

סיכום

מו"לים כמתווכי תרבות: בראשית העידן האלקטרוני

למעלה ממאה שנות מו"לות עברית חילונית בארץ ישראל עברו, מתוכן כארבעים שנה של תקופת היישוב וכמעט שבעים שנה של יצירה מו"לית במדינת ישראל. הספרים הרבים על המדפים, האובייקט החומרי המכיל את זה הרוחני, הם עדות לכינונה של תרבות עברית חיה, פעילה, יוצרת. זהו הישג תרבותי עצום, שבוודאי קשה היה לדמיין אותו בראשית הדרך ואף במהלכה. רבים מן השותפים למפעל הגדול של בניית הספרות העברית מצאו עצמם בין דפי ספרים אלו, אם כיוצרים ואם כמתווכי התרבות, אשר להם הוקדש מחקר זה.

בראשית המחקר הזכרתי את המשמעות המילולית של המושג מוציא לאור כמיילד, כמי שבלעדיו היצירה תישאר בחשכת המגרה. אם נצמד לרגע לדימוי הרומנטי, הרי שאפשר לראות בתהליך הארוך - העברת היצירה הספרותית מתודעתו של המחבר אל תודעתו של הקורא - "נס קטן", שמחבר ביחד פעולות, צרכים ולחצים של מתווכי תרבות רבים ושונים. רבבות הספרים העבריים ומיליוני הדפסותיהם, העומדים על המדף, משכיחים מאתנו את הנס הזה, ונדמה שרק מי שעובר את הדרך מכתב-יד לספר שזוכה לתפוצה יכול להעריך ולהשתאות. אני מקווה שספר זה תרם להזרה (Defamiliarization) של התהליך, תוך התבוננות בתהליכים דרך עיניים רעננות, שמכניסות אותם להקשרים רחבים, מצד אחד, ומפרקות את תהליכי הלידה של הספרים לפרודותיהם, מצד שני. התבוננות שכזו תורמת להבנת גודל ההישגים אליהם הגיעה המו"לות העברית אך בו בעת גם לשבירת מיתוזה שיכולה להקשר לעשיית ספרים, תוך הבנה שמדובר בתהליך יצירתי-רוחני ובפרוצדורה מנהלתית-טכנולוגית. זהו תהליך בו מעורבים אנשים, וככל תהליך אנושי-חברתי, הוא מערב יצרים, תשוקות, קנאות ואהבות בתוך סבך של שיקולים כלכליים, פוליטיים, ספרותיים וחברתיים.

ספר זה ניסה להקיף ולסמן את מגמות המו"לות העברית בארץ-ישראל ובמדינת ישראל במאה השנים האחרונות, תוך שהוא כולל את מירב ההוצאות המשמעותיות בתחום ההוצאה לאור של ספרות יפה במקור ובתרגום. בתוך כך, ראוי להזכיר שלספר זה הטיה הנובעת מהדגשים שבחר המחבר לשים, דוגמת הדגש על הספרות היפה, שהביא לכך כי למרות שטופלו גם ז'אנרים אחרים, הרי לא בהם היה המוקד (ועם מבטלי ההיררכיות הסליחה). גם בתחום זה של הספרות היפה, רחוק המחקר הנוכחי ממיצוי כל האספקטים, אך בוודאי נכון הדבר לגבי נישות רבות והוצאות אחרות (ספרות ילדים, ספרי בישול, ספרי פנטזיה, מדריכים וכדומה).

הטיה אחרת בספרים היא הטיה לטובת ההווה. קרי, התבוננות מהווה אל העבר והדגשת תהליכים עכשוויים על-חשבון אלו שחלפו. הסיבה העיקרית לכך היא כי במקרים רבים אין מספיק תיעוד על מה שהתרחש בהוצאות בשנים רחוקות (ארכיונים) ומכאן שקטלוגי ההוצאות היו כלי ניתוח עיקרי שקורות ההוצאות סופרו מבעדם. יחד עם זאת, לגבי העשורים האחרונים יש כבר תיעוד עיתונאי נרחב ודמויות היכולות לתאר כמיטב זיכרון מימים עברו. אני מקווה שלמרות הטיה זו, נוצרה פריזמה רחבה יחסית המאפשרת לספר היסטוריה תרבותית והמתארת את התפתחות הזרם המרכזי בספרות היפה. כאמור, מחקר זה שאפתני במובן בו הוא מבקש לגעת במו"לות העברית בת מאה שנים, המקיפה עשרות רבות של הוצאות ורבבות ספרים ויוצרים. אני מאמין שיצקתי תשתית ראויה למחקר עתידי של ההוצאות לאור הנזכרות כאן כמו גם של אחרות.

במבט רטרוספקטיבי ואינטרוספקטיבי על תהליך הכתיבה של ספר זה, אני מבקש לחזור אל הדילמות שליוו אותי במהלך הכתיבה, לשאלות היסוד בבניית הנרטיב לאורו נכתב ספר זה. ההכרעות שנראות טבעיות כשהספר מונח שלם לפני הקורא הן פועל יוצא מדרך ההבנייה של המחקר התרבותי כפי שמצאתי לנכון לתאר אותו לאחר ששקלתי את שאלות טווח הזמן והמרחב הראויים לפי החומר המחקרי שנאסף להיכנס לתחומו של ספר זה, כפי שפירטתי בהקדמה.

כאמור, טווח הזמן נקבע במה שנחשב כתחילתה של המו"לות העברית החילונית בא"י - קרי, העשור הראשון של המאה העשרים כנקודת התחלה ועד סיומו של העשור הראשון למאה העשרים ואחת, כנקודת הסיום של המחקר על מנת לשמור על עדכון למרות הסכנות הנובעות מהיעדר פרספקטיבה מספיקה כאשר דנים במערכות ואישים הפועלים בימינו אנו. מן הזמן משתמע גם המרחב: ההוצאות לאור נדונו בעיקר על פי פעולותיהן במרחב הגיאוגרפי של ישראל גם אם תחילתן בתפוצות (דוגמת "מוריה", "דביר" או "שוקן"), זאת גם בשל היריעה הנרחבת של החומרים שהיה צורך להקיף וגם משום שכבר נכתבו מספר מחקרים שמכסים, ולו באופן חלקי, את המרחב של המו"לות העברית מחוץ לגבולות הארץ.

הסוגיה הגדולה, ביחס לאופן בו יש לבנות את המחקר, הטרידה אותי לאורך כל השלבים הראשונים. מחשבות ראשוניות היו להתרכז בשלבים השונים בהוצאה לאור (כפי שפורטו בחלק התיאורטי) או בתפקידים בעולם הספר (כפי שעשו *al. Coser et.*) ובאמצעות דרך פירוק תהליך היצור, להתבונן בהבדלים בין ההוצאות ובתרומתן הייחודית. בין האופציות שעמדו בפני, הדרך הנוחה ביותר לבנות את המחקר הייתה לסכם את המתרחש בכל עשור בהוצאות המרכזיות ולהתקדם עם הסיפור הכרונולוגי עשור אחר עשור. דרך אחרת הייתה להתבונן במודל של מו"לות (מו"לות משפחתית, מו"לות מסחרית גדולה וכדומה) ולשרטט את קווי ההתפתחות של כל מודל מו"לי דרך ההוצאות הקשורות בו, דרך שליטת הייתה ליצור מעין לקסיקון מורחב, המתאר, כל הוצאה והתפתחותה כערך נפרד. הדרך בה נקטתי בסופו של דבר ניסתה לחבר את שלוש האופציות הללו לאחת: סיפור דיאכרוני המספר את התפתחות המו"לות העברית עשור אחר עשור, כאשר כל עשור מתרכז בסיפורו של מודל מו"לי מוביל שעמד במרכזו, ובכל מודל שכזה מובא בפרוטרוט סיפורה של כל הוצאה המשתייכת לאותו מודל מראשיתה ועד סופה (או עד ימינו), תוך התייחסות לשלל הפונקציות שפותחו ופורטו בחלק התיאורטי. כך התייחסות לכל הוצאה היא לא רק כארגון אלא כאורגניזם, קרי, כזה שיש לו "סיפור חיים": סיבות הולדת ותנאי התפתחות בנסיבות שונות – אנושיות, כלכליות, תרבותיות, חברתיות – שמשפיעות על מהלך החיים. מהלך

כזה מאפשר - בהצלבות שונות בין הסיפורים - לספר גם סיפור פרטי וגם סיפור כללי יותר: סיפור המחבר בין מהלך התפתחות רציף שמביא עמו מידע מעשיר לעיבוי העובדות ההיסטוריות (איזו הוצאה הוקמה באיזו שנה, מתי התפצלה וכדומה) לבין פרשנות המספקת רקע תרבותי להתפתחות ההוצאה בהקשר הרחב וללקחים מו"ליים הנובעים מהם. תקוותי שחיבור זה מצמיח תובנות המסייעות להבנת התפתחות הספר העברי כמו גם עולם הספר בכללו. הדברים לעיל הם תמצית העקרונות שנכללו כבר במתווה ששורטט בפתיחת הספר אך חשוב להדגיש אותם גם בסיום, כשההיגיון המונח ביסודו של המבנה הזה מחוור לאור התוצר המחקרי שהובא כאן לקוראי הספר בכלל, ולחוקרי התרבות שבהם בפרט.

ששה מאפיינים למיון מו"לים

סיכום הספר מבקש להציע גם הבחנה כללית המנתחת את ההבדלים בין המו"לים השונים. כשהספרים מונחים, שורות שורות, על המדף ניתן לראות בהם את קווי הדמיון: אמנם יש גבוהים יותר או פחות, רזים יותר או פחות, צבעוניים או מונוכרומטיים, אך, כולם הם דפים לבנים, הנתונים בכריכה (להוציא את הספרים האלקטרוניים, בהם אעסוק בהמשך). יחד עם זאת, כל הוצאה - בהתאם לגודלה ולמאפייניה - מתמודדת בצורה אחרת עם השאלות המרכזיות בתחום, כשאת כולן אפשר לסכם במילה אחת - **מינון**: מהו היחס הנכון בין ספרים אליטיסטיים ומאתגרים לבין ספרים פופולאריים וטרוויאליים? בין שמרנות לבין חדשנות? בין שירה לבין פרוזה? בין שיקולים ספרותיים לבין שיקולים מסחריים? בין לקיחת סיכון לבין ניסיון להימור בטוח יותר (למרות שלמעשה לעולם אין לדעת)? בין שיקולים חינוכיים-אידיאיים לבין שיקולים אסתטיים? בין יוצרים חדשים לבין יוצרים ותיקים? בין ספרות יפה לבין ספרות שאינה כזו (Non-Fiction)? בין ספרי יעץ (אנציקלופדיות, מילונים) לבין ספרים אחרים? בין פרויקטים גדולים וארוכי טווח לבין פרויקטים קצרי טווח? כיצד לחלק את המשאבים - עריכה,

הפקה, הפצה ושיווק - בין הספרים השונים בהוצאה? והשאלה הגדולה - כיצד לשמור על רמה ספרותית גבוהה ובה-בעת להישאר הוצאה רווחית ויעילה?

נוכל לשרטט את ההבדלים בין ההוצאות לאור שהביאו לעולם את אותם ספרים דרך ששה פרמטרים עיקריים: גודל, התמחות, טיפול בכתב היד (תוכני), מלאכת עשיית הספר (טכני), שיווק והפצה ושייכות לקבוצות מו"ליות:

א. גודל: ניתן להבחין בין כמה קטגוריות בתחום זה – זעירות, קטנות, בינוניות וגדולות (ודרגות הביניים). לצורך הגדרת סדר הגודל נאמר כי בישראל הוצאה זעירה מוציאה עד 10 כותרים חדשים בשנה, הוצאה קטנה מוציאה 20-40 ספרים לערך, הוצאה בינונית מוציאה 60-70 ספרים, והוצאה גדולה למעלה מכך עד כפול (ההוצאות הגדולות ביותר בישראל מוציאות כ-120-140 ספרים בשנה ולעיתים נדירות למעלה מכך). רק מעט הוצאות בישראל יחשבו כהוצאה גדולה ואילו הרוב המוחלט של ההוצאות הפעילות הן הוצאות זעירות וקטנות. מכאן נגזר גם מספר האנשים המועסקים על-ידי ההוצאה וחלוקת התפקידים בין הנהלה למערכת (בהוצאות קטנות הנהלה היא המערכת). זאת ועוד, אין קשר הכרחי או אחר, בין גודל ההוצאה לבין איכות הכותרים. יתכן שדווקא הוצאה קטנה תהיה מסוגלת להקדיש תשומת לב לכל כותר וכותר ולבחור בקפידה (דוגמת "נהר ספרים" או "חרגול"), ויתכן דווקא להפך, שדווקא הוצאה גדולה, בגלל מגוון האנשים הפועל בה, תוכל לזווג את האדם המתאים לטיפול בספר, בשעה שההוצאה הקטנה חסרה אמצעים לשכור כוח אדם חיצוני.

ב. התמחות (פרוזה אליטיסטית, ספרות פופולארית, מדריכים, שירה, ספרי עיון, ספרי ילדים או ללא התמחות – מו"ל כללי): הרבה מן ההוצאות מגדירות עצמן כמו"ל כללי ואינן מוכנות להתחייב כי מגמתן אחת, אך בכל זאת, לרבות מהן נודעת התמחות ספציפית, כפי שהוצגה בחלק העוסק ב"הוצאות נישה". מכאן נגזר אילו מחברים ייגשו לאיזו הוצאה ואילו כותרים יבחרו לקדם בכל הוצאה. דרך אחרת להתמודד עם תכנים המתמקדים סביב ספרים מסוג מוגדר

בולטת בהוצאות בינוניות וגדולות והיא יצירת סדרות, להן עורך מומחה, שכל סדרה יכולה להיות למעשה, מו"ל קטן, הפועל במסגרת מו"ל גדול (הספרייה החדשה, סדרת הספרים בעריכת מנחם פרי, היוצאת לאור באמצעות ובשיתוף "הקיבוץ המאוחד" היא דוגמה מצויינת לעניין זה).

ג. טיפול בכתב היד (תוכן - מיון, תרגום ועריכה תוכנית): מתוך כך נבדלות ההוצאות באופן בו הן ממינות את כתבי היד המגיעים למערכת (איך מתבצע התהליך? מי ממיינן?), כיצד נבחרים המתרגמים, מי העורך של הספרים, מה ניסונו ומעמדו? בעניין המיון חשוב להזכיר כי רבו ההוצאות המוציאות ספרים תמורת תשלום מלא או חלקי, ובכך משמשות כמדפיסות ספרים. גם בהוצאות יוקרתיות, הממיינות בקפידה, נאלצות לבקש מימון (מהיוצר או מקרנות התומכות בהוצאה לאור) בתחומים מסויימים כמו שירה או ספרי מחקר לא-פופולאריים.

ד. מלאכת עשיית הספר (Book Making - עריכה לשונית, הגהה, גרפיקה, הפקה): כל מי שמחזיק את הספר בידו ומתבונן בו כאוביקט חומרי מבחין בהבדלים: סוג הנייר, הכריכה, הגרפיקה ומתוך עיון מעמיק יותר רואה גם הצד הטכני של הטקסט: העריכה הלשונית וההגהה. בפרק שעסק בביליופיליה הצגתי הוצאות שהתמחו בכך אך יש, כמובן, גם אחרות המקפידות על הצד החומרי של הספר.

ה. שיווק והפצה (פרסום, יחסי ציבור, הצבה בחנויות וכדומה): לעיתים ההוצאה מקפידה על טיפול ראוי בכתב היד מבחינה תוכנו ועל דרך הפקתו בכלי נאה אך נכשלת בשלב האחרון של הפצת הספר לחנויות והבאת דבר הוצאתו לאור לאזני הציבור. לחילופין, יש הוצאות שמצליחות מאוד בשיווק – ויש להדגיש שמידת ההצלחה תלויה לעיתים, אך לא תמיד, בכמות ההשקעה הכספית – למרות שהן חלשות יותר במיון כתבי היד ובעריכתם. עוד נדגיש שניתן לעקוף את הפרסום בכלי התקשורת המסורתיים או לפעול במקביל לו באמצעות פרסום ברשתות החברתיות (שבחלק מהמקרים יכול להיות זול).

ו. שייכות לקבוצות מו"ליות: יש לזכור שבתחום זה קיימות הוצאות החברות בהתאגדות של מו"לים, או הקשורות להוצאות אחרות באינטרסים של שיווק, כך שכוחן בעיקר בתחום השיווק והפצה גדל בזכות קשר זה, אך זה מקרין גם על האטרקטיביות שלהן בעיני מחברים כך, לדוגמה, יכולה הוצאה כמו "ספרי עליית הגג" להיתפס הן כמו"ל עצמאי קטן והן כחלק מקבוצת "ידיעות ספרים" הגדולה.

כשמתבוננים בעולם הספר בכללותו ניתן לומר שההוצאות נבדלות בפרמטרים שנמנו לעיל ובדגשים השונים שכל הוצאה בוחרת לשים. קרי, ניתן להעריך כל הוצאה, באמצעות ששת הקריטריונים שנמנו לעיל, ומכאן לעמוד על נקודות החזק של כל הוצאה ועל נקודות החולשה. בראיונות שערכתי עם המו"לים בישראל, התגאו חלקם שהם מצליחים לשלוט בכל הפרמטרים, להצטיין בהם ולחדש בתחומים השונים בהשוואה למתחרים. אומר שגם זו הייתה מכשלה שעמדה בפני מחבר ספר זה כשכול אחד מן המו"לים (או, לפחות, רבים מהם) משוכנעים שהם מוצאים-לאור את הספרים הטובים בתחומם, נותנים להם את הטיפול הטוב ביותר, ורבים מהם טוענים לראשוניות על נורמות האיכות שהכניסו לשדה המו"לות העברית.

למרות שקשה לענות על כך, אפשר להציג זאת כשאלה מורכבת:

(1) אילו הוצאות (2) באילו תקופות (3) ובאילו ז'אנרים (פרוזה, שירה, מדריכים וכד') הצטיינו בתחומים של (4) מיון קפדני של היוצרים (5) טיפול רציני בכתב היד (6) השקעה בהפקה איכותית של הספר (7) ומתן תשומת לב ומשאבים לשיווק הספר ולהפצתו תוך (8) טיפוח היוצרים וליזוי לאורך התהליך ולאחריו.

כך לדוגמה, אפשר לומר כי הוצאת "עם עובד" היא מההוצאות המובילות בארץ ברמת העריכה והליזוי שהציעה ליצרי מקור בתחום הפרוזה לאורך השנים, אך מאז תום עידן ספריות המינויים ("ספריה לעם") היא חלשה יחסית בשיווק ובהפצה לעומת הוצאות כמו "ידיעות ספרים" ("ידיעות אחרונות"),

שגם מחזיקה ב-15 אחוזים מרשת חנויות סטימצקי. או, כדוגמה אחרת, אפשר לומר כי הוצאת "הקיבוץ המאוחד" הייתה הבולטת בתחום ספרי השירה במשך שנים ארוכות, אך בשנים האחרונות דווקא הוצאות נישה מתחרות עמה על הבכורה, כשחלקן מציעות גם כן, השקעה איכותית בהפקת הספר כמו למשל בהוצאת "קשב לשירה", ובעיקר בתחום העיצוב כמו ב"אבן חושן".

הפקת ספרים וצריכתם בעידן הדיגיטלי

הדיון הקודם הציע מיון מו"לים לאור תהליכי העבר ותוצריו, ומתבקש לומר מספר דברים כלליים על אתגרי העתיד. לאחר ממאה שנים, באמצעו של העשור השני למאה ה-21, אנו עומדים, מזה כמה שנים, בראשיתו של עידן חדש: העידן האלקטרוני. מקצת ההשלכות של עידן זה כבר ניכרות: בארצות הברית חלק נכבד מן הספרים נמכר באמצעות אתרי אינטרנט דוגמת זה של "אמאזון" (Amazon)¹ או של רשתות דוגמת "בארנס אנד נובל" (Barnes and Nobel)², כשהחנות המקוונת מציעה, בלא מעט מקרים, מחירים נמוכים מאלו המוצעים בחנויות מכיוון שהזמנה באתר מאפשרת לחסוך עלויות של שכירת חנות במרכזי הערים, תפעולן ותשלום למוכרים. זאת ועוד, הן מציעות גם ממכר של ספרי יד שנייה ובכך ממסגרות ספרים כחפצים לכל דבר, קרי, כשהשימוש העיקרי בהם מסתיים אפשר לסחור בהם מחדש (בניגוד לתפיסת הספרייה הביתית, בה מצטברים ספרים מבלי ששבים לקרוא רבים מהם).

זאת ועוד, בעידן זה, אתרי מידע, ובראשם אתרים של האנציקלופדיות המקוונות, ובכללם גם אתרים פתוחים כגון "ויקיפדיה", הופכים את רוב ספרי העיצ המודפסים והכרוכים לכמעט מיותרים, מכיוון שאינם יכולים לעמוד בקצב

¹ ראו אתר אמזון: <http://www.amazon.com>

² ראו אתר בארנס אנד נובל: <http://www.barnesandnoble.com>

העדכון של האינטרנט.³ אתרים אחרים של מוציאים לאור, "מדלגים" מעל חנויות הספרים ומציעים את הספר ישירות ללקוחות. כך, לדוגמה, הוצאות שונות מפעילות מועדון חברים ברשת כמו זה של "הספריה החדשה" הפועלת באמצעות ה"פייסבוק" ודיוור ישיר; הוצאת "ידיעות ספרים" מנהלת פורום של קהילת קוראים באינטרנט⁴ או אתר הוצאת "כנרת-זמורה-ביתן" מציע במחיר של ספר רגיל אף להדפיס עותק אישי ללקוח של ספרים שאזלו מן המלאי.⁵

בכתבה אשר פורסמה בניו-יורק טיימס אוקטובר 2011 עלה החשש של המו"לים מכך ש"אמאזון", ענקית שיווק הספרים באינטרנט, מתחילה במגמה של עקיפת המו"לים, וחתומה על הסכמים באופן ישיר מול היוצרים, כך שהמו"לים המסורתיים הופכים למיותרים⁶ כשגם בישראל החלו להראות ניצנים בכיוון זה.⁷ בעולם כמו גם בארץ החלו מוכרי הספרים באמצעות חנויות דיגיטליות מרחיבים את העיסוק שלהם בהוצאה לאור, ומדלגים מעל המו"לים המסורתיים, אך התופעה עדיין בחיתולה.

³ רבים עדיין מפקפקים במהימנות של האתרים המקוונים וטוענים לחוסר אובייקטיביות בסינון ערכים ובתוכנם, אך ברור שזו הייתה בעיה גם של אנציקלופדיות מודפסות, והשיפורים המוכנסים תדיר לאתרים דוגמת "ויקיפדיה", הופכים אותם למקור לגיטימי.

⁴ ראו אתר הקוראים המשפיעים של "ידיעות אחרונות": <http://www.ynet.co.il/home/0,7340,L-859-17976,00.html>

⁵ ראו באתר כנרת-זב"מ: <http://www.kinbooks.co.il/htmls/home.aspx>
⁶ Streitfeld, D. (2011, Oct. 16). Amazon Signs Up Authors, Writing Publishers Out of Deal. **New York Times**.

http://www.nytimes.com/2011/10/17/technology/amazon-rewrites-the-rules-of-book-publishing.html?_r=2&smid=fb-nytimes&WT.mc_id=TE-SM-E-FB-SM-LIN-ASU-101711-NYT-NA&WT.mc_ev=click

⁷ מיה סלע, (2011, אוקטובר 18), אמזון נלחמת גם בהוצאות הספרים: תוציא לאור 122 ספרים בסתיו, הארץ, חדשות, ע. 11. אוחזר לאחרונה באוגוסט 2016: <http://www.haaretz.co.il/gallery/literature/1.1525346>

דווח כי רשת החנויות סטימצקי וספקית הסלולר אורנג' את "החממה הספרותית", שהוציאה לאור ספרים בחיבור בין המשאבים של סטימצקי ואורנג'. הספרים שיצאו במיזם זה כוונו להוצאה לאור ללא סינון מערכתי, קרי בתשלום הסופרים, ואלו התלונו על רמת ההפקה כמו גם השיווק של ספריהם.

מעל שלל זירות מקוונות אלו מרחף צלו של הספר הדיגיטלי. שיכול להציג את הספרים באמצעות מכשיר אלקטרוני דק (קורא ספרים דיגיטלי) או בשלל מכשירים שאינם יעודיים לצריכת ספרים (כמו טאבלטים, מחשבים ניידים, מכשירי השמעה ועוד), המסוגלים להכיל על שבב זיכרון אלפי ספרים וחוסך את עלויות ההדפסה, הכריכה והשינוע. יתכן כי בראייה היסטורית תיתפס שנת 2010 כשנת המפנה: זו השנה בה הודיע אתר "אמאזון" כי סביב חג המולד נמכרו יותר ספרים אלקטרוניים מספרי נייר וכי קורא הספרים שלה היה המתנה המבוקשת ביותר.⁸ בשנת 2015, בידיעה ב"ניו יורק טיימס"⁹ שהתבססה על נתוני איגוד הוצאות הספרים האמריקאי, נטען כי המגמה של עליית הספרים האלקטרוניים נבלמה, אך ניתוח לעומק של הנתונים כפי שהציעו במגזין פורצ'ן הראה כי המהפכה נמשכת.¹⁰ כך, לדוגמה, בצד הספרים בתשלום, עשרות אלפי ספרים שכבר אינם תחת זכויות יוצרים מופצים בעולם ונגישים לקהל הרחב, שאינו צריך לשלם עוד דבר על ספרים ותיקים אלו. גם אם לא יעלם הספר המודפס והכרוך - וכך כגל הנראה יהיה הדבר בטווח הקרוב - הרי הטכנולוגיה שפועלת לצדו ובסביבתו, משפיעה באופן דרמטי על אופן הייצור, השיווק וחווית הקריאה של ספרים והעידן האלקטרוני מציב אתגרים מרתקים שבוודאי יחתמו תקופה בתולדות הספר ויחלו חדשה.

⁸ כפי שמדווח ה"גארדיאן": Amazon e-book sales overtake print for first : time

<http://www.guardian.co.uk/business/2009/dec/28/amazon-ebook-kindle-sales-surge>

⁹ Alter, A. (Sep. 20, 2015) The Plot Twist: E-Book Sales Slip, and Print Is Far From Dead, New York Times, Retrieved on 8/16 from: http://www.nytimes.com/2015/09/23/business/media/the-plot-twist-e-book-sales-slip-and-print-is-far-from-dead.html?referrer=&_r=1

¹⁰ Ingram, M. (24.9.15). No, e-book sales are not falling, despite what publishers say, Fortune, retrieved on 8/16 from: <http://fortune.com/2015/09/24/ebook-sales>

לצד עליית הספר הדיגיטלי נזכיר גם את המכשירים לצריכתם בגרסתם העברית. "ידיעות אחרונות" יחד עם רשת סטימצקי בה היא מחזיקה באחוזי בעלות, "גיירה" קורא ספרים אלקטרוני, דוגמת הקינדל של אמאזון, ויצרה את הקורא "עברית" ובו אפשרות לקרוא ספרים "הכתובים" בדיו אלקטרוני והמסך ללא תאורה אחורית (בדומה לספר רגיל ובשונה ממסכי טבלטים ומחשבים) אינו מעייף את העיניים.¹¹ המיזם של קורא הספרים "עברית" לא התרומם אך הספר הדיגיטלי העברי ממשיך להתפתח. ספרים אלו, בין אם הם נצרכים במכשירים ייעודיים ובין אם לאו, הם ההבטחה הגדולה של עולם המחר מכיוון שהם מסוגלים להכיל מאות רבות של ספרים (או אפשרות להוריד אותם בקלות מענן מיחשוב).

כאמור, עניין משמעותי בהקשר לספרים האלקטרוניים והעתיד שהם מבטיחים הוא שספרים אלו מבטלים את הוצאת ההדפסה ואת הוצאות השינוע היקרות (ולפעמים השינוע הוא כפול: ממחסני המו"ל אל חנות הספרים ומחנות הספרים אל מחסני המו"ל, אם הספרים אינם נמכרים). הפחתת עלויות אלו יחד עם האופציה של הוצאות ספרים לדלג מעל חנויות הספרים הם הבטחה במונח זה שבאופן זה המו"לים יכולים להרוויח גם אם הם מוכרים במחיר נמוך מכיוון שאינם צריכים להשקיע עד כ-80 אחוז על הנחות למו"ס ולהפצה. אכן אפשר לראות שמחיריהם של רבים מהספרים הדיגיטליים נמוכים (במקרים מסויימים למעלה מ-50 אחוז) מאלו של הספרים המודפסים והכרוכים. המו"לים הגדולים בעולם הצליחו להגיע להסכם עם "אמאזון" שמחירי הספרים יישארו גבוהים יחסית, אך אפשר להניח שבעתיד אפשר יהיה לראות הנחות גדולות אף יותר בתחומם של הספרים הדיגיטליים. יתכן שכאן טמונה הבטחה גדולה ליצירה העברית, וכך יש סיכוי שיקבלו תמורה רבה יותר אלו שמייצרים את הערך

¹¹ ראו למשל באתר של "עברית" קורא הספרים האלקטרוני: <http://www.e-vrit.co.il/content.aspx?cId=4>

הספרותי והמסחרי בשרשרת, בראש ובראשונה הסופרים, אך גם אלו שמטפלים בקפידה בכתב היד.

עניין אחרון שראוי להזכיר, לצד ספרי הקריאה הנצרכים באמצעות מכשירים דיגיטליים נזכיר גם את הספרים הקוליים (Audiobooks), המחליפים את החוויה הוויזואלית באינטרפרטציה המופקת לאוזניו של הקורא, לעיתים על-ידי יוצר הספר עצמו. גם ספרים אלו מתחילים לצבור תאוצה והם מתאימים לצריכה גם כשעניי הצרכנים עייפות מהתבוננות במסכים, כמו גם לנסיעות ארוכות או להאזנה לפני השינה. בעולם פיתחה חברת גוגל תחום זה באדיקות (audible) ובראש מספר חברות עוסקות בכך, ומאפשרות קנייה של ספר לשמיעה ללא הגבלה במכשירים שונים, או במנוי חודשי המאפשר האזנה לספריית תכנים, הולכת וגדלה, בעיקר לאלו הנמצאים בנסיעות ולאילו שעניינם התעייפו מצריכת מסכים במהלך היום.

העידן הדיגיטלי משנה לא רק את אופני הצריכה של הספרים אלא מאפשר הפקת תכנים קלה הרבה יותר, ומשנה פרקטיקות של הוצאה לאור. כך, לדוגמה, אפשר לומר כי ה"כתיבה למגירה", המספקת את הצורך לכתוב אבל מתפשרת על הצורך לפרסם ולהתפרסם, נמצאת בסכנת הכחדה הן כמושג תרבותי והן כפרקטיקה אנושית-חברתית. כמו במקומות רבים בעולם, גם בישראל יוצרים רבים שאינם מנצלים את העידן הדיגיטלי להפיץ את יצירותיהם: ברשתות חברתיות או בפורומים המאפשרים ליוצרים לפרסם יצירה ספרותית כמו בכתבי עת ספרותיים ברשת הצצים חדשות לבקרים, להציגה בפני המשתתפים האחרים ובכך לא להסתפק באותה פרקטיקה שהייתה למושג מפתח בכתיבה ספרותית בקרב חובבים והיא המשך לתהליך של "ביטול היררכיות" שאינו מבדיל בין איכות לגרפומניה בה "הכל" קביל. לצד הפרסום על גבי פלטפורמות דיגיטליות, התפתחה מאוד במאה ה-21 תופעת ההוצאה העצמית של ספרים, כשהיוצרים

נושאים בכל (או ברוב) הוצאות ההפקה וההפצה, שהפכו זולות יותר במרוצת השנים. תופעות אלו קשורות בתהליך תרבותי רחב יותר של "מות העורך" (Neiger, 2004)¹², שבו בין המוסדות המתווכים בין היוצרים לקהל עולה משקלם של גורמים שאינם מקצוענים בתחום הספרות, כמו אנשי מדיה ויחסי ציבור, על חשבון העורכים המקצועיים ומומחי טעם מן האקדמיה. באופן פרדוקסלי, בעת כזו של ירידת ערך המקצוענים עולה דווקא חשיבותם מול כמות הטקסטים המופקים בתרבות ומול העובדה שבין הכותבים באתרי האינטרנט יש יוצרים מוכשרים, אך גם רבים שמציגים יצירות חלשות מאוד מן הבחינה הספרותית ותפקידם של ההוצאות המרכזיות והעורכים הפועלים בהם להצביע על המיטב. ברור כי הפרסום ברשתות חברתיות ובהוצאה עצמית לאור בונה אחרת את "החוויה המו"לית" עבור היוצרים בהשוואה לזו שהדפיסו בהוצאות ידועות. כלומר, מכלול ההתנסויות, ההכרעות והאינטראקציות שעובר היוצר מתחילת תהליך הכתיבה ועד לפרסום היצירה משתנה בין הבמות השונות.¹³ יחד עם זאת, מנקודת המבט של המו"לות המסורתית ברור כי אמצעי אלו – הפרסום ברשתות ובפורומים כמו גם הוצאה עצמית לאור – משנים את התמונה.

בהקשר להוצאה עצמית לאור אפשר להזכיר תופעה חשובה נוספת והיא שימוש בגיוס תמיכה ספר בסיוע ציבור הקוראים הפוטנציאלי שלו באמצעות אתרים שונים המתמחים בכך (בישראל, אתרים דוגמת Headstart או מימונה). פרויקטים אלו מאפשרים ליוצרים בתחומים שונים לעקוף את ההוצאה לאור המסורתית ולברוק האם יש "אי שם בחוץ" אנשים שיבקשו לרכוש מראש את יצירתם ובכך הם מבטיחים לעצמם הן קהל שמצפה ליצירה והן החזר (מלא או

¹² Neiger, M. (2004, June). "The Death of the Editor? – The Rise of the New Mediators of Culture." Paper presented at the **International Conference of the Association for Israel Studies**, The Hebrew University of Jerusalem.

¹³ ראו בהרחבה: נייגר, מ. ועבדולאייב, נ. (2011). החוויה המו"לית: בחינת תהליכי ההוצאה לאור של כתבי יד ספרותיים בספרים ובאתרי אינטרנט מנקודת מבטם של היוצרים. קשר, 41: 54-64.

חלקי) על ההוצאות של הפקתה. אעיר כי גם ספר זה נעזר בפרויקט מימון-המון בהדסטארט וזכה להצלחה יפה כך ש-75 תומכים, השקיעו מכספם כדי לקבל עותק של הספר לפני שראה אור בדפוס. דרך זו צוברת תאוצה ויש בה תחליף מעניין מאוד למודלים המסורתיים של המו"לות.

לסיכום נקודת המבט הטכנולוגית, אפשר לציין שינויים מרכזיים המתגרים את המודלים של ההוצאה לאור שהתבססו במאה השנים הראשונות למו"לות העברית:

א. תהליכים הקשורים באופני רכישת הספרים: הספרים הדיגיטליים המאפשרים מכירת ספרים שלא באמצעות רשתות הספרים הגדולות. קרי, דילוג על מוכרי הספרים המסורתיים, הפקה קלה יותר שאינה מצריכה שינוע פיזי.

ב. שינויים בחוויית הצריכה: הספרים הכתובים בדיו אלקטרונית והספרים המושמעים שמעבירים את החוויה מן העין אל האוזן, משנים את האופן בן חוים הצרכנים את הספר. תחום זה ראוי למחקר עתידי מעמיק.

ג. תהליכים בהפקת הספרים: הוצאה עצמית לאור כמו גם ההוצאה לאור הנתמכת, בין היתר, באמצעות מימון-המון, המאפשרים דילוג מעל המו"לים המסורתיים. שני תהליכים אלו יכולים גם להשתלב: האפשרות ליצור ספרים דיגיטליים באמצעים ביתיים ולהפיץ אותם באופן עצמאי, בין היתר באמצעות הרשתות החברתיות. על פניו אמצעים אלו מגלמים הבטחה להמשך יצירה ופרסומה באופן חופשי.

לאור כל אלו, כפי שנאמר קודם לכן, אולי דווקא בעת של "מות העורך" (Neiger, 2004), בהם יוצרים אינם זקוקים באופן מעשי לאנשי המקצוע בתחום הפקת הספר ובראשם העורכים הספרותיים ומבקרי התרבות, דווקא עולה משמעותם של אלו כי עליהם למיין ולסמן. בתוך ים הטקסטים המציפים את האדם בחיי היומיום שלו, יש מקום בו מקצועני עולם הספר צריכים לנווט את צי התרבות, גם אם הוא מורכב מאלפי סירות שונות.

מצב המו"לות העברית בישראל מאה שנה לאחר היווסדה

כך דרכו של מו"ל בישראל: תחילה מדפיס, אחר-כך מפסיד, ולבסוף – מספיד (ביאליק, אצל דרויאנוב)

לאחר ששורטטו קווי מתאר כללים של מאפייני המו"לות והוצגו הכיוונים הטכנולוגיים העתידיים, אני מבקש לחבר תהליכים עליהם הצבעתי לאורך כל הספר וסוכמו בעמודים הקודמים עם הערכות לגבי העתיד. למרות הסכנות האורבות להתבוננות מסוג זה, אבקש להצביע על אתגרים, סיכויים וסיכונים בתום מאה שנות מו"לות עברית בישראל. בשנת 2008 ניסה ח"כ הרב מיכאל מלכיאור לקדם בכנסת את "חוק הצרפתי" (מחיר אחיד ללא הנחות לספרים בשנה הראשונה ליציאתם לאור). בגלגול מאוחר יותר, בשנת 2010, תפס המהלך תאוצה כשמספר ח"כים - לימור לבנת, ניצן הורביץ, נחמן שי, זבולון אורלב, ושלי יחימוביץ' - הגישו הצעת "חוק להגנת הספרות והסופרים בישראל", שהגיעה לדיון בועדת הכלכלה של הכנסת, ואסר על מכירת ספרים חדשים בהנחות במסגרת המבצעים האגרסיביים של חנויות הספרים. "חוק הספרים", כפי שנודע בשמו המקוצר, הציע לקבוע כי בשנתיים הראשונות מרגע הוצאת ספר הוא לא יוכל להימכר במבצעים אגרסיביים (דוגמת "ארבע ספרים במאה שקלים") וההנחה שתינתן לקונים לא תהיה גדולה מ-50 אחוז ממחירו הקטלוגי, וכן לקבוע מינימום של 8-10 אחוזים מן הרווחים על הספר כתמלוגים ליוצר. בנוסף למבצעים האגרסיביים לספרים בני שנתיים ומעלה, החוק אפשר מבצעים על ספרים חדשים יותר, אלא שההנחות לא תהיינה חריפות כל-כך, תוך שהן מאזנות בין טובת הסופרים, הצרכנים, בתי ההוצאה לאור וחנויות הספרים. החוק הופעל למשך

שלוש שנים כהוראת שעה אך בשנת 2016 בוטל למעשה, למרות שאי-אפשר היה לקבוע את השפעתו באופן מעשי על שוק הספר בכללותו.¹⁴

למרות שבוטל החוק ראוי להזכיר כי אמנם לפי כותרתו הוא עסק ב"ספרות ובסופרים" אך הקורא בו מבין שאחת ממטרותיו העיקריות, אולי אף לפני הדאגה לאינטרס של הסופרים, להגן על המו"לים מפני בעלי חנויות הספרים בכלל, ובראש ובראשונה, מול רשתות הספרים "סטימצקי" ו"צומת ספרים". אולם החוק נראה שהחוק לא הצליח לפתור בעיה זה, ומכל מקום לא ניתן מספיק זמן כדי לבחון השפעתו. כפי שפורט לקראת סופו של ספר זה, בפרק הדין בעלייתה של אימפריית "כנרת-זב"מ", צמיחתה של רשת זו הטתה עוד יותר את השוק לטובת מוכרי הספרים בכלל, וכנגד המו"לים שאינם קשורים ברשת "צומת ספרים". כלומר, התחזקה מגמת הבעלות האנכית בשוק הספר, בה הוצאות ספרים ומוכרי ספרים קשורים ביניהם בקשרי בעלות ישירים, וכל אלו חיזקו עוד יותר את מגמת הקונסולידיציה (ההתמזגות העסקית), שאחד משיאה באישור שניתן באוגוסט 2016 להוצאת מודן, המחזיקה שליש מ"צומת ספרים", לרכוש את "הוצאת כתר". אומנם מדובר על קנייה של מו"ל על-ידי מו"ל חזק יותר כלכלית, אך בשל הבעלות החלקית של מודן בחנויות "צומת ספרים" מדובר בחיזוק הבעלות הצולבת בשוק הספרים, שמשמעותה הגברת הריכוזיות בשוק. בפועל, ההוצאות החלשות בשוק צריכות להציע הנחות גדולות מאוד על המחיר הקטלוגי לחנויות הספרים כדי למכור את מרכולתן.

עוד נזכיר כי רשת "כנרת-זב"מ-צומת ספרים" הכניסה לשוק הספרים מבצעים אגרסיביים שכמותם לא נראו קודם, כך שבשתי הרשתות החלו מבצעי ספרים הידועים בשם (העילג): "ארבע במאה", קרי ארבעה ספרים במאה שקלים.

¹⁴ ראו מתוך רשומות הכנסת: חוק להגנת הספרות והסופרים בישראל (נדלה לאחרונה 5 במאי, 2016): <http://www.knesset.gov.il/Laws/Data/law/2407/2407.pdf>

אין רע שתמלא הארץ ספרים רבים למרות שהחשש הכבד הוא ערימות הספרים הנערמות בבתיים בלי שאיש קורא בהם (ומסתבר שנוצה מילה בשפה היפנית לתאר זאת: Tsudoku). דן בן-אמוץ תאר תופעה זו לפני עשורים במערכון מפורסם של הגשש החיוור בשם "שוק הספרים": "קניתי, אך טרם הספיקותי לעיין בו".¹⁵ זאת ועוד, יש לזכור כי ההנחות הגדולות בהן נמכרים הספרים באות על חשבון המוציאים לאור, שנאלצים, בתורם לקצץ באופן משמעותי את התשלומים ליוצרים ולכל העוסקים האחרים בתעשיית המו"לות (מתרגמים, עורכים). ספר הנמכר ב-25 שקלים בחנות הספרים אינו יכול להיות אפילו כסוי הוצאות לעושים בתעשיית הספר, שלא לומר תשלום הולם. יחד עם זאת, יש שיטענו כי התגמול המשמעותי ביותר ליוצר הוא שיקראו בספריו וההנחות מביאות לכך שהרבה יותר סופרים, בוודאי סופרי ביכורים, זוכים שספרם יימכר, כשברור שלא רבים ירכשו אותם במחיר מלא.

הוצאות יוצרות שיתופי פעולה ביניהן (בהתאם למגמה עולמית של קונגלומרטיזציה וקונסולידציה בכלל, ובעולם המו"לות בפרט), שוכרות את שירותיהן של עורכים ספרותיים ואז נפרדות מהם, הוצאות קטנות מצליחות בשעה שגדולות נאנקות, ולהפך. אחת התופעות הבולטות היא כמות הכותרים הרואה אור. אם נתרכז רק בכמה נתונים ספציפיים הרי אפשר לראות כי לפי נתוני הספרייה הלאומית הודפסו בישראל כ-533 רומנים בפרוזה וקבצי ספורים קצרים בשנת

¹⁵ כך נאמר במערכון "שוק הספרים" של "הגשש החיוור" שכתב דן בן-אמוץ: "[...] - חוץ מזה ספרים זה גם תענוג, בפירוש ספרים תענוג. בן אדם הולך לבית הבראה של ההסתדרות לא ייקח איתו שנים, שלושה ארבעה חמישה ששה ספרים? אבל לא רק בעניין הבריאות, יש גם להיטים, בן אדם הולך למסיבה ישאלו אותו "האם קראת את "הממונה" של מיקי בר קיקי?" מה יגיד?
- יגיד - ראיתי את הסרט
- לא! יגיד "קניתי - אך טרם הספיקותי לעיין בו". למחרת בא בליינד קונה את הספר."

2015.¹⁶ גם אם מספר זה אינו עצום בהשוואה לעולם, הרי המשמעות היא שרק ספרים מעטים יזכו להצלחה במאבקי הכוח על המקום ב"שולחנות הכוח", אותם שולחנות מרכזיים אצל מוכרי הספרים.

השילוב בין ההיצע והלחץ למבצעים מוביל לכך שמעט ספרים מתקשים לחצות את רף 1,000-2,000 העותקים במחיר מלא לפני שהם עוברים למבצעים או מוחזרים לחנויות. מעטים הספרים שחוצים את רף 20 אלף הספרים (שהוגדר בעבר על-ידי התאחדות הוצאות ספרים בישראל כרף המזכה בפרס "ספר הזהב"), ובוודאי מעטים הרבה יותר חוצים את רף 40 אלף העותקים (רף שזיכה בפרס "ספר הפלטינה").¹⁷ למספרים אלו השפעה הן על שכר הסופרים (קשה עד בלתי אפשרי להתקיים מכתבה, ויעידו בכירי הפרוואיקונים) והן על הליווי המו"לי לכל ספר לאורך כל תהליך ההפקה והשיווק. אם יוצאים בהוצאה כ-10 ספרים בחודש (המו"לים הגדולים מהמרים ומעדיפים להוציא הרבה ספרים בתקווה שאחד יהפוך לרב-מכר) ברור שיעשה מאמץ שיווקי רק עם מספר מצומצם של כותרים.

הניתוח מנסה להמנע מנוסטלגיה אך, בכל זאת, בהשוואה לעבר הבעיה כפולה: **פריצת הזרעון** - אם בעבר הסלקציה בשל העלות הייתה משמעותית, הרי שעתה, למרות הקושי הגדול, רבים יכולים להוציא את ספרם לאור באמצעות הוצאה עצמית לגוונה. אך הבעיה היא לצלוח מחסום אחר: לא את זה של הדפוס אלא של השיווק וההפצה. איך אפשר לפרוץ כשאלף ספרי פרוזה חדשים בעברית

¹⁶ מספר ספרי השירה שראה אור בשנת 2015: כ-345 ספרי שירה חדשים בעברית קרי, כמעט ספר בכל יום. מתוך מספר זה 155 ספרי שירה היו ספרי ביכורים. כ-40 אחוז מכלל ספרי הביכורים בשנת 2015.

¹⁷ רשימת הספרים שזכו בפרס "ספר הפלטינה": http://www.tbpai.co.il/?page_id=18; רשימת הספרים שזכו בפרס "ספר הזהב": http://www.tbpai.co.il/?page_id=13; רשימות כוללות גם ספרי ילדים וספרי עיון מסוגים שונים. (נדלה לאחרונה מאתר התאחדות הוצאות הספרים בישראל באוגוסט 2016)

רואים אור בשנה?¹⁸ מי קובע ומה קובע איזה מהספרים ייקלט ואיזה יחזור בבושת פנים למו"ל, בדרך למיחזור, במפעלי נייר חדרה? וכך הסכנה של החמצת סופר או ספר מעולה גדולה מאי פעם.

הספר כפרפר מדף - חיי המדף או, ליתר דיוק, חיי פרפרי מדף: הספרים משלימים מחזור חיים קצר מאוד, כל היופי הגדול שצומח לאיטו, מת במהירות על המדף ומפנה את מקומו לספרים אחרים. נסו להיכנס לחנות ספרים ולקנות ספר שרק בשנה שעברה היה להיט (שלא לדבר על להיטים משנים קודמות, שלא לדבר על קלאסיקות, שלא לדבר על "סתם" ספרים). חנויות הספרים נאלצות להוציא ישן מפני חדש מכיוון שהן לא מחסני ספרים (כך הן תופסות זאת גם נוכח עלויות שכירת מחסנים). אפשר להבין זאת, אך התוצאה קשה - הכמות דוחקת את האיכות. חנויות הספרים טורפות את תכולתן: ספרים שלא יביא רווחים מיידיים יורדו מן המדף ויורדו מן החנות.

נכון כי בארצות המערב - בעיקר בשפות אנגלית, צרפתית וספרדית – רואים אור לאין שיעור יותר כותרים. יחד עם זאת, כשציבור הצרכנים הפוטנציאלי הוא כה גדול גם מכירות צנועות יחסית מכסות סיכוני הדפסה, ובישראל מכירת כמות כזו הייתה נחשבות הצלחה. זאת ועוד, בעבר התלונה המקובלת הייתה שמחירי הספרים גבוהים, ואילו כיום, ספרים רבים מדי, עוברים מהר מדי למדפי המבצעים, ונמכרים בחבילות בחנויות לכלי בית ובסופרמרקטים. זהו אולי אמצעי נכון להגיע אל קהל שאינו פוקד באופן קבוע את חנויות הספרים, אך המחיר בו הספרים נמכרים והאופן בו הם מוצגים, מוביל לזילות, במובן הפשוט של המילה (לא מיותר לציין שספרים באותם מבצעי הנחות אינם מקנים כמעט תמלוגים

¹⁸ הספרייה הלאומית מדווחת כי 1,404 ספרי פרוזה ושירה ראו אור בישראל בשנת 2015. המספרים מבוססים על הספרים שהתקבלו כעותקי חובה בספרייה, וייתכן שהמספרים בפועל גבוהים יותר. ראו (נדלה לאחרונה באוגוסט 2016): <http://web.nli.org.il/sites/NLI/Hebrew/library/depositing/statistics/Pages/lgd-statistics-2015.aspx>

למחברם). עוד חשוב לומר, שרבים מהספרים שזוכים להצלחה הם מדריכים שונים, ספרי פרוזה מתורגמת שזכתה להצלחה בחו"ל וספרי ילדים. עניין מיוחד בהקשר זה הוא פרסום ספרי שירה. צריך להגיד זאת במפורש: שירה היא בעיה מן הזווית המו"לית ואין זה עניין חדש. ספרי שירה אינם נמכרים כמעט כלל (אלא במקרים נדירים של משוררים נבחרים) ולמעשה - בשילוב בין תנאי השוק ותנאי התרבות כיום - אין כמעט (ר"ל, אין בכלל) ספר שירה שיכסה את הוצאות ההפקה (בוודאי אם יש עורך), ההדפסה, השיווק וההפצה של ספר. לעזרתה של השירה באות קרנות ופרסים ספרותיים, אך, עדיין, ספרי שירה מעוררים הד קטן ביער הספרים, וגם המעולים שבהם כמעט ולא נשמע קולם, עובדה המציבה התמודדות הן בפני התרבות בכלל והמו"לות, בפרט.¹⁹

את האתגרים העומדים בפני עולם הספר העברי אפשר לסכם תוך התבוננות בשני תחומים התלויים זה בזה: הכלכלי והתרבותי. במישור הכלכלי, המדינה, כמו מרבית מדינות המערב, צריכה לוותר על גביית מע"מ מספרים. צריך לוודא שהורדה זו תוביל להורדת מחירי הספרים ולתגמול ראוי יותר ליוצרים, האחרונים בשרשרת המזון המו"לית.

בישראל עמד להתקבע בעשור הראשון של המאה ה-21 דואופול מאוזן יותר, בו מול חנויות "צומת ספרים", יחד עם הוצאות כמו כנרת-זמורה-ביתן-דביר ומודן, פעלו "כתר ספרים" וההוצאות הנעזרות בשירותיה יחד עם שירותי ההפצה של סטימצקי. האחרונים נכשלו בשיתוף הפעולה ביניהם מכיוון שבשונה מהתאגדות ההוצאות הקשורות ב"צומת ספרים" אין מדובר באותם בעלים. כשלון זה הוביל לעליית "צומת ספרים" והוצאותיה ככוח ראשי, אך עדיין נראה היה כי

¹⁹ מאיר ויזלטיר מתייחס לכך בשירו, המעיד שהשירה כבעיה מו"לית ותרבותית אינה חדשה: "הַלְּלִיָּה אֶנְחֵנוּ קוֹרְאִים שִׁירִים, אֶבֶל הָעוֹלָם אֵינְנוּ / קוֹרְאִים שִׁירִים הַלְּלִיָּה, וְלֹא בְּלִילוֹת אַחֲרֵי / אֵינְנוּ קוֹרְאִים שִׁירִים, אֶפְלוּ לֹא / אֶת הַיָּפִים בְּיוֹתֵר, לְעוֹלָם / לֹא יוֹאִיל הָעוֹלָם לְקֹרֵא אֶפְלוּ / אֶת הַיָּפִה בְּיוֹתֵר בְּשִׁירִים / אֶפְלוּ נִפְצֵיר בּוֹ, אֶפְלוּ נִפְצֵיר בּוֹ מֵאֵד / הוּא לֹא יִסְפִּים." (מאיר ויזלטיר, מתוך "קיצור שנות השישים", תל-אביב: ספרי סימן קריאה, הקיבוץ המאוחד).

בשוק מתבססים שני שחקנים עיקרים בתחום מכירת הספרים - "צומת ספרים" ו"סטימצקי" - דבר המוביל לשוק דואפולי במהותו, המבסס את חולשת המו"לים מול מוכרי הספרים. באוגוסט 2016 אישרה הרשות להגבלים עסקיים את הסכם מכירת הוצאת כתר להוצאת מודן (המחזיקה גם בשליש מצומת ספרים) ובכך הופרו עוד יותר האיזונים בשוק הספרים בישראל (שהוא, כאמור, ממילא ריכוזי מאוד בשל עוצמת קמעונאי הספרים בו). זמן קצר לאחר מכן דווח בעיתונות על כוונה לגל פיטורים וצמצומים בשורות הוצאת כתר בשל רכישתה על ידי מודן, כשבד בבד, חנכה הוצאת "כנרת זמורה ביתן" את משכנה החדש והמפואר.²⁰ יחד עם ביטול חוק הספרים לאחרונה, נראה כי שוק הספרים הפך להיות שוק בו קשה מאוד התחרות להוצאות שאינן קשורות בכוח הגדול של צומת והוצאותיה (אולי פרט ל"ידיעות ספרים" שבמהלך שנת 2015 מימשה אופציה לרכישת אחוזים מרשת סטימצקי)²¹.

נוכח בהקשר לסטימצקי ו"ידיעות ספרים" כמו גם ל"צומת ספרים" וההוצאות הקשורות בה כי למרות שתהליך זה קורה בעולם, כשתאגידים גדולים משתלטים על עולם המו"לות (ראו ספרו של שיפריין), האתגר הגדול הוא שהשתלטות שכזו לא תוביל להומוגניזציה של הטעם וקידום הסחיר על-פני האיכותי (נקודת האור: עדיין בישראל, בשונה מארצות הברית, מגיעים גם ספרי איכות רבים לצמרת רשימות רבי המכר ולא רק ספרות קלה).

רכישת הוצאת כתר, הוצאה מפוארת בהיסטוריה של המו"לות העברית, בסכום שאינו גבוה בסדרי הגודל של עסקאות בשוק ההון הישראלי, כ-26.5

²⁰ שמר, ה. (21/8/16). שוק הספרים בצרות? לא זה הרושם ב"בית הספרים" החדש. Xnet. נדלה לאחרונה באוגוסט 2016:

<http://xnet.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4843172,00.html>

²¹ דברת מזריץ, ע. (30/7/15) רשת ספרים לכל מו"ל גדול: ידיעות נכנסת כשותפה ב-10% מרשת הספרים סטימצקי. דה מארקר. נדלה לאחרונה באוגוסט 2016
<http://www.themarket.com/advertising/1.2696077>

מיליון שקלים, מעידה עד כמה זעיר מבחינה מסחרית שוק הספרים (ונזכיר כי כל רשת סטימצקי על כל 140 חנויות שלה נמכרה לקרן מרקסטון בכ-200 מיליון שקלים בשנת 2005). יתכן שגודל שוק זה, והעובדה שהכוחות העיקריים שבו מובילים למצב בו מחיר הספרים נמוך לצרכן על חשבון הסופרים והמו"לים מוביל למצב שבו אפשר להמשיך לערער את כוחם של המוציאים לאור שאינם קשורים לרשת חנויות "צומת ספרים", כפי שעלה מתגובת הרשות להגבלים עסקיים על מכירת הוצאת כתר להוצאת מודן: "שינוי מאזן הכוחות בענף אינו צפוי להשפיע לרעה בהכרח על התחרות בו, כלומר — על המחיר שישלמו הצרכנים. השאלה מה יהיה על המו"לים ועסקי הספרות אינה מעניינה של הרשות".²² מכירת כתר חותמת את ההתרחשויות המוצגות בספר זה, והיא בהחלט שיא של תהליכים ארוכים בשדה ההוצאה לאור בישראל.

לקראת העתיד בענף המו"לות ועולם הספר אני מבקש לחדד שלוש נקודות:
א. **התרבות, בכלל, ועולם הספר בפרט, ראויים לאסדרה** (רגולציה): "תרבות" היא מושג מעורפל אך אפשר לחשוב עליה כעל "מכונה" המפיקה מוצרים, המשקפים את רוחו של הקולקטיב ואת ההקשרים החברתיים בהם הוא פועל: הספרים, כמו גם, לדוגמה, הפקות טלוויזיה או תיאטרון. בעוד שבתחום הטלוויזיה ברור למחוקק שעליו לדרוש מיצרני התרבות המסחרית בטלוויזיה איזון, גיוון ונאותות הפקה, גם אם משמעות הדבר שהמחוקק מתערב נגד "רצון העם" שדורש עוד "ריאליטי" והוא מקדם בצורה יזומה ואנטי-פופוליסטית "תרבות ראויה". לצערי, שוק הספר אינו מוסדר, והמצב הוא שלחלק מהמו"לים

²² איזיקוביץ, ג. (14/8/16) אושר מיזוג "מודן" ו"כתר"; חשש בענף הספרים מהגברת הריכוזיות בשוק. <http://www.haaretz.co.il/gallery/literature/1.3038257>

האיכותיים, אלו שאינם קשורים בקבוצות הכוח, קשה להתקיים. עולם הספר ראוי להסדרה. חלק מהסדרה זו צריכה להיות קשורה גם בתמיכה ביוצרים צעירים ובעידוד ספריות וקריאה (ועל כך בהמשך).

ב. **ספר אינו מוצר בר פג-תוקף:** בניגוד לטענות אלו שהתנגדו לחוק הספרים, מבצעים אגרסיביים בשוק הספר היו יכולים יכלו להמשיך להתקיים גם תחת החוק, והציבור יוכל להמשיך ולצאת מהחנויות כשבאמתחתו "ארבעה ספרים במאה שקלים". אמנם לא יהיו אלה הספרים החדשים ביותר, אולם אין שום רע בכך שהספרים במבצעים האגרסיביים יהיו ספרים "ישנים" בני שנתיים (כמובן, שאינם ישנים ממש), כי לא פג תוקפם של הספרים. יתכן אף שמבחינה תרבותית יש יתרון בכך שספרים יישארו ב"מחזור הדם" של הספרות, כשהמצב היום הוא שספרים - גם המובחרים שבהם - מופיעים על המדפים לזמן קצר ונעלמים במהירות מהחנויות, בהן שטח המדפים מוגבל. מחוץ לישראל, חנויות הספרים באינטרנט והמחסנים הענקיים שלהן פותרות חלק מבעיית הזמניות של הספרים, ומגמה זו מגיעה גם לישראל ורוב הוצאות הספרים מוכרות כיום גם ברשת.

ג. **עידוד הקריאה של ספרות יפה:** ועוד עניין ששווה להקדיש לו מחשבה: עידוד הקריאה בקרב כלל הציבור. בהשראת מסעות הסברה ציבוריים שנערכו בחו"ל, יצא לפני כמה שנים קמפיין תחת הכותרת "תקרא-תצליח" בו כיכבו ידוענים (סלבריטאים) מהספורט ומהבידור הישראלי. קשה להעריך את האפקטיביות של הקמפיין אבל ברור שהוא נעצר מהר מדי. קמפיין כזה צריכה המדינה (ולא בנק) להוביל באופן קבוע במקביל לטיפוח הספריות הציבוריות ופעולות הסברה לתלמידים ולהורים. נראה שבעידן הטקסטים המילוליים הקצרים (פייסבוק וטוויטר) והמסרים הוויזואליים (יוטיוב, אינסטגרם, סנפצ'אט) זה האתגר המשמעותי להמשך קיומה של רפובליקה ספרותית פעילה. לצערי, ולצער רבים, תהליך התדלדלות לימודי הספרות בבתי הספר (בין היתר, מספר

היצירות אותן מתבקשים תלמידים להכיר) רק מצביע עוד יותר על חשיבות טיפוח הספרות ולימודיה.

במהלך המאה האחרונה נעה המטוטלת בתפקידי הספר בחברה הישראלית מן האידיאולוגי (של הוצאות הפועלים) אל הכיוון המסחרי בריש גלי והיא מייצגת גם את המתח והמעבר מן ההדגש על תפקידי הספר להעשרה אינטלקטואלית ולחשיבה ביקורתית לשימושי הספר כמוצר של פנאי וכידור. המאה הבאה התחילה בסימן של ריבוי ורוויה. העידן האלקטרוני עם ריבוי ערוצים ותפוצת האינטרנט ואמצעי הפקת ספר קלים לאין שיעור מביאים את המו"לים הרציניים להילחם על מקומם (בתקופה בה האוריינות היא נחלת הכלל) דרך הוצאת ספרים המדגישים את תפקידם הבידורי בכמויות שמהן קשה לברור ולמצוא את האיכותיים שבהם, בעלי הרמה האסתטית הגבוהה והאמירה המשמעותית המשפיעה על החברה.

כבר קהלת התריע בסיום ספרו: "יִתֵּר מִהֶמָּה בְּנֵי הַזֶּהָר עֲשׂוֹת סִפְרִים הַרְבֵּה אֵין קֶץ וְלִהְי הַרְבֵּה יְגַעַת בְּשׂוֹר" (י"ב 12) ומכאן גם השאלה הרצינית העומדת על הפרק על תפקידם של מתווכי התרבות בקידום ספרות המאתגרת את הקורא. שנת 2010 היא השנה בה חגגנו מאה שנות מו"לות עברית. אך יש לזכור כי הרחבת הבסיס של קהל הקוראים היא גם התנאי לדורות הקוראים הבאים, מתוך תקווה - תפילה תרבותית ולאומית - לעשרות על גבי עשרות רבות של שנות מו"לות ויצירה מתחדשת, שהרי כל ספר הראה אור בתרבות העברית, הוא אבן מאבניה.

ירושלים; ינואר, 2017