیگار » با توسعه‌ی « سرطان » نیز اندک اندک در جهان علم آشکارتر شده است. در حالیکه ضمناً اینک با توجه به اینکه بالغ

۱- کیهان، ۲۵ مهرماه ۱۳۴۷، ص ۲۰

۲- برای اطلاع رجوع کنید به اثر دیگر نویسنده: کتاب جوانی پر

برپنجاه درصد جمعیت ایران، کمتر از بیست سال دارند، و بالغ بر هفتاد و پنج درصد جمعیت زیر ۳۵ سال اند، بخوبی ملاحظه می شود که چگونه ما، با کمک کارشناسان خارجی و سازمان های ویژه گسترش صنایع ملی خود، بخاطر آلوده ساختن نسل جوان خویش به دخانیات، و فراهم نمودن زمینهی روحی و جسمی اعتیاد آنان به سایر مواد مخدره و الکل، دواسبه می تازیم و بدین کوشش تخریبی خود، افتخار هم می کنیم؟!

علاوه بر این، محاسبه ی دیگری نشان می دهد که نسبت انتشار «**کتابهای متفرقه**» به نسبت کتابهای اختصاصی درسی، و کمک درسی (بامتوسط بیست میلیون تیراژ) در حدود یک سی و پنجم ($\frac{1}{35}$) است. یعنی فشار تحصیل و مدرسه یا «**زور**»، فعلا، مهمترین عامل مطالعه در ایران است، نه رغبت و اشتیاق به مطالعه. بعبارت دیگر، تنها یک سی و پنجم از خوانندگان بالفعل ایرانی در سال، با طیب خاطر به تهیه و مطالعه ی کتابهای متفرقه می پردازند.

از اینرو، مبارزه با پدیده ی کم خوانی، و ایجاد اشتیاق و عادت به مطالعه در مردم، باید در سرلوحه ی هر برنامه ی رشد فرهنگی، و بهبود اقتصادی و توسعه ی صنعت نشر کتاب، قرار گیرد.

علل کم خوانی و گریز از مطالعه

برای علل کم خوانی و گریز از مطالعه، یا عدم روی کرد به آن در ایران، بطور کلی ده علت می توان برشمرد:

۱- شیوع بیسوادی، و کم سوادی و نوسوادی

۲- عدم اعتیاد به مطالعه ی مرتب

- ۳- کمیابی کتابهای مورد توجه
- ۴- عدم دسترسی به کتاب دلخواه
- ۵- فقدان منابع اطلاع و ضعف کتابشناسی
- ۶- کمی تنوع کافی کتاب برای هر ذوق و سلیقه
- ۷- کمی نویسندگان عالی ملی
- ۸- کمی ترجمه‌های ارزنده و مترجمان خوب
- ۹- گرانی نسبی کتاب
- ۱۰- گران نمائی کتاب

در اینجا ، ما به توضیح دربارهی پاره‌ای از این موارد دهگانه که لازم می‌نماید، مبادرت می‌ورزیم. چون ضمن مباحث گذشته به پاره‌ای دیگر از این علل ، مانند گرانی نسبی کتاب و گران نمائی آن ، اشاره کرده‌ایم . و یابرخی از علل ، مانند شیوع بیسوادی ، و کم سوادی در اشاعهی کم خوانی و ناخوانی ، آنچنان بدیهی بنظر می‌رسد که هرگونه توضیحی در بارهی آنها ، زائد می‌نماید .

کمیابی کتابهای مورد توجه

بسیاری از کتابها، احیاناً یکبار بچاپ رسیده‌اند ، و سپس نایاب شده‌اند، و هنوز خواستاران فراوان دارند . لیکن بعلت نایابی ، دسترسی بدان‌ها ، برای آنان میسر نیست . ناشران نیز بدلائل مختلف ، از « تجدید چاپ » آنها خود داری می‌ورزند . از جمله ممکن است ، ناشری نگران باشد که زمینهی تقاضای موجود نسبت به کتاب مورد نظر در « چاپ دوم »، به نصاب کافی نرسیده باشد . برای مثال ممکن است مجموع خواستاران مجدد آن کتاب ، از چهارصد تن تجاوز نکنند .

علاوه بر این ، کتابهای بیشمار دیگری هستند که ناشر از ترس اینکه مبدا مشتری کافی نداشته باشند ، نشرشان را به تعویق یا تعطیل می‌افکند .

در هر حال ، خودداری ناشر ، از انتشار یا تجدید چاپ پاره‌ای از کتابها ، ناشی از هر علتی که باشد - مانند سهل‌انگاری ، بی‌توجهی به اهمیت کتاب ، نگرانی از فقدان زمینه‌ی فروش ، اشکالات مادی و مانند آن- نتیجه‌اش آنست که گروهی محروم از مطالعه‌ی آنها خواهند گشت ، و به سبب فقدان و نایابی کتاب مورد نظر ، ناچار کمتر نیر مطالعه خواهند نمود .

عدم دسترسی به کتاب دلخواه

عدم دسترسی به کتاب مورد نظر ، خود ممکن است ، ناشی از عللی گوناگون باشد، مانند :

الف - بدی توزیع کتاب . یعنی کتاب از نظر محلی و جغرافیائی به آسانی در دسترس کلیه‌ی خواستاران آن قرار نگیرد .

ب - بدی شیوه‌ی خبرگزاری. یعنی کتابی منتشر شده باشد ، لیکن خبر آن ، به اطلاع خواستاران آن نرسیده باشد. غالباً ناشران می‌پندارند که با درج یکی دو آگهی در روزنامه‌ی ، اطلاع کافی در اختیار عموم گذارده‌اند. و از آن پس ، دیگر وظیفه‌ی خوانندگان است که اگر مایل‌اند ، کتاب دلخواه خود را تهیه نمایند. در صورتی که بررسی و تجربه نشان داده است که حتی بسیاری از استادان که نیازمند به توصیه‌ی کتاب یا کتابهایی به دانشجویان خود هستند ، از وجود و انتشار کتابهایی بزبان فارسی در

رشته‌ی خویش، بی‌اطلاع‌اند، تا چه رسد بدیگران که حرفه‌ی آنان، کتاب‌شناسی نیست.

فقدان منابع اطلاع و ضعف کتاب‌شناسی

در زبان فارسی معمولاً به ندرت می‌توان کتاب‌هایی یافت که ارزش کتاب‌شناسی و راهنمایی، برای اطلاع بر منابع مربوط، داشته باشند. نویسندگان ایران، غالباً هنوز عادت نکرده‌اند که منابع اطلاعات خود را بدست خواننده دهند، و یا اگر به منبعی اشاره می‌کنند، نشانی کامل آنرا در اختیار خواننده نهند. صرف نظر از کتابهای عمومی، متأسفانه حتی بیشتر از کتابهای درسی دبیرستانی و دانشگاهی مانیز فاقد این مزیت‌اند. از اینرو، خواننده‌ی ایرانی نمیداند، در صورت احتیاج به مطالعه‌ی منابع بیشتر در یک رشته، چگونه نسبت به آنها اطلاع حاصل کند، و یا آنها را بیابد. تا جائیکه حتی توقع وجود و انتظار لزوم چنین منابعی دقیق، مربوط به «کتاب‌شناسی» در میان مردم تحصیل کرده‌ی ما کم‌تر وجود دارد. غالباً «فهرست‌های موضوعات و اعلام» را در کتابها، چیزی بیهوده و زائد می‌پندارند، و کمتر بدانها مراجعه می‌نمایند.

کمی تنوع کافی کتاب

کودکان، جوانان، پسران، دختران، بزرگسالان، و پیران، و انواع گروههای مختلف مردم، هر یک در صورت تحقیق و بررسی دقیق، احیاناً به نوعی خاص از کتاب، ممکن است علاقمند باشند. در ایران، هنوز بررسی جامعی برای کشف انواع سلیقه‌ها، و بازاریابی اساسی در

مورد کتاب انجام نگرفته است، تا طبق آن، برای هر نوع ذوق و سلیقه، و هر سن و جنس، مترجمان و نویسندگان و ناشران، دست بکار ترجمه و تألیف و نشر شوند. در نتیجه، افراد بسیاری نیز، چون آثاری در خور میل خود نمی‌یابند، با وجود علاقمندی، از مطالعه محروم می‌مانند. مثلاً برای یک گروه علاقمند به کتابهای روانشناسی یا جامعه‌شناسی و اقتصاد، سالیانه ممکن است بیش از یکی دو کتاب تازه منتشر نشود. در صورتیکه آنان، مایل و قادر باشند، سالیانه دست کم تا پنج کتاب، در رشته‌های دلخواه خود تهیه نمایند.

کمی نویسندگان و مترجمان حرفه‌ای

چه انگیزه‌هایی موجب می‌شود که فردی به طرف نویسندگی، و تألیف و ترجمه کشیده شود، خود بحثی شگرف و شیرین است. لیکن در هر حال، رشد و شکفتگی این استعداد لطیف، عمیقاً به:

الف - پاداش اقتصادی،

ب - تشویق اجتماعی، نیازمند است. در صورتی که باکمال تأسف، در زمان حاضر اجتماع ما، بر سائی و کفایت و اشباع، پاسخگوی این هردو نیاز نیست.

«حق تألیف و ترجمه» ی کتاب در ایران، بسیار ناچیز است، و بجز موارد استثنائی، کمتر ممکن است، حتی گوشه‌ای از هزینه‌ی زندگی یک نویسنده یا مترجم را بگیرد. مترجمان و نویسندگان ورزیده، مانند هر کارشناس دیگر، به وسائل و ابزار کار، نیازمندند. مهمترین ابزار کاریک نویسنده یا مترجم، در درجه‌ی اول، کتابخانه‌ای

مجهز به آخرین منابع و مراجع مهم علمی و ادبی و هنری، در رشته‌ی مورد نیاز نویسنده یا مترجم است. بافقدان عمومی چنین کتابخانه‌هایی در ایران، هر نویسنده یا مترجم مترقی که می‌خواهد همواره با آخرین پیشرفت‌ها و اطلاعات رشته‌ی مورد علاقه‌ی خود درجهان، همگام باشد، ناچار باید خود شخصاً به تهیه و خرید آثار مورد نیاز خویش، اقدام ورزد. البته این پدیده و مسئله، اختصاصی به ایران ندارد. بلکه عموماً کشورهای روبه توسعه بدان مبتلا هستند. لیکن در اینجا فعلاً مسئله‌ی ایران مطرح است. در ایران نیز، متأسفانه با آنکه کتابخانه‌های معتبر انگشت شماری وجود دارد، با این وصف این کتابخانه‌ها عموماً، جز در مواردی بسیار نادر و اختصاصی، چاره‌ی درد کمتر مترجم یا نویسنده‌ای را می‌توانند بنمایند.

دشواری‌های مختلف، از جمله مشکل مالی تهیه‌ی انفرادی منابع و مراجع، برای نویسندگان و مترجمان ایرانی، با توجه به ناچیز بودن حق تألیف و ترجمه در ایران، خود یکی از موانع بزرگ اقتصادی رشد نویسندگان و مترجمان عالی، و در نتیجه، انتشار نوشته‌ها و ترجمه‌های ارزنده و متنوع و فراوان است. و این مسئله، خود همانند دور و تسلسلی زیانمند، عارضه‌ی کم‌خوانی و فقدان رغبت و گرایش به کتاب را، بجای ریشه‌کنی آن، تقویت می‌نماید.

عدم کفایت تشویق اجتماعی نویسندگان و مترجمان نیز عللی مختلف دارد. مهمترین این علل، به احتمال قوی، عدم رشد فرهنگی و اجتماعی لازم، و شیوع بیسوادی سرسام آور، در ایران است. اجتماعی که بطور

عموم و متوسط ، هنوز به بلوغ لازم برای درك اهمیت « نیازهای فرهنگی و معنوی » خود نائل نیامده است ، ناچار به آفرینندگان و پرورشکاران علمی و فرهنگی خویش ، نمی تواند ، توجه و تشویق لازم را مبدول دارد.

بیشتر از طبقات باسواد ، به محض برخورد با بهای کتابی که احیاناً در نظر آنان گران می نماید ، بجای ابراز سپاس و تشویق و دلسوزی ، برای زحماتی که نویسنده یا مترجم آن متحمل شده است ، از ساعات فراغت و استراحت خود زده است ، و از جان و مال و دل خویش ، مایه رفته است ، تا آن اثر را پدید آورد ، گوئی همه مدعی داد خواهی ازوی می شوند که او اصلاً چرا باید آن چنان کتابی را نوشته یا ترجمه نماید که آنها مجبور شوند ، آنرا بخوانند ، و یا بدتر از همه آنرا بخرند ! چه بسا بسهولت یکتن ، ساختمانی چهار طبقه را شروع می کند ، و پایان می رساند ، و هر طبقه ی آنرا به مبالغی هنگفت اجاره می دهد ، لیکن هنوز نویسنده یا مترجمی که کتابی را همزمان با وی آغاز کرده است ، پایان نرسانیده است . بطور کلی مقایسه ی پاداش حاصل مادی و تشویق اجتماعی اغلب از نویسندگان و مترجمان طراز اول ایرانی با نتایج اقتصادی بسیاری از حرفه ها و کارهای ساده ی دیگر ، مقایسه ی یأس انگیز ، غبن آمیز و اندوهبار است !

علاوه بر عدم استقبال عمومی از نویسندگان و مترجمان ، در محافل مطبوعاتی و تبلیغاتی کشور نیز نسبت به آثار نویسندگان و مترجمان معاصر ، سیاست تنگ نظرانه ، و رشك آمیزی تعقیب می شود که فاجعه آمیز است . غالب از مطبوعات و مجلات هفتگی ، نسبت به آثار اکثر از نویسندگان و مترجمانی که جزء ایل و تیول ، و ابواب جمعی خود آنها بشمار نمی روند ،

آشکارا بخل می‌ورزند ، و انتشار آنرا دست کم چون واقعیتی نامطلوب تلقی کرده ، مشمول توطئه‌ی سکوتش روامی دارند . گه‌گاه که در مجله‌ای ، به اثری از نویسنده‌ای خارج از کادر خود اشاره می‌شود ، قلم‌معرف ، سخت زهر آلود ، کینه‌توزانه و نیش‌دار است . در اینگونه نقدها ، هنگام معرفی آثار نویسندگان و مترجمان ، غالباً «**حمله**» بر «**نقدراستین**» می‌چربد . گرایش عصبی به تحقیر و دل شکستن ، از آن می‌تراود ، و تأیید و تشویق ، در آن کوچکترین راهی ندارد .

چند سال پیش ، در شورائی از نویسندگان رادیو ، هنگامی که نویسنده پیشنهاد کرد ، رادیو ضمناً باید آگهی کتاب را مرسوم دارد ، و علاوه بر آن ، بر نامه‌ای بیدریغ به معرفی کتابها ، و آثار درخشان ادب معاصر فارسی که به ترتیب منتشر می‌شوند ، اختصاص دهد ، در ازای استقبال ، با اعتراض شدید غالب از اعضای شورا که ظاهراً می‌بایستی خود از همه دردآشنا تر باشند ، روبرو گردید . دلائل رد این پیشنهاد ، آنقدر بچه‌گانه و کوته‌فکرانه بود که جز از روحی مسموم از عقده نمی‌توانست سرچشمه بگیرد . قاطع‌ترین دلیل که از طرف شاعری بنام ، ارائه شد ، و مورد قبول اکثریت واقع‌گشت این بود که :

— اگرما ، در رادیو کتابها را معرفی کنیم ، اولاً سودش توی جیب کتابفروشها می‌رود . و در ثانی نویسندگان آنها ، بی‌خودی مشهور ، و در نتیجه زیادی لوس می‌شوند !!!

متأسفانه عدم تشویق نویسندگان و مترجمان ، و توطئه‌ی سکوت در باره‌ی آثار آنان ، و یا حمله و عیبجوئی از آنان ، از «**بیماریهای مزمن و ریشه‌دار روشنفکری**» در ایران است . بسیاری از

«روشنفکران متوقف» ما ، یعنی کسانی که خود استعداد فراوان داشته‌اند، لیکن به سبب عدم تفاهم محیط و امکانات مالی لازم، سوگمنده‌اند قادر به رشد، و نائل به کمال نهائی تربیتی خود، نگشته‌اند، غالباً از عقده‌های محرومیت و ناکامی رنج می‌برند، و مملو از رشک‌ها و تنگ نظری‌های زیانمند و بد فرجام، نسبت به هر روشنفکر پیشرفته‌ی دیگری هستند.

در هر حال عدم امکان «پاداش مادی» و «تشویق اجتماعی» کافی برای نویسندگان و مترجمان در ایران، کمتر اجازه داده است تا زمینه‌ی مستعدی برای پرورش آنان، پدید آید. در ایران، نویسندگی هنوز کمترین «حرفه» محسوب می‌شود. و یک نویسنده یا مترجم کمتر قادر است - بجز در مواردی نادر و استثنائی - زندگانی خود را از راه قلم خویش، تأمین نماید. از اینرو، در ایران، ماهنوز بعنوان صنف و طبقه - نه به عنوان افراد انگشت شمار - نویسنده و مترجم، بمعنی حرفه‌ای کلمه نداریم که در بازار فعالیت‌های حرفه‌ای آزاد، متکی بدانش و قلم خود باشند. بلکه غالباً نویسندگان و مترجمان ما، کارشان جنبه‌ی «آماتوری»، سرگرمی و اشتغال، و احیاناً نیمه حرفه‌ای و کمکی، دارد. در صورتیکه مسلماً تا وقتی که بازار کتاب، و صنعت نشر در ایران، تابدان مرحله از شکفتگی نرسد که اجازه‌ی زندگی و فعالیت و پیشرفت، به مترجمان و نویسندگان ندهد، موجبات تأمین اقتصادی، آسایش خیال، و تشویق اجتماعی آنانرا فراهم سازد، آنانرا، از حالت آماتوری، و فعالیت آنانرا، از صورت تفریحی و «نیمه حرفه‌ای»، بیک حرفه‌ی ممتاز شایان تعقیب و تحصیل، تبدیل

نگرداند ، فرهنگ عمومی ما ، هیچگاه دستخوش تکان و تحولی اساسی نخواهد شد.

هر جامعه ، به نسبت پیشرفت خود، به صنف های خاص ، اجازه‌ی تجلی و اعتلا می‌دهد . جامعه ای که در آن شتربان و چارپادار ، بیش از هر گروه دیگر مورد تقاضای مسافران است ، محلی چندان برای عرض وجود راننده‌ی کامیون و تاکسی نخواهد داشت ، و بر عکس . همچنین جامعه‌ای که در آن ، نویسنده و مترجم ، اجازه‌ی زندگی مستقل نیابد ، به فعالیت های خلاق فکری و عاطفی او ، میدان تجلی داده نشود ، و سرانجام ، نیازمندیهای اقتصادی و اجتماعی او ، در آن تأمین نگردد ، مسلماً آن جامعه ، اجتماع واپس مانده‌ای است که رشد و اعتلای فرهنگی در آن ، میسر نیست . فرهنگ گرانقدر بشری و میراث پراج آن ، در آن جامعه ، جنبه‌ی تحمیلی و تجملی دارد ، نه جنبه‌ی یک نیاز راستین مردم پسند و اساسی . بدیهی است ، چنین جامعه‌ای ، در چنین مرحله‌ای ، هرگز نمی‌تواند امکان زایش ، رشد و پرورش آثار متنوع و خلاق ادبی ، علمی ، فلسفی و هنری دهد . سوکمندانه ما هنوز ، ظاهراً در چنین مرحله‌ای از رشد فرهنگی خود ، بسر می‌بریم . و از اینرو ، عمیقاً وظیفه‌ی خود می‌دانیم که خروج از این مرحله‌ی پر ملال را باید هرچه زودتر ، تسریع نمائیم . البته ما منکر وجود یکی دو جایزه‌ی سالیانه‌ی کتاب ، و یکی دو ستون معرفی کتاب در مطبوعات و برنامه‌های گریخته در رادیو و تلویزیون ، در باره‌ی پاره‌ای از کتابها نیستیم . لیکن این برنامه‌ها ، تنها بعنوان طلایه‌ی یک تحول اساسی در عرضه داشت وسیع و گیرای کتاب ، می‌توانند مقبول واقع شوند ، نه به عنوان حد کمال

انجام وظیفه‌ی فرهنگی!

مسائل اساسی ناشران

اگر از ناشران ، در باره‌ی مشکلات و مسائل حرفه‌ای آنان ، پرسش شود ، دست کم ، مسائل هفتگانه‌ی زیر را مطرح می‌سازند :

- ۱- مشکلات اقتصادی ناشی از بدی فروش کتاب و مسئله‌ی چك‌ها و سفته‌ها و مشکل وصول طلب‌ها ، و پرداخت بدهکاریها
- ۲- بد حسابی پاره‌ای از نمایندگان شهرستانها
- ۳- بی‌علاقگی مردم به کتاب
- ۴- بد قولی و تأخیر پاره‌ای از چاپخانه‌ها و صحافان و گراور - سازان و نقاشان، در طرح روی جلد، ساخت گراور، چاپ و صحافی بموقع کتاب.
- ۵- رقابت های سخت ، کار شکنی ها ، و عدم تفاهم پاره‌ای از همکاران

۶- ناتوانی و کارشناسی و فقدان مدیریت کارکنان داخلی مؤسسه‌ی

مطبوعاتی

۷- احیاناً مشکلات مختلف ناشی عدم هماهنگی ، بین دستگاههای

مسئول و ناظر دولتی بر کتاب و مانند آن...

بدون شك این مسائل، و هنوز پاره‌ای دشواریهای دیگر، از مشکلات توانفرسای ناشران ایران بشمار می‌روند. و سریعاً نیز باید به حل، یا دست کم تخفیف و چاره‌جویی نسبی آنها، اقدام ورزند. لیکن برای آنکه اقتصاد کتاب، از صورت بیمارگونه‌ی کنونی آن رهائی یابد، متأسفانه هنوز حل تنها مشکلات برشمرده‌ی فوق، کافی نیست. ناشران، مسائل اساسی دیگری دارند که حتی خود کمتر تا کنون بدانها توجه،

و یا فرصت بذل توجه لازم را داشته اند .

« بهبود اقتصاد کتاب » ، و وضع ناشران ، و حل بیشتر از

مسائل آنان، دست کم نیازمند به بررسی، چاره جوئی و حل شش مسئلهی اساسی زیر است :

۱- نارسائی سرمایه گذاری انفرادی کنونی در صنعت نشر

۲- فقدان طرح و برنامه‌ی جامع نشر

۳- عدم تفکیک تخصصی ناشر و کتابفروش

۴- عدم تفکیک تخصصی انواع نشر کتاب

۵- فقدان مشاوران مطبوعاتی

۶- بی پناهی قانونی حق طبع و تألیف و ترجمه

نارسائی سرمایه گذاری ناشران

توسعه‌ی سالم اقتصادی و صنعتی انتشار کتاب ، بالا برد سطح تیراژ و نشر ، و افزایش تنوع لازم کتاب ، به سرمایه گذاری بزرگ نیازمند است . یک چنین سرمایه گذاری بزرگ و استواری عموماً - به استثنای یکی دو مورد - خارج از حد توانائی بنیهای مالی یکایک ناشران کنونی ایران ، بصورت انفرادی است .

ناشران جزء بعلت ضعف سرمایه، متأسفانه ، روز به روز ناتوان تر خواهند شد، و اندک اندک فعالیتشان، تنها به فروشندگی جزء کتاب و نمایندگی فروش ناشران بزرگ محدود خواهد گشت. بطوریکه حتی توانائی فعالیت های مشابه چند سال پیش خود را نیز، در آینده نخواهند داشت. ضمناً بعلت عدم رضایت حرفه‌ای ، یک « حالت فرار از شغل » در ناشران ، بویژه در فرزندان آنها ، پدید آمده است که مشکل ادامه‌ی فعالیت نشر کتاب را

بصورت کنونی دشوارتر می‌سازد. کمتر فرزندان ناشران، مایل به انتخاب شغل بی‌سپاس پدران خویشانند. بلکه آنان بیشتر کوشا هستند تا به تحصیلات عالیّه ادامه داده سراغ مشاغل دیگر بروند، و احیاناً حقوق بگیر شوند. بدین ترتیب، با پیری و کپولت ناشران فعلی، بدون أخذ يك تصمیم اساسی، در ادامه‌ی صنعت نشر، ناچار وقفه‌ای صنفی حاصل خواهدگشت. از اینرو همکاری صنفی ناشران، و تشکیل شرکت‌های بزرگتر و پرمایه تری برای نشر مطبوعات و کتاب، قرار فرجام ناپذیر مقتضیات اقتصادی و اجتماعی زمان است.

فقدان طرح و برنامه‌ی جامع نشر

متأسفانه کمتر ناشری اینک در ایران، ممکن است مقدمات فعالیت، حدود، و ظرفیت سالیانه‌ی حرفه‌ای خود را، دست کم از آغاز سال، فراهم کرده، یا حتی پیش‌بینی کرده باشد. «بی‌برنامه‌گی»، و تسلیم به پیش‌آمد و تصادف، سنت، اگر نگوئیم عادت بد و بیمارگونه‌ی بینش عمومی ایران، همچنان در مؤسسات مطبوعاتی ما نیز حکمفرماست. این بی‌برنامه‌گی، افزون بر عدم همکاری میان ناشران، از جمله دوباره کاری‌های زیانمند بی‌موردی را از پی دارد. مثلاً گاه، ترجمه‌ی يك کتاب از دو مترجم مختلف، بوسیله‌ی دو ناشر گوناگون، یکباره منتشر می‌شود و با توجه به بازار محدود کتاب، هر دو ناشر را دچار زحمت و زیان می‌سازد. ایجاد طرح و برنامه، و پیش‌بینی فعالیت‌های سالیانه‌ی ناشران، حداقل از ارکان بهبود اقتصاد کتاب، در آینده‌ی نزدیک باید قرار گیرد.

عدم تفکیک تخصصی ناشر و کتابفروش

هنوز بین ناشر کتاب و کتابفروش در ایران، حد فاصل آشکاری

وجود ندارد. عموماً ناشران، خود کتابفروش‌اند. غالباً در درجه‌ی اول کتابهایی را برای جزئی‌فروشی خود، چاپ می‌کنند. مسئله‌ی «**معاوضه‌ی بدفراجام کتاب**» نیز که سابقاً بدان اشاره کردیم، ناشی از همین اختلاط و عدم تفکیک «**ناشر**» از «**کتابفروش**» است. ناشران، به اصطلاح، برای جور کردن جنس فروشگاه خود، دست به معاوضه‌ی کتاب، بصورت معامله‌ی پایا پای، با سایر ناشران کتابفروش، می‌زنند. تراکم کار و وظائف ناشر، در دنیای امروز، تفکیک «**ناشر**» از «**کتابفروش**» را، ضروری می‌سازد. ناشری که بعنوان کتابفروش، وبوسیله‌ی معاوضه، کتاب ناشر دیگری را با تخفیفی افراطی می‌فروشد، هیچگاه نمی‌تواند، انتظار مقابله‌ی به مثل از طرف ناشر دیگر، نداشته باشد، و «**سیاست تثبیت تخفیف**» را به صنف و جامعه‌ی ناشران و کتابفروشان، پیشنهاد کرده بقبولاند.

یکی از بزرگترین مشکلات اتحادیه‌ی ناشران ایران نیز، درآخذ و اجرای تصمیم‌های اساسی همین است که اتحادیه‌ی ناشران ایران، در حقیقت «**اتحادیه‌ی ناشران و کتابفروشان**» است. عدم تفکیک این دوازده‌گانه دیگر، و تضاد خواست‌ها و برخورد منافع آنان، بعنوان «**ناشر**» و «**کتابفروش**»، بطورهمزمان و توأم، آخذ و ضمانت اجرای اکثر از تصمیم‌های نهائی را برای آنان، دشوار می‌سازد.

عدم تفکیک تخصصی انواع انتشار

ناشران ما، باستانی یکی دو مورد، هنوز در کار نشر کتاب، دارای جنبه‌ی تخصصی نیستند. بدین معنی که هر یک رشته‌ای خاص، مثلاً اقتصاد، طب، روانشناسی، جامعه‌شناسی، ادبیات و مانند آنرا برای

خود برنگزیده‌اند، تا عموماً تمام قوای خود را روی آن رشته متمرکز سازند، و منحصرأً به انتشار آن رشته پردازند. بلکه اکثر از ناشران ما، بیشتر توجه به «بازار عمومی کتاب» دارند. هر کتاب را که فکر کنند مشتری دارد، و از نویسنده یا مترجمی معروف باشد، منتشر می‌سازند. از اینرو، از کتاب طب‌باخی، گلدوزی، فرهنگ زبان آلمانی، طب الصادق، رساله‌ی فقهی، چهل طوطی، تست کنکور، برادران کارامازوف گرفته تا هر نوع ممکن دیگر از کتاب را می‌توان ضمن فهرست انتشارات اکثر از ناشران ایران یافت. بعبارت دیگر، «تقسیم کار»، بمعنی فنی کلمه، در جامعه‌ی ناشران ایران، تاکنون صورت نگرفته است. بدین معنی که مثلاً یکی از آنان ناشر آثار ادبی، دیگری ناشر آثار پزشکی، سومی ناشر آثار ریاضی و فیزیکی و نظیر آن، باشد.

این کیفیت - عدم تفکیک رشته‌ی تخصصی ناشران - خود ناشی از پائین بودن سطح نشر کتاب، و عدم نصاب کافی کتابهای متنوع و خواستاران آن، در ایران است. بطوریکه کمتر ناشری ممکن است با انتخاب یک رشته‌ی اختصاصی و انحصاری در نشر کتاب، بتواند به حیات اقتصادی و حرفه‌ای خود ادامه دهد.

شان حدوث تاریخی دیگر این وضع، بیشتر ناشی از وضع تکوین صنعت نشر در ایران است. اکثر از ناشران، نخست ناشر کتابهای درسی بوده‌اند. در انتشار کتابهای درسی، طبعاً کمتر توجهی خاص، به رشته‌های مشخص داشته‌اند. بلکه توجهشان بیشتر مبذول به نشر دوره‌ی کامل کتابهای دبستانی یا دبیرستانی بوده است، اعم از کتابهای ریاضی، ادبی، تاریخی

جغرافیائی و یا غیر آن . بدین ترتیب اکثر از ناشران ما ، در حرفه‌ی خود ، هنوز در مرحله‌ی « همه کارگی » بسر می‌برند . و بسیاری از لغزش‌های آنان ، در محاسبات و پیش‌بینی‌ها و حدس‌های ایشان ، در انتخاب و نشر پاره‌ای از کتابهای نامرغوب نیز ، ناشی از همین همه‌کارگی و عدم تخصصی در يك یا چند رشته است .

فقدان مشاوران مطبوعاتی

ناشران کشورهای مترقی عموماً ، برای خود ، دارای مشاوران و سرپرستان مطبوعاتی ویژه‌اند که غالباً از میان برجسته‌ترین دانشمندان هر رشته انتخاب می‌شوند . انتخاب کتابها ، یا تنظیم برنامه‌هایی برای نویسندگانی که به همکاری با يك ناشر دعوت می‌شوند ، کم و بیش همه به عهده‌ی این مشاوران ، سرپرستان و مدیران نشر ، واگذار شده است . توسعه‌ی دانش بشری ، و تفکیک تخصصی دقیق رشته‌های علوم ، اصولاً به يك تن اجازه نمی‌دهد که در تشخیص و انتخاب آثار برجسته در هر رشته ، همواره صاحب نظر باشد . از اینرو ، وجود مشاوران مطبوعاتی در هر صنعت روبه توسعه و توسعه یافته‌ی نشر کتاب ، الزام آور است . لیکن متأسفانه اکثر از ناشران ما ، هنوز عمیقاً به این نیاز حرفه‌ای خود پی نبرده‌اند ، و غالباً آنرا ، امری تجملی و افزون بر سازمان می‌شمارند . و یا در پاره‌ای از موارد گه‌گاهی مشورت جوئی خود نیز ، تنها بيك مشورت تصادفی بایکی از نویسندگان و مترجمانی که احیاناً گذارشان به مؤسسه‌ی آنها افتاده است ، و یاوی را در محلی دیده‌اند ، اکتفای نمایند .

بی پناهی قانونی حق طبع و تألیف

به علت فقدان قانون ویژه‌ی حق طبع و تألیف و ترجمه و حمایت از حقوق آثار هنری، ایمنی لازم برای نویسندگان، مترجمان و همچنین ناشران ایرانی، وجود ندارد. کتابی را ممکن است بی اجازتی نویسنده یا مترجم آن منتشر سازند. هر چند راه‌هایی برای شکایت آنان به مقامات قضائی وجود دارد، لیکن این راه‌ها، مستقیم و مشخص نیست. و بر مبنای حقوق تألیف و ترجمه قرار ندارد. این وضع، برای يك ناشر، گاه فاجعه آمیزتر می‌شود. و آن هنگامی است که وی کتابی را با خون دل منتشر ساخته در تبلیغ آن کوشش فوق‌العاده بکار برده باشد. سپس برای آن، بازار فروش بیابد و بعد شخص دیگری بی تحمل زحمت، مخفیانه به چاپ آن، مبادرت ورزد. این مشکلی است واقعی که در سالهای اخیر، حتی پرونده‌های فراوانی، در دادگستری تشکیل داده‌است. لیکن در هر حال، حل رضایت بخش آن را، از طریق دادگستری، پس از وقوع جرم و تضییع حق، به هیچ وجه نمی‌توان جستجو نمود. بلکه باید به پیشگیری آن با برنامه و وضع مقرراتی مشخص پرداخت. خوشبختانه، لایحه‌ی قانونی خاصی که بنظر نویسنده نیز رسیده است، از طرف دولت تهیه شده است. لیکن اتحادیه‌ی ناشران خود بعنوان يك صنف، می‌تواند و باید به تدوین آئین‌نامه‌ی عملی و الزام آوری اقدام ورزد.

چاره جوئی مشکل اقتصاد کتاب

در این بررسی، ما، همچنانکه اشاره رفت، خود را بیشتر محدود به مسائل مستقیم یا غیر مستقیم اقتصاد کتاب نموده‌ایم. امید ما این بوده

است که این بررسی مقدماتی، دست کم موجب جلب توجه اکثر از افراد مسئول، روشنگری نسبی افکار عمومی و انگیزندهی بحثی اساسی دربارهی مسئلهی کتاب و راه حل های آن، گردد. در طول گفتگوهای گذشته، بر اثر تفکیک مسائل و انگیزه شناسی و شناخت فراخنا و آسیب های همبستهی کتاب، بطور ضمنی، گاه به کنایه و گاه به تصریح، به راه حل هایی اشاره شده است. در اینجا دیگر ما، به دسته بندی صریح این راه حل ها، بطور کلی، می پردازیم. قید «**بطور کلی**»، ضروری است. چون، هر یک از این راه حل ها، به یک طرح وسیع، و برنامهی تفصیلی اجرایی نیازمند است که در موقع خود باید بدانها پرداخت.

از بررسی مقدماتی مسائل کتاب، فعلا چهارده پیشنهاد کلی زیر، برای بهبود اقتصاد بیمار گونهی کتاب، بدست می آید:

- ۱- تبدیل انواع خوانندگان بالقوه به خوانندگان بالفعل
- ۲- تبدیل خوانندگان کم خوان به خوانندگان پر خوان، بوسیلهی ایجاد اشتیاق به مطالعهی آزاد
- ۳- بالا بردن سطح انتشار کتاب، بیاری توزیع، تبلیغ و خبرگزاری بهتر
- ۴- تسریع در کوتاه ساختن مدت فروش کتاب، یعنی دست کم تقلیل متوسط دو، تا دو سال و نیم کنونی مدت فروش، به یکسال
- ۵- ایجاد بحث و نقد و معرفی بیشتر و مرتب و پی گیر کتاب در مطبوعات، رادیو، تلوزیون، تلوزیون آموزشی، مدارس و کانونهای جوانان، و مانند آن
- ۶- ایجاد مؤسسه یا کانون اختصاصی برای سنجش افکار عمومی در

بارهی کتاب ، و کشف دقیق و مرتب سلیقه و نیاز خوانندگان به انواع آثار متنوع ادبی ، علمی ، هنری و مانند آن

۷- تقویت مالی ، و تشویق اجتماعی و نویسندگان و مترجمان شایسته ، بطوریکه اندک اندک شماری مهمی از آنان ، نویسندگی را بعنوان شغل اصلی خود برگزینند ، و به پرورش و توسعهی مرتب اطلاع و کار آگاهی فنی خود در این حرفه پردازند .

۸- علاوه بر تشویق و تأیید نویسندگان خود ساخته ، ایجاد مکتب نویسندگی و اقدام منظم به پرورش و انتخاب و کشف نویسندگان و مترجمان جوان ، و جلب توجه نیروی خام ولی مستعد انسانی ما بسوی خلاقیت - های ادبی .

۹- پائین آوردن نسبی بهای کتاب های چاپ ممتاز

۱۰- تثبیت بهای کتاب ، و پیشگیری از تخفیف های گوناگون و افراطی و رشکست کنندهی ناشر

۱۱- ایجاد شرکت بزرگ نشر به کمک ناشران کتاب با سرمایهی کلان ، تا آنکه برای مثال :

- کاغذ مصرفی نشر کتاب را سالانه یکجا ، به بهای ارزان تر تهیه نمایند

- نمایندگان شهرستانها ، و فروشندگان جزء ، تکلیفشان روشن شود ، و به سوء استفاده از رقابت های زیانمند ناشران کوچک با یکدیگر ، اقدام نورزند .

اگر تمام ناشران نتوانند در یک شرکت بهم به پیوندند ، دست کم ممکن است ، شرکتهای سهامی متعددی ، حتی با فروش سهام به نمایندگان

فروش و نویسندگان و مترجمان ، تشکیل داد

۱۲- استفاده از وام های توسعه‌ی صنعتی کم بهره از بانک های مربوط ، توسط شرکت یا شرکت های ناشران . همچنین ممکن است ، با ارائه‌ی طرحی مستدل ، از « سازمان برنامه » برای توسعه‌ی نشر کتاب ، یاری خواست .

۱۳- ایجاد مجله‌ی مخصوص ناشران ، برای بالا بردن اطلاعات فنی و عمومی در زمینه‌ی کتاب و صنعت نشر ، و طرح مسائل ، و مباحث سودمند مربوط .

۱۴- توجیه مسائل اقتصادی، و تحلیل اهمیت کیفیت محتوی کتاب، و رابطه‌ی آن با بهای کتاب. یعنی ابلاغ بیان مطالبی نظیر اکثر مباحث این بررسی، برای روشنگری اذهان عمومی در تمام سطح های ابتدائی، متوسط و عالی . بطوریکه هرایرانی تحصیل کرده بدانند ، و معتقد شود که با خرید هر یک کتاب خوب، خشتی برای استواری بنای کاخ فرهنگ کشور خویش ، تهیه کرده است ، نه آنکه پول کتاب را کفاره‌ی گناه و تحمل ستمی بشمارد که وی را به پرداخت آن ، مجبور ساخته‌اند.

این گونه توجیهات ، باید از گران نمائی بیجای کتاب در ایران بکلی بکاهد .

لزوم توجه به ابعاد غیر اقتصادی کتاب

سخن ما تاکنون بیشتر به جنبه‌های اقتصادی کتاب نظر دوخته‌است. لیکن مسئله‌ی کتاب ، تنها یک مسئله‌ی اقتصادی نیست که تنها در یک چارچوب اقتصادی بتوان به حل یا بررسی آن پرداخت . توجه به جنبه‌های فرهنگی ، اثر اجتماعی ، نفوذ مثبت و منفی کتاب در رشد

شخصیت ملی و مانند آن ، خود نیازمند به بررسی ها ، برنامه‌ها ، و طرح هائی اختصاصی است . برای مثال بخاطر پرورش و حمایت نویسندگان بومی ایرانی و آثار اصیل علمی و ادبی فارسی ، باید مقررات ، انجمن و تشکیلات ویرهای بوجود آید . این تشکیلات از جمله لازم است ، معرفی بهترین آثار ایرانی را ، بیاری ترجمه بزبانهای خارجی ، در جهان عهده‌دار شود .

مؤسسه‌هائی نظیر «انتشارات فرانکلین» شایسته است ، متقابلاً متعهد شوند که در برابر هر ده اثر خارجی که بفارسی بازبرمی گردانند ، دست کم یک اثر فارسی را نیز یکی از زبانهای زنده‌ی جهان ، ترجمه نمایند . برای رشد راستین فرهنگ ایران ، فاجعه آمیز است که در زمان حاضر ، «ترجمه» ، بیش از «نگارش» و «تألیف» ، حامی داشته و در نتیجه برای «مترجم» آن ، پول سازتر باشد .

مؤسسات ذینفع خارجی ، غالباً از مترجمان ایرانی که از زبانهای آنان ، اثری را بفارسی ترجمه می‌کنند ، حمایت مالی خود را دریغ نمی‌دارند . اینگونه مؤسسات به فراوانی و آسانی ، تا مبلغ پنجاه هزار تومان ، در سال های اخیر ، آنهم تنها برای چاپ اول و اگر دون یک اثر خارجی بفارسی ، حق ترجمه پرداخته اند . لیکن حتی در حدود یک‌هفتم ($\frac{1}{7}$) این مبلغ را نیز کسی به بهترین تألیفات اصیل این کشور نمی‌پردازد . درکشاکش سودای ترجیح ناسالم «ترجمه» بر «تألیف» ، چندان تصادفی و بی‌تمهید مقدمه بنظر نمی‌رسد که بسیاری از کتابهائی را که در سال‌های اخیر ، از زبانهای خارجی ترجمه کرده‌اند ، در پشت جلد ، یا حاشیه‌ی پوشش آنها بجای تصویر و شرح حال نویسندگان ، برخلاف

شیوه و سنت تمام کشور های پیشرفته ، عکس و زندگی نامدی مترجمان آنها را با برجستگی تمام ، منتشر می سازند . حتی ، کم نیستند کتابهایی که از طرف پاره ای از دانشگاه های ما منتشر شده اند ، لیکن روی جلد آنها ، نامی از نویسندگان آنها به هیچ وجه وجود ندارد . بلکه نام مترجم ، بدون ذکر کلمه ی ترجمه ، خواننده فریبانه ، بسانی که گوئی اثر ، تألیفی صد درصد ایرانی است ، و نام روی جلد آن نیز ، همان نام نویسنده ی آنست ، روی آنها نقش بسته است . خواننده ی دقیق ، گاه بزحمت باید از لابلای سطور ، یا مقدمه ی آنها در یابد که اثر ، ترجمه ای بیش نیست ، و مؤلف آن يك نویسنده ی خارجی است . این رویه ی خودپسندانه و بیماری آسا ، آنچنان شایع شده است که حتی می توان از وجود خطر يك نوع « لوس پروری افراطی مترجمان » در برابر يك « توطئه ی سکوت علیه نویسندگان » ، در ایران یاد کرد .

البته ترجمه ی آثار خارجی ، برای پیوند فکری و فرهنگی ذوق و اندیشه ی ایرانی با ارزنده ترین شاهکارهای علمی و ادبی جهان ، کوششی ضروری ، و زایا و ثمر بخش است . لیکن رشد ترجمه در ایران ، هرگز نباید بصورت رشدی سرطانی و زیانمند در آید . و تمام بافت های اصیل اندیشه ی خلاق ایرانی را در نطفه بخشکاند و نابود سازد . فن نویسندگی ، زایائی ادبی ، خلاقیت فکری ، مستقل اندیشیدن و مستقل نگاشتن نیز همچنان باید پابپای « ترجمه » ، در ایران پرورش یابد . برای نسل شکوفای ما ، خود کم بینی زا ، حقارت انگیز و یأس آمیز است که در دوره ی بلوغ و نیاز عمیق خویش به عزت نفس و اعتماد به خود ، در یابد که از کتابهای دبستانی تا دانشگاهی او ، همه ترجمه ای مستقیم از آثار خارجی اند . بهترین نیروهای

ادبی کوشش ، تنها مترجمان درجه دوم و سوم آثار غیر ایرانی اند ؛ ایران گوئی به هیچ وجه نویسنده ، و ایرانی هرگز خلاقیت ادبی و استعداد نویسندگی ندارد . بلکه تنها باید برای همیشه ، ریزه خوار نعمت نویسندگان کشورهای پیشرفته باشد !

این وضعی است که هم اکنون ، سرکمندانه از چند سال پیش ، دانسته یا ندانسته ، خواسته یا ناخواسته ، برای يك استعمار همه جانبه فرهنگی ما ، بر اثر فعالیت و اصرار و حمایت یکجانبه‌ی پاره‌ای از مؤسسات با اصطلاح غیر انتقاعی و وابسته به کمک‌های خارجی از ترجمه‌ی آثار غیر ایرانی بزبان فارسی ، مقدمات آن بشدت فراهم شده است . از اینرو ، تادیر نگشته است ، باید از وقوع احتمالی یا قطعی این فاجعه ، از هم اکنون ، پیشگیری نمود .

واپسین یاد آوری

بطور خلاصه ، توجیه اقتصادی ، تفکیک عوامل گرانی ، گران - نمائی ، کم خوانی و گریز از مطالعه ، بخاطر تدوین هر طرح جامع ، و چاره جوئی مشکل کتاب ، ضروری است . يك چنین تحلیلی از جمله می تواند ، حدود وظایف ، و حتی مصلحت تجارتی ناشران را ، تنها اگر بخاطر جلب مشتری و فروش بیشتر هم که باشد ، در « **پیکار با بیسوادی** » ، یعنی تبدیل خواننده‌ی بالقوه ، به خواننده‌ی بالفعل ، و کمک به پیشرفت تحصیلی کم سوادان ، و ایجاد اشتیاق به مطالعه در نو سوادان ، بخوبی روشن سازد . برای مثال ، مقدار فروش ، و انتشار کنونی کتاب در ایران ، با همه نارسائی ها و مسائلی که دارد ، تنها مدیون وجود کم و بیش ،

« بیست در صد قشر باسواد جمعیت » است . اگر بیسوادى مزمن در میان بزرگسالان ریشه‌کن شود، به نسبت وضع کنونی، دست کم انتشار و فروش کتاب ، « چهار برابر » ، افزایش خواهد یافت . یعنی اگر مجموع تیراژ کتابهای متفرقه در ایران ، در زمان حاضر ، برای وجود بیست درصد باسواد ، بین هفتصد هزار تا « يك مليون » نسخه باشد ، هنگام ریشه‌کنى بی‌سوادى، به حدود سه میلیون ونیم ، تا « پنج مليون » نسخه خواهد رسید . بدین ترتیب، شرکت ناشران، در پیکار با بیسوادى، در حقیقت، شرکت آنان ، در جبهه‌ی يك کوشش همه‌گیر « بازار یابی کتاب » است .

اگر يك « خواننده شناسى » صحیح، بر اساس اصول سنجش افکار و عقاید عمومی، به کمک ناشران انجام شود، بخوبی میزان تقاضای موجود برای يك کتاب ، یا حدود زمینهای « تنوع خواهی خوانندگان » ، آشکار می‌شود . و ناشران و مترجمان و نویسندگان ، بی‌دغدغهی خاطر ، دست بکار پاسخگوئی به نیازهای فرهنگی ، و عرضه داشت خوراك روحی و معنوی مشتریان و خوانندگان خود خواهند شد . و صنعت نشر از صورت يك قمار بی‌برنامه و بدفرجام کنونی، خارج می‌شود .

تمام مواردیکه برشمرديم ، به ویژه تعیین « نقش دولت » ، وزارت اطلاعات ، رادیو ، تلویزیون ، وزارت فرهنگ و هنر ، وزارت آموزش و پرورش ، مدارس ، انجمن های خانه و مدرسه ، مطبوعات ، شهرداری ها ، و روابط ناشران با یکدیگر و با مردم، همه در طرحهای تفصیلی باید جستجو و مشخص شود .

واپسین پی‌آمد این بررسی اینست که مسئله‌ی کتاب ، پیچیده تر

از آنست که تنها گرانی، یا بدی محدود آن، و یا کثرت بیسوادی د ایران، چنانکه عموماً تصور می‌رود، سبب عدم فروش آن باشد. مسئله‌ی واقعی کتاب، تا به نحوی اصیل، حل نشود، مشکل فرهنگ ایران، هیچگاه بصورتی راستین، حل نخواهد شد.

علاوه بر این، مسئله‌ی کتاب، تنها یک مسئله‌ی «فرهنگی» یا «اقتصادی» نیست. بلکه همچنان یک مسئله‌ی مهم «بهداشت روانی» است. اعتیاد به مطالعه‌ی کتابهای خوب، از تنهایی‌های پرنج و اعتیادانگیز می‌کاهد. به جوانان وسعت اطلاع، اعتماد به نفس، و قدرت شخصیت می‌بخشد، و از کامجوئی‌های بدلی، و توسل جوئی بدامن سیگار، مواد مخدره و استعمال الکل، تا حدود سلامت بخشی، پیشگیری می‌نماید. همچنین اعتیاد به مطالعه، بهترین مددکارایام تنهایی و زمین‌گیری روزگار پیری و بازنشستگی است. اگر این اعتیاد پرثمر، از کودکی و جوانی، پی‌ریزی نشود، در پیری بدشواری میسر خواهد گشت.

پایان

در این کتاب می خوانیم :

صفحه		صفحه	
۲۶	گران نمائی و اقتصاد	۵-۶	۱- مسئله‌ی گرانی کتاب
۳۹-۴۱	تابع کتاب	۶-۹	۲- پایداری مسئله
۴۱-۴۶	۲۷- صنف‌های خالق کتاب		۳- شکایتهای اساسی خریداران
	۲۸- کالبد شکافی هزینه‌ی	۹	کتاب
۴۶-۸	نشر کتاب	۱۰	۴- شکایتهای اساسی ناشران
۴۸-۹	۲۹- خواننده شناسی	۱۱	۵- مسائل اساسی کتاب
۴۹-۵۰	۳۰- پدیده‌ی کم خوانی		۶- راه‌های توسعه‌ی فروش
	۳۱- ناشر، کتاب و کتابخوان	۱۱-۱۳	کتاب
۵۰-۵۶	در ایران		۷- ارزیابی راه‌های مسئله‌ی
	۳۲- علل کم خوانی و گریز	۱۳-۱۴	کتاب
۵۶-۷	از مطالعه	۱۴-۲۵	۸- قبول ضمنی گرانی کتاب
۵۷-۳۳	۳۳- کمیابی کتابهای مورد توجه		۹- حکومت سلیقه، داوری و
۵۸	۳۴- عدم دسترسی به کتاب دلخواه	۱۵-۱۸	پندار شخصی ناشران
	۳۵- فقدان منابع اطلاع و	۱۸-۲۲	۱۰- تخفیف و رشکستگی
۵۸-۵۹	ضعف کتابشناسی		۱۱- توسعه جوئی‌های پر
۵۹-۶۰	۳۶- کمی تنوع کافی کتاب	۲۲-۲۴	دردسر
	۳۷- کمی نویسندگان و	۲۴-۲۵	۱۲- کیفیت، فدای ارزانی
۶۰-۶۶	مترجمان حرفه‌ای	۲۵-۶	۱۳- گرانی یا گران نمائی کتاب
۶۶-۶۷	۳۸- مسائل اساسی ناشران	۲۶	۱۴- مهمترین علل گرانی کتاب
	۳۹- نارسائی سرمایه‌گذاری	۲۷-۸	۱۵- کمی تیراژ کتاب
۶۷-۸	ناشران		۱۶- ضعف سرمایه‌گذاری در نشر
	۴۰- فقدان طرح و برنامه‌ی	۲۸-۹	۱۷- کندی سرعت فروش
۶۸	جامع نشر		۱۸- تخفیف افراطی برای
۶۸-۹	۴۱- عدم تفکیک ناشر و کتابفروش	۲۹-۳۰	فروشنندگان
	۴۲- تفکیک تخصصی انواع	۳۰-۱	۱۹- نسبت ارزانی ممکن کتاب
۶۹-۷۱	انتشار	۳۱-۳	۲۰- گران نمائی کتاب
	۴۳- فقدان مشاوران مطبوعاتی	۳۳	۲۱- گران نمائی و درآمدخواننده
۷۱-۴۴	۴۴- بی‌پناهی قانونی حق طبع و تألیف		۲۲- گران نمائی و عدم اعتماد
	۴۵- چاره‌جوئی مشکل اقتصاد	۳۳-۴	به مطالعه
۷۲-۵	کتاب	۳۴	۲۳- گران نمائی و مطالعه‌ی تجملی
	۴۶- لزوم توجه به ابعاد غیر	۳۴-۶	۲۴- عدم توجه به حق تألیف
۷۵-۷۷	اقتصادی کتاب		و ترجمه
۷۷-۸۰	۴۷- واپسین یاد آوری	۳۷-۸	۲۵- ارزانی و گرانی کاذب
			کتاب

اهدائی اتحادیہ ناشران و کتاب فروشان

«غیر قابل فروش»

LIBRARY
OF
PRINCETON UNIVERSITY



32101 076326543

NEC)
450
3
S245
968