



جعفر همایی / مدیر نشر نی
اودر باره آینده نشر و ناشران پس از کرونا نوشته است



«نشر نی» سال ۱۳۶۳ تأسیس شد و تا امروز در حوزه‌هایی چون ادبیات، علوم اجتماعی، علوم سیاسی، حقوق، اقتصاد، مدیریت، دین، فلسفه، تاریخ، روان‌شناسی، علوم طبیعی و هنر کتاب‌های ارزشمند زیادی را به بازار نشر کرده است.

در دوران کرونا کتابفروشی‌ها، خصوصاً کتابفروشی‌های کوچک، بیشترین خسارت را متحمل شدند. به تبع، کاهش فروش در بخش خرده‌فروشی کتاب، توزیع‌کنندگان و ناشران نیز به دلیل کاهش میزان فروش به لحاظ مالی و هم در تعطیلی ماه‌های اول از نظر کند شدن روند تولید کتاب از این وضعیت متأثر شدند. در مقابل بازار فروش کتاب الکترونیک با استقبال بیشتری نسبت به گذشته روبه‌رو شد. همچنین فروشگاه‌های مجازی کتاب، به مرور، تا حدودی جوابگوی تقاضای خرید

حس دلزدگی ایجاد کند و باعث کاهش تقاضا در آینده شود، خصوصاً که سایت‌ها و فروشگاه‌های مجازی کتاب در این مدت برای جلب مشتری و افزایش میزان فروش بیشتر بر تخفیف تأکید می‌ورزند و با این شیوه با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. تعطیلی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و نمایشگاه‌های استانی کتاب گرچه قدری بر درآمد ناشران تأثیر کاهنده داشت، اما اتفاق مبارکی بود. زیرا اولاً تأثیر نامطلوب و مخرب این نمایشگاه یا به عبارت درست‌تر فروشگاه‌های فصلی کتاب بر کتابفروشی‌های شهرستان‌ها عملاً در این دوره منتفی شد و ثانیاً معلوم شد تعطیلی دائمی آن لطمه جدی به حوزه اقتصاد کتاب نمی‌زند، بلکه بدون آن چرخه این اقتصاد با آهنگی موزون‌تر و با ریخت‌وپاش کمتر رشد طبیعی خود را طی می‌کند.

در قبال آحاد مردم، یعنی دسترس‌پذیر کردن کتاب در همه نقاط کشور عمل کند و هم به تبع آن ناشران و کتابفروشان و همه فعالان حوزه کتاب از آن منتفع شوند. اما ظاهراً سازهای مطالبات کارکنان دستگاه‌های دولتی و عمومی با مطالبات یارانه بگیران بخش خصوصی چندان هماهنگ و پر صدا می‌نوازند که صدای عقلای قوم شنیده نمی‌شود. خدمت‌رسانی در بخش دیگر دولت یعنی شرکت ملی پست هم که در این دوره با افزایش تقاضا و رونق روبه‌رو شد، به جای ایجاد چابکی در خدمت‌رسانی و افزایش دقت، سرعت و کیفیت در ارائه خدمت فقط با افزایش قیمت روبه‌رو شد، در حالی که برای هر بنگاهی در دوره رونق و افزایش تیراژ فروش، امکان کاهش قیمت بیشتر متصور است تا افزایش قیمت. دوران کرونا می‌تواند تجربه خوبی برای همه بخش‌های



آهنگی موزون‌تر با ریخت‌وپاش کمتر

کتاب بودند. کسب‌وکار پست و کسب‌وکارهای حوزه حمل‌ونقل کالا رونق هم گرفت. علی‌رغم کاهش نسبی حجم فروش کتاب به دلیل وجود محدودیت‌های ناگزیر در حوزه‌های دیگری از روابط اجتماعی و فعالیت‌های گروهی و رفت‌وآمدهای خانوادگی، فراغتی برای مطالعه به‌وجود آمد و میزان مطالعه، دست‌کم در میان کسانی که قبلاً اهل مطالعه بودند، بالا رفت که این عادت می‌تواند در افزایش تقاضا برای کتاب در دوران پس از کرونا مؤثر باشد. از سوی دیگر خریدهای اینترنتی کتاب که عملاً متأثر از تبلیغات در فضای مجازی است و با دقت کمتری از سوی خریدار صورت می‌گیرد، می‌تواند در خریداران

در این دوره، دولت و نهادهای عمومی می‌توانستند، برای توسعه و رونق بازار کتاب و در چارچوب وظایف بنیادین‌شان که همان توسعه فرهنگی است، نقش مهمی ایفا کنند، اما باگذشت نزدیک به یک سال این بخش همچنان به عادت‌های مألوف خود، مثل برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، حتی اگر شده به صورت مجازی می‌اندیشد و تا حدودی عمل می‌کند. انتظار می‌رفت وزارت ارشاد بودجه برگزاری نمایشگاه بین‌المللی و نمایشگاه‌های استانی و سایر تخصیص‌های یارانه‌ای برای تحرک اقتصاد نشر را به تجهیز کتابخانه‌های عمومی سراسر کشور اختصاص دهد و با این کار، هم به وظیفه اصولی خود

فرهنگی و اقتصادی باشد. در آینده کتابفروشی‌ها به خصوص کتابفروشی‌های کوچک در شهرستان‌ها و محلات شهرهای بزرگ و کوچک، همچنان مهم‌ترین فضاها برای توسعه فرهنگی خواهند بود. همان نقاطی که می‌تواند محل اولین و نزدیک‌ترین تجربه سال‌های اولیه آشنایی کودکان با کتاب باشد. کتاب کاغذی همچنان مهم‌ترین حامل فرهنگ و کتابخوانی خواهد بود، گرچه همه حامل‌های فرهنگ مکتوب از جمله کتاب الکترونیک، کتاب صوتی، فروشگاه‌های بزرگ کتاب و فروشگاه‌های مجازی کتاب می‌توانند نقش مهمی در توسعه فرهنگی و در چارچوب منافع ملی عهده‌دار شوند. ■

COVID-19