

بازارهای جهانی کتاب و جایگاه نشر ایران در آن در گفت‌وگو با دکتر فریده خلعت‌بری

حمید محسنی

کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی و مدیر انتشارات کتابدار



دکتر فریده خلعت‌بری در سال ۱۳۲۶ در تهران متولد شد. وی پس از پایان دوره دبیرستان، برای ادامه تحصیل به کشور انگلستان عزیمت کرد و موفق به اخذ دانشنامه کارشناسی ارشد در دو رشته مدیریت صنعتی و تجارت بازرگانی و دانشنامه دکتری در رشته مالیات بین‌الملل شد. ایشان پس از بازگشت به ایران انتشارات شب‌ویز را در سال ۱۳۶۲ تأسیس کرد. این انتشارات در آغاز، در حوزه کودکان و نوجوانان و بزرگسالان فعالیت می‌کرد، ولی پس از دوره کوتاهی بطور تخصصی به نشر آثار حوزه کودک پرداخت و توانست جزء معدود ناشران ایرانی باشد، که حقوق نشر آثار خود را به کشورهای مختلف بفروشد. ایشان علاوه بر فعالیت در حوزه نشر، صاحب آثار متعددی در حوزه کودک و بزرگسال است که برخی از آن‌ها به زبان‌های مختلف دنیا ترجمه شده است. حاصل تلاش وی در حوزه نگارش آثار، کسب برخی نشان‌ها و جوایز بین‌المللی از جمله «نشان برتری»، «اسطوره زنده» و «جایزه دست‌آورد بزرگ قرن بیست و یک» و نظایر آن‌هاست. با توجه به فعالیت انتشارات شب‌ویز در سطح بین‌الملل، وی داور برخی جشنواره‌های معتبر جهانی از جمله نمایشگاه تصویرگری بلگراد در سال ۱۳۸۶ نیز بوده است. با توجه به تجربه دکتر خلعت‌بری در حوزه نشر کتاب در سطح بین‌الملل، با وی به گفت‌وگو می‌نشینیم.

□ شاید یکی از بحث‌هایی که باید قبل از هر چیزی درباره حضور در بازارهای جهانی مطرح شود، این است که با توجه به عدم عضویت ایران در نظام کپی‌رایت، آیا حضور در بازارهای جهانی موضوعیت دارد؟ قطعاً برای اینکه کشوری در بازارهای جهانی حضور داشته باشد، باید به مجموعه‌ای از مناسبات اقتصادی و کنوانسیون‌های جهانی احترام بگذارد.

■ به نظر من بله. برای اینکه ما می‌توانیم حساب کشور را از حساب ناشران فعال کشور کاملاً جدا کنیم، درست است که ایران به‌صورت کامل قبول نکرده است که به پیمان جهانی حق نشر بپیوندد، ولی ناشران معدودی که فعالیت، کیفیت و نوع کارشان به‌گونه‌ای است که می‌توانند در بازار جهانی حضور داشته باشند، خودشان به‌صورت

انفرادی می‌توانند پذیرای قانون حق نشر جهانی باشند. وقتی که این قانون را پذیرفتند و اعمال کردند و در کارهایشان سرقت ادبی وجود نداشت، آن وقت می‌توانند حضور فعال داشته باشند. بنابراین ما نباید این دو را با هم مرتبط بدانیم و بگوییم تا زمانی که ایران نپذیرفته است، پس هیچ ناشری کاری انجام ندهد. اگر اینطور باشد، ما قرن‌ها از بازارهای جهانی و فرهنگ کشورهای دیگر و امکانات موجود عقب می‌افتیم. ما باید در هر دو هم‌زمان پیش برویم؛ ناشرانی که می‌توانند، به قوانین جهانی پایبند باشند، باید پیش‌قدم شوند و در حقیقت به‌مثابه پیشقراولان کاروان باشند. بقیه هم پشت سر آنان به‌تدریج حرکت کنند. در این فاصله، کشور به این نتیجه برسد که باید به این پیمان ملحق شود. وقتی که این پیمان را پذیرفت، طبعاً ما در وسط بازار دنیا قرار داریم نه اینکه تازه بخوایم از صفر شروع کنیم. به نظر من الآن هم برای ورود به بازارها دیر شده است و باید خیلی بیشتر از اینها فعالیت کنیم.

□ بر اساس قوانین کپی‌رایت، اگر کشوری عضو نباشد، ناشران آن کشور می‌توانند کتاب‌های ناشران کشورهای دیگر را چاپ کنند و بالعکس. آیا این مسئله خطر سرمایه‌گذاری ناشری را که مقدمات کار برایش فراهم نشده، زیاد نمی‌کند؟ شما فرض کنید می‌خواهید در بازارهای جهانی حضور پیدا کنید، ناشر دیگری به همین دلیل می‌آید کتاب شما را بدون هیچ‌گونه پرداخت کپی‌رایت ترجمه و چاپ می‌کند، چرا هزینه سرمایه‌گذاری خودش را بیشتر کند؟ همچنان که ما درباره ناشران دیگر این کار را می‌کنیم.

■ اینطور نیست. ببینید اتفاقاً این راه بسته است. اگر ما در کشورمان این اجازه را می‌دهیم که کتاب‌های

ناشران کشورهای عضو کپی‌رایت، سرقت و بدون اجازه و اطلاع آنها منتشر شود، این اجازه در کشورهای دیگر داده نمی‌شود. یک ناشر در کشوری مثل کره که پیمان جهانی حق نشر را پذیرفته و عضو کپی‌رایت است، نمی‌تواند کتاب من را بدون اجازه منتشر کند و چیزی هم به من نگوید. من می‌توانم طبق قوانین، از آن ناشر در کشور خودش شکایت کنم و حکم را بگیرم. از آن گذشته وقتی که خود من می‌توانم کتاب را وارد بازار کشور کره کنم و کشور کره در حقیقت خریدار کتاب من باشد - ناشران کره‌ای همگی کتاب من را خریدارند و با مجوز من چاپ می‌کنند - ناشر دیگری اگر بخواهد آن کتاب را بدون مجوز منتشر کند، با ناشر دیگری که مجوز آن را گرفته و خریده، درگیر خواهد شد و نمی‌تواند از دست آن ناشر فرار کند. مثلاً در کشور تایلند که تعدادی از کتاب‌های من به زبان‌های تایلندی ترجمه و چاپ شده است، بنیادی که مسئول نشر کتاب‌های درسی و حتی اوراق درسی برای دانش‌آموزان است، به خیلی از کتاب‌های من علاقه‌مند شدند و وقتی با من تماس گرفتند، من تنها حرفی که زدم، این بود که این کتابی که شما می‌خواهید، فلان ناشر تایلندی چاپ کرده و آن یکی را نیز فلان ناشر چاپ کرده است و حقوق کار من در حال حاضر در کشور شما در اختیار این دو ناشر است. شما به این دو ناشر مراجعه کنید و از آنها مجوز بگیرید. یعنی حتی خود من این را رعایت می‌کنم. درست است که من در ایران هستم، ولی خودم را پایبند قوانین جهانی می‌دانم. بنابراین زمانی که با من تماس می‌گیرند، من بلافاصله می‌گویم که این حق آن ناشر است و حقوقش باید رعایت شود، لطفاً با آن ناشر تماس بگیرید. این چیزی است که کاملاً جا افتاده و هیچ مشکلی از این نظر وجود نخواهد داشت.

روش کار این است که من حق نشر یک کتاب را به یک ناشر خارجی مثلاً ژاپنی می‌فروشم و تمام حقوق آن را در ژاپن به آن ناشر واگذار می‌کنم. بنابراین وقتی که کتاب منتشر می‌شود، ناشر ژاپنی که هزینه کرده، تمام امتیاز پخش، توزیع، و فروش آن با خودش است. گذشته از آنکه در صفحه اول یا شناسنامه کتاب نوشته می‌شود که حق نشر کتاب متعلق به شباویز در تهران و ایران است، این هم ذکر می‌شود که حق نشر کتاب به زبان ژاپنی متعلق به این ناشر است. برای اینکه من

درست است که ایران به‌صورت کامل پیمان جهانی حق نشر را قبول نکرده است، ولی ناشران معدودی که فعالیت، کیفیت و نوع کارشان به‌گونه‌ای است که می‌توانند در بازار جهانی حضور داشته باشند، خودشان به‌صورت انفرادی می‌توانند پذیرای قانون حق نشر جهانی باشند



شعبه‌ای داشته باشد، ناشران دیگر نمی‌توانند کتاب‌های او را بدون پرداخت حق نشر منتشر کنند؟

■ الان بسیاری از کشورها، از ناشران خارجی نمایندگی دارند. در بخش خارجی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، اگر نگاه کنید، تمام نمایندگان ناشران خارجی هستند که در ایران حضور دارند، که می‌توانند علاوه بر توزیع، نمایندگی انتشار را هم داشته باشند.

□ آیا در ایران هم نمونه‌ای وجود دارد؟

■ وجود ندارد، ولی می‌توانند نمایندگی بگیرند.

□ الان کتاب‌های ناشرانی مثل بلکول، مک‌میلان و آکسفورد را

ده‌ها ناشر در ایران ترجمه و چاپ می‌کنند و کسی این کار را پیگیری نمی‌کند.

■ شاید برایشان بازار ایران آن قدر اهمیت ندارد یا به هر دلیلی نمی‌خواهند در بازار ایران فعالیت کنند، یا برایشان اولویت نداشته است.

□ از لحاظ حقوقی الان می‌توانند پیگیری کنند؟

■ الان نمی‌توانند هیچ کاری کنند. زیرا ایران عضو کپی‌رایت نیست. ولی اگر این ناشران در ایران دفتری ثبت کنند و به‌عنوان ناشر در اینجا دفتر نشر داشته باشند و کتاب‌هایشان را اینجا منتشر کنند، آن وقت تحت پوشش قانون ما قرار می‌گیرند.

□ ولی با همه این توصیف‌ها، آیا فکر نمی‌کنید پرداخت حق نشر

به ناشر دیگر، باعث افزایش هزینه‌های نشر می‌شود؟

■ ابتداً حق نشر هزینه‌ای است که در حقیقت به‌گونه‌ای برای ما ایجاد درآمد می‌کند و درآمدهای مترتب بر خرید حق نشر، به مراتب بیشتر از آن چیزی است که شما فکر می‌کنید، یعنی هزینه‌ای است که شما نمی‌پردازید! تازه، اگر اهمیت جهانی‌اش یا جایگاه کشور و اعتبار و خوش‌نامی را کنار بگذاریم. من فقط از نظر مادی می‌گویم. برای مثال شما یک کتاب کودک ۳۲ صفحه‌ای را از کشوری مثل انگلستان بخرید، وقتی که خریدید، درصدی از پشت جلد مثلاً پنج درصد را که به قیمت پشت جلد ایران حساب می‌شود، می‌پردازید. بنابراین اگر قیمت کتاب‌تان را ۱۰ هزار ریال می‌گذارید، پنج درصد ۱۰ هزار ریال هر جلد، پولی می‌شود که به آن ناشر پرداخت می‌کنید، که مسلماً رقم بسیار ناچیزی است. ولی در قبال آن شما چه چیزی می‌گیرید؟ شما عین تصاویر آن کتاب را روی لوح فشرده آماده چاپ می‌گیرید. همچنان که من وقتی الان می‌فروشم، لوح فشرده آماده چاپ به آنها می‌دهم. آنها ترجمه کتاب را خیلی وقت‌ها به زبان فارسی به ما می‌دهند. اگر هم ندهند، آن را خودشان ویراستاری می‌کنند و خیلی وقت‌ها هم هزینه ترجمه را پرداخت می‌کنند. در خیلی از کشورها که حمایت از زبان

زبان ژاپنی، خود آن ناشر است و انتظار می‌رود که من آن را رعایت کنم. یعنی اگر خواستند از موضوع داستانی ما، یک سریال بسازند یا از تصویرهای ما برای یک انیمیشن استفاده کنند یا حتی کتاب الکترونیکی خلق کنند، باز هم من حق آن ناشر را رعایت می‌کنم. من اطلاع می‌دهم که این مجوز را من نباید بدهم، چون مجوز را به زبان ژاپنی به فلان ناشر داده‌ام. باید با آن ناشر تماس بگیرند و همه این امتیازات را از آن ناشر بگیرند. این چیزی است که کاملاً جا افتاده است. اگر ناشر روش کار را بداند، هیچ وقت به بیراهه نمی‌رود و کتابش در هر کشوری چاپ شود، حقوقش کاملاً محفوظ است.

□ این یک شکل حضور در بازارهای جهانی است. شکل دیگر

این است که ناشر کتاب را به زبان‌های دیگر منتشر و به مؤسسات توزیع کشورهای دیگر ارسال کند.

■ این راهی است که بعضی از ناشران دولتی انجام می‌دهند، ولی راه ورود به بازار جهانی نیست. برای اینکه هر کشوری ناشر خودش را می‌شناسد، نه توزیع کننده را. مثلاً وقتی ما درباره ایتالیا صحبت می‌کنیم ماندادوری را به‌عنوان معتبرترین و بهترین ناشر می‌شناسند، نه انتشارات شباویز را. من اگر خودم کتابی را به زبان ایتالیایی چاپ کنم و بخواهم برای توزیع به ایتالیا ارسال کنم، طبعاً نام من به‌عنوان ناشر باید در شناسنامه درج شود، شایک هم که می‌گذاریم، ایرانی است. وقتی که من می‌خواهم آن را توزیع کنم، طبیعی است که در بازار ایتالیا شناخته شده نیستم و کتاب من، با کتابی که ماندادوری منتشر می‌کند، خیلی فرق می‌کند. هر ایتالیایی از سه ساله تا صد ساله آن را می‌شناسند. ماندادوری کتاب را چاپ می‌کند و در شبکه خودش توزیع می‌کند. آن کتاب، کتاب ماندادوری است. برای یک ایتالیایی آن نام مهم است. برای یک ژاپنی نام ناشر خودش شناخته شده است. یعنی هرکسی در کشور خودش نام ناشر خودش را می‌شناسد و می‌رود می‌خرد. این دو تا با هم خیلی فرق می‌کنند. این روش یعنی ورود به بازار و آن روش یعنی هیچ چیز، فقط تلاش کردن و در حاشیه قرار گرفتن.

□ اجازه دهید به بعضی از تجربه‌های جهانی اشاره کنیم، تعدادی

از ناشران مثل بلکول، آکسفورد و نظایر آنها، هم‌زمان کتابشان را در ۵۰ کشور دنیا به نام خودش‌ان و با یک شایک چاپ می‌کنند و می‌فروشند، آیا ما می‌توانیم از چنین روشی استفاده کنیم؟

■ نه نمی‌توانیم. آکسفورد این کار را با حفظ حق نشر برای خودش انجام می‌دهد، ولی چون ما در ایران کپی‌رایت نداریم، نمی‌توانیم این کار را بکنیم. ولی آکسفورد، در جایی که خودش شعبه دارد، می‌تواند این کار را انجام دهد.

□ یعنی اگر آکسفورد به‌عنوان یک ناشر بین‌المللی در ایران



مطرح می‌کنند. پس می‌بینید که ما امکاناتی از آن ناشر می‌گیریم؛ دانش فنی‌اش را در اختیار ما می‌گذارد و تبلیغی که برای ما با ترجمه یک کتاب خارجی می‌کند، آنقدر زیاد است که اگر حساب کنیم، از لحاظ مالی به سود ناشر ایرانی است و با آن چیزی که ما تصور می‌کنیم قابل مقایسه نیست. ما درصد بسیار ناچیزی به ناشر خارجی می‌دهیم، در قبالش از تمام امتیازات آن ناشر خارجی استفاده می‌کنیم و صاحب یک پشتوانه عظیم فرهنگی می‌شویم و یک ناشر قدرتمند از ما حمایت می‌کند. چه کسی مدعی است که این برای نشر ایران بد است و ضرر دارد؟

□ چرا ناشران خصوصی آثارشان را به زبان‌های دیگر ترجمه و چاپ نمی‌کنند؟

■ برای اینکه هزینه بر است. تلاش بسیار زیادی لازم دارد، باید ارتباطات گسترده را حفظ کرد و مرتب در نامه‌نگاری با این ناشران بود. باید به‌روز بود و آثاری تولید کرد که مطابق با استانداردهای جهانی باشد. حتی ابتکار و خلاقیت باید به حدی باشد که بتوانیم در بازار جهانی جلوتر برویم و بازار را جذب کنیم و با ناشران دیگر رقابت کنیم. متأسفانه بیشتر ناشران ما خودشان را به حمایت‌ها و یارانه‌های دولتی وابسته کرده‌اند. سعی می‌کنند از آن یارانه‌ها استفاده کنند و چون می‌خواهند از یارانه‌ها استفاده کنند، وقتشان صرف کسب درآمد از این راه می‌شود، نه اینکه به کیفیت کار بپردازند یا نوآوری و خلاقیت داشته باشند.

ما ضرب‌المثل خوبی داریم که می‌گوید «احتیاج، پدر اختراع است». ما اگر نیاز داشته باشیم، باید دنبال راه‌حل بگردیم. شاید روزی خیلی از ناشران خصوصی برای اینکه فروششان افزایش یابد و درآمد کسب کنند و در حقیقت زندگی‌شان را از محل فروش کارشان تأمین کنند، به این راه‌حل فکر کنند. آن وقت بدون شک مجبور خواهند بود که به بازارهای جهانی فکر کنند.

□ فکر می‌کنید یک ناشر چه آموزش‌هایی باید ببیند تا بتواند در بازار جهانی حضور پیدا کند؟

■ برگزاری کارگاه و حتی برگزاری غرفه جمعی که در آن به ناشران آموزش دهیم، راهکار مناسبی است. به‌طور کلی می‌گویم اگر قرار باشد روزی ما این کار را انجام دهیم، مثلاً باید برای نمایشگاه بولونیا در سال بعد که تازه تمام شده خودمان را آماده کنیم. ناشران علاقمند باید در جلسات مستمری حضور پیدا کنند و راهنمایی شوند که کتاب‌های قابل ارائه در این نمایشگاه، چه کتاب‌هایی هستند. چطور باید کیفیت کارشان را بالا ببرند و کتاب‌های کیفی منتشر کنند. باید کتاب‌هایشان واقعاً تألیف و حاصل نوآوری ایرانی باشد و برداشت غیرقانونی از نوشته‌های دیگران و بازنویسی نباشد. الآن متأسفانه رسم شده است که بسیاری از نویسندگان ما کتاب‌هایی را که روی اینترنت است، می‌خوانند، بعد از آنها چیزهایی را برمی‌دارند و

ما با
خرید حق نشر
درصد بسیار ناچیزی به
ناشر خارجی می‌دهیم، در قبالش
از تمام امتیازات آن ناشر خارجی استفاده
می‌کنیم و صاحب یک پشتوانه عظیم فرهنگی
می‌شویم و یک ناشر قدرتمند از ما حمایت
می‌کند. چه کسی مدعی است که این برای
نشر ایران بد است و ضرر دارد؟

ملی‌شان در اولویت است، مثل خود ما که زبان‌مان کاربرد جهانی ندارد و یا کشورهای مانند نروژ، فنلاند، دانمارک، سوئد، سوئیس و حتی به‌تازگی، برای اینکه فرهنگشان را گسترش دهند، از ترجمه آثار کشورشان حمایت می‌کنند. بنابراین هزینه ترجمه را هم پرداخت می‌کنند. حتی ایتالیا هم این کار را می‌کند و هزینه ترجمه را پرداخت می‌کند. علاوه بر آن به مترجم بها می‌دهد. مترجم را به هزینه خودش دعوت می‌کند، به او جایزه و امتیاز شهروندی می‌دهد. همه کشورها الآن این کارها را می‌کنند، جز ایران که اصلاً بها نمی‌دهد.

بنابراین شما با خرید حق نشر از پوشش‌های حمایتی هم استفاده می‌کنید. معمولاً چون ناشران خارجی از ما قوی‌ترند، ناشر ایرانی را در سایت‌شان تبلیغ می‌کنند و در کارهایشان ناشر ایرانی را همه جا

تغییراتی می‌دهند و چیز دیگری می‌نویسند و می‌گویند کتاب جدیدی نوشته‌ام. اینگونه کتاب‌ها جایگاهی ندارد. کتاب‌ها باید قابلیت عرضه داشته باشند.

□ شما چه راه‌حلی برای این مسئله پیدا کردید؟

■ من مترجمی در آلمان دارم که فارسی و انگلیسی می‌داند، کتابم را می‌فرستم، ترجمه می‌کند. بعد از طریق پست الکترونیکی برای ویراستاری که در انگلیس داریم، می‌فرستیم. این ویراستار فقط انگلیسی می‌داند نه فارسی و نه زبان دیگری. بعد از آن خودم که خوش‌بختانه انگلیسی می‌دانم، کتاب را چک نهایی می‌کنم. خیلی وقت‌ها ممکن است، هفته‌ها من و ویراستار انگلیسی‌زبان یا مترجم درباره‌ی واژه‌های ما هم بحث کنیم که آیا این واژه درست‌تر است یا آن واژه، تا نزدیک‌ترین واژه را پیدا کنیم. بعد، یک مترجم خیلی خوب در ایران هم که واقعاً خوب کار می‌کند، آن را برای ما ترجمه می‌کند. مترجمی که سال‌هاست با من کار می‌کند، کتاب‌های کوچک و بزرگ ما را ترجمه کرده، اخلاق و روش کار ما را می‌داند و با واژه‌های ما آشناست. بسیاری از کسانی که من می‌شناسم گاهی از سر دوستی کتاب‌های ما را خودشان داوطلبانه نگاه می‌کنند.

□ ما در چه حوزه‌هایی، توان عرضه‌ی کتاب در بازارهای جهانی را داریم؟

■ ما نمی‌توانیم یک‌دفعه از حوزه‌های گسترده شروع کنیم. باید از یکی دو حوزه محدودتر - حوزه‌هایی که قدرت بیشتری داریم و امکانات بالقوه‌اش در کشور وجود دارد - شروع کنیم و به تدریج به حوزه‌های دیگر بپردازیم، چون وقت و هزینه می‌برد و یک‌دفعه نمی‌توانیم در تمام حوزه‌ها کار کنیم. ابتدا بهتر است از حوزه ادبیات و کودک و نوجوان شروع کنیم، زیرا در حوزه ادبیات، چه کودک و نوجوان و چه بزرگسال، حرف برای گفتن داریم و می‌توانیم از این حوزه‌ها که خیلی به هم نزدیک‌اند، شروع کنیم.

□ یعنی حوزه‌هایی که به شکل سنتی توان حضور داریم؟

■ توان بسیار بالقوه‌ای داریم و دنیا امروزه از میراث فرهنگی ما بهره‌برداری می‌کند. چرا خودمان بهره‌برداری نکنیم؟ علاوه بر آنکه از آن میراث فرهنگی می‌توانیم استفاده کنیم، می‌توانیم خودمان هم خلق کنیم. اینها حوزه‌هایی هستند که در آنها خلاقیت بسیار داشتیم و داریم. اگرچه در علوم هم داشته‌ایم و بزرگ‌ترین دانشمندان گذشته ایرانی بوده‌اند.

□ در حوزه مذهب چطور؟

■ در مذهب و حتی فلسفه و عرفان هم ما حرف برای گفتن داشتیم، ولی شاید مدتی رها شده است. توان و امکان دولت هم در ارائه کار نمی‌تواند نامحدود باشد. اگر از روز اول بگوییم که

می‌خواهیم در حوزه ادبیات، کودک و نوجوان، ایران‌شناسی، دین و مذهب، فلسفه و عرفان شرکت کنیم، هیچ‌وقت به نتیجه نمی‌رسیم. برای اینکه متمرکز شدن روی تمام این حوزه‌ها و پاسخ خواستن از آنها، غیرممکن است.

□ مگر تنها روش حضور در بازار جهانی همین است؟

■ یکی از راه‌ها این است. راه دوم آن - که شاید راه بهتری هم باشد و کم‌تر هم هزینه می‌برد - این است که بازار جهانی را در ایران برگزار کنیم. برنامه‌ای که من پیشنهاد دادم، این بود که به‌طور تخصصی، در هر حوزه‌ای برگزار شود. ناشران وقتی که می‌خواهند کسی را بفرستند که کار را ارزیابی کند، ویراستار مخصوص آن کار را می‌فرستند. بنابراین ما به جای اینکه غرفه‌ای را به بولونیا ببریم، باید بازارهای تخصصی برگزار کنیم. وقتی که بازار تخصصی کودک و نوجوان برگزار کنیم و تمام کتاب‌های خوب ایرانی را در این بازار جهانی نمایش دهیم و از بهترین ناشران دنیا، دعوت کنیم که ویراستاران ارشدشان را بفرستند و پنج روز مهمان ما باشند و کتاب‌های ما را بررسی کنند، مطمئن باشید که هیچ‌کدامشان با کمتر از ۵۰ تا ۱۰۰ قرارداد بر نمی‌گردند. برای اینکه، آنقدر غنای فرهنگی داریم که می‌تواند جذابیت کافی داشته باشد. ولی در چنین فضایی فرض کنید، بگوییم ویراستاران فلسفه، عرفان، مذهب، تاریخ، ریاضی و غیره بیایند، کاری از پیش نمی‌بریم، برای اینکه خیلی زیاد می‌شود.

□ پیشنهاد شما این است که ما به سمت نمایشگاه حرفه‌ای حرکت کنیم؟

■ صددرصد. وقتی که ما در یک حوزه حداقل ۱۰ ناشر فعال داشته باشیم که می‌توانند وارد بازارهای جهانی شوند، ما آن حوزه را کنار می‌گذاریم و می‌گوییم ادبیات و کودک و نوجوان الان به حد خودکفایی رسیده است. برای اینکه این ۱۰ ناشر، هر کدامشان در پنج کشور فعالیت می‌کنند، پس راه خودشان را یاد گرفته‌اند، و می‌توانند کار کنند. به‌علاوه اینکه در این فاصله با یارانه‌هایی که داده‌ایم، آنها را تقویت کرده‌ایم. به اعتقاد من، هیچ یارانه‌ای نباید تا ابد باشد. باید حد و مرزی داشته باشد و ناشر تا مدت‌زمانی از آن استفاده کند و کمک بگیرد. وقتی که از این مرز گذشت و خودکفا شد، باید خودش کار کند و به دولت وابسته نباشد. آن وقت در چنین فضایی مثلاً به تاریخ و جغرافیا یا علوم پایه یا فلسفه و عرفان یا دین که می‌توانیم در آن حوزه‌ها کار کنیم، بپردازیم و به تدریج به حوزه‌های مختلف برسیم. وقتی که ما ۱۰ تا ۱۵ ناشر قوی و فعال در هر حوزه‌ای پرورش دادیم و پیشرفت کردند، آن وقت، ما مشکلی نداریم. برای اینکه همه ناشرانی که در این حوزه‌ها فعالیت می‌کنند، از راه و روش این ناشران یاد می‌گیرند. در این صورت ما می‌توانیم یک نمایشگاه کامل برگزار کنیم

یا اگر در نمایشگاهی شرکت می‌کنیم، خود ناشر شرکت کند.

برای حضور در بازارهای جهانی، ابتدا بهتر است از حوزه ادبیات شروع کنیم، زیرا در حوزه ادبیات، چه کودک و نوجوان و چه بزرگسال، حرف برای گفتن داریم

نماینده‌ای که مسئول فروش است، می‌آید آنجا و می‌فروشد.

□ اگر ادعای برگزاری یک نمایشگاه بین‌المللی را داریم که از طریق آن با ناشران دنیا ارتباط داشته باشیم و آنها هم انتظار دارند که حق نشر کتاب را داد و ستد کنند، قطعاً باید به این سمت حرکت کنیم. آیا فروشگاه با این مسئله تناقض ندارد؟

■ نه! فروش به افراد مراجعه‌کننده یا خریداران ایرانی مشروط بر اینکه کتاب‌های عرضه شده آن ویژگی‌ها را داشته باشد، هیچ مشکلی به وجود نمی‌آورد. برای اینکه حداقل در هر غرفه دو نفر خواهند بود؛ کسی که مسئول پاسخ‌گویی به ناشران خارجی است. ما در سال‌های اول نمایشگاه کتاب این را داشتیم. همانگونه که ناشران ایرانی وقتی می‌خواهند با ناشر خارجی مذاکره کنند، می‌دانند که می‌خواهند کپی‌رایت به او پرداخت کنند، یعنی با خرید حق نشر، کتاب را از ناشر می‌خرند و نمی‌خواهند نسخه را از ناشر بگیرند و ترجمه کنند و به صورت غیرقانونی منتشر کنند، چون از نظر آنها غیرقانونی است. در سال‌های اول که نمایشگاه تازه راه افتاده بود، زمانی که آقای زنگنه مدیر نمایشگاه بود، این پیش‌بینی شده بود. تعداد زیادی از خود ناشران خارجی می‌آمدند و خریداران هم می‌آمدند، خود ناشر هم که خریدار بود، می‌آمد و ما هم به فکر خرید از آنها بودیم. هر دو طرف غیر از ساعات عادی نمایشگاه، می‌رفتیم در غرفه‌های خارجی با آنها صحبت می‌کردیم و برعکس. به‌تازگی نمایشگاه‌های بین‌المللی خیلی خوبی مثل نمایشگاه کیتاوان و ابوظبی راه افتاده است. با وجود اینکه اولین دوره‌هایشان برگزار شده، کیفیت بسیار بالایی دارند. برای اینکه برگزارکنندگان آنها، همان برگزارکنندگان نمایشگاه فرانکفورت هستند. الان دو گروه، نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب را سامان می‌دهند؛ گروهی که نمایشگاه لندن و چند نمایشگاه دیگر مثل ژاپن و غیره را برگزار می‌کند و گروه دیگر هم نمایشگاه فرانکفورت و نمایشگاه‌های دیگری مثل کیتاوان و ابوظبی و جز آنها را برگزار می‌کنند. ما هم می‌توانیم بعد از برگزاری ۲۰ نمایشگاه، این کار را کنیم. احتیاجی نیست که دیگری بیاید و ساماندهی کند. ناشران شرکت‌کننده باید بدانند با چه هدفی شرکت می‌کنند. آن وقت از ناشران خارجی دعوت کنیم که هم فروشنده و هم خریدار بفرستند که بتوانند هم کتاب‌های ما را ارزیابی کنند و بخرند و هم کتاب‌های خودشان را به ما عرضه کنند و بفروشند.

□ به نظر می‌رسد فلسفه اصلی نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب از جمله نمایشگاه کتاب تهران، ارتباط بین صنعت نشر کشورهای مختلف باشد و قرار بود نمایشگاه کتاب تهران نقطه اتصال ما با دنیای بیرون باشد. همچنان که نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت چنین نقشی دارد، مثلاً فروش کتاب وجود ندارد، اما صنعت نشر آلمان را با صنایع دنیا و همین‌طور صنایع دنیا را به همدیگر ارتباط می‌دهد. چگونه می‌توان نمایشگاه کتاب را به این سمت هدایت کرد؟

■ فقط همت می‌خواهد. معاونت فرهنگی ارشاد می‌تواند اعلام کند که در سال آینده ما نمایشگاه را به سمت تخصصی شدن هدایت می‌کنیم و از ناشران حرفه‌ای و خوب دعوت می‌کنیم که کتاب‌های خوبشان را که قابلیت عرضه شدن در جهان را دارند، نمایش دهند. چون نمایشگاه بین‌المللی تهران می‌تواند تمام حوزه‌ها را پوشش دهد و دلیل ندارد در یک حوزه اختصاصی کار کند. ولی بازار جهانی باید از یک حوزه شروع شود و بعد به حوزه‌های دیگر بپردازد. نمایشگاه بین‌المللی است، باید تمام حوزه‌ها را پوشش دهد و تمام کتاب‌ها باشد، ولی نه کتاب‌هایی که سرقت ادبی است یا کاملاً ترجمه کتاب دیگری است بدون مجوز و یا کتابی که برداشت ناقص از کتاب دیگری است. اینها نباید باشد. چند سال پیش یک ناشر سوئیسی از طریق مسئولان غرفه سوئیسی، کتابی به نام ماهی رنگین کمان به ایران فرستاده بود که حق نشر آن به ناشران ایرانی واگذار و فروخته شود. تأسف این بود که وقتی این نماینده آمد کتاب را عرضه کند، به او گفتند فلان ناشر دولتی این کتاب را قبلاً ترجمه و چاپ کرده است. این وضع نباید باشد. کتاب‌های ناشران ایرانی که قابلیت عرضه شدن در بازارهای جهانی را دارند، باید حضور پیدا کنند. من مخالف حضور مردم و خرید آنها نیستم.

□ آیا می‌توانیم این دو را با هم جمع کنیم که نمایشگاه و فروشگاه با هم باشد؟

■ می‌تواند هر دو با هم و کاملاً هم‌زمان هم باشد، هیچ مشکلی نیست. ولی ناشر فقط همین کتاب‌ها را در غرفه داشته باشد و بفروشد، کتاب‌هایی را که می‌داند قابل ارائه در بازار جهانی است.

□ چرا در نمایشگاه بین‌المللی کتاب به جای خود ناشران خارجی، نمایندگان شان می‌آیند؟

■ جذابیتی برای آنها ندارد. آنها دنبال خرید و فروش حق نشر کتاب خوب‌اند که اینجا امکان این کار برایشان وجود ندارد. بلکه فقط فروش فیزیکی کتاب مطرح است. درمورد فروش فیزیکی کتاب هم، ناشران بزرگ در کشورهای مختلف، یک بخش فروش دارند. اصلاً بخش فروش جداسست و ربطی به بخش تولید ندارد. بنابراین

□ به نظر شما اتحادیه‌ی ناشران چگونه می‌تواند حضور موفق‌تری در بازار جهانی نشر داشته باشد؟

■ خیلی راحت می‌تواند از ناشران توانمندی که در این حوزه می‌توانند کار کنند و علاقه‌مندند، دعوت کند و با آنها تشکلی ایجاد کند و برایشان برنامه‌ریزی کند. هر ناشر هزینه و سهم خودش را بدهد. چند سال پیش من برنامه‌ای به اتحادیه پیشنهاد دادم و در چند جلسه هم شرکت کردم که برای حضور در بازار جهانی کمیته‌ی فرعی تشکیل شود. چنین کاری قرار شد، انجام شود و در یکی از نمایشگاه‌ها حضور داشته باشند. در آن نمایشگاه هم شرکت کردند. منتها قرار بود که هر کس، سهم خودش را بدهد، یکی از مشکلاتی که به وجود آمد، این بود که حساب کردیم که هزینه شرکت به صورت گروهی بیش از هزینه شرکت به صورت مستقل می‌شود، در حالی که امکانات و فضای کمتری در اختیار شرکت‌کنندگان قرار می‌گیرد. در نتیجه منصرف شدم و پس از چند بار شرکت در جلساتشان، دیگر شرکت نکردم. چند نفری از اعضای اتحادیه با هم شرکت کردند و طبعاً آنطور که باید و شاید نتیجه‌ای نگرفتند. جاهایی انسان باید منفعت جمع و نه منفعت خودش را در نظر بگیرد. ولی وقتی که می‌خواهد کار جمعی انجام بدهد، باید هزینه کاهش یابد، این طبیعی است، نه اینکه هزینه افزایش یابد. وقتی شما می‌بینید کاری را خودتان با هزینه کمتر انجام می‌دهید، به چه دلیلی باید در جمعی حاضر شوید که هزینه بیشتری بدهید و امکانات کمتری دریافت کنید و محدودیت‌هایی هم برایتان به وجود بیاید و نتیجه دلخواه را هم نگیرید.

□ در واقع معتقدید که مسیر موفقیت این است که تشکیلات حرفه‌ای، حمایت کند؟

■ صددرصد. جمع باشیم نه فرد. من معتقدم که یک دست صدا ندارد.

□ ارشاد برای حمایت از ناشران برای حضور در بازار جهانی، چه کارهایی می‌تواند بکند؟

■ کارهای بسیاری. اولاً فرم و جهت نمایشگاه بین‌المللی کتاب را تغییر دهد تا یک نمایشگاه بین‌المللی واقعی شود. بازار جهانی کتاب را از بخش نمایشگاه بین‌المللی کتاب جدا کند. به عقیده من اینها باید در دو زمان مختلف برگزار شوند. من پیشنهاد اولیهام این بود که بازار جهانی کتاب در دهه فجر که مناسب هم دارد، برگزار شود. همچنان که جایزه کتاب سال در دهه فجر برگزار می‌شود. از سال‌ها قبل می‌گفتم، هنوز هم می‌گویم. بازار جهانی باید با هدف بازار جهانی بودن برگزار شود و آن هدف و برنامه را دنبال کند. حمایت‌های ما باید هدفمند و نتیجه‌گرا باشد. یعنی بگویند این کمک را می‌کنیم، به شرط آنکه یک کتاب ایرانی را جهانی کنی. کیفیت و کمیت باید مطرح باشد و یک حدی بگذارند، مثلاً برای صد کتاب کمک کنند. اگر صد کتاب ناشر به

زبان دیگر منتشر شد، پس از آن دیگر حمایت نکنند، چون به مرحله خودکفایی رسیده است. ارائه پروانه نشر به شرط داشتن مدرک لیسانس و تأهل و تمدید آن به شرط چاپ چهار عنوان کتاب، سیاست مناسبی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیست. این شرایط باید تغییر کند. افرادی که به نشر علاقه‌مندند، در حرفه نشر باقی بمانند، نشر را حرفه‌ای کنند. وقتی که نتیجه گرفتیم، آن وقت سرمان را بلند کنیم و آمار بدهیم و بگوییم به این هدف‌ها رسیده‌ایم. کما اینکه من الآن می‌توانم سرم را بلند کنم. وقتی ناشر کوچکی بدون حمایت می‌تواند کاری را انجام دهد، مطمئن باشید که مجموعه ناشران ایران می‌تواند در سطح دنیا حرکت بسیار عظیمی کنند. همانگونه که در نمایشگاه فرانکفورت به برخی از دستاوردهای انتشارات دو ساله شباویز اشاره کردم، نتیجه‌گیری‌ام این بود که وقتی ناشر کوچکی بتواند در عرصه محدودی بدون امکانات و با محدودیت‌هایی که برایش وجود دارد، آنقدر کار کند و چنین عملکردی داشته باشد، بدون شک ناشران ایرانی می‌توانند عملکردی داشته باشند که ناشران دنیا به پیشان نرسند.

□ آیا ما می‌توانیم بدون سامان‌دهی برخی زیرساخت‌های ملی نشر، روی پای خودمان بایستیم و بگوییم می‌خواهیم در بازارهای جهانی حضور داشته باشیم؟ به عبارت دیگر در شرایطی که مشکل توزیع را در داخل حل نکرده‌ایم آیا امکان عرضه کتاب در سطح جهانی را خواهیم داشت؟

■ اینها، دو مسئله و مقوله مختلف‌اند. اگر بشر اینطوری فکر می‌کرد، هیچ وقت نباید از عصر حجر به عصر امروز می‌رسید. برای اینکه هیچ‌کدام از زیرساخت‌هایی را که بشر متمدن امروز در اختیار دارد، بشر عصر حجر در اختیار نداشت. پس اگر بشر فکر نمی‌کرد و خودش کار نمی‌کرد و پیش نمی‌رفت، هیچ وقت به تمدن امروز نمی‌رسید. آن بشر همچنان باید در عصر حجر توقف می‌کرد و می‌گفت که هیچ‌کدام از راه‌ها برای من باز نیست و هیچ امکانی ندارم، پس چگونه به دنیای قرن بیستم برسم؟

□ به تجربه‌های بسیار ارزشمندی اشاره کردید و خیلی از ناشران می‌توانند از آنها استفاده کنند و می‌تواند برای آنها ارزش افزوده داشته باشد. آیا به‌عنوان سخن پایانی می‌خواهید نکته‌ای را مطرح کنید؟

■ همین را بگویم که ما اول باید مخاطب‌مان را پیدا کنیم، اول ببینیم آن گوش شنوایی که دنبال‌ش هستیم کجاست، و آن گوش شنوایی که چیزی را حاضر است بپذیرد و بشنود و به کدام سمت حاضر است حرکت کند. اگر ما گوش شنوایی نداریم و اگر علاقه‌مندی نداریم که مثل من و شما بخواهد درباره این مسئله فکر کند و در این زمینه قدمی بردارد، صحبت به چه نتیجه‌ای می‌رسد؟

□ از فرصتی که در اختیارمان قرار دادید، سپاسگزارم.