

## להיות מוציא לאור בהוצאה קטנה ובסביבה משתנה – ולהצליח\*

ד"ר חזקיה (חזי) אהרוני, מו"ל  
אדוואנס – הוצאה לאור, רחובות

רוב ההוצאות לאור הידועות בשוק הישראלי עשו את צעדיהם הראשונים כהוצאות לאור קטנות שפעלו מתוך "הבית" או "בעליית הגג" עם איש אחד שהיה המו"ל, עורך התוכן, העורך הלשוני, המעצב והגרפיקאי, המשווק, ועוד. הוצאות אלה הלכו והתפתחו ברבות השנים להוצאות גדולות ומצליחות. מה הן אם כן הדרכים היעילות להקמת הוצאה לאור קטנה היום בתנאים הכלכליים השבירים והתחרות הגוברת בשוק המו"לות? מה הוא סוד הצלחתן של הוצאות לאור קטנות? ומה הם התהליכים הראשונים החשובים שיבטיחו הצלחה למו"ל החדש? על כך מספר ד"ר חזי אהרוני, המו"ל והבעלים של "אדוואנס – הוצאה לאור" ברחובות, הוצאה לאור המתמחה בהוצאת ספרים אקדמיים ושהמוטו שלה הוא: "הוצאה קטנה – עם יחס אישי". ד"ר אהרוני סיים לפני כעשור את הקורס הדו-שנתי היחיד להוצאה לאור שהתקיים בארץ במכללת בית ברל ובחסות התאחדות הוצאות הספרים בישראל. מאז הוא הוציא לאור והפיק עשרות ספרים ומוצרי דפוס איכותיים.

### מו"ל מתחיל חייב לאמץ גישה ייחודית כדי להצליח

לפי ד"ר אהרוני, מו"ל מתחיל חייב לאמץ גישה ייחודית שבה הוא מתקדם בצעדים איטיים אך בטוחים ובונה את ההוצאה שלו אט אט, כאשר הוא עדיין לומד לאורך התהליך ומשתפר מדי יום עד להשגת הרמה הנדרשת כדי להרחיב את העסק בבטחה ובהצלחה. ד"ר אהרוני מחלק עם הקורא מניסיונו את הרעיונות וכללי צאן הברזל להקמת הוצאה לאור קטנה ומצליחה:

- 1. להיות מו"ל דורש ידע וניסיון רב ומאפיינים ייחודיים** - כל מי שרוצה להיות מו"ל עליו להכיר בעובדה שעסק המו"לות הוא מורכב ביותר מבחינה ארגונית וטכנית, מבחינת הידע הנדרש, השליטה והאהבה לשפה, יכולות לייחצן, לפרסם, מיומנות שיווקית ויכולת ניהול עסק. כל טעות קטנה בספר מודפס יכולה לגרום להפסד של עשרות אלפים, איבוד זמן יקר, וגם לאיבוד של לקוח טוב המחכה בקוצר רוח לספר החדש. מלבד הידע הטכני והתיאורתי, נדרשים גם מאפיינים ייחודיים ממו"ל מתחיל וכל מו"ל אחר כגון: ארגון, דיוק, סדר, סבלנות, רמת אסטטיקה גבוהה ושליטה בשפה. מאפיינים אלה הם הכרחיים בכל תהליך של הפקת ספרים ומוצרי דפוס.  
להיות מו"ל, דורש למידה רבה והתנסות. את רזי המקצוע חייבים ללמוד באופן מעשי אצל מו"ל אחר, או עדיף ע"י השתתפות בקורס דו-שנתי או לפחות שנתי למו"לות המלווה בסטאג'. לצערנו קורס שכזה רק לעיתים רחוקות מוצע בארץ באוניברסיטאות ובמכללות ובצורה מתומצתת ביותר.
- 2. מו"ל חייב להיות איש ספר, אוהב ספר ואוהב אנשים** - כל מי שרוצה לעסוק במו"לות חייב שיהיה קודם כל איש ספר ואוהב ספר בנשמתו. מו"לים טובים ומצליחים לא מוציאים ספרים לאור רק עבור רווחים כספיים, אך יש גם רווחים רגשיים ומחוייבות חברתית ורצון להשפיע ולקדם נושאים שונים הקרובים ללבו של המו"ל. ספר שיוצא לאור בתמיכת המו"ל, הוא סוג של הצהרה, עמדה או יעד חברתי או אחרת שהמו"ל מקדם כדי לעזור לאנשים לעזור לעצמם.
- 3. התחל בסביבת הבית** - עם רקע מקצועי מתאים, יכולת ניהול עסק טובה, אהבה למקצוע ולאנשים ומוטיבציה להצליח, לא צריך השקעה כספית גדולה להתחיל הוצאה לאור קטנה בבית או במחסן. המו"ל המתחיל יכול לגייס את שירותיהם של אנשי מקצוע עצמאיים שונים מחוץ למשרדו בעלות מינימלית, כגון: גרפיקאים ומעצבים, מעמדים וסדרים, עורכי תוכן ולשון, מתרגמים ובתי הדפוס כמובן. אם המו"ל אינו יכול לבצע חלק מהעבודה בעצמו, הוא יכול לבקש מכל אנשי מקצוע אלה מחירים המיוחדים למו"לים, זאת על-מנת להבטיח את רווחיו הסבירים.

\*המאמר פורסם לראשונה בשנת 2009 באתר ובמגזין "דפוסגרף לדפוס גרפיקה והוצאה לאור".

4. **הכן כלי עבודה מתאימים** - מלבד כרטיס הביקור, המעטפות ונייר ההתכתבות המשרדית עם הלוגו של המו"ל וכתובתו, יש להכין טפסים שונים כדי לסייע בעבודה סדירה ובארגון העסק: למשל, טופס "אינטק" ראשוני שבו הלקוח ימלא את כל פרטיו, "כתבת תדמית" מוכנה על ההוצאה לאור לשימוש בפרסום, דף למשלוח בפקס, חותמת המו"ל, מדריך למחבר המתחיל המסביר צעד אחר צעד אודות תהליך קליטת כתב-יד והוצאת הספר לאור, טופס בקרה של ספרים, טופס הסכמה או חוזה להפקה או להוצאה לאור של ספר, ועוד.
5. **לכבד ולראות בכל מגיש כתב-יד בכבוד הראוי** - מו"ל צריך לראות בכל כותב או כותבת של כתב-יד כמחברים פוטנציאליים ולהתייחס אליהם בכבוד הראוי לפועלם, להדבק ברגשותיהם ובשמחתם ולסייע להם להגשים את חלומם. על המו"ל לנסות ולענות מיד לפונים פוטנציאליים. גם לאחר שהמו"ל עבר על כתב-היד והחליט לדחותו, עליו לכתוב חוות דעת מפורשת למחברים הפוטנציאליים ולתת להם רעיונות לשיפור כתב-היד לפי הצורך. רק לדחות את כתב-היד ללא כל הערות מפורשות ומפורטות על טיבו לפי דעת המו"ל, פוגע בכבוד המחברים וגם בעמיתנו המו"לים המקבלים שם רע מהמחברים. דחיה של כתב-יד, אינה אומרת שאין לו ערך אצל מו"ל אחר, או מסגרת אחרת שהנושא חשוב לה. ידועים לנו הרבה סיפורים על ספרים רבים וידועים שנדחו לראשונה ע"י הרבה מו"לים, עד שמו"ל אחד בחר להוציאם לאור והם זכו להצלחה יוצאת דופן, למשל הספר "הלוחש לסוסים" שנכתב על-ידי ניקולס אוונס שנמכר במאות אלפי עותקים, תורגם לשפות רבות וגם הופק ממנו סרט.
6. **לספק יחס אישי לכל פונה** - "הוצאה קטנה – עם יחס אישי" צריכה לעשות זאת הלכה למעשה, ובמקום לחכות לכתב-היד שישלח למו"ל בדואר, ייטב אם המו"ל יסע לבית או לבית העסק של המחברים או אף יפגוש אותם בבית הקפה, במקום שהם יבואו למו"ל, או הכי גרוע שמחברים פוטנציאליים ישלחו את כתב-היד בדואר למו"ל ויצטרכו לחכות מספר חודשים לקבלת תשובה מהמו"ל על פוטנציאל ההוצאה לאור של ספרם, אם בכלל. מפגש אישי פנים אל פנים מספק תמונה טובה יותר על טיב המחברים והתוכנים של הספר. טבע האנשים שהם רוצים לקבל חוות דעת מיידית אודות כתב-היד, אחרת הם ילכו למו"ל אחר ויש לנצל זאת, בפרט אצל מו"ל מתחיל שזה עתה החל בבניית העסק שלו.
7. **בחר נישה או התמחות ייחודית להוצאה לאור שלך** - השוק מוצף במו"לים וכל אחד יכול להיות מו"ל, אבל רק מו"לים מעטים המתאימים את עצמם לתנאי השוק יצליחו לפתוח עסק, ישרדו וגם יצליחו להפיק רווחים והנאה לצידם. חפש נישה או התמחות מיוחדת שבה אתה המומחה ואין לך מתחרים רבים בה, זאת בנוסף להוצאה לאור של ספרים רגילים בעת הצורך למען הקיום. למשל: הוצאת "אבן חשן" המתמחה בספרים ייחודיים ונדירים, הנכרכים ידנית, עם מיספור וחתימה אישית של המחבר ומעט עותקים היוצאים לאור והנמכרים במחירים גבוהים יחסית ליתר הספרים. הוצאת "מפה" המתמחה במפות, אלבומים ומדריכים גאוגרפיים. "שמחה הוצאה לאור" ו"גפן בית הוצאה לאור" המתמחות בספרי דת, יהדות וישראל הכתובים באנגלית ומשווקים לחו"ל. "אדוואנס- הוצאה לאור" המתמחה בספרים אקדמיים, וכן הוצאות נוספות המתמחות בספרי בישול, בספרי אמנות וארכטיקטורה, בספרי משפט, בספרי בריאות, ועוד. אך כמובן אין זה אומר שאסור לך להוציא לאור ספר בתחום אחר שנזדמן לך. להיפך, מו"ל חדש, ואף כל בעל מקצוע אחר מתחיל, לעיתים כדי להתקיים בתחילת דרכו, יקבל עליו כל תחום וסוגי מוצרי הדפוס, עד לבניית ההוצאה לאור ואז יוכל לרוב להתמקד בתחום התמחותו.
8. **ניסיון ראשון להוצאת ספר לאור דורש התייעצות עם בעלי מקצוע שונים** - הוצאת ספר ראשון למו"ל הלא מנוסה דורשת הרבה סבלנות ודיוק ובעיקר התייעצות ראשונית ממושכת עם בעלי מקצוע שונים (כגון: איש דפוס, גרפיקאית וכדו') ועד ליחצן לפרסום הספר בתקשורת ולקידום שיווקו ומכירתו) כדי להבין את תהליך הכנת הספר לדפוס (קביעת פורמט הספר וגודלו, קביעת סוג הנייר, קביעת גודל העטיפה ועיצובה, קביעת מספר העמודים המיטבי כדי לחסוך בעלויות בעיקר בדפוס אופסט וכדו'). לימודים

- בתחום המו"לות מסייעים למו"ל המתחיל ללמוד את השפה והמונחים המקצועיים כדי שיוכל טוב יותר לתקשר עם בעלי המקצוע השונים.
9. **מומלץ לראשונה לא לקחת על עצמכם את עלות הפקת הספר** - נסו לשתף פעולה עם הוצאות לאור נוספות, גופים, ארגונים או עמותות המממנים את העלות המלאה של הפקת הספר וכאשר גופים אלה הם האחראים ישירות לתשלום הוצאות הפקת הספר ומשלמים בהמחאה בנקאית ישירות לנותני השירותים השונים. בדרך זו המו"ל המתחיל לא יצטרך להשקעה כספית גדולה בתחילת דרכו, והוא רק ישמש כמתווך בין אנשי המקצוע נותני השירותים השונים והמחבר כגון: הגרפיקאית, המעמדת, בית הדפוס, החברה המשוקת וכדו', כאשר הרווח של המו"ל יתקבל בנפרד עבור השירותים שהוא מרכז מ- א' ועד ת'. באופן זה המו"ל מספק את הלוגו שלו ושם ההוצאה לאור ומתחיל לבנות את ההוצאה לאור, ללא השקעה כספית ראשונית עצומה. כמו כן, מו"ל מתחיל יכול לספק שירותי הפקה והוצאה לאור למחברים שנושאים בכל עלות ההפקה.
10. **תמיד כתוב הסכם ברור ומפורט עם הלקוח** - כדי לשמור על יחסים טובים ותקינים ולמנוע כל אי-הבנות או תקלות היכולות לעלות בכסף רב ואף למוטט את המו"ל, תמיד יש להכין "הסכם" (חוזה נשמע מפחיד ומאיים) מה יספק המו"ל ומה לא יספק (שירותי עריכה, גרפיקה ועיצוב, הדפסה, הובלה, שיווק וכדו') ומה יספק המחבר (קובץ גמור פחות או יותר של התכנים, לעבור על הבקשה לתיקונים והחזרתם למו"ל תוך זמן סביר, אי עריכת שינויים וכדו' ברגע האחרון לפני ההדפסה, עלויות השירות ותנאי התשלום, ועוד).
11. **אל תכתוב כל התחייבות לגבי לוח הזמנים** - תן הערכת זמן בעל"פ בלבד, ללא התחייבות בכתב, כי בעסקי הדפוס והמו"לות תקלות רבות קורות ולא תמיד ניתן לעמוד בלוח הזמנים שנקבע מראש, כי לך כמו"ל מתחיל פעמים רבות אין שליטה על כך.
12. **אל תבצע דברים תחת לחץ זמן** - כל דבר שנעשה תחת לחץ רב, הסיכוי שתקראנה טעויות גדל יותר, בפרט אם הנך מו"ל מתחיל ולא מנוסה. תן לעצמך זמן מספיק לכל צעד בתהליך ההכנה לדפוס. קח את זמנך ועבור על כתב-היד לגרסותיו השונות. בדוק את עותק השמש בזהירות יתרה וודא שהכול כשורה. **עבור על כל דבר דפוס הדורש בדיקה ביראה יתרה כאילו גורלך תלוי בו**. אסור לזלזל בדבר דפוס או לעבור עליו כלאחר יד, כי אז יתכן ותמצא טעות שתעלה לך בכסף רב ובאיבוד לקוח כאשר כבר מאוחר מדי.
13. **תמיד החתם את המחבר/הלקוח על אישור העבודה** - הבא למחבר את עותק השמש ובקש ממנו שיעבור על הדברים ויחתום שהוא עבר ושהכול כשורה או יעיר ויתקן, וכי לך המו"ל לא תהיה כל אחריות במידה ונמצאו טעויות לאחר שהמחבר עבר על עותק השמש או כל הספר שנערך.
14. **עזור לבנות את קטלוג הספרים שלך** - בתחילת דרכו של כל מו"ל, מומלץ לתת למחברים פוטנציאליים הצעות עלות טובות ומושכות כדי לבנות במהרה אוסף ספרים נכבד לקטלוג הספרים הראשון של המו"ל. מו"ל הרוצה להצטרף להתאחדות הוצאות ספרים בישראל ידרש להפיק 10 כותרים כדי שיוכל להגיש בקשה להתקבל כחבר בארגון.
15. **פרסום, פרסום, פרסום** - הפרסום למו"ל מתחיל צריך להיות צנוע מבחינה כספית. כל דרך אפשרית לפרסום שאינה מלווה בכסף, או בעלות כספית גדולה עדיפה, כגון פרסום באתרים שונים, במדריכים עסקיים, פרסום ספר שיצא לאור באתרים, בעיתונים מקומיים ובארגונים ובהתכתבות של המו"ל דרך האינטרנט עם כל עמית. בנוסף יש להשקיע מעט כסף עבור פרסום בסיסי. פרסום יעיל הוא זה שחושף את המו"ל ושירותיו שוב ושוב לאורך זמן רב. על כן, עדיף לפרסם שמינית עמוד אחת לחודש, מאשר עמוד שלם באותו מחיר באופן חד-פעמי. פרסום שכזה ניתן לעשות בעיתון מקומי היכן שהמחיר סביר, ובה בעת לבקש את העורך להוסיף כתבת-תדמית על ההוצאה לאור מספר חודשים לאחר הופעת הפרסום בעיתון, וללא כל תשלום נוסף, כנהוג בהרבה פרסומים. כמו כן, פרסום שורה באינדיקס או טבלה ב"דפוסגרף", ב"דפי זהב" ובמדריכים מקומיים שונים חיוני ביותר. פרסום אתר אישי של המו"ל לא יהיה הכרחי אלא לאחר שיש לו עשרות ספרים שהוציא מכבר לאור. עיצוב לוגו מושך, הדפסת כרטיסי ביקור יחודיים, מעטפות בגדלים שונים עם פרסום סיסמאות ושירותים עליהן, הם גם דרך טובה

וראשונית לפרסום של ההוצאה לאור שלך. יחצנות והשקה של ספר חדש מספקת הזדמנות יוצאת דופן לפרסום בית ההוצאה לאור.

16. **שיווק הספר המוגמר** - אם להוציא ספר הינו תהליך מורכב ומסובך, שיווקו הוא קשה ומורכב אף עוד יותר ויש לו עלות גבוהה מאוד ולעיתים עד 60% ממחיר הספר בחנות. אנו שומעים תלונות רבות ממחברים הטוענים שמו"לים הוציאו לאור את ספרם, אך לא עשו כל מאמץ לשווקם והספרים נשארים שוכבים על המדף, או חלקם אף נגרס ע"י המו"לים. מו"ל מתחיל יכול לסייע למחברים לשווק את ספרם בעצמם ולחסוך בכסף רב, כל זה ע"י כתיבת תכנית שיווק בשיתוף עם המחברים והמתאימה לצרכיהם ויכולתיהם. למשל, מחבר המלמד באוניברסיטה והמנחה סדנאות, הרצאות, הופעות ברדיו ובטלוויזיה, בקהילה ובחוגים מקצועיים שונים, יהיה קל יותר עבורו לשווק את ספריו. בנוסף, יש תמיד להסביר למחברים שיש רק מעט מאוד מחברים המצליחים להרוויח את לחמם מכתיבת ספרים, רוב המחברים זוכים למעט מאוד החזר על השקעתם הגדולה והיכול להסתכם במאות או בכמה אלפים שקלים בודדים. **רוב האנשים כותבים את הספרים, ראשית עבור עצמם - ורק אחר כך עבור אחרים.** הם כותבים זאת עבור הנשמה שלהם והתהליך של הוצאת ספר מלווה אותם בהישג יוצא דופן ובהתרגשות רבה, בדומה למי שזה עתה נולד לו ילד.

### **רוצה לדעת עוד על הוצאה לאור? הנה מספר ספרים לסייע לך!**

אוליצקי, י. (1973). **אמנות הדפוס: 400 שנה לאמנות הדפוס בארץ ישראל**. הוצאת המוזיאון לאמנות הדפוס ומפעלי נייר חדרה.

ספר היסטורי עשיר במידע ובאיורים מרהיבים אודות הדפוס והוצאה לאור. ספר שהופך להיות נדיר למציאה ובעל ערך לכל מו"ל מתחיל.

רייך, צ. (1998). **להוציא לאור: מדריך מקיף לסופרים, למו"לים, לעורכים, למעצבים, למפיקים, לעורכי דין, לעוסקים בדפוס, לאנשי ספר, עם מילון מונחים**. ירושלים: תמיר מוצאים לאור. בספר זה מוסברים כל התהליכים של ההוצאה לאור מא' עד ת'. המחבר כותב זאת גם מנקודת הראות של המחברים וגם של המו"לים. בספר דוגמאות לכתיבת חוזה והצעות רבות למי שמחפשים מו"ל ורוצים להבין את תהליך המשא ומתן ולמידת השפה המקצועית של הכתיבה, הדפוס וההוצאה לאור. ספר חובה לכל כותב שרוצה לפרסם את ספרו ולכל מו"ל.

שיינפלד, א. (1997). **בית ספר למשוררים: מדריך מעשי לסופרים ומשוררים**. תל-אביב: שופרא. מיועד בעיקר לכותבי שירה ספרותית, אך גם לכל סופר וכותב ספר. יש בו מידע ויצירה בשירה והסבר על תהליך היצירה והכתיבה היפה והאפשרות לפרסומה בכתבי-עת ובפרסומים אחרים מתאימים.

#### **סיכום**

כבכל עסק קטן אחר מתחיל, בבניית עסק של "הוצאה לאור" הצורך הבסיסי ביותר הינו האהבה לספר, לשפה ולאנשים. נדרשות בין היתר גם יכולות ומיומנויות אישיות וגילוי יחס וכבוד של המו"ל כלפי מחברי ספרים פוטנציאליים. התייחסות רצינית לכתב-היד, תגובה מהירה לבקשות המחברים, כתיבת "הסכם" ברור ומפורט, נתינת הסבר מפורט על תהליך הוצאת הספר מא' ועד ת' והסברת הציפיות השונות של המו"ל למחברים - כולם עושים את עבודת המו"ל מוצלחת יותר ותורמת להנאה - וגם רווח לצידה. ההצעות שניתנו כאן הן כלליות ובסיסיות ומשותפות לכל, הן אבני יסוד לכל מו"ל מתחיל. הן אינן מתאימות לכל אחד ואחת באופן ספציפי, שהרי כל אחד מאתנו הוא יחיד ומיוחד במינו ויכול לתרום ולהתאים רעיונות שהועלו כאן במאמר לאישיותו, לידע והנסיון שצבר, כל אחד על-פי דרכו, צרכיו, משאביו ואופן עבודתו.

