

میزان تولید و نشر کتاب، یکی از شاخصه‌های توسعه علمی و فرهنگی هر کشور است. اگر با نظر کمی محض به این شاخص بنگریم، کثرت انتشارات، ما را دلخوش می‌دارد؛ اما نگاه کیفی که لازمه توسعه پایدار است، حکایتی دیگر دارد. برای نگاه کیفی به مقوله تولید و نشر کتاب، که مقدمه قطعی برای اصلاح الگوی مصرف در این حوزه است، باید ابزارهایی به کار گرفت که در این گفتار، پس از مقدمات مربوطه، یکی از این ابزارها توضیح داده می‌شود. محور اصلی گفتار، تجربه انتشارات دانشگاه آکسفورد برای ارتقای کیفی فرآورده‌های آن است.

مقدمه

۱. از چند دهه پیش که دنیای جدید با محوریت اطلاعات و ارتباطات رخ نمود، پدیده‌ای با عنوان «انفجار اطلاعات» پدیدار شد و دنیا را در زیر خروارها نوشته کاغذی و الکترونیک مدفون ساخت. عرضه اطلاعات بر تقاضای آن فزونی گرفت و فرآورده‌های فرهنگی در انتظار کاربر، در گوشه‌های قفسه‌های کتابخانه‌ها، شمارش لحظه‌ها را آغاز کرد. همزمان با آن، پدیده دیگری پیش آمد: آلودگی اطلاعات. سیل اطلاعات سست و سخیف و نادرست جاری شد و در صفحات رایانه‌ها و نشریات و کتاب‌ها جای گرفت؛ در این میان متخصصان رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی ابزارهایی علمی برای ارزیابی نوشته‌ها پیشنهاد کردند؛ مانند: کتاب‌سنجی، و بسنجی، اطلاع‌سنجی؛ ولی این همه، در برابر سیل عظیم و شتابنده اطلاعات آلوده، پاسخگو نبوده و نیست.

۲. در زمینه نشر کتاب، به ویژه کتاب دینی که شهرقم مرکز آن است - همگان به «انحراف» با هر تفسیری - توجه دارند و به جلوگیری یا پیشگیری از آن اهتمام می‌ورزند؛ ولی کمتر به «ابتدال» می‌اندیشند و در صدد جلوگیری از آن بر می‌آیند؛ بلکه حتی عواملی به این ابتدال دامن می‌زند؛ از جمله:

- بی‌توجهی به حقوق خواننده که وقت، اعتماد، اندیشه و ذهن خود را به عنوان امانت، به پدیدآور نویسنده / مترجم / مصحح / ویراستار می‌سپارد.
- نگرش مدیران مراکز علمی و پژوهشی که در ارزیابی‌های تولیدات علمی استادان، به معیارهای کمی، بیش از کیفی توجه می‌کنند.
- شتاب‌زدگی استادان برای رسیدن به درجات بالاتر، از راه‌های میانبر که نگرش کمی یاد شده، بستر آن را فراهم می‌سازد.
- عدم توجه به مخاطب برای نوشته‌ها، که عمل‌انویشتارها را از فایده دور می‌سازد.
- موازی‌کاری‌های فراوان که فرایند انتخاب صحیح و دقیق را بر خواننده / کاربر دشوار می‌سازد.
- کلی‌گویی‌ها و سبک شمردن نگاه‌های تخصصی ریز، که برخلاف

مقاله

اصلاح الگوی مصرف در زمینه تولید و نشر کتاب؛ ارائه یک راهکار

عبدالحسین طالع | عضو هیئت علمی گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه قم

چکیده: داشتن دیدگاه کیفی به مقوله تولید و نشر کتاب لازمه اصلاح الگوی مصرف در این حوزه می‌باشد. نویسنده در مقاله حاضر برای ارتقای کیفی حوزه تولید و نشر کتاب برخی پیشنهادها را ارائه می‌دهد. در این راستا، به طور مبسوط به بیان تجربه انتشارات دانشگاه آکسفورد در جهت ارتقای کیفی فرآورده‌های خود می‌پردازد.

کلیدواژه: نشر کتاب، اصلاح الگوی مصرف، ارائه راهکار، انتشارات دانشگاه آکسفورد

منش معقول و روش مقبول علمی است.

■ رکود بازار نقد یا سوگیری های جناحی و غیرعلمی در آن که سبب می شود فرایند فرآورده های قوی از ضعیف، به کندی صورت گیرد.

۳. ناشران اثرگذار - یا به تعبیری اثرآفرین - سراغ آفرینش جدید می روند و منتظر رسیدن اثر نمی نشینند. به گفته یکی از صاحب نظران عرصه نشر «نشر اثرآفرین، از چند ویژگی ممتاز برخوردار است که از جمله مهم ترین آنها:

■ بازارشناس و بازاریگشا و متکی به درآمد حاصل از بازار آزاد رقابتی است.

■ رابطه شناس و به ایجاد ارتباط مناسب میان پدیدآورندگان و مولدان اثر، مسلط است.

■ جاذب فکر، اندیشه، طرح، استعداد، توانایی و نوآوری است.

■ جاذب سرمایه و منابع مالی است.

■ متناسب با هدف ها، امکانات ایجاد می کند.^۱

متناسب با این طرز تفکر، برای فعالیت های یک مؤسسه انتشاراتی، چشم انداز، اهداف و برنامه های خاصی می توان تدارک دید؛ البته هرمدیریتی مؤسسه انتشاراتی خود را به شیوه ای خاص خود، فعال خواهد کرد؛ ولی می تواند. و باید. همواره خود را محک بزند و در طول فعالیتش، برای تولیدات گذشته خود، رقیبی جدی باشد. او از سلیقه های هنرمندانه و زیبای پدیدآورندگان برای آموزش جامعه بهره می برد و در جامعه خود، فرهنگ ساز است.

۴. ناشر، بدین شیوه، با نظام مدیریتی پیش می آید که نه تنها مزاحم دیگر ناشران نیست، بلکه می تواند یاور و یار آنها نیز باشد. تبادل تجربه ها در این میان، می تواند نقش اساسی ایفا کند.

۵. مهم این است که «نقشه راه» در میان باشد تا جایگاه هر اقدام و برنامه به خوبی مشخص شود. اگر چنین شد، هر فرآورده فرهنگی، مانند یک قطعه از یک پازل در جای خود می نشیند؛ به گونه ای که نه تنها مزاحم هیچ قطعه دیگر نباشد، بلکه پازل بدون آن کامل نمی شود.

۶. پس تغییر از وضع موجود به وضع بهتر، و رسیدن به نقطه هدف، بودجه ای اضافی و صرف وقت زیادی نمی طلبد تا نداشتن بودجه کلان یا تأخیر زمانی را بهانه اصلاح الگوی تولید و نشر کتاب بدانیم؛ فقط به یک مقدمه جدی نیاز دارد، و آن «تغییر بینش» نسبت به اهداف و برنامه ها و اقداماتی است که پیش روی خود داریم. این «تغییر بینش» خود فرایندی مستمر و پیوسته است که همچون درختی شاداب و پر بار، همیشه میوه های تازه و مفید دارد. بر مبنای این تغییر بینش، ناشر به خوبی می تواند تجاری بیندیشد و بدون تکیه بر کمک های دولت

یا موزه یا دیگر نهادهای عمومی، فقط با استفاده از سازوکارهای بازار رقابتی، به شیوه انتفاعی عمل کند. اما این نکته بدان معنی نیست که آن ناشر، اهداف فرهنگی نداشته باشد یا در جامعه اثرگذار نباشد، یا فرهنگ و اندیشه جامعه را به شیوه هدفمند بالا نبرد.

۷. جمع میان اهداف فرهنگی و تجاری، چنان که گفتیم، از «تغییر بینش» آغاز می شود و با هدف بندی درست ادامه می یابد. مدیریت صحیح، مخاطب شناسی دقیق، رعایت حقوق خواننده، پرهیز از عجله افراطی و تأخیری دلیل، عزم جدی برای بهره گیری از تنوع فرهنگی جامعه، جدی گرفتن نقدهای عالمانه، بازنگری های مستمر در طول دوره کاری و عواملی مانند آن، پشتوانه این حرکت است. برای آغاز این حرکت، نیاز نیست منتظر تغییر جامعه ناشران بمانیم. هر ناشر، در حد بنگاه کوچک خود، می تواند الگویی مناسب ارائه کند. اساساً راهکارهای توسعه پایدار جامع، از گذرگاه تجربه های کوچک، ولی عمیق می گذرد؛ فقط به شرط ژرف نگری و تداوم در آنها.

۸. ارتباط با مراکز پژوهشی و آموزشی و اطلاع رسانی از یک سو و شخصیت های علمی و هنری و ادبی از سوی دیگر، می تواند ضامن بهبود کیفی کار هر ناشر باشد. ناشر، عضوی از اندام واره (ارگانیزم) فرهنگ جامعه محلی و جهانی است و نمی تواند بدون ارتباط مفید و مؤثر با دیگر اعضای این اندام واره، کاری درست از پیش ببرد و اثرگذار باشد. این ارتباط، سرمایه ای عظیم در اختیار هر ناشر است که رها کردن آن بدون استفاده بهینه، هیچ توجیه منطقی ندارد. در غیر این صورت، مجموعه ناشران در یک فضای فرهنگی، مانند یک مجمع الجزایر گسسته عمل می کنند که توان چندانی ندارد یا مانند انگشتانی مجزا که هرگز قدرت یک دست را ندارد.

۹. هدف از این گفتار، ارائه راهکاری از مؤسسه انتشاراتی پیشرفته آکسفورد است. با بررسی این فرم پیشنهادی، می توان یافت که وقتی سازمانی چنین اطلاعاتی را به شیوه دقیق و هدفمند، گردآوری و سازماندهی کند، در کنار نشر کتاب های برگزیده خود، به تدریج و پیوسته، یک بانک اطلاعاتی جامع فراهم می آورد که می شود ده ها بهره دیگر از آن گرفت. بدیهی است هدف از بیان این راهکار، آن نیست که عیناً توسط ناشری در ایران به کار گرفته شود؛ به هر حال هر جامعه ای فرهنگ خاص و فضای ویژه ای دارد؛ ولی بهره گیری از این تجربه، بدون هزینه بالا، می تواند گامی مؤثر در بهبود کیفی و ارتقای سطح نشر بردارد.

۱. عبدالحسین آذرنگ؛ گام های اصلی در نشر کتاب، تهران: اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران، ص ۷۲.

بخش سوم:

۳-۱. تخصص / کتاب مرجع

۳-۲. نمونه‌ای از منابع آموزشی درجه (مدیران / مهندسان تجربی / مشاوران / سرپرستان)

۳-۳. مشخص کنید برای چه دوره‌های علمی، می‌توان از کتاب شما به عنوان کتاب مرجع استفاده کرد؟

نام دوره	درجه (کارشناسی / ارشد)	مؤسسه‌ای که در آن تدریس می‌شود

بخش چهارم:

۴-۱. فهرست مطالب، لطفاً مطمئن شوید عناوین فرعی رابه‌درستی نوشته‌اید.

۴-۲. چه قیمتی را برای فروش کتاب برآورد می‌کنید؟

۴-۳. به چه موضوع‌های دیگری علاقه دارید؟

۴-۴. لطفاً نام تمام مطالبی که انتشار داده‌اید (کتاب / مقاله) بنویسید.

۴-۵. جزئیات دیگری که در نظر دارید، همراه با نشانی پستی و الکترونیکی خود بنویسید.

فرم کتاب پیشنهادی انتشارات آکسفورد

بخش اول:

۱-۱. عنوان:

۱-۲. منطقه:

۱-۳. برآورد تعداد صفحات:

۱-۴. نوع کاغذی که استفاده کرده‌اید:

۱-۵. ناحیه تخصص:

۱-۶. درجه تحصیلی (کارشناسی / ارشد):

۱-۷. سال:

۱-۸. کاغذ:

۱-۹. منطقه / مرکز:

۱-۱۰. این فرم پیشنهادی تا کجا امکان گسترش دارد؟

۱-۱۱. آیا برای شما امکان دارد یک نسخه چاپ شده با همان کیفیت نسخه غیرچاپی دستنویس به شیوه تاییبی با فاصله به ما بدهید؟

بخش دوم:

۲-۱. انگیزه شما از نوشتن این کتاب چیست؟

۲-۲. لطفاً کتاب‌های مهمی که با کتاب پیشنهادی شما رقابت می‌کند (داخلی و خارجی) در جدول زیر بنویسید:

نویسنده	عنوان	ناشر	محل نشر	سال نشر	تعداد صفحه	بها

۲-۳. نقاط قوت و ضعف کتاب‌های یاد شده را در جدول زیر بنویسید:

نویسنده / عنوان	نقاط قوت	نقاط ضعف

۲-۴. خوانندگان / بازار فروشی که برای کتاب خود در نظر گرفته‌اید، با تعیین بازارهای فروش اصلی و فرعی بیان کنید.

۲-۴-۱. درجه: مدرسه / مراکز حرفه‌ای / دانشجو / فارغ‌التحصیل.

۲-۴-۲. دوره / دوره‌های پیشنهادی.

نام دوره	طول دوره	سال / نیمسال تحصیلی	مؤسسه‌ای که تدریس می‌شود

۲-۵. برای طراحی این نوشتار، چه طرح درس‌هایی را مرور کرده‌اید؟

۲-۶. نوشته‌های شما تا چه میزان به گسترش نیاز دارند؟

۲-۷. آیا برای دستیابی به هدف خود، می‌توان لوازم اضافی مانند دستنامه (Manual) برای حل مسائل یا اسلاید برای کتاب خود افزود؟ اگر پاسخ مثبت است، آیا نقشه‌ای برای گسترش یکی از آنها دارید؟ لطفاً جزئیات هر کدام از آنها را بیان کنید.