

با «مجدالدین معلمی» مدیر بنیاد کتاب که مدیریت

باید مدیر کتاب باشی



۳۰ تا ۳۵ درصد هزینه کاغذ است. ۱۵ درصد به پخش و ۲۵ درصد به فروششده می‌دهد. به عبارتی رفتار فروش با تخفیف ۶۰ درصدی غیراقتصادی است و باعث می‌شود نقدینگی در دست ناشر نباشد و در درازمدت سرمایه‌اش آب برود.

۱. **با این حساب حمایت‌های مالی دولتی هم نمی‌تواند مشکلی را حل کند.**

این وضعیت موجب می‌شود ناشران مرتباً به سمت حمایت‌گیری بروند. من در جایگاه سازمان تبلیغات نشست‌ام و محل رجوع نشرها هستم. برخی از کسانی که خود را نشر خصوصی معرفی می‌کنند حمایت‌های مالی می‌گیرند. حمایت‌ها هم فقط یک چاله را پر می‌کند و بعد سراغ پر کردن چاله بعدی می‌روند.

۲. **این وسط، ماجرای قیمت‌گذاری کتاب هم پیش می‌آید.** رفتار اقتصادی «قیمت ثابت» هم زمینه فلج‌کردن نشر را فراهم می‌کند. در هیچ کالایی این اتفاق نمی‌افتد. می‌خواهیم قیمت کتاب در تمام سال‌ها با تمام تورم‌ها ثابت باشد! کتاب از پخش تا زمانی که به دست مخاطب می‌رسد یکی، دو سال زمان سپری می‌کند. به کتابفروشی می‌رویم و می‌بینیم برخی کتاب‌ها ۱۰ هزار تومان قیمت خورده که پول یک بسته پفک هم نمی‌شود. اراده یا برای اصلاح این وضعیت وجود ندارد. اگر چه برخی از ناشران قیمت را حذف می‌کنند، خرید و قیمت را به سایت می‌سپارند تا بتوانند قیمت را اصلاح کنند. این رفتارها زمینه گرفتاری عمومی را در حوزه نشر پدید آورده است.

۳. **با این حساب، امیدی هست که یک ناشر خصوصی از این وضعیت رها شود؟**

مشکل نقدینگی یکی از مسائل ناشران است و اگر کسی بتواند نقدینگی یا زمینه چاپ کتاب را فراهم کند، ناشر می‌تواند از طریق فروش کتاب و رساندن کتاب به دست مخاطب اقتصادش را جبران کند و پول صندوق را برگرداند. در بنیاد کتاب، چند پیش‌فرض داشتیم؛ اول این‌که باید بتوانیم این امکان را به تمام کتاب‌های خوب بدهیم و فقط اسیر چند نشر نشویم. مسأله دوم این بود که کتاب حتماً باید کتاب عمومی باشد و بشود آن را در بازار فروخت و این‌که از کتاب حمایت کنیم نه از نشر. ممکن است از ۱۰ کتاب یک نشر حمایت کنیم یا در نشر دیگری یک کتاب مورد حمایت قرار بگیرد؛ بستگی به کتابی دارد که ارسال می‌شود. شورای پنج‌نفره‌ای برای دیدن کتاب و تصویب میزان حمایت وجود دارد. پیش‌فرض

مدیرعامل مستقل بودند و قدرت تصمیم‌گیری داشتند.

۴. **پس به طور مشخص نقش بنیاد کتاب چه می‌شود؟**

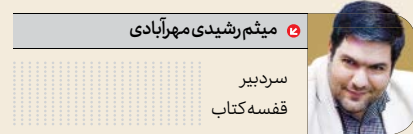
بنیاد کتاب همچنان به صورت جدی وجود دارد و فعالیت می‌کند. در بنیاد کتاب صندوق حمایت از نشر تاسیس کردیم. از دو منظر سمت ماجرا رفتیم؛ یک منظر این بود که وقتی در شان سازمان تبلیغات قرار می‌گیریم نباید درگیر مؤسسه‌داری باشیم. درحالی‌که ما گرفتار مدیریت عمومی موسسات بودیم. یکسری مؤسسه متعلق به سازمان هستند و شما مجبورید هر هزینه‌ای که دارید را در این موسسات صرف کنید، در حالی‌که وقتی سازمان تبلیغات هستیم باید مدیر کتاب باشیم نه مدیر مؤسسه، یعنی هر کتاب خوبی که در کشور کار می‌شود؛ ورود داشته باشیم و حمایت کنیم یا ظرفیت چاپش را فراهم کنیم و محدود به چند نشر نباشیم وگرنه تا ابد تمام ظرفیت‌های مالی کتاب سازمان توسط این چند نشر بلعیده می‌شود.

۵. **آنچنان‌که معلوم است، بیشترین حمایت از ناشران باید در حوزه نقدینگی و کاغذ و چاپ باشد.**

از منظر چاپ و نشر نیز به این تحلیل رسیدیم که یکی از مسائل عمده ناشران ضعف نقدینگی است، یعنی ناشر به دلیل مبانی غلط اقتصادی در حوزه نشر از جمله چک‌های شش ماهه و برداشتن کتاب با تخفیف‌های بالا و... دیر و به میزان کم به سرمایه‌اش می‌رسد و در درازمدت تورم سرمایه ناشر را کم می‌کند. ناشران برای حفظ خود در بازار و برای دیده‌شدن و حفظ هیمنه خود در این عرصه، مرتباً سراغ کتاب‌های چاپ اول می‌روند و سعی می‌کنند با این نوع کتاب، خود را به روز و سرپا نگه دارند. اتفاقی که امروز در بازار افتاده این است که در بازار از ۱۲۰ هزار عنوان کتابی که در کشور چاپ می‌شود ۷۰ هزار عنوان کتاب چاپ اول است. نزدیک به ۴۰، ۴۰ یا ۵۰ هزار عنوان کتاب مجدد هستند که این میزان بالا و پایین می‌شود. این گزاره به ما می‌گوید رفتار غلط اقتصادی در نشر عمومیت پیدا کرده؛ گویی همه با هم این رفتار غلط را پذیرفته‌اند مثل نهنگ‌هایی که همه با هم تصمیم به خودکشی دسته‌جمعی می‌گیرند.

۶. **یعنی از ترس مرگ، خودکشی می‌کنند!**

در چاپ اول، اقتصاد وجود ندارد. اقتصاد نشر معمولاً از چاپ یک‌ونیم و دوبه بعد اتفاق می‌افتد و بعد از چاپ دوم، کتاب اقتصادی می‌شود. رفتار عمومی ما حال اقتصادی بدی برای نشر ساخته است. این وضعیت زمینه بحران نقدینگی در نشر را سبب شده است. همه مابه نوعی درگیر این مشکل هستیم. به هر ناشری نگاه کنید وضعیت خوب است، ولی پولی در جیبش نیست. برای این‌که به همان میزانی که طلبکار است، بدهکار هم هست و طلبکاری‌ها و بدهکاری‌های سنگین وجود دارد. معمولاً طلبکاران فشار بیشتری وارد می‌کنند و همین موجب ایجاد رفتار اقتصادی غلط دیگری می‌شود. ناشران برای این‌که به نقدینگی برسند سرمایه خود را با تخفیف بالا به مشتری می‌رسانند یا در نمایشگاه‌های دوره‌ای شرکت می‌کنند که تخفیف‌های ۴۰ و ۵۰ درصدی وجود دارد یا می‌بینید سایت‌ها کتاب‌های ناشران را با ۶۰ درصد تخفیف می‌فروشند! مغز آدم از این رفتار اقتصادی غلط سوت می‌کشد. ناشر باید ۱۰ درصد درآمد کتاب را به نویسنده بدهد.



میثم رشیدی مهرآبادی

سرمدیر

قفسه کتاب

بنیاد کتاب، مجموعه راهبری سازمان تبلیغات اسلامی در عرصه کتاب، چاپ و نشر است که وظیفه هدایت انتشارات امیرکبیر، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل، انتشارات صاد، انتشارات خوارزمی، شرکت واژه‌پرداز اندیشه و کتابشهر را برعهده دارد. با جناب آقای مجدالدین معلمی که این روزها علاوه بر مدیریت بنیاد کتاب، مدیر انتشارات امیرکبیر نیز هست، در ساختمان معروف این انتشارات در چهارراه استقلال تهران گفت‌وگویی کردیم که حاصلش پیش‌روی شماست.

۱. **مدتی بود کتاب‌های انتشارات امیرکبیر را با چاپ دیجیتال منتشر می‌کردید؛ هنوز هم همین روند ادامه دارد؟**

چاپ دیجیتال برای نشرهای کوچک، چاپ خوبی است اما برای ناشران بزرگ، مشکل ایجاد می‌کند. نشر بزرگ مثل آدمی است که به شخصیتی رسیده و حال دوباره باید به کلاس‌های پایین‌تر برگردد و از ابتدا شروع کند. نشر بزرگ باید بتواند دنیای اقتصادی بزرگ را هدف‌گذاری کند. نشر بزرگ باید بتواند پیش‌بینی کند که وقتی کتابی منتشر می‌کند به طور مثال ۲۰۰۰ تا ۳۰۰۰ نفر را تحت پوشش قرار بدهد. وقتی از ابتدا کتاب را ۱۰۰ یا ۲۰۰ تا منتشر می‌کنید، دنیای نشرتان را کوچک می‌کنید. من فکر می‌کنم چاپ دیجیتال برای نشرهای بزرگ زمین‌زنده است. زیرا دنیایشان را کوچک می‌کند و باعث می‌شود ارتباطات‌شان محدود شود و به حداقل‌ها راضی باشند.

۲. **پس دستگاه‌هایی که خریداری شده بود، چه عاقبتی پیدا کرد؟**

چاپخانه ما از بین رفت و وارد چاپخانه واژه‌پرداز اندیشه شد. ما در سازمان تبلیغات تمام شئون نشر را داریم و زنجیره نشر وجود دارد، مسأله ما این بود که هر کسی کار خودش را می‌کرد و یکسری کارهای موازی اتفاق می‌افتاد. وقتی من چاپخانه دارم، چرا باز باید اینجا هم همان را راه بیندازم؟! ما هر کاری داشته باشیم به چاپخانه واژه‌پرداز اندیشه رجوع می‌کنیم؛ البته نمی‌شود همه کارها را در تیراژ بالا زد، برخی کارها تخصصی است و مخاطب محدود دارد و چاپخانه واژه‌پرداز آن کار را انجام می‌دهد.

دستگاه‌های ما کیفیت چاپ بالایی داشت ولی کتاب را گران می‌کرد.

از این‌رو می‌گویم چاپ دیجیتال برای نشرهای کوچک خوب است اما نه این‌که خودشان بزنند، بلکه باید خدمات بگیرند. باب جدیدی است و گرفتاری‌های خودش را دارد. تصور اولیه ما این بود، چاپ دیجیتال می‌تواند در تنوع موضوع کمک کند. نشرهای بزرگ تعداد کتاب زیادی دارند و معمولاً به همه کتاب‌ها نمی‌رسند. امروز به این تدبیر رسیده‌اند که تعداد کم و عنوان زیاد داشته باشند و می‌خواهند همین را به فضای دیجیتال ببرند.

۳. **اگر موافقت برویم سراغ «بنیاد کتاب».**

در «بنیاد کتاب» در نقش رئیس هلدینگ (نگهدار) بودیم. ماهفت مؤسسه در زیرمجموعه داریم و هر هفت مؤسسه، هیأت‌مدیره دارند و در این خصوص مستقل هستند. ورود ما به موسسات در بنیاد کتاب به معنی دخالت در تصمیم‌گیری‌های آنها نیست. در مسیر طرح و برنامه و بودجه و این‌که سیاست‌گذاری کلان‌شان چه باشد و... دخالت می‌کنیم. هر چهار ماه گزارش می‌گرفتیم و سالی سه بار ورود داشتیم. در این موسسات هیأت‌مدیره و

