

## نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت برنامه‌ریزی، آموزش؛ کیفیت

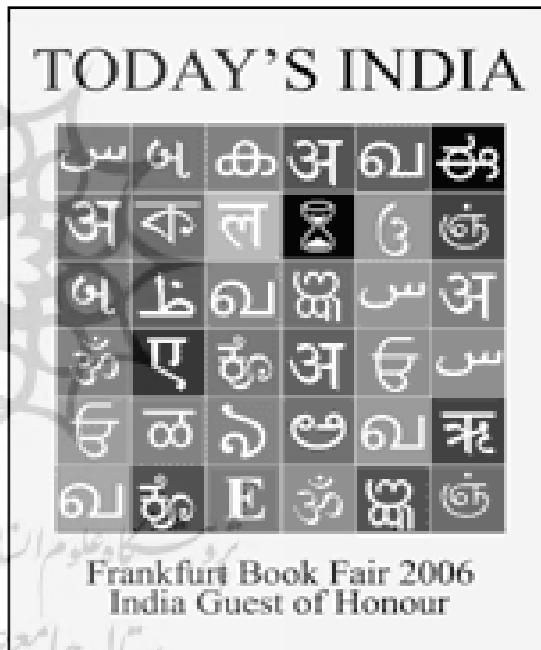
● ناصر میرزایی  
مدیر انتشارات خانه کتاب

هوشمند شده است. همه ابزارهای مورد استفاده بشری از آغاز تاکنون در حال تحول بوده و دیگر همه اشیا و کالاهای سنتی به ابزارهای مدرن تبدیل شده‌اند. در چنین دنیایی، اهمیت کتاب نه تنها کمتر نشده، که روز به روز بر اهمیت آن افزوده شده است؛ به طوری که امروزه از عجایب روزگار ماست و تلاش برای مدرن کردن آن چیزی جز تسریع در رساندن آن از این سوی دنیا به آن سوی دنیا نیست. نمونه بارز آن وجود نمایشگاه‌های جهانی است که نه تنها همه‌ساله تماشاگران و تلاشگران آن رو به فزونی‌اند، بلکه نمونه کشوری آن در شهرهای کوچک نیز در حال شکل‌گیری است.

یکی دیگر از دلایل اهمیت کتاب، افزایش عناوین و یا شمارگان آن در دنیاست که کشور ما نیز از این قانونی مستثنا نیست و سال به سال به تعداد صفحات کارنامه نشر افزوده می‌شود و اگر جست‌وجوگران و کاربران آن حتی با وجود اینترنت و رسانه‌های دیگر افزایش پیدا نمی‌کرد دلیلی بر افزایش عناوین و شمارگان کتاب در دنیا نبود.

اهمیت دیگر کتاب، پیشرفت کشورهایی است که به آن اهمیت بیشتری داده‌اند. بی‌شک اگر گشت‌و‌گذاری در کشورهای پیشرفته صنعتی و غیرصنعتی داشته باشیم، چیزی که بیشتر از همه چیز بر ما عیان خواهد بود این است که کودکان و جوانان و بزرگسالان، اوقات فراغت خود را حتی در داخل ماشین یا قطار، به مطالعه کتاب می‌گذرانند؛ چرا که با مطالعه کتاب می‌توان فرهنگ درست زندگی کردن و درست اندیشیدن و درست رفتار کردن را نهادینه کرد. پس افزایش مطالعه در هر کشور می‌تواند فرهنگ درست اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و حتی سیاسی را به دنبال داشته باشد.

مسئله کتاب نه تنها کم‌اهمیت‌تر از مقوله‌های سیاسی و اقتصادی و معیشتی نیست، بلکه مهم‌تر هم هست. پس رونق و رواج چنین مقوله با ارزشی نیاز به اهمیت دادن به کتاب برای پیشرفت تمام جوامع بشری است و برنامه‌ریزی برای آن سازوکار دیگری می‌خواهد که برخی کشورها به آن رسیده‌اند. کشورهایی که در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت فرهنگی خود، نمایشگاه بین‌المللی کتاب راه‌اندازی کرده‌اند و به آن اهمیت خاصی داده‌اند؛ میعادگاه تعامل اندیشمندان و ناشران و دست‌اندرکاران صنعت نشر ایجاد کرده‌اند و با برنامه‌ریزی دقیق و سخت و حتی آموزش‌های ضروری، سال به سال به شکوه و عظمت آن افزوده‌اند. یکی از همین نمایشگاه‌های بین‌المللی، نمایشگاه کتاب



پنجاه و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت، سوم اکتبر سال ۲۰۰۶ (برابر با دهم مهرماه سال ۸۵) در سالنی با سخنان فرانک والتر استاین‌میر<sup>۱</sup> وزیر امور خارجه آلمان گشایش یافت. اینکه چرا نمایشگاه کتاب با سخنان وزیر امور خارجه افتتاح می‌شود، شاید به جهت بین‌المللی بودن آن باشد. وزیر امور خارجه آلمان با اشاره به اینکه کتاب یکی از عجایب ابزار بشری است که بخش عمده‌ای از تحول و گسترش بشری مدیون آن است، گفت: «کتاب باعث می‌شود که نه تنها دنیای اطراف خود، بلکه دنیای درون خود را نیز به وسیله آن بشناسیم...»

بی‌شک افزون‌بر دلایلی که وزیر امور خارجه آلمان برای عجیب بودن کتاب می‌آورد، هزاران دلیل دیگر نیز برای عجیب بودن این ابزار پیشرفت می‌توان برشمرد که اهمیت روزافزون آن در دنیای کنونی از جمله آنهاست. هیچ کس شک ندارد که این دوران عصر اطلاعات و دنیای ارتباطات و فناوری است و گویا همه چیز ماشینی یا دیجیتالی و



فرانکفورت آلمان است.

دکتر گوئفرد هاینفلدر<sup>۲</sup> - رئیس انجمن ناشران و کتابفروشان آلمان - در مراسم افتتاحیه پنجاه و هشتمین نمایشگاه کتاب فرانکفورت گفت: «هر ساله این نمایشگاه کتاب، چند هزار نفر را آموزش می‌دهد؛ آموزش صنعت رسانه‌ای، آموزش مدیران، تاجران، آموزش آماده ساختن سرویس اطلاعاتی برای کمک به کتابفروشان و آموزش به دیگر تخصص‌های حرفه‌ای مرتبط با صنعت و نشر و آموزش به تمام حوزه‌های فرهنگی.»

وی گفت: «ما به همه این آموزش‌ها نگاه تخصصی داریم و سعی کرده‌ایم تمام آموزش‌دیده‌ها با دانش‌های تخصصی ارتباط برقرار کنند و آموزش ما نیز آموزش‌های تخصصی است و این شاید راه‌حل خوبی باشد برای تمام شرکت‌ها و مؤسسه‌هایی که مجموعه کوچکتري از ناشران بزرگ را دارند.»

یورگن بوس<sup>۲</sup> - رئیس نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت - می‌گوید: «نکته جدیدی که ما آن را در نظر گرفته‌ایم، آموزش برای آینده است و ما در این مکان تلاش کرده‌ایم گروه‌هایی از سازمان‌هایی را که درباره مسائل آموزش فعال هستند گرد هم آوریم و با آنها کار کنیم، چرا که آموزش تنها یک عملیات در صنعت نشر نیست، بلکه برای توسعه اجتماعی اهمیت بسیاری دارد.»

برنامه‌ریزی و آموزش، دو ویژگی اساسی بود که تک تک مسئولان نمایشگاه فرانکفورت در سخنرانی‌های خود بر آن تکیه داشته‌اند. به طوری که رئیس نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت گفت: «در طول یازده ماه گذشته، کارکنان نمایشگاه تلاش کرده‌اند تا برنامه‌ریزی درستی برای نمایشگاه کرده باشند و این همه تلاش صرفاً برای یک

هفته نمایشگاه است. شاید شما فکر کنید این همه وقت برای این کار لازم نبود، ولی برای ما این نکته مهم است که بتوانیم یک نمایشگاه یک هفته‌ای در دنیا برگزار کنیم که بی‌رقیب و بی‌نظیر باشد. من اکنون در جمع شما حضاران با اطمینان می‌توانم بگویم که بعد از این همه تلاش، توانسته‌ایم این موفقیت را به دست آوریم.»

در این زمینه دکتر هاینفلدر می‌گوید: «ما با برنامه‌ریزی‌های درست تلاش می‌کنیم ضمن اینکه این نمایشگاه را به گونه‌ای شایسته ادامه می‌دهیم بلکه، آن را به بهترین نمایشگاه کتاب دنیا هم تبدیل کنیم. در واقع این آموزش‌ها و برنامه‌ریزی‌ها به خاطر افزایش کیفیت این نمایشگاه است تا در دنیا بهترین باشد و این کار آسانی نیست.» وی می‌گوید: «بیش از ۷۰۰۰ شرکت‌کننده به عنوان ناشر یا نهادهای وابسته و ۳۸۰/۰۰۰ عنوان کتاب در نمایشگاه شرکت داده شده‌اند که در واقع این یک پیشرفت است. ضمن اینکه بسیاری از این کتاب‌ها از کیفیت خوبی برخوردارند.»

رئیس انجمن ناشران و کتابفروشان کشور آلمان گفت: «بازار کتاب در دنیا تا آنجا که ما می‌دانیم وضعیت خوبی ندارد، ولی ما سعی کرده‌ایم این مشکل را حل کنیم.»

وی گفت: «صنعت نشر آلمان از نظر سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، با برخی مسائل در چالش بود که یکی از آنها موضوع کپی‌رایت است که در پنج سال آینده - چه به صورت مکتوب و چه به صورت دیجیتالی - ارائه می‌شود و باید به این مسئله به طور جدی توجه شود.» ایشان همچنین درباره کپی‌رایت در کشورهای دیگر گفت: «این نمایشگاه بین‌المللی می‌خواهد با کشورهایی که کپی‌رایت را نپذیرفته‌اند گفت‌وگو کند و از آنها بخواهد که با این موضوع کنار

بیایند و در این زمینه همکاری بیشتری کنند.»

رئیس انجمن ناشران و کتابفروشان در مورد برنامه‌ریزی و فعالیت‌های ده ساله این انجمن گفت: «این انجمن در حال حاضر از وضعیت مالی خوبی برخوردار است، که این خبر می‌تواند برای کتابفروشی‌های کوچک خبر خوشی باشد و نیز می‌تواند قابل توجه ناشران دیگر کشورها باشد. در واقع ما ما همچنان یکی از بزرگترین تاجران کتاب در دنیا هستیم و ۹۰/۰۰۰ عنوان کتاب از جمله کتاب‌هایی با موضوع کاملاً تخصصی در موضوعات مختلف را در سال گذشته منتشر کرده‌ایم.»

بیشتر شرکت‌کنندگان نیز موفقیت نمایشگاه را تأیید می‌کنند؛ موفقیتی که می‌تواند درس خوبی برای صاحبان و دست‌اندرکاران نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در دیگر کشورها بویژه کشور خودمان باشد، اگر چه نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تفاوت‌های اساسی از لحاظ فروشگاه بزرگ کتاب و نمایشگاه بزرگ کتاب با نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت دارد؛ که در جای خود قابل بحث و بررسی است.

#### اطلاع‌رسانی در نمایشگاه‌های بزرگ

عرضه و تقاضا یکی از دلایل گردهم‌آیی صنفی در کنار یکدیگر است تا متقاضیان بیشتری جذب شوند. همایشی که هم به سود عرضه‌کنندگان و هم به سود متقاضیان است. بیشتر نمایشگاه‌ها نیز به همین دلیل برگزار می‌شوند و برپایی نمایشگاه‌های کتاب نیز از این قانون مستثنا نیست و افزون بر تعامل بین فعالان حوزه صنعت نشر، نمایش و عرضه محصولات برای جویندگان، فرصت مناسبی است. اطلاع‌رسانی درست به مراجعه‌کنندگان، از امور مهمی است تا زحمات و تلاش‌های انجام گرفته برای نظاره آنچه که به نمایش گذاشته شده و یا تعامل با هم‌صنعتان خود در صنعت نشر به شکل کامل اتفاق بیفتد. در غیر این صورت، تمام تلاش‌های دست‌اندرکاران و مراجعه‌کنندگان و شرکت‌کنندگان بیهوده است. یکی از نمایشگاه‌هایی که در امر اطلاع‌رسانی و در پیوند عرضه و تقاضا در محل نمایشگاه موفق بوده، «نمایشگاه بین‌المللی فرانکفورت آلمان» است.

مکان‌های اطلاع‌رسانی و افراد اطلاع‌رسان و شکل و شیوه اطلاع‌رسانی از چند مهم است که به بعضی از آنها اشاره می‌شود. اهمیت از آن رو که بیشتر کشورها در نمایشگاه‌های بزرگ خود مشکلی در این زمینه ندارند، در صورتی که همه‌ساله در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران - به دلایلی که ذکر خواهد شد - انبوهی از مراجعه‌کنندگان در مصاحبه‌های خود ضعف اطلاع‌رسانی را به رخ مسئولان و دست‌اندرکاران نمایشگاه می‌کشند. شاید بهتر باشد مسئولان نمایشگاه کتاب یک بار برای همیشه فکر اساسی کرده و برنامه‌ریزی دقیق‌تری برای اطلاع‌رسانی انجام دهند تا دیگر شاهد شکوه و گلابه علاقه‌مندان به بازدید از نمایشگاه نباشیم.

#### الف) انتقال درست اطلاعات:

در نمایشگاه کتاب فرانکفورت، کمتر کسی را می‌توانید پیدا کنید که بعد از مراجعه به اطلاع‌رسان، اطلاعات غلط دریافت کرده باشد و این همان چیزی است که در نمایشگاه تهران بیشتر شاهد آن هستیم. به اذعان مسئولان اطلاع‌رسانی، این اطلاعات غلط چند

دلیل اصلی دارد:

۱. کسانی که این اطلاعات را جمع‌آوری می‌کنند، به دلیل به تمام نرسیدن برنامه‌ریزی یا نام‌نویسی ناشران در چند روز قبل از نمایشگاه، اطلاعات ناقص یا ناکافی ارائه می‌کنند.

۲. پس از دریافت اطلاعات و ورود آن به رایانه‌های اطلاع‌رسان‌ها، محل برخی غرفه‌های ناشران عوض می‌شود، تا جایی که از یک سالن به سالن دیگر منتقل می‌شود و این باعث به هم خوردن شماره غرفه‌های دو سالن می‌شود.

۳. شرکت نکردن یک ناشر و تحویل نگرفتن غرفه باعث می‌شود غرفه مورد نظر به ناشر دیگری واگذار شود.

۴. با توجه به اینکه در نمایشگاه کتاب تهران، کتاب نیز جست‌وجو می‌شود، برخی از کتاب‌ها که پیشتر در داده‌های اطلاع‌رسان‌ها موجود است به دلایلی شرکت داده نمی‌شود و اطلاع‌رسان‌ها در زمان مناسب مطلع نمی‌شوند.

همه این معضلات می‌تواند با برنامه‌ریزی درست رفع شود، که البته تاکنون نشده است.

#### ب) محل اطلاع‌رسانی:

طراحی زیبا و نیز محل باجه‌های اطلاع‌رسانی از دیگر مواردی است که در نمایشگاه فرانکفورت - برخلاف نمایشگاه تهران - اهمیت خاصی دارد. در نمایشگاه فرانکفورت، علاوه بر وجود باجه‌های اطلاع‌رسانی در هر سالن، نقاط اتصال سالن‌ها و محل‌های پررفت و آمد نیز دارای باجه‌های اطلاع‌رسانی هستند.

#### ج) شرایط اطلاع‌رسان:

علاوه بر شرایط عمومی مانند پاسخگویی مناسب، انضباط، مدارا کردن با مراجعه‌کننده، یک اطلاع‌رسان باید آموزش‌های لازم را دیده باشد تا به سرعت و به طور کامل اطلاعات را منتقل کند. در صورتی که در نمایشگاه کتاب تهران، یک اطلاع‌رسان اگر دارای شرایط عمومی باشد و یا حتی آموزش‌های لازم را نیز دیده باشد، مدت زمان زیاد نمایشگاه‌ها هم از لحاظ تعداد روزهای نمایشگاه و هم مدت زمان بیش از ۷ یا ۸ ساعت در روز - آن هم برای کار طاقت‌فرسایی مثل اطلاع‌رسانی، شرایط را خنثی کرده و نتیجه معکوس به بار می‌آورد.

#### د) شیوه استقرار ناشران در کنار یکدیگر:

استقرار ناشران در کنار یکدیگر، باید بر چه اساس و روشی انجام گیرد؟ این مهم‌ترین مسئله‌ای است که مسئولان هر نمایشگاهی با آن روبه‌رو هستند. نمایشگاه‌های بزرگ کتاب از جمله قاهره، فرانکفورت و تهران، هر کدام به شکل و شیوه‌ای درصدد حل این مشکل‌اند. برای نمونه در نمایشگاه فرانکفورت، بهترین سالن - که سالن ۸ است - فقط به ۳ کشور انگلیس، آمریکا و رژیم صهیونیستی واگذار شده است. یا اینکه سالن ۵ از کشورهای اروپای شرقی و آسیایی با موضوعات مختلف تشکیل شده است. در نمایشگاه تهران این مشکل به شکل دیگری است: یک سال براساس حروف الفبای فارسی و چند سالی براساس موضوع رده‌بندی دیویی است. تنها تفاوت نمایشگاه فرانکفورت با تهران در این است که تقریباً تکرار محل عرضه کتاب ناشران در سال‌های متمادی در محل‌های مورد نظر - چه غلط و چه درست - باعث جا افتادن آن شده است.



#### ۷۲۷۲ ناشر در یک نمایشگاه

اگر کسی پیشرفت فرهنگی آن کشور بویژه پیشرفت حوزه صنعت چاپ و نشر بداند، سخن پربهره‌ای نگفته است. پیش از نگاه کلی به پنجاه و هشتمین نمایشگاه، لازم است نگاه‌گذاری به تاریخچه فعالیت این نمایشگاه داشته باشیم.

در نخستین سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، بازار نشر و پخش کتاب در اروپا، بویژه در آلمان می‌رفت که از رونق بیفتد. دلیل عمده آن هم بازسازی خرابی‌های جنگ، رکودهای اقتصادی و مسائل فرهنگی بود. ولی انبوه مشکلات پس از جنگ، در کمتر از ۴ سال، اتحادیه ناشران و کتابفروشان ایالت هسن<sup>۴</sup> در ۱۹۴۹ اولین نمایشگاه کتاب پس از دوران جنگ جهانی را در کلیسای مشهور پاول<sup>۵</sup> در فرانکفورت برگزار کرد که ۲۵۰ ناشر با ۸۵۰۰ عنوان کتاب در آن شرکت کردند. سال بعد، این نمایشگاه حضور ناشران کشورهای دیگر در سطح بین‌المللی برگزار شد.

شهر فرانکفورت پیشینه‌ای کهن در فعالیت‌های فرهنگی و صنعت چاپ و نشر داشته و دارد. در سال ۱۵۶۴ دستگاه چاپ معروف گوتنبرگ نیز در همین شهر به ثبت رسید. برگزاری اولین نمایشگاه کتاب در این شهر به سال ۱۵۶۴ برمی‌گردد که از سوی ناشران آن شهر برگزار شد، اما همواره و پیاپی برپایی این نمایشگاه ادامه پیدا نکرد. یکی از دلایل برگزاری آن در سال ۱۵۶۴ میلادی، معاوضه یا تجارت پایاپای کتاب از سوی ناشران بود، ولی به مرور زمان خرید پولی نیز امکان‌پذیر شد و برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی جنبه‌ی نمایشی نیز به خود گرفت.

کشورهای شرقی از ۱۹۵۵ یعنی هفتمین دوره با تعداد اندکی در این نمایشگاه شرکت کردند. از بیستمین دوره، مسئولان نمایشگاه بخش ویژه‌ای را به کشورهای در حال توسعه اختصاص دادند، تا از این هم تعداد شرکت‌کننده‌ها افزایش یابد و هم بتوانند از کتاب‌های ارزشمند این کشورها استفاده کنند. حتی در سی و یکمین دوره به ادبیات آفریقا پرداخته شد، که این مسئله انگیزه‌ای برای ترجمه آثار آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین در دنیا شد.

#### نمایشگاه امسال

پنجاه و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت، روز سوم اکتبر ۲۰۰۶ همزمان با سالروز اتحاد آلمان شرقی و غربی گشایش یافت. در نمایشگاه امسال، ۷۲۷۲ شرکت‌کننده از ۱۱۳ کشور دنیا به صورت مستقل یا مشترک محصولات فرهنگی خود را به نمایش گذاشتند و به گفته یورگن بوس - مسئول نمایشگاه - در این دوره شرکت‌کنندگان خارجی ۶ درصد و ناشران آلمانی ۴ درصد نسبت به پارسال افزایش یافته‌اند، در حالی که ناشران بعضی از کشورها مانند چین تقریباً ۱۰۰ درصد، تایلند و تایوان ۴۰ درصد و ناشران ژاپنی ۲۰ درصد افزایش یافته‌اند. بیشترین شرکت‌کننده از آلمان با ۳۲۸۸ شرکت‌کننده و بعد از آن به ترتیب بریتانیا با ۸۰۳ آمریکا با ۶۷۶، ایتالیا با ۲۷۹ و اسپانیا با ۲۵۰ شرکت‌کننده قرار داشتند. جمهوری اسلامی ایران نیز با ۱۸ شرکت‌کننده به همراه اتحادیه ناشران در این نمایشگاه حضور داشت.

در ۵ روز برگزاری نمایشگاه از چهارم تا هشتم اکتبر، ۲۸۶۲۱ نفر از آن بازدید کردند، سه روز اول نمایشگاه به متخصصان و دو روز



#### محیط نمایشگاه

تجربه چندین دهه برگزاری نمایشگاه، باعث شده نمایشگاه فرانکفورت، هر سال در محیطی آرام و به دور از ترافیک و در هوایی مطبوع برگزار شود. محل دائمی نمایشگاه شهر فرانکفورت، با اینکه شهری کاملاً صنعتی است، در یک منطقه آرام و بی‌هیاهو قرار گرفته است؛ محلی که کارخانه‌های دودزا یا پرسروصدا اجازه نزدیک شدن به آن را ندارند. تدابیر مسئولان نمایشگاه و نیز مسئولان دیگر مانند شهردار، برای رفت و آمد بازدیدکنندگان از جمله صنعت مترو، تاکسی‌های درستی و اتوبوس‌های برقی سبب شده بود تا هیچ شرکت‌کننده یا بازدیدکننده‌ای با مشکل رفت و آمد روبه‌رو نباشد.

#### بخش‌های جنبی نمایشگاه

از ۱۹۸۰ یعنی سی و یکمین دوره، هر سال یک کشور به عنوان مهمان ویژه نمایشگاه است که امسال نیز کشور هند با شعار «هند امروز» میهمان ویژه پنجاه و هشتمین نمایشگاه کتاب فرانکفورت بود. هند، نخستین کشوری است که تاکنون دو بار میهمان ویژه این نمایشگاه شده است. بنا به گفته رئیس نمایشگاه - یورگن باس - «صنعت نشر و بازار کتاب هند کاملاً استعداد جهانی شدن را داراست». به نظر وی، «انتخاب هند به خاطر حضور پررنگ هنرمندان، نویسندگان و ناشران هندی در طول بیست سال گذشته فعالیت نمایشگاه فرانکفورت بوده است. همچنین در هند حدود ۶۰۰ میلیون خواننده کتاب وجود دارد.»

در حدود ۴۰۰۰ متر مربع از مساحت نمایشگاه به فعالیت‌های میهمان ویژه اختصاص یافته بود. علاوه بر حدود ۲۰۰ ناشر و ۷۰ نویسنده هندی، مجموعه‌ای از فعالیت‌های متنوع به هندیان تعلق

آخر نمایشگاه به بازدید همگانی اختصاص یافته بود.

با توجه به فعالیت ناشران شرکت‌کننده در نمایشگاه فرانکفورت که بیشتر به عقد قرارداد بین ناشران دیگر و نویسندگان مشغول هستند، امسال ارزش قراردادهای منعقد شده بین آنها بیش از ۶۰۰ میلیون یورو بود، که این مسئله موفقیتی برای مسئولان نمایشگاه شمرده می‌شود. یورگن بوس، ضمن اشاره به این مسئله می‌گوید: «ما حاضریم در سازماندهی و برپایی نمایشگاه‌های کتاب دنیا مشارکت کنیم. برای نمونه، پارسال در برگزاری نمایشگاه کتاب کیپ‌تاون آفریقای جنوبی مشارکت کردیم و امسال برای مشارکت در برگزاری و سازماندهی نمایشگاه بین‌المللی کتاب ابوظبی با مسئولان فرهنگی این جزیره شیخ‌نشین خلیج فارس تفاهم‌نامه امضا کرده‌ایم.» وی ادامه می‌دهد: «ما می‌خواهیم نقش خود را به عنوان حامی و مهیاکننده ارائه خدمات نمایشگاهی، با تمام توان و قدرت توسعه دهیم.»

گفتنی است نمایشگاه کتاب ابوظبی تاکنون ۱۶ دوره برگزار شده است؛ این نمایشگاه سال گذشته در مکانی به مساحت ۵۷/۰۰۰ متر مربع با ۳۱۵ ناشر از ۲۰ کشور دنیا که بیشتر از کشورهای عربی بودند برگزار شد و حدود ۳۵۰ هزار نفر از آن دیدن کردند. به گفته محمد خلف المزروعی - رئیس سازمان فرهنگ و میراث ابوظبی - نمایشگاه بین‌المللی کتاب ابوظبی تلاش می‌کند به بزرگترین و معتبرترین نمایشگاه کتاب جهان عرب تبدیل شود. وی گفت: «ما می‌خواهیم ابوظبی را به مرکز نشر جهان عرب تبدیل کنیم و برای این کار نمایشگاه کتاب فرانکفورت الگویی مناسب و حرفه‌ای برای ما شمرده می‌شود.»

نویسنده کتاب و منتقدان و نیز خبرگزاری‌ها، ناشران و رسانه‌های جمعی یا مسئولان نمایشگاه برگزار می‌شد.

هرساله برخی از چهره‌های فرهنگی، علمی، هنری و سیاسی به این نمایشگاه دعوت می‌شوند که در نمایشگاه امسال نویسندگان مشهوری چون گونتر گراس<sup>۶</sup>، دونالدون<sup>۷</sup>، کن فوالت<sup>۸</sup>، ویکرام ست<sup>۹</sup> حضور داشتند که بازدیدکنندگان بسیاری به خاطر این نویسندگان برای تهیه کتاب آنها و گرفتن امضا روی کتابشان به آن محل می‌آمدند. همچنین شخصیت‌های شناخته شده سازمان یونسکو و نمایندگان مؤسسه گوته از مهمانان ویژه این نمایشگاه بودند. قرار است مسئولان نمایشگاه تمامی رویدادهای فرهنگی و نتایج بررسی‌های مختلف آماری نمایشگاه را در کتابی با عنوان واقعیت‌ها و نمودارها بعد از نمایشگاه منتشر کنند.

#### حضور ناشران ایرانی در نمایشگاه فرانکفورت

کلیاتی از نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت مانند تاریخچه، مراسم گشایش، محیط و رخدادهای فرهنگی آن بیان شد. حال، برخی از بخش‌های نمایشگاه فرانکفورت که توانمندی‌های آن شمرده می‌شود و معرفی مشروعی می‌طلبد، به دلیل محدودیت فضای نشریه به کوتاهی معرفی می‌شود.

#### بخش‌های مختلف نمایشگاه

بخش‌های اصلی نمایشگاه امسال فرانکفورت که نزدیک به ۳۰۰ هزار نفر از آن بازدید کردند، عبارت بودند از: ۱. فیلم و تلویزیون، ۲. تخیلی و غیرتخیلی، ۳. کودک و نوجوان، ۴. طنز، ۵. دین، ۶. جهانگردی و توریسم، ۷. خدمات بازرگانی و روش‌های چاپ و نشر کتاب، ۸. دومین نمایشگاه و فروشگاه کتاب‌های دست‌نویس، ۹. هنر، ۱۰. نشر حرفه‌ای، علمی و خدمات اطلاع‌رسانی، ۱۱. ناشران بین‌المللی، ۱۲. بنگاه‌های ادبی و مراکز دیده‌بانی کتاب، ۱۳. نمایشنامه.

بخش‌های فرعی نیز از این قرار بود: کتاب‌های صوتی، عرضه مشترک کتاب‌های ناشران کوچک و ناشران مؤلف، گروه ناشران کوچک و مستقل، نشر الکترونیک و نرم‌افزارها، کتاب‌های آموزشی و دانشگاهی، دوازدهمین همایش بین‌المللی فناوری تولید کتاب.

#### ستاد خبری نمایشگاه

باتوجه به نقش انعکاس اخبار و اطلاع‌رسانی مناسب رویدادهای نمایشگاه در موفقیت آن، مسئولان نمایشگاه فرانکفورت، توجه و اهتمام ویژه‌ای به اصحاب رسانه و مطبوعات دارند. در سالن ۶ نمایشگاه غرفه بسیار بزرگی به‌عنوان مرکز خبر ایجاد شده بود تا خبرنگارانی که برای پوشش رویدادهای آن می‌آمدند، کارت ویژه‌ای دریافت می‌کردند که این کارت علاوه بر ورود و خروج از نمایشگاه و مرکز خبر به دارندگان امکان می‌داد تا از جای جای نمایشگاه و از شرکت‌کنندگان بدون هیچ‌گونه مانعتی خبر تهیه کنند.

امکانات رفاهی و تجهیزات رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی مرکز خبر، خبرنگاران را قادر می‌ساخت، تا اخبار و گزارش‌های خود را حروفچینی و به همراه تصاویر، از طریق اینترنت، به خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها، نشریات و رسانه‌ها ارسال کنند.

همچنین ستاد خبری اخبار و گزارش‌های نمایشگاه را لحظه به لحظه آماده و در اختیار این مرکز قرار می‌داد تا از طریق نمایندگان مطبوعات در سراسر جهان منعکس شود. افزون بر آن، این مطالب در

داشت، از نمایش فیلم‌های بالیوودی در بخش فیلم و تلویزیون تا فروش صنایع دستی در بازارهای مکاره محوطه باز نمایشگاه، از کنفرانس‌ها و نشست‌های تخصصی درباره نشر هند تا اجرای هنرهای سنتی.

سالن مستقل و بزرگی به فعالیت‌های اصلی میهمان ویژه اختصاص یافته بود. سرسرای بیرونی و سالن اصلی، تصویر کاملی از فرهنگ و زبان و خط و آثار و مشاهیر هند را پیش چشم بازدیدکنندگان قرار می‌داد. روزانه سه تا چهار نشست تخصصی در حوزه صنعت و نشر برپا می‌شد و در مجموع تا روز پایانی نمایشگاه ۳۵ نشست برگزار شد. برنامه کامل نشست‌ها نیز از قبل چاپ شده بود و در اختیار شرکت‌کنندگان و حاضران قرار می‌گرفت.

بخش دیگری از تالار به نمایشگاه کتاب‌های کشورهای و زبانهای مختلف دنیا درباره هند اختصاص داشت. در این نمایشگاه که کتاب‌ها به صورت موضوعی چیده شده بودند، بیش از ۱۵۰۰ عنوان کتاب فراهم آمده بود. فهرست و مشخصات این کتاب‌ها نیز در کتابچه‌ای ۲۰۰ صفحه‌ای به چاپ رسیده بود و به مراجعان اهدا می‌شد.

از چهار سال پیش، علاوه بر مهمان ویژه، موضوع ویژه‌ای نیز برای هر نمایشگاه در نظر گرفته شد، که برابری و عدالت در عصر جهانی شدن، مرکز بین‌المللی زبان‌ها و ترجمه از جمله این موضوعات است.

یکی دیگر از بخش‌های جنبی، بخش فیلم و تلویزیون است که اکنون پس از چهار سال به مرکز مبادله و خرید و فروش امتیاز فیلم و کتاب میان ناشران و تولیدکنندگان فیلم تبدیل شده و هر سال به تعداد مبادلات تجاری آنها افزوده می‌شود. امسال برخی از کارگردانان مشهور سینمای بالیوود و برلین، تعدادی از فیلم‌های خود را که تاکنون در آلمان بر روی پرده سینما نرفته بود به نمایش گذاشتند. همچنین در این بخش، بیش از پنجاه ناشر و نویسنده حوزه سینما در سالن ویژه‌ای به بحث و تبادل نظر پرداختند. به نظر آنان هر کتاب بالقوه یک فیلم است و هر فیلمی می‌تواند یک کتاب باشد.

بخش‌های جنبی دیگر نمایشگاه فرانکفورت، شامل تالارهای گفت‌وگو، جایزه ۲۵ هزار یورویی صلح و جوایز دیگر، مسابقه، کتاب‌های آموزشی، نشر الکترونیک و دعوت از چهره‌های علمی، فرهنگی و هنری برای نشست‌ها بود.

#### رخدادهای فرهنگی نمایشگاه

نمایشگاه کتاب فرانکفورت، علاوه بر عقد قرارداد بین شرکت‌کنندگان و نمایش محصولات فرهنگی، شاهد رویدادهای فرهنگی بسیاری است که امسال بیش از ۲۷۰۰ نشست در تقویم رویدادهای نمایشگاه به ثبت رسیده بود. در هر سالن مکان‌های زیبایی با عنوان «تالار گفت‌وگو» آماده شده بود که برنامه‌ها و نشست‌ها در زمان تعیین شده برگزار می‌شد و با استقبال خوب بازدیدکنندگان همراه بود. این تالارها به سیستم صوتی و نورپردازی و ترجمه به دو یا سه زبان با گوشی‌های مخصوص مجهز بودند. بیشتر این نشست‌ها را ناشران شرکت‌کننده یا مقامات فرهنگی یا اپوزسیون‌های دیگر کشورها یا مسئولان نمایشگاه برگزار می‌کردند. بعضی از این نشست‌ها به نقد و بررسی کتابی اختصاص داشت که با حضور



امسال این جایزه در عرصهٔ صنعت نشر و کتاب آلمان به ولف لپنیس<sup>۱۱</sup> نویسنده و جامعه‌شناس آلمانی اهدا شد. ولف لپنیس صاحب تالیفاتی در زمینهٔ جامعه‌شناسی و سیاست است و با فرهنگ و علوم اروپای شرقی پیوند تنگاتنگی دارد.

گفتنی است که این جایزه به نویسندگانی اهدا می‌شود که در رفتار و نوشته‌هایش اثبات کنند میان دانش و رفتار، میان اخلاق و علوم پیوندی ناگسستنی وجود دارد. همچنین این نویسنده باید با وجود تضاد میان تمدن‌ها، تلاش خود را صرف نشان دادن اشتراکات فرهنگ‌ها کرده باشد.

یکی دیگر از جوایز این نمایشگاه، جایزه بخش طنز است که جالب‌ترین مجموعه‌های طنز، استعداد‌های جوان عرصهٔ طنز و بهترین هنرپیشه‌های طنز، این جایزه را با عنوان ساندرمن<sup>۱۲</sup> دریافت می‌کنند. جایزهٔ فیلم هسه<sup>۱۳</sup> که مرکز صنعت فیلم آلمان متولی آن است و نیز جایزهٔ تامی<sup>۱۴</sup> که به بهترین نرم‌افزار حوزهٔ کودک اهدا می‌شود، از دیگر جوایز مطرح نمایشگاه فرانکفورت به شمار می‌روند.

در این نمایشگاه، همچنین به بهترین ناشر، پدیدآورنده و بهترین پدیدآورنده اثر غیرتخیلی، اثر تخیلی، تصویرگر کتاب کودک و بهترین خواننده کتاب و خوانندهٔ پیشکسوت، جداگانه جوایزی اهدا می‌شود که ارزش مادی هر یک ۸ هزار یورو است.

یکی دیگر از برنامه‌های جذاب نمایشگاه فرانکفورت، برگزاری مسابقاتی با موضوع کتاب، نمایشگاه فرانکفورت و مسائل روز بود که به برندگان آنها در جوایز مناسبی از جمله رایانهٔ لب‌تاپ و تندیس یادبود نمایشگاه اهدا می‌شد.

**حضور ناشران ایرانی**

سایت ویژهٔ نمایشگاه قابل دیدن و دریافت بود.

مرکز خبر نمایشگاه فرانکفورت همچنین هر روز شاهد برگزاری کنفرانس‌های، نشست‌ها و میزگردهایی با رویکرد خبری و اطلاع‌رسانی در حوزهٔ کتاب بود که با توجه به شعار آموزش برای آینده در نمایشگاه امسال، برخی از این نشست‌ها به کارگاه‌های آموزشی اطلاع‌رسانی اخبار حوزهٔ کتاب در رسانه‌ها اختصاص داشت.

نمایندگان رادیو و تلویزیون آلمان و سایر کشورهای دیگر لحظه به لحظه رویدادهای فرهنگی نمایشگاه را به صورت مستقیم و غیرمستقیم گزارش می‌کردند.

#### تبلیغات

امروزه تبلیغات در بازاریابی‌ها و فروش امتیاز محصولات مؤثرترین رکن شمرده می‌شود؛ زیرا برای جلب نظر مصرف‌کننده باید جاذبه‌های خاصی ایجاد کرد که بهترین روش در این باره تبلیغات است. در نمایشگاه فرانکفورت که مهم‌ترین هدف ناشران، نگرش اقتصادی به نشر و بازاریابی است، این جاذبه‌ها - و به عبارت دیگر، تبلیغات - نمود و جلوهٔ خاصی داشت و ناشران و غرفه‌داران به روش‌های گوناگونی محصولات و تولیدات خود را تبلیغ می‌کردند؛ و البته ناشران و مؤسسه‌های بزرگ، بیشترین هزینه را برای اطلاع‌رسانی و تبلیغ صرف کرده بودند.

#### جوایز نمایشگاه

یکی از بخش‌های جنبی نمایشگاه فرانکفورت، اهدای جوایز به فعالان عرصهٔ فرهنگ است. نخستین جایزه هرساله این نمایشگاه به «کتاب سال کشور آلمان»<sup>۱۵</sup> تعلق می‌گیرد. یکی دیگر از جوایزی که در این نمایشگاه اهدا می‌شود، جایزهٔ ۲۵ هزار یورویی صلح است که

نکته‌ای که حضور امسال خانه کتاب را نسبت به سال‌های پیش متمایز کرده بود این بود که بیشتر مراجعه‌کنندگان به غرفه خانه کتاب از فعالیت‌های این مؤسسه اطلاع داشتند و بیشتر برای جست‌وجوی کتاب یا نویسنده مورد نظر خود به این غرفه مراجعه می‌کردند؛ محصولات نرم‌افزاری شامل نرم‌افزار جامع قرآن، لوح فشرده کارنامه‌های نشر سال‌های ۷۶، ۷۷، ۷۸، ۷۹ و لوح فشرده راهنمای ناشران.

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 شیوه اطلاع‌رسانی از سوی بازدیدکنندگان بسیار خوب و سودمند عنوان می‌شد. بیشتر مراجعان که تصور نادرستی از وضعیت نشر و اطلاع‌رسانی در ایران داشتند، با مشاهده کتاب‌ها و نشریات منتشر شده برای اطلاع‌رسانی کتاب‌ها و نیز پایگاه اطلاع‌رسانی خانه کتاب دچار حیرت می‌شدند، چرا که بیشتر آنها تصور می‌کردند که ایران با اینترنت و اطلاع‌رسانی علمی نوین و به روز بیگانه است. از میان محصولات ارائه شده در غرفه خانه کتاب، نرم‌افزار جامع و کتاب‌های ماه از استقبال خوبی برخوردار بودند.

روزانه تقریباً ۷۰ مراجعه‌کننده از غرفه خانه کتاب بازدید می‌کردند و اطلاعات و آمار مربوط به نشر در اختیارشان قرار می‌گرفت و نیز شیوه استفاده و نشانی پایگاه اینترنتی خانه کتاب به آنها عرضه می‌شد.

اطلاعات مورد علاقه مراجعان به غرفه خانه کتاب، مشخصات مؤسسه‌های نشر بویژه ناشران فعال در حوزه اسلام، مؤسسه‌های چاپ، کتاب‌های منتشر شده در حوزه‌های موضوعی مختلف و کتاب‌های مذهبی بوده است.

پی‌نوشت:

- 1 . Frank - Waltar steinmeier
- 2 . Dr. Gottfried Honnefelder
- 3 . Juergen Boos
- 4 . Hessen
- 5 . Paul
- 6 . Gunter Grass
- 7 . Donnaleon
- 8 . Ken Follett
- 9 . Vikram seth
- 10 . Germany book prize
- 11 . Wolf Lepenies
- 12 . Sonderman
- 13 . Hesse
- 14 . TOMMI

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، در سال ۲۰۰۰، در پنجاه و دومین نمایشگاه کتاب فرانکفورت، تعدادی از ناشران ایرانی برای نخستین بار به طور مستقل در این نمایشگاه شرکت کردند؛ ناشران ایرانی، از پنجاه و سومین دوره این نمایشگاه در سال ۲۰۰۱، استقبال بیشتری کردند.

در نمایشگاه امسال از غرفه‌های ایرانی، استقبال خوبی صورت گرفت و ایرانیان مقیم آلمان و کشورهای اروپایی و نیز علاقه‌مندان آثار ایرانی، از این غرفه‌ها بازدید کردند. از سوی دیگر، نمایشگاه فرانکفورت فرصت بسیار مناسبی بود تا شرکت‌کنندگان ایرانی با آخرین دستاوردهای نشر جهان آشنا شوند و به تبادل نظر با هم‌تایان خارجی خود بپردازند. همچنین از نزدیک با شیوه مبادله، خرید و فروش حق تألیف کتاب‌ها، تأثیر آن بر نشر کشورهای مختلف و مسائل دیگر این حوزه آشنا شوند.

رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در برلین، اتحادیه شرکت‌های تعاونی ناشران ایران، مؤسسه خانه کتاب ایران، انجمن تصویرگران کتاب کودک، انتشارات چیستا، انجمن ناشران کودکان و نوجوانان، زنان، فرخ نگار (وابسته به مؤسسه فرهنگی هنری کارنامه) و انتشارات پیدایش از جمله شرکت‌کنندگان ایرانی در بخش بین‌الملل بودند. همچنین خانه فرهنگ و هنر گویا در بخش ناشران هنری، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، نشر شیاویز و انتشارات نحل در بخش ناشران کودک و نوجوان و شرکت چاپ شهر پارس در بخش خدمات بازرگانی نشر کتاب حضور داشتند. افزون بر این، ناشرانی مانند نشر ققنوس و نشر حافظ، بدون داشتن غرفه و نشر فرزانه که در آلمان فعالیت می‌کند، در این نمایشگاه شرکت کرده بودند.

یکی دیگر از غرفه‌های زیبای ایران که مزین به تزیینات و آرایه‌های هنرهای اسلامی بود، اتحادیه شرکت‌های تعاونی ناشران ایرانی بود که با غرفه‌ای به مساحت ۱۷۰ متر مربع در بخش بین‌الملل حضور داشت. در این غرفه، بعضی از ناشران و مؤسسه‌های دولتی و غیردولتی مانند تاریخ ادبیات معاصر ایران، دانشگاه تهران و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران آثار خود را به نمایش گذاشته بودند.

#### خانه کتاب ایران

خانه کتاب بنا به وظیفه اطلاع‌رسانی خود در حوزه نشر، یکی از مؤسسه‌های ایرانی شرکت‌کننده در نمایشگاه بود. این مؤسسه که فضایی در حدود ۸ متر به طور مستقل در اختیار داشت، به منظور اطلاع‌رسانی و ارائه محصولات خود به ایرانیان مقیم آلمان و علاقه‌مندان دیگر، محصولات خود را در دو بخش چاپی و نرم‌افزاری به نمایش گذاشته بود. محصولات چاپی عبارت بودند از نشریه کتاب هفته، مجموعه نشریات کتاب ماه، کتاب راهنمای ناشران و کارنامه نشر این مؤسسه بر آن بود تا از این طریق اطلاعات واقعی فعالیت‌های حوزه نشر ایران را در اختیار ایرانیان مقیم آلمان و نیز علاقه‌مندان خارجی قرار دهد.