

اللَّهُ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ



مجموعه پژوهش‌های کاربردی (۳)

## آسیب‌شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران

نویسنده: دکتر نظام بهرامی کمیل

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی

معاونت امور فرهنگی  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تابستان ۱۳۹۶

سرشناسه: بهرامی کمیل، نظام، ۱۳۵۰ -  
عنوان و نام پدیدآور: آسیب‌شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران/ نویسندگان نظام  
بهرامی کمیل؛ زیرنظر علی‌اصغر سیدآبادی؛ [به سفارش] دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی  
معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.  
مشخصات نشر: تهران: خانه کتاب، ۱۳۹۶.  
مشخصات ظاهری: ۱۴۶ ص.  
فروست: خانه کتاب؛ ۵۸۴.  
مجموعه پژوهش‌های کاربردی؛ (۳).  
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۲-۴۰۴-۰  
وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
موضوع: چاپ -- ایران -- صنعت و تجارت  
موضوع: Printing industry -- Iran  
شناسه افزوده: سیدآبادی، علی‌اصغر، ۱۳۵۰ -  
شناسه افزوده: خانه کتاب  
شناسه افزوده: ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی  
و کتابخوانی  
رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ب۹ الف/۶ / Z۲۴۴  
رده بندی دیویی: ۶۸۶/۲۰۳۳۵۵  
شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۶۸۹۰۸

۵۸۴



خانه کتاب

عنوان: آسیب‌شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران (مجموعه پژوهش‌های کاربردی - ۳)

زیرنظر: علی‌اصغر سیدآبادی

نویسنده: دکتر نظام بهرامی کمیل

ناشر: خانه کتاب

طراح جلد: علیرضا کرمی

صفحه‌آرا: عسگر ابراهیمی و طاهره قاسمی

ناظر چاپ: رحمان کیانی

نوبت چاپ: اول، تیر ۱۳۹۶

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

بها: ۱۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۲-۴۰۴-۰

تهران: خیابان انقلاب، بین صبا و فلسطین جنوبی، پلاک ۱۰۸۰، مؤسسه خانه کتاب

تلفن: ۸۸۳۴۲۹۸۵

## فهرست

پیش‌گفتار.....	۷
تشکر و قدردانی.....	۹
فصل اول؛ کلیات.....	۱۱
مقدمه.....	۱۱
گفتار اول؛ روش‌شناسی.....	۱۲
الف. اهمیت موضوع.....	۱۲
ب. طرح مسئله.....	۱۳
ج. هدف.....	۱۳
د. روش تحقیق.....	۱۳
گفتار دوم؛ تاریخچه چاپ.....	۱۴
الف. تاریخچه چاپ در جهان.....	۱۵
ب. تاریخچه چاپ در ایران.....	۱۵
فصل دوم؛ نسبت صنعت چاپ با فرهنگ و اقتصاد.....	۲۳
مقدمه.....	۲۳
گفتار اول؛ نسبت صنعت چاپ با فرهنگ.....	۲۶
گفتار دوم؛ نسبت صنعت چاپ با اقتصاد.....	۲۷
فصل سوم؛ ساختار صنعت چاپ.....	۳۹
مقدمه.....	۳۹
الف. ساختار فن‌آوری حوزه چاپ.....	۳۹
ب. ساختار ذی‌نفعان صنعت چاپ.....	۴۳
گفتار اول؛ ساختار صنعت چاپ در ایران.....	۴۷
ساختار اداری صنعت چاپ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت صنعت، معدن و تجارت.....	۴۹

گفتار دوم؛ ساختار صنعت چاپ در سایر کشورها.....	۵۴
الف. صنعت چاپ در مصر.....	۵۴
ب. صنعت چاپ در بریتانیا.....	۵۶
ج. صنعت چاپ در ایرلند.....	۶۱
فصل چهارم؛ بررسی و آسیب‌شناسی وضع موجود صنعت چاپ.....	۶۷
مقدمه.....	۶۷
گفتار اول؛ وضع موجود و افق‌های پیش‌روی صنعت چاپ.....	۶۹
الف. نظر کارشناسان خارجی حوزه چاپ.....	۷۶
ب. نظر کارشناسان داخلی حوزه چاپ.....	۸۰
گفتار دوم؛ آسیب‌شناسی ساختاری وضع موجود صنعت چاپ.....	۸۶
الف. مخالفان واگذاری.....	۸۶
ب. موافقان مشروط واگذاری.....	۸۸
ج. موافقان واگذاری.....	۸۹
گفتار سوم؛ آسیب‌شناسی حقوقی- قانونی وضع موجود صنعت چاپ.....	۱۰۷
الف. قوانین و مقررات موجود.....	۱۰۷
ب. آسیب‌شناسی قوانین و مقررات.....	۱۱۴
گفتار چهارم؛ آسیب‌شناسی اجرایی وضع موجود صنعت چاپ.....	۱۳۰
فصل پنجم: یافته‌ها و پیشنهادها.....	۱۳۷
منابع.....	۱۴۵

## پیش‌گفتار

پژوهش‌های کاربردی در دستگاه‌های دولتی ابزاری برای بهبود وضع موجود هستند. این پژوهش‌ها ضمن ارائه تصویری از گذشته، با بررسی ضعف‌ها و کاستی‌ها افق‌های جدیدی را پیش‌رویمان می‌گشایند.

با این حال، روند طولانی انجام یک پژوهش از یک‌سو و هزینه بالا، پیچیدگی و فاصله‌ای که میان پژوهش‌های علمی و آکادمیک با مسایل و مشکلات اجرایی وجود دارد، معمولاً مانع تبدیل پژوهش‌ها به متن‌های سیاستی یا برنامه‌ای تاثیرگذار در سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی می‌شود.

تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی، راه میانه‌ای است که هم زمان را کوتاه‌تر می‌کند و هم به آسانی به متن‌های سیاستی و برنامه‌ای تبدیل می‌شود. گزارش کارشناسی و راهبردی اگرچه ادبیاتی نسبتاً غنی در کشورهای توسعه‌یافته دارد، اما در کشور ما سازمان‌ها آشنایی چندانی با آن ندارند و اقبال چندانی به این شکل از گزارش نشان نمی‌دهند.

با توجه به این کاستی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی در سه سال گذشته با استفاده از تجربه‌های ملی و جهانی، تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی در خصوص مسایل فرهنگی حوزه معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در دستور کار خود قرار داد.

این گزارش‌ها که توسط کارشناسان و متخصصان حوزه‌های مطالعاتی تهیه می‌شود به بیانی ساده و روشن مسایل مورد مطالعه را توضیح می‌دهند و رویکردهای سازمان در حل مشکل و راهکارهای پیشنهادی برای حل یا برون‌رفت از مشکل را مورد موشکافی قرار می‌دهند یا راه‌حل‌های جدیدی پیشنهاد می‌دهند

و نتایج حاصله در اختیار ذی‌نفعان، تصمیم‌گیران و مدیران ذی‌ربط قرار می‌گیرد تا نقش مؤثری در انتخاب بهترین و موثرترین راه‌ها باز کند.

آنچه رایج می‌شود، یکی از گزارش‌هایی است که به عنوان پایه‌ای برای بحث و ارزیابی بیشتر تهیه شده است. این گزارش در کنار بررسی وضع فعلی به ارائه راهکارهایی برای حل مسایل می‌پردازد. بدیهی است با بحث و بررسی این متن و نقد پیشنهادهای رایج شده، می‌توان به توافق درباره راهکارهای درست دست یافت و آن را به متن‌های سیاستی و برنامه‌ای تأثیرگذار در ساختارها تبدیل کرد.

با این هدف، نسخه‌هایی از این گزارش در دسترس مدیران، دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان قرار می‌گیرد تا شروعی برای گفت‌وگویی سازنده در این حوزه باشد.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی



## تشکر و قدردانی

این تحقیق مدیون کمک و همکاری استادان و متخصصانی است که سخاوت‌مندانه دانش، تجربه و وقت خود را در اختیار ما گذاشتند. بنابراین بر خود لازم می‌دانیم از همهٔ این عزیزان نهایت تشکر و سپاسگزاری را داشته باشیم. قبل از هر چیز از آقای دکتر عباس صالحی (معاون محترم امور فرهنگی) که از انجام این طرح حمایت کرده‌اند و امیدواریم در حد توان، انتظار ایشان را برآورده کرده باشیم. همچنین، از آقایان: علی اصغر سیدآبادی (مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی)، محمود برآزش (مدیرکل دفتر امور چاپ) و ابراهیم حیدری (معاون پژوهشی دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی) به جهت پیشنهادهای سازندهٔ آنها در اصلاح و تکمیل این گزارش نهایت قدردانی را داریم.

به علاوه، لازم است از استادان، کارشناسان و اهالی حوزهٔ چاپ، همچنین مدیران و مسئولان دولتی که وقت خود را به ما اختصاص دادند تا نتایج بهتری در این پژوهش به‌دست آید، سپاسگزاری شود. مطمئناً بدون کمک و مشارکت آنها بخشی از این گزارش تکمیل نمی‌شد.

نظام بهرامی کمیل - احسان فدایی



## فصل اول: کلیات

### مقدمه

تاکنون تعاریف متعدد و گوناگونی از چاپ (Print) ارائه شده است که بر ویژگی‌هایی مانند ایجاد نقش بر اثر فشار، وجود واسط، شمارگان بالا و... تاکید دارند. در یکی از این تعاریف، چاپ به معنی اعم، فن و صنعت تکثیر صورت نقوش دو بعدی (حروف، ارقام، خطوط و تصاویر) به وسیله انداختن اثر این نقوش روی کاغذ، پارچه یا مواد دیگر و بالاخص چاپ مواد خواندنی روی کاغذ است. در ایران این صنعت طیف وسیعی از اصناف و مشاغل را شامل می‌شود که مولفان، ناشران، لیتوگرافان، صحافان، چاپخانه‌داران، کتابفروشان، کانون‌های تبلیغاتی، نشریات، تابلوسازان و واردکنندگان و صادرکنندگان ماشین‌آلات و کالاهای چاپی تنها بخشی از آن‌ها هستند. تنوع ذی‌نفعان این حوزه به بخش خصوصی محدود نمی‌شود، در بخش دولتی دستگاه‌هایی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان محیط زیست، سازمان استاندارد، وزارت تعاون، کار و امور اجتماعی، اطلاق بازرگانی، گمرک، بانک‌ها و شهرداری‌ها در حوزه چاپ ذی‌نفع هستند. در این خصوص آقای فروزیده (رئیس هیات مدیره انجمن توسعه صنعت چاپ) می‌گوید: «یکی از اشتباهات وزارت ارشاد که باعث تضعیف صنعت چاپ شد این بود که چاپ به نشر تقلیل پیدا کرد و از بُعد صنعتی به آن نگاه نشد.»

گسترده‌گی حوزه کاری چاپ و تنوع کاربران و ذی‌نفعان این صنعت باعث شده است که تصمیم‌گیری در این حوزه با ملاحظات بیشتری انجام شود. این گسترده‌گی و پیچیدگی نه تنها به حوزه‌های کاری و کاربران، بلکه به علوم دخیل در صنعت چاپ هم مربوط است. برای مثال، امروزه در صنعت چاپ علوم

مختلفی مانند رایانه، الکترونیک، میکروالکترونیک، شیمی، متالوژی، مهندسی صنایع، علوم ارتباطات، تبلیغات و بازاریابی نقش دارند، در واقع، با حوزه و دانشی کاملاً بین رشته‌ای روبه‌رو هستیم. هدف این گزارش آن است که با در نظر گرفتن این ابعاد و پیچیدگی‌ها، توصیفی از شرایط و چالش‌های موجود در حوزه چاپ و بسته‌بندی ارائه کند تا مسیر تصمیم‌گیری‌های اساسی و کلان در این حوزه هموارتر شود.

## گفتار اول؛ روش شناسی

### الف. اهمیت موضوع

صنعت چاپ و بسته‌بندی یکی از صنایع بین رشته‌ای است که بر ابعاد گوناگون زندگی انسان‌ها تاثیرگذار است. علاوه بر مباحث ارزشی، فرهنگی و هنری نهفته در این حوزه، ظرفیت بالای این صنعت در ارتقای تولید ملی، توسعه کار و سرمایه، افزایش اشتغال و صادرات و در یک کلام بسترسازی برای توسعه، اهمیت آن را دوچندان کرده است. طبق گزارش مقامات مسئول "گردش مالی صنعت چاپ در جهان حدود ۸۰۰ میلیارد دلار است، این در حالی است که سهم ایران از چرخه مالی حدود ۳ میلیارد دلار است. در حال حاضر، حدود ۵ هزار واحد صنفی، صنعتی و تولیدی در عرصه صنعت چاپ فعال هستند و بیش از ۵۰ هزار شغل در این حوزه برقرار است."

(<http://irprint.farhang.gov.ir>)

"در خاورمیانه، ترکیه هم‌اکنون نزدیک به ۴۵ درصد سهم این صنعت را در اختیار گرفته است و سهم رژیم اشغال‌گر قدس از این بازار حدود ۲۳ درصد است. این در حالی است که ایران در جایگاهی پایین‌تر از عربستان سعودی، فقط ۴/۵ درصد سهم بازار خاورمیانه را به خود اختصاص داده است."

(<http://www.printnews.ir>)

از آنجاکه چاپ با تمامی صنایع سروکار دارد و به نوعی صنعت مادر محسوب می‌شود غفلت از این حوزه پیامدها و آثار غیرقابل پیش‌بینی بر سایر صنایع خواهد داشت و به‌خصوص موجب کاهش بهره‌وری و قدرت رقابت یک کشور خواهد شد. با توجه به اهمیت صنعت چاپ چه از بُعد اقتصادی مانند: گردش مالی، صرفه‌جویی‌های ارزی، نقش آن در ایجاد اشتغال و توسعه پایدار و حفظ محیط زیست و چه از بُعد فرهنگی مانند: رواج نمادها، تبلیغ و ترویج ارزش‌ها و نمایش ابعاد هنری و

زیباشناختی، ضروری است مسائل این حوزه با دقت و تأمل بیشتری رصد و پی‌گیری شود.

### ب. طرح مسئله

مسئله اصلی آن است که با آسیب‌شناسی ساختاری حمایت و نظارت بر صنعت چاپ که طبق قوانین و اسناد بالادستی برعهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده است، مقدمات و زمینه برای حل مشکلات اساسی این حوزه فراهم شود. به سخن دیگر، هم مجموعه مرتبط با حوزه چاپ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و هم چاپخانه‌داران و اهالی چاپ و بسته‌بندی از شرایط موجود راضی نیستند. به منظور حل این مشکل و بهبود شرایط حمایت و نظارت بر صنعت چاپ، شناسایی مهم‌ترین آسیب‌های موجود در صنعت چاپ (با تأکید بر وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) به یک مسئله جدی تبدیل شده است.

### ج. هدف

هدف آن است که با شناسایی مسائل و آسیب‌های موجود در صنعت چاپ، امکان تصمیم‌گیری برای رفع آن‌ها فراهم شود. بدین منظور، ضمن ترسیم مسائل و مشکلات موجود در صنعت چاپ، اصلی‌ترین مسئله که حل سایر مسائل منوط به آن است شناسایی، بررسی و تحلیل خواهد شد.

### د. روش تحقیق

در این تحقیق از روش مطالعه کتابخانه‌ای و ترکیب دو روش نمونه‌گیری غیراحتمالی برای انتخاب اعضای حجم نمونه برای مصاحبه استفاده شده است. در نمونه‌گیری هدفمند (Purposive sampling) که شکلی از نمونه‌گیری غیراحتمالی است، تلاش شده تمامی ذی‌نفعان حوزه چاپ در حجم نمونه قرار گیرند، اما معیار انتخاب اعضاء این بوده که زوایایی از مسائل را مشخص کنند که دیگران به آن اشاره نکرده‌اند.

در نمونه‌گیری نظری (Theoretical sampling) که برای پژوهش‌های کیفی به کار می‌رود، فرآیند جمع‌آوری داده‌ها برای تولید نظریه مدنظر است که به موجب آن، تحلیل‌گر هم‌زمان به جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل داده‌های خود می‌پردازد و برای آنکه نظریه خود را در هنگام شکل‌گیری تکمیل کند، تصمیم می‌گیرد چه داده‌هایی را جمع‌آوری و از کجا آن‌ها را پیدا کند. بدین ترتیب، برخلاف تحقیقات کمی، نمونه‌گیری نظری را نمی‌توان برنامه‌ریزی کرد. تصمیمات

اتخاذ شده در خصوص نمونه‌گیری در طول فرآیند تحقیق ظاهر می‌شوند. معیار قضاوت در این زمینه که در چه زمانی نمونه‌گیری نظری به پایان می‌رسد اشباع نظری مقوله یا نظریه به‌دست آمده است. در این حالت، داده‌های (نمونه‌های) اضافی کمکی به تکمیل و مشخص کردن یک مقوله نظری نمی‌کنند و نمونه‌ها از آن پس مشابه به‌نظر می‌رسند. (بهرامی کمیل، ۱۳۹۴: ۴۴)

در این تحقیق، ابتدا تمامی اسناد و مدارک موجود در دفتر امور چاپ گردآوری و مطالعه شد. در مرحله بعد کتب، مقالات و گزارش‌های موجود در حوزه صنعت چاپ تورق شد و با جست‌وجوی اینترنتی مطالعات ابتدایی تکمیل گردید. مصاحبه اکتشافی با فعالان این حوزه با هدف شفاف‌تر شدن موضوع، گام بعدی بود. در مرحله پایانی، تشکیل جلسات و انجام مصاحبه حضوری با اساتید و فعالان حوزه چاپ و نظرخواهی غیرحضور از برخی از ذی‌نفعان در دستور کار قرار گرفت.

### گفتار دوم: تاریخچه چاپ

#### الف. تاریخچه چاپ در جهان

از سده دوازدهم به بعد، صنعت چاپ در غرب با کمک قالب‌های چوبی و حکاکی دستی صورت می‌گرفت، اما آنچه در سده پانزدهم ابداع محسوب شد، عبارت بود از تکمیل دستگاه چاپ فلزی و متحرک که نسخه‌های فراوانی را با سرعت بیشتر چاپ می‌کرد. تحول در صنعت چاپ تا رسیدن به دستگاه فلزی را باید یک روند تدریجی به حساب آورد که در فاصله سال‌های ۱۴۴۵ تا ۱۴۵۰ میلادی به اوج رسید. یوهانس گوتنبرگ اهل مانیتس، نقش مهمی را در تکمیل این صنعت ایفا کرد. انجیل گوتنبرگ که در سال ۱۴۵۵ میلادی به پایان رسید، اولین کتاب واقعی محصول نوع چاپ متحرک بود. در نیمه دوم سده پانزدهم، چاپ جدید به سرعت در اروپا رواج یافت. چاپخانه‌ها در دهه ۱۴۶۰ میلادی در سراسر خاک امپراتوری روم تأسیس شد و با گذشت ده سال، به ایتالیا، فرانسه، اسپانیا و اروپای شرقی رسید، مخصوصاً شهر ونیز که به مرکز چاپ معروف شد و تعداد چاپگران این شهر تا سال ۱۵۰۰ میلادی به قریب صد تن بالغ شدند و حدود دو میلیون جلد کتاب در آنجا به چاپ رسید.

دگرگونی در چاپ و نشر، پس از گوتنبرگ روندی کند داشت و تا سده هفدهم میلادی تغییر عمده‌ای در آن رخ نداد. از سده هفدهم به بعد، انقلاب صنعتی باعث و بانی پیشرفت‌های عظیمی در متون چاپ شد. در سده هجدهم،

چاپ به رشد تدریجی خود ادامه داد و در این قرن، آمریکا به عنوان کانونی تازه اما پرتوان وارد صحنه نشر جهان شد و تأثیر بسزایی در پیشرفت و نوآوری‌های نشر داشت. در قرن نوزدهم، تحولات چاپ و نشر کتاب به حدی سرعت و کیفیت چاپ را افزایش داد که این قرن را عصر جدید کتاب نامیدند. در قرن بیستم، عواملی بر چاپ تأثیر گذاشتند که مهم‌ترین آن‌ها به این شرح‌اند:

۱. سرمایه کافی ناشران
۲. دانش فنی و مهارت‌های تخصصی
۳. علاقه و دلبستگی فرهنگی
۴. آرمان‌ها و اهداف
۵. مناسبات خوب
۶. مخاطره‌پذیری
۷. رواج رایانه و ظهور پدیده نشر رومیزی و همین‌طور انقلاب الکترونیکی کاربرد رایانه، چاپ را همانند فعالیت‌های دیگر، به خود وابسته کرده است. امکانات فراوان رایانه‌ای برای چاپ و نشر کتاب به حدی است که تصور وابستگی نام چاپ به رایانه پذیرفتنی‌تر است تا چاپ بدون رایانه. امروزه فعالیت‌های اساسی و عمده چاپ در یک‌جا جمع شده و اصطلاح نشر رومیزی (desktop publishing) بر آن نهاده شده است.

#### ب. تاریخچه چاپ در ایران

بر اساس مدارک موجود، نخستین کتابی که در ایران چاپ شده، زبور داوود یا ساغموس است که در ۱۶۳۸ میلادی به زبان و خط ارمنی در ۵۷۲ صفحه در جلفای اصفهان و به دست کشیشان ارمنی به چاپ رسیده است. ارمنیان حدود ۳۰ سال پس از کوچ به جلفای اصفهان، بضمه‌خانه‌ای در این شهر دایر و چاپ کتاب را آغاز کردند.

در سال ۱۶۴۰ میلادی در دوره صفویه، بازرگانی ارمنی که از ارامنه ساکن آمستردام بود، دستگاه چاپی را با حروف ارمنی خریداری و به جلفای اصفهان وارد کرد. به دنبال آن، عده‌ای از بزرگان و پادشاهان صفوی به فکر ایجاد چاپخانه با حروف فارسی و عربی افتادند که پس از چندی به فراموشی سپرده شد. تا دوران عباس میرزای نایب السلطنه که اولین چاپخانه سربی با حروف فارسی

و عربی توسط میرزا زین العابدین در تبریز دائر شد و اولین کتاب منتشرشده آن، رساله جهادیه میرزاعیسی خان قائم مقام بود که در سال ۱۲۳۳ در جریان جنگ ایران و روسیه و پس از عهدنامه گلستان به چاپ رسید. این رساله حاوی فتاوی‌ای جهاد علمای آن زمان بود. در همین چاپخانه کتاب مآثر السلطانیه و بعضی کتب دیگر از جمله رساله آبله کوبی به طبع رسیده است. اما این چاپخانه نیز در سال ۱۲۴۵ تعطیل شد. در آن زمان هنوز واژه چاپ متداول نشده بود و به این خاطر آن را باسمه خانه، بسمه خانه، مطبعه، دارالطباعة و دارالطبعمی نامیدند.

پس از مدت‌ها امیرکبیر روزنامه وقایع اتفاقیه را که پس از قتل او روزنامه دولت علیه ایران و سپس به نام ایران نامیده شد، منتشر کرد. فرمان‌ها و دستورات شاه و وقایع و حوادث هر هفته که غالباً مربوط به دستگاه سلطنت بود، در آن روزنامه چاپ می‌شد و در اواخر سلطنت ناصرالدین شاه، این روزنامه به وسیله میرزا ابوالحسن خان صنیع الملک نقاش باشی، مصور گردید.

تأسیس مدرسه دارالفنون بر وضع و سیر چاپ در ایران تأثیر گذاشت و نیاز به انتشار کتاب‌های درسی، سبب شد که در این مدرسه کارگاهی مختص چاپ آثار استادان دارالفنون، منابع درسی محصلان و نیز پاره‌ای کتاب‌های دیگر تأسیس شود. چاپخانه کوچک دارالفنون ظاهراً در ۱۲۶۸ ق و با نام «دارالطباعة خاصه علمیه مبارکه دارالفنون تهران» و زیر نظر علیقلی میرزا اعتضادالسلطنه تشکیل شد و تا ۱۳۰۰ شمسی دایر بود و شاید حدود ۴۰ عنوان کتاب درسی در آن به چاپ رسیده باشد.

نهضت مشروطه در ایران عامل افزایش تعداد عناوین و شمارگان روزنامه‌ها، گرایش بیشتر مردم به خواندن مطالب سیاسی و اجتماعی و نیز تقویت و گسترش چاپ در ایران بود. چاپ ژلاتینی، که بعداً جای خود را به روش چاپ استنسیلی داد، احتمالاً از اواخر عصر ناصری، و هم‌زمان با آغاز تحركات سیاسی تازه، برای تکثیر اعلامیه‌های پنهانی، نامه‌های سرگشاده و شب‌نامه‌های سیاسی مورد استفاده قرار گرفت و ظاهراً چاپخانه‌های مخفی کوچکی برای چاپ ژلاتینی دایر شده بود. تجربه این دوران در آینده صنعت چاپ بسیار تأثیرگذار بود و باعث شد رویکرد امنیتی - سیاسی دولتمردان به صنعت چاپ تا امروز ادامه داشته باشد. تأسیس دانشگاه تهران و نهادهای جدید آموزشی در این عصر، همراه با دولت و ارتش رو به گسترش، نیاز به چاپ برخی مطالب را در مقیاسی وسیع‌تر



فراهم آورد. تأسیس چندین چاپخانه دولتی و وابسته به دولت، مانند چاپخانه ارتش، بانک ملی ایران، دخانیات ایران، راه‌آهن و مانند این‌ها، حاصل نیاز دولت به تأمین احتیاجات خود در زمینه چاپ به طور مستقل بود.

از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲، به‌رغم مداخلات ادواری حکومت و ممیزی‌های موقت، چاپ و نشر تقریباً آزاد بود. شمار مطبوعات که در ابتدای دوره رضاشاه کاهش یافته بود، پس از سقوط او مجدداً افزایش یافت. چاپخانه تابان، به عنوان نخستین چاپخانه خصوصی که به دستگاه‌های جدید و خودکار مجهز شد، طی سال‌های پس از جنگ، تحولی چشمگیر را از سرگذراند. چاپخانه بانک ملی ایران هم به دستگاه‌های ملخی جدید مجهز گردید. چاپخانه اطلاعات هم که تا قبل از سال ۱۳۲۰ چاپخانه بزرگی بود، مجهزتر شد.

در دهه ۱۳۳۰، دستگاه‌های افست رتاتیو و دورنگ و چهاررنگ جدید به ایران وارد شد و تحولی فنی در چاپ به بار آورد. چاپخانه‌های افست، روزنامه کیهان و سپهر، مهم‌ترین چاپخانه‌های آن دهه به شمار می‌آیند.

در دهه ۱۳۴۰ چاپ وارد مرحله تازه‌ای شد، انتشار کتاب‌های درسی در هیئتی جدید و کتاب‌های ارزان قیمت جیبی و شماری نشریه به همراه گسترش آموزش‌های چاپ بر رونق آن افزود.

تا حدود نیمه دهه ۱۳۴۰، آموزش چاپ در ایران به شیوه استادی - شاگردی و از طریق چاپخانه‌ها انتقال می‌یافت. در ۱۳۴۴، رشته چاپ در هنرستان فنی تا مقطع دیپلم فنی دایر شد. از ۱۳۴۵ به بعد، هر سال چند تن برای فراگرفتن فنون جدید چاپ به اتریش اعزام می‌شدند. در ۶ آذرماه ۱۳۴۳ اساسنامه اتحادیه چاپخانه‌های مرکزی در ۵۶ ماده و ۲۱ تبصره در مجمع عمومی آن تصویب شد و ۲۸ آذر ۱۳۵۳ اتحادیه کارگران صنف چاپ تشکیل شد.

سال‌های منتهی به انقلاب اسلامی ایران در دهه ۱۳۵۰ برای چاپ کشور از سال‌های پر تعارض به شمار می‌آید. افزایش چشمگیر درآمد کشور و طرح‌های فراوان توسعه، که گسترش چاپ را هم اقتضا می‌کرد، با سیاست نظارت بسیار شدید بر چاپ کتاب و مطبوعات همراه شد. ورود تجهیزات جدید چاپ، از جمله دستگاه لاینوترون، پاسخی به نیازهای رو به افزایش منابع چاپی، به‌ویژه کتاب‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها بود. حال آن‌که تنوع آموزشی و تکثر منابع که نیاز جدید کشور بود، با سیاست نظارت بر چاپ در تضاد قرارداشت. در جریان انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ چاپخانه‌ها یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین

کانون‌های فعالیت بر ضد حکومت پهلوی بودند. چاپ در ایران از سال ۱۳۵۷ به این سو، بر اثر چند عامل رو به رشد نهاده است: افزایش عناوین کتاب و نشریه، گسترش آموزش چاپ، انتشار نشریه‌های تخصصی در این زمینه، گسترش و تقویت صنف چاپ و صنایع وابسته، ورود تجهیزات و فنون جدید چاپ، استفاده از رایانه و دستگاه‌ها، شبکه‌ها و نظام‌های رایانه‌ای که انقلابی در اطلاعات و ارتباطات در سطح جهانی به بار آورده است، توسعه دانشگاه‌ها و آموزش عالی، افزایش جمعیت و رشد سریع نسل جدید لازم‌التعلیم و نیاز به چاپ منابع جدید، گسترش نهضت سوادآموزی و ...

گفتنی است که چاپ تمبر، اوراق بهادار، اسناد، بلیت اتوبوس‌های شهری، برگه‌های عوارض و نظایر اینها در چاپخانه‌های دولتی و تحت مقررات خاصی انجام می‌گرفت. چاپخانه ویژه چاپ اسکناس در ۱۳۶۱ تأسیس و سال بعد به بهره‌برداری رسید و از ۱۳۶۷ اسکناس کشور در این چاپخانه چاپ شده است. (شناخت وضعیت موجود صنعت چاپ ایران، ۱۳۸۹: ۹ تا ۱۳)

بررسی تاریخچه صنعت چاپ و نشر نشان می‌دهد، هرچند در گذشته عمده فعالیت‌های این صنعت به چاپ کتاب، مطبوعات، تمبر، اسکناس و اسناد محدود می‌شد، اما امروزه بسیار گسترش یافته و ردپای آن از چاپ روی نمای ساختمان‌ها تا لوازم خانگی، پوشاک و قطعات اتومبیل قابل مشاهده است.

«به مدد فن‌آوری‌های نوین، نوآوری‌های صنعت چاپ دیگر به صنعت نشر و اطلاع‌رسانی محدود نیست، بلکه به عنوان الفبای صنعت بسته‌بندی که عمدتاً به صادرات محصولات غیر نفتی می‌انجامد، مطرح است. نگاهی به تنوع و تکثر بسته‌بندی محصولات تولیدی کشورهای توسعه‌یافته از یک سو و تمایل مشتریان به بسته‌بندی‌های مدرن از سوی دیگر نشانه‌ای است که اهمیت و کاربرد این صنعت را عیان می‌کند.» (نگاهی به مهم‌ترین مسائل صنعت چاپ در ایران، ۱۳۸۷: ۲)

در گذشته، یعنی از اوایل عصر مشروطه تا اواخر دهه هفتاد خورشیدی، نگاهی امنیتی-سیاسی بر صنعت چاپ حاکم بود، زیرا همان‌طور که گفته شد بخش عظیمی از فعالیت‌های چاپی به چاپ کتاب، نشریات، شب‌نامه‌ها و اسناد مربوط می‌شد که به‌خصوص برای حکومت‌های استبدادی و ایدئولوژیک بسیار مهم و حیاتی بود. این حساسیت از آنجا بیشتر می‌شد که از عصر مشروطه تا پس از انقلاب ۵۷ اکثر اهالی فرهنگ، روشنفکران و منتقدان سیاسی با چاپخانه‌ها تعامل و ارتباط

نزدیکی داشتند. به مرور زمان چاپ از حوزه کتاب و مطبوعات و اعلامیه‌ها و شب‌نامه‌ها به حوزه‌های دیگری از کاشی و سرامیک گرفته تا بسته‌بندی محصولات دارویی، غذایی و آرایشی گسترش یافت، به طوری که امروزه چاپ کتاب و مطبوعات تنها ۱۵ درصد از فعالیت‌های این صنعت را پوشش می‌دهد. علاوه بر این، از اواخر دهه هفتاد به بعد و با گسترش فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، نشر مطالب (کتاب و مطبوعات) از انحصار صنعت چاپ بیرون آمد و روش‌های راحت‌تر و سریع‌تری با قابلیت‌های گسترده‌تر برای نشر مطالب و تصاویر در فضای الکترونیکی و اینترنت پدید آمد.

امروزه چاپ مهم‌ترین ابزار نشر نیست و جای خودش را به اشکال دیگری مانند انواع فایل‌های الکترونیکی موجود در فضای مجازی داده است و به نظر می‌رسد اساسی‌ترین موضوع حوزه چاپ همین موضوع است.

تقاضا برای صنعت چاپ کشور که در آغاز در قالب چاپ کتاب و مطبوعات در بخش فرهنگ پیش‌بینی شده بود و وجه غالب تقاضا برای این صنعت بوده است، برای چاپ تجاری (بسته‌بندی، تبلیغات و...) نیز وجود داشت. با توجه به رشد و توسعه تولید کالا و خدمات در بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدماتی و آگاهی فعالان اقتصادی از اهمیت تبلیغات و بسته‌بندی در امر فروش و بازاریابی، تقاضا برای بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و خدمات این صنعت گسترش یافته است و دیگر به حوزه کتاب و مطبوعات محدود نیست.

در گذشته به دلیل اهمیت چاپ، اجازه ورود ماشین‌آلات چاپ برعهده وزارت فرهنگ و اشاد اسلامی بوده است، چون از یک طرف بعد امنیتی زیادی داشته و چاپ و توزیع کتاب، روزنامه، شب‌نامه، اعلامیه و بروشور تاثیر و پیامدهای عمیق سیاسی و امنیتی در جامعه داشته است و از طرف دیگر، چاپ تنها راه نشر گسترده مطالب (نوشته و عکس) بوده است.

برای مثال در فروردین ماه ۱۳۴۸ قوانین زیر برای تبلیغات تجاری به تصویب

رسید:

#### ۱- آیین نامه تنظیم امور اعلانات

«مقررات عمومی ...

ماده ۲- راه انداختن کارناوال و نمایش در معابر عمومی برای تبلیغ کالا یا عرضه خدمات فقط با موافقت قبلی از وزارت اطلاعات و مقامات انتظامی مجاز است ولی استفاده از هر نوع بلندگو اعم از ثابت و سیار در معابر عمومی برای

این منظور ممنوع است.

ماده ۳- برای نمایش هرگونه فیلم و اسلاید تبلیغات باید قبلاً از وزارت اطلاعات اجازه کتبی تحصیل کرد.

ماده ۴- پخش و توزیع اوراق آگهی در معابر عمومی، موکول به کسب موافقت قبلی وزارت اطلاعات و مقامات انتظامی است. نصب و نوشتن آگهی جز در نقاطی که از طرف مقامات صلاحیت‌دار تعیین می‌شود، ممنوع است.

"همان‌طور که ملاحظه می‌شود هر نوع تبلیغ تجاری منوط به کسب اجازه از وزارت اطلاعات و جهانگردی و مقامات انتظامی است. در این دوره با صنعت تبلیغات به گونه‌ای برخورد می‌شده که گویا امکان خرابکاری، ضربه‌زدن و متزلزل کردن ساختار قدرت و حکومت از این مسیر بسیار محتمل بوده است. علاوه بر این، مرز بین تبلیغات بازرگانی و تبلیغات سیاسی مخدوش بوده و به خوبی از یکدیگر متمایز نشده است. گویا می‌توان از یک حوزه برای فعالیت در حوزه دیگر استفاده کرد. به نظر می‌رسد دولت که اکثر وسایل ارتباط جمعی مثل رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، انتشاراتی‌ها و غیره را تحت کنترل داشته با این کار قصد نظارت بر بُرد پیام را دارد، به عبارت دیگر بیشترین نگرانی دربار در مورد تبلیغات به امکان بالقوه این حوزه برای تاثیرگذاری بر توده‌ها مربوط می‌شود." (بهرامی کمیل، ۱۳۸۵: ۱۷۴)

اما به مرور از اهمیت بعد امنیتی و سیاسی چاپ و چاپخانه کم شد. یکی از دلایل این وضع، گسترش فن‌آوری‌های نوین ارتباط جمعی مانند شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه، چاپ دیجیتال و... بوده است. دلیل دیگر، تغییر در سطح سواد جامعه و آگاهی افراد و تغییر نگرش‌هاست. به سخن دیگر، شاید در گذشته انتشار یک شب‌نامه موج عظیمی در جامعه ایجاد می‌کرد، اما امروز روش‌های بسیار متنوع ارتباطات و اطلاع‌رسانی در کسری از ثانیه، هزاران پیام را در اختیار مخاطب قرار می‌دهند، مخاطبانی که از اطلاعات خبری و سواد رسانه‌ای لازم برخوردارند و به راحتی دچار احساسات و هیجانات شدید عمومی نمی‌شوند. علاوه بر این، امروزه مصرف کتاب و مطبوعات به شکل چاپ کاغذی بسیار کاهش یافته و این محصولات از سبب مصرفی خانوارها حذف شده است.

در همین رابطه، آقای برازش (مدیرکل دفتر امور چاپ) در همایش روز ملی صنعت چاپ، با اشاره به تحولات رخ داده در این صنعت در دهه‌های اخیر

می‌گوید: "در گذشته چاپ بیشتر به تکثیر مقالات و کتاب‌ها مربوط می‌شد اما در چند دههٔ اخیر تحولات بسیار گسترده‌ای در صنعت چاپ رخ داده است. البته این تحولات هم‌سوی با سایر تغییرات و تغییر در روش و سبک زندگی بوده است." (<http://irprint.farhang.gov.ir>)

آقای کاظمی (مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) نیز می‌گوید: «به‌نظر می‌رسد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هنوز در دههٔ ۶۰ متوقف شده است. در آن زمان به دلیل حاکم بودن شرایط جنگی در کشور، رعایت برخی الزامات ضروری بود. همان‌طور که دولت خروجی کارخانه سیمان و قند و شکر را نظارت و کنترل می‌کرد باید خروجی چاپخانه‌ها نیز نظارت می‌شد. همان‌طور که روش توزیع کوپن بود، باید کاغذ و جوهر هم به شکل سهمیه‌ای توزیع می‌شد. اما امروز هیچ ضرورتی به حفظ آن وضع نیست. متأسفانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم از لحاظ ساختاری و هم در بحث قوانین و مقررات هنوز در دههٔ ۶۰ متوقف مانده است. در آن زمان، تفکیک محتوا از شکل غیرممکن بود. کشور در جنگ بود و همه چیز به‌طور کامل باید کنترل می‌شد. اما امروز شکل از محتوا باید تفکیک شود.»

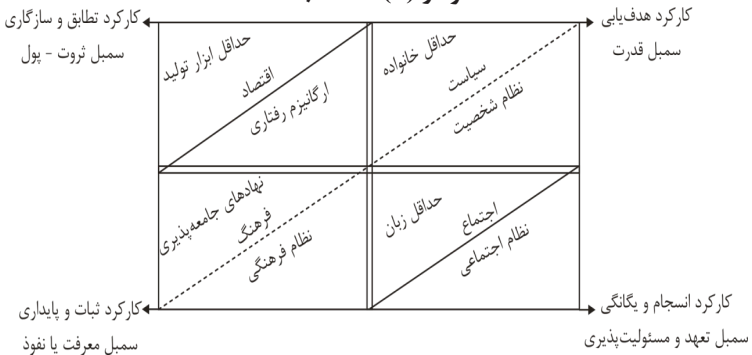


## فصل دوم؛ نسبت صنعت چاپ با فرهنگ و اقتصاد

### مقدمه

تالکوت پارسونز معتقد بود برای ایجاد نظم در جامعه، وجود چهار عنصر ضروری است که پارسونز آن‌ها را در الگوی زیر مطرح می‌کند.

### نمودار (۱) الگوی پارسونز



۱. اقتصاد: وجود حداقلی از عنصر اقتصادی که به کمک آن انسان به تولید پردازد و خود را با طبیعت تطابق بدهد، ضروری است. اقتصاد، حلقه‌ی واسطه‌ی سازمان اجتماعی و طبیعت است.
۲. سیاست: به دلیل گوناگونی منافع گروه‌های اجتماعی رویه‌های قهرآمیز برای بسیج منابع برای دستیابی به اهداف جمعی اجتناب‌ناپذیر است. پس نظام سیاسی، شامل همه شکل‌های تصمیم‌گیری و بسیج منابع است.
۳. اجتماع: عرف اجتماعی، نهادهای نظارت و مراقبت اجتماعی که شامل

نظام حقوقی و قواعد غیررسمی می‌شود.

۴. فرهنگ: فرآیندهای اجتماعی کردن که افراد به وسیله آن‌ها از حیث

ارزش‌های فرهنگی و هنجارهای نظام تربیت می‌شود.

نظم اجتماعی از مهم‌ترین مقولاتی است که پارسونز روی آن کار کرده است. وی عقیده دارد هر جامعه‌ای هر چند که ابتدایی باشد باید در آن چهار عنصر یا حداقلی از چهار عنصر وجود داشته باشد. حداقلی از عناصر فرهنگی مانند ارزش‌های مشترک و مذهب، حداقلی از ارتباطات و تعاملات اجتماعی مانند زبان، حداقلی از مدیریت و سازماندهی مانند روابط خویشاوندی و حداقلی از ابزار و وسایل و امکانات معیشتی و آنچه انسان را با طبیعت مربوط می‌کند مانند حداقلی از ابزار تولید، مبادله و فن‌آوری.

کارکرد اصلی اقتصاد تطابق و نماد آن ثروت است. سیاست هدفیابی می‌کند و نماد آن قدرت است. اجتماع تعهد و یگانگی را به وجود می‌آورد و همبستگی را افزایش می‌دهد. فرهنگ ثبات را تضمین می‌کند و فعالیت‌های فرهنگی موجب کسب دانش و معرفت می‌شود. در هر جامعه‌ای به این چهار عنصر نیاز است.

نظم اجتماعی در جامعه چگونه برقرار می‌شود و چه عواملی می‌تواند این نظم را بر هم بزند؟ از نظر پارسونز لازمه نظم اجتماعی این است که:

۱. هر یک از این عناصر چهارگانه به کارکرد خود عمل کنند، مثلاً اقتصاد با تولید ثروت به جامعه کمک کند و اجتماع با ایجاد تعهد، یگانگی جامعه را به وجود آورد.

۲. بین این عناصر ارتباط متقابل وجود داشته باشد یا تبادل متقابل وجود داشته باشد، یعنی فرهنگ باید ارزش و دانش را به حوزه‌های دیگر بدهد و از اقتصاد، امکانات مالی و از اجتماع، تعهد را بگیرد.

۳. در این حوزه‌ها استقلال نسبی باشد، یعنی سلطه و تسلط نباشد. مثلاً سیاست نباید در کار اقتصاد و فرهنگ دخالت کند. اگر این اتفاق بیافتد هم آن عنصر خراب می‌شود و هم سایر عناصر را خراب می‌کند. چون منطق این حوزه‌ها با هم تفاوت دارد. منطق سیاست، زور است ولی منطق فرهنگ، ارزش است. منطق اجتماع، احساس و عواطف و منطق اقتصاد، تجربه در محیط و محاسبه سود و زیان است.

از نظر پارسونز بی‌نظمی در جامعه هنگامی به وجود می‌آید که این چهار عنصر به کارکرد خود عمل نکنند یا سلطه وجود داشته باشد و رابطه متقابل



وجود نداشته باشد. هر چه شدت این مسائل بیشتر باشد، نظم آسیب‌پذیرتر است. (بهرامی کمیل ۱۳۹۳)

به‌نظر می‌رسد بخشی از این‌گونه تداخل اهداف و وظایف در حوزه چاپ اتفاق افتاده است. یعنی فرهنگ و ارزش‌ها برای بخشی که ذاتاً اقتصادی و سود و هزینه باید ملاک عمل آن باشد، نفوذ پیدا کرده است. البته امروزه عکس این قضیه شایع‌تر است، یعنی اقتصاد و ابزار واسط آن یعنی پول بر اکثر حوزه‌های فرهنگی و هنری نفوذ پیدا کرده است؛ وضعیتی که یورگن هابرماس از آن با اصطلاح «استعمار جهان زندگی توسط نظام اقتصادی و سیاسی» یاد می‌کند. در این بخش، ابتدا نسبت حوزه چاپ با حوزه فرهنگ مطالعه و بررسی خواهد شد و پس از آن تلاش می‌کنیم که نسبت حوزه چاپ را با اقتصاد و برخی حوزه‌های آن مانند بازاریابی، محیط زیست و بسته‌بندی مشخص کنیم. این مقایسه‌ها از آن جهت ضروری است، که به ما در درک این مسئله کمک می‌کند که چه بخش‌هایی از حوزه چاپ با چه بخش‌هایی از حوزه صنعت و همین‌طور حوزه فرهنگ ارتباط و سنخیت بیشتری دارد.

آقای کاظمی (مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی)، در همین رابطه می‌گوید: «فرهنگ در سه ساحت قابل مطالعه است:

۱. ساحت فرابخشی که بر کل جامعه حاکم است و مباحثی چون زبان،

هویت و تاریخ را شامل می‌شود.

۲. ساحت بین بخشی که مانند آب میان‌بافتی نقش واسط بین حوزه‌های مختلف جامعه مانند کشاورزی، صنعت، آموزش، ورزش، سیاست و غیره را دارد.

۳. ساحت بخشی که همان فرهنگ به معنای خاص است و کالا و خدمات فرهنگی مانند: موسیقی، فیلم و کتاب را شامل می‌شود.

گاه این سه ساحت با هم مخلوط می‌شوند و برای مثال همان‌طور که در ساحت سوم دستوری عمل می‌کنیم، می‌خواهیم به‌طور دستوری ساحت نخست را نیز تغییر دهیم. در ساحت دوم هم فرهنگ نقش واسطه و مبادله‌گری دارد، ولی مشاهده می‌شود که برخی می‌خواهند نقش حاکمیتی به آن دهند؛ برای مثال می‌گویند طراحی اتومبیل باید اسلامی باشد. تجربه نشان داده حاکمیت ایدئولوژیکی فرهنگ بر سایر حوزه‌ها به ضرر هر دو خواهد بود.»

## گفتار اول؛ نسبت صنعت چاپ با فرهنگ

### فرهنگ و چاپ

همان‌طور که سیاست حوزه قدرت و اقتصاد حوزه ثروت (پول) است، فرهنگ هم حوزه ارزش‌ها و باورهاست. اگر قدرت یا ثروت که زبان و معیار حوزه‌های سیاست و اقتصادند بر حوزه فرهنگ مسلط شوند، دیگر جایی برای ارزش‌ها باقی نمی‌ماند و فرهنگ جامعه قادر نخواهد بود کارکردهایش مانند انسجام اجتماعی را حفظ کند. به همین ترتیب نباید اجازه داد در حوزه‌هایی که معیار سود و زبان است، ارزش‌های فرهنگی و خواست‌های ایدئولوژیک حاکم شود. به همین دلیل، تلاش می‌کنیم این موضوع را به‌طور عینی و با مصادیق عملی نشان دهیم.

رابطه و نسبتی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با چاپ دارد در برخی از حوزه‌های دیگر این وزارتخانه قابل مشاهده است. هدف از این مقایسه‌ها آن است که نسبت چاپ با حوزه فرهنگ بهتر نمایش داده شود.

### ۱. سازمان سینمایی

سازمان سینمایی که تا چند سال پیش یکی از معاونت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود صدور پروانه و مجوزهای لازم در حوزه تأیید فیلم‌نامه‌ها، فیلمبرداری، اکران فیلم‌ها و ورود و خروج فیلم‌ها برای نمایش داخلی و خارجی را بر عهده دارد. اما آنچه مسلم است ورود و خروج دوربین‌های فیلم‌برداری و تجهیزات سالن‌های سینما در حوزه وظایف این سازمان نیست. سازمان سینمایی از فیلم‌های فاخر حمایت می‌کند اما کاری به دوربین‌های فاخر ندارد، زیرا اولی به حوزه فرهنگ و ارزش‌ها و دومی به حوزه اقتصاد مربوط است.

در بحث استانداردسازی هم سازمان سینمایی استانداردهایی را برای سالن‌های نمایش در نظر می‌گیرد و براساس آن سالن‌ها را رتبه‌بندی می‌کند. اما در حوزه چاپ فرق می‌کند و نمی‌توان انتظار داشت که استانداردها را هم این وزارتخانه تعیین کند، زیرا عمده کاربرد سالن‌های سینما همان نمایش فیلم است اما چاپ کتاب و مطبوعات کمتر از ۲۰ درصد از فعالیت‌های حوزه چاپ را تشکیل می‌دهد و این نسبت به دلیل ورود فن‌آوری‌های جدید غیرچاپی نشر و همچنین گسترش صنعت چاپ به سایر حوزه‌های زندگی به سرعت در حال کم شدن است.

## ۲. معاونت امور هنری

یکی از واحدهای پرکار معاونت امور هنری، دفتر امور موسیقی است. این دفتر بر فرآیند تولید و پخش موسیقی نظارت دارد و مجوز شعر، آهنگ، خوانندگی، ضبط و پخش آهنگ‌ها و اجرای کنسرت‌ها را صادر می‌کند، اما ورود و خروج دستگاه‌های ضبط و پخش صوتی در حوزه وظایف این دفتر نیست و به درستی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از ورود به این حوزه خودداری کرده است.

## ۳. کارگروه مد و لباس

در سال ۱۳۹۰ و به استناد مصوبه‌ای در شورای عالی انقلاب فرهنگی، کارگروه مد و لباس در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی راه‌اندازی شد. این کارگروه به منظور حفظ هویت فرهنگی، طراحی لباس را ارزیابی و مجوز نمایش‌های مد و لباس را صادر می‌کند، اما مجوز تأسیس خیاطی، تولیدی پوشاک و هرگونه ورود و خروج و نقل و انتقال ماشین‌آلات تولید لباس از حوزه کاری این کارگروه خارج است.

گفتنی است این نسبت در سایر دستگاه‌های دولتی هم مشاهده می‌شود. برای مثال شورای عالی فضای مجازی یا بنیاد بازی‌های رایانه‌ای، بر محتوای بازی‌های رایانه‌ای نظارت می‌کنند، اما مجوز ورود انواع نرم‌افزارهای گرافیکی برای طراحی بازی‌ها یا دستگاه ضبط روی انواع سی‌دی‌ها ربطی به این نهادها ندارد. آقای شجاع (مدیر عامل تعاونی لیتوگرافان) درباره نسبت حوزه فرهنگ با حوزه چاپ می‌گوید: «چون نگاه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از دریچه کتاب به چاپ می‌رود و کتاب هم به‌طور پیش فرض مجرم است، مگر آنکه بی‌گناهی آن ثابت شود، پس چاپ هم مجرم است یا حداقل احتمال ارتکاب جرم در آن بالاست و باید همیشه محدودیت‌ها بالای سر آن باشد.»

## گفتار دوم؛ نسبت صنعت چاپ با اقتصاد

### اقتصاد و چاپ

همان‌طور که گفتیم اقتصاد حوزه پول و ثروت است. نسبت هزینه-سود، مهم‌ترین معیار تصمیم‌گیری در حوزه‌های اقتصادی است. به سخن دیگر، منطق و زبان اقتصاد، منطق و زبان پول و بازگشت سرمایه است که با منطق و زبان فرهنگ تفاوت دارد. اینکه سرمایه‌دار موفقی به‌جای استخدام پرستار، شخصاً از والدین سالمندش مراقبت کند و وقت گرانبهایش را به آن‌ها اختصاص

دهد از منظر و منطق اقتصادی کاری نادرست و از منظر فرهنگی (اخلاقی) کاری کاملاً پسندیده است. یکی از مهم‌ترین دلایل شکست ایده‌هایی مانند بانکداری اسلامی در این است که برخی می‌خواهند در حوزه اقتصاد، منطق اخلاق را حاکم کنند. این درحالی است که کمتر مسلمانی حتی مدعی دکتترین بانکداری اسلامی حاضر می‌شود خانه کنار مسجد را بخرد. به همین ترتیب، ضروری است بدانیم کدام بخش‌های حوزه چاپ و بسته‌بندی، اقتصادی است و با معیارهایی مانند سرمایه، رقابت، ارزش بازار، هزینه و سود سروکار دارد.

### ۱. بازاریابی و صنعت چاپ

شرکت‌های فعال در صنعت چاپ برای موفق عمل کردن به راهبرد بازاریابی نیاز دارند؛ گام اول در بازاریابی، پاسخ به این پرسش‌هاست: اندازه فعلی بازار مورد نظر چقدر است؟ بازار با چه سرعتی در حال رشد است؟ چگونه می‌توانیم به بازار دست پیدا کنیم؟ چه عاملی خدمات یا محصول ما را در بازار متمایز می‌کند؟ مهم‌ترین معیار انتخاب برای مشتریان ما چیست؟ (قیمت، کیفیت، زمان تحویل و ...) مشتریان، کدام ویژگی رقیب ما را دوست دارند که ما فاقد آن هستیم؟

بهترین برنامه‌های بازاریابی همیشه معطوف به مشتری‌اند، به ویژه در چاپخانه‌ها، بنابراین یک برنامه بازاریابی باید برای پاسخ به سؤالات زیر سازمان‌دهی شده باشد:

مشتری به راستی به چه چیزی نیاز دارد؟ می‌خواهد آن را از کجا خریداری کند؟ می‌خواهد چگونه خرید خود را انجام دهد؟ حاضر است چه مقدار هزینه کند؟ (ماهنامه صنعت چاپ، شماره ۳۶۸)

حال پرسش این است که یک دستگاه فرهنگی تا چه اندازه می‌تواند به نیازهای چاپخانه‌داران در حوزه بازاریابی پاسخ دهد؟ آیا فراهم آوردن چنین آمار و اطلاعاتی از بازار در تخصص و صلاحیت یک دستگاه فرهنگی است یا یک دستگاه اقتصادی؟

### ۲. بسته‌بندی و صنعت چاپ

«بسته‌بندی عبارت است از علم، هنر و فن‌آوری بستن (Enclosing) و حفاظت از محصولات برای ارائه به مجموعه فرآیندهای توزیع، انبارداری، فروش و مصرف» (Wikipedia, ۲۰۱۱).

بسته‌بندی کالا را در بر می‌گیرد، محافظت می‌کند، از خطرات حفظ می‌کند، حمل و نقل می‌کند، اطلاع‌رسانی می‌نماید و می‌فروشد.

به منظور شناخت و آشنایی بیشتر با فواید بسته‌بندی برای جامعه، مزایای عمده و اصلی آن به شرح زیر می‌آید:

• کاهش میزان زباله‌های شهری: استفاده از بسته‌بندی، ضایعات کالا را به مقیاس وسیعی کاهش می‌دهد و از تبدیل شدن آن‌ها به زباله‌های شهری جلوگیری می‌کند.

• صرفه‌جویی در کاربرد مواد بسته‌بندی: پیشرفت‌های شگرف در فن‌آوری بسته‌بندی سبب شده که امروزه نسبت به ۲۰ سال قبل، از مواد بسته‌بندی کمتری برای محافظت از یک کالا استفاده شود، بدون اینکه به استحکام کالا یا دوام و محتویات آن لطمه‌ای وارد شود.

• تقلیل میزان ضایعات کالا و کاهش قیمت تمام‌شده: کارشناسان تخمین می‌زنند که اگر اکثر کالاهای صنعتی بدون بسته‌بندی توزیع می‌شدند، قیمت آن‌ها حداقل دو برابر رقم فعلی بود.

• کاهش هزینه‌های غذایی به سبب بسته‌بندی: بسته‌بندی با تقلیل میزان ضایعات و کاهش هزینه‌ی فرآوری کالا، به تقلیل کلی قیمت محصولات غذایی کمک می‌کند. بسته‌بندی همراه با افزایش مکانیزاسیون، به ازدیاد بهره‌وری در کشاورزی نیز کمک کرده است.

• کمک به خرید آگاهانه: بسته‌بندی به افراد کمک می‌کند که آگاهانه خرید کنند. کالاها را بشناسند و با کیفیت و محتوای آن‌ها آشنا شوند. در مورد مواد غذایی، ارزش غذایی کالا را تشخیص دهند و به این نکته پی ببرند که عمر کالا چه مقدار است و چگونه باید آن را نگهداری یا برای مصرف آماده کرد.

• جلوگیری از خطر سرقت: بسته‌بندی در بسیاری از موارد از خطر سرقت کالا یا دستبرد زدن به محتویات آن می‌کاهد.

• سهولت در مصرف: امروزه با توجه به تحولات صورت گرفته شده در شیوه زندگی افراد، بسته‌بندی تسهیلات زیادی در نحوه مصرف کالاهای مورد نیاز خانوارها فراهم کرده است.

• کمک به افزایش سطح اشتغال و درآمد

• کمک به کاهش بیماری‌ها: بسته‌بندی در جلوگیری از گسترش آلودگی

مواد غذایی بسیار مؤثر است.

• تازه نگاه داشتن کالا: شیوه‌های جدید بسته‌بندی این امکان را به مصرف‌کننده می‌دهد که مواد غذایی را که از سرزمین‌های دور دست وارد شده است ماه‌ها بعد مصرف کند، بدون اینکه خاصیت غذایی خود را از دست بدهد. "خصوصیات و ویژگی‌های بسته‌بندی را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

۱. مشخصات فیزیکی و شیمیایی (ابعاد، وزن، قابل رویت بودن، ماهیت کالا، مواد و...)

۲. ویژگی‌های مکانیکی (لرزش، شکنندگی، ضربه‌پذیری، فشار، خمیدگی و ...)

۳. ذخیره‌سازی و حمل و نقل (حفاظت در حین حمل و نقل، سهولت در چیدمان، نوع و مدت حمل و نقل، نگهداری)

۴. سهولت مصرف (استفاده مجدد، قابلیت و سهولت باز و بسته شدن درب به دفعات)

۵. رعایت قوانین زیست محیطی (بازیافت، بازگشت سریع به چرخه محیط زیست و ...)

۶. زیبایی شناختی (فرم، رنگ، طراحی و نوشتار بسته‌بندی، زیبایی و تناسب و شفافیت و ...)

۷. مقاومت در برابر عوامل مخرب (شامل عوامل مخرب محیطی و غیر محیطی شامل رطوبت، نور، حرارت، حشرات و میکروارگانیسم‌ها و ...)

۸. قابلیت رقابت اقتصادی و تولیدی (قیمت تمام شده، نوع فن‌آوری، محدودیت‌های داخل کشور و ...)

۹. اطلاع رسانی (اطلاعات روی بسته، رنگ بسته و اطلاعات داخل بسته و...)

۱۰. رعایت استانداردها (مقررات ملی و بین‌المللی شامل قوانین حمل و نقل، حفظ محیط زیست، بهداشت فردی و محل تولید، استانداردهای اجباری)" (نوری، ۱۳۹۰: ۱۶)

بسته‌بندی را از ابعاد مختلفی می‌توان تقسیم‌بندی کرد که از جمله می‌توان به اندازه، روش تهیه، وظیفه، محتوا و غیره اشاره کرد (Noble Printing Press, ۲۰۱۰). جدول (۱) طبقه‌بندی بسته‌بندی بر مبنای معیارهای مختلف را نشان می‌دهد.

جدول (۱): طبقه‌بندی بسته‌بندی بر اساس معیارهای مختلف

معیار طبقه‌بندی بسته‌بندی	انواع	شرح
از نظر اندازه	بسته‌بندی سنگین	کانتینر بسته‌های چوبی
	بسته‌بندی متوسط	جعبه‌های کارتنی قوطی و بشکه
	بسته‌بندی‌های سبک (کوچک یا مصرف کننده)	بسته‌بندی‌های انعطاف پذیر بطری و قوطی‌های کوچک مظروف‌های کاغذی
از منظر وظیفه	وظیفه تسهیل‌گری	سهولت در حمل و نقل و انبارداری و غیره
	وظیفه حفاظتی	حفاظت در مقابل ضربه، پرت شدن، گرما، آب، رطوبت و غیره
	وظیفه گرافیکی	رنگ، اندازه و غیره
	وظیفه روانشناختی	ایجاد جذابیت
از منظر روش بسته‌بندی		بسته‌بندی از طریق مکش (ایجاد خلأ در فضای کالا) بسته‌بندی بهداشتی بسته‌بندی شرینگ (کوچک کننده فضای اشغال شده) بسته‌بندی نواری بسته‌بندی از طریق تراز هوای درون بسته بسته‌بندی عایق رطوبت بسته‌بندی حبایی بسته‌بندی ریتورت (جهت پس دادن کالا) بسته‌بندی پوستی (بسته‌بندی بسیار نازک) بسته‌بندی غیر قابل جعل و دزدی سایر بسته‌بندی‌ها

شرح	انواع	معیار طبقه‌بندی بسته‌بندی
	بسته‌بندی مواد غذایی بسته‌بندی مواد آرایشی و بهداشتی بسته‌بندی مواد پودری بسته‌بندی لوازم آرایشی بسته‌بندی دارو بسته‌بندی مایعات بسته‌بندی منسوجات و پوشاک مواد سمی و خطرناک سایر بسته‌بندی‌ها	از منظر محتوا
مانند: بطری / قوطی‌های فلزی جعبه‌های چوبی، جعبه‌های فلزی و ...	بسته‌بندی صلب (سخت)	انواع بسته‌بندی از منظر مواد
مانند: کاغذ/ پلاستیک، فیلم/ فویل آلومینیوم، سلفون و غیره	بسته‌بندی انعطاف‌پذیر	
مانند: جعبه‌های کارتنی و بطری‌های پلاستیکی	بسته‌بندی‌های نیمه صلب	

منبع: (Noble Printing Press, ۲۰۱۰)

«چاپ بسته‌بندی (Packaging printing) در حدود نیمی از گردش مالی بازار جهانی صنعت چاپ را تشکیل می‌دهد و بر اساس پیش‌بینی مؤسسات پژوهشی بین‌المللی تا سال ۲۰۱۶ میلادی، بیش از ۲۰ درصد رشد خواهد داشت و ارزش تولیدات این بازار به ۳۶۴ میلیارد دلار خواهد رسید. البته باید به کاهش تقاضا برای چاپ کتاب، مجله، روزنامه و کاتالوگ در بازار جهانی صنعت چاپ هم اشاره شود، چرا که در این عرصه، چاپ رقابتی نفس‌گیر با تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها و رسانه‌های اینترنتی دارد. به بیان دیگر، ظهور فن‌آوری‌های نوین رسانه‌ای منجر به کاهش حجم و ارزش تولیدات چاپی در بازار جهانی نشر و رسانه شده است.» (ماهنامه صنعت چاپ، شماره ۳۸۵)

به‌طور کلی، بسته‌بندی دو نقش اساسی در اقتصاد و بازرگانی دارد. در نقش اول، صنعت بسته‌بندی توانمندساز سایر صنایع است و از این طریق به حفاظت، توزیع مناسب، ایمنی، زیبایی و مدیریت اطلاعات کالا و خدمات پرداخته، در



نهایت با تسهیل تجارت، موجب توسعه اقتصادی هر چه بیشتر می‌شود. در نقش دوم، بسته‌بندی به عنوان یک صنعت، به‌ویژه یکی از صنایع پیشرو، می‌تواند نقش به‌سزایی در افزایش درآمد ملی و توسعه اقتصادی داشته باشد. " فقدان مدیریت منسجم و تشکل‌های توانمند برای هدایت صنایع بسته‌بندی به سمت ارتقای کیفیت و یکپارچه‌سازی فعالیت اتحادیه‌های موجود فعال از مسائل کنونی حوزه بسته‌بندی است. کم‌توجهی به بسته‌بندی استاندارد و بهداشتی توسط برخی از صادرکنندگان، سبب لطمه وارد شدن به نام ایران و پایین آمدن سهم سود ناشی از آن و ضایع شدن بسیاری از محصولات صادراتی می‌شود. تدوین ضوابط و آیین‌نامه حمایت از بسته‌بندی صادراتی و توجه به مدیریت زنجیره تأمین کالاهای صادراتی از مرحله برنامه‌ریزی برای تولید تا توزیع و رسیدن به دست مصرف‌کننده نهایی در بازار هدف، از عوامل مؤثر در پیشرفت صنعت بسته‌بندی است. " (نوری، ۱۳۹۰: ۱۳ - ۱۴)

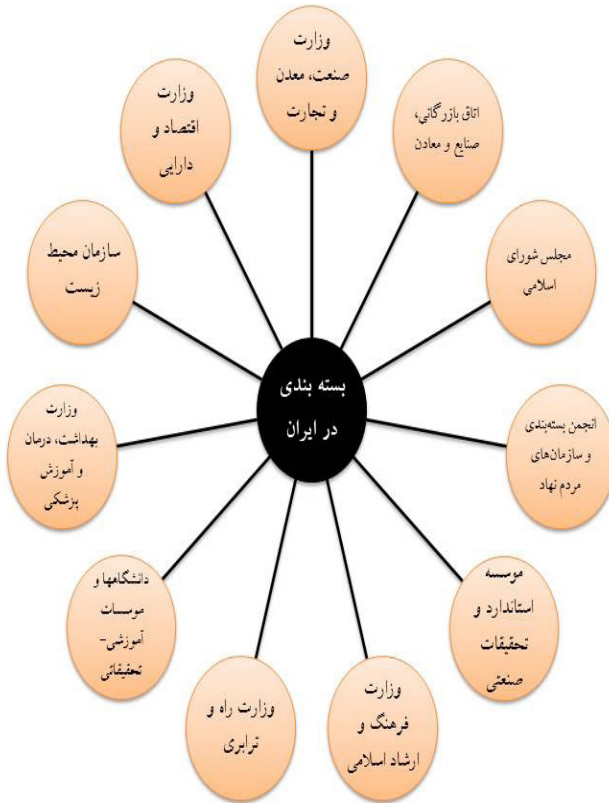
"در حال حاضر و با ساختارهای دولتی و صنفی کنونی امکان مدیریت بخش بسته‌بندی در کشور ایران وجود ندارد. در بخش دولتی، دفتر توسعه و ترویج بسته‌بندی سازمان توسعه تجارت، دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دفتر صنایع سلولزی وزارت صنایع و معادن سابق، خط‌مشی‌گذاری و هدایت این صنعت را به صورتی پراکنده و از هم گسیخته برعهده دارند. " (همان ۴۵)

حال پرسش این است که با وجود حجم گسترده و تنوع فعالیت‌ها و خدمات بسته‌بندی که به حوزه‌های دیگری غیر از حوزه فرهنگ مربوط می‌شود، چرا یک دستگاه فرهنگی باید متولی صدور مجوز ورود و خروج و جابه‌جایی ماشین‌آلات این حوزه باشد.

آقای فکری (معاون دفتر امور چاپ) در این باره می‌گوید: «کار به جایی رسیده که فرد برای دریافت مجوز ورود جرثقیل مخصوص جابه‌جایی دستگاه‌های چاپ و بهره‌مندی از معافیت مالیاتی این حوزه نیز به وزارت ارشاد مراجعه می‌کند. "

همان‌طور که تعاریف و خصوصیات صنعت بسته‌بندی نشان می‌دهد، در این صنعت ابعاد بسیار زیادی وجود دارد و بعد فرهنگی - هنری تنها یکی از این ابعاد است. در سطح ملی، در زنجیره تأمین صنعت بسته‌بندی ایران، سازمان‌های مختلفی درگیر هستند که این سازمان‌ها به شرح نمودار (۲) است:

## نمودار (۲): سازمان‌های سیاست‌گذار صنعت بسته‌بندی ایران



۱. وزارت صنعت، معدن و تجارت: نظارت و قانون‌گذاری در خصوص واردات مواد اولیه و با کیفیت و ماشین آلات مورد نیاز صنعت بسته‌بندی و نیز اعمال حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم از صادرکنندگانی که محصولات خود را به صورت بسته‌بندی صادر می‌کنند. همچنین اعمال حمایت‌های مالی و ستادی در ایجاد و توسعه کارگاه‌ها و مراکز صنعت بسته‌بندی. سازمان‌هایی که زیر مجموعه این وزارت‌خانه بوده و می‌توانند بر این صنعت تأثیر بگذارند عبارتند از:

- سازمان توسعه تجارت ایران: اعمال سیاست‌های حمایتی و هدایتی در جهت توسعه و ارتقای سطح کیفی بسته‌بندی کالاهای صادراتی
- سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده: از طریق اعمال

قوانین و مقررات خاص بسته‌بندی در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان.

۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: تصویب و نظارت بر قوانین و مقررات مربوط به چاپ بسته‌بندی و نحوه طراحی‌های بسته‌بندی‌های داخلی و خارجی.

۳. وزارت دادگستری: برنامه‌های حمایتی از قانون کپی رایت و مالکیت معنوی طرح‌های بسته‌بندی در کشور.

۴. مجلس شورای اسلامی: از طریق قانون‌گذاری در حوزه‌های مختلف مرتبط با صنعت بسته‌بندی.

۵. وزارت جهاد کشاورزی: تولید محصولات با کیفیت برای صادرات و ایجاد مراکز بسته‌بندی اولیه در کنار مزارع و باغات.

۶. وزارت اقتصاد و دارایی: از طریق گمرکات کشور و نظارت بر بسته‌بندی محصولات صادراتی و وارداتی و ارائه آمار صادرات و واردات اقلام بسته‌بندی و نیز نظارت بر نحوه اجرای آیین‌نامه‌های مرتبط (آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات گمرک ج.ا.ا. ایران). با توجه به ماهیت کار گمرک، این سازمان تأثیر زیادی بر صنعت بسته‌بندی دارد.

۷. شرکت‌های بیمه: حمایت از بیمه محصولات بسته‌بندی شده صادراتی.

۸. وزارت راه و ترابری: ایجاد ناوگان مورد نیاز صادراتی کشور برای حمل و نقل محصولات بسته‌بندی شده از طریق مسیرهای دریایی - هوایی - جاده‌ای - ریلی.

۹. بانک‌ها: ارائه حمایت‌های مالی و وام‌های صنعتی به مرتب‌ترین و ایجادکنندگان مراکز بسته‌بندی.

۱۰. سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران: از طریق تصویب آیین‌نامه‌ها و استانداردهای بسته‌بندی کالا و محصولات مختلف.

۱۱. وزارت بهداشت و درمان: نظارت بر رعایت اصول بهداشتی در هنگام بسته‌بندی کالا، تدوین دستور العمل‌های مرتبط با ایمنی مواد غذایی از طریق بسته‌بندی و کنترل و نظارت بر اجرای صحیح آن‌ها.

۱۲. سازمان محیط زیست: نظارت بر ملاحظات زیست محیطی بسته‌بندی از جمله، قابلیت بازیافت بسته‌بندی‌های محصولات تولیدی و اصول زیست محیطی

۱۳. رسانه‌های جمعی: ایجاد فرهنگ بسته‌بندی در بین مردم از طریق

رسانه‌های ملی

۱۴. نهادهای بازیافت از قبیل شهرداری‌ها و ... (نوری، ۱۳۹۰: ۳۶ - ۴۱)

### ۳. محیط زیست و صنعت چاپ

صنعت چاپ و بسته‌بندی ابعاد زیست محیطی بسیاری دارد، اما تاکنون ورود نهادهای متولی این حوزه به صنعت چاپ و بسته‌بندی کم‌رنگ بوده است. در جوامع امروزی، میزان زیادی زباله تولید می‌شود که بی‌توجهی به امکان بازیافت آن‌ها یا سهل‌انگاری در خصوص پیامدهای منفی این زباله‌ها برای محیط زیست بسیار خطرناک است. برای مثال، هر روزه شاهد تولید هزاران تن زباله کاغذی، مقوایی، پلاستیکی و غیره در شهرها هستیم که اکثر آن‌ها دارای مواد چایی هستند. اگر این مواد که ترکیب آن‌ها در حال تغییر است برای محیط زیست مضر باشند یا اگر برخی دستگاه‌های چاپ آلودگی زیست محیطی بیشتری تولید کنند، پیامدهای ناگوار آن تمامی افراد جامعه را متضرر خواهد کرد. به دلیل برجسته شدن جایگاه و اهمیت حفظ محیط زیست در دو دهه گذشته، تمرکز بنگاه‌های فعال در حوزه چاپ و بسته‌بندی به این مقوله بیشتر شده است.

بر اساس یک گزارش «طی دو دهه آینده، قوانین سخت‌تر زیست محیطی در اروپا و آمریکا باعث خواهد شد تا سازندگان مرکب در فرمولاسیون تولیدات خود تجدیدنظر اساسی کنند. در حال حاضر شرکت (Sepiax) نوعی مرکب پایه آب به نام (Aqua Ras) به بازار ارائه کرده که از دیگر مرکب‌های موجود در بازار کمتر به محیط زیست آسیب می‌رساند.

شرکت استدلر چند سال پیش مرکبی دوستدار محیط زیست به نام (Lumocolor) به بازار عرضه کرد. با این حال، این مرکب نتوانست جای پای محکمی در بازار برای خود پیدا کند. علت آن هم عدم همکاری سازندگان بزرگ چاپگر از جمله اپسون بود. با این حال، به نظر می‌رسد که این مرکب پتانسیل فراوانی داشته باشد.

یک سازنده مبتکر دیگر، شرکت مالزیایی (Yeong Jeou) است. این شرکت نوعی مدیای پارچه به نام (ARIA) برای چاپ بیلبورد و پوشش‌های ساختمانی ارائه کرده که در مقایسه با وینیل (PVC) ضرر و زیان کمتری برای محیط

زیست دارد. «(ماهنامهٔ صنعت چاپ شماره ۳۷۹)

امروزه باتوجه به این‌که ابعاد و پیامدهای زیست محیطی صنعت چاپ بسیار گسترده‌تر از ابعاد و پیامدهای فرهنگی آن است، اگر صنعت چاپ و بسته‌بندی زیر مجموعهٔ سازمان محیط زیست باشد بسیار منطقی‌تر است تا زیر مجموعهٔ یک دستگاه فرهنگی. برای مثال و در همین رابطه، اعظمی (مدیر عامل انجمن صنایع کارتن و ورق)، در نامه‌ای که در تاریخ ۹۵/۲/۲۲ به وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت ارسال می‌کند به نقش مخرب بسته‌بندی‌های پلیمری در محیط زیست اشاره کرده، تقاضا می‌کند که در حوزه‌های مختلف مانند میادین میوه و تره‌بار، از توزیع سبدها و پاکت‌های پلاستیکی جلوگیری شود. گفتنی است چنین تمهیداتی از سال‌ها پیش در کشورهایی که به توسعهٔ سبز و پایدار اعتقاد دارند، در نظر گرفته شده است.

در پایان این بخش می‌توان گفت، هرچند امروزه متولی اصلی و قانونی صنعت چاپ، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است اما منطقی‌تر به نظر می‌رسد که وزارت صنعت و معدن به عنوان وزارتخانهٔ مسئول در زمینهٔ سخت‌افزاری و ورود ماشین‌آلات و فن‌آوری شناخته شود و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان وزارتخانهٔ ناظر بر مسائل فرهنگی در این حوزه فعال باشد. بنابراین، یکی از پرسش‌های مهمی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید به آن پاسخ دهد این است که در صنعت چاپ و بسته‌بندی اولویت با صنعت است یا با فرهنگ.

به سخن دیگر، «آیا چاپ، صنعتی فرهنگی است یا فرهنگی صنعتی؟»

بسیاری از مدیران، محققان و فعالان چاپ و نشر کشور معتقدند که جایگاه اصلی صنعت چاپ در وزارت صنایع است و در آن حوزه از جایگاه بهتری برخوردار است، زیرا در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نگاه فرهنگی بر نگاه صنعتی غالب است. به نظر می‌رسد که زمان آن رسیده که با تفکیک حوزهٔ صنعتی چاپ و احالهٔ آن به وزارت صنایع قسمتی از مشکلات ناشی از این مسئله حل شود. (نگاهی به مهم‌ترین مسائل صنعت چاپ در ایران-۱۳)

در جمع‌بندی این بخش باید گفت که به مرور زمان صنعت بسته‌بندی اهمیت بیشتری یافته، بخش بزرگ‌تری از صنعت چاپ را به خود اختصاص می‌دهد. این واقعیت نه تنها در نظر کارشناسان دیده می‌شود، بلکه در مشاهدات میدانی نیز قابل تأیید است. برای مثال، در گزارشی که با موضوع آسیب‌شناسی نمایشگاه صنعت چاپ تدوین شد، آمده است: «گرایش بیش از حد نمایشگاه‌ها

به سمت بسته‌بندی و کم‌رنگ شدن چاپ از دیگر آسیب‌های نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران است."

## فصل سوم؛ ساختار صنعت چاپ

### مقدمه

زمانی که سخن از بررسی ساختاری است، پیش از هر چیز باید جایگاه و ارتباط عناصر یک سیستم را با یکدیگر و با مجموعه بزرگ‌تری که آن سیستم در آن فعالیت می‌کند، مشخص کرد.

در مطالعه ساختاری صنعت چاپ به دنبال آن هستیم که هم جایگاه و نسبت این حوزه را با سایر حوزه‌ها مشخص کنیم و هم ارتباط و جایگاه عناصر درونی این حوزه را با یکدیگر نشان دهیم. بدیهی است که با توجه به امکانات و زمان موجود برای تهیه این گزارش، تنها به برخی از مهم‌ترین روابط ساختاری پرداخته خواهد شد و جا برای انجام مطالعه‌ای عمیق‌تر کماکان باقی خواهد بود.

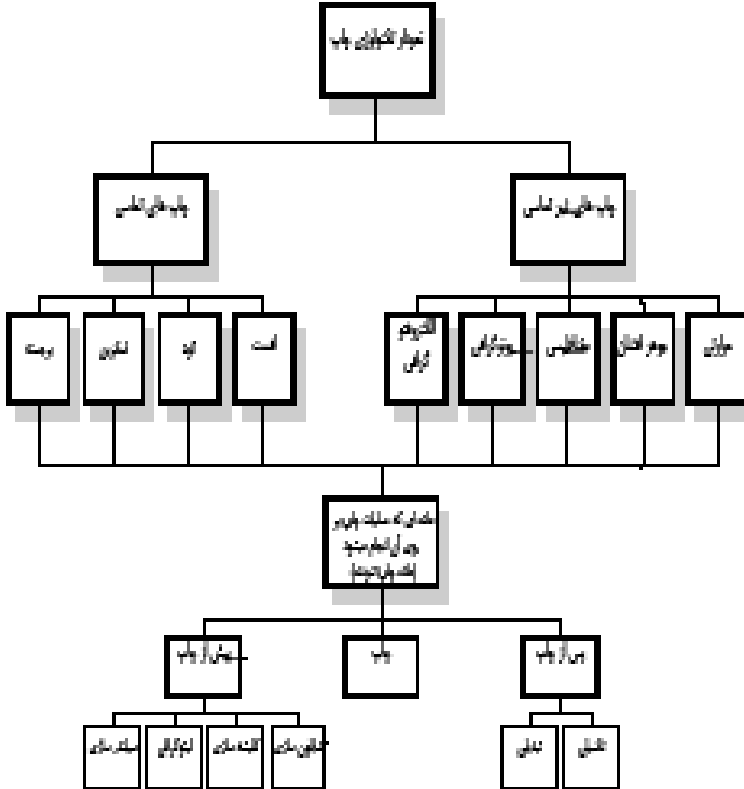
### الف. ساختار فن‌آوری حوزه چاپ

به‌طور کلی دسته‌بندی فن‌آوری چاپ را می‌توان در قالب دو گروه اصلی چاپ‌های غیرتماسی و چاپ‌های تماسی معرفی کرد. فرآیند چاپ هم به‌طور سنتی به سه مرحله پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ دسته‌بندی می‌شود که در نمودار (۳) نشان داده شده است.

همان‌طور که در نمودار (۳) مشخص شده، تقسیم‌بندی اولیه بر اساس گروه چاپ‌های تماسی و چاپ‌های غیرتماسی انجام شده است. تقسیم روش‌های چاپ به تماسی و غیرتماسی، سابقه چندانی ندارد. این اصطلاح از زمان به کارگیری روش‌های جدید چاپ ابداع شدند. روشی که بدون تماس سطح چاپ‌شونده با فرم چاپ (یا واسطه چاپ)، عمل چاپ را انجام می‌دهند، در مقایسه با روش‌های معمولی، چاپ غیرتماسی نامیده می‌شود. در واقع، همه روش‌های چاپی که در

گروه چاپ تماسی جای می‌گیرند، همان روش‌های سنتی چاپ و اصلی‌ترین روش‌های تولید کارهای چاپی هستند که سال‌هاست قدمت داشته‌اند و هنوز هم به عنوان روش‌های عمده چاپ شناخته می‌شوند.

نمودار (۳): ساختار فن آوری چاپ



چاپ‌های تماسی بر اساس نوع فرم چاپ و نحوه انتقال مرکب به چهار گروه تقسیم می‌شوند:

- برجسته (مانند لترپرس و فلکسوگرافی)
  - گود (مانند هلیوگراور و پدپرینت)
  - افست (مانند افست و چاپ سنگی)
  - اسکرین (مانند سیلک اسکرین و استنسیل)
- (شناخت وضعیت موجود صنعت چاپ ایران، ۱۳۸۹، ۱۵ تا ۱۷)



در چاپ‌های غیر تماسی سطح چاپ شونده نه با فرم چاپ و نه با واسطه‌ای در تماس است بلکه با مکانیسم دیگری همچون الکتریسیته ساکن یا پاشیدن جوهر به صورت هدایت شده، عمل چاپ انجام می‌شود؛ مثل فتوکپی، پرینتر و اینک‌جت. یکی دیگر از انواع چاپ‌ها، چاپ هلیوگراور است که برای چاپ مجله‌ها و کتاب‌های با شمارگان بالا، کارهای تبلیغاتی، بسته‌بندی، چاپ پارچه، سفره، پلاستیک، سلفون، جعبه‌های مختلف و ... استفاده می‌شود.

### چاپ دیجیتال

این روش برای چاپ کارهای رنگی و سیاه و سفید در شمارگان کم ایده‌آل است. برخلاف اغلب روش‌های چاپی، نیازی به استفاده از فیلم و کپی کردن پلیت ندارد و به جای آن از یک فایل (pdf) یا (post script) یا فایل‌های مناسب دیگر استفاده می‌کند. در این روش تصویر به صورت دیجیتال روی سیلندر چاپ منتقل می‌شود.

با حذف پلیت چاپ، هزینه‌های تولید کاهش می‌یابد؛ هر چند که قیمت تمام شده یک فرم چاپ شده به دلیل استفاده از تونرهای مخصوص در مقایسه با افسه گران‌تر است. اما امروزه در تعدادی از ماشین‌های چاپ دیجیتال استفاده از مرکب به جای تونر آغاز شده است. چاپ دیجیتال امکان چاپ با شمارگان پایین و مجدد بر حسب تقاضا را فراهم می‌کند.

اولین ماشین چاپ دیجیتال مستقیم، هایدلبرگ است که امتیاز این ماشین در فن‌آوری لوحه‌سازی آن است. ماشین‌های چاپ دیجیتال زیگون، زیراکس، کداک، کانون، نیپسون انواع دیگری هستند که با فن‌آوری الکتروفوتوگرافی کار می‌کنند و از سال ۱۹۹۳ به چاپ دیجیتال پیوستند.

### چاپ مغناطیسی

چاپ مغناطیسی یکی از روش‌های مورد استفاده در چاپ دیجیتال است. در این چاپ، سیلندر چاپ دارای پوشش مغناطیسی است و تصویرسازی روی آن با شارژ مغناطیسی واحدهای بسیار ریز صورت می‌گیرد و ذرات تونر شارژ شده تصویر را روی کاغذ منتقل می‌کند. (دیوید بن، ۱۳۸۸: ۹۸) (<http://nashr۹۰.blogfa.com>)

همان‌طور که گفته شد مراحل مختلف چاپ را می‌توان در سه دسته فعالیت اصلی خلاصه کرد:

## ۱. پیش از چاپ

همهٔ روش‌های چاپی، مرحله‌ای به نام پیش از چاپ دارند. مجموعه عملیاتی که پس از صفحه‌آرایی و تهیه آرت‌ورک یا پس از اجرای طراحی، به‌منظور آماده‌سازی آن کار برای چاپ صورت می‌گیرد، پیش از چاپ به حساب می‌آیند. آخرین مرحله پیش از چاپ، تهیه پلیت (یا فرم آماده برای چاپ) است.

«پیش از چاپ» در معنای وسیع خود عملیات حروف‌چینی و طراحی را نیز شامل می‌شود و در معنای خاص به آماده‌سازی فرم چاپ یا عملیاتی که به تولید پلیت می‌انجامد، اطلاق می‌شود. آماده‌سازی در همه روش‌های چاپی به صورت سنتی دارای مراحل، عملیات و مواد مصرفی خاص خود است و امروزه به تدریج جای خود را به آماده‌سازی دیجیتال می‌دهد.

عمده‌ترین عملیات و مراحل آماده‌سازی معمولی در همهٔ روش‌ها عبارتند از: عکاسی، تفکیک رنگ، فیلماژ، فرم‌بندی و کپی. در آماده‌سازی دیجیتال، همهٔ عملیات عکاسی، روتوش و فرم‌بندی، به کمک نرم‌افزارهای پیش از چاپ در رایانه انجام می‌شود و ظهور پلیت توسط سیستم‌های رایانه به پلیت صورت می‌گیرد و مرحلهٔ تولید فیلم و عملیات پیچیده فیلماژ حذف شده‌اند. (کمیل رودی، ۱۳۹۱: ۱۹)

نکتهٔ مهم این است که به مرور زمان و به دلیل پیشرفت‌های فن آوری حجم فعالیت‌های پیش از چاپ کوچک‌تر و کوچک‌تر و زمان انجام این مرحله نیز کوتاه‌تر و کوتاه‌تر شده است. اگر در گذشته بعد نظارتی چاپ این مرحله را هدف قرار داده بود و زمان کافی برای انجام این نظارت و سرکشی وجود داشت، امروزه هیچ دستگاه نظارتی زمان کافی برای نظارت بر مراحل پیش از چاپ را ندارد.

## ۲. چاپ

همهٔ روش‌های چاپ تماسی می‌توانند به صورت دستی، نیمه‌اتوماتیک یا اتوماتیک باشند. بسیاری از عملیاتی که در ماشین‌های معمولی به صورت دستی انجام می‌شوند، در سیستم‌های جدید به مدد اتوماسیون و تجهیزات جانبی، از راه دور کنترل شده، یا به طور خودکار قابل اجرا هستند (مانند تنظیم شیرهای مرکب، بستن پلیت، جدا کردن باطله‌ها، شست‌وشوی نوردها و ...) دربارهٔ سطوح مختلف اتوماسیون ماشین چاپ و اجزای هر قسمت از آن، ده‌ها نکتهٔ فنی و تخصصی وجود دارد که در هر یک از انواع ماشین‌ها قابل بررسی و طبقه‌بندی کردن است. ماشین‌ها در همهٔ روش‌های چاپ به دو صورت زیر ساخته می‌شوند:

۱. ورقی (یعنی تغذیه سطح چاپ‌شونده به صورت ورق ورق یا تک تک)
۲. رول (یعنی تغذیه سطح چاپ به صورت نوار ممتد و پیوسته). (کمیل رودی، ۱۳۹۱: ۲۰)

### ۳. پس از چاپ

فرم‌های چاپ شده به صورت ورقی یا رول، متناسب با کاربرد نهایی‌شان، وارد مراحل پس از چاپ می‌شوند، عملیات پس از چاپ به دو گروه عمده تکمیلی (Finishing) و تبدیلی (Converting) تقسیم می‌شوند. عملیات پس از چاپ ممکن است به منظور ایجاد جلوه و زیبایی یا حفاظت و پایداری سطح چاپ شده (یعنی تکمیلی) باشند. (مانند انواع ورنی‌زنی و وارنیش، ترموگرافی، برجسته‌سازی، طلاکوبی، سلفون‌کشی، لمینیت و ...)

گروه دیگری از عملیات پس از چاپ حالت تبدیلی دارند که به کمک آن‌ها، فرم چاپ به ابعاد یا حالت‌ها و اشکال دیگر تبدیل می‌شود. (مانند برش، تا و سایر عملیات صحافی، دایکات، جعبه چسبانی و ...) عملیات چاپی معمولاً متناسب با جنس و ابعاد کارهایی که به یکی از دو روش چاپ شده‌اند، با دستگاه‌ها و تجهیزات خاص خود انجام می‌شوند، ولی در اغلب موارد دستگاه‌های پس از چاپ برای محصولات چاپی مختلف به طور یکسان قابل استفاده هستند. تجهیزات و سیستم‌های پس از چاپ برای چاپ روزنامه و برای چاپ بسته‌بندی، دارای تفاوت بسیار زیادی هستند، هر چند که ممکن است هر دو به روش افسست یا روش فلکسو چاپ شده باشند.

در بعضی منابع معتبر، تعریف صنایع تبدیلی به صورتی بیان شده، که هرگونه عملیات روی کاغذ و مقوا را شامل می‌شود. در این تعریف حتی چاپ نیز در شمار عملیات تبدیلی است و همه عملیات تکمیلی زیرمجموعه تبدیلی قرار می‌گیرند. تنها در شاخه بسته‌بندی، می‌توان ده‌ها عملیات مختلف پس از چاپ را برشمرد که معمولاً در حوزه صنعت چاپ انجام می‌شوند. (کمیل رودی، ۱۳۹۱: ۲۲)

### ب. ساختار ذی‌نفعان صنعت چاپ

براساس نتایج تحقیقات شرکت (Bain) روی ۵۷ پروژه بازسازماندهی که بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶ شکل گرفته است، بهترین شیوه بازسازماندهی، رویکرد تصمیم - محور است. روش مذکور بر این ایده مبتنی است که وظیفه اصلی هر

مدیر یا کارشناس در درجهٔ اول، تصمیم‌گیری است. آن‌ها با تصمیم‌گیری‌های خود فرآیندهای کاری سازمان را اجرا می‌کنند. از آن جایی که فرآیندهای سازمان بر بستر ساختار سازمانی اجرا می‌شوند، شکل بهینهٔ ساختار سازمانی براساس تصمیمات کلیدی در سازمان - که از زنجیرهٔ ارزش و فرآیندهای موجود آن سازمان استخراج می‌شوند- طراحی می‌شود. در اصطلاح گفته می‌شود که باید «ساختار سازمانی روی معماری تصمیمات سازمان سوار شود.» بدین ترتیب، از یک سو حداکثر هم‌خوانی میان فرآیندهای کاری سازمان و ساختار سازمانی ایجاد می‌شود و از سوی دیگر می‌توان اطمینان حاصل کرد که تمام نیازمندی‌های کلیدی سازمان در طراحی ساختار سازمانی مدنظر قرار گرفته‌اند. اگر یک صنعت را مشابه یک سازمان گسترده در نظر بگیریم که در آن ذی‌نفعان مختلف صنعت هم‌چون واحدهای مختلف سازمانی عمل می‌کنند و فرآیندهای کاری متعامل آن‌ها نیز تصمیمات کلیدی سطح صنعت را بازتاب می‌دهند، می‌توان از این رویکرد برای بازطراحی ساختار حاکمیتی صنعت نیز بهره برد.

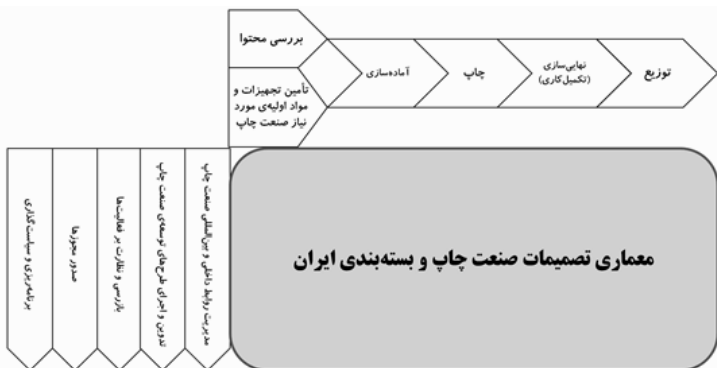
این رویکرد با تهیهٔ ساختار حاکمیتی صنعت/سازمان آغاز می‌شود. در این گام باید مشخص شود که چه تصمیماتی در صنعت وجود دارند. در مرحلهٔ بعد ذی‌نفعان اصلی صنعت تعیین می‌شوند. سپس درخصوص این‌که هر یک از تصمیمات باید در چه موقع گرفته شوند، توافق جمعی حاصل می‌شود. به این ترتیب، شرح وظایف و اختیارات هر یک از ذی‌نفعان صنعت به‌دست می‌آید.

استخراج معماری تصمیمات صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران براساس مطالعهٔ وضع موجود فرآیندهای کسب و کار دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بررسی مستندات تکمیلی در دسترس همانند سایت‌های اتحادیه‌های صنف چاپخانه‌داران و ملاحظات کارشناسی صورت پذیرفته است.

باید توجه شود که در استخراج معماری تصمیمات صنعت چاپ و بسته‌بندی، مبنای کار فعالیت‌های بخش "سیاستگذاری، هدایت و پشتیبانی صنعت چاپ" زنجیرهٔ ارزش است، چرا که هدف ساختار تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در سطح صنعت است و نه مدیریت یک بنگاه مستقل فعال در صنعت. اما باید توجه شود که هر یک از این مجموعه فعالیت‌ها درخصوص هر یک از فعالیت‌های زنجیرهٔ "فعالیت‌های اصلی صنعت چاپ" معنادار است (مثلاً هم تولید محتوا نیازمند دریافت مجوز یا تدوین و اجرای طرح‌های توسعه‌ای است و هم فروش محصولات چاپی).

بنابراین استخراج معماری تصمیم، از ارتباط دادن دو بخش مختلف زنجیره ارزش صنعت چاپ و بسته‌بندی، یعنی "سیاست‌گذاری، هدایت و پشتیبانی صنعت چاپ" با "فعالیت‌های اصلی صنعت چاپ" به‌دست می‌آید.

نمودار (۴)؛ چگونگی استخراج معماری تصمیمات صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران



به این ترتیب، معماری تصمیمات صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران در وضع موجود به‌شکل نمودار (۵) استخراج می‌شود:

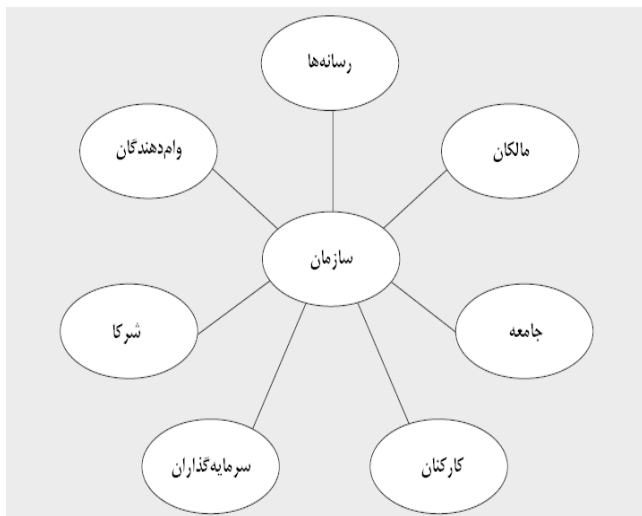
نمودار (۵)؛ معماری تصمیمات صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران در وضع موجود

توزیع	تهای سازی	چاپ	آبادسازی	تهای تجزیه و تحلیل روابط داخلی و بین‌المللی صنعت چاپ	بررسی محتوا
مدیریت روابط داخلی و بین‌المللی صنعت چاپ	مدیریت روابط داخلی و بین‌المللی	مدیریت روابط داخلی و بین‌المللی فعالیت‌های چاپی	مدیریت روابط داخلی و بین‌المللی فعالیت‌های آبادسازی	مدیریت روابط داخلی و بین‌المللی در زمینه‌های توسعه صنعت چاپ	مدیریت فعالیت‌های داخلی و بین‌المللی در زمینه‌های محتوا
اجراء طرح‌های توسعه فعالیت‌های توزیع صنعت چاپ	اجراء طرح‌های توسعه فعالیت‌های تهای سازی	اجراء طرح‌های توسعه فعالیت‌های چاپی	اجراء طرح‌های توسعه فعالیت‌های آبادسازی	اجراء طرح‌های توسعه فعالیت‌های صنعت چاپ	اجراء طرح‌های توسعه فعالیت‌های محتوا
تدوین طرح‌های توسعه فعالیت‌های توزیع صنعت چاپ	تدوین طرح‌های توسعه فعالیت‌های تهای سازی	تدوین طرح‌های توسعه فعالیت‌های چاپی	تدوین طرح‌های توسعه فعالیت‌های آبادسازی	تدوین طرح‌های توسعه فعالیت‌های صنعت چاپ	تدوین طرح‌های توسعه فعالیت‌های محتوا
بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های توزیع صنعت چاپ	بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های تهای سازی	بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های چاپی	بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های آبادسازی	بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های صنعت چاپ	بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های محتوا
مدیریت حقوق‌های آراء بری فعالیت‌های توزیع صنعت چاپ	مدیریت حقوق‌های آراء بری فعالیت‌های تهای سازی	مدیریت حقوق‌های آراء بری چاپی	مدیریت حقوق‌های آراء بری آبادسازی	مدیریت حقوق‌های آراء بری صنعت چاپ	مدیریت حقوق‌های آراء بری محتوا
برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فعالیت‌های توزیع صنعت چاپ	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فعالیت‌های تهای سازی	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری چاپی	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری آبادسازی	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صنعت چاپ	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری محتوا

به نظر می‌رسد بهترین الگو برای بررسی ساختار صنعت چاپ در ایران که امکان مقایسه با تجربه سایر کشورها را فراهم کند به‌کارگیری «الگوی ذی‌نفعان» است. «الگوی ذی‌نفعان در ابتدا برای شناسایی گروه‌های گوناگون جامعه که به صورت مستقیم تحت تأثیر تصمیمات گرفته شده در کسب و کار قرار می‌گیرند و توان تأثیرگذاری بر موفقیت یا شکست سازمان را دارند، توسعه داده شد. بر این اساس، برخی از نظریه‌پردازان نتیجه گرفتند که یک سازمان از دیدگاه‌های اقتصادی و اخلاقی تنها به صاحبان منافع (Shareholders) خود تعلق ندارد، بلکه به سایر ذی‌نفعان که دارای ارتباط اقتصادی با سازمان هستند نیز وابسته است.

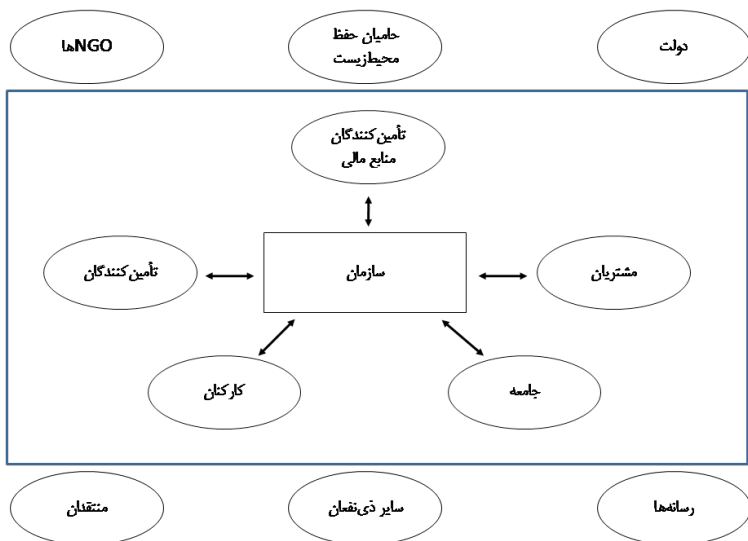
چارچوب الگوی ذی‌نفعان فریمن نمایش‌گر روابط میان گروه‌های گوناگون بازیگرانی است که در درون و بیرون سازمان نقش‌آفرینی می‌کنند. فریمن براساس ادبیات علمی گسترده موجود در زمینه‌های نظریه سازمان و خط‌مشی سطح سازمانی و با انجام تحقیقات و مشاهده‌های بسیار زیاد، الگوی مفهومی از دیدگاه خود نسبت به سازمان را در قالب ساختاری جدید و در عین حال ساده ارائه کرده است. الگوی اولیه ذی‌نفعان فریمن نقشه‌ای شبیه یک چرخ بود که در آن سازمان در مرکز و گروه‌های مختلف ذی‌نفعان در اطراف آن قرار گرفته بودند.» (کمیل رودی، ۱۳۹۰: ۳۰)

#### نمودار(۶): الگوی اولیه ذی‌نفعان فریمن



فریمن به مرور زمان و پس از جمع‌بندی انتقادهای و بازخوردها نسبت به الگوی اولیه ذی‌نفعان، الگوی تکمیلی (نمودار ۷) را ارائه کرد.

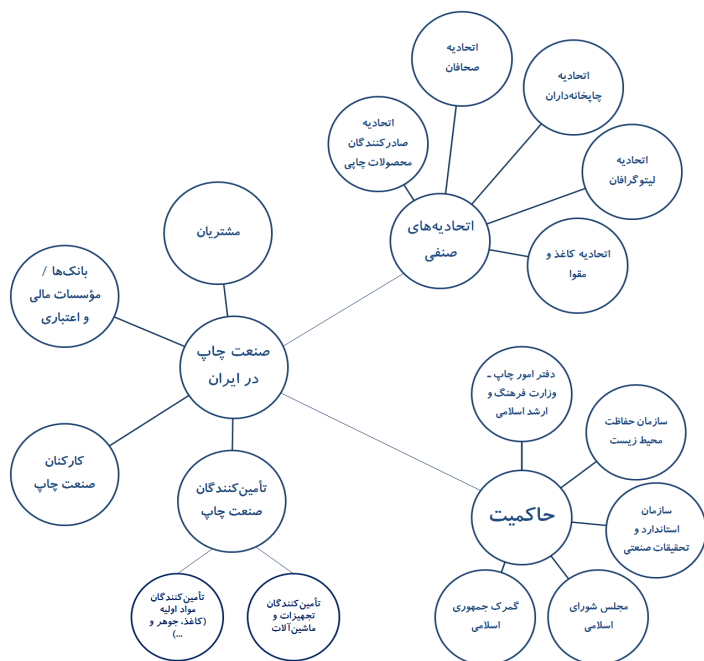
### نمودار (۷): الگوی تکمیلی ذی‌نفعان فریمن



### گفتار اول؛ ساختار صنعت چاپ در ایران

اگر بخواهیم با الگوبرداری از الگوی فریمن به ترسیم ذی‌نفعان حوزه صنعت چاپ بپردازیم، احتمالاً به الگویی مانند نمودار (۸) خواهیم رسید. (کمیل رودی، ۱۳۹۱: ۳۶)

## نمودار (۸)؛ ذی‌نفعان صنعت چاپ بر اساس الگوی فریمن



هرچند در این الگو به برخی از مهم‌ترین ذی‌نفعان حوزه چاپ اشاره شده است، اما بررسی نقش هر کدام از این ذی‌نفعان نیاز به تأمل و تعمق زیادی دارد. برای مثال، اهمیت حوزه چاپ برای مجلس شورای اسلامی فقط به بحث قانونگذاری محدود نمی‌شود و بعد سیاسی نیز پیدا می‌کند، به نحوی که حتی تشکیل فراکسیون چاپ نیز مطرح شده است.

«به گزارش روابط عمومی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، امیر خجسته در گفت و گو با خانه ملت، با یادآوری تلاش جمعی از نمایندگان مجلس برای تشکیل فراکسیون صنعت چاپ، افزود: این فراکسیون در تلاش است با نگاه حمایتی به چاپخانه‌داران در جهت بهبود وضعیت صنعت چاپ گام بردارد.

رئیس کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی، گفت: تشکیل این فراکسیون با امضای ۵۰ نفر از نمایندگان همچنان پیگیری می‌شود و تنها دغدغه‌اش وجود نگاه حمایتی به صنعت چاپ در کشور است.» (<http://rc.majlis.ir>)



## ساختار اداری صنعت چاپ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت

صنعت، معدن و تجارت

### آشنایی با دفتر امور چاپ

بر اساس بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب ۱۳۶۶/۲/۲۲ مجلس شورای اسلامی، صدور مجوز تأسیس، نظارت و انحلال مراکز چاپ و واحدهای وابسته به عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. در این راستا، آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته در سال ۱۳۷۱ در هیات دولت به تصویب رسید و برای اجرا به اداره کل چاپ و نشر ابلاغ شد. در آن سال اداره کل چاپ و نشر دو وظیفه عمده داشت. اول نظارت بر چاپ کتاب و مسائل مربوط به آن و دوم نظارت بر تأسیس و کار چاپخانه‌های کشور. این شیوه تا سال ۱۳۸۳ ادامه داشت، اما در این سال با توجه به گسترش صنعت چاپ و همچنین گسترش حوزه‌های مربوط به کتاب تصمیم گرفته شد که اداره کل چاپ و نشر به دو اداره کتاب و کتابخوانی و دفتر امور چاپ تقسیم شود که این امر بعد از بررسی‌های کارشناسی در سال ۱۳۸۴ به وقوع پیوست و دفتر امور چاپ به قصد انجام امور مربوط به چاپ نظیر سیاستگذاری‌های کلان حوزه صنعت چاپ، برنامه‌ریزی جهت اعتلای این صنعت، ارائه شیوه‌های حمایتی، بررسی قوانین موجود و اصلاح آن در صورت نیاز، نظارت بر کار چاپخانه‌ها، رسیدگی به تخلفات احتمالی و برنامه‌ریزی برای آموزش نیروهای متخصص پایه‌ریزی شد.

به‌طور خلاصه، دفتر امور چاپ از چهار اداره اصلی تشکیل شده بود و عمده‌ترین فعالیت‌ها و اقداماتی که در این دفتر در رابطه با مدیریت و نظارت بر صنعت چاپ کشور انجام می‌پذیرفت برحسب دوایر اصلی این اداره کل عبارت بود از:

• اداره بازرسی از چاپخانه‌ها و صنایع وابسته

– بازدیدهای فنی

– بازرسی از چاپخانه‌ها و صنایع وابسته

• اداره نظارت و حمایت از صنعت چاپ

– صدور موافقت‌نامه تأسیس

– صدور پروانه بهره‌برداری

– صدور شناسنامه ماشین‌آلات چاپ و واحدهای وابسته

- نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ و واحدهای وابسته

- ورود و ترخیص ماشین‌آلات

• ادارهٔ صدور مجوز کارهای چاپی غیر از کتاب

- صدور مجوز چاپ انواع تقویم و سررسید

- صدور مجوز چاپ کاتالوگ، بروشور، پوستر و اقلام تبلیغاتی

- صدور مجوز چاپ جعبه و بسته‌بندی

- صدور مجوز محصولات چاپی جهت ارسال به خارج کشور (سفارشات

چاپی دریافت شده از سوی متقاضیان خارجی)

• ادارهٔ صادرات و واردات

- صادرات کتاب

- صادرات محصولات چاپی غیر از کتاب

- ورود محصولات چاپی غیر از کتاب

- ترخیص محصولات چاپی غیر از کتاب

- ورود کتاب

- ترخیص کتاب

در حال حاضر، برخی از این اختیارات به ادارات کل استان‌ها واگذار شده یا

در حال واگذاری است. همچنین دو کمیسیون رسیدگی به تخلفات در دفتر امور

چاپ و نشر مشغول فعالیت است.

### وظایف دفتر امور چاپ و نشر

۱. طراحی برنامه‌های لازم برای ارتقاء و گسترش سطوح کمی و کیفی

آموزش‌های (کوتاه مدت، بلند مدت، پودمانی) علمی - فرهنگی - هنری

مرتبط به ویژه حوزهٔ چاپ و نشر و صنایع وابسته با مدیریت و نظارت صحیح

و هماهنگی و همکاری مراکز ذی‌ربط درون و برون سازمانی.

۲. برنامه‌ریزی در جهت افزایش و گسترش ارتباطات بین‌المللی

دست‌اندرکاران حوزه‌های چاپ و نشر و صنایع وابسته.

۳. برنامه‌ریزی و ارائهٔ راهکارها برای افزایش بهره‌وری در صنعت چاپ

کشور در چارچوب حوزهٔ اختیارات.

۴. برنامه‌ریزی به‌منظور بهره‌گیری از فن‌آوری‌های پیشرفته در حوزهٔ

چاپ و نشر و صنایع وابسته.

۵. برنامه‌ریزی جهت افزایش و گسترش ارتباطات بین‌اتحادیه‌ها و

مؤسسات چاپ و نشر و صنایع وابسته برای همکاری و انتقال تجارب. ۶. برنامه‌ریزی به منظور حمایت از برگزاری نمایشگاه و جشنواره‌های ملی و بین‌المللی حوزه چاپ و نشر و ایجاد بستر مناسب برای حضور و مشارکت واحدهای مرتبط در آن‌ها به منظور رسیدن به اهدافی چون، معرفی توانمندی‌های موجود و کسب بازارهای منطقه.

۷. ارائه برنامه‌های کاربردی و بنیادی در راستای جلب مشارکت سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی به منظور ایجاد و راه‌اندازی مؤسسات چاپ و صنایع وابسته با اعمال سیاست‌های حمایتی و نظارتی.

۸. تدوین و ارائه برنامه‌ها برای اقتصادی کردن بخش صنعت چاپ و نشر و صنایع وابسته در کشور، همچنین گسترش مناسب اشتغال‌زایی در این قسمت و جلوگیری از انحصار بازارهای داخلی این حوزه توسط بیگانگان.

۹. تدوین ضوابط، آیین‌نامه و دستورالعمل‌های لازم مدیریتی، اجرایی، هدایتی، حمایتی و نظارتی حوزه چاپ و نشر و صنایع وابسته در کشور.

۱۰. تهیه، تدوین و اجرای ضوابط مربوط به صدور یا لغو امتیازات و نحوه فعالیت انواع چاپخانه‌ها (افست، دیجیتال، سیلک) و نظارت بر آن‌ها.

۱۱. تهیه و تدوین آیین‌نامه صدور مجوز پیش از چاپ محصولات (غیر از کتب و نشریات) و نظارت و کنترل امور مربوطه.

۱۲. تهیه و تدوین ضوابط و آیین‌نامه‌های مربوط به ورود و خروج محصولات چاپی (غیر از کتب و نشریات) صدور مجوز و نظارت بر آن‌ها.

۱۳. تهیه و تدوین آیین‌نامه و دستورالعمل‌های لازم مرتبط با واردات، صادرات، ترخیص، نقل و انتقال و بهره‌برداری هر نوع دستگاه و ماشین‌آلات چاپ و صنایع وابسته، تأسیس نمایندگی‌های مربوطه، صدور مجوزهای لازم در خصوص هر یک از موارد مذکور و مرتبط و نظارت بر آن‌ها.

۱۴. بررسی و ارزیابی و مدیریت و اجرای طرح‌ها و پژوهش‌های حوزه صنعت چاپ و نشر و اعلام نتایج حاصله و ارائه پیشنهادها تسهیلی به معاونت متبوع و نظارت بر حسن انجام آن‌ها.

۱۵. هدایت و حمایت‌های قانونی از مراکز و کارگزاران امور چاپ و صنایع وابسته در کشور از قبیل معافیت‌های مالیاتی، حقوق گمرکی، سود بازرگانی، همچنین ایجاد تسهیلات لازم برای توسعه صنعت چاپ و نشر و نظارت بر آن امور.

۱۶. ساماندهی و به‌روزرسانی بانک جامع اطلاعات و آمار در حوزه چاپ و نشر، صنایع وابسته و امور مرتبط، با استفاده از روش‌های نوین رایانه‌ای، به‌روز نگه داشتن و اطلاع‌رسانی مناسب آن.

۱۷. برقراری ارتباط با مراکز داخلی و خارجی فعال در فن‌آوری‌های پیشرفته چاپ و نشر و تأسیس و نظارت بر شهرک‌های چاپ.

۱۸. بهره‌گیری و استفاده لازم از نتایج مطالعات مرتبط با روند توسعه صنعت چاپ و نشر جهان و منطقه در اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های مرتبط این حوزه در کشور.

۱۹. هماهنگی با دستگاه‌های ذی‌ربط (دولتی و غیردولتی) برای تسهیل امور چاپ و نشر در کشور و گسترش همکاری متقابل به‌منظور معرفی و عرضه محصولات مرتبط در بازارهای بین‌المللی.

نگاهی کوتاه به شرح وظایف اداره کل چاپ و نشر نشان می‌دهد که حداقل نیمی از وظایف تعریف شده سازگاری و سنخیتی با توان و تخصص یک دستگاه فرهنگی را ندارد. افزایش بهره‌وری، بهره‌گیری از فن‌آوری‌های پیشرفته، جلب مشارکت سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، اقتصادی کردن حوزه چاپ و... نه در توان و نه در صلاحیت یک دستگاه فرهنگی است. همچنین بر اساس شرح وظایف مذکور بخش عمده‌ای از وظایف اداره کل چاپ و نشر به امر صدور مجوز ماشین‌آلات و مباحث زیرساختی مربوط می‌شود که خواه ناخواه توان این اداره را برای نظارت و هدایت بر امور محتوایی کالاهای چاپی کاهش می‌دهد.

همچنین مطالعه گزارش عملکردهای اداره کل چاپ و نشر (برای مثال گزارش عملکرد ۸۴ تا ۸۷) نشان می‌دهد که بیشترین حجم کاری به اداره حمایت و نظارت مربوط می‌شود. صدور مجوز تأسیس و راه‌اندازی چاپخانه و صنایع وابسته، صدور مجوز ترخیص ماشین‌آلات چاپ، صدور مجوز خرید و فروش ماشین‌آلات چاپ، صدور مجوز معافیت گمرکی دستگاه‌های چاپ و بازرسی از چاپخانه‌ها بخشی از فعالیت این اداره است که به نظر می‌رسد هیچ‌کدام با روح و رسالت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سازگاری ندارد. متأسفانه حجم زیادی از منابع، انرژی و نیروی انسانی اداره کل چاپ و نشر صرف موضوعاتی می‌شود که ارتباط مستقیمی با حوزه فرهنگ ندارد و این اتلاف منابع باعث می‌شود که این وزارتخانه در انجام وظایف تخصصی و حرفه‌ای خود با دقت و سرعت کافی عمل نکند. اگر اداره کل چاپ و نشر موظف بود تنها به محتوای ارزشی و پیام

فرهنگی موجود در کالاهای چایی پردازد، به‌طور حتم نیرو و امکانات بیشتری برای نظارت و حمایت دقیق‌تر و سریع‌تر بر محتوای محصولات چایی را داشت.

### وظایف دفتر صنایع شیمیایی و سلولزی

نگاهی کوتاه به شرح وظایف دفتر صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت، می‌تواند نشان دهد کدام‌یک از این دو دستگاه صلاحیت و سنخیت بیشتری برای هدایت و مدیریت حوزه‌ی چاپ را دارند. برخی از شرح وظایف این دفتر به شرح زیر است:

- پایش آمار تولید کالاهای منتخب و ارائه به مراجع ذی‌صلاح و ذی‌ربط
- اعلام نظر در خصوص ساخت داخل
- استفاده از نقطه‌نظرات تشکل‌ها و انجمن‌های تخصصی در امور مرتبط، حسب مورد
- مشارکت و همکاری با سازمان ملی استاندارد در تدوین و بازنگری استاندارد محصولات
- مشارکت در خصوص انتخاب واحد نمونه صنعتی
- مشارکت و همکاری با انجمن‌ها و تشکل‌های صنعتی جهت تدوین طرح بازسازی و نوسازی صنایع هرشاخه صنعتی
- تهیه و ارائه گزارش‌های تخصصی در مورد بخش‌های مختلف صنعتی به منظور ارائه تصویر کلی از صنعت مربوط
- تعامل و همکاری با دفتر تعیین ارزش گمرک در خصوص تعیین قیمت پایه وارداتی
- بررسی امکان صدور گواهی تولید تحت لیسانس مطابق دستورالعمل‌های مربوطه
- پیشنهاد افزایش یا کاهش سود بازرگانی، ایجاد ردیف هشت رقمی، اصلاح شرح تعرفه

- بررسی و اعلام نظر در خصوص اعطای ترجیحات تعرفه‌ای
- ارائه پیشنهاد اولویت‌های تحقیقاتی مرتبط با صنایع تحت پوشش و همکاری در انتخاب واحد تحقیقاتی نمونه و محصول نمونه تحقیق و توسعه
- مشارکت در تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری
- بررسی و اعلام نظر در خصوص طرح‌ها، لوائح، قوانین، مقررات و موضوعات

مرتبط با صنایع تحت پوشش  
(<http://www.mimt.gov.ir/org>)

## گفتار دوم؛ ساختار صنعت چاپ در سایر کشورها الف. صنعت چاپ در مصر

ارزش بازار صنعت چاپ در مصر چیزی حدود ۱/۵ میلیارد دلار با میزان رشد سالانه ۰/۵ درصد از سال ۱۹۹۸ به این سو بوده است. بازار صنعت چاپ در مصر به صورت کلی می‌تواند به چهار گروه محصول اصلی تقسیم شود:

- رسانه‌های چاپی (شامل روزنامه‌ها و مجله‌ها)؛ با ارزش بازار ۱۹۳ میلیون دلار،

- کتاب؛ با ارزش بازار ۲۰۴ میلیون دلار،

- محصولات چاپی تجاری؛ با ارزش بازار ۲۴۸ میلیون دلار،

- بسته‌بندی؛ با ارزش بازار ۷۵۹ میلیون دلار،

- سایر؛ با ارزش بازار ۸۱ میلیون دلار.

### ذی‌نفعان صنعت چاپ در مصر

با توجه به این‌که بخش اعظمی از صنعت چاپ در مصر در اختیار دولت این کشور است، عملاً وزارت دارایی متولی اصلی سیاست‌گذاری و هدایت صنعت چاپ در مصر محسوب می‌شود؛ اگرچه «اتاق صنعت چاپ» در نقش اتحادیه صنفی فعالان صنعت چاپ در این کشور فعالیت می‌کند. ذی‌نفعان صنعت چاپ در مصر در نمودار (۹) نمایش داده شده‌اند.

دولت مصر با توجه به مسائل و مشکلاتی که در صنعت چاپ این کشور وجود داشته، دست به تدوین سند راهبردی توسعه صنعت چاپ زده است. در این میان برنامه «بازسازماندهی اتاق صنعت چاپ» با موضوع این پروژه رابطه مستقیم دارد. هدف اصلی این برنامه بدین‌گونه بیان شده است: یک اتاق صنعت چاپ اثربخش، به‌عنوان نماینده اعضای خود و نیازهای آن‌ها در جامعه و در برابر دولت شناسایی می‌شود و در کنار آن، خدمات قابل توجهی را به اعضای خود ارائه می‌کند

## نمودار (۹): ذی نفعان صنعت چاپ کشور مصر



مجموعه وظایف اتاق صنعت چاپ مصر به شرح زیر استخراج شده‌اند:

(<http://www.feii.org.eg>)

- مشارکت در تدوین قوانین مرتبط با بهبود و توسعه بخش،
- پی‌گیری منافع اعضا و یافتن راه‌حل‌های مناسب برای نیازهای مختلف اجتماعی، سیاسی و مالی آن‌ها،
- تدوین و اجرای استانداردهای کیفی بهینه،
- پشتیبانی از برنامه‌های تحقیق و توسعه،
- تدوین و اجرای برنامه‌های آموزشی نیروی انسانی و فن‌آوری،
- نمایندگی منافع اعضا در برابر نهادهای حاکمیتی و قانونی و همچنین سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای،
- پشتیبانی و مراقبت از پروژه‌های کوچک و متوسط صنعتی و تسهیل رشد بنگاه‌های مستقل به‌منظور توسعه این بخش حیاتی و مهم برای رقم زدن یک آینده بهتر برای صنعت چاپ در مصر،

- ارائه مشاوره‌های تخصصی در تدوین تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی به نهادهای دولتی و دیگر نهادهای ذی‌ربط.

### ب. صنعت چاپ در بریتانیا

صنعت چاپ یکی از مهم‌ترین صنایع بریتانیا محسوب می‌شود و تأثیر بسیار قابل توجهی بر اقتصاد این کشور دارد. صنعت چاپ بریتانیا پنجمین تولیدکننده بزرگ محصولات چاپی در دنیاست و درآمدی برابر ۱۴/۳ میلیارد پوند دارد. ارزش افزوده خالص صنعت چاپ بریتانیا برابر ۶/۴ میلیارد پوند است. در این بخش صنعتی ۱۰۵۰۰ شرکت مشغول به فعالیت هستند. این شرکت‌ها بیش از ۱۴۰۰۰ نفر را در استخدام خود دارند.

صنعت چاپ در بریتانیا از ۵ زیربخش اصلی تشکیل شده است:

- محصولات چاپی تبلیغاتی، بلیت و ... (شامل ۳۴ درصد کل بازار صنعت)،
- روزنامه‌ها، مجلات، کتاب، بروشورها و ... (شامل ۳۰ درصد کل بازار صنعت)،
- محصولات چاپی امنیتی (شامل ۵ درصد کل بازار صنعت)،
- چاپ بسته‌بندی و لیبل‌ها (شامل ۱۴ درصد کل بازار صنعت)،
- دیگر محصولات چاپی (شامل ۱۷ درصد کل بازار صنعت).

### ذی‌نفعان صنعت چاپ در بریتانیا

«فدراسیون صنایع چاپ بریتانیا» بزرگ‌ترین اتحادیه تجاری بریتانیا است که حدود یک سوم از شاغلان بخش در آن عضویت دارند. مشابه این اتحادیه در کشور اسکاتلند «فدراسیون کارکنان صنعت چاپ اسکاتلند» Scottish Print (SPEF) (Employers Federation) است. هم‌چنین دو اتحادیه تخصصی دیگر هم وجود دارند:

- اتحادیه چاپ و ارتباطات بریتانیا،
  - اتحادیه چاپ صفحه‌ای.
- بخش چاپ و بسته‌بندی دارای سه اتحادیه تجاری مستقل است که حوزه‌های مختلفی از بازار را پوشش می‌دهند:
- اتحادیه بسته‌بندی‌های موج‌دار،
  - اتحادیه بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر،
  - شورای ملی بسته‌بندی.
- دو اتحادیه حرفه‌ای «مؤسسه چاپ» و «مؤسسه بسته‌بندی» خدمات توسعه

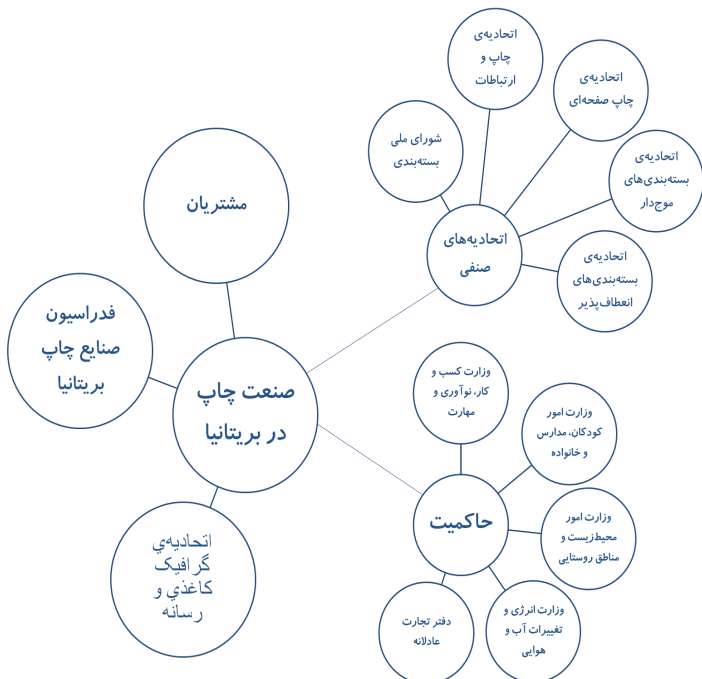


فردی و آموزشی را برای اعضای حقیقی صنعت چاپ فراهم می‌کنند. هر دو بخش چاپ و بسته‌بندی دارای یک اتحادیه اصلی به نام «اتحادیه گرافیک کاغذی و رسانه» هستند. این اتحادیه بزرگ‌ترین اتحادیه از نوع خود در جهان است. دولت بریتانیا در صنعت چاپ و بسته‌بندی تنها نقش قانون‌گذار و ناظر قانونی را ایفا می‌کند. در این راستا چهار وزارتخانه زیر بر صنعت چاپ نظارت دارند:

- وزارت کسب و کار، نوآوری و مهارت،
- وزارت امور کودکان، مدارس و خانواده،
- وزارت امور محیط‌زیست و مناطق روستایی،
- وزارت انرژی و تغییرات آب و هوایی.

در زمینه قوانین و استانداردهای تجارت «دفتر تجارت عادلانه» بر صنعت چاپ در بریتانیا نظارت دارد. همچنین پارلمان بریتانیا نقش اصلی را در تدوین قوانین و مقررات تأثیرگذار بر صنعت برعهده دارد. با توجه به توضیحات مذکور ذی‌نفعان صنعت چاپ بریتانیا در نمودار (۱۰) نمایش داده شده‌اند.

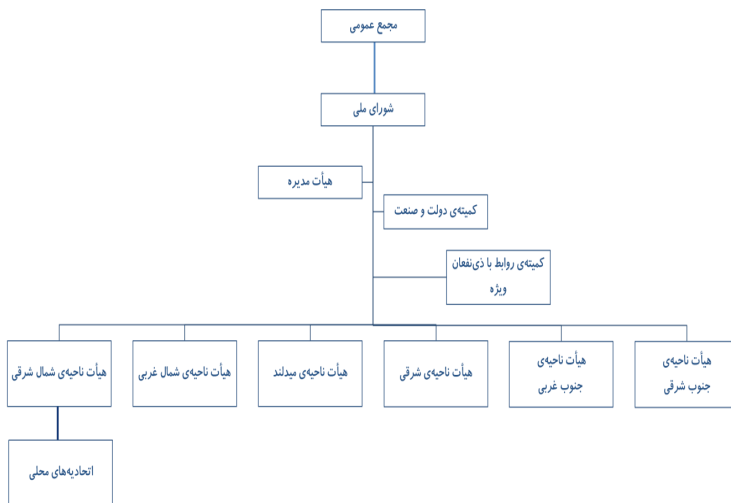
### نمودار (۱۰): ذی‌نفعان صنعت چاپ بریتانیا



## فدراسیون صنایع چاپ بریتانیا

این نهاد اصلی‌ترین ذی‌نفع در هدایت و پشتیبانی صنایع چاپ، بسته‌بندی و ارتباطات گرافیکی در بریتانیاست. بنابراین لازم است به‌صورت خاص به بررسی مأموریت‌ها و خدمات آن پرداخته شود. این فدراسیون تلاش می‌کند تا براساس نیازهای اعضای خود عمل کند. برای این منظور، با گوش دادن به نیازهای اعضا، به توسعه محصولات و خدماتی بی‌نظیر می‌پردازد که از چارچوب یک اتحادیه تجاری سنتی فراتر می‌رود. این فدراسیون بالاترین سطح استانداردهای پشتیبانی را برای رشد و توسعه سالم و پایدار و سودآوری کسب و کار به فعالان صنعت چاپ با هدف ایجاد محیطی مساعد برای موفقیت کسب و کارها ارائه می‌کند. فدراسیون صنایع چاپ بریتانیا راه‌حل‌های کاربردی دارای ارزش افزوده را برای تمامی بخش‌های یک بنگاه چاپی - از مسائل بهداشت و ایمنی شغلی، زیست‌محیطی و کیفیت گرفته تا تأمین نیازمندی‌های نیروی انسانی، حل مشکلات فنی و حقوقی و ارائه توصیه و خدمات پشتیبانی در زمینه بازاریابی، فروش و مسائل مالی - ارائه می‌دهد. همه این خدمات را افراد و گروه‌های دارای مهارت بالا و تجربه کافی و متخصصان صنعت چاپ انجام می‌دهند.

### نمودار (۱۱): ساختار سازمانی فدراسیون صنایع چاپ بریتانیا



در نمودار (۱۱) وظایف بخش‌های مختلف فدراسیون عبارتند از:

**مجمع عمومی:** وظیفه مجمع عمومی انتخاب بازرسان برای سال آتی، بررسی و تأیید گزارش‌های شورای ملی و هیات مدیره، دریافت گزارش‌های حسابرسی درآمدها و صورت‌های مالی سال گذشته و دریافت برنامه‌ها و اهداف سال آتی رئیس فدراسیون است.

**هیات مدیره:** مسئول مدیریت فدراسیون همانند هیات مدیره یک بنگاه تجاری است. هیات مدیره وظیفه سیاست‌گذاری برای تمامی فعالیت‌های مدیریتی و عملیاتی فدراسیون را برعهده دارد.

**شورای ملی:** نهاد اداره‌کننده فدراسیون است. این شورا شامل رئیس و نایب‌رئیس هیات‌های نواحی، چهار عضو به انتخاب کمیته روابط با ذی‌نفعان ویژه و رئیس، نایب‌رئیس، رئیس کمیته دولت و صنعت، رئیس سازمان جوانان صنعت چاپ (زیرمجموعه فدراسیون) و چهار عضو همکار است. شورا معمولاً سه یا چهار بار در سال جلسه دارد. شورا مسئول تأیید سیاست‌های مربوط به مسائل تأثیرگذار بر صنعت چاپ است که کمیته دولت و صنعت آن را پیشنهاد می‌کند. **کمیته دولت و صنعت:** این کمیته مسئول ایجاد توافق در خصوص اولویت‌های سالانه، لابی کردن فدراسیون، پیشنهاد سیاست‌های تغییر و اصلاح قوانین و دیگر اقدامات دولتی که صنعت چاپ را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند و هدایت و پایش اقدامات اجرایی مربوط به مذاکره با دولت و سایر ذی‌نفعان تأثیرگذار بر صنعت چاپ است.

**کمیته روابط با ذی‌نفعان ویژه:** هدف این کمیته فراهم ساختن زمینه برای بحث و گفت‌وگوی ذی‌نفعان صنعت چاپ درباره منافع مشترک و به اشتراک‌گذاری بهترین تجارب در خصوص مدیریت و توسعه روابط میان گروه‌های ذی‌نفعان است.

**هیات‌های نواحی:** هیات‌های نواحی مسئول دریافت و ارزیابی دیدگاه‌های اتحادیه‌های محلی در خصوص دغدغه‌های آن‌ها نسبت به سیاست‌ها، نحوه اداره و مدیریت فدراسیون و برقراری ارتباط میان دیدگاه‌های محلی با شورای ملی، هیات مدیره، کمیته روابط با ذی‌نفعان ویژه و دیگر کمیته‌های سطح ملی و مدیران اجرایی فدراسیون و انتقال اطلاعات از سطح ملی به سطح محلی هستند. همان‌طور که در ساختار سازمانی مشخص است شش شورای ناحیه‌ای وجود دارند.

**اتحادیه‌های محلی:** اتحادیه‌های محلی مکان نشست‌های محلی نمایندگان

اعضا هستند. آن‌ها معمولاً در دوره‌های زمانی مورد توافق اعضا گرد هم می‌آیند. این نشست‌ها فرصتی برای اعضا برای شبکه‌سازی و اظهار نظر درباره سیاست‌ها، پیشنهادها و فعالیت‌های فدراسیون است. شرکت در این نشست‌ها برای همه اعضای اصلی و اعضای وابسته آزاد است.

خدمات این فدراسیون در سرفصل‌های زیر به اعضا ارائه می‌شوند:

- خدمات مشاوره بهبود کسب و کار،
- خدمات مشاوره در زمینه مسائل فنی صنعت چاپ، شامل: مشاوره در محل کارگاه، دآوری فنی در خصوص دعاوی مربوط به مسائل کیفیتی یا تجهیزاتی، پشتیبانی برای دریافت استاندارد ایزو ۱۲۶۴۷ (مدیریت رنگ)، پشتیبانی از سیستم‌های اطلاعات مدیریت، برنامه‌های کاهش ضایعات مواد، پشتیبانی برای دریافت استاندارد ایزو ۲۷۰۰۱ (امنیت)، طراحی و نگهداشت وبسایت و توسعه کسب و کار دیجیتال،
- ارائه اطلاعات فنی مربوط به صنعت چاپ، شامل: استانداردهای صنعت و راهنمای عیب‌یابی در صنعت چاپ،
- خدمات مشاوره زیست‌محیطی، شامل خدماتی چون: بهترین تجارب، بهینه‌سازی، سیستم مدیریت مسائل زیست‌محیطی، چگونه یک چاپخانه سبز باشیم، ایزو ۱۴۰۰۱، انرژی‌های نو و ...،
- خدمات مشاوره مالی،
- خدمات مشاوره حقوقی،
- خدمات مشاوره بهداشت و ایمنی حرفه‌ای، شامل خدماتی چون: تدوین سیاست بهداشت و ایمنی حرفه‌ای، مدیریت ریسک، مشاوره به کارکنان، ارائه آموزش و اطلاعات لازم، مدیریت فضای کار و تسهیلات و ...،
- خدمات مشاوره در زمینه مسائل نیروی انسانی و قانون کار و سایر قوانین مرتبط،
- خدمات تجاری، شامل تأمین با تخفیف خدماتی چون: بیمه کسب و کار، بیمه سلامت، بیمه تأمین اجتماعی، اطلاع‌رسانی و تبلیغات و ...،
- پورتال جامع فرصت‌های شغلی صنعت چاپ برای کارجویان و کارفرمایان،
- پژوهش و آموزش در صنعت چاپ،
- اطلاع‌رسانی اخبار و اطلاعات مربوط به صنعت چاپ.

## ج. صنعت چاپ در ایرلند

صنعت چاپ و بسته‌بندی در کشور ایرلند دوران بسیار حساسی را می‌گذراند. در این دوران، تغییر ساختار قابل توجهی برای توانمندسازی این صنعت برای رقابت در محیط رقابتی و دشوار در حال شکل‌گیری است. در سال ۲۰۰۷، این صنعت متشکل از ۶۰۰ شرکت و ۱۶۸۰۰ نفر کارمند بوده است. بیش‌ترین سهم از تعداد شاغلان مربوط به بخش چاپ با ۴۱ درصد کل شاغلان است. بعد از آن بخش بسته‌بندی با ۳۳ درصد قرار دارد و بخش ناشران کم‌ترین سهم را در تعداد شاغلان صنعت به خود اختصاص داده است. در این دوره، گردش مالی ۲،۷ میلیارد پوند و صادرات مبلغی بالغ بر ۳۱۲ میلیون پوند بود.

این بخش‌ها ۸۴ درصد گردش مالی صنعت را تشکیل می‌دهند. با آنکه صادرات مستقیم نسبتاً کم است، چاپ و بسته‌بندی بخش قابل توجهی از صادرات بسیاری از بخش‌های تولیدی را تشکیل می‌دهد. تأسیس شورای ملی چاپ و بسته‌بندی نشانه عزم جدی شرکت‌ها و سازمان‌های ایرلندی برای پیروزی در محیط چالش‌انگیزی بود که نیازمندی مشتریان شکل می‌داد.

صنعت چاپ و بسته‌بندی در ایرلند دارای بخش‌ها (Sectors) و موضوعات (Categories) مختلفی است. بخش‌های این صنعت عبارتند از:

- مواد غذایی و نوشیدنی
- دارو، بهداشت و درمان
- رسانه
- امور مالی، دولتی و صنعتی
- موضوعات این صنعت موارد ذیل است:
- خدمات و راهکارهای چاپ
- بسته‌بندی منعطف و پلاستیکی
- برچسب‌ها
- نقاط فروش و محصولات تجاری
- بسته‌بندی کاغذ و تخته.

## ذی‌نفعان صنعت چاپ و بسته‌بندی در ایرلند

### دولت

از لحاظ ساختار حاکمیتی، موضوع چاپ و بسته‌بندی در کشور ایرلند توسط وزارت محیط زیست دنبال می‌شود و تمرکز آن بر رعایت و نظارت بر استانداردها

و قوانینی است که در زمینه بازیافت، زباله و حفظ محیط زیست با موضوع بسته‌بندی ارتباط پیدا می‌کنند. تمرکز اکثر نهادها (به‌جز نهادهایی که کسب و کار و تجارت آن‌ها انجام عملیات بسته‌بندی است) متوجه مدیریت ضایعات و بازیافت مراحل پایانی چرخه بسته‌بندی است و در این زمینه بیشتر به وضع قوانین و استانداردها و نظارت بر آن‌ها پرداخته می‌شود. از جمله معروف‌ترین آن‌ها می‌توان به ری‌پک اشاره کرد.

### شورای ملی چاپ و بسته‌بندی

شورای ملی چاپ و بسته‌بندی تحت نظر مؤسسه ایرلند است و مدیریت کلان بخش چاپ و بسته‌بندی را در دولت ایرلند برعهده دارد. مؤسسه ایرلند در واقع هیات فن‌آوری و تجارت دولت ایرلند است که یکی از مهم‌ترین پیشران‌های شرکت‌ها و نهادهای ایرلندی در استمرار و بهبود عملکرد آن‌ها در زمینه نوآوری و کارآفرینی است. تأسیس این شورا نشانه عزم جدی شرکت‌ها و سازمان‌های ایرلندی برای پیروزی در محیط چالش‌انگیزی بود که نیازمندی مشتریان شکل می‌داد. این شورا تحت نظر (Enterprise Ireland) است و مدیریت کلان حوزه چاپ و بسته‌بندی ایرلند را برعهده دارد. این شورا در سال ۲۰۰۴ با هدف تدوین یک راهبرد برای ارتقای جایگاه و اهمیت صنعت چاپ ایرلند در سطح ملی و ایجاد یک تغییر فرهنگی در سطح صنعت راه‌اندازی شد.

این شورا اولین نهاد بخش خصوصی در ایرلند است که موفق شده تمامی ذی‌نفعان صنعت (شامل: بنگاه‌های فعال در صنعت، اتحادیه‌های تجاری، نهادهای نیمه دولتی و مؤسسات آموزشی) را در چارچوب همکاری‌های شخص ثالث گرد آورد تا در کنار یکدیگر برای حل چالش‌های یک صنعت خاص فعالیت کنند. شورا از زمان ایجاد به‌عنوان کاتالیزوری برای تغییرات درون صنعت چاپ عمل کرده است و تأثیر قابل توجهی بر تفکر سنتی رایج در این صنعت داشته است.

شورای ملی چاپ و بسته‌بندی در سطح ملی اهداف زیر را دنبال می‌کند:

- تشویق سیاست‌مداران ایرلندی به انعقاد موافقت‌نامه با تمامی دولت‌های اتحادیه اروپا و اطمینان حاصل کردن از توان رقابت‌پذیری صنعت چاپ ایرلند،

- پررنگ کردن موارد دارای تناقض فرآیندهای خرید بخش عمومی در

مقایسه با سایر پروژه‌های مشابه در اتحادیه اروپا،

- برقراری ارتباط با نهادهای بین‌المللی صنعت چاپ برای بهینه‌کاو
  - وضع صنعت چاپ در ایرلند در مقایسه با بهترین تجارب جهانی،
  - همکاری نزدیک با دستگاه‌های دولتی در زمینه تعیین فرصت‌های صادراتی برای شرکت‌های ایرلندی،
  - تعیین مسائل رقابت‌پذیری و همکاری با تمامی ذی‌نفعان برای حل نقاط ضعف و تهدیدهای صنعت چاپ در ایرلند،
  - اطمینان از طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی کاملاً مناسب،
  - توسعه روابط صنعت با تأمین‌کنندگان بین‌المللی،
  - پایش محیط کلان‌سیاستی و قانونی و پی‌گیری اصلاحات قوانین،
  - ارتقای جایگاه شورا و جلب همکاری تمامی ذی‌نفعان صنعت در سطح ملی.
- شورای ملی چاپ و بسته‌بندی در سطح صنعت اهداف زیر را دنبال می‌کند:
- ارتقای آموزش در تمامی سطوح و تشویق بنگاه‌ها برای نگرستن به موضوع آموزش به‌عنوان سرمایه‌گذاری نه هزینه،
  - ایجاد ارتباط میان بنگاه‌های مستقل و تشویق اجرای راهبردهایی نظیر: ادغام و تملیک، کنسرسیوم و ...
  - تشویق حرکت به سوی ارائه خدمات ارزش افزوده برای کمک به ایجاد تمایز قابل توجه در برابر رقبای خارجی،
  - ایجاد برنامه آگاه‌سازی براساس بهینه‌کاو فعالیت‌های صنعت با بهترین تجارب موجود،
  - معرفی صنعت چاپ به دانشجویان به‌عنوان یک مسیر شغلی جذاب،
  - همکاری با تأمین‌کنندگان و دستگاه‌های دولتی برای توسعه مجموعه‌ای از همایش‌های آموزشی ضروری برای فعالان صنعت،
  - ایجاد فرصت‌های کارآموزی و مرتبط کردن دانشجویان و بنگاه‌ها،
  - تدوین یک برنامه برای بررسی اثربخشی در سطح صنعت برای کاهش هزینه‌ها،
  - ارتقای فرهنگ پاسخ‌گویی سریع و مناسب به نیازهای بازار،
  - تأمین منابع مالی برای شورا برای اجرای برنامه‌های خود.

### جامعه بسته‌بندی ایرلند

این جامعه، بخشی از مؤسسه مواد، مواد معدنی و معادن است. هدف اصلی فعالیت‌های جامعه بسته‌بندی ایرلند، ایجاد و توسعه شبکه روابط بین فعالان و متخصصان حوزه بسته‌بندی است (The Packaging Society, ۲۰۱۱).

مأموریت‌های جامعه بسته‌بندی ایرلند عبارتند از:

- ارتقای علم، طراحی، مهندسی، فن‌آوری و توسعه پایدار بسته‌بندی و

کاربردهای عملی آن

- راهبری و اثبات صلاحیت و به رسمیت شناختن حرفه‌ای اعضا



### نمودار (۱۲)؛ ساختار جامعه بسته‌بندی ایرلند

#### فدراسیون چاپ ایرلند

فدراسیون چاپ ایرلند، اتحادیه اصلی فعالان بخش چاپ و بسته‌بندی ایرلند محسوب می‌شود. این اتحادیه از سال ۱۸۹۹ ایجاد شده و همواره محرک تغییرات فن‌آوری، تجاری و راهبردی در سطح صنعت در طول سالیان حیات خود بوده است. فدراسیون چاپ ایرلند هم‌چنین یکی از شرکای اصلی راه‌اندازی شورای ملی چاپ و بسته‌بندی بوده است.

فدراسیون چاپ ایرلند خدمات زیر را به اعضای خود ارائه می‌دهد:

- ارتقای جایگاه صنعت در دیدگاه دولت مرکزی، نهادهای حاکمیتی و

اطمینان از درک اهمیت اقتصادی صنعت،

- مذاکره با دولت درباره قوانین نرخ مالیات بر ارزش افزوده و چگونگی

اجرای آن،

- مذاکره با دولت درباره قوانین مناقصات و تلاش برای خارج کردن

قراردادهای چاپ و بسته‌بندی از شمول قوانین عادی صنعتی و قانون ملی

درآمد،

- ارائه خدمات مشاوره و آموزشی در زمینه مدیریت راهبردی و حاکمیت

سازمانی به شرکت‌های عضو،



- ارائه خدمات آموزشی و مهارت‌آموزی به فعالان صنعت چاپ و بسته‌بندی،

- انجام امور قانونی و حقوقی شرکت‌های عضو (به‌ویژه در مذاکره با نهادهای دولتی و تجاری از جمله در خصوص قوانین استخدام)،

- ارائه مشاوره در زمینه رعایت اصول زیست محیطی قانونی و ایجاد دسترسی به بهترین تجارب در این زمینه،

- ارائه مشاوره در زمینه رعایت قوانین و مقررات و ایجاد دسترسی به بهترین تجارب در این زمینه،

- اطمینان از تعهد نامزدهای انتخاباتی به مسائل زیست محیطی. (کمیل رودی، ۱۳۹۱، ۶۶ تا ۸۴)

سایر گزارش‌های ارائه شده نیز نشان می‌دهد که صنعت چاپ در کشورهای اروپایی کمترین وابستگی را به بخش دولتی دارند. در یکی از این گزارش‌ها آمده است: «زمانی از آقای رونالد پروست، مدیر عامل انجمن تخصصی چاپ فلکسوی آلمان، خواستیم که اطلاعاتی در خصوص فعالیت انجمن فلکسو آلمان ارائه کنند. او گفت: از ۳۵ سال قبل شروع به کار کرده‌ایم و فعالیت‌مان در حوزه چاپ فلکسو است. در حال حاضر حدود ۳۰۰ عضو داریم که هر کدام ۱۷۰۰ یورو در سال حق عضویت می‌دهند. اعضاء شامل چاپخانه‌داران فلکسو، بازرگانان مرتبط و کسانی که ارتباط با چاپ فلکسو دارند، است. حق عضویت ۳۰٪ کل درآمد است که فقط شامل هزینه تحقیق فن‌آوری‌های جدید می‌شود، بقیه درآمد انجمن از طریق برگزاری همایش‌ها، سرویس‌هایی که به چاپخانه‌ها ارائه می‌شود و حل اختلاف بین اعضاء کسب می‌شود.

سؤال شد آیا دولت به انجمن کمکی می‌کند یا نظارتی بر کار شما دارد؟

وی اظهار داشت که هیچ‌گونه وابستگی دولتی نداریم و دولت هیچ کمکی نمی‌کند. اکثر درآمد از طریق فعالیت در حوزه‌هایی که عرض کردم، به دست می‌آید. در اکثر کشورهای جهان نمایندگی جداگانه داریم و هدف اصلی انجمن ارتقای فنی و تکنیکی صنعت فلکسو است که با تبادل اطلاعات، فن‌آوری را ارتقاء می‌دهیم.

انجمن می‌تواند به کارایی و پیشرفت صنعت کمک کند و هدف تشکیل

یک مرکز برای دریافت و پخش اطلاعات است و به مراکزی که احتیاج دارند، آموزش و اطلاعات داده می‌شود.

انجمن در دانشگاه شهر اشتوتگارت فعالیت خود را انجام می‌دهد و در آن دانشگاه دارای یک دستگاه چاپ فلکسو ۸ رنگ است که پیشرفته‌ترین دستگاه موجود در جهان محسوب می‌شود. تمام ماشین‌آلات تست و پیش از چاپ فلکسو و سنجش رنگ در لابراتواری کاملاً استاندارد وجود دارد. اولین کار این مرکز، آموزش دانشجویان دانشگاه است و در مرحله بعد، آموزش کارگران چاپخانه‌ها که معمولاً به صورت کوتاه مدت ده روزه در دانشگاه انجام می‌شود. کار انجمن همچنین تحقیق درباره این صنعت است.

این انجمن معتبرترین مرکز برای کارشناسی و حل اختلاف بین چاپخانه و مشتری در آلمان است. کار دیگر انجمن، کنترل استانداردهای آلمان برای شرکت‌های مختلف که خروجی آنان همیشه حفظ شود و در حد استاندارد باشد. (گزارش اعضای شورای سیاستگذاری صنعت چاپ کشور از حضور در نمایشگاه دروپا ۲۰۱۲، اداره کل امور چاپ و نشر)

در نتیجه می‌توان گفت، تجربیات کشورهای بررسی شده نشان می‌دهد در ساختار سازمانی صنعت چاپ این کشورها به خصوص کشورهای توسعه یافته‌تر، دولت‌ها نقش بسیار کوچکی دارند و حداکثر به عنوان هماهنگ‌کننده بخش‌های خصوصی عمل می‌کنند. علاوه بر این، مطالعه ساختار سازمانی صنعت چاپ در سایر کشورها نشان می‌دهد که رویکرد به حوزه چاپ، رویکردی عمدتاً صنعتی و تجاری است که عوامل اقتصادی نقش تعیین‌کننده‌ای در برنامه‌ریزی و سیاستگذاری‌ها دارند. حتی در بعد نرم‌افزاری و محتوای پیام کالا و خدمات چاپی، نیاز چندانی به نظارت و بازرسی حکومتی احساس نمی‌شود و اصناف خودشان سازوکارهای نظارتی صنفی را تدوین و اعمال می‌کنند.

## فصل چهارم: بررسی و آسیب‌شناسی وضع موجود صنعت چاپ

### مقدمه

در این فصل، مهم‌ترین آسیب‌های وضع موجود صنعت چاپ که توسط کارشناسان و فعالان این حوزه بیان شده است، به‌طور خلاصه ارائه می‌شود. بررسی اسناد و سوابق موجود در دفتر امور چاپ نشان می‌دهد تاکنون چند پروژه مطالعاتی با هدف بررسی و آسیب‌شناسی وضع موجود صنعت چاپ انجام شده است. در یکی از این تحقیقات با عنوان «نگاهی به مهم‌ترین مسائل صنعت چاپ در ایران» مهم‌ترین مسائل و مشکلات پیش روی صنعت چاپ در ایران بررسی و تشریح شده است. بخش عمده این مسائل یا معطوف به حوزه اجرایی یا متوجه عرصه حقوقی است. گرچه مواردی چون واردات ماشین‌های فرسوده چاپ، نداشتن استانداردهای لازم و کمبود نیروی آموزش دیده در ردیف مشکلات اجرایی دیده شده‌اند، اما از منظر این گزارش عمده مسائل اجرایی نیز در پیوند با چالش‌های حقوقی است. به عبارت دیگر، تا تعارض‌های قانونی این حوزه مرتفع و شرح وظایف دستگاه‌های مجری یعنی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت صنایع و معادن روشن نشود، نمی‌توان امیدوی به بهبود وضعیت صنعت چاپ در کشور داشت. (نگاهی به مهم‌ترین مسائل صنعت چاپ در ایران-۱)

"مطالعات انجام شده پیشین همچون سند آمایش صنعت چاپ به عنوان یک سند مرجع که از نتیجه مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی در صنعت چاپ به‌دست آمده، تأکید راهبردی بر بازمهندسی ساختار حاکمیتی صنعت چاپ داشته است و از آن به عنوان یکی از سیاست‌های کلیدی در مسیر تحقق اهداف راهبردی صنعت چاپ در افق ۱۴۰۴ یاد می‌کند." (کمیل رودی، ۱۳۹۱: ۵)

بهمن دری معاون سابق امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۰ و در بیان مهم‌ترین مسئله حوزه چاپ که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

با آن سروکار دارد به درستی می‌گوید: "ان شاء الله وضعیت چاپ را طی شش ماه آینده مشخص خواهیم نمود که صنعتی- فرهنگی است یا فرهنگی- صنعتی و امیدوارم که این اقدام زودتر به نتیجه برسد. چون خرید ماشین‌آلات بدون حمایت دولت امکان‌پذیر نیست. بنده مکاتباتی با رئیس جمهور، وزیر اقتصاد، وزیر صنایع و آقای افراش داشتیم تا اینکه از این بلا تکلیفی درآییم و متولی ما دقیقاً مشخص بشود تا بر اساس آن‌ها ماموریت‌ها، شرح وظایف، حدود مسئولیت‌ها و... معلوم شود." (چالش‌ها و فرصت‌های صنعت چاپ، ۱۳۹۰: ۳۱) هرچند بعد از گذشت پنج سال از آن تاریخ هنوز این بلا تکلیفی وجود دارد.

در نشست‌هایی که با حضور جمعی از مدیران و چاپخانه‌داران در تاریخ ۱۰/۹/۹۳ هم‌زمان با نمایشگاه صنعت چاپ در نمایشگاه بین‌المللی با موضوع "بررسی راهکارهای تبیین و ارتقای جایگاه صنعت چاپ در نظام اقتصادی، صنعتی و علمی کشور" برگزار شد، خلاصه نظر کارشناسان حاضر دربارهٔ پیشنهاد تغییر جایگاه صنعت چاپ کشور از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به وزارت صنعت، معدن و تجارت چنین بوده است:

۱. سیر قانونی طولانی در مسیر تغییر جایگاه از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به وزارت صنایع در نظر گرفته شود.

۲. قبل از طی مسیر قانونی، تفاهم‌نامه همکاری منعقد شود.

۳. تخصصی کردن چاپخانه‌ها را با چاپ کتاب و همچنین چاپ صنعتی و بسته‌بندی نمی‌توان انجام داد.

۴. گفت‌وگو را ابتدا باید از وزارت صنعت و معدن شروع کنیم.

۵. در صورتی که صنعت چاپ تحت پوشش صنایع باشد، تولیدی محسوب می‌شود و از امکانات و مزایا از جمله معافیت مالیاتی برخوردار خواهد شد.

۶. آمار خیلی دقیقی در کشور در دسترس نیست.

۷. به واردکنندگان ماشین‌آلات چاپ نمی‌توان گفت که کدام ماشین چاپ را به کشور وارد کنند.

۸. درخواست پروانه بهره‌برداری از وزارت صنایع بعد از گذشت یک‌سال و نیم هنوز به جایی نرسیده است. شرایط وزارت صنایع هم چندان مطلوب نیست.

۹. برخی بر این باورند که تغییر متولی شرایط را بهتر نمی‌کند. باید

بررسی کرد که آیا دولت می‌پذیرد دو وزارتخانه متولی امور چاپ شوند. ۱۰. بهتر است نقشه راه درست کنیم. درباره آن به توافق برسیم و بعد اجرا کنیم.

۱۱. در بعضی کشورها وزارتخانه‌ای به نام وزارت طرح و توسعه و پیشرفت دارند. چاپ در وزارت صنایع، یک واحد کوچک خواهد بود در کنار صنایع دیگر، در حالی که اکنون یک وزارتخانه متولی آن است.

۱۲. صنعت چاپ از صنعت سینما و سایر صنایع زیر پوشش وزارت ارشاد پول‌سازتر است. باید به این صنعت توجه بیشتری کرد.

۱۳. انتقال به وزارت صنایع همانند ورود به چاه ویل است. وزارتخانه‌ای که متولی فولاد، سیمان، خودرو و ... است، نمی‌تواند متولی صنعت چاپ هم باشد. وزیر ارشاد را با دو ساعت انتظار می‌توان ملاقات کرد، اما این وضع برای وزیر صنایع صدق نمی‌کند. ظرفیت وزارت صنایع تکمیل شده است.

۱۴. وزارت صنایع گرفتار است، ارشاد نیز حمایت لازم را نکرده است، بالاخره تکلیف صنعت چاپ چیست؟

۱۵. پیشنهاد می‌شود که مطالبات یکسان شود. هم‌اکنون برای تصمیم‌گیری زود است و نظارت متفاوت است. کمیته‌ای از همین جمع تشکیل شود و شرایط فعلی و مطلوب و راهکارها را بررسی کند.

۱۶. اگر اکنون برای بهبود صنعت چاپ سرمایه‌گذاری کنیم، سرمایه برگشت دارد.

۱۷. جایگاه صنعت چاپ را در وزارت ارشاد تغییر بدهیم.

### گفتار اول؛ وضع موجود و افق‌های پیش‌روی صنعت چاپ

وضع موجود صنعت چاپ و بسته‌بندی در ایران و خاورمیانه راضی‌کننده نیست. در سال ۲۰۱۲ سهم خاورمیانه از این بازار کمی بیش از ۳ هزار میلیون یورو بوده که این رقم در مقابل ۱۵۴ هزار میلیون یورو اروپای شمالی یا ۱۴۷ هزار میلیون یورو اروپایی غربی رقم بسیار ناچیزی است. جالب است که در سال ۲۰۱۲ ارزش بازار چاپ کره جنوبی بیش از ۵ هزار میلیون یورو، آلمان ۳۱ هزار میلیون یورو، آمریکا ۱۴۲ هزار میلیون یورو و هند نزدیک به ۱۵

هزار میلیون یورو برآورد شده است. حدود ۷۰ درصد از بازار ۳ هزار میلیاردی خاورمیانه هم به دو کشور ترکیه و اسرائیل تعلق دارد و سهم ایران از بازار ناچیز خاورمیانه در بهترین برآورد ۵ درصد است.

امروزه استفاده از فن‌آوری در رشد و توسعه صنعت چاپ از جایگاه ویژه‌ای در دنیا برخوردار است و همواره دو عامل بنیادین سرعت و کیفیت در پیدایش فن‌آوری نقش مهم و سازنده‌ای بازی می‌کنند. در واقع، ظهور فن‌آوری جدید مدیون تلاش‌ها و کوشش‌های فراوان است. در زمینه بهبود سرعت و کیفیت محصولات صنایع مختلف به خصوص چاپ نیز کوشش فراوانی انجام گرفته است. به عبارتی، اگر کشورها و صنایع مختلف بخواهند سهم بیشتری از بازار محصولات را صاحب شوند به‌ناچار باید به این دو عامل (سرعت و کیفیت) که موجب پیدایش فن‌آوری می‌شود توجه کافی و وافر داشته باشند. به دلیل آن‌که صنعت چاپ در حوزه فرهنگ شکل گرفت و با چاپ کتاب و روزنامه آغاز شد، مسئله سرعت و انتقال فوری و سریع اطلاعات و اخبار همواره یکی از عوامل مؤثر و مهم در تحولات صنعت چاپ به شمار می‌رود.

امروزه مسئله سرعت در چاپ صنعتی یا تجاری نیز موضوعیت یافته است. مشتریان علاقه‌مندند در کمترین زمان سفارش خود را تحویل گیرند. اما اهمیت سرعت و کیفیت برای اطلاع‌رسانی و ارتقای آگاهی افراد با توجه به وجود رقبا و تهاجم فرهنگی دارای شرایط استثنایی و خاصی است که ضرورت توجه به فن‌آوری چاپ را بیش از پیش فراهم ساخته است. از سوی دیگر، کیفیت و ظهور پدیده رنگ و چاپ تصاویر با کیفیت بهتر و شفاف‌تر، متحول و دگرگون شد. این عامل در چاپ محصولات و کالاهای تبلیغاتی و هنری و همچنین بسته‌بندی و عرضه کالاهای صنعتی و تجاری از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است.

از آنجایی که مفهوم فن‌آوری در حوزه چاپ معمولاً در قالب ماشین‌آلات تعریف شده است، لذا این دو عامل (سرعت و کیفیت) باعث ظهور تحولاتی در دستگاه‌های چاپ به شرح ذیل شد:

چاپ مسطح (Letter press)، چاپ افست (ورقی-رول)، چاپ فلکسو، چاپ هلیوگراور، چاپ صنعتی (pad printer)، چاپ سیلک، چاپ دیجیتال.

چاپ افست: توزیع ماشین‌های افست به‌لحاظ کمی و کیفی ابتدا در چاپخانه‌های دولتی و سپس در چاپخانه‌های تهران انجام گرفته است، از این‌رو، بیش از ۸۰ درصد از ماشین‌های افست کشور در چاپخانه‌های تهران و در بخش

دولتی متمرکز شده است.

میانگین ماشین‌های افس‌ت در چاپخانه‌های بخش خصوصی یک و در بخش دولتی ۱۲ ورق است. از حدود ۳۰۰۰ چاپخانه کشور، حدود ۱۲ چاپخانه در چاپ مطبوعات تخصص دارند. اکثر موسسات مطبوعاتی کشور از ماشین چاپ مناسب این حرفه برخوردار نیستند. ۸۰ درصد چاپخانه‌های دارنده ماشین‌های حرفه‌ای چاپ مطبوعات در کشور، کار حرفه‌ای مطبوعاتی انجام نمی‌دهند و این ماشین‌ها به کارهای دیگر اختصاص یافته‌اند.

**چاپ دیجیتال:** به‌طور کلی چاپ دیجیتال مزایای فراوانی دارد که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. امکان چاپ در شمارگان پایین،

۲. چاپ روی مواد مختلف،

۳. قیمت ارزان در شمارگان کم،

۴. سرعت و سهولت چاپ به‌دلیل حذف مراحل پیش از چاپ نسبت به

چاپ افس‌ت. (در چاپ دیجیتال نیازی به مراحل پیچیده و زمان‌بر شامل تهیه فیلم و زینک نیست و طرح مستقیماً از رایانه برای چاپ آماده می‌شود. چاپ دیجیتال امکان چاپ اطلاعات متغیر روی محصول چاپی، مثل چاپ شماره سریال و اسامی را فراهم می‌کند. همچنین با امکان چاپ در ابعاد آزاد به وسیله دستگاه‌های چاپ لارج فرمت شامل: چاپ فضای داخلی (indoor) یا فضای خارجی (outdoor) می‌توان پوسترهایی با ابعاد حتی تا عرض ۵ متر و طول نامحدود را چاپ کرد.)

آقای ابوالحسنی (رئیس اتحادیه لیتوگرافان) درباره آینده این حوزه می‌گوید: "کسانی که فقط در کار کتاب هستند، تقریباً کارشان تعطیل است، چراکه آینده کتاب فقط چاپ دیجیتال است. الان چاپخانه‌های افس‌ت ورقی وضع‌شان از لیتوگرافی‌ها هم بدتر است... صنعت چاپ در کشور ما راهی جز رفتن به سمت حوزه بسته‌بندی ندارد. این نشان می‌دهد که در آینده صنعت چاپ، لیتوگرافی به شکل کنونی تعطیل است." (صنعت چاپ شماره ۱۹۶: ۶۷)

آقای دریایی (رئیس اتحادیه‌های چاپخانه‌داران استان مازندران) در همین زمینه می‌گوید: "چاپ دیجیتال و کانون‌های تبلیغاتی در کار چاپخانه‌ها وارد شده و بازار آن‌ها را کساد کرده‌اند. برای مثال، طبق مقررات موجود باید کار بالای هزار نسخه با چاپ دیجیتال انجام شود، اما آن‌ها آگهی ترحیم و کارت

عروسی را هم که دویست نسخه است، می‌زنند." وی از وزارت ارشاد انتظار دارد که با این تخلفات برخورد کند.

البته به نظر می‌رسد راه حل اساسی تر این است که با تغییرات فن‌آوری هماهنگ شده، در چنین مواردی اجازه داد بازار راه خود را طی کند.

**چاپ سه بعدی:** "باید توجه داشت استفاده‌های چاپ سه‌بعدی از مهم‌ترین دلایل تفاوت آن با چاپ سنتی هستند؛ چراکه پیشرفت‌های اخیر در این زمینه باعث شده متخصصان بتوانند نه تنها مجسمه و اشکال و قطعات پیچیده را تولید کنند بلکه اکنون این امکان وجود دارد که بتوان از چاپگرهای سه‌بعدی برای تولید غذاهای مختلف، اعضای بدن و تقریباً هر چیزی که بشود فکرش را کرد استفاده کرد.

یکی از مهم‌ترین پیشرفت‌ها در این زمینه، قابلیت چاپگرهای سه‌بعدی برای تولید اعضای بدن است. در این روش که تنها چند سالی است متخصصان بیوفن‌آوری آن را بررسی کرده‌اند به‌جای مواد پلاستیکی و فلزات مذاب از سلول‌های زنده که معمولاً سلول‌های بنیادین هستند در چاپگرهای سه‌بعدی استفاده می‌شود و این چاپگرها سلول‌ها را به صورت لایه‌ای روی یکدیگر قرار می‌دهند.

در این روش، نازل چاپگر سلول‌ها را به صورت لایه‌های افقی به یک واسطه ژل مانند یا شبکه ساخته شده از قند تزریق می‌کند تا یک شبکه سه بعدی عضوی از بدن، از کبد و ریه گرفته تا رگ‌های خونی تشکیل شود. این روش که اولین بار در سال ۲۰۰۹ توسط شرکت «نووزن» مورد استفاده قرار گرفت، به نام‌های متفاوتی از قبیل چاپ اعضای بدن و چاپ بیولوژیک نیز شناخته می‌شود." (ماهنامه صنعت چاپ، شماره ۳۸۸، اسفند ۱۳۹۲)

"در نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی سال ۱۳۹۲ که هم‌زمان با نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در تهران برگزار شد، شاهد حضور شرکتی بودیم که چاپگر سه‌بعدی را به نمایش گذاشته بود. این شرکت واردکننده چاپگرهای سه‌بعدی از کشور چین است و هدف از شرکت در نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی را معرفی محصول و ارائه خدمات دستگاه به آن دسته از مشتریانی که نیاز به ساخت قطعه سه‌بعدی با قیمت ارزان‌تر نسبت به قالب‌سازی یا ریخته‌گری دارند، بیان داشت. این شرکت همچنین در نمایشگاه‌های دیگری همچون نمایشگاه صنعت و الکامپ نیز حضور فعالی دارد. سارا شهبازی معاون فروش این شرکت درباره چاپگر



سه‌بعدی و کاربردهایش در زمینه چاپ و تبلیغات گفت: «این چاپگرها الگوها و روش‌های کار متفاوتی دارند که بسته به نوع دستگاه و روش کار آن تقریباً بدون هیچ محدودیتی و بدون نیاز به قالب‌سازی می‌توان هرگونه الگو پیچیده سه‌بعدی را ساخته و از آن یک نمونه اولیه تولید کرد. چاپگرهای سه‌بعدی این امکان را به کاربر می‌دهد که در هر زمینه‌ای اعم از: قالب‌سازی، ماکت‌سازی، قطعات صنعتی و هنری، نمونه‌سازی قبل از تولید انبوه و ... قطعه مورد نظر را به صورت سه‌بعدی، (به اصطلاح خودمان پرینت به صورت حجم) چاپ بگیرد و این نیاز به طراحی سه‌بعدی نیز دارد. این دستگاه بیشتر کاربرد صنعتی دارد، اما در زمینه چاپ و تبلیغات نیز می‌تواند کاربرد فراوانی داشته باشد؛ به عنوان مثال، مشتری داشتیم که پس از سفارش ماکت سد کرج، سفارش نمونه جاسوئیچی آن را نیز داد. از دیگر نمونه‌های تبلیغاتی می‌توان زیرلیوانی سه‌بعدی، تقویم‌های سه‌بعدی رومیزی یا حتی تابلوهای سردر شرکت‌ها را نام برد. تابلوسازی نوعی از تبلیغات است و شرکتی که بخواهد سردر متفاوت و شکلی داشته باشد با توجه به عمر طولانی مواد مورد استفاده در این محصول و قابلیت چاپ‌پذیری آن، می‌تواند سردر شرکت یا تابلو رومیزی را با این دستگاه‌ها به صورت سه‌بعدی چاپ کند. به هر حال این فن‌آوری جدیدی است که به بسیاری از کاربردهایش به خصوص در زمینه تبلیغات فکر نشده است.» (ماهنامه صنعت چاپ، شماره ۳۸۸، اسفند ۱۳۹۲)

**نشر رومیزی:** روندهای موجود نشان می‌دهد چاپ هم‌زمان، چاپ دیجیتال و نشر رومیزی، به سرعت در حال گسترش است و در نتیجه این گسترش، فرصت‌های زیر را برای صنعت نشر به وجود آورده است:

۱. با گسترش نشر رومیزی و چاپ دیجیتال از این پس دیگر نیازی به سرمایه‌گذاری‌های عظیم برای تأسیس چاپخانه‌های سنتی و ایجاد شبکه‌های توزیع نخواهد بود.

۲. یک دوره کارآموزی سه ماهه در فنون طبع و نشر رومیزی جای دوره طولانی و پرهزینه آموزش از طریق شاگردی در خدمت استادکاران رشته‌های مختلف چاپ سنتی را خواهد گرفت. البته سرعت در تغییرات فن‌آوری این بخش، نقش روش‌های تدریس سنتی با کلاس‌های حضوری و تدریس کتاب‌های کلاسیک درسی را نیز کم‌رنگ کرده است.

۳. با گسترش چاپ هم‌زمان، عمل پرهزینه توزیع کتاب و مطبوعات و غیره

در مناطق وسیع و اغلب با زیربنای ناکافی، جای خود را به انتقال الکترونیک مطالب خواندنی به صورت آماده چاپ و توزیع در هر محل خواهد داد. از طرف دیگر، امروزه در جهان و در حیات اجتماعی تغییراتی رخ داده که برخی از آن‌ها تاثیر بسیار زیادی بر چند حوزه صنعت چاپ داشته است. برخی از مهم‌ترین این تغییرات عبارتند از:

### ۱. گسترش کمی و کیفی حوزه چاپ به تمامی ابعاد زندگی

همان‌طور که در مقدمه و تاریخچه توضیح داده شد، صنعت چاپ در ابتدا بیشتر دارای جنبه فرهنگی بود و به‌ویژه در حوزه کتاب و مطبوعات کاربرد داشت، اما به مرور زمان چاپ تمامی ابعاد زندگی را دربر گرفته است. "بخش تحقیقات انجمن سازندگان ماشین‌آلات بسته‌بندی ایتالیا (ucima) پیش‌بینی سه ساله (۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸) را در خصوص تقاضای جهانی برای این ماشین‌آلات به تفکیک منطقه جغرافیایی، نوع دستگاه و بخش‌های تحت پوشش خدمات اعلام کرده است.

براساس این مطالعه، بازار جهانی این ماشین‌آلات طی سه سال آینده هر ساله ۴/۹ درصد رشد خواهد داشت. از دیدگاه بخش‌های بازار، بالاترین رشد جهانی برای ماشین‌آلات بسته‌بندی به صنعت لوازم آرایشی و بهداشتی با ۶/۶ و پس از آن صنایع شیمیایی با ۵/۴ و صنایع غذایی با ۵/۲ خواهند بود. " (ماهنامه چاپ و نشر شماره ۱۳۳، ۸)

دکتر عباس صالحی، معاون امور فرهنگی وزارت ارشاد، معتقد است: «باید ببینیم آیا صنعت چاپ در زیر گروه صنایع فرهنگی خلاق قرار می‌گیرد یا خیر؟ ممکن است هر قدر بار را کمتر کنیم، بهتر باشد. آیندگان در این خصوص ممکن است قضاوتی داشته باشند. وزارت ارشاد نباید صرفاً به حوزه‌های سنتی فرهنگی محدود شود. هم سنتی و هم صنایع خلاق باید در آن دیده شود مثل: اسباب بازی/چاپ/ و ... به هر حال این بسته‌بندی شکلات نیز حامل فرهنگ است.»

### ۲. برجسته‌تر شدن بعد فنی و صنعتی

"تغییرات فنی و فن‌آوری به وجود آمده در ماشین‌آلات صنایع چاپ به‌ویژه چاپ‌های دیجیتال و صنعتی، سرمایه‌گذاری و حمایت‌های قانونی - اداری از این صنعت را متناسب با سایر بخش‌های صنعتی و خدماتی کشور ضروری ساخته

است. رصد جدیدترین فن‌آوری‌ها در حوزه صنعت چاپ، حمایت‌های لازم برای توسعه سرمایه‌گذاری در این بخش و برخورداری از امکانات و منابع و تجهیزات آموزشی و پژوهشی از جمله نیازهای این صنعت است که در حال حاضر ساختار و منابع مالی و انسانی لازم در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای آن پیش‌بینی نشده است. بررسی سوابق امر، نشان می‌دهد که در دوره‌های مختلف، جلسات مشترکی با وزارت صنعت، معدن و تجارت برگزار شده و بحث واگذاری بخش صنعتی مرتبط با صنعت چاپ به آن وزارتخانه مورد بررسی قرار گرفته اما پیشرفت چندانی حاصل نشده است." (گزارش‌های تهیه شده در دفتر امور چاپ)

### ۳. برجسته‌تر شدن بعد تجاری و بازرگانی

صنعت چاپ در دنیا از گستردگی و رونق فراوانی برخوردار است. برای مثال، گردش مالی این صنعت در سال ۲۰۱۲ حدود هشتصد (۸۰۰) میلیارد دلار تخمین زده شده است. امروزه بحث صادرات در تمامی حوزه‌ها از جمله حوزه صنعت چاپ اهمیت روزافزونی یافته است. بدون شک «رقابت» یکی از اصول اساسی حوزه اقتصاد است. وقتی رقابت مطرح شود بحث «حمایت» نیز مطرح خواهد شد. هر کشوری بر اساس منافع ملی خود حمایت‌هایی را از صنایع مختلف انجام می‌دهد. هرچند موضوعاتی مانند «جهانی شدن» و «سازمان تجارت جهانی» بسیاری از حمایت‌های داخلی را با اما و اگر مواجه کرده است، اما هنوز هم در پیشرفته‌ترین کشورها سازوکارهای حمایتی از صنایع داخلی وجود دارد. از طرف دیگر، شایسته‌ترین مرجع برای سیاستگذاری و تصمیم‌گیری درباره حمایت از کالا، خدمات و صنایع مختلف، وزارت صنعت، معدن و تجارت است؛ زیرا این وزارتخانه از مزیت‌های اقتصادی و وضع تجارت جهانی و روندهای آتی آن آگاهی دارد. البته پیشنهادهای حمایتی می‌تواند از وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف مطرح شود، اما در نهایت دستگامی که کار تجارت و بازرگانی را ساماندهی می‌کند با رصد وضع بازارهای جهانی می‌تواند چگونگی این حمایت‌ها را نهایی کند.

در ادامه این بخش، نظر برخی کارشناسان خارجی و داخلی درباره آینده صنعت چاپ و بسته‌بندی و فرصت‌ها و تهدیدهای این حوزه ارائه می‌شود.

### الف. نظر کارشناسان خارجی حوزه چاپ

بی‌شک برای درک چشم‌اندازی دقیق‌تر و واقعی‌تر، شرکت‌های بزرگ که بازیگران عمده صنعت چاپ‌اند، مرجع خوبی به حساب می‌آیند. زیرا آن‌ها با حساسیت تمام، برای حفظ موقعیت و گسترش سهم خود در بازار تلاش می‌کنند. بنابراین با دقت تمام به رصد بازار و روندهای فن‌آوری مشغول‌اند. مدیران ارشد چند شرکت بزرگ سازنده فن‌آوری‌های چاپ، ضمن پاسخ به سه پرسش درباره روند صنعت چاپ، چشم‌انداز این صنعت را ترسیم می‌کنند. پرسش ۱): طبق پژوهش و بررسی اخیر موسسه اینفوترنند (Info Trend)، انتظار می‌رود تقاضا برای چاپ رنگی و در کنار آن چاپ رنگی دیجیتال، به طور چشم‌گیری افزایش پیدا کند. این یافته‌ها تا چه حد با برآوردهای خود شما سازگاری دارد؟

\*فیل کولیمور (Phil Cullimore) / مدیرعامل کداک (EAMER):

"چاپ دیجیتال رنگی، رشد دو رقمی دارد و فرصت‌های کسب‌وکار جدیدی را برای چاپخانه‌ها در حوزه‌هایی مثل پست مستقیم شخصی‌سازی شده به وجود می‌آورد. در کل، چاپ دیجیتال در بین روش‌های بازاریابی، در حال تبدیل شدن به ابزار فوق‌العاده‌ای است که محصولات چاپی ارزشمندتری را تولید می‌کند. از جمله:

- بازاریابی با پست مستقیم شخصی‌سازی شده که به‌طور مستقیم تحویل خانه‌ها و مراکز تجاری می‌شود و راه خود را در میان ایمیل، موبایل و انواع و اقسام ابزار الکترونیک باز کرده است.

- کتاب‌ها، مجلات و روزنامه‌ها با شمارگان پایین که امکان چاپ درخواستی (بر اساس تقاضا) دارند و به روش‌های چاپی کارآمدتری تولید می‌شوند.

- بسته‌بندی‌های متنوع با قابلیت‌های شخصی‌سازی و ارتباطاتی برای تبلیغات مؤثر، چاپ تصاویر با کیفیت بهتر برای افزایش جذابیت محصول در فروشگاه و فروش آن که همه این‌ها به روش‌های بهینه و با مصرف کمتر مرکب انجام می‌شود."

\*ایجی کاجیتا (Eiji Kajita) / مدیر عملیاتی دفتر معاونت و دفتر برنامه‌ریزی مشارکت کوموری:

"در حال حاضر نیز تولید کارهایی با شمارگان پایین با ماشین‌های دیجیتال

بیشتر رایج است. در کل لازم است تصمیم‌گیری و انتخاب اینکه برای تولید از ماشین دیجیتال یا افست استفاده شود، براساس شمارگان و نقطه سربه‌سر هزینه‌ها صورت گیرد."

\* کلوز بولزا شونمان (Claus Bolza Schunemann) / رییس شرکت KBA

و رییس دروپا:

"مطالعات اخیر اینفوترند صحیح است. سرعت رشد در کشورهای در حال توسعه در مقایسه با کشورهای صنعتی بیشتر است و چاپ بسته‌بندی نسبت به چاپ نشر و تجاری سرعت رشد بیشتری دارد.

سهم کلی چاپ دیجیتال، از نظر مجموع حجم سفارشات، خیلی سریع‌تر رشد می‌کند. اگرچه این رشد در حال حاضر بیشتر از ۱۲ درصد نیست و بیش از ۵۰ درصد کل چاپ‌ها هنوز روی کاغذ و مقوا با افست انجام می‌شود. برای بسته‌بندی انعطاف‌پذیر هم روش فلکسو و روتوگراور بهترین انتخاب‌ها هستند."

پرسش ۲): بازار صنعت چاپ تحت تأثیر تغییرات متعددی بوده، این تغییرات روی کسب و کار شما چه تاثیری داشته است؟

\* کلوز بولزا شونمان:

"بی‌تردید شرایط کسب و کار ما به دنبال سقوط شدید بازار که در اثر بحران‌های مالی چهار سال اخیر اتفاق افتاد، آسان‌تر نشده است. اهمیت رو به رشد رسانه آنلاین، ظرفیت تولید رو به رشد ماشین‌های جدید، چاپ دیجیتال، تغییرات ساختاری در صنعت چاپ و دشواری‌های اقتصادی در بازار نگران‌کننده صادرات (برای مثال اروپای جنوبی)، تقاضا برای افست روتاری را تا ۶۰ درصد و افست ورقی را تا یک سوم در بازار جهانی کاهش داده است."

\* مارسل کیسلینگ/ عضو هیات مدیره و مسئول خدمات هایدلبرگ:

"حجم تولیدات چاپی در دنیا، با برخی استثنائات منطقه‌ای، رشد ثابتی دارد و حجم کلی آن در جهان صنعتی در حال کاهش است. در حالی که بخش چاپ تبلیغات به خاطر فراگیر شدن رسانه الکترونیک تحت فشار است، چاپ بسته‌بندی رشد خوبی دارد. به هر حال، با کاهش تعداد چاپخانه‌ها، بازار ماشین‌آلات چاپ به سختی می‌تواند به سطح قبل از بحران سال ۲۰۰۸ برسد. با آگاهی از این موضوع، هایدلبرگ و دیگر سازندگان، ظرفیت‌های خود را کاهش داده‌اند."

\* ایچی کاجیتا:

"ما روی ماشین‌هایی برای چاپ دیجیتال و قطعات الکترونیک کار می‌کنیم و قصد داریم به احیای بازار چاپ از جمله ماشین‌های امنیتی (بازاری که هم‌اکنون در حال توسعه است) کمک کنیم."

\* مایکل مولیک/ مدیر ارشد بخش چاپ راهکارهای تجاری کونیکا مینولتا:

"تغییرات نزولی صنعت چاپ به‌طور کامل در افسست سنتی اتفاق می‌افتد. در چند سال اخیر، چاپ دیجیتال هم از نظر شمارگان و هم تعداد دستگاه‌های دیجیتال نصب شده، رشد خیلی خوبی داشته است و می‌بینیم که این روند سریع‌تر از گذشته، همچنان ادامه دارد. از آنجایی که ما تولیدکننده محصولات دیجیتال و یکی از چهار تولیدکننده اصلی هستیم، در کل تاثیر مثبتی را روی کسب و کارمان می‌بینیم."

پرسش ۳: راهبرد بلندمدت آینده‌تان را چگونه ترسیم می‌کنید؟

\* فیل کولیمور:

"ما در درجه اول روی چاپ تجاری، بسته‌بندی و کاربردی و خدمات سرمایه‌گذاری متمرکز هستیم. این کسب و کارها دورنمای بلندمدتی برای پیشرفت چشمگیر در سراسر جهان دارند و هسته مرکزی آینده کداک هستند."  
\* ایچی کاجیتا:

"ما بر این باوریم که در آینده، مزیت هزینه‌ای افسست (فن‌آوری عمده و اصلی فعلی) در تولید شمارگان بالا تغییر نخواهد کرد. اما برتری سیستم‌های چاپ دیجیتال برای شمارگان پایین و چاپ متغیر، به دلایلی که در اینجا هم بحث شد، بی‌تردید تحقق خواهد یافت. کوموری می‌خواهد این روش‌ها را به تعادل برساند و به همین خاطر، برنامه میان مدت و بلند مدتی را طراحی کرده است که افسست، چاپ امنیتی، دیجیتال و چاپ قطعات الکترونیک را با هم ترکیب کند."  
\* کلوز بولزا شونمان:

"سال‌هاست که مشغول بازبینی فرصت‌های کسب و کار و صنایع جدیدی هستیم که در آینده پیشرفت خوبی دارند. چندین سال، بازارهای خارج از محدوده خودمان مثل فن‌آوری‌های خورشیدی و آبی را به دقت بررسی کردیم و خطرهای دست‌آوردهای چنین کاری را سنجیدیم و به این نتیجه رسیدیم که فن‌آوری چاپ (کسب و کار اصلی ما) به هیچ‌وجه به پایان نرسیده است. فرصت‌های زیادی برای فعالیت‌های ثمربخش باقی‌مانده‌اند که باید توسط KBA کشف شوند. یکی از آن‌ها فن‌آوری بسته‌بندی است. از طرفی ورود به چاپ دیجیتال با

یکی از محصولاتمان، برای ما یک آغاز است."\*  
\* مارسل کیسلینگ:

"ما فعالیت‌هایمان را در مناطق در حال توسعه مثل چین و آمریکای جنوبی که چاپ در آن‌ها در حوزه تبلیغات و بسته‌بندی در حال رشد است، توسعه می‌دهیم. دو سوم کارهای چاپ جهان در این کشورها تولید خواهند شد. اما این فعالیت‌های ما با بی‌توجهی به بازارهای صنعتی شده همراه نخواهد بود. ظرفیت زیادی در زمینه‌های گوناگون چاپ وجود دارد: چاپ نوری، بسته‌بندی هوشمند، محصولات چاپی ارتباط برقرار کننده و چاپ سه بعدی" (www.iranprint.com)

در گزارشی که از دروفا ۲۰۱۲ توسط دفتر امور چاپ تهیه شده، آمده است: "در جلسه‌ای که با انجمن اروپایی چاپ دیجیتال، فلکسو و اسکرین برگزار شد، پیتر باتینز (Peter Buttens) رئیس هیات مدیره انجمن اظهار داشت که براساس پیش‌بینی، بیشترین رشد در بین چاپ‌های دیجیتال، افست، فلکسو و اسکرین در دروفا ۲۰۱۶ مربوط به چاپ اسکرین خواهد بود. زیرا کاربردهای چاپ اسکرین هر روز بیشتر می‌شود. برای مثال هر اتومبیلی که تولید می‌شود ۲۵ درصد اجزای آن به چاپ نیاز دارد که در حوزه چاپ اسکرین است.

از دیگر اتفاقات مهم این دوره، می‌توان به عرضه بیش از پیش فن‌آوری‌های ترکیبی اشاره کرد. همچنین شاهد همکاری‌های مشترک شرکت‌ها و گول‌های بزرگ صنعت چاپ از جمله: هایدلبرگ، کوموری، کونیکا، می‌نیوتا، ریکو و ... برای تولید برخی از فن‌آوری‌های جدید بودیم که می‌تواند سرآغاز تحولات بزرگ در این صنعت باشد. از سوی دیگر، توجه به محیط زیست و تولید و عرضه محصولات دوستدار محیط زیست در این نمایشگاه به نسبت دوره‌های قبلی بیشتر جلب توجه می‌کرد؛ به نحوی که بسیاری از شرکت‌های بزرگ به سمت تولید این‌گونه محصولات حرکت کرده بودند.

شاید یکی از نکات جالب برای گروه ایرانی، رویکرد چاپ دیجیتال به سمت مصارفی نظیر بسته‌بندی و لیبل بود. چاپ دیجیتالی که تا قبل از این برای مصارف کاغذی کاربرد داشت به سرعت وارد مباحث دیگر از جمله لیبل و بسته‌بندی شده و پیش‌بینی می‌شود به‌زودی شاهد حضور چاپ دیجیتال در سایر بخش‌ها نیز باشیم." (گزارش اعضای شورای سیاستگذاری صنعت چاپ کشور از حضور در نمایشگاه دروفا ۲۰۱۲)

در این گزارش به‌طور خلاصه آینده صنعت چاپ چنین ترسیم شده‌است:

۱. گسترش چاپ دیجیتال و چاپ اسکرین

۲. برجسته‌تر شدن موضوع محیط زیست

۳. گسترش یافتن بخش بسته‌بندی و لیبل در صنعت چاپ.

حال باید دید این تغییرات کیفی در صنعت چاپ چه پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت؟ آیا ورود به مسائل پیش‌روی در حوزه تخصصی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است؟ اگر پاسخ مثبت است توان پاسخ‌گویی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چه اندازه است؟

### ب. نظر کارشناسان و فعالان داخلی حوزه چاپ:

\* آقای رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) می‌گوید: "تجربه چند دهه گذشته ثابت کرده هر اتفاقی در غرب می‌افتد با یک تأخیر ده ساله در ایران هم رخ می‌دهد که این تأخیر باعث می‌شود هزینه‌های زیادی را متقبل شویم. در آینده چاپخانه‌های کوچک کمتر می‌شوند و ما با تأسیس مجتمع‌های بزرگ چاپ روبه‌رو خواهیم بود. همان اتفاقی که در شهرهای بزرگ برای سوپرمارکت‌ها اتفاق افتاد و فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای جای آن‌ها را گرفته‌اند در حوزه چاپ نیز اتفاق خواهد افتاد."

\* آقای جلیلیان فتاحی (چاپخانه جهان مشهد) درباره آینده این حوزه می‌گوید:

"در حالی که در دنیای امروز صنعت چاپ بر حول بسته‌بندی می‌چرخد، ما نگاهمان هم‌چنان در حوزه چاپ افسست است. ادعا می‌کنیم به‌روز هستیم، اما بسیار سنتی عمل می‌کنیم و با همین دید از انتقال حوزه چاپ از ارشاد به وزارت صنعت مخالفت می‌کنیم و نگاه صنعتی به موضوع نداریم. امروز ما صاحب گورستان دستگاه‌های قدیمی چاپ هستیم که نمی‌تواند برای صادرات کارساز باشد. ما باید از نظر ساختاری قابلیت و شرایط رقابت در بازارهای جهانی را فراهم کنیم و این امکان‌پذیر نیست مگر با تغییر رویکرد و پذیرفتن نگاه صنعتی به چاپ و چاپخانه و انتقال این حوزه به وزارت صنعت، معدن و تجارت. اگر در آینده نزدیک برای این صنعت فکری نشود، کشورهای دیگر بازار را به دست می‌گیرند. به‌تازگی کشور اتریش در اطراف تهران چاپخانه بزرگی زده که چاپخانه‌های کوچک را از رده خارج خواهد کرد. زمینه اتحاد چاپخانه‌های



کوچک را باید با ایجاد تعاونی‌ها فراهم کرد. اگر صد چاپخانه در یک تعاونی بزرگ سهام‌دار باشند امکان رقابتشان با چاپخانه‌های خارجی فراهم می‌شود. اگر چاپ به حوزه صنعت انتقال یابد و آن را بیشتر صنعتی ببینیم، امکان چنین اتحادیهایی بیشتر خواهد شد."

\* آقای جلیلیان (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قزوین) می‌افزاید: "کارگاه و شرکت‌های کوچک چاپ در حال نابودی هستند، امروزه بحث سرعت فن‌آوری مطرح است و چاپ سنتی پاسخگو نیست."

\* آقای مخملباف (پرتو کیهان توس) در این زمینه می‌گوید: «چاپخانه واحدی صنعتی است و اگر با فن‌آوری روز جهان پیش‌نبرد محکوم به نابودی است. صنعت چاپ ما نیازمند تغییر نگاه و رویکرد است. متأسفانه در نگاه سنتی چاپخانه هنوز مکانی است که یک دستگاه چاپ ملخی داشته باشد؛ در حالی که این دستگاه‌ها را در کشورهای دیگر در موزه‌ها می‌توان پیدا کرد.»

\* آقای انصاری‌پور (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان اصفهان) می‌گوید: "ما ده سال پیش گفتیم که واحدهای کوچک از بین خواهند رفت و باید در فکر راه‌اندازی واحدهای بزرگ صنعتی بود. متأسفانه در سال ۹۴ در استان اصفهان ۱۳ چاپخانه تعطیل شد اما چاپخانه جدیدی راه‌اندازی نشد."

\* آقای انتظامی (معاون امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی) معتقد است: "روز به روز از سهم منشورات در صنعت چاپ کاسته می‌شود و بر سهم سایر حوزه‌های چاپ که ارتباط مستقیمی با حوزه فرهنگ ندارد، افزوده می‌شود. برخلاف پنجاه سال پیش، امروزه چاپ کتاب و مطبوعات درصد ناچیزی از بازار صنعت چاپ را به خود اختصاص داده است و در آینده این سهم کمتر هم خواهد شد."

\* آقای ذکایی معتقد است: "چاپخانه‌های کوچک درون شهرها به مرور جمع می‌شود و به چاپخانه تبدیل می‌شود. باید تفکر جدید و جوان در سطح صنعتی و مدرن جایگزین شود."

اکنون صنعت چاپ در جهان به سرعت به سمت دیجیتال شدن گام برمی‌دارد، عمده چاپخانه‌های بزرگ دنیا بخش دیجیتال راه‌اندازی کرده‌اند یا تغییر شکل می‌دهند، اما در ایران هیچ فن‌آوری در این زمینه وجود ندارد. سرمایه‌گذار چون برداشت مشخصی از سرمایه‌گذاری و آینده این صنعت ندارد، در این صنعت سرمایه‌گذاری نمی‌کند، چرا که با فضای مبهمی مواجه می‌شود و امنیت سرمایه‌گذاری را احساس نمی‌کند." (<http://tejarat.donya-e-qtasad.com>)

در تحقیقی با عنوان «استراتژی‌های صنعت چاپ ایران» که در سال ۱۳۸۹ پس از انجام مطالعات کتابخانه‌ای و با نظرخواهی از اساتید، مدیران، صنعت‌گران و فعالان حوزه صنعت چاپ انجام شده، نتایج و یافته‌های زیر به دست آمده است:

### ۱. فرصت‌های پیش‌روی صنعت چاپ ایران

- اقبال عمومی به صنایع پایین دستی صنعت چاپ، به‌ویژه بسته‌بندی
- حضور و ظهور نسل جدید از فعالان و مدیران در صنایع چاپ و بسته‌بندی
- حضور نسل جدید از سرمایه‌گذاران خطرپذیر در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- صدور خدمات فنی و مهندسی چاپ و بسته‌بندی به کشورهای همسایه
- تولید با قیمت مناسب مواد اولیه به‌ویژه در حوزه پلیمرها و فرآورده‌های پتروشیمی مورد نیاز صنعت

### ۲. تهدیدهای پیش‌روی صنعت چاپ ایران

- تحولات فن‌آوریک سریع در فن‌آوری ماشین‌آلات و مواد صنایع چاپ و بسته‌بندی

- هزینه بالای تولید در واحدهای کوچک فعال در صنعت چاپ
- نرخ بالای برخی از تعرفه‌ها و عدم طرح‌ریزی مناسب نظام تعرفه
- عدم هماهنگی اقدامات و فعالیت‌ها بین نهادهای فعال و تصمیم‌گیرنده در صنعت چاپ و بسته‌بندی

- جذب بخشی از بازار داخلی توسط تولیدکنندگان از کشورهای همسایه به‌ویژه در حوزه بسته‌بندی

- جهانی شدن و حذف مرزهای جغرافیایی و بازارهای داخلی
- صادرات کالاهای غیرنفتی به صورت فله‌ای
- عدم حمایت و امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۳۹ - ۴۳)

همان‌طور که مشاهده می‌شود هیچ‌کدام از فرصت‌ها و تهدیدهایی که مطرح شده است در حوزه تخصصی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار ندارد. بنابراین اگر در آینده شاهد فرصت‌سوزی و افزایش تهدیدها در حوزه صنعت چاپ و بسته‌بندی بودیم، دلیل اصلی این آسیب را باید در ساختار نادرست حاکمیتی و مدیریتی موجود دانست، زیرا مسائلی که به‌طور مستقیم در حیطه کاری دستگاه‌های اقتصادی، صنعتی و تجاری قرار داشته به دستگاهی فرهنگی واگذار شده است که ظرفیت، صلاحیت و توان لازم را برای ورود به این حوزه ندارد.

### ۳. نقاط قوت صنعت چاپ ایران

- سابقه دیرینه و قدمت بالای این صنعت در کشور
- ثبات مدیریتی در لایه‌های پایینی و به‌ویژه در بخش خصوصی فعال در این صنعت
- ظرفیت بالای ماشین‌آلات و تجهیزات به کار گرفته شده در صنعت و صنایع پایین دستی
- ظرفیت بالای تولید در صنعت بسته‌بندی
- سرمایه‌گذاری بالای بخش خصوصی در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- توانمندی انجام تمامی فعالیت‌های زنجیره ارزش چاپ و بسته‌بندی کشور
- تجارب بالای نیروی انسانی فعال در صنعت چاپ (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۴۴)

همان‌طور که مشاهده می‌شود هیچ‌کدام از نقاط قوت احصاء شده ارتباطی با جایگاه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مدیریت صنعت چاپ و بسته‌بندی ندارد. به سخن دیگر اگر تمامی وظایف و اختیارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه چاپ سلب و به دستگاه دیگری سپرده شود، هیچ‌یک از نقاط قوت بالا تضعیف نخواهد شد.

### ۴. نقاط ضعف صنعت چاپ در ایران

- تغییرات متعدد مدیریتی در سطح سازمان متولی
- نبود متولی مشخص برای هدایت و نظارت بر فعالیت‌های جاری و عمرانی صنعت چاپ و بسته‌بندی
- عدم توازن در توسعه صنعت چاپ و بسته‌بندی
- عدم تمرکز در هدایت و برنامه‌ریزی فعالیت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در صنعت چاپ
- عدم فرهنگ سازی و توجه به رعایت حقوق نسل‌های آینده در پاسداشت محیط زیست
- نبود استانداردهای ملی در صنعت چاپ (کیفیت، ایمنی، بهداشت و محیط زیست) (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۴۴)
- در تحلیل این نقاط ضعف باید گفت، تغییرات متعدد مدیریتی نه تنها در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بلکه در تمامی حوزه‌های دولتی وجود دارد و نیازمند ایجاد تغییرات بنیادی در ساختار سیاسی و دولتی کشور است.

موازی کاری و بلا تکلیفی در هدایت این حوزه تنها با بازنگری در ساختار مدیریتی براساس شرایط جدید و آگاهی از روندهای پیش رو قابل حل است. نبود فرهنگ‌سازی در حوزه محیط زیست و نبود استانداردهای ملی به سازمان محیط زیست و سازمان استاندارد مربوط می‌شود. به‌طور خلاصه، اکثر نقاط ضعف بیان شده در حوزه تخصصی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیست.

## راهبردهای کلی پیشنهادی برای صنعت چاپ

### الف. راهبردهای کوتاه مدت

۱. بازمهندسی ساختار حاکمیتی صنعت چاپ و بسته‌بندی
  - تغییر رویکرد دولت به صنعت چاپ و ارتقای بعد صنعتی آن هم‌سو با بعد فرهنگی
  - بازنگری شرح وظایف و ماموریت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
  - تعیین متولی دولتی صنعت چاپ در حوزه امور توسعه صنعتی
  - تقویت نقش وزارت صنایع و تعیین کارکردهای مشخص در رابطه با مدیریت و توسعه فن‌آوری صنعت چاپ در کشور (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۵۶ - ۵۸)
۲. راهبرد توانمندسازی بخش خصوصی
  - ارائه خدمات فنی و مهندسی و تأمین اعتبار برای ایجاد شهرک‌های صنعتی چاپ
  - تفویض برخی از امور تصدی‌گری صنعت چاپ به انجمن‌های صنفی و تخصصی بخش خصوصی
  - شناسایی طرح‌های قابل سرمایه‌گذاری ملی
  - بهره‌گیری از فرصت‌های موجود سرمایه‌گذاری‌های مستقیم داخلی و خارجی جهت توسعه صنعت چاپ (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۵۸ - ۵۹)
۳. راهبرد ارتقاء کیفیت و تنوع تولیدات و خدمات صنعت چاپ و بسته‌بندی
  - رعایت استانداردهای پذیرفته شده در جهان در تولید محصولات چاپی
  - تولید محصولات متنوع‌تر چاپی برای تأمین نیاز بازار داخلی و بازارهای منطقه‌ای
۴. راهبرد صرفه‌جویی در مصرف انرژی و رعایت الزامات زیست محیطی
۵. بازاریابی راهبردی محصولات و خدمات فنی و مهندسی صنعت چاپ و

۶. راهبرد حمایت تجاری و توسعه صادرات (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۶۰ تا ۶۴)

### ب. راهبردهای بلند مدت

۱. واگذاری صنایع چاپ و بسته‌بندی تحت پوشش به بخش خصوصی
۲. ایجاد ساختار رقابتی در بازار
۳. بهبود توانمندی‌های تولیدی
۴. تقویت توانمندی‌های احداث واحدهای بزرگ صنعت چاپ و بسته‌بندی

### در بخش خصوصی

۵. ارتقاء فن‌آوری زنجیره ارزش چاپ (استراتژی‌های صنعت چاپ ایران، ۶۵)  
حال پرسش این است که صنعت چاپ در چه دستگامی بهتر می‌تواند راهبردهای مذکور و سیاست‌های مربوط را اجرا کند؛ برای مثال، به سمت افزایش تولید و صادرات و خصوصی شدن پیش برود یا با درک تحولات در نتیجه جهانی شدن و لزوم پیوستن به سازمان‌های تجاری به‌ویژه سازمان تجارت جهانی، سازگاری بهتری یابد. به عبارتی، تحقق اصل ۴۴ در کدام حوزه آسان‌تر است؟ در حوزه فرهنگ که با مسائل ارزشی و ذهنی سروکار دارد یا در حوزه‌ای که گفتمان سود و زیان حاکم است.

یکی از دلایل ادامه فعالیت چاپخانه‌های دولتی که عرصه را بر بخش خصوصی تنگ کرده‌اند، این است که نظارت و مدیریت حوزه چاپ به جای یک سازمان اقتصادی و تجاری به یک سازمان فرهنگی سپرده شده است. بررسی سخنان چاپخانه‌داران کوچک و بزرگ در سایت‌ها و نشریات این حوزه نشان می‌دهد که تمام خواسته‌های آن‌ها از دولت در محورهای زیر خلاصه می‌شود:

۱. حمایت بیشتر دولت در ارائه انواع تسهیلات به‌ویژه تسهیلات بانکی
۲. کاهش تعرفه‌های گمرکی
۳. معافیت و کاهش انواع مالیات‌ها و عوارض
۴. راهنمایی در خصوص سرمایه‌گذاری
۵. رفع موانع حقوقی و قانونی و کاهش بوروکراسی اداری
۶. کاهش پارتی بازی و رانت‌خواری.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود اکثر خواسته‌ها در حوزه مالی و اقتصادی قرار

می‌گیرد. روشن است وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تحقق خواسته‌هایی که در حوزه اقتصادی و مالی است، ساختار و ابزار لازم را ندارد.

### گفتار دوم؛ آسیب‌شناسی ساختاری وضع موجود صنعت چاپ

در این قسمت پاسخ کارشناسان و فعالان حوزه چاپ به پرسش‌های مربوط به آسیب‌های ساختاری این حوزه به‌طور خلاصه ارائه می‌شود.

پرسش: مهم‌ترین چالش ساختاری حوزه چاپ چیست؟ آیا با واگذاری مباحث سخت‌افزاری این حوزه مانند صدور مجوز تأسیس چاپخانه و ورود و خروج و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ به وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت موافقتی دارید؟ دلایل موافقت یا مخالفت خود را بگویید.

#### الف. مخالفان واگذاری

\* آقای مسجدجامعی (عضو شورای شهر تهران و وزیر پیشین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) از زمان وزارت تاکنون با واگذاری بخش زیرساختی و فن آوری این حوزه به وزارت صنعت، معدن و تجارت مخالف است. وی می‌گوید: «پایه و اساس چاپ ریشه در فرهنگ دارد و صبغه فرهنگی حوزه چاپ بر صبغه صنعتی و فنی آن غلبه دارد. هر آنچه چاپ شده یک پیام، نماد و سخن فرهنگی هم دارد. بنابراین بحث تأسیس چاپخانه‌ها و نظارت بر ورود و خروج ماشین‌آلات این حوزه باید کماکان در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باقی بماند. همان‌طور که صنعت سینما و صنعت موسیقی در حوزه کاری ارشاد است، صنعت چاپ هم در حوزه کاری این وزارتخانه است.»

\* آقای فتاحی (مدیر کل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی) معتقد است: «اگر مدیران دفتر امور چاپ و نشر به وظایف اصلی خود مانند سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه چاپ، به خوبی عمل کرده بودند بسیاری از مشکلات کنونی ایجاد نمی‌شد. متأسفانه دفتر مذکور بیشتر وقت و انرژی خود را به مباحث نرم‌افزاری و محتوایی و بعد نظارتی حوزه چاپ اختصاص داده و مدیریت و برنامه‌ریزی کلان این حوزه را رها کرده است. اگر مدیران با تفکر اقتصادی در رأس این دفتر قرار می‌گرفتند، این حوزه را می‌توانستند متحول کنند. برای مثال، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند با عقد تفاهم‌نامه و تأمین بخشی از اعتبارات، حمایت‌های مالی خوبی از بانک‌ها، صندوق‌ها و وزارت صنعت دریافت کند و این بخش را رونق دهد.»

پیامدهای فرهنگی آثار چاپی بسیار زیاد است و هر آنچه چاپ می‌شود تقریباً پیام ارزشی و فرهنگی هم دارد، و برای نظارت بهتر بر هر دو بعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است که حوزه چاپ را به ارشاد داده‌اند. از طرف دیگر، اگر ارشاد می‌خواهد به این بعد فرهنگی نظارت کند باید بخش سخت‌افزاری و فن‌آوریک را هم حفظ کند، در غیر این صورت و با واگذاری این امور به وزارت صنعت، چیز زیادی باقی نمی‌ماند تا بودن دفتر امور چاپ را توجیه کند و باید منحل شود.»

\* آقای صفایی‌نیا (عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران استان گیلان) می‌گوید: «بلا تکلیفی حوزه چاپ بین وزارت ارشاد و وزارت صنعت چالش ساختاری این حوزه است. هر چند به لحاظ قانونی تمامی کارها به عهده ارشاد است، اما بسیاری موارد را واگذار کرده یا تمایلی برای ورود ندارد.» او مخالف واگذاری امور سخت‌افزاری و زیرساختی به وزارت صنعت است و مهم‌ترین دلیلش این است که تجربه ارشاد در این زمینه بیشتر است.

\* آقای مغانی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان خراسان رضوی) می‌گوید: «به نظر من صدور مجوز تأسیس چاپخانه و ورود و خروج و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ بهتر است در وزارت ارشاد باقی بماند، زیرا از ابتدای انقلاب با ۲۸ مدیرکل چاپ که فقط دو نفر آن‌ها چاپ را می‌شناختند و بقیه هیچ اطلاعی از چاپ نداشتند، سروکله زده‌ایم تازه به اینجا رسیده‌ایم. حال اگر بحث مجوز ماشین‌آلات به وزارتخانه دیگری منتقل شود بدتر از قبل می‌شود. البته ارشاد برای حل مشکلات موجود باید به بازبینی و اصلاح آیین‌نامه‌ها اقدام کند و اختیارات خود را به استان‌ها واگذار کند تا نیازی نباشد برای دریافت مجوز ورود و خروج ماشین‌آلات از شهرهای دیگر به تهران بیایند.»

\* آقای دریایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان مازندران) معتقد است: «وزارت صنعت اطلاعات کافی از حوزه چاپ ندارد و بحث تأسیس چاپخانه و ورود و خروج و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ باید کماکان در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باقی بماند.»

\* آقای شجاع (مدیرعامل تعاونی لیتوگرافان ایران) معتقد است: «وزارت صنعت ما را به عنوان یک صنعت کوچک می‌شناسد. بارها خواسته‌ایم با وزیر آن وزارتخانه دیدار کنیم اما در نهایت در سطح معاون مدیرکل هم به ما وقت نداده‌اند. در نهایت کارگاه‌های کوچک چاپ توان سازگاری با چنین شرایطی را

ندارند و از بین خواهند رفت.»

سایر مخالفان واگذاری امور فنی و زیرساختی حوزه چاپ به وزارت صنعت، دلیل و مدرکی غیر از دلایل مذکور ارائه نکردند. این گروه بر عدم تجربه وزارت صنعت، دسترسی نداشتن به وزیر و معاون وزیر در وزارت صنعت، سردرگمی و عدم حفظ جایگاه حوزه چاپ در وزارت صنعت و عدم توانایی بنگاه‌های کوچک برای خروج از محدوده شهرها و سازگاری با شرایط جدید تأکید داشته‌اند.

### ب. موافقان مشروط واگذاری

\* آقای همایونی (مدیر چاپ پنج رنگ) می‌گوید: «قبل از طرح این پرسش‌ها باید بانک جامعی از آمار و اطلاعات حوزه چاپ تهیه و براساس آن اطلاعات، تصمیم‌گیری شود. به هر حال باید دید واگذاری بخش سخت‌افزاری و زیرساخت‌ها به وزارت صنعت چه امتیازاتی برای ما دارد. اگر تسهیلات و حمایت بهتری انجام نشود، ضرورتی به این کار نیست.»

\* آقای انصاری‌پور (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان اصفهان) می‌گوید: «در شرایط رکود فعلی، فرق چندانی ندارد که امور زیرساختی صنعت چاپ به کدام دستگاه واگذار شود، مهم بحث حمایت است؛ هر دستگاهی که بتواند بهتر و بیشتر حمایت کند همان دستگاه هم می‌تواند این صنعت رو به ورشکستگی را نجات دهد. البته در بلند مدت مانند سایر کشورها باید عمل کرد و حوزه چاپ را زیر مجموعه دستگاه صنعتی و اقتصادی قرار داد، زیرا ساختار و عملکرد ما عمدتاً صنعتی است نه فرهنگی.»

\* خانم جلالی (رئیس گروه صنعت دفتر امور صنعت و معدن سازمان مدیریت) می‌گوید: «از منظر ساماندهی خوب است که به حوزه چاپ نگاه اقتصادی و صنعتی داشته باشیم و طبقه‌بندی ISIC برای این حوزه، مانند سایر صنایع، لحاظ شود تا بتوان از پشتیبانی نظام کارشناسی هم بهره گرفت. اما ممکن است با این انتقال، پرداخت تسهیلات به حوزه چاپ با مشکل روبه‌رو شود، زیرا در حال حاضر در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی امکان دریافت یارانه وجود دارد و تخصیص‌های خوبی داشته‌ایم، اما تا آنجا که اطلاع دارم در وزارت صنعت چنین یارانه و تسهیلاتی وجود ندارد.»

در جمع‌بندی نظر این گروه باید گفت: برای موافقان مشروط، فرقی ندارد که زیر مجموعه کدام وزارتخانه باشند، مهم این است که کدام وزارتخانه می‌تواند معافیت‌های مالیاتی بیشتری برای آن‌ها قائل شود یا تسهیلات بانکی



با سود کمتری در اختیار آن‌ها بگذارد.

### ج. موافقان واگذاری

\* آقای بهادری (عضو هیات مدیره اتحادیه لیتوگرافان) می‌گوید: «بخش عظیمی از بنگاه‌های فعال در حوزه چاپ به صورت سنتی و از پدر به پسر مدیریت می‌شوند. این واحدهای کوچک و سنتی با انتقال به یک مجموعه بزرگ صنعتی مخالفند. البته گریزی نیست و آن‌ها باید دیر یا زود ساختار شرکتی و جدید پیدا کنند تا بتوانند با سرمایه‌گذاری بیشتر، بهتر رقابت کنند. در مجموع، کار اصولی این است که حوزه چاپ به بخش صنعت برود و از حمایت‌های مالی آن‌ها استفاده کند. البته باید برای این واحدهای کوچک هم فکری شود.»

\* آقای رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) می‌گوید: "صددردصد با این موضوع موافقم؛ زیرا چاپ حوزه‌ای صنعتی است و اگر چاپخانه‌ها به وزارت صنعت بروند از نظر ساختاری شکل و قالب بهتری می‌گیرند. برای مثال، در بحث سرمایه‌گذاری و ارائه مشاوره‌های مالی، بازرگانی و بازاریابی تا زمانی که زیرمجموعه یک دستگاه فرهنگی باشیم، موفق نخواهیم بود.

البته برخی چاپخانه‌داران که کار اصلی آن‌ها در این حوزه نبوده و در زمان کاغذ سهمیه‌ای مجوزی دریافت کرده‌اند با این انتقال مخالفند، زیرا می‌دانند در حوزه صنعت کار بر اساس رقابت، بهره‌وری، تولید بیشتر، افزایش کیفیت و سایر فاکتورهای اقتصادی و حرفه‌ای تعیین می‌شود و ممکن است با مشکل روبه‌رو شوند. برخی لابی‌ها که در سال‌های گذشته جنس بی کیفیت و ماشین‌آلات فرسوده را به کشور وارد کردند یا چند برابر نیاز بازار ماشین دستگاه چهار رنگ و دو رنگ وارد کردند و این صنعت را به فلاکت انداختند، تمایل دارند همچنان در بر همان پاشنه بچرخد.»

\* آقای پورمند (رئیس پیشین اتحادیه چاپخانه‌داران استان تهران) می‌گوید: «به‌طور قطع، واگذاری مباحث زیرساختی و فن‌آوری به وزارت صنعت می‌تواند زمینه‌ساز توسعه و تغییر عمده در فرآیند و ناوگان فعلی صنعت چاپ باشد. باید به چاپ به مثابه یک تجارت صنعتی نگریست و چنین نگرشی تنها و تنها در ساختار و سازمان وزارت صنعت وجود دارد و محقق می‌شود. باید توجه داشت که وزارت فرهنگ پاسخگوی نیازها و مطالبات حوزه صنعتی چاپ نیست.»

\* آقای زمینی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان گیلان) می‌گوید: «این

واگذاری باید انجام شود چون ارشاد فقط متولی چاپ کتاب و مطبوعات است و اراده‌ای برای کمک به چاپخانه‌داران ندارد. البته موضوع مهمتر این است که چاپخانه‌ها ماهیت صنعتی دارند و به همین دلیل بهتر است زیر مجموعه وزارت صنعت باشند. در این حالت دورنمای کلان و چرخش مالی آن مشخص می‌شود و بهتر می‌تواند تصمیم‌های اقتصادی بگیرد.»

\* آقای جلیلیان فتاحی (چاپخانه جهان) می‌گوید: «امروزه چاپ یک صنعت است و با صنعت و فن آوری نمی‌توان جنگید. بعد سخت‌افزاری صنعت چاپ باید در وزارت صنعت باشد و بعد فرهنگی و اجتماعی آن در وزارت ارشاد تمرکز یابد. اگر به چاپ نگاه صنعتی شود بسیاری از مشکلات فعلی آن از بین می‌رود. برای مثال از ارشاد نمی‌توان انتظار حمایت یا سرمایه‌گذاری مالی بزرگی داشت، اما وزارت صنعت چون کار را صنعتی و کلان می‌بیند اگر هم قرار بر حمایت باشد از محلهایی مانند بانک‌ها و صندوق‌های وابسته می‌تواند کارسازتر باشد. اگر از نظر ساختاری رویکرد صنعتی به حوزه چاپ داشته باشیم، در بحث استانداردها و کیفیت تولیدات چاپی که مستقیماً روی صادرات تاثیرگذار است، موفق‌تر خواهیم بود.»

برخی که به کارشان ایمان ندارند با این جابه‌جایی و انتقال ساختاری می‌ترسند رقبا زیاد شوند و به همین دلیل ترجیح می‌دهند چاپ در حوزه وزارت فرهنگ باقی بماند تا با فرهنگی دیدن حوزه چاپ هم از تعداد رقبا و هم از کیفیت آن‌ها بکاهند.

برخی از فعالان این حوزه معتقدند که این صنعت در حال نابودی است، اما در ضمن با تغییرات ساختاری در حوزه چاپ هم مخالف هستند. این دو ادعا با هم تضاد دارد. اگر این صنعت در حال نابودی است نباید با این انتقال ساختاری مخالفت شود.»

\* آقای مخملباف (پرتو کیهان توس) می‌گوید: «با ایده واگذاری صدور مجوز تأسیس چاپخانه و ورود و خروج و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ و سایر مسائل زیرساختی به وزارت صنعت موافق هستیم، چون ساختار یک چاپخانه ساختار یک بنگاه صنعتی است نه یک بنگاه فرهنگی. اگر چاپخانه‌ها زیر مجموعه وزارت صنعت باشند تمام پارامترهای این وزارتخانه هم که صنعتی است جا می‌افتد. امروزه مسائلی که بعد فرهنگی آن برجسته است را با یک پرنیتر و دستگاه چاپ دیجیتال هم می‌توان انجام داد و احتیاجی هم به چاپخانه‌ای عظیم نیست که

ارشاد بر آن نظارت داشته باشد.

البته در مشهد اجازه داده‌اند پروانه صنعتی هم بگیریم، اما موازی کاری‌ها حل نشده و به صنعتی شترمرغی تبدیل شده‌ایم. موقعی که بحث نظارت است ما را فرهنگی و زمانی که بحث حمایت است ما را صنعتی می‌دانند.

امروزه هفتاد درصد کار چاپ صنعتی است و به‌ویژه صنعت بسته‌بندی گسترش یافته است؛ بنابراین، طبیعی است که به وزارت صنعت انتقال یابیم. البته چون روسای برخی اتحادیه‌ها از قدیمی‌ها هستند و ذهنیت‌شان از چاپخانه، چاپ با دستگاه ملخی است با این کار مخالفت می‌کنند.

اینکه می‌گویند اگر به وزارت صنعت برویم ما را تحویل نمی‌گیرند، صحیح نیست، زیرا تمام صنایع با چاپ و بسته‌بندی سروکار دارند. البته چون آنجا صنایع عظیم هستند، صنعت چاپ هم باید عظیم شود و شاید برخی چاپخانه‌های کوچک ورشکسته شوند. علاوه بر این، باید ذهنیت‌مان را به موضوع حمایت اصلاح کنیم. برای دریافت برخی از حمایت‌ها نباید آینده خود را از دست دهیم و بگذاریم کشورهای منطقه ما را نابود کنند. وابستگی به وزارت ارشاد برای برخی چاپخانه‌داران نوعی اعتیاد ایجاد کرده است. باید خودمان را باور کنیم، شغل و صنف دوپینگ دیر یا زود نابود می‌شود.»

\* آقای جلیلیان (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قزوین) می‌گوید: «اگر چاپ صنعت تلقی می‌شود، بهتر است به وزارت صنعت واگذار شود. البته این واگذاری در حال انجام است و دستگاه‌های چاپ دیجیتال و چاپ بنر از ارشاد مجوز نمی‌گیرند. این انتقال، امکان حمایت بیشتر را فراهم می‌کند. ارشاد در این حوزه دخالت نکند تا هر کسی هر دستگاهی خواست وارد کند، اگر زیان کرد برای دیگران درس عبرت می‌شود، اگر هم تخلف کرد، جریمه می‌شود. به هر حال، ارشاد یا اتحادیه‌ها نباید موانع غیرضروری بتراشند. البته بحث مشاوره و ارائه اطلاعات و نظارت مسئله دیگری است و باید تقویت شود. همان‌طور که در سایر صنایع عمل می‌شود، در این صنعت هم عمل شود. مگر مجوز ورود دوربین فیلم‌برداری سینما یا احراز صلاحیت فروشنده و خریدار آن را وزارت ارشاد می‌دهد که برای دستگاه‌های چاپ این چنین عمل می‌کند.»

\* آقای محمودیان (نایب رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) می‌گوید: «در حال حاضر حوزه چاپ ساختار ندارد و ورود ارشاد به این حوزه بزرگ‌ترین اشتباه بوده است. کارخانه سوسیس و کالباس با آن همه تاثیری که در حوزه

تغذیه دارد، مجوز تأسیس یا ورود ماشین‌آلات را از وزارت بهداشت نمی‌گیرد. البته وزارت بهداشت نظارت دارد و جلوی مواد غذایی ناسالم را می‌گیرد. بنابراین، هر اندازه تأکید کنیم که کار چاپ، کاری فرهنگی است باز قابل توجیه نیست که تأسیس چاپخانه و ورود و خروج و نقل و انتقال ماشین‌آلات در دست ارشاد باشد. البته ارشاد اگر شکایتی در بعد فرهنگی و اخلاقی بود، لازم است ورود پیدا کند.

از طرف دیگر، اگر حوزه چاپ زیر مجموعه صنعت قرار گیرد، تعاملات ما بهتر می‌شود. در وزارت صنعت باید با زبان فنی-مهندسی و اقتصادی صحبت کنیم و از اشتغال‌زایی، صرفه جویی ارزی، ارزش افزوده، بهره‌وری و صادرات بگوییم و بشنویم. این گفتمان در فضای یک دستگاه فرهنگی حاکم نیست و نباید هم باشد. به همین دلیل، حرف‌های یکدیگر را درک نمی‌کنیم. صنعت چاپ یک صنعت مادر است که تمام صنایع با آن ارتباط پیدا می‌کنند. افرادی که اصرار دارند این صنعت کماکان در ارشاد باقی بماند، به منافع ملی توجه کافی ندارند. این تغییر جایگاه در مباحثی مانند تصمیم‌گیری درست و سرمایه‌گذاری بهینه یا دریافت تسهیلات تأثیر مثبت دارد. نباید اجازه داد ترس و محافظه‌کاری برخی از پیشکسوتان برای این صنعت بحران ساز شود. افرادی که عادت کرده‌اند با سلام و علیک کارشان را پیش ببرند، طبیعی است که خوششان نمی‌آید در وزارت صنعت با اعداد و ارقام سرو کار پیدا کنند و حساب پس بدهند. سیاستگذاران باید منافع ملی را لحاظ کنند و به افراد جوان و خلاق اعتماد کنند.

در قم هم اگر اتحادیه ورود پیدا نمی‌کرد، مثل سایر استان‌ها به گورستان ماشین‌آلات فرسوده اروپایی تبدیل می‌شد. ورود ارشاد به بحث مجوز ورود ماشین‌آلات نتیجه‌اش انبوهی از ماشین‌آلات قراضه شده که برای این صنعت سم است. این استدلال که استان‌های محروم توان خرید ماشین‌آلات نو را ندارند، درست نیست. این استان‌ها می‌توانند ماشین‌های دست دوم استان‌های پیش‌رو را خریداری کنند، نه اینکه برخی دلال‌ها از اروپای شرقی برای آن‌ها دستگاه فرسوده بیاورند و دستگاه ۳۰ میلیونی را ۱۰۰ میلیون بفروشند.»

\* آقای حسین پور (مدیر شرکت چاپ و نشر طلاکوب) می‌گوید: «من با این انتقال موافقم، زیرا ارشاد فقط نظارت دارد و از حمایت خبری نیست. علاوه بر این، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ورود ماشین‌آلات دست دوم عملکرد و کارنامه خوبی نداشته است. برای مثال، برخی واسطه‌ها پلاک ماشین‌ها را عوض

می‌کنند و سال ساخت ماشین را چند سال جلوتر نشان می‌دهند. »  
 \* آقای رازقی (عضو کمیته فنی اتحادیه چاپخانه‌داران) می‌گوید: «مانند سایر کشورهای جهان، بین وزارت صنعت، اتحادیه‌ها و سازمان‌های غیردولتی باید تقسیم کار شکل بگیرد. تا زمانی که صنعت چاپ زیر مجموعه ارشاد باشد رو به نابودی است؛ وزارت ارشاد حتی در بخش نظارت هم بد عمل کرده و جلوی رقابت ما با کشورهای خارجی و صادرات را گرفته است.»

\* آقای علینقی (رئیس اتحادیه صنف چاپخانه‌داران استان تهران) می‌گوید: «صددرد صد با این موضوع موافقم که بحث ساختاری و صنعتی چاپ باید به وزارت صنعت انتقال یابد، اما در وزارت صنعت باید شان و جایگاه صنعت چاپ حفظ شود و این صنعت کلان دیده شود. برای مشکل حضور بنگاه‌های کوچک چاپ در شهرک‌های صنعتی هم فکری باید شود.»

\* آقای نیکوسخن (رئیس شرکت تعاونی اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) با سخنان علینقی موافق است و می‌گوید: «اکثر مدیران وزارت ارشاد تا زمانی که پست مدیریتی دارند، مخالف واگذاری حوزه چاپ به وزارت صنعت هستند؛ اما زمانی که این پست را به دیگری واگذار می‌کنند یا خود در این بخش مشغول به کار می‌شوند از مدافعان این تغییر می‌شوند.»

به طور طبیعی نمی‌توان انتظار داشت که وزارت ارشاد در حوزه‌های صنعتی ورود کرده و از صنعت چاپ حمایت‌های قابل توجهی داشته باشد، چرا که باید بخش ساخت‌افزایی و صنعتی چاپ به نهادهای صنعتی کشور منتقل شود تا حمایت‌هایی که سایر صنایع از آن بهره‌مند می‌شوند، صنعت چاپ نیز از آن بهره‌مند شود."

(<http://irprint.farhang.gov.ir>)

\* آقای غفاری (عضو کمیته حل اختلاف اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) می‌گوید: «تعجب می‌کنم که چرا این مسئله ساده و شفاف سال‌ها بلا تکلیف مانده است. همه می‌دانند که بحث زیرساختی و صنعتی چاپ باید در وزارت صنعت باشد، اگر تصمیم‌گیری نمی‌شود به‌خاطر منافع پنهانی برخی افراد است که منافع شخصی خود را بر منافع جمعی ترجیح می‌دهند.»

امروزه وزارت ارشاد حتی بر محتوای اکثر موسیقی‌ها و فیلم‌ها نمی‌تواند نظارت داشته باشد، زیرا هر کس با یک رایانه و گوشی، فیلم و موسیقی می‌سازد، حالا چه اصراری است که می‌خواهد صنعت چاپ را حفظ کند. من معتقدم

دلایل فنی و کارشناسی در کار نیست، بلکه سلايق و منافع فردی است. باید بینیم زیرمجموعه ارشاد بودن به نفع چه گروه‌هایی است. یکی از این گروه‌ها مدیران قدرتمند چاپخانه‌های دولتی‌اند که بدون داشتن مجوز کسب از اتحادیه و بدون برگزاری مراحل مناقصه و تنها به دلیل داشتن ارتباطات، کار می‌گیرند و بخش خصوصی را به حال اغماء فرو برده‌اند. این مدیران با رفتن به زیرمجموعه وزارت صنعت مخالف هستند، زیرا آنجا نمی‌توانند به فعالیت‌های کنونی خود ادامه دهند.»

\* آقای ذکایی (مدیرکل سابق دفتر امور چاپ) می‌گوید: «صنعت چاپ به لحاظ نظام تصمیم‌گیری و مدیریتی در مجموعه‌ای قرار گرفته که هیچ سنخیتی با این صنف و صنعت ندارد. شاید در سه دهه گذشته که بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف وزارت ارشاد در مجلس تصویب شد، مصداق داشت، اما با شرایط موجود، حضور صنعت چاپ در وزارت ارشاد محلی از اعراب ندارد، باید به فکر تغییر و جابه‌جایی باشیم. به لحاظ مأموریت، هیچ وظیفه‌ای در حیطه صنعت چاپ به عهده ارشاد نیست و اساساً قانونگذار این شرایط را مدنظر نداشته است. همچنین نیروی انسانی متخصص و منابع مالی و اعتباری لازم در وزارت ارشاد وجود ندارد. پس هیچ ضرورتی برای اینکه صنعت چاپ بخواهد زیرمجموعه وزارت ارشاد باشد، وجود ندارد.

البته در نزد برخی فعالان حوزه چاپ این علاقه وجود دارد که رویکرد چند وجهی را حفظ کنند، یعنی در جایی که منفعت صنعتی وجود دارد، فریاد بزنند که ما صنعت چاپ هستیم و چرا به ما کمک نمی‌شود و چرا یارانه و وام کم بهره به ما نمی‌دهند. در جایی که حوزه فرهنگ بیشتر می‌چربد، بگویند که چرا معافیت فرهنگی نداریم، ما که حوزه فرهنگی هستیم و کار فرهنگی می‌کنیم. جایی که بحث صنفی است بگویند که چرا بسته‌های حمایت از صنوف برای ما اعمال نمی‌شود.» (گفت‌وگوی تفصیلی ایلنا با جلال ذکایی در تاریخ ۰۳/۰۷/۱۳۹۱)

\* آقای پورمند (رئیس پیشین اتحادیه چاپخانه‌داران استان تهران) این دوگانگی و تضاد را تأیید می‌کند، اما معتقد است که در این حالت چاپخانه‌داران خسر دنیا و الاخره هستند. او می‌گوید: «یکی از عمده‌ترین مشکلات ساختاری صنعت چاپ بی‌تردید دوگانگی و حتی چندگانگی در عرصه متولی دولتی آن است. با وضع فعلی، صنعت‌گران این حوزه، نه از امتیازات واحدهای صنعتی

بهره‌ای می‌برند و نه از معافیت‌های عرصهٔ فرهنگ برخوردارند.»

\* آقای اسفندیاری (معاون دفتر صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت) می‌گوید: «در گذشته، به‌ویژه در سال ۶۵ که این قانون تدوین می‌شد نگاه امنیتی بر چاپ حاکم بود و در سال ۷۱ که آیین‌نامه‌ای برای آن تصویب شد، کشور درگیر جنگ و تهدید گروهک‌ها بود. یکی از اولین اقدامات در آن دوره این بود که ورود هرگونه ماشین‌آلات چاپ را ممنوع کردند. البته در دوران محمدرضا شاه نیز رویکرد امنیتی بود و ساواک بر کار چاپخانه‌ها نظارت داشت. در آن زمان اگر چاپخانه‌ای می‌خواست در شیفت شب کار کند باید اسامی کارکنان را به سازمان امنیت می‌فرستاد. امروزه این مباحث منتهی است و یک دستگاه ساده پرنتر در خانهٔ هر فرد می‌تواند کار آن چاپخانه را انجام دهد.

در حال حاضر تقریباً همه اتفاق نظر دارند که جایگاه صنعت چاپ نباید در وزارت ارشاد باشد. حدود دو سال پیش، در جلسه‌ای که در معاونت امور مطبوعاتی ارشاد تشکیل شد اتفاق نظر وجود داشت که ارشاد توان و تخصص سیاست‌گذاری و مدیریت زیرساختی و سخت‌افزاری حوزهٔ چاپ را ندارد، البته باید بر محتوای کالای چاپی نظارت کند. اما برای رفع این مشکل قوانین باید تغییر کنند.»

آقای اسفندیاری پیشنهاد می‌کند: «کمیته‌ای متشکل از اعضای اصناف، کارشناسان وزارت فرهنگ، وزارت صنعت، سازمان مدیریت و حتی وزارت اطلاعات تشکیل شود و تغییر قانون را در دستور کار قرار دهد. در قانون فعلی اختیارات ارشاد زیاد است در حالی که دربارهٔ هیچ صنعت دیگری چنین اختیاراتی را برای دستگاه‌های دولتی قائل نیستیم. برای مثال، کسی که در حوزهٔ مواد غذایی یا دارویی و غیره کار می‌کند، نیازی به اثبات اهلیت خود ندارد، اما در بحث تأسیس چاپخانه باید اهلیت‌ش به اثبات برسد.

البته در طی این مسیر، مشکلات و موانع فراوانی وجود دارد، برای مثال، از منظر وزارت صنایع واحدهای صنعتی باید در شعاع ۱۲۰ کیلومتری شهرها باشند، درحالی‌که بسیاری از چاپخانه‌ها در خیابان ظهیرالاسلام تهران هستند. به هر حال این کار را باید کلید زد و ارشاد نباید به دلیل برخی منافع که سال‌های قبل در این صنعت داشته، مانع آن شود. البته وزارت صنعت هم مشکلات خاص خود را دارد برای مثال، حجم کار در این وزارتخانه خیلی زیاد است و تقریباً ۴۰ درصد از ارزش افزودهٔ کل کشور در این وزارتخانه مدیریت می‌شود.»

\* آقای ذکایی می‌گوید: «در سایر کشورها به دلیل ماهیت گرافیکی،

تصویری و هنری که در این حوزه انجام می‌شود، صنعت چاپ به عنوان یک صنعت گرافیک شناخته می‌شود. در هیچ جا تولید این صنعت بر عهده سازمان فرهنگی نیست. در اینجا دو بحث وجود دارد، یکی «فرآیند» است و دیگری بحث «برآیند». فرآیند ما در موضوع چاپ کاملاً صنعتی است. به عنوان مثال، در حوزه نرم افزار و تولید لوح فشرده که می‌تواند فیلم، موسیقی یا نرم افزار باشد. در بخش نرم افزار، موسسه‌ای به نام موسسه رسانه‌های دیجیتال در وزارت ارشاد وجود دارد که به هیچ عنوان به حوزه سخت افزار کاری ندارد و اصولاً حوزه عملکرد آن نیست. شورای عالی انفورماتیک، وزارت ارتباطات و وزارت صنعت، معدن و تجارت، هر کدام به نوعی زیرساخت‌های ارتباط الکترونیکی را فراهم می‌کنند. هیچ تضادی هم با یکدیگر ندارند. وزارت ارشاد هم بر محتوا نظارت می‌کند. چطور در اینجا هیچ مشکلی وجود ندارد، اما در حوزه چاپ این مشکلات وجود دارد؟ دلیلی وجود ندارد که فرآیند صنعتی به خروجی کار گره بخورد. کار چندان سخت و پیچیده‌ای هم نیست، گره کار اینجاست که دولت بپذیرد و صنف هم صادقانه بگوید که می‌خواهم به یک جمع بندی و نتیجه روشن از این ماجرا برسم. اگر این اتفاق بیفتد به سادگی قابل تعریف و تعیین حدود است. زمانی یک پیشنهاد عملی و مشخص هم دادیم که مثل سازمان نظام مهندسی، نظام پرستاری و نظام کشاورزی، سازمان صنایع چاپ ایران تأسیس شود. (گفت‌وگوی تفصیلی ایلنا با جلال ذکایی در تاریخ ۱۳۹۱/۰۷/۰۳)

\* آقای مختاریان (پیشکسوت روزنامه‌نگاری و گرافیک) در ترسیم وضع موجود صنعت چاپ و مهم‌ترین مسائل آن می‌گوید: «از دهه ۷۰ این سوال مطرح بوده که چاپ صنعت است یا صنف؟ آیا به وزارت ارشاد مرتبط است یا وزارت صنعت؟»

قبل از انقلاب، گروه‌های سیاسی مثل توده‌ای‌ها در چاپخانه‌ها فعال بودند. یک چاپخانه را می‌بستند، یکی دیگر راه می‌انداختند. پرسش این است که آیا امروز هم باید صنعت چاپ را امنیتی به حساب آوریم؟ البته با توجه به فن‌آوری‌های جدید ارتباطی و عضویت ۱۳ میلیون ایرانی در تلگرام و ۲۴ میلیون کاربر اینترنت، پاسخ به این سوال منفی است.

وزارت ارشاد مایل است که مختصر بودجه ارزی و ریالی این حوزه را در اختیار داشته باشد. وزارت صنعت به این حوزه علاقه‌ای ندارد. چاپ از نظر سطح فن‌آوری یک صنعت کامل است؛ هر چند که چاپخانه می‌تواند یک صنف به



حساب بیاید.

ماحصل آنچه گفتم این است که چاپ باید صنعت به حساب بیاید و در حوزه برنامه‌ریزی وزارت صنعت و معدن قرار گیرد. اما از لحاظ فرهنگی سازوکار آن با ارشاد باشد. صنایع بهداشتی و آرایشی و ... نیز به همین ترتیب با وزارت صنعت و معدن تقسیم کار دارند."

سایر آسیب‌های ساختاری حوزه چاپ از نگاه مختاریان به شرح زیر است:

۱. فعالیت بخش دولتی، بخش خصوصی را نابود کرده است. در بانک ملی نصف قیمت بخش خصوصی، روزنامه چاپ می‌کنند که اقتصادی هم هست و دغدغه‌هایی از جمله دستمزد نیروی کار، لوازم یدکی و غیره را ندارند؛

۲. توان رقابتی چاپخانه‌ها کم و قیمت پایین است؛

۳. تحریم و کساد بازار شماری از چاپخانه‌ها را ورشکست کرده است و به‌ناچار مکان خودشان را اجاره داده‌اند؛

۴. پایین بودن دانش فردی و نبود آموزش‌های مهارتی لازم و عدم به‌کارگیری فارغ‌التحصیلان توسط چاپخانه‌دارها؛

۵. فرسودگی ماشین‌آلات چاپ؛

۶. گرایش به افسست ورقی در بین چاپخانه‌ها و بی‌توجهی به سایر روش‌های چاپی از جمله فلکسو؛

۷. حضور نیافتن در بازارهای جهانی؛ سفارت ترکیه در ایران در خدمت بازرگانی این کشور است و به‌تجار ترکیه، مشاوره تجاری ارائه می‌دهد. در حالی که در وزارت ارشاد کارشناسان خبره که چنین مشاوره‌ای را ارائه دهند، وجود ندارد؛

۸. شناخت نداشتن از بازارهای جهانی و روش‌های بازاریابی و بی‌توجهی وزارت امور خارجه نسبت به این حوزه از وظایفش؛

۹. پایین بودن دانش مدیران دولتی مرتبط و چاپخانه‌دارها و تسلط نداشتن به زبان دوم؛

۱۰. فقدان اتاق فکر برای سیاستگذاری و برنامه‌ریزی امور.

\* آقای ذکایی می‌گوید: "در حال حاضر مدافعان مدیریت وزارت ارشاد بر صنعت چاپ به حداقل رسیده‌اند. اکثر دست‌اندرکاران چاپ بر این عقیده هستند که بخش سخت‌افزاری و فن‌آوری یکی چاپ باید از ارشاد جدا شود. پیشنهاد می‌شود با مدافعان اندک این موضوع صحبت شود تا آن‌ها نیز دلایل

خود را بازگو کنند. بحث در وزارت ارشاد بحث محتواست نه فن‌آوری. در گذشته بخش صنعتی چاپ ۶۰ درصد و بخش فرهنگی ۴۰ درصد بوده، اما الان به ترتیب ۸۵ درصد و ۱۵ درصد شده که در آینده با تغییرات بیشتری روبه‌رو خواهیم بود. تشکل‌ها به شدت ضعیف هستند و به عنوان فردی که در گذشته در این مجموعه بوده باید بگویم این ضعف باز می‌گردد به نگرش دولتی. قوانین به نفع بخش دولتی است و پول نیز در بخش دولت است، در حالی که اختیار از صنف گرفته شده است. به تشکل‌ها باید اختیار لازم را تفویض کنیم. وزیر محترم باید تکلیف خودش را روشن کند. در وضع فعلی این نگاه حاکم است که چیزی را از دست ندهید اگر از دست بدهید، بدبخت می‌شوید و این نگاه از بدنه ارشاد شروع می‌شود. نگاه بخشی می‌گوید کسی به کسی نیست؛ اما نگاه ملی چه می‌گوید؟ باید تجزیه و تحلیل منطقی کرد و تجارب امارات، ترکیه و پاکستان را مورد بررسی قرار داد.

چنانچه نگاه ما ملی است، بدون حب و بغض و منافع شخصی باید این نگاه ملی را داشته باشیم. همان‌طور که گفته شد الگو صنایع دارویی - بهداشتی و ... را داریم. اگر بنگاهی چاپ صنعتی می‌کند باید وزارت صنعت متولی باشد و اگر صنفی باشد صنف باید درگیر شود. وظیفه‌ای که متأسفانه در سه دهه گذشته بر اساس بند ۱۶ ماده ۲ به عهده وزارت ارشاد گذاشته شده است. مجوز حمل اسلحه را صرفاً یک نهاد و یک بار مجوز می‌دهد، در حالی که برای یک ماشین چاپ چندین مجوز می‌خواهد."

\* آقای فکری (معاون دفتر امور چاپ) می‌گوید: "وزارت صنایع تمایل چندانی به پذیرش حوزه چاپ ندارد. از نظر من بحث سخت‌افزاری در صلاحیت و ظرفیت ارشاد نیست، حتی محتوا هم به دفتر امور چاپ مرتبط نیست و متولی دارد. حوزه کتاب، مطبوعات و محصولات تبلیغاتی در ارشاد متولی دارند که محتوایشان را نظارت می‌کنند."

\* آقای یگانه (کارشناس امور چاپ) می‌گوید: "مسئولان استدلال‌های موافق و مخالف را می‌دانند. همه می‌دانند تحول اتفاق افتاده است و ماشین‌آلات چاپ به ارشاد ربطی ندارد. اما به نظر می‌رسد نگاه امنیتی در مملکت کماکان حاکم است و برداشته نخواهد شد. در قانون تصویب شده نیز همان نگاه امنیتی حاکم است، این قانون را نیز افراد با نگاه امنیتی نوشته‌اند. تا موقعی که این نگاه وجود دارد مشکل هم به قوه خود باقی است.

اگر صنعت چاپ به وزارت صنایع انتقال یابد، چون آنجا بعد حرفه‌ای و تخصصی حاکم است از لحاظ زیرساختی برای مباحثی مانند آموزش و استاندارسازی هم بهتر می‌شود.

چاپخانه‌داران به این توجه می‌کنند که انتقال به وزارت صنعت چه منافع و مزایایی برای آن‌ها دارد و چون منافع خاصی را متصور نیستند، در لحظات سرنوشت‌ساز با این تصمیم مخالفت می‌کنند."

\* آقای ذکایی می‌گوید: "تصمیم‌گیری درباره ساختار صنعت چاپ یک جسارت می‌خواهد. ما مشکل مدیریتی داریم. مدیران به سرعت تغییر می‌کنند و مدیر جدید که به نوعی می‌خواهد حضورش را توجیه کند تمام امور قبلی را زیر سؤال می‌برد. مدیریت‌ها دولت مستعجل‌اند و تصمیمات راهبردی بلا تکلیف باقی می‌ماند.

بعضی از چاپخانه‌دارها منافع‌شان در این است که مجوز صادر شود. در این زنجیرهٔ صدور مجوز خیلی‌ها نفع می‌برند. از کارمندان تا بازار، خلاصه یک کاسی است.

البته مدیرانی که نگران محصولات چاپی هستند می‌دانند که اگر ابزار اعمال قدرت یا نظارت را بگیرند و فقط محتوا را واگذار کنند، آن‌گاه وزارتخانه نمی‌داند چه کند. راهی ندارد که محتوا را کنترل کند.

یکی از دلایلی که در گذشته باعث شد چاپ در حوزهٔ وظایف وزارت ارشاد تعریف شود، مشتریان چاپخانه‌ها بودند. در گذشته عمده مشتریان چاپخانه‌ها مطبوعات، ناشران و دفاتر تبلیغاتی بودند. در حال حاضر، این وضع تغییر کرده و عمده مشتریان چاپخانه‌ها واحدهای صنعتی هستند که نیازهای بسته‌بندی خود را از این طریق تأمین می‌کنند. با این ترتیب، واحدهای چاپی نیاز دارند به نحوی تجهیز و استاندارسازی و نظارت شوند که بتوانند پاسخگوی مشتریان صنعتی خود باشند.

برای تنظیم رابطهٔ ارشاد با صنعت به یک الگوی سادهٔ عملیاتی نیاز است. در سایر حوزه‌ها مانند وزارت بهداشت، مجوز با صنعت و معدن است و سازمان ذی‌ربط مسئول بهره‌برداری و نظارت بر خروجی است. به عنوان مثال در خصوص استفادهٔ روغن پالم در محصولات لبنی، وزارت بهداشت پاسخگو بود. البته هر جراحی یک دردی هم دارد."

\* آقای طالب‌زاده (مدیر کل سابق دفتر امور چاپ و نشر) می‌گوید: "در سال

۷۶ که مدیریت دفتر چاپ را بر عهده گرفتیم، روزانه ۱۰۰ تا ۲۰۰ نفر متقاضی دریافت مجوز چاپ برای کالایشان بودند. بسیاری از این افراد از شهرستان‌ها می‌آمدند و صبح زود در اداره صف می‌کشیدند و بعد همین صف را برای پرداخت نیم درصد مالیات در بانک ملی ایجاد می‌کردند. ما به این وضع که ضرورتی هم نداشت پایان دادیم، اما برخی با آن مخالف بودند و فکر می‌کردند بحران خاصی ایجاد می‌شود. بعد از آن به این نتیجه رسیدیم که امور ساختاری و بحث ماشین‌آلات و فن‌آوری چاپ هیچ ربطی به ارشاد ندارد و ارشاد باید به محتوا بپردازد، به همین دلیل پیش‌نویس تفاهم‌نامه‌ای را با وزارت صنایع آماده کردیم. براساس این پیش‌نویس قرار بود مجوز تأسیس چاپخانه‌ها دو امضاء داشته باشد. وزارت صنایع مباحث مکان کارگاه، ماشین‌آلات، فن‌آوری و مباحث صنعتی و اقتصادی را کنترل می‌کرد و ارشاد به لحاظ محتوایی بر تولیدات چاپی نظارت داشت. البته همین نظارت هم قرار بود از طریق اتحادیه‌ها انجام شود و ارشاد فقط سیاستگذاری کند. این پیشنهاد جدیدی نبود. همان زمان وزارت بهداشت بر خروجی و کیفیت محصولات غذایی نظارت داشت، اما به فن‌آوری و ماشین‌آلات ورود پیدا نمی‌کرد.

در آن زمان (دههٔ هفتاد)، مخالفت‌ها زیاد بود. از یک طرف، برخی کارمندان ارشاد به دلیل منافی که در بحث مجوزها داشتند و غیرمستقیم در نقش کارگزار چاپخانه‌داران قرار گرفته بودند، نمی‌خواستند منافعشان را از دست بدهند. از طرف دیگر، اتحادیه‌ها نیز مخالف این واگذاری بودند و فکر می‌کردند این تغییر برای آن‌ها مناسب نیست."

\* آقای انتظامی (معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) می‌گوید: "موضوعات سخت‌افزاری و فن‌آوری حوزه چاپ باید به دستگاه‌های متولی صنعت و اقتصاد واگذار شود و ورود دستگاهی فرهنگی به این مباحث توجیه منطقی ندارد. حتی مباحث محتوایی و بار ارزشی کالاهای چاپی هم نیاز چندانی به متولی ندارد، زیرا ادارات تخصصی در وزارت فرهنگ و ارشاد وجود دارد که بر تولیدات چاپی با بار فرهنگی مانند: مطبوعات، کتاب، تقویم و ... نظارت دارند. افرادی که نگران لفاف بیسکویت یا پاکت سیمان هستند بهتر است توان خود را بر همان حوزه‌های اصلی بگذارند."

در پاسخ به این پرسش تخصصی که آیا انتقال اختیارات زیرساختی حوزه چاپ به وزارت صنعت برای چاپخانه‌های حوزه مطبوعات مشکل‌ساز نیست، انتظامی

می‌گوید: "به‌طور کلی مشکل‌ساز نیست و هم‌اکنون به‌جز دو چاپخانه کیهان و اطلاعات، سایر چاپخانه‌ها خارج از تهران هستند. البته ممکن است بحث تفکیک چاپخانه‌ها براساس معیارهایی مانند فرهنگی، صنعتی و غیره مطرح شود که عملاً غیرممکن است. در یک کلام، چاپخانه واحدی صنعتی است و اگر می‌خواهیم مشکلات این حوزه را به‌طور ساختاری حل کنیم باید این تغییر جایگاه را در دستور کار قرار دهیم. ارشاد باید کلید این کار را بزند و معطل اتحادیه‌ها نماند؛ زیرا اتحادیه‌های حوزه چاپ به جمع‌بندی نخواهند رسید. امروز می‌گویند ما صنعتی هستیم اما اگر فردا قرار شود مانند سایر صنایع با آن‌ها رفتار شود، می‌گویند رفتن به شهرک‌ها و مناطق صنعتی برای ما مقدور نیست و ما فرهنگی هستیم."

\* آقای فروزنده (رئیس هیات مدیره انجمن توسعه صنعت چاپ) می‌گوید: «اگر بخواهیم مشکل را ساختاری حل کنیم و زمینه را برای پیشرفت و توسعه صنعت چاپ فراهم کنیم باید کل حوزه چاپ به وزارت صنایع انتقال یابد.»

\* آقای رهبر (رئیس اتحادیه صحافان تهران) می‌گوید: «ارشاد فقط به بحث محتوایی حوزه چاپ باید ورود پیدا کند و به بخش فن‌آوری و زیرساخت‌ها کاری نداشته باشد. اما متأسفانه مدیران دولتی تمایل دارند در هر کاری ورود پیدا کنند. برای مثال، اتحادیه صحافان مجوزی از ارشاد نمی‌گیرد، اما ارشاد خودش را به این حوزه وارد می‌کند.»

\* آقای اعلائی (عضو کمیته فنی اتحادیه چاپخانه‌داران تهران و مدیرعامل چاپ وحید) می‌گوید: «بزرگ‌ترین حمایت و لطف ارشاد به صنعت چاپ این است که کمک کند به جایگاه تخصصی و صنعتی خود در وزارت صنایع انتقال یابد.»

\* آقای ابوالحسنی (رئیس اتحادیه کلیشه و لیتوگراف) می‌گوید: «ارشاد بر بخش فرهنگی حوزه چاپ باید نظارت داشته باشد، ولی در صدور انواع مجوز برای ماشین‌آلات، وزارت صنایع می‌تواند صاحب‌نظر و متولی باشد. در حال حاضر، ارشاد بیشتر بر حوزه فرهنگی اصرار دارد و در حوزه صنعت مساعدت بسیار ناچیز است.»

\* آقای ایران عقیده (رئیس هیات مدیره انجمن چاپ دیجیتال) معتقد است: «آینده حوزه چاپ به سمت چاپ دیجیتال می‌رود. چاپ دیجیتال یک حوزه علمی است و همان فن‌آوری و علمی که در سایر صنایع موجود است،

در این صنعت هم وجود دارد. بنابراین، صددرصد با واگذاری امور فن‌آوریک و زیرساختی به وزارت صنایع موافقم. در ضمن، چون ما به‌طور ماشینی - صنعتی کار می‌کنیم، دلیلی وجود ندارد که این بخش را وزارت ارشاد متولی‌گری کند. وزارت ارشاد همان‌طور که از اسمش برمی‌آید باید ارشاد و هدایت کند و بحث محتوایی را برعهده بگیرد، همان‌طور که وزارت بهداشت سلامت غذایی تولیدات غذایی را برعهده دارد.»

\* آقای حیدری (مدیر شرکت بازرگانی ایده تک) می‌گوید: «صنعت چاپ در مجموعه‌ای باید باشد که ساختار صنعتی و اقتصادی دارد. زیرا در چنین دستگاهی به دلیل برخورداری از بدنه کارشناسی خبره و به روز، بهتر می‌توان از تغییرات فن‌آوریک و اقتصادی جهانی آگاه و با آن هماهنگ شد. به‌خصوص در حوزه سرمایه‌گذاری، دستگاه‌های صنعتی و اقتصادی به دلیل دید کلان‌تری که دارند بهتر می‌توانند بنگاه‌ها و کارآفرینان را راهنمایی کنند و از سرمایه‌گذاری نادرست و ورشکستگی آن‌ها جلوگیری کنند.

در بحث آموزش هم با توجه به تجربه کشور آلمان می‌توان گفت، امروزه چاپ یک دانش بین رشته‌ای محسوب می‌شود و به‌ویژه علوم رایانه، الکترونیک، میکروالکترونیک، مهندسی صنایع و علوم ارتباطات در آن نقش دارند. البته در آلمان مانند بسیاری از کشورهای اروپایی، سندیکای کارشناسان و مهندسان صنعت چاپ وجود دارد که تمامی نیازهای این حوزه از سرمایه‌گذاری تا آموزش را پوشش می‌دهند.»

\* آقای جعفرنژاد (معاون دفتر فرهنگ، گردشگری و ورزش سازمان مدیریت) می‌گوید: «بر اساس اطلاعات موجود در حدود ۲۰ درصد گردش مالی صنعت چاپ در کشور متعلق به چاپ کتاب و نشریات است و باقی آن مربوط به شاخه‌های متنوع و گسترده‌ای از چاپ در بخش تبلیغات، کارت‌های هویتی، هولوگرام، نقش روی فلزات، لوازم پلاستیکی و ... است. به نظر می‌رسد اصلح آن است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وظیفه نظارت بر محتوای چاپی را برعهده داشته باشد، اما مسئولیت بخش فنی صنعت چاپ به طور کامل به وزارت صنعت معدن و تجارت واگذار شود.

از طرف دیگر، در حال حاضر و در وضع موجود حجم وسیع و متنوعی از وظایف پراکنده بر عهده وزارت ارشاد گذاشته شده است، اما اختیارات لازم به این نهاد داده نشده است. در چنین شرایطی صنعت چاپ نمی‌تواند دغدغه اصلی وزارت فرهنگ

و ارشاد اسلامی باشد، و کتاب، سینما، مطبوعات، موسیقی، تئاتر و ... می‌بایست دغدغه اصلی مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد. اساساً فکر کردن به توسعه صنعت چاپ از طریق وزارت فرهنگ غیر ضروری به نظر می‌رسد.»

\* آقای کاظمی (مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی) می‌گوید: «در ساختار و قوانین موجود باید تجدید نظر شود. یکی از این قوانین هم قانون اهداف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب سال ۱۳۶۵ است و یکی از بندهای این قانون همان بند ۱۶ ماده ۲ مربوط به اجازه تأسیس چاپخانه‌ها و ورود و خروج ماشین‌آلات این حوزه است. باید بحث شکل و فن‌آوری یا به گفته شما زیرساخت را از بخش محتوا تفکیک کرد. وظیفه ارشاد نظارت بر محتواست، این که محتوا توسط چه ماشین‌آلاتی و در چه کارگاهی تولید می‌شود به ارشاد ربط ندارد. ورود ارشاد به این حوزه باعث می‌شود که از وظیفه اصلی خود که نظارت و هدایت است، غافل شود. ورود ارشاد همچنین به ضرر فعالان این حوزه است و ما با ادامه این سیاست غلط اجرایی، به صنعت چاپ هم ظلم کرده‌ایم. در وزارت صنعت امکان حمایت مالی بهتری از این صنعت وجود دارد و ابعاد صنعتی، تولیدی و رقابتی کار هم تخصصی‌تر دنبال می‌شود.»

### معاونت یا سازمان چاپ

یکی از پیشنهادها برای رفع نواقص و آسیب‌های ساختاری حوزه چاپ، تأسیس معاونت چاپ است.

آقای ابوالحسنی (نایب رئیس اتحادیه لیتوگرافی) در این باره می‌گوید: «صنعت چاپ ایران در جایگاه مناسبی به لحاظ گردش مالی قرار ندارد. اگر بخواهیم این وضع را بهبود بخشیم، حداقل باید جایگاه صنعت چاپ را در حد یک معاونت در وزارت ارشاد یا وزارت صنعت افزایش دهیم. اگر این امکان وجود ندارد، سازمانی برای چاپ و نشر تأسیس کنیم.» (<http://www.tasnimnews.com>)

\* آقای فکری (معاون دفتر امور چاپ و نشر) در این باره می‌گوید: «در شورای عالی انقلاب فرهنگی بحث سازمان چاپ همانند سازمان سینمایی مطرح شده است.»

\* آقای نیکوسخن می‌گوید: «به نظر می‌رسد حداقل یک معاونت برای این صنعت فراگیر باید در نظر گرفته شود، کسانی که تاکنون مسئولیت چاپ و نشر وزارت ارشاد را برعهده داشته‌اند تمام تلاش خود را مبذول کرده‌اند تا از این

صنعت حمایت کنند، اما به دلیل جایگاه و ظرفیت سازمانی این امکان تاکنون فراهم نشده است." (<http://irprint.farhang.gov.ir>)

پیشنهاد تأسیس معاونت چاپ دارای چند ایراد اساسی است: اول آن که با اهداف و سیاست‌های کلان کشور مبنی بر کاهش تصدی‌گری و کوچک کردن دولت و فراهم آوردن زمینه‌های مشارکت بیشتر بخش خصوصی در تضاد است. دوم آن که با مورد مشابه‌ای مبنی بر تأسیس بخش دولتی چاپ در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته مواجه نشده‌ایم. برای مثال، در کشور ترکیه که در منطقه پیشگام صنعت چاپ و بسته‌بندی است، چنین اداره‌ای وجود ندارد.

برخی دیگر از فعالان حوزه چاپ با استناد به تجربه کشورهای پیشرفته، پیشنهاد تأسیس سازمان چاپ را می‌دهند که توسط بخش خصوصی اداره شود. آقای شجاع (مدیر عامل تعاونی لیتوگرافان ایران) می‌گوید: «راه‌اندازی سازمان ملی چاپ می‌تواند هم به فعال شدن بخش خصوصی و هم به رفع مشکلات حوزه چاپ کمک کند.»

منتقدان این پیشنهاد بر این باور هستند که راه‌اندازی چنین سازمانی نیازمند تغییر رویکرد دولت به حوزه اقتصاد و بخش خصوصی است. تا زمانی که دولت هزینه‌های خود را از درآمدهای نفتی تأمین می‌کند و نیازی به بخش خصوصی احساس نمی‌کند، چنین تفویض اختیاری انجام نخواهد شد. به همین دلیل است که سیاست‌های اصل ۴۴ تاکنون تحقق نیافته است.

### تفاهم‌نامه‌های دوجانبه

پیشنهاد دیگر برای رفع مشکلات ساختاری موجود، امضای تفاهم‌نامه‌های مشترک است.

«در بزرگداشت روز ملی صنعت چاپ در سال ۱۳۹۰، آقای دکتر حسینی (وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی) با تأکید بر توجه این وزارتخانه به بعد محتوایی صنعت چاپ، ابراز امیدواری می‌کند که وزارتخانه متبوعش با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت برخی مشکلات ساختاری این صنعت را برطرف کنند. او همچنین به پیش‌نویس تفاهم‌نامه‌ای که قرار است به امضای دو وزیر برسد، اشاره می‌کند.» (کلیات شماره ۱۱، ۱۱۲)

تفاهم‌نامه مذکور دارای ۷ ماده و ۲ تبصره است. این تفاهم‌نامه بین محمد حسینی وزیر وقت وزارت ارشاد و مهدی غضنفری وزیر وقت وزارت صنعت، معدن و تجارت منعقد شده است. موضوع اصلی تفاهم‌نامه اجرای بند (غ) ماده



(۱۱۹) قانون بودجه سال ۱۳۹۲ و معافیت حقوق گمرکی برای ماشین‌آلات چاپ بوده است که هم اکنون نیز اجرا می‌شود. در این تفاهم‌نامه تعهدات وزارت «صنعت و معدن» در ماده ۲ به شرح زیر است:

۱. برای صدور مجوز ماشین‌آلات مورد نیاز واحدهای دارای مجوز چاپ از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که در چرخه تولید خود نیاز به ماشین‌آلات و تجهیزات مرتبط با صنعت چاپ دارند، همکاری خواهد کرد.
۲. در چارچوب آیین‌نامه‌ها و ضوابط مربوط در خصوص صدور پروانه صنعتی برای آن دسته از چاپخانه‌هایی که مجوز فعالیت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اخذ نموده‌اند، همکاری خواهد کرد.
۳. در راستای اجرای صحیح و هدفمند بند (غ) ماده (۱۱۹) قانون امور گمرکی نسبت به بررسی و صدور مجوز معافیت از پرداخت حقوق ورودی برای ماشین‌آلات و تجهیزات وارده توسط واحدهای دارای مجوز چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و با معرفی آن وزارتخانه مشروط به احراز عدم ساخت در داخل کشور و در چارچوب ضوابط مربوطه اقدام لازم را معمول خواهد کرد.
۴. نظارت بر نحوه صدور مجوز معافیت از پرداخت حقوق ورودی ماشین‌آلات

۵. با توجه به اجرای قانون هدفمند شدن یارانه‌ها و تأثیرپذیری صنعت چاپ از افزایش احتمالی قیمت حامل‌های انرژی و ضرورت جلوگیری از بحران بیکاری و افزایش هزینه‌های تولید در این بخش، مراتب در چارچوب تمهیدات کارگروه حمایت از تولید کشور و تقسیم‌بندی به عمل آمده، مورد امعان نظر و حمایت‌های لازم خواهد گرفت. تعهدات وزارت «فرهنگ و ارشاد اسلامی» نیز در ماده ۳ به شرح زیر است:

۱. در خصوص صدور مجوز ورود ماشین‌آلات چاپ برای واحدهای صنعتی که در خط تولید خود نیاز به دستگاه چاپ دارند، مطابق ضوابط و مقررات مربوطه همکاری خواهد کرد.
۲. برای اجرای صحیح بند (غ) ماده (۱۱۹) قانون امور گمرکی و دستورالعمل‌های مربوط در خصوص نصب و بهره‌برداری ماشین‌آلات در

مکان‌های تعیین شده همکاری خواهد کرد.

تبصره ۱. اسناد و مدارک ماشین‌آلات وارداتی مرتبط می‌بایست به نام واحدهای دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد.

تبصره ۲. مسئولیت صدور مجوز معافیت از پرداخت حقوق ورودی ماشین‌آلات چاپ برعهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده و برانجام تعهدات متقاضی نظارت خواهد کرد.

ماده ۵. به منظور عملیاتی کردن مفاد این تعهدنامه، مدیرکل امور چاپ به نمایندگی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اداره کل امور اقتصادی به نمایندگی وزارت صنعت، معدن و تجارت موضوعات مورد توافق را پی‌گیری خواهند کرد و در صورت نیاز برای رفع ابهامات جلساتی در سطح معاونان ذی‌ربط دو وزارتخانه برگزار خواهد شد.

همان‌گونه که در ماده ۳ این تفاهم‌نامه ملاحظه می‌شود وزارت متبوع مسئولیت ماشین‌آلات مرتبط با چاپ را برعهده گرفته و بر آن نیز تأکید می‌کند. برای اجرای این بند معافیت مالیاتی، سامانه‌ای نیز تأسیس شده است. استفاده از معافیت گمرکی ورود ماشین‌آلات چاپ برای آن دسته از چاپخانه‌هایی که اقدام به ورود دستگاه می‌کنند هم اکنون نیز در حال اجراست. چاپخانه‌ها از این امر تاکنون بسیار استقبال کرده‌اند. البته معافیت تنها شامل چاپخانه‌ها می‌گردد و شرکت‌های وارداتی ماشین‌آلات نمی‌توانند از معافیت حقوق گمرکی استفاده کنند.

تفاهم‌نامه‌های دیگری نیز با بخش‌های مختلف وزارت صنعت، معدن و تجارت وجود دارد، از جمله: توافق‌نامه همکاری بین وزارت فرهنگ و وزارت صنعت با محوریت «صنایع خلاق» که علی‌جنئی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت آن را امضاء کرده‌اند. مدت اجرای این توافق‌نامه از تیرماه ۹۳ لغایت تیرماه ۹۶ تعیین شده است. در مفاد این تفاهم‌نامه موارد زیر دیده می‌شود:

ماده ۳ این سند به تعهدات وزارت صنعت اختصاص یافته است. در این ماده بیشتر بر حمایت از «صنایع خلاق» تأکید شده و تعهدات بیشتر شعارگونه‌اند.

ماده ۴ این سند به تعهدات وزارت فرهنگ اختصاص یافته و بر مواردی مانند: انتقال و بومی‌سازی صنایع جدید فرهنگی و خلاق، و همچنین ایجاد بستر فرهنگی برای برنامه توسعه صنعتی اشاره شده است.

در ماده ۵ سند که به تعهدات مشترک اختصاص یافته، به این موارد

اشاره شده است: همکاری در تدوین سند صنایع فرهنگی و خلاق، همکاری در طراحی نظام جامع اطلاعاتی و آماری از شاغلان در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق، همکاری در ایجاد نظام صنفی بخش فرهنگ، هنر و رسانه، ایجاد شورای فرهنگ و صنعت و....

بررسی‌های میدانی و مطالعه گزارش‌های موجود نشان می‌دهد که بسیاری از بندهای تفاهم‌نامه‌ها فقط در حد نوشته بوده و عملیاتی نشده‌اند. حتی با فرض عملیاتی شدن همه بندها، تفاهم‌نامه‌ها راهکاری موقت و کوتاه مدت‌اند و نمی‌توانند در بلندمدت مشکلات ساختاری موجود را برطرف سازند.

## گفتار سوم؛ آسیب‌شناسی حقوقی - قانونی وضع موجود صنعت

### چاپ

#### الف. قوانین و مقررات موجود

مهم‌ترین قوانین و مقررات حوزه چاپ که بعد از انقلاب به تصویب رسیده است، به‌طور خلاصه به شرح زیر است:

#### - آیین‌نامه تأسیس چاپخانه و گراورسازی (مصوب ۱۳۵۸)

"شورای انقلاب جمهوری اسلامی ایران در جلسه مورخ ۵۸/۱۲/۲۷ بنا به پیشنهاد شماره ۱۰۳۱ - ۶۱۶۱/۴۵ مورخ ۱۳۵۸/۷/۱۸ وزارت ارشاد ملی به استناد ماده ۶ قانون تأسیس وزارت اطلاعات و جهانگردی (سابق) مصوب تیر ماه ۱۳۵۳ آیین‌نامه تأسیس چاپخانه و گراورسازی را به شرح زیر تصویب نمودند:

ماده ۱. چاپخانه مؤسسه یا کارگاهی است که از عهده انجام کارهای چاپی از قبیل چاپ کتاب، روزنامه، مجله و انواع مختلف جعبه‌ها، پاکت‌ها، دفاتر، اتیکت و سایر کارهای چاپی اعم از نوشته یا عکس و پوستر و نقشه بر روی اشیاء از طریق انواع چاپ برآید.

ماده ۸. هر شخص حقیقی یا حقوقی که بخواهد چاپخانه یا واحدهای وابسته به چاپ به شرح این آیین‌نامه تأسیس نماید، باید از وزارت ارشاد ملی پروانه تأسیس دریافت کند.

ماده ۱۲. متقاضیان تأسیس چاپخانه و واحدهای وابسته به چاپ باید تقاضای کتبی خود را در مرکز به اداره کل مطبوعات داخلی وزارت ارشاد ملی و در مراکز استان‌ها به ادارات ارشاد ملی و در شهرستان‌ها از طریق فرمانداری به مرکز استان مربوط ارسال دارند."

همان‌طور که ملاحظه می‌شود اولین آیین‌نامه تدوین شده بعد از انقلاب در حوزه چاپ با تأکید و تمرکز بر موضوع چاپ کتاب و مطبوعات آن هم با رویکرد امنیتی بوده است.

– قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (مصوب ۱۳۶۵)

" ماده ۱. به منظور تحقق اهداف زیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می‌گردد:

۱. رشد فضائل اخلاقی بر اساس ایمان و تقوی؛

۲. استقلال فرهنگی و مصونیت جامعه از نفوذ فرهنگ اجانب ...

ماده ۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که مسئول اجرای سیاست‌های رسمی نظام جمهوری اسلامی ایران در زمینه فرهنگ عمومی است، وظایف اساسی زیر را در تحقق مفاد ماده ۱ عهده دار می‌باشد ...

۱۶. صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های تبلیغاتی، چاپخانه‌ها و مؤسسات تکثیر و مؤسسات وابسته به صنعت چاپ و نظارت بر کیفیت و محتوای آگهی‌ها و کارهای چاپی طبق ضوابط و مقررات قانونی مربوطه."

– آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته «مصوب

۱۳۷۱/۹/۱ هیات وزیران»

"هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۷۱/۹/۱ بنا به پیشنهاد شماره ۱۹۴۳/۸۷/۳۳۸ مورخ ۱۳۷۰/۰۳/۱۹ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و در اجرای بند (۱۶) ماده (۲) قانون «اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» مصوب ۱۳۶۵ آیین‌نامه تأسیس و نظارت چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته را به شرح زیر تصویب نمود:

فصل دوم - شرایط متقاضی تأسیس چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته و محل چاپخانه

ماده ۴. تأسیس چاپخانه و لیتوگرافی منوط به داشتن امکانات لازم و گرفتن پروانه تأسیس از وزارت است.

ماده ۵. شرایط متقاضی گرفتن پروانه تأسیس به شرح زیر است:

الف. تابعیت ایران؛

ب. عدم حجر و ورشکستگی به تقلب و تقصیر؛

ج. عدم اشتغال به فساد اخلاق؛

د. انجام خدمت وظیفه عمومی یا داشتن معافیت دائم؛

ه. داشتن صلاحیت، تحصیلات لازم و آشنایی کافی با امور چاپ و لیتوگرافی

به تشخیص وزارت؛

و. نداشتن سابقه محکومیت کیفری مؤثر که موجب سلب حقوق اجتماعی

باشد؛

ز. عدم سابقه عضویت در تشکیلات فراماسونری و سازمان‌هایی که مرامنامه آن‌ها

مبتنی بر نفی ادیان الهی بوده و عدم عضویت در گروه‌ها و سازمان‌های مرتد و محارب و

غیرقانونی یا فعالیت مؤثر به نفع آنان.

تبصره ۱. نخست وزیران، وزیران، استانداران، امرای ارتش، ژاندارمری و

شهربانی، رؤسای سازمان‌های دولتی، مدیران عامل و رؤسای انجمن‌های شهر

و شهرستان تهران و مراکز استان‌ها، اعضای ساواک، رؤسای دفترهای حزب

رستاخیز در تهران و شهرستان‌ها که در فاصله زمانی پانزدهم خرداد ۱۳۴۲ تا

۲۲ بهمن ۱۳۵۷ در مشاغل خود شاغل بوده‌اند، نمی‌توانند چاپخانه و لیتوگرافی

تأسیس نمایند.

فصل سوم- شرایط قبول سفارش چاپ کتب و اوراق

ماده ۱۲. هر چاپخانه موظف است: کلیه سفارش‌های چاپی را با ذکر نوع،

مشخصات سفارش‌دهنده، تاریخ دریافت و تحویل در دفتر پلمپ شده قانونی

ثبت نماید.

تبصره ۱. چاپ اعلانات و نشریاتی که سفارش دهنده آن معلوم نیست،

ممنوع است. مدیر چاپخانه موظف است موارد خلاف را به وزارت اطلاع دهد.

تبصره ۲. دارنده پروانه موظف است در چاپ کتاب، مقررات و ضوابط مربوط

را رعایت نموده، مشخصات هر کتاب را مطابق دستورالعمل ابلاغی در آن قید

کرده و نمونه‌ای از کلیه کتاب‌هایی که چاپ می‌شود را به وزارت تسلیم نماید.

تبصره ۳. چاپخانه‌ها مکلفند پیش از خروج کتاب از چاپخانه یا صحافی، برگه

اعلام وصول را مطابق دستورالعمل وزارت دریافت نمایند.

ماده ۱۳. چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته باید پیش از چاپ سفارش‌های

زیر، مجوز کتبی وزارت را از ناشر یا مؤلف درخواست و اخذ نمایند، چاپ سایر

سفارش‌ها به موجب دستورالعمل وزارت خواهد بود.

الف. قرآن مجید؛

ب. کتب کودکان و نوجوانان؛

ج. کتب مربوط به مسائل آموزش نظامی؛  
 د. کتب حل المسائل درسی و کمک آموزشی؛  
 ه. کتب مربوط به آموزش علائم راهنمایی و رانندگی؛  
 ز. کتب تستی مربوط به کنکورهای ورودی راهنمایی و دبیرستان (مدارس تیز هوشان)؛

ح. کتب مربوط به روابط زناشویی و مسائل جنسی؛  
 ط. کتب ورزشی؛  
 ی. کتب مربوط به اقلیت‌های دینی شناخته شده در قانون اساسی،  
 ک. تقویم و سر رسید.

تبصره. اخذ مجوز پیش از چاپ برای دستگاه‌های دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی و ناشرانی که بر اساس مقررات ابلاغی وزارت، اختیار انتشار هر یک از کتب موضوع این ماده را دارند، ضروری نیست. وزارت فهرست دستگاه‌ها و ناشرانی را که نیازی به اخذ مجوز قبلی ندارند، به اطلاع چاپخانه‌ها می‌رساند. ماده ۱۴. کارخانه‌ها یا کارگاه‌هایی که چاپ بر روی محصولات آن‌ها جزو تفکیک‌ناپذیر تولید محسوب می‌گردد، موظفند مجوز چاپ طرح‌های خود را از وزارت اخذ نمایند.

ماده ۱۵. سفارش‌دهنده و چاپخانه مربوط موظفند برای چاپ مطبوعاتی که به طور روزانه یا هفتگی یا ماهانه چاپ آن تکرار می‌شود، قراردادی در دو نسخه میان خود مبادله نمایند. یک نسخه از قرارداد به منزله سفارش‌نامه در چاپخانه نگهداری می‌شود.

تبصره. در مورد مطبوعات هیچ‌یک از چاپخانه‌ها مجاز نیستند، بدون مطالبه و ملاحظه امتیاز، اقدام به چاپ آن نمایند.

فصل چهارم- شرایط فروش و تغییر محل و تعطیل چاپخانه و واحدهای وابسته به آن

ماده ۱۶. دارنده موافقت‌نامه تأسیس و پروانه، حق انتقال موافقت‌نامه تأسیس و پروانه خود را به دیگری ندارند، مگر با اجازه و موافقت قبلی وزارت.

ماده ۱۷. ورود، خرید و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ و دستگاه‌های لیتوگرافی موضوع این آیین‌نامه توسط دارندگان موافقت‌نامه تأسیس و پروانه بلامانع است و با موافقت قبلی وزارت انجام می‌گیرد.

ماده ۱۸. هرگونه تغییر مکان دستگاه‌های چاپ و لیتوگرافی، باید با موافقت

قبلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شود.

تبصره. قبل از انتقال ماشین‌آلات چاپ به مکان جدید، ارائه تأییدیه به موارد مذکور در ماده (۱۰) الزامی است.

ماده ۱۹. هرگاه دارنده پروانه موضوع این آیین‌نامه، قصد تعطیل موقت یا دائم کارگاه خود را داشته باشد باید قبلاً مراتب را با ذکر مدت، به وزارت اطلاع دهد."

همان‌طور که ملاحظه می‌شود باز هم تأکید بر چاپ کتاب و مطبوعات است. فقط در ماده ۱۴ به محصولات چاپی غیر از کتاب و مطبوعات اشاره مختصری شده است. در ضمن مواد ۱۷ و ۱۸ این آیین‌نامه موضوع بحث‌انگیز نیاز به اجازه و موافقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای هرگونه خرید و فروش و نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ، است.

**-دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب (مصوب ۱۳۷۷ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)**

به استناد ماده ۱۳ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱، دستورالعمل چاپ کارهای غیر کتاب در تاریخ ۲۸/۱۲/۷۷ در سه ماده و سه تبصره به تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسید و از تاریخ ابلاغ لازم‌الاجراء است.

ماده ۱. کارهای چاپی غیر کتاب عبارت است از هر نوع کار چاپی (غیر از کتاب و مطبوعات که آیین‌نامه خاص خود را دارد) مانند جعبه، برجسب، لفاف، سلفون، راهنما، پوستر، تراکت، تقویم، سررسید، انواع کارت‌ها و ... که توسط کارگاه‌های چاپ دارای مجوز از وزارت ارشاد اسلامی صورت می‌گیرد.

تبصره. به موجب بند ک ماده ۱۳ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته، چاپ تقویم و سررسید از شمول ماده یک مستثنی است.

ماده ۲. متقاضی کارهای چاپی غیر کتاب مکلف به رعایت نکات زیر است.

الف: کارهای چاپی باید با موازین قانونی کشور منطبق باشد.

تبصره. مجموع قوانین مربوط به این دستورالعمل در ضمیمه آمده است.

ب: استفاده از تصاویر و عناوین پیشوایان مذهبی و مقامات عالی رتبه کشوری روی کارهای چاپی مربوط به محصولات و کالاهای تجاری ممنوع است.

پ: استفاده از تصاویر خلاف عفت عمومی ممنوع است.

ماده ۳. مسئولیت حسن اجرای مفاد این دستورالعمل به عهده دارنده پروانه چاپخانه است.

تبصره. کلیه چاپخانه‌ها موظفند شماره شناسایی چاپخانه خود را بر روی کلیه کارهای چاپی درج نمایند.

- دستورالعمل صدور مجوز تأسیس لیتوگرافی، چاپخانه و صحافی «مصوب ۱۳۸۵ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی»

«ماده ۱. چاپخانه می‌تواند به یک یا چند صورت ذیل فعالیت داشته باشد:

الف. چاپ افست ورقی یا رول

ب. چاپ دیجیتال

ج. چاپ اسکرین و تامپو

د. چاپ رول فلکسو، روتوگراور و لترپرس باعرض کم ترکیبی

ه. چاپ خاص

ماده ۲. لیتوگرافی عبارت است از عملیات آماده‌سازی کلیه سفارشات چاپی موضوع بند ۱ این دستورالعمل.

ماده ۳. تکمیلی پس از چاپ (صحافی) عبارت است از عملیات تکمیلی پس از چاپ، کارتن‌سازی، جعبه‌سازی، پوشش چاپ و صحافی

تبصره ۱. متقاضیان دریافت پروانه تأسیس در هر یک از سه رسته فوق موظف به رعایت ضوابط تحصیلات، ماشین‌آلات و فضای مورد نیاز تعیین شده در جدول ۱ و ۲ می‌باشد.

ماده ۱۷. از تاریخ اجرای این دستورالعمل، کلیه پروانه‌هایی که بر طبق مقررات سابق برای واحدهای چاپ، لیتوگرافی و تکمیلی پس از چاپ (صحافی) توسط وزارت ارشاد صادر شده به اعتبار خود باقی است، وزارت و ادارات کل ارشاد از تاریخ تصویب این دستورالعمل به مدت یک سال می‌بایست در صورت فعالیت هر یک از واحدهای موضوع ماده ۱ و ۲ و ۳ به صورت توأماً نسبت به اصلاح پروانه آنان با هر میزان ماشین‌آلات فضا و تحصیلات موجود اقدام نماید.

ماده ۱۸. به‌منظور تطبیق و هماهنگ‌سازی برخی از مواد این دستورالعمل با تحولات و تغییرات سالانه این صنعت، بازنگری و لحاظ تغییرات سالانه در فروردین ماه هر سال ضروری است.»

- قوانین و مقررات صادرات و واردات

«ماده ۸ از قانون مقررات صادرات و واردات مصوب ۱۳۷۲/۷/۴ مجلس شورای



اسلامی: واردکنندگان کالاهای مختلف اعم از دولتی و غیر دولتی جهت اخذ مجوز ورود و ثبت سفارش باید منحصراً به وزارت بازرگانی مراجعه کنند. تبصره ۱. موافقت با ورود کالا، مجوز ترخیص نیز تلقی شده و نیاز به اخذ مجوز جداگانه ندارد.

بند ۶ تبصره ۲ ماده ۳۸ از آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات: ورود و ترخیص موقت یا قطعی کتب و نشریات، Cd، دیسکت، نوار و میکروفیلم حاوی مطالب علمی و فرهنگی و سایر محصولات صنعت چاپ، تکثیر و کپی‌برداری در زمینه‌های علمی و فنی مشروط بر آنکه از نوع ممنوع شرعی یا قانونی نباشد، با موافقت وزارتخانه‌های «علوم، تحقیقات و فن‌آوری»، «بهداشت، درمان و آموزش پزشکی» حسب مورد و در سایر زمینه‌ها با موافقت وزارت «فرهنگ و ارشاد اسلامی» بدون ارائه هیچ‌گونه مجوز دیگری قابل انجام است. -مندرجات ذیل یادداشت فصل ۸۴ آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

"بند ۱. ورود هرگونه ماشین‌آلات چاپ، لیتوگرافی، گراورسازی، حروفچینی و صحافی موقوف به اجازه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است." در همین رابطه آقای اعظمی، مدیرعامل انجمن صنایع کارت‌ن و ورق، در نامه‌ای در تاریخ ۹۵/۲/۲۲ به وزیر صنعت می‌نویسد: "یکی از مشکلات این صنعت در راه ارتقای کیفی تولیدات، وجود قانون بند ۱ ذیل یادداشت فصل ۸۴ کتاب مقررات صادرات و واردات است. اخذ مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای هرگونه ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی که در این قانون به آن اشاره شده، باعث بوروکراسی طولانی و بیهوده شده است. و با توجه به اینکه در جلسات برگزار شده در وزارت صنعت در سال ۹۳ با حضور مهندس صالحی‌نیا، معاون تولید آن وزارتخانه و آقای برازش، مدیرکل دفتر امور چاپ و ... قرار شد با تفکیک بخش صنعت و فرهنگ و واگذاری بخش صنعت به وزارت صنعت، نسبت به اصلاح یادداشت فصل ۸۴ اقدام شود که متأسفانه هنوز نشده و نیازمند دستور ویژه جناب‌عالی است."

-مندرجات ذیل یادداشت فصل ۹۷ آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات

بند ۶. ورود کلیه کالاهای این فصل (فصل ۹۷) موقوف به موافقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز می‌باشد.

### - قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین

"به‌منظور توسعه و گسترش آموزش‌های مربوط به صنعت چاپ و حمایت از گسترش فعالیت‌های چاپ و نشر و ایجاد دوره‌های آموزشی برای دست‌اندرکاران امور چاپ و فراهم ساختن تسهیلات برای نظارت و حمایت بیشتر در امر چاپ و نشر، به دولت اجازه داده می‌شود وجوه ذیل را به ترتیب زیر اخذ و به حساب خزانه‌داری کل واریز نماید:

۳. نیم درصد قیمت روز کلیه ماشین‌آلات چاپ و سایر تجهیزات وابسته هنگام نقل و انتقال طبق برآورد کارشناسی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، توسط وزارتخانه مذکور اخذ و به حساب خزانه‌داری کل واریز گردد."

#### ب. آسیب‌شناسی قوانین و مقررات

همان‌طور که ملاحظه شد، براساس بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه اجرایی تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱/۹/۱ هیات وزیران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وظیفه حمایت، هدایت و نظارت حوزه چاپ را برعهده دارد. اما این وظایف و اختیارات قانونی در عمل موجب ساماندهی این حوزه نشده و برخی مشکلات و سردرگمی‌های حقوقی را برای اهالی حوزه چاپ ایجاد کرده است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

#### ۱. معافیت مالیاتی

یکی از مسائلی که در بخش حمایتی به چشم می‌خورد و چاپخانه‌داران متعددی به آن اشاره کرده‌اند، عدم برخورداری چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته از معافیت مالیاتی موضوع بند (ل) ماده (۱۳۹) قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۸۰ است. بر اساس این قانون، فعالیت‌های انتشاراتی، مطبوعاتی، فرهنگی و هنری دارای مجوز وزارت ارشاد از پرداخت مالیات معاف هستند. ناشران با استناد به همین ماده قانونی توانسته‌اند از مالیات معاف شوند؛ در صورتی که چاپخانه‌ها همچنان در کش و قوس تعریف حرفه خود، بر اساس ارائه کار فرهنگی یا صنعتی و تولیدی همچنان از معافیت مالیاتی فعالیت‌های انتشاراتی، مطبوعاتی و فرهنگی و هنری بی‌نصیب مانده‌اند.

\* آقای سهرابی (معاون دفتر حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) می‌گوید: "بحث معافیت‌های مالیاتی یکی از مهم‌ترین مشکلات حقوقی فعالان حوزه چاپ و بسته‌بندی است."

برخی کارشناسان امور مالیاتی با اشاره به بند (ل) از ماده (۱۳۹) قانون مذکور معتقدند که با توجه به جنبه صنعتی فعالیت چاپخانه‌ها، معافیت این صنف از پرداخت مالیات جنبه قانونی ندارد؛ چون بیشترین فعالیت چاپخانه‌ها را سفارش‌های چاپی غیرکتاب (مانند سفارش‌های تبلیغاتی و صنعتی) تشکیل می‌دهد نه تولید کتاب. در مقابل، اتحادیه چاپخانه‌داران نیز معتقد است که وزارت امور اقتصاد و دارایی بدون توجه به اینکه چاپخانه‌داران مجوز فعالیت خود را از وزارت ارشاد دریافت می‌کنند، از این صنف مالیات دریافت می‌دارد.

طبق آیین‌نامه اجرائی بند (ل) ماده (۱۳۹) فعالیت‌های فرهنگی - هنری که از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز دریافت کرده‌اند، از پرداخت مالیات معاف شده‌اند. طبق این ماده قانونی، فهرستی از فعالیت‌های انتشاراتی، مطبوعاتی، فرهنگی و هنری توسط وزارت ارشاد تهیه شد. این جدول هر دو سال یک‌بار تهیه می‌شود و آخرین فهرست در سال ۱۳۸۳ تنظیم شده است. در این فهرست نامی از چاپخانه‌ها برده نشده است، اما برخی معتقدند که چاپخانه‌ها مانند سایر واحدهای تولیدی یا صنعتی می‌توانند از معافیت‌هایی برخوردار باشند. برای مثال، طبق ماده (۱۳۸) قانون مالیات‌های مستقیم، شرکت‌ها می‌توانند با موافقت وزارتخانه‌ای که مجوز خود را از آنجا دریافت کرده‌اند، از سود سالیانه مبلغی را ذخیره کرده و برای بازسازی یا گسترش کار صرف کنند. این مبلغ ذخیره شده، مشمول مالیات نیست که این معافیت در مورد چاپخانه‌ها هم صدق می‌کند.

همچنین چاپخانه‌ها به عنوان واحدهای صنعتی، طبق ماده ۱۳۲ قانون مالیاتی، اگر خارج از شعاع ۱۲۰ کیلومتری تهران، ۵۰ کیلومتری اصفهان و ۳۰ کیلومتری سایر استان‌ها مستقر باشند، می‌توانند از معافیت مالیاتی بهره‌مند شوند. در حالی که می‌بینیم اکثر چاپخانه‌ها داخل شهرند و مشمول این دسته از معافیت‌های گمرکی و مالیاتی نمی‌شوند. (نگاهی به مهم‌ترین مسائل صنعت چاپ در ایران، ۱۱-۱۲ همچنین نک: شناخت وضعیت موجود صنعت چاپ ایران، ۱۳۸۹، ۱۱۴ - ۱۱۵)

\* آقای نیکو سخن می‌گوید: «دولت، چاپ را به مثابه یک صنعت به رسمیت نمی‌شناسد و همین امر موجب عدم توسعه و کاهش بهره‌وری این صنعت شده است. شاید نخستین مشکل فعالان حوزه صنعت چاپ در ایران را بتوان سردرگمی بین صنعت و فرهنگ دانست. ایثارگران صنعت چاپ از یک سو

هیچ امتیازی از حمایت‌های صنعتی دریافت نمی‌کنند و از سوی دیگر از حداقل حمایت‌های فرهنگی نیز بی‌بهره‌اند؛ به عنوان نمونه، می‌توان به معافیت مالیاتی فعالیت‌های فرهنگی موضوع بند (ل) ماده ۱۳۹ قانون مالیات‌های مستقیم اشاره کرد.

البته در سال جاری در سایه تدابیر وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونت امور فرهنگی، ناشران کشور توانستند از این امتیاز برخوردار شوند، اما چاپخانه‌داران همچنان در پیچ و خم‌های کلامی و انشایی گرفتار هستند و با جابه‌جایی یک ویرگول و اعمال سلیقه برخی از متولیان امور مالیاتی، تاکنون نتوانسته‌اند از این امتیاز بهره‌مند شوند.

در اینجا این سؤال مطرح است که آیا این امکان نباید برای خادمان اصلی فرهنگ کشور فراهم آید؟ به‌خاطر داشته باشیم که فرهنگ و نشر بدون صنعت چاپ، معنا و هویت خویش را از دست می‌دهد؛ چرا که چاپ ستون اصلی خیمه فرهنگ است. پس بهتر است مسئولان با برنامه‌های مدون، براساس قانون، چاپخانه‌داران را که در فرآیند تولید کتاب نقش اساسی دارند، مشمول این قانون کنند. «<http://irprint.farhang.gov.ir>»

\* آقای ذکایی درباره کلیت معافیت‌های مالی می‌گوید: «مالیات از دو زاویه قابل بررسی است. در بحث مالی، به اعتراف چاپخانه‌داران، مالیات حجم زیادی از نقدینگی چاپخانه‌ها را به خود اختصاص نمی‌دهد. در حالی که بیش از مالیات بحث بیمه وجود دارد که پول زیادی برای آن پرداخت می‌شود. از زاویه دیگر، بحث تبلیغاتی مطرح است. اعضای فعلی اتحادیه در فعالیت‌های انتخاباتی قبول دادند که یکی از اهداف پس از انتخاب شدن حذف مالیات است. در واقع می‌خواهند این کار انجام شود یا حداقل آن را پیگیری کنند تا در مقابل اعضای خود حرکتی انجام داده باشند. در هیچ کشوری در دنیا صنعت چاپ از پرداخت مالیات معاف نیست. نه تنها چاپخانه‌داران، بلکه ناشران و کتاب‌فروشان هم از پرداخت مالیات معاف نیستند. ما در سفری که برای شرکت در یک نمایشگاه خارجی داشتیم، در شهر کلن آلمان به یک کتاب‌فروشی سه طبقه بسیار بزرگ سر زدیم. از مدیر کتاب‌فروشی پرسیدیم که دولت به شما یارانه می‌دهد؟ گفت نه، همان طور که فروشگاه شیرینی و شکلات مالیات می‌پردازد، ما هم مالیات می‌دهیم. از او پرسیدیم که دولت به شما کمک دیگری نمی‌کند؟ گفت نه، اگر کار ما اقتصادی نیست باید تعطیل شود، کار یا اقتصادی است یا نیست. منظور

این است که حوزه‌های صد در صد فرهنگی هم در غرب مالیات می‌پردازند و معافیتی وجود ندارد. علاوه بر این، یکی از مشکلاتی که در مجموعه چاپ وجود دارد، غیر قابل تفکیک بودن بخش فرهنگی چاپ از بخش صنعتی آن است. دستگاه چاپ افسست هم می‌تواند جعبه دستمال کاغذی تولید کند، هم کتاب. این مسئله برای سازمان امور مالیاتی قابل احصا نیست که یک چاپخانه چقدر فعالیت فرهنگی داشته و چقدر فعالیت تجاری. نکته بعدی این است که اگر این مجموعه کار اقتصادی انجام می‌دهد و در حال درآمدزایی است، باید مالیات پرداخت کند و اگر ایجاد درآمد نمی‌کند، باید با اسناد مستدل به اداره مالیات ثابت کند که ورشکسته است و درآمد و سودی ندارد. به این ترتیب و بر اساس قانون، هیچ سازمان مالیاتی معمول و معقولی حق گرفتن مالیات را ندارد. من فکر می‌کنم این کار بیشتر کارکرد تبلیغاتی دارد، به این دلیل که مسائل بسیار مهم‌تر و جدی‌تری در این حوزه وجود دارد که از موضوع مالیات بسیار اساسی‌تر است.» (<http://www.ilna.ir>)

## ۲. مجوز ماشین‌آلات

موضوع مهم حقوقی دیگر به قانون و مقررات چگونگی ورود ماشین‌آلات چاپ مربوط می‌شود. در گزارش مبسوطی در این زمینه می‌خوانیم: «وزارت صنعت، معدن و تجارت به‌تازگی با ارسال نامه‌ای به تمامی ادارات خود در استان‌های کشور، اعلام کرده که ورود دستگاه‌ها و ماشین‌آلات صنعت چاپ که بیشتر از پنج سال از ساخت آن می‌گذرد، به کشور ممنوع است. این در حالی است که در آیین‌نامه و مقررات ورود ماشین‌های صنعت چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، این تاریخ ۱۰ سال ذکر شده و این موضوع سبب شده تا ماشین‌های چاپ در مبادی گمرکی بماند.» (<http://www.ibna.ir>)

آقای صالحی دبیر انجمن واردکنندگان ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی نو و دست دوم در این باره می‌گوید: «آیین‌نامه جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت، کار واردکنندگان را مضاعف کرده است. قبلاً تنها با دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طرف بودید و حساب کار دست‌تان بود. ولی اکنون کار ما مضاعف شده است. موارد زیادی بوده که ثبت سفارش و بارنامه قبل از تاریخ ابلاغ این بخشنامه بوده است، ولی باز هم دفتر صنایع استان تهران اجازه ورود نداده است.

این موضوع را با آقای مغانی رییس انجمن واردکنندگان ماشین‌آلات چاپ مطرح

کرده‌ایم و ایشان هم این موضوع را در جلسات شورای سیاست‌گذاری به بحث گذاشته‌اند و نامه‌نگاری‌ها و مکاتبات از طرف مسئولان مربوطه انجام شده است، ولی ظاهراً مسئولان صنایع استان تهران به خاطر نزدیک شدن به ایام پایانی سال موضوع را مدام به تعویق می‌اندازند."

آقای صالحی درباره علت این مشکل می‌گوید: "ظاهراً هر سال تفاهم‌نامه‌ای از طرف معاون فرهنگی ارشاد با مسئول مربوطه در وزارت صنایع امضا می‌شده است تا کارها طبق روال پیش رود و امسال این تفاهم‌نامه به امضا نرسیده است." آقای افراش (سرپرست سابق دفتر امور چاپ) با رد موضوع تفاهم‌نامه میان وزارت ارشاد و وزارت صنایع توضیحات بیشتری ارائه می‌دهد: "ما در ابتدای هر سال آیین‌نامه جدید خود را که به طور معمول افزودن یک سال به سال ساخت ماشین‌آلات چاپ است، برای وزارت صنایع می‌فرستیم و این کار را در سال گذشته و امسال نیز انجام داده‌ایم. ولی بر اساس آیین‌نامه جدید وزارت صنایع، این امر مخدوش شده است. ما با معاونت وزارت صنعت، معدن و تجارت مکاتبه داشته‌ایم و مفاد قانونی مبنی بر مسئولیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در نظارت بر چاپخانه‌ها را به آنها گوشزد کرده‌ایم.

در جایی دیگر از نامه‌نگاری‌ها و مکاتبات هم، بندها و مستندات و مصوبات مصرحه قانون را به تمامی بازگو کرده‌ایم که بر اساس آنها وزارت ارشاد مسئول ثبت و ضبط و صدور شناسنامه و ترخیص ماشین‌آلات مرتبط با چاپ است و نظارت بر کارکرد چاپخانه‌ها هم با همان دفتر امور چاپ است و امسال هم باید بر مبنای همان سنوات قبل عمل شود، ولی به‌رغم پیگیری‌های انجام شده تاکنون جوابی از مسئولان مربوطه دریافت نکرده‌ایم.

البته این مشکل فقط در تهران وجود دارد و در استان‌های دیگر با هماهنگی‌هایی که میان دفاتر اداره کل صنایع استان‌ها و گمرکات به وجود آمده است، ورود ماشین‌آلات طبق روال سنوات قبل انجام می‌شود. اما رییس اداره صنایع استان تهران برداشت خاصی از این بخشنامه دارد و ماشین‌آلات چاپ را در حوزه اختیارات دفتر صنایع می‌داند. به هر حال اقدامات لازم را انجام داده‌ایم و منتظر جواب مکتوب از آن سازمان هستیم."

به نظر می‌رسد روند امور در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران بسیار پیچیده است و به کندی پیش می‌رود. آقای میلانی کارشناس چاپ آن سازمان در سخنان کوتاهی گفت: "پروفرمای ثبت سفارش برای ورود ماشین‌آلات

چاپ باید در دفتر صنایع استان تهران ثبت شود و قانون هم همان ۵ سال ساخت است." (<http://www.iranprint.com>)

### ۳. تأسیس چاپخانه

در حال حاضر، براساس آیین‌نامه مصوب هیات وزیران تأسیس چاپخانه و لیتوگرافی منوط به داشتن امکانات لازم و گرفتن پروانه تأسیس از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. همچنین به استناد ماده ۲ و ۹۱ قانون نظام صنفی، واحدهای صنفی موظف به اخذ پروانه کسب از اتحادیه و تأیید اتاق اصناف هستند. از طرف دیگر، برخی از فعالان حوزه چاپ معتقدند که اکثر چاپخانه‌ها در مرکز شهرها (به‌خصوص خیابان ظهیرالاسلام تهران) مستقر هستند و اگر چاپ به عنوان یک صنعت شناخته شود باید قوانین و مقررات حوزه صنعت هم بر آن‌ها حاکم شود که مشکل‌زا خواهد بود. مشکل دیگر این است که در حال حاضر امکان ورود به مناطق صنعتی برای چاپخانه‌ها میسر نیست.

برای رفع این مشکل، کمیسیون بررسی چگونگی صدور مجوز تأسیس و فعالیت واحدهای چاپی در سال ۱۳۸۵ با حضور کارشناسان فنی و بازرگانی صنعت چاپ کشور و به دعوت دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از تاریخ ۸۴/۱۰/۴ تشکیل و طی بیش از ۲۵ جلسه به نتایج زیر رسید:

- نظر به پیشرفت فن‌آوری در ماشین‌آلات و تجهیزات مورد استفاده در صنعت چاپ و ورود دستگاه‌هایی با چندین کاربری هم‌زمان در این صنعت، تقسیم‌بندی‌های قبلی واحدها به لیتوگرافی، چاپ و صحافی موضوعیت خود را از دست داده است. بنابراین اطلاق یک عنوان واحد برای مراکزی که اشتغال به یکی از عملیات پیش از چاپ، چاپ یا پس از چاپ را دارند، ضروری است. به این منظور عنوان «واحد چاپ» برای چنین مراکزی مورد توافق اعضای کمیسیون قرار گرفت و مقرر شد در دستورالعمل مربوطه تمامی مواردی که عبارت «چاپخانه و واحدهای وابسته» به کار برده شده تبدیل به «واحد چاپ» گردد. بدین ترتیب تمامی واحدهای چاپ در سه سطح پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ طبق تقسیم‌بندی زیر تعیین می‌شوند.

- آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب ۷۱/۹/۱ هیأت وزیران و دستورالعمل آیین‌نامه مذکور مصوب ۷۱/۱۲/۹ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با توجه به توضیحات بندهای فوق در این گزارش و اهداف ذیل مورد بازنگری قرار گرفت و تغییرات موردنظر در آن‌ها اعمال گردید که متن

- تغییر یافته به پیوست این گزارش تقدیم می‌گردد.
- اهداف تغییرات در آیین‌نامه و دستورالعمل فوق عبارتند از:
۱. نوسازی ماشین‌آلات و تجهیزات چاپ کشور با هدف ارتقای کمی و کیفی تولیدات
  ۲. جذب سرمایه‌های سرگردان در اقتصاد کشور با تسهیل شرایط صاحب امتیاز
  ۳. به‌کارگیری توان کارشناسان و متخصصان داخلی چاپ با لحاظ مدیر فنی در پروانه تأسیس
  ۴. ترغیب واحدهای موجود نسبت به ارتقای کیفی تولید
  ۵. ارتقای کیفی و کمی تولیدات به منظور گسترش صادرات و آمادگی ورود به بازار تجارت جهانی و تحقق سند چشم‌انداز ۲۰ ساله برنامه توسعه کشور
  ۶. توجه ویژه به آموزش نیروی انسانی دست‌اندرکار و تسهیل ورود کارشناسان به صنعت چاپ
  ۷. هدایت سرمایه‌ها در زمینه‌های مورد نیاز و ضروری هر منطقه
  ۸. توسعه هماهنگ و اشتغال‌زایی در نقاط مختلف کشور به‌ویژه مناطق محروم و گسترش واحدهای چاپ در نقاط مختلف کشور متناسب با نیاز هر منطقه
  ۹. جلوگیری از جابه‌جایی کارهای چاپی از منطقه‌ای به منطقه دیگر و رشد مخرب واحدهای چاپ دولتی
  ۱۰. تمرکز خدمات چاپی مورد نیاز برای یک سفارش در یک واحد چاپی کامل
  ۱۱. هدایت واحدهای چاپ به سمت کشف بازارهای جدید داخلی و منطقه‌ای
  ۱۲. هدایت واحدهای قدیمی چاپ به سمت خرید تجهیزات تخصصی‌تر
  ۱۳. ساماندهی شرکت‌های واردکننده ماشین‌آلات، تجهیزات و مواد مصرفی چاپ به کشور
- در نهایت کارشناسان حاضر در جلسه پیشنهاد می‌دهند: «نظر به ایجاد تحولات و نوآوری‌های فنی در ساختار ماشین‌آلات و تجهیزات چاپ طی سال‌های اخیر توسط شرکت‌های سازنده و تمایز فن‌آوری‌های به‌کارگرفته شده



در این سخت افزارها، ضروری است به منظور هدفمندسازی نظام و ساختار کمی و کیفی واردات ماشین‌آلات و تجهیزات چاپ به کشور توسط کمیسیون فنی اداره امور چاپ همانند وزارت صنایع و معادن و مطابق با شاخص‌های بین‌المللی و بومی، شرکت‌های خارجی تولیدکننده ماشین‌آلات و تجهیزات چاپ رتبه‌بندی شده و برابر رتبه کسب شده، اجازه ورود و محدودیت سال ساخت برای ورود محصولات دست دوم آن‌ها به کشور اعمال گردد.»

ابراهیمی (معاون دفتر امور چاپ) در همین زمینه می‌گوید: "در تبریز چاپخانه‌دارها شکایت کردند که نمی‌توانند به شهرک‌های صنعتی ورود پیدا کنند، چون مجوز صنعتی ندارند."

ظاهراً در آخرین تمهیدات اندیشیده شده، با عقد تفاهم‌نامه‌ای که در دفتر امور چاپ موجود است، امکان حضور چاپخانه‌ها در شهرک‌های صنعتی فراهم شده است.

#### ۴. تخلفات

براساس ماده ۱، ۲ و ۳ دستورالعمل رسیدگی به تخلفات چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته، برای رسیدگی به تخلفات گزارش شده جلساتی در سه مرحله تشکیل می‌شود. در مرحله اول و دوم در کمیته‌هایی که در استان و سپس در ستاد برگزار می‌شود، پرونده تخلف بررسی می‌شود. در مرحله سوم پرونده آماده ورود به کمیسیون تخلفات شده و رأی نهایی نیز با کمیسیون تخلفات است.

شیوه عملکرد کمیسیون به این ترتیب است که در استان مربوطه جلسات لازم برگزار می‌شود و پرونده تخلف تکمیل و به اداره کل چاپ و نشر ارجاع می‌شود. پس از آن جلسه‌ای با حضور مدیرکل چاپ و نشر، معاونان اداره کل چاپ و نشر، رئیس اتحادیه چاپ، معاون حراست، معاون حقوقی و کارشناس چاپ و نشر برگزار و پرونده ارجاعی از استان بررسی و نظرات و پیشنهادها اعلام می‌شود. در مرحله سوم جلسه‌ای با حضور معاون امور فرهنگی وزارت متبوع، مدیرکل چاپ و نشر، مدیرکل حراست، مدیرکل حقوقی و دو نفر از فعالان عرصه چاپ برگزار و پس از امضای احکام به استان برای اعلام به چاپخانه ارسال می‌شود. ترکیب اعضای جلسات کمیسیون به صورتی انتخاب شده است که هم فعالان حوزه چاپ و اتحادیه‌های مرتبط و هم اعضای اداری و رسمی مرتبط با حوزه حضور داشته باشند.

کمیسیون‌های اولیه در استان و اداره کل چاپ و نشر بنا به نیاز و تعداد

پرونده‌ها برگزار می‌شود و به‌طور متوسط ماهانه یک جلسه نیز در معاونت امور فرهنگی تشکیل می‌شود. هر حکم بیش از ۱۵ امضا و تأیید دارد. هرچند تعدد کمیسیون‌ها باعث تأخیر در اعلام احکام می‌شود، اما دقت در احکام صادره از نتایج این کمیسیون‌ها است.

برای احکام صادره مرحله‌ی در نظر گرفته می‌شود. برای نخستین بار خاطی تذکر دریافت می‌کند، سپس توبیخ، توقیف دستگاه و نهایتاً پلمپ چاپخانه انجام می‌شود. در صورتی که تخلفات در محصولات چاپی مهم از جمله چاپ جعبه دارو و مواد غذایی و سایر موارد مشابه بدون مجوزهای لازم باشد، به هیچ وجه اغماض صورت نمی‌گیرد و در همان مرحله نخست با شدت عمل با خاطی برخورد می‌شود.

در برخی از موارد، وقوع جرم محرز است و باید به دادگاه ارجاع شود. در این صورت کارشناس اداره کل چاپ و نشر و کارشناس حقوقی برای ادای توضیحات لازم به دادگاه احضار می‌شوند.

کمیسیون تخلفات که در معاونت امور فرهنگی برگزار می‌شود، بررسی تخلفات و صدور احکام برای چاپخانه‌ها اعم از محصولات تولیدی و مشکلات قانونی در سراسر کشور را برعهده دارد. براساس آمار دبیرخانه این کمیسیون در سال ۱۳۹۴ تعداد جلسات تشکیل شده در اداره کل ۱۲ مورد و در معاونت امور فرهنگی با حضور معاون امور فرهنگی ۶ مورد بوده است. تعداد پرونده‌های بررسی شده ۹۷ مورد و ۹ مورد پرونده نیز به علت نقص فعلاً در دبیرخانه است. براساس گزارش آمار دبیرخانه کمیسیون تخلفات چاپخانه‌ها در سال ۱۳۹۴، تخلفات انجام شده و احکام صادره به شرح جدول (۲) و (۳) است:

جدول (۲): تخلفات انجام گرفته

ردیف	موضوع تخلف	تعداد
۱	چاپ جعبه	۴۸
۲	ژورنال لباس زنانه/ آگهی نامه و پیک تبلیغاتی	۴
۳	لیبل	۹
۴	تقویم و سررسید و وسایل اداری	۱۶
۵	بروشور/کاتالوگ محصولات	۸
۶	شبه اسکناس	۲
۷	کتاب	۲
۸	پاکت	۱
۹	کارت تبریک/ ویزیت	۲
۱۰	جلد سی دی	۱
۱۱	فرم مجوز معاینه فنی	۱
۱۲	پد شیردهی	۱
۱۳	پوشه	۱
۱۴	اختلاف واگذاری چاپخانه	۱
	جمع کل	۹۷

جدول (۳): احکام صادره برای تخلفات چاپخانه‌ها

ردیف	احکام صادره	تعداد
۱	ابطال پروانه	۱
۲	پلمب واحد/ امحا	۱۰
۳	توقیف دستگاه چاپ/ امحا	۱۹
۴	توبیخ کتبی/ امحا	۴۲
۵	تذکر کتبی	۳
۶	تکمیل پرونده / امحا	۱۸
۷	اعلام به مراجع/ اتحادیه	۴
	جمع کل	۹۷

در برخی احکام اعلام شده در جدول (۳)، آنچه محصول چاپ بوده به پوشال تبدیل شده است. یعنی علاوه بر احکام صادر شده، محصول امحا گردیده است. مهم‌ترین دلایل این تخلفات بی‌توجهی به «قانون ممنوعیت استفاده از اصطلاحات بیگانه»، «نبود مجوزهای لازم برای کالا/ پروانه»، «تقلب در کالای چاپی»، «استفاده از تصاویر ممنوع» و «چاپ مجرمانه از جمله اسکناس» است. در قانون نظام صنفی تبصره ۴ ماده ۲۸ آمده است: "در مواردی که تعطیلی واحد صنفی به تشخیص کمیسیون نظارت شهرستان موجب عسر و حرج مصرف‌کننده می‌شود، واحد صنفی مزبور به جریمه نقدی از دو میلیون تا بیست میلیون ریال محکوم می‌شود."

همچنین در این قانون موارد گران‌فروشی/کم‌فروشی/تقلب و ... در مواد ۵۷ به بعد فصل هشتم با عنوان جریمه‌ها و تخلفات درج شده است. برای مجموع این تخلفات نیز جریمه نقدی پیشنهاد شده است. این جریمه‌ها براساس ماده ۷۴ قابل تغییر است. میزان جریمه‌های نقدی تعیین شده در این قانون، هر ساله براساس نرخ تورم سالانه بنا به پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و تأیید هیات وزیران قابل تعدیل است.

در ماده ۷۳ این قانون نیز تصریح شده است: "از زمان لازم‌الاجرا شدن این قانون رسیدگی به تخلفات افراد صنفی و تعیین جریمه‌های آن‌ها تنها به موجب احکام این قانون صورت خواهد گرفت. قوانین و مقررات مغایر با این قانون از جمله مصوبات مجمع تشخیص مصلحت نظام در خصوص تعزیرات حکومتی مربوط به اصناف و واحدهای صنفی موضوع این قانون لغو می‌گردد."

\* آقای سهرابی (معاون دفتر حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) در آسیب‌شناسی حقوقی تخلفات حوزه چاپ می‌گوید: "از نظر حقوقی امکان مجازات مرحله‌ای و نسبی برای تخلفات حوزه چاپ پیش‌بینی نشده و قوانین موجود مجازات صفر و صدی را در نظر گرفته است."

\* آقای برازش (مدیرکل دفتر امور چاپ) می‌گوید: "برای رفع این مشکل از آقای صالحی معاون محترم امور فرهنگی، کسب تکلیف شده است، زیرا از نظر قانونی بعد از اخطار و توبیخ فقط امکان پلمپ چاپخانه وجود دارد که منطقی و درست نیست و نباید به خاطر یک تخلف چاپی، باعث تعطیلی یک واحد چاپی و بیکاری کارگران آن شد. مشکل دیگر به برخورد سلیقه‌ای در برخی استان‌ها مربوط است که بدون رعایت تشریفات لازم با چاپخانه‌ها برخورد می‌کنند و

حتی در مواردی وارد مسائل و دعوای خصوصی چاپخانه‌داران می‌شوند." \* آقای ذکایی دربارهٔ تخلفات می‌گوید: "برخی استدلال‌ها و نگرانی‌ها در خصوص احتمال تخلف و قانون‌شکنی غیرمحمتمل‌ترین‌هاست، زیرا بخشی از تخلفات چاپخانه‌ها مربوط به موارد امنیتی می‌شود. همین تخلف‌ها ممکن است در فضای تلگرام هم باشد. عمده تخلفات به بحث بسته‌بندی و جعل جعبه و لیبل مربوط است. به دلیل سرمایه‌گذاری هنگفت، فرد اقدامی نمی‌کند که سرمایه‌اش را به خطر بیندازد. شاید جعبهٔ صفحه کلاچ جعل کنند، اما تخلف امنیتی به این ترتیب نداریم. در کمیسیون تخلفات نیز رأی‌های متضاد صادر می‌شود یک بار به عروسک باری برای چاپ مجوز می‌دهند، یک بار دیگر می‌گویند تخلف است."

#### ۵. چالش‌های حقوقی چاپخانه‌داران

یافته‌های میدانی نشان می‌دهد که چاپخانه‌داران چالش و مشکل جدی حقوقی با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ندارند و فقط موضوعاتی مانند تعدد قوانین و دست و پاگیر بودن آن‌ها و همچنین برخی نظارت‌ها و بازرسی‌های تنگ‌نظرانه به‌ویژه در استان‌ها برای آن‌ها مطرح بوده است.

\* آقای رضایی (رئیس اتحادیهٔ چاپخانه‌داران استان قم) در همین رابطه می‌گوید: "چرخهٔ قانونی مشخصی برای اخذ مجوز کار چاپی وجود ندارد و در ارشاد هنوز سردرگمی مشاهده می‌شود. حتی مجوز نشر کتاب در تهران راحت‌تر از استان داده می‌شود و ارشاد خط‌مشی مشخصی در این‌گونه موارد ندارد. یک کتاب در یک دوره اجازهٔ نشر ندارد و در دورهٔ دیگر منتشر می‌شود و برعکس. در حوزهٔ نظارت برخی بازرسی‌های بی‌مورد هم می‌تواند کمتر شود و با سازوکارهای مدون‌تری انجام شود که خوشبختانه کمتر شده است."

\* آقای صفایی‌نیا (عضو هیات مدیرهٔ اتحادیهٔ چاپخانه‌داران استان گیلان) می‌گوید: "زمانی که اختیارات از ستاد به ادارات کل ارشاد واگذار می‌شود باید سازوکارهای نظارتی هم در نظر گرفته شود. برای مثال، وقتی از تصمیمات ادارهٔ کل به وزارتخانه شکایت می‌کنیم، باز هم در نهایت، مرجع رسیدگی همان ادارهٔ کل استان می‌شود که از آن شاک می‌هستیم. پیشنهاد می‌کنم کمیته‌ای در وزارتخانه راه‌اندازی شود تا به این شکایات رسیدگی کند."

برخی از مسائل و مشکلات حقوقی به تفاسیر متفاوت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از یک طرف و تفاسیر اتحادیه‌ها و فعالان حوزهٔ چاپ از قوانین

موجود مربوط است. به عنوان نمونه، آقای ابوالحسنی (رئیس اتحادیه لیتوگرافان) می‌گوید: "پیش از این کانون‌های تبلیغاتی نیازی به مجوز صنفی نداشتند، بنابراین ارشاد از آن‌ها مجوز صنفی نمی‌خواست؛ ولی در بازنگری این طرح با شکایت ما و رأی دیوان عدالت اداری، از این پس، هر کانون تبلیغاتی برای تأسیس بایستی مجوز خود را از اتحادیه لیتوگرافان بگیرد." (ماهنامه صنعت چاپ شماره ۱۹۶، ۶۸)

در بحث مجوزها، آقای بهادری (مدیر لیتوگرافی توسن) نظر دیگری دارد و می‌گوید: "قوانین صنفی برای اصل استوار شده که چاپخانه‌دار نمی‌تواند لیتوگرافی بکند یا لیتوگرافی نمی‌تواند چاپخانه‌داری بکند. وقتی دنیا به سمت یکی شدن این بخش‌ها حرکت کرده، ما چرا باید درگیر این کشمکش‌های صنفی باشیم. منطقی این است که تمامی مراحل چاپ را زیر نظر یک اتحادیه ببریم." (همان، ۷۳)

\* خانم کیهان (مدیر طرح و برنامه دفتر امور چاپ) می‌گوید: "این بحث‌ها همیشه درون اتحادیه‌ها وجود داشته است، برای مثال، در یک دوره چاپخانه‌هایی که بدون مجوز اتحادیه لیتوگرافان واحد لیتوگرافی داشتند، تعطیل شدند که نارضایتی‌هایی را هم ایجاد کرد. در نهایت با طرح «مجمع‌های چاپ» که شامل واحد چاپخانه، لیتوگرافی و صحافی می‌شد، موضوع منتفی شد."

\* آقای داوری‌فر (مشاور و کارشناس حوزه چاپ) مشکل اصلی را در آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته می‌بیند و می‌گوید: «این آیین‌نامه مملو از الزامات غیرضروری است که این‌گونه سخت‌گیری‌ها تقریباً در هیچ‌یک از صنایع دیگر دیده نمی‌شود. الزاماتی که متعلق به دوره و شرایط سیاسی خاصی بوده است و اکنون که آن شرایط و همچنین شرایط جهانی تغییر پیدا کرده است، آیین‌نامه باید بازخوانی و اصلاح شود. برای مثال الزام چاپخانه‌داران به رعایت سال ساخت برای ورود ماشین‌آلات چاپ از خارج از کشور که در ارشاد به یک عادت تبدیل شده است، هیچ ضرورتی ندارد.

البته یکی از الزاماتی که باعث اعمال محدودیت در ورود ماشین‌آلات چاپ است، آیین‌نامه مقررات صادرات و واردات است که همه ساله از سوی هیات وزیران تصویب و ابلاغ می‌شود. در بخشی از این آیین‌نامه، ورود هرگونه ماشین‌آلات پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ به اخذ اجازه از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منوط شده است. مصوبه‌ای که علاوه بر افزایش بوروکراسی و

سرگردانی اهالی چاپ باعث شده وزارت ارشاد در حیطة مقررات فنى و الزامات صنعتى دستگاه‌هاى چاپ نیز ورود پیدا کرده است و با اعمال محدودیت‌هاى غیرفنى و اقتصادى و با تکیه بر باورهای غلط گذشته، زمینه بروز برخى ناهنجاری‌ها و فسادهاى اجتناب‌ناپذیر را هم فراهم نماید.»

بررسى اسناد و سوابق موجود و مصاحبه‌هاى انجام شده با فعالان حوزه چاپ نشان می‌دهد بازبینى قوانین و مقررات موجود یکى از مهم‌ترین راه‌کارها برای حل مشکلات این حوزه است.

\* آقای رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) می‌گوید: «ضرورى است آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها براساس شرایط جدید بازبینى و اصلاح شوند. وزارت ارشاد حتى به بند ۱۷ دستورالعمل مصوب سال ۱۳۸۵ خودش که قرار بود هر سال آن دستورالعمل بازبینى شود، عمل نمى‌کند.»

\* آقای زمینی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان گیلان) می‌گوید: «یکى از چالش‌ها این است که قوانین مربوط به اوایل انقلاب است. بنابراین تدوین آیین‌نامه‌ها و مقررات جدید که به روز باشد، بسیار ضرورى است.»

\* آقای انصاری‌پور (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان اصفهان) هم می‌گوید: «قوانین احتیاج به بازبینى دارد و این بازبینى باید در یک دستگاه صنعتى انجام شود، پس راه‌حل نخست این است که جایگاه صنعت چاپ تغییر پیدا کرده به وزارت صنعت برود؛ پس از آن مشکلات حقوقى خودبه‌خود حل خواهند شد.»

\* آقای صفایی‌نیا (عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران استان گیلان) نیز معتقد است که باید آیین‌نامه‌هاى این حوزه به‌روز شود.

\* آقای مخملباف (پرتو کیهان توس) در تکمیل این موضوع می‌گوید: «قبل از دوران مهاجرانى (وزیر سابق ارشاد)، چاپخانه‌ها مجبور بودند برای چاپ کارت مجلس عروسی یا ترحیم، از اداره اماکن مجوز بگیرند یا برای چاپ اتیکت قوطى کنسرو باید مجوز وزارت بهداشت آن کارخانه اخذ می‌شد. بخشنامه‌هاى دست و پاگیر دیگر هم وجود داشت که خوشبختانه همگى حذف و موارد ضرورى در یک بخشنامه خلاصه شد. طبق بخشنامه جدید، فقط چاپ کتاب یا عکس مقام معظم رهبرى و چند مورد انگشت‌شمار دیگر نیاز به مجوز از دستگاه ذى‌صلاح را دارد. براساس این بخشنامه چاپخانه‌دار موظف است هویت سفارش‌دهنده را مشخص کند و این که پروانه بهداشت دارد یا ندارد، به عهده او نیست.»

طبق قوانین موجود هنگام نقل و انتقال دستگاه افسستی که بیست سال پیش وارد شده باید صلاحیت فروشنده و خریدار احراز شود، درحالی‌که امروز برای یک دستگاه چاپ رومیزی که بسیار کاراتر از آن ماشین افسست است و حتی می‌تواند تراول چاپ کند، نیازی به احراز هویت نیست و امکانش هم نیست.»

\* آقای سهرابی (معاون دفتر حقوقی وزارت ارشاد) می‌گوید: «تغییر جایگاه صنعت چاپ از وزارت ارشاد به وزارت صنعت به‌وسیله تغییر قانون (قانون اهداف و وظایف وزارت ارشاد) بسیار مشکل است، زیرا دولت تمایل دارد در این موارد با تغییر و تصویب آیین‌نامه‌ها مشکل خود را حل کند. بنابراین فکر می‌کنم اصلاح همان آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱، بتواند ارشاد را به خواست خودش برساند. از نظر من قانون اهداف وزارت فرهنگ ایراد ندارد و باید آیین‌نامه‌ها را عوض کرد.»

\* آقای جلیلیان فتاحی (چاپخانه جهان مشهد) معتقد است: «در بحث حقوقی نباید چاپخانه‌دار را با سایر دستگاه‌ها و ادارات درگیر کرد. هر دستگاه باید کار خود را انجام دهد. نباید از چاپخانه‌دار انتظار داشت که هنگام چاپ یک جعبه چای مجوز بهداشتی، زیست محیطی و بازرگانی آن را نیز پیگیری باشد. نظارت بر سایر ابعاد برعهده ما نیست. حتی در بحث جعل، مسوولیت بیشتر متوجه چاپخانه‌دار است تا سفارش‌دهنده.»

قوانین و مقررات یکسان اعمال نمی‌شود. برای مثال، در زمان انتخابات می‌گویند که اندازه و قطع عکس‌های تبلیغاتی نباید از فلان اندازه بیشتر باشد اما بعداً متوجه می‌شویم نامزد نمایندگی شهر ما که نتوانسته در اینجا به خواسته‌اش برسد به تهران رفته و در آنجا عکس‌های بزرگ‌تری را برایش چاپ کرده‌اند.»

سخنان جلیلیان این فرضیه را تأیید می‌کند که قوانین و مقررات غیرضروری و متعدد یکی از عوامل گسترش فساد و تخلف است.

\* خانم کوشا (کارشناس حوزه چاپ ارشاد استان تهران) می‌گوید: «بخش عمده‌ای از دعاوی حقوقی چاپخانه‌داران به اختلاف بین مؤسس و سرمایه‌گذار چاپخانه مربوط است.»

پرسش این است که چرا گرفتن مجوز باید به مثابه نوعی رانت باشد که فقط برخی افراد آن را دریافت کنند و از این طریق برای خود کاسبی راه بیندازند.

\* آقای مخملباف (پرتو کیهان توس) معتقد است: «اگر مشکل ساختاری حل شود و کار صنعتی را به وزارت صنعت واگذار کنیم سایر مشکلات هم حل خواهد



شد. برای مثال، اگر ما به چاپ و چاپخانه از منظر صنعتی نگاه کنیم، دیگر نیازی به اخذ مجوز از اداره‌ها ماکن نیست. اما اگر به جای نگاه صنعتی آن را در حد یک صنف ببینیم و آن را واحدی فرهنگی - تجاری و مثلاً در حد یک مغازه به حساب آوریم آن وقت با شهرداری، بیمه، اماکن و ... مسئله پیدا می‌کنیم.»

\* آقای غفاری (عضو کمیته حل اختلاف اتحادیه چاپخانه‌داران تهران) می‌گوید: «بیش از ۷۰ درصد پرونده‌های مطروحه در شورای حل اختلاف، به فعالیت واحدهای چاپی بدون پروانه کسب مربوط می‌شود. زمانی که مشتری به سازمان تعزیرات شکایت می‌کند و پرونده به ما ارجاع می‌خورد تازه متوجه می‌شویم که واحد مورد نظر مجوزهای لازم را ندارد.»

\* خانم حیدری (مدیرکل دفتر حقوقی وزارت ارشاد) معتقد است: «تفکیک سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در حوزه چاپ باید صورت پذیرد.»

وی از بین سه پیشنهاد «تغییر قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب ۱۳۶۵»، «تغییر آیین‌نامه مصوب سال ۱۳۷۱» و «انعقاد تفاهم‌نامه با وزارت صنعت، معدن و تجارت» پیشنهاد چهارمی را هم مطرح می‌کند. او می‌گوید: «پیشنهاد اول زمان بر است. لکن فارغ از آن، چنانچه موضوع اصلاح قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دستور کار قرار گیرد، کل مفاد قانون نیاز به بازنگری دارد و به نظر این امر فعلاً محقق نخواهد شد.»

پیشنهاد دوم مبنی بر اصلاح آیین‌نامه، اولاً از این حیث که صدور مجوز در قانون به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی محول شده است و ثانیاً این که دامنه آیین‌نامه نمی‌تواند فراتر از قانون باشد، بنابراین به موجب مصوبه دولت، واگذاری این وظیفه به دستگاه اجرایی دیگر ناممکن است.

در خصوص پیشنهاد سوم هم به لحاظ وظایف قانونی بالادستی و عدم پای‌بندی دستگاه‌ها به تفاهم‌نامه‌ها و عدم وجود ضمانت اجرای کافی برای اجرای کل محتوای تفاهم‌نامه، این امر کافی به مقصد نخواهد بود.

از این‌رو به نظر من راهکار قابل ارائه را می‌توان در وظایف شورای عالی اداری جستجو کرد، براساس بند (۲) ماده (۱۱۵) قانون مدیریت خدمات کشوری، تجدیدنظر در ساختار داخلی دستگاه‌های اجرایی به منظور ایجاد انسجام تشکیلاتی و حذف وظایف موازی، مشابه و تکراری از جمله وظایف این شورا است. البته تحقق این امر مستلزم هماهنگی قبلی با وزارت صنعت و بعد اتحادیه چاپخانه‌داران است.»

پیشنهاد ارائه شده توسط سرکار خانم حیدری برای ایجاد تغییرات در ساختار اداری، و نه اهداف و وظایف مصوب دستگاه‌هاست. این پیشنهاد حداکثر برای واگذاری موضوع صدور مجوز نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ از ارشاد به وزارت صنعت کارساز است. اما برای واگذاری موضوع تأسیس چاپخانه کارساز نیست، زیرا طبق قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که مصوب مجلس شورای اسلامی است، این وظیفه به عهده ارشاد گذاشته شده است و تغییر در این حوزه با مصوبات شورای عالی اداری ممکن نیست.

### گفتار چهارم؛ آسیب‌شناسی اجرایی وضع موجود صنعت چاپ

با توجه به این‌که متولی اصلی و قانونی صنعت چاپ، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، در زیرساخت‌های وزارت صنعت توجه مناسب و درخور به صنعت چاپ نمی‌شود. این در حالی است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیشتر به جنبه‌های فرهنگی این صنعت توجه دارد و همین مسئله باعث شده که زیرساخت‌های صنعتی چاپ ضعیف و تقریباً بلا تکلیف باشد. برخی از این ضعف‌ها که مربوط به حوزه اجرایی‌اند یا در مرحله اجرا خود را نشان می‌دهند، عبارتند از:

#### ۱. کمبود مراکز فنی و مهندسی ارائه‌کننده خدمات مشاوره تخصصی

کمبود متخصص و ضعف در واردات قطعات، ماشین‌آلات و فن‌آوری قطعات و ماشین‌آلات چاپ منجر به شکل‌گیری زیرساختی ضعیف و کم‌توان در برآورد انتظارات بازار و فعالان حوزه چاپ و نشر شده است. در حال حاضر، شاهد رشد روزافزون فن‌آوری در حوزه ماشین‌آلات چاپ هستیم و با توجه به این‌که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در امر واردات ماشین‌آلات و قطعات از تخصص لازم برخوردار نیست، صنعت چاپ در این زمینه با مشکل مواجه شده است و توسعه متوازی ندارد.

#### ۲. ضعف سیاست‌های حمایتی

با توجه به صنعتی شدن چاپ و افزایش اندازه سفارش اقتصادی، بالطبع این حوزه نیاز به سرمایه‌گذاری و حمایت‌های مالی بیشتر دارد. به نظر می‌رسد که در اعمال سیاست‌های حمایتی برای تخصیص بودجه و وام‌های دولتی و تعرفه‌ها، وزارت صنایع و معادن بیش از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بتواند به

این صنعت کمک نماید.

به نظر می‌رسد که وزارت صنایع و معادن به عنوان وزارتخانه ناظر و پشتیبانی‌کننده در زمینه امور صنعتی مربوط به چاپ و ورود ماشین‌آلات و فن‌آوری و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان وزارتخانه ناظر بر مسائل سیاسی، امنیتی و فرهنگی باید در این حوزه فعال باشند.

توجه به این نکته ضروری است که تعریف غیردقیق از شرح وظایف دستگاه‌های دست‌اندرکار صنعت چاپ از جمله عوامل ایجادکننده این مشکلات است که با اصلاح و بازنگری در قوانین و اساسنامه دستگاه‌های متولی، این مشکلات تا حدی قابل رفع است. (شناخت وضعیت موجود صنعت چاپ ایران، ۱۳۸۹: ۱۰۸ - ۱۰۹)

### ۳. مشکل صدور مجوز ورود و خروج و انتقال ماشین‌آلات

\* آقای مغانی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان خراسان رضوی) می‌گوید: «جایگاه و گردش کاری مشخصی برای ورود و ترخیص ماشین‌آلات در وزارت ارشاد وجود ندارد. علاوه بر سردرگمی متقاضی ورود ماشین‌آلات، در بسیاری از مواقع تأخیر در صدور مجوز از طرف ارشاد باعث زیان‌های مالی زیادی می‌شود. برای مثال، خسارت سه ماه تأخیر در صدور مجوز و ترخیص یک دستگاه چاپ یک میلیاردی، معادل هفتاد و پنج میلیون تومان است. کمیسیون‌هایی که در ارشاد برای سامان‌دهی این وضع ایجاد می‌شوند متشکل از افراد غیر متخصص‌اند و فقط باعث گرفتاری بیشتر برای مردم می‌شوند و افراد را مجبور می‌کنند برای دریافت مجوز ورود و خروج ماشین‌آلات از سراسر کشور به تهران بیایند. بنابراین برای صدور مجوز بهتر است تفویض اختیار شود.

علاوه بر این، ارشاد هیچ برنامه‌ای برای ورود قطعات ماشین‌های چاپ و بسته‌بندی و ایجاد مراکز علمی این صنعت ندارد. ارشاد فقط نظارت بر محتوای چاپ و بسته‌بندی می‌کند که در قانون هم پیش‌بینی شده است، ولی هیچ برنامه مدونی برای حمایت از سرمایه‌گذاران در صنعت چاپ و بسته‌بندی ندارد.»

\* آقای فکری (معاون دفتر امور چاپ) می‌گوید: «مجوز ماشین‌آلات رانت دارد. بر اساس قانون وزارت صنایع، ماشین‌آلات دست دوم تا ۵ سال پس از ساخت، اجازه ورود به کشور را دارند. اما در ارشاد کمیسیونی داریم که به شهرستان‌هایی که توان مالی کافی برای خرید ماشین‌آلات به روز را ندارند، برای ماشین‌آلات

۱۸ سال ساخت هم مجوز بدهیم.»

در بحث ورود و خروج ماشین‌آلات چاپ، مشکل فقط موضوع جایگاه وزارت فرهنگ و وزارت صنعت نیست، بلکه حتی اتحادیه‌های صنفی در این حوزه مدعی هستند. علی نیکوسخن، رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران در این زمینه می‌گوید: «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون هماهنگی با اتحادیه، مجوز ورود ماشین‌آلات به چاپخانه‌داران می‌دهد و آن‌ها ماشین‌آلات را وارد می‌کنند. در حالی که روند قانونی کار بدین صورت است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بعد از دادن مجوز، باید واحد را به اتحادیه ارجاع دهد تا پس از تأیید توسط اتحادیه، به خرید ماشین‌آلات اقدام کنند.» (چالش‌ها و فرصت‌های صنعت چاپ، ۱۳۹۰: ۳۰)

\* آقای برازش (مدیرکل دفتر امور چاپ) می‌گوید: «ابزار لازم برای مباحث فنی چاپ در وزارت ارشاد موجود نیست. دستگاه‌های بسیاری وارد کشور می‌شود که ما از لحاظ فنی به آن‌ها اشراف لازم را نداریم. هر مسئولیتی که به عهده سازمانی می‌گذارند باید سازوکار آن را هم در اختیار بگذارند. این موارد به حوزه صنعت ارتباط می‌یابد و ما نمی‌دانیم این ماشین‌آلات به کجا می‌رود و به چه کار می‌آید.»

#### ۴. ضعف در استانداردهای و عمل به استانداردها

یکی از چالش‌های کلیدی اجرایی در صنعت چاپ کشور عدم تجهیز واحدهای چاپ به استانداردهای لازم است. به عنوان مثال، به بی‌توجهی واحدها به اخذ انواع استانداردهای ISO یا نظام‌های مدیریتی همچون EFQM می‌توان اشاره کرد. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تقریباً تمامی فعالان حوزه چاپ نبود استانداردهای جهانی و عدم رعایت استانداردهای موجود را یکی از دلایل اصلی کاهش کیفیت و در نتیجه کاهش قدرت صادراتی محصولات چاپی تولید شده در ایران دانسته‌اند. ارتقای استانداردهای و فعالیتهای مرتبط با آن در جهان، برای تسهیل تبادل کالا و خدمات، همچنین توسعه همکاری در عرصه‌های فکری، علمی، فن‌آوریک و اقتصادی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است ... مرغوبیت یک کار چاپی، چنان‌که روال معمول فرآیندهای صنعتی است، دارای روش‌ها و استانداردهای معینی است که دقت و صحت انجام کار در مراحل مختلف آماده‌سازی و چاپ را تضمین می‌کند و به کمک دستگاه‌ها و اندازه‌گیری شاخص‌های مختلف قابلیت کنترل را افزایش می‌دهد، اما این مهم در کشور ما با سلاخی شخصی انجام می‌شود و به‌جای صحبت درباره روش‌ها، ابزار، اعداد و ارقام، از روش‌های سنتی و غیرعلمی استفاده و سعی شده تا محصولات مرغوبی تهیه شوند، اما در برقراری ارتباط

با جهان خارج و سفارش‌دهندگان خارجی و نیز رقابت با کالاهای خارجی با مشکلاتی روبه‌رو بوده‌ایم.» (گزارش شماره ۹۳۹۴، مرکز پژوهش‌های مجلس ۱۳۸۷) "رویکرد مناسب برای تعدیل و از بین بردن این چالش کلیدی صنعت چاپ، توجه و تمرکز واحدهای فعال صنعت چاپ به توانمندسازی نیروی انسانی واحدهای چاپ و بسته‌بندی برای استقرار سیستم‌های مدیریت همچون ISO ۹۰۰۰ در حوزه مدیریت و نظارت بر فرآیندهای تولید و ساخت در این گونه واحدها یا استانداردهای زیست محیطی همچون ISO ۱۴۰۰۱ برای پایش و نظارت بر فعالیتهای واحدها در جهت حفظ شرایط مناسب زیست محیطی و جلوگیری از گسترش آلاینده‌های زیست محیطی ناشی از فعالیتهای مجموعه‌های صنعتی است. همچنین استقرار سیستم مدیریت امنیت اطلاعات و استاندارد ISO ۲۷۰۰۱ و سایر استانداردها که در حوزه کالا و خدمات، مدیریت، ابعاد فیزیکی و زیرساختی کارگاه‌ها و غیره مطرح است.

این درحالی است که رویکرد سنتی تولید در صنعت چاپ کشور و تعدد و تکثیر واحدهای چاپ کوچک در این صنعت، توجه و تمرکز صاحبان صنایع را در این صنعت معطوف به اتخاذ روش‌های سنتی و غیراستاندارد و به تبع آن تولید در مقیاس‌های غیر اقتصادی و محدود کرده است." (برنامه توسعه و آمایش صنعت چاپ، ۱۳۸۹: ۱۵ - ۱۸)

##### ۵. فقدان بانک اطلاعاتی و آمار و اطلاعات دقیق در حوزه صنعت چاپ

پیش شرط لازم برای هرگونه سیاستگذاری و برنامه‌ریزی داشتن آمار و اطلاعات دقیق و به روز است، در حالی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ابزار لازم برای تهیه چنین آمار و اطلاعاتی را ندارد.

آقای فکری (معاون دفتر امور چاپ) در این باره می‌گوید: "هر وظیفه‌ای که به سازمانی محول می‌شود به ابزار خاصی نیاز دارد. وزارت صنعت در بحث آمار و اطلاعات ابزار را در اختیار دارد و جزو وظایفش است. ارشاد با آن که متولی چاپ است، اما آمار و اطلاعات و بانک اطلاعاتی را نتوانسته به راه اندازد، شاید راه را اشتباه رفتیم. وزارت صنعت به مبادی ورودی اطلاعات آماری دسترسی دارد. ما حتی آمار دقیق تعداد چاپخانه‌های فعال و غیرفعال را هم نمی‌توانیم احصاء کنیم."

در تأیید سخنان معاون دفتر امور چاپ باید گفت که بررسی‌ها نشان

می‌دهد که دفتر امور چاپ در طول سال‌های گذشته فقط دو آمار مربوط به تعداد چاپخانه‌ها و تعداد ورق‌های مصرفی را ارائه داده است که البته جمع‌آوری این آمار هم از سال ۹۱ به بعد کامل نبوده است. به گفته بهرامی کمیل، معاون دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی، به صحت آمارهای ارائه شده سال‌های قبل هم اطمینانی نیست.

**جدول (۴): تعداد و ظرفیت چاپخانه‌ها (سالنامه آماری فرهنگ و هنر ۱۳۹۲)**

سال	تعداد	ظرفیت (ورق)
۱۳۸۱	۲۳۹۹	۸۷۰۳
۱۳۸۲	۲۵۹۱	۹۲۵۶
۱۳۸۳	۲۷۲۶	۹۷۵۵
۱۳۸۴	۲۸۱۷	۹۹۸۲/۵
۱۳۸۵	۲۹۳۹	۱۰۲۹۷
۱۳۸۶	۲۹۵۲	۱۰۳۲۱/۵
۱۳۸۷	۳۳۹۱	۱۱۱۳۵
۱۳۸۸	۲۲۵۲	۱۷۱۰۱
۱۳۸۹	۳۷۶۰	۱۹۰۵۹
۱۳۹۰	۳۸۹۸	۱۹۹۹۴
۱۳۹۱	۳۹۶۱	۲۰۲۵۷
۱۳۹۲	۱...	۲۰۸۴۱

(۱) آمار از طرف معاونت امور فرهنگی ارائه نشده است.  
 (سالنامه آماری فرهنگ و هنر سال ۱۳۹۲، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)

### ۶. جایگاه اتحادیه‌ها و انجمن‌های حوزه چاپ

جایگاه و نسبت اتحادیه‌ها و انجمن‌های حوزه چاپ با دستگاه‌های دولتی یکی از مسائل اجرایی است که همیشه مدنظر مسئولان و فعالان بخش خصوصی بوده است. یکی از پیشنهادهایی که در حوزه اجرا، توسط برخی از روسای اتحادیه‌ها مطرح شده این است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موافقت اولیه بدهد و اتحادیه‌ها مجوز ثانویه بدهند. به سخن دیگر، اتحادیه‌ها مایل نیستند که بحث صدور مجوز تأسیس چاپخانه یا ورود و خروج ماشین‌آلات را کاملاً برعهده گیرند، بلکه می‌خواهند به گفته خودشان با توجه به ظرفیت هر استان و با راهنمایی، مشاوره و نظر آن‌ها کار نهایی شود. به نظر می‌رسد چنین پیشنهادی فقط گره‌ای بر گره‌ها بیافزاید و زمینه فساد را فراهم کند. به گفته یکی از اعضاء (جلیلیان فتاحی - چاپخانه جهان مشهد): «مشاوره برای

سرمایه‌گذاری خوب است اما اجبار برای این که چه کسانی و در کجا مجاز به سرمایه‌گذاری هستند، منطقی نیست. »

\* آقای رضایی (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) پیشنهاد بهتری دارد و می‌گوید: «اتحادیه‌ها و ارشاد باید در تمامی موارد و حوزه‌ها به صورت مشارکتی کار انجام دهند. یعنی در تمامی مراحل نظر اتحادیه‌ها و ارشاد توأمان ملاک کار قرار گیرد. اگر مرحله‌ای را ارشاد و مرحله دیگری را اصناف انجام دهند، مشکلات دیگری به وجود خواهد آمد. البته در این کمیته یا کارگروه‌های مشترک باید وزن اتحادیه‌ها و ارشاد یکسان باشد.»

\* آقای مخملباف (پرتو کیهان توس) معتقد است: «در اساسنامه اتحادیه‌ها کمیته‌های پنج‌گانه‌ای مانند کمیته آموزش، حل اختلاف، فنی و ... دیده شده است. اگر این کمیته‌ها فعال شوند بخش بزرگی از بار که به دوش ارشاد است، برداشته می‌شود. ارشاد باید از تشکیل و تقویت این کمیته‌ها پشتیبانی کند. البته باید مدیران سنتی را تشویق کرد تا در این کمیته‌ها از نیروهای جوان و فعال استفاده کنند و به روز باشند.»

براساس یافته‌های میدانی، برخی اعضای اتحادیه‌ها اعتقاد داشتند در موضوع صدور مجوز ورود ماشین‌آلات، اتحادیه‌ها هم باید نظر دهند.

\* آقای محمودیان (نایب رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران استان قم) می‌گوید: «اتحادیه‌ها با دستگاه متولی صنعت چاپ که به نظر من باید وزارت صنعت باشد باید همگام باشند. برای مثال، صلاحیت فنی متقاضی را اتحادیه بدهد و بعد مجوز اصولی تأسیس را دستگاه دولتی صادر کند. در این صورت اعطای مجوز براساس ظرفیت بازار و توان متقاضی صادر می‌شود. البته باید دقت کرد که اتحادیه چماق دولت نشود، یعنی جایی که دولت کار داشته باشد اتحادیه همه‌کاره شود و جایی که اعضای صنف خواسته و مطالبه‌ای داشته باشند، اتحادیه هیچ‌کاره شود.»

\* آقای پورمند (رئیس پیشین اتحادیه چاپخانه‌داران استان تهران) می‌گوید: «اتحادیه‌ها می‌توانند در فعالیتهایی مانند تنظیم بازار، رفع مشکلات مالی و بیمه‌ای اعضا، ارائه مشاوره‌های تخصصی و فنی در خصوص جذب سرمایه و ارتباط با سازمان‌ها و اتحادیه‌ها در سایر کشورها تاثیرگذار باشند.»

\* آقای امیرزاده (کارشناس لیتوگرافی) می‌گوید: «در تمام دنیا، حوزه چاپ زیر مجموعه وزارت صنایع است و وزارت صنایع هم فقط در سطح سیاستگذاری

کلان باید ورود پیدا کند. نقل و انتقال ماشین‌آلات چاپ به ارشاد یا به وزارت صنعت مربوط نیست. بگذارید خود افراد انتخاب کنند، اگر انتخاب آن‌ها اشتباه بود، هزینه آن را می‌پردازند. دولت می‌خواهد هم نگاه پدرمابانه و بازدارنده داشته باشد هم انتظار رشد و توسعه دارد، این دو با هم نمی‌شود. البته عاقبت نگاه پدرمابانه هم این شد که هر فردی مدتی در ارشاد مدیرکل بود، بعداً کاسب فرهنگ شد و انتشاراتی و چاپخانه و کانون آگهی و موسسه هنری و غیره راه انداخت. البته به‌جز استثناهایی مانند اسد الله جامی.»



## فصل پنجم؛ یافته‌ها و پیشنهادها

در نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که بخش بزرگی از مشکلات و ضعف‌های ساختاری موجود حوزه چاپ، ریشه در مشخص نبودن مرزهای حوزه صنعت با حوزه فرهنگ دارد. حوزه چاپ که هم موضوعی فرهنگی و هم موضوعی صنعتی است، به دلیل تعریف نشدن یا درست تعریف نشدن مرزهای آن، دچار مشکلاتی شده که در نهایت منجر به تضعیف کل این صنعت در ایران شده است. در حال حاضر، انتظار می‌رود که دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متولی شناخته شده این صنعت، برنامه‌های مناسبی برای پیاده‌سازی و استقرار استانداردهای لازم برای ارتقای کیفیت محیط کار و محصولات تولید شده چاپی داشته باشد و بسترهای لازم برای حضور در بازارهای جهانی را فراهم سازد. اما واقعیت این است که چنین ظرفیتی هیچ‌گاه در این دفتر وجود نداشته است و ایجاد هم نخواهد شد؛ زیرا چنین موضوعاتی در حوزه کاری صنعت و تجارت است و بیشتر ابعاد اقتصادی دارد تا ابعاد فرهنگی.

مطالعات انجام شده در این گزارش نشان می‌دهد در بین مدیران، کارشناسان و اهالی حوزه چاپ دو رویکرد اصلی درباره آسیب‌شناسی ساختاری وضع موجود صنعت چاپ وجود دارد:

**گروه اول:** این گروه از کارشناسان در اقلیت قرار دارند و معتقدند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم حوزه زیرساختی و سخت‌افزاری و هم حوزه محتوایی و نرم‌افزاری چاپ را باید سیاستگذاری و مدیریت کند. مهم‌ترین استدلال‌های این افراد به شرح زیر است:

۱. از آنجا که چاپ ریشه در فرهنگ دارد، هر آنچه چاپ می‌شود بر فرهنگ جامعه تأثیر می‌گذارد. بنابراین برای کنترل، نظارت و رشد این

حوزه، باید همهٔ مراحل آن در دستگاہی فرهنگی باشد.

۲. ارشاد در طول چند دههٔ گذشته در این حوزه تجربهٔ لازم را کسب کرده و حیف است که این تجربه از بین برود.
  ۳. انتقال به وزارت صنعت، معدن و تجارت باعث می‌شود که به صنعت چاپ توجه کافی نشود، زیرا این صنعت در مقابل صنایع بزرگ‌تر شانس چندانی ندارد.
  ۴. این جابه‌جایی موجب ورشکستگی بنگاه‌های کوچک، که هم اکنون با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند، خواهد شد.
- این گروه پیشنهاد می‌کنند که مشکلات موجود را با حفظ ساختار و جایگاه فعلی صنعت چاپ حل کنیم.

**گروه دوم:** این گروه از مدیران و کارشناسان معتقدند که مشکل ساختاری در صنعت چاپ ایران وجود دارد و تا این مشکل حل نشود، سایر مشکلات هم حل نخواهند شد و راه‌حل‌های مقطعی هم که تاکنون ارائه شده، کارساز نبوده است. از نظر این افراد، پیش از هر اقدام دیگری، لازم است تا حوزهٔ فن‌آوری و سخت‌افزاری صنعت چاپ مانند بحث تأسیس واحدهای چاپی یا موضوع ورود و خروج ماشین‌آلات چاپ، به وزارت صنعت، معدن و تجارت واگذار شود و بعد از این اقدام است که می‌توان به مشکلات دیگر پرداخت. مهم‌ترین استدلال‌های این گروه به شرح زیر است:

۱. در هیچ کجای دنیا صنعت چاپ زیر مجموعهٔ یک دستگاہ فرهنگی نیست و مانند سایر صنایع، دستگاہ‌های اقتصادی و صنعتی متولی این صنعت هستند.
۲. وزارت ارشاد تخصص و ظرفیت لازم را برای ورود به حوزهٔ زیرساختی و فن‌آوری چاپ ندارد و این نقیصه با تشکیل شوراهای کمیته‌ها و ... حل نشده و خواهد شد.
۳. به دلیل این که ساختار و رویکرد اقتصادی و صنعتی در وزارت ارشاد حاکم نیست، ساختار و رویکرد اقتصادی و صنعتی هم در حوزهٔ چاپ حاکم نمی‌شود و این موضوع باعث می‌شود صنعت چاپ ایران توان رقابت در بازارهای جهانی و حتی منطقه‌ای را نداشته باشد.
۴. ارائهٔ تسهیلات بانکی، استانداردسازی تولیدات، ارائهٔ آمار و اطلاعات لازم و ترویج سرمایه‌گذاری، منوط به داشتن ابزارهای لازم مانند صندوق‌های

مالی و اعتباری، سازمان استاندارد، گمرک و ... است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دلیل ماهیت کاری نمی‌تواند آن‌ها را در اختیار داشته باشد. ۵. موازی کاری در دستگاه‌های اجرایی، سردرگمی فعالان حوزه چاپ، بوروکراسی گسترده و دست و پاگیر و سایر مشکلاتی از این قبیل، نتیجه ورود وزارت فرهنگ به حوزه‌های فنی و زیرساختی صنعت چاپ است.

۶. پیشرفت سریع فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، الکترونیکی و چاپی و تغییرات بنیادین ایجاد شده در این حوزه‌ها، حفظ و ادامه رویکرد امنیتی و سیاسی به حوزه چاپ را غیرضروری و غیرمنطقی ساخته است.

۷. امروزه حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد تولیدات چاپی به منشورات (کتاب و مطبوعات) اختصاص دارد و محتوای این تولیدات هم متولی تخصصی خود را در ارشاد دارد، بنابراین نه تنها در حوزه زیرساخت، بلکه در بحث محتوا هم نیاز چندانی به ورود دفتر امور چاپ نیست.

به‌طور نسبی می‌توان گفت که اکثر کارشناسان و فعالان بخش خصوصی به‌ویژه در استان‌های پیش‌رو مانند تهران، خراسان رضوی، قم، قزوین و اصفهان با انتقال بخش سخت‌افزاری و فن‌آوری حوزه چاپ به وزارت صنعت موافقت می‌کنند. در این میان، چاپخانه‌دارانی که با فن‌آوری‌های روز دنیا آشنا هستند تأکید بیشتری بر این تفکیک دارند. اما در استان‌های دیگر و به‌خصوص چاپخانه‌داران کوچک و سنتی این حوزه، با شک و تردید به این راه‌حل نگاه می‌کنند و کماکان خواستار باقی ماندن حوزه چاپ در زیر مجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی‌اند.

همچنین تمام مدیران کل سابق دفتر امور چاپ وزارت ارشاد که با آن‌ها مصاحبه شده است با این انتقال موافقت می‌کنند. اما متأسفانه در سطح استان‌ها فقط شش استان به پرسش‌ها پاسخ داده‌اند. به‌جز مدیرکل استان قم، مدیران کل پنج استان دیگر کم و بیش مخالف این واگذاری هستند، اما دلایل مخالفت آن‌ها و پاسخ‌های ارائه شده چندان قابل توجیه نبوده است.

یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که در چند دهه گذشته تغییرات اساسی در جامعه و به‌خصوص در حوزه چاپ به‌وجود آمده و شرایط جدیدی حاکم شده است که بازنگری در ساختار و قوانین مصوب سی سال پیش این حوزه را اجتناب‌ناپذیر کرده است. برخی از این تغییرات به‌طور خلاصه عبارتند از:

۱. اگر محصولات صنعت چاپ را به دو قسمت منشورات (کتاب،

مطبوعات) و چاپ تجاری تفکیک کنیم، خواهیم دید چند دهه پیش حجم عظیمی از فعالیت‌های حوزه چاپ به چاپ منشورات اختصاص داشت. بنابراین، واگذاری مدیریت و نظارت بر تمامی مراحل چاپ به دستگاهی فرهنگی تا حدی قابل دفاع بود. اما امروزه چاپ منشورات در بهترین برآوردها تنها ۲۰ درصد فعالیت‌های حوزه چاپ را پوشش می‌دهد و سپردن مدیریت حوزه چاپ به خصوص مباحث ساختاری و سخت‌افزاری آن مانند بحث تأسیس چاپخانه‌ها و ورود و خروج ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی به دستگاهی فرهنگی کاملاً غیرمنطقی است و باعث می‌شود که آن دستگاه فرهنگی از وظیفه و رسالت اصلی خود که نظارت بر بعد فرهنگی و بار ارزشی محصولات چاپی مانند نمادها و پیام‌هاست نیز بازماند.

۲. به مرور زمان و به خصوص در دو دهه اخیر از اهمیت و اولویت بعد امنیتی و سیاسی صنعت چاپ کاسته شده است و ادامه چنین رویکردی به حوزه چاپ ضرورتی ندارد. علاوه بر این، اصرار بر حفظ رویکرد امنیتی به حوزه چاپ، موجب از دست دادن این بازار شده و امکان رقابت فعالان داخلی با رقبای خارجی و حتی منطقه‌ای را تضعیف می‌کند.

۳. گسترش فن‌آوری‌های نوین باعث شده شاهد تلفیق چاپ با علوم الکترونیک و اینترنت باشیم که ماهیت چاپ سنتی را دچار دگرگونی عمیق کرده است. با مشاهده تغییرات کیفی در حوزه چاپ مانند رواج نشر دیجیتال، نشر رومیزی و چاپ سه بعدی، نیاز به بازتعریف قوانین و مقررات این حوزه اجتناب‌ناپذیر است.

۴. افزایش سرعت تغییرات فن‌آوری در بخش‌های مختلف امور چاپی به‌ویژه مرحله پیش از چاپ باعث شده روز به روز مرحله پیش از چاپ کوچکتر و فعالیت‌های این بخش با سرعت بسیار بیشتری انجام شود. این کاهش چشم‌گیر، زمان آماده‌سازی کالا و خدمات چاپی و امکان نظارت بر آن را نیز کاهش داده است.

۵. اهمیت یافتن صنعت بسته‌بندی، لیبیل و چاپ‌های تجاری باعث شده روز به روز صنعت بسته‌بندی در صنعت چاپ اهمیت بیشتری پیدا کند. به طوری که امروزه اکثر چاپخانه‌داران ترجیح می‌دهند ماشین‌آلاتی را خریداری کنند که قابلیت بسته‌بندی هم داشته باشند.

۶. برجسته‌تر شدن موضوع محیط زیست و اهمیت یافتن توسعه پایدار و

لزوم توجه به استانداردهای زیست-محیطی به اندازه‌ای است که اگر صنعت چاپ و بسته‌بندی زیر مجموعه سازمان محیط زیست باشد منطقی‌تر است تا این‌که زیر مجموعه یک دستگاه فرهنگی قرار گیرد.

۷. بروز پدیده «جهانی شدن» و لزوم پیوستن به بازارهای جهانی به‌ویژه سازمان تجارت جهانی، اتخاذ رویکرد اقتصادی و صنعتی را به این حوزه بیش از پیش کرده است.

۸. تولید در مقیاس انبوه و نقش رو به گسترش سیستم‌های رایانه‌ای و نرم افزاری باعث کاهش نقش هنر دستی هنرمندان و افزایش نقش صنعت در فرآیند تولید آثار چاپی شده است.

تذکره ۱: در برنامه ششم توسعه، حکم پیشنهادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای بخش صنعت چاپ چنین بوده است:

الف) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف است با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، طرح جامع توسعه بازسازی و نوسازی صنایع چاپ و بسته‌بندی ایران را با رویکرد اصلاح نظام صنفی و تقویت تشکلهای غیردولتی، رفع مشکلات ساختاری و حمایت‌های قانونی، مقرراتی و بیمه‌ای و مالی از بخش خصوصی، ارائه تسهیلات بانکی اعم از ارزی و ریالی، روزآمدسازی ماشین‌آلات و تجهیزات چاپ و صنایع وابسته، تأمین و تولید مواد اولیه و مواد مصرفی، توسعه بازارهای صادراتی با رویکرد تقویت صادرات غیرنفتی، افزایش رقابت‌پذیری ارتقا دانش فنی دست اندرکاران چاپ و بسته‌بندی از طریق یکپارچه‌سازی زنجیره‌های تولید، جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش زیرساخت‌ها و ایجاد شهرک‌های تخصصی و خوشه‌های چاپ و نشر و بسته‌بندی ارائه نماید.

ب) دولت مکلف است لایحه قانون جامع توسعه، بازسازی و نوسازی صنایع چاپ و بسته‌بندی را با رویکرد تحقق موارد مندرج در بند فوق در سال اول برنامه تهیه و برای تصویب به مجلس شورای اسلامی ارائه کند.

ج) دولت مکلف است در طول سال‌های برنامه هرساله و در قوانین بودجه، ردیف اعتباری مستقلی را برای اجرای این طرح اختصاص دهد.

حکم فوق حکم خوبی بوده است که البته می‌توانست خلاصه‌تر و شفاف‌تر باشد. به هر حال، این حکم به تأیید نهایی دولت نرسید و کماکان باید راه دیگری برای اصلاح وضع ساختاری صنعت چاپ پیدا کرد.

تذکره ۲: پیشنهاد «تشکیل سازمان دولتی چاپ» که توسط برخی مدیران

دولتی و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه شده است، کارشناسانه نیست. همان‌طور که توضیح داده شد، این پیشنهاد ضمن بزرگ‌تر کردن حجم دولت و مفاخرت با سیاست‌های اصل ۴۴، مشکلات موجود این صنعت را برطرف نخواهد کرد و موازی‌کاری این سازمان پیشنهادی با وزارت صنعت، معدن و تجارت کماکان باقی خواهد ماند.

**تذکر ۳:** پیشنهاد تهیه «سند صنعت چاپ» یا «نقشه جامع صنعت چاپ» که توسط برخی اعضای اتحادیه‌ها و همچنین برخی اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه شده است، راه‌گشا نیست. متأسفانه تهیه این گونه‌سندها حالتی شعارگونه پیدا کرده و فقط روی کاغذ اهداف ایده‌آلیستی محقق می‌شوند، اما در روند اجرایی به دلیل متناسب نبودن اهداف با ابزار و امکانات موجود و همچنین ظهور مسائل پیش‌بینی نشده، اهداف محقق نمی‌شوند. در ضمن، تجربه نشان می‌دهد نهضت سندسازی و نقشه‌کشی که شورای عالی انقلاب فرهنگی آن را کلید زده در عمل چندان موفق نبوده است. میلیاردها تومان خرج تدوین نقشه جامع علمی کشور شد، اما در ابتدایی‌ترین موضوعات مانند نسبت دانشجو با تقاضای بازار و پیوند علم با صنعت، کوچک‌ترین بهبودی حاصل نشد.

**تذکر ۴:** یکی از پیشنهادهای ارائه شده توسط کارشناسان حوزه چاپ، پیشنهاد «تهیه و تدوین قانون نظام جامع سازمان صنعت چاپ» است. مدافعان این پیشنهاد معتقدند همان‌طور که ما نظام جامع سازمان پزشکی یا نظام جامع سازمان مهندسی داریم، می‌توانیم نظام جامع صنعت چاپ هم داشته باشیم. بحث و بررسی درباره این پیشنهاد به اندازه کافی انجام نشده است و درباره آن نمی‌توان اظهار نظر قطعی کرد. از طرفی، پیشنهاد طرح جامع اصناف حوزه فرهنگ و هنر که در سال‌های گذشته مطرح شده تاکنون در حد همان پیشنهاد باقی مانده است. علاوه بر این، موفقیت چنین سازمانی منوط به تغییر کلی رویکرد و نسبت حکومت با بخش خصوصی در همه بخش‌ها از جمله بخش چاپ است.

**تذکر ۵:** همان‌طور که برخی کارشناسان اشاره کرده‌اند اگر پیشنهاد واگذاری مباحث ساخت‌افزایی و زیرساختی حوزه صنعت چاپ به وزارت صنعت جدی شود، احتمال دارد بسیاری از مدافعان امروزی این پیشنهاد در آن زمان تغییر موضع داده و بحث منافع و امتیازات رفتن به وزارت صنعت را مطرح کنند. شایان ذکر است در زمانی که آقای دری، معاون امور فرهنگی بود به دنبال طرح

گلابه‌ها از عملکرد وزارت ارشاد و درخواست انتقال به زیرمجموعه وزارت صنعت توسط جمعی از فعالان حوزه چاپ، قرار می‌شود که موارد و درخواست‌ها به‌طور مکتوب برای معاون امور فرهنگی وقت ارسال شود تا ایشان در کوتاه‌ترین مدت نسبت به این انتقال اقدام کنند؛ اما متقاضیان از کتبی کردن درخواست‌های خود صرف‌نظر می‌کنند. تاکنون هم اتحادیه‌ها برای طرح و پی‌گیری چنین درخواستی از مبادی قانونی مانند مجلس هیچ درخواست کتبی ارائه نداده‌اند.

## پیشنهادها

### پیشنهاد نخست؛ اصلاح قانون

کارگروهی متشکل از نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان مدیریت تشکیل شود. دستور کار این کارگروه تدوین قانون جدیدی جایگزین بند (۱۶) ماده (۲) قانون «اهداف و وظایف وزارت ارشاد اسلامی» مصوب سال ۱۳۶۵ است.

در قانون جدید تمامی امور زیرساختی و سخت‌افزاری حوزه چاپ مانند سایر صنایع به وزارت صنعت، و فقط امور محتوایی و نظارت بر بار ارزشی خدمات و کالاهای چاپی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار می‌شود.

### نقاط مثبت

۱. حل اصولی و بنیادین مسائل حوزه چاپ
۲. شفاف‌سازی حداکثری

### نقاط منفی

۱. طولانی بودن مراحل تغییر قوانین
۲. امکان عدم موافقت دولت و مجلس برای تغییر قانون (در کمیسیون‌های دولت سازوکار انجام تغییرات با مصوبه در اولویت است).
۳. امکان عدم همراهی وزارت صنعت، معدن و تجارت به دلیل عدم تمایل به ورود به حوزه چاپ

### پیشنهاد دوم؛ اصلاح آیین‌نامه‌ها

بر اساس این پیشنهاد، قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی تغییری نمی‌کند، اما کارگروهی متشکل از نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان مدیریت و نمایندگان اصناف و انجمن‌های حوزه چاپ تشکیل می‌شود تا وظیفه

تدوین آیین‌نامه جدیدی برای جایگزینی با آیین‌نامه قبلی (آیین‌نامه اجرایی تأسیس و نظارت بر چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته مصوب ۱۳۷۱/۹/۱ هیات وزیران) را به‌عهده بگیرند. در آیین‌نامه جدید موضوع صدور مجوز تأسیس و انحلال چاپخانه که در قانون تصریح شده (بند ۱۶ ماده ۲ مصوب سال ۱۳۶۵ «صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های تبلیغاتی، چاپخانه‌ها و مؤسسات تکثیر و مؤسسات وابسته به صنعت چاپ و نظارت بر کیفیت و محتوای آگهی‌ها و کارهای چاپی طبق ضوابط و مقررات قانونی مربوطه) بر عهده ارشاد باقی می‌ماند، اما موضوع نقل و انتقال ماشین‌آلات که در قانون به آن اشاره‌ای نشده است به وزارت صنعت، معدن و تجارت واگذار می‌شود.

#### نقاط مثبت

سرعت و قابلیت اجرایی بالای این پیشنهاد

پیشنهاد سوم؛ انعقاد تفاهم‌نامه

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امضای تفاهم‌نامه‌ای با وزارت صنعت، معدن و تجارت، برخی امور مربوط به حوزه چاپ مانند ورود و صدور فن‌آوری و ماشین‌آلات را به وزارت صنعت واگذار کند و فقط نظارت بر محتوا و پیام محصولات چاپی را برعهده بگیرد.

#### نقاط مثبت

سرعت و قابلیت اجرایی بسیار بالای این پیشنهاد

#### نقاط منفی

موقتی و متزلزل بودن راه حل

در جمع‌بندی نهایی پیشنهادها به نظر می‌رسد، در بلندمدت پیشنهاد شماره یک، و در میان مدت پیشنهاد شماره دو را باید مدنظر داشت. همچنین هر دو پیشنهاد را می‌توان به‌طور هم‌زمان در دستور کار قرار داد و کلید زد.

در پایان باید گفت، با توجه به سرعت تغییرات در حوزه چاپ به دلیل پیوندی که بین این حوزه و فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و الکترونیکی ایجاد شده است، تأخیر در تصمیم‌گیری، هزینه‌های زیادی دربر خواهد داشت. عدم تصمیم‌گیری شاید سیاستگذاران و مدیران ارشد را با چالش‌های کمتری روبه‌رو کند، اما به‌طور حتم برای این صنعت بحران‌ساز خواهد بود. ورشکستگی، عقب افتادگی فن‌آوری و از دست دادن بازارهای چاپ و بسته‌بندی مصادیقی از این بحران‌هاست.



## منابع

- استراتژی‌های صنعت چاپ ایران (۱۳۸۹)؛ شرکت مهندسی پادوسپان صنعت؛ دفتر امور چاپ.
- برنامه توسعه و آمایش صنعت چاپ (۱۳۸۹)؛ شرکت مهندسی پادوسپان صنعت؛ دفتر امور چاپ.
- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۸۵)؛ آسیب‌شناسی گفتمان حاکم بر قوانین و مقررات تبلیغات بازرگانی؛ فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی (علمی-پژوهشی)؛ شماره ۳۳ بهار ۱۳۸۵
- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۳)؛ بینش‌ها و نظریه‌های جامعه‌شناسی؛ انتشارات مکتب ماهان.
- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۴)؛ آمار و روش تحقیق پیشرفته کمی و کیفی آمادگی دکترا؛ انتشارات مشاوران صعود ماهان.
- چالش‌ها و فرصت‌های صنعت چاپ (۱۳۹۰)؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- دستورالعمل صدور مجوز تأسیس لیتوگرافی، چاپخانه و عملیات تکمیلی (۱۳۸۵)؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور فرهنگی، دفتر امور چاپ.
- سالنامه آماري فرهنگ و هنر (۱۳۹۲)؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی.
- شناخت وضعیت موجود صنعت چاپ ایران (۱۳۸۹)؛ شرکت مهندسی پادوسپان صنعت؛ دفتر امور چاپ.
- کتاب کلیات ماه؛ سال چهاردهم، شماره ۱۱، آبان ۱۳۹۰.
- کمیل رودی، مستبصری (۱۳۹۱)؛ طرح بررسی ساختار مدیریتی و سیاستگذاری صنعت چاپ کشور؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر امور چاپ.
- گزارش اعضای شورای سیاستگذاری صنعت چاپ کشور از حضور در نمایشگاه دروپا ۲۰۱۲؛ دفتر امور چاپ، ۱۳۹۱.
- ماهنامه چاپ و نشر؛ شماره ۱۳۳، بهمن ۱۳۹۴.
- ماهنامه صنعت چاپ؛ شماره ۳۶۸، شهریور ۱۳۹۱.
- ماهنامه صنعت چاپ؛ شماره ۳۷۹؛ تیر ۱۳۹۲.
- ماهنامه صنعت چاپ؛ شماره ۳۸۸، اسفند ۱۳۹۲.

- نگاهی به مهم‌ترین مسائل صنعت چاپ در ایران (۱۳۸۷)؛ مرکز پژوهش‌های مجلس؛ شماره مسلسل ۹۳۹۴.
- نوری، روح‌الله (۱۳۹۰)؛ تدوین نقشه راه صنعت بسته‌بندی، فاز اول؛ موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- سالنامه آماری فرهنگ و هنر سال ۱۳۹۲؛ دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی.
- صورتجلسات موجود در دفتر امور چاپ؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مطالب استخراج شده از جلسات حضوری، مصاحبه‌های تلفنی و پرسشنامه‌های پستی در خصوص مسائل ساختاری حوزه چاپ

<http://www.ilna.ir/>  
<http://www.tasnimnews.com/fa/news/1394/03/17/45523>  
<http://tejarat.donya-e-eqtasad.com/fa/packagestories/details?service=economy&story=ae240316-d873-4b23-8b54-7f6edce0196a>  
<http://www.ibna.ir>  
<http://www.iranprint.com/fa/mag/inmag.php?id=640>  
<http://irprint.farhang.gov.ir/fa/jashnvareh/chardahoom/roozemeli/gozaresh>  
<http://www.iranprint.com/fa/mag/inmag.php?id=1709>  
<http://rc.majlis.ir/fa/news/show/892426>  
<http://rc.majlis.ir/fa/law/show/99507?keyword>  
<http://nashr90.blogfa.com/post/4>  
<http://www.printnews.ir/Pages/News-1391.html>  
<http://www.chaponashr.com/index.php>  
[http://www.mimt.gov.ir/org\\_units/233467/swd\\_id/13825/unitWdId/15442/template/orgTemplateUserFullUnits](http://www.mimt.gov.ir/org_units/233467/swd_id/13825/unitWdId/15442/template/orgTemplateUserFullUnits)  
[http://www.fe.i.org.eg/chambers\\_info.asp?id=12](http://www.fe.i.org.eg/chambers_info.asp?id=12)