

نشر ایران و بازارهای جهانی کتاب



محسنی: مباحث مختلفی درباره جایگاه نشر ایران در بازار جهانی کتاب مطرح است. سهم نشر ایران از بازارهای جهانی چقدر است؟ آیا زمینه حضور فعال ناشران در عرصه داخلی فراهم شده است تا از این رهگذر وارد عرصه‌های جهانی شوند؟ آیا زمینه‌های حقوقی و مالی مناسبی برای این منظور مهیا شده است؟ با توجه به اینکه عضو کمی‌رایت نیستیم، آیا می‌توانیم در بازارهای جهانی حضور داشته باشیم و پرسش‌هایی از این دست، محورهای این نشست است. کارشناسی که در نشست حضور دارند، صاحب دیدگاه‌هایی در این زمینه هستند و احتمالاً مواعی نیز برای آن متصور باشند. آقای دکتر حسن‌زاده، چگونه می‌توان زمینه حضور ناشران ایرانی را در بازارهای جهانی نشر مهیا کرد؟

دکتر حسن‌زاده: ابتدا باید این سؤال را مطرح کرد که چرا نشر ایران در بازار جهانی جایگاهی ندارد. اختراع چاپ قطعاً مهم‌ترین اختراع بشر بوده است که به دنبال آن تالیف و نشر کتاب گسترش یافت. با توجه به اهمیت و قداست کتاب در فرهنگ‌های مختلف و ارزش آن در مجامع علمی، امروزه در نقاط مختلف دنیا نمایشگاه‌های گوناگونی برای عرضه و توزیع کتاب و تعاطی افکار برگزار می‌شود. حال باید دید برای حضور ایران در عرصه بین‌المللی نشر، چه اقداماتی باید صورت گیرد؟

توجه به آثار ایرانی در دوره‌های مختلف معلول سه عامل بوده است؛ عامل اول توجه و کنجکاوای غربی‌ها نسبت به تحولات ایران و موقعیت استراتژیک آن بوده که باعث شده است که برخی از آثار کلاسیک نویسندگان ایرانی درباره کشورهایمان در غرب و در دنیای پیشرفته مورد توجه قرار گیرد. دومین عامل علاقه شرق‌شناسان و ایران‌شناسان غربی به مفاخر علمی، ادبی و فرهنگی ایران بود که فتح بابی شد تا آثار ایرانی در غرب مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد. عامل سوم کوشش‌ها و اقدامات برخی از ایرانیان برای معرفی و شناساندن آثار ایرانی در دنیا بوده است که از جان و مال خود مایه گذاشتند. بررسی این سه عامل نشان می‌دهد که نشر ایران در بازارهای جهانی تاکنون منفعلانه بوده است، یعنی آنها کار کرده‌اند و ما کار نکرده‌ایم که به دست دیگران برسد.

اما عواملی که باعث شد تا آثار کشورهای پیشرفته هم در غرب و هم در شرق مورد توجه قرار گیرد و آنان بازار جهانی را در دست گیرند، در چند مورد می‌توان ارزیابی کرد. عامل اول برنامه‌ریزی، مطالعه و پژوهش کشورهای

حاضران در جلسه:

حمید محسنی:

مدیر مسئول انتشارات کتابدار و دبیر جلسه

دکتر محمدرضا وصفی:

مدیر کل دفتر مجامع و فعالیت‌های فرهنگی

دکتر محمد حسن‌زاده:

عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس

مهندس محمودرضا برازش:

مدیرعامل انتشارات به‌نشر

جعفر همایی:

مدیر مسئول نشر نی



دکتر حسن زاده:

اگر شما یک مبحث علمی را در کتابخانه‌های مختلف جست‌وجو کنید و کتاب‌ها را در کنار هم قرار دهید، می‌بینید که در بیشتر مواقع، در ایران علم تولید نمی‌شود، بلکه بسیاری از آنها به‌نوعی تکرار دیگری هستند

پیشرفته برای تولید و نشر آثار فرهنگی، علمی و هنری بود. علم از زبان عربی به غرب راه یافت، ولی الآن زبان علم، زبان انگلیسی، فرانسوی و آلمانی است و یک کتاب علمی که به فارسی چاپ شود، خواننده نخواهد داشت. کتابی که به انگلیسی چاپ شود، همه‌جا خواننده خواهد داشت. دومین عامل این است که تولید علم حتی اگر، در غرب هم صورت نگیرد، اما به یکی از زبان‌های غربی منتشر می‌شود، که این البته دلایل علمی و غیرعلمی دارد. یکی از دلایل غیرعلمی، شیفتگی غیرمنطقی ما نسبت به چاپ آثارمان در خارج است، مثلاً دانشگاه‌های ما به مقالاتی که در نشریات انگلیسی، آلمانی و فرانسوی چاپ شود، هم مزایای مالی و هم امتیازات دیگری در نظر می‌گیرند. عامل دیگر توجه به کیفیت اثر در کشورهای پیشرفته است که وقتی محتوای اثری را بررسی می‌کنیم، می‌بینیم که از نظر کیفی سطح بالایی دارد. عامل دیگر در این زمینه نگاه اقتصادی غربیان به حوزه نشر است که برای حضور در بازارهای جهانی بسیار مهم است. عامل بعدی وجود یک نظام نقد و بررسی، انواع نمایه‌ها و چکیده‌نامه‌ها و مجلات ویژه نقد و بررسی است. ناشران پول پرداخت می‌کنند که کتابشان در نشریات نقد شود. این موجب شده که نوعی تکاپو در حوزه نشر ایجاد شود. کتاب که منتشر می‌شود تازه وارد جریان حیات علمی می‌شود و با نقد و بررسی هرچند تند آن باعث رشد و بالندگی علم می‌شود.

ما برای حضور فعالانه در بازار جهانی چه باید بکنیم؟ به نظرم، اولین کار توجه به کیفیت آثار است و اینکه ناشر هر کتابی را چاپ نکند. اگر درباره یک موضوع علمی در کتابخانه‌ها جست‌وجو کنید و کتاب‌ها را در کنار هم قرار دهید، می‌بینید که در ایران علم تولید نمی‌شود، بلکه می‌چرخد، یعنی این کتاب، بخشی از آن کتاب است و آن کتاب، بخشی از این کتاب است. مقالات نیز همین شرایط را دارد، قسمت‌هایی از کتاب از مقالات سر درآورده است. این یکی از معضلات اصلی نشر ایران است که ناشر هر کتابی را از هر نویسنده‌ای، بدون اینکه بررسی کند که آیا در زمینه موردنظر کار کرده یا نه، چاپ می‌کند.

نکته دیگر توجه جدی به سازوکارهای اطلاع‌رسانی، نقد و بررسی و ارائه چکیده‌ای از آثار به زبان‌های بین‌المللی است. شما یک کتاب علمی و پژوهشی را در نظر بگیرید که سالیان پیش در ایران چاپ شده و هیچ ایران‌شناس علاقه‌مند و محقق در غرب نداند که این کتاب در ایران چاپ شده است، چه اتفاقی می‌افتد؟ کتاب در نهایت غربت در ایران از بین می‌رود. ولی اگر چکیده‌ای از این کتاب به زبان انگلیسی، آلمانی یا فرانسوی چاپ شود و در شبکه اطلاع‌رسانی مثل اینترنت قرار گیرد، افراد علاقه‌مندی که چکیده یا نمایه این کتاب را می‌بینند، آیا علاقه‌مند خواهند شد که آن را به زبان انگلیسی، آلمانی و فرانسوی ترجمه کنند. در نمایشگاه‌های بین‌المللی ما غیر از اینکه خریدار آثار خارجی باشیم، آیا مطالعه و بررسی کردیم که چگونه می‌توانیم آثار ایرانی را از طریق تعاملات علمی به زبان‌های دیگر منتقل کنیم.

مسئله دیگر، برنامه‌ریزی برای تولید آثار مفید در حوزه علوم بنیادی است. اگر ما در حوزه علوم بنیادی حرفی برای گفتن داشته باشیم، این قابل ترجمه خواهد بود و ناشری که آن را منتشر می‌کند در عرصه بین‌المللی دارای ارزش خواهد بود. الآن به دلیل نیاز به آثار حوزه کامپیوتر، کتاب‌های کم‌حجم، شیک و علمی با تیراژ بالا به زبان انگلیسی منتشر و در کل دنیا توزیع می‌شود. این مسئله به دلیل این است که علوم بنیادی شکل گرفت و مال آنها شد. چون علوم بنیادی را کار کرده‌اند و به دنبال آن در علوم کاربردی نتیجه‌اش را اکنون می‌گیرند.

نکته دیگر، تأکید بر نگاه اقتصادی و جهانی به حوزه نشر است. تعدادی از ناشران ما دولتی‌اند که از روی اجبار چاپ می‌کنند. اول سال بودجه‌ای در سازمان، اداره یا وزارتخانه برای آنان در نظر گرفته می‌شود و این ناشران بدون هدف اقتصادی فقط کتاب چاپ می‌کنند. این کارنامه ناشران دولتی است. در هیچ کشوری همانند ایران به ناشران دولتی نگاه نمی‌شود. ناشران خصوصی نیز دو نوع‌اند. یک گروه، ناشرانی هستند که با علاقه، اعتقاد و برنامه‌ریزی و نگاه درست وارد شده‌اند و مقوله نشر را کار مناسبی برای ایفای نقش فرهنگی می‌دانند. گروه دیگر، ناشرانی هستند که کار نشر را فقط منبع درآمد صرف در نظر گرفته‌اند. اینها مشکلات حوزه نشر است و تا زمانی که این دیدگاه‌ها حاکم است، ناشران خصوصی گروه اول هم که می‌توانند برای نشر کشور در بازارهای جهانی مفید باشند، کاری از پیش نخواهند برد.

محسنی: آقای همای نقش اتحادیه برای حضور ناشران در بازارهای جهانی چیست؟ برای مثال اتحادیه ناشران آلمان نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت را برگزار می‌کند و در این نمایشگاه سه چهارم کپی‌رایت‌های دنیا مبادله می‌شود.

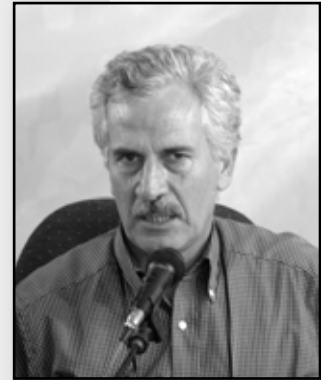
همای: درباره حضور فعال ایران در بازار جهانی کتاب، دو نکته باید مورد توجه قرار گیرد. نخست باید به این مسئله توجه شود که سهم ایران در تولید دانش چقدر است. ما در تولید دانش هنر، ادبیات، علوم پایه، فناوری و علوم انسانی نقش جدی در بازار جهانی نداریم. تحولات سال‌های اخیر و پیدایش اینترنت و امکان دسترسی محققان به منابع تحقیقی بیشتر، موجب شده شمار مقالات دانشگاهیان ایران در مجلات علمی زیاد شود. اگر این امر توسعه پیدا کند و نقش ما در تولید دانش بیشتر شود، سهم ما در بازارهای جهانی کتاب هم بیشتر خواهد شد. از سوی دیگر باید دید در حوزه هنر و ادبیات چقدر امکان رشد و بالندگی در داخل می‌دهیم تا در سطح جهانی هم چیزی برای عرضه داشته باشیم. من فکر می‌کنم به دلیل زمینه و سابقه طولانی در این دو حوزه، ظرفیت نسبتاً قابل توجهی داریم.

نکته دیگر این است که انگیزه فعلی برای حضور در بازار جهانی، بیشتر انگیزه دولتی است. اگر نگاه دقیقی به این قضیه داشته باشیم، باید به دو ترکیب توجه کنید. بیشتر ناشران بزرگ ما دولتی‌اند و با تکیه بر بودجه دولت اداره می‌شوند و کتاب تولید می‌کنند. بخشی از اینها سهم انحصاری تولید کتاب را دارند، مثل آموزش و پرورش که تولید کتاب آموزشی دولتی را در اختیار دارد. در کشورهای پیشرفته چنین چیزی وجود ندارد و بخش خصوصی تولید می‌کند. همچنین اغلب کتاب‌های علمی دانشگاهی را در ایران، ناشران دولتی تولید می‌کنند. به همین دلیل شرایط رقابت بین بخش دولتی و خصوصی از جنبه‌های مختلف بسیار نابرابر است. در همه جای دنیا بیشتر ناشران خصوصی در حوزه جهانی وارد می‌شوند و برای کسب درآمد بیشتر فعالیت می‌کنند. ولی اینجا برعکس است و بخش دولتی بیشتر فعال است و عموماً هم در بازارهای جهانی کتاب، مثل نمایشگاه فرانکفورت، شرکت کرده است یا در نمایشگاه کتاب کودک بولونیا که چیزی برای عرضه نداشتند و غرفه‌ها بیشتر نمایشی بوده است تا تبلیغ و ترویج کتاب ایران و اساساً انگیزه مالی وجود ندارد. ترکیب دیگر در بازار داخلی این است که بخش عمده‌ای از ناشران بزرگ کشور، ناشران کتاب‌های کنکوری، کمک آموزشی و حل مسائل هستند و تعدادی کتاب‌های درسی دانشگاهی، آن هم در حوزه حل مسائل و نه کتاب‌های نظری تولید می‌کنند.

اینکه گفته شد، اتحادیه ناشران آلمان، نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت را برگزار می‌کند، اینطور نیست. این اتحادیه شرکتی تأسیس کرده است که آن شرکت متولی برگزاری نمایشگاه است، ولی اتحادیه ناشران تهران یا ایران نمی‌تواند شرکتی تأسیس کند. برای اینکه اتحادیه ناشران آلمان برخلاف ما سیاست‌گذاری می‌کند و تشکیلات تحقیقاتی دارد و حتی در سال‌های قبل از نمایشگاه فرانکفورت نمایندگان می‌آمدند و بازار کتاب ایران را بررسی می‌کردند و برای ناشران خودشان اطلاعات می‌پردند. اتحادیه ناشران حداقل چهار سال با همکاری تشکلهای صنعتی صنعت نشر، بخش داخلی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را اداره کرد و مدیرانشان هم بد نبود. اما متأسفانه سال گذشته آن را به اتحادیه تعاونی‌ها و چند تشکل دیگر سپردند و امسال هم ثبت نام و همه چیز به عهده ارشاد بود. در حالی که الان اصل ۴۴ قانون اساسی مطرح است و دولت و مجلس تأکید دارند که راه توسعه اقتصادی خصوصی کردن اقتصاد، صنعت و تجارت است.

وقتی از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت صحبت می‌کنیم، باید ببینیم این قیاس در چه حدی است و چه انتظاری باید داشته باشیم. کسانی که از نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت بازدید کرده‌اند، قطعاً تأیید خواهند کرد که استقبالی که از نمایشگاه بین‌المللی تهران می‌شود، در بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب دنیا از جمله فرانکفورت هم سابقه ندارد. نمایشگاه فرانکفورت چندان بازدیدکننده ندارد. اما آیا مجموع دادوستدهای نمایشگاه تهران با مجموع دادوستدهای نمایشگاه فرانکفورت قابل قیاس است؟ ضمن اینکه ما نباید از اینکه نمایشگاه ما اینقدر بازدیدکننده و مخاطب دارد، مغرور بشویم، در عین حال هم نباید این پدیده را دست کم بگیریم. نمایشگاه تهران پدیده بسیار مهمی است و به نیازهایی که در طول سال پاسخ داده نمی‌شود، پاسخ می‌دهد. به همین دلیل از آن استقبال می‌شود. این استقبال، نشان‌دهنده کمبود اطلاع‌رسانی کتاب، کمبود ویتترین عرضه کتاب و نظایر آنهاست. اگر مجموعه مدیریت دولتی با همکاری نهادها و تشکلهای صنعتی که در حقیقت انگیزه زیادی برای ساماندهی بخش نشر کشور دارند، موانع و مشکلات این بازار را بررسی و کمبودها، نواقص، مشکلات و موانع را برطرف کنند، خدمات بهتری در طول سال به مردم ارائه می‌شود. الان خرید کتاب از خارج مثلاً آمازون برای ایران امکان‌پذیر نیست. به‌دلیل اینکه بستر ایران اعتبار بین‌المللی ندارد و آنها مطمئن نیستند که پست ایران کتاب را به شما می‌رساند یا نمی‌رساند. در حالی که ما کتاب به زبان انگلیسی در حوزه‌های مختلف دانشگاهی، تحقیقاتی و غیره احتیاج داریم.

مهندس برازش: حضور در بازارهای جهانی نشر نیازمند ابزارهایی است. یکی از ابزارها، شکل‌گیری اتحادیه‌ها، تعاونی‌ها، ناشران و بنگاه‌های ادبی است که توانایی حضور در عرصه بین‌المللی را داشته باشند. در کشور ما ناشر یا اتحادیه‌ای که بتواند در عرصه بین‌المللی حضور مؤثر داشته باشد، جز چند ناشر انگشت‌شمار وجود ندارد. یکی از دلایل آن دولتی بودن صنعت نشر ماست. مسئله دیگری که جای بحث دارد، این است که ما چه چیزی برای عرضه در بازارهای جهانی داریم. در حوزه مرجع و کتاب‌های تاریخی و کلاسیک می‌توان آثار جهانی تولید کرد. در سال‌های گذشته اشعار مولوی یکی از ۱۰ کتاب پرفروش سال نیویورک بود که نشان می‌دهد فرهنگ و ادب ایران می‌تواند در بازار جهانی مخاطب داشته باشد. در حوزه کودک، چه در تصویرگری و چه در شعر و داستان، قابلیت‌های جهانی شدن را داریم. در نمایشگاه کتاب، یک گروه چینی، یک تصویر ایرانی را دید و گفت آن را برای پوستر می‌خواهد. در حوزه دین هم می‌توانیم بحث اقتصادی را مطرح کنیم، ولی در این حوزه، جز بحث اقتصادی، بحث فرهنگی و اعتقادی هم مطرح است. از سوی دیگر در علوم مختلف مثل فناوری هسته‌ای، بیوتکنولوژی و نانوتکنولوژی در حال رشد هستیم و اگر بخواهیم دانشمندان ما بیشتر رشد کنند، باید تولید کتاب‌های علمی‌مان را جهانی کنیم. یکی از مؤلفان در جلسه‌ای می‌گفت که کتابش را به نیویورک فرستاده و آنجا چاپ کرده‌اند. اینجا بستر آماده نبوده که کتابش را چاپ کند، در نیویورک چاپ کرده



همایی:
با افزایش سهم
ایران در تولید
دانش در جهان،
سهم ما در بازارهای
جهانی کتاب هم
بیشتر خواهد شد



مهندس برازش:
 برای اینکه بتوانیم در
 بازارهای جهانی حاضر
 باشیم، باید ابزارهایی
 را داشته باشیم. یکی
 از ابزارها داشتن
 اتحادیه‌ها، تعاونی‌ها،
 ناشران یا بنگاه‌های
 ادبی است که توانایی
 حضور بین‌المللی را
 داشته باشند

است. متولیان عرصه نشر باید به توانایی‌ها و انتظارات ناشران برای حضور در سطح جهانی توجه داشته باشند و به خواسته‌هایشان پاسخ منطقی بدهند. اگر اینگونه باشد، می‌توان انتظاراتی داشت. مسئله دیگری که باید مدنظر قرار گیرد، این است که نمایشگاه کتاب ما با نمایشگاه‌های دیگر تفاوت‌های عمده‌ای دارد. در نمایشگاه کتاب بولونیا بازدیدکننده عادی و غیرمتخصص برای خرید نسخه کتاب وجود ندارد و ورودیه نمایشگاه کتاب فرانکفورت هم گران است و فقط آخرین روز گروه‌هایی می‌توانند از نمایشگاه بازدید کنند. زیرا این نمایشگاه‌ها محل داد و ستد و معامله حق نشر کتاب است. اما نمایشگاه تهران بازار بزرگ کتاب است. نباید انتظار داشت که ناشرانی که در بازار جهانی تا الآن غرفه داشته‌اند، بیایند درباره خرید و فروش حقوق نشر کتاب‌هایشان گزارش دهند. بخشی از نمایشگاه ناشران خارجی ما به این قضیه اختصاص دارد که فکر نمی‌کنم تاکنون کار خاصی صورت گرفته باشد.

محسنی: آقای دکتر وصفی با توجه به آنچه مطرح شد، دولت چگونه می‌تواند به حضور ایران در بازار جهانی نشر کمک کند؟

دکتر وصفی: ما در ایران چه در بخش دولتی نشر و چه در اتحادیه ناشران، ساختارها و ابزار تعریف شده برای حضور در بازار جهانی کتاب نداریم. در کل یک نمایشگاه بین‌المللی کتاب باید دارای سه شاخصه باشد: مدیریت، ناشر و مخاطب. مدیریت نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تلاش کرده است، خود را در سطح بین‌المللی تعریف کند، آن هم بیشتر از این جهت که کتاب‌های خارجی را در حوزه علوم و تکنولوژی وارد کشور کند؛ و گرنه عموم ناشران ما در این نمایشگاه در سطح بین‌المللی و برای مخاطبان غیر ایرانی برنامه ندارند. نمایشگاه تهران بیشترین مخاطب را از شهرستان‌ها دارد و مخاطب خارجی‌اش در حد صفر است. مخاطب خارجی، زمانی به دیدن نمایشگاه می‌آید که بخش گردشگری کشور در این نمایشگاه نقش داشته باشد. در نمایشگاه فرانکفورت، تمام هتل‌ها از قبل رزرو می‌شود. مدیریت گردشگری بخشی را برای خودش، در کنار نمایشگاه کتاب فرانکفورت تعریف کرده و امکانات توریستی برای مخاطبان ایجاد کرده است. چنین امکاناتی از سوی نهادهای مدنی و دولتی در کشورمان برای نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تعریف نشده است.

در خصوص وضع نشر ما، من اشاره کوتاهی به تاریخ کنم. ایرانیان خیلی علاقمندند که کارهایشان در سطح بین‌المللی مطرح باشد، برای مثال، دلاواله ۴۰۰ سال پیش در ایران بوده است و جالب است که ۴۰۰ سال پیش هم، اولین گام‌هایی است که در غرب، صنعت چاپ شکل گرفته است. وی تعدادی کتاب از اصفهان و جنوب کشور جمع می‌کند و نویسندگانشان را فریب می‌دهد و می‌گوید که اینها را به من بدهید، من در خارج برایتان چاپ کنم. او آن کتاب‌ها را چاپ نکرد و تازه امروز است که بعضی از نهادها و مؤسسات بعد از ۴۰۰ سال در ایران آن کتاب‌ها را یافته و چاپ کرده‌اند. مثل جرم‌نامه یا فتح هرمز که آقای دکتر وثوقی آن را در کتابخانه‌های غربی پیدا کرد و به ایران آورد و بعد از ۴۰۰ سال چاپ شد.

یکی از عوامل عقب‌ماندگی در حوزه نشر دیر آمدن صنعت چاپ به ایران است. البته بعد از ظهور صنعت چاپ هم، تحولاتی در حوزه تولید علوم رخ داد که ما در این حوزه هم از قطار تاریخ تاکنون جا مانده‌ایم. اگرچه از روی عشق و علاقه به حوزه تمدنی، دوست داریم با معجزه‌ای خودمان را در این قطار ببینیم. زمانی که در انگلیس یا اسپانیا، کتابی چاپ می‌شود، دایره مخاطبانش جهانی است و چندین ملت با زبان مشترک را در بر می‌گیرد. مشکلی که در این زمینه درباره زبان فارسی وجود دارد، این است که ما مخاطب فارسی‌زبان در خارج از ایران در حد مطلوب نداریم. البته مخاطب فارسی‌زبان در افغانستان وجود دارد. برای مثال الآن مرکز خصوصی و دولتی در آن کشور نیست که کامپیوتر درس بدهد و از کتاب‌های فارسی چاپ ایران استفاده نکند. همه از کتاب‌های چاپ ایران استفاده می‌کنند و تمام کتاب‌های انتشارات سمت در دانشگاه‌های افغانستان تدریس می‌شود. یکی از دلایلی که کتاب‌های ایران در افغانستان حضور دارد، کیفیت چاپ بالای کتاب در ایران است. در افغانستان کتاب‌های پاکستانی هم وجود دارد، اما به هیچ‌وجه کتاب‌های پاکستانی نمی‌تواند با کتاب‌های ایرانی رقابت کند.

اشاره شد که ما برای حضور در سطح جهانی در حوزه دین و موضوع‌های دیگر توان حضور داریم. فقط اضافه کنم که آنچه در حوزه دین داریم، کارهای پژوهشی نیست، کتاب‌های ترویجی، به‌ویژه در بخش اهل بیت و تشیع است که بازار خوبی هم در کشورهای اسلامی و عربی دارد. روی این قضیه می‌شود کار کرد و اولین گام در نمایشگاه بین‌المللی کتاب بیستم با حذف یارانه و تقویت بیشتر بازار در بخش عربی و رقابتی شدن آن برداشته شد که در مجموع فکر می‌کنم آغاز خوبی باشد. متأسفانه در حوزه علوم اسلامی آثار پژوهشی و ارزشمند کم داریم. نمونه‌اش کتاب سال ولایت است که طی دو، سه سال اخیر آثار پژوهشی قابل توجه در داخل کشور به این جشنواره نرسیده است. اما به هر حال در حوزه دین بازار خوبی در خارج داریم. در همین نمایشگاه حجم زیادی از کتاب‌های چاپ



دکتر وصفی:
ما در ایران چه در
بخش دولتی نشر
و چه در اتحادیه
ناشران، ساختارها و
ابزار تعریف شده‌ای
برای حضور در بازار
جهانی کتاب نداریم

ایران خریداری و به سوریه و کشورهای عربی دیگر و پاکستان و افغانستان و حتی لبنان ارسال شد. در حوزه کودک همان‌طور که اشاره شد، به‌ویژه در بخش تصویرگری، حرف برای گفتن داریم. تصویرگران ما جوایز بین‌المللی بسیاری گرفته‌اند. باید اشاره شود که کتاب کودک دو رکن دارد: متن و تصویر. بخش تصویرگری در سطح جهانی حضور خوبی دارد، اما در حوزه پدیدآورندگان آثار کودک اینطور نیست. در دهه اول انقلاب تلاش‌های خوبی صورت پذیرفت و خیلی از جوانان با انگیزه فراوان کارهای خوبی پدید آوردند. اما آن انگیزه‌ها با افت‌وخیزهایی همراه بود. فکر می‌کنم اگر دولت بخواهد در جایی دخالت کند، حوزه کودک جای کار زیاد است. باید از پدیدآورندگان ارزشمند حمایت شود و حضور ناشران خصوصی در عرصه بین‌المللی مؤثر باشد و کارهای ارزشمندی را چاپ کنند. درباره ادبیات و هنر هم اشاراتی شد. به‌ر حال مهم است که ببینیم آیا ما در خارج مخاطب داریم یا نداریم؟ پاسخ این است که بله، مخاطب داریم؛ ۱. ایرانیان مقیم خارج از کشور که البته امروزه تعداد ایرانیان فارسی‌خوان در خارج کم شده است، به‌ویژه نسل سوم و چهارم دیگر فارسی نمی‌دانند و مخاطبان بیشتر پنجاه سال به بالا هستند؛ ۲. مخاطبان و علاقه‌مندان آثار ایرانی و ایران‌شناسان در کشورهای اروپایی که انگیزه ایران‌پژوهی دارند؛ ۳. کشور تاجیکستان که اگر خطش عوض نمی‌شد، الان یکی از بازارهای خوب ما بود. متأسفانه آنجا می‌تواند فارسی صحبت کنند، اما با خط فارسی نمی‌تواند بخواند. اقداماتی در این ۱۰، ۱۵ ساله با کمک دولت صورت گرفته است. می‌توان این بازار را به بازار افغانستان اضافه کرد؛ ۴. گروه دیگر شیعیان عرب‌زبان هستند. اگر برنامه‌ای برای آنان داشته باشیم، می‌توانیم حوزه بغداد را هم در دست بگیریم. در نمایشگاه بیستم، یک رقابت پنهانی بین ناشران شیعه بیروتی با ناشران شیعه قم و مشهد ایجاد شده بود.

بنابراین صنعت چاپ ایران ظرفیت حضور در عرصه بین‌المللی را دارد، باید کمکش کرد. در همین بازار جهانی نمایشگاه امسال، در حوزه جلدسازی حدود هفت میلیون دلار در عرض چند روز با چند کشور قرارداد بسته شد. این نشان می‌دهد که کارهایی می‌توان انجام داد. در حوزه علوم جایگاه نداریم، اما می‌توانیم در این حوزه، خدمات چاپ بگیریم و بخشی از حوزه چاپ و نشر ما به ارائه خدمات بپردازد. این خیلی مهم است. بیروت زمانی به کشورهای عربی خدمات نشر می‌داد. کتاب را چاپ می‌کرد و به کشورهای همسایه و منطقه می‌فرستاد. اگر ما هم اینجا قرارداد ببندیم و برای کشورهای منطقه به انگلیسی یا عربی کتاب چاپ کنیم، روح تازه‌ای در صنعت چاپ کتاب دمیده خواهد شد. در این بخش انگیزه در بین ناشران خصوصی وجود دارد. اما مشکل قانونی داریم، یعنی از زمانی که کاغذ وارد کشور می‌شود، تا پس از اینکه چاپ و خدمات بر روی آن انجام شود و از کشور خارج شود، متأسفانه، قوانین دست‌وپاگیری وجود دارد که نمی‌گذارد این کار در زمان کوتاهی انجام شود و هزینه و سود آن بازگردد. یک نکته دیگر که جای کار در کشور برای آن وجود دارد، موضوع بازیافت کاغذ است. یکی از غرغره‌هایی که کتاب ارزان در بخش خارجی نمایشگاه عرضه کرد، غرفه هند بود. علت آن هم این است که هندی‌ها از کاغذ بازیافتی برای نشر کتاب استفاده خوبی می‌کنند. مگر ما در کشور کاغذ باطله برای بازیافت مجدد نداریم.

متأسفانه نهادهای مدنی و خصوصی در کشور ما حضور جدی در عرصه بین‌المللی ندارند. این نه به این دلیل است که دولت انگیزه لازم را برای آنان ایجاد نکرده است، بلکه خودشان هم انگیزه ندارند. اگر هم در خارج حضور دارند، صرفاً یک حضور فرهنگی در تعریفی که دارند می‌باشد. اگر پرسیده شود چرا حضور ندارید؟ می‌گویند چون دولت حضور دارد و جای ما را پر کرده است. درحالی که حضور دولت نه تنها مانعی برای حضور این نهادهای مدنی و خصوصی نیست، بلکه مثل نمایشگاه فرانکفورت با روی گشاده از نهادهای مدنی و اتحادیه‌ها حمایت می‌کند که حاضر باشند اما حاضر نیستند. علت هم این است که این نهادها در کشور ما به‌شکل سنتی اداره می‌شوند. از دیگر مشکلات حضور ما در عرصه بین‌الملل آگاهی جدی از این نکته است که صنعت چاپ و نشر با سیستم توزیع متفاوت است، اما ما آن را در کشور رعایت نمی‌کنیم. بخشی از مشکل حضور در عرصه جهانی، به نابسامانی در سیستم توزیع مربوط است. ناشر ما خودش کتاب را از مؤلف می‌گیرد، حال حقوق مؤلف را رعایت می‌کند یا خیر، به کنار، این ناشر خودش باید کتاب را چاپ کند، در نقش انباردار ظاهر شود و خودش هم باید توزیع‌کننده باشد و در نمایشگاه‌ها کار فروشگاهی کند. درحالی که یک نفر آدم یا نهاد کوچک مگر چقدر توان دارد. سامان‌داده به سیستم توزیع در داخل کشور بسیار مهم است و باید شرایط و تکلیفش حل شود تا بتواند کم‌کم با بیرون هم ارتباط برقرار کند.

اگر ما می‌بینیم بعضی از کشورهای اروپایی موفق هستند، فراموش نکنیم، اینها تمام‌شان هم خصوصی به‌معنایی که ما در کشورمان می‌فهمیم، نیستند. مؤسسات خیریه ۳۰۰، ۴۰۰ ساله از بعضی از این نهادها حمایت می‌کنند. متأسفانه وقف و مؤسسات خیریه در کشور ما اگر در حوزه دین مثلاً فعال است، فقط در بخش شفاهی دین، فعال است. اگر در حوزه نشر مکتوب بررسی شود، می‌بینید وقف، هیچ جایگاهی ندارد. باید کاری کرد که وقف در حوزه نشر مکتوب هم حضور داشته باشد.

محسنی: مسئله‌ای که الان مطرح است و به آن اشاره شد، اینکه ما در خیلی از زمینه‌ها پتانسیل داریم و می‌توانیم در بازارهای

جهانی حضور داشته باشیم. اما چرا حضور نداریم؟ شاید یکی از پاسخها این باشد که ما خوب آموزش ندیده‌ایم. در بیشتر کشورها دولت در این خصوص آموزش بسیار جدی دارد. اما آیا در کشور ما هم در این باره کار جدی از سوی دولت یا نهادهای صورت گرفته است؟ و اینکه آیا ما دانش حضور در بازارهای جهانی را داریم؟

همایی: ما نمی‌گوییم بلد نیستیم در بازار جهانی حضور داشته باشیم. وقتی چیزی برای عرضه باشد و آن طرف خریداری وجود داشته باشد، مبادله اتفاق می‌افتد. الآن ما چند ناشر داریم که در بخش خصوصی هستند و در بازار جهانی کتاب فعال‌اند و کپی‌رایت می‌فروشند. بنابراین این توانایی موجود است، ولی گسترده نیست. طبیعتاً برای اینکه بازار گسترده‌ای وجود ندارد، دولت پیش‌قدم شده، کتاب را در بازار جهانی توسعه دهد. توسعه بازار جهانی کتاب توسعه دستوری نیست. اساساً اقتصاد چیزی نیست که به اراده و دستور بستگی داشته باشد. ما مثلاً در حوزه صادرات غیرنفتی سال‌هاست که داریم سرمایه‌گذاری می‌کنیم، صحبت می‌کنیم، شعار می‌دهیم. چقدر موفق بوده‌ایم، ما همچنان صادرات نفتی مان دارد توسعه پیدا می‌کند. ما باید بازار و تولیدی متناسب با بازار جهانی داشته باشیم. بعد خود به خود این اتفاق می‌افتد. یکی از مشکلات ما در ارتباط با بازار جهانی تراکم اقتصاد است. در بخش دولتی تراکمی بین ۶۰ تا ۸۰ درصد هست که این اساساً به بخش خصوصی به اندازه کافی اجازه رشد نمی‌دهد. نشر هم مثل بقیه حوزه‌هاست. بحث این است که نقش دولت در اقتصاد ایران حداقل ۶۰ درصد و حداکثر ۸۰ درصد است که اصلاً اجازه نمی‌دهد که بخش خصوصی بتواند وارد رقابت و بازار جهانی شود. ولی به‌طور پراکنده کسانی که استعدادش را داشته‌اند و امکانش را یافته‌اند، این کار را کرده‌اند. بنابراین نمی‌توان گفت ما بلد نیستیم. اتحادیه، نهادهای مدنی و دولت نمی‌توانند به‌طور مصنوعی وارد شوند. اگر هم وارد شوند، کما اینکه تاکنون بخشی از دولت وارد شده، به دلیل در دست داشتن پول نفت و بودجه است و رفته و با خودش محصولی نیآورده است. اگر نهادهای مدنی هم شرکت کرده‌اند، با کمک دولت در نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت شرکت کرده‌اند و دستاوردی هم نداشته‌اند. نهایت دستاوردشان این بوده که می‌روند با بعضی از غرفه‌های کشورهای دیگر گپ می‌زنند، تعدادی کتاب هم نمایش می‌دهند. حضور ما بیشتر اینطوری بوده است. از قضا کسانی که موفق بوده‌اند، از جیب خودشان رفته‌اند و در نمایشگاه غرفه گرفته‌اند و شرکت کرده‌اند و کپی‌رایت هم فروخته‌اند.

کولایان (شرکت‌کننده): یکی از موانع گسترش نشر ایران در سطح بازارهای جهانی این است که بین دیدگاه‌های دولت و ناشران بخش خصوصی اشتراک نظر وجود ندارد. با توجه به اشارات آقای همایی و آقای برازش مبنی بر اینکه زمینه‌ها فراهم است، اما بار سنگین حضور دولت مانع می‌شود که خلاقیت‌های بخش خصوصی نقش ایفا کند و اشارات آقای دکتر وصفی که بخش خصوصی آمادگی یا تجربه لازم را برای حضور فعال ندارد، من یکی از موانع را این می‌بینم که بین دیدگاه‌های بخش خصوصی و در بخش دولتی در بحث نشر اشتراک نظر وجود ندارد.

دکتر وصفی: عرض من این است که ساختار مدون و قابل اجرایی برای حضور بین‌المللی نشر کشور به‌عنوان یک صنعت وجود ندارد. وگرنه هیچ ایرانی نیست که بگوید من نمی‌خواهم حضور بین‌المللی داشته باشم. چون به هر حال ایران، کشوری با تمدنی کهن و بزرگ است. من فکر می‌کنم که در حوزه فرهنگ، حضور دولت هم لازم است، اما نه جایی که بخش خصوصی می‌تواند، حاضر شود. یک وقت کتابی در حوزه میراث هست که این کتاب تهیه و بازآفرینی‌اش، هزینه هنگفتی برمی‌دارد، این اصلاً اقتصادی نیست که بخش خصوصی آن را چاپ کند. بخش خصوصی باید هزینه‌ها و پول کارمندی‌اش را دربیانورد. وظیفه دولت است که اینجا هزینه کند. بنابراین، آنجایی که کسی سراغش نمی‌رود و واجب است که برای احیای هویت ایرانی و اسلامی کاری انجام داد، دولت باید حاضر باشد. لذا این مهم است که مرز بین فعالیت‌های دولت و بخش خصوصی مشخص شود. کشور ترکیه در این نمایشگاه حاضر بود. در غرفه این کشور حدود ۱۵۰ میلیون تومان هزینه شده بود. آنها مگر نفت دارند اما برای اینکه حضور داشته باشند و رقابت کنند حداقل در موضوع مولوی و معرفی آن، می‌آیند در نمایشگاه، ۱۵۰ میلیون تومان هزینه می‌کنند. من فکر می‌کنم چه بخش خصوصی و چه بخش دولتی در اینگونه حضورها نباید همدیگر را رقیب بدانند، بلکه هر یک مرز خودشان را تعریف کنند و مکمل یکدیگر باشند.

محسنی: خیلی تشکر می‌کنم از اعضای محترم میزگرد که در این جلسه حضور داشتند.

اصلاحیه

بنا به درخواست خانم کازرانی، اصلاحیه حاضر برای تصحیح بخشی از اظهارات ایشان در متن نشست «نقد و بررسی اصطلاحنامه پزشکی فارسی»، مندرج در صفحه ۶۲ شماره ۱۱۳-۱۱۲ کتاب ماه کلیات درج می‌شود:

«میزان صحت در روابط معنایی، در ویرایش اول اصطلاحنامه پزشکی فارسی با ۹۹/۶ درصد و سپس اصفا با ۹۸/۸ درصد و اصطلاحنامه نما ۷۱/۵ درصد و اصطلاحنامه موضوعی امام خمینی با ۲۳/۲ درصد بوده است.»