



گزارش پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت (۲۰۰۱)

تهیه کننده: داریوش مطلبی

مقدمه

به اعتقاد بسیاری از متخصصان و سایل ارتباط جمعی، علیرغم پیشرفت‌های چشمگیر رسانه‌های صوتی، تصویری و گسترش سریع شبکه‌های اطلاع‌رسانی، به ویژه شبکه جهانی اینترنت، کتاب همچنان موقعیت خود را به عنوان رسانه‌ای برتر و معتبر برای انتقال آگاهی‌ها حفظ کرده است.

در اثبات این ادعا، می‌توان به سیل عظیم خواستاران کتاب، نویسندگان و ناشران و ... اشاره کرد که در روزهای برپایی نمایشگاه‌های کتاب، لحظه‌ای آن را خالی نمی‌گذارند و همیشه در آخرین روز

در حالی که از کمبود وقت گله دارند. نمایشگاه را ترک می‌کنند. قدیمی‌ترین، بزرگ‌ترین و مشهورترین بازار مکاره کتاب در جهان، امسال پنجاه و سومین سال زایش دوباره خود را جشن گرفت. نخستین "نمایشگاه جهانی کتاب فرانکفورت" از خاکستر کتابسوزان دوران حکومت وحشت و خشونت فاشیسم سر برآورد و بر ویرانه‌های جنگ دوم جهانی بنیاد شد. در پنجاه و دو سال گذشته نمایشگاه کتاب فرانکفورت فراز و نشیب‌ها و بحران‌های بسیاری را پشت سر گذارده و از این طریق به تجربه‌های فراوانی دست یافته و به تکاملی نسبتاً

مطلوب رسیده است که گرچه تقلید از آن برای کشوری مثل ایران که نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران - نمایشگاهی هم سنخ با نمایشگاه فرانکفورت - را دارد نه ممکن است و نه مطلوب. ولی آموختن از تجربیات این نمایشگاه برای دست‌اندرکاران نمایشگاه کتاب بسیار سودمند و مفید خواهد بود. چرا که نمایشگاه کتاب تهران هنوز مراحل اولیه پیشرفت و تکامل خود را طی می‌کند و بی‌نیاز از تجربیات دیگران نیست.

نشر ایران در آستانه سال ۲۰۰۱ و هزاره سوم، بیش از پیش نیاز به ارتباط با سایر کشورها دارد تا بتواند علاوه بر



ترجمه آثار خارجی، زمینه ترجمه آثار ایرانی به سایر زبان‌ها را فراهم کند. این امر زمانی شکل جدی‌تری به خود می‌گیرد که ناشران ایرانی در ارتباط تنگاتنگ با سایر ناشران خارجی باشند که نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب می‌تواند بستر بسیار مناسبی برای این منظور باشد.

تاریخچه

در نخستین سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، بازار نشر و پخش کتاب رونق چندانی نداشت؛ خاصه در آلمان و دیگر کشورهای اروپایی که مسائل و مشکلات بیشماری در راه بازسازی ویرانی‌ها و خرابی‌های ناشی از جنگ و راه‌اندازی چرخ‌های اقتصادی وجود داشت و در نگاه اول چنین می‌نمود که اولویت‌های دیگری جز مسائل فرهنگی و پرداختن به هنر، ادبیات و تولید، نشر و پخش کتاب افکار عمومی را مشغول داشته است. ولی به رغم تمام این مشکلات، در روزهای ۱۸ تا ۲۳ سپتامبر سال ۱۹۴۹ میلادی، یعنی کمتر از چهار سال پس از پایان جنگ، ۲۰۵ ناشر آلمانی در "کلیسای پاول" فرانکفورت گردهم آمدند و با عرضه ده هزار عنوان کتاب، اولین نمایشگاه کتاب را بعد از جنگ برپا کردند که در حدود ۱۴/۰۰۰ نفر از اولین نمایشگاه کتاب فرانکفورت بازدید نمودند؛ به این ترتیب دوره‌ای جدید در تاریخ ((نمایشگاه کتاب فرانکفورت)) آغاز شد. در آن زمان ویرانی‌های ناشی از جنگ هنوز در آلمان به طور کامل بازسازی نشده بود؛ ولی "کلیسای پاول" فرانکفورت از معدود بناهایی بود که به سبب اهمیت تاریخی آن، به موقع

بازسازی شد تا در سال ۱۹۴۹ میلادی آماده برگزاری مراسم صدمین سال تشکیل مجلس مؤسسان آلمان باشد. بی‌گمان همزمانی برگزاری اولین نمایشگاه کتاب با این مراسم و نیز همزمان بودن آن با جشن‌های دوستمین سالگرد تولد گوته، یکی از علل مقبولیت و موفقیت جهانی نمایشگاه کتاب بود. جالب این که در همان اولین نمایشگاه کتاب و به رغم کمبود امکانات مالی، تبلیغاتی و سازمانی، گردانندگان نمایشگاه بهره‌وری اقتصادی را یکی از اهداف اصلی خود قرار داده بودند و با ابتکارات جالب تبلیغاتی سعی در جلب بازدیدکنندگان داشتند.

در اواخر دهه شصت میلادی موج گسترده تظاهرات فراگیر دانشجویان در اروپای مرکزی و آمریکای شمالی و ناآرامی‌های ناشی از آن دامن نمایشگاه جهانی کتاب فرانکفورت را نیز گرفت و موجب سیاسی‌تر شدن آن گردید و حتی تا مرز از هم پاشیدگی نمایشگاه پیش رفت. دانشجویان متعرض به اوضاع سیاسی و اقتصادی آن دوران که صحنه نمایشگاه را مکانی مناسب برای طرح نظرات خود و جلب افکار عمومی می‌دیدند، غرفه‌های نمایشگاه را پر کردند و مباحث سیاسی روز را در کانون نمایشگاه جای دادند. در آن سال‌ها جنب و جوش بی‌سابقه‌ای در راهروها و غرفه‌ها و سالن‌های نمایشگاه به وجود آمد و حتی مؤسسات انتشاراتی جدیدی مناسب با خواسته‌های نسل جوان و پرشور آن دوران پا گرفتند که اغلب آنها تا امروز نیز به فعالیت خود ادامه می‌دهند. اما چند سال بعد و با فرونشستن جنبش

دانشجویی، از جذابیت نمایشگاه کاسته شد و از سال ۱۹۷۲ میلادی سطح فرهنگی نمایشگاه به طور چشمگیری نزول کرد و نمایشگاه بیشتر به عنوان محلی برای ارائه آثار مبتذل و نازل تبدیل شد و کتاب‌های مربوط به سینما، فوتبال، هنرپیشه‌های معروف و ... به عنوان‌های پرفروش آن سال‌ها تبدیل شد؛ میهمانان نمایشگاه نه تولیدکنندگان، مترجمان، منتقدان و شخصیت‌های فرهنگی و ادبی، بلکه ستارگان سینما و ورزشکاران بودند و اغلب اهل علم و نظر و منتقدان تمایلی به حضور در نمایشگاه نداشتند.

اما پیش از آنکه نمایشگاه تنها به محلی برای عرضه کتاب‌های نازل تبدیل شود، مسؤلان نمایشگاه برای نجات نام پرآوازه "قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین بازار مکاره جهانی کتاب" پیش قدم شدند و در سازماندهی نمایشگاه کتاب تحولاتی عمیق پدید آوردند و کوشیدند که ملاحظات اقتصادی را تنها معیار موفقیت نمایشگاه قرار ندهند؛ و به موازات آن در ارتقاء سطح فرهنگی نمایشگاه نیز بکوشند و مسائل مهم جهان را در کانون مباحث هفته برگزاری نمایشگاه جای دهند. شاید به جرأت بتوان گفت که از سال ۱۹۷۶ میلادی که برگزارکنندگان تصمیم گرفتند موضوعی را مرکز مباحث اصلی نمایشگاه قرار دهند، نمایشگاه کتاب فرانکفورت به مرور به "مهمترین رویداد فرهنگی و اجتماعی جهان" تبدیل شد و تا امروز نیز این جایگاه را حفظ نموده است. در بیست و هفتمین نمایشگاه "آمریکای لاتین" به عنوان موضوع اصلی نمایشگاه انتخاب شد. گنجاندن ادبیات و فرهنگ



حقوق مؤلفان و اعطای مجوز، اختصاص داده شده بود و فقط ۲ روز برای عموم در نظر گرفته شده بود.

در نمایشگاه کتاب برنامه‌های جنبی متنوعی چون مهمان افتخاری، سالن آثار کم‌دی (Comic)، سالن نشر الکترونیک، گردهمایی آژانس‌های ادبی جهانی، مراکز بین‌المللی کتابفروشان، کتابداران، مراکز تجارت کتاب آلمان، گردهمایی تصویرگران از تمام غره‌های ایران دیدن نمایند. برگزار می‌گردد.

در پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت علاقه خاصی برای موضوعاتی چون مذهب، اسلام، افغانستان و بن لادن وجود داشت و کتاب‌های مربوط به این موضوعات در روزهای اول نمایشگاه نایاب شد، شرکت‌های انتشاراتی جنوب آسیا، خاورمیانه و آفریقا مورد توجه خاص قرار گرفته بودند.

اوضاع و احوال نمایشگاه و علائق بازدیدکنندگان نشان‌دهنده این موضوع بود که تحولات سیاسی اخیر و حوادث ۱۱ سپتامبر آمریکا در جو موجود نمایشگاه بی‌تأثیر نبوده است. شرکت نکردن ۳۲ ناشر فعال آمریکایی که هر سال در این نمایشگاه شرکت می‌کردند و بازرسی بدنی و کالاهای همراه بازدیدکنندگان به خصوص در سالن ۸ (سالن مخصوص ناشران آمریکا، اسرائیل و استرالیا) مؤید این مطلب بود.

هر سال یک کشور به عنوان موضوع اصلی نمایشگاه انتخاب می‌شود، امسال میهمان افتخاری نمایشگاه، کشور یونان بود. سالن مخصوص یونان محل ارائه ادبیات و فلسفه عظیم جهانی و موسیقی

پیشبرد و تحقق صلح مؤثر بوده است، اعطا می‌شود. جایزه صلح آلمان مهمترین جایزه فرهنگی آلمان است و از شهرت و اعتبار جهانی برخوردار است.

جایزه صلح ناشران آلمان در پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب (۲۰۰۱) به یورگن هابرماس (Jurgen Habermas)، فیلسوف و مبارز سیاسی آلمان اختصاص یافت. این جایزه یکی از نکات قوت و یکی از اعتبارهای نمایشگاه کتاب فرانکفورت است.

پنجاه و سومین سالگرد نمایشگاه کتاب فرانکفورت

پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت در ۹ اکتبر ۲۰۰۱ ساعت ۱۷ با سخنرانی شهردار فرانکفورت پترا روس (Petra Roth)، صدراعظم گرهارد شرودر (Gerhard Schroder)، نماینده یونان کونستانتینوس استفانپولوس (Konstantinos Stefanopouls)، نماینده اتحادیه ناشران آلمان رولند اولمر (Roland Ulmer) کار خود را شروع کرد؛ و به مدت ۵ روز از ۱۰ تا ۱۵ اکتبر میزبان بازدیدکنندگان از سراسر جهان بود. نمایشگاه کتاب فرانکفورت در سال ۲۰۰۱ با حضور ناشران، نویسندگان، مترجمان و کتابفروشان سراسر جهان برگزار شد. دیدارکنندگان از این نمایشگاه در فرصتی مناسب از نزدیک با دانشمندان، نویسندگان، مترجمان، منتقدان و علاقه‌مندان حوزه فرهنگ مکتوب دیدار و گفتگو کردند.

۳ روز اول نمایشگاه بین‌المللی کتاب به متخصصان، تجارت بین‌المللی

آمریکای لاتین* در کانون مباحث اصلی نمایشگاه با استقبال همگانی مواجه شد و باعث توجه بیش از پیش افکار عمومی و رسانه‌های گروهی به مسائل موجود در این سرزمین‌ها گردید.

از آن سال تا سال ۱۹۸۸ میلادی هر دو سال یکبار، موضوعی در کانون نمایشگاه کتاب فرانکفورت قرار داده می‌شد و ناشران نیز می‌کوشیدند که پیشاپیش در ارتباط با آن کتاب‌های بیشتری منتشر کنند. از سال ۱۹۸۹، به علت استقبال عمومی از این ابتکار برگزارکنندگان تصمیم گرفتند که به جای هر دو سال یکبار، هر ساله موضوعی یا کشوری را در مرکز مباحث نمایشگاه قرار دهند.

۱۹۷۶؛ آمریکای لاتین، ۱۹۷۸: کودکی و کتاب، ۱۹۸۰: آفریقا، ۱۹۸۲: دین، ۱۹۸۴: جرج اورول، ۱۹۸۶: هندوستان، ۱۹۸۸: ایتالیا، ۱۹۸۹: فرانسه، ۱۹۹۰: ژاپن، ۱۹۹۱: اسپانیا، ۱۹۹۲: مکزیک، ۱۹۹۳: هلند و فنلاند، ۱۹۹۴: برزیل، ۱۹۹۵: اتریش، ۱۹۹۶: ایرلند، ۱۹۹۷: پرتغال، ۱۹۹۸: سوئیس، ۱۹۹۹: مجارستان، ۲۰۰۰: لهستان، و امسال (۲۰۰۱) موضوع اصلی پنجاه و سومین نمایشگاه کشور یونان بود.

جایزه صلح ناشران آلمان

در دومین نمایشگاه کتاب، در سال ۱۹۵۰ میلادی، اتحادیه ناشران و کتابفروشان آلمان جایزه‌ای را ابداع نمود که همه ساله همزمان با هفته برگزاری نمایشگاه جهانی کتاب فرانکفورت به دانشمندان، نویسندگان، مترجمان، هنرمندان و شخصیت اجتماعی - فرهنگی که در



یونان بود. بیش از ۴۰ مترجم ادبیات یونانی از طرف اتحادیه ناشران آلمان برای حضور در نمایشگاه و سالن یونان دعوت شده بودند. در کل ۴۵۰۰۰ بازدیدکننده از قسمت یونان بازدید کردند.

یکی از نویسندگان برجسته یونانی پیترو مارکریس مظهر مبارزات و شعور سیاسی و ادبی یونان در نمایشگاه حضوری فعال داشت و به صحبت و تبادل نظر با بازدیدکنندگان می‌پرداخت و کتاب او در مورد زندگی اجتماعی و سیاسی مردم یونان بسیار مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفت.

در نمایشگاه امسال مرکزی برای خبرنگاران کشورهای مختلف جهان تشکیل شده بود که آنها می‌توانستند علاوه بر تبادل نظر در مورد مسائل مختلف به گردآوری اخبار نمایشگاه و اطلاعات نشر جهان بپردازند، خبرنگاران ایرانی، امسال حضوری فعالتر در این عرصه داشتند.

نمایشگاه کتاب فرانکفورت در ۱۱ سالن و بر اساس تقسیم‌بندی موضوع و نام کشورها تشکیل شده بود که از این ۱۱ سالن ۵ سالن بر اساس موضوعاتی چون نشر الکترونیک، مذهب، کتاب‌های کودکان و نوجوانان، کتاب‌های داستان و غیرداستان، توریسم، کتاب‌های فنی، دانشگاهی و کتاب‌های هنری مرتب شده بود.

همچنین مباحث و کنفرانس‌های متعددی پیرامون کتاب و رسانه‌های جدید در هفته برگزاری نمایشگاه و نیز پیش از نمایشگاه کتاب برگزار شد که یکی از شاخص‌ترین آنها کنفرانس پنج سؤال

بزرگ نشر بود که در تاریخ ۸ اکتبر (۲ روز قبل از نمایشگاه) بین ناشران و دست‌اندرکاران صنعت نشر دنیا برگزار گردید و ساعت‌ها به بحث و تبادل نظر پرداخته شد، اگرچه به جواب روشنی نرسید ولی دست‌اندرکاران نشر و کتاب را به تفکر واداشت.

پنج سؤال مطرح شده عبارت بودند از:

۱. آیا به زودی صفحه مانیتور نقش یک رسانه برای خوانندگان را ایفا خواهد کرد؟
 ۲. در پنج سال آینده کتابخانه‌ها منتظر چه تغییراتی هستند؟
 ۳. نقش ناشران، نویسندگان و کتابفروشان در تحولات آینده چگونه خواهد بود؟
 ۴. فن آوری جدید در دگرگونی بازار ترجمه چه نقشی خواهد داشت؟
 ۵. در محیط دیجیتال نحوه پرداخت حقوق مؤلفان و ناشران چگونه خواهد بود؟
- بیش از ۸ هزار ناشر از ۱۰۵ کشور جهان در نمایشگاه امسال شرکت کرده بودند که در حدود ۶۶۷۱ ناشر غرفه داشتند. استقبال از پنجاه و سومین نمایشگاه فرانکفورت تا عصر دوشنبه آخرین روز نمایشگاه با ۲۴۷۸۱۷ بازدیدکننده، با ۱۴٪ کاهش نسبت به سال گذشته همراه بوده است که حوادث سیاسی اخیر در این کاهش بی‌نتیجه نبوده است. (جدول شماره یک)

سال	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱
بازدیدکنندگان	۱۸۱۳۱۱	۲۰۸۷۱۰۳	۸۸۱۸۱۰
مباحث	۱۱۳	۱۰۷	۱۰۵
کنفرانس‌های شرکت‌کننده	۷۸۵۳۵	۳۳۳۸۳	۴۰۰۳۳۱
کل عنوان‌ها از جمله انتشارات جدید	۸۹۴۴۰	۹۱۴۰۷	۹۹۸۱۵
مباحث نمایشگاه (توزیع)	—	۷۴۵۸۰	۷۵۷۳۷
بازدیدکنندگان	۱۸۱۳۱۱	۲۰۸۷۱۰۳	۸۸۱۸۱۰

جدول از آمارهای مربوط به نمایشگاه ملی کتاب فرانکفورت در سال‌های ۱۹۹۹، ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ می‌باشد.

سالن نشر الکترونیک

از سال ۱۹۹۳ در نمایشگاه کتاب، سالنی مجزا به رسانه‌های الکترونیکی اختصاص دارد که امسال نسبت به سال‌های گذشته پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشت و ناشران معروف این حوزه در آن شرکت کرده بودند.

در پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت سالن ۱-۱ پذیرای بزرگترین اجتماع ناشران رسانه‌های الکترونیک جهان بود. این سالن مکانی برای ملاقات حرفه‌ای‌ها و تصمیم‌گیرندگان حوزه نشر الکترونیک و در نهایت بازار اطلاعاتی برای استفاده کنندگان نهایی محصولات است. در اینجا شرکت‌های بزرگ نشر الکترونیک جهان امکان ارتباط



در نمایشگاه امسال از غرفه‌های ایرانی، استقبال بسیار خوبی صورت گرفت و ایرانیان مقیم آلمان و کشورهای اروپایی، و نیز علاقه‌مندان نشر ایران در سایر کشورها از غرفه‌های ایرانی بازدید کردند. نمایشگاه کتاب فرانکفورت فرصت بسیار خوبی بود تا ناشران و دست‌اندرکاران نشر ایران با آخرین دستاوردهای نشر جهان آشنا شوند و به تبادل نظر با هم‌تایان خارجی خود بپردازند و از نزدیک با نحوه مبادله، خرید و فروش حق تالیف کتاب‌ها، تأثیر آن بر نشر کشورهای مختلف و مسائل خرید آن حوزه آشنا شوند.

ناشران و مؤسسات شرکت‌کننده ایرانی عبارت بودند از: نشر نی (به دعوت ایرانگردان، سروش، مجمع جهانی اهل بیت، مرکز کامپیوتر علوم اسلامی، بنیاد اندیشه اسلامی، رایزنی فرهنگی ایران در آلمان، خانه کتاب، نمایشگاه کتاب تهران، دفتر توسعه نشر (دفتر مجامع و فعالیت های فرهنگی) و اتحادیه ناشران تهران (آتیه، اشاره، توس، چشمه، قطره، گویا، ققنوس، بنیاد نهج البلاغه، فرهنگ معاصر، فرهنگ نشر نو، معین، فرهنگسرای میردشتی، عطایی، روایت و قدیانی).

شبهات نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و نمایشگاه کتاب فرانکفورت می‌تواند برای ناشران و دست‌اندرکاران برپایی نمایشگاه بسیار مفید باشد. نحوه برنامه‌ریزی، سازماندهی و مدیریت مناسب نمایشگاه فرانکفورت می‌تواند به عنوان الگویی مناسب برای نمایشگاه کتاب تهران مورد استفاده قرار گیرد. متأسفانه امسال نیز بیش از سال

با شرکای تجاری خود و نیز صاحب نظران را پیدا می‌کنند، به عبارتی دیگر سالن نشر الکترونیک ویرینی برای آشنایی با آخرین دستاوردها و تولیدات حوزه نشر الکترونیک است هر سال حدود ۵۰ هزار شرکت حرفه ای چند رسانه ای منتظر بر پایی نمایشگاه کتاب فرانکفورت هستند. (جدول شماره ۲)

جدول ۲: آمار درصد محصولات شرکت داده شده در سالن نشر الکترونیک پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب

محصولات	درصد
ناشران لوح فشرده	٪۴۴
آرائه کنندگان خدمات	٪۳۶
زمینه های مختلف	٪۱۶
ناشران پیوسته (Online)	٪۱۰
پخش کننده ها	٪۳
ویدیویی و موسیقی	٪۱

می‌توان با نگاهی اجمالی به آمارهای منتشر شده توسط نمایشگاه به حجم استقبال از آن پی برد، متأسفانه هنوز آمار های سال ۲۰۰۱ منتشر نشده است. (جدول شماره ۳)

موضوع	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵
شرکت‌کنندگان رسانه	۱۳۳	۱۳۴	۱۳۶	۱۳۷	۱۳۸	۱۳۹	۱۴۰	۱۴۱	۱۴۲
شرکت‌کنندگان نشر	۱۱۲	۱۱۳	۱۱۴	۱۱۵	۱۱۶	۱۱۷	۱۱۸	۱۱۹	۱۲۰
شرکت‌کنندگان توزیع	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
شرکت‌کنندگان خدمات	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
شرکت‌کنندگان پخش	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
شرکت‌کنندگان موسیقی	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱

حضور ایران در پنجاه و سومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت

با توجه به اهمیت و گستردگی نمایشگاه فرانکفورت و حضور گسترده اهل قلم، ناشران و کتابفروشان کشورهای مختلف جهان، حضور ناشران و دست‌اندرکاران صنعت نشر ایران امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. به همین منظور سال ۲۰۰۰ در پنجاه و دومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت تعدادی از ناشران ایرانی برای اولین بار، به طور مستقل اقدام به شرکت در نمایشگاه کتاب فرانکفورت کردند، این استقبال در سال ۲۰۰۱ (پنجاه و سومین نمایشگاه) نمود بیشتری داشت و شاهد تعداد بیشتری از غرفه‌های ایران بودیم.



گذشته غرفه‌های ناشران و مؤسسات شرکت‌کننده ایران از پراکندگی برخوردار بود، این مشکل باعث شده بسیاری از علاقه‌مندان نشر ایران با مشکل مواجه شده تا نتوانند از تمام غرفه‌های ایران دیدن نمایند.

امسال علاوه بر ناشران غرفه‌دار، تعدادی از ناشران و خبرنگاران به عنوان بازدیدکننده شرکت کرده بودند تا با فضای نمایشگاه و پیشرفت‌های اخیر چاپ و نشر آشنا شوند و منعکس کننده اخبار نمایشگاه در مطبوعات داخلی گردند.

خانه کتاب، یکی از مؤسسات ایرانی شرکت کننده در نمایشگاه بود. شاید بتوان گفت خانه کتاب تنها غرفه‌ای بود که کل اطلاعات کتاب‌های منتشر شده در یک کشور را در داخل نمایشگاه ارائه کرده و این نحوه اطلاع‌رسانی از سوی بازدیدکنندگان بسیار خوب و مفید عنوان می‌شد. اکثر مراجعین که تصور نادرستی از وضعیت نشر و اطلاع‌رسانی در ایران داشتند و اکثر آنها تصور می‌کردند که ایران با اینترنت و اطلاع‌رسانی درست بیگانه است.

امسال راهنمای ناشران ایرانی را به انگلیسی ترجمه و بصورت کتاب از سوی خانه کتاب در اختیار بازدیدکنندگان قرار داده بودند.

چند نکته

۱- یکی از دلایل اصلی موفقیت نمایشگاه کتاب فرانکفورت به مدیریت، برنامه‌ریزی و سازماندهی بسیار قوی و مؤثر

آن بستگی دارد که در اختیار اتحادیه ناشران و کتابفروشان آلمان است و این نهاد به علت ارتباط تنگاتنگ با ناشران، نویسندگان، مترجمان، ویراستاران، منتقدان، کتابفروشان، مراکز پخش و ... و آشنایی کامل آن با مقوله کتاب و حوزه نشر بهترین توانایی را در اداره و گسترش نمایشگاه دارد شاید بتوان در نمایشگاه کتاب تهران نیز با حمایت از دخالت مستقیم ناشران و تکیه بر توانایی‌های این قشر به افزایش جنبه‌های فرهنگی نمایشگاه پرداخت.

۲- در نمایشگاه کتاب فرانکفورت از ۵ روز نمایشگاه ۳ روز مخصوص متخصصین حوزه کتاب و ۲ روز آخر برای بازدید عموم بود به این ترتیب در ۳ روز اول نمایشگاه ناشران، نویسندگان، مترجمان، منتقدان، کتابفروشان، و افرادی که در تولید فرهنگ مکتوب مؤثر هستند با خیالی آسوده و راحت در فضای خلوت به تبادل نظر و گفتگو می‌نشینند و ازدحام جمعیت باعث شلوغی بی‌مورد نمایشگاه نمی‌شود، نمایشگاه کتاب تهران نیز می‌تواند با افزایش روزهای مخصوص متخصصین به دست‌اندرکاران حوزه فرهنگ و اساتید فرصت بیشتری برای استفاده از نمایشگاه بدهد.

۳- در روزهای اول نمایشگاه به هر جای نمایشگاه توجه می‌کنید می‌توانید در غرفه‌های مختلف جلسات منظم که شاید از ماهها قبل برنامه‌ریزی شده است را ملاحظه نمایید این جلسات بیشتر برای فروش حقوق مؤلف، واگذاری حق ترجمه و ... بین ناشران مختلف با یکدیگر یا نویسندگان، مترجمان، کتابفروشان برگزار می‌شود و در حقیقت نمایشگاه به محلی برای گفتگو و مذاکره ناشران، اهل قلم، ارباب جراید، مؤسسات پخش کتاب، کتابفروشان و ... است

۴- در نمایشگاه کتاب فرانکفورت سعی خاصی در غرفه‌آرایی و تزئین غرفه‌ها صورت گرفته بود چرا که آنها به درستی می‌دانستند تزئین غرفه‌ها چقدر در جلب توجه بازدیدکنندگان و افزایش استقبال مؤثر خواهد بود؛ در حالی که در نمایشگاه کتاب تهران به ندرت ناشی هزینه‌ای بر تزئین غرفه می‌کند، تشویق ناشران به غرفه‌آرایی از طرف مسئولان برپایی نمایشگاه در جلب بازدیدکنندگان بسیار مؤثر خواهد بود.

۵- نزدیکی نمایشگاه فرانکفورت به مترو و استفاده از مترو برای ایاب و ذهاب مراجعان به نمایشگاه یکی دیگر از اقبال‌های نمایشگاه می‌باشد، چرا که مردم با خستگی



نمایشگاه فرانکفورت داده است، استفاده از متخصصین و کارشناسان برای برپایی این کارگاه‌ها و استقبال بی‌نظیر بازدیدکنندگان شور و حال دیگری به نمایشگاه بخشیده بود.

۹- نحوه مدیریت، برنامه ریزی و برپایی کارگاه‌های آموزشی در سالن نشر الکترونیک نمایشگاه فرانکفورت می‌تواند تجربه و الگوی مناسبی برای برپایی نمایشگاه اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌باشد.

نویسندگان و اهل قلم معروف دنیا در داخل نمایشگاه و تبادل نظر مستقیم مردم با آنها بود، نمایشگاه کتاب تهران نیز جایی برای اهل نظر و نویسندگان دارد به نام سالن اهل قلم، نمایشگاه می‌تواند با تشویق این نویسندگان برای حضور در بین مردم و پرسش و پاسخ با آنها و غرفه‌های ناشران آثارشان نقش مثبت‌تری برای ارزیابی و نقد آثار نویسندگان ایفا نماید.

۸- برگزاری کلاس‌های آموزشی (Workshop) در غرفه‌های ناشران به خصوص سالن نشر الکترونیک اهمیت ویژه‌ای به

بازدید از نمایشگاه، آسوده خاطرند که به راحتی به منزل خود خواهند رسید در حالی که در ایران پس از پایان نمایشگاه و پس از کلی گشت و گذار، بازدیدکننده غصه خارج شدن از نمایشگاه و گم شدن در میان خیل عظیم مردم که منتظر ماشین هستند را دارد. بهتر است دست‌اندرکاران نمایشگاه تهران برای این مسئله چاره‌ای ببینند.

۶- اکثر کشورهای در حال رشد در نمایشگاه کتاب فرانکفورت به صورت گروهی شرکت کرده بودند. کشورهایی مثل ترکیه، مصر، ... و چندین کشور دیگر که وضعیت نشر شبیه ایران دارند در حالی که ایران در چندین نقطه، غرفه اجاره کرده بود و این مسئله باعث شده بود که علاقه‌مندان به غرفه‌های ایرانی دچار سردرگمی شده و نتوانند از همه غرفه‌های ایران بازدید نمایند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند با هماهنگی با اتحادیه ناشران این مشکل را حل نمایند و با گرفتن غرفه مشترک و تزئین خوب آن، دیده بهتری در ذهن مخاطبان نسبت به نشر ایران ایجاد نماید.

۷- یکی از برنامه‌های جانبی و بسیار مفید نمایشگاه، شرکت

