

## گريبان کتاب در دست گراني



میزان فروش کتاب در کشور ما علاوه بر آن که تابع عوامل مختلفی است، در فصل‌های گوناگون نیز تفاوت دارد. معمولاً در فصل‌های پاییز و زمستان کتابفروشی‌ها رونق خوبی دارند و به جایش در بهار به علت برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب و همزمانی با امتحانات پایان ترم دانشگاه‌ها، خریداران کمتری به سراغ کتابفروشی‌ها می‌روند.

جام جم آنلاین: میزان فروش کتاب در کشور ما علاوه بر آن که تابع عوامل مختلفی است، در فصل‌های گوناگون نیز تفاوت دارد. معمولاً در فصل‌های پاییز و زمستان کتابفروشی‌ها رونق خوبی دارند و به جایش در بهار به علت برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب و همزمانی با امتحانات پایان ترم دانشگاه‌ها، خریداران کمتری به سراغ کتابفروشی‌ها می‌روند.

این نزول فروش در تابستان‌ها نیز که مراکز آموزشی بسته است و گرمای هوا کلافه‌کننده می‌شود، همچنان ادامه پیدا می‌کند تا آن که دوباره مهر از راه سر برسد و بهار کتابفروشی‌ها آغاز شود.

اگرچه امسال هم به روال سابق، فروش کتاب در فصل بهار و تابستان افت یافته، اما کتابفروشی‌ها می‌گویند کساد بهاری و تابستانی امسال بازارشان کمی شدیدتر است. کارشناسان بازار کتاب می‌گویند که هزینه‌های تولید و چاپ نسبت به سال‌های گذشته افزایش زیادی داشته که نتیجه آن کاهش چشمگیر فروش کتاب است. این ادعایی است که کتابفروشان راسته خیابان انقلاب و فروشندگان کتاب‌های دست‌دوم و کمیاب و نایاب بویژه در حوزه‌های ادبی، فلسفی و تاریخی مطرح می‌کنند.

### پشت جلد‌های گران

داغ‌ترین بحث چند ماه گذشته میان فروشندگان و خریداران در کتابفروشی‌ها، گرانی قیمت پشت جلد کتاب‌هاست که ناشی از افزایش هزینه‌های چاپ و انتشار آن است. حسین بختیاری، مدیر فروشگاه انتشارات مروارید، درباره قیمت جدید کتاب‌ها می‌گوید: گرانی، مهم‌ترین دلیل کاهش فروش کتاب در سال جاری است. مثلاً کتابی که سال گذشته 8000 تومان بوده، امسال به 12 هزار تومان رسیده است. برای همین کتاب‌های چاپ پارسال اگر برچسب قیمت‌هایشان تغییر نکند، بهتر از کتاب‌های امسال مشتری دارند.

بختیاری با اشاره به این که وقتی جنسی گران می‌شود، متقاضی از میزان خریدش کم می‌کند، می‌گوید: اگر زمانی فردی 3 کتاب ضروری و 2 کتاب غیرضروری می‌گرفت، امروز دیگر فقط به همان 3 کتابی که صددرصد مورد نیازش است، بسنده می‌کند.

او می‌افزاید: تا چند سال پیش با یارانه‌های ارائه شده از سوی دولت برای کاغذ، قیمت کتاب پایین بود. اما امروز این گونه نیست و قدرت خرید مردم برای کتاب خیلی پایین آمده است. اصلاً نمی‌توان قیمت کتاب را در سال 90 با سال 89 یا سال 88 مقایسه کرد. ما نباید دست به دست هم دهیم تا همه چیز به مرگ ناشر منجر شود.

### یارانه آرد و کاغذ مثل هم هستند

سال‌هاست که کاغذ دولتی حذف شده و ناشر و خریدار با قیمت‌های جدید کنار آمده‌اند، برای همین است که نادر قدیانی، رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان، شرایط امروز را کاملاً توجیه پذیر می‌داند و می‌گوید: عملاً در شرایطی که یارانه گندم و آرد قطع شده، توقع بیجایی است که ناشران از سوی وزارت ارشاد برای تهیه کاغذ حمایت شوند. در طی اجرای برنامه هدفمندی یارانه‌ها، حتی اگر اشتباهاتی هم داشته باشد، حتماً به عده‌ای فشار می‌آید، ولی همان‌ها نیز در دراز مدت ذی‌نفع خواهند بود. او ادامه می‌دهد: چون کشور ما در حال رشد است، بالا رفتن قیمت‌های مواد اولیه و به تبع آن قیمت کتاب، کاملاً طبیعی است. البته اگر کارشناسان پیش از مصوب کردن طرح‌های اقتصادی، ابتدا مشورت کنند، کمتر با این مشکل مواجه می‌شویم.

### فروش ربالی، فروش واقعی

وقتی به سراغ مسوولان هریک از کتابفروشی‌های راسته خیابان انقلاب می‌رویم، آنان با اشاره به این که به‌ظاهر میزان درآمدشان تغییری نکرده، اما تأکید می‌کنند تعداد مشتری‌هایشان کمتر از نصف شده است. مدیر فروشگاه انتشارات مروارید در این باره می‌گوید: ما نباید خودمان را فریب دهیم. مشتریان کتابفروشی ما نسبت به گذشته که وقتی برای پاسخ دادن به آنها را نداشتیم، بسیار کم شده است. اگر چه اصل درآمد ما مثل گذشته است، اما سال قبل همین میزان درآمد، حاصل خرید 100 مشتری بود و امروز 40 مشتری آن را رقم زده‌اند.

داریوش نمازی، یکی از کتابفروشان روبروی دانشگاه نیز کاهش تعداد مشتریان و کاهش خرید را تایید می‌کند و می‌افزاید: قیمت کتاب نسبت به پارسال افزایش پیدا کرده است. اگر مشتری در همان سطح باقی بماند، پس باید درآمد ما نیز بیشتر شود. میزان فروش کتاب‌های ما در سال جاری با فروش سال گذشته کاملاً برابر است. این نشانه کاهش میزان خرید مردم است. وقتی قیمت بالا می‌رود، میزان خرید کم می‌شود.

کتاب‌های نایاب هم مشتری ندارند

کاهش خریداران امسال، به بازار کتاب‌های نایاب و کمیاب نیز که مشتریانش مجموعه داران هستند، رسیده است. حسن غیبی، مدیر کتابفروشی هنرمند در همین ارتباط می‌گوید: 6 ماهه ابتدایی هر سال ما در رکود کامل به سر می‌بریم، اما امسال این وضعیت تشدید شده است. از ابتدای سال 90 که مردم مجبور شده‌اند برای امور اقتصادی‌شان برنامه‌ریزی کنند، ظاهراً دیگر نمی‌توانند پولی را صرف خرید کتاب کنند که این حتی شامل مشتریان حرفه‌ای و مجموعه‌داران نیز شده است.

نکته: این روزها داغ‌ترین بحث میان فروشندگان و خریداران در کتابفروشی‌ها، گرانی قیمت پشت جلد کتاب‌هاست؛ واقعیتی که به گفته ناشران و کتابفروشان ناشی از افزایش هزینه‌های چاپ و انتشار است. او اضافه می‌کند که حتی قیمت کتاب‌هایش را افزایش نداده است برای این که بتواند خرج زندگی‌اش را درآورد و چک‌هایش را پاس کند. غیبی ادامه می‌دهد: امروز حاضرم آن دسته از کتاب‌های 10 هزار تومانی‌ام را به قیمت 5 یا 6 هزار تومان بفروشم، با این وجود خبری از مشتری نیست.

مهدی شمس، مدیر انتشارات شمس تبریزی و مدیر کتابفروشی شمس هم درباره وضعیت بد فروش کتاب‌های نایاب می‌گوید: از حدود 4 سال گذشته فروش کتاب‌های دست دوم و کمیاب همواره رو به نزول بوده است. یکی از دلایلش عدم احساس نیاز به کتابخوانی است. البته شرایط اقتصادی خانواده‌ها کاهش فروش کتاب را تشدید کرده است. از طرفی آن قدر فکر مردم مشغول است که اگر فرصتی هم برای مطالعه پیدا کنند، برای خواندن کتاب تمرکز کافی ندارند. او ادامه می‌دهد: به جرات می‌توانم بگویم علاوه بر آن که تعداد مشتریان ثابت ما ریزش داشته، مدتی است که مشتریان گذری ما هم بسیار کم شده‌اند. در حال حاضر بخش عمده خرید و فروش ما با همکاران تهرانی و شهرستانی صورت می‌گیرد.

تبلیغات اندک، بی‌اطلاعی مخاطب

در شرایطی که مراجعه مشتریان به کتابفروشی‌ها کاهش پیدا کرده است، کارشناسان و فعالان عرصه نشر می‌گویند که با تبلیغات و تشویق مردم می‌توان تا حدی بر این مشکل فائق آمد. قدیانی در این باره می‌گوید: در تبلیغات رسانه‌ای و محیطی به کتاب آن چنان که باید، اهمیت داده نمی‌شود. در حالی که کتاب هم باید مثل دیگر کالاهای تجاری تبلیغ شود و فرد را برای خرید آن ترغیب کند.

البته تبلیغات فقط منحصر به رسانه‌های گروهی نمی‌شود. کتابفروشان نیز در تبلیغ کتاب‌هایشان جایگاه ویژه‌ای دارند. بعضی از آنها فقط با پاسخ مثبت و منفی به درخواست مشتری جواب می‌دهند، ولی کتابفروشان که خود از محتوای کتاب آگاهی دارند، نمونه‌های مشابه را نیز به مشتری معرفی می‌کنند. نمازی از کتابفروشان راسته خیابان انقلاب می‌گوید: اگر کتابفروشی نتواند نظر مشتری‌اش را جلب کند و او نتواند کتابش را بیابد، به سمت دیگر تفریحات سوق پیدا می‌کند.

بابک مفیدپور، مدیر کتابفروشی مولی، درباره نقش موثر کتابفروشان در افزایش میزان فروش می‌گوید: این وظیفه کتابفروش است که بتواند نیاز مخاطب را تشخیص دهد. مثلاً فروش کتاب درباره کوروش کبیر، بنیانگذار سلسله هخامنشی، همزمان با ورود منشور کوروش به کشورمان افزایش یافته است. کتابفروش باید نیاز مشتری را بشناسد و او را بدرستی راهنمایی کند.

در چرخه صنعت نشر کتاب وقتی به سراغ هر گروه از نویسندگان، مترجمان، ناشران، چاپخانه‌داران، توزیع‌کنندگان، کتابفروشان و مخاطبان که می‌رویم، همه آنان از وضعیت امروز کتاب نالان هستند. آنان می‌گویند وزارت ارشاد با حذف یارانه کاغذ و البته اعمال بعضی از نظارت‌های سختگیرانه، خود را از دیگر بخش‌های صنعت نشر کنار کشیده تا جایی که امروز حتی قانون معافیت ناشران هم حذف شده است. اتحادیه ناشران و کتابفروشان نیز بسیاری از مسائل موجود در بحث کتاب را بر عهده نمی‌گیرد، زیرا اتحادیه وظایف خاص خودش را دارد. قدیانی در توضیح وظایف و مسوولیت‌های اتحادیه می‌گوید: به نظر من اتحادیه در حکم پدربزرگ معنوی خاندانش است که اعضای آن هر وقت با مشکلی مواجه می‌شوند، به سراغش می‌روند. این که مسوولان اتحادیه تا چه اندازه مشاوره می‌دهند و اعضا تا چه اندازه برای راهنمایی سراغ اتحادیه می‌روند، هر کدام اهمیت خاص خودش را دارد.

پاسخگو نبودن وزارت ارشاد

اگر در مدت زمانی خاص، فیلم‌های خوبی اکران نشود و از تعداد تماشاگران سالن‌ها کاسته شود، معاونت سینمایی وزارت ارشاد به میدان می‌آید تا پاسخ دهد، این در حالی است اگر در کشور ما از میزان خرید کتاب کاسته شود و قشر کتابخوان هم از کتاب‌های چاپ شده راضی نباشند، هیچ یک از بخش‌های وزارت ارشاد پاسخگو نیستند. برای همین بود که تلاش‌های یک هفته‌ای ما برای صحبت با مسوولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در این ارتباط بی‌نتیجه ماند. وقتی این واقعیت را با تعدادی از کتابفروشان و ناشران در میان گذاشتیم، آنان گفتند که ارشاد تنها تا قبل از چاپ و توزیع کتاب در این عرصه دخالت می‌کند و از کنار چرخه فروش کتاب بی‌تفاوت می‌گذرد.

حورا نژادصداقت / جام‌جم