

تماماً قيمة الاعتمادات. من هنا، ومهما كانت أهميتها، على المكتبات الكبرى أن تحافظ على علاقة شخصية مع زبائنها بارسالها لهم، أدورياً، لوائح جديدة بأخر ما وصلها، أو باحتكاك شخصي مع الزبون، بفتح أجنحة أو فروع، أو بالسماح لهؤلاء «المقرّين» من الزبائن، أن «محصوا» في أروقة المكتبة<sup>(1)</sup>. ومن هنا إن المناطق الملائمة لتلك المكتبات المتجانسة، هي المناطق المدنية حيث المحيط الجامعي يخلق حركة ثقافية ناشطة.

أما التوزيع الإقليمي المحصور، فمِنوط بالمكتبات المتوسطة الأهمية (في فرنسا، منها، 3500 مكتبة، أي مكتبة لكل 12000 نسمة، وهي إحدى أعلى النسب في العالم<sup>(2)</sup>). وفي عدة بلدان، قد يرتفع، بعد، أكثر، عدد «مراكز البيع»، لكن المقصود هنا، ما سوى المكتبات ذات السياسة التجارية المستقلة).

لكن هذه الاستقلالية تفترض وجود كميات تؤمن الحركة التجارية، غير كثيرة كي لا تجمّد الرساميل. تلك الكميات، يقررها صاحب المكتبة حسب زُبْنه، نوعاً وكماً. فمن واجهة مكتبة، يمكن التعرف إلى محيطها: كلية جامعية، كاتدرائية، كلية ثانوية، مصنع، مسرح...، كما يمكن رسم هيكلية اجتماعية مهنية لكتلة السكان المجاورة.

على أن المكتبة المتوسطة، توجه نشاطها وتحده، بالتخصّص. وأبرز مثال على ذلك، المكتبة المدرسية التي في جوار مدرسة: إلى جانب الكتب، تباع قرطاسية وأدوات مدرسية. وغالباً ما توضع لوائح الكتب في المدرسة، اتفاقاً مع صاحب

---

(1) مكتبة جيبيير في فرنسا، نموذج حي لهذه المعطيات التجارية.

(2) تشير نشرة المنشورات إلى وجود 203 مكتبات كبرى، و2611 مكتبة وسطى، و4976 مكتبة صغيرة، عام 1945، وتشير إلى 17 ألف مركز للبيع. ويدل إحصاء من عام 1952، إلى وجود 3535 صاحب مكتبة، يستخدم واحد منهم 12 شخصاً، كمعدل عام، و12780 صاحب مكتبة، يبيعون، إلى الكتب، الجرائد. ودل إحصاء رسمي آخر على 7348 مؤسسة تعمل في تجارة الكتاب بينها 5690 تستخدم واحدتها أقل من 6 أشخاص.