

جزوه چاپ و نشر

بخش اول : جزوه چاپ و نشر

چاپ : انتقال نقش از یک صفحه به صفحه دیگر را چاپ گویند

شمارگان (تیراژ) : تعداد نسخی که در یک نوبت از کتاب یا نشریه ای چاپ می شود

نوبت چاپ : تعداد دفعاتی که یک کتاب یا نشر بدون تغییر محتوا به چاپ رسیده باشد.

نوبت ویرایش : تعداد دفعاتی که محتوای یک کتاب تغییر یافته است (بخش هایی از آن اضافه ، حذف یا اصلاح شده باشد)

تعریف نشر: نشر فعالیتی است برای انتخاب، تدوین، تولید، تکثیر، توزیع و فروش نشریات، کتب و سایر محصولات حاوی اطلاعات

تاریخچه نشر:

نشر سابقه تاریخی به درازای تاریخ مکتوب بشری دارد از نقاشی و نمادهای درون غارها ، الواح گلی و ستگی ، کاغذهای پاپیروس تا به امروز که نشر دیجیتالی است . اما نشر به معنای امروزی با اختراع ماشین چاپ توسط گوتنبرگ آلمانی آغاز شد و تا به امروز ۶ تحول عمده در آن صورت گرفته است. که هر یک به سهم خود روش های نشر را تغییر داده است.

دوران تحول نشر:

دوره اول – چاپ و فروش مستقیم چاپ :

در قرن ۱۵ میلادی بعد از اختراع ماشین چاپ آغاز شد. ویژگی عمده این دوره چاپ کتاب توسط افرادی که دارای دستگاه چاپ بودند می باشد. آنها خود ، کتاب را چاپ می کردند و مستقیماً با قیمت دلخواه به خواننده و علاقه مندان می فروختند. اولین بار شخص گوتنبرگ با همکاری چند تن از اقوامش چاپ و فروش مستقیم کتاب را آغاز کرد. اولین کتاب گوتنبرگ « انجیل » بود .

دوره دوم – پیدایش کتاب فروشی مستقل از چاپخانه:

به تدریج بعضی از افراد به فکر افتادند که کتاب فروشی بزنند و چاپ کتاب های پر فروش را با هزینه خود به چاپخانه سفارش دهند و پس از چاپ ، آنها را بفروشند. این اقدام حدوداً ۲۰ سال پس از اختراع ماشین چاپ آغاز شد و تا حدود چند دهه ادامه یافت. ویژگی این دوره عبارت بود از چاپ در چاپخانه و عرضه آن در کتاب فروشی ها

دوره سوم – پیدایش اتحادیه های کتاب فروشی :

در این دوره کتاب فروشی ها به فکر افتادند که برای نشر کتاب با تیراژ بیشتر و در نتیجه هزینه کمتر با یکدیگر شریک شوند . این شرکا کتاب چاپ شده را بین خود و گاه بین کتاب فروشی های دیگر برای فروش توزیع می کردند . این دوران از اوایل قرن شانزدهم آغاز شد. ویژگی این دوره عبارت بود از تولید کتاب با هزینه کمتر و شمارگاه بیشتر توسط اتحادیه های کتاب فروشی ها

دوره چهارم – پیدایش ناشر :

در اوایل قرن ۱۸ این دوره آغاز شد که دلیل آن مطرح شدن نشر بعنوان یک فعالیت تجاری تخصصی از اواخر قرن ۱۶ بود. سرانجام اوایل قرن ۱۸ ناشران مستقل از چاپخانه و کتاب فروشی پدید آمدند که هنوز فعالیت آنها ادامه دارد. آنها با تخصص و سرمایه ای که دارند تقریباً نقش کارفرما را در نشر ایفا می کنند(ناشر از نویسنده تا خواننده را مدیریت می کنند. ناشران معمولاً سرمایه و تخصص دارند)

دوره پنجم – نشر رومیزی:

از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی با ورود کامپیوترهای تخصصی به بازار نشر رومیزی در اختیار ناشران قرار گرفت. نشر رومیزی سیستم و روشی است که در آن با استفاده از کامپیوتر شخصی (P.C) و نرم افزارهای مخصوص و چاپگر لیزری می توان حروف چینی و چاپ کتاب را انجام داد. علاوه بر آن می توان با استفاده از یک دستگاه پویشگر (Scanner) می توان تصویر را نیز به حروف چینی آن اضافه کرد و از طریق نرم افزارهای خاصی مانند Corel Draw صفحه آرایی را با کامپیوتر انجام داد. نشر رومیزی یک تحول عظیم در تولید و نشر به وجود آورد یکباره حروف چینی سنتی را تا حد نیازی منسوخ کرد.

صفحه آرای ، نگهداری نمونه های صفحه آرای و طراحی قلم حروف و در نتیجه هزینه تولید به نسبت نشر با حروف چینی سنتی کاهش قابل ملاحظه ای یافت. با این حال محصول نهایی این دوره همچنان کاغذ بود.

دوره ششم – فناوری اطلاعات:

آخرین دوره نشر کتاب است که تاکنون نیز ادامه دارد و حدوداً از اوایل ۱۹۹۰ میلادی آغاز شد. با پیدایش فن آوری ها و رسانه های نوین در این دهه دوران پنجم به ابزارهای کارآمدی مجهز گردید و به همین دلیل در تاریخچه نشر به نام دوران « فن آوری اطلاعات » نام گذاری گردید که در اواسط ۱۹۹۵ میلادی به اوج خود رسید. در این دوره ناشران با استفاده از فن آوری اطلاعات علاوه بر نشر کتاب و نشریات به صورت سنتی نشریات الکترونیکی شامل کتاب های الکترونیکی ، لوح های فشرده ، وب سایت ها ، پایگاه داده ها و نشر ایمیل یا پست الکترونیک را به وجود آوردند.

انواع نشر بر حسب مراحل انجام و محصول نهایی :

الف (نشر سنتی که خود شامل دستی و چاپی است ب) نشر الکترونیکی

مراحل نشر سنتی :

۱- ایده پردازی و پدید آوری (تالیف) ۲- ویرایش ۳- تولید ۴- نظارت بر چاپ ۵- چاپ (تکثیر) ۶- بازاریابی یا بازاریابی (معمولاً بازاریابی قبیل از تولید صورت می گیرد). ۷- توزیع (پخش) ۸- نظارت پس از پخش (بازخورد مخاطبین با نظر سنجی ، نظارت بر توزیع درست ، نظارت بر قیمت ، حق نشر یا کپی رایت)

گونه های نشر :

نشر را می توان بر حسب ویژگی های مختلف به گونه های زیر طبقه بندی کرد:

۱) نشر بر حسب هدف نگارش

۲) نشر بر حسب پدید آوری (تالیف)

۳) نشر بر حسب موضوع

۴) نشر بر حسب انتشار

۵) نشر بر حسب رسانه ی اشاعه دهنده

۱- گونه های نشر بر حسب هدف نگارش :

الف) نگارش ارتباطی (ب) نگارش خلاق

الف) نگارش ارتباطی (communication writing) :

در این گونه هدف از نگارش ایجاد ارتباط و رساندن پیام به دیگری می باشد. مثلاً یک نامه اداری ، صورتحساب ، یک کتاب درسی و... که در آنها استناد ، استدلال و واقعیت ملاک عمل یا ملاک نگارش می باشد.

ب) نگارش خلاق (Creative writing) :

در این روش هدف از نگارش بیان تصورات و تخیلات شخصی است و نگارش بعنوان یک فعالیت هنری و ادبی مطرح است. بعبارت دیگر واقعیت چندان مهم نیست . تخیل ، الهام ، تداعی معانی و فنون ادبی و هنری دخالت دارند. مانند شعر ، داستان ، سرگرمی ها

۲- گونه های نشر بر حسب پدید آوری (تألیف):

الف) تجاری (ب) درسی (ج) مرجع (د) آکادمیک (دانشگاهی) (ه) مذهبی (و) دولتی

الف) کتاب یا نشریات تجاری :

کتاب های تجاری ، مخاطبان فراوان دارد و شامل دو گروه می شود:

۱) داستان ها یا رمان ها

۲) کتب غیر داستانی مثل زندگی نامه ها ، کتب هنری ، موسیقی ، کتاب های کودکان ، آشپزی .

این انتشارات و کتاب ها به دلیل مخاطبان زیاد و سود زیادی که در آنهاست تجاری نامیده شده اند تا آنجا که بعضی از آنها را می توان در کیوسک روزنامه فروشی ها و سوپر مارکت ها یافت.

ب) کتاب های درسی :

به منظور آموزش در مورد مباحثی از یک موضوع نوشته شده اند. مانند کتاب های دوره ابتدایی ، دبیرستان . معمولاً تالیف یا ترجمه این کتاب ها برنامه ریزی شده و به سفارش ناشر و بر اساس برنامه های درسی مصوب و رسمی نظام آموزشی کشور می باشد.

ج) کتاب های مرجع :

متونی هستند که متشکل از تعداد زیادی مدخل (عناوین ، لغات و واژه هایی که منابع مرجع به کار می رود و آغاز و شروع مبحث یا معنای خاصی است می باشد.) در برابر هر مدخل نوع معینی از شرح مدخل ارائه می گردد. مثلاً در لغت نامه ها ، تلفظ صحیح ، ریشه کلمه ، معانی مختلف ، مترادف و متضاد ارائه می شود. معمولاً مدخل ها بصورت الفبایی تنظیم می شوند تا دستیابی به آنها سریع و آسان شود.

تالیف این کتب ، کارگروهی را می طلبد. سفارش و نظرات سرپرست و ناشر در پدید آوری آن ملاک عمل می باشد.

د) کتاب های دانشگاهی (آکادمیک) :

مخاطب آن دانش آموختگان و دانشجویان دانشگاهها ، استادان و بطور کلی فرهیختگان جامعه می باشند . ناشرانی که با یارانه دولتی به کار خود ادامه می دهند می توانند از عهده نشر این کتاب ها بر آیند. مانند انتشارات سمت

ه) کتاب های مذهبی :

مانند کتاب های آسمانی از قبیل انجیل ، تورات ، قرآن ، نهج البلاغه و کتاب های ادعیه که در آنها آموزش های مذهبی ، اخلاقی و تربیتی و فلسفگی گنجانده شده اند.

مؤلف باید متخصص حوزه مربوطه در قلمرو دین باشد. تیراژ این نوع نشریات با توجه به مخاطبان آن معمولاً بسیار زیاد است.

و) کتاب های دولتی :

نشریاتی هستند که بطور رسمی توسط یک نهاد دولتی یا حکومتی مانند مجلس ، قوه قضائیه و.. منتشر می گردد. شامل کتاب های قوانین ، مقررات دولتی ، اسناد دولتی ، صورت مذاکرات دولت یا مجلس و امثال آنها.

نشر این گونه کتاب ها فقط با اجازه از نهاد مربوطه صورت می گیرد لیکن برخی از آنها توسط نهادهای غیر دولتی نیز می توانند منتشر شوند. مانند کتاب های حقوق

۳- گونه های نشر بر حسب موضوع:

۱- علمی ۲- فنی ۳- علوم زیستی (پزشکی ، کشاورزی و..) ۴- علوم انسانی ۵- ادبیات ۶- هنری ۷- زبان ها و..

۴- گونه های نشر بر حسب انتشار:

الف) نشر منفرد ب) نشر گونه ای یا ژانری

الف) نشر منفرد : طرحی است که فقط انتشار یک کتاب معین و مستقل را در هر بار شامل می شود مانند انتشار یک کتاب رمان (بینوایان اثر ویکتور هوگو) یا کتب درسی مثل کتاب فیزیک سال دوم دبیرستان

ب) نشر گونه ای: نوعی طرح ریزی و سیاست انتشاراتی است که در آن یک نوع کار بصورت یک مجموعه منتشر می شود . مثلاً انتشار ۵۰ عنوان کتاب کودک به یک شکل و یک اندازه یا ۳۰ کتاب زندگینامه با یک شکل خاص در مجموعه دیگری . در نشر گونه

ای یک عنوان ثابت برای مجموعه وجود دارد و عناوین خاص برای هر کتاب

نمونه نشر گونه ای :



فَرَوَسْت : عنوان ثابت یک سلسله انتشار یا یک مجموعه انتشارات را گویند.

۵- گونه های نشر بر حسب رسانه اشاعه :

رسانه اشاعه اطلاعات در نشر عبارت است از رسانه ای که محصولات نشر در ظرف یا قالب آن تولید و توزیع می گردد.

گونه های نشر بر حسب رسانه اشاعه عبارتند از :

الف) نشر چاپی (کاغذی) ب) نشر الکترونیکی ج) باشگاه کتاب

الف) نشر چاپی(کاغذی) : همان نشر سنتی است که محصولات آن بصورت کاغذی و با نوشته هایی که توسط جوهر ایجاد شده منتر و توزیع می گردد.

ب)نشر الکترونیکی:عبارت است از نشر یک اثر بصورت دیجیتالی روی دیسک(الواح فشرده) یا در شبکه (وب سایت ها،وبلاگ ها) که اصطلاحا به آن نشر کامپیوتری نیز گفته می شود.

مزایای نشر الکترونیکی :

۱- کاهش هزینه : به دلیل حذف کاغذ ، جوهر ، چاپ ، صحافی ، حمل و نقل و...

۲- افزایش سرعت تولید

۳- امکان نشر با تیراژ (شمارگان) پایین

۴- سرعت توزیع و پخش

۵- سهولت حمل و نقل

۶- جذابیت بیشتر به دلیل چند رسانه ای بودن آن (داشتن متن ، فیلم و..)

۷- قابلیت انتخاب : مثلا انتخاب یک دستور پخت از کتاب الکترونیکی ، راهنمای آشپزی و ذخیره کردن آن در کامپیوتر خود به جای آنکه کل کتاب را ذخیره کنیم.

۸- قابلیت استفاده و قرار دادن مطلب یا متن خریداری شده در پایگاه وب سایت خود در صورت موافقت ناشر

۹- سهولت بازاریابی

۱۰ - ناشر می تواند مشخصات کامل مشتریان خود را داشته باشد و در برنامه ریزی از آن بهره گیری کند بعبارت دیگر ناشر با در اختیار داشتن لیست مخاطبان خود می تواند در صورت انتشار اثر جدید به آنها اطلاع داده و اثر خود را به فروش گذارد.

۱۱- کمک به محیط زیست (جلوگیری از قطع درختان)

۱۲ - در نشر الکترونیکی به دلیل فراهم آمدن انواع تریبون ها و امکان نشر با هزینه اندک نیاز به ناشران بزرگ نیست و گفتگوی تمدنهای و افراد مختلف آسانتر و کارآمدتر صورت می گیرد.

۱۳- حجم و فضای کمتری را اشغال می کند.

کاربرد نشر الکترونیکی به طور کلی :

الف) نشر الکترونیکی به منظور اشاعه اطلاعات ب) نشر الکترونیکی به منظور تجارت الکترونیکی

در نشر الکترونیکی به منظور اشاعه اطلاعات: هدف نشر کتاب، مقاله ، فیلم ، موسیقی یا هر نوع مطلب و مدرک است که محصول آن همان است که ارائه می شود

در نشر الکترونیکی به منظور تجارت: هدف خرید و فروش کالا یا خدمات است. در واقع محصول ، همان نیست که ارائه می شود بلکه از آن بعنوان ابزاری برای شناسایی استفاده می شود. ترکیبی از دو حالت هم امکان پذیر است.

انواع نشر الکترونیکی بر حسب ساختار :

۱-نشر دادگان(پایگاه داده ها)۲-نشر رسانگان(چندرسانه ای)۳-نشر کتاب الکترونیکی۴-نشر ایمیل(پست الکترونیکی)۵-نشر ویروس

۱- نشر دادگان : (پایگاه داده ها) :

نوع ساختار اطلاعاتی است که در آن اطلاعات به صورت سلسله مراتبی تقسیم بندی و سازماندهی می شود. نشر دادگان را می توان مشابه کتابخانه ای فرض کرد که در آن به جای کتاب و نشریه ی کاغذی ، اطلاعات کامپیوتری یا الکترونیکی وجود دارد و کاربر با جستجو در آن می تواند به اطلاعات مورد نیاز خود دست یابد.

انواع نشر دادگان به لحاظ نحوه دسترسی به اطلاعات عبارتند از :

(الف) ارتباط پیوسته (آنلاین یا مستقیم)

(ب) ارتباط ناپیوسته ، غیر مستقیم یا آفلاین

(ج) فهرست راهنما (Directory)

(د) فهرست پستی (mailing list)

تفاوت فهرست راهنما با فهرست پستی : در فهرست راهنما مشخصات تولید کنندگان کالاها و خدمات وجود دارد اما در فهرست پستی مشخصات مصرف کنندگان وجود دارد.

۲- نشر رسانگان (چند رسانه ای) :

ابرمتن یا **hyper text** را توضیح دهید: در نشر رسانگان از متن، صدا، تصویر و فیلم استفاده می شود و به گونه ای اطلاعات در آن ذخیره شده است که کاربر می تواند به آسانی به آنها دسترسی داشته باشد. ساختار چند رسانه ای بر اساس ابرمتن (hyper text) می باشد که توان قرار دادن صدا ، تصویر و فیلم را در متن نوشتاری دارد و ضمناً امکان دستیابی سریع و گشت زنی (Brow sing) در انواع منابع و مدارک مرتبط و وابسته را فراهم می کند.

لینک ها یا پیوندها نقاط فعالی هستند که قابلیت گشت زنی از یک مدرک دیگر یا سایتی به سایت دیگر را فراهم می کند. از نمونه های معروف نشر رسانگان بانک اطلاعاتی « انکارتا » می باشد که محصول شرکت « مایکروسافت » می باشد. نمونه دیگری از همین نشر رسانگان را می توان از دایره المعارف « Bitan: ca » یا « Americana » نام برد.

محاسن : عمده نشر رسانگان (چند رسانه ای) :

۱- حاوی هر چهار نوع رسانه اطلاعاتی می باشد (متن ، تصویر ، صدا و فیلم)

۲- با کلیک روی یک نقطه فعال مطلب یا اطلاعات مربوط به آن فرا خوانده می شود.

۳- قابلیت گشت زنی و دست یابی زنجیره ای در آن به انواع مطالب وجود دارد. (تقریباً شبیه تورق در کتاب های کاغذی است)

۳- نشر ویروس :

نرم افزار یا برنامه ای است که خود تکثیر می کند و بدون اطلاع کاربر به سیستم وارد می شود و در بسیاری موارد به آن آسیب می زند. ویروس معمولاً برنامه کوچکی است که به یک فایل اجرایی (EXE) متصل می شود و به محض اینکه فایل مذکور اجرا شد فعالیت خود را آغاز می کند .

هدف از نشر ویروس عبارت است از :

۱- رساندن یک پیام مختصر و کوتاه مانند ویروس چرنوبیل

۲- سودآوری با فروش آنتی ویروس های خود

۳- سرقت اطلاعات از سیستم های خاص

۴- تخریب و ضربه زدن به رقیب (رقبای اقتصادی)

۵- انتقام از طرف مقابل برای تخفیف ناراحتی خود

آشنایی با برخی اصطلاحات چاپ سنتی :

– لترپرس (Leter press) یا چاپ ملخی:

حرف : منظور از حرف در چاپخانه سنتی جسمی است که نقش یا سمبل (نماد) صوتی یک زبان برای نوشتار بر آن نقش بسته است و برای انتقال آن سمبل یا نشانه ها بر روی صفحه کاغذ یا هر چیز دیگر به کار برده می شود. این حروف را حروف متحرک می نامند چون با حرکت دادن و جابجایی آنها می توان کلمات متفاوت را ایجاد کرد.

اندازه حروف معمولا با اصلاح "پوینت" که گرفته شده از کلمه Point انگلیسی است به معنی نقطه معرفی می شود. point معیار اندازه حروف در چاپ سنتی است که در چاپ الکترونیکی با کلمه فونت (Font) معرفی می گردد. هر « پونت » سی و هفت صدم میلیمتر می باشد برای شکل حروف در چاپخانه سنتی اسامی مختلفی وجود دارد مانند : سعدی ، فردوسی . ولی در حال حاضر معروفترین شکل ها «زر» و «ایرانی» هستند.

حاشیه:نوار یا تیغه سربی با نقش های تزئینی و گل بندی است که برای صفحه بندی میان متن و دور و بر متن به کار می روند.

– رانگا:صفحه سینی نازک یا قاب چوبی یا فلزی است که حروف و حاشیه ها پس از چیده شدن در آن نظم می گیرند و نگهداری می شوند. رانگا بر دو نوع است : رانگای حروف چینی ۲-رانگای چاپ

۱- **رانگای حروف چینی :** شباهت به سینی چهارگوشی دارد که از سه طرف محدود به دیواره است و حروف در آن چیده شده و به صورت کلمات ، جمله ها و سطرها نظم می یابد و سپس به رانگای چاپ منتقل می گردد.

۲- **رانگای چاپ :** صفحه ای است شبیه به سینی یا قاب که از چهار طرف محدود به دیواره است و حروف و علائم چاپ در آن بصورت منظم چیده می شوند و بوسیله چفت (گیره) محکم می گردند به گونه ای که با تحرک و حرکت دادن آن حروف از یکدیگر جدا نمی شوند . رانگای چاپ به دستگاه یا ماشین چاپ وصول می شود و با تماس کاغذ به آن حروف و نقش ها به روی کاغذ منتقل می گردند.

فاصله: میله یا تیغه سربی است بدون نوشته ، نقش یا برجستگی که مانع از چسبیدن دو کلمه یا دو سطر به هم می شود. فاصله ها معمولا دارای سه بُعد (بلندی ، طول و عرض) هستند و از حروف و حاشیه ها کوتاه ترند . بلندی آنها در حدود ۵۴ پونت است. انواع فاصله:اشپون ، گودراد ، رگلت ، کروبل ، بابوشکا

۱- **اشپون :** وسیله ای است در اندازه های مختلف برای فاصله دادن بین سطرها . ضخامت آن دو پونت و طول آن به اندازه عرض صفحه در کتاب یا روزنامه است.

۲- **گودراد :** وسیله است که با آن جای خالی سطرها را پر می کند و در جدول چینی نیز به کار می رود.

۳- **رگلت :** نوع دیگری از فاصله است که در جدول چینی و جدا کردن دو خط از یکدیگر استفاده می شود و از این نظر هم شبیه اشپون و هم شبیه گودراد است.

۴- **کروبل:** فاصله ای است که طول و ضخامت آن به یک اندازه باشد

۵- **بابوشکا:** این قطعه بزرگ تر از گودراد و رگلت می باشد از این فاصله برای خانه های یزرگ جدول و محل های خالی صفحات که باید سفید بماند استفاده می شود.

شپسی :وسیله ای است شبیه پنس ها یا انبرک های طبی که به کمک آن حروف را در رانگای حروف چینی یا چاپ غلط گیری می کنند(حروف را خارج یا جایگزین می کنند)

– گارسه: جعبه ای ست معمولا چوبی دارای خانه خانه های کم عمق که حروف چاپی در آن قرار می گیرد. در لبه ی هر خانه علامتی است برای نشان دادن نوع حرفی که در آن است تا حروف چین بتواند به آسانی حرف مورد نظر را بردارد. معمولا در چاپخانه این جعبه بصورت کج یا پله کانی ساخته می شود.

ورساد:وسیله ای فلزی و مندرج است که حروف چین در دست چپ گرفته و حروف را بصورت کلمه و سپس جمله روی آن مرتب می کند تا سپس به رانگا منتقل نماید

بخش دوم: خلاصه کتاب « مبانی نشر کتاب »

فصل اول: از نخستین انقلاب فرهنگی ... (صفحات ۱۷ الی ۱۷)

نخستین انقلاب فرهنگی در تاریخ بشر چیست؟ اختراع خط

دومین انقلاب فرهنگی در تاریخ بشر چه نام دارد؟ اختراع دستگاه چاپ و روی کار آمدن دستگاههای چاپ که بدنبال خود ظهور مطبوعات را داشت

محدودیت‌های انتقال شفاهی چیست؟

۱- بدون تماس حضوری ممکن نیست ۲- نیازمند زمانی است که متناسب انتقال باشد ۳- محدودیت مکانی دارد ۴- بسیاری چیزها، مانند شکل، تصویر، نقشه، طرح و هر آنچه جنبه بصری و تصویری دارد، از این طریق قابل انتقال نیست. ۵- میزان و حجم انتقال از این راه بسیار محدود است ۶- در انتقال شفاهی امکان فراموشی وجود دارد

انتقال کتبی چه امتیازهایی دارد؟

۱- به زمان محدود نیست ۲- به مکان مقید نیست ۳- محدودیت حجم و میزان ندارد ۴- محدودیت یادگیری ندارد ۵- محدودیت انتقال آن به مراتب کمتر از انتقال شفاهی است.

پیدایش چاپ چه تأثیری بر اطلاعات و دانش آدمی گذاشت؟

۱. دانش و اطلاعاتی که تا آن زمان در مالکیت قشر محدودی از جامعه بود، در برابر دیدگان علاقمند قرار گرفت ۲. اندیشه‌ها با سرعت و به سهولت به میان همه مردم برده شد ۳. در نهانی را گشود و گنجینه‌های احتکار شده و پنهانی آنرا در اختیار همگان گذاشت.

چاپ چه جایگاهی در اطلاع‌رسانی دارد؟

چاپ و نشر، پیوند درونی اقوام را برقرار و مستحکم، و در میان جوامع بشری ارتباط ایجاد کرد. فرهنگها، دانشها و ذهنیتها جامعه به جامعه، نسل به نسل، کشور به کشور و قاره به قاره انتقال یافت، و پدیده تازه‌ای به نام «ارتباط جهانی» بوجود آورد.

آیا چاپ عامل اصلی پدیده «انفجار اطلاعاتی» است؟

با اختراع و رواج چاپ، تولید کتاب در اروپا و نیز تولید جهانی کتاب با آهنگی که تا آن زمان در تصور بشر نمی‌گنجید، سده به سده افزایش یافته و بنا به برآوردها و پیش‌بینی‌های محطاطانه، در پایان سده بیستم به حدود ۲۵ میلیون عنوان رسید که این رقم یکی از مصداقهای بارز انفجار اطلاعاتی است.

تعریف خط: خط یا نوشتن استفاده از نشانه‌های نموداری برای توصیف منظم زبان گفتاری است. خط تدبیر و ابزاری است برای نگاه داشتن و انتقال هر گونه پیام یا اطلاع در زمان حال و آینده

از عصر خط تا عصر چاپ:

سومریان: نخستین قومی بودند که بر لوحه‌های گلی نوشتند
بابلیان، آشورین و هیتیان: بر لوحه‌های گلی نوشتند و با گرمای خورشید یا حرارت نور می‌پختند
مصریان: پاپيروس را اختراع کردند

این سخن از کیست: چاپ رهایی دوم نوع بشر بود، رهایی از جهل: مارتین لوتر

چاپ چه جایگاهی در اطلاع‌رسانی دارد؟ با اختراع چاپ، سنت کتبی تقویت و بر دامنه، ابعاد، سرعت و امکانات افزوده شد و فرهنگ نوشتاری پدید آمد و قوام و استحکام یافت.

آیا چاپ همان نشر است؟

خیر. نشر منحصر به چاپ نیست. پس از تحولات الکترونیک و فن آوری‌های دیجیتال، چاپ دیگر تنها محمل منحصر بشر نیست و نشر می‌تواند از انواع محمل‌ها برای تکثیر استفاده کند که یکی از آنها چاپ است

فصل دوم: نشر کتاب (صفحه ۱۹ الی ۳۱)

نقش ناشران چیست (ناشر کیست): ناشران حلقه پیوندی بودند میان پدیدآورندگان از یک سو و خوانندگان از سوی دیگر؛ ناشران با اندیشه و سرمایه و تخصص خود دست نوشته های پدید آورندگان را و یا حتی فکر و پیشنهادات آنها را به اثر چاپی تبدیل و سپس در میان جامعه مد نظر خود پخش می کردند

وظایف ناشر:

- ۱- سفارش دادن آثار جدید
 - ۲- برگزیدن مناسب ترین کتاب یا پدیدآورنده
 - ۳- سفارش دادن کتاب به پدید آورندگان
 - ۴- خواندن و ارزشیابی متن اثر
 - ۵- تعیین سیاست؛ برنامه و مراحل تولید سه گانه نشر (فرهنگی؛ فنی و هنری؛ چاپی)
 - ۶- پخش گری یا توزیع؛ تبلیغ؛ عرضه و فروش اثر
 - ۷- تامین هزینه های لازم و نیروی فنی
- ارکان عمده نشر:** ۱- پدید آورنده یا گروه پدید آورندگان ۲- چاپگر یا کسی که مطالب را برای چاپ می برد ۳- ناشر ۴- توزیع کننده یا موزع ۵- مخاطب یا خواننده

محیط یا حوزه نشر چیست و حوزه هایی که می توانند بر نشر تاثیر گذار باشند کدامند؟

طبیعت دامنه دار نشر با علت ها و عوامل بسیاری در تأثیر و تأثر قرار دارد و خواه ناخواه نشر را با محیط ها و فضاهای مختلف مرتبط می سازد. حوزه هایی که می توانند بر نشر تاثیر گذار باشند: ۱- محیط اجتماعی، اقتصادی ۲- محیط آموزشی - پژوهشی ۳- محیط فرهنگی ۴- محیط سیاسی ۵- محیط علمی - فنی

عوامل موثر بر نشر: ۱- سرمایه مادی و کافی ۲- دانش فنی و مهارت های شغلی و تخصصی ۳- علاقه و دلبستگی فرهنگی ۴- آرمان و هدف ۵- تعامل مطمئن با پدیدآورندگان و عناصر تولید کننده کتاب ۶- آینده نگری و دور بینی ۷- مخاطره پذیری

نشر کتاب چیست و آیا نشر کتاب صنعت است و چه مرحله ای صنعت است:

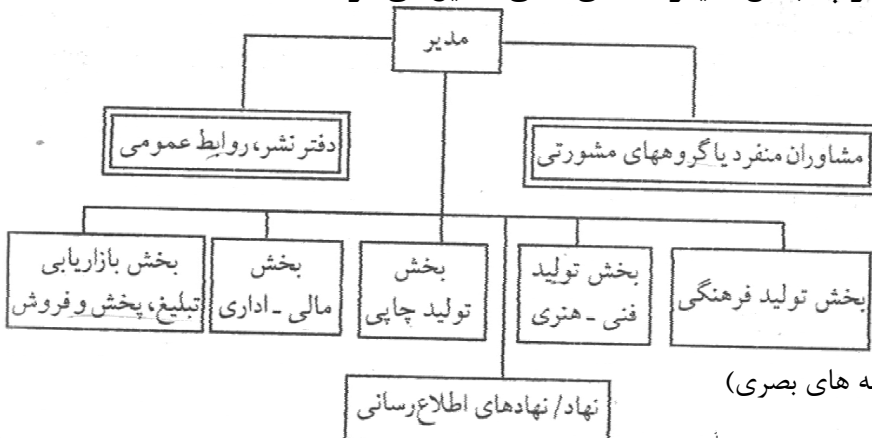
نشر کتاب به معنای تولید صنعتی کالای فرهنگی یعنی کتاب است، کتاب پس از مراحل پدید آمدن و از زمانی که روند تکثیر آن آغاز می شود ماده تولید صنعتی است و تابع قواعدی که بر صنعت تولید همه کتابهای فرهنگی حاکم است می باشد.

میان هدف های نشر و هدف های اصلی اطلاع رسانی چه رابطه ای می بینید؟

برای نشر کتاب اهداف متعددی متصور می شود از جمله اهداف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی. آنگاه که هدف از نشر کتاب اشاعه اطلاعات علمی - فرهنگی در نظر گرفته شود این هدف از نشر کتاب نوعی اطلاع رسانی محسوب می گردد حال اگر این هدف به خوبی دنبال شود به دلیل مخاطبان بسیار می تواند صنعت نشر را رونق بیشتری بخشد.

فصل سوم: ساختار موسساتی انتشاراتی (صفحه ۳۱ الی ۵۰)

ساختار یک موسسه انتشاراتی متوسط و معمولی از چه بخش ها یا واحدهای اصلی تشکیل می شود؟



الف: دفتر مدیر یا دفتر تشکیلات

ب: بخش تولید فرهنگی (ویراستاری ها)

ج: بخش تولید چاپی (تکثیر و صحافی)

ه: بخش مالی - اداری (هزینه)

و: بخش بازاریابی (تبلیغ، پخش و فروش)

ز: نهادهای اطلاع رسانی (کتابخانه و منابع انسانی)

د: بخش تولید فنی و هنری (جدول، تصاویر و جنبه های بصری)

بالاترین مقام در یک موسسه انتشاراتی کیست و نحوه گزینش آن چگونه است؟

مدیر انتشارات است وظیفه او اداره واحد است. در واحدهای دولتی و وابسته به دولت: مدیر بر اساس رای هیأت امنای انتخاب می شود و در نشر غیر دولتی: از جانب سرمایه گذاران و سهامداران انتخاب می شوند.

حالات مختلف مشورت گیری مدیر انتشارات کدام است؟

۱- ناشران کوچک و خرده با عده ای از اشخاص مورد اعتماد خود مشورت می کنند ۲- سازمانهای بزرگ و بزرگتر نسر در شوراها، گروه های تخصصی یا منفردا با رایزنان به مشورت می پردازند. ۳- ناشرانی که سیاست های انتشاراتی مشخص ندارند: تصمیم گیری در این گونه نشستها ممکن است با تاخیر و تأنی همراه باشد.

اصلی ترین واحد یا بخش مؤسسه انتشاراتی کدام است؟ نام های دیگر آن چیست؟

بخش تولید فرهنگی که گاه بخش ویرایش، ویراستاری یا آماده سازی نامیده می شود

وظیفه اصلی و معمول بخش تولید فرهنگی چیست؟

۱: بررسی و ارزشیابی پیش نویس های تحویل شده ۲: تهیه گزارش های فنی درباره آنها ۳. ویراستاری ۳: آماده سازی آثار برای چاپ ۴: تهیه نمایه کتاب

بخش تولید فرهنگی، قسمت ویراستاری در یک موسسه انتشاراتی از چه افرادی تشکیل می شود؟

۱- سرویراستار ۲- ویراستاران ارشد ۳- ویراستاران عمومی - تخصصی و موضوعی و ۴- ویراستاران یا کمک ویراستاران ۵- نسخه پردازان یا نمونه خوانان ۶- کارشناسان ویراستار برای مقاصد خاص

سرویراستار کیست و وظایف او چیست؟

ممکن است مدیر مؤسسه نشر یا مسؤل امور علمی - فرهنگی باشد که بخش تولید فرهنگی، مستقیم یا غیرمستقیم زیر نظر اوست. وظایف اصلی و عمده اوسیاستگذاری، برنامه ریزی، مدیریت، نظارت و آموزش ویرایش و نیز ارتباط با پدیدآورندگان است. در مؤسسه هایی که کتاب در مجموعه های مختلف منتشر می شود، و مسؤولیت ویراستاری هر مجموعه با یک ویراستار ارشد یا ویراستار است، سرویراستار به عنوان هماهنگ کننده عمل می کند.

ویراستاران آزاد (ویراستاران آزاد قلم): به ویراستارانی که خارج از مؤسسه نشر و در هر نقطه ای از جهان می توانند سفارش بگیرند و متن ویراسته و آماده چاپ را تحویل دهند.

سرویراستاران: سرویراستاران معمولاً از میان ویراستاران ارشد برگزیده می شوند و نظارت بر دستگاه نشر را بر عهده دارند.

ویراستاران یا ویرایشگران:

ستون های اصلی بخش تولید فرهنگی و پایه های تشکیلات نشر هستند. ویراستار در تشکیلات نشر همان نقش پزشک جراح در بیمارستان، استاد در دانشگاه یا پژوهشگر در پژوهشگاه را داراست

ویراستاران یا دستیاران ویراستار: نیروی جوانی هستند که زیر نظر ویراستاران ارشد و با تجربه تعلیم می بینند و به وظایفی چون مقابله، جست و جو، پژوهش و بررسی که حاصل صحت و دقت بیشتر متن است و نیز ویرایش های صوری و زبانی به آنان سپرده می شود.

نسخه پردازان: عنوانی است که برای ویراستاران صوری استفاده می شود.

نمونه خوانان یا مصححان یا غلط گیران: کسانی هستند که متن حروف نگاری شده در نشر که اصطلاحاً به آن «نمونه» گویند را با متن اصلی که اصطلاحاً به آن «خبر» گویند، مقابله و نادرستی ها را تصمیم و بررسی چاپ آماده می نمایند.

ویراستاران ارشد:

ویراستاران متخصص، با تجربه و با سابقه ای هستند که معمولاً در موسسه های بزرگ نشر یک یا چند ویراستار را تحت سرپرستی دارند و بر کار آنان نظارت دارند

انواع ویراستاران کتاب بطور کلی کدامند (با تعاریف) :



۱- ویراستاران تکوینی / ایجادی

۲- ویراستار تولیدی

که خود شامل : ویراستار فراهم آور، ویراستار خبرهای حقوقی ، ویراستار حین تولید فنی ، ویراستار هنر و چاپی است

۳- ویراستار بنیادی

خود شامل ویراستار ساختاری و محتوایی و استنادی یا استشهادی است

۴- ویراستار متن ویرا

به سه دسته ؛ صوری ، زبانی و اسلوبی تقسیم می شود

۵- انواع دیگر ویراستار (ترجمه ویرا، تصویر ویرا و...)

ویراستار تکوینی: از آغاز پدید آمدن اثر و از سوی ناشر با پدید آورنده همکاری می کند و طبق مفاد قرارداد به اجرا و نظارت بر کار می پردازد.

ویراستاری تولیدی: در این ویراستاری، ویراستار مواد و منابع لازم را برای پدید آمدن اثر را گردآوری و در خصوص حق نشر یا حق مولف فعالیت می کند.

اما ویراستار جنبه های تولید فنی، هنری و چاپی در دو مرحله پایانی یعنی تولید فنی و هنری و مرحله چاپی نظارت کامل را انجام می دهد.

ویراستار بنیادی (ویراستار موضوعی/ ویراستار علمی): ویراستاری است که علاوه بر تسلط بر فنون نشر و ویرایش به موضوع

اثر نیز تسلط دارد و اثر را از حیث موضوع، سندیت، اعتبار و ارزش علمی و پژوهش، ساختار، محتوا و دانش و ... بررسی می کند.

مصداق ها و زیرساخت های ویرایش ساختاری و محتوایی در ویرایش بنیادی: (مهم)

*-بازنگاری (دوباره نوشتن اثر با لحن دیگری است).

*-باز آرای (دوباره آراستن اثر بر پایه ترتیبی دیگر است).

*-دگر آرای (ترکیب بازنگاری و یاز آرای است).

*-ویرایش نامرئی (یعنی قرار دادن قلم ویراستار در اختیار طرح، اندیشه و مکنونات شخص دیگری که به هر دلیل توان نویسندگی یا قدرت نوشتن ندارد.) بعبارتی فرد دیگری اثر را ویرایش نماید.

*-تطبیق گری (متناسب ساختن اثر با موقعیت خاص مد نظر مثل تبدیل نمایش نامه به فیلم نامه و ...)

ولی در **ویرایش استنادی یا استشهادی** اثر با منابع و اسناد آن تطبیق داده می شود تا از صحت و دقت در نقل و استفاده از منابع اطمینان حاصل گردد.

در این ویرایش ویراستار بررسی داده ها (داده ها، آمار، ارقام و ... را بررسی و مطابقت می دهد) و ویراستار بررسی منابع (کسی که نه تنها گفته های مستقیم و غیر مستقیم بلکه استنتاج ها، استدلال ها و استنباط های اثر را با منابع مطابقت می دهد).

ویراستار متن ویرا (نسخه ویرا): اصطلاحی است که در برابر Copy Editor پیشنهاد می شود. معمولی ترین نوع ویراستاری

است و ۹۰ درصد ویراستاران از این دسته اند

به سه دسته: ویراستار صوری، ویراستار زبانی و ویراستار اسلوبی تقسیم می شود.

بخش تولید فنی - هنری:

وظایف بخش تولید فنی - هنری :

این بخش، اثر ویرایش شده را از بخش فرهنگی تحویل و آن را بر اساس دستورالعمل ها، راهنماها، نمادها و نشانه های لازم برای حروف نگاری آماده می سازد. جدول ها، نقشه ها، نمودارها، طرح ها و تصاویر لازم را ترسیم و در عین حال بر کیفیت فنی و هنری چاپ و نشر آثار ناشر نظارت دارد. این بخش همه اجزا و عناصر کالبدی و ظاهری کتاب را در بر می گیرد.

دیگر وظایف بخش تولید فنی - هنری ۱- طراحی جلد ۲-تصمیم گیری درباره صورت ظاهری کتاب ۳- صفحه آرای ۴-اظهار نظر درباره تجلید و صحافی

بخش تولید چاپی: تبدیل کردن صورت نهایی اثر به متن چاپی وظیفه بخش تولید چاپی است به عبارت دیگر وظیفه اش از آغاز چاپ کتاب تا پایان صحافی و شروع مرحله پخش می باشد.

بخش مالی - اداری: دو بخش مالی و اداری در موسسات انتشاراتی ضروری است که در موسسه های کوچکتر این وظیفه بر عهده دفتر دبیر انتشارات است. این بخش بیشتر پشت صحنه فعالیت می کند و فعالیت های آن زیرساختی است.

بخش بازاریابی، تبلیغ، پخش و فروش:

وظایف بخش بازاریابی و فروش:

الف: سرکشی مرتب و مداوم به مرکز عرضه و فروش کتاب

ب: اطمینان یافتن از پخش و فروش درست کتاب

ج: گزارش کردن دقیق و منظم جنبه های مثبت و منفی برای اعمال در سیاستها و تصیح آنها

د: تسلط داشتن بر بازار کتاب و یافتن بازارهای جدید

نهاد/نهادهای اطلاع رسانی:

وظایف نهاد اطلاع رسانی در موسسه انتشاراتی:

۱. تشکیل دادن آرشیو از انتشارات موسسه

۲. دنبال کردن فعالیت های خود موسسه نشر و سایر موسسه های همکار

۳. گرد آوری اطلاعات بازاریابانه، بازاریابی، صادرات و واردات کتاب

۴. دنبال کردن خبرهای مرتبط با کتاب ، نمایشگاهها محلی ، ملی و بین المللی
۵. گردآوری و روز آمد کردن اطلاعات مربوط به پدید آورندگان
۶. برقراری و گسترش تماس و ارتباط با سایر نهادها و شبکه های اطلاع رسانی
۷. انتشار گزارش های داخلی ویا احیانا خارجی درباره اطلاعات و اخبار جاری
۸. تشکیل دادن و روزآمد کردن بایگانی های اطلاعاتی موضوعی و تخصصی

فصل چهارم : مراحل و وظایف اصلی نشر کتاب (صفحه ۵۱ تا ۶۴)

چرا برای نشر کتاب سیاستگذاری و برنامه ریزی لازم است؟

ناشر براساس سیاست کلان، یا برپایه سیاست خرد خود تصمیم می گیرد که کتاب خاصی را منتشر کند یا نکند. اگر کتاب، نوشته یا ترجمه نشده باشد، باید کتاب را سفارش دهد و پس از مرحله پدیدآمدن، آن را برای نشر آماده سازد. برنامه ریزی و آینده نگری با سیاستگذاری کاملاً مرتبط است. ناشرانی که سار یاستگذاری را جدیتر دنبال می کنند، معمولاً برنامه ریزی و آینده نگری آنها هم جدیتر است.

نکات اصلی که باید در قرارداد نشر کتاب منظور شود چیست؟

۱- مشخصات کسانی که قرارداد را امضاء می کنند ۲- ویژگیهای اثر مورد قرارداد، چه از لحاظ پدیدآوردن و چه از جهت صوری و ظاهری پس از چاپ ۳- تعهدات مالی و حقوقی ناشر و پدیدآورنده در برابر هم ۵- پیش بینی زمان و احتمال بروز اختلاف نظر. (نمونه قرارداد صفحه ۳۰۵ کتاب)

معماری کتاب چیست و معمار کتاب کیست ؟

معماری کتاب ایجاد فضای متناسب با موضوع و سهولت خواندن برای خواننده است و معمار کتاب کسی است که خود دارای نظر ، سلیقه ، فکر ، اندیشه ، ابتکار و هدف است . برای آینده و تحولات فکری آینده برنامه می ریزد . تعهد مالی و مخاطره می کند و برای اجرای پیشنهادشان دانش و تجربیات خود را در خدمت پدید آورنده قرار می دهد.

در ویراستاری کتاب به چه نکاتی توجه و بر کدام آنها بیشتر تأکید می شود؟

۱. دقت و صحت مطالب متن ۲- مراعات و حفظ حقوق آثار دیگر در نقلها و ارجاعها ۳- اصالت و غیرتقلیدی و غیراقتباسی بودن اثر ۴- با معنی و مفهوم بودن مطالب، ۵- هماهنگی و یکدستی مطالب، ۶- درستی دستوری و استحکام جمله ها، ۷- صحت آمار، ارقام، سالها، نامها و املاي کلمات، ۸- شماره صفحات، ۹- سرصفحه ها، پاصفحه ها و ...

مراحل تولید فرهنگی: ۱

. بررسی، ارزشیابی، تدوین سیاست و برنامه آماده سازی ۲. ویراستاری ۳. نسخه آمایی و نسخه پردازی ۴. تهیه و تدارک واحد هایی از کتاب که وظیفه ی ناشر است ۵. بررسی نهایی و تایید انتشار اثر

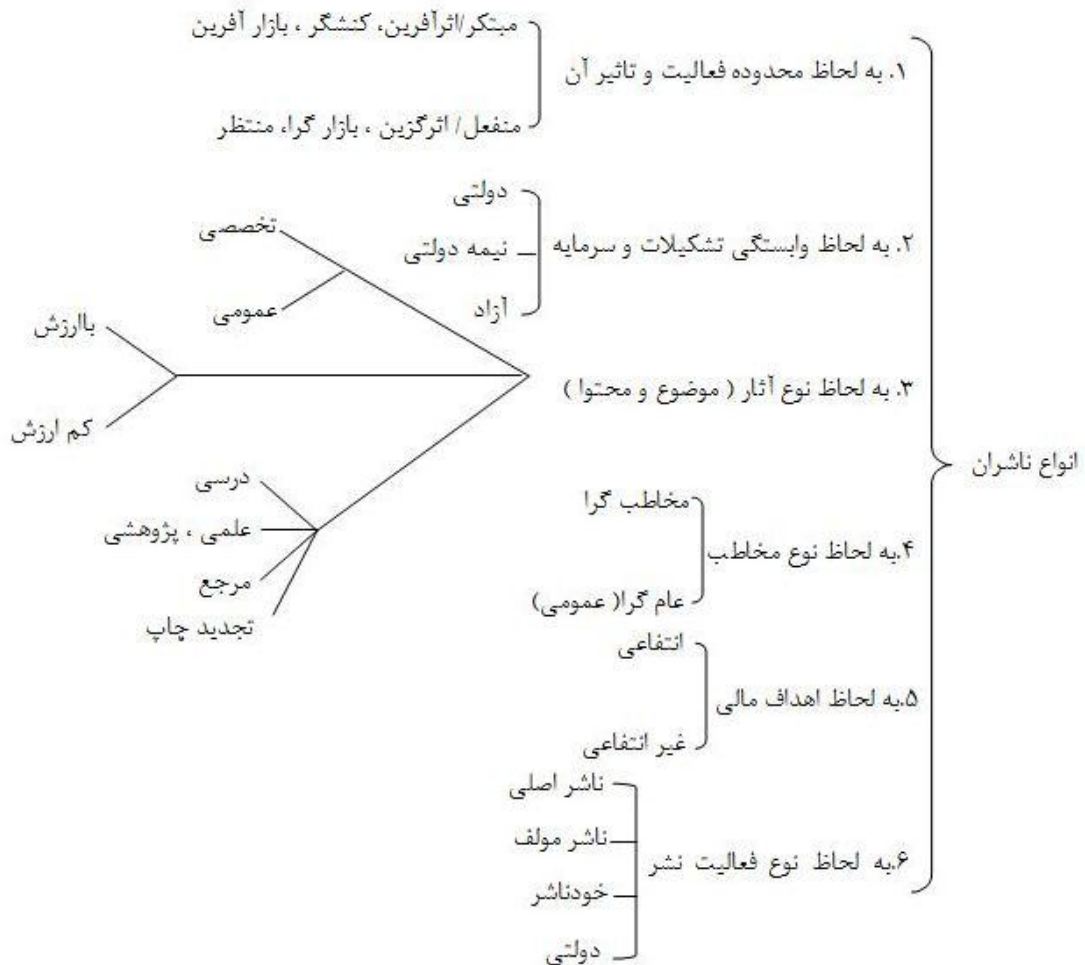
نکات مورد توجه در ویراستاری متون تالیفی:

۱. حصول اطمینان از اینکه اثر کامل است ۲. تهیه نقشه کلی یا به اصطلاح تدوین راهبرد تولید فرهنگی از سوی ناشر ۳. برآوردهای مختلف مانند زمان، نیروی انسانی و هزینه ۴. ویراستاری متن از نظر استنادی، ساختاری، موضوعی- محتوایی، علمی و ...

مهمترین مراحل تبلیغ ، پخش و فروش عبارتند از:

۱. شناسایی خریداران و خوانندگان بالفعل و بالقوه ۲. عقد قرار داد های لازم و مناسب برای پخش ۳. فرستادن اطلاعیه کتاب برای مشتریان مشترک ۴. برآورد یا محاسبه ی فروش در مقطع های معین زمانی

فصل ۵: انواع ناشران (صفحه ۶۵ الی ۷۷)



انواع ناشران به لحاظ محدوده فعالیت و تاثیر آن را بیان کنید:

ناشران دو دسته اند: الف) ناشران مبتکر/اثرآفرین، کنشگر، بازار آفرین ب) ناشران منتظر/اثرگزین، بازارگرا

الف) ناشران اثرآفرین: ناشرانی حرفه ای، فعال، اثر آفرین و تأثیرگذار هستند. آنها با فکر، طرح و پیشنهاد به سراغ پدیدآورندگان می روند. پیشنهادها و سرمایه گذاری های مادی و معنوی آنها رویداد های فرهنگی به وجود می آورد. آنها اندیشه می دهند سرمایه گذاری می کنند اطلاعات در اختیار می گذارند و خطرپذیرند و ممکن است در ازای اینها به سودهای کلانی برسند و خود و دیگران را به شهرت و اعتبار برسانند. ناشران اصیل و برجسته در کشور های پیشرفته در این گروه جای دارند. این ناشران مشاوران و ویراستاران زبده ای در اختیار دارند و از سیاست حساب شده ای پیروی می کنند.

مراحل اصلی نشر کتاب در ناشر اثرآفرین: ۱. تدوین سیاست و برنامه ۲. گفت و گو، توافق و عقد قرارداد با پدیدآورنده ۳. پدید آوردن ۴. تولید فرهنگی، فنی-هنری و چاپی ۵. تبلیغ، پخش و فروش

ب) ناشران اثرگزین: آنها به انتظار می نشینند و از میان آثاری که پدیدآورندگان با انگیزه خود به وجود آورده اند یا واسطه های کتاب معرفی کرده اند مواردی را انتخاب می کنند و انتشار می دهند. این ناشران معمولاً سیاست و برنامه ی سنجیده و تداوم عمل ندارند و نشر آنها به ناچار بازارگراست.

مراحل اصلی نشر کتاب در ناشر اثرگزین: ۱. گفتگو، توافق و عقد قرارداد ۲- تولید فرهنگی، فنی و چاپی ۳- تبلیغ، پخش و فروش

دیگر ناشران:

ناشران مخاطب گرا: ناشران مخاطب گرا سعی می کنند مخاطبان خاص خود را خوب بشناسند و حفظ کنند و به تعدادشان بیفزایند. این شناخت باعث می شود که بتوانند درباره ی ماده و موضوع کارشان خوب تصمیم بگیرند. مثلاً: ناشرانی که برای کودکان، زنان، قشرهای خاص، اقلیت های قومی، فرهنگی، زبانی کتاب منتشر می کنند.

ناشران عمومی: ناشران عمومی معمولاً در همه زمینه های نشر فعالیت می کنند. نشر عمومی نشری تجاری است و بیشتر ناشران در کشورهای در حال توسعه و از جمله در ایران در ردیف ناشران عمومی قرار دارند. نشر عمومی تأثیرگذارترین نشر است البته اگر آرمان های نشر را درست دنبال کنند.

ناشران تخصصی در یک یا چند حوزه فعالیت می کنند. ناشران کتابهای علمی، فنی، پزشکی، مذهبی، ادبی و کتابهای کودکان، ناشران تخصصی هستند. نشر تخصصی نشری حرفه ای است که در کشور های در حال توسعه امکان پیدایش و گسترش آن کمتر به وجود می آید. اصولاً هر چه نشر رونق پیدا کند به تعداد ناشران تخصصی افزوده میشود. اداره ی نشر تخصصی به مراتب ساده تر از نشر عمومی است.

ناشران با آثار با ارزش و کم ارزش: ناشرانی هستند که آثار معروف به «با ارزش و ماندگار» منتشر می کنند و ناشرانی که ارزش آثارشان «سطحی و زودگذر» است. داوری ارزش نکته ایست قابل بحث و کاملاً نسبی. در جامعه بر اساس قرارداد هایی به آثار مختلف ارزش های متفاوتی نسبت می دهند یا مثلاً بر اساس میزان تأثیری که آثار مستقیمی در پیشرفت و ارتقاء سطح علمی، فرهنگی و پژوهشی می گذارد، درباره ارزش آنها داوری می کند. ارزش آثار به نوعی تابع نظر و سلیقه خوانندگان است و هر چه سطح توقع خوانندگان بر اثر رشد فرهنگی بالاتر رود سطح ارزش آثار هم ارتقا پیدا می کند.

ناشران انتفاعی: هدف ناشران انتفاعی از نشر کتاب، منفعت و فروش کتاب است. ادامه کار و فعالیت آنها در گرو فروش کتاب و بازگشت سرمایه است. در واقع ناشر انتفاعی محض، ناشری است که به هر کتابی به عنوان کالایی فرهنگی نگاه می کنند که سود بیشتری نصیبش کند. با توجه به دامنه تأثیرشان در جامعه، با ارزش هستند و در نشر موفق تعداد ناشران انتفاعی زیاد است.

ناشران غیر انتفاعی: با سرمایه ای کار می کنند که صاحبان آن سرمایه، سرمایه خود را به خاطر سود بردن وارد کار نشر نکرده اند. مثل مؤسسات خیریه، نهاد های وقفی، مذهبی، عقیدتی و تبلیغی که همه این مؤسسات دولتی هستند.

ناشران آزاد/تجاری: بزرگترین و مؤثرترین ناشران، به این دسته تعلق دارند و اکثر ناشران جهان را تشکیل می دهند. آنها کتابها را با سرمایه ی خصوصی و با پذیرفتن خطرات مالی منتشر می کنند و سعی می کنند که راه را بر نشر کتابهای خود باز کنند. گاهی سرمایه ی آنها به یک یا چند شرکت یا سهام دار تعلق دارد. آنها معمولاً در قالب شرکت های خصوصی فعالیت می کنند. اکثر ناشران ایران را ناشران آزاد تشکیل می دهند.

ناشران دولتی و وابسته به دولت:

ناشران دولتی، شرکتی است انتشاراتی که بیش از ۵۰ درصد سرمایه یا سهام آن متعلق به دولت است. **ناشر وابسته به دولت:** ناشری است که کمتر از ۵۰ درصد از سهام یا سرمایه آن به دولت تعلق داشته باشد. در کشور هایی که دولت بخواهد نشر بارزتری داشته باشد چه به صورت مثبت، مثلاً قصد ترویج و ارتقا علم و فرهنگ را داشته باشد و چه به صورت منفی، مثلاً بخواهد عقاید حزب یا گروه خاصی را اشاعه دهد، نشر دولتی فعالتر است.

مهمترین عوامل ناکامی ها و زیاندهی نشر دولتی:

- نداشتن انگیزه های اقتصادی
- پایین بودن سطح و کیفیت مدیریت
- نبودن یا کمبود انگیزه های فرهنگی، علمی و فردی در مدیران و کارکنان
- ناپایداری سیاسی و تغییر سلیقه ها و سیاست مؤثر بر مؤسسات نشر
- تعویض حساب نشده مدیریت ها

- گسستن پیوند های نزدیک میان دستگاه نشر دولتی، جامعه، محافل علمی و فرهنگی
- حذف عامل مؤثر و محرک رقابت آزاد و بهره مندی از سیاست های نادرست رایانه ای

ناشران کتاب های درسی: ناشرانی هستند که برای مراکز آموزشی کشور در سطوح مختلف کتاب منتشر می کنند. این ناشران را به چند دسته می توان تقسیم کرد که مهمترین آن ها عبارت اند از:

- آن دسته از سازمانهایی که رأساً متن را تدوین و منتشر می کنند. مثل (سمت)

- آن دسته که متن آماده شده را تحویل و سپس منتشر می کنند. مانند ناشرانی که همکار دولت در کار نشر کتاب درسی اند.

- ناشرانی که از قبل کتابهایی را منتشر کرده اند نه به قصد کتاب درسی ولی بعداً کتاب آنها به متن درسی تبدیل شده است.

ناشران کتابهای علمی - پژوهشی: عمده ترین ناشران علمی - پژوهشی دانشگاه ها، پژوهشگاه ها و مراکز علمی - فرهنگی هستند. هدف آنها انتشار کتابهای دانشگاهی و کتابهایی که برای تحصیلات و تحقیقات دانشگاهی مناسب است، می باشد و همچنین ترویج علم و دانش و معرفت بالا بر سطح علمی است. انتشار کتابهای دانشگاهی ممکن است انتفاعی، نیمه انتفاعی یا غیرانتفاعی باشد که بیشتر بستگی به سیاست های آنها دارد. این نشر ویژگی های عمده ای نیز دارد، از جمله:

- کتابهایی در سطح بالا منتشر می کنند؛
- سنت های قوی در نشر و روشها و رویه های جا افتاده ای دارن؛
- ضوابط متعارف جهانی را مد نظر دارند و رعایت می کنند؛
- از ویراستاران با تجربه و توانایی بر خوردارند؛
- اصول و شیوه های مخصوص به خود دارند که گاهی ناشران دیگر نیز از آنها تقلید می کنند.

ناشران کتابهای مرجع: هزینه ی تولید و انتشار این نوع کتابها بسیار سنگین است چون ابزارهای اصلی کسب اطلاعات دقیق و از نخستین منابع پژوهشی هستند. ناشران این کتابها فقط می توانند یک یا چند نوع از کتابهای مرجع را منتشر کنند و از عهده هر ناشری هم بر نمی آید. به خاطر تحولات الکترونیکی نشر کتابهای مرجع دچار تغییر شده و به خاطر سرعت و سهولت بازیابی اطلاعات در منابع مرجع، تدبیرهای الکترونیکی در این منابع به کار گرفته می شود.

ناشران آثار تجدید چاپی: این ناشران فقط سراغ کتابهایی می روند که قبلاً چاپ شده باشند. فیلم، زینک یا حقوق کتاب های قدیمی را می خرند و کتابها را از قید تعهداتی که دارند آزاد می کنند و معمولاً در ویرایش ارزان قیمتی منتشر می کنند.

ناشران همکار: این ناشران با سرمایه گذاری های مشترک یا همکاری خود پدیدآورنده کتاب، کتاب را منتشر می کنند. آنها علاقه مندند که خودشان کتاب هایشان را منتشر کنند و سودش هم نصیب خودشان بشود. ولی چون برای نشر، سرمایه، تسلط فنی و یا فرصت کافی برای کار ندارند؛ از این رو با ناشر همکار شریک می شوند و با بستن قراردادی اثرشان را منتشر می کنند. ناشران همکار در آمریکا و اروپا فعالترند.

خودناشران: این ناشران با استفاده از فناوری های جدید پردازش، نرم افزار ها، شبکه های معرفی، تبلیغ، ترویج و فروش آثار خودشان را برای نشر آماده می کنند و گاهی هم مستقیماً به فروش می رسانند. رواج نشر الکترونیکی و فروش اثر از راه اینترنت از عوامل مؤثر در ترویج خودناشری است. یکی از راه های ترویج آزادی بیان و ارتباط مستقیم پدیدآورنده و خواننده هم هست.

عواملی که دامنه عمل نشر را وسیع یا محدود می سازد: ۱. نگرش دیدگاه و سیاست انتشاراتی ناشر ۲. امکانات فنی ۳. میزان نوع سرمایه گذاری مادی و معنوی

تفاوت خودناشران با نشر مولف چیست: خودناشران علاوه بر سرمایه گذاری به دانش ها و فنون نشر مجهز می شوند و در مقام ناشر و با برخورداری از دانش و تخصص او به نشر می پردازند ولی ناشر مولف ها به کسانی گفته می شود که سرمایه لازم برای انتشار اثر خود را تامین می کنند و بانی نشر آن می شوند اما همه کارهای فنی نشر را دیگران با سرمایه او انجام می دهند. (بعبارتی خودناشران از صفر تا ۱۰۰ کار را انجام می دهند ولی ناشر مولفان سرمایه و نوشته از خودشان است ولی بقیه کارها مانند چاپ و نشر و فروش را به کس دیگر واگذار می کنند)

فصل ششم: تاریخچه نشر کتاب (صفحه ۷۹ الی ۸۹)

تحول نشر با چه عواملی پیوند نزدیکی دارد ؟

۱- تغییر و تحولات فرهنگی که بر فرهنگ جامعه و مردم تاثیر عمیق می گذارد. ۲. تغییر و تحولات فنی که معمولاً شیوه تکثیر را دگرگون می سازد

نخستین کسی که بعد از گوتنبرگ او را در تاریخ نشر می توان نام برد، "یوهان رینمان" است او نخستین ناشر واقعی است چون هیچ کتابی را خود چاپ نکرد.

پدیده کتاب جیبی :

یکی از پدیده های مهم عصر نشر کتاب در سده ۲۰، انتشار کتابهای جیبی است. انتشار کتاب در قطع جیبی با شمارگان وسیع و قیمت ارزان سرفصل مهمی در تاریخ نشر کتاب است.

مارشال مک لوهان می گوید: کتاب جیبی، انقلابی در عادات خواندن به وجود آورد. این انقلاب برخی از تمایزات سنتی بین روشنفکران و گروههای بی فرهنگ را از میان برداشت.

در کشورهای انگلیسی زبان، به کتابهایی که در قطع جیبی و در قطع بزرگتر با کاغذ کاهی و جلد نرم منتشر می شود، اصطلاحاً paperback (جلد کاغذی) می گویند. عبارت «انقلاب جلد کاغذی» در زبان انگلیسی به انتشار، فروش و مطالعه گسترده کتابهای جیبی اشاره دارد.

تاثیر کتابهای جیبی در صنعت نشر کتاب عبارت اند از:

- ۱- بازارها و خوانندگان جدیدی برای کتاب یافته شد؛
 - ۲- موضوعها و مباحث تازه ای از این طریق به میان خوانندگان مختلف راه یافت؛
 - ۳- کتابهای جیبی در دوره های خاصی تاثیر زیادی بر اقتصاد کتاب و نشر گذاشته است؛
- اختراع الفبا و رواج آن، خط را محمل نشر قرار داد.

سه انقلاب یا تحول پیاپی در نیمه دوم قرن بیستم که بر همه جنبه های زندگی بشر از جمله نشر اثر گذاشت:

- ۱- انقلاب در ارتباطات ۲- انقلاب در اطلاعات ۳- انقلاب در الکترونیک

فصل هفتم: چاپ و حروفنگاری (صفحه ۹۱ الی ۱۰۵)

ریشه لغوی چاپ : چهپه

تعاریف چاپ :

تعریف عام: انتقال نقش از وسیله ای به وسیله دیگر

تعریف خاص انتشاراتی: به مجموعه عملیاتی گفته می شود که متن خام را به اثر درخور انتشار بر رسانه کاغذی مانند کتاب ، مجله ، روزنامه و.. تبدیل می کند

تعریف اخص: به معنی تکثیر یک نسخه آماده شده برای انتشار می باشد

مراحل چاپ در معنای خاص انتشاراتی کدام است : ۱- تحویل گرفتن خبر(ماکت آماده چاپ) ۲- آماده سازی خبر برای چاپ(تهیه طرح ، تصویر ، نقشه ، جدول و عکس) ۳- حروفنگاری و صفحه آرایی ۴- نمونه خوانی ۵- بازبینی آخرین نمونه ۶- صفحه آرایی و تنظیم نهایی ۷- لیتوگرافی ۸- بازبینی نمونه اوزالیدی ۹- چاپ ۱۰- صحافی ۱۱- مراحل پایانی و تحویل دادن اثر چاپی.

لیتوگرافی چیست ؟ مراحل آن را نام ببرید؟

به مجموع مراحل که ماکت یا متن حروفنگاری شده ، صفحه آرایی شده را فیلمبرداری می کند و ماکت را روتوش ، کنتاکت و روی صفحات زینک ظاهر می کند گویند. مراحل لیتوگرافی : ۱- تهیه فیلم ۲- رتوش ۳- مونتاژ ۴- تهیه اوزالید ۵- کپی یا زینک

تفاوت حروف نگاری و حروف چینی چیست؟ در حروفچینی: حروف چاپی را از حروفدان بر می دارند و کنار هم می چینند و از چیده شدن حروف، کلمات، عبارات، جملات، سطرها و صفحات تشکیل می شود ولی در حروف نگاری حروف غالبا با رایانه زده می شود

واحد اندازه گیری حروف چاپی **point** است.

پونت، سیسرو، گودرات چیست و چه اندازه هایی دارد؟

در واحدهای اندازه گیری حروف چاپی هر پونت ۰/۳۷۶ میلیمتر است. هر ۱۲ پونت یک سیسرو (یعنی تقریبا ۴/۵ Cm) هر ۴ سیسرو، یک گودرات (حدود ۲ Cm) را تشکیل می دهد. در نظام های جدید هر ۱۲ پونت یک پیکا است.

مقصود از حروفچینی گرم و سرد:

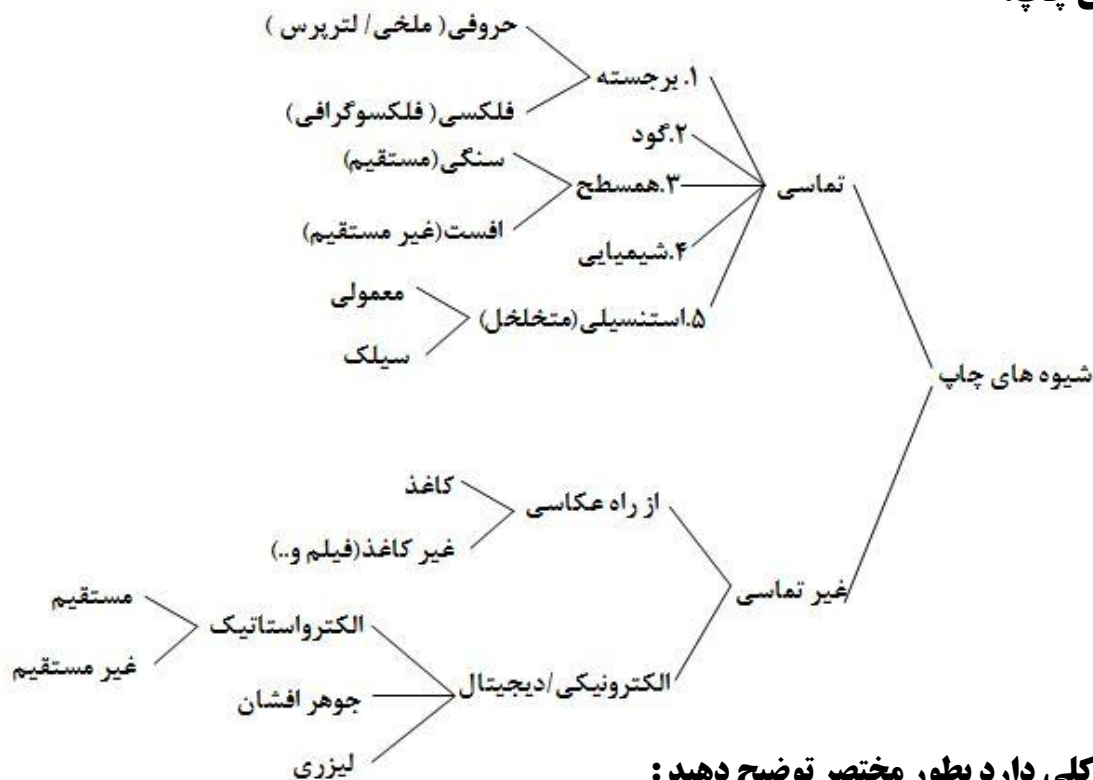
مقصود از حروفچینی گرم استفاده از ماشین هایی است که حروف چاپی فلزی در آنها به کار می رود و حروفچینی سرد استفاده از ماشین هایی است که حروف از راه عکاسی چیده می شود و حروف فلزی چه مذاب چه غیر مذاب در آنها کاربرد ندارد.

حروف چاپی فارسی به پنج نوع تقسیم می شود:

- ۱- نازک: نازک یا معمولی که در متن استفاده می شود. حروف متن کتابی که می خوانیم، نازک است.
- ۲- حروف سیاه: که برای عنوان های اصلی و فرعی و نیز برجسته کردن کلمه، اصطلاح یا عبارتی کوتاه به کار می رود.
- ۳- حروف سایه دار یا توخالی
- ۴- ایرانیک که به اسامی حروف کج، تابیده، خوابیده و مورب هم معروف می باشد.
- ۵- تزئینی که کاربردش بیشتر جنبه هنری، تفننی و آرایشی است و بیشتر تابع ذوق و سلیقه کتاب آراست تا ملاحظات فنی.

فصل هشتم: شیوه های چاپ (صفحه ۱۰۷ الی ۱۲۲)

نمودار شیوه های چاپ:



چاپ چند شیوه کلی دارد بطور مختصر توضیح دهید:

دو نوع: تماسی و غیر تماسی

۱- تماسی: تماس لازم است مانند باسمه و مهر

شیوه های چاپ از نوع تماسی پنج نوع اند: ۱. برجسته که خود نیز دونوع است حروفی و فلکسو ۲. گود ۳. همسطح یا مسطح که به دو نوع تقسیم می شوند. سنگی و افست ۴. شیمیایی ۵. استنسلی

۲- غیر تماسی: تماس لازم نیست مثل عکاسی که نور به صفحه حساس شده می تابد و چاپ های دیجیتالی که عمل انتقال میان دو صفحه یا سازوکارهای الکترونیکی است. چاپ های غیر تماسی این امکان رودارند که بر سرعت تکثیر بیفزاید. شیوه های چاپ از نوع غیر تماسی دو نوع اند: ۱. از راه عکاسی ۲. الکترونیکی یا دیجیتالی

انواع چاپ های تماسی

۱. چاپ گود ۲. چاپ برجسته ۳ همسطح ۴. شیمیایی ۵. استنسیلی

تفاوت چاپ گود و برجسته چیست:

چاپ گود که به چاپ گراووری یا فرورفته نیز معروف است. در این شیوه قسمت های گود سطح گراوور را به مرکب آغشته و قسمت های صاف را پاک می کنند و سپس سطح آماده شده را به سطح چاپی انتقال می دهد ولی در چاپ برجسته مرکب یا رنگ از خطوط، کلمات و نشانه ها یا سطوحی که از اطرافش برجسته تر است به سطح دیگر منتقل می شود.

- چاپ همسطح: به چاپ مستوی نیز معروف است. در این شیوه، رنگ از وسیله ای یا رویه ای مسطح به رویه مسطح دیگری انتقال می یابد.

الف) چاپ سنگی: چاپ سنگی که اروپائیان به آن لیتوگرافی می گویند، یکی از شیوه های نسبتاً قدیمی چاپ همسطح است. روش کار این است که مطلب را روی کاغذ لعاب داده با مرکب چرب مخصوص می نویسند.

چاپ سنگی حدود ۱۲۵۱ ه. ق. نخست در تبریز و سپس در تهران و حدود ده سال بعد در اصفهان دایر شد. چاپ سنگی اکنون منسوخ است.

ب) چاپ افست: یکی از شیوه های چاپ همسطح است که با انواع گوناگونی از ماشینهای مختلف انجام می گیرد. اصول و روش هر یک از این ماشین های افست با هم مشترک هستند و هم اکنون رایج ترین، کارآمدترین و سریع ترین شیوه چاپ است. مخترعان چاپ افست، چاپ گران آلمانی اند.

- چاپ شیمیایی: عمل انتقال نقش به کمک کنشها و واکنش های شیمیایی است. اگر نقش ثبت شده بر صفحاتی در برابر تابش پرتوخاصی ظاهر شود مانند مرکب های نامرئی که با نور آفتاب نمایان می شود، از نوع چاپ شیمیایی است

- چاپ استنسیلی: در این شیوه مرکب یا رنگ از میان پرده ای نازک و ظریف و متخلخل به سطح دیگری منتقل می شود و نقش را بر آن چاپ می کند

چاپ سیلک اسکرین: که به آن چاپ متخلخل نیز می گویند. اکنون در همه جا و همچنین در کشور ایران کاربرد بسیار گسترده و اقتصادی دارد. نوشته ها و نقشه ها روی انواع مواد سخت مانند سنگ چوپ، شیشه، لاستیک و پلاستیک و انواع مواد نرم مانند پارچه، کاغذ، مقوا، چرم و غیره و حتی بادکنک به روش سیلک اسکرین است. انواع کارت جشنها و عروسی ها و بسیاری از مواد تبلیغاتی کاربرد دارد. معنای تحت اللفظی سیلک اسکرین، پرده ابریشمی است. انعطاف پذیری بالا و تنوع رنگ هایی که در آن بکار می رود از جمله عواملی است که باعث رواج بسیار گسترده آن شده است.

دستگاه چاپ ملخی (لترپرس) چه کارگردهای ویژه ای دارد که هنوز در چاپخانه ها مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. تاریخ زدن روی کاغذ ۲. ایجاد خط تا برای برش راحت تر ۳. پرفراژ زنی با شماره مسلسل ۴. قطع و برش ۵. قالب زنی برای ساخت جعبه

انواع چاپ های غیر تماسی:

چاپ از راه عکاسی: برخی از صاحب نظران فن چاپ عقیده دارند عکاسی نوعی روش چاپ است. به عقیده آنان همان کاری را که مرکب و رنگ در شیوه ها و در دستگاه های چاپی می کند، نور در عکاسی روی کاغذ یا هر ماده ای حساس شده دیگری از جمله فیلم صفحه شیشه ای و مواد دیگر انجام می دهد.

در عکاسی نقش و تصویر بر اثر برخورد تاب های نور به کاغذ های مخصوصی که نسبت به نور حساس است، به آن منتقل می شود.

چاپ الکترونیکی یا دیجیتالی: چاپ الکترونیکی پس از رواج رایانه و کاربرد الکترونیک در عرصه چاپ به سرعت در حال گسترش است. این شیوه به سه دسته تقسیم می شود

۱. روش الکترواستاتیک که خود نیز به دو دسته روش مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می شود. این روش بر اثر خاصیت الکتریکی قطب های مثبت و منفی عمل می کند. در روش مستقیم بازبر اساس خواص الکتریکی تصویرمستقیما بر کاغذ های که از نظر شیمیایی حساس شده است انتقال می یابد.

۲. روش جوهرافشان: در این روش ذره های مرکب با دستگاه پاشانه (افشانه) مرکب مخصوص را بر صفحه کاغذ و درجه های معین که رایانه تعیین می کند، می پاشاند.

۳. روش لیزری: تصویر به پیکسل تقسیم می شود و به وسیله دستگاه از حالت نوری به سیگنال الکتریکی تبدیل می گردد و به دستگاه چاپگر انتقال می یابد. گردونه چاپگر که در برابر نور حساس است تصویر را می گیرد و به کاغذ انتقال می دهد

فصل نهم: انقلاب الکترونیکی و چاپ و نشر (صفحه ۱۲۵ الی ۱۳۷)

نشر الکترونیکی چیست؟

نشر الکترونیکی به همه فناوریها و چگونگی استفاده از ابزارهای الکترونیکی اطلاق می شود که در خدمت چاپ و نشر، انتشار آثار، در معنای جدید و از راه شبکه های اطلاعاتی رایانه ای است .

نشر الکترونیکی چه فرقی با نشر رایانه ای دارد؟

در نشر الکترونیکی ، نشر یک اثر بر روی دیسکت یا شبکه انجام می شود و همزمان مخاطبین زیادی می توانند به آن دسترسی پیدا کنند ولی در نشر رایانه ای اثر مورد نظر را با استفاده از یک چاپگر می توان به چاپ رساند . بعبارتی دیگر در چاپ الکترونیکی از چاپ و کاغذ استفاده نمی شود ولی در چاپ رایانه ای کاغذ و چاپ کاربرد دارد.

نشر الکترونیکی چه چالشهایی عرضه داشته است؟

تأثیر زیادی در روند تغییرات بر همه روندها و مراحل معمول چاپ و نشر می گذارد و معلوم نیست که در آینده چه پیامدهای تازه ای به بار می آورد. از طرفی مردم همه ابعاد آن را به درستی نمی شناسند و تصور روشنی از تحولات دیگری که در آینده رخ خواهد داد ندارند.

نشر بنا به نیاز (POD) و پیامدهای آن :

منتشر کردن یا چاپ و تکثیر کردن اثر به تعداد لازم ، درخواست شده ، و نیز از هر رسانه ی ممکن که درخواست کننده بخواهد از طریق اثری که در رایانه آماده و انباشت شده است را نشر به نیاز گویند

۱. صرفه جویی در زمان مراحل نشر ، ۲. صرفه جویی در هزینه ها ۳. صرفه جویی در کاغذ و ابزار های مصرفی ۴. صرفه جویی در وقت خواننده ۵. امکان تماس مستقیم میان پدید آورنده و خواننده ۶. حذف عوامل غیر لازم و سود جو از روند نشر ۷. امکان تجدید نظر مداوم پدید آورنده و روز آمد کردن اثر ۸. مجال دادن به تکثیر موضوع ها و مباحث ۹. امکان دسترسی جهانی و نشر در هر نقطه که ابزار لازم آن باشد

تجهیزات اصلی لازم برای نشر الکترونیکی کدام است؟

۱. رایانه شخصی (برای حروف نگاری، پردازش و اطلاع آمایی)

۲. چاپگر (برای ثبت کردن نوشتار و نقش بر کاغذ)

۳. اسکنر (برای انتقال شکل و تصویر به محیط رایانه ای)

۴. نرم افزار (برای استفاده در حروف نگاری، طراحی، صفحه آرایی و ویرایش، پردازش و وظایف دیگر)

پدیده چندرسانه ای چیست و چه کاربردی در آموزش و پژوهش دارد؟

انباشتن اطلاعات بر مواد مختلف، از جمله لوح سی دی و بازیافتن آن با سرعت و کیفیت عالی، ظهور پدیده چندرسانه ای بود. در واقع چندرسانه ای پدیده ای است که در آن یک رسانه با عواملی مانند متن، تصویر و صوت و فیلم ترکیب می شوند. این پدیده فصلی نو در زمینه آموزش، پژوهش و انتقال اطلاعات است. انتشار کتابهایی که سی دی به همراه دارند، یا سی دی های همراهی که خود به خود تماسهای اینترنتی را برقرار می سازد و به خواننده کتاب مجال پژوهشهای گسترده تر را می دهد، ساده ترین نوع چندرسانه است .

چرا نخست‌ناشران به خودناشری علاقمندند؟

الف) فرار از منفعت‌جویی‌های شماری از ناشران
ب) داشتن آزادی بیان و ارتباط مستقیم با خواننده
ج) مشکلاتی که بر سر راه نویسندگان جوان و کسانی که می‌خواهند آثار خود را برای اولین بار منتشر نمایند.

فصل دهم: سیر اجمالی و تحول چاپ (صفحه ۱۳۹ الی ۱۵۵)

اختراع چاپ را به چه قومی نسبت می‌دهند؟ چین

برای چاپ چه عناصری ضروری است:

الف) عناصر مادی: ۱- کاغذ ۲- مرکب و رنگ ۳- سطوح منتقل‌کننده ۴- سطوح واسطه
ب) عناصر ضروری چاپ: ۱- اطلاعات ۲- نوشتار و نقش ۳- انتقال

نخستین کسی که حروف متحرک را برای چاپ ساخت:

پی شنگ بود که این حروف از گل بود

چه کسی نخستین ماشین چاپ با حروف متحرک را ساخت و اولین کتاب چاپی او چه نام داشت:

گوتنبرگ آلمانی با حروف برنجی ساخت. اولین کتاب او انجیل نام داشت

سه شیوه مهمی که در پیشرفت و تحول صنعت چاپ موثر بود؟

۱- چاپ گوتنبرگ ۲- چاپ افست ۳- چاپ الکترواستاتیکی و مغناطیسی

چاپ با صفحات حکاکی شده در ایران از چه دوره حکومتی بوده است؟ دوره ایلخانیان مغول و بصورت انتقال نقش از

صفحه چوبی حکاکی شده بر روی کاغذ با همت خواجه رشیدالدین فضل‌اله همدانی صورت گرفت

نخستین کتاب چاپی در ایران در کجا بود؟

به زبان ارمنی و در جلفای اصفهان چاپ شد

چرا چاپ مدرن در ایران در جلفای اصفهان آغاز شد؟

۱- علاقه شخصی شاه عباس ۲- محیط آزاد در جلفا برای فعالیت‌های مذهبی ۳- تشکیلات و ارتباط کلیسای ارمنی با اروپا

میان وقایع جنبش مشروطه و تاریخ چاپ نشر در ایران چه ارتباطی هست؟

بیانیه‌ها و اعلامیه‌های سیاسی در سالهای انقلاب مشروطیت، در خارج از کشور چاپ می‌شد و مخفیانه به ایران می‌آمد و در میان گروه‌هایی از مردم توزیع می‌شد. بعضی از گروه‌های سیاسی یا عقیدتی، فعالیت‌های چاپشان را به خارج از کشور منتقل کرده بودند. تاثیر فعالیت این گروه‌ها، از لحاظ تاریخ چاپ مهم است. در ضمن ارتباطات اجتماعی و تاثیری که رسانه‌های کاغذی چاپ شده در افکار عمومی و سیر تحولات سیاسی اجتماعی داشتند مرحله کاملاً تازه‌ای در تاریخ ایران آغاز گردید.

در کنار فعالیت‌های سیاسی، فعالیت‌های علمی و فرهنگی نیز در خارج از کشور جریان داشتند ایرانشناسان خارجی و محافل دانشگاهی و پژوهشی به تحقیق درباره تاریخ و فرهنگ ایران مشغول بودند و آثار خود را به زبانهای مختلف از جمله فارسی در خارج از کشور چاپ و نشر می‌کردند. هر آنچه در آن سالها خارج از ایران چاپ و وارد کشور شده، به سهم خود تاثیر سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، علمی و تاثیرهای دیگری داشته است.

* موسسه انتشاراتی فرانکلین با سرمایه‌گذاری و مشارکت مالی و سیاسی عده‌ای، چاپخانه عظیم و مجهزی به نام چاپخانه افست یکی از بزرگترین چاپخانه‌های ایران و منطقه را تاسیس کرد.

* نخستین چاپخانه سال ۱۲۳۳ ق در عصر عباس میرزا و چاپخانه ایست که با حمایت او در تبریز دایر شده و با حروف "سربی ریخته‌ای" کار می‌کرده است.

* سرعت، دقت، سهولت، ارزانی نسبی حروفنگاری با رایانه سبب شد که حروفچینی دستی از بازار چاپ ایران تقریباً به کلی رخت بربندد.

فصل یازدهم: کاغذ و مرکب (صفحه ۱۵۷ تا ۱۷۱)

واژه کاغذ: خارتس، قرطاس، پاپيروس

کاغذ را تعريف كنيد؟

کاغذ نوعی بافته گیاهی است؛ ورقه‌ای نازک که از خمیر کردن خرده‌های مواد گیاهی، مانند پوست و چوب درخت، پارچه و پنبه ساخته می‌شود.

مراحل اصلی تولید کاغذ:

۱- خرد کردن چوب ۲- خمیر کردن ۳- شستشو ۴- خشک کردن و فشردن

اشکال عرضه کاغذ:

۱- لوله ای (رولی یا بوبینی) ۲- ورقه (بندی). هر بند ۵۰۰ ورق دارد.

نخستین قومی که کاغذ را ساختند: مصریان که کاغذ پاپيروس را از نی خیزران ساختند

نخستین مرکز کاغذ سازی اسلامی: شهر سمرقند که توسط اسرای چینی به مسلمانان آموخته شد

مهمترین ماده ای که در کیفیت کاغذ تاثیر دارد و عامل گره خوردن الیاف می شود لینین نام دارد

معیارهای ارزیابی کیفیت کاغذ برای انتخاب و مصرف:

وزن، جنس، ضخامت، سختی و استحکام، شفافیت، رنگ، خراب کاغذ، کیفیت تاخه، دانه

مصارف چاپی: کتاب، روزنامه، مجله، جلد کتاب

کاربرد غیر چاپی: دستمال کاغذی، کارتن

۱. براق / گلاسه

۲. مات

وزن: (بر اساس هر متر مربع) از ۵۰ گرمی تا ۱۱۰ گرمی

تا خوردن: از نیم ورقه تا ۴/۵ ورقه

رفتار

انواع کاغذ به لحاظ

در اصطلاح فرنگی به کاغذ دوورقی «فولیو»، چهارورقی «کوارتو»، به هشت ورقه «اوکتاو» می‌گویند.

رفتار مطلوب کاغذ افست:

کاغذها به لحاظ واکنش یا رفتارهای مختلف نامگذاری می‌شوند و بیشتر در چاپ افست این نام گذاری ها مد نظر است . این رفتارها عبارتند از : ۱. صاف و تخت باشد ۲. از زیر ماشین ها راحت بگذرد ۳. دچار لرزش و انحراف نشود (چروک نشود) ۴. پُرز ندهد ۵. به اندازه کافی مرطوب باشد (شکننده نباشد) ۶. در برابر رطوبت بیشتر مقاومت داشته باشد ۷. مواد شیمیایی آن در حدی باشد که به خود کاغذ آسیب نرساند یا با مواد دیگر ترکیب نشود ۸. در مرحله چاپ به سرعت خشک شود ۹. مرکب پس ندهد ۱۰. به میزان کافی انعطاف بپذیرد ۱۱. به هنگام برش ناصاف بیرون نیاید.

واحد شمارش کاغذ در چاپ و نشر: بند است که یک بسته ۵۰ ورقه است

مرکب را تعريف كنيد؟

به ماده سیاه رنگ یا رنگینی می‌گویند که روی کاغذ یا ماده چاپی دیگر اثر می‌گذارد یا نقش می‌بندد یا بوسیله آن پیا بصورت شکل، تصویر یا نوشتار در می‌آید.

مواد اصلی مرکب :

۱- رنگ دانه ها ۲. مایع یا حلال یا ماده چرب روغنی که رنگ دانه ها در آن حل می شود و به شکل مایع ، خمیر یا پودر می تواند استفاده شود

انواع مرکب بر اساس خواص :

۱. مرکب هایی که ویژگی بصری (کیفیت رنگ) مد نظر است ۲. مرکب هایی که برای سازگاری با دستگاهها و روش های چاپ تولید می شوند ۳. مرکب هایی که چسبندگی آنها مد نظر است (سازگار با سطح اثر پذیر) مانند کاغذ یا پلاستیک ۴. مرکب هایی که ثبات و مقاومت آنها بیشتر مد نظر است ۵. مرکب هایی که سرعت خشک شدن آنها بیشتر مد نظر است

بهترین مرکب برای چاپ چه ویژگی هایی دارد ؟

۱. متناسب با سرعت دستگاه چاپ و میزان بازده خشک شود ۲. در برابر آفتاب ، گرما ، عامل های جوی ، نور ، سایش و فرسایش مقاوم باشد ۳. دارای جلوه های بصری باشد (خوشرنگ ، خوشخوان و خوشنما)

فصل دوازدهم : صحافی و قطع کتاب (صفحه ۱۷۳ تا ۱۸۲)

تعریف صحافی و عمده دلایل صحافی :

صحافی به معنای به هم پیوستن و قرار گرفتن برگ های چاپ شده در پوششی محافظ است.

عمده دلایل صحافی: ۱. پیشگیری از پراکندگی برگه ها ۲. دوام بیشتر ۳. زیبایی

مراحل عمده صحافی :

۱. تازدن ۲. قرار دادن لت ۳. بررسی ۴. اتصال /وصالی ۵. برش ۶. تجلید ۷. روکش

لت را تعریف کنید ؟

تک برگگی است که جدا از فرم چاپ و تهیه شده باشد و معمولاً شامل تصاویر ، نقشه ها و.. و بزرگتر از قطع کتاب است و سپس در فرم جای می گیرد.

شیوه ها یا انواع اتصال در صحافی :

۱. منگنه وسط یا مفتول وسط مثل مجله ها

۲. منگنه بغل یا مفتول بغل مانند مجله ها و جزوه های کم قطر

۳. ته فلزی که معمولاً برای تک نسخه ها یا شمارگان بسیار محدود و غیر حرفه ای کاربرد دارد و ممکن است از جنس سیمی یا پلاستیک باشد

۴. ته چسب : مثل کتاب های کم قطر ، مصرفی و ارزان قیمت

۵. ته دوخت : که برای کتاب ها و آثار چاپی با پوشش ضخیم استفاده می شود و بسیار محکم و با دوام است

انواع جلد :

۱. چرمی ۲. مقوایی ۳. شومیزی ۴. سولوفون ۵. چوبی

انواع جلد های چرمی رایج :

جلد میشنی: به جلدی می گویند که از میشن (پوست گوسفند) ساخته می شود

جلد تیماجی: از تیماج (پوست بز) ساخته می شود.

جلد خرمی: از خرم (پوست گوساله) به دست می آید.

جلد ساغری: از ساغر (پوست اسب، استر، الاغ) ساخته می شود.

انواع قطع کتاب :

۱. جیبی (۱۱ × ۱۵) ۲. پالتویی (۲۱ × ۱۲) ۳. رقعی (۲۱ × ۱۴) ۴. وزیری (۲۴ × ۱۷) ۵. رحلی (۲۹ × ۲۱)
 ۶. خشتی : هر کتابی که طول و عرض صفحات کاغذ آن مساوی یا تقریباً مساوی باشد.
- از میان قطع‌های کتاب دو قطع رقعی و وزیری رایج‌ترین قطع‌ها در ایران است.

انواع تا کدام است؟

۱. ساده ۲. فانوسی ۳. آکاردوئی ۴. کرکره ای

فصل سیزدهم : پخشگری ، تبلیغ ، کتابفروشی (صفحه ۱۸۳ تا ۱۹۹)

پخشگری را تعریف کنید :

فعالیتی است که کتاب چاپ شده کاغذی را با وسایل حمل و نقل از ناشر یا چاپخانه تحویل می‌گیرد و به کتابفروشی یا محل مصرف دیگر اطلاع می‌دهد ، سفارش می‌گیرد و آن را تحویل می‌دهد.

ویژگی های یک پخشگر خوب کدام است؟

۱. شناخت کالاهای فرهنگی و ماهیت آنها ۲. شناخت تولید کنندگان کالاهای فرهنگی ۳. شناخت مصرف کنندگان کالاهای فرهنگی ۴. شناخت وضعیت بازار تولید و مصرف کالاهای فرهنگی ۵. شناخت یاست ها و روش های پخش کالای فرهنگی ۶. آگاهی از چگونگی پخش در فرهنگ ها و کشورهای دیگر ۷. آگاهی از تاثیر فعالیت خود در فرهنگ جامعه

انواع پخشگر به لحاظ دامنه و گستره فعالیت:

۱. بین المللی ۲. قاره ای ۳. اختصاصی یک یا چند زبان خاص ۵. تخصصی موضوعی ۶. عمومی

روش های معمول پخش آثار چاپی :

۱. قطعی ۲. امانی

عمده ترین راه های تبلیغ کتاب :

۱. عرضه خوب کتاب به لحاظ ظاهری ۲. معرفی کتاب توسط رسانه های گروهی مانند رادیو ، تلویزیون ، روزنامه ، مجله ، دیوار کوب ۳. فرستادن نسخی رایگان برای صاحب نظران و استادان ۴. معرفی توسط مأمور فروش بوسیله فهرست ها و بروشورها ۵. پیش فروش ۶. عرضه در نمایشگاهها ۷. اهدا بعنوان جایزه به نقادان و خوانندگان ۸. استفاده از شیوه های دیگر مانند باشگاه کتاب

فصل چهاردهم تا بیستم:

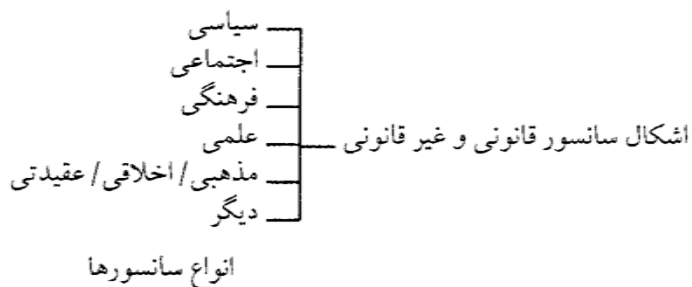
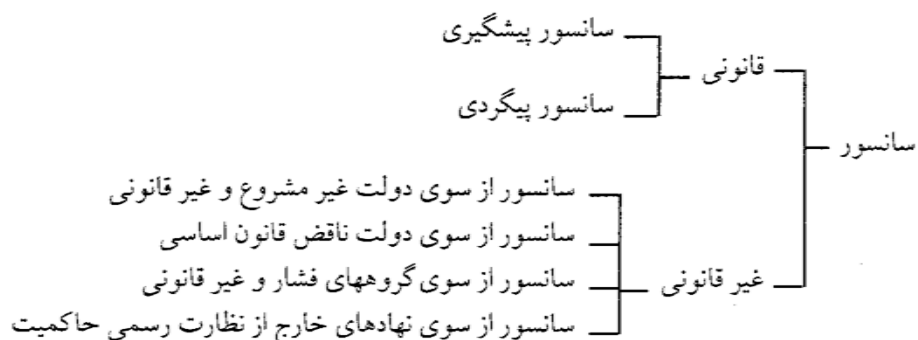
دو روش کلی بر آورد محاسبه هزینه های نشر کتاب :

۱. محاسبه هزینه براساس مراحل نشر کتاب مانند پدیدآوری، تولید فرهنگی ، تولید فنی ، تولید چاپی ، پخش و بازاریابی
۲. محاسبه هزینه بر اساس تفکیک هزینه های ثابت و متغیر نشر کتاب (هزینه های ثابت مانند حق التالیف یا ترجمه ، ویرایش ، نمونه خوانی ، صفحه آرایی ، نمایه سازی ، لیتوگرافی و ..) . هزینه های متغیر مانند کاغذ ، صحافی ، پخش ، حمل و نقل و روش دوم محاسبه هزینه دقیق تر است.

سانسور را تعریف کنید؟

هر گونه سیاست یا روشی که نه تنها اعمال ، بلکه انگیزه های اعمال بشر را در ابراز عقاید ، اندیشه ها ، احساسات و سایر مکنوناتش (آنچه در درونش قرار دارد) با نوعی محدودیت روبرو سازد.

نمودار انواع سانسور را رسم کرده و سانسور پیشگیری و پیگردی را توضیح دهید؟



انواع سانسورها

سانسور پیشگیری: از روش‌های پیش از چاپ، نشر و ارسال پیام است.
در سانسور پیگردی: از روش‌های قانونی تعقیب است و کسی که قانون را نقض کرده باشد تعقیب و مجازات می‌گردد.
روش‌های سانسور پیگردی با رویه‌های قانونی سازگارتر است تا روش‌های پیشگیری

کتاب جلد سفید را توضیح دهید؟

کتاب‌هایی هستند که اجازه انتشار پیدا نکرده‌اند و مخفیانه با جلد‌های ساده و بدون طرح بیشتر به رنگ سفید و با محتوایی قالب‌سیاسی به میزان زیادی منتشر می‌شدند (سال ۱۳۵۷)

حق نشر و انواع آن:

حق نشر که به آن کپی‌رایت هم گفته می‌گویند حقوق پدیدآورنده (نویسنده، تدوین‌گر، شاعر، آهنگ‌ساز، نقاش و...) را به رسمیت می‌شناسد مشروط به اینکه اثر اصالت داشته باشد و از آثار گذشتگان و دیگران استفاده غیرمجاز نشده باشد.

انواع حق نشر:

الف) حق مادی: مزد زحمت پدیدآورنده است که می‌تواند امتیاز آن را خود داشته باشد یا به دیگری واگذار کند. مثل تجدید چاپ

ب) حق معنوی: که به آن حق اخلاقی نیز می‌گویند مانند اینکه اثر او به نام خودش شناخته شود و دیگر آنکه هر گاه خواست آن را تغییر یا اصلاح دهد بدون اجازه او این کارها صورت نگیرد.
حق مادی قابل واگذاری و انتقال است ولی حق معنوی قابل واگذاری نیست.

دو شاخص عمده کتاب خوانی کدامند؟

۱. شمارگاه کتاب ۲. تعداد مراجعه به کتابخانه و امانت کتاب

نخستین شرکت خصوصی انتشار کتاب در ایران با معیارهای جدید چه نام دارد؟

شرکت ملی طبع کتاب که افراد معروفی مانند محمد قزوینی و محمد علی فروغی با آن همکاری داشتند

موانع و دشواری های نشر به نقل از صاحب الزمانی کدامند؟

۱. گرانی قیمت کتاب و عدم علاقه مردم به مطالعه ۲. بی توجهی به حقوق مولفان و مترجمان ۳. نبودن منابع مطالعه و ضعف کتابشناسی ۴. کمی تنوع کتاب ۵. نبودن نویسندگان و مترجمان حرفه ای ۶. نارسایی سرمایه گذاری ناشران ۷. عدم تفکیک ناشر و کتابفروش ۸. نبودن طرح و برنامه جامع نشر ۹. عدم تفکیک تخصصی انتشار ۱۰. نبودن مشاور مطبوعاتی ۱۱. کمی شمارگان ۱۲. کندی سرعت فروش

ناشر شناسی چیست و دو راه عمده آن را بنویسید؟

شناخت ویژگی های اصلی و عمده ناشران از دیدگاه کتابداران و اطلاع رسانی ها
دو راه عمده : ۱- شناخت مستقیم و بی واسطه ۲- شناخت غیر مستقیم یا باواسطه

در قرارداد کتاب چهار فصل وجود دارد آنها را ذکر کنید؟

فصل اول: مشخصات طرفین و موضوع قرارداد

فصل دوم: تعهدات صاحب اثر

فصل سوم: تعهدات ناشر

فصل چهارم: سایر موارد