

# ناشران بزرگ برای نمایشگاه کتاب تصمیم می‌گیرند؟

○ نگار پدram



از طرف وزارت ارشاد، موجب شده که نتوانیم در نمایشگاه کتاب شرکت کنیم. با وجود آن که من چند سال پیش نماینده انتشارات امیرکبیر در اصفهان بودم و تجربه کتاب فروشی و نشر کتاب دارم، به دلیل ورشکستگی برخی از ناشران تهرانی که با ما همکاری داشتند، مشکلات مالی ما بیشتر شد و در نتیجه، تنها ۷-۸ عنوان کتاب کودک چاپ کردیم که کتاب‌های خوبی بودند، ولی صرف ندارد که با همین چند کتاب به تهران بیاییم.»

افسرطه معتقد است:

«فروش کتاب باید به عهده مراکز پخش کتاب باشد و این مراکز باید کتاب‌های ناشرانی مثل ما را بفروشند. در اصفهان حدود ۱۶۰ ناشر هستند که برخی از آنها فقط چند کتاب منتشر کرده‌اند. مراکز پخش می‌توانند کتاب‌های این ناشران را برای فروش، به نمایشگاه تهران ببرند. در حالی که متأسفانه، همه به سود بیشتر فکر می‌کنند.»

سید محمد حسین امامزاده‌ای، مدیر نشر امامزاده‌ای شیراز، در این باره می‌گوید:

«ما ۲۴ عنوان کتاب چاپ کرده‌ایم که با این تعداد، نمی‌توانستیم در نمایشگاه غرفه بگیریم. چند ناشر پیشنهاد کردند که نمایندگی فروش کتاب‌های

هدفمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، در حالی برگزار شد که تا آخرین روزها (اواسط فروردین)، هنوز محل برگزاری نمایشگاه، بحث روز بود. بر اساس ضوابط نمایشگاه، ناشرانی که از بدو تأسیس، بیش از ۳۵ کتاب منتشر کرده باشند، می‌توانند در نمایشگاه کتاب غرفه مستقل اجاره کنند و کتاب‌های‌شان را در معرض نمایش بگذارند. چنان‌چه تعداد کتاب‌های منتشر شده یک ناشر، کمتر از این باشد، با واگذاری نمایندگی فروش کتاب‌هایش به ناشران دیگر، می‌تواند در نمایشگاه شرکت کند.

امسال در سالن ویژه ناشران کتاب‌های کودکان و نوجوانان ۱۱۱ ناشر تهرانی و ۱۷ ناشر شهرستانی غرفه داشتند. هم چنین ۱۰۸ ناشر کودک و نوجوان نیز با واگذاری نمایندگی فروش کتاب‌های‌شان، در نمایشگاه کتاب تهران حضور داشتند.

این در حالی است که تعداد کتاب‌های بیشتر ناشران شهرستانی، به ویژه ناشران کتاب‌های کودکان و نوجوانان، کمتر از ۳۵ عنوان است. اسماعیل افسرطه، مدیر نشر افسر که در اصفهان فعالیت دارد، درباره حضور در نمایشگاه کتاب، می‌گوید:

«ما تازه فعالیت در حوزه نشر را شروع کرده‌ایم و مسائل مالی و عدم حمایت



**امسال در سالن ویژه ناشران کتاب‌های کودک و نوجوانان ۱۱۱ ناشر تهرانی و ۱۷ ناشر شهرستانی غرفه داشتند. هم چنین ۱۰۸ ناشر کودک و نوجوان نیز با واگذاری نمایندگی فروش کتاب‌های شان، در نمایشگاه کتاب تهران حضور داشتند**

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

غرفه آیین تربیت، در انتهای سالن بود و درهای جلوتر از غرفه ما باز بود و مردم از آن جا خارج می‌شدند. نمی‌دانم چه کسانی نفوذ داشتند. فقط چند روز درهای وسط سالن را بستند و مردم مجبور شدند انتهای سالن بایند و غرفه ما را ببینند. با این که ما ناشر شایسته تقدیر بودیم، ضرر کردیم و برگشتیم مشهد. در حالی که طی سال هم به امکانات تهران دسترسی نداریم و نمایشگاه کتاب، فرصت خوبی است که از دست دادیم.»

بهروش درباره ساعت نمایشگاه معتقد است:

«ساعت برگزاری نمایشگاه خیلی بد بود. ما از ۷ صبح می‌رفتیم نمایشگاه تا ۱۰ شب. دانشجویان شهرستانی هم اوقات مفید صبح را از دست می‌دادند و از ساعت ۷ تا ۱۱ پشت درهای نمایشگاه معطل می‌شدند. بیشتر آنها مجبور بودند صبح به تهران بیایند و شب برگردند.»

قاسم امیدی، مدیر نشر امیر العلم قم که در سالن ناشران عمومی غرفه داشت، می‌گوید:

«تعداد کتاب‌های کودک و نوجوان ما خیلی کم است. بنابراین، ما در بخش ناشران عمومی شرکت می‌کنیم و کتاب‌های ویژه کودکان را هم در آن سالن عرضه نمی‌کنیم. اما سالن کودک را دیدم و به نظر من غرفه بندی‌ها بهتر از

این انتشارات را بگیرند، ولی به دلایلی امکان‌پذیر نشد. البته ما هم کسی را نداشتیم که به تهران بفرستیم تا هر روز در غرفه آن ناشر، کتاب‌های مان را بفروشد به هر حال، تصمیم گرفتیم کتاب‌های مان را تا سال آینده، به حد نصاب نمایشگاه برسانیم.»

سایر ناشران شهرستانی نیز به دلیل مسائل مالی، هزینه رفت و آمد و مهم‌تر از همه، کم بودن تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده، نتوانستند در نمایشگاه کتاب تهران شرکت کنند. آن دسته از ناشران شهرستانی هم که در نمایشگاه حضور داشتند از جای غرفه، ساعت نمایشگاه، و چیدمان غرفه‌ها شکایت داشتند. چیدمان غرفه‌ها، به عهده کمیته اجرایی اتحادیه ناشران بود. امسال نیز بسیاری از ناشران کودک و نوجوان، از قرار گرفتن جای غرفه‌ها و نحوه تقسیم سالن ۵ هزار و ۵۰۰ متری ۳۸، ناراضی بودند؛ چون تنها ۳ هزار متر سالن غرفه بندی شد و در اختیار ناشران قرار گرفت.

محمدرضا بهروش، مدیر انتشارات آیین تربیت مشهد، درباره نمایشگاه کتاب امسال می‌گوید:

«هدف از شرکت در نمایشگاه، عرضه کتاب است. انتظار داشتیم بازدیدکنندگان حداقل به طرف غرفه ما بیایند و کتاب‌های جدیدمان را ببینند، اما

سال‌های پیش بود.»  
 مجید ایروانی، مدیر نشر رهیافت تبریز نیز می‌گوید: «امسال فروش مان بد نبود. البته خیلی خوب نبود، ولی راضی بودیم. غرفه ما جای نسبتاً مناسبی قرار داشت مردم از آن استقبال کردند.»  
 مدیر نشر کتاب طه که در سالن کودک، با واگذاری نمایندگی فروش حضور داشت، اظهار می‌دارد:



«با توجه به مشکلاتی که در جریان برگزاری نمایشگاه پیش آمد و تا اواخر اسفند، برگزاری نمایشگاه نامشخص بود، باز هم برگزار شدن آن با این کیفیت، کار مهمی است. البته نمایشگاه کتاب امسال، نسبت به سال گذشته، چندان رونق نداشت. شاید یکی از دلایل این بی‌رونقی، ناهماهنگی دست اندرکاران بوده باشد؛ چون چند روز مانده به عید، تعاونی ناشران استان قم، برای ما فرم شرکت در نمایشگاه را فرستاد و ما یک روز فرصت داشتیم تا آن را کامل کنیم. این بی‌نظمی‌ها مشکلات دیگر را به وجود آورد.»

در نمایشگاه امسال، برخی از ناشران که در دوگروه سنی کودک و بزرگسال کتاب چاپ

می‌کنند، تنها در یک سالن، غرفه گرفته بودند. به همین دلیل، در سالن ویژه کتاب‌های کودکان و نوجوانان، کتاب‌هایی که مناسب گروه سنی آن‌ها نیست هم، پیدا می‌شد. البته، چند ناشر هم در سالن ناشران عمومی، تمام کتاب‌های‌شان را عرضه کرده بودند.

جواد داعی، مدیر نشر جام آبدانای مشهد که برای دومین سال در سالن ناشران عمومی غرفه داشت، چنین می‌گوید:

«ما در سالن کتاب‌های بزرگسالان غرفه می‌گیریم و کتاب‌های مناسب بزرگسالان و گروه سنی کودکان و نوجوانان را به نمایش می‌گذاریم. کتاب‌های کودک انتشارات ما، به پای کتاب‌های ناشران بزرگ که امکانات بیشتری دارند، نمی‌رسد. همه کتاب‌هایی که در نشر جام آبدانا برای کودکان چاپ شده، ترجمه کتاب‌های قدیمی است و چندان مورد استقبال قرار نمی‌گیرد. البته، از کتاب‌های رنگ‌آمیزی و نرم‌افزار «کدبانوی قصه گو» که توسط این انتشارات منتشر شده، استقبال شد، ولی چون کار جدید دیگری نداشتیم، تصمیم گرفتیم امسال هم فقط در سالن بزرگسالان حضور داشته باشیم. طبیعی است کتاب‌های ما در مقایسه با کتاب‌های سایر ناشران، به چشم نمی‌آید.»

از طرفی، اگر تعداد کتاب‌های منتشر شده یک ناشر شهرستانی، در همان

حال ۳۵ عنوان باشد، باز هم حضور آن ناشر در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و اجاره غرفه برای فروش کتاب، مقرون به صرفه نخواهد بود.

در این دوره از نمایشگاه بین‌المللی کتاب، اجاره غرفه‌هایی که تا ۲۴ متر مربع مساحت داشتند، متری ۲۰ هزار تومان و اجاره غرفه‌های بزرگ‌تر از ۲۴ متر مربع متری ۳۵ هزار تومان بود که ناشران شهرستانی برای اجاره غرفه، ۵۰ درصد تخفیف داشتند. متراژ غرفه نیز بر اساس تعداد کتاب‌های منتشر شده ناشران، از سال ۱۳۷۸ به بعد توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعیین شد.

در کتاب راهنمای ناشران داخلی هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، در پاسخ به سوال عده‌ای از ناشران که پرسیده بودند، چرا به برخی از ناشران که کتاب‌های کمی چاپ کرده‌اند، متراژ بالایی داده شده، آمده است:

«ستادی برای تعیین وضعیت ناشران خاص تشکیل شده است که در موارد خاص تصمیم می‌گیرد. در این ستاد، متراژ ناشران خاص، با توجه به عوامل متعددی از جمله انتشار

کتاب‌های حجیم، نفیس و مرجع، ناشر سال، ناشر پایبند به معاهده کپی رایت، ناشری که بنا به تجربه و سابقه، مخاطبان زیادی دارد و... تعیین می‌شود.»

حجیم بودن کتاب و پایبندی ناشر به معاهده کپی رایت را می‌توان آشکارا مشخص کرد، اما نفیس بودن کتاب‌ها و تعداد مخاطبان، امری نسبی است. در این صورت، ناشران دولتی و بزرگ، «بنا به تجربه و سابقه»، مخاطبان بیشتری خواهند داشت، چون کتاب‌های‌شان در مدارس توزیع می‌شود و با دادن غرفه‌های بزرگ و امکانات بیشتر در نمایشگاه، حضور این دسته از ناشران، بیشتر و قدرتمندتر می‌شود؛ هر چند غرفه بزرگ‌تر، اجاره بیشتری در پی خواهد داشت.

محل استقرار غرفه‌ها در سالن، براساس حروف الفبایی تعیین شده، اما به دلیل نوع چیدن غرفه‌ها و متراژ هر غرفه، گاه تغییراتی به وجود آمده است. از چند ناشر تهرانی نیز درباره نمایشگاه کتاب امسال و مشکلات‌شان پرسیدیم. مژگان مرادی کاونانی، مسئول نشر بهارنار، درباره سالن کودک و وضع غرفه‌های آن، چنین می‌گوید:

«طراحی غرفه‌ها بسیار بد بود و تعدادی از غرفه‌ها اصلاً دیده نمی‌شدند، چون غرفه ناشران بزرگ، رو به روی در اصلی بود. فقط دو روز آخر همه درها را باز کردند و ما تا آخرین روز اعتراض کردیم. وزارت ارشاد می‌گفت، به حراست



نمایشگاه ربط دارد و حراست می‌گفت در را باز می‌کنیم، ولی مدیر سالن مخالفت می‌کرد! ناشران بزرگ نظر می‌دادند که کدام در باز باشد. آیا فقط کارتل‌ها و ناشران بزرگ حق حیات دارند؟»  
وی می‌افزاید:

«به من گفتند بعد از نمایشگاه توضیح می‌دهیم که چرا درها بسته بود. چه فایده‌ای دارد؟ اگر از قبل می‌گفتند که جای غرفه ما کجاست، اصلاً در نمایشگاه شرکت نمی‌کردیم. سال گذشته، از طرف صدا و سیما به غرفه ما آمدند، اما امسال و با این تغییرات، فروش مان کم‌تر از پارسال شد. مردم از ناشران دیگر خرید

## امسال نیز بسیاری از ناشران کودک و نوجوان،

از قرار گرفتن جای غرفه‌ها و نحوه تقسیم سالن ۵ هزار و ۵۰۰ متری ۳۸،

ناراضی بودند؛ چون تنها ۳ هزار متر سالن غرفه‌بندی شد و

در اختیار ناشران قرار گرفت



سالن باز بود و عده‌ای از درهای وسط سالن می‌رفتند. ما هم در انتهای سالن بودیم، هر وقت درهای وسط بسته بود، مشکل ما حل می‌شد، ولی فقط چند بار این درها را بستند.»

کاشی زاده قالیباف، با بیان این که امکانات در نمایشگاه و بیرون از آن، برای همه ناشران یکسان نیست، می‌افزاید:

«هیچ وقت نمی‌توان انتظار داشت که همه راضی باشند همان طور که سال گذشته جای غرفه ما خوب بود و عده‌ای ناراضی بودند. اما مشکلاتی که هر سال پیش می‌آید، این است که برخی از ناشران اعمال نظر می‌کنند و به فعالیت دیگران جهت می‌دهند. مثلاً می‌گویند تقسیم بندی غرفه‌ها بر اساس حروف الفبایی است، اما من که نام انتشاراتم با اولین حرف الفبا شروع می‌شود، در انتهای سالن، غرفه خیلی بدی داشتم.»

علی اصغر آقامیری، مدیر نشر با فرزندان، معتقد است که باز بودن درهای وسطی سالن ۳۸، به نفع بازدیدکنندگان است و در ادامه می‌گوید:

«وقتی تنها دو تا از درها را باز می‌گذاشتند، جمعیت در یک قسمت بیشتر می‌شد. سال‌های قبل، غرفه بندی به گونه‌ای بود که مردم تمام غرفه‌ها را می‌دیدند، اما امسال با خرید از چند ناشر، از سالن خارج می‌شدند.»

وی درباره ساعت برگزاری نمایشگاه معتقد است: «امسال ترافیک کم‌تر بود و ما فکر می‌کردیم اوایل شب جمعیت بازدیدکننده بیشتر باشد که چنین نشد و ساعت‌های آخر شب، نمایشگاه خیلی خلوت بود.»

محسن سلامی نژاد، مدیر اجرایی انتشارات اندیشه نوین، در مورد نمایشگاه امسال، چنین نظر می‌دهد:

«ما از اولین نمایشگاه بین‌المللی کتاب، در نمایشگاه شرکت کرده‌ایم و در ۱۵۴ نمایشگاه استانی هم حضور داشته‌ایم. ممکن است مشکلاتی به وجود آید و به دلیل مترای مختلف غرفه‌ها، چین آن‌ها در کنار هم، مسئله ساز شود. موضوع این است که به ما می‌گفتند اگر اعتراض کنید، سال بعد مزایای شما کم می‌شود.»

علیرضا شریفی راد، مدیر انتشارات دل‌هام که با ۳۰ عنوان کتب جدید و تجدید چاپ شده، در نمایشگاه امسال حضور داشت، درباره این انتشارات در نمایشگاه می‌گوید:

«ما ۴۰ متر تقاضا کردیم و نصف اجاره آن را هم با وجود فشارهای مالی پایان سال پرداختیم، اما یک غرفه ۲۰ متری به ما دادند. با پولی که از چند ماه قبل پرداخت کرده بودیم، ممکن بود بتوانیم کتاب دیگری چاپ کنیم. می‌توانستند موقع ثبت‌نام، بگویند که چند متر غرفه می‌دهند. البته برخی از ناشران، پول اجاره غرفه را بعد از نمایشگاه پرداخت کردند. به طور کلی مشکل ما فقط این نبود. در غرفه ۲۰ متری ما، یک ستون وجود داشت که حدود ۶ متر از غرفه را اشغال کرده بود.»

شریفی راد معتقد است:

«متأسفانه جهت‌گیری صنعت نشر، به سمت تراست پروری است. برخی فقط منافع خود و اطرافیان‌شان را در نظر می‌گیرند. ناشران دولتی هم، از قدرت و امکانات استفاده می‌کنند. در حالی که من با امکانات این دسته از ناشران، می‌توانم کتاب‌های بیشتری چاپ کنم. اگر برخی از مجموعه‌های دولتی را از

می‌کردند و بعد فقط در سالن راه می‌رفتند. در حالی که برای چاپ هر کتاب زحمت می‌کشیم و از جیب‌مان پول می‌گذاریم. امسال ده میلیون تومان، کاغذ و مقوا خریدیم و استفاده کردیم، اما جبران نشده.»

وجیهه جباری، مدیر نشر آشن می‌گوید:  
«وقتی می‌خواستیم به غرفه خودمان برویم، راه را گم می‌کردیم. اعتراض‌های شفاهی ما هم نتیجه نداد. غرفه ما در انتهای در خروجی بود و مردم آن را نمی‌دیدند؛ چون از درهای وسط سالن خارج می‌شدند. از طرفی، بازدیدکنندگان مدارس هم تعدادشان خیلی کم بود. در واقع من اصلاً بچه‌های ابتدایی را ندیدم. البته، غرفه ما جایی نبود که از آن جا بتوان همه را دید. به طور کلی، حتی پول اجاره غرفه‌مان هم درنیامد.»

وحید کاشی زاده قالیباف، مدیر نشر آرمان تدبیر، چنین نظر می‌دهد:  
«پارسال نحوه قرار گرفتن غرفه‌ها در سالن، به صورت ماریجی بود و مردم از یک در وارد و از در دیگر خارج می‌شدند. در واقع، راه برگشت نداشتند؛ چون راهروها تنگ بود. از طرفی، گرد و خاک زیاد و مشکلات دیگر، مردم را خسته می‌کرد. امسال فضای رفت و آمد بازدیدکنندگان را وسیع‌تر کردند، اما فقط ۵ در

نوجوانان که ۸۰۰ عنوان کتاب چاپ کرده، ۱۸۰ متر غرفه دادند. این نشان می‌دهد که هنوز به ناشران دولتی بهای بیشتری داده می‌شود. از طرفی، هر چه مترآز ناشران بیشتر بود، اجاره آن‌ها هم زیاد می‌شد. به نظر من، کسی که کتاب کم‌تری چاپ کرده، غرفه کوچک‌تری لازم دارد. در واقع، باید قیمت ثابت برای همه یکسان باشد؛ چون با اعتراض‌هایی که سال‌های پیش داشتیم، وزارت ارشاد دو نرخ غرفه‌های متری ۲۰ هزار و ۳۵ هزار تومان را تعیین کرد.»

قدیانی با بیان این که ۳۵ ناشر، نویسنده و مترجم در غرفه نشر قدیانی با بچه‌ها دیدار کرده‌اند، می‌گوید:

### یک ناشر:

**فروش کتاب باید به عهده مراکز پخش کتاب باشد و این مراکز باید کتاب‌های ناشرانی مثل ما را بفروشند. در اصفهان حدود ۱۶۰ ناشر هستند که برخی از آن‌ها فقط چند کتاب منتشر کرده‌اند. مراکز پخش می‌توانند کتاب‌های این ناشران را برای فروش، به نمایشگاه تهران ببرند**

«طبیعی است که همه ناشران، به دنبال بهترین غرفه هستند. عده‌ای گله داشتند که غرفه‌های‌شان کم رونق است. قطعاً این دسته از ناشران، کتاب قدیمی را تجدید چاپ می‌کنند که مورد استقبال واقع نمی‌شود. انتشارات قدیانی (واحد کتاب‌های بنفشه)، امسال ۱۵۱ اثر را برای اولین بار در نمایشگاه عرضه کرد که مورد توجه مخاطبان قرار گرفت.»

انتشارات قدیانی ۱۴ سال پیش همراه با چند ناشر دیگر، انجمن فرهنگی ناشران کودک را تأسیس کرد و امسال انجمن، آثار این ناشران را در بازار جهانی کتاب، به نمایش گذاشت.

مدیر انتشارات قدیانی، درباره بازار جهانی کتاب معتقد است:

«با توجه به این که کشور ما هنوز معاهده کپی رایت را نپذیرفته، ورود کتاب‌های ما به خارج از ایران، مشکل است و ما در حال حاضر، گام‌های اول را برمی‌داریم، تا زمانی که این مسائل برطرف شده، برای ارائه کتاب‌های مان آماده باشیم. انتشارات قدیانی هم خلاصه بیش از ۱۲۰ کتاب را ترجمه کرد و در غرفه انجمن فرهنگی ناشران کودک و نوجوان، قرار داد.»

وی هم چنین معتقد است:

«هدف عده‌ای از ناشران از شرکت در نمایشگاه، فقط به دست آوردن سود است. در حالی که ما ۵۰ درصد فروش مان را به غرفه آرایه و تبلیغات اختصاص می‌دهیم. ممکن است سود اقتصادی برای مان نداشته باشد، اما به هدف اصلی که ارتباط با مخاطب است، می‌رسیم. برخی از ناشران، تنها به بازار جهانی فکر می‌کنند که این خیلی خوب است، ولی ناشر موفق کسی است که به مخاطب ایرانی اهمیت بیشتری بدهد. برای مثال، انتشارات شبابویز، از چند سال پیش فعالیت در بخش کودک و نوجوان را آغاز کرد. خانم خلعتبری، خلأ تصویرگری کتاب‌های کودکان را پر کردند و خدمات مفیدی در این زمینه انجام دادند که وظیفه دارم از ایشان تشکر کنم. با وجود این، متأسفانه محتوای کتاب‌های این انتشارات بسیار ضعیف است. به هر حال، ایشان با این که امسال به عنوان ناشر نمونه معرفی شدند، در سالن کودک غرفه نگرفتند. و تنها در بازار جهانی کتاب حضور داشتند. با این وضعیت، این انتشارات نمی‌تواند با مردم ارتباط برقرار کند.»

در بازار جهانی کتاب این دوره نمایشگاه، علاوه بر انجمن فرهنگی ناشران کتاب‌های کودک و نوجوان، انتشارات افق، مدرسه شبابویز، سروش و مارال، غرفه داشتند که به غیر از نشر شبابویز، سه ناشر دیگر در سالن کودک و نوجوان هم غرفه گرفته بودند. فریده خلعتبری، مدیر نشر شبابویز، که دو سال است تنها در بازار بین‌المللی کتاب غرفه می‌گیرد معتقد است:

صنعت نشر حذف کنیم، هیچ اتفاقی نخواهد افتاد. شاید حتی صنعت نشر وضعیت بهتری پیدا کند؛ چون سوبسید و امکانات مجموعه‌های دولتی بین سایر ناشران تقسیم می‌شود.»

وی می‌افزاید:

«تعداد ناشرانی که در نمایشگاه شرکت کردند، بسیار کم بود؛ چون همه ناشران توانایی حضور در نمایشگاه را ندارند. آن‌هایی هم که حضور داشتند، ضرر کردند. زیرا امسال به نظر می‌رسید که مردم زیاد کتاب نمی‌خرند. فقط نگاه می‌کردند. شاید یکی از دلایل آن، گرانی بنزین و... باشد.»

مدیر نشر دلپام، زمان برگزاری نمایشگاه را نامناسب می‌داند و می‌گوید:

«مدارس ابتدایی و مهد کودک‌ها نمی‌توانستند در نمایشگاه شرکت کنند؛ چون این مدارس معمولاً ساعت ۱۲ تعطیل می‌شوند. از طرفی، در این ده روز نمایشگاه، باید حتماً دو پنجشنبه و جمعه وجود داشته باشد. تجربه نشان داده که در چنین شرایطی، فروش بیشتر است. روزنامه ایران، در مهرماه ۸۲، اعلام کرد که ۳۰ میلیارد تومان کتاب در نمایشگاه شانزدهم فروخته شده است. اگر این ۳۰ میلیارد را بر ده روز

تقسیم کنیم، می‌شود روزی ۳ میلیارد تومان. اما در واقع روزهای پنجشنبه و جمعه کتاب‌های بیشتری به فروش رسیده است. اگر امسال هم فقط یک روز دیگر به نمایشگاه اضافه می‌کردند، حدود ۶-۷ میلیارد تومان وارد صنعت نشر می‌شد.»

وی درباره برنامه ریزی نمایشگاه می‌گوید:

«نمایشگاه کتاب تهران برنامه‌ریزی دقیقی ندارد. در حالی که از الان برای نمایشگاه سه سال آینده لندن برنامه‌ریزی شده اطلاعات آن در سایت نمایشگاه آمده است. ما تا یک هفته مانده به نمایشگاه کتاب نمی‌دانستیم غرفه‌مان کجاست؟ چند متر است؟ و مسئول سالن کیست؟ و همین بی‌نظمی‌ها و تبلیغات نامناسب باعث شد که حتی رسانه‌های گروهی نیز حداقل مانند سال‌های پیش، به نمایشگاه کتاب توجه نکنند.»

نادر قدیانی، مدیر انتشارات و یکی از اعضای کمیته اجرایی اتحادیه ناشران درباره سالن کودک و نوجوان می‌گوید:

«سالن ۳۸ یکی از بهترین سالن‌های نمایشگاه است. امسال تقریباً با مترآز درخواستی ناشران موافق شد و تنها عده‌ای کم‌تر از آن چه می‌خواستند، غرفه گرفتند. در صورتی که در سالن‌های ناشران عمومی، به دلیل کمبود جا، حدود ۵۰ درصد از مترآز درخواستی ناشران کم شد. از طرفی، این سالن بزرگ، با توجه به راحتی بازدیدکنندگان غرفه‌بندی شد. به طوری که راهروها نسبت به سال گذشته، وضعیت بهتری داشتند. در وسط سالن هم چهار راه‌هایی قرار داشت و ۵ در سالن باز بود تا آسایش خانواده‌ها و بچه‌ها فراهم شود. در دوره قبلی نمایشگاه، بازدیدکنندگان باید به طور ماریج، تمام غرفه‌ها را از ابتدا تا انتها می‌دیدند. در آن شرایط، منافع ناشران تأمین می‌شد، ولی امسال هدف اصلی، راحتی مردم بود و به دلیل باز بودن درها مردم و ناشران راضی بودند.»

وی درباره ساعت بازدید از نمایشگاه معتقد است:

«به نظر می‌رسید که حضور دانش‌آموزان به شکل گروهی، کم‌تر از سال‌های گذشته است، اما در مقابل، خانواده‌ها در کنار بچه‌ها حضور داشتند که این ارزش بیشتری دارد. به طور کلی، از ساعت ۳-۴ بعد از ظهر تا شب جمعیت و به ویژه حضور خانواده‌ها در کنار فرزندان‌شان، در نمایشگاه بیشتر می‌شد.»

مدیر انتشارات قدیانی، درباره مترآز غرفه قدیانی در سالن کودک می‌گوید:

«ملاک تقسیم بندی غرفه‌ها، تعداد کتاب‌های چاپ شده ناشر در ۵ سال گذشته بود. بر این اساس، ما ۱۴۵ امتیاز داشتیم و طبق آیین نامه ۳۲۰ متر جا به ما تعلق می‌گرفت، ولی به ما و انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و

«اتحادیه ناشران در تقسیم بندی غرفه‌ها، ناعادلانه عمل می‌کند. در پانزدهمین دوره، ناشران کودک و نوجوان را به انباری به نام A ۳۸ فرستادند و از آن به بعد من تصمیم گرفتم در بخش داخلی نمایشگاه غرفه نگیرم. امسال دیدم که باز هم چند ناشر با همان دکورهای قدیمی، سالن کودک غرفه دارند. این ناشران، برای یک ناشر مستقل جایی نمی‌گذارند.»

وی می‌افزاید:

«امسال حتی به ما تلفن هم نزدند و برای شرکت در نمایشگاه دعوت‌مان نکردند؛ چون اتحادیه منافع خود و عده‌ای خاص را در نظر می‌گیرد. در بازار جهانی هم اگر چه غرفه من بسیار کوچک بود، کتاب‌هایم مورد توجه قرار گرفت. دلیلش این است که شباویز یک انتشارات بین‌المللی است.»

ناشر برگزیده سال ۸۲ می‌گوید:

«متأسفانه، هیچ کدام از خارجی‌ها خریدار نبودند. آن‌ها می‌خواستند کتاب‌های‌شان را بفروشند. عده‌ای از بازدیدکنندگان، کتاب فروشان خارجی بودند و برخی از آن‌ها می‌گفتند که با دوستان ناشرشان درباره کتاب‌های ما صحبت خواهند کرد. البته با چند ناشر از کشورهای آسیای میانه، آلمان، سوئد، مصر و...»

### یک ناشر:

**طراحی غرفه‌ها بسیار بد بود و تعدادی از غرفه‌ها اصلاً دیده نمی‌شدند، چون غرفه ناشران بزرگ، رو به روی در اصلی بود. فقط دو روز آخر همه درها را باز کردند و ما تا آخرین روز اعتراض کردیم**

نیز مذاکره کردیم.»

وی مهم‌ترین امتیاز نمایشگاه را ارتباط با مردم می‌داند و می‌گوید:

«زمانی که در سالن کودک و نوجوان غرفه داشتیم، با بچه‌ها در تماس بودم و بازتاب کارم را می‌دیدم و کتاب‌هایم را می‌فروختم. متأسفانه مجبور شدم از این امکان صرف نظر کنم. از طرفی، بازار جهانی فقط معرفی کتاب است و تک‌فروشی کتاب نداریم. البته به برخی از دانشجویان رشته هنر و گرافیک که فکر می‌کردند ممکن است کتاب‌های ما را پیدا نکنند، کتاب دادیم.»

خلعتبری که با ۲۰۰ عنوان کتاب ترجمه شده، در بازار جهانی کتاب نمایشگاه حضور داشت، درباره برگزاری نمایشگاه معتقد است:

«برگزاری نمایشگاه یک حرکت فرهنگی است که باید به تدریج متحول و با نیازهای آینده، مطابقت داده شود. در حال حاضر نمایشگاه بازار فروش است. یک عده، کتاب‌های خارجی قدیمی را آورده، به مردم می‌فروشند. در نمایشگاه سوئد و دهلی که فروش کتاب آزاد است، هر کس مایل باشد، کتاب‌هایش را می‌فروشد. نه این که مانند ایران از سوبسید و پول دولت استفاده و کتاب وارد کنند. این کار مفهوم نمایشگاه را به هم می‌زند. تقویت بازار جهانی، راهگشاست و تک‌فروشی باید به عهده کتاب‌فروشی‌ها باشد. معامله حق نشر، هم درآمدزاست و هم صادر کردن فرهنگ به حساب می‌آید.»

کاوایی، از مسئولان معاونت فرهنگی انتشارات سروش، حضور در بازار بین‌المللی کتاب را مفید می‌داند و می‌گوید:

«انتشارات سروش، تقریباً همزمان با انتشارات کانون پرورش فکری، به معاهده کپی رایت توجه داشت و با ناشران خارجی ارتباط برقرار کرد و در همین راستا، امسال برای اولین بار در بازار جهانی کتاب، آثار منتشر شده سروش ارائه شد.»

وی هم چنین می‌گوید:

«حضور در بخش داخلی و خارجی نمایشگاه کتاب، دو کارکرد متفاوت دارد. در بخش داخلی، هدف فروش کتاب به مخاطبان داخلی است و در بخش خارجی، فروش حق نشر کتاب به ناشران خارجی. البته نمی‌توان گفت که خارجی‌ها برای خرید کتاب آمده بودند؛ چون آن‌ها بیشتر برای فروش آثارشان به نمایشگاه آمدند. به هر حال، با شرکت در حدود ۴۰ نشست و ارتباط با کشورهای اروپایی و عربی، سعی کردیم کتاب‌های‌مان را معرفی و علائق آن‌ها را کشف کنیم.»

بیژن محمدی لویه، مدیر نشر مارال نیز حضور در بازار جهانی کتاب را مثبت می‌داند و می‌گوید:

«به پیشنهاد یکی از دوستانم، در بازار جهانی کتاب غرفه گرفتیم و تمام کتاب‌ها را ترجمه شده، ارائه دادم. هم‌چنین توانستم با چند ناشر در اتریش، آلمان و کشورهای عربی ارتباط برقرار کنم و در جلسات شرکت داشته باشم که بسیار عالی بود. قصد دارم فعالیتیم را بیشتر کنم و هر کس در این راه به من کمک کند، از او حمایت خواهم کرد؛ چون کتاب‌های من برای گروه سنی ۲ تا ۶ سال است، فکر نمی‌کردم تا این اندازه مورد توجه قرار گیرد. به همین دلیل، خیلی خوشحالم.»

وی که در سالن کودک و نوجوان نیز غرفه داشته

است، می‌گوید:

«در سالن کودک هم مانند هر سال، کتاب‌های نشر مارال فروش خوبی داشت و به لطف خدا، تیراژ کتاب‌های‌مان بیشتر شد. معمولاً هر سال بی‌نظمی‌هایی در سالن کودک و نوجوان وجود دارد. امسال هم مسئله غرفه بندی سالن مطرح شد. غرفه نشر ما در جای بدی قرار گرفته ولی چون بر اساس حروف الفبا تقسیم شده بود، چاره‌ای جز قبول آن غرفه نداشتیم. باز و بسته شدن درها هم مشکلاتی را به وجود آورد که عدم وجود مدیریت قاطع، این ماجراها را به همراه داشت.»

امیر صالحی طالقانی، مدیر روابط بین‌الملل و بازرگانی خارجی انتشارات مدرسه، درباره حضور این انتشارات در بازار جهانی کتاب می‌گوید:

«نشر مدرسه، به عنوان یکی از بزرگ‌ترین ناشران کتاب کودک و نوجوان در خاورمیانه، چند سال است که در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور شرکت می‌کند. برای مثال، تا کنون در هشت دوره از نمایشگاه بولونیا حضور داشتیم و هر سال چند تن از کارشناسان این انتشارات، برای کسب تجربه و تبادل نظر با دست‌اندرکاران نشر بین‌الملل، در نمایشگاه بولونیا شرکت می‌کنند که بیشتر جنبه اطلاع‌رسانی دارد تا تبادلات بازرگانی. انتشارات مدرسه، قصد دارد علاوه بر فعالیت‌های داخلی، در حوزه نشر بین‌الملل نیز حضوری فعال و گسترده داشته باشد و ضمن فعالیت‌های فرهنگی، تبادلات اقتصادی را هم در نظر بگیرد که حضور در بازار جهانی کتاب ایران، اولین گام در این جهت بود. البته سال گذشته ما آثار منتخب انتشارات مدرسه را در غرفه کودک و نوجوان این بازار که آثار برگزیده کلیه ناشران این حوزه را در خود جای داده بود عرضه کردیم، اما امسال غرفه مستقل داشتیم.»

وی درباره استقبال از بازار جهانی کتاب، معتقد است:

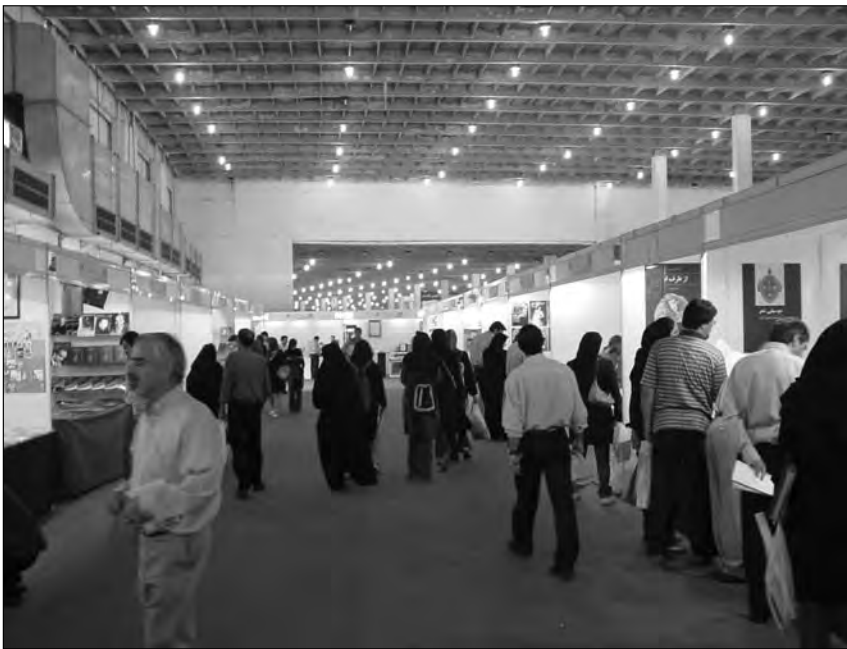
«به طور کلی خوب بود، هر چند با وجود تبلیغات زیاد، ناشران خارجی حضور چشمگیری نداشتند. عده‌ای آمده بودند تا کتاب‌های‌شان را در بخش فروش ارزی یا ریالی، به صورت تک‌نسخه به فروش برسانند. بنابراین، نباید منتظر نتایج خیلی عالی بود. البته این موضوع از چند جهت قابل تأمل است. اول این که نمایشگاه کتاب تهران، بیشتر در داخل ایران شناخته شده است و بسیاری از دست‌اندرکاران نشر بین‌الملل، اطلاع دقیقی از این نمایشگاه و به خصوص بازار جهانی کتاب آن ندارند. در واقع بازار جهانی کتاب ایران، بیشتر جنبه داخلی دارد تا جهانی. در حالی که بازار جهانی، بدون حضور ناشران خارجی، هیچ معنایی ندارد.»



مسئولان باید بازار جهانی کتاب ایران را به فعالان خارج از کشور، ناشران و آژانس‌های ادبی معرفی کنند.»

صالحی می‌افزاید:

«ناشران خارجی تمایل دارند که با ما ارتباط دوسویه داشته باشند. بازار هم یعنی داد و ستد. حال این داد و ستد در هر حوزه‌ای می‌تواند باشد، اما وقتی ناشران خارجی می‌بینند که کتاب‌های‌شان به راحتی و بدون توجه به حق و حقوق آن‌ها، در ایران منتشر و بارها تجدید چاپ می‌شود، چگونه می‌توانند در این بازار حضور داشته باشند؟ از طرفی، خود ما هم نمی‌دانیم که می‌توانیم چه کار کنیم و در چه شرایطی می‌توانیم توقع داشته باشیم. حتی تا روز ۱۱ اردیبهشت هم وضعیت سالن بازار جهانی کتاب مشخص نبود. درحالی که ما چهار ماه پیش برای نمایشگاه فرانکفورت که مهرماه برگزار می‌شود، ثبت نام کردیم، و در کم‌تر از ۲۴ ساعت، اطلاعات



کامل انتشارات مدرسه، در پایگاه اطلاع‌رسانی آن نمایشگاه قابل دسترسی بود و تا چند روز دیگر هم محل دقیق غرفه ما مشخص می‌شود؛ یعنی درست برعکس نمایشگاه کتاب تهران.»

وی با بیان این که ۱۴۸ عنوان از انتشارات مدرسه، در بازار جهانی کتاب عرضه شده بود، درباره نشر بین‌الملل می‌گوید:

«نشر بین‌الملل، بازاری حرفه‌ای است و برای حضور در این عرصه باید حرفه‌ای بود. حرفه‌ای کسی است که از تمامی زوایای حوزه نشر بین‌الملل آگاهی داشته و حرفی برای گفتن داشته باشد. فعالیت حرفه‌ای، نیازمند برخورداری از استانداردهای بین‌المللی است که یکی از این استانداردها، عرضه آثار به زبان بین‌المللی است. به نظر من، فعالان این حوزه علاوه بر منافع فردی، باید به فکر اثبات چهره زیبای نشر ایران و شناساندن ظرفیت‌های آن به جهانیان نیز باشند. بدیهی است که حضور در بازار جهانی، منافع مادی و بهره‌های فرهنگی دارد. با وجود آن که فرهنگ و مذهب ما در حد لیاقت و استعداد خود در جهان شناخته نشده است، اما این فرهنگ و آیین، قابلیت جهانی شدن دارد.»

از طرفی، حضور انجمن‌ها کم رنگ‌تر از سال‌های گذشته بود. در واقع، می‌توان گفت که هیچ‌کدام از انجمن‌ها و تشکل‌های مربوط به ادبیات کودک، در نمایشگاه حضور نداشتند. انجمن نویسندگان کودک و نوجوان، انجمن قلم، شورای کتاب و... در نمایشگاه شرکت نکردند. این تشکل‌ها می‌توانند با حضور در نمایشگاه، ارتباط بیشتری با ناشران و مخاطبان برقرار کنند.

محمود برآبادی، یکی از اعضای هیأت مدیره انجمن نویسندگان کودک و نوجوان می‌گوید:

«برنامه‌ریزی نمایشگاه امسال، به دلیل اختلافاتی که درباره محل برگزاری پیش آمد، خیلی دیر انجام شد و بخشی از فعالیت‌ها نیز به بخش خصوصی واگذار شد. انتظار داشتیم به نهادهایی مانند انجمن نویسندگان کودکان و نوجوانان که هدف آن‌ها فروش محصول نیست، بیشتر توجه کنند. البته، از ما خواستند که در دیگر فعالیت‌های نمایشگاه، مانند جشنواره مطبوعات شرکت کنیم، ولی جای ما در جشنواره مطبوعات نیست؛ چون بخشی از مخاطبان، نویسندگان کودکان و نوجوانان هستند که کتاب‌های مناسب خودشان را می‌خوانند و بخشی والدین و مربیان که برای بچه‌ها کتاب تهیه می‌کنند. بنابراین، ما باید به گونه‌ای با آن‌ها در ارتباط باشیم و نمایشگاه کتاب، یکی از بهترین موقعیت‌هایی است که می‌توان از آن برای ارتباط با مخاطبان استفاده کرد.»

محسن هجری، یکی دیگر از اعضای هیأت مدیره انجمن نیز کوتاهی وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی را عامل اصلی شرکت نکردن انجمن در نمایشگاه می‌داند و می‌گوید:

«با این توجیه که با سپردن مسئولیت‌ها به عهده اتحادیه ناشران، هزینه‌ها کاهش پیدا می‌کند، همه کارها به عهده اتحادیه گذاشته شد. متأسفانه، اتحادیه ناشران بر اساس منافع صنفی، برنامه‌ها را سازمان دهی کرد و با نهادهای مدنی و فرهنگی نیز ارتباط نگرفت. این مسئله به نارسایی سیاست‌گذاری‌های وزارت ارشاد و ناشر محور بودن صنعت نشر برمی‌گردد. سال گذشته انتقاد کردیم و گفتیم که نهادهای مدنی نباید فقط اجراکننده باشند، بلکه باید آن‌ها را در برنامه‌ریزی‌ها هم دخالت داد. امسال مسئولیت اجرایی را هم از ما گرفتند. حضور انجمن در سالن کودک، برنامه‌ریزی برای نشست‌ها و برنامه‌های جنبی نمایشگاه، بسیار موثر خواهد بود. حداقل می‌شد پخش بن‌های کتاب را به عهده نهادهای گذشت؛ چون بن‌های کتاب، به دست کسانی رسید که اهل قلم نبودند.»

زهره قائینی، یکی از موسسان بنیاد تاریخ نیز می‌گوید:

«سال گذشته، معاونت فرهنگی از ما خواست در نمایشگاه باشیم. امسال هم قرار بود بخش دیگری از تاریخ ادبیات کودکان و نوجوانان را ارائه دهیم، اما در آخرین روزها گفتند از فعالیت جنبی حمایت نمی‌کنند و جایی برای ما ندارند.»

برخی از ناشران، طی ۵ سال گذشته، تعداد کتاب‌های‌شان از مرز هزار عنوان گذشته است. عده‌ای دیگر، فقط یک یا دو کتاب چاپ کرده‌اند. ساده لوحانه است اگر فکر کنیم که ناشران پرکار، از جیب‌شان برای چاپ کتاب خرج می‌کنند و یا ضرر می‌کنند تا کار فرهنگی کرده باشند. در حالی که ناشران بسیاری به فکر شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی در خارج از ایران هستند، عده‌ای از ناشران شهرستانی، حتی نتوانستند کتاب‌های‌شان را به نمایشگاه تهران برسانند. مهم‌تر از همه، ناآشنایی چندین ناشر شهرستانی با موضوع کپی‌رایت و موانع و مشکلات حضور در بازار بین‌الملل است. کتاب‌های خارجی این دسته از ناشران تجدید چاپ کتاب‌های قدیمی سیندرلا، سفید برفی، جوجه اردک زشت و... است! ممکن است برخی از شهرستانی‌ها و حتی عده‌ای از ناشران تهرانی، اصلاً ندانند کپی‌رایت چیست و یا چرا باید در بازار بین‌الملل شرکت کنیم و این کار چه فایده‌ای دارد؟ این ناشران با شرکت نکردن در نمایشگاه کتاب تهران، به تدریج از گردونه صنعت نشر خارج می‌شوند. به نظر می‌رسد که نمایشگاه کتاب تهران، فقط برای تهرانی‌هاست؛ آن هم نه همه ناشران تهرانی، بلکه تنها تعدادی از آن‌ها که توانسته‌اند از ۳۵ عنوان کتاب یا چند برابر بیشتر از آن چاپ کنند. انگار نمایشگاه کتاب ما بین‌المللی شده، ولی هنوز بین شهری نشده!