

گزارش «فرهیختگان» از ۴ نوع چاپ کتاب در ایران و قیمت‌های متفاوت ناشران

وقتی سلبریتی برای چاپ کتابش ۴۰۰ میلیون می‌گیرد



نوع دوم: خرید اثر نویسنده

در این مدل، ناشر از نویسنده کتاب را می‌خرد. یعنی با توجه به وسع ناشر و محتوای کتاب که چه چیزی باشد و نویسنده معروف باشد یا نه، قیمت متفاوت می‌شود. در این مدل نویسنده در سود و زیان اثر شریک نیست مثلا نویسنده در قبال ۲۰ میلیون تومان همه فایلهای کتاب و کلا صفر تا ۱۰۰ اثر را به ناشر می‌دهد. در این مدل از تعامل نویسنده و ناشر، در قرارداد ذکر و حق انحصاری اثر از نویسنده خرید می‌شود و ناشر با نویسنده تسویه می‌کند. حالا این تسویه ممکن است سه هفته تا یک ماه طول بکشد. وقتی ناشر اثر را می‌خرد، نویسنده دیگر برای کتاب ذی نفع نیست.

نتیجه

اگرچه تولید محصولات فرهنگی در اوضاعی که شرایط اقتصادی مساعدی نداریم روبه کاهش است و قیمت کاغذ شرایط سختی را برای ناشران شکل داده است، ولی این نمی‌تواند توجیه‌کننده برخورد دور از عدالت فعالان حوزه نشر بانویستندگان باشد. در همه جای دنیا، سلبریتی‌هایی داریم که کتاب‌هایشان را منتشر می‌کنند اما این‌طور نیست که قیمت کتاب یک چهره مشهور سینمایی با قیمت کتاب یک نویسنده گمنام در مورد شخصیتی سیاسی می‌نویسد و کتابش قبل از منتشر شدن به فروش می‌رسد و از آن طرف یک سلبریتی کتابی می‌نویسد و با قیمتی معمولی به چاپ می‌رسد. کتاب خاطرات «شان کانری»، هنرمند معروف آمریکایی همین اتفاق برایش افتاد. کتاب به بازار نشر رسید و یک قیمت معمولی داشت و استقبال از آن هم مثل بقیه کتاب‌ها بود اما کتابی که در مورد ترامپ نوشته شد قبل از انتشار پیش‌فروش شد و در تمام دنیا به چاپ رسید؛ البته قیمت این دو کتاب فرقی با هم نداشت و مثل بقیه کتاب‌هایی که به چاپ می‌رسند، بودند. از این مساله هم نباید بگذریم کمپانی‌های نشری که در دنیا وجود دارند، برای کتاب یک سلبریتی از قبل تبلیغات می‌کنند اما در قیمت کتاب تفاوتی بین نویسنده معمولی و سلبریتی وجود ندارد و همه با هم یکسان هستند و مهم محتوای کتاب است نه کسی که کتاب را نوشته است.

«اگر کتابی برای چاپ دارید یا پایان‌نامه‌ای دارید که می‌خواهید به یک کتاب آموزشی و پژوهشی تبدیل کنید، ما تنها با ۳۰۰ هزار تومان آن را برای شما چاپ خواهیم کرد. برای این کار کافی است کتاب‌تان را ویراستاری شده به ما تحویل دهید.» فایل نهایی PDF کتاب خود را که صفحه دوم آن بدون متن است (این صفحه مخصوص الصاق فیپا و شناسنامه کتاب است) به انتشارات

تحویل داده و انتشارات پس از اخذ مجوزهای مربوطه و طراحی جلد، اقدام به چاپ ۱۰ جلد اثر با هزینه ۴۰۰ هزار تومان می‌کند. «اینها نمونه تبلیغاتی هستند که اگر گذرتان به خیابان انقلاب بیفتد حتما با آن مواجه می‌شوید، کسانی که حاضرند کتاب شما را با کمترین مبلغ چاپ کنند، البته فکر نکنید که این کتاب‌ها را با تعداد زیاد به شما تحویل می‌دهند، نه این‌طور نیست نهایتا تعداد کتاب‌های چاپ‌شده شما به ۱۰ عدد می‌رسد. چون ناشر برای شما هزینه نخواهد کرد و خب کسی هم که پول می‌دهد تا کتابش به چاپ برسد فقط برایش همان چند نسخه کافی است تا به دست دوست، آشنا و فامیل برساند و دلخوش به این باشد که کتابش چاپ شده است. برخلاف دیدگاه بسیاری از افراد، چاپ کتاب هزینه بسیار پائین‌تری از اموری مانند چاپ مقاله دارد. در نسخه‌های کم می‌توان یک کتاب را با هزینه بسیار پائینی و در حدود چند صد هزار تومان به چاپ رساند. این مبلغ به‌خصوص برای دانشجویانی که کتابی را ترجمه کرده‌اند یا قصد دارند کتابی را از پایان‌نامه خود استخراج کنند، هزینه مناسبی به‌شمار می‌رود. اگر چنین کتاب‌هایی که با محتوای مقاله و پژوهش چاپ می‌شوند در تیراژ بالایی هم باشند، هزینه آن به‌ندرت به مبلغی بالاتر از دو تا سه میلیون تومان خواهد رسید و علت این مساله هم فروش بالای این کتاب‌های پژوهشی توسط دانشجویان است. اما در این گزارش می‌خواهیم به این مساله بپردازیم که چقدر چاپ یک کتاب برای ناشر سود دارد و نویسنده‌ای که می‌خواهد کتابش را منتشر کند چقدر باید هزینه کند؟ برای چاپ کتاب چندین مدل وجود دارد و چند نوع قرارداد بین نویسنده و ناشر می‌تواند منعقد شود.

نوع اول: شراکت ناشر و نویسنده

ناشر با نویسنده شریک می‌شود مثلا می‌گوید از این مقداری که پشت جلد زده شده است، مثلا چند درصد به نویسنده و چند درصد به ناشر برسد و البته این مدل خودش چند فاکتور دارد؛ اگر کتاب رمان باشد درصد بالاتری از قیمت پشت جلد به نویسنده می‌رسد، مثلا برخی ناشران ۱۵ درصد به نویسنده می‌دهند؛ اگر نویسنده تازه کار باشد این قیمت متفاوت می‌شود اگر کتاب، خاطره باشد بین هشت تا ۱۰ درصد به نویسنده خواهد رسید و البته نکته مهم این است که در چاپ‌های کم این مساله فرقی نمی‌کند اما اگر چاپ‌های کتاب زیاد باشد قیمت هم زیاد می‌شود. در این مدل قرارداد مثلا میزان فروش ۱۰ چاپ سه هزار تایی از این اثر متعلق به ناشر است یا اینکه حق التالیف به مدت سه تا پنج سال به ناشر تعلق می‌گیرد. با این وجود حتی برای تجدید چاپ‌ها هم باید دوباره قرارداد نوشته شود چون صاحب اثر نویسنده است. در مدل شرکتنی، نویسنده بین سه تا ۶ ماه با توجه به قراردادی که با ناشر می‌بندد پولش را دریافت می‌کند.

نوع سوم: پول پرداخت کنید بعد کتاب‌تان چاپ شود

همان اوایل گزارش گفتیم گاهی با تبلیغاتی مواجه می‌شویم که کتاب‌تان را چاپ می‌کنیم با فلان قیمت؛ اما آن قیمت‌ها گاهی درست از آب در می‌آید که در صورت درست بودن، ناشر کتاب را به تعداد اندک مثلا ۱۰ عدد چاپ می‌کند ولی اگر بخواهید تعداد شمارگان کتاب زیاد شود، نویسنده برای چاپ کتاب باید تا هشت میلیون تومان هزینه کند. معمولا کتاب‌هایی که خود نویسنده هزینه چاپ آن را پرداخت می‌کند، به چاپ‌های متعدد نمی‌رسد، اما اگر این اتفاق بیفتد با وجود اینکه شما خودتان هزینه چاپ کتاب را داده‌اید اما در چاپ‌های بعدی کتاب، سودی از آن نصیب‌تان نمی‌شود و همه سودها برای ناشر است. حالا در نظر بگیرید ناشری را که برای چاپ کتاب هزینه‌ای نکرده است اما از تجدید چاپ کتاب سود می‌برد! این مدل از چاپ کتاب بیشتر برای کسانی است که می‌خواهند کتاب اول شان را به چاپ برسانند و معمولا ناشر برای چنین کتاب‌هایی هزینه نمی‌کند و کل هزینه از جیب خود نویسنده می‌رود.

نوع چهارم: سلبریتی باش، همه چیز درست می‌شود

چند سالی است شاهد هستیم چهره‌های مشهور سینمایی یا ورزشی در عرصه نشر و کتاب حاضر شده‌اند و به قول خودشان به این عرصه رونق داده‌اند. این کتاب‌ها در حوزه‌های مختلفی مثل شعر، داستان و ترجمه و امثالهم چاپ می‌شود. گویا اینها آمدند تا کمی قوانین حوزه نشر را به‌هم بریزند. مثلا یکی از همین سلبریتی‌ها برای چاپ کتاب اولش قراردادی با یک ناشر بست و کل اثر را به ناشر فروخت اما این نوع از قرارداد تفاوتی با نوع دوم این گزارش دارد چون قیمت در این مدل چقدر باشد یا ناشر کمکی می‌کند تا کتاب را بفروشد. قیمت کتاب این مدل نویسنده‌ها هم معمولا با قیمت‌های سایر کتاب‌ها متفاوت است، قیمت‌هایی از ۴۰ هزار تومان تا ۳۰۰ هزار تومان و ناشر با فروختن تنها ۳۰ نسخه از کتاب در قیمت بالای پشت جلد می‌تواند کل هزینه‌های چاپ را در آورد. البته در این مدل نوع اولی هم که گفتیم صدق می‌کند. سلبریتی محترم پول می‌دهد تا کتابش چاپ شود در این مدل هم برای ناشر سود دارد چون هزینه‌ای نکرده است اما در قبال آن بسیار اسمش هم با آن سلبریتی معروف شده است. آن فرد هم که مطمئنا هزینه برایش مهم نیست، مهم همان شهرت و نامش است که دوباره با یک کتاب در همه‌جا پیچیده است!

یادداشت

محسن صالحی‌خواه
نویسنده

راسته‌خیابان انقلاب معروف‌است به کتاب‌فروش‌هایش. خواه‌مغازه‌های رنگارنگی که از میدان تا آن طرف دانشگاه تهران ردیف شده‌اند، خواه‌دست‌فروش‌هایی که بساط کرده‌اند و کتاب‌های افس‌تی می‌فروشند همه در این معروفیت خیابان انقلاب نقش دارند. ولی بیابید کمی با خود فکر کنیم این کتاب که نامش با یکی از معروف‌ترین خیابان‌های تهران عجین است، چه نقشی در زندگی ما و در مرتبه بالاتر چه نقشی در فرهنگ جامعه‌مان دارد. در دنیای غرب یا هر اسم دیگری که برایش می‌گذاریم، کتاب‌یکی از ابزارهای اساسی و بنیان‌های جافتاده فرهنگ است. به‌خاطر بازاری که دارد، برای بخشی از افرادی که دست به‌قلم هستند، نویسندگی یک شغل محسوب می‌شود. بخش زیادی از دنیای سرگرمی مربوط به کتاب و محصولاتی است که از داستان‌ها متولد می‌شوند. روزنامه‌نگاران بزرگ را با کتاب‌هایشان می‌شناسند. سیاستمداران با شروع دوران بازنشستگی برای فرار از فراموش شدن در جامعه و کسب درآمد، خاطرات دوران فعالیت‌شان را مکتوب و عرضه می‌کنند.

کتاب و فرهنگ مردم

جدای از طبقه‌نخبگان سیاسی، علمی و دیگر عرصه‌ها، کتاب‌نقش مهمی در فرهنگ عام مردم دارد. به‌طوری که بخشی از دنیای سرگرمی در قالب‌های مختلف بر کتاب استوار است. برای روشن‌تر شدن این موضوع، مثالی می‌زنم: ابرقهرمان‌های بخشی از فرهنگ مردم آمریکا هستند. سال‌هاست که فیلم‌های ابرقهرمانی ساخته می‌شود، بازی‌های ویدئویی براساس این فیلم‌ها برای پلتفرم‌های مختلف عرضه می‌شود، لباس‌هایی با نقشانه‌های آنها فروخته می‌شود و بچه‌ها با اسباب‌بازی‌های مرد آهنی و ققایش خودشان را سرگرم می‌کنند. حتی هر سال رویداد بزرگی تحت عنوان کامیک‌کان برگزار می‌شود که به این فیلم‌ها و شخصیت‌ها اختصاص دارد.

خاستگاه تمام این ابرقهرمان‌ها، کتاب‌های مصور یا کمیک‌استریپ‌هایی است که ریشه‌شان به‌سال‌های جنگ جهانی دوم و پیش از آن می‌گردد. یک دنیای موازی جهان حقیقی از دل این کتاب‌ها بیرون آمده است. یادر انگلستان، در اوپسین‌سال‌های قرن گذشته میلادی، جی.کی. رولینگ که امروز تمام دنیا او و دنیایش را می‌شناسند دست به‌قلم برد و شخصیت پسریتیم جادوگر را خلق کرد. شخصیتی که هودارانش ابتدا او را از بین خطوط کتاب چاپ‌شده توسط انتشارات گمنام بلومزبری پیدا کردند اما راهش را به‌پرده‌نقراهی سینما پیدا کرد.

کتاب، پرده‌نقراهی و قاب تلویزیون

به‌نظم کتاب‌ایستگاه اول تولید مفاهیم فرهنگی است. برای اثبات این ادعا نیز می‌شود ادله را پشت سر هم ردیف کرد. بسیاری از تولیدات فرهنگی براساس کتاب‌ها ساخته شدند. درواقع کتاب ایستگاه اول و نخستین حلقه زنجیر است. آگاتا کریستی، نویسنده شهیر انگلیسی هرکول پوآرو، کارآگاه محبوب بلژیکی و خانم مارپل، زن کنج‌گاو اهل روستای سنت‌ماری‌مید را بین سال‌های ابتدایی تا میانه قرن بیستم خلق کرد و لقب ملکه جنایت را به‌خود اختصاص داد. همان‌طور که «سر آرتور کانن دویل» یکی دیگر از کارآگاه‌های محبوب دنیای ادبیات جنایی را در آخرین سال‌های قرن ۱۹ به‌وجود آورد. شاید سر آرتور زمانی که حق نشر اولین داستان شرلوک هولمز را به قیمت ۲۵ پوند استرلینگ در سال ۱۸۸۷ واگذار کرد، تصویری نداشت که روزی تمام دنیا این کارآگاه‌مشاور را بشناسند و بارها کتاب‌هایش را بخوانند و فیلم‌ها و سریال‌هایی که از آنها اقتباس شده بود را ببینند. همین اتفاق برای داستان‌های آگاتا کریستی نیز افتاد و آخرین فیلم اقتباس‌شده از داستان قتل در قطار سریع‌السیر شرق در سال ۲۰۱۷ تکران شد.



هزینه کتاب اولش قراردادی با یک ناشر بست و کل اثر را به ناشر فروخت اما این نوع از قرارداد تفاوتی با نوع دوم این گزارش دارد چون قیمت در این مدل چقدر باشد یا ناشر کمکی می‌کند تا کتاب را بفروشد. قیمت کتاب این مدل نویسنده‌ها هم معمولا با قیمت‌های سایر کتاب‌ها متفاوت است، قیمت‌هایی از ۴۰ هزار تومان تا ۳۰۰ هزار تومان و ناشر با فروختن تنها ۳۰ نسخه از کتاب در قیمت بالای پشت جلد می‌تواند کل هزینه‌های چاپ را در آورد. البته در این مدل نوع اولی هم که گفتیم صدق می‌کند. سلبریتی محترم پول می‌دهد تا کتابش چاپ شود در این مدل هم برای ناشر سود دارد چون هزینه‌ای نکرده است اما در قبال آن بسیار اسمش هم با آن سلبریتی معروف شده است. آن فرد هم که مطمئنا هزینه برایش مهم نیست، مهم همان شهرت و نامش است که دوباره با یک کتاب در همه‌جا پیچیده است!

کتاب‌های قهرمان‌ساز

حقیقت امر این است که بسیاری از فیلم‌های بزرگ یا سریال‌های محبوب مردم دنیا که در چهار گوشه جهان طرفدار دارند، از دل کتاب‌ها یا به‌طور مشخص رمان‌ها متولد شدند. گاهی یک نفر سرگذشت خود را در قالب کتاب ثبت کرده و بعد از آن سوزه یک فیلم شده است. نگاهی به فروش و میزان محبوبیت فیلم‌ها و سریال‌هایی مثل ارباب حلقه‌ها، بازی تاج و تخت، نارنیا، هری پاتر، راز داونتچی و دیگر آثار ساخته‌شده از کتاب‌های دن براون، بینوایان، دور دنیا در ۸۰ روز یا وقایع‌نگاری یک مرگ از پیش اعلام‌شده (ساخت سال ۱۹۸۷ میلادی در فرانسه براساس داستانی به همین نام از گابریل گارسیا مارکز) و ده‌ها عنوان دیگر نشان می‌دهد که کتاب، نقطه خوبی برای شروع تولید یک فیلم و پس از آن دیگر تولیدات فرهنگی است. رمان‌هایی که متعلق به گونه‌های مختلف داستانی اعم از فانتزی تا جنایی و علمی-تخیلی هستند. نسبت کتاب‌ها یا دیگر عرصه‌های هنر در بیرون از مرزهای مامشخص است اما در ایران معلوم نیست چرا سینماگرهای مان که متعلق به قشر روشنفکر هستند، نیم‌نگاهی به کتاب‌های نویسندگان ایرانی ندارند.

مرد آهنی و جناب‌خان

یک روز در پیاده‌رو پسرچهار سه، چهار ساله‌ای را دیدم که دست پدرش راه می‌رفت. اسباب‌بازی‌ای که دستش بود نظرم را جلب کرد. یک آدمک کوچک از شخصیت مردآهنی متعلق به دنیای کمیک‌استریپ‌های کمپانی مارول آمریکا بود. چند روز بعد در حیاط حرم حضرت عبدالعظیم(ع) در شهرری پسری هم سن و سال او را دیدم که عروسک شخصیت محبوب تلویزیونی، جناب‌خان را به‌دست گرفته‌بود. فاصله این دو عروسک یا اسباب‌بازی با هم، اندازه فاصله فرهنگ ما با غرب و شرق است. مرد آهنی را استن لی و همکارانش برای کتاب‌های مصور بچه‌های آمریکایی

در سال ۱۹۶۳ خلق کردند و قهرمانی‌ش شد برای قد علم کردن جلوی ابرمردهای شرکت رقیب یعنی سوپرمن و بت‌من. مفهوم این داستان‌ها خیلی فراتر از چند صفحه نقاشی است. لایه‌لای تمام این صفحات خوش‌رنگ و لعاب و داستان‌های پر زرق و برق، فرهنگ آمریکایی وجود دارد که برای آنان سازنده و برای ما که صاحب فرهنگ هستیم، تهدید کننده است. در مقابل، در این دنیای بدون قهرمان بچه‌های ایرانی یک تجربه موفق مثل جناب‌خان که آنچه می‌خواند و می‌گوید متعلق به این فرهنگ است، نشان می‌دهد که نیاز به قهرمان و کاراکتری داریم که ایرانی باشد. در تمام این سال‌ها نه‌فقط بعد از انقلاب حتی در دوران پهلوی وارد کننده کالای فرهنگی بودیم و بیشتر تولیدات فرهنگی‌مان هم در محتوا یا تحت تأثیر دنیای بیرون یا راضی کننده هیات داوران جشنواره‌های آنان است. نگاه هنرمندان سینما و تلویزیون و به‌طور مشخص نویسندگان و تهیه‌کنندگان باید به سمت بازار نشر و کتاب‌های ایرانی حرکت کند که درنهایت هر دو طرف سود این نگاه را خواهند برد. سینماگر از خلاقیت نویسنده خاطرات یک شخص حقیقی یا رمان نویسی که از تخیلش بهره می‌برد، استفاده می‌کند و در مقابل نویسنده ایرانی ترغیب می‌شود کتاب بهتری بنویسد. در این صورت هم بازار نشر در ایران می‌تواند تحول را به چشم خود ببیند و قدمی مثبت در ترویج فرهنگ ایرانی برداشته‌شود. زیرا کتاب خوب از دل فرهنگ خودمان نوشته می‌شود و زمانی که فیلم یا انیمیشن براساس آن کتاب ساخته شود، می‌تواند زمینه‌ساز رونق گرفتن کالاهای فرهنگی دیگری مثل لوازم التحریر، پوشاک، بازی‌های رایانه‌ای و چیزهای دیگری شود که شاید در ظاهر به یکدیگر مرتبط نباشند اما در باطن حلقه‌های یک زنجیر هستند؛ زنجیر فرهنگ ایرانی که حلقه اول آن کتاب خوب است. برای این مهم نیاز به آزمون و خطا یا نوشتن برنامه‌های کلان چند صد صفحه‌ای نداریم. این مورد حتی ارتباطی به نظام و دولت هم ندارد. روندی که سالیان درازی است در کشورهای دیگر پیگیری می‌شود و موفق بوده است. در داخل کشور نیز چندبار تجربه‌شده اما برای گسترش آن، تنها عواملی که نیاز داریم احساس تعصب روی فرهنگ بومی ایران است و این باور که می‌توانیم خودمان خالق آثار خوب و درخشان باشیم.