

## بخش بین‌الملل بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران «در گفت‌وگو با دکتر محمدرضا وصفی»



■ گفت‌وگو از مهدی محبعلی

بخش بین‌الملل نمایشگاه کتاب تهران، همواره به عنوان یکی از کلیدی‌ترین بخش‌های این رویداد فرهنگی محسوب می‌شود. در این دوره و در مراسم اختتامیه، رییس جمهور نیز با تأکید بر گسترش حوزه نشر در عرصه بین‌الملل، خواستار توجه جدی‌تر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به این حوزه شد. حضور هشتاد کشور جهان در این بخش و عرضه بیش از ۱۷۰ هزار عنوان کتاب در دو بخش عربی و لاتین نشان از رویکرد ارتقایی مسئولان فرهنگی کشور به بخش بین‌المللی نمایشگاه کتاب دارد. نمایشگاهی که با اتکا به حضور بی‌نظیر مخاطبان از شاه‌راه‌های بازار کتاب محسوب می‌شود و به نظر می‌رسد که چنین گردش مالی که به شکل مستقیم از مخاطبان دریافت می‌شود در جای دیگری از این کره خاکی وجود ندارد. اساس گفت‌وگوی ما در این شماره با مدیر بخش بین‌الملل نمایشگاه کتاب، بررسی رویدادهای بیست و سومین دوره بود، اما «محمدرضا وصفی» با نگاه آسیب‌شناسانه خود، روند این گفت‌وگو را به سمتی دیگر برد که به نظر می‌رسد می‌تواند دست کم راهکارهای تازه‌ای را در حوزه نشر برای مخاطبان ایرانی نمایان سازد.

## نمایشگاه کتاب تهران یک پدیده جهانی است



**باید بگوییم که  
اساس هدف از  
برگزاری بازار  
جهانی افزایش  
رونق اقتصادی  
است. بدین معنی  
که این بازار نتیجه  
یک فرایند پیشینی  
نیست؛ بلکه باز کردن  
دریچه‌هایی برای  
ایجاد چنین ظرفیتی  
است**

کرده‌اند که می‌توانند صادر کنند؛ اما در حوزه نشر این تلاش را نمی‌بینیم که مثلاً تشکلی کمک کند تا این بازار جهانی شود. در حوزه فرهنگ دو حوزه کتاب و سینما ظرفیت عظیمی برای بین‌المللی شدن دارند. کتاب خیلی زود توانسته در عرصه بین‌الملل به زبان‌های مختلف، ترجمه شود و در سینما نیز شاید چون عموم مردم آگاهی بیشتری به آن رسانه دارند، حضور در جشنواره‌های بین‌المللی، فعالیت مهمی تلقی می‌شود؛ اما چون کتاب بی‌زبان است چندان جلوه نمی‌کند. شاید در سال‌های گذشته از بین سخنان ارباب رسانه شنیده‌اید که آثار مولانا از آثار پر فروش در آمریکا و اروپا است. در صورتی که در این عرصه، جشنواره بین‌المللی برای آثار فارسی زبان وجود ندارد. در واقع باید گفت خاموشی کتاب کمک کرده تا رخداد‌های بین‌المللی حوزه کتاب با جنجال رو به رو نباشد ولی مسأله این‌جا است که برخی فکر می‌کنند این اتفاقات وجود ندارد و اگر می‌خواهیم در عرصه بین‌الملل رخداد خوبی برای کتاب روی دهد، تشکل‌های تخصصی باید کمک کنند و آسیب‌شناسانه هم باید به این مسأله نگاه کنیم.

**■ منظورتان این است که تشکل‌های نشر باید در حوزه‌های مختلف حرف‌های جهانی داشته باشند؟**

□ برخی بخش‌های تخصصی ما در حوزه کودک، نعل را به گونه‌ای می‌کوبند که تنها به درد دویدن در میدان داخلی می‌خورد. در حالی که در حوزه کودک با کتاب‌های پر حجم و پرتیراژ از شکل‌های بازاری و ترجمه شده مواجه هستیم که چیزی برای نمایش در خارج از کشور ندارند. با تشکلی روبه رو هستیم که

**■ به عنوان نخستین سؤال می‌خواهم درباره بازار جهانی کتاب و رونق اقتصادی این بازار در نمایشگاه سؤال کنم. به نظر می‌رسد که هنوز آن فرآیند تبادل حجم عظیم مبادلات میان ناشران ایرانی و خارجی به وجود نیامده است؟**

□ باید بگوییم که اساس هدف از برگزاری بازار جهانی افزایش رونق اقتصادی است. بدین معنی که این بازار نتیجه یک فرایند پیشینی نیست؛ بلکه باز کردن دریچه‌هایی برای ایجاد چنین ظرفیتی است. ما تنها تلاش داریم تا این ظرفیت و بستر برای نشر داخل و خارج کشور قابل رویت باشد؛ اما این نهادهای تخصصی هستند که باید کار خودشان را در این حوزه‌ها به خوبی انجام دهند. ما نباید متولی انجمن‌های تخصصی و اتحادیه‌های ناشران و کتابفروشان باشیم. برخی وظایف خاص تشکل‌های صنفی این است که با بهره‌گیری از امکاناتی که دولت در اختیار آنان گذاشته، کمک کنند تا این اتفاق به شکل طبیعی رخ دهد.

یکی از چیزهایی که به‌راستی جایش در تشکل‌های نشر خالی است، عدم حضور تشکل‌های نشر در بازار جهانی است. چرا اتحادیه‌های ناشران و انجمن‌های تخصصی در این بازار حضور ندارد؛ اما در عین حال برخی واحدهای نشر هستند که با توجه به علاقه‌مندی خود علاقمند به حضور هستند، اما هرگز اصناف ما در حوزه نشر رغبتی برای فعالیت در این بازار از خود نشان ندادند.

**■ اما در حوزه چاپ این اتفاق افتاده است.**

□ در حوزه چاپ این اتفاق افتاده است. انجمن صنفی چاپ، ظرفیت‌های حوزه نشر را به کشورهای اطراف و جاهایی منتقل



**برخی بخش‌های تخصصی ما در حوزه کودک، نعل را به گونه‌ای می‌کوبند که تنها به درد دویدن در میدان داخلی می‌خورد. در حالی که در حوزه کودک با کتاب‌های پر حجم و پر تیراژ از شکل‌های بازاری و ترجمه شده مواجه هستیم که چیزی برای نمایش در خارج از کشور ندارند**

اتفاقاً در حوزه ادبیات، نمایشگاه ما فقیر نیست بلکه آثار فاخر ادبیات جهانی در بخش خارجی در بنگاه‌هایی چون: ویژه نشر و جهان ادیب عرضه می‌شوند. اما این‌ها در بخش ارزی نمی‌توانند نمایش داده شوند که دلایل عدیده‌ای دارند.

یکی از دلایل این است که منبع مالی ما محدود است و ما اهداف را نیز بر این اساس تنظیم کردیم. ما به ناشر اعلام کردیم تا آثاری که برای مخاطب ناشناخته است را به نمایشگاه بیاورد. چون در بازار شرایطی وجود دارد که ناشر کالایی را که فروش نمی‌رود را در ویتترین نمی‌گذارد و می‌داند که مخاطب چه کالایی را می‌خواهد و مدام آن را تکرار می‌کند. ریسک نمی‌کند که کالایی را در ویتترین بگذارد که فروش نمی‌رود. مخاطب نیز چیزی را نمی‌خرد که نمی‌شناسند. بنابراین دو طرف ریسک نمی‌کنند و تردید دارند. اما ما در حوزه مدیریتی به ناشر اجبار می‌کنیم تا تازه‌ها را به نمایشگاه بیاورد و این باعث شده ایران به یکی از مناطقی تبدیل شود که به جدیدترین آثار دنیا در حوزه علوم و فنون توجه می‌کند. در واقع ما ذائقه مخاطب را تغییر دادیم.

در بخش‌های ریالی بیش از ۱۲۰ هزار عنوان به نمایش می‌گذاریم. در بخش ارزی نیز چون تخصصی است، عموم خریداران کتابخانه‌ها و نهادها بودند. در این بخش یک سوم خریداران افرادند و دو سوم از حجم مبادلات مربوط به مؤسسات و کتابخانه‌ها است. کتابخانه‌ها پیش از این خود را مطابق سلیقه مخاطب تنظیم کرده بودند، و بیشتر ویرایش جدید آثار قبلی تهیه می‌شد، یعنی اتفاق جدیدی نمی‌افتاد. امروزه کارپرداز یک کتابخانه وقتی به نمایشگاه می‌آید از آثار تازه ناشر سؤال می‌کند. شما اگر

ظرفیت بین‌الملل ندارد و به اعتقاد من این حوزه اساساً بیمار است و باید معالجه شود. استعدادهای درخشانی در داخل کشور وجود دارند اما چون پدیدآورنده تخصصی در حوزه اقتصاد ندارد و آن تشکل را به گونه‌ای مدیریت می‌کند که استعداد را از بین می‌برد. با کتاب‌سازی و بازاری کار کردن و انتقال کارهای خارجی به داخل کشور فرصت رشد را به پدیدآورندگان این حوزه نداده است. ما استعدادهای زیادی داریم که حوزه‌های مختلف می‌توانند با تعامل صحیح در بازار جهانی به آنها، فرصت جهانی شدن بدهند.

■ **در نهایت گویا از بازار جهانی کتاب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب رضایت دارید؟**

□ به اعتقاد من روی هم رفته خوب و مطلوب برگزار شد. با برگزاری نشست‌های تخصصی و اتفاقاتی که افتاد از فضای مناسبی برخوردار بود؛ اما نیازمند فعالیت در همه طول سال است. نباید بازار جهانی در حد نمایش باشد، با وجود این، اتفاقاتی نیز روی داد که تبادلات میان ناشران ترک و ایرانی از آن جمله است و البته قراردادهایی نیز منتقل شد.

■ **مسئله‌ای که درباره بخش بین‌الملل نمایشگاه مطرح است، کیفیت آثار است. این کاملاً روشن است که اولویت با آثار فاخر، مرجع و تازه منتشر شده است؟ برای آثار عامه‌پسند نیز چنین جایگاهی قابل هستید؟**

□ طبیعی است. قبول دارید که طبقه زبان خارجی‌دان، طبقه نخبه هستند. اما حضور آثار ساده‌تر نیز در نمایشگاه انکار ناپذیر است.

