

وأينما كان، في دوائر التوزيع الشعبية، يكون الكتاب ملاصقاً للصحافة اليومية، أو الأسبوعية، مما يشكل، في أكثرية البلدان، أساس القراءات، ومما حلّ مكان وسائل الانتشار الشفهي، التي تثار اليوم بواسطة الوسائل السمعية البصرية في السينما والاذاعة والتلفزيون، وهي وسائل لا يبلغها الكتاب الشعبي. من هنا، بداهة أن تكون عملية توزيع الكتاب الشعبي، من نوع «بريد الصحافة» أكثر منها من نوع المكتبة. والمبادرة كلها محصورة لدى الموزع بالجملة، فليس بائع المفرق إلاّ مؤتمناً.

ورأينا، سابقاً، أن ناشرين كثيرين يוכלون جزءاً من عملياتهم التجارية إلى مؤسسات متخصصة (أبرزها، في فرنسا، «هاشيت»)، تستعمل، في الصحافة كما في تجارة الكتاب، نظاماً يتبع طريقة «التخزين»، لعدد من النسخ لدى بائعي المفرق المشتركين، ثم استرداد هذا المخزون في ما بعد.

أما نظام المكاتب، فيستعمله الناشر وبعض المكتبيين في الدائرة المثقفة. فلدى صدور الكتاب، يضع الموزع جزءاً من الطبعة (في فرنسا بين 3500 و5000 نسخة) في نقاط البيع المعروفة والمقصودة. وهذا ما يفسر مثلاً أن زاوية بيع الكتب في محطة القطار، تبقى أغنى بالكتب الجديدة الصادرة حديثاً، من مكتبة مركزية كبرى. لكن أكثر هذه الصادرة حديثاً، يؤول تدريجياً إلى التخزين.

وأما في حالة المادة المطلوبة والبيع المؤكد، كما الروايات البوليسية أو العاطفية، فالنشر يتم ضمن سلسلة دورية الصدور، ويتخذ التوزيع طابع البيع للمشاركين وهو الشارون الدوريون. وكل بائع مفرق، يعرف تقريباً عدد النسخ الذي يباع لديه، ويطلبه على أساس هذه المعرفة.

لا مجال هنا، لسرد السلاسل المتلاحقة التي تميز الدائرة المثقفة. فليس من «رجعة» من الجمهور نحو الناشر. وأقلمة الكتاب لحاجات القارئ، تتأتى من العملية الآلية للمعايرة والتقنين. فلنوع معين من الكتب، يلاقي نجاحاً لدى القراء، يُكثر في إصداره، مع مراعاة تغيير في الحبكة. ويشير شارل نيزار، في كتابه المذكور آنفاً، إلى الأصل الوسيط للكتب العاطفية المتعددة الحبكات والنصوص، وذات الجوهر