

باشگاه کتاب

ترجمه به اختصار: ناصر مظاهری^۱

چکیده: هدایت یک جامعه و تفهیم مسائل آن را تنها نمی‌توان به رادیو و تلویزیون محول نمود، بلکه به علت محدودیتهایی که چنین وسائل دارند وظیفه دولت و دستگاههای مسئول آن است که با انتشار کتابهای آسان، مسایل ملی و میهنی را برای ارشاد افراد، و اطلاعات حرفه‌ای برای رشد انواع مهارتها به قیمت ارزان (نه مجانی) در اختیار آنان بگذارند. این انتشارات باید بطور مداوم در زمینه‌های مختلف و به صورت متنوع چاپ شود و با تیراژ زیاد توسط باشگاههای کتاب در بین افراد توزیع گردد. مطلب حاضر، این موضوع را بررسی می‌کند.

باشگاه کتاب یکی از شیوه‌های فروش کتاب از طریق پست است. تعریف آن ساده به نظر می‌رسد؛ ولی عمل آن بسیار پیچیده و یکی از فنون بازرگانی است که در جهان کتاب تحقق می‌یابد.

باشگاه کتاب به خاطر دامنه پخش و نشری که دارد، در صحنه انتشار کتاب از تسلط و نفوذ خاصی بهره‌ور است. ناشران با توجه به تبلیغات وسیعی که توسط باشگاههای کتاب انجام می‌گیرد، عملاً، حقوق باشگاه کتاب را در امر فروش پذیرفته‌اند.

به علت تبلیغات وسیعی که از طریق باشگاه کتاب به عمل می‌آید، بر شهرت مؤلفان و میزان فروش کتابهای با ارزش و در نتیجه، بر سود و درآمد ناشران و

۱. متخصص کتابداری

نویسندگان افزوده می‌گردد.

در کشورهای وسیع و پر جمعیت، توزیع کتاب از طریق پست از نیازمندیهای فوری است تا بتوان از این راه نیاز همه مملکت را، از روستاها و شهرکهای کوچک گرفته تا شهرهای بزرگ، از نظر توزیع سریع کتابهای مفید و مورد احتیاج بر آورده ساخت.

باکمال تأسف، تعداد کتابفروشیهای موجود در بیشتر کشورهای که به کار توزیع کتاب اشتغال دارند بسیار کم است. در چنین شرایطی ایجاد باشگاههای کتاب یک امر ضروری است. ارقامی که در Publishers' Weekly منتشر شده است این ضرورت را بخوبی ثابت می‌کند.

این باشگاههای کتاب در زمینه تهیه و فروش و ارسال کتاب در موضوعهای مختلف، و جوابگوی رغبتها و رشته‌های مخصوص است. احتمالاً اگر برای بعضی از رشته‌ها و حرفه‌ها در شرایط فعلی باشگاه کتاب نیست، در آینده ممکن است چنین باشگاههایی بوجود آورد.

اهمیت اقتصادی و بازرگانی باشگاههای کتاب در این است که توسط ناشران مختلف کتابها تأسیس شود، یا لاقلاً گروهی از باشگاههای کتاب توسط آن ناشران تشکیل گردد. به این ترتیب «باشگاههای کتاب» به صورت سازمان مکمل مؤسسات انتشاراتی بوده، که نتیجه، باعث فروش بیشتر کتابها و انتشارات آنها خواهد شد. کاملاً امکان دارد که مخارج اداره کردن باشگاههای کتاب از طریق پخش، توسعه و تولید تأمین شود و ضمناً با افزایش جمعیت مؤسسه انتشاراتی امکان جذب مؤلفان و نویسندگان بیشتری را به دست آورد.

مؤسسه انتشاراتی Doubleday از این جهت پیشرو است و باشگاههای کتاب این مؤسسه شامل رشته‌های بسیار متنوع و شعب فراوانی است که هم از نظر موضوع و هم از نظر گروههایی که به آن باشگاهها ارتباط دارند، بسیار وسیع و گسترده است.

همانطور که ناشران، باشگاههای کتاب را به عنوان تأسیسات مکمل خود بنیاد نهاده‌اند، مجلات نیز به همین نحو عمل کرده‌اند. مثلاً مجله Life و Time مسئولیت نشر برنامه Time Reading Program را برعهده گرفته‌اند و بدین ترتیب، ادبیات جدید و معاصر را بین خوانندگان پخش می‌کنند.

باشگاههای کتاب نوجوانان نیز بر طبق سلیقه سنین مختلف عمل می‌کند و

توسط چهار ناشر بزرگ اداره می‌شود.

راه دیگر عرضه کتاب روشی است که The Scholastic Book Services توسط معلمین در کلاس اعمال می‌کند. تقاضای عضویت دسته جمعی از هر کلاس دریافت می‌شود و معلم مربوط مسئول این برنامه است. معلم به باشگاه کتاب اطلاع می‌دهد که چه تعداد کتاب در کلاس احتیاج دارد. و کتابهای دریافتی را بین دانش آموزان توزیع و بهای آن را جمع‌آوری می‌کند. این روش به باشگاه امکان می‌دهد تا عده زیادی عضو به دست آورد و نتیجتاً می‌توان مؤسسه را مقرون به اقتصاد اداره نمود.

یک باشگاه کتاب چگونه عمل می‌کند؟

با وجود گوناگونی باشگاههای کتاب، شکل سازمانی آنها برای تمام باشگاهها یکسان است. تمام آنها تخفیفهای متنوع به کتابهای انتخاب شده می‌دهند. تقریباً کلیه آنها به عنوان وسیله قبول عضویت، کتاب مجانی می‌دهند بعضی از آنان تعداد زیادی کتاب را مجاناً و یا با تخفیف کلی به کسانی که قبول عضویت نمایند، می‌دهند. بیشتر باشگاهها از اعضاء می‌خواهند که در طی دوازده ماه بین سه تا نه جلد کتاب خریداری نمایند و بعضی از آنها مجاناً کتابهایی به صورت جایزه به کسانی که تعداد معینی کتاب خریداری نمایند می‌دهند. کار تمام باشگاههای کتاب براساس قبول «منفی» اعضاء انجام می‌گیرد. یک خبرنگار و یا بولتن و یا چیزی نظیر آن هر ماهه برای اعضاء فرستاده می‌شود که شامل آگهی و بررسی کتابهای منتخب جاری است. اگر عضو خواهان کتابهای پیشنهادی است کاری نباید انجام دهد و کتاب منتخب بطور خودکار در تاریخ تعیین شده پست خواهد شد. ولی اگر خواهان دریافت کتاب نیست باید تا تاریخ معینی فرم مخصوصی را برای باشگاه پست کند. البته دارای اختیارات دیگری نیز هستند و آن عبارت از انتخاب کتابهایی به اختیار خود به صورت ارسالی است، حتی امکان دارد با کتابهای منتخب توأمآ سفارش داده شود. کتاب (یا کتابها) با صورتحسابی که در آن تقاضا شده ظرف ده روز پس از وصول خبر برای عضو فرستاده می‌شود. اگر در مدت تعیین شده در صورتحساب وجه پرداخت نگردید، صورتحساب دیگری هر ماهه برای او فرستاده می‌شود و این روش تا پرداخت صورتحساب ادامه خواهد یافت. اغلب باشگاههای کتاب اعتبار معینی برای مشتریان و اعضاء قائل می‌شوند

و اجازه می دهند عضو تا سه جلد کتاب خریداری نماید که اگر بهای آن پرداخت نگردید از ارسال کتابهای بعدی خودداری می کند و البته با تسویه حساب دوباره ارسال کتاب شروع می شود.

تمام این اعمال برای این طرحریزی شده است که بتوان حداکثر خدمت را با کمترین کوشش به اعضا انجام داد.

موفقیت یک باشگاه کتاب تنها به مجموعه ای که برای فروش عرضه می کند بستگی ندارد بلکه در عین حال به سرعت، کارایی و انجام خدمات برای هر یک از اعضا مربوط می شود.

چون همیشه تأکید در رعایت صرفه جویی خریداران کتاب از باشگاهها می باشد، لذا قیمت نقش مهم را بازی می کند. تخفیفی که توسط باشگاهها داده می شود از ۱۲ تا ۴۰ درصد قیمت کتابهاست.

بدین معنی که باشگاه یا باید کتاب را خود تولید کند، یا با نسبت ۲۵ درصد از قیمت لیست، از ناشر خریداری نماید. در این مورد کتابفروشها اعتراض دارند که ناشرین بین آنان و باشگاههای کتاب فرق می گذارند. و در حقیقت، چنین نیست و نکات مختلفی هست که باید در نظر گرفت. اولاً تعداد کتابفروشهایی که قادر باشند هزار نسخه از یک کتاب سفارش دهند بسیار کم است و مخارج انجام سفارش هزار جلد کتاب از نظر ناشرین همان قدر است که یک یا چند نسخه، و احتیاجی به گفتن ندارد که هر ناشری ترجیح می دهد سفارشات عمده دریافت کند و انجام این سفارش را با قبول تخفیف فراهم می آورد. دوم اینکه از تخفیفی که باشگاه کتاب از ناشرین می گیرد باید بطور متوسط ۲۵ درصد آن را برای اعضا منظور نماید. به عبارت دیگر، ۵۰ درصد برای او باقی می ماند که از آن، ۱۰ درصد برای اعضای خلاقکار باید کسر کرد و ده درصد برای کتابهایی که به صورت غیر قابل استفاده به باشگاه برمی گردد و ۳۰ درصد برای مخارج تشویق افراد عضو و ۵ درصد سود خالص است که از آن مخارج اداره و تأسیسات و غیره باید منظور شود. بطور واضح می توان گفت سود خالص برای یک کتاب خیلی کمتر از آن است که کتابفروشان می گیرند، تنها فروش عمده است که این طرح مستحکم را پرسود می سازد.

چهل سال قبل وقتی *Book - of - the - month Club* طرح فعلی باشگاههای کتاب را معرفی نمود، کتابفروشان شروع به مخالفت با آن نموده و

عقیده داشتند: امتیازاتی که به صورت تخفیف به باشگاههای کتاب داده می شود تبعیض است. ولی در حال حاضر، اغلب باشگاههای کتاب از ناشرین نمی خرنند بلکه کلیه صفحات کلیشه چاپ را از ناشر اجاره نموده و براساس تعداد نسخی که چاپ می کنند به ناشر و مؤلف حق الامتیاز می دهند و نسخه های مخصوص باشگاه کتاب را چاپ و صحافی می نمایند. البته کتابفروشان نیز اگر بخواهند می توانند دست به چنین کاری بزنند. ادعای دیگر کتابفروشان براین است که باشگاههای کتاب، کتاب را ارزانتر از کتابفروشان و گاهی مجاناً در اختیار اعضاء می گذارند و آنها قادر به رقابت با چنین کاری نیستند و عکس این قضیه نیز کراراً ثابت شده است. چون اغلب بعد از انتشار آگهی باشگاههای کتاب در مطبوعات راجع به کتاب مخصوصی که قیمت آن تخفیف داده شده و یا مجاناً در مقابل عضویت آنان داده می شود فروش کتابفروشان بالا می رود و در این مسئله هیچ شکی وجود ندارد و این موضوع مکرر در مورد آگهی تبلیغات باشگاههای مختلف کتاب به ثبوت رسیده است. و ناشرین نیز براین امر صحنه بگذارند به علت سفارشات که از کتابفروشان بعد از ظاهر شدن آگهی باشگاههای کتاب دریافت می دارند، کتابفروشان با وجود سهمی که ناشرین برای آگهی کتاب به آنها می دهند، اغلب، بطور نادرست، دست به آگهی فروش کتاب می زنند و بیشتر به نمایش کتابها در پشت شیشه و سفارشات مشتریان و غیره متکی هستند. دلیل دیگر اینکه باشگاههای کتاب اصولاً کتابهای اساسی و بنیادی را نمی فروشند بلکه فروش آنها کتابهای روزند. مدیریت صحیح مالی، ذوق و ابتکار در اداره امور و تشویق خریداران و برخورد صحیح از عواملی هستند که یک کتابفروش را موفق می سازد، نه جلوگیری و یا تعطیل باشگاههای کتاب.

آینده باشگاههای کتاب

چون سرعت و صرفه جویی اساس کار باشگاههای کتاب است، لذا ظهور کامپیوتر انجام کارهای باشگاههای کتاب را تغییر داده است و اغلب اموری که توسط افراد نادرست انجام می شد به ماشین سپرده شده است و در نتیجه، دارای مزایای چندی است و از آنجمله سرعت در آماده نمودن صورتحساب و تهیه گزارشهای مختلف، آمار و بررسی گزارشها، و این در صورتی است که باشگاه لااقل دارای ۵۰۰۰۰ عضو باشد و در غیر اینصورت از نظر اقتصادی به کار بردن آن صرف

نمی‌کند.

به نظر مترجم، کاربرد باشگاههای کتاب در ایران بستگی به عواملی چند دارد که بالاتر از همه استمرار و مداومت است تا مردم با مزایای آن آشنا شوند. در نتیجه شاید شرکت تمام ناشرین ایران، اعم از دولتی و غیر دولتی، ضروری باشد که با نظارت دولت اقدام به پخش کتاب نمایند و متأسفانه در ایران هنوز ناشر به عنوان یک حرفه جداگانه شناخته نشده و شکل نگرفته است، در نتیجه، کتابفروش همان ناشر است که انتشارات خود و دیگران را می‌فروشد. ادامه چنین وضعی به علت محدودیت کار هر ناشر و امکانات پخش و دیگر عوامل باعث عقب ماندگی انتشار کتاب در ایران گردیده است. بررسی عوامل عقب ماندگی کتاب در ایران احتیاج به گزارش دیگری دارد که در یک مقاله مستقل در آینده خواهد آمد.

شاید اگر امکان ایجاد باشگاههای کتاب به صورت تجارتي توسط ناشرین در حال حاضر میسر نباشد، دولت می‌تواند چنین فکری را تا پیدایش گسترده و رشد کتابخانه‌های عمومی جایگزین آن سازد.

یادداشتها:

- 1- Book Clubs. Kent, Allen, ed. Encyclopedia of Library and information science. New York, Dekker, 1968.