

انتشارات در ژاپن

انجمن ناشران برای مبادله‌های فرهنگی

انجمن مزبور یک سازمان غیرانتفاعی وابسته به وزارت خارجه ژاپن است که در سال ۱۹۵۳ میلادی تأسیس شده است. اعضای این انجمن را نمایندگان ناشران و مراکز انتشاراتی و نیز صنایع وابسته به انتشارات در ژاپن تشکیل می‌دهند. فعالیتهای این انجمن تشویق مبادله‌های فرهنگی بین ژاپن و سایر کشورها از طریق مبادله کتابها و نشریه‌ها می‌باشد. از آنجا که این انجمن تحت نظارت وزارت خارجه ژاپن کار می‌کند، همکاری نزدیکی در این موارد با وزارت خارجه وجود دارد. فعالیتهای انجمن شامل موارد زیر می‌باشد:

- ۱- سازماندهی لازم به منظور شرکت کردن ژاپن در نمایشگاههای بین‌المللی کتاب در خارج.
- ۲- سازماندهی برگزاری نمایشگاههای کتاب ژاپن در خارج و نمایشگاههای کتاب خارجی در ژاپن.
- ۳- تولید و توزیع کاتالوگ و برشور جهت معرفی ناشران ژاپنی و انتشارات آنها به سایر کشورهای جهان.
- ۴- هر نوع فعالیت دیگری که مربوط به مبادله فرهنگی از طریق انتشارات باشد.

انجمن ناشران برای مبادله فرهنگی تاکنون ۲۴ نمایشگاه از کتابهای خارجی در ژاپن برگزار کرده است که برخی از این نمایشگاهها در چندین شهر بزرگ ژاپن برگزار شده‌اند. بدین ترتیب، می‌توان گفت که کتابهای خارجی در بیش از ۱۶۰ مورد توسط انجمن در ژاپن به نمایش گذاشته شده‌اند.

این نمایشگاهها به ۴ شکل مختلف برگزار شده‌اند. حالت اول به نمایش گذاشتن کتابها از کشور خاصی بوده است. در حالت دوم، نمایشگاه کتابهای مربوط به مناطق خاصی مانند آسیا، خاورمیانه و یا بعضاً گاه کتابهای کشورهای سوسیالیستی را به نمایش گذاشته است.

در حالت سوم، کتابها موضوعهای خاصی مانند هنر، کتابهای کودکان، کتابهای پزشکی و مانند آن را شامل می‌شده‌اند.

در حالت چهارم، نمایشگاههایی که جنبه عمومی داشته‌اند، مدنظر قرار گرفته‌اند. هیچ یک از این نمایشگاهها پولی بابت هزینه شرکت در نمایشگاه و یا غرفه دریافت نشده، اما کتابهای مزبور در پایان به انجمن اهدا شده‌اند.

از جمله نمایشگاههای برگزار شده می‌توان از نمایشگاه کتاب شوروی نام برد که در سال ۱۹۸۷ طی توافقی که بین انجمن و کمیته ایالتی شوروی برای ناشران، نشر و تجارت کتاب انجام شده، نام برد.

سابقه مبادله‌های بین ژاپن و سایر کشورها

ژاپن بیش از سیصد سال خط‌مشی جدا از دنیا

زیستن را دنبال کرده و در واقع بعد از دهه هفتاد است که واردات نشریه‌های خارجی به ژاپن اجازه داده شده است. در این دوران است که تکنیکهای مدرن چاپ معرفی شدند.

قبل از آنکه ارتباطات بین‌المللی به شکل فعلی اش توسعه داده شود! در واقع راه مؤثر کسب دانش از کشورهای خارجی از طریق کتابهای خارجی صورت می‌گرفت. کتابهای خارجی در همه زمینه‌ها از فلسفه گرفته تا ادبیات با تاکیده‌های خاصی بر علوم پزشکی وارد شده و پس از ترجمه، انتشار یافتند. در این رابطه، به تجربه‌های انتشارات اهمیت زیادی داده شد و صنایعی برای نشر مدرن در ژاپن پدید آمدند.

بایستی گفته شود که کتابها نقش بسیار مهمی در معرفی علوم و فرهنگ خارجی به ژاپن بازی کردند و تأثیر مثبتی بر معرفی کتابهای خارجی، که خود مشخصه‌های اساسی صنعت انتشارات ژاپن را تشکیل می‌دهند، برجای گذاشتند که این تأثیر تاکنون هم ادامه دارد. امروزه بخصوص با گسترش شبکه ارتباطی ملت‌های دیگر برای ژاپن‌ها آشناتر می‌شوند، اگر چه انتشارات هنوز نقش اساسی خود را در مبادله اطلاعات حفظ کرده‌اند.

تاکنون، ژاپن برای معرفی علوم و فرهنگ خود به کشورهای دیگر جهان، از طریق انتشارات، فعالیت پر تلاشی نکرده است، اما وضعیت در حال دگرگونی است و هدف اصلی ناشران ژاپنی فعال کردن این مسئله می‌باشد.

اطلاعاتی از وضع انتشارات ژاپن (مربوط به سال ۱۹۸۶ است)

- ۱- تعداد کتابهای منتشره در سال ۳۱۲۲۱ عنوان
- ۲- تعداد نشریه‌های ادواری ۳۶۸۳ عنوان
- ۳- تعداد آثار ترجمه شده ۲۷۰۰ مورد
- ۴- تعداد سازمانهای انتشاراتی ۴۱۸۳ مورد
- ۵- تعداد کتابفروشیها و فروشگاهها ۱۲۹۸۵ مؤرد
- ۶- تعداد کتابخانهها ۲۰۹۰ مورد
- ۷- قیمت متوسط یک کتاب ۲۸۳۳ ین معادل (۲۰ دلار آمریکا)

باتوجه به موقعیت انتشارات جدید و نیز آثار ترجمه شده، که براساس موضوع طبقه‌بندی شده‌اند، لطفاً به بند ۴ اطلاعات ضمیمه مراجعه کنید. در رابطه با روندی که در یک زمینه خاص در دهه گذشته مشاهده می‌شود، می‌توان به افزایش کتابهایی در زمینه‌های عمومی، جامعه‌شناسی، علوم طبیعی، هنر، ادبیات و کتاب کودک اشاره کرد.

توضیحاتی در مورد تعداد و چگونگی خصوصیات کمپانیهای انتشاراتی ژاپن

ژاپن از شرکتهای گوناگون انتشاراتی در مقیاسهای مختلف بهره‌مند است، اما در مجموع بیشتر شرکتهای بزرگ نیستند. بر مبنای سرمایه

می‌دهد که خریدار بیشتر و در نتیجه سو بیشتر دارد.

○ نحوه استقبال مردم از کتابها و نشریه در ژاپن

دیده می‌شود که اغلب کتابفروشیها هموار مملو از جمعیت و پر از جنب و جوش است. ناشران خارجی با دیدن این صحنه‌ها این طو قضاوت می‌کنند که دنیای انتشارات در ژاپر باید در اساس بسیار خوب عمل کند. به هر حال اگر آنها موقعیت را کمی بیشتر از نزدیک مطالعه کنند، درمی‌یابند که واقعیت این‌گونه نیست. برای مثال، کتابفروشیهای بزرگ معمولاً نشریهایی با تصویرهای رنگی و جلب‌کننده در ردیف جلو در دید مشتری قرار می‌دهند. بدین ترتیب مشتری جلب‌کنند. در طبقه‌های دوم و سوم که کتابهای علمی و یا تخصصی یافت می‌شود، کمتر مشتری به چشم می‌خورد. ازدحام به‌طور عمده در همین طبقه‌های پایین نزدیک نشریهای سرگرم‌کننده است. این مسئله نشان‌دهنده آن است که دنیای انتشارات در ژاپن در چنین وضعی است.

شاید بتوان گفت که در کتابفروشیهای ژاپر نسبت به سایر کشورها مردم فراوانترند. دلیل آن، این است که در ژاپن کمتر از کاتالوگ برای معرفی کتاب و نشریه استفاده می‌شود و مردم اغلب علاقه‌مندند با مراجعه مستقیم به فروشگاه کتاب، به دنبال یافتن کتابها و نشریه‌های مورد علاقه خود باشند. به همین دلیل است که امروزه کتابفروشیهای داخل شهرها روز بروز بزرگ و بزرگتر می‌شوند. همچنین استفاده از کتابخانه‌های عمومی در ژاپن بطور کلی خیلی گسترش نیافته است. این‌گونه به نظر می‌رسد که ژاپن‌ها بیشتر دوسه دارند کتاب بخردند و بخوانند تا آنرا قرض بگیرند.

○ نحوه توزیع کتابها و نشریه‌ها در ژاپر

تقریباً همه کتابها و نشریه‌ها در ژاپن از طریق ناشر به توزیع‌کنندگان عمده کالا جهت توزیع در فروشگاههای کتاب داده می‌شود. این طریقه طبیعی قضیه است و در این رابطه کمتر از ۰ درصد توزیع‌کنندگان اصلی بیش از ۹۰ درصد فروشگاههای کتاب را تحت پوشش قرار می‌دهند. به موجب این سیستم عالی خوانندگان کتابها و نشریه‌ها می‌توانند اولی نیازهای خود را باقیمت ثابت در تمام ژاپن تأمین کنند و ثانیاً همزمان از جدیدترین اطلاعات در مورد کتابها و نشریه‌ها در همه جای ژاپن باخبر شوند (۲). علاوه بر این، فعالیت توزیع‌کنندگان عمده به توزیع کتابها و نشریه‌ها محدود نمی‌شود، بلکه آنها سازمان اطلاعات مربوط به نشر و تشویق به فروش کتاب و نیز مشاوره در مورد شکل مدیریت فروشگاههای کتاب را نیز بر عهده دارند. برای مثال، توزیع‌کنندگان عمده، کاتالوگهای اصلی خود را بر سر از تهیه برای فروشندگان کتاب می‌فرستند و پ



می‌کنیم. انتشار به فرم کارتونی، که در واقع تغییر شکل ظاهری نشریه‌های ادواری به کتاب است، تبدیل کتابهای با جلد مقوایی به جلد کاغذی، و تغییر شکل مجله‌ها و نشریه‌های ادواری به صورتی است که هر چه بیشتر توجه خواننده را از طریق عکسها و تصویرها روی جلد جلب می‌کند و این مهمترین منبع درآمد برای ناشران ژاپنی به‌شمار می‌رود. این روندی است که دنبال می‌شود و در نتیجه متأسفانه انتشارات ادبی و علمی بخوبی به فروش نمی‌رسند. ترجمه‌های آثار ادبی نیز در یک دایره می‌چرخند، زیرا بخوبی به فروش نمی‌رسند. به همین دلیل، تیراژ پایین می‌آید، هزینه‌ها بالا می‌رود و... چندین دلیل برای این روند وجود دارد که از آن میان، مهمترین آنها تأثیر تلویزیون و کپی‌برداری است. بدین سبب، وضعیت فعلی آن است که شرکتهای انتشاراتی به اجبار به سمت نشر آثاری کشیده می‌شوند که خوب به فروش می‌رسند. از طرف دیگر، این واقعیت که آنها به‌طور عمده کارشان جنبه عمومی دارد، نه تخصصی بازار بخشی از انتشارات آنها را رونق

اولیه، گروه با سرمایه ۵ تا ۲۰ میلیون ین، بزرگترین گروه شرکتهای انتشاراتی را تشکیل می‌دهد. این درحالی است که تنها در حدود یک‌صد شرکت انتشاراتی ژاپنی که در این گروه قرار می‌گیرند، دارای سرمایه‌ای بیش از یک‌صد میلیون ین ژاپن هستند. (۱) بیش از ۲۰ شرکت با بیش از یک‌هزار کارمند و بیش از ۲۰۰ عنوان انتشاراتی در سال کار می‌کنند. صرف‌نظر از تعداد شرکتهای انتشاراتی، بیشتر آنها ناشران عمومی هستند که کتابهایی در زمینه‌های مختلف انتشار می‌دهند. یکی از مشخصه‌های این ناشران این است که در کنار انتشار کتاب، نشریه‌های مختلف ادواری منتشر می‌کنند و بسیار اتفاق می‌افتد که مقاله‌های موفق منتشره در نشریه‌های دوره‌ای خود را، به صورت کتاب منتشر کنند.

○ نگرش خاص ناشران ژاپنی

گفته می‌شود در دنیای انتشارات ژاپن، در حال حاضر ما در دوره «کمندی و کارتونی»، «جلد کاغذی» و «نشریه‌های ادواری» سیر

بنکه نمایشگاههایی در جوار این فروشگاهها
 گزارمی کنند. در این حالت، در واقع بخشی از
 فعالیت توزیع کنندگان عمده حمایت از ناشران از
 یک سو و فروشندگان از سوی دیگر می باشد.
 بنابراین جهت شناخت بیشتر دنیای نشر در
 این ابتدا باید مشخصه های توزیع کنندگان را
 مورد بررسی قرار داد.

وجه اشتراک بین شرکتهای انتشاراتی، توزیع کنندگان و فروشگاههای کتاب در ژاپن

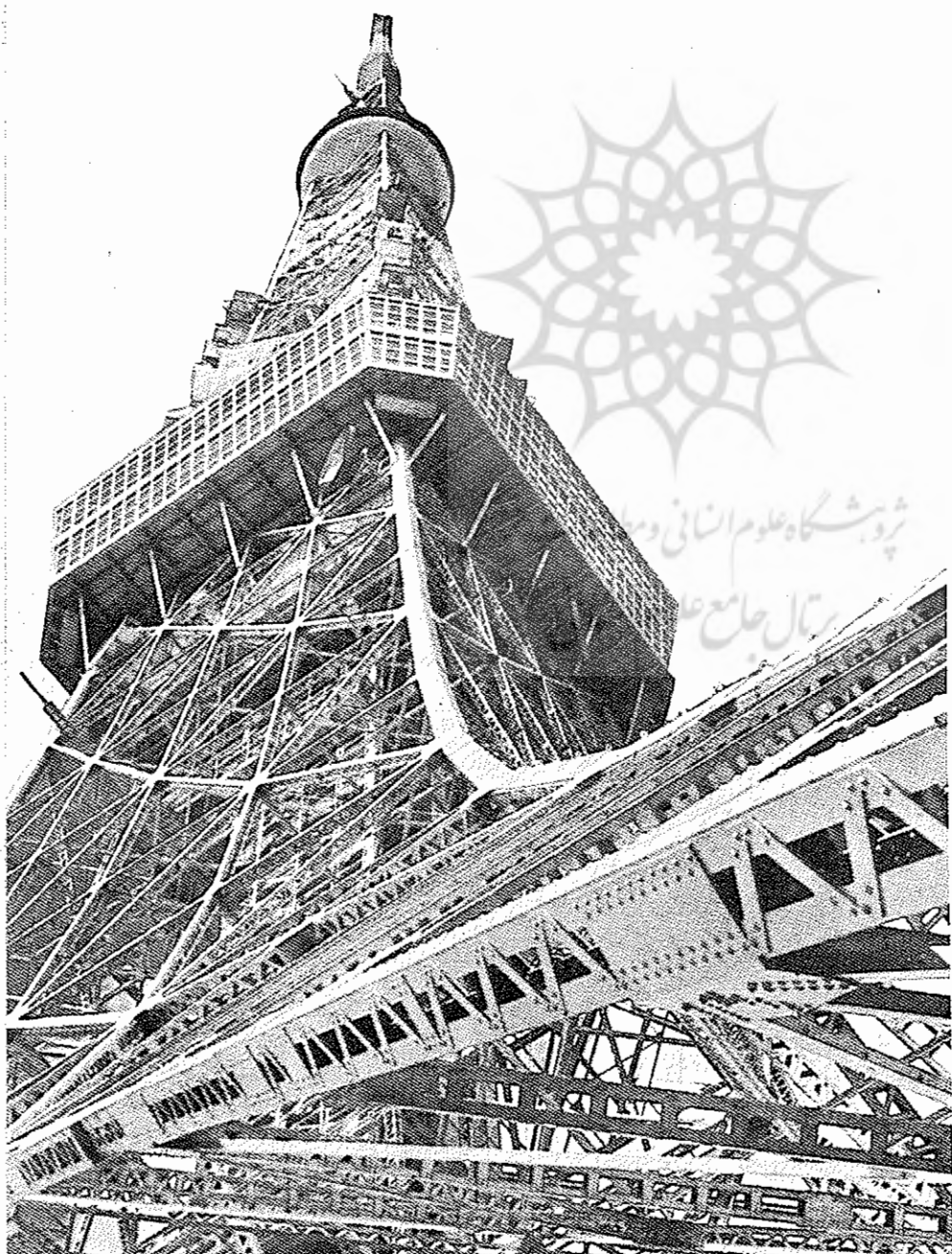
برای پاسخ به این سؤال لازم است ابتدا
 توضیح داده شود که کتابها و نشریه ها چگونه در
 این با قیمت ثابت در سراسر کشور به فروش
 می رسند. این سیستم بر مبنای «قرارداد
 فروش» کار می کند که فروش بر مبنای قیمت های
 غیر از قیمت ثابت توسط فروشنده را ممنوع
 می کند. فروش کتاب بین تاجران به موجب
 شرایطی که قیمت ثابت دارد، منتفی است.
 بنابراین چرخش خرید و فروش کتاب همان
 است که در قبل گفته شد. قیمت فروش عمده
 نوسان کمی دارد اما حق السهم به طور عمده بر
 مبنای جدول زیر محاسبه و پرداخت می شود.

قیمت فروش عمده بین تجار کتاب

قیمت کتاب	از ناشر به توزیع کننده عمده	از توزیع کننده عمده به فروشگاه کتاب
کمتر از ۷۸۰ ین	۶۹٪	۷۷٪
ز ۷۸۰ تا ۱۷۰۰ ین	۷۰٪	۷۸٪
ز ۱۷۰۰ تا ۴۲۰۰ ین	۷۱٪	۷۹٪
ز ۴۲۰۰ ین به بالا	۷۳٪	۸۱٪

اگر ما کتابی را که ارزش آن ۱۰۰۰ ین
 است، در نظر بگیریم با قیمت ۷۰ درصد (۷۰۰
 ین) به توزیع کننده عمده فروخته می شود و
 توزیع کننده آن را با ۷۸ درصد قیمت (۷۸۰ ین)
 به فروشگاه کتاب می فروشد. بنابراین سهم
 توزیع کننده عمده در واقع ۸۰ ین و سهم
 فروشگاه ۳۲ درصد یعنی ۳۲۰ ین خواهد بود.
 هر گاه قیمت ثابت کتاب پایین باشد، مثل
 شریک های ادواری، درصد تخفیف بیشتر
 می شود. این سهم ممکن است از وضعیت مشابه
 در برخی کشورهای خارجی کمتر باشد، اما
 سیستم قیمت ثابت از نقطه نظر مدیریت
 فروشگاههای کتاب ثبات بیشتری به وجود
 می آورد.

در اینجا لازم به ذکر است که وضعیت در
 این متفاوت از بسیاری از کشورهای دیگر
 است. مثلاً تخفیف بر اساس تعداد کتاب سفارش
 داده شده، تفاوتی نمی کند. وقتی فروشگاههای
 خارجی با تاجران خارجی کتاب در مورد خرید
 کتاب از ژاپن تصمیم می گیرند، معمولاً سؤال
 میزان تخفیف مطرح می شود. جهت آسانی در
 مذاکرات با ناشران ژاپنی بهتر است این سیستم
 در ژاپن در ابتدا درک شود.



نسخه در روز است. بنابراین وسیله خبری بسیار مؤثری به شمار می‌آیند. آنها قسمتهای ویژه‌ای را به اخبار کتاب اختصاص می‌دهند، در نتیجه انتشارات مهم و جدید حداقل یک بار در آنجا اعلام می‌شوند.

○ استفاده مردم از کتاب به عنوان هدیه

در ژاپن رسم است که به بجهای که وارد دبستان می‌شود، کتاب لغت و به کسی که تازه ازدواج کرده، کتابهایی در زمینه بهداشت خانواده هدیه کنند. این کار از ۲۵ سال پیش آغاز شده و تاجایی پیشرفته است که امروزه کمک قسابل توجهی به خرده‌فروشی می‌کند. در فصل پاییز، هفته‌ای به نام «هفته مطالعه» اعلام شده بود که از آن به بعد، حادثه‌های بسیاری برای تشویق امر کتابخوانی اتفاق افتاد. به احتمال زیاد، اهدای کتاب در آینده تأثیر بسزایی در افزایش فروش آن خواهد داشت. کوششهای به عمل آمده، در زمینه مبادله کتاب سبب شده تا ۲۳ آوریل به عنوان «روز هدیه کتاب از طرف خانمها به آقایان» نامگذاری شود.

○ روال شرکت ژاپن در نمایشگاههای بین‌المللی، کمکهای دولت و برنامه‌های موجود در این زمینه

بنگاههای انتشاراتی ژاپن به طور مرتب، در نمایشگاههای کتاب فرانکفورت، مسکو و آ.ب.آ (آیا) شرکت می‌کنند. ولی هیچ‌گونه کمک مالی دولتی برای شرکت در این نمایشگاهها به بنگاههای انتشاراتی



○ مسایل دیگری که در دنیای انتشارات ژاپن می‌گذرد.

تجارت در نشر در ژاپن به وسیله یک سیستم تجاری به صورت کمیسیون حمایت می‌شود. به عبارت ساده، این سیستمی است که تحت نظر آن، آنچه که در یک دوره زمانی مشخص به فروش نرسیده است، به ناشر باز می‌گردد. در نتیجه این سیستم ۱۳۰۰۰ کتابفروشی در همه نوع مقیاس می‌توانند در سراسر ژاپن در بازار تجارت باقی بمانند. البته کمپانیهای انتشاراتی و مواد انتشاراتی هم وجود دارد که از سیستم خرید و فروش کلی استفاده می‌کنند. اما می‌توان آنها را به عنوان جزء کوچکی از مجموعه خرید و فروش کتاب در ژاپن به شمار نیاورد. زیرا اگر قرار بود معامله‌های کتاب در کل به روش فروش کلی صورت گیرد، فروشگاهها تنها کتابهایی را انتخاب می‌کردند که روی فروش آنها مطمئن باشند.

○ امکانات دیگر فروش غیر از کتابفروشیها

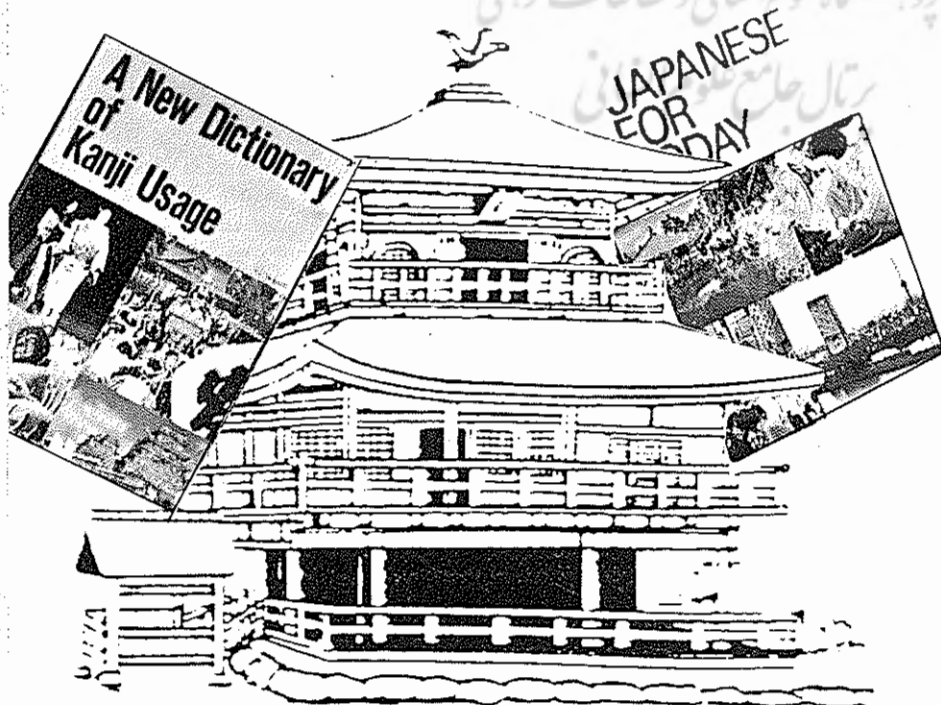
همان طوری که قبلاً ذکر شد، استفاده از اطلاعات کتاب برای انتخاب در ژاپن توسعه پیدا نکرده است. به این دلیل که مردم زمانی اقدام به خرید یک کتاب می‌کنند که بتوانند به داخل کتاب نگاهی بکنند. بنا به دلایل مشابه، سفارش کتاب از راه دور به مواردی از قبیل دایرةالمعارفها، مجموعه‌های آثار ادبی و یا کتابهای هنر محدود می‌شوند. کمپانیهای فروش در گذشته، چنین مجموعه‌آثاری را در قالب جزوه‌های تزئین شده می‌فروختند. اما به لحاظ رکود نشر در سطح جهان، خیلی فعال نیستند.

○ وسعت معرفی انتشارات جدید در رسانه‌های گروهی

متداولترین شکل ارتباط جمعی برای انتشار اخبار کتاب روزنامه‌ها هستند. تیراژ روزنامه‌های میلیون

می‌شود. هر چند، وقتی انجمن ناشران برای مبادله فرهنگی یک نمایشگاه گروهی مشترک به همکاری وزارت امور خارجه و سازمان خیریه ژاپن برپا کرد، برای تأمین برخی از مخارج پیش‌بینیهایی به عمل آمد. بدین ترتیب، انجمن مذکور در سال ۱۹۸۵، در نمایشگاه سولگراد و مادرید، سنگال، پاراگوئه، کاراکاس و مکزیکو شرکت کرد. به هر حال، از نقطه نظر جایگاه ژاپن، باید در جهان و تعداد کثیر دعوتنامه‌های دریافت شده، احساس می‌کنیم که انتشارات ژاپن بساید در نمایشگاههای کتابی که در سراسر دنیا برگزار می‌شود، هر چه بیشتر به نمایش گذاشته شود و لازم است که انجمن کوششهایی جدی برای نیل به این هدف بعمل آورد.

قبل از برپایی هرگونه نمایشگاهی باید مشکلاتی را که در این راه وجود دارد، حل کرد. اولاً همان طور که از نمایشگاههای کتاب برگزار شده در دیگر کشورها پیداست، ضرورت دارد که دولت یا انجمن محلی در این مورد از گردانندگان حمایت کرده تا بدین وسیله از فشار مالی که بر آنها وارد می‌آید، کاسته شود. ثانیاً گردانندگان باید در مورد محل برگزاری دقت تصمیم بگیرند. زیرا بسیار اهمیت دارد که یک نمایشگاه تا چه حد دارای جذابیت بیشتری نسبت به بقیه حوادث همزمان خود باشد. با توجه به این نکته‌ها زمان آن رسیده تا اساس و پایه یک نمایشگاه بین‌المللی در ژاپن گذاشته شود.



عنوانهای کتابهای خارجی ترجمه شده در ژاپن

در سال ۱۹۸۵، در زمینه ترجمه، حدود ۲۷ نمونه از انتشارات خارجی منتشر شد. ناهمی به تعداد آثار ترجمه شده در ده سال، افزایش ثابتی را در این راه مشاهده می‌کند که در مقایسه بسامیزان کل انتشارات هیچ‌گونه تغییری را نشان نمی‌دهد. خصوص موضوعها، افزایش در موضوعهای علمی، هنر و ادبیات به چشم می‌خورد و حال به بقیه موضوعها تغییری نکرده‌اند. همچنین به وجود بیانگر آن است که کتابهایی که پدید بر جذب مشتری از طریق تصویرها دیده‌اند، برای مشتریها آشنا ترند تا کتابهایی موضوعهای تخصصی.

اهمیت اطلاع از نشر آثار در دست جمعه در ژاپن

صرف نظر از قابل قبول بودن کتاب در بازار، مسائل ترجمه و حقوق نویسنده نیز وجود دارد. ترجمه یک متن به زبان ژاپنی در مقایسه ترجمه به زبانهای اروپایی وقت زیادی را نیاز دارد. قابل ذکر است که در ژاپن رسم است که متمرد به صورت قسطی بر حسب تعداد نسخه‌های چاپ شده و نه نسخه‌های فروخته شده پرداخت شود.

علاقه‌مندی بنگاههای انتشاراتی

ارجحی به خرید حق چاپ کتاب از ژاپن در دلیل عمده در این مورد وجود دارد. اولاً گاههای انتشاراتی ژاپن تمام توجه خود را بر بازار داخلی متمرکز کرده‌اند و تاکنون اساس کرده‌اند که نیازی ندارد تا به دیگر نورهانیز توجهی داشته باشند. ثانیاً زبان بومی طوری است که انتشارات ژاپن را برای آراهای خارجی نامناسب ساخته است. اما به نفع ترجمه آثار ژاپنی به زبانهای دیگر میزان اطلاعات در مورد انتشارات ژاپن افزایش می‌یابد.

منابع موثق اطلاعاتی در مورد نشر ژاپن

کتاب در ژاپن، به تفصیل اطلاعاتی به زبان سلیسی در مورد ۱۰۰ بنگاه انتشاراتی میدهد، که علاقه‌مند به روابط تجاری کشورهای خارجی و فعالیتهای آنها هستند. بهایی که در ژاپن منتشر شده‌اند مقدمه‌های سندی بر ۲۰۰ تا ۳۰۰ جلد کتاب که توسط ۳۰۰ روشنفکر ژاپنی برای انتشار در خارج چاپ شده‌اند. فهرست جامعی از بنگاههای شارتهای ژاپن (شوپن هو کرو کو) نیز در ژاپن وجود می‌باشد.

عنوانهای کتابهای خارجی ترجمه شده در ژاپن

ژاپن یکی از بزرگترین واردکنندگان انتشارات خارجی می‌باشد. اما این امر از طریق

تعداد کمی از کشورها انجام می‌گیرد. طی دوران مدرنیزه شدن (مدرنیزاسیون) ژاپن تحت تاثیر برخی از کشورهای غربی قرار گرفت ولی در حال حاضر با تغییر اوضاع، ورود کتاب از یک سری کشورهای خاص الزامی نیست. بلکه واردات کتاب از ایالات متحده آمریکا، انگلیس، فرانسه و آلمان غربی نیز افزایش می‌یابد.

وضعیت صدور کتاب از ژاپن

آمار و ارقام نشان می‌دهد که صدور کتاب در سال ۱۹۸۵ بیشتر از ورود آن بوده است. در واقع صدور انتشارات ژاپنی بخصوص به زبان انگلیسی سال بسال رو به افزایش می‌باشد.

قیمت فروش کتب خارجی چگونه تعیین می‌شوند؟

هر شرکتی برای نرخ‌گذاری یک میزان خاصی دارد که بر اساس نظام پولی آن کشور تعیین و تثبیت می‌شود. اغلب وقتی نرخهای مبادله دچار ترقی و تنزل قابل ملاحظه‌ای می‌شوند، برای مدت معینی از یک نرخ ثابت استفاده خواهد شد.

تعداد و چگونگی صنعت چاپ در ژاپن

امروزه، مشهور بودن صنعت چاپ ژاپن در

وضعیت دنیای انتشارات در ژاپن

- ۱- جمع موسسات انتشاراتی ۴۱۸۳
- ۲- تعداد کتابفروشیها ۱۲۹۸۵
- ۳- تعداد کتابخانهها ۲۰۹۰
- ۴- وضعیت انتشارات در سال ۱۹۸۵

موضوع	وضعیت انتشارات در سال ۱۹۸۵	عنوان انتشار یافته (ترجمه)	مورد ترجمه شده
عنوانهای عمومی	۱۲۲۴	۸۵	
فلسفه و مذهب	۱۵۹۹	۲۳۲	
تاریخ و جغرافیا	۱۹۸۳	۱۴۳	
علوم اجتماعی	۷۱۷۸	۳۶۸	
علوم طبیعی	۲۶۰۵	۳۱۰	
مهندسی	۲۶۵۷	۱۱۳	
صنعت	۱۲۶۶	۴۷	
هنر	۳۱۰۷	۱۹۸	
زبان	۵۹۹	۴۷	
ادبیات	۶۲۹۰	۱۱۶۳	
کودکان و نوجوانان	۲۳۱۰	۴	
کتابهای مرجع	۴۰۳	-	

واحد (یک میلیون یسن ژاپن)

نام کشور	ردیف	صادرات سال ۱۹۸۵	واردات سال ۱۹۸۴
آمریکا	۱	۱۷۷۷۲	۱۵۵۰۱
استرالیا	۲	۴۲۴۶	۳۱
جمهوری کره	۳	۲۲۳۷	۱۱۱
جمهوری خلق چین	۴	۲۳۱۹	۳۰۸
انگلستان	۵	۱۶۵۴	۵۲۹۲
تایوان	۶	۱۶۵۲	۲۴۶
آلمان غربی	۷	۱۵۵۵	۳۳۴
هنگ کنگ	۸	۱۲۳۴	۴۸۵
کانادا	۹	۷۸۳	۶۰
فرانسه	۱۰	۶۴۵	۱۰۹۱
سنگاپور	۱۱	۶۴۴	۱۶۶
هند	۱۲	۴۹۰	۲۳۰۰
برزیل	۱۳	۳۳۰	۲۰۵۰
شوروی	۱۴	۳۱۲	۹۷
سوئیس	۱۵	۳۰۱	۷۳۶
بلژیک	۱۶	۲۳۸	۳۵
هند	۱۷	۲۱۰	۳۴
تایلند	۱۸	۱۸۱	
ایتالیا	۱۹	۱۴۴	۸۹
سوئد	۲۰	۱۲۸	۱۱
نروژ	۲۱	۱۰۹	-
مکزیک	۲۲	۵۷	-
اسپانیا	۲۳	-	-
دانمارک	۲۴	-	-
اتریش	۲۵	-	-
آلمان شرقی	۲۶	-	-
سایر کشورها	۲۷	۲۰۶۰	۲۷۰

جمع ۲۱۳۳۱ ۲۲۳۶۵ ۲۲۲۳۱ ۳۱۵۸۱

پانوشتها:

(۱) - تا ۱۰ میلیون که اشاره شده است سرمایه اولیه شرکت است و نه سرمایه لزوماً از این طریقه تبعیت نمیکند.