



بازار کتاب؛ رشد تولید و بحران توزیع

● **سمیعی:** به نام خدا، کتاب ماه کلیات از جمله مجلات علاقمند به بررسی مسائل کلی نشر در کشور است و در این زمینه، مقالات و گزارشهای خبری و فعالیتهایی را به خوانندگان محترم ارائه داده است. در این جلسه با حضور صاحب‌نظران به مشکلات توزیع کتاب و محصولات فرهنگی می‌پردازیم و صاحب‌نظران برای حل کاستیهای موجود، راهکارهایی را ارائه می‌کنند. اولین سرفصل، بررسی وضعیت توزیع محصولات فرهنگی در دهه ۷۰ است. دهه ۷۰ از نظر تقویت بنیه تولید نشر، دهه بسیار موفقی بوده است. سیر صعودی عناوین تولید شده در بازار نشر ایران، هر سال با بیشتر از میزان پیش‌بینی شده روبه‌رو بوده است که این خود پدیده مبارکی است. ولی متأسفانه، کتابخوانی، یعنی استفاده و فرهنگ استفاده از کتاب، هنوز نهادینه نشده و متناسب با تولید نبوده است. باید تحلیل شود که چه حلقه مفقوده‌ای بین رشد موفق تولید ولی رشد ناموفق کتابخوانی وجود داشته است. از جناب آقای قدیانی دعوت می‌کنم در این زمینه و کلاً سابقه کتاب در دهه هفتاد صحبت فرمایند.

● **قدیانی:** با پیروزی انقلاب اسلامی، موج نشر کتاب واقعاً فراگیر بود. مردم کتاب را برای خود و دوستانشان تهیه می‌کردند و به هر حال تیراژها رشد می‌کرد و مردم تشنه و نیازمند به کتاب بودند. وقتی به مرحله جنگ تحمیلی رسیدیم، مردم سرگرم جنگ و مسائل خاص خود شدند که در این زمان و بیشتر در سالهای ۶۵ تا ۶۸ بود که مشکلات توزیع کتاب فزونی یافت و به بن بست کشید که الان اکثر ناشران ما به آن واقفند و قبول دارند. اگر ما

شرکت‌کنندگان در میزگرد:

۱. محمد جواد مظفر مدیر مسئول انتشارات کویر
۲. قدیانی مدیر مسئول انتشارات قدیانی
۳. علیرضا زرگر مدیر سازمان پخش کتاب ایران (پکا)
۴. هاشمی نایب رییس اتحادیه ناشران تهران
۵. یدالله سعدی، مدیر مسئول انتشارات دلیل ما
۶. محسن رضایی، مشاور فرهنگی معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۷. محمد سمیعی، سردبیر کتاب ماه کلیات

سرفصلهای این میزگرد عبارت‌اند از:

۱. بررسی وضعیت توزیع محصولات فرهنگی در دهه گذشته
۲. میزان تأثیر توزیع در فرآیند اقتصاد نشر
۳. رابطه تولید و توزیع در این عرصه
۴. نقش حمایت‌های دولت
۵. توزیع و فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات
۶. نقش تبلیغات و اطلاع‌رسانی
۷. مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته
۸. تأثیر بهای پایین کتاب در توزیع
۹. آیا توزیع محصولات فرهنگی در شرایط کنونی کشور اقتصادی است؟



نگاه فرهنگی به خصوص در گوشه و کنار شهرهای بزرگ مثل تهران شروع کنیم. بنابراین مردمی که متهم به مطالعه نکردن



قدیانی:
با موج نمایشگاه‌های استانی و یا نمایشگاه‌های بین‌المللی یا دادن وام یا کاغذ به ناشران، باعث پیشرفت ناشران شده بود ولی همسو با دیگر مسائل، مثل ایجاد کتاب‌فروشیها نبوده است. یعنی این سیاستهای حمایتی فراگیر نبوده که بتواند بستر کتاب‌فروشی را به همان اندازه هموار کند.

کتاب هستند، همه تقصیر را به عهده ندارند و مقداری تقصیر به گردن این قسمتهاست. مشکل اساسی، کمبود کتاب‌فروشی است و دولت باید بستر آن را ایجاد کند، مثلاً شهرداریها در پاساژهایی که ساخته می‌شود، یکی از مغازه‌ها را ارزاتر در اختیار کتاب‌فروشیها قرار دهند تا همکاران ما فقط در گوشه و کنار دانشگاه جمع نشوند و به قسمتهای دیگر شهر هم بروند. ما حدود ۸ ماهی است که فروشگاه شهر کتاب نور را در اختیار داریم و شاهد آنیم که مردم آن منطقه چگونه کتابهای روز را دنبال می‌کنند و منتظر آنند که کتاب جدیدی برسد تا آن را خریداری کنند. به نظر من نمی‌توان همه این مشکلات را به گردن کتابخوان نبودن مردم انداخت و مسئولان دولتی نیز در این باب مقصرند.

● سمیعی: با تشکر از آقای قدیانی، ایشان مانند قاطبه دست‌اندرکاران صنعت نشر، وظیفه دولت می‌دانند که همانطور در تولید حمایت می‌کند، در توزیع کتاب هم حمایت کند. یعنی امکانات لازم را

علتهای آن را بررسی کنیم به مسائل زندگی مردم مانند کار و جنگ و... و در نتیجه نبود کتاب‌فروشیها در گوشه و کنار می‌رسیم! گاهی به نظر من در همین تهران، کتاب‌فروشیهایی که در سالهای ۵۰ یا ۵۵ در گوشه و کنار بوده و اغلب به فروش لوازم التحریر و کتابهای کمک‌درسی مشغول بودند، کمتر شدند، البته در مقابل یک سری از کتاب‌فروشیهای بزرگی مانند شهرکتاب بوجود آمده است. به عبارت دیگر امروزه علیرغم رشد ناشران جوان و قشر تحصیل‌کرده‌ای که وارد این صنعت شدند، کتاب‌فروشیها و سیستم توزیع نتوانسته رشد کند و شاید علت، همان سودآور نبودن کتاب، برای این قشر است. اگر بررسی کوتاهی داشته باشیم، می‌بینیم که دولت نیز در این امر مقصر بوده است. چون به یاد داریم که ممیز دارایی و یا بیمه و شهرداریها نگاهی را که به شغل‌های دیگر داشتند به کتاب‌فروشی نیز همان نگاه را داشتند؛ منتها آمار شغل‌های دیگر به دست نمی‌آمد ولی آمار ما ناشران به راحتی به دست می‌آمد و قبضه‌های مالیاتی سنگینی که همیشه باعث مشکلاتی است، داشتیم. در کنار آن نیز دولت حمایت‌هایی را داشته است، مانند سیاستهای جناب آقای مسجدجامعی در دهه گذشته در پست معاونت امور فرهنگی که با ایجاد موج نمایشگاه‌های استانی و یا نمایشگاه‌های بین‌المللی یا دادن وام یا کاغذ به ناشران، باعث پیشرفت ناشران شده بود ولی همسو با دیگر مسائل، مثل ایجاد کتاب‌فروشیها نبوده است. یعنی این سیاستهای حمایتی فراگیر نبوده که بتواند بستر کتاب‌فروشی را به همان اندازه هموار کند. آنچه که اکثر همکاران ما در توزیع بحث دارند، همان ویتربینی است که در آن مشکل داریم و آن را باید به گونه‌ای دست در دست همدیگر و با همکاری شورای شهر و با

برای رساندن به دست خوانندگان و علاقمندان فراهم کند. البته این سؤال پیش می‌آید که چرا اقتصاد کتاب، تا این حد، اقتصاد حمایتی شده است؟ چرا ما در دیگر محصولات، نیاز به حمایت نداریم؟ مشاهده می‌کنیم که محصولات مختلفی که در جامعه ما تولید می‌شود، خود راهکار توزیع را بدون هیچ حمایتی پیدا می‌کند، ولی چرا ما باید در مورد کتاب، تفکر حمایتی داشته باشیم؟ از جناب آقای رضایی دعوت می‌کنم که کلاً میزان تأثیر فعالیت توزیع در اقتصاد نشر را با دید اقتصادی، نه با دیدی که ما الان با دید حمایتی از آن تعبیر می‌کنیم، بررسی کنند تا به بحث نقش دولت برسیم و مجدداً از آقای قدیانی تقاضا کنیم که مسئله را در آنجا شفاف‌تر کنند.

● رضایی: مایل بودم که دوست عزیزم آقای آذرنگ نیز در این جمع حضور داشتند و نگاه تحلیلی‌تری به مباحث می‌شد. در مورد



رضایی:
سیاستهای دولت در نوع حمایت از نشر حرفه‌ای و نشر آماتور باید تفاوتی قائل شود. در کشور ما چنین تفاوتی وجود ندارد و هر کس امتیاز نشر را گرفت، می‌تواند از سیاستهای حمایتی استفاده کند. طبیعتاً ما باید نشر کشور را به سمتی ببریم که نشر حرفه‌ای را حمایت کنیم

با خواندن کتاب، نیازی از آنها رفع خواهد شد، یعنی اشتغال در جامعه ما ربطی به مطالعه ندارد و مصرف کالای فرهنگی یک امر تشریفاتی است.

پیش فرض بعدی این است که فعالیتهای فرهنگی مثل بعضی دیگر از فعالیتها که فعالیتهای اقتصادی نام می‌گیرند، مشمول حمایت و یارانه شده‌اند و چون قبلاً مشمول شده‌اند و به آن عادت کرده‌ایم، دست کشیدن از آن بسیار سخت و یا ممتنع است. مطلب بعدی که باز پیش فرض ما می‌باشد این است که دولت سیاستهای حمایتی‌ای را طراحی کرده است و این سیاستهای حمایتی به دلیل عقبتر بودن کشور ما به عنوان کشوری در حال توسعه از کشورهای توسعه‌یافته، تولید انبوه را پیش گرفته است. در دهه ۷۰ که دوستان هم اشاره کردند، تولید رشد داشته است در حالی که دوستان می‌دانند که از دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی، تولید انبوه تقریباً جای خود را به مشتری‌گرایی و مخاطب محوری داده است و وقتی که چنین تغییری حادث شود، زیرساخت تولید عوض می‌شود. الان به نظر ما زیرساخت تولید به اندازه کافی در کشور حمایت شده و علت این امر رشد نشر غیر حرفه‌ای است.

شاید دوستان ناشر این امر را بر ما خورده بگیرند، اما در تمام جوامع، ما دو نوع نشر و دو نوع فعالیت داریم، یکی فعالیت حرفه‌ای و دوم فعالیت آماتور. سیاستهای دولت در نوع حمایت از نشر حرفه‌ای و نشر آماتور باید تفاوتی قائل شود. در کشور ما چنین تفاوتی وجود ندارد و هر کس امتیاز نشر را گرفت، می‌تواند از سیاستهای حمایتی استفاده کند. طبیعتاً ما باید نشر کشور را به سمتی ببریم که نشر حرفه‌ای را حمایت کنیم تا بتوانیم این پیش فرضهایی که می‌شمارم را یکی یکی مرتفع کنیم. در مورد بحث نقش توزیع، ابتدا من نکته کاملی را عرض کنم که ما در روابط تجاری و معاملات خود در ایران هیچ ضابطه مدوئی نداریم. شاید در ۱۵ یا ۲۰ سال پیش برای روابط تجاری، ضابطه عرفی وجود داشت که همان حسن شهرت و اعتبار بود. امروز با کمال تأسف آن حسن شهرت و اعتبار جای خود را خالی کرده و نظام دیگری جایگزین آن نشده است. از عمده‌ترین شاخصهای یک نظام توزیع مناسب، حفظ منافع تولید کننده، مصرف کننده و عوامل توزیع است - مايلم در این مورد توجه کافی شود - و این را ما در سیستم توزیع در ایران نمی‌بینیم.

حفظ منافع این جمع می‌تواند در وارد کردن بخشی از پولهای جامعه به سمت کتاب و کتابخوانی تأثیر بسزایی داشته باشد. نکته دوم که به آن کمتر توجه می‌شود، این است که بهره‌گیری از یک

اقتصاد کتاب و یا این که نقش توزیع کتاب در اقتصاد چیست، چند پیش فرض داریم که باید به عنوان واقعیتهای فکری، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور بپذیریم. هر جامعه‌ای برای خود بافتی دارد. ما نمی‌توانیم خارج از این بافت، اظهار نظری کنیم. پیش فرض اول این است که اقتصاد ایران بیش از ۷۵ درصد دولتی و یا وابسته به دولت است، طبیعتاً اقتصاد کتاب نمی‌تواند مستقل از این سیاست کلی یا راهبرد اصلی دولت، راهی را در پیش گیرد. پیش فرض دوم این است که فرهنگ ما محدودیت‌زاست و این را باید به عنوان یک واقعیت موجود در جامعه و واقعیت تاریخی بپذیریم؛ فرهنگ، آداب و سنت ما محدودیت‌زاست. نکته بعدی این که فعالیتهای فرهنگی در جامعه ما نهادینه نشده است. به این معنی که مصرف کالای فرهنگی در خانواده‌ها عادت نشده است و به عنوان یک کالای تشریفاتی به آن نگاه می‌شود که این هم ریشه تاریخی دارد. جوانان، نوجوانان و خانواده ما احساس نمی‌کنند که

نظام مناسب، منجر به کاهش صرف هزینه ملی می‌شود. برای توزیع، چند تعریف داریم که همه با هم هماهنگ است. توزیع، مجموعه‌ای از فعالیتها، اقدامات و عملیاتی است که کالا و خدمات را از نظر فیزیکی از منابع تولید به سمت خریداران هدایت می‌کند و به دست مصرف کننده می‌رساند. این تعریف کلی است، یعنی در پایان خط تولید، چه در کارخانه و چه در دفتر نشر، این پایان تولید و ابتدای توزیع می‌باشد و تا به دست مصرف کننده نرسد، این چرخه، چرخه توزیع است. اما این چرخه را به دلیل اینکه محصول سالم و مطمئن را در زمان صحیح و مکان صحیح به دست مصرف کننده برسانند، پاره پاره می‌کنند، یعنی می‌گویند عمده فروش، خرده فروش و یا تولید مستقیم.

برای توزیع از نظر تقسیم‌بندیهای اقتصادی، سه بخش داریم: کشاورزی، خدمات و صنعت. این از مبانی نظری است که توزیع جزو خدمات قرار می‌گیرد و برای این که توزیع شکل بگیرد، نیازمند کانالها و شبکه‌های توزیع هستیم. این شبکه‌های توزیع چهار محور دارد و در هر کدام بنا بر نوع کالا که کالای صنعتی، واسطه‌ای و یا مصرفی باشد، نوع شبکه‌ها فرق خواهد کرد. این موارد را از آن جهت بسط می‌دهم که متأسفانه ادبیات اقتصاد در فعالیتهای فرهنگی وارد نشده است و باید دوستان ما اعم از ناشران و کتاب‌فروشان بدانند که ادبیات اقتصاد، ادبیاتی است که علم محسوب می‌شود و تمام فعالیتها را تعریف و نوع تعریفش را خود طبقه‌بندی کرده است. باید دید که فعالیت نشر بنا بر آن در کدام

یک از طبقات قرار می‌گیرد تا متناسب با ادبیات و قواعد علم اقتصاد، تولید، توزیع و مصرف کتاب را بنا کنیم و بر آن اساس، آن را تعریف کنیم. الان در این زمینه نارسایی وجود دارد. حال که به شبکه‌ها اشاره کردم، توضیحی گذرا در مورد هریک می‌دهم. شبکه‌هایی که در این نوع کالاها مطرح می‌شود ممکن است به صورت مستقیم باشد. از دهه ۴۰ کتابهایی که در زمینه بازاریابی در ایران نوشته شده و یا ترجمه شده است، تأکید و توصیه می‌کنند که هیچ کالایی توزیع مستقیم نشود، به دلیل سرمایه‌گذاریها و مشکلات فراوانی که در پی دارد و به دلیل این که گستره فعالیتش محدود خواهد شد. روش دیگر، توزیع با واسطه است که از یکی از این نظامها تشکیل می‌شود: تولیدکننده، خرده‌فروش و مصرف کننده؛ تولیدکننده، عمده‌فروش، خرده‌فروش و مصرف کننده؛ تولیدکننده، نمایندگی، عمده‌فروش، خرده‌فروش و مصرف کننده. ما در سیستم توزیع ایران به علت وجود بخش تعاونی در کشور،

بخشی را اضافه می‌کنیم: تولیدکننده، تولیدکنندگانی که عضو یک تشکل می‌شوند و مراکز توزیع خرده دارند و به آن وصل می‌شوند و کتابفروشیهایی که عضو آن نیستند، مستقیماً به آن وصل می‌شوند، یعنی شبکه پنجم هم در ایران برای کتاب داریم.

● **سمیعی:** با تشکر از جناب آقای رضایی، از جناب آقای مظفر تقاضا می‌کنیم تا نظراتشان را در رابطه با میزان تأثیر توزیع در فرآیند اقتصاد نشر بفرمایند.

● **مظفر:** دعوت من ظاهراً به پیشنهاد دوست دانشمند جناب آقای آذرنگ بوده است که خود تشریف نیاورده‌اند. شاید به این دلیل پیشنهاد فرمودند که با جلسات متعددی که ما در خدمت ایشان بودیم، خصوصاً در اتحادیه ناشران، سخنانی از بنده شنیده بودند که به تلقی ایشان، متفاوت از سخن دیگران است. در گام اول به نظر



مظفر:
جامعه ایران، جامعه‌ای شفاهی است. این واقعیتی است و میزان کتاب و کتابخوانی در ایران بسیار پایین است. مردم ایران کتاب نمی‌خوانند. اگر به آمار بانک مرکزی نگاهی داشته باشیم در هزینه خانوار، هیچ عددی به کتاب و مطبوعات تعلق نمی‌گیرد. به اعتقاد من این حتی به میزان سواد در جامعه بستگی ندارد

من نگاه سریعی داشته باشیم تا ببینیم با چه مقوله‌ای مواجه هستیم. این موضوع بارها تکرار شده و این تکرار نباید موضوع را بی‌ارزش کند و برای ما جای تأمل بگذارد که جامعه ایران، جامعه‌ای شفاهی است. این واقعیتی است و میزان کتاب و کتابخوانی در ایران بسیار پایین است. مردم ایران کتاب نمی‌خوانند. اگر به آمار بانک مرکزی نگاهی داشته باشیم در هزینه خانوار، هیچ عددی به کتاب و مطبوعات تعلق نمی‌گیرد. به اعتقاد من این حتی به میزان سواد در جامعه بستگی ندارد. به جرات ادعا می‌کنم که هزاران هزار تحصیل کرده لیسانس و دکتری داریم که در طول سال یک کتاب هم نمی‌خوانند. در روزهای هفته و ماه و سال در مطب دکترهای سراسر کشور، در اتوبوس و در ترمینالهای قطار و هر جای دیگر که مسافران ناگزیرند تا ساعاتی را به انتظار بنشینند و حتی از قیافه افراد مشخص است که افراد تحصیل کرده‌ای هستند، از میان صد نفر، یک نفر را نمی‌بینید



بخوانند و کتابی که در آنجا منتشر می‌شود، اگر تیراژ یک میلیونی پیدا کند روی جلد آن عبارت "best seller" نوشته می‌شود. در حالی که اگر شما این را به تناسب تعداد مخاطب بسنجید، مشاهده می‌شود که در آنجا نیز درصد بالایی را دربر نمی‌گیرد. مورد سوم این که ما تولیدکننده فکر و اندیشه و تکنولوژی برتری نیستیم که دنیا بخواهد آثاری از ما ترجمه کند و بخواند و با خود ببرد؛ در حد خیلی محدودی امکان دارد این کار انجام گیرد؛ گاهی از دانشمندان و در مواردی رمانهایی را ترجمه کرده‌اند. بنابراین ما در این قضیه با یک بازار مصرف و جامعه کتاب‌خوان محدود روبه‌رو هستیم. نکته بعدی مسئله اعمال سانسور و ممیزی است، چه در رژیم پیشین به دلایلی و چه در حکومت فعلی که حکومت جمهوری اسلامی و ایدئولوژیک است به دلایل دیگر. من این موضوع را نفی و اثبات نمی‌کنم، این موضوع را تبیین می‌کنم و می‌خواهم بگویم که با چه وضعیتی مواجه هستیم. بنابراین وقتی ناگزیریم که در چارچوبی فعالیت کنیم برای این که بتوانیم عرصه‌هایی را طی کنیم قادر به پر و بال گستردن نیستیم. در زمینه تبلیغات که بحث یکی از سرفصلها نیز هست، کتاب مشکل بزرگی دارد، سهم تبلیغ کل کتاب در سازمان تبلیغاتی کشور مثل رادیو، تلویزیون و هرجا که تبلیغات معنا می‌دهد را تقریباً می‌توان معادل صفر گرفت! حال چرا؟ همه ما که در این جا نشسته‌ایم

که اهل مطالعه باشد. اصلاً بحث سواد و بی‌سوادی نیست. از این مجموعه‌ای که گفتم مشخص می‌شود که جامعه ما کتاب نمی‌خواند. آموزش و پرورش ما از ابتدا برای کتاب و کتاب‌خوانی طراحی نشده است و کودکان از پیش دبستانی تا مراحل بالا به مطالعه عادت نمی‌کنند. در حقیقت باید نظام آموزشی را طراحی کنیم که ارتباط دنیای دانش‌آموز با خارج از او، به طریق مکتوب باشد، یعنی بخواند و بنویسد. وقتی می‌خواهد با معلم و جریان خارج از خود رابطه برقرار کند، بنویسد و وقتی می‌خواهد بداند که آنها چه می‌گویند، بخواند تا در طول تحول یک نسل، جامعه کتاب‌خوان پیدا کنیم. دوم اینکه ما جامعه‌ای با زبان محدود در چهار دیواری جغرافیایی خود هستیم؛ یعنی زبان فارسی! تاجیکستان و افغانستان هیچکدام بازار کتاب نیستند. در طول حکومت کمونیستی خط تاجیکها تغییر کرده است و بتازگی آرام آرام عادت می‌کنند که بتوانند فارسی بخوانند. بنابراین ما بازار جغرافیایی برای خود و زبانمان نداریم. من این را متذکر شدم که مقایسه‌ای با کشورهای باشد که زبانشان را یک میلیارد نفر می‌خوانند. به عنوان مثال کتابی که در آمریکا منتشر می‌شود، جامعه آمریکایی ۳۰۰ میلیون نفر جمعیت دارد و حدود یک میلیارد نفر از مردم کره خاکی یا به زبان انگلیسی می‌خوانند و می‌نویسند و یا به دیگران فخر می‌فروشند که می‌توانند انگلیسی

عمدتاً می‌گوییم که ما تولیدکننده و ناشر کتاب هستیم اما این اشتراک لفظ مانند شیر و شیر مولوی است، شیری را ما می‌خوریم شیری هم ما را می‌خورد. خود من کتابی به نام قصه‌های قبل از خواب برای بچه‌ها چاپ کرده‌ام، این کتاب هیچ ارتباطی با رسائل مشروطیت که آن را هم بنده به چاپ رسانده‌ام ندارد؛ هر کدام کالایی جدا از هم هستند. آن یک نوع مسیر تولید را طی کرده و یک نوع مخاطب به خصوص دارد و آن یکی نوع دیگر! بنابراین فرض کنید اگر ناشری تصمیم بگیرد و صد میلیون تومان برای تبلیغ کتابهای خود بگذارد، از نظر من هیچ ارزشی ندارد. این هیچ که می‌گوییم کمی حالت گزافه‌گویی است، تاثیر دارد ولی به هیچ وجه به نسبت این صد میلیون جواب‌گو نیست. اما پتوی گلبافت تبلیغ می‌کند، یک واژه و یک کالاست، یک میلیارد تبلیغ میکند و ده میلیارد سود می‌برد و نظایر آن... اما برای کتاب نمی‌توانید تبلیغ کنید.

بنا به فرض اگر عنوان کتاب را تبلیغ کنیم، ادعا می‌کنم با ۵۰ میلیون تومان تبلیغات تاریخ فلسفه اسلامی را من نمی‌توانم بیش از تعدادی محدود بفروشم. در این جا نیز تبلیغات تاثیری ندارد. تئوری من این است که اگر کل مشکلات نشر را عدد صد بگیریم، من برای توزیع بیش از پنج درصد قائل نیستم. من روی آن تاکید دارم زیرا هر تئوری خلاف این، چون مشکل را در نشر و توزیع می‌بیند تا به حال، ما را به بیراهه برده است و نگذاشته که ما به ریشه‌ها نگاه کنیم. ما در بحث کتاب در کوتاه مدت و یا بلند مدت با یک سرنوشت محتوم روبه‌رو هستیم. منظور این نیست که کارهایی در بخش توزیع نمی‌تواند وضعیت را تغییر دهد اما خیلی اندک و نباید انتظاری بیش از این داشت. ما اگر در پله پنجم هستیم تنها ما را به پله ششم می‌برد. این نکات، بسیار حائز اهمیت است و ما باید روی آن اتفاق نظر پیدا کنیم. پس سخن بنده این است که مشکل توزیع، سهم کمی در مشکل نشر دارد و دوم این که ما در کوتاه‌مدت در بحث کتاب در ایران با یک سرنوشت محتوم روبه‌رو هستیم.

نشرهای جهان است. بحث آموزش و پرورش را اشاره کردند که باید آموزش و پرورش، فرهنگ مطالعه را به صورت جدی جا بیندازد و بچه‌ها را از کودکی با مطالعه آشنا و علاقمند کند که بحث بسیار جدی است و باید پیگیری شود. در مورد این که اصلاح نظام توزیع کتاب و محصولات فرهنگی چقدر موثر خواهد بود، به نظر ایشان، تاثیر ناچیزی دارد. یعنی اگر کتاب در کشور ما با شیوه‌های امروزی و مدرن مثل صنعت نشر آلمان که به هر کتاب‌فروشی که مراجعه کنیم اگر کتابی را داشته باشد همان موقع کتاب را تهیه می‌کنیم و اگر کتاب را نداشته باشد، کتاب برای هر جای از آلمان که باشد، کمتر از ۲۴ ساعت بعد در مغازه آماده است و بعد از فاصله زمانی کمی شما کتاب را در منزل تحویل می‌گیرید، اگر کتاب در کشور ما به این صورت هم توزیع شود، جناب آقای مظفر معتقدند که تنها پنج درصد از مشکلات کتابخوانی ما حل می‌شود. حال آیا جناب آقای زرگر نیز این نظر را تایید می‌کنند و یا صحبتی دیگری را دارند؟

زرگر: اول می‌خواهم کمی پکا را خدمت شما معرفی کنم و بعد اشاره‌ای دارم به صحبت‌هایی که دوستان داشتند. پکا تنها سازمانی است که در سه یا چهار دهه اخیر با هدف پخش کتاب ایران بوجود آمده است - پکا مخفف پخش کتاب ایران است - کما بیش اطلاع دارید که پکا فعالیتهایی در حوزه توزیع، کتاب‌فروشی و توسعه



زرگر:
توسعه فرهنگی برای این
که ما بتوانیم کتاب‌خوان تربیت
کنیم، ضروری است و مادامی که
کتاب‌خوان تربیت نشود، توفیقی
در زمینه مسائل مرتبط با کتاب
در حوزه‌های پیش تولید، تولید و
توزیع نخواهیم داشت

فرهنگی و فعالیتهای جنبی مرتبط با توزیع را انجام می‌دهد. در حوزه توزیع، پکا موضعش در قالب زیر مجموعه جمعی پخش کتاب بوده است و توفیق چندانی نداشته است. دلیل آن به حوزه زیرساختی مشکلات توزیع کتاب برمی‌گردد که جناب آقای رضایی فهرستوار به آن اشاره کردند و نکاتی را می‌توان به آن افزود و جناب آقای قدیانی و آقای مظفر نیز به آن اشاراتی داشتند. توسعه فرهنگی برای این که ما بتوانیم کتاب‌خوان تربیت کنیم، ضروری است و مادامی که کتاب‌خوان تربیت نشود، توفیقی در زمینه مسائل مرتبط با کتاب در حوزه‌های پیش تولید، تولید و توزیع نخواهیم داشت. تقریباً تمام دوستان به فرهنگ شفاهی اشاره کردند و سؤال من این است که چرا ما فرهنگ شفاهی داریم؟ چرا این اتفاق در کشور ما افتاده است؟ کاملاً طبیعی است، حضور ما در کهکشان گوتنبرگ، زمان بسیار کوتاهی بوده و کاملاً متفاوت با آنچه که در مغرب زمین اتفاق افتاده است. در قرن ۱۶ میلادی

سمیعی: با تشکر از جناب آقای مظفر، ایشان در این زمینه قدری زیربنایی بحث کردند. این که فرهنگ جامعه ما فرهنگی شفاهی است، پدیده‌ای است که کمابیش از آن مطلع هستیم. اگر در یک کشور اروپایی وارد مترو شوید، بدون اغراق، هشتاد درصد کسانی که روی صندلیها نشسته‌اند و یا کسانی که ایستاده‌اند در حال مطالعه هستند، بعضی در حال مطالعه روزنامه و بعضی در حال مطالعه کتاب رمان و... هر کس به هر چیزی که علاقمند است. ولی در کشور ما در چنین موقعیتی کمتر اتفاق می‌افتد که کسی کتابی از کیف خود بیرون آورد و مشغول مطالعه شود. بحث این است که ما این را ریشه‌یابی کنیم. آقای مظفر فرمودند که محدودیت زبان فارسی؛ اگر ما صد میلیون نفر مخاطب زبان فارسی را در نظر بگیریم، این نسبت به زبان آلمانی تغییر فاحشی نمی‌کند ولی مشاهده می‌کنیم که نشر آلمان یکی از پررونق‌ترین

هاشمی:

یکی از راهکارهای مهم،
آموزش کتاب فروشهاست. هنوز
اتحادیه هیچ پیش بینی برای تشکیل
کلاسهای آموزش فروش نداشته است، این
آموزش فروش می تواند خیلی اهمیت داشته باشد.
مسئله دیگر این است که ما ویتترین کم داریم. یعنی
تا به حال ۶۰۰۰ جواز نشر صادر شده است،
حال آن که در همه ایران با احتساب
کتاب فروشیهای فصلی، ۱۵۰۰
کتاب فروش هم
نداریم!

دیداری - شنیداری توفیق پیدا می کند؟ ما در ایران همان طور که من در افتتاحیه پکا گفتم، باید دعا کنیم تا کوشش مختصری صورت بگیرد. تیراژ کتاب در ایران دو تا سه هزار نسخه بود که من گفتم ۱۵۰۰ نسخه است و کتابخانه های ما به علت کهولت سن یا دار فانی را وداع گفتند و یا امکان اقتصادی آنها اجازه نمی دهد و یا دیگر چشمشان نمی بیند. ما در دهه ۳۰ و ۴۰ در همین مملکت، کتابخوان تربیت کردیم و این کتابخوانها بود که در همان سالها کمک می کرد که ما توفیق داشته باشیم که شمار بزرگی از اهل کتاب و دانشجویان و دانش آموزان ما کتاب بخوانند؛ خیلی از ما کتاب خواندن را از آن دوره به یاد داریم. اما اتفاقاتی در این بین نیفتاده است علیرغم این که ترکیب جمعیت کشورمان در این سه دهه نزدیک به چهار برابر افزایش پیدا کرده است. دوستان! ما به تنهایی به اندازه سه کشور، جمعیت دانش آموزی داریم. ایران با حدود بیست میلیون جمعیت دانش آموزی، به اندازه کشورهای انگلستان، آلمان و فرانسه جمعیت دانش آموزی دارد. این ضرورت یک برنامه ریزی جامع را در سطوح مختلف فرهنگ ما ایجاد می کند. حال اگر به بحث تخصصی توزیع بپردازیم، بهتر است - چون تا به حال بیشتر به کلیات پرداختیم - در نوبت بعدی به زیر ساختهایی که چه دولت، چه بخش خصوصی و چه تشکلهای واسط بین دولت و بخش خصوصی نظیر پکا می توانند در حوزه های مختلف کتاب داشته باشند، اشاره خواهم کرد.

● **سمعی:** با تشکر از جناب آقای زرگر، مایلیم که از بیانات جناب آقای هاشمی نیز در این سه زمینه استفاده کنیم. تقاضا دارم بیشتر به تاثیر توزیع در کل فرآیند نشر بپردازید.

● **هاشمی:** اصل قضیه این است که توزیع دچار سردرگمی غربی است و می طلبد که خیلی بیشتر روی این قضیه کار شود. بنده این را به عنوان یک ناشر کوچک که مغازه های نیز برای فروش کتاب دارم، بیان می کنم و نمی توانم به کلان قضیه بپردازم. بعضی ناشران با مؤلفان و مترجمان قرارداد می بندند که کتاب را با هزینه مؤلف چاپ کنند و ما اغلب این نوع قراردادها را می بینیم که به کل ایتر است. تمام بحث راجع به مسائل مالی و مدت زمان انجام و دریافت پول و سایر قضایاست ولی هیچ بحثی راجع به توزیع

بحث اختراع دستگاه چاپ و شروع فعالیتهای تولید محصولات فرهنگی، این امکان را برای انگلستان پدید آورد که چهار قرن تمام در عصر فرهنگ مکتوب شناور باشد. این اتفاق در آلمان، سوئیس، اتریش و سایر کشورهای اروپا همین گونه بود. ولی در کشور ما چه اتفاقی افتاد. با اندکی اغماض، تنها نزدیک به یک سده است که کتاب چاپی وارد کشور و زبان ما شده است، ابتدا از هند و بعد از خود ایران، همان طور که می دانید، بهترین کتابهای ما در کلکته به چاپ رسیده است. ولی به هر صورت، بحث تولید محصولات فرهنگی مکتوب را در سالهای ۱۳۰۰ به بعد داشتیم. هنوز ده تا بیست سالی در این حوزه غوطه ور نبودیم که رادیو ایران تاسیس شد و آشنایی ما با حوزه دیگر از اطلاع رسانی. در دهه ۳۰ و ۴۰ تلویزیون تاسیس شد. یعنی قبل از ایجاد عادت مطالعه درون افراد جامعه ما و برخورداری از فرهنگ مکتوب - آن گونه که دوستان اشاره کردند در متروها، اتوبوسها و... - ابزارهای دیگر اطلاع رسانی به فرهنگ ما وارد شد. اما این اتفاق افتاده است و ما ناگزیریم که با این رخداد روبه رو باشیم. چه باید کرد؟ در فاصله بسیار کوتاهی ما علاوه بر رادیو و تلویزیون با پدیده های بسیار وسیعتر ارتباط جمعی روبرو هستیم، ماهواره ها، سیستمهای ویدیویی، سیستمهای تلویزیونی مدار بسته و مهمتر از همه شبکه های اطلاع رسانی جهانی مانند اینترنت. اینها پدیده هایی است که ما و همه جهان را درگیر شکل جدیدی از کسب خبر و اطلاعات کرده است.

بنابراین ما باید کمی بیشتر از سایر کشورها به این موضوع فکر کنیم. این که نظام آموزش و پرورش ما مریض است و نظام پرشگری نیست و به بچه ها در مورد موضوعات و جست و جوی منابع ارجاع داده نمی شود، درست است و تغییر آن در کوتاه مدت از عهده ما ساخته نیست. بنابراین باید فکر کنیم که در وضع موجود چه کنیم. به یاد گفته مرحوم جلال آل احمد: خدا پدر کسی را بیامزد که جایی که هست چند قدمی جلوتر بگذارد. مایلیم که دوستان دیگر در مورد شفاهی بودن فرهنگ ما بحثی را مطرح نکنند. مغرب زمین هم با پدیده جدید اینترنت و اطلاع رسانی جهانی روبروست. آنها چه می کنند که فرهنگ مکتوبشان همتراز و یا نزدیک به فرهنگ راحتتر و سهل الوصولتری به نام فرهنگ



نیست. یعنی مهم نیست که کتاب توزیع بشود یا به زیرزمین مؤلف و مترجم برود! انگار که توزیع، مسئله‌ای نیست! درحالی که اصل قضیه توزیع است! روزگاری بود که تولید کم بود و خیلی به این امر پرداخته نمی‌شد ولی روزی که شاهنامه‌ای در امیرکبیر تولید شد، بعد از اینکه وارد انبار امیرکبیر شد، تازه متوجه آن شدیم که ما چگونه باید آن را بفروشیم، چون با تمام کارهایی که تا آن روز انجام داده بودیم، متفاوت بود ولی آن روزها در سالهای ۵۰ بود. در این روزها ۵۰۰۰ جواز نشر صادر شده که - ان شاء الله - قدمشان مبارک است.

کتاب بدون برنامه و هدف تولید می‌شود و تولیدکنندگان بزرگ، اغلب کارمندا و عواملی دارند که در اختیارشان است. این افراد بعد از چند روز از شروع توزیع کتابشان، چرتکه به دستشان است و می‌گویند که امروز دویست هزار تومان به مدیر فروش دادیم، پس ایشان ده هزار تومان سود کرده است، پس چرا خود، این کار را انجام ندهیم؟ از فردا صبح شروع می‌کنند و در سطح شهر و یا در محدوده دانشگاه در مغازه‌ها می‌گردند و موقع پرداخت نیز موجبات گرفتاریشان فراهم می‌شود. شخصی که همه دوستان می‌شناسند و من نام او را نمی‌برم و حداقل دو میلیارد کتاب در انبار دارد، این دوستان نیز باز کتاب را به این افراد خواهد داد، ولی باز کتاب توسط این عوامل هم به دست مردم نمی‌رسد، چون دیده می‌شود

که از جاهای مختلف ایران تماس می‌گیرند که آن کتاب موجود نیست. این به خاطر این است که یک سیستم صحیحی برای توزیع وجود ندارد و سیستم، سنتی است.

این سیستم سنتی متکی به آدمهایی بوده که تجربه داشتند، ما کسانی را در فروشگاه‌ها داشتیم که خود، فهرست زنده بودند. حال این افراد جایه‌جا شده‌اند و جایشان خالی است، یعنی ممکن است کسی با قصد خریدن کتاب، وارد کتابفروشی شود و کتاب هم در قفسه باشد ولی باز دست خالی برگردد. من با وجود سه فروشنده دارای کامپیوتر، این صحنه را مشاهده کرده‌ام! چون مشتری یک واژه را پس و پیش گفته بود، این اتفاق افتاد. چند پیشنهاد درست و مشخص هست: یکی آموزش کتاب‌فروشهاست. هنوز اتحادیه هیچ پیش بینی برای تشکیل کلاسهای آموزش فروش نداشته است، این آموزش فروش می‌تواند خیلی اهمیت داشته باشد. مسئله دیگر این است که ما ویتترین کم داریم. یعنی تا به حال ۶۰۰۰ جواز نشر صادر شده است، حال آن که در همه ایران با احتساب کتابفروشیهای فصلی، ۱۵۰۰ کتاب‌فروش هم نداریم. تعریف کتابفروشی فصلی این است که از ۱۵ شهریور تا ۲۰ آبان کتاب درسی و کمک درسی می‌آورند و بعد از آن به کارهایی نظیر فروش لوازم التحریر می‌پردازند.

مسئله بعدی که امکان دارد از این بحث خارج باشد ولی نمی‌تواند

از تولید کتاب جدا باشد، این است که هر شغلی در جامعه اهمیتی دارد ولی شغل ما باید حتماً کاری درجه دوم و یا درجه سوم باشد. یعنی در ایران ۱۰۰ ناشر فعال داریم که زندگی و حیاتش بستگی به کتاب دارد و ۵۰۰۰ تا میهمان داریم که مشاغل دیگر دارند و استدلال دوستان در وزارت ارشاد این است که هر کس درخواست جواز نشر کند، ما نمی‌توانیم نه بگوییم! من هم عرض کردم قدمشان مبارک! خیلی از این دوستان در ۵ سال گذشته وارد شدند و کارهایی کردند کارستان! من مستقیماً نمی‌توانم پیشنهاد کنم که جواز نشر حذف شود، یا جواز نشر به کسی ندهید، ولی به هر حال باید این نیز قاعده‌ای داشته باشد، همان طور که تمام مشاغل، جدی است، این شغل نیز باید جدی باشد تا کالایی که تولید می‌شود، به این راحتی در انبارها نخوابد.

● **سمیعی:** با تشکر از جناب آقای هاشمی، ما به بحث عواملی که از بعد نظری می‌توانند روی توزیع تأثیر داشته باشند برمی‌گردیم. یکی از عواملی که در کل اقتصاد کشور ما کاملاً جای پای آن محسوس است و به خصوص در عرصه نشر، بحث حمایت‌های دولتی است. همان طور که جناب آقای رضایی نیز اشاره کردند، بیش از ۷۵ درصد از اقتصاد کشور، دولتی است، که دولت مستقیماً در آن دخیل است. جناب آقای قدیانی نیز فرمودند که همان طور که دولت از تولید کتاب حمایت می‌کند، از توزیع آن نیز حمایت کند. ولی جناب آقای قدیانی! بعضیها معتقدند که اگر دولت از تولید هم حمایت نکند، شاید خیلی تفاوتی ایجاد نشود و بلکه توزیع نیز به صورت بهینه انجام شود، یعنی یکی از مشکلات توزیع را حمایت دولت از تولید می‌دانند. لطفاً نظراتان را بفرمایید.

● **قدیانی:** من نظرات تمامی دوستان را می‌پذیرم و به آن احترام می‌گذارم. ولی بر این باور هستم که قسمت توزیع، بیش از ۷۰ درصد در صنعت نشر ما نقش دارد. اگر توجه کنیم و شهرهای بزرگ مثل تهران را کنار بگذاریم، دیگر مغازه‌های کوچک ساندویچی جواب نمی‌دهد و ما باید هماهنگ با کشورهای دیگر، نگرش دیگری در رساندن کالاهایمان به دست مردم داشته باشیم. من در عید امسال در لندن به سراغ ناشران بزرگی رفتم که فکر می‌کردم فروشگاه‌های داشته باشند، مشاهده کردم که هیچ کدام فروشگاه‌های ندارند و در کتاب‌فروشی‌های بزرگ که هر کدام بالای هزار متر است، کالایشان را به دست مردم می‌رسانند. منظور من از حمایت دولت این نیست که دولت از من کتاب بخرد و یا به گونه‌ای مستقیم از من حمایت کند، من اساساً مخالف چنین مسائلی هستم و معتقدم که دولت باید کاغذ و وام را از ما بگیرد. من معتقدم که دولت به نوعی حمایت کند که کسی که می‌خواهد کتابفروشی بزند، به خاطر تفاوت اقتصاد نشر با سایر مشاغل، نرخ مالیات و سرفصلی کمتری پرداخت کند. در نتیجه این حمایتها، راه بسته تاسیس کتابفروشی باز می‌شود. اگر این نوع حمایتها را دولت انجام دهد، ما می‌توانیم در آینده شاهد بالا رفتن تیراژ کتاب

باشیم و این خود به خود به مراحل قبلی برمی‌گردد و مؤلفان کارهای بهتری را ترجمه می‌کنند و یا می‌نویسند و در نتیجه مسائل فرهنگ شفاهی از بین می‌رود. در مورد آموزش و پرورش هم به شدت اعتقاد دارم که یکی از راههایی که می‌تواند کمک کند و خیلی مهم است، اصلاح نظام آموزشی است، چون در سال گذشته شاهد بودیم که در آخر کتاب فارسی اول دبستان، چند کتاب خوب را معرفی کردند و ما شاهد والدینی بودیم که در ساعت ۹ یا ۱۰ شب به سراغ این کتابها آمده بودند. در مورد نوع تبلیغات در رادیو و تلویزیون با دوستان موافقم. اما برای کتاب باید به نوعی دیگر این تبلیغات انجام شود. همین که در پایان کتابهای درسی کتابی را معرفی کنند و یا اهدای کتاب از طریق وزارتخانه‌ها و یا در کنار ساعت انشاء، ساعت مطالعه در مدارس قرار دهند، خیلی خوب است. به هر حال ما از دولت توقع حمایت غیر مستقیم داریم.

● **رضایی:** من فکر می‌کنم که اگر ما واژه‌ها را در جای خود به کار بریم، بحث کاملاً روشن است. "حمایت" با "یارانه" متفاوت است. در تعاریفی که دولت در برنامه دارد، مفهوم حمایت این است که شما بستری را فراهم می‌کنید و همه کسانی که در یک صنف فعالیت می‌کنند از مزایای آن استفاده کنند، مثل معافیت از مالیات، یا وام برای تولید کتاب و... یارانه مفهومش این است که دولت در بخش و یا بخشهای خاصی، پول تزریق کند. دولتهای جهان، وظیفه دارند برای ساختن زیرساختهای هر نوع صنعت و هر نوع فعالیت کمک کنند. اما وظیفه ندارند که برای رونبها کمک کنند. ببینیم که دولت مقبول، سیستمهای حمایتی خود را بر چه استوار می‌کند. این که می‌گوییم دولت این گونه حمایت نکند، نه این که اصلاً حمایت نکند، همه عقلاً می‌گویند که باید حمایت کند اما حمایت از زیرساختها.

حمایتی که دولت در توزیع می‌کند باید به شبکه حمل و نقل کتاب کمک کند، باید به ایجاد انبار کمک کند، باید با دادن وام و یا هر نوع کمک دیگری که دولت می‌تواند، برای استفاده کردن از فن‌آوریهای الکترونیکی؛ باید دولت برای این کارها وارد عرصه شود. دولت برای مقدار بودجه‌ای که برای بخش نشر در اختیار دارد، باید همه فعالیتها را در نظر بگیرد، باید تشخیص دهد کجا از حمایت و کجا از یارانه بهره گیرد. نکته دوم به نظر من اینکه چون هنوز در مورد توزیع در کشور، نظامی شکل نگرفته است، باید ابتدا کمک کنیم که شکل بگیرد، بعد می‌توانیم این نظام را تقویت کنیم تا هر شهروند ایرانی که خواست به کتابی دسترسی پیدا کند، بتواند در اسرع وقت و نزدیکترین مکان به آن دسترسی پیدا کند. چگونه می‌گوییم که نقش توزیع یک و یا دو است. علم اقتصاد در این باره نکاتی را مطرح می‌کند، مانند این که چه چیزی را برای چه کسی و چگونه تولید خواهیم کرد. شاید خیلی از کتابهایی را که ما در ۳۰ یا ۳۵ هزار عنوان داریم، اصلاً تولیدش ضرورت ندارد، چرا؟ چون نگاهمان به توزیع، نگاه سنتی است. فکر می‌کنیم که ما هر چه می‌خواهیم باید تولید کنیم و کسانی برای توزیع بیایند و توزیع

کنند. شبکه توزیع، بازاریابی و آمیخته، بازاریابی، امروزه شبکه دوار است، دیگر شبکه طولی نیست. بازاریاب به تولیدکننده می گوید که این کتابی را که تولید کرده یا نکرده ای تولید کن و یا تولید نکن، این نیز شکل نگرفته است. دو معیار برای ضریب نظام توزیع، وجود دارد. یکی مقالات، تحقیقات و مطالعاتی که قبل از ما شکل گرفته است که من به چهار دوره آن اشاره می کنم؛ از دهه ۳۰ مقالات بدون و مکتوب مفصلی داریم. مثل ما که الآن در سال ۸۲ میزگرد داریم، در سال ۱۳۳۳ میزگردی ده نفره بود و آقای احمدی نامی، نظام نشر ایران را بررسی کردند و مشکلات آن را گفتند و هشت محور شناسایی کردند. در سال ۴۵-۴۴ آقای بخاش در شش الی هفت محور بررسی کردند. در دهه ۵۰ دوستان دیگر و همین طور در دهه ۶۰ و همه به بدی و نارسایی نظام توزیع اعتراف دارند، هیچکدام میزان آن را نگفتند ولی می توانیم بگوییم که اولین و مهمترین بحثشان این است.

دوستان اشاره می کنند که کتاب فروشی گسترش پیدا کند، دوستان! کتاب فروشی در ایران گسترش پیدا نخواهد کرد، چرا؟ در جهان مرسوم است که تا ۶۵ درصد هزینه پشت جلد کتاب برای عوامل توزیع تعریف شود. اما در ایران شاید بین ۳۰ تا ۳۵ درصد محاسبه می کنیم، ۱۰ تا ۱۵ درصد برای هزینه های شرکتهای پخش، بین ۱۵ تا ۲۰ درصد برای کتاب فروش اختصاص می دهید. ۱۷۰ تا ۱۸۰ میلیارد کتاب تولید می شود و درآمد آن بین کتابفروشیها و ناشران و شرکتهای پخش توزیع می شود، ببینید که به کتابفروش چه سهمی می رسد. این که می گوییم که نظام توزیع اصلاح شود، نظام توزیع، مؤلفه هایی دارد. اولین مؤلفه نظام توزیع در دنیا، تعیین روابط مالی تجاری و حقوقی بین تولیدکننده، توزیع کننده کلان و توزیع کننده خرد است. ما چنین نظامی را نداریم. شما چرا می گوید ۳۵ درصد؟ شما هزینه هایتان را به سمت دیگری هدایت کنید. همان گونه که در اول بحث گفتیم، منافع تولید و مصرف کننده در گرو توزیع مناسب است، و این به این علت است که اگر شما سود معقول و منطقی را بین عوامل، توزیع کنید، تولید شما بالا خواهد رفت. ناشر از میان سود خود. اگر سودی باشد من نمی خواهم این را ادعا کنم. امیدوارم که نظام توزیع شکل بگیرد و این عناصر و مؤلفه ها تعریف شود. زمانی می توانید کتابفروشی و توزیع را رونق دهید که سهم درآمد توزیع را متناسب با سایر محصولات در کشور یا جهان بالا ببرید.

● سمعی: یکی از سرفصلهای این نشست، بحث توزیع و فن آوری اطلاعات و ارتباطات است. جناب آقای زرگر اشاره کردند که ما از غرب دو تا سه سده دیرتر با پدیده چاپ و نشر مدرن آشنا شدیم و همین باعث شد که ما کمتر به خواندن عادت کنیم و بلافاصله بعد

از آن، رادیو، رسانه دیگری بود که بسیار سهل الوصولتر و جذابتر وارد عرصه شد و اخیراً هم که رسانه های دیگر آمدند و میدان را برای کتاب، تنگتر کردند. من در این جا سؤالی از جناب آقای زرگر دارم. یک کتاب رمان را با یک فیلم سینمایی مقایسه کنید! می دانید آمریکا هم مهد فروش بالای کتابهای رمان است، هم قویترین قطب سینمایی جهان است، ولی این دو هیچ تداخلی با هم ندارند. یعنی به خاطر این که فیلم سینمایی تولید می شود، کتابخوانی کتابهای رمان کم نمی شود. علتش این است که دو تأثیر متفاوت دارند. شما وقتی که کتاب رمانی را می خوانید درست است که همان ماجرا را در فیلم سینمایی به صورت دیداری شنیداری می بینید ولی به صورت دیگری لذت می برید. بحث دیگری که مطرح است، بحث فن آوری اطلاعات و ارتباطات است. ابتدا که اینترنت در دهه ۹۰، رشد سریع خود را آغاز کرد، بسیاری از پیش بینی کنندگان می گفتند که اینترنت باعث می شود که کتاب از میدان بیرون رود و کتاب کاغذی خیلی زود عرصه را به کتاب الکترونیکی واگذار خواهد کرد.

ما می بینیم که این اتفاق نیفتاد. یعنی اینترنت به جای این که به عنوان یک دشمن و رقیب برای کتاب یا به عرصه بگذارد، به عنوان یک ابزار بهینه برای توزیع کتاب، بیش از هر ابزار دیگری وارد میدان شد. می خواهیم سؤالم را به این صورت بیان کنم و سخنان جناب زرگر را در این مورد بشنوم، ما می بینیم که رسانه ها کلاً چون همه در خدمت اطلاعات و ارتباطات هستند، به هم کمک می کنند. برای مثال شما هر کتابی را بخواهید اگر چاپ اروپا، آمریکا، ژاپن و جاهایی باشد که با اینترنت خو گرفته اند و از آن استفاده می کنند، خیلی راحتتر و خیلی سریعتر می توانید آن کتاب را بخرید و این رسانه در حقیقت به کار گمارده شده تا صنعت نشر سنتی را نیز توسعه دهد. حال با توجه به این، آیا فکر می کنید در کشور ما این مسئله بتواند راهکار جدید و تازه ای را ایجاد کند و این بن بست فعلی را در صنعت نشر ما باز کند یا نه؟

● زرگر: چون بحث سیاستهای حمایتی مطرح است، من به صورت کوتاه به سؤال شما می پردازم. باید هنر ما در حوزه فرهنگ این باشد که از همه امکانات و فن آوریهایی که در دنیا مطرح می شود، در جهت بسط این حوزه، استفاده مطلوب ببریم. همان طور که دو جوان در بالاخانه ای، آمازون بوکس (Amazon Books) را راه انداختند و اکنون قسمت عمده ای از بازار کتاب در اختیار آنها است، ما اگر بتوانیم مراکزی را به نوعی در سراسر کشور با این رسانه جدید آشنا کنیم، نظام استفاده را به آنها بیاموزیم و امکان را در اختیار آنها به لحاظ سخت افزار و نرم افزار قرار دهیم، قطعاً می توانیم با ایجاد و راه اندازی شبکه های مجازی

فروش کتاب، به سرعت و با سهولت بیشتری کتاب را در دسترس قرار دهیم.

آقای رضایی اشاره‌ای به زیرساختها داشتند، من می‌خواهم عرض کنم که یکی از مشکلات اساسی ما در توزیع کتاب، نبود ترابری مناسب برای حمل کتاب است. برای این که می‌بینید که در دور افتاده‌ترین روستاهای ما، سیگار، پفک و حتی پوشک بچه توزیع می‌شود ولی هرگز ما توان آن را پیدا نکردیم که حتی در شهرهای بزرگ، کتاب را به هنگام توزیع کنیم. شاید نشر الکترونیک در آینده کوتاه این امکان را برای شهرهای کوچکتر ما فراهم بیاورد که به سرعت از خرده‌فروشی فرهنگی کتاب و نقدهای مرتبط با آن، استفاده کنند و کتاب نیز با شرایط مناسبی در اختیارشان قرار گیرد. من بیشتر می‌خواهم به بحث سیاستهای حمایتی بپردازم. سیاستهای حمایتی در همه جای دنیا برای حوزه فرهنگ مطرح هست. دوستان ما در دستگاه‌های دولتی نگویند که این خاص ایران است؛ در همه جای دنیا هست.

تا قبل از اجلاس ریو در ۱۹۹۲ و مطرح شدن بحث حفاظت از محیط زیست، قیمت کاغذ در جهان نزدیک به دو دهه ثابت بود و این به اعتبار این نبود که تورم در جهان اتفاق نیفتاده بود، بلکه به این دلیل بود که دولتهای صاحب صنعت کاغذسازی با حمایتهای اصولی و زیربنایی از تولید کاغذ، موجب می‌شدند که قیمت کاغذ نوسان پیدا نکند و بعد از آن است که تا اجلاس ژوهانسبورگ، کمی تغییر در قیمت کاغذ پدید آمده است. بنابراین به دلیل این که در حوزه فرهنگ، سودآوری و ثمردهی به سرعت و به اندازه بازده بخش صنعت، تجارت و خدمات نیست، طبیعی است که دولتها در همه جای جهان از این حوزه حمایت کنند. اما حمایت در ایران چگونه است و چگونه باید تعریف شود که مجموع عملکرد آن به یک نتیجه اصولی و رو به رشد، در صنعت کتاب ما در مراحل تولید، پیش‌تولید و توزیع منجر شود. این بحثی است که من خدمت جناب آقای رضایی مطرح می‌کنم و واقعاً سؤال می‌کنم که ما در حوزه سیاستگذاریهای دولتی، کدام برنامه را تعقیب کرده‌ایم که بتواند به مراحل سه‌گانه کتاب به صورت زیرساختی کمک کند. بحث پیش‌تولید که جناب مظفر اشاره کردند، تبلیغات در جهان است. مارکتینگ قبل از تیزرینگ و تبلیغات و بازاریابی و اطلاع‌رسانی قبل از تولید در جهان مطرح است. امروز هیچ ناشر برتری در جهان قبل از این که در مورد اثری که می‌خواهد تولید کند، بازاریابی کند و آن را کیفیت سنجی کند و بازخورد را ببیند، تصمیم به تولید آن نمی‌گیرد. همان طور که جناب هاشمی به درستی به آن اشاره کردند، در دو، سه دهه اخیر، روند گسترش عناوین در کشورمان به گونه سرسام‌آوری اتفاق افتاده است. بیش از سی هزار عنوان کتاب منتشر کردیم. واقعاً چه تعدادی از اینها با مفهوم کتاب شاهنامه که جناب آقای هاشمی اشاره کردند روبه‌رو هستند؟ چه تعدادی از اینها به نیاز مخاطب به درستی پاسخ می‌دهد؟ چه تعدادی بر اساس کارشناسی و بازاریابی قبل از تولید، تولید شده‌اند؟ بنابراین این گونه عمل نکردیم، ما بیشتر در

آمارهایمان به تعدد عناوین و میزان آثار منتشره تکیه می‌کنیم. اشاره‌ای به تعداد ناشران شد. ما بیش از شش هزار پروانه نشر صادر کرده‌ایم. رشد اصلی شاید در دو تا سه سال اخیر است و خیلی مشهود است و حتی دوستانمان در اتحادیه کتابفروشان هم از این رشد سرسام‌آور گلایه دارند. چه تعداد از این دوستان عزیز ناشر ما به لحاظ حرفه‌ای تولید اثر می‌کنند؟ چه گروهی از اینها سازمانهای مناسب برای تولید را پدید آورده‌اند؟ این تعداد زیاد ناشر و عناوین، باعث می‌شود که سیاستهای حمایتی دولت ما به حوزه‌های حرفه‌ای معطوف شود. تعدادی از این کتابها را می‌توان با دستگاه‌های ریسوگراف در سیصد یا چهارصد نسخه تولید کرد و مطلقاً پیکره جامعه به تولید انبوه آن نیازی ندارد. اگر بخواهیم دقیق بگوییم، سیاستهای حمایتی دولت در حوزه توزیع به درستی باید به ایجاد زیرساختها معطوف شود، ترابری مناسب حمل و نقل کتاب، همان گونه که ضروریترین کالاها و یا کالاهای مصرفی تفننی به همه جا می‌رسد. دوم ایجاد ویتزینها در مناطقی از کشور که این ویتزینها را ندارند. صرفه اقتصادی حوزه نشر آن قدر کم است که بخش خصوصی این کار را انجام نمی‌دهد. من الان چند نفر از مدیران حوزه‌های آموزشی را در این جمع می‌بینم، اگرچه ما گه‌گاه نقدی به حوزه‌های آموزشی داریم ولی این حوزه خدمت بزرگی به کتابخانه‌های ما کرده است. الان تمام کتابخانه‌های بزرگ سراسر کشور، مملو از کتابخوانهایی است که کتاب درسی می‌خوانند، یعنی برای کنکور به کتابخانه مراجعه می‌کنند. ما چقدر در دولت و حوزه‌های تحقیق و پژوهش مطالعه کرده‌ایم که این درصد بالایی که به حوزه کتابخانه‌ها مراجعه می‌کنند، به سایر حوزه‌های خواندنی هم ارجاع داده شوند. چقدر از آنها در سایر فصول سال مراجعه می‌کنند و این پدیده‌ها در کنار هم معنا پیدا می‌کند. سیاستهای حمایتی ما در حوزه کتاب و پیش‌تولید و توزیع به درستی تعریف نشده است در جمعهای غیرحرفه‌ای تقسیم می‌شود. بنابراین آن عده‌ای که می‌توانند به درستی این گونه حمایتها را در جهت ارتقای حرفه‌ای خود سوق دهند از آن برخوردار نمی‌شوند و باید کوشش شود که این جهت‌گیری در حوزه حمایتیها ما تعریف شود.

● **سمعی:** می‌خواهیم که در باب حمایتها، نظر جناب مظفر را هم داشته باشیم؛ از آن بیشتر نقش تبلیغات و اطلاع‌رسانی را.

● **مظفر:** با پوزش از جناب آقای سمعی اجازه می‌خواهم آن طور که خود می‌دانم سخن گویم، به این دلیل که عمده تعریضهای دوستان به سخنان من بود. بجاست، کسی که این طور حرف می‌زند باید بداند که این طور کتک می‌خورد! و این طبیعی است. اساس سخن من این است که اگر تصور می‌کنید کتاب به این دلیل خریداری نمی‌شود و یا فروش نمی‌رود که به منظر مردم گذاشته نمی‌شود و اگر مردم این را ببینند، می‌خرند، من با این مخالفم. معتقدم اینطور نیست. تاثیر این کار محدود است. نمی‌خواهم



بگویم که اصلاً نیست برای این که اندازه‌ای تأثیر را برای آن قائل شده‌ام. طبیعی است که من با افزایش ویتترینهای کتابفروشی موافق هستم، لااقل من ناشرم، آرزوی من این است که کتابی که منتشر می‌کنم به تعداد بیشتری ویتترین وارد شود، اما می‌گویم این قدر تأکید بر این قضیه، سبب انحراف و دوباره ارائه طرحهای شیک به دولت و گرفتن وجوهاتی از دولت برای اینکه ما می‌خواهیم قبل هوا کنیم، می‌شود و فیللی هم هوا نخواهد شد! حرفم این است. حد و حدود قضیه کتاب همین است! من چند نمونه‌ای را ذکر می‌کنم. سرمایه، محافظه کار است؛ محل امن می‌خواهد و کمترین ریسک را می‌طلبد.

بنابراین اگر فروشگاه‌های تعطیل می‌شود یا اگر فروشگاه‌های از مجموعه محصولاتی که ارائه می‌کند کتاب را دائماً کاهش داده و محصولات دیگرش را اضافه می‌کند، دلیل کاملاً عقلایی اقتصادی دارد، کسی مرض و غرض ندارد. برای نمونه در سالهایی که موجهای سیاسی و اجتماعی ایجاد می‌شود و کتابهایی گل کرده و فضا پیدا می‌کند، مشاهده می‌کنید که اصلاً مشکل توزیع وجود ندارد، مغز همه خوب کار می‌کند، همه اقتصاد را فهم می‌کنند، همه بلد هستند و منافع خود را تشخیص می‌دهند. کتابهای سیاسی که در سال ۷۹ به تیراژ چند صد هزار و چاپ سی‌ام رسید، هم نویسنده و هم ناشر و هم مرکز پخش و هم کتاب‌فروش را منتفع کرد، همه نیز زنجیروار بلد بودند که چه کاری انجام دهند و لازم به یادگیری نبود که سیستم را اصلاح کنیم! این نوع حرفها

بارها زده شده و خود من طراح ده‌ها طرح شکست خورده هستم. خود من به دلیل تلاش و دغدغه‌ام برای اینکه یک جلد کتاب بیشتر به خانه‌های مردم برود، انواع و اقسام طراحی ویتترین کتاب را انجام داده‌ام و طراح ویتترینهای نمایشگاه کتاب در شهر تهران هستم که فقط با آن کار من خانه‌ام را از دست دادم! این حرف را آقای زرگر، ده سال قبل به آقای مسجدجامعی زد که مانند نوشابه که توزیع می‌شود، کتاب هم همان طور باید توزیع شود.

برادر عزیز چه کسی گفته که آن برادری که در بوی‌راحمند نشسته الان تشنه کتاب است و اگر این کتاب به دستش برسد، می‌خرد و اگر کتاب را نمی‌خرد برای این است که کتاب را نمی‌بیند. همین نمایشگاه بین‌المللی کتاب به اعتقاد من برعکس آمار و ارقامی که عزیزان دولتی می‌دهند، اتفاقاً نشانه اثبات تئوری من است که مردم کتاب نمی‌خرند. من چهاردهمین سالی است که در نمایشگاه شرکت می‌کنم، اگر عناوین جدیدی داشته باشم، فروش بسیار بالایی دارم و اگر عنوانی نداشته باشم، فروشم اندک است. این بدان معناست که تعداد کتابخوان محدودی وجود دارد، اگر کتاب جدیدی منتشر شده باشد، آن را می‌خرند و این خیل عظیم جمعیت تماشاگر، بدون تردید صدها و هزاران نفرشان کتاب من را نه دیده‌اند و نه خریده‌اند و باز هم نمی‌خرند و کاملاً هم در منظرشان است. یعنی هیچ محدودیتی برای دیدنش نیست، کتاب را می‌بینند، اما نمی‌خرند، دلیلش این است که کتاب و محصولات فرهنگی و هنری در سید هزینه مردم ایران جایی ندارد.

کنار می‌گذارند. حداقل قرار بر این بود که کتاب‌فروشان که ناشر هستند، از معافیت استفاده کنند ولی این معافیت را امسال به کل نادیده گرفتند. در این کشور حتی برای لوازم آرایش که لوکس است، اگر کسی تولید کند از او مالیات نمی‌گیرند، ولی اگر فاکتور کرد و فروخت از او مالیات می‌گیرند. اگر قرار است ما را از دادن مالیات معاف کنند که ما کتاب تولید کنیم و در انبارها بچینیم، این چه معافیتی است؟ این یعنی همان اشاره جناب آقای رضایی، حمایت‌های زیر ساختی چنین باید باشد. بایستی اهل قلم به طور کلی اعم از ناشر و کتاب‌فروش و توزیع‌کننده، کلاً از مالیات معاف باشند، این اهمیت دارد. دوم اینکه بنا بر تعریفی که در مالیات است، خدمات ۱۵٪ ضریب دارد، به ما ناشران خوشبختانه کمترین ضریب را دادند یعنی ۳٪، برای توزیع‌کننده کتاب که گفته‌اند کار شما توزیع است و ضریب شما ۱۵٪ است! مسئله بعدی، مسئله پست است.

اخیراً دوستان در پست همت بسیار والایی کردند و از آنجا که مردم به خاطر عملکردهای گذشته از پست فراری شدند، هنوز به این قضیه رو نیاوردیم. پست کمک کرده و تعرفه‌ها را پایین آورده و این اهمیت بسیاری دارد. وقتی از بالا به سیستم توزیع کتاب در ایران بنگریم مانند، خدای ناکرده، یک ریه بیمار می‌ماند که اکسیژن تا نای و نایژه می‌رود ولی مویرگ‌ها را در بر نمی‌گیرد. کتاب حداکثر به شهرستان‌های درجه دو و یک می‌رود، ولی اگر پست حضور فعالی داشته باشد و تحولی در توزیع پیش بیاید، حرف جناب مظفر را قبول دارم، ولی شما باید به امکانات هم توجه کنید، اگر من بازنشست شدم و به روستایمان برگشتم ولی با یک درخواست پستی و یک تلفن توانستم کتابم را دریافت کنم، چطور تاثیری ندارد! بسیار هم تأثیر دارد. روزی در تلویزیون برای ناشری که کتاب جالبی را چاپ نکرده بود و مورد اعتراض مردم هم بود، تبلیغ کردند. آدمی که ما باید با تنفر به او نگاه می‌کردیم، خیلی مورد توجه ما قرار گرفت. من چگونه انسان موظفی در مغازه داشته باشم که ویتترین و مغازه را تمیز نگه دارد، با چند درصد تخفیف! جناب رضایی تخفیف کتاب‌فروشی ۱۵٪ است و این بدترین صورت قضیه است. بدون جاذبه‌های مادی چه کسی به دنبال کار می‌رود؟ همه حرف‌هایی که می‌زنیم زیباست؛ خدمت فرهنگی! ولی در خدمت فرهنگی تکلیف کارمند ما چیست که غذای گرم به او نمی‌رسد، با

سخنم را با این جمله تمام کنم که «کار پاکان را قیاس از خود مگیر» اگر در یک مرکز فرهنگی در پاریس جمعیت زیادی به چشم می‌خورد و از کتاب استفاده میکنند، در کنارشان در شانزه‌لیزه در کشوری که انواع و اقسام رسانه‌ها وجود دارد، صف‌های طولانی برای رفتن به سینماست. مردم ما سینما هم نمی‌روند! الان اگر در این جا میزگرد سینما بود، مشاهده می‌کردید که دست‌اندرکاران سینما چه می‌گفتند! مردم ما سینما هم نمی‌روند. در روز یکشنبه در آمریکا یکی از تفریحات مردم کتابخانه‌هاست که در آن جا حتی جای سوزن انداختن نیست. تمام خانواده به آن جا می‌روند و به کتابخوانی مشغول می‌شوند. شما در ایران چند خانواده سراغ دارید که تفریحشان در روز تعطیل، رفتن به کتابخانه باشد!

مظفر: اگر عناوین جدیدی داشته باشم، فروش بسیار بالایی دارم و اگر عنوانی نداشته باشم، فروشم اندک است. این بدان معناست که تعداد کتابخوان محدودی وجود دارد، اگر کتاب جدیدی منتشر شده باشد، آن را می‌خرند و این خیل عظیم جمعیت تماشاگر، بدون تردید صدها و هزاران نفرشان کتاب من را نه دیده‌اند و نه خریده‌اند و باز هم نمی‌خرند و کاملاً هم در منظرشان است

● سمعی: جناب آقای مظفر با بیان شیوایشان دردهای جامعه ما را مطرح کردند و این را در زمینه کتاب و در زمینه‌های دیگر واقف هستیم و باید به دنبال راه‌حلهایی باشیم. حتی اگر شکست‌هایی هم خورده باشیم ولی انسان همیشه باید تلاش کند تا با یاری خداوند به جلو برود. این میزگرد هم با این هدف تشکیل شده است. از جناب آقای هاشمی دعوت می‌کنیم که در باب محور دیگری که باید مطرح شود، یعنی تأثیر بهای پایین کتاب در توزیع، صحبت بفرمایند. به خاطر یارانه‌هایی که به نشر در کشور ما تعلق می‌گیرد، قیمت پست جلد کتاب کاهش پیدا می‌کند و قیمت پست جلد کتاب در مقایسه با کشورهای دیگر، متفاوت است. بحث این است که با توجه به اینکه آقای رضایی هم اشاره کردند، پخشگرها و توزیع‌کننده‌ها و کتاب‌فروشی‌ها، درصدی از این قیمت پست جلد را می‌گیرند، به دلیل اینکه قیمت پست جلد را ناشر تعیین می‌کند و ناشر خودش حمایت شده و از دولت یارانه گرفته است، درصد پخشگرها نسبت به حق واقعی‌شان کاهش می‌یابد.

● هاشمی: اشاره ای که جناب رضایی به حمایت‌های زیرساختی داشتند با بعضی از حرف‌ها مخلوط می‌شود. همان طور که بعضی از دوستان می‌گویند، ما اشخاصی را می‌بینیم به ظاهر بسیار فرهیخته و مرتب، با تحصیلات دانشگاهی ولی کتابی به دست نمی‌گیرند. ولی همین جماعت توی جلسات می‌نشینند و هنگام تصمیم گرفتن برای معافیت مالیاتی، جامعه نشر و کتاب‌فروشها را

چقدر حقوق؟ پس باید تکلیف تخفیف را در این کشور معین کرد و به نظر من به عنوان یک ناشر و کتابفروش، حداقل تخفیف در ایران باید ۴۵٪ باشد.

● **سمعی:** ما محوری داریم که مربوط به جمع‌بندی مباحث می‌شود، آیا محصولات فرهنگی در شرایط کنونی کشور اقتصادی است یا خیر؟ از بیانات جناب آقای سعدی در این محور استفاده می‌کنیم.

● **سعدی:** من چون از اول بحث حضور نداشتم، جناب سمعی اجازه فرمایید که دو، سه نکته‌ای که مورد نظر من است بیان کنم! نهادهایی در کشور برای حمایت از نشر و کتاب شکل گرفته است. اما در ادامه کار، به نظر من خود این حمایتها تبدیل به آفتی برای ناشران شده است که جلوی کار آنان را می‌گیرد. در اینجا می‌خواهم به چند محور اشاره کنم. ابتدا این که نهادهای فرهنگی دولتی در کشور تشکیل شد که می‌خواستند کتابها را بدست مخاطبان برسانند ولی متأسفانه مدت کوتاهی که از کار آنها گذشت، خود از ناشران بزرگ کشور شدند و تبدیل به رقبای جدی برای بخش خصوصی شدند. این حرکت نهایتاً منجر به تعطیل کتابفروشیها در شهرستانها شد! چون آنها اجازه دارند هر جا که خواستند دکه یا چادر بزنند و مالیات، آب و برق هم نمی‌پردازند. اگر شما در امور اداری آنها وارد شوید، کارمندان حقوقشان را دارند و به دنبال این نیستند که از طریق فروش کتاب، حقوق آنها را بپردازند، همان‌طور که آقای هاشمی فرمودند، ما نمی‌توانیم غذای گرمی به کارمندان خود بدهیم و حتی کسی را برای نظافت محیط کتابفروشی نداریم و این خود مشکل جدی است. از نظر من از آفتی است که ابتدای تشکیل آن هدف مقدسی بوده و نیت بانی آن خیر بوده است، اما ادامه آن نه! حتی در بهترین نقاط شهر تهران مشاهده می‌کنید که می‌توانند بهترین کتابفروشیها را داشته باشند. مثلاً در مشهد در اطراف حرم می‌توانند فروشگاه داشته باشند، خلاصه کتابی که خودشان تولید می‌کنند در معرض فروش قرار می‌دهند و کمترین میزان همکاری را با ناشران خصوصی دارند.

یکی دیگر از سیاستهایی که به نظر من در شروع حرکت بسیار خوبی بود، اما ادامه آن به صورت جدی احتیاج به نقد و بررسی دارد، برگزاری نمایشگاه‌های استانی است. این کار در زمان خود، کار بسیار خوبی بوده است، اما اعتراضهای جدی کتابفروشیهای شهرستانی را در پی دارد. اگر

روشهای جدیدی که آقایان می‌فرمایند، به خواست خدا، شکل بگیرد و کتابفروشان از آن استفاده کنند خوب است ولی روشهای سنتی را از بین نبرید تا بتوانیم حداقل سیستم توزیعی را که داشتیم به ما برگردانید و وقتی روشهای جدیدی که آقایان می‌فرمایند تحقق پیدا کرد، ما از آن استفاده خواهیم کرد. یکی از مشکلات جدی این است که اکثر کتابفروشیها در شهرستانها تعطیل شدند و حتی اصلاً حاضر نیستند که کتابهایی که ما به امانت برای آنها می‌فرستیم، بپذیرند. اکثر کتابفروشان تغییر شغل داده‌اند. یکی دیگر از آفتی که به نظر من برگشت آن به وزارت ارشاد است، ضوابط اعطای پروانه نشر است. در ضوابط پروانه نشر، هیچ شرطی برای در نظر گرفتن تجربه متقاضی دیده نشده است و همین که کسی مدرک کارشناسی داشته باشد، می‌تواند پروانه نشر بگیرد. در هرصنفی برای کسی که می‌خواهد وارد شود، ضابطه چند سال سابقه هست اما متأسفانه در حوزه نشر، آقایان نیازی به لحاظ سابقه ندیدند و نتیجه آن ورشکستگیهایی است که می‌بینید! شخصی ناآشنا برای گرفتن وام و انتشار کتاب می‌آید و به این دام می‌افتد و چند کتاب چاپ می‌کند و بعد چکهای برگشتی و ...

مشکل دیگری که به نظر من وجود دارد، بحث خرید کتاب توسط وزارت ارشاد است. این که ما از هر کتاب تعدادی را خریداری کنیم، ممکن است در یک برهه زمانی طرح مناسبی بوده است. ولی اکنون این کتابها به دست مخاطبان نمی‌رسد و به انبارها منتقل می‌شود، از انبار ناشر به انبار دیگر و از آن جا به انبار نهاد دولتی دیگر. بعضی اوقات کتاب دوره‌ای است، جلد اول امسال خریداری شده و به جایی رفته و جلد دوم در سال بعد منتشر می‌شود و... من معتقدم که سیاست یارانه دادن به تولیدکننده باید به صورت جدی مجدداً بررسی شود و ببینیم آیا این امکان وجود دارد که یارانه مانند کشورهای دیگر به خود مصرف‌کننده داده شود تا این خود مصرف‌کننده باشد که مسیر فکری جامعه و نویسنده را که چه چیزی بنویسد، تعیین کند، نه این که من تولیدکننده به مؤلف سفارش دهم!

● **سمعی:** با تشکر از مدعوین و حضار با سپاس خدا ختم جلسه را اعلام می‌کنم.