

مهم تر از خودکفایی در برگزاری نمایشگاه کتاب چیست؟

اقتصاد کتاب؛ قورباغه‌ات را قورت بده



عاطفه جعفری خبرنگار گروه فرهنگ

«نمایشگاه کتاب تهران به خودکفایی رسید» این ادعایی است که یاسر احمدوند، معاون فرهنگی وزیر ارشاد در نشست خبری سی و پنجمین دوره نمایشگاه کتاب مطرح کرد. «فرهیختگان» در این نشست از احمدوند به صورت مصداقی از اعداد و ارقام هزینه‌کرد و درآمد نمایشگاه کتاب تهران پرسید و این مدیر فرهنگی با کلی گویی از پاسخگویی طفره رفت و بر درآمدزایی نمایشگاه کتاب تهران تاکید کرد. اما واقعیت این است که ابعاد و قوای تاثیرگذاری نمایشگاه کتاب تهران در نسبت با کل بازار نشر محدودتر از سال‌های قبل شده است. بازار نشر چند ۱۷ هزار میلیارد تومانی با انبوه ناشران خود دغدغه‌ها و مسائلی دارد که برای برپون رفت از آن نیازمند جریان سازی از سوی یک قوه عاقله و توانمند است. سوال این است که آیا نمایشگاه کتاب تهران این توانایی را دارد که نقش مهم هدایت‌گری را برای جریان نشر ایفا کند. در گزارش پیش رو مواردی را یادآور شدیم که نشان می‌دهد سیاست اقتصادی وزارت ارشاد، در نقاط مختلف تصمیم‌گیری و اجرا گرفتار مسائلی است که جریان حمایت از همه اهالی فرهنگ و هنر را منحرف می‌کند. در برخی از موارد شائبه تبعیض و دوگانگی در برخورد با هنرمندان حس می‌شود و گویی موضوع حمایت از فرهنگ تقلیل یافته به سلیقه‌های شخصی شده است؛ نتیجه چنین وضعیتی طبیعتا تناقض‌های آشکاری است که در شیوه‌های اجرا قابل مشاهده است.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با سه رویکرد در حوزه نشر حضور دارد و فعالیت می‌کند؛ حمایتی، نظارتی و ترویجی. در حوزه حمایتی مهم است که دولت یارانه‌های حوزه نشر را چگونه هزینه کند. اما وقتی به جزئیات ورود می‌کنیم متوجه غلبه نگاه سلیقه‌ای در برخورد با بخش‌های مختلف نشر می‌شویم. به عنوان نمونه به مدل تخصیص بن‌های کتاب در نمایشگاه کتاب تهران نگاه کنید. اشاره ما بن‌های ثبت نامی دانشجویان، طلاب و اساتید نیست بلکه بن‌هایی است که از طریق معاونت فرهنگی وزارت ارشاد در اختیار نهادها و سازمان‌ها قرار می‌گیرد. به طور طبیعی علاقه‌مندی این سازمان‌ها به خرید بخش محدودی از آثار حوزه نشر

است. برای درک این وضعیت می‌توانید به آمار پرفروش‌های نمایشگاه مجازی سی و پنجم کتاب نگاه کنید و تاثیر خاصه خرجی انبوه این بن‌ها را در آمارها ببینید. پرفرطرفدارترین نویسندگان در بخش مجازی آثار محسن عباسی‌ولدی است که هشت هزار و ۸۱۱ نسخه از این کتاب به فروش رسید. او رکورددار پرمخاطب‌ترین پدیاور بود. زمانی که آمار نمایشگاه کتاب مجازی منتشر شد، یکی از اشکالاتی که در مورد توزیع فروش مطرح شد این بود که پرفروش‌های نمایشگاه مجازی نمی‌تواند قابل تعمیم به کل جامعه باشد؛ چون چراغ این نمایشگاه با بن‌های خرید کتابی روشن شده که به نهادها اختصاص داده شده بود. البته دولتی‌ها بسیاری توجیه چنین وضعیتی ممکن است این را بگویند که همه دولت‌ها برای آن چیزی که خودشان می‌خواهند، سیاست‌گذاری می‌کنند تا آن بخش از کتاب که برایش برنامه‌ریزی دارند، بیشتر دیده شود. برخی کارشناسان حوزه نشر معتقدند که یارانه‌ها معمولا ابزاری است در دست دولت‌ها برای اینکه محبوبیت کسب کنند، حال این محبوبیت برای هر دولت متفاوت می‌شود. یارانه به جای آنکه زیرساخت‌ها را نشانه بگیرد و مشکل مهمی را در این حوزه حل کند، فقط بخش کوچکی را نشانه می‌گیرد و با همان پیش می‌رود، مثل همان موضوع بن‌هایی که تشریح شد و حتی کسی به سراغ این نمی‌رود که این مساله را از بنیان حل کند.

می‌گویند کتاب گران است و البته حتما این گزاره درست است؛ گزارشی همین چند روز پیش از آمار نشر در فروردین ماه ۱۴۰۳ منتشر شد که اثبات همین گرانی کتاب است؛ طبق این گزارش، ارزش ریالی کتاب‌های منتشرشده در فروردین‌ماه، ۱۱ میلیارد و ۶۲ میلیون و ۵۷۱ هزار و ۹۰۶ ریال بوده و میانگین قیمت کتاب نیز به ۱۷۰ هزار تومان رسیده است. این در حالی است که در فروردین‌ماه سال گذشته میانگین قیمت کتاب ۸۱ هزار تومان بوده است، یعنی افزایش ۱۱۰ درصدی را در قیمت‌ها در آستانه نمایشگاه کتاب تجربه می‌کنیم. میانگین قیمت کتاب نیز از صفحه‌ای ۵۰۰ تومان به صفحه‌ای هزار و ۲۰۰ تومان رسیده است! حالا وزارت ارشاد برای این گرانی‌ها چه برنامه‌ای داشته است؟ چه تسهیلاتی را در نظر گرفته است؟ یک زمانی در دولت گذشته وقتی قیمت کاغذ به جایی رسید که ناشران برای چاپ کتاب‌هایشان دچار مشکل شدند و نمی‌توانستند کتاب چاپ کنند، دولت به کمک آمد و براساس کاری که ناشر انجام می‌داد و تعداد

کدام انتشاراتی‌ها امسال به مصلی می‌آیند

نامدگان و رفتگان در نمایشگاه کتاب



مریم فضائلی خبرنگار

سی و پنجمین نمایشگاه کتاب درحالی‌به آغاز خود نزدیک می‌شود که انتظار می‌رود با پرفروش‌ترین حالت ممکن از لحاظ تعداد ناشران برگزار شود. به گفته علی‌رضایی، قائم مقام و سخننگوی نمایشگاه کتاب حضور دو هزار و ۶۱۹ ناشر در نمایشگاه کتاب قطعی شده است و ۲۵۰ ناشر دیگر هم در مراحل قطعی شدن هستند که اگر حضورشان امکان پذیر نبود به بخش مجازی اضافه خواهند شد. اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۲ و در سی و چهارمین دوره نمایشگاه کتاب هم تعداد ناشران به عدد دو هزار و ۷۰۰ در بخش داخلی رسید و در بخش خارجی هم ۱۰۰ ناشر حضور داشتند اما تنوع و حضور ناشران مشهور در کمترین حالت نسبت به سال‌های گذشته بود؛ چراکه پارسانا، ناشرانی همچون چشمه، اطراف، مرکز، نگاه، ایران‌بان، بذرقره جاپویدان، بیدگل، پریان، توس، خاموش، عماد، رازبارش، روشنگران و مطالعات زنان، فرهنگ نشر نو، قطره، قفوس، کتاب پارسه، گیسو، مازیار و نیلوفر به صورت حضوری در نمایشگاه کتاب حضور نداشتند. با این حال بخش مهمی از این نشرها، فقط در نمایشگاه مجازی حضور داشتند و در آنجا توانستند به فروش خوبی برسند. برای مثال ۱۰ عنوان از کتاب‌های نشر چشمه، جزء پرفروش‌های نمایشگاه مجازی کتاب اعلام شد. این وضعیت در سال ۱۴۰۱ به گونه دیگری بود و بعد از دو سال تعطیلی به دلیل شیوع کرونا، ناشران با احتیاط بیشتری آمده بودند. در نمایشگاه سی و سوم، حدود دو هزار ناشر داخلی و ۶۰۰ ناشر خارجی حضور داشتند. به همین جهت می‌توان گفت امسال یکی از ایده‌آل‌ترین حالات ممکن برای رویداد

فرهنگی است که چندسالی از روزهای پرشورش فاصله گرفته است. اتفاق خوب امسال که با حضور و همراهی بیش از دو هزار ناشر رخ می‌دهد، باعث می‌شود تا نمایشگاه‌های متفاوت از این چند سال اخیر را تجربه کنیم. نمایشگاهی که با داشتن نظرات و بینش‌های مختلف، باعث رنگی تر شدن آن می‌شود. همچنین ناشرانی که در نمایشگاه حاضر می‌شوند، نشان می‌دهند که دغدغه‌ی اصلی‌شان معطوف به هنر، ادبیات و فرهنگ است و مسائل جانبی‌را اصل کار خود قرار نمی‌دهند.

فرصت را غنیمت بشمارید

برگزاری نمایشگاه کتاب فرصت‌های زیادی را در حوزه فرهنگ و نشر به وجود می‌آورد. فرصت‌هایی که در صورت استفاده درست می‌تواند باعث رشد و رونق حوزه کتاب شود. نمایشگاه کتاب تهران به عنوان یکی از فراگیرترین رویدادهای فرهنگی کشور، زمانی مورد استقبال عمومی قرار می‌گیرد که از جانب برگزارکنندگان احترام به آرا و نظرات متنوع و گاه متفاوت، لحاظ شود. مردم هرچه نشرهای متنوعی را در نمایشگاه ببینند و عناوین به چشم‌شان بیاید، این رویداد را از آن خود می‌دانند. نمایشگاه کتاب تهران فرصتی است برای تمام ناشران ایران است و برای مردم دسترسی به عمده کتاب‌های هر نشر امکان‌پذیر می‌شود. به جز مردم تهران و شهرهای اطراف که تا حدی راحت‌تر از دیگر مردم می‌توانند از نمایشگاه بازدید داشته باشند، شهر تهران در ایام برگزاری این رویداد فرهنگی، مبدأ سفر بسیاری از کتاب‌دوست‌ها قرار می‌گیرد. در دوران کرونا با اضافه شدن قابلیت برگزاری نمایشگاه به صورت مجازی، استقبال بیشتری اتفاق افتاد؛ چراکه محدودیت جغرافیایی برداشته شده و مردم از سرتاسر ایران توانستند کتاب سفارش دهند

کتاب‌هایی که منتشر می‌کرد، کاغذ به ناشران داده شد و همین کار کمک‌کننده بود تا ناشران کمی روی پای خودشان بایستند و بتوانند از آن تنگنا خودشان را عبور دهند. در ابتدای این دولت هم قرار بود تا این اتفاق بیفتد و چند ماهی هم انجام گرفت اما ادامه داد نبود، یعنی برای شرایطی که ناشران در وضعیت بدی قرار گرفتند، چاره‌ای برایش نبود. البته به همان کاغذی که ابتدای حضور دولت بین برخی ناشران پیش شد هم باز اعتراض وجود داشت که فقط به عده‌ای قلیل این کاغذها داده شده و انگار برای همه ناشران فعال در این حوزه کاری انجام نگرفته بود! و البته این راه باید گفت، که برخی ناشرانی که کاغذها را با ارز دولتی دریافت کردند آن را در بازار آزاد فروختند و کسی هم پیگیر این ماجرا نشد!

حمایت از سینما کارکرد تبلیغاتی بیشتری برای دولت‌ها دارد و برای همین است که ما در این دولت آنقدر که دست دولت را در سرمایه‌گذاری در تولیدات سینمایی می‌بینیم، در ظاهر به نظر می‌رسد که در حوزه کتاب این موضوع دغدغه دولتمردان نیست. بارها از زبان مدیران فرهنگی شنیدیم که دولت برای سینما برنامه‌ریزی دارد، نهاد‌های دولتی حضور پرنرگی در جشنواره‌های فیلم فجر داشته‌اند و نمونه‌اش انبوه فیلم‌هایی است که با حمایت‌های ارگانی ساخته شدند. اما واقعا چند درصد از این میزان حضور در حوزه کتاب دیده می‌شود. اگر حمایت و هدایتگری از سوی مدیران فرهنگی دیده می‌شود بیشتر معطوف به یک نگاه خاص و مسلط در سیاست فرهنگی است که سعی دارد در خلوت کارها را پیش ببرد.

شاید برای مدیران فرهنگی، کسب درآمد میلیاردی از بیلبورد‌های تبلیغاتی نمایشگاه کتاب کفایت کند و پیش‌رویشان افق وسیع‌تری از اقتصاد نشر مطرح نباشد. اما این بخش از حوزه فرهنگ واجد ارزش‌های مهم اقتصادی است که در دیگر نقاط دنیا به آن نگاه ویژه‌ای دارند. درآمد جهانی صنعت کتاب در سال ۲۰۲۲، عددی حدود ۷۹٫۶ میلیارد دلار بوده است؛ اما مطابق با پیش‌بینی درآمد صنعت کتاب از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۷ که ۴ درصد رشد مرکب سالانه را تخمین زده است، تا پایان سال ۲۰۲۳، این عدد به ۸۳٫۳ میلیارد دلار خواهد رسید که این امر حکایت از رشد ۲٫۷ میلیارد دلاری بازار کتاب در این سال دارد. با توجه به روند ترسیم شده تا

پس برگزاری نمایشگاه به تنهایی، زمینه را برای اصل در دسترس بودن کتاب و ایجاد بستری برای مطالعه فراهم می‌کند. اینکه کتاب در دسترس باشد و امکان خرید و عرضه آن به سهولت میسر شود یکی از گزینه‌های اولیه در ترغیب افراد به کتابخوانی است. این اصل در دسترس بودن یکی از فرصت‌های مغفتم در زمان برگزاری نمایشگاه کتاب خواهد بود.

حضور مثبت کتابفروشی‌ها

همیشه در آستانه برگزاری نمایشگاه کتاب تهران، دل‌نگرانی‌هایی از جانب کتابفروشان و ناشران خرد مطرح می‌شود تا حدی که خود را متضرر و وضعیتی می‌دانند که نمایشگاه کتاب ایجاد می‌کند، حتی کمپین‌هایی در فضای مجازی شکل می‌داند و مردم را به خرید از کتابفروشی دعوت می‌کردند تا اینکه بروند به نمایشگاه کتاب تهران. اما با ورود کتابفروشی‌ها به بخش مجازی، دیگر این دغدغه مطرح نیست؛ چراکه آنها هم در این ايام در کنار تبلیغات و تخفیف‌هایی که در نظر می‌گیرند فروش خودشان را هم دارند و اتفاقا درصد خوبی هم از این فروش می‌گیرند. با توجه به آمار خانه کتاب و ادبیات ایران، سال گذشته نزدیک به یک میلیون و ۳۶۹ هزار و ۷۲۲ نسخه از دو هزار و ۲۳۱ فروشگاه فروش داشتند. از میان فروشندگان آثار، ۲۰۵۹ ناشر و ۱۷۲ کتابفروش شرکت کرده بودند. از مجموع آثار به فروش رسیده هم ۸۲ درصد را ناشران به فروش رساندند، یعنی نزدیک به یک میلیون و ۱۱۳ هزار و ۴۶۸ نسخه کتاب و ۱۸ درصد را هم کتابفروشان که کمتر از ۲۶۰ هزار نسخه بوده است. با این حال تاثیر کتابفروشان بر تعداد فروش مستقیم ناشران در بخش مجازی ۱۸ درصد است.

نشر قدیانی با ۲۲۵ عنوان کتاب چاپ اول در راه نمایشگاه کتاب

نشر قدیانی که هر سال در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران حضوری فعال و پرتوان داشته، از سی و چهارمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تا سی و پنجمین دوره توانسته ۸۹۰ عنوان کتاب را به بازار نشر کشور عرضه کند که از این تعداد ۲۲۵ عنوان چاپ اول و ۷۶۵ عنوان تجدید چاپ است. می‌توان گفت یکی از رسالت‌هایی که چند سال پیش نشر قدیانی برای انتشار کتاب‌های جدید در نظر گرفت، ترویج ادبیات کهن در میان کودکان بوده است. این موسسه در این زمینه کتاب‌های زیادی منتشر کرده است که علاوه بر آنها قصه‌هایی از لطایف الطوائف، قصه‌هایی از زهاربوع، قصه‌های تصویری از تاریخ بیهقی و قصه‌هایی از حدیقه‌الحقیقه برای اولین بار در ساختاری قصه‌گونه و زبانی ساده با هدف آشنایی کودکان با آثار کهن ادبیات فارسی در اختیار علاقه‌مندان قرار داد. در این کتاب‌ها علاوه بر نکات آموزشی از تصاویر گرافیکی بسیار زیبا برای جذب هرچه بیشتر این گروه کم‌سن‌وسال به ادبیات کهن ایران زمین استفاده شده است. در زمینه مذهبی و دینی قصه‌هایی از حضرت معصومه (س) اثر مرگان شیخی، ماه‌وینسی^۱ شعر در مورد امام رضا (ع) از زهرا وثوقی، قصه‌هایی از امام حسن (ع) نیز منتشر شده است. سنین کودکی بهترین زمان برای یادگیری و نهادینه کردن عادات در ذهن کودکان است. در مورد مسائل مالی نیز این مساله صدق می‌کند و نشر قدیانی این را در نظر گرفته و با چاپ ۲۰ عنوان جدید آموزش سواد مالی به کودکان در دو سطح دوره اول و دوم دبستان و دبیرستان نشان می‌دهد که چگونه و

سال ۲۰۲۷، پس از سال ۲۰۲۳، همواره شاهد افزایش درآمد صنعت کتاب خواهیم بود و در مدت چهار ساله ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۷ مجموعا ۳٫۶ میلیارد دلار افزایش درآمد را شاهد هستیم. همچنین بررسی درآمد بازار کتاب - در بازه زمانی فوق - به تفکیک کتاب‌های چاپی و الکترونیک نشان می‌دهد که نسخه‌های چاپی با اختلاف زیادی اغلب سهم بازار را به خود اختصاص داده‌اند، برای مثال در سال ۲۰۲۳، از بازار ۸۷٫۳ میلیارد دلاری صنعت کتاب، ۶۸٫۱ میلیارد دلار به کتاب‌های چاپی و ۱۹٫۲ میلیارد دلار نیز به کتاب‌های الکترونیک تعلق دارد.

