





**تجربه نگاری - ۲**

**برنامه های حمایتی از  
کتاب فروشی ها**

این مجموعه در گفت‌وگو با مدیران، کارشناسان و دست‌اندرکاران این تجربه تدوین شده است.  
- انتشار آن به صورت کاغذی در شمارگان بسیار محدود است.  
- می‌توانید فایل این گزارش و دیگر گزارش‌های مجموعه تجربه‌نگاری را در پایگاه اینترنتی [www.ricac.ac.ir](http://www.ricac.ac.ir)  
و [Farhang.gov.ir](http://Farhang.gov.ir) دریافت کنید.  
پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
تجربه‌نگاری - ۲  
عنوان: برنامه‌های حمایتی از کتاب‌فروشی‌ها  
نویسنده: ندا زندی  
ویراستار: سیمین کاظمی  
شمارگان: چاپ محدود

## فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۳
اندر خیال دوست.....	۳
فصل اول: فروگیر این کتاب از گوشه طاق.....	۵
کتاب‌فروشی از چشم تاریخ.....	۵
دردم از یار است و درمان نیز هم.....	۶
فصل دوم: شد مدتی که خشت سر خُم کتاب ماست.....	۹
کتاب‌فروشی در مرکز توجه.....	۹
دست در دست برای معافیت از مالیات.....	۱۰
شارژ کتاب‌فروشی‌ها با برداشتن بار حامل‌های انرژی.....	۱۱
دوردستان را به احسان یادکردن همت است.....	۱۱
از دولت حرکت، از بخش خصوصی برکت.....	۱۳
پای درد دل توزیع‌کنندگان.....	۱۴
همه دستگاه‌ها وارد عمل شوند!.....	۱۴
اتحاد صنف و دولت.....	۱۶
فصل سوم: از نمایشگاه‌های استانی تا طرح‌های فصلی کتاب.....	۱۹
آغازی به وسعت ایران.....	۲۱
بوی عیدی، بوی کتاب.....	۲۲
تاب‌آوری در مقابل کرونا به کمک طرح‌های فصلی.....	۲۴
فصل چهارم: هر که رنجی بُرد، گنجش شد پدید.....	۲۹
آنچه گذشت.....	۲۹
گره‌خوردن زلف کتاب‌فروشان با فعالان حوزه کتاب و کتاب‌خوانی.....	۳۱
حال خوش کتاب‌فروشی‌ها با پیوند مبارک دو طرح.....	۳۲
کلام آخر.....	۳۳



## پیشگفتار

یکی از معایب ساختار اداری در ایران عدم انتقال مکتوب تجربه به نسل های بعدی است. تجربه اغلب از راه شفاهی و در چارچوب دانش فردی منتقل می شود و هیچ انباشت تجربه ای شکل نمی گیرد و تجربه افراد و سازمان به دانش تبدیل نمی شود.

ما اکنون از بسیاری از پروژه ها و کارهای مهمی که در طول سالیان و دهه ها در ایران انجام شده اند روایتی همه جانبه و دقیق نداریم که در آن موانع، مسائل، ارزیابی ها و چگونگی تبدیل ایده اولیه به رویداد یا فضا یا اثر توضیح داده شده باشد. اغلب از طریق محتوایی که برای تبلیغات یا روابط عمومی تولید شده اند می توانیم به برخی و تنها به برخی از جوانب این کارها یا رویدادها پی ببریم، اما در این گزارش ها بنا به ویژگی ها نه از جزئیات خبری می توان یافت، نه از روایت و نه احتمالاً از معایب و موانع و سختی ها. با چنین نگاهی درباره پروژه های خاصی که در دوره اخیر در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - دولت دوازدهم - پیگیری شدند، روایت هایی مستند به صورت مکتوب تهیه شده اند تا در آنها از ایده تا شکل گیری و اجرا مورد توجه واقع شوند. این روایت ها در چارچوب ویژگی های زیر تهیه خواهند شد. هدف از این تجربه نگاری ها گزارش عملکرد نیست. به همین دلیل از کاستی ها هم سخن گفته ایم تا آیندگان با خواندن آن نگاهی کارشناسانه تر پیدا کنند و درباره استمرار یا اصلاح یا توقف آن تصمیم بگیرند. در این گزارش ها فعالیت های قابل اعتنایی که در دوره جدید بنیان گذاری و اجرا شدند و به موفقیت رسیدند یا به دلایلی به موفقیت نرسیدند برای تجربه نگاری انتخاب شدند تا اقدامی باشد برای تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار که به مدیران بعدی منتقل شود یا به کار برنامه ریزان، پژوهشگران و کارشناسان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیاید.

هدف ما در تدوین این گزارش ها عبارت بود از: انتقال تجربه های مدیریت فرهنگی؛

- کمک به شکل گیری دانش بومی در مدیریت فرهنگی؛
  - کمک به شناخت میدان مدیریت فرهنگی در ایران؛
  - کمک به شناخت ظرفیت ها و موانع کارهای ابتکاری در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ و
  - کمک به تقویت برنامه های خلاقانه فرهنگی.
- امیدواریم این کار در حد خود تأثیرگذار باشد و به پیشرفت کشور اسلامی و عزیزمان کمک کند.

محمد سلگی

رئیس پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

همایون امیرزاده

رئیس مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی





## مقدمه

### اندر خیال دوست

«از دست قاصدی که کتابی به من رسد

در پای قاصد افتم و بر سر نهم کتیب»

سعدی

کتاب فروشی چشم و چراغ شهر است؛ قاصد «تپش بال و پیر زندگی». کتاب فروشی شهر فرنگی است ساخته از کتاب که می توان ساعت ها چشم بر آن نهاد و جهانی را دریافت. کتاب فروشی ماشین زمانی است که با کتاب هایش به هر کجای تاریخ که بخواهی پامی گذاری و، حتی فراتر از آن، می توانی نمایی از آینده را نیز ببینی؛ از جغرافیایی که وطن توست بگذری و پا به سرزمین های ناشناخته بگذاری. از تجربه خواندن نوشته های مبهم و سخت و آشفته تا اشعار روان و نغز، همه و همه در کتاب و کتاب فروشی است که مهیا می شود.

شاید بگویند تمام این ها بردوش کتاب است و کتاب فروشی چیزی نیست جز محلی برای تهیه دستاورد مؤلفان، مترجمان، ناشران، یا حتی چاپخانه دارانی، که در انتشار فکر انسانی خردمند و خردباور سهمی شایسته دارند؛ اما اگر تجربه یک بار چرخیدن در نمایشگاه های کتاب یا خرید کتاب های الکترونیک را داشته باشید می دانید که فضای مطبوع کتاب فروشی چیز دیگری است. غرق شدن در دنیای بی انتهای کتاب و گشت و گذار لابه لای قفسه های مخزن اسرار، تماشای آدم هایی که در گوشه کتاب فروشی سردر کتابی فروبرده اند و از جهان پیرامون خود رهايند، برخوردن به نویسنده ای شهیر و نشستن پای صحبت های او و دیگر کسانی که دل در گرو کتاب دارند و خیلی چیزهای دیگر است که کتاب فروشی را از هر فروشگاه دیگری متمایز می کند. همان طور که عبدالحسین آذرنگ به شایستگی می گوید: «سرشت دادوستد کتاب با سرشت دادوستد کالاهای دیگر هیچ گاه همسان نبوده و نیست. کالبد کتاب، گرچه کالای مادی است اما به عنوان ماده مبادله نمی شود. حتی اگر روزی این کالبد، که اکنون از برگ های کاغذ و در میان پوششی تشکیل می شود، جای خود را به ماده دیگری بسپارد و صورت آن هم دیگرگونه شود، باز هم کالای مادی نخواهد بود». به علاوه، کتاب فروشی فقط مکانی برای عرضه کتاب نبوده و نیست. کتاب فروشی جایی است «برای پیوند کالای فرهنگی، رویداد فرهنگی و دیدار فرهنگی».

اومبرتو اکو دراز کتاب رهایی نداریم می گوید: «وقتی که بچه بودم، یکی از خانم های همسایه، هر سال، به مناسبت عید نوئل کتابی به من هدیه می داد. روزی به من گفت: «اومبرتو، بگو ببینم، تو کتاب را برای این که ببینی چه چیزی در آن نوشته اند می خوانی یا برای عشقی که به خواندن داری؟

و من ناچاراً اعتراف کردم که همیشه چیزی را که می‌خوانم، با شور و علاقه نمی‌خوانم. از سر علاقه به خواندن، هر چیزی را می‌توانم بخوانم! این یکی از مهم‌ترین کشف‌های دوران کودکی‌ام بود». از میان ما کتاب‌خوانان، برخی‌هایمان به خواندن اعتیاد داریم و خیلی‌هایمان هم می‌خوانیم تا بیشتر بدانیم. در هر دو حالت، خواندن همچون نفس‌کشیدن است برایمان. عملی است براساس عادت برای حفظ حیات با این تفاوت که منبع این هوا در همه‌جا یافت نمی‌شود. گاهی باید به کتابخانه برویم و کپسول اکسیژن را، که همان کتاب است، برای مدتی قرض کنیم. خیلی وقت‌ها این راه حل کارساز نیست و باید خودمان کتاب بخریم. اینجاست که پای کتاب‌فروشی به میان می‌آید. اگر کتاب‌فروشی به‌عنوان محلی برای عرضه کتاب، چه در شکل سنتی و چه در شکل مدرن آن، وجود نداشته باشد، این منابع حیاتی، این هوای تازه و مطبوع چگونه به دست ما خواهد رسید؟

بیا بید صنعت نشر را همچون چرخه یا زنجیری تصور کنیم که پس از پدیدآوردن، ناشر، چاپخانه‌دار و توزیع‌کننده، کتاب‌فروشی به‌عنوان حلقه پایانی این صنعت قرار گرفته است. حلقه‌ای که حرکت و تکاپوی تمامی چرخه نشر بسته و وابسته به آن است و، در صورت بحران در این حلقه، همه بخش‌های تولید و توزیع کتاب با نقصان مواجه می‌شود. اگر کتاب‌فروشی نباشد، کتاب بی‌مخاطب می‌ماند و مخاطب، بی‌کتاب. در طول تاریخ کوتاه کتاب‌فروشی در ایران ما با چنین وضعیتی مواجه شده‌ایم. وضعیت وخیم صنعت نشر در سال‌های پایانی دهه ۸۰ بود که مسئولان را به صرافت انداخت تا بررسی‌های عمیق و دقیقی صورت دهند و به حال زار کتاب‌فروشی‌ها برسند.

در این گزارش، پس از شرح مفصل آنچه در سال‌های متمادی بر کتاب‌فروشی‌ها گذشته است، بر مجموعه اقدامات و راهکارهای تدبیرشده مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه کتاب‌فروشی‌ها نور می‌تابانیم و از این رهگذر، اندیشه‌ها و راهکارهای سودمندی را که موجب نجات جان این پیشه فرهنگی تأثیرگذار شده است، شرح و بسط می‌دهیم. امیدواریم که ثمرات این تلاش‌ها روشن‌کننده مسیر آینده دیگر مدیران و دغدغه‌مندان عرصه کتاب شود.

## فصل اول: فروگیر این کتاب از گوشه طاق

### کتاب فروشی از چشم تاریخ

در یکی از روزهای پایانی دهه پرتلاطم ۳۰ ابراهیم رضانی، صاحب کتاب فروشی و انتشارات مشهور «ابن سینا» که از کساد بازار کتاب کلافه شده بود، فکری به سرش زد: ابتکاری بدیع در عالم کتاب و کتاب فروشی با عنوان «حراج کتاب». فوراً دست به کار شد و مهر بیضی شکلی ساخت با تاریخ فرنگی و نقش کلمه sold روی آن و شروع کرد به انتخاب کتاب‌ها و زدن مهر مذکور بر صفحه جلد. دیری نپایید که حرف حراج کتاب همه جا پیچید و بسیاری را به «ابن سینا» کشاند.

در حوالی همان سال‌ها، حسن معرفت با «قرعه کتاب» جان تازه‌ای به «کانون معرفت» دمید. او نام کتابی را بر کاغذی می‌نوشت و در پاکتی سر بسته می‌گذاشت و پاکت‌ها را در جعبه‌ای قرار می‌داد. مشتری می‌آمد ده ریال می‌پرداخت و پاکتی را انتخاب می‌کرد و پس از بازکردن پاکت، کتابی را که نامش در آن نوشته شده بود، تحویل می‌گرفت و این دیگر بستگی به شانس خریدار داشت که قرعه چه کتابی به او افتاده باشد؛ گاه بهای یک کتاب از ده تومان و بیست تومان هم بیشتر بود. مردم از این ابتکار استقبال کردند، به طوری که هر روز پشت در دکانش صف‌های طولانی بود. چند نفری هم مشتری پروپاقرص «معرفت» بودند که مرتب از این کتاب‌های شانس می‌خریدند و خودشان بساط کتاب راه می‌انداختند. در همین زمانه رونق ابتکار، محمود کاشی چی، صاحب کتاب فروشی «گوتنبرگ»، هم بیکار ننشست. او که گرفتاری‌های مالی و اقتصادی اش کم از بقیه کتاب فروشان نبود فروش کتاب کیلویی را مطرح کرد. کاشی چی با تبلیغات فراوان اعلام کرد که تمام کتاب‌هایی را که چاپ کرده در ترازو می‌گذارد و کیلویی ده تومان می‌فروشد. ابتکارش خیلی زود گرفت و در مطبوعات بازتاب پیدا کرد. خریداران کتاب به کتاب فروشی گوتنبرگ هجوم می‌آوردند و تا مدت‌ها صف طولانی از خریداران تشکیل می‌شد و کتاب کیلویی می‌خریدند... مهدی سهیلی هم نمایشنامه‌ای کمدی انتقادی در این باره نوشت که از رادیو پخش شد. این طور بود که کاشی چی قروض خود را پرداخت، پس از چند سال یک ساختمان قدیمی مقابل دانشگاه تهران خرید، پاساژ بزرگی بنا کرد و کتاب فروشی گوتنبرگ را هم به آنجا انتقال داد.

در زمانه‌ای که حاکمیت اهمیت به کتاب نمی‌داد و شمار باسوادان مملکت اندک بود و شرایط اقتصادی هم اسفناک، کتاب فروشان این طور روزگار می‌گذراندند و با چنین خلاقیت‌هایی یک‌تنه در مقابل طوفان بی‌امان مصائب اقتصادی می‌ایستادند. برای تعدادی از آن‌ها شرایط مالی طوری بود که می‌توانستند کتاب

و کتاب‌فروشی را کنار بگذارند و کسب‌وکارِ نان‌و آب‌دار و بی‌دردسری در صنفی دیگر برای خودشان دست‌وپا کنند؛ اما علاقه به کتاب آن‌ها را در همان میدان نگه داشت تا چراغ کم‌سوی کتاب‌فروشی کشته نشود. پس از انقلاب و در سال‌های پایانی دهه ۱۳۵۰، شکستن سدِ سانسور سبب چاپ آثاری شد که مدت‌ها در انتظار انتشار بودند. به‌علاوه، تعداد عنوان و شمارگان کتاب‌ها به‌طور بی‌سابقه‌ای افزایش یافت. روی‌کار آمدن «جلدسفید»ها هوای تازه‌ای برای کتاب‌فروشی‌ها شد اما هنوز از حمایت‌های دولتی خبری نبود. ناشران بر اساس علایق خود دست به انتشار می‌زدند و همه چیز تابع نظام عرضه و تقاضا و قاعده بازار بود. بعد از انقلاب و با شروع جنگ، وضعیت از این هم سخت‌تر شد. محدودیت‌های اقتصادی جنگ، کاهش درآمد نفت، بمباران کارخانه کاغذسازی «پارس» و نبود امکان واردات کاغذ دست‌به‌دست هم داد تا کاغذ جزء سهمیه‌بندی و کالاهای اساسی قلمداد شود. در چنین شرایطی، حرف قیمت‌گذاری کتاب به میان آمد و کاهش یا فقدان بودجه دولتی وضعیت کتاب را دچار رکود کرد. به‌رغم نوسانات شدید صنعت نشر و شروع حمایت‌های دولتی، نوسانات زیاد بازار نشر موجب شد تا توجه مسئولان به انتشار کتاب، ناشران، خرید کتاب و مصرف‌کنندگان معطوف شود و کتاب‌فروشی مغفول بماند. این‌گونه بود که سراسیمی کتاب‌فروشی آغاز شد. برای کتاب‌فروشی‌ها نفسی نمانده بود. هزینه و فروش معکوس عمل می‌کرد و دخل و خرج ساز ناکوک می‌زد. کتاب‌فروشان مقروض بودند و دیگر از عشق به کتاب و کار فرهنگی هم کاری ساخته نبود. در شرایط افزایش قیمت کتاب و کاهش خریداران، یا کتاب‌فروشی‌ها به‌کل تعطیل می‌شدند یا کتاب‌فروشان با تغییر کاربری فروشگاهشان روزی خود را در کسب دیگری می‌جستند. از اواخر دهه هشتاد تا نیمه نخست دهه ۹۰، بیش از بیست و پنج کتاب‌فروشی در ایران کار خود را متوقف کردند و بسیاری نیز به‌خصوص در شهرستان‌ها از کتاب‌فروشی عمومی به فروشگاه‌های کتاب‌های کمک‌درسی تبدیل شدند.

هرچه مسئولان در برپایی نمایشگاه‌های استانی و نمایشگاه بین‌المللی کتاب، توزیع بن‌های کاغذی و الکترونیک در بین دوستداران کتاب و... می‌کوشیدند، بدقوازی‌ها و قناسی‌های چهره صنعت نشر بیشتر آشکار می‌شد. طرح‌های حمایتی بی‌آنکه این صنعت را همچون چرخه و زنجیری متشکل از حلقه‌های اصلی (پدیدآورندگان، ناشران، توزیع‌کنندگان، کتاب‌فروشان و سرانجام خریداران و خوانندگان) ببینند، سبب فریه شدن حلقه تولید و نحیف شدن حلقه توزیع شده بود. در حالی که کتاب‌فروشی‌های محبوب و قدیمی شهر به‌آهستگی جای خود را به صنوف دیگری داد، بر تعداد ناشران افزوده می‌شد و آغاز بحرانی شدید در این صنعت دور از انتظار نبود.

## دردم از یار است و درمان نیز هم

در سال ۱۳۹۴ سکان معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، که یکی از مراکز دولتی مهم برای توجه به صنعت نشر است، به دست سیدعباس صالحی افتاد و او خیلی زود دست‌به‌کار تغییر و اصلاح اوضاع کتاب‌فروشی‌ها شد. در ابتدای راه نیاز بود که مشکلات دقیق و موردی بررسی شوند. ابراهیم حیدری که اکنون مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی است، درباره ماجرای اولین

## فصل اول: فروگیر این کتاب از گوشه طاق | ۷

قدم‌ها برای حمایت از کتاب‌فروشی‌ها می‌گوید: «پس از استقرار دولت یازدهم و حضور آقای صالحی به‌عنوان معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، طی جلساتی چندین ضعف و مسئله را در دو حوزه ترویج کتاب‌خوانی و کتاب‌فروشی‌ها شناسایی کردیم. ما دیدیم در حوزه کتاب‌فروشی‌ها عدم توازن میان تعداد کتاب‌فروشی‌ها و ناشران در سراسر کشور وجود دارد. تعداد ناشران چندین برابر کتاب‌فروشی‌هاست. مشکل دیگر عدم هویت حقوقی توزیع‌کننده‌ها بود که رابط بین کتاب‌فروشان و ناشران هستند و جایگاهشان معلوم نیست. به‌علاوه، معاونت امور فرهنگی در گذشته از سهمیه یارانه‌ای که در اختیار داشت هیچ مبلغی را به‌طور مستقیم صرف کتاب‌فروشی‌ها نمی‌کرد. درست است که اگر به‌طور غیرمستقیم هر حلقه از نشر را تقویت کنیم بقیه بخش‌ها هم حمایت می‌شوند؛ ولی کتاب‌فروشی‌ها مثل ناشر، نویسنده، مخاطب و خریدار حمایت مستقیم نمی‌شدند».

همایون امیرزاده که در سال ۱۳۹۴ مشاور اجرایی معاونت فرهنگی بود، مشکلات کتاب‌فروشی‌ها را این‌گونه شرح می‌دهد: «زمانی که به شناخت و بررسی مشکلات کتاب‌فروشی‌ها پرداختیم شرایط بسیار بدی برای این صنف حاکم بود. متأسفانه با سونامی تعطیلی کتاب‌فروشی‌ها مواجه بودیم که از تهران شروع شده و به شهرستان‌ها هم سرایت کرده بود. از مجموعه اندک کتاب‌فروشی‌ها کاسته می‌شد و هر روز ما این خبر ناخوشایند را می‌شنیدیم که یک کتاب‌فروشی در اهواز، تهران، اصفهان و... برای همیشه تعطیل شده است. لازمه جلوگیری از این روند در درجه اول این بود که کتاب‌فروشی‌ها به مرکز توجه فرهنگ تبدیل شوند. توجهات مجموعه‌های مختلف به کتاب‌فروشی‌ها معطوف شود. این که اهمیت کتاب‌فروشی‌ها بیشتر مورد توجه قرار بگیرد. این که این موضوع به همگان و با یک صدای رسا اعلام شود که اگر همین امکانات اندک و کسب‌وکارهای مربوط به کتاب‌فروشی وجود نداشته باشد، حتماً وضعیت نشر بسیار نگران‌کننده خواهد بود. به‌طور کلی در کشور ما موازنه درستی میان ناشران و کتاب‌فروشان وجود ندارد. از طرفی به‌طور خوش‌بینانه رقمی بالغ بر ده تا پانزده پروانه نشر داریم، که البته همه ناشران فعال نیستند، ولی تعداد کتاب‌فروشی‌ها یک‌دهم همین رقم است. کتاب‌فروشی‌ها به‌عنوان حلقه مهم شبکه توزیع اهمیت به‌سزایی دارند و همین عدم تناسب یادشده نشان می‌دهد که این صنف در شبکه توزیع نیاز به توجه ویژه دارند. به دیگر سخن، خیلی از ناشران فاقد کتاب‌فروشی هستند و الزاماً هر ناشری خودش کتاب‌فروش نیست. بنابراین اگر شبکه کتاب‌فروشی‌ها نقش آفرین نباشد، در بحث ارائه تولیدات حوزه کتاب به مخاطبان و جمعیت مصرف‌کننده، کار تمام حلقه‌های نشر با سختی و مشقت انجام می‌شود. فرض کنید در شرایطی که ما کتاب‌فروشی نداریم مؤلفی بیاید محتوای بسیار خوبی را در قالب کتاب چاپ کند اما وقتی جایی برای عرضه نداشته باشد، لطمات جبران‌ناپذیری به کل چرخه وارد می‌شود. از طرفی آسیبی که وجود دارد این است که تمام کتاب‌فروشی‌ها مشخصاً محلی برای فروش کتاب و دیدار فرهنگی نیستند. در فرهنگ عامه ما این‌طور جا افتاده که هر مغازه‌ای که نوشت‌افزار یا مجموعه‌ای از کتاب‌های دانشگاهی یا کمک‌درسی ارائه می‌دهد نامش کتاب‌فروشی است. بنابراین یکی از کارهایی که می‌بایست انجام می‌گرفت جدا کردن

کتاب‌فروشی‌های به معنای دقیق کلمه از مجموعه‌ها و کسبه‌ای بود که نوشت‌افزار ارائه می‌دادند و همهٔ این اقدامات باید به مرور با شناسایی مسئله رفع می‌شد.

### پیش‌نویس برنامهٔ حمایت از کتاب‌فروشی‌ها

یکی از نخستین اقدامات و خروجی‌های جلسات هم‌اندیشی، تدوین «پیش‌نویس برنامهٔ حمایت از کتاب‌فروشی‌ها» بود. در این پیش‌نویس، ضمن بیان مشکلات و وضعیت بحرانی کتاب‌فروشی‌ها به تجربیات کشور روسیه برای خروج از وضعیت بحرانی کتاب‌فروشی‌هایش، اشاره شد. در نهایت، راهکارهای متعدد و بدیعی به‌عنوان مهم‌ترین و اولین قدم‌های حمایت از کتاب‌فروشی‌ها مطرح شد: معافیت مالیاتی و بیمه و عوارض کسب؛ معافیت یا اصلاح تعرفهٔ حامل‌های انرژی و تغییر از کاربری تجاری به کاربری فرهنگی؛ اصلاح سیاست‌های برگزاری نمایش‌های استانی و بهره‌گیری از کتاب‌فروشان بومی.

## فصل دوم: شد مدتی که خشتِ سر خُم کتاب ماست

### کتاب‌فروشی در مرکز توجه

«از دل برود هر آن که از دیده برفت». این مثل شرح وضع و حال کتاب‌فروشی‌ها بود؛ مکان‌هایی که با وجود افزایش جمعیت جوان و تحصیل‌کرده کشور وضعیت اقتصادی خوبی نداشت و کم‌کم می‌رفت تا کوچک و کوچک‌تر شود. در این احوالات، دیده‌شدن و قرارگرفتن در مرکز توجه مهم‌ترین کاری بود که باید صورت می‌گرفت و این مهم را معاونت فرهنگی شناسایی و اجرایی کرد.

همایون امیرزاده، درباره قرارداد کتاب‌فروشی‌ها در مرکز توجه عموم و رفع مشکلاتشان می‌گوید: «از طریق جمع‌آوری اطلاعات و درک درست از کتاب‌فروشی‌ها بود که سلسله‌فعالیت‌هایی در معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آغاز شد تا کتاب‌فروشی‌ها از بحران خارج شوند. اولین موضوع ما ایجاد فضای مثبت روانی در خصوص کتاب‌فروشی‌ها در جامعه بود. می‌بایست سیاستی را در پیش می‌گرفتیم که بگوییم ای مردم، مسئولان و فعالان حوزه نشر، کتاب‌فروشی‌ها برای وزارت فرهنگ اهمیتی بسیار دارد. راهکار ما در این بخش با دو کارکرد همراه بود: هم این که ارتباط و تعامل چهره‌به‌چهره با اصحاب فرهنگ به‌ویژه ذی‌نفعان حوزه معاونت فرهنگی را فراهم می‌ساخت و هم توجه‌ها را به کتاب‌فروشی معطوف می‌کرد. به این ترتیب، تصمیم بر آن شد تا آقای صالحی، معاون محترم فرهنگی، در طول هفته یک روز کامل یا یک بعدازظهر، دفتر کار خودش را از بهارستان به یکی از کتاب‌فروشی‌های سطح تهران منتقل کند و چنین نیز شد. اطلاع‌رسانی شد که اهالی فرهنگ و کسانی که کاربران و ذی‌نفعان حوزه معاونت فرهنگی هستید، اگر دسترسی به معاون فرهنگی ندارید، بدانید که معاون فرهنگی در فلان روز و ساعت در فلان کتاب‌فروشی مستقر است و هرکس کاری دارد می‌تواند در آنجا به ایشان مراجعه کند. خب این کار بسیار مبارکی بود. هفته‌های ابتدایی خیلی امیدوار نبودیم که این اقدام خیلی زود جواب بگیرد؛ اما خوشبختانه در هر کتاب‌فروشی‌ای که ایشان مستقر می‌شد مجموعی از خبرنگاران و رسانه‌ها و اصحاب فرهنگ هم می‌آمدند. بنابراین هم اسم کتاب‌فروشی در خبرها می‌چرخید و هم اصحاب فرهنگ به راحتی با معاون صحبت می‌کردند. همه این‌ها تلاشی بود تا این فضای امیدوارکننده نسبت به کتاب‌فروشی‌ها به بدنه جامعه تزریق شود و به گمانم این سیاست خیلی خوب جواب داد».

## دست در دست برای معافیت از مالیات

یکی از گام‌های بلند رفع مشکلات اقتصادی کتاب‌فروشان مسئله مالیات بود. ماده واحده‌ای که در سال ۱۳۸۰ به تصویب مجلس رسیده بود ناظر بر این بود که تمامی فعالیت‌های فرهنگی، هنری، مطبوعاتی و انتشاراتی در صورت داشتن مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از پرداخت مالیات معاف هستند. اما برای اجرای این قانون دو پیش‌زمینه نیاز بود: اول این که باید کتاب‌فروشی‌ها از مراکز فروش نوشت افزار تفکیک می‌شدند و دوم این که کتاب‌فروشان ذیل صنف مربوط به خودشان از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز می‌گرفتند. مسائلی که همایون امیرزاده درباره آن‌ها این‌طور می‌گوید: «یکی از اولین و مهم‌ترین مشکلات کتاب‌فروشی‌ها به عدم انسجام صنفی آن‌ها بازمی‌گشت. در واقع صنف کتاب‌فروشان غیر از این که در تهران، آن‌هم نه تمام تهران بزرگ، مثلاً از محدوده میدان تجریش تا حدود میدان شوش که محل تجمع صنوف مختلف است، دارای اتحادیه فعالی بود در سایر شهرها و شهرستان‌ها و حتی در حاشیه تهران بزرگ صنفی نداشت. متأسفانه صنف کتاب‌فروش ما در شهرستان‌ها به دلیل تعداد اندکشان رفته بودند زیر رسته شغلی فتوکپی، عکاسی و در برخی جاها من شنیدم که حتی زیر رسته قنادی‌ها رفته بودند تا هویت صنفی پیدا کنند. خب، این موضوع هویت بخشی صنفی بسیار مهم بود چرا که قانون‌گذار در بند ۱ ماده ۱۳۹ قانون مالیات‌های مستقیم تصریح کرده بود که کتاب‌فروشی‌ها یا مراکزی که به صورت مستقیم یا به صورت تفویض از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز دریافت کرده‌اند، می‌توانند از معافیت مالیاتی استفاده کنند. در این شرایط ما باید کتاب‌فروشان را به گونه‌ای هدایت می‌کردیم تا هویت صنفی خودشان را پیدا کنند و بتوانند از ماده قانونی یادشده بهره ببرند. در شهرهایی که کتاب‌فروشی‌ها مجوز فعالیتشان را از اتحادیه‌های دیگر می‌گرفتند امکان بهره‌مندی از معافیت مالیات وجود نداشت. در اینجا برای سهولت کار، جناب دکتر صالحی به آقای وزیر پیشنهاد دادند و جناب آقای جنتی اختیار خودشان را به ادارات کل استانی و صنوف مستقل حوزه کتاب‌فروشی‌ها تفویض کردند تا بر اساس ضوابط به کتاب‌فروشی‌ها مجوز دهند و شرایطی فراهم کنند تا از بند ۱ ماده ۱۳۹ قانون مالیات‌های مستقیم بهره‌مند شوند».

به گفته همایون امیرزاده، هدف تمام این تلاش‌ها و برنامه‌های این مسئله به جامعه بود که ما با تمام وجود به کتاب‌فروشی‌ها نیاز داریم و مجموعه معاونت فرهنگی برای حفظ این شبکه توزیع و تقویت آن تمام تلاشش را به کار خواهد بست.

امیرزاده خروجی تمام این فعالیت‌ها در زمینه معافیت‌های مالیاتی کتاب‌فروشی‌ها را نیز بسیار مثبت ارزیابی می‌کند و می‌گوید: «بحث استفاده از معافیت مالیاتی کمک کرد تا از سیر صعودی تعطیل شدن کتاب‌فروشی‌ها اندکی کاسته شود و این مشخص کرد که سیاست‌های جدید اثربخش بوده است. کم‌کم شاهد این بودیم که درخواست راه‌اندازی کتاب‌فروشی‌های جدید تقویت می‌شود و بعد از مدت‌ها که این رسته شغلی به حاشیه رفته بود، از مدیران کل ارشاد استان‌ها می‌شنیدیم که مرتب درخواست راه‌اندازی کتاب‌فروشی وجود دارد و این اخبار امیدبخشی بود اما هنوز تا رسیدن به مقصود راه زیادی مانده بود و حمایت از کتاب‌فروشی‌ها باید قوت بیشتری می‌گرفت».



## شارژ کتاب‌فروشی‌ها با برداشتن بار حامل‌های انرژی

کتاب‌فروشی مانند بسیاری از کسب‌وکارهای دیگر به مکانی برای عرضهٔ محصول خود نیاز دارد؛ منظور محلی است که از صبح علی‌الطلوع به روی مخاطبان‌ش باز می‌شود و گاهی تا پاسی از شب پذیرای کتاب‌دوستان است. طبیعی است که استفادهٔ کتاب‌فروشی از حامل‌های انرژی کم از دیگر مغازه‌ها نیست. ابراهیم حیدری دربارهٔ اولین قدم‌های حمایت از کتاب‌فروشی‌ها از حامل‌های انرژی نام می‌برد و می‌گوید: «خوشبختانه، در قانون بحث معافیت و تخفیف در پرداخت برخی از حامل‌های انرژی برای مراکز فرهنگی در نظر گرفته شده که شرح دقیق آن را در همان پیش‌نویس آوردیم و برآن اساس با وزارت نیرو و شرکت گاز و پست شروع به رایزنی و گفت‌وگو کردیم و نهایتاً توانستیم به یک آیین‌نامه برسیم. آیین‌نامه را به سازمان مدیریت فرستادیم و در آنجا از آن دفاع کردیم. آیین‌نامه به کمیسیون دولت رفت و در آنجا هم از آن دفاع و ایراداتش را برطرف کردیم و اکنون در انتظار تصویب در هیئت دولت هستیم که اگر تصویب شود، خدمات خوبی به کتاب‌فروشی‌ها ارائه می‌شود. تمام آنچه من در این چند جمله گفتم پیروسهٔ سخت و طاقت‌فرسایی بود که انرژی و زمان زیادی صرف آن شد تا امروز که ما توانسته‌ایم آن را به صف ابلاغ دولت برسانیم».

آنچه ابراهیم حیدری در خصوص حامل‌های انرژی بیان می‌کند خلاصه‌ای است از روندی که تاکنون قریب به هشت سال طول کشیده است. این خدمت در سایهٔ ممارست و تلاش بی‌وقفهٔ معاونت فرهنگی صورت پذیرفته است و اکنون چشم به دست مدیران بعدی دارد تا به مرحلهٔ نهایی رسیده و عوایدش نصیب کتاب‌فروشان شود.

## دوردستان را به احسان یادکردن همت است

هرچند جست‌وجوی قوانین مرتبط، زدودن خاک از چهرهٔ آن‌ها، آماده‌کردنشان برای اجرا و البته سیاست‌گذاری برای حمایت از کتاب‌فروشی‌ها لازم بود اما کافی نبود. خیلی از مشکلات کتاب‌فروشی‌ها به واسطه شرایط اقتصادی نابسامان ایجاد شده بود و از این رو فقط با تزریق مستقیم پول می‌توانست حل شود. اینجا بود که معاونت فرهنگی رایزنی‌هایش را برای استفادهٔ کتاب‌فروشان از تسهیلات کم‌بهره آغاز کرد و بانک‌ها نیز وقتی شرایط را دیدند عقب‌نشستند و دست به‌کار شدند.

ابراهیم حیدری دربارهٔ مسئلهٔ تسهیلات بانکی می‌گوید: «یکی از بحث‌های مهم ما پرداخت تسهیلات به کتاب‌فروشی‌ها بود. در مصوبهٔ یارانه‌های معاونت امور فرهنگی در یکی از بندهایش مشخصاً کمک به کتاب‌فروشی‌ها و مراکز توزیع عنوان شده است. خوب دیدیم ما تاکنون به کتاب‌فروشی‌ها کمک نکرده‌ایم؛ پس به استناد همان مصوبهٔ سال ۱۳۸۸ گفتیم بخشی از یارانه‌های معاونت امور فرهنگی را تحت عنوان «تسهیلات کتاب‌فروشی‌ها» با مشارکت بانک اجرایی کنیم و به این ترتیب «آیین‌نامهٔ تسهیلات کتاب‌فروشی‌ها و مراکز توزیع» را نوشتیم. این آیین‌نامه هم در معاونت فرهنگی تصویب شد و به کتاب‌فروشی‌های هر استان اطلاع دادیم که می‌توانند از تسهیلات با سود ۸ درصد استفاده کنند.

در این خصوص هم تخصیص و توسعه و هم تکمیل با اولویت استان‌های کمتر برخوردار مدنظر بود». همایون امیرزاده از زاویه دیگری به ماجرای شروع اعطای تسهیلات بانکی به کتاب‌فروشی‌ها نور می‌تاباند و می‌گوید: «بحث پرداخت تسهیلات بانکی با سود کم و وام‌های ارزان قیمت یکی دیگر از اقدامات در جهت احیای کتاب‌فروشی‌ها بود. در این خصوص هم ماده قانونی مربوط به پرداخت تسهیلات به ناشران و کتاب‌فروشان وجود داشت که متأسفانه سالیان سال عملی نشده بود و همچون موضوع تسهیلات مربوط به اجاره به شرط تملیک به محاق رفته بود. با این حال چون اعتبارش در بدنه وجود داشت باید ساماندهی می‌شد. به همین دلیل کمیته‌ای تشکیل شد و من نیز در مرحله اول به‌عنوان مشاور اجرایی، مسئولیت کار را پذیرفتم. در اینجا باید بگویم که یکی از اقدامات خوبی که در این دوران شروع شد این بود که در هر جایی که می‌خواستیم برای صنوف کاری انجام دهیم حتماً نمایندگانی از آن نیز در جلسات حضور داشتند. در این خصوص نیز دو نماینده از اتحادیه فراگیر تعاونی‌ها و اتحادیه کتاب‌فروشان تهران در این کمیته قرار گرفتند. در ابتدای امر، ما نظرسنجی کاملی در تمام استان‌های کشور انجام دادیم و براساس ظرفیت نسبی هر استان نیازسنجی کردیم. بررسی کردیم که در کدام استان‌ها مشکل کتاب‌فروشی وجود دارد. سپس از افرادی که متقاضی تأسیس کتاب‌فروشی بودند صحت‌سنجی و ارزیابی شد. در واقع ادارات کل هر استان موظف شدند تا درخواست‌های کتاب‌فروشان متقاضی را شناسایی و پالایش کنند و بعد به تهران بفرستند. با این مقدمات، در سال ۱۳۹۶ با بانک عامل ما در نمایشگاه کتاب، یعنی بانک شهر، برای پرداخت تسهیلات به کتاب‌فروشی‌ها به توافق رسیدیم و اولین قرارداد پرداخت تسهیلات را با ۱۰ میلیارد تومان آغاز کردیم. البته ۱۰ میلیارد تومان از تسهیلات اعطایی به ناشران از محل سهم معاونت فرهنگی و ۱۰ میلیارد تومان آن نیز از سوی بانک شهر تأمین شد. قرار شد تا تسهیلات اعطایی به ناشران برای تأسیس و راه‌اندازی کتاب‌فروشی‌ها، بازسازی کتاب‌فروشی‌ها و مراکز توزیع مورد استفاده قرار گیرد. به‌علاوه، وام‌گیرنده موظف بود تا پس از سه ماه از دریافت تسهیلات، بازسازی را شروع و پس از شش ماه، کتاب‌فروشی را راه‌اندازی کند».

او درباره سرانجام این طرح می‌گوید: «این‌گونه بود که تعداد زیادی از متقاضیان دریافت تسهیلات توانستند از این امکانات بهره‌مند شوند و حاصل کار این شد که ما در خیلی از شهرهایی که کتاب‌فروشی نداشتیم، صاحب کتاب‌فروشی شدیم. این سونامی و تندباد تعطیلی کتاب‌فروشی که شیب کمتری گرفته بود، در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ کاملاً متوقف شد. اگرچه گاهی تغییر رسته شغلی وجود داشت اما سونامی تعطیلی که همه را نگران کرده بود دیگر به پایان رسیده بود. ما در اینجا هم کار خودمان را تمام‌شده ندیدیم. می‌دانستیم که پس از ایجاد هویت صنفی و پرداخت تسهیلات هنوز جایگاه فرهنگی کتاب‌فروشی به‌عنوان پاتوق و تنفس‌گاه یک شهر باید مورد توجه باشد و نباید با ارائه همین چند طرح، کتاب‌فروشی‌ها را به حال خودشان رها کنیم».

پرداخت تسهیلات بانکی از طریق بانک صادرات و با هدایت معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دوره‌های بعد ادامه یافت.

## از دولت حرکت، از بخش خصوصی برکت

حالا که معاونت فرهنگی همهٔ توجهش را به کتاب‌فروشی‌ها معطوف کرده و تمام توان را برای آوردن روزهای خوش به این حلقه از زنجیر نشر به کار بسته بود، بخش خصوصی هم کم‌کم به کتاب‌فروشی‌ها علاقه نشان داد و پای کار آمد. همایون امیرزاده دربارهٔ تلاش‌های بی‌وقفهٔ معاونت فرهنگی در بهبود شرایط کتاب‌فروشی‌ها و استفاده از ظرفیت‌های مختلف برای رفع موانع می‌گوید: «واقعیت این است که مجموع تمامی دوستان ما در معاونت فرهنگی، همگی دغدغهٔ کتاب و کتاب‌فروشی‌ها را داشتند. خیلی وقت‌ها اگر خبر تعطیلی یا حادثه و مشکلی برای کتاب‌فروشی در هر جای کشور پیش می‌آمد، تمام تلاش همه این بود که مشکلات برطرف شود. برخی مواقع، در توانِ اعتباری معاونت فرهنگی بود اما در مواقعی که در توان اعتباری ما نبود از ظرفیت‌های استانی و ملی هم استفاده می‌کردیم. کتاب‌فروشی «رشد اهواز» به تصدی آقای کلاهدوز، یکی از یادگارهای خوب آن دوره است؛ کتاب‌فروشی‌ای که سالیان سال در چهارراه نادری شهر اهواز چشم‌وچراغ فرهنگ آن شهر بود، در همین تکانه‌های مالیاتی به شدت دچار مشکل بود. وقتی از وضعیت باخبر شدیم، ارتباطات لازم برقرار و تسهیلات پرداخت شد و سهم آوردهٔ خود متقاضی هم کمک کرد تا از تعطیلی مرکزی که سالیان سال نقش‌آفرین فرهنگی بود جلوگیری شود. هرگاه می‌گفتند خشتی روی خشت گذاشته شده و کتاب‌فروشی راه‌اندازی شده برای ما باعث خوشحالی بود. بخش خصوصی توانمند هم در این زمینه کمک شایانی کرد. در همین دوره بود که فراتر از تهران، شاهد راه‌اندازی کتاب‌فروشی‌هایی در نقاط مختلف کشور بودیم. کتاب‌فروشی مانند «دنیای کتاب» قم یکی از همین موارد است. در فضایی که کتاب‌فروشی‌ها تعطیل می‌شدند یا خیلی از کتاب‌فروشی‌ها کوچک هستند و مترای پایینی دارند، هزار متر کتاب‌فروشی در شهر قم به بهره‌برداری رسید. خوب، تمام این توجه‌ها بود که باعث شد بخش خصوصی هم ترغیب شود و هدف‌گذاری کند و به تأسیس کتاب‌فروشی‌هایی استاندارد دست بزند. به‌طور مثال، شرکت‌هایی مثل «ماه پیشونی» که باغ کتاب تهران را مدیریت می‌کردند، در همین فضای رونق و بدون دریافت تسهیلات دولتی قدم در این راه گذاشتند و با سرمایه‌گذاری خصوصی خودشان و هدف‌گیری درست در ساخت مکان‌هایی که شبکهٔ توزیع به آن‌ها نیاز دارد، نقش‌آفرینی کردند. آن‌ها نیز به جریان بالندگی و رشد و قوام و ثبات شبکهٔ توزیع اهمیت دادند و به‌طور مثال در شهر بندرعباس بزرگ‌ترین کتاب‌فروشی را، که در طول تاریخ استان هرمزگان سابقه نداشت، راه‌اندازی کردند. مجموعه «بوکتاب» بندرعباس آن قدر دل‌نشین و زیبا بود که در این فضای رکود کتاب‌فروشی‌ها باعث شمع می‌شد. در شهری که تنها تعداد اندکی کتاب‌فروشی وجود داشت، ناگهان در یکی از بهترین نقاط شهر و در فضایی بالغ بر ۱۲۰۰ متر کتاب‌فروشی‌ای دایر شد که حتی با کتاب‌فروشی‌های بزرگ تهران قابل رقابت است. این مثال‌ها نشان می‌دهد که سیاست‌های تشویقی و ترویجی وزارت ارشاد و معاونت فرهنگی دارد به ثمر می‌نشیند».

## پای درد دل توزیع‌کنندگان

نگاه سیستمی به صنعت نشر به خوبی نشان می‌دهد چگونه هر جزء ضمن داشتن کارکرد مستقل خود بر تمام اجزا تأثیر می‌گذارد و چطور در صورت دچار شدن به عیب و ایراد، کل سیستم را به خرابی می‌کشانند. علاوه بر کتاب‌فروشان که از نقششان در سیستم صنعت نشر گفتیم، بخش دیگری نیز وجود دارد که به رغم داشتن ارتباط تنگاتنگ با کتاب‌فروشی‌ها کمتر شناخته شده و از این رو از امکانات بی‌بهره بود. همایون امیرزاده از پیگیری وضعیت حقوقی و صنفی توزیع‌کنندگان به عنوان یکی دیگر از موضوعات بحث در معاونت فرهنگی یاد می‌کند و می‌گوید: «یکی دیگر از سلسله‌سیاست‌های راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص کتاب‌فروشی‌ها بحث نهادسازی بود که می‌بایست توسط خود صنف شروع می‌شد، به عنوان مثال موزعین. موزعین وقتی که در روزهای نخست پای درد دلشان نشستیم حرف‌های تلخی می‌زدند. می‌گفتند درست است ما کتاب‌فروشی نداریم، اما کتاب از زمانی که تولید می‌شود تا به دست کتاب‌فروش برسد، طی این مسیر ما موزع باید انجام بدهم. من در هیچ کجای وزارت ارشاد جایگاهی ندارم، نه صنفی و نه هویتی. به همین دلیل بود که در ذیل قوانین و بحث‌های ما موزعین هم پررنگ‌تر شدند. جلسات مشترک زیادی داشتیم و به نتایج خوبی رسیدیم و موزعین هم در این چارچوب مورد توجه قرار گرفتند که به عنوان مجموعه‌های معتبری که سالیان سال زحمت کشیده بودند و بار سنگینی را که می‌بایست بر دوش دولت باشد به صورت فردی به مقصد رسانده بودند. به این ترتیب دور میز سیاست‌گذاری برای موضوع کتاب‌فروشی‌ها صندلی جدیدی هم برای موزعین گذاشتیم تا حرف‌هایشان را بزنند و مداخله و کمک کنند».

## همه دستگاه‌ها وارد عمل شوند!

کتاب‌فروشی محل کسب است؛ لاجرم قوانین عمومی مربوط به تمامی مشاغل در مورد آن هم صدق می‌کند. با این حال، مگر کالایی که کتاب‌فروش به جامعه عرضه می‌کند با کالایی که قناد، خواروبارفروش یا خراز و بزار به مصرف‌کننده ارائه می‌دهد، یکسان است. مگر غیر از این است که کتاب‌فروش غذای روح می‌فروشد و هر جامعه‌ای برای رسیدن به مرزهای والای انسانیت و تعالی، نیاز به همین غذای روح دارد. همچنین، در هنگامه مسائل اقتصادی کتاب‌فروشی‌ها بسیار متضرر می‌شوند. وقتی سبد خانوار کوچک می‌شود خرید کتاب است که آخرین اولویت را از آن خود می‌کند. از این روست که کتاب‌فروش نباید با سایر مشاغل یکسان در نظر گرفته شود. عوارض کسب هم یکی از هزینه‌های مازاد بر کتاب‌فروشی‌ها و مانند تکه چوبی است که حرکت چرخ این مراکز فرهنگی را کند می‌کند. بر اساس آنچه در «پیش‌نویس برنامه حمایت از کتاب‌فروشی‌ها» آمده، سالانه به نسبت درآمد هزینه بالایی از سوی کتاب‌فروشی‌ها به شهرداری‌ها پرداخت می‌شود. عوارض تابلو، عوارض ملک با کاربری تجاری، عوارض انبار برای ساختمانی که ناشر یا کتاب‌فروش کتاب‌های مازاد فروشگاه خود را در آن نگهداری می‌کند و... بخشی از عوارضی است که کتاب‌فروشی‌ها موظف به پرداخت آن هستند.

بنا به مصوبه سازمان زیباسازی شهر تهران از تابلوهای اصناف که در محدوده قانونی و حریم شهر تهران نصب و در معرض دید عموم قرار می‌دهند، براساس مصوبه شورای شهر، عوارض می‌گیرند. این عوارض با در نظر گرفتن متر از تابلو، نوع تبلیغ، پیکره یا سازه‌ای که برای معرفی آن کالا است، کاربری صنفی، نوع کالا و خدمات یا این که برای انتقال پیام مشخصی باشد، متفاوت است. میزان عوارض اخذ شده هم براساس فرمولی که قیمت پایه منطقه، محل نصب، متر از تابلو، خارجی یا داخلی بودن تبلیغ، محل و نصب و... در آن لحاظ شده متغیر خواهد شد.

نکته بسیار جالب دیگری که در این پیش نویس به آن اشاره شده، امتیازهای ویژه‌ای است که فقط مشمول کتاب‌فروشی‌هایی می‌شود که به نحوی با شهرداری مرتبط هستند، مانند نشر شهر و شهر کتاب‌ها، با این توجیه که این مؤسسات مجتمع‌های فرهنگی هستند. پس اگر امکان تخصیص امکانات از سوی شهرداری به کتاب‌فروشی‌ها وجود دارد، چرا این امتیازها نصیب بخش خصوصی نشود.

طی سال‌های گذشته طرحی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای اسلامی شهر تهران به تصویب رسید که براساس آن کتاب‌فروشان و ناشران می‌توانند در فضای مسکونی که مورد ادعا نیست، به کار نشر بپردازند. آیین‌نامه مربوط به این موضوع اشاره دارد که اگر ملکی ساخته شود و سازنده زیربنایی را به یکی از مشاغل سه‌گانه (کتاب‌فروش، دفتر پخش، و دفتر نشر) اختصاص دهد، از پرداخت ۹۰ درصد عوارض شهرداری (تجاری یا اداری) معاف خواهد بود. همچنین شورای اسلامی شهر تهران به منظور تشویق سازنده‌ها برای گسترش فضاهای فرهنگی، قانونی تصویب کرده تا اگر سازندگانی در مجتمع‌های تجاری حداقل ۱۰ درصد زیربنا را به مشاغل سه‌گانه فرهنگی اختصاص دهند، علاوه بر معافیت ۹۰ درصدی زیربنا از پرداخت عوارض، ۱۰ درصد فضای فرهنگی نیز معاف خواهند شد. البته مصوبه‌های مذکور به ساخت بناهای جدید اشاره دارد و در مورد فضاها و بناهای موجود بحثی نکرده است.

همه این‌ها نمونه‌هایی است که توجه معاونت فرهنگی و به ویژه دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی را به خود جلب کرد تا مگر با معافیت یا تخفیف عوارض کتاب‌فروشی و از طریق مذاکره و مکاتبه با شهرداری‌ها حمایت بیشتری از این پیشه بشود.

در احیای کتاب‌فروشی‌ها و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز باید دست به کار می‌شد و با اقدامی در خصوص بیمه به کارفرمایان کتاب‌فروشی‌ها کمک می‌کرد. پرداخت حق بیمه توسط کارفرمایان یکی از مشکلات کتاب‌فروشان بود در حالی که ناشران واحدهایی که پنج کارمند داشتند از پرداخت حق بیمه معاف بودند. بیمه کتاب‌فروشان خود هزینه چشمگیری داشت که منجر به افزایش هزینه‌های جاری می‌شد. از این رو معافیت از پرداخت حق بیمه کارفرما برای کتاب‌فروشی‌هایی که کمتر از پنج کارمند دارند، از طریق مذاکره و مکاتبه با وزارتخانه تعاون، کار و رفاه اجتماعی به یکی دیگر از برنامه‌های معاونت فرهنگی بدل شد و اقدامات لازم انجام شد.

## اتحاد صنف و دولت

وقتی نام حمایت از یک کسب و کار به میان می‌آید، چه کسانی شایسته‌تر از خود فعالان آن صنف برای

اظهارنظر و بازگویی مشکلات. اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران بازویی بود مؤثر که می‌توانست به معاونت فرهنگی کمک زیادی کند تا به اهدافش درباره رونق‌بخشی به کتاب‌فروشی‌ها دست یابد. از این رو بود که در جلسات از نماینده این صنف دعوت شد و مسیر تازه‌ای برای حرکت به سوی رونق کتاب‌فروشی‌ها گشوده شد.

محمود آموزگار از سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۹۰ دبیر اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران و سپس رئیس این اتحادیه بود، با اشاره به اینکه در دولت یازدهم مناسبات و همکاری‌های بسیار جدی‌تری میان صنف و وزارتخانه شکل گرفت، خاطرهای را تعریف می‌کند: «به یاد می‌آورم در جلسه شورای سیاست‌گذاری برای نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران سال ۱۳۹۳ که همه حضار از مدیران دولتی بودند و از من به‌عنوان دبیر اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان و آقای حسینی از «اتحادیه تعاونی ناشران آشنا» هم دعوت شده بود. در آن جلسه من گفتم هیچ چیز به اندازه نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به کتاب‌فروشان و صنعت نشر آسیب نرسانده است. با خودم گفتم یا همین جا عذر من را می‌خواهند یا پرس و جو می‌کنند که چرا من چنین چیزی گفته‌ام. خوشبختانه فضا بسیار مثبت و طوری بود که من بتوانم نظرم را بگویم. به عقیده من نمایشگاه کتاب چرخه سنتی و طبیعی نشر را برهم زده بود و به جای عرضه کتاب و توجه به خصلت‌های واقعی یک نمایشگاه، میلی افسارگسیخته به فروش کتاب پیدا کرده بود. شمار بسیار زیاد پروانه‌های نشر که در سال‌های گذشته به افراد مختلف داده شده بود، وضعیت را بدتر و این میل را برای شرکت در نمایشگاه تشدید می‌کرد».

آموزگار مسبب افزایش این پروانه‌های نشر را امکاناتی می‌داند که وزارت ارشاد به ناشران اعطا می‌کرد و همین باعث شده بود تا تعداد درخور توجهی از افرادی که هیچ ویژگی فرهنگی‌ای نداشتند، وارد این حرفه شوند و با آن پروانه به کسب و کار بپردازند. او سپس به تأثیر مخرب این وضعیت بر کتاب‌فروشی‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: «کتاب‌فروشان یکی از مظلوم‌ترین حلقه‌های چرخه نشر بعد از انقلاب هستند. اعطای یارانه‌های متعدد و زیاد در طول سالیان متمادی سبب شده بود تا کتاب‌فروشی‌ها تحلیل بروند. وضعیتی که در آن روزگاری مرحوم جعفری چندین و چند شعبه از انتشارات «امیرکبیر» را افتتاح کرده بود به جایی رسیده بود که کتاب‌فروشی نه تنها سودآوری نداشت بلکه مشکلات و ضرر خیلی جدی به صاحبان کتاب‌فروشی‌ها تحمیل می‌کرد. همه چیز علیه کتاب‌فروشی‌ها شده بود. خب، ثمره این بحث این بود که به‌طور عمیق به این موضوع اندیشیده شود که حالا که ما نمی‌توانیم نمایشگاه را تعطیل کنیم، چه باید بکنیم؟»

برای پاسخ به چنین سؤال مهمی راه‌های اندکی پیش روی مدیران قرار داشت. امکان تعطیلی نمایشگاه بین‌المللی کتاب فراهم نبود و اصلاً قصدی هم برای چنین اقدامی وجود نداشت. به هر روی، نمایشگاه بین‌المللی کتاب برای برخی از فعالان چرخه نشر عوایدی داشت که باید در نظر گرفته شود. باید ترتیبی می‌دادند تا نمایشگاه کارکرد اصلی خود را پیدا کند و خریداران به جای یک بار مراجعه به نمایشگاه در طول سال، بارها و بارها به کتاب‌فروشی‌ها مراجعه کنند.

آموزگار سپس به معضل یارانه‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: «از طرفی دولت‌های مختلف طی سالیان سال، این وظیفه را بردوش خودشان گذاشته بودند که به نشر یارانه بدهند. ما متوجه شدیم که تزریق یارانه‌ها به همان شکل قدیمی نه تنها کاربردی نداشته بلکه صنعت نشر را از ریخت انداخته است. به عبارت دیگر، در جامعه‌ای که تقاضای کتاب بالا نیست، وظیفه دولت باید افزایش این تقاضا باشد. درحالی که سیاست‌ها نقطه مقابل چنین هدفی بوده است. در گذشته، با اعطای یارانه‌ها نه تنها تقاضای خرید کتاب افزایش پیدا نمی‌کرد بلکه مخاطب برنامه‌های خودش را طوری تنظیم می‌کرد که در ایام نمایشگاه، کتاب تهیه کند چراکه علاقه مند بود از یارانه اختصاص یافته به مصرف‌کننده بهره ببرد. به خصوص که عمدتاً مخاطبان کتاب در حوزه عمومی اقشار متوسط جامعه هستند و در حوزه دانشگاهی هم عمدتاً کتابخانه‌های دانشگاهی».

او در ادامه مسئله ضرورت بازاندیشی در مدیریت یارانه‌ها را نیز مطرح می‌کند و می‌گوید: «یارانه‌های دولتی تاکنون اشکال مختلفی را تجربه کرده و به گونه‌های مختلفی به چرخه نشر تزریق شده است. گاهی به تولیدکننده داده شده و گاهی به مصرف‌کننده که این‌ها انواع و اقسام مفاسد را ایجاد کرده بود. خب ما در وضعیتی بودیم که نمی‌توانستیم توقع داشته باشیم یک باره یارانه حذف شود. ناگزیر بودیم که به برنامه پرداخت یارانه‌ها جهت دهیم و طوری مدیریتش کنیم که با مشکلات و مفاسد کمتری مواجه باشد. خلاصه این که مجموعه این تجارب، مدیران را به ایده فروش کتاب فصلی رساند. اتحادیه هم از این طرح حمایت کرد چون باعث می‌شد کتاب‌فروشی‌ها وارد این بحث شوند و فساد را هم به حداقل می‌رساند».





## فصل سوم: از نمایشگاه‌های استانی تا طرح‌های فصلی کتاب

«توزیع یارانه کتاب از طریق کتاب‌فروشی‌ها» به‌عنوان نخستین توجه جدی و رویکرد عمل‌گرایانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به کتاب‌فروشی‌ها در سال ۱۳۹۴ به ثبت رسید. ایده‌ای که از دل نمایشگاه‌های کتاب استانی زاده شد و آن قدر پیش رفت که امروز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین طرح‌های توجه به کتاب‌فروشی‌ها تثبیت شده است.

اما ماجرا از آنجا آغاز شد که نمایشگاه‌های کتاب استانی نقد شد. خیلی وقت‌ها، نقد جنبه‌های مثبت و منفی یک طرح و تصمیم را بهبود می‌دهد یا منشأ زایش ایده و طرحی جدید می‌شود. نمایشگاه‌های کتاب استانی نمونه خوبی از این مسئله است. این نمایشگاه‌ها طرحی بود که می‌خواست به تقویت شبکه توزیع کمک کند و به‌مرور و با توجه به نقدها هم بهتر شد و هم از دلش یکی از طرح‌های پدمانه توجه به کتاب‌فروشی‌ها در تاریخ نشر ایران بیرون آمد.

همایون امیرزاده در این باره می‌گوید: «ایده اجرای نمایشگاه‌های کتاب استانی که جزئی از شبکه توزیع محسوب می‌شود، از فقر حضور کتاب‌فروشی‌ها در شهرهای مختلف برآمد. در واقع این سؤال مطرح بود که با توجه به تفاوت بسیار در نسبت ناشران و کتاب‌فروشان و نبود کتاب‌فروشی در بسیاری از شهرها، آیا محدود کتاب‌فروشی‌های کشور می‌توانند در قدوقامت یک شبکه توزیع عرض‌اندام کنند یا نمایشگاه‌های استانی هم نقش آفرینند! و ما پاسخ این سؤال را در برپایی نمایشگاه‌های استانی یافتیم. خوب، در خصوص نمایشگاه‌های استانی دیدگاه‌های مختلفی وجود داشت که فکر می‌کنم برخی‌شان از روی عدم بررسی درست موضوع بود. این نقد جدی که نمایشگاه‌های کتاب استانی مضر است و باید برچیده شود، طرفداران جدی و پروپاقرصی هم در صنف و هم در میان برخی مدیران داشت. اما اگر ما فرض را بر تعطیلی نمایشگاه‌ها می‌گذاشتیم، می‌دیدیم که در نبود کتاب‌فروشی در برخی شهرها و استان‌ها جمعیت مشتاق و مخاطبان از کتاب محروم می‌شوند. بنابراین، چاره این بود که راه بینابینی انتخاب شود. باید نمایشگاه‌های کتاب استانی را به شکلی ادامه می‌دادیم که این برای کتاب‌فروشان ضرر و زیانی نداشته باشد. به همین دلیل در فضای نمایشگاه‌های استانی دو سیاست مهم شکل گرفت. اول این که کتاب‌فروشی‌ها می‌توانستند به‌عنوان یک هویت مستقل صنفی در نمایشگاه‌های کتاب استانی حضور داشته باشند؛ البته با حدود و ثغوری که مشخص شده بود. دوم این که اگر در

استانی کتاب‌فروشی وجود داشت که می‌توانست آثار یک ناشر را نمایندگی کند، چه الزامی وجود داشت که ناشر حتماً چندین نمایندگی داشته باشد. به این ترتیب بود که در نمایشگاه‌های استانی جایگاهی هم برای کتاب‌فروشی‌ها در نظر گرفته شد. علاوه بر این موضوع، برای ایجاد انگیزه در کتاب‌فروشی‌ها موسسه نمایشگاه‌ها مأموریت پیدا کرد تا در هر استان تعداد کتاب‌فروشی‌ها را شناسایی و یک دستگاه پُز در آن‌ها تعبیه کند تا هم‌زمان با ایام نمایشگاه مراجعان از طریق این دستگاه‌ها بن‌کارت مورد نیاز را دریافت کنند و کتاب‌فروشی‌ها هم از یارانه بهره‌مند شوند».

به گفته امیرزاده، از همین جا بود که بحث و ایده حمایت‌های فصلی در معاونت فرهنگی جرقه خورد. او صحبتش را چنین می‌دهد: «در این طرح حمایتی، نگاه به این بود که چه کنیم تا کتاب‌فروشی بیش از پیش مورد توجه و اهمیت قرار گیرد؟ من یادم است اولین طرحی که اجماع روی آن صورت گرفت «کتاب‌فروشی به وسعت ایران» بود. این که کتاب‌فروشی در تمام نقاط ایران دیده شود. در اینجا بحث یارانه‌های مورد نیاز مردم مورد توجه قرار گرفت و هدف‌گذاری شد و بعداً طرح‌ها به صورت فصلی ادامه پیدا کرد: عیدانه، تابستانه و... این طرح رضایت خوبی را بین کتاب‌فروشان ایجاد کرد و نگرانی‌هایی را نیز که از نمایشگاه‌های کتاب استانی وجود داشت، به میزان قابل توجهی کاهش داد». ابراهیم حیدری هم در این خصوص به مسئله مهم یارانه خرید کتاب اشاره می‌کند و می‌گوید: «سالیان سال بود که ما یارانه مصرف‌کنندگان را از طریق بن‌کارت یا کارت‌های الکترونیک به دست دانشگاهیان، طلاب، دانش‌آموزان و... می‌رساندیم. کم‌کم متوجه شدیم که هرکجا یارانه هست، مفسده‌اش هم زیاد است؛ پس باید آن را هدایت می‌کردیم تا رانت و مفسده کم شود. از این تفکر «طرح‌های فصلی فروش کتاب» متولد شد. آیین‌نامه این طرح را دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی بر این مبنا نوشت که هرکس کتابی می‌خرد بتواند از این یارانه بهره‌مند شود و کسی نتواند با یارانه خرید کتاب دیگر بخرد یا آن را تبدیل به وجه نقد کند».

حیدری درباره حواشی شروع این طرح و مخالفت‌هایش می‌گوید: «در همان جلسات نخست، برخی‌ها موافق و برخی مخالف این طرح بودند. عده‌ای می‌گفتند اگر وزارتخانه از کتاب‌فروش خرید کند و پول مستقیم وارد حساب کتاب‌فروشان شود بهتر است. بنا بر استدلال آن‌ها ممکن بود پول در حساب مردم بنشیند اما هزینه نشود و دوباره به حساب معاونت فرهنگی بازمی‌گردد. ناشران هم در ابتدا معتقد بودند که اگر همچنان مستقیماً از آن‌ها خرید کنیم، بهتر است. پاسخ ما به تمامی این نقدها این بود که بحث خرید کتاب جای خود و بحث خدمات و تسهیلات به مردم جای خود. ما طبق قانون و بندهای همان مصوبه سال ۱۳۸۸ موظفیم که درصد مشخصی یارانه را به مصرف‌کننده اختصاص دهیم و می‌بایست این کار را به بهترین شکل انجام می‌دادیم».

محمود آموزگار، نایب‌رئیس اول اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران، نیز درباره نمایشگاه‌های استانی و ضعف‌هایش این‌گونه می‌گوید: «نمایشگاه‌های استانی الگوی مینیاتوری از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران است. با این تفاوت که در شهرستان‌ها اشتیاق برای برپایی چنین نمایشگاه‌هایی بیشتر

بود؛ چون که مدیران استانی از قرارگرفتن چنین رزومه‌ای در کارنامه‌شان استقبال می‌کردند. این نمایشگاه‌ها هم به اتکای یارانه برگزار می‌شدند».

او با بیان خاطره‌ای ادامه می‌دهد: «در یکی از نمایشگاه‌های استانی کشور در شهر اهواز، من هم به همراه آقای صالحی، معاون فرهنگی، به اهواز رفتم. پس از مراسم افتتاحیه، طبق قرار قبلی، آقای صالحی را برای بازدید از کتاب‌فروشی‌های اهواز بردیم. ابتدا به کتاب‌فروشی «محام» واقع در محله کیانپارس رفتیم که مخفف «موقوفه حاج اسدالله مدنیان» بود؛ پاساژ بزرگی که دو طبقه از بهترین قسمت‌های آن مختص کتاب‌فروشی بود و نوه حاج اسدالله اداره آنجا را به عهده داشت. جمعیت قابل توجهی مراجعه‌کننده داشت. بروشور داشتند و از فضای مجازی هم استفاده خوبی کرده بودند و با مشتری‌هایشان ارتباط مستمری داشتند. آنجا وقتی پرسیدیم که شما چند کارمند دارید گفتند بیست کارمند! خب این رقم بالایی است حتی در شهر کتاب مرکزی هم این تعداد کارمند نداریم. این رقم برای آقای صالحی هم جالب بود. از آنجا به خیابان نادری رفتیم و سری به کتاب‌فروشی «شرق» زدیم. آنجا هم مراجعه‌کنندگانی حضور داشتند و وقتی پرس‌وجو کردیم متوجه شدیم تعداد کارمندان آنجا هم پانزده نفر است! در همان خیابان نادری به کتاب‌فروشی «رشد» رفتیم. آنجا هم گفتند که هشتاد کارمند داریم! مضافاً این که در آنجا آن قدر تراکم جمعیت زیاد بود که شعار «مراقب کیف و جیب خود باشید» هم نصب کرده بودند. خب این بحث مطرح شد که با این وضعیت چه دلیلی دارد که ما نمایشگاه استانی برگزار کنیم و حداقل باید ترتیبی داده شود که این کتاب‌فروشی‌ها هم بتوانند از آن یارانه که به نمایشگاه تزریق می‌شود، استفاده کنند. به نظرم این هم از مقدمات ایده طرح‌های فصلی بود».

## آغازی به وسعت ایران

«کتاب‌فروشی به وسعت ایران» به عنوان اولین دوره از طرح‌های تخفیف فصلی در پاییز ۱۳۹۴ هم‌زمان با هفته کتاب از سوی خانه کتاب به اجرا درآمد. در این دوره مقرر شد تا تمامی کتاب‌فروشان کشور روی فروش کتاب، تا سقف خرید ۱۰۰ هزار تومان، تخفیفی ۲۰ درصدی به مصرف‌کنندگان بدهند و در نهایت آن مبلغ را از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دریافت کنند.

طراحان «کتاب‌فروشی به وسعت ایران» خیلی سوداها در سر پرورانده بودند. مسئولان تمایل داشتند تا از مسیر این طرح به کتاب‌فروشی‌ها توجه بیشتری نشان دهند، مردم را با کتاب‌فروشی‌های شهر و دیارشان آشنا کنند تا سری به آن‌ها بزنند، خلاءهای نمایشگاه‌های استانی را پر کنند و در نهایت کاری انجام دهند تا یارانه مصرف‌کننده با توزیعی عادلانه در سراسر کشور به همه مردم تعلق بگیرد. از طرفی، «تخفیف» را عاملی برای تهییج مردم به خرید کتاب و رونق کتاب‌فروشی‌ها می‌دانستند و امید داشتند تا از این طریق توجه مردم به کتاب‌فروشی‌ها را افزایش دهند.

«کتاب‌فروشی به وسعت ایران» مثل خیلی از قدم‌های اول چندان موفقیت‌آمیز نبود. از مجموع ۲۳۹ کتاب‌فروشی که به زحمت جذب طرح شده بودند، فقط ۱۰۴ کتاب‌فروشی فعال شدند و ۱۳۵

کتاب‌فروشی دیگر جا زدند. هرچند وضعیت فروش و مشارکت در تهران و اصفهان و خراسان رضوی خوب بود اما در بعضی دیگر از استان‌ها همچون همدان، قزوین، البرز، چهارمحال و بختیاری و مرکزی بعید بود که خبر این طرح به گوش کسی رسیده باشد. به گفته ابراهیم حیدری، بحث و مسئله تأخیر پرداخت مطالبات یکی از مسائلی بود که در ابتدا کتاب‌فروشان را نگران می‌کرد؛ چون در ابتدا پول در حساب وزارت ارشاد می‌ماند و بعد به مرور به کتاب‌فروشان پرداخت می‌شد. این تأخیر چندماهه که در اوایل کار وجود داشت، موجب نارضایتی کتاب‌فروشان بود. به هر روی، مهم این بود که راهی آغاز و، به قول محمود آموزگار، گوش شنوایی پیدا شده بود برای توجه به کتاب‌فروشی و کتاب‌فروشان. حالا ممارست و پشتکار می‌توانست جوهر وجودی طرح را آشکار سازد و آن را به سرانجامی نیک برساند. مشکلات طرح نخست هم در کمبود تبلیغات ریشه داشت و هم در زیرساخت‌های اطلاعاتی و این مشکلات حل نمی‌شد مگر با هم‌فکری و کاری گروهی و هماهنگ. این طور بود که جلسات متعددی با حضور مسئولان طرح برگزار و تلاش‌ها بر رفع ایرادهای گام نخست متمرکز شد. تهیه طرح اجرایی پروژه، بازنگری گردش کار، بازطراحی سایت، استخراج و گردآوری اطلاعات کتاب‌فروشی‌های کشور، اطلاع‌رسانی عمومی و تبلیغات گسترده، ایجاد پنل شخصی برای هر کتاب‌فروشی در سایت موسسه خانه کتاب و... حاصل این جلسات بود.

آموزگار درباره مشکلات اولین دوره برگزاری طرح‌های فصلی می‌گوید: «در دوره اول اشکال این بود که تعداد کتاب‌فروشی‌های شرکت‌کننده بسیار کم بودند. تعدادی به این پروژه اعتماد نداشتند و تعدادی هم با یارانه و اینترنت ناآشنا بودند. در مجموع، خانه کتاب، که در آن زمان آقای مجید غلامی جلیسه مدیریتش را به عهده داشت، در رفع نواقص خیلی همراهی و همکاری کرد و این‌گونه بود که ما الان به ۹۰۰ کتاب‌فروشی رسیده‌ایم». یکی دیگر از اشکالات اولیه این طرح تأخیر در پرداختی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به کتاب‌فروشی‌ها بود که گاه قریب به یک سال هم طول می‌کشید اما با پیگیری‌های انجام‌شده این اشکال در دوره‌های بعدی کاملاً رفع شد.

## بوی عیدی، بوی کتاب

تنها سه ماه پس از برپایی «کتاب‌فروشی به وسعت ایران» سیدعباس صالحی، معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در کنار جمعی از اهالی نشر و کتاب نشست و خبر از برپایی «عیدانه کتاب» داد. «عیدانه کتاب» از ۱۵ اسفند ۱۳۹۴ آغاز شد و تا ۱۵ فروردین ۱۳۹۵ ادامه یافت تا همان طور که از نامش پیداست، فرصتی مغتنم و کافی برای تمامی کتاب‌خوانان فراهم آورد که همین طور هم شد. در این دوره، نتایج بسیار درخشانی به بار آمد. میزان استقبال کتاب‌فروشی‌های فعال ۲۱۴ درصد افزایش یافت و تعداد خریداران ۶۱۴ درصد. همین جهش ناگهانی خیال همه را از بابت ثمربخش بودن طرح توزیع یارانه از راه کتاب‌فروشی‌ها راحت کرد. پس از این دوره تا امروز، شانزده دوره متوالی از طرح فصلی کتاب برگزار شده است که دستاوردهای آن را می‌توانید در جدول زیر ملاحظه کنید.

فصل سوم: از نمایشگاه‌های استانی تا طرح‌های فصلی کتاب | ۲۲

ردیف	عنوان طرح	شعار طرح	زمان برگزاری		تعداد کتاب‌های فعال در طرح	تعداد خریداران کتاب	تعداد فروخته شده	مبلغ کتاب‌های فروخته شده (به ریال)	یارانه مصرف شده (به ریال)
			شهرستان‌ها	مراکز استان					
۱	کتاب‌فروشی به وسعت ایران	کتاب‌فروشی به وسعت ایران	۲۴ آبان تا ۱ آذر		۱۰۴	۱۴۴۳۶	۲۴۵۶۲	۶۶۷۵۸۸۲۰۰۰	۱۰۳۴۵۳۲۰۶۴
۲	عیدانه کتاب ۹۵	امسال کتاب عیدی دهیم	۱۵ اسفند ۱۳۹۴ تا ۱۵ فروردین ۱۳۹۵		۳۲۷	۱۰۳۰۸۶	۲۸۶۸۵۰	۴۳۷۴۵۰۱۷۸۹۸	۸۷۴۹۰۰۲۵۶۰
۳	تابستانه کتاب ۹۵	فراغتی و کتابی و گوشه چمنی	۱۶ تیر تا ۱۵ مرداد		۵۱۹	۲۰۶۸۱۱	۵۴۶۰۹۸	۹۳۴۱۹۰۳۷۱۰۶	۱۷۹۶۸۷۵۸۱۴
۴	پاییزه کتاب ۹۵	ایران می‌خواند	۲۴ مهر تا ۲۴ آبان		۶۲۵	۲۱۰۳۳۶	۵۶۱۷۷۶	۱۰۶۴۹۷۴۳۷۵۹۲	۲۱۱۶۱۴۸۵۵۱۵
۵	عیدانه کتاب ۹۶	امسال هم کتاب عیدی دهیم	۱۵ اسفند ۱۳۹۵ تا ۱۵ فروردین ۱۳۹۶		۷۴۱	۲۱۸۱۵۳	۵۴۴۸۹۶	۱۱۸۴۰۷۰۶۵۲۵	۲۲۱۶۰۳۶۲۲۱
۶	تابستانه کتاب ۹۶	این چنین دوست کتاب است از او دست مدار	۱۵ مرداد تا ۳ شهریور	۱۵ مرداد تا ۱۳ شهریور	۸۱۴	۲۰۳۷۶۱	۴۹۸۷۴۹	۱۱۰۵۰۴۶۶۹۵۶۸	۲۱۱۵۳۳۴۴۰۱۶
۷	پاییزه کتاب ۹۶	هرورقش دفترست ...	۲ آذر تا ۲ دی	۲ آذر تا ۲ دی	۷۶۳	۲۲۵۶۴۹	۵۵۸۲۲۹	۱۱۸۹۹۴۴۶۸۹۱۶	۳۴۸۵۰۹۸۲۱۳۷
۸	عیدانه کتاب ۹۷	کتاب عیدی دهیم	۲۵ اسفند تا ۱۵ فروردین	۲۲ اسفند تا ۱۵ فروردین	۷۲۷	۱۹۷۶۷۳	۵۶۲۸۶۸	۱۳۷۸۳۴۴۹۷۹۶۳	۲۵۵۰۱۲۹۷۸۶۹
۹	تابستانه کتاب ۹۷	دانش‌گستری با حمایت از تألیف ایرانی	۳۰ مرداد تا ۵ شهریور	۳۰ مرداد تا ۵ شهریور	۶۸۲	۷۶۳۸۶	۲۵۸۵۳۴	۶۳۴۹۰۴۸۴۶۳۱	۱۰۹۴۱۳۸۸۸۵۸۶
۱۰	پاییزه کتاب ۹۷	حال خوش خواندن با پاییزه کتاب	۲۶ آبان تا ۴ آذر	۲۴ آبان تا ۴ آذر	۶۵۷	۱۱۷۳۴۷	۳۳۸۳۶۵	۸۰۷۸۷۳۹۰۷۱۱	۱۴۱۷۹۳۸۵۵

ردیف	عنوان طرح	شعار طرح	زمان برگزاری		تعداد کتاب‌فروشی‌های فعال در طرح	تعداد خریداران کتاب	تعداد فروخته‌شده	مبلغ کتاب‌های فروخته‌شده (به ریال)	بازانه مصرف‌شده (به ریال)
			مرکز استان	شهرستان‌ها					
۱۱	تابستانه کتاب ۹۸	کتاب، هم‌نشین، دل‌نشین	۲۷ تیر تا ۳ مرداد	۲۵ تیر تا ۳ مرداد	۶۲۱	۹۸۷۶۵	۳۸۳۹۴۸	۱۱۵۰۸۴۰۵۲۵	۱۷۹۹۰۱۲۸۰۰۱
۱۲	پاییزه کتاب ۹۸	حال خوش خواندن	۲۳ آبان تا ۵ آذر		۵۵۵	۶۵۳۴۷	۳۳۱۰۴۸	۹۸۶۱۳۰۹۶۳۹۷	۱۷۰۹۲۴۸۶۳۹۰
۱۳	بهارانه کتاب ۹۹	بهار کتاب هم‌زمان با بهار دل‌ها	۲۰ تا ۳۰ اردیبهشت		۶۶۷	۱۰۸۲۵۸	۳۰۴۳۴۹	۱۱۷۴۸۳۰۵۵۷۴	۲۰۷۹۲۲۰۶۷۳۳
۱۴	تابستانه کتاب ۹۹	کتاب بخوانیم، ایمن بمانیم	۱۸ تا ۳۰ مرداد		۷۵۸	۱۷۷۱۰۴	۵۰۶۵۱۲	۱۹۵۳۷۰۷۴۹۸۳۲	۳۴۶۱۶۳۲۱۹۲۶
۱۵	پاییزه کتاب ۹۹	دانایی، مانایی	۲۴ تا ۳۰ آبان		۸۱۶	۱۲۲۱۲۷	۴۵۸۸۳۳	۱۹۸۱۳۷۵۹۱۷۲۰	۲۵۶۱۶۱۹۰۶۰۸
۱۶	زمستانه کتاب ۹۹	دانایی، مانایی	۹ تا ۱۶ اسفند		۹۰۶	۱۴۱۶۹۰	۴۴۰۲۷۶	۲۱۴۰۰۳۱۹۹۶۷۴	۴۷۱۹۴۳۱۰۶۷
						۳۱۷۴۸۹۴	۶۱۳۷۴۱۹	۱۸۰۴۴۶۷۱۱۵۳۲	۳۴۰۹۲۳۴۲۸۹۷۷

### تاب‌آوری در مقابل کرونا به کمک طرح‌های فصلی

ورود نامیمون پاندمی کرونا در ماه‌های پایانی سال ۱۳۹۸ به کشور، آن‌چنان غافلگیرکننده و ناخوشایند بود که اقتصاد بسیاری از مشاغل را با بحران مواجه ساخت. پس از مدت کوتاهی اما کم‌کم همه

دانستند که باید با وجود این ویروس منحوس به زندگی ادامه دهند. پس ابتکار عمل و تکنولوژی دست به دست هم دادند و کمی از شدت تأثیرات منفی کرونا کاستند. کتاب‌فروشان هم از هجوم کرونا در امان نماندند؛ اما به قول مدیرعامل موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران توانستند در مقابل تأثیرات این ویروس تاب بیاورند. ایوب دهقانکار در مصاحبه‌ای با هنرآنلاین در این باره می‌گوید: «در مورد ویروس کرونا و تأثیراتش بر حوزه نشر جای هیچ انکاری وجود ندارد؛ یعنی ما کاملاً می‌پذیریم که حوزه نشر هم مثل همه حوزه‌ها و کشور ایران مثل همه کشورهای متأثر از ویروس کرونا قرار گرفت و تأثیرات منفی و مخربی که کرونا داشت کاملاً ملموس است. ما این را می‌پذیریم ولی در ضمن پذیرش این امر، فکر نمی‌کنم فردی پیدا شود که ادعا کند نشر ایران در مقابل ویروس کرونا تاب نیاورده و یا نشر ایران در مقابل کرونا شکست خورده یا حتی کرونا، نشر ایران را شکست داده است. البته این صحبت‌ها به معنی این نیست که همه چیز در شرایط ایدئال است و آب از آب تکان نخورده است. قطعاً کرونا اثرات خودش را گذاشته است. در چند ماه اول اپیدمی، همه صنوف تعطیل شدند ولی کم‌کم مرحله پذیرش شروع شد و بعد هم وارد مرحله انطباق شدیم... هم معاونت امور فرهنگی و هم موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران اقداماتی انجام دادند تا به ناشران کمک کنند. از آنجایی که رسالت ما حمایت و کمک است، تلاش کردیم تا تاب‌آوری صنعت نشر ادامه پیدا کند. خوشبختانه به واسطه آمار و ارقام می‌بینیم که مردم به کتاب مراجعه می‌کنند و حتی در این شرایط سخت هم به کتاب‌خوانی علاقه مند هستند. ناشران هم فرایند تولید کتاب را تعطیل نکرده‌اند».

اما این تاب‌آوری به مدد و یاری طرح‌های حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صورت پذیرفت. برگزاری طرح‌های فصلی در سال ۱۳۹۹ به صورت چهارفصل و فروش بالغ بر ۷۰ میلیارد تومان کتاب، ارمغان این طرح‌ها برای سال کرونایی بود. دهقانکار در این خصوص نیز ادامه می‌دهد: «این آمار فقط آن عددی است که در طرح ما و برنامه‌ای که ما به میزان فروش دسترسی داریم ثبت شده است. قطعاً مردم از کتاب‌فروشی‌ها هم کتاب‌هایی خریدند که آمار آن در این طرح نیست. این ۷۰ میلیارد تومان فقط با یارانه مستقیم ارشاد بوده که گردش مالی ایجاد کرده است... مجموع نخستین نمایشگاه مجازی کتاب و چهار طرح فصلی حدود ۱۳۰ میلیارد تومان بوده است. بنابراین، می‌توان گفت بخشی از ضرر و زیان‌ها از طریق این فعالیت‌های حمایتی جبران شده است و با استناد به همین عدد و ارقام می‌گوییم که صنعت نشر ایران خوشبختانه در مقابل کرونا تاب آورده است».

## روایت کتاب‌فروشان از تجربه طرح‌های فصلی

افزایش فصل به فصل تعداد کتاب‌فروشان علاقه‌مند به حضور در طرح‌های فصلی کتاب بهترین سند موفقیت این ایده بوده و هست. تجربه این کتاب‌فروشان و موفقیت‌ها و مشکلاتی که پیش‌پا نشان قرار داشته از منابع مهم ارزیابی طرح‌های فصلی است.

در شهر رشت، ابراهیم فرازمند با کتاب‌فروشی «فرازمند» سال‌هاست که در طرح‌های فصلی

مشارکت دارد و تاکنون بارها و بارها صدرنشین کتاب‌فروشی‌های ایران شده است، آن‌هم با فاصله بسیار از دیگر کتاب‌فروشان. فرازند در یادداشتی که اسفندماه سال گذشته در «روزنامه همشهری» منتشر شده، هرچند طرح فصلی فروش را عاملی برای حفظ مخاطب می‌داند اما از خطر از دست دادن مخاطبان نیز یاد می‌کند و هشدار می‌دهد که باید بیشتر به این مسئله توجه کرد: «اجرای طرح‌هایی چون زمستانه کتاب، حمایتی است از کتاب‌فروش و کتاب‌خوان. این در حالی است که مراجعه مردم بسیار بیشتر از میزان اعتباری است که به کتاب‌فروشی ما تعلق می‌گیرد، از طرفی وقتی زمان برگزاری طرح فصلی فروش کتاب را به مردم اعلام می‌کنیم، استقبال چنان است که اعتبار ما در همان روزهای نخست به پایان می‌رسد. البته علت مراجعه زیاد مردم به کتاب‌فروشی ما از این روست که دیگر کتاب‌فروشان استان ما (گیلان) تمرکز چندانی بر کتاب‌های عمومی و غیردرسی ندارند؛ ولی به هر حال برگزاری این طرح برای افراد کتاب‌خوان بسیار مفید و مؤثر است. هدف خانه کتاب و ادبیات ایران از ابتدا برای برگزاری طرح‌های توزیع یارانه کتاب از طریق کتاب‌فروشی‌ها (طرح‌های فصلی فروش کتاب) این بود که کتاب‌فروشی‌ها در شهرها، محله‌های کوچک و مراکز استان‌ها که حلقه اتصال بین کتاب و کتاب‌خوان بودند حفظ شوند و از آنجا که بسیاری از کتاب‌فروشی‌ها رو به تعطیلی بودند، این طرح‌ها دیده شد. به واقع تا زمانی که کتاب‌خوان‌ها نباشند، بودن کتاب‌فروش، پخش‌کننده و ناشر معنا پیدا نمی‌کند، از این رو خطر بزرگ از دست رفتن مخاطبان مطرح است و به همین جهت باید هر کاری که لازم است برای حفظ مخاطبان کتاب انجام داد».

ناصر میرباقری مدیر کتاب‌فروشی «خانه فرهنگ و هنر گویا» در خیابان کریم خان تهران هم نگاه مثبتی به طرح‌های فصلی دارد که حاکی از تجربه خوشایند او از برپایی این طرح است. او در گفت‌وگویی که اسفند سال گذشته با «خبرگزاری ایرنا» داشته، از وضعیت اقتصادی نابسامان کتاب‌فروشان در دوران کرونا سخن می‌گوید و طرح‌های فروش فصلی را در چنین شرایطی عامل رونق اقتصادی کتاب‌فروشان می‌داند: «برگزاری چنین طرح‌هایی می‌تواند عامل تشویقی برای مخاطبان شود تا بیشتر به کتاب‌فروشی‌ها رفته و آثار مورد نیاز خود را تهیه کنند و رونق بیشتری در کتاب‌فروشی‌ها ایجاد شود و تحرکی در جسم بی‌جان کتاب به وجود آید. طرح‌های توزیع یارانه کتاب از طریق کتاب‌فروشی‌ها نوعی نیاز است و اگر این چنین طرح‌هایی برگزار نشود، شرایط کتاب و کتاب‌خوانی نابسامان می‌شود. این طرح‌ها حدود ۶۰ درصد برای مخاطبان مفید بوده و بسیار مؤثر است؛ از این جهت که هشدار به آن‌ها داده می‌شود تا کتابی بخرند؛ به واقع تخفیف و یارانه‌ای که برای هر فرد در نظر گرفته شده عاملی برای خرید کتاب و مطالعه بیشتر است».

مدیر کتاب‌فروشی «دنیای کتاب» در شهر قم هم که در طرح زمستانه کتاب ۱۳۹۹ رتبه نخست فروش را از آن خود کرد، در میزگردی که سال ۱۳۹۸ در «خبرگزاری مهر» برپا شد از مخاطب اصلی طرح‌های فصلی صحبت به میان می‌آورد: «کتاب‌فروش سهم بزرگی در معرفی صنعت نشر و منابع مالی دارد. تعداد ناشران دو برابر کتاب‌فروشان است، ویتترین کتاب در کشور محدود است و این یک فاجعه



برای صنعت نشر به‌شمار می‌آید. البته، کتاب‌فروشی‌های بزرگی هم در کشور وجود دارد که امکان عرضه بیشتری دارند؛ اما غالب این کتاب‌فروشی‌ها، تنها ۴۰ درصد از فضای خود را به کتاب اختصاص داده‌اند و باقی آن به مسائل غیر از مطالعه و کتاب اختصاص دارد که اتفاق خوشایندی هم در کشور نیست. در چنین شرایطی، طرح‌های فصلی، تسکینی بر درد کم‌درآمدی کتاب‌فروشان است؛ چراکه بسیاری از کتاب‌فروشان در هزینه‌های اصلی خود مانده‌اند و باید به شکل اساسی به حل مشکلات آن‌ها پرداخت. برگزاری طرح بهانه‌ای برای حضور مردم و کسانی در کتاب‌فروشی‌هاست که عموماً کتاب نمی‌خوانند؛ چراکه کتاب‌خوان‌های حرفه‌ای به هر طریقی کتاب خود را تهیه خواهند کرد. به نظرم افزایش قیمت، تأثیری در خرید کتاب اهالی کتاب‌خوان نخواهد داشت چراکه قشر کتاب‌خوان در هر شرایطی کتاب خود را تهیه خواهد کرد. مشکل ما مردمی هستند که کتاب نمی‌خوانند و ما می‌خواهیم با این حرکت آن‌ها را به سمت کتاب و کتاب‌خوانی تشویق کنیم. گرانی کتاب قطعاً روی میزان مشارکت این دسته از افراد جامعه تأثیر منفی داشته است. البته ناشران بسیاری نیز در این گرانی کتاب، کتاب‌های خود را با قیمت مناسب‌تری در اختیار کتاب‌فروشی‌ها قرار دادند».

در این میان حسین مفید، مدیر انتشارات «مولی»، طرح‌های فصلی را از نگاه خودش که هم ناشر است و هم کتاب‌فروش ارزیابی می‌کند و در گفت‌وگویی با «خبرگزاری ایلنا» می‌گوید: «بنده هم کتاب‌فروش و هم ناشر هستم. اگر از نقطه نظر یک ناشر بخواهم بگویم به لحاظ مالی برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران برای این قشر بهتر است، اما اگر از دید یک کتاب‌فروش نظرم را مطرح کنم، طرح‌های فصلی فروش کتاب همچون عیدانه، تابستانه و پاییزه، طرح‌های بسیار خوبی هستند و از جمله کارهای خوب معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. در طرح‌های فصلی فروش کتاب هر شخصی می‌تواند به کتاب‌فروشی مراجعه کند و هرچه را می‌خواهد از هر نشری تهیه کند و این موضوع از نقاط قوت این طرح‌هاست؛ اما در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بعد از سی‌و‌دو دوره که برگزار شده مردم هنوز نمی‌دانند که هر ناشر حق دارد کتاب‌های خود را بفروشد. یعنی در نمایشگاه نباید بر اساس موضوع به دنبال کتاب باشند بلکه بر اساس ناشر می‌توانند آثار مورد نظر خود را انتخاب کنند. مردم نباید حضور در فضای کتاب‌فروشی را از دست دهند، چون این فضا بسیار مهم است؛ از این رو فکر می‌کنم اگر ماهی یک بار هم طرح‌های این‌چنینی برگزار شود، از این باب که مردم گمان نکنند فرصتی را از دست داده‌اند و هر زمان که بخواهند می‌توانند کتابی را که لازم دارند تهیه کنند، خوب می‌شود؛ نه این که آن‌ها را نگه دارند که شاید روزی سراغ خواندنش بروند. اصولاً قرار گرفتن آدم‌ها در فضای کتاب‌فروشی بسیار مهم است و در ایام برگزاری طرح‌های فصلی فروش کتاب، استقبال مردم از خرید کتاب افزایش یافته و حضورشان در محیط کتاب‌فروشی بیشتر می‌شود. محدودیت‌های این طرح میزان اعتباری است که به افراد و کتاب‌فروشی‌ها تعلق می‌گیرد؛ ولی در هر صورت با اجرای این طرح‌ها، مردم به کتاب‌فروشی‌ها سر می‌زنند و از طرح بهره می‌برند. فروش اینترنتی و تلفنی در طرح‌های فصلی فروش کتاب نیز سبب استقبال هرچه بیشتر مخاطبان شده است».

محسن رخشانی، مدیر کتاب‌فروشی «جیحون»، از کتاب‌فروشی‌های قدیمی خیابان انقلاب تهران هم در گفت‌وگویی با «خبرگزاری ایرنا» ارزیابی مثبتی از طرح‌های فصلی کتاب دارد چراکه به نظر او این طرح در نهایت به سود مصرف‌کنندگان بوده و مورد استقبال مخاطبان نیز قرار گرفته است: «تجربه گذشته و طرح‌های فصلی نشان داده است که به واقع طرح‌های فصلی فروش کتاب نوعی کمک به کتاب‌خوان‌ها محسوب می‌شود تا بتوانند مایحتاج فرهنگی خود را تهیه کنند. هرچقدر حوزه کتاب‌هایی که ارائه می‌شود گسترده شود، سبب بهره‌مندی مشتریان و به ویژه کتاب‌خوان‌ها می‌شود؛ زیرا اصولاً طرح‌های فصلی فروش کتاب مورد استقبال افراد کتاب‌خوانی است که به صورت مرتب کتاب مطالعه می‌کنند. این دسته از مخاطبان پیگیر برنامه‌های تخفیفی در طی سال هستند و این موارد را دنبال می‌کنند. در دوران کرونا فروش اینترنتی، تکنولوژی و بسترهای جدید فروش بسیار می‌تواند اثرگذار باشد اما کتاب‌فروشی‌ها نیز باید دیده شوند. از این رو باید علاوه بر فروش کتاب به صورت حضوری، در طرح‌های فصلی فروش کتاب، به صورت آنلاین نیز به مخاطبان خدمات ارائه داد».

## فصل چهارم: هر که رنجی بُرد، گنجش شد پدید

### آنچه گذشت

«کتاب فروشی به وسعت ایران» با نقدها و مشکلات و همه تردیدها آغاز شد تا شروع راهی بی پایان باشد و دیدیم که چطور پس از اندک زمانی و در دوره‌های بعد، این طرح دل از کتاب‌دوستان رُبود و کتاب‌فروشی‌ها را پررونق ساخت و مخالفانش را با زبان دوستی و آشتی نرم و همراه کرد. خودانتقادی و توجه به نقدها و صحبت‌های دیگران از ویژگی‌های برجسته این طرح‌ها بوده است که همواره در جهت بهترشدن سرانجام کار، مدیران به آن توجه کرده‌اند. با این حال، اکنون که در آستانه تغییر دولت هستیم و شانزده دوره از طرح‌های فصلی کتاب نیز با موفقیت برگزار شده است، ناگزیریم از بیان ایده‌های جدید، توجه به نقدها، ایرادها و ایده‌هایی که شاید روزی به کار گرفته شوند و شاید هم، به دلیل عملیاتی نبودن، همیشه در حد ایده باقی بمانند.

یکی از نقدهای مطرح شده در خصوص طرح‌های فصلی بازمی‌گردد به همان ایراد اساسی نمایشگاه کتاب: چرا مخاطب نمی‌تواند همواره و در طول سال از یارانه مصرف‌کننده بهره‌مند شود و فقط در ایام مشخصی باید به کتاب‌فروشی‌ها مراجعه کند؟ مگر قصد و غرض از این طرح رونق بخشیدن به کتاب‌خوانی و کتاب‌فروشی‌ها نیست؛ پس چرا این رونق به تمام ایام سال منتقل نمی‌شود؟

ابراهیم حیدری در جواب این نقد می‌گوید: «این طرح از یک طرح فصلی اکنون به طرح‌هایی در چهارفصل رسیده است. در هر دوره تا برنامه‌ریزی‌های لازم انجام شود، کتاب‌فروشان ثبت‌نام کنند، شماره حساب بدهند، شماره حساب‌ها به بانک برود، کدهای ملی ثبت شود و... هماهنگی تمام این‌ها نیازمند فرایندی اجرایی است. نمی‌شود این حساب و کتاب به‌طور دائم باز باشد. طرح‌های فصلی کتاب کاری تکمیلی است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ضمن برپایی نمایشگاه کتاب، خرید کتاب از ناشران، ایجاد تسهیلات برای کتاب‌فروشان، اهدای کتاب و بن‌های کاغذی و الکترونیک به دانشجویان، طلاب و... اجرا می‌کند. مثل شرکت تولیدی بزرگی که در فصلی از سال حراج با تخفیف ۲۰ درصدی مهیا می‌کند تا عامل انگیزشی و تشویقی برای مردم باشد. بنابراین، این ایده که امکان استفاده از تخفیف در همه سال فراهم باشد اساساً قابل اجرا نیست».

وضعیت اجرا و عواید این طرح در شهرستان‌ها از دیگر موضوعات مورد مطالعه در طرح‌های فصلی کتاب است. مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی مشکلات شهرستان‌ها را به مسائل زیربنایی

مربوط می‌داند که از گذشته تاکنون وجود داشته و همواره نیز در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مطرح بوده و هنوز هم حل نشده است: مشکل مهم و اساسی تمرکز همه چیز در تهران. حیدری این معضل را چنین تشریح می‌کند: «معضل ما تمرکزگرایی در تهران است. از ناشر و کتاب‌فروش همه در تهران مستقر هستند. بیش از ۷۰ درصد کتاب‌های ما در تهران تولید، منتشر و توزیع می‌شود. بعضی استان‌های ما شاید فقط چهار یا حتی تعدادی کمتر کتاب‌فروشی دارند. این معضل به طرح فصلی بر نمی‌گردد اما ضربه‌اش را طرح فصلی می‌خورد. در شهرستانی که کتاب‌فروشی نیست یا کتاب‌فروشی کتاب ندارد، قطعاً مردم آنجا خسارت می‌بینند. ولی به رغم همین مسئله، ما استان‌هایی مثل یزد، مشهد و... داشتیم که در طرح‌های فصلی با استقبال بسیار خوبی از سوی مخاطبان کتاب مواجه بوده و خریدهای خوبی در آنجا انجام شده است. ما به دنبال این هستیم که به بهانه تخفیف ۲۰ درصدی مردم کتاب بخرند و ایشان به کتاب‌فروشی‌ها باز شود. بحث ترویج کتاب‌خوانی هم در دنباله طرح‌های فصلی هست. طرح فصلی در کنار جشنواره روستا، پایتخت کتاب، جام باشگاه‌های کتاب‌خوانی و... مدنظر ما بوده است. در واقع طرح‌های فصلی به نوعی از جمله طرح‌های ترویجی ما بوده و هست».

حیدری، با توجه به تجربه طولانی‌اش از حضور در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در نهایت درباره افق طرح‌های فصلی معتقد است: «من از حدود بیست سال پیش، از سمت کارشناسی در معاونت امور فرهنگی کارم را شروع و با مدیران و وزرای مختلفی کار کرده‌ام. تجربه من می‌گوید معمولاً وقتی کار خوبی بنا گذاشته و با استقبال ناشران مواجه می‌شود، مسیرش را پیدا می‌کند و ادامه می‌یابد. حتی گاهی چنین طرح‌هایی تبدیل به مطالبه‌ای می‌شود هم از طرف مردم و از طرف صنوف مختلف. طرح‌های فصلی کتاب در حال حاضر مطالبه‌ای است که از سوی مردم و کتاب‌فروشان وجود دارد و همین باعث می‌شود در دولت بعدی هم هر شخصی مسئولیت را به عهده بگیرد، دنبال راهکاری باشد که این طرح را توسعه دهد. در نهایت باید بگوییم که ما چاره‌ای نداریم جز این که یارانه‌هایمان را هدفمند کنیم. به این معنا که یارانه به سمت افرادی برود که مصرف‌کننده کتاب هستند. اینکه به طور غیرمستقیم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیاید و برای یک مملکت کتاب بخرد، سودمند و کارساز نیست. خوب است که هرکس با نگاه، ذائقه و سلیقه خودش کتاب مورد نظرش را انتخاب کند و از این طرح بهره‌مند شود. چه در ایران و چه در سایر نقاط دنیا، راهی غیر از این نداریم که هم یارانه‌ها را هدفمند کنیم و هم به سلیقه مخاطب احترام بگذاریم. ضمن اینکه علاوه بر این برنامه به دنبال رونق کتاب‌فروشی‌ها و ترویج کتاب‌خوانی است، می‌تواند در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها هم به وزارت ارشاد کمک کند. شناسایی نوع ذائقه مردم در مورد موضوعات کتاب‌هایی که خریداری می‌شود، و بسیاری نکات دیگر از ثمرات طرح‌های فصلی است که می‌تواند در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌ها و اکاوی و تحلیل ثانویه شود و در تصمیمات بعدی مدیران اثرگذار باشد».

کلام آخر ابراهیم حیدری این‌گونه است: «اگر کتاب‌فروشی‌ها به عنوان یکی از زنجیره‌های اصلی صنعت نشر مورد توجه قرار نگیرند، مطمئناً صنعت نشر با این وضعیت کتاب و کتاب‌خوانی به قهقرا

می‌رود. از طرفی اگر کتاب‌فروشی‌ها خودشان را با روندهای جدید صنعت نشر، مثل دنیای مجازی، وفق ندهند و دولت هم در حوزه هدفمندی یارانه‌ها به فکر کتاب‌فروشی‌ها نباشد و به زیرساخت‌های کتاب‌فروشی‌ها کمکی نکند، مطمئناً کتاب‌فروشی‌ها اوضاع خوبی نخواهند داشت. من معتقدم قطب اصلی صنعت نشر کتاب‌فروشی‌ها هستند، چه مجازی و چه شکل کلاسیک آن. سیاست‌هایی که در چند سال گذشته در مجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وجود داشته هم به دنبال این بوده که چرخ اقتصادی کتاب‌فروشی‌ها بچرخد تا سرانجام مطالعه بالا برود، نویسنده بیشتر بنویسد، ناشر بیشتر تولید کند تا سطح آگاهی بالا برود».

### گره خوردن زلف کتاب‌فروشان با فعالان حوزه کتاب و کتاب‌خوانی

همایون امیرزاده هم کارنامه کاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در دوره هشت سال گذشته درخشان می‌داند و می‌گوید: «تمام اقداماتی که صورت گرفته، در کنار هم تبدیل به پرونده خوبی در خصوص حمایت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه کتاب‌فروشی‌ها شد. اگر هرکدام از این سیاست‌ها را کنار هم بگذاریم می‌بینیم که اتفاق مبارکی شکل گرفته است. از یاد نبریم که همه این اتفاقات، تصمیمات و طرح‌ها در دایره و منظومه‌ای شکل گرفت که از نظر اعتباری بودجه‌های معاونت فرهنگی نسبت به سال‌های گذشته کاهش پیدا کرده بود. در چنین وضعیتی ما دست به ابتکار و خلاقیت زدیم و اجازه ندادیم رکود و رخوت گریبان‌گیر فرهنگ کشور شود. اگر ما می‌خواستیم با همان وضعیت قبل جلو برویم، حتی امکانش نبود یک فعالیت جدید را پایه‌گذاری کنیم. تمام این سیاست‌های حمایتی از کتاب‌فروشی‌ها سیاست‌های تأسیسی بود. ضمناً در کنار این موضوع شاهد اتفاق بسیار بزرگ‌تری بودیم و آن هم مسائل ترویجی و تبلیغی کتاب و کتاب‌خوانی بود و خود این موضوع اثرات عمیقی هم بر کار کتاب‌فروشی‌های کشور گذاشت. طرح‌های کتاب‌خوانی مستمر و رقابت‌هایی مثل جام باشگاه‌های کتاب‌خوانی از نمونه این اقدامات ترویجی بوده است. در هر شهر و روستایی اگر پانزده نفر کنار هم قرار می‌گرفتند، می‌توانستند باشگاه کتاب‌خوانی تشکیل دهند. به مرور این باشگاه‌ها شکل گرفت و آرام‌آرام تعدادشان زیاد و زیادتر و به یک جریان بزرگ فرهنگی تبدیل شد که بیش از ۳۵ هزار تا ۴۰ هزار باشگاه با بیش از سیصد هزار عضو در بحث ترویج کتاب و کتاب‌خوانی مشارکت کردند. حالا اگر بپرسید نسبت این مسئله با رونق کتاب‌فروشی‌ها چیست، باید بگوییم که این باشگاه‌ها چون در شهرهای مختلف پراکنده بودند اولین پاتوق شان کتاب‌فروشی‌ها بود. این‌گونه بود که به نوعی کتاب‌فروشی‌ها توانستند زلف خودشان را با فعالان حوزه کتاب و کتاب‌خوانی گره بزنند».

همچنین او درباره واکنش مدیران بعدی وزارت ارشاد در قبال چنین طرحی معتقد است: «عقیده شخصی من به عنوان کسی که سالیان سال در این مجموعه فرهنگی فعالیت کرده‌ام این است که اگر مدیران آینده دغدغه ایران فرهنگی را دارند، نباید کتاب‌فروشی‌ها را فراموش کنند. حاصل مدتی بی‌توجهی به کتاب‌فروشی‌ها این بود که این پیشه بسیار دوست‌داشتنی و صمیمی که به شدت

و سرعت می‌تواند با استعدادها و ظرفیت‌های فرهنگی جامعه پیوند بخورد، رو به نابودی بود که خوش‌بختانه جلوی آن گرفته شد. البته الان هم کتاب‌فروشی‌ها مشکلات بسیاری دارند اما این مشکلات شدت و ضعف دارد. بخشی از این مسائل با پیگیری مدیران و اعتقادشان به این که هر کدام از این کتاب‌فروشی‌ها پاتوق و باشگاهی فرهنگی-اجتماعی هستند، حل خواهد شد. برای رسیدن به مقصود مطلوب، همه نهادها باید کمک کنند. صرف اینکه این کار مسئولیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است نباید کسی پا پس بکشد. حوزه سینما، مطبوعات و سایر رسانه‌ها هم می‌توانند در ترویج کتاب‌خوانی و توجه به کتاب‌فروشی‌ها کمک‌کننده باشند».

امیرزاده باز هم با اشاره به محدودیت‌های اقتصادی در دوره‌ای که گذشت، بر ضرورت تلاش مدیران بعدی برای بهبود وضعیت کتاب‌فروشی‌ها و افزایش اعتبارات در این حوزه تأکید می‌کند و می‌گوید: «مدیران آینده نقاط ضعف و قوت این طرح‌ها و سیاست‌ها را منصفانه قضاوت کنند. این طور نباشد که از همان روز اولی که مسئولیت را بر عهده گرفتند، سیاست‌ها و اقدامات مدیران قبلی در بایگانی‌ها مدفون شود. این نگاه که این برنامه به دولت قبلی مربوط بوده و حالا دوره عوض شده و باید آن برنامه‌ها را تعطیل کنیم، قطعاً مضر خواهد بود و دوباره منجر به این اتفاق می‌شود که بعد از سالیان سال با هزینه‌های بیشتر مجبور می‌شویم پاتوق‌های فرهنگی را دوباره سرپا کنیم. ان شاء الله دولت جدید و معاون فرهنگی جدید که مستقر شد، روز اول کارش این باشد که گزارش‌های مربوط به کتاب‌فروشی‌ها را بررسی کنند. من هیچ تردیدی ندارم که اگر کتاب‌فروشی‌های کشور سامان پیدا کند، اگر کتاب خوب در دسترس قرار بگیرد، پاتوق‌های فرهنگی و کتاب‌فروشی‌های استاندارد و اقتصادی شکل بگیرد، حتماً به آینده کتاب‌خوانی در کشور می‌توان بسیار امیدوار بود. در حال حاضر تمام نقاط مورد نیاز که باید کتاب‌فروشی در آن‌ها دایر شود شناسایی شده، جمعیت کتاب‌خوان استان از قالب همین فعالیت‌های فصلی احصا شده، ذائقه مخاطبان شناسایی شده و گروه‌های سنی مشخص شده که همه این‌ها مجموعه بی‌نظیری از آمارها و گزارش‌های کاربردی را در اختیار مدیران قرار می‌دهد. امیدوارم مدیران آینده در پی این باشند که از ظرفیت‌های ملی و قانونی استفاده کنند تا این بخش از حوزه فرهنگ ثبات پیدا کند. در پایان این که فضای مجازی ظرفیت‌های قابل‌اعتنایی را برای ما ایجاد کرده است. اولین تجربه‌ای که کمک کرد تا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ورودی جدی به حوزه کتاب در فضای مجازی داشته باشد، برگزاری نخستین نمایشگاه مجازی کتاب تهران بود که مورد استقبال هم قرار گرفت. در آینده هم مدیران می‌توانند با برنامه‌ریزی‌های مطلوب از فضای مجازی استفاده کنند تا اقتصاد نشر روزبه‌روز پررونق‌تر شود».

## حال خوش کتاب‌فروشی‌ها با پیوند مبارک دو طرح

محمود آموزگار اعطای تسهیلات بانکی به کتاب‌فروشان را به‌ویژه در مناطق کم‌برخوردار، در کنار اجرای طرح‌های فصلی کتاب، دو عامل بسیار مؤثر در احیای کتاب‌فروشی‌ها می‌داند. او هر دو طرح را بسیار

موفق می‌داند و می‌گوید: «اندک بودن مجموعهٔ تخلفات در طرح‌های فصلی کتاب به ما نشان داد که این طرح موفق بوده و توانسته یارانهٔ مصرف‌کننده را به خوبی مدیریت کند. واقعاً باید از مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکر کرد چون مخالفت‌هایی با این طرح‌ها وجود داشت اما با مقاومت آن‌ها به سرانجام رسید. البته از نظر من طرح‌های فصلی کتاب راه‌حل نهایی نیستند؛ اما نقششان در رونق کتاب‌فروشی‌ها را نیز نمی‌توان نادیده گرفت. طرح فصلی کتاب همچنان باید ابزاری باشد در جهت افزایش تقاضای کتاب. به این ترتیب است که ما می‌توانیم سرانهٔ مطالعه را در کشور بالا ببریم. طرح دوم یعنی اعطای وام از محل یارانه‌ها به کتاب‌فروشی‌ها هم چون مبلغش ناچیز بود، تمرکزش را گذاشت بر شهرستان‌ها و مناطق کم‌برخوردار و الان بسیاری از کتاب‌فروشی‌های ایران زادهٔ این شرایط هستند و دیدن این مراکز فرهنگی در شهرهای دیگر واقعاً لذت‌بخش است. در نهایت اینکه وضعیت کتاب‌فروشی‌ها در تمامی جهان همچون دیگر مشاغل نبوده و نیست. کل گردش مالی کتاب‌فروشی‌های دنیا برابری می‌کند با دو شرکت داروسازی! در سیاست‌گذاری‌ها و بررسی‌ها باید به این مسئله دقت کرد».

## کلام آخر

داستان پرفرازونشیب کتاب‌فروشی‌ها قرار نیست به این زودی به پایان برسد. مادامی که آدمی هست، نه غلیان فکر و اندیشه در او فروکش می‌کند و نه تمایلیش به آگاهی از افکار و عواطف دیگران فرومی‌نشیند. ما هر روز می‌آموزیم که تجربه و اندیشهٔ خودمان برای زندگی در این جهان بسنده نیست و به همین دلیل به سراغ کتاب می‌رویم تا با افکار، احساسات و تجارب دیگران آشنا شویم و زندگی خود را معنایی دگر بخشیم. اما چطور کتاب به دست ما خواهد رسید؟ گشت‌وگذار در مقطعی از تاریخ کتاب‌فروشی‌ها معلوممان ساخت که انتشار کتاب به تنهایی کافی نیست؛ نمی‌توان کتاب منتشر کرد بدون آن که فکری داشت برای معبر و منزلگاهی که کتاب از آنجا به دست مخاطبش می‌رسد. نباید فراموش کرد که در برخی نقاط کشور هنوز هستند کتاب‌خوانانی که برای خرید یک جلد کتاب باید مسافت‌های طولانی را بییمایند و رنج سفر را بر خود هموار سازند تا به دیدار یار مهربان نائل آیند. گسترش مویرگی شبکهٔ توزیع و تعداد کتاب‌فروشی‌ها در کشور به برآورده‌ساختن آرزوی آن‌هایی کمک می‌کند که حسرت بیرون‌رفتن از خانه و قدم‌زدن تا ویتترین کتاب‌فروشی و نفس‌کشیدن در فضایی لبریز از عطر کاغذ را دارند.

مدیران حوزهٔ کتاب در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طی هشت سال گذشته برای جامعهٔ عمل پوشاندن به این آرزو دست‌به‌کار شدند تا با خبرگرفتن از احوال مخاطبان کتاب، بررسی وضعیت کتاب‌فروشی‌ها و واریسی چرخهٔ معیوب نشر، در جست‌وجوی فکری اساسی برای احیای کتاب‌فروشی‌ها برآیند. در نهایت، صرف ساعت‌ها وقت و انرژی منجر به کسب تجربیاتی ارزشمند در عرصهٔ مدیریت کتاب‌فروشی‌های کشور شد. این تجربیات گامی بلند در راستای غنای صنعت نشر کشور و بازویی نیرومند برای حرکت مدیران بعدی در مسیر پیشرفت کتاب‌فروشی‌ها به‌شمار می‌رود.