

حصرها يبقى على صعوبة في وضع نسبة لها ومعيار. من هنا يجب اعتبار «البسطات» المؤقتة لدى البائعين، مما قد يرفع عدد نقاط البيع إلى 100 ألف نقطة.

وهذا الرقم قد يكون الأقصى في شمل مساحة البلاد كلها. وفي الولايات المتحدة، حيث عدد المكتبات الكبرى والمتوسطة، هو، بالنسبة إلى عدد السكان، 3 أو 4 مرات أضعف مما هو عليه في فرنسا، نجد محلات المدينة والمخازن الكبرى لدى مناطق التجمع الخفيفة، تكوّن شعبة توزيع تجارية، كبيرة وواسعة، يستغلها الناشر وأصحاب المكتبات.

من جهة أخرى، فعملية إشراك بيع الكتاب بتجار أخرى، (قرطاسية، جرائد، سحائر، معلبات،...) هي عملية تضع الكتاب في مرتبة السلعة ذات الاستهلاك اليومي، فلا حاجة بعدها إلى ارتياد المكتبة. وتتضاعف هذه الظاهرة، لما يبرز الكتاب إلى القارئ، حين هذا الأخير مهياً للقراءة: في محطة القطار، لدى الخروج من عمله، أو في منزله حين يلتقي على المدخل بائع كتب جوالاً.

في فرنسا، لا وجود حسياً للبائع المتجول، إذ تسبقه الوسائل السريعة للتوزيع، لكنه ما زال موجوداً في البلدان حيث توزيع الكتاب ما زال غير متناسق والحاجات الثقافية للسكان، كما، مثلاً، في أميركا اللاتينية. وفي الصين، أدخل النظام هذه الطريقة، في سبل التوزيع الرسمية. أورد شارل نيزار في كتابه «تاريخ الكتب الشعبية أو أدب البيع المتجول»، حواشي هامة حول «دائرة البيع المتجول» في فرنسا، منتصف القرن التاسع عشر، مع أهم مراكز إنتاجه حيث الناشر المتخصصون.

اللافت في تلك العملية الجوالية، أمر الروزنامات التي يحملها البائع، ومعها كتب في الفلك والسحر «للسيدات»، وكتب أمثال ونكات ونصائح دينية وخلقية وعملية، مع بعض الوصفات المطبخية أو الطبية، وكتب المغامرات والرحلات، والروايات العاطفية والروائع الأدبية المتداولة، وجلّها مقتبس أو مختصر، ودائماً، دائماً، رسوم وتصاوير تلفت القارئ. واللافت، أيضاً، من هذا الوصف، أن عملية البيع المتجول عادت في أواسط القرن العشرين مع المجلات النسائية، منذ الأبراج حتى نصائح القلب، مروراً بالرواية العاطفية والرسوم البارزة.