

معلومات خود در زمینه زبان و ادبیات فارسی پرداخت و بویژه درباره فولکلور و اشعار عامیانه پژوهشهای ژرفی به عمل آورد. به هنگام بازگشت مجموعه بزرگی از اشعار عامیانه و ترانه‌ها و ضرب‌المثله و کلمات قصار که گردآوری کرده بود با خود به روسیه برد و با نام نمونه‌هایی از اشعار عامیانه ایران انتشار داد و این اثر مورد توجه محافل علم و ادب، بخصوص خاورشناسان قرار گرفت.

از دانشمندان برجسته خاورشناس روسی یکی هم پروفیسور میلر است که درباره زبانهای باستانی فلات ایران پژوهشهای چشمگیری به عمل آورد و در این راه قدمهایی برداشت. این دانشمند با همکاری زلمان در رشته‌ی زبانشناسی ایرانی آثاری آماده و منتشر کرد. در این ایام کتابی نیز درباره لهجه‌های کاشانی

کلاسیک تدریس گردید. در همین سال در مرکز خاورشناسی شهر غازان نیز فعالیتهای ایران‌شناسی آغاز شد و در سال ۱۲۸۰ هجری قمری (۱۸۶۳ م.) برای اولین بار از طرف پروفیسور کرتویچ تدریس زبانهای اوستانی و فارسی میانه و انتشار آثار کهن میخی دوران هخامنشی آغاز گردید.

یکی دیگر از دانشمندان مشهور ایران‌شناس روسی والینتین ژوکوفسکی است (۱۹۱۸-۱۸۵۸ م.). که همتای شرقشناسان شهری چون زلمان و کوشویچ بوده است و به کار تدریس زبان و ادبیات کلاسیک و جدید فارسی پرداخته و از خود متتهای درسی و پژوهشی فراوانی درباره زبان و ادبیات فارسی به یادگار گذاشته است. وی در سال ۱۳۰۰ هجری قمری (۱۸۸۳ م.) مسافرتی به تهران کرد و مدت سه سال در پایتخت ایران ماند و به تکمیل

## اندیشه انتشارات دانشگاهی

کتابهای اساسی مانند کتاب مقدس، دستور زبان لاتین و سالنما (almanac) چاپ و توزیع کنند. هیچکس ادعا نمی‌کند که این هدفهای اولیه اکنون نیز به قوت خود باقی هستند. انحصارات یا از بین رفته‌اند و یا بقدری مقید شده‌اند که قادر نیستند کسی را تحت فشار بگذارند.

ناشران تجارتي بر سر تهیه انواع متون و کتابهای مرجع دانشگاهی با قیمتهای مناسب با یکدیگر رقابت دارند. تهیه کاغذهای امتحانی، بولتن خبرهای داخلی، دستور جلسات هیئت علمی و تأمین چاپ نفیس برای اینگونه کارهای روزانه و موقتی دانشگاهی و عرضه آنها در محدوده دانشگاه، اگرچه ممکن است خدمتی به دانشگاه باشد ولی در خارج از دانشگاه اهمیت چندانی ندارد. امروزه مؤسسه انتشارات دانشگاهی - اگر نخواهد مثل هر ناشر و چاپچی دیگری شمرده شود - باید توجیه تازه‌ای برای فعالیت خود بیابد.

اینکه مؤسسات نشر دانشگاهی چه می‌توانند بکنند و چه نمی‌توانند بکنند به طور عمده مربوط به ساخت اداری و مالی آنهاست. مثلاً مؤسسات انتشاراتی دانشگاههای امریکایی، بدون استثنا، از نظر مالی مستقیماً از طریق تخصیص بودجه سالانه توسط دانشگاههای خود اداره می‌شوند. این درجه از یکپارچگی

مؤسسه انتشارات دانشگاهی مؤسسه‌ای است که به کار نشر یا چاپ، یا هر دو، می‌پردازد و متعلق به دانشگاه است و زیر نظر آن اداره می‌شود. بر این تعریف تأکید بیش از حد نباید داشت، زیرا ممکن است ترتیباتی که در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم توسط دانشگاه کمبریج داده شد خارج از این تعریف قرار گیرد. این ترتیبات مبنی بر مشارکت دانشگاه با مؤسسات تجارتي بود که مسئولیت عمده اداره کار را به عهده داشتند. معیار اساسی در کار مؤسسه نشر دانشگاهی آن است که انگیزه کارش مصلحت دانشگاه باشد؛ مصالح آکادمیک را بر منافع تجاری مرجع شمارد و به یک معنی در خدمت دانشگاهی باشد که نامش را بر خود دارد. امروزه يك مؤسسه انتشارات دانشگاهی به چه معنی می‌تواند ادعا کند که چنین معیارهایی را مراعات می‌کند؟ به نظر می‌رسد سابقاً در انگلیس مؤسسات انتشاراتی دانشگاه به این دلیل تأسیس می‌شدند که دانشگاهها را از انحصارگریهایی که به وسیله بنگاههای تجاری و اعضای «شرکت انتشارات» (Stationers Company) به ضرر دانشگاهها اعمال می‌شد، حفظ کنند. دانشگاههای آکسفورد و کمبریج با به دست آوردن فرمان سلطنتی توانستند عملاً «انتشارات» خود را تأسیس کنند و بدون تخطی قانونی به حقوق انحصارگراها در زمینه «مذهب، آموزش و علوم»،

به قلم شرقشناس مشهور ژوکوفسکی و کتابی درباره لهجه‌های سمناوی به قلم استاد خائیکوف منتشر شد. همچنین پژوهشهای سودمند دیگری نیز منتشر شد.

یکی از مراکز مهم ایران‌شناسی و تدریس زبان و ادبیات فارسی در روسیه تزاری «انستیتوی خاورشناسی لازاروف» در مسکو بود که به گفته آکادمیسین اوربلی، از بهترین مراکز ایران‌شناسی روسیه بوده است.

در انستیتوی خاورشناسی لازاروف ایران‌شناسی حایز اهمیت فراوانی بود و ایران‌شناسان مشهوری مانند: میلر، کورس، کریمسکی، نظریان، امین، کانانف، بداغوف و دیگران فعالیت می‌کردند و به تعلیم و تدریس می‌پرداختند. تدریس زبان قدیم، فارسی میانه و جدید از مواد درسی روزانه و جزء برنامه اصلی این

بنگاه علمی بود. در سایه فعالیت خاورشناسان نامبرده انستیتوی لازاروف یک نسل تازه خاورشناس تربیت کرد که سرشناس‌ترین آنان عبارت بودند از: بار تولد، سمیونوف، برتلس، روماسکوویچ، میلر، فریمان، مار و مینورسکی که همگی تعلیم دیده این انستیتو بودند و هرکدام از ایشان به نوبه خود در کارهای خاورشناسی، بویژه ایران‌شناسی خدمات برجسته‌ای کرده است و دست به یک سلسله کارهای تازه و جدی زده و فی‌الجمله موفق نیز بوده است. نسل خاورشناسان پس از انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ شوروی دست پروردگان همین دانشمندان بوده‌اند.

مالی با دانشگاه مادر به آنها اجازه می‌دهد تا در موقعیت دانشگاهها به عنوان مؤسسات غیر انتفاعی سهمیم و از پرداخت مالیات بر درآمد معاف باشند. در مقابل، آنها اخلاقاً متعهدند که از معاملاتی که بیشتر جنبه تجاری صرف و سودآوری دارد، مانند چاپ کتابهای درسی، پرهیز کنند. در غیر این صورت شرکتهای تجاری رقیب، بحق مدعی می‌شوند که رقابت مؤسسات نشر دانشگاهی، به دلیل کمک هزینه‌ای که می‌گیرند، غیر منصفانه است. در بعضی مواقع کمک مالی دانشگاه چندان مستقیم نیست، بدین معنی که دانشگاه موقوفه‌ای را به مؤسسه تخصیص می‌دهد و مؤسسه به اختیار خود از درآمد آن استفاده می‌کند.

در استرالیا راه ارتباطی غیر مستقیم‌تری پذیرفته شده است و آن واگذاری اداره کتابفروشی دانشگاه به مؤسسه انتشاراتی است که منافع حاصل به مصرف امور انتشاراتی مؤسسه خواهد رسید. مؤسسات انتشارات دانشگاهی سابقه دار در بریتانیا قادرند از محل درآمد خودشان و با اعتبار خود، بی‌آنکه از دانشگاه مستمری بگیرند، خود را از نظر مالی اداره کنند. تمام مؤسسات انتشاراتی دانشگاههای بریتانیا مشمول مالیاتهای معمول هستند (بجز کارهای چاپی معدودی که مسلم شود برای استفاده در داخل دانشگاه انجام شده است) و مجاز به چاپ کلیه کارهایی هستند که

نشر آنها توسط هیئت مدیره شان تصویب گردیده است. معمولاً یک مؤسسه انتشارات دانشگاهی اصیل، جدا از دانشگاه موجودیت قانونی ندارد. دعوی حقوقی اخیر بر سر انتشار انجیلی که قسمتی از مدارک دعوی در آن به زبان لاتین بود، با صدور حکم رسمی دادگاه مبنی بر اینکه این دعوی توسط «رئیس، رؤسای» دانشکده و استادان دانشگاه آکسفورد و رئیس، رؤسای دانشکده و استادان دانشگاه کمبریج» اقامه شده است، اعتبار بیشتری یافت. مؤسسه انتشاراتی مانند سایر دپارتمانها و فعالیتهای داخل دانشگاهی توسط کمیته دانشگاه (در اصطلاح آکسفورد «نمایندگان منتخب» و در اصطلاح کمبریج یا هاروارد «سندیکا») اداره می‌شود. اکثریت اعضای این هیئتها را معمولاً اعضای ارشد، اعم از مسئولان آموزشی یا اداری دانشگاه مادر، تشکیل می‌دهند؛ ولی سیستم انتصاب بسته به مقام انتصاب کننده (مجمع عمومی اعضای علمی و یا شورای داخلی مدیران یا قائم مقام آنها) و مدت انتصاب (مادام‌العمر یا برای چند سال) و اینکه مشاوران، بویژه مشاوران مالی، از خارج دانشگاه آورده شده باشند یا نه، فرق می‌کند. در مورد شیوه اجرای دو وظیفه مشخص که هیئت مدیره برای اجرای آنها تشکیل شده، تفاوت حتی بیشتر از این است. نخست اینکه باید مانند یک هیئت مدیره معمولی عمل کند و در مورد

اعضای هیئت مدیره است؛ البته این در صورتی است که مقصود هیئت مدیره این نباشد که کارها را صرفاً به انتشارات داخلی محدود کند.

از این رو مؤسسه انتشارات دانشگاهی تقریباً مانند یک «طرح امانی» (تراست) توسط مدیران و کارمندی اداره می شود که هیچ گونه نفع مالی از موفقیت‌های مؤسسه نمی برند و در صورت شکست، حداکثر، توییح می شوند. سهامداران یا غایبند و یا دور هستند، حسابهای مؤسسه انتشارات دانشگاهی کمربج خصوصی است و فقط سالی یک بار در مورد آن با نمایندگان هیئت مالی دانشگاه مشورت می شود. «سود سالانه سهام» مرتب نیست، با اینهمه، چنانچه منابع مالی مؤسسه تماماً درگیر نگهداری یا توسعه کسب نباشد، جهت بر طرف کردن بعضی نیازهای دانشگاه، مانند تأسیس کتابخانه جدید یا برقراری رشته‌های جدید کمکهای ویژه‌ای را می توان از مؤسسه انتشارات انتظار داشت. چنین ساختی برخوردی مطلوب و دراز مدت نسبت به پروژه‌های انتشاراتی به وجود می آورد. نقاط ضعفی که در این رابطه می بایست از آنها اجتناب کرد فقدان واقع بینی و عدم درک فوریت‌های کار است.

برخورد ویژه مؤسسات انتشارات دانشگاهی که از طریق آن می توانند یا می توانستند ادعا کنند که مؤسساتی مخصوص هستند، با سه فعالیت نمایان می شود. اولاً مؤسسه به عنوان وظیفه می پذیرد که به نشر کارهای تحقیقی که تقاضای بسیار محدودی دارند بپردازد. فهرست نشریات، مؤسسات انتشاراتی کوچکتری که مستقیماً از دانشگاه‌هایشان کمک هزینه می گیرند شامل تعداد زیادی از این آثار است. مؤسسات نشر تجارتي به چنین آثاری «چپ چپ» نگاه می کنند، زیرا هزینه تولید هر نسخه بقدری بالاست که نمی توان قیمتی مناسب و در حد توان خریداران بالقوه برای آنها تعیین کرد. به عبارت دیگر این نوع کارها نیازمند کمک هزینه‌ای است که ممکن است یا از اختصاص بودجه مستقیم تأمین گردد و یا ناشر ضرر حاصل را بپذیرد.

ثانیاً مؤسسات انتشاراتی دانشگاهها همچنین عادت کرده اند که کتابهای خود را به مدت بیشتری در انبار نگهدارند و دوره‌های کسادی را بسیار بهتر از ناشران تجارتي تحمل کنند. این دوباره نوعی کمک هزینه محسوب می شود. اگرچه ممکن است محاسبه بر اساس قیمت روی جلد کتاب نشان دهنده سود باشد، لیکن این سود، اگر هم حاصل شود در درازمدت به وسیله هزینه‌های اضافی انبارداری و انجام سفارشات کوچکتر منتفی خواهد شد.

جریان امور انتشارات به عنوان يك مؤسسه تجارتي، توسعه و توقف برنامه‌ها و تخصیص منابع، تصمیمات کلی اتخاذ کند. دوم اینکه به عنوان هیئت ویراستاران باید تصمیم قطعی درباره انتشار و یا عدم انتشار دستنویس بگیرد. این دو وظیفه در اغلب مؤسسات نشر از یکدیگر تفکیک شده اند. ممکن است حتی دو هیئت (هیئت مدیره و هیئت ویراستاران) وجود داشته باشد که در این صورت بعضی از افراد در هر دو هیئت عضو باشند. با اینحال در دراز مدت این دو وظیفه نمی توانند جدا از یکدیگر باشند، مخصوصاً در مورد مؤسسات انتشاراتی دانشگاههایی که تنها منافع مادی مورد نظرشان نیست، اگرچه جهت بقای خود و انجام کارهای مثبت نباید منافع مالی را ندیده بگیرند. مؤسسه‌ای که تحت سلطه هیئت مدیره تجارتي است بزودی صلاحیت «دانشگاهی» خود را از دست خواهد داد، و اگر بدون توجه به دستورات این هیئت مدیره تجارتي عملی کند، استقلال مالی خود را خیلی زود از دست می دهد.

از يك هیئت علمی متشکل از استادانی که به تدریس و تحقیق تمام وقت مشغولند و نمی توانند مثلاً بیش از سه ساعت در هر پانزده روز به مسائل انتشارات بپردازند، نمی توان انتظار راهنمایی‌های مداومی را داشت که بدون آنها جریان امور نظم نخواهند یافت. تصمیمات مربوط به خط مشی کلی احتمالاً در مورد موقعیت‌های خاصی که هیئت مدیره با آنها روبروست اتخاذ می شود. حتی در مورد مسائل ویراستاری و قبول یا رد کتاب، ابتکارات و واکنشهای هیئت مدیره، هر چند فعال و خلاق باشد، با عدم اطمینان همراه است و معمولاً وجود يك انگیزه خارجی برای تجلی آنها ضروری است، و بندرت به صورتی طبیعی از مشی کلی انتشار ناشی می شود. تداوم و انگیزه فقط می تواند از طریق مسئولین و متخصصین چاپ و نشر که مسئول اداره روزمره انتشارات دانشگاهی هستند ارائه شود.

از آنجا که مؤسسه کاملاً متعلق به دانشگاه است، مسئولین نیز همانند اعضای هیئت کنترل نمی توانند منفعت مالی در آن داشته باشند. آنها اغلب حتی عضو هیئت مدیره نیستند، بلکه مدیران حقوق بگیري هستند که در صورت جلب اعتماد هیئت مدیره می توانند صرفاً به عنوان اعضای دائمی بر روی ماهیت و جهت کار مؤسسه نفوذ واقعی داشته باشند.

کمال مطلوب این است که هیئت مدیره نه به عنوان کمیته‌ای مرکب از متخصصان، بلکه به عنوان يك هیئت داوری متشکل از افراد کاردان به ارزیابی پروژه‌های گوناگونی بپردازد که توسط مسئولانی ارائه می شود که گستره تخصص‌شان گسترده تر از

ثالثاً مؤسسه انتشارات دانشگاهی باید بتواند تا حدودی کمال جو باشد و شیوه‌ها و تکنیکهای جدید و استانداردهای مبتکرانه‌ای برای چاپ، ویرایش و تولید ابداع کند. موضوعات تازه و نیز روشهای جدیدی برای مطالعه موضوعات قدیمی وجود دارد که بدون دسترسی به کتابها ارائه آنها امکانپذیر نیست.

مؤسسه انتشارات دانشگاهی قبل از اطمینان از بازار باید آماده باشد که به تولید کتاب اقدام کند. مؤسسه باید نسبت به روشهای جدید عرضه کتاب حساس باشد و به اندیشه‌هایی که در جهت اصلاح قابلیت آموزشی کتاب ارائه می‌شود و به نوآوری‌هایی که برای مؤثرتر بودن تصویرگری کتاب انجام می‌شود میدان دهد. اغلب مؤسسات انتشارات دانشگاهی، بخصوص آنهایی که دارای چاپخانه‌های وابسته هستند، به خاطر طراحی عالی، ویرایش دقیق، صفحه‌آرایی، نمونه خوانی و سخاوت در اجازه اصلاح مکرر متن به مؤلفان، به خود می‌بالند.

متأسفانه نوعی کمال‌جویی ملانقطی وار نیز وجود دارد که کمال‌جویان باید مراقب باشند که گرفتار آن نشوند، والا حافظ سنتهای کهن از آب در خواهند آمد. محافظه‌کاری که گاهی مؤسسات انتشارات دانشگاهی به آن متهم می‌شوند، و با نوآوری و قابلیت قبول پدیده‌های نو که خاص دانشگاه است تناقض دارد، نه از عدم تحرك بلکه از وسواس در رعایت ضوابط ناشی می‌شود. برای عدم تحرك واقعی هیچ عذری پذیرفته نیست. اما مؤسسات انتشارات دانشگاهی کمتر از ناشران و چاپخانه‌داران به پسند باب روز استفاده از فرصتهای تجارتي، روشهای فنی تازه مرسوم و ترتیبات اداری پایبندند. آنها در درجه اول نباید خود را چاپخانه‌دار و یا ناشر فرض کنند، بلکه باید خود را کارشناسانی بدانند که با مؤثرترین وسیله، معارف شری را از يك فرد به فرد دیگر منتقل می‌کنند. مؤسسات انتشاراتی باید آماده باشند تا از هر روش ارتباطی جدیدی که مطلب چاپ شده را تکمیل کند و یا احتمالاً جانشین آن شود استفاده کنند. دوره برنامه‌ریزی برای مؤسسه انتشارات دانشگاهی باید بیشتر از دوره برنامه‌ریزی برای يك مؤسسه شخصی و حتی يك شرکت انتشاراتی باشد.

با اینهمه منحصر بفرد بودن مؤسسات انتشارات دانشگاهی در تمام این زمینه‌ها متزلزل شده است. دلیل آن را می‌توان افزایش تعداد خوانندگان مطالب دانشگاهی بعد از جنگ، و بویژه تعداد کتابخانه‌های دانشگاهی دانست که تقاضای کافی بالقوه برای انواع کتابها، بجز مطالب کاملاً تخصصی، ایجاد کرده‌اند، اکنون می‌توان با چاپ کتاب در تیراژهای بالا فروش را افزایش داد و از

این رهگذر قیمت معقولی برای خریدار و سودی برای ناشر در نظر گرفت. ناشران تجارتي که جلب این بازار شده‌اند، با تمام نیرو به طرف آنچه که سابقاً حوزه عمل مؤسسات انتشارات دانشگاهی بوده است وارد شده‌اند، و اکنون مؤسسات انتشارات دانشگاهی باید حتی برای به چنگ آوردن دستنوشتهایی که شاید قبلاً صرفاً متعلق به دانشگاهها به نظر می‌رسید، با آنها به طور جدی رقابت کنند.

این پدیده را وضع فعلی دستنوشتهای تقاضا شده یا تقاضا نشده از جانب ناشران روشن می‌سازد. قبل از جنگ جهانی دوم ۹۰ درصد دستنوشتهایی (بغیر از کتابهای درسی) که به وسیله انتشارات دانشگاهی کمبریج قبول شده بود، بدون اطلاع قبلی ناشر دانشگاهی به صورت يك بسته پستی همراه با تقاضانامه‌ای برای نشر آنها، به دفتر رئیس مؤسسه ارسال می‌شد. امروزه بیش از نیمی از دستنوشتهایی که برای نشر پذیرفته می‌شود نتیجه تلاشهای ویراستاران مؤسسه انتشاراتی دانشگاهی کمبریج است که می‌کوشند تا مؤلف دانشگاهی را متقاعد کنند که مؤسسه در امر فروش، حق تألیف و تولید اثر بهتر از هر ناشر دیگری عمل خواهد کرد، و یا حتی طرح کاملی از کتاب را به او پیشنهاد می‌کنند، و این مؤسسه نشر دانشگاهی است که چنین درخواستی را می‌کند.

رقبای جدید آماده هستند که نه تنها در فرصتهای سودآور بلکه در تعهدات خرج بردار بازار نیز شرکت کنند. برای به حداقل رسانیدن این تعهدات گاهی ناشر تجارتي باید برای جلب نویسندگان خوب بر روی بعضی از کتابها ضرر بدهد (امروزه تعداد کمی از کتابها چنین اند) و به عنوان تبلیغ، برای آینده، وضع ویرایش و تولیدش را بهتر کند. ناشر دانشگاهی از حالت بی‌رقیبی و تخصصی بیرون آمده است. او مانند بازیگر برجسته‌ای است که زمینه‌بازیش توسط بازیگران معمولی اشغال شده است و باید یا بازی را طبق قواعد عمومی انجام دهد و یا زمینی خصوصی برای خود جستجو کند.

ناشر دانشگاهی که فعالیت در يك جمع بزرگ را می‌پذیرد، امتیازاتی برای خود نگاه می‌دارد. او به عنوان فردی در داخل جمع، دسترسی بیشتری به اطلاعات مربوط به فرصتها و احتیاجات مجامع علمی می‌یابد و چون، علیرغم مشاجرات درونی خانواده دانشگاهی، نوعی اتحاد بین دانشگاهیان وجود دارد، می‌تواند از مطلعان دانشگاهی انتظار داشته باشد که نظریات حرفه‌ای خود را، که بدون آنها ناشر دانشگاهی به جایی نخواهد رسید، در مورد برنامه‌ریزی عمومی ویرایش و همچنین در مورد کتابهای خاص در

انتشار کتابهای دینی در صورتی هم که صحت می‌داشت، از مدت‌ها پیش از بین رفته است. منبع درآمد انتشارات آکسفورد چاپ فرهنگ لغات است و انتشارات کمبریج نیز برای این منظور خود را در خط انتشار مجلات تخصصی انداخته است. هر دو مؤسسه توانسته‌اند کیفیت دانشگاهی را با صرف حداقل هزینه حفظ کنند. اگر قرار است موقعیت دانشگاهی تضعیف نشود، دانشگاه باید از دست زدن به بعضی کارها اجتناب ورزد: انتشار عنوانهای پولساز و جهت‌گیری. منتشر کردن ادبیات خلاق برای مؤسسه انتشارات دانشگاهی معمول نیست، و این امر شاید به خاطر رعایت این سنت مرده باشد که بنابر آن دانش و هنر دو چیز متفاوت‌اند و قلمرو دانشگاه فقط در زمینه دانش است، و شاید به خاطر این واقعیت که تشر داستان دست کم کاری تخصصی است. در حقیقت کمبریج سه کتاب داستان منتشر کرده است، ولی برای اینکه موجب بدگمانی کتابفروشان نشود، آنها را عمیقاً در لباس تاریخ عرضه کرده است. «مناسب برنامه انتشارات بودن» مفهوم پر اهمیتی است. چاپ کتاب داستان به وسیله کمبریج به نظر خوشایند نمی‌آید. وقتی کسی مقاله‌ای جایزه برده‌ای را درباره «بعضی جنبه‌های خزانه‌داری چارلز دوم در ۱۶۶۱-۱۶۶۲» با ضرر انتشار داده است، این فکر می‌تواند وسوسه‌اش کند که اگر فقط

اختیار او قرار دهند. در عوض او باید خود را در وضعی قرار دهد که به مؤلفان دانشگاهی مزایایی عرضه کند: نه فقط از راه پرداخت نرخهای (درصدهای) مساوی با سایر ناشران، بلکه از طریق متقاعد ساختن آنها به این نکته که کتاب علمی او را در سطحی گسترده و مؤثر هم‌تراز با رقبای خود (سایر ناشران) خواهد فروخت. این امر مستلزم وجود نوعی سازماندهی توزیع و فروش در سطح جهانی است، زیرا تک‌نگاریهای دانشگاهی (مخصوصاً در زمینه علوم)، اگرچه در کشورهای مختلف به تعداد کمی فروش می‌رود، از هر نوع کتاب دیگری بین‌المللی‌تر است.

چنین سازمانی بدون وجود منابع کافی نمی‌تواند ایجاد شود، و برای بقای خود نیازمند داشتن کتابهای خوش فروش همیشگی است که بتواند «آب باریکه» ای برای هزینه پرداخت حقوقها، اجاره‌ها و مالیاتها باشد. مسئله بر سر پیدا کردن راههایی است برای بازگرداندن سرمایه، بدون اینکه خصلت دانشگاهی فهرست انتشاراتی مؤسسه را آبکی کند. مؤسسات انتشاراتی آکسفورد و کمبریج برای این منظور چاپ کتاب مقدس را در اختیار دارند که باعث می‌شود چاپخانه‌های آنها هرگز بیکار نمانند و هزینه حقوق فروشندگان و انباردارها از این طریق تأمین شود، اگرچه امروزه رقابت در این کار به حدی زیاد شده است که منافع افسانه‌ای

## نقد و نظر

عبدالکریم سروش

### نگاهی به احیاء علوم الدین و الموجهة البيضاء

نظر در تاریخ تفکر مذهبی آشکارا نشان می‌دهد که نهضت اصلاح اندیشه‌های مذهبی و تلاش برای خرافه زدائی و احیاء و پیراستن آموزشهای اصیل آئین‌های الهی موقوف و منحصر به زمان ما نیست. در روزگای ما کسانی چون سیدجمال، اقبال، عبده، شریعتی و غیر هم در برابر هجوم اندیشه‌های مادی و غربی از خارج و در برابر نفوذ بیماری تحجر و تجزم از داخل، دست به این اصلاح و پیرایش زدند، اینان نوآورانی بی‌ریشه و بی‌ساقه نبودند بلکه از سنت دیرین گذشتگان خود عبرت می‌آموختند. در فرهنگ مسیحیت، پروتستان‌تیزم نهضتی واژگون‌کننده و پرنفوذ و دراز آهنگ بود. در خاک اسلام گرچه درختی بدان تناوری و سایه افکنی نروئید و پای نگرفت اما اینجا و آنجا، بتفاریق و تفاوت‌نهایی نازک و ظریف و عطرآگین و هوش‌نواز برآمد و قطعه‌هایی از قلمرو بزرگ اندیشه‌های مسلمین را که برنگ التقاط و انگ انحراف مطعون و متهم بود تعدیل و بسامان کرد.

افکار مسلمین پس از گذشت پنج قرن از ظهور اسلام هم

