

סקירת ספרים

מוציאים לאור כמתווכי תרבות : היסטוריה תרבותית של מאה שנות מו"לות עברית בישראל (1910-2010). ספרו של מוטי נייגר (2017). ירושלים : הוצאת מן, 2017, 694 עמ'

עוזי אלידע*

הקריאה מעל צג המחשב בספרו רחב ההיקף של מוטי נייגר איננה קלה. קריאה בפורמט מודפס הייתה עדיפה, אבל מסתבר שהמחקר המקיף ביותר שנכתב עד היום על עולם המו"לות העברי בישראל, לא מצא מו"ל מקומי שיוציאו במהדורה מודפסת וסופו שיצא לאור בתמיכת חברים בפורמט דיגיטלי. ללא ספק, זוהי תעודת עניות לעולם המו"לי הישראלי של ימינו, שלא הצליח לגייס את המשאבים כדי להוציא לאור ספר העוסק בתהליך עיצוב זהותו הוא.

הספר רחב ההיקף, המכיל 694 עמודים, עוסק בשאלה כיצד קמה המו"לות העברית בארץ, באילו תנאים התפתחה, מי היו השחקנים השונים שעמדו מאחורי ההפקה וההפצה של הספר העברי לדורותיו, אילו תכנים בחרה להפיץ בשלבים השונים להתפתחותה, וכיצד השתתפה בתהליך בנייתה של הרפובליקה הספרותית העברית, על סופריה ועורכיה, מדפיסיה ומבקריה וקוראיה. סידרת שאלות אחרת עוסקת ביחס בין השחקנים המו"ליים המסחריים לבין אלו הממסדיים; מדוע התפנו מפלגות הפועלים להקים הוצאות ספרים רק בשנות הארבעים של המאה העשרים; כיצד איבדו אלה את ההגמוניה לטובת הוצאות ספרים מסחריות גדולות בשנות השבעים; וכיצד מתפתח השוק בימינו, בעידן מו"לות מסחרית ההופכת ליותר ויותר עוצמתית וריכוזית.

חקר ההיסטוריה של המו"לות הוא תחום חדש יחסית. עד שנות החמישים של המאה העשרים, נלמדו תולדות הספר בעולם מזווית ראייה של תהליך ייצורו, עיצוב הפורמט שלו ותכניו המגוונים, תוך התרכזות בלימוד ציבור המדפיסים והסופרים כשחקנים המרכזיים. אבל החל ממחצית שנות החמישים, הדגיש ההיסטוריון הצרפתי לוסין פבר (Lucien Febvre), מראשי האסכולה הסוציו-תרבותית הצרפתית, אסכולת "האנלי", את חשיבותו של המו"ל כגורם מרכזי בתהליך ייצורו של הספר המודרני. פבר טען, שהחל מהמאה ה-17 המו"ל הוא השחקן המרכזי המתווך בין המדפיס, מוכר הספרים והקורא. הוא היוזם את פרויקט הספר, או סדרת הספרים, מוצא לה מימון, מגדיר קהל יעד, וביחס אליו מגדיר את פורמט הספר, הגרפיקה שלו, ומחירו. הוא מגדיר אסטרטגיית הפצה ונמצא בקשר רציף עם קהיליית הקוראים, שאת דפוסי הקריאה וטעם הקריאה שלה הוא מנסה להגדיר.

* פרופ' עוזי אלידע (ouzi@com.haifa.ac.il) הוא פרופסור חבר בחוג לתקשורת באוניברסיטת חיפה

במקביל, הוא נמצא בקשר הדוק ומורכב עם קהיליית הסופרים. המו"ל הוא גם איש הקשר בין הממסד הפוליטי והדתי לבין עולם הספר. הוא זה שצריך להתמודד עם עולם הצנזורה והכפייה הפוליטית והדתית. את תכנית העבודה של לוסיין פבר מימשו אנשי הדור השני ושלישי של אסכולת "האנל", אנרי ז'ן מרטן (Henri Jean Martin) ורוז'ה שרטייה (Roger Chartier), שערכו בשנות השמונים של המאה העשרים מפעל מונומנטלי, בהשתתפות מאה חוקרים, שהקיף את תולדות המו"לות הצרפתית מימי הביניים ועד סוף המאה העשרים. פרויקט זה, שיצא במהדורה שנייה בתחילת שנות התשעים, הפך למודל מתודולוגי לקהילת חוקרי המו"לות בעולם מכיוון שהוא מציג מיגוון רחב של גישות כמותיות ואיכותניות, סוציולוגיות, כלכליות, סמיוטיות, אתנולוגיות, פוליטולוגיות, וכן גישות מתחום לימודי תרבות, לחקר המו"לות. בסך הכל, נלמדת תעשיית המו"לות הצרפתית כמערכת טוטלית, רבת מרכיבים, שבה השחקן הראשי - הייזם המו"לי - נמצא ביחסי גומלין מורכבים עם מספר רב של שחקנים במאבק מתמיד למימוש אסטרטגיות ופרקטיקות תרבותיות המהוות חלק מעיצובה של ההיסטוריה הסוציו-תרבותית הצרפתית.

מוטי ניגר קשוב למודל הצרפתי ובעקבות אנשי "האנל" תופס גם הוא את מפעל תולדות המו"לות העברית כחלק מפרויקט ההיסטוריה הסוציו-תרבותית העברית-ישראלית, כאשר המו"לות העברית משתתפת בראשיתה בתהליך של תיווך תרבותי בין מעגל הסופרים למעגל הקוראים, בעיצוב "הרפובליקה הספרותית" העברית. בעקבות תיאורית השדות של הסוציולוג הצרפתי פייר בורדייה (Bourdieu), המו"לות נתפסת ככלי מרכזי המעצב את שדה ייצור התרבות העברית ומשתתף מזה מאה שנים בתהליך בנין האומה העברית.

הספר מורכב ממבוא ותשעה פרקים. הפרק הראשון מציג תשתית תיאורטית ומתודולוגית, המשלבת את אסכולת "האנל" וסוציולוגיית התרבות של בורדייה, עם שימוש במודלים תקשורתיים שונים, כמו זה של היסטוריון הספר רוברט דרנטון (Darnton), בעצמו איש אסכולת "האנל" המייחס חשיבות לפונקציית המתווכת של המו"לות, כמי שמקשרת ומתאמת בין השחקנים השונים בתוך מערכת ייצור והפצת הספר. בחלקו השני של הפרק, המחבר מנסה להציג מודלים תיאורטיים משלו למערכת המורכבת בתוכה מתפקדת המו"לות. אחד המודלים כולל 24 שחקנים (סופרים, עורכים, מתרגמים, מדפיסים, חנויות ספרים, מבקרים וכו'), כאשר המו"ל נתפס כאחד מהם. מודל אחר בפרק הראשון מציג את השלבים השונים של תהליך העבודה המו"לית כתהליך תקשורתי. ניתן כמובן להתווכח עם מודלים אלו, בעיקר עם המודל הראשון הרואה במו"ל שחקן שווה ערך לצד שחקנים אחרים במערכת ולא שחקן מועדף ומרכזי המשתתף בעיצובה של המערכת.

הפרקים 2-9 מוצגים כפרקים התפתחותיים. כל אחד מהפרקים מתאר ומנתח את ההתפתחות התרבותית-היסטורית של המו"לות העברית כחלק מ"שדה הייצור התרבותי", כאשר הפרקים עצמם מאורגנים על פי עשורים, כשבכל פרק אמור המחבר לדון בהתפתחות המו"לות בעשור אחד. אבל ניגר איננו מבצע מחקר דיאכרוני-היסטורי לשמו. אין הוא בוחן בכל פרק את תנאי החיים הכלכליים-חברתיים-פוליטיים-תרבותיים, שאיפשרו את התפתחות המו"לות הארץ ישראלית

באותו עשור, ואין הוא מציג ראייה כוללת של התפתחות המו"לות העברית בעשור נתון. הוא מעדיף להשתמש במסגרת הזמן הדיאכרונית במסגרת גג אירגונית פורמלית, לתוכה הוא משלב את סיפוריהם של מספר רב של הוצאות לאור. הוצאות אלו ממוינות למספר קטגוריות-על: מו"לות משפחתית-קטנה, מו"לות משפחתית גדולה, מו"לות מסחרית גדולה, מו"לות נישא-זעירה, מו"לות מפלגתית-אידיאולוגית, מו"לות אקדמית-מוסדית ומו"לות פרטית-מצנטית. נייגר טוען, שקטגוריות המו"לות השונות התפתחו בהקשר לעשורים השונים. לדוגמא, קטגוריית המו"לות המשפחתית הקטנה נולדה בשנות העשרים, קטגוריית המו"לות האקדמית והמו"לות המצנטית הופיעו בשנות השלושים, ואילו המו"לות המפלגתית-אידיאולוגית הופיעה במלוא כוחה בתחילת שנות הארבעים. המסגרת הדיאכרונית מאפשרת לנייגר למקם לתוך עשור נתון קטגוריית מו"לות מרכזית וכל פרק כולל הצגת מספר רב של סיפורים מגבילים של תולדותיהן של הוצאות ספרים השייכות לאותה קטגוריה.

נייגר מספר את סיפור לידתן והתפתחותן של כל אחת מהוצאות הספרים בדרגות פירוט שונות; הוא מזהה ומשרטט את הפרופיל של המו"לים שעיצבו אותה ומציג את מאפייני קטלוג הספרים שפירסמה. אבל, הוא לא מגביל עצמו בפרקים השונים לגבולות העשור הנתון, אלא ממשיך ועוקב אחר התפתחות ההוצאה הרחק מעבר לגבולות הכרונולוגיים של הפרק וכך מוצא עצמו הקורא בפרק העוסק במו"לות העברית בשנות העשרים נע בעקבות סיפור התפתחותה של ההוצאה לתוך שנות הארבעים והחמישים והשבעים והשמונים. לאחר שהסתיים הטיפול בתת-פרק נתון, חוזר נייגר ופותח תת-פרק חדש אודות הוצאה נוספת ושוב מוחזר הקורא במהלך מעגלי לשנות העשרים. אולם, בסך הכל, המסגרת הדיאכרונית-התפתחותית משמשת כאן כמסגרת גג, שתפקידה להביא לפני הקורא סיפור מורכב של מו"לות עברית בארץ ישראל, סיפור שאין בו שחקן אחד מרכזי מוביל, אלא מספר רב של שחקנים, הנמצאים בקונפליקט בינם לבין עצמם, אבל גם ביחסי שיתוף פעולה וסימביוזה.

המחקר רחב ההיקף, שכתב נייגר, הוא קודם כל תוצר של סינתזה של מחקרים קודמים, לא רבים, העוסקים במישרין או בעקיפין במו"לות עברית. החל מעבודותיה החלוציות של זוהר שביט על החיים הספרותיים בא"י בתחילת המאה העשרים ולידת המו"לות העברית, דרך מונוגרפיות מעטות שיצאו על בתי הוצאה שונים, כמו "ספריית פועלים" או "דביר", וכלה בביוגרפיות על מו"לים ושחקנים מרכזיים בשדה היצור התרבותי העברי. לעומת זאת, המחקר איננו עשיר דיו בחומרים ראשוניים. נייגר מצטט אמנם כל מקור זמין החל מאוטוביוגרפיות ועד מידע שנאסף על הוצאות ספרים מתוך העיתונות. מקור חשוב הוא בסיס נתונים של ראיונות, שנייגר ועוזריו קיימו עם מו"לים עכשוויים, או עם קרובי משפחה של מו"לים שנפטרו. מקור מרכזי אחר, עליו נשען נייגר, הם קטלוגים של בתי הוצאה, המשמשים מקור מצוין לשיחזור התפתחות גוף הכותרים של ההוצאות השונות. אבל, בסך הכל החומרים הראשוניים העומדים לרשות נייגר אינם רבים. אין ברשותו בסיס ארכיוני רחב ומסודר של בתי הוצאה עצמם, התכתבויות, מסמכים כלכליים, וכו', בסיס ארכיוני מן הסוג שעמד לרשות היסטוריוני "האנל", כמו ז'ן איב מולייה (Mollier), שחקר

את בתי ההוצאה הגדולים בפריז במאה ה-19 וה-20 והצליחו לשחזר במדויק את הפעילות העסקית של בתי ההוצאה ואת אסטרטגיות הפעולה שלהם¹.

הטיפול בתולדות המו"לות העברית מתחיל בפרק השני. פרק זה מוקדש ללידתה של המו"לות העברית בארץ-ישראל קודם למלחמת העולם הראשונה. בתחילת הפרק, מקדיש המחבר עמוד אחד בלבד לשורשים האירופאים של המו"לות הארץ ישראלית. האמנם דמויות כמו בן-אביגדור, מי שמוגדר כאבי המו"לות העברית המודרנית, יוצר ספריית "ספרי אגורה" הפופולרית ומקים הוצאת "תושיה", ואליעזר קפלן, מנהל הוצאת "אחיאסף", ראויים לכמה שורות בלבד? ראוי היה להתעכב יותר על המו"לות העברית שקמה בוורשה, אבל גם באודסה, בקרקוב ובווילנה, ולהצביע על תרומתה לעיצוב פניה של המו"לות הארץ ישראלית.

נייגר מקדיש את עיקר הפרק השני לצמיחת המו"לות בארץ ישראל. הוא רואה בצדק בירושלים את מרכז הדפוס וההוצאה לאור הארץ ישראלית ועוקב אחר תרומתה של משפחת בן-יהודה לעולם העיתונות ולידת בית ההוצאה הראשון של שלמה ישראל שיריזלי "שי"ש", ששימש כמו"ל של עיתונות בן-יהודה והוציא לאור בצורת חוברות זולות את הרומנים בהמשכים שהופיעו בעיתון. חלק ניכר מהפרק מוקדש לתרומתה של העלייה השנייה לעולם המו"לות עם שני בתי הוצאה ממסדיים, "לעם" (מדע פופולרי) ו"יפת" (ספרות יפה מתורגמת), שתיהן פרי יוזמה של תנועות הפועלים "הפועל הצעיר" ופועלי ציון". מקום מיוחד מוקדש לדמותו של הסופר יוסף חיים ברנר כיוזם מו"לי.

הפרק השלישי עוסק בצמיחת המו"לות הארץ ישראלית בשנות העשרים "והלאה". המונח "והלאה" מאפשר למחבר שלא להישאר תחום לתוך שנות העשרים ולהמשיך ולגלוש עם הוצאות הספרים בהן הוא מטפל לעשורים הבאים. נייגר מקדיש את הפרק להוצאות הספרים המשפחתיות הקטנות, שחלקן מועבר מאירופה וחלקן מוקם בארץ. הכוונה לעסק משפחתי קטן, בו מרוכזות הפונקציה הניהולית כלכלית והפונקציה המקצועית בידי אנשי המשפחה. הפרק השלישי, כמו הפרק השני, הוא מעין סקירה כללית הבנויה על מחקרים קיימים. הוא פורש לפני הקורא את ההיסטוריה הקצרה של 14 הוצאות ספרים, הכוללת פרופיל של מקימיהן, התפתחות ההוצאה, סקירת קטלוג ההוצאה, וקהל היעד שלה. חלק מההוצאות נוסדו בחו"ל והועלו לארץ, כמו הוצאת "אמנות", שנוסדה ב-1917 והועברה לארץ ב-1925, הוצאת ש. שרברק, שנוסדה ב-1900 והועלתה לארץ ב-1933, שם שינתה שמה להוצאת "יזרעאל", או הוצאת "שטיבל", שנוסדה ב-1917 והעבירה את מרכז העולמי לארץ ב-1929. חלק אחר של ההוצאות המטופלות, הוקם בארץ, כמו הוצאת "מצפה" שנוסדה ב-1925, ואחר כך אוחדה עם "שטיבל" ופורקה בשנות הארבעים לשלוש הוצאות קטנות ("י. שרברק", "י. צ'צ'יק", ו"מ. נוימן"), הוצאת "מסדה" שהוקמה ב-1932 או הוצאת "אחיאסף" המחודשת שהוקמה ב-1937. נייגר מציין, שחלק מההוצאות הספרים, מקורן ברשת בתי מסחר לספרים, כמו הוצאת "מצפה", ששורשיה ברשת חנויות הספרים "תרבות", או הוצאת

¹ Jean-Yves Mollier, *L'Argent et les lettres- Histoire du capitalisme d'Édition, 1880-1920*, Paris, Payard, 1988.

"מסדה", שהוקמה מתוך חנות הספרים "מוריה". סקירת ההוצאות נשענת על מחקרים ואוטוביוגרפיות, אבל המידע על חלקן (הוצאת "אמנות" או "אחיאסף", לדוגמא) נשען גם על ראיונות עם בני משפחת המו"לים. הפרק כולל פרופיל של חלק מהמו"לים (ברכה פלאי מ"מסדה" או שכנא צ'פלוביץ-אחיאסף מ"אחיאסף") וניתוח קטלוג ההוצאות. אבל, הפרק אינו מתרכז בשנות העשרים והשלושים, אלא גולש בעקבות התפתחות הוצאות הספרים עצמן וסוקר את תולדותיהן עד סגירתן. בסך הכל, הקורא אכן מקבל תמונה על מיגוון ההוצאות העצמאיות שפעלו בארץ החל משנות העשרים, אולם ראוי היה בסוף הפרק להוסיף חלק מסכם, שבו המחבר מציג סינתזה של פעולות ההוצאות הפרטיות הקטנות, כדי להצביע על תרומתן לתרבות הספר העברי.

הפרק הרביעי מוקדש לתולדות המו"לות בשנות השלושים והלאה. לטענת נייגר, בתקופה זו נוצרו שני מודלים חדשים של מו"לות: המו"לות המצנטית והמו"לות המוסדית-אקדמית. כדוגמא למו"לות המצנטית, נייגר מציג את "הוצאת שוקן" שהוקמה ע"י זלמן שוקן ב-1931 והועלתה ארצה ב-1935. נייגר נעזר בביוגרפיות על שוקן, כמו זו של אנטוני דוד, ובעיקר במחקר המעמיק של דן לאור על עגנון, לצד ראיונות שקיים עם בני משפחה, כדי לפרוש דרכן פורטרט מקיף ומפורט על תהליך לידתה והתפתחותה של "הוצאת שוקן" כמוסד מצנטי. הוא משרטט את הפרופיל של זלמן שוקן כיום תרבות מתוחכם, את יחסיו עם סופריו ובעיקר בוחן את יחסיו הרכושניים עם עגנון וההסכמים הכובלים שחתם איתו, יחס רכושני שהעמיד בספק את ההילה המצנטית של ההוצאה שכן הוא העניק לה רווח גדול. נייגר ממשיך ובוחר את אסטרטגיות הפעולה של שוקן, כמו הקמת מחלקה מדעית בתוך ההוצאה, לצד הקמת המכון לחקר השירה והפיוט ב-1930 במטרה לחשוף את תולדות העם היהודי דרך הספרים, וכן - את תהליך העברת ההוצאה לישראל ב-1935 והקמת הוצאת שוקן בתל אביב ולצידה שלוחה בניו יורק ב-1946. גם כאן, חוצה נייגר את הגבול הכרונולוגי של הפרק ועוקב אחר גלגוליה של "הוצאת שוקן" בשנות החמישים והששים תחת ניהולו של בנו של זלמן שוקן, עורך "הארץ", גרשום, תקופה שבה ניכרת שקיעה בפעילות ההוצאה והכפפת האינטרסים שלה לאלו של העיתון.

לצד "הוצאת שוקן", נייגר עוסק ב"הוצאת תרשיש", שהוקמה ע"י עורכה לשעבר של "הוצאת שוקן" בברלין, משה שפיצר. זה האחרון הביא ארצה גופנים איכותיים מגרמניה והקים בארץ הוצאת ספרים שהתמחתה בהוצאת ספרים ביבליופילים יוצאי דופן, שהצטיינו באיכות גראפית חריגה בנוף המקומי. בית הוצאה נוסף, בו עוסק נייגר בהרחבה, הוא "מחברות לספרות" של ישראל זמורה, שהוקם כמפעל של איש אחד ב-1940 והוציא במשך שלושים שנותיו 300 כותרים. נייגר משרטט פורטרט של ישראל זמורה ושל החוג הספרותי של קבוצת אלתרמן, שמתוכו צמח בית ההוצאה, ומציג מודל של הוצאה ספרותית המצליחה, למרות היעדר משאבים, להוציא קורפוס ספרותי מרשים.

חלקו השני של הפרק עוסק בהוצאות הספרים הממסדיות-אקדמיות. כדוגמא למו"לות אקדמית-מוסדית, מביא נייגר את "הוצאת מאגנס", שקמה ב-1929 ביוזמת האוניברסיטה העברית והמתמחה בהוצאת ספרי עיון ומחקר ובכינוס אוצרות התרבות של הדורות הקודמים. באמצעות פרוטוקולים של ההוצאה משנות השלושים והארבעים, נייגר מציג את המכניזם של עבודת הוצאת ספרים אוניברסיטאית בארץ ישראל המנדטורית, את מטרות ההוצאה, את דרך עבודת מנגנון שיפוט הספרים, את אסטרטגיית בניית הקטלוג, את הפרויקטים החשובים של ההוצאה, ואת הדרך שבה הם התקבלו. גם במקרה זה, כמו במקרים קודמים, אין הסקירה נשארת תחומה בשנות השלושים, אלא עוקבת אחר התפתחות ההוצאה האוניברסיטאית עד סוף המאה העשרים ומקדישה דיון קצר למגמות התפתחות המו"לות האוניברסיטאיות בישראל בתחילת המאה ה-21.

לצד "הוצאת מאגנס", נייגר סוקר שתי הוצאות ממסדיות אקדמיות, שהוקמו מחוץ לעולם האוניברסיטאי: "הוצאת ביאליק" שהוקמה ב-1936 ע"י ההסתדרות הציונית לשימור אוצרות התרבות היהודית והעוסקת בפרסום תרגומים של מיטב הקלסיקות העולמיות לצד מחקרים מדעיים מרכזיים בתחום תולדות ישראל. לצידה, מוצג "מוסד הרב קוק" הקרוב לתנועת המזרחי, שמומן גם הוא מכספי ההסתדרות הציונית והוציא מאז הקמתו יותר מאלף כותרים של ספרות דתית, תורנית ומדעית.

גם בפרק הרביעי חסר חלק סיכום, הבוחן במבט מעל את תרומת ההוצאה המצנטית בכלל, וההוצאה האוניברסיטאית בפרט, לעיצוב תרבות הספר העברי.

הפרק החמישי של הספר מוקדש לניתוח הוצאות הספרים המפלגתיות אידיאולוגיות, המזוהות ברובן עם מפלגות השמאל, בשנות הארבעים והחמישים. הכוונה ל"הוצאת ספריית פועלים" (1939) של מפ"ם, "הוצאת הקיבוץ המאוחד" (1940) של ארגון בעל אותו שם, ו"הוצאת עם עובד" (1941) של הסתדרות העובדים, שנשלטה בפועל בידי מפא"י. ראוי לציין, שמו"לות מפלגתית הופיעה כבר בתקופה העות'מנית בדמות הוצאת "לעם". נייגר עצמו מזכיר, שהסתדרות העובדים הקימה כבר בשנות העשרים את "הוצאת דבר". אבל בתחילת שנות הארבעים נוצרה הקונוונקטורה הכלכלית, הפוליטית והתרבותית, שהובילה את מנהיגי מפא"י, ובראשם ברל כצנלסון, להקים את "הוצאת עם עובד", שהפכה לגוף המו"לי החשוב בארץ. חלק ניכר מהפרק החמישי מוקדש לניתוח פעולתה של "הוצאת עם עובד" בתקופת ברל ואחריו. נייגר מעלה על נס את פועלו של ברל, שהמצליח בשנים 1942-1944 להקים ארבע סדרות ספרים ולבנות קהל של 9,000 מנויים בתוך ישוב שמנה רק כמה מאות אלפי אנשים.

הישג זה מועצם לאור המשך הסקירה המתארת את התקופה שלאחר פטירתו של ברל, שבמהלכה שקעה ההוצאה בקיפאון ובמשבר עמוק על רקע מדיניות עריכה שמרנית, שבחרה לפרסם יצירות

מקור של סופרים מבוססים על פני פרסומם של סופרים צעירים, ובשל כספים שהופנו לקיום מנגנון אדמיניסטרטיבי מנופח במקום ייעוד הכספים לפרויקטים מו"ליים חדשים. גלגל ההצלה הופיע בדמות הסידרה "ספריה לעם", שעוצבה ע"י עורכי "עם עובד", שלמה גרודנסקי ומשה הורוביץ, במחצית שנות החמישים. סידרה זו כללה את מיטב הספרות העברית והכללית בפורמט ספרי כיס ובמחיר זול. ספרייה זו, שהיו לה אלפי מנויים, היא שחילצה את ההוצאה מהמשבר. אולם מעבר לסדרה, תרמה לשיקומה של ההוצאה, החלטתו של ראש הממשלה לשעבר, משה שרת, לקחת על עצמו ב-1956 את ניהול ההוצאה. שרת הצליח תוך זמן קצר לשקם את ההוצאה ולהפכה להוצאה פעילה, יוזמת ומחדשת, כאשר "הספרייה לעם" שימשה מנוע להתחדשות זו. החל משנות הששים, כל כותר בסידרה נמכר, בשל הסכמים קודמים עם ועדי עובדים, בעשרות אלפי עותקים. יוזמה זו הובילה סופרים מהוצאת אחרות, כמו "ספרית פועלים", לעבור "לעם עובד". המוצר עבר בתקופת משה שרת סטנדרטיזציה (פורמט כיס, היקף זהה של 250 עמוד, גרפיקה זהה, העדפת רומנים על סיפורים קצרים, מינון זהה של ספרות מקור ותרגום, עירוב של סופרים ותיקים וצעירים, הימנעות מחזרה על פרסום סופר שכבר פירסם בהוצאה) ונשען על קהל מנויים רחב, שהתחייב מראש לרכישת סדרות שנתיות בנות מספר כותרים קבוע.

נייגר ממשיך ובוחר את התפתחות ההוצאה בשנות השבעים והשמונים עם הקמת "ספריית אופקים", העוסקת בתחום העיון והמחקר, וכן את עיצוב אסטרטגיות הפעולה של ההוצאה בתחילת המאה ה-21, עת ההוצאה השתחררה מתלותה בהסתדרות והפכה להוצאה מסחרית לכל דבר.

לצד הוצאת "עם עובד", נייגר מקדיש חלק נרחב בפרק זה לניתוח פעילותן של הוצאת "הקיבוץ המאוחד" (1940) ו"ספריית פועלים" (1939) - הוצאות שאוחדו חמישים שנה לאחר הקמתן למסגרת אירגונית אחת. נייגר טוען, על בסיס ניתוח הקטלוגים של ההוצאות, שהן ראו עצמן לא רק אחראיות על סקטור מסוים של האוכלוסייה, אלא על התרבות העברית בכללותה ולכן בנוסף לתרגום של הוגים סוציאליסטים, הקפידו הוצאות אלו על תרגום יצירות קלסיות כלליות.

נייגר בוחר את התפתחת קטלוג הספרים של "הקיבוץ המאוחד", החל מספרה הראשון, "הידעת את הארץ" של יוסף ברסלבסקי, שהיה רב מכר מייד. הוא עוקב אחר התכתיבים האידאולוגיים הנוקשים, שעיצבו קטלוג זה בשנות הארבעים והחמישים, ובוחר את התפתחות ההוצאה עם פתיחתה בפני קבוצת סופרים ושילוב סידרת "סימן קריאה" לספרות עברית מקורית לתוך ההוצאה בתחילת שנות השמונים. סידרה זו הכניסה רוח חדשה להוצאה והובילה לפיתוח פרויקטים מו"ליים ספרותיים נוספים, כמו סדרת "הספרייה" בשיתוף עם הוצאת "כתר" (1986) ו"הספרייה החדשה" במנותק מ"כתר" (1989). שני פרויקטים אלו נשענו על הפצה בשיטת סידרת המנויים, כמו ב"ספרייה לעם". נייגר מתאר בהרחבה את התפתחות ההוצאה ואת סידרת "הספרייה החדשה",

בוחר את היתרונות והחסרונות של שיטת המנויים, ומשרטט את הפרופיל של עורך הסדרה, מנחם פרי, ואת אסטרטגיות הפעולה המו"ליות שלו.

החלק האחרון של הפרק החמישי מוקדש לניתוח פעולותיה של הוצאת הספרים של מפ"ם, "ספריית פועלים" (1939). נייגר מאפיין תקופה של צמיחה בשנות הארבעים והחמישים ותקופת שקיעה בשנות הששים-שמונים. בתקופת הזוהר והשיא, בולט המשורר אברהם שלונסקי כדמות המרכזית בהוצאה האחראי לגיוס סופריה ולעיצוב קטלוג הספרות היפה והמתורגמת שלה. בעזרתו של שלונסקי, הצליחה "ספריית פועלים" לאסוף תחת כנפיה את מרבית היוצרים בני דור הפלמ"ח: משה שמיר, נתן שחם, אהרון מגד, חנוך ברטוב, ס. יזהר, נעמי פרנקל ועד נתן יונתן. שלונסקי עיצב גם את קטלוג הספרות המתורגמת של ההוצאה עם יצירות של פושקין, המינגווי, הנריך מן, ג'ון סטיינבק ושרל בודלר. אולם, החל ממצחית שנות החמישים, ניכרת שקיעת ההוצאה ונטישת סופריה העוברים להוצאות המתחרות. למעשה, מאז, ההוצאה לא התאוששה (נייגר מציג סידרה של סיבות כלכליות, פוליטיות ואדמיניסטרטיביות לשקיעת ההוצאה), וסופה שהיא מתאחדת איחוד אדמיניסטרטיבי בסוף שנות התשעים עם הוצאת "הקיבוץ המאוחד". אולם, יחסי הכוחות בשותפות זו הם 78 אחוז ל"קיבוץ המאוחד" ו-22 אחוז ל"ספריית פועלים", עדות לשקיעתה של הוצאה מפוארת.

הפרק השישי של הספר חוזר לעסוק בהוצאות ספרים פרטיות קטנות בשנות הששים והלאה. הוצאות אלו מייצגות שתי מגמות מנוגדות: מחד, הוצאות אליטיסטיות המשוקות ספרי שירה בעיקר לקהל יעד מצומצם, ומאידך, הוצאות מסחריות המייצרות לקהל יעד המוני ספרות פופולרית במחיר שווה לכל נפש. החלק הראשון של הפרק מציג סקירה של התפתחות הוצאות ספרותיות קטנות, כמו הוצאת "עכשיו" (1957) בהנהלת גבריאל מוקד, שביקשה להחליף את הפואטיקה של אלתרמן ושלונסקי בפואטיקה חדשה, אקזיסטנציאלית-ביקורתית. בין היוצרים (כ-150 כותרים) שפירסמה, בלטו יונה וולך ומאיר ויזלטיר, אהרון שבתאי ואהרון אפלפלד. הוצאה אחרת הייתה הוצאת "עקד" (1958), בהנהלת איתמר יעוז-קסט, שניסתה לתת ביטוי לרב תרבותיות הישראלית והוציאה ספרי שירה של משוררים כיאיר הורוביץ, אגי משעול, סמי שלום שטרית, דורית רביניאן ונעים עריידי, סה"כ כ-900 כותרים. נייגר מנתח את דרך הפעילות של הוצאות קטנות אלו ומראה כיצד למרות מגבלות כלכליות הצליחו לעצב את הנוף התרבותי הישראלי, בעיקר בשנות הששים עד השמונים.

החלק השני של הפרק עוסק בהוצאות מסחריות קטנות, המתמחות בהוצאת "ספרות זולה", ספרות פופולרית בכריכה רכה, בתפוצה רחבה, ובמחיר זול. נייגר מתמקד בשתי הוצאות ספרים שהוקמו במחצית שנות החמישים: "הוצאת שלגי-רמדור" ו"הוצאת מ. מזרחי". ראוי היה להדגיש, שהמו"לות הפופולרית לא נולדה בארץ-ישראל במחצית שנות החמישים, אלא כבר בתחילת המאה, עם הופעת המו"ל העברי הראשון, שלמה ישראל שיריזלי, שהפיץ ספרות פופולרית בפורמט קטן

ובמחיר זול. מו"לות זו מתפתחת בתחילת שנות השלושים עם סדרת ספרוני "הבלש", בהוצאת שלמה בן-ישראל ואלכסנדר מוזס, ומגיעה לשיא עם הוצאת "הרומן הזעיר", שהחלה בפעילותה בתל אביב ב-1939. אבל ללא ספק, שנות הששים והשבעים היו מתקופות השיא של זינר מו"לי זה והוצאות שלגי ומזרחי הובילו את המהלך. "הוצאת שלגי-רמדור", בהנהלת אורי שלגי, נוסדה ב-1959 והתמחתה בהוצאת ספרוני מערבונים, (ביל קרט), סוכני ריגול (פטריק קים), והרומן הרומנטי, יצירות שנכתבו ע"י יוצרים מקומיים. לצידם, פירסמה ההוצאה את ספרי חסמב"ה של יגאל מוסינזון. לאור השינויים בעולם ההוצאה לאור, עברה ההוצאה מאוחר יותר להתמחות בהפקת ספרי תשבצים. נייגר מתאר את הפעילות בהוצאה הקטנה הזו, כאשר כל בני המשפחה שותפים להפקת הקטלוג הפופולרי. לצד "הוצאת שלגי", פעלה בהצלחה מרובה "הוצאת מ. מזרחי", שהוקמה ב-1955 על ידי מאיר מזרחי, והוציאה במהלך פעילותה אלפי כותרים (קטלוג 2,500 הכותרים של ההוצאה הוא חלקי בלבד) בפורמט קטן ובכריכה רכה. ביניהם, ספרות בלשית של אגתה כריסטי, ספרות טרזן, ומערבונים. סופר הבית של ההוצאה, שרגא גפני, אחראי להצלחות מו"ליות, כמו סדרות "דנידין", "השביעיה הסודית", ו"הספורטאים הצעירים". ראוי היה בחלק זה להרחיב ולעסוק באסטרטגיות עיצוב המוצר, טכניקות הפצה והיקף תפוצה.

בפרק השביעי, הממוקם בשנות השבעים והלאה, נייגר חוזר לשתי הוצאות ספרים שבהן עסק בפרק הרביעי: "הוצאות שוקן" ו"מחברות לספרות", הוצאות משפחתיות מצנטיות שהפכו עם הדור השני והשלישי להוצאות מסחריות לכל דבר. החלק הראשון של הפרק מוקדש לבנו של ישראל זמורה, אוהד זמורה, שהקים על תשתית הוצאת הספרים של אביו עם שני שותפים, ב-1973, את הוצאת "זמורה-ביתן-מודן", או "זב"מ". נייגר עוקב אחר תהליך צמיחתה של ההוצאה והרחבת הקטלוג שלה באמצעות קניית ההוצאה הוותיקה "דביר", קניה שאיפשרה לצרף יוצרים כמו ביאליק וס.יזהר, לצד עיצוב אסטרטגיית גיוס של יוצרים צעירים, כמו עירית לינור, ותרגום ספרות ילדים מאנגלית וצרפתית. מקום נפרד מקדיש נייגר לתהליך עיצוב הספרים של הוצאת זב"מ: איכות הנייר, הגרפיקה, עיצוב הצילום. זהו העיצוב, ששירת היטב את שיווק ספרי הבישול של ההוצאה ("מהמטבח באהבה" של רות סירקיס).

החלק השני של הפרק מוקדש ל"הוצאת שוקן", שתחת ניהולה של בת הדור השלישי של המשפחה רחלי אידלמן, הופכת מאז סוף שנות הששים מהוצאה מצנטית להוצאה מסחרית לכל דבר. נייגר מדגיש את חשיבותה של רחלי אידלמן כמו"לית יוזמת, שחילצה את ההוצאה ממשבר ארוך שנים ותרמה להעשרת הקטלוג שלה. אמנם יחסי מצנטיות, כמו אלה שהתקיימו עם עגנון, הסתיימו בשנות השבעים, אבל ההוצאה עדיין סיבסדה את פעילותם של חוקרים, כמו שבתי טבת שכתב את הביוגרפיה רבת הכרכים על בן גוריון. נייגר בוחן טקטיקות עבודה של אידלמן ביחס למו"לים מתחרים, כמו החלטה להסתיר הכנת ספרים, או להפיץ דיסאינפורמציה ביחס לספרים אחרים, כדי ליצור רושם כוזב אצל המתחרים כאילו הוצאת הספר תארך עוד זמן רב. נייגר מתעכב גם על מאבקה החשוב של אידלמן ברשת חנויות הספרים "סטימצקי", שניצלה את המונופול שהיה לה בזמנו כדי לגבות כספים לא חוקיים מהמו"לים. בסך הכל, בעוד שבתקופת זלמן וגרשום שוקן

הדפיסה ההוצאה כ-200 כותרים, הרי שמאז שאידלמן מנהלת אותה, הופיעו יותר מאלף כותרים, שהיו מגוונים בהרבה בנושאים.

הפרק השמיני של הספר ממוקם בשנות השמונים "והלאה" והוא עוסק במו"לות מסחרית גדולה, קרי מו"לות שעוצמתה המסחרית וכוחה הפיננסי הולכים וגדלים. נייגר בוחר בשתי הוצאות מסחריות גדולות, "כתר" ו"ידיעות ספרים". עם התחזקות החברה הקפיטליסטית הישראלית והחלשת החברה הסוציאליסטית, נחלשות ההוצאות המפלגתיות-מוסדיות-אידאולוגיות, ועל השדה המו"לי משתלט לחלוטין מודל הוצאת הספרים המסחרית הפועלת אך ורק על בסיס תכתיבים של אינטרס הרווח. בשנות העשרים והשלושים, יש הרבה מאוד יזמים מו"ליים משפחתיים קטנים, אך אלו מפנים בהדרגה את מקומם לחברות מסחריות ריכוזיות גדולות. כתוצאה מכך, ככל שאנו מתקרבים יותר לסוף המאה העשרים, כך מספר קטן והולך של חברות מו"ליות שולט על נתח שוק גדל והולך של שוק הספרים בארץ. שתיים מהוצאות הספרים הענקיות האלו יתבלטו החל משנות השמונים: "הוצאת כתר" ו"הוצאת ידיעות אחרונות".

"הוצאת ידיעות אחרונות" שייכת לעיתון בעל אותו שם של משפחת מוזס שהוקם ב-1939. משפחת מוזס הקימה בשלב מאוחר יחסית, ב-1975 את "הוצאת עיזנים" בשיתוף עם אשר וייל. ההוצאה, בה היה פעיל האיש המרכזי בעיתון דב יודקובסקי, הוציאה ספרי אקטואליה, פרי עטם של עיתונאים. אולם עם פרישתו של דב יודקובסקי, פרש העיתון בהדרגה מפעילות בהוצאה. במחצית שנות התשעים, הקים העיתון מפעל משלו תוך שיתוף פעולה עם מו"ל קטן בשם "ספרי חמד", השייך למשפחת אייכנולד, שהתמחה בהפקה והפצה של אנציקלופדיות פופולריות. השותפות בין "ידיעות אחרונות" ל"ספרי חמד" נשאה את השם "משכל". היא נוהלה ע"י דב אייכנולד והפיקה רבי מכר בתחום העיון, הפרוזה וספרי הילדים, ובשנת 2003 מכרה כשני מיליון ספרים משלה, ביניהם בולטת סידרת הספרים "ספריית פרוזה", המתמחה בספרות יפה וספרי עיון. ההוצאה הוציאה גם פרויקט יוקרתי, "עם הספר" (2007), שמטרתו הפצת אוצרות הרוח של התרבות העברית החילונית והדתית (סדרות "פרוזה ישראלית" ו"ארון הספרים היהודי"). נייגר סוקר את הפקת הסידרה, שנעזרה בסיבסוד של בנק הפועלים, מן הצד הצורני-גרפי, העריכתי, והכלכלי-הפצתי. זהו אחד המפעלים השאפתניים האחרונים של המו"לות העברית, אולם הוא לא הושלם בשל קשיים כלכליים.

נייגר מצביע על שיתוף פעולה פורה בין "הוצאת ידיעות אחרונות" להוצאות נישה קטנות, כמו "בבל" ו"ספרי עליית גג". נייגר מרחיב ועוסק גם בשימוש שעושה ההוצאה בעיתון לקידום מכירת ספריה, באמצעות ראיונות ופירסום פרקי הספר במוסף הפופולרי "שבעה ימים", לצד מכירת הספרים בהנחה לקוראי העיתון תוך ניצול תפוצתו העצומה של העיתון. הוא עוקב אחר טכניקות השיווק של מנכ"ל ההוצאה דב אייכנולד, הניסיון להגדיר במדויק את קהל היעד, הקשר עם ועדי עובדים, קיום ימי עיון לספרים חדשים במקומות עבודה, שליחת אנשי מכירות לגנים ובתי ספר,

חלוקת פרקים בחינם מתוך ספר לנוסעי הרכבת, ואף מבצעים כמו קבלת כוס קפה בתמורה לרכישת ספר. ההוצאה אף הקימה מסגרת בדיקה מוקדמת של פוטנציאל מכירות הספרים באמצעות "קהילת קוראים משפיעים", שמורכבת מקבוצות מדגם של קוראים שקיבלו את הספר לפני הפצתו והתבקשו לשתף את ההוצאה ואת חבריהם ברשימהם.

לצד הוצאת "ידיעות אחרונות", ניגר בודק בפרק השמיני את הוצאת "כתר". זהו בית הוצאה ציבורי, שמניותיו נסחרו בבורסה ושהתפתח בעיקרו מתוך מפעל האנציקלופדיה באנגלית "יודאיקה" (1966-1971). בשנות השבעים והשמונים, הצטיידה ההוצאה במערכת דפוס המשוכללת בארץ ובנתה פעילות מו"לית מגוונת, שכללה ספרות פופולרית, ספרי בישול, ספרי ילדים, ואף ספרות יפה שהיוצר המזוהה עמה היה עמוס עוז, שאף קיבל מההוצאה משכורת חודשית. ההוצאה התבלטה בהוצאת סדרות איכות ספרותיות, כמו "קו התפר" בעריכת יגאל שוורץ. לסידרה זו היו מאפיינים טיפוגרפיים ייחודיים והיא התמקדה בקולות שונים בספרות העברית. לאחר גילגולים, עברה ההוצאה ב-1991 לידי משפחת רשף, שהחזיקה בה עד 2016.

ניגר עוקב בפרק אחר אסטרטגיית המו"לות של יון פדר, מנכ"ל ההוצאה תחת שליטתה של משפחת רשף החל משנות התשעים. הוא בוחן את החלטתו לסגור את רשת חנויות הספרים של ההוצאה, שהסבה לה הפסדים בתחרות מול רשת "סטימצקי" והחלטה נוספת לדלל את מספר הכותרים החדשים בטענה שאין הגיון כלכלי להוציא מספר גדול מדי של כותרים. ב-2016 הועברה השליטה בהוצאה ממשפחת רשף לעודד מודן, בעל "הוצאת מודן" ואחד השותפים ב"צומת ספרים", עובדה שחזקה עוד יותר את תהליך הריכוזיות בשוק המו"לות. זאת, גם לאור הקירבה בין מודן לבין הוצאת הספרים, שהפכה בתחילת המאה ה-21 לשחקן החשוב ביותר בשוק המו"לות הישראלי, הוצאת "כנרת-זמורה-ביתן-מודן-דביר", שבה ניגר עוסק בהרחבה בפרק התשיעי והאחרון.

הפרק התשיעי מכסה את שנות התשעים של המאה העשרים ואת העשור הראשון של המאה ה-21. כאמור, מגמת ההתפתחות של עולם המו"לות המקומי היא זו של קומודיפיקציה וצנטרליזציה הולכת וגוברת, מגמה המגיעה לשיאה עם יצירת הוצאת הענק "כנרת-זמורה-ביתן-מודן-דביר". תהליך מירכוז זה חופף לתהליך מונופוליזציה בשוק הפצת הספרים, כאשר שני ענקי הפצה: "צומת ספרים", השייכת לתאגיד "כנרת-זב"מ", ו"סטימצקי", שולטים ביד רמה בשוק. תאגיד הענק "צומת ספרים" הוא תוצר של חיבור שנעשה ב-1996, בין הוצאת "כנרת" (1978), שהתמחתה בהוצאת מדריכי טיולים, ספרי קלטת וספרי ילדים, לבין "הוצאת זב"מ-דביר". התאגיד הענק, הנשלט על ידי איש הדור השלישי של משפחת זמורה, ערך זמורה ומשפחת אילגון-רוז מ"כנרת", הוא בעל עוצמה שיווקית עצומה המאפשרת לו להוריד את מחירי הספרים. כתוצאה מכך, צריך המו"ל למכור 4,000 ספרים כדי שלא ייגרמו לו הפסדים, זאת לעומת כ-2,000 ספרים בתקופה שקדמה לתחילת התחרות בין ענקי הפצה.

אולם, כפי שנייגר מציין בחלקו האחרון של הפרק התשיעי, צמיחתו של גוף מו"לי ענק כמו "כינרת-זב"מ-דביר", לא חיסל את הוצאות הספרים הקטנות שהמשיכו לפרוח בתחילת המאה העשרים ואחת. נייגר סוקר מספר רב של הוצאות נישה קטנות, המעסיקות מספר קטן של עובדים ומוציאות עד 20 כותרים בשנה. ביניהן: הוצאות "כרמל", "בבל", "תרמיל", "רסלינג", "קשת", "אבן חושן", "חרגול", "נהר ספרים", "אחוזה בית" ועוד. הוצאות אלו שורדות בזכות התמחותן בקטיגוריות נושא ספציפיות המכוונות לקהל יעד מוגדר. בדרך זו, הן מצליחות לשמור על ריווחיות למרות שליטת ענקיות המו"לות.

לסיכום, ספרו של מוטי נייגר הצליח להקיף ולסמן מגמות בהתפתחות המו"לות העברית בארץ ישראל לאורך מאה שנות קיומה, בין תחילת המאה העשרים לבין תחילת המאה עשרים ואחת. זהו ספר יסוד חלוצי, שישמש נקודת מוצא ופתיחה לכל מחקר עתידי על תולדות המו"לות העברית בארץ. נייגר הצליח בספר זה, למרות שאיננו חף ממגרעות, לשלב לתוך מחקר אחד את סיפור לידתו, התפתחותו ושקיעתו של רוב הוצאות הספרים שצמחו בארץ. הצבתם של עשרות סיפורי ההוצאות לאורך ציר דיאכרוני מאפשר לראות את מגמות ההשתנות של קטיגוריות המו"לות המרכזיות לאורך משך זמן ארוך, לעקוב אחרי אסטרטגיות הפעולה השונות של ההוצאות ואחר האופן שבו הן בנו את ארון הספרים העברי. התמונה הגדולה שמספק לנו מוטי נייגר, מתארת את הסיפור הדרמטי של לידתו, צמיחתו, אבל גם תחילת שקיעתו, של עולם הספר העברי. שכן, למרות קיומה של מו"לות נישה מתמחה, נחלש עולם הספר העברי בשל ריכוזיות יתר ותפיסת הספר כסחורה הנמדדת במושגים של רווח והפסד. זוהי סחורה, הנמכרת באמצעות הדואופול "סטימצקי" ו"צומת ספרים" במחירי דמפינג, כאשר המו"לות המוסדית והמצנטית, היוצרת פרויקטים תרבותיים שלא למטרות רווח, כמעט ועברה מן העולם. הפתרון לבעיית המיסחור והריכוזיות, ע"פ המחבר, היא החזרת הרגולציה ומתן הגנה משפטית יעילה לספר העברי כנגד המונופולים הדורסניים, מצד שני, המחבר תולה תקוות בהתפתחות הטכנולוגיה הדיגיטלית להוצאת ספרים, שתניע תהליך של דמוקרטיזציה של ענף המו"לות, שתאפשר הוצאה עצמית של ספרים, נוסח ספרו של נייגר עצמו, תשחרר את המו"ל מלחצים כלכליים ופוליטיים, ותשנה לחלוטין את חווית הקריאה של הספר. ייתכן, וכל זאת, יוביל לרנסנס מחודש של הספר העברי.