



صید تازه‌ها از نمایشگاه کتاب

از ادبیات کلاسیک و آثار مذهبی تا ادبیات دفاع‌مقدس و کتاب‌های تاریخی و روانشناسی در این رویداد فرهنگی نقش آفرینی می‌کنند

۱۸



یک تعامل همه‌جانبه فرهنگی

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با اقبال خوبی از سوی مخاطبان و خانواده‌ها مواجه شده است

۱۸

همیشه یک فرهنگ



عکس: همشهری/اسماغیل

گفت‌وگوی همشهری با قائم‌مقام و سخنگوی سی‌وچهارمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب

مردم بدون یارانه هم کتاب می‌خرند

گفت‌وگو با ناصر احدی روزنامه‌نگار

سی‌وچهارمین نمایشگاه کتاب تهران از چهارشنبه هفته پیش آغاز به کار کرد و همچون هر سال می‌شود این گردهمایی بزرگ ناشران که امسال برای

در نشست رسانه‌های پیش از نمایشگاه گفته شد که رویکرد امسال نمایشگاه توجه به برنامه‌های فرهنگی است. با توجه به اینکه جنبه نمایشگاه با خرید کتاب اهمیت پیدا می‌کند، این رویکرد فرهنگی شامل چه برنامه‌هایی می‌شود که اثرگذاری عینی و عملی داشته باشد؟

اولا برنامه‌ریزی متناسب با مخاطب، مخصوصا مخاطب کودک و نوجوان، گسترش پیدا کرده است و دستگانه‌هایی که در طول سال در این حوزه کار می‌کنند و وجوه ترویجی دارند، به غیر از اینکه ناشران باشند، به صورت جدی به کار گرفته شده‌اند؛ از جمله کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد و دستگانه‌های دیگری که در حوزه کودک و نوجوان و ترویج کتابخوانی فعالیت مستمر سالانه دارند. اتفاق دیگر اینکه بر طبقه رویه هر ساله امسال فعالیت‌های فرهنگی یعنی نشست‌های اصلی نمایشگاه به بخش شیستان اصلی نمایشگاه در طبقه همکف آمده در حالی که در سال‌های گذشته این برنامه‌ها در نیم طبقه شیستان برگزار می‌شد. این اقدامی نمادین است تا مراجعان نمایشگاه بتوانند از برنامه‌های فرهنگی استفاده بهتری ببرند و این رویدادها پر استقبالی تر شوند. مجموعه نشست‌های نقد و

نخستین بار تعدادی از کتابفروشان نیز در کنارشان حضور دارند را می‌توان از ابعاد مختلفی بررسی کرد. به‌رغم همه برنامه‌هایی که دست‌اندر کاران نمایشگاه در ۱۱ روز برگزاری آن با عناوین مختلف در نظر می‌گیرند، نمی‌شود کتمان کرد که فروش بیشتر کتاب برای فروشندگان و خرید مقرون به‌صرفه تر برای خریداران بر سایر جنبه‌های نمایشگاه سازه می‌اندازد. با گران شدن شدید کتاب در یکی، دو سال گذشته، قاعدتا امسال حتی اگر خریداران از نمایشگاه سال گذشته هم

افراد جامعه به‌وجود می‌آید. خرید، موضوع عادت به کتابخوانی مولفه‌های مختلفی دارد؛ از جمله سواد عمومی، اوقات فراغت و مسائل اقتصادی. این آبرو و جشن کتابی که در نمایشگاه برگزار می‌شود، باعث می‌شود که توجهات بیشتر به کتاب جلب شود و بالاخره مردم در این ایام مقدار زیادی کتاب می‌خرند. سال گذشته ظرف این ۱۱ روز مردم ۲۵۰ میلیارد تومان کتاب خریدند که امسال پیش‌بینی می‌شود حتما افزایش نیز پیدای کند.

فکر می‌کنید چقدر تورم فزاینده و گرانی کتاب و کاهش قدرت خرید مردم در امسال پیش‌بینی می‌شود؟
طبیعتا تورم و گرانی بر قدرت خرید مردم و کتابخوانان تأثیر گذار است، اما هم ناشران و هم مجموعه نمایشگاه در تلاش هستند با تسهیلاتی که ایجاد می‌کنند و در اختیار اقسار مختلف از جمله طلاب، استادان و دانشجویان می‌گذارند و همچنین سایر دستگانه‌ها که از فرصت نمایشگاه برای کارکنان خود استفاده و خرید می‌کنند، به اقسار کتابخوان کمک کنند.
یارانه کتاب از یک طرف نوعی کمک، تشویق و ترغیب به خرید کتاب است و از طرف دیگر برخی معتقدند یارانه، کسانی که کتابخوان حرفه‌ای نیستند و زیاد کتاب

خریداری بیشتری کنند، تعداد کتاب کمتری نسبت به سال پیش در سبدشان خواهد بود. با این حال، نمایشگاه اردیبهشتی کتاب جایگاه خود را در تقویم فرهنگی کشور باز کرده و نظایر آن کتابخوانان به آن به‌عنوان فرصتی مناسب برای تهیه کتاب‌های مورد نظرشان نگاه می‌کنند. با علی‌رغم این، مدیر عامل خانه کتاب و ادبیات ایران و قائم‌مقام و سخنگوی سی‌وچهارمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب درباره این نمایشگاه گفت‌وگو کردیم.



نمی‌خرند را بدعادت می‌کند که فقط زمانی کتاب بخردند که یارانه دارند. حوزه کتاب هم مثل سایر حوزه‌هاست. همانطور که مردم عادت دارند در سایر حوزه‌ها مثل پوشاک و چیزهای دیگر وقتی یارانه و تخفیف به آنها تعلق می‌گیرد، خرید کنند. در حوزه کتاب هم همین اتفاق می‌افتد. مجموع یارانه‌های حوزه کتاب به نسبت کل حجم ارزش بازار خیلی ناچیز است؛ شاید به اندازه ۲ یا ۳ درصد. سؤال این است که بقیه را چه کسانی و چه زمانی می‌خرند؟ زمانی که یارانه نیست؛ لذا این به‌نظرم تحلیل دقیقی نیست و مردم در فواصل مختلف کتاب می‌خرند.
امسال برای نخستین بار کتابفروشان در کنار ناشران در نمایشگاه حضور دارند. کتابفروشان همیشه معتقد بودند که نمایشگاه باعث رکود بازار کتاب تا حول و حوش شهر یور و زمان باز شدن مدارس و دانشگاه‌ها می‌شود و حالا امسال که

نقل و قول

ممیزی در فضای کتاب معنا ندارد



محمدرضا سرشار، مؤسس انجمن قلم، در زمانه ما به‌خاطر فضای مجازی که امکان نشر هر موضوعی وجود دارد، چیزی به نام محدودیت و ممیزی در فضای علم و کتاب، معنا و وجود خارجی ندارد. به گواهی آمار، ارقام و اخبار، به‌ویژه در دهه اول پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران در کشورمان وضع نشر، نگارش و مطالعه کتاب دچار یک جهش شده؛ نه یک رشد ساده، بلکه به‌قول غربی‌ها «Mutation» یعنی دگرگونی شکل گرفت. به تدریج یا پدید آمدن یک رقیب بسیار جدی برای کتاب به نام فضای مجازی، بخش بزرگی از مطالعات مردم از شکل سنتی و خواندن از روی کاغذ به سوی فضای مجازی هدایت شد و طبعاً آن شمارگان افسانه‌ای همه اول بعد از پیروزی انقلاب در دوره کنونی کمتر شکل می‌گیرد.

اهمیت فروش مجازی کتاب



مرتضی آخوندی، مدیر انتشارات «دارالکتب الاسلامیه»: اگر ناشران بتوانند همه کتاب‌های خود را در بخش مجازی نمایشگاه ارائه دهند، فعالیت این بخش می‌تواند بسیار مؤثر باشد. این بحث درباره کتاب‌هایی است که از طریق بخش مجازی نمایشگاه خریداری می‌شوند و ارائه کتاب‌های تمام‌سال‌هایی که بعد از انقلاب مجوز دریافت کرده‌اند، در بخش حضوری این کتاب‌ها ممکن است. اگر محدودیت زمانی را از بخش مجازی نمایشگاه کتاب و کتابخوانی، گران شدن قیمت کتاب را عامل مهمی در کاهش شمارگان، عناوین کتاب و کاهش مصرف سرانه مطالعه در جامعه می‌دانند؛ لذا اگر قیمت کاغذ همچنان گران باشد، قیمت کتاب نیز همچنان رو به افزایش خواهد بود و کتاب این‌کالای فرهنگی مهم در جامعه، سهم اندکی را در سبد فرهنگی خانوار خواهد داشت. البته جذابیت این نمایشگاه را می‌توان با برگزاری نشست‌های تخصصی تقویت کرد، تا در کنار مانورها در تبادلات مالی و میزان فروش کتاب، حوزه‌های ویژه و تخصصی هم برای مخاطبان جذابیتی را به ارمغان بیاورد.

مطالعه تقنینی: هر کس که در نمایشگاه کتاب قدم بزند درمی‌یابد که منحصر دانستن مخاطبان کتاب، اشتباهی فاحش است و شاید بخش عظیمی از این موضوع متوجه ماهیت محصول عرضه شده یعنی کتاب است. همانطور که نمی‌توان اندیشه و تراوش‌های آن را به گروه خاصی منحصر کرد، مخاطبان آن را نیز نباید انحصاری دانست. حال برای گروهی که گاهی کتاب می‌خوانند و نمایشگاه را هم برای سرگرمی می‌خوانند باید تدبیری اندیشید و رسیدن به هدف بالا بردن سرانه مطالعه، همچون دیگر رویکردهای توسعه‌ای، نیازمند ایده‌های نوتری است؛ گرچه اکنون هم مسئولان نمایشگاه برنامه‌هایی دارند که موجب حضور پرشور خانوادگی در نمایشگاه کتاب شود. مانند تعریف کردن رویدادهای کتاب محور و فعالیت‌های فرهنگی جذاب و اثرگذار، متناسب با اجزای مختلف خانواده، که همه اینها مرد را به حضور خانوادگی در نمایشگاه تشویق و ترغیب می‌کند. بنابراین به هر میزان در این زمینه موفق عمل کنیم، می‌توانیم به نیم‌انس جامعه با کتاب امیدوار باشیم. سرانجام اینکه کارآمدی نمایشگاه به‌عنوان ابزاری برای بازار یابی اجتماعی مطالعه، منوط به شناخت صحیح از مخاطب است و درک نمایشگاه باید از مخاطبان واقعی باشد که حتما در این حوزه امور پژوهشی و آماري نقش بسزایی خواهند داشت. چرا که نظرسنجی‌ها و پیمایش‌های متعدد و مختلف در ایام نمایشگاه کتاب می‌تواند منجر به رونق سرانه مطالعه و رفتار اطلاع‌یابی مردم شود و در نهایت نمایشگاه کتاب ابزاری برای تقویت فرهنگ مطالعه در ایران به حساب آید.



ترویج کتابخوانی ایده‌های نومی طلبد

سی‌وچهارمین دوره نمایشگاه کتاب مبتنی بر تجربیات دوره‌های گذشته در حال برگزاری است و نحوه استقبال از این رویداد برای گروه‌های مختلف می‌تواند موضوعی برای بررسی باشد. در این بین با توجه به دخیل بودن عواملی همچون: شبکه صنعت چاپ، افرادی که مطالعه را کار هرروزه خود می‌دانند و در نهایت کسانی که خواندن را برای خود تفریح قلمداد می‌کنند، می‌توان به جزئیاتی درباره آنها پرداخت:

شبکه چاپ و انتشار: جنبه اقتصادی برگزاری بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی کشور، امسال بیشتر نمود دارد تا جایی که پیش از این کتابفروشی‌ها و مراکز بخش در زمان نمایشگاه این انتقاد را مطرح می‌کردند که در این ایام کسب و کارشان از رونق می‌افتد اما امسال حضور کتابفروشان در کنار ناشران اجرا می‌شود؛ گرچه برخی ناشران این تصمیم را نقد و آن را الطمه به قشر ناشران ارزیابی کردند اما در دیگر سو کتابفروشان که معمولاً به فروش کتاب در نمایشگاه معترض بودند، از این تصمیم استقبال کردند. البته این نکته هم قابل تأمل است که روزهای پیش از نمایشگاه، تعطیلی‌های طولانی نوروز را شاهد هستیم و چاپ کتاب در آن ایام بسیار دشوار است و کتاب‌ها برای فروش در انتظار آغاز نمایشگاه هستند و بعد از برگزاری این رویداد هم به دلیل رکود بازار، ۳ تا ۴ ماه کتاب‌ها، فروش مناسبی ندارند و منتظر می‌مانند تا به فصل پاییز و زمان رونق کتاب برسند، در این میان در سال‌های اخیر هم عملاً کتاب جذابیت اولیه‌اش را از دست داده است و زمان نمایشگاه باعث می‌شود رکود تابستانی تشدید شود، چون بعضی از کسانی هم که کتاب می‌خرند عملاً آن قدر در نمایشگاه برای کتاب هزینه کرده‌اند که مدتی به کتابفروشی‌ها سر نمی‌زنند.



کتابخوان حرفه‌ای: غرقه‌های مصلی مخاطبانی حرفه‌ای دارد که عبارتند از دانشگاهیان، افرادی که روزانه به صورت تخصصی مطالعه دارند و یا برخی که شغل فرهنگی دارند. اکنون این علاقمندان به حوزه کتاب و کتابخوانی، گران شدن قیمت کتاب را عامل مهمی در کاهش شمارگان، عناوین کتاب و کاهش مصرف سرانه مطالعه در جامعه می‌دانند؛ لذا اگر قیمت کاغذ همچنان گران باشد، قیمت کتاب نیز همچنان رو به افزایش خواهد بود و کتاب این‌کالای فرهنگی مهم در جامعه، سهم اندکی را در سبد فرهنگی خانوار خواهد داشت. البته جذابیت این نمایشگاه را می‌توان با برگزاری نشست‌های تخصصی تقویت کرد، تا در کنار مانورها در تبادلات مالی و میزان فروش کتاب، حوزه‌های ویژه و تخصصی هم برای مخاطبان جذابیتی را به ارمغان بیاورد.

مطالعه تقنینی: هر کس که در نمایشگاه کتاب قدم بزند درمی‌یابد که منحصر دانستن مخاطبان کتاب، اشتباهی فاحش است و شاید بخش عظیمی از این موضوع متوجه ماهیت محصول عرضه شده یعنی کتاب است. همانطور که نمی‌توان اندیشه و تراوش‌های آن را به گروه خاصی منحصر کرد، مخاطبان آن را نیز نباید انحصاری دانست. حال برای گروهی که گاهی کتاب می‌خوانند و نمایشگاه را هم برای سرگرمی می‌خوانند باید تدبیری اندیشید و رسیدن به هدف بالا بردن سرانه مطالعه، همچون دیگر رویکردهای توسعه‌ای، نیازمند ایده‌های نوتری است؛ گرچه اکنون هم مسئولان نمایشگاه برنامه‌هایی دارند که موجب حضور پرشور خانوادگی در نمایشگاه کتاب شود. مانند تعریف کردن رویدادهای کتاب محور و فعالیت‌های فرهنگی جذاب و اثرگذار، متناسب با اجزای مختلف خانواده، که همه اینها مرد را به حضور خانوادگی در نمایشگاه تشویق و ترغیب می‌کند. بنابراین به هر میزان در این زمینه موفق عمل کنیم، می‌توانیم به نیم‌انس جامعه با کتاب امیدوار باشیم. سرانجام اینکه کارآمدی نمایشگاه به‌عنوان ابزاری برای بازار یابی اجتماعی مطالعه، منوط به شناخت صحیح از مخاطب است و درک نمایشگاه باید از مخاطبان واقعی باشد که حتما در این حوزه امور پژوهشی و آماري نقش بسزایی خواهند داشت. چرا که نظرسنجی‌ها و پیمایش‌های متعدد و مختلف در ایام نمایشگاه کتاب می‌تواند منجر به رونق سرانه مطالعه و رفتار اطلاع‌یابی مردم شود و در نهایت نمایشگاه کتاب ابزاری برای تقویت فرهنگ مطالعه در ایران به حساب آید.



جهان متکثر

تنوع فکری در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

منصوره اتحادیه، مورخ معاصر و مدیر نشر گزارش

تاریخ، درباره نمایشگاه کتاب تهران ضمن بیان اینکه فرهنگ انواع رشته‌ها و روش‌ها دارد و تکثر فرهنگی امری طبیعی است، گفت: مخاطبانی که از نمایشگاه کتاب تهران استفاده می‌کنند باید متوجه باشند که تنها یک رشته فکر در آن جریان ندارد. فکری مختلفی دارد و حسن، زیبایی و غنای برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نیز در همین است. وی به حضور ناشران مختلف کشور در نمایشگاه کتاب اشاره و اضافه کرد: برخی از ناشران کشور فعالیت تخصصی انجام می‌دهند و لزوماً آشناری در همه زمینه‌ها منتشر نمی‌کنند؛ به همین دلیل نیز مخاطبی که وارد نمایشگاه کتاب تهران می‌شود با وسعت فرهنگ آشنا می‌شود. در واقع