گفت‌وگو با مدیرعامل مؤسسه نشرآوران، نهاد مجری سامانه اشتراک نشریات:

# بودجه سامانه اشتراک ۲۰ میلیارد تومان است

**سازمان اشتراک نشریات یکی از زیرمجموعه‌های مؤسسه «نشرآوران» است. نشرآوران را می‌توان نهاد مسئول فعالیت‌های مالی و اقتصادی در معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد دانست. یکی از برجسته‌ترین کارهایی که این مؤسسه انجام می‌دهد، توزیع نشریات خارجی در داخل کشور است، اما حالا این مؤسسه یک مسئولیت بزرگ دیگر را هم برعهده گرفته است؛ توزیع نشریات با استفاده از سامانه اشتراک نشریات به وسیله بخشی از یارانه مطبوعات. مهران عباسی انارکی، مدیرعامل مؤسسه نشرآوران، در یک بعد از ظهر، پس از ساعت اداری، در اتاقی در مجاور دفتر معاون مطبوعاتی وزارت ارشاد، به سؤالات «شرق» درباره سامانه اشتراک نشریات پاسخ داد.**

**طرح اشتراک نشریات از کجا شروع شد و دلیل به‌وجودآمدنش چه بود؟**

قبل از سال ۱۳۹۲، یعنی پیش از مسئولیت دکتر انتظامی، یارانه به صورت حواله کاغذ یا پرداخت مستقیم به صاحبان امتیاز مطبوعات پرداخت می‌شد. در این مدل ارائه یارانه، شهروندان و مخاطبان اصلی مطبوعات، سهمی نداشتند و سهم یارانه را فقط صاحب‌امتیاز نشریه می‌گرفت؛ اما در دوره جدید تصمیم گرفته شد شهروندان از این یارانه بهره‌مند شوند و به ازای هر نشریه که در طرح اشتراک به دست شهروندان می‌رسد، مبلغی حمایت شود. طرحی که مد نظر برخی از دوستان مطبوعاتی بود و سال‌ها هم آیین‌نامه اجرائی آن را هیئت دولت تصویب کرده بود؛ اینکه بخشی از یارانه مطبوعات برای اشتراک شهروندان تخصیص داده شود. این ایده از سال ۱۳۹۲ یکی از اولویت‌های معاونت مطبوعاتی بود و ما از آذر همان سال آن را بررسی کردیم و از بهمن‌ماه به صورت آزمایشی اجرا شد. در ابتدا تعدادی از مجریان توزیع را دعوت به همکاری کردیم که بعد از چند ماه متوجه شدیم تجربه خوبی نیست و دریافتیم به جای اینکه با مجریان توزیع طرف حساب باشیم، بهتر است با نشریات وارد بحث شویم. این مدل کار، طرح را گسترده کرد و با استقبال مطبوعات روبه‌رو شد؛ به‌طوری‌که ارشاد با نشریات تفاهم می‌کرد و آنان با مجریان توزیع مد نظر خود و دراین‌میان قسمتی از هزینه نشریه تا سقف ۵۰ درصد به علاوه هزینه ارسال را معاونت مطبوعاتی پرداخت می‌کرد.

**درحال‌حاضر، چند نشریه در سامانه هستند و چند مجری توزیع کار را انجام می‌دهند؟**

در شرایط فعلی حدود ۷۴۰ نشریه در طرح سامانه اشتراک نشریات حضور دارند و تعداد مجریان توزیع در کشور ۳۹ مجری هستند.

**برخی از نشریات می‌گفتند که مجریان توزیع به آنها فهرست‌هایی از مشترکان را ارائه داده‌اند که یک سری نام و نشانی صوری بوده و در حقیقت کسانی نبوده‌اند که واقعا نشریات را خواسته باشند. در واقع، این سامانه اشتراک تبدیل شده به ممر درآمدی برای برخی نشریات یا مجریان توزیع، بدون اینکه خواننده واقعی نشریات از مزایای آن استفاده کند. چطور این مسئله را مدیریت می‌کنید؟**

دلیل اینکه ما در همان چند ماه اول، از کار با مجریان توزیع صرف نظر کردیم و با مدیران نشریات طرف حساب شدیم، همین مشکلاتی بود که دیده می‌شد. این فهرست‌های صوری را نمی‌توان فقط مشکل مجریان توزیع دانست؛ به‌هرحال، از طرف نشریات هم حتما استقبالی صورت گرفته که چنین فهرست‌های صوری درست شده است. متأسفانه وقتی منابع توزیع می‌شود، برخی افراد که البته محدود هم هستند، برای به‌دست‌آوردن غیرمشروع آن فعال می‌شوند و وظیفه ماست که بر این کار نظارت کنیم. ما برای حل این مسائل، ابتدا تلاش کردیم با مدیران نشریات کار کنیم و خود نشریات، مجریان توزیع‌شان را انتخاب کنند. ضابطه‌هایی هم برای این کار گذاشته شده است؛ مثلا کد فعال‌سازی اشتراک به شماره موبایل افراد ارسال می‌شود؛ بنابراین با اطمینان بیشتری می‌توان با فهرست‌های مشترکان برخورد کرد. از سوی دیگر، هر ماه کارشناسان سامانه، راستی‌آزمایی تلفنی انجام می‌دهند و به صورت اتفاقی با مشترکان هر نشریه یا اپراتور تماس گرفته می‌شود و درباره چگونگی توزیع نشریات سؤال می‌کنند.

همچنین تعداد نشریات توزیعی برای هر شهروند از پنج به سه رسیده است. مجریان خاطی را پیدا کرده‌ایم و برایشان اخطار فرستاده‌ایم که در صورت تکرار تخلف، صلاحیت حرفه‌ای‌شان رد می‌شود. حتی حق‌الزحمه آنان با ضرایبی بر مبنای راستی‌آزمایی، کاهش جدی خواهد داشت. برای کنترل هوشمند توزیع نیز سامانه GIS را طراحی کرده‌ایم که بتوانیم عملکرد مجریان توزیع را نظارت کنیم. در این سامانه، موتورسواران روی گوشی خود نرم‌افزاری را نصب می‌کنند تا نشانی هر مشترکی که به آن مراجعه می‌کنند، در خود ثبت کند و از طریق نقشه گوگل مختصات محل توزیع نشریه، قابل بازبینی است. به‌این‌ترتیب، ما می‌توانیم ببینیم موتورسوار هر مجری توزیع، به چه نشانی‌هایی در سطح شهر رفته است؛ بنابراین اگر موتورسوار یک مجری توزیع به صد نشانی رفته باشد، اما ۳۰۰ نسخه از یک عنوان را توزیع کرده باشد، می‌فهمیم که نادرست عمل کرده و یکی از آفت‌های کار، شناسایی و رفع می‌شود. این سیستم قابل دخل و تصرف هم نیست و مبنای تسویه‌حساب با نشریات و مجریان توزیع خواهد بود.

**هم ناشران و هم شرکت‌های قدیمی توزیع مطبوعات، می‌گویند مجریان توزیع در سامانه اشتراک نشریات به اندازه کافی برای این کار سابقه ندارند. شما صلاحیت حرفه‌ای مجریان توزیع این سامانه را چطور ارزیابی کرده بودید؟**

زیرساخت این طرح؛ یعنی سیستمی که بخواهد نشریات را به در منازل ببرد، تا به حال در کشور نبوده است. ما با اداره پست وارد بحث شدیم؛ اما اداره پست استقبال نکرد و در مواردی هم که کار ارسال با مشکل مواجه می‌شود، پاسخ‌گو نیست؛ چون یک مجموعه غیرخصوصی است و ضوابط خاص خودش را هم دارد و آن مقرراتی را هم که ما در طرح گذاشته بودیم، نمی‌پذیرفت. مثلا ما از کسانی که در توزیع مشکل دارند، خسارت می‌گیریم و تا همین لحظه هم صد درصد رقم عملکرد ادعایی مجریان توزیع را به آنها پرداخت نکرده‌ایم. حتی در ماه‌های اخیر برای نظارت بیشتر، ضرایب دقیق‌تری را در نظر گرفته‌ایم و حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد از رقم ادعاشده مجریان توزیع، به آنها پرداخت شده است. در ستاد، شرایطی را گذاشتیم که مثلا مجری توزیع باید تعداد مشخصی موتورسوار، انبار و پارکینگ داشته باشد. نماینده و بازرس سامانه مستقیما از آنجا بازدید کرده و نیروی انسانی و امکانات آنها شناسایی شده است. توزیع نشریات کار پیچیده‌ای نیست و نیاز به یک دفتر و تعداد مشخصی پیک توزیع و... دارد. این ملزومات که کنار هم چیده شود و مدیریت خوبی هم بشود، امکان اجرا دارد؛ اما چون تا به حال در کشور نبوده و این مشکل در حوزه مطبوعات بوده، معاونت مطبوعاتی خواست با این طرح، توزیع خانگی را توسعه بدهد. طبیعی بود که‌در اوایل کار، آفت‌هایی وجود داشت؛ اما الان استقبال زیاد شده و تعداد مجریان توزیع نیز رو به افزایش است. ضمن اینکه درحال‌حاضر، تیم‌های بازرسی به طور سرزده از مجریان توزیع در حین فعالیت بازدید می‌کنند و گزارش‌های نظارتی ارائه می‌دهند.

**بعضی از نشریات می‌گویند سامانه اشتراک برای راستی‌آزمایی اینکه مشترکان واقعی هستند، یک‌سری شماره موبایل از افراد می‌گیرد که اگر یک بار در سیستم ثبت شود، دیگر برای مجری توزیع دیگری امکان مشترک‌شدن ندارد. مشکل دیگر هم این است که اغلب ناشران می‌گویند ممکن است موتورسوار بیاید و نشریه را به آن نشانی‌ها بفرستد؛ اما آن را پشت در مجتمع مسکونی یا تجاری می‌گذارد و این نشریات عمدتا دم در مجتمع‌ها می‌مانند و حیف و میل می‌شوند. مشکل دیگر این است که از بعضی نشریات خواسته شده که اطلاعات تماس و اطلاعات نشانی آنها به وزارت ارشاد داده شود، درصورتی‌که آنها دوست ندارند اطلاعاتشان به یک نهاد دولتی برسد. این مشکلات را چطور می‌توان حل کرد؟**

درباره اینکه می‌گویید نشریات جلوی در مجتمع‌ها گذاشته می‌شود، مسئله این است که می‌توانند بروند به در واحدها تحویل بدهند؛ اما هزینه آن برای ارشاد سنگین است و خود نشریه یا مشترک باید متقبل شود. مثلا مجری توزیع می‌گوید اگر بخواهم بروم به طبقه دهم یک مجتمع و نشریه را آنجا تحویل بدهم، باید رقم پرداختی برای توزیع دو برابر شود. ما حتی پیش‌بینی کردیم مجریان می‌توانند این کار را انجام دهند؛ منوط به اینکه اختلاف هزینه‌اش را از خود شهروندان یا نشریه بگیرند. از آن سو، عموما هم شهروندان راضی نیستند که برای یک روزنامه هر روز یکی بیاید در خانه‌شان را بزند و معمولا می‌گویند بگذارید در صندوق پستی واحد مربوطه یا در ورودی ساختمان، آن را برمی‌داریم. همه این مشکلات به این برمی‌گردد که این طرح نوپاست و باید فرهنگ آن هم‌زمان با اجرایش ایجاد شود. من باید یک موضوع کلی را بگویم که شاید بسیاری از این سؤالات شما را پاسخ بدهد؛ سامانه اشتراک، بخشی از یارانه مطبوعات را صرف خود کرده است. قبلا و پیش از دولت یازدهم، یارانه مطبوعات بدون ضابطه‌ای شفاف و مشخص توزیع می‌شد و هیچ اطلاعاتی هم نبود که نشریات چه مبلغی از وزارت ارشاد دریافت می‌کردند. این تابو را معاونت مطبوعاتی فعلی شکسته و پرداخت‌های یارانه مستقیم، بیمه، طرح اشتراک و سایر طرح‌های حمایتی را با ذکر فرمول‌های محاسبه، منتشر می‌کند. سؤال مهم این است که آیا آن مدل بهتر است یا این مدلی که درحال‌حاضر اجرا می‌شود، گرچه ممکن است معیوب هم باشد. قسمت زیادی از این تسهیلات جذب نشریات و شهروندان می‌شود. حتی همان نشریه‌ای که جلو درها هم مانده، اگر به دست مشترکش هم نرسد، بالاخره یک کسی بر می‌دارد و آن را می‌خواند. بالاخره در آن مسیر غیرشفاف گذشته، سایه قدرت هم تأثیرگذار بود به‌طوری‌که شما وقتی ضابطه و روش محاسبه و برآورد یارانه نداشته باشید، نمی‌توانید از برخی روابط یا فشارهای سیاسی و اداری حذر کنید. اما حالا برای تک‌تک پرداخت‌ها، فرمول و ضابطه داریم که در سایت معاونت مطبوعاتی منتشر شده و به اطلاع همه رسانه‌ها و مردم رسیده است. روش فعلی به نظرم کم‌آسیب‌تر است، حتی با نقایصی که شاید داشته باشد، نسبت به اینکه شخص یا اشخاصی بخواهند تصمیم بگیرند چه میزان حمایتی از چه نشریه‌ای انجام بدهند. تصور خود من که بسیاری از مدیران مطبوعاتی هم آن را تأیید می‌کنند، این است که ایراداتی که طرح اشتراک داشت، هرچه جلوتر می‌رود کمتر می‌شود.

> **درباره اینکه می‌گویید نشریات جلوی در مجتمع‌ها گذاشته می‌شود، مسئله این است که می‌توانند بروند به در واحدها تحویل بدهند؛ اما هزینه آن برای ارشاد سنگین است و خود نشریه یا مشترک باید متقبل شود. مثلا مجری توزیع می‌گوید اگر بخواهم بروم به طبقه دهم یک مجتمع و نشریه را آنجا تحویل بدهم، باید رقم پرداختی برای توزیع دو برابر شود**

**در اینکه عملکرد دولت یازدهم نسبت به دولت قبلی در زمینه یارانه‌ها شفاف‌تر و هدفمندتر بوده، شکی نیست؛ اما ایراداتی که درباره طرح اشتراک گرفته می‌شود برای بهترشدن روند آن است. اما مسئله اینجاست که شرکت‌های توزیع باسابقه و ناشرانی که بدون این سامانه هم توزیع‌شان پیش می‌رفته، بر این اعتقادند که این طرح کمک بیشتری به نشریاتی که کیفیت کمتری داشته‌اند و نیز مجریان توزیع کرد، آیا بهتر نبود نقایص این طرح برطرف می‌شد تا یارانه بهتر به نشریات ارائه شود؟**

شما باید بررسی کنید فلسفه موضع‌گیری برخی نشریات چیست. شاید یک نشریه خوب نباشد با طرح همراهی کند. در مقابل همین نقد که چرا نشریات ضعیف حمایت می‌شوند، ما با نقد دیگری هم روبه‌رو هستیم که چرا دولت صرفا از نشریات پرتیراژ حمایت می‌کند و چرا از نشریات ضعیف یا تخصصی با مخاطب خاص حمایت نمی‌شود. مثلا از یکی از همین نشریات پرتیراژ وقتی می‌پرسیدیم چرا در سامانه اشتراک وارد نمی‌شود، می‌گفت آمار مشترکان من محرمانه است و نمی‌خواهم که به دست افراد متفرقه برسد. به‌هرحال این هم یک رویکرد و نظر است و نمی‌توانیم این را خیلی ملاک عمل بگیریم. من به شخصه تحلیلم این است که یارانه دولت باید در اختیار همگان قرار بگیرد و فقط یک تعداد خاصی از آن بهره نبرند. الان با این طرح نشریات استانی ورود پیدا کرده‌اند و وقتی که بررسی کنید می‌بینید که سهم پرداختی ما به نشریات استانی به‌مراتب نسبت به سال‌های قبل رشد داشته است. شاید برایشان اصلا تصورکردنی نبود که بتوانند خارج از طرح اشتراک چنین کمک‌هایی را جذب کنند. با این حرف موافق نیستم که نشریات توانمند می‌گویند چرا پول ما را گرفته‌اید و به نشریات کم‌تیراژ می‌دهید. به نظر من، این عین عدالت است و باید همه نشریات رشد کنند و استعدادها شناسایی شوند، در کشورهای توسعه‌یافته هم از نشریات توانمند حمایت نمی‌کنند یا کمتر حمایت می‌کنند و درعوض کمک‌ها بیشتر برای بخش‌های ضعیف (از نظر اقتصادی) محاسبه می‌شود. درواقع این‌طور نباشد که بدنه مطبوعات ایران، ۱۰ تا ۲۰ رسانه پیشرو داشته باشد، بلکه این را باید گسترش بدهیم و این کار در جهت تحقق قانون اساسی و مبانی حقوق شهروندی است که باعث ارتقای سطح فرهنگی، اجتماعی و علمی کشور می‌شود تا هرچه‌بیشتر بتوانیم نشریات قدر و توانمند داشته باشیم.

**در این تقویت وضعیت نشریات، به کیفیت آنها هم توجه دارید؟**

بله، شخص معاون مطبوعاتی با اهتمام ویژه‌ای اعمال ضریب کیفی و نتایج طرح رتبه‌بندی را برای تمامی حمایت‌ها و تسهیلات دولتی نشریات در دستور کار قرار داده است؛ از پرداخت یارانه مستقیم و طرح اشتراک تا سهمیه طرح ترافیک و... . ضریب کیفی و رتبه‌بندی نشریات از خردادماه امسال اعمال می‌شود که براساس شاخص‌های محتوایی، کیفی و کمی نشریات است و محاسبه عملکرد نشریات برای پرداخت هزینه اشتراک، این ضریب کیفی دخیل است؛ یعنی نشریه‌ای که ضریب کیفی‌اش بیشترین باشد، بالاترین رقم را هم برای هر شماره‌اش دریافت می‌کند؛ از ابتدای آبان‌ماه هم نشریه‌ای که ضریب کیفی بالاتری دارد، بیشترین تعداد مشترک را خواهد داشت.

**شما درباره نشریات استانی و هزینه بالایی که برای آنها می‌شود گفتید. برخی از مدیران شرکت‌های توزیع می‌گویند که برای توزیع نشریات در تهران پول بیشتری تعلق می‌گیرد تا توزیع آنها در استان‌های کشور. دلیل این اتفاق چیست؟**

واضح است که در تهران مساحت شهر و گستردگی بیشتر است و بنابراین هزینه توزیع نیز بیشتر است و به همان نسبت در شهرستان‌ها مسافت کوتاه‌تر و در نتیجه توزیع سهل‌تر است.

**یعنی مثلا هزینه توزیع یک نشریه تا لردگان کمتر از هزینه توزیع تا پونک است؟**

با وجود موزعان بومی بله، در آنجا مجریان توزیع محلی هزینه کمتری را می‌گیرند و چون در دسته‌های چندصدتایی نشریات را به استان‌ها می‌فرستند، با توجه به بررسی انجام‌شده، هزینه‌ها همچنان برایشان جذاب است. همچنین درخواست قطع همکاری از سوی مجریان توزیع استانی و شهرستانی نداشتیم که یعنی برایشان مقرون‌به‌صرفه است.

**عده‌ای از ناشران همچنین می‌گفتند که یارانه اشتراک خیلی دیر به آنها پرداخت می‌شود.**

شما بررسی کنید بسیاری از مجریان که طلبی از دولت و دستگاه‌های عمومی دارند، با فاصله‌های نزدیک به یک‌سال به طلب خود می‌رسند، ولی در این طرح، در ماه‌های معمول سال، ما با ۱۰ تا ۲۰ روز و نهایتا با یک تا دو ماه فاصله، پرداخت ماه قبلمان را تسویه می‌کنیم، اما در اوایل امسال، به دلیل زمان‌بربودن واریز بودجه دولت، مقداری تأخیر در این مورد داشتیم که حتی تلاش کردیم از دیگر منابع آزاد کنیم تا بتوانیم این پرداختی‌ها را داشته باشیم. البته گاهی مشکلات در ساختار فنی سامانه پیش می‌آید که باید سیستم را بازنگری کنیم که کار گزارش‌گیری را دچار مشکل می‌کند یا متأسفانه از برخی نقایص نرم‌افزاری سامانه استفاده‌های نادرستی شده که روند معمول کار را کند می‌کند. البته در این خصوص موارد مختلف شناسایی و تا حدود زیادی برطرف شده است. به‌همین‌دلیل از ابتدای دی‌ماه سامانه جدید با رفع مشکلات قبلی راه‌اندازی و فعال شده است.

**مشکل دیگر این طرح هم این است که با تعریف ضریب کیفی در سامانه اشتراک، به‌جز چند نشریه، دیگر نشریات، عملا دوسوم هزینه اشتراک را می‌گیرند و این هزینه برای آنها مقرون‌به‌صرفه نیست.**

به این توجه داشته باشید که یارانه اشتراک برای اداره مخارج کل سازمان یک نشریه کمکی است که دولت برای تأمین بخشی از هزینه‌ها می‌کند. نشریات قبلا صددرصد هزینه‌های توزیع را خود می‌پرداختند و حالا کل هزینه توزیع را در این طرح از ارشاد می‌گیرند. طبق فرمایش شما و به‌درستی، باید میان نشریات باکیفیت و کم‌کیفیت تفاوت وجود داشته باشد؛ اعتبارات دولتی نیز باید به‌درستی و براساس شاخص‌های رتبه‌بندی میان مطبوعات توزیع شود؛ نمی‌توان میان روزنامه «شرق» و یک روزنامه دیگر با یک‌پنجم تیراژ و ضریب نفوذ روزنامه «شرق»، تفاوت قائل نشد. شخصا فکر می‌کنم پندار نادرستی درباره مطبوعات کشور وجود دارد که معاونت مطبوعاتی کارفرماست و مطبوعات پیمانکار هستند! آفتی است که باعث عدم رشد مطبوعات کشور و نبود نشریات استخوان‌دار و تأثیرگذار در کشور خواهد شد. اگر این‌طور باشد، در سایه این تفکر، سوداگری هم به وجود می‌آید و کسی که از جنس فرهنگ و رسانه نیست وارد این حوزه می‌شود و بعد هم همین افراد مدعی می‌شوند که به ما تسهیلات بدهید و...، اما اگر این کمک‌ها در زیرساخت‌ها هزینه شود، بسیار مؤثرتر خواهد بود. در کشورهای توسعه‌یافته پول‌های خرد را جمع می‌کنند و با آن کارهای بزرگی می‌کنند، اما ما با دادن یارانه به مطبوعات، عملا یک پول بزرگ را کوچک و آن را بین مطبوعات توزیع می‌کنیم و این پول بی‌اثر می‌شود.

**بودجه کلی طرح اشتراک نشریات وزارت ارشاد در سال گذشته چقدر بوده و امسال چقدر است؟**

امسال با پیگیری‌های معاون محترم مطبوعاتی، بودجه حمایتی از نشریات شامل یارانه مستقیم، یارانه بیمه، طرح اشتراک، طرح برگشتی، توزیع مویرگی و... رشد خوبی پیدا کرد و در بخش یارانه، حدود ۷۰ درصد بناست افزایش داشته باشیم. در سال گذشته نیز پیرو مذاکره مسئولان وزارت ارشاد و نشریات با رئیس سازمان برنامه‌وبودجه در حاشیه نمایشگاه مطبوعات، صددرصد بودجه از سازمان برنامه گرفته شد که حدود ۲۰ میلیارد تومان برای طرح اشتراک تخصیص داده شد. البته رشد تقاضای نشریات برای ورود به طرح اشتراک روزافزون است، مخصوصا در نشریات نوپا و استانی که با مدیریت و نظارت بر کیفیت کار، می‌تواند اتفاق خوبی باشد.

ادامه از صفحه ۹

## با فلسفه سامانه اشتراک موافق نیستم

رسانه باید به دست مخاطبی برسد که انگیزه‌ای داشته باشد تا رسانه را مطالعه کند و حاضر باشد بهایی ولو اندک برای این رسانه پرداخت کند. اگر راغب نباشد، نمی‌شود به‌زور رسانه را به خورد مخاطب داد. درباره اینکه جامعه مطالعه‌کننده روزنامه در کشور ما کم است، باید آسیب‌شناسی جدی شود که آیا به دلایل اقتصادی است یا اینکه دلایل دیگری دارد. در کشوری مثل ژاپن تیراژ روزنامه‌ها ۶۵ میلیون است، یعنی از هر دو نفر یک نفر روزنامه می‌خواند. در کشور ما این عدد بسیار پایین‌تر است. آیا برای حل‌کردن این آسیب، با پول باید آن را اصلاح کرد و آن هم پولی که در محل خودش قرار نگیرد و نصف پول صرفا هزینه مجریان توزیع شود؟ بنابراین به طور کلی باید گفت یارانه‌ها باید به خود مطبوعات پرداخت شود و دولت هم سازوکارهایی را پیدا کند برای اینکه بر هزینه‌کردن این یارانه نظارت کند. کار زیرساختی اگر به نام تصدی‌گری باشد که دولت مستقلا خودش بیاید و کار دیگری انجام دهد، این به معنی دخالت و تصدی‌گری دولت است و آخرش هم به بیراهه خواهد رفت. اما اگر دولت بگوید می‌خواهم زیرساخت‌ها را درست کنم، می‌تواند به شرکت پست بگوید که بخشی از هزینه‌های ارسال مطبوعات را تأمین می‌کند و شرکت پست به مطبوعات با تخفیف خدمات ارائه دهد. بنابراین دولت می‌تواند شرکت پست را که کار تخصصی‌اش ارسال مطبوعات است، تشویق کند و مطبوعات و ناشران وقتی احساس کنند شبکه پست در اختیارشان است، سیستم توزیع با پیک خودشان را کنار می‌گذارند و از خدمات شرکت پست استفاده می‌کنند. همچنین دولت می‌تواند به سیستم حمل‌ونقل هوایی و زمینی اعلام کند که ارسال هر محموله مطبوعاتی با معافیت‌ها و تخفیف‌هایی همراه خواهد بود. این کارهای زیرساختی است که دولت می‌تواند انجام دهد؛ اما چه لزومی دارد که دولت خودش مستقلا سیستم توزیع راه بیندازد؟ می‌دانیم که در این تصدی‌گری‌ها چه فسادها و انحرافاتی می‌تواند ایجاد شود. من اصولا با نفس هر نوع دخالت دولت در این حوزه‌ها مخالفم و اگر می‌خواهد زیرساخت‌ها را اصلاح کند که کار درستی هم است، باید با سازمان‌های تخصصی همکاری کند. لازم نیست دولت در شرایطی که خدمات تخصصی و ارکان توزیع را دارد، دوباره خط توزیع راه بیندازد. حتی اگر بناست اتفاقی مثل سامانه اشتراک نشریات راه بیفتد، صنف باید این کار را بکند. در همه جای دنیا صنوف دور هم جمع می‌شوند و کارهای مربوط به خودشان را انجام می‌دهند. بنگاه‌داری رسانه‌ای هم صنف است و می‌توانند دور هم جمع شوند و شبکه توزیع راه بیندازند. اتفاقا اگر بخش خصوصی اقدام کند، رقابت بین شبکه‌های مختلف ایجاد می‌شود اما اگر دولت این کار را انجام دهد، دیگر نمی‌شود با دولت رقابت کرد و رسانه‌ها باید تابع دولت باشند.

## سهم مجری توزیع نباید از سهم ناشر بیشتر باشد

ما ۸۰ درصد یارانه را به بخش‌هایی مانند بیمه و اشتراک می‌بریم که باعث می‌شود در اقتصاد مطبوعات، نوسان ایجاد شود و اختیار را از ناشر و مدیرمسئول سلب کرده‌ایم و به جای او برای هزینه‌کرد تصمیم می‌گیریم. این کار خیلی وجهه خوبی ندارد. این مطالبه وجود داشت که دولت در ساماندهی نظام توزیع و کمک به سرانه مطالعه مطبوعات، کمک کند؛ اما لزوما روشش این نبود ما غالب یارانه مطبوعات را در طرح‌هایی بگذاریم که عملا حق اختیار از ناشر و مدیرمسئول سلب شود.

ادامه از صفحه ۹

## سامانه تبدیل نشریات به کاغذباطله

مشکل دوم این بود که شرکت نشرآوران از سهم ۵۰ درصدی که باید به ناشر پرداخت می‌کرد، مبالغی را به‌عنوان راستی‌آزمایی و ضریب کیفی کم کرد. مشکل بعدی هم این بود که نشرآوران طبق قرارداد نسبت به پرداخت سهم ناشر در موعد مقرر اقدام نکرد». مدیر بخش اشتراک روزنامه «شرق» می‌گوید که با اتمام قرارداد سه‌ماهه اول این روزنامه پیگیر قرارداد دوم شده، اما دریافته که سهم پرداختی ناشر برای هر مشترک از ۱۰ درصد به ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است؛ یعنی این روزنامه به‌جای ۱۱میلیون و ۲۰۰هزار تومان باید ۵۶میلیون تومان به شرکت نشرآوران پرداخت می‌کرده است.

به گفته رسولی، با چنین اتفاقاتی، ناشر از قرارداد جدید استقبال نکرد، اما چون روزنامه شرق خود دارای سیستم اشتراک بود، سامانه اشتراک نشریات به این روزنامه پیشنهاد کرد که از بند ب قرارداد با این نهاد استفاده کند. بند ب این بود که بابت ارسال تک‌نسخه‌ای هر مشترک، مبلغی حدود ۵۷۰ تومان به‌عنوان هزینه ارسال به روزنامه «شرق» پرداخت شود. او می‌گوید: «این کار مستلزم این بود که تمامی اطلاعات مشترکان در سیستم سامانه اشتراک شرکت نشرآوران ثبت شود که این برخلاف اصول اخلاقی این روزنامه در حفظ و نگهداری مشخصات مشترکان خود بود. درضمن، باید در مرحله بعدی، از طرف سامانه با مشترکان تماس و از طریق پیامک، شناسه‌ای برای هر مشترک در نظر گرفته می‌شد.

حتی در مرحله بعد، سامانه اعلام کرد که از آن مبلغ ۵۷۰ تومان، مبالغی تحت عنوان ضریب کیفی و... از پرداختی به روزنامه کسر می‌شود و مبلغ واقعی پرداختی به ناشر حدودا ۳۵۰ تومان می‌شود. با این وضعیت، روزنامه «شرق» از بند ب قرارداد نیز انصراف داد». به گفته او، «نبود شفافیت و چشم‌انداز مشخص به آینده و پایبندی به پرداخت به‌موقع سهم ناشران و تغییرات لحظه‌ای در سیاست‌گذاری و قراردادها» مهم‌ترین معضلات سامانه بود که باعث ازدست‌رفتن اطمینان ناشران نسبت به آن شده است.

سامانه اشتراک مطبوعات را مؤسسه «نشرآوران» که فعالیت‌های اقتصادی معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد را انجام می‌دهد، اداره می‌کند. مهران عباسی‌انارکی، مدیر نشرآوران و مشاور معاون مطبوعاتی، در دفتر کارش که کنار دفتر معاون مطبوعاتی است، به‌طور مفصل درباره این سامانه با «شرق» گفت‌وگو کرد. عباسی‌انارکی معتقد است که طرح ابتدا مشکلاتی داشته، اما به‌تدریج مشکلاتش در حال رفع‌شدن است. او مزیت سامانه اشتراک را در شفاف‌بودن عملکرد مالی آن، برعکس اختصاص مبهم یارانه مطبوعات در دو دولت گذشته، می‌داند.

به گفته او، مشکلاتی مثل فهرست صوری برای اشتراک و دورریختن نشریات در زیرپله‌ها و نرسیدن آنها به دست مخاطبان، به‌تدریج با استفاده از فناوری‌های نوین مثل سامانه GIS که برای ردیابی پیک‌های موتوری است، رفع خواهد شد. او تأکید می‌کند که به‌جز ماه‌های ابتدایی سال، پرداخت پول نشریات به ناشران در کمتر از یک ماه صورت گرفته و یکی از اهداف سامانه اشتراک را حمایت از توزیع‌کنندگان غیرتهرانی عنوان می‌کند. مدیر مؤسسه نشرآوران در توضیح اینکه چرا در سامانه اشتراک با شرکت پست برای توزیع نشریات همکاری نشده، گفت: «این زیرساخت در کشور، یعنی سیستمی که بخواهد نشریات را به در منازل ببرد، تابه‌حال در کشور نبوده است. ما با اداره پست وارد بحث شدیم، اما اداره پست خیلی استقبال نکرد و در مواردی هم که کار ارسال با مشکل مواجه می‌شود پاسخ‌گو نیست؛ چون یک جای دولتی است و ضوابط خاص خودش را هم دارد و آن مقرراتی را هم که ما در طرح گذاشته بودیم نمی‌پذیرفت». او می‌گوید اگر کسی بخواهد مستقیما نشریه به دم در خانه‌اش برسد، می‌تواند بهای توزیع بیشتری بپردازد و آن خدمات را بگیرد.

### حتی مجریان توزیع ناراضی

روز ۳۱ مرداد امسال، ساعت سه عصر، تعداد زیادی از نمایندگان مجریان توزیع نشریات و برخی از ناشران شرکت‌کننده در سامانه اشتراک نشریات دور هم در سالن اجتماعات «تعاونی مطبوعات کشور» جمع شده بودند تا مشکلات سامانه را نقد کنند. نقدهای این جلسه نسبت به سامانه اشتراک بسیار تند بود و مدیر مستقیم سامانه، عبدالرضا لیاقتی، هم در جلسه حضور داشت. چند نفر از حضار که مجموعا حدود ۴۰ نفر می‌شدند، می‌گفتند که تازه بعد از دو سال شروع به کار سامانه اشتراک نشریات، حالا که سامانه به مشکلات بزرگی برخورده، به فکر نقد آن افتاده‌اند. جلسه برای این تشکیل شده بود که ناشران و مجریان توزیع برای حضور در کارگروهی که در آینده برای اصلاح سامانه تشکیل می‌شد، نمایندگان خود را انتخاب کنند. اواسط برنامه، جلسه به تشنج هم کشیده شد، اما در نهایت، از کلیت حرف‌ها می‌شد نوع نگاه ناشران و مجریان توزیع را به سامانه اشتراک نشریات دریافت.

تعداد زیادی از شرکت‌کنندگان در این جلسه می‌گفتند که «ارسال رایگان نشریات تیشه به همین ریشه‌ای هم که مانده می‌زند و آن را خشک خواهد کرد» و نیز تأکید می‌کردند که مجریان توزیع نباید نقش بازاریاب را برای نشریات بازی کنند و خود ناشران باید مشترک بیابند.

یکی از مجریان توزیع می‌گفت که با استفاده از ۱۴ بازاریاب حرفه‌ای اما نتوانسته روزی ۲۰۰ مشترک هم پیدا کند. برخی از ناشران و مجریان توزیع از اعمال ضریب کیفی در بازگشتی نشریات دفاع می‌کردند و برخی نیز آن را مورد نقد قرار می‌دادند. از سوی برخی از مدیران قدیمی شرکت‌های توزیع، این ایده نیز مطرح شد که هر منطقه از تهران به یک شرکت باتجربه سپرده شود تا کار توزیع نشریات از سوی آنها صورت بگیرد. بیشترین اعتراض‌ها به این بود که هرروز مقررات مربوط به سامانه اشتراک و قوانین آن تغییر می‌کند و ناشران و مجریان توزیع به‌همین‌دلیل نمی‌توانند برنامه‌ریزی بلندمدت انجام دهند. در نهایت هم جلسه به نتیجه نرسید و شرکت‌کنندگان با وعده جلسه‌های آینده متفرق شدند.

سامانه اشتراک همچنان در حال جذب مشتری رایگان است، مدیران سامانه از آن دفاع می‌کنند و وعده اصلاحات تدریجی را می‌دهند و نشریات نیز با دافعه و جاذبه به آن نگاه می‌کنند. تا همین چندی پیش، هرروز زیر صفحه حادثه روزنامه شهروند می‌شد آگهی سامانه اشتراک را دید که می‌گفت: «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با هدف گسترش فرهنگ مطالعه و حمایت از مطبوعات، طرح تخفیف اشتراک تا سقف ۵۰ درصد را اجرا می‌کند»، «هزینه ارسال عادی از مشترکان دریافت نمی‌شود»، «تسهیلات اشتراک برای روزنامه‌ها، مجلات عمومی و مجلات تخصصی تا سقف ۵۰۰، دوهزارو ۵۰۰ و پنج هزار تومان به ازای هر نسخه» و «برای ثبت‌نام کافی است به سایت eshterak.ir مراجعه نمایید».