

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

روزگاری

درباره سی‌وپنجمین نمایشگاه کتاب تهران

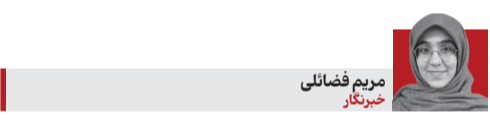
نمایشگاهی که مردم دوستش دارند اما...



امسال نمایشگاه کتاب تهران شمع ۲۵ سالگی‌اش را فوت کرد؛ یعنی در سنی قرار دارد که از بحران ۳۰ سالگی عبور کرده و خامی جوانی را پشت سر گذاشته است و همین پختگی باید کمک کند تا بهتر و مناسب‌تر برگزار شود.
درواقع نمایشگاه کتاب دیگر عرصه آزمون و خطا نیست، نباید چرخي از نو اختراع شود، باید نمایشگاه سی‌وپنجم کتاب تهران را متفاوت با نمایشگاه‌های دیگر این رویداد بدانیم. انگار همه چیز دست به دست هم داد تا نمایشگاه در ۲۵ سالگی دچار دکردیسی و تغییرشود. نمایشگاه کتاب به‌عنوان بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی کشور که میزبان مردم می‌شود، حتماً از اهمیت زیادی برخوردار است و باید به آن توجه کرد. در گزارش‌هایی که از نمایشگاه سی‌وپنجم توسط رسانه‌ها مخایره شد، موضوع خلوتی نمایشگاه امسال از آن مسائلی بود که همه به آن اشاره می‌کردند اما طبعیتاً این امر، تکمله‌ای دارد که توجه نکردن به آن نمی‌تواند برای نمایشگاه‌های بعدی تحلیل درستی را به برگزارکنندگان بدهد. نمایشگاه کتاب علاوه بر حضور مردمی، حضور نخبگان و کتابخوانان را همیشه داشته و سعی شده تا در این سال‌ها، امکان مهمی را فراهم کند که مولفان و نویسندگان بدون واسطه با مخاطبان خود دیدار کنند، از نظرات مردم و کتابخوان‌ها بهره ببرند و فضایی برای کسب سوزهای جدید و انتقال تجربیات متعدد برای شکل‌گیری کتاب‌های جدیدتر و ارزشمندتر داشته باشند.

«استقبال مردم» همیشه جزء لاینفک نمایشگاه کتاب است، رویدادی که در سال‌های قبل میزبان خیل مردمی بود که برای کتاب دورهم جمع می‌شدند اما می‌شود گفت امسال چنین نبود و چندین عامل از گرانی کاغذ و به تبع آن کتاب گرفته تا نمایشگاه مجازی کتاب و تغییرات اجتماعی و کم شدن تبلیغات شهری، همه دست به‌دست هم دادند تا نمایشگاه کتاب خلوت‌تر

گزارش «فرهیختگان» از ناشران کودک و نوجوان نمایشگاه کتاب تهران در گرانی هم علمی تخیلی‌ها می‌فروشند



نوشتن گزارش درباره حوزه کودک و نوجوان جد از اهمیتی که دارد، کار سختی هم هست؛ چراکه عدم انجام کار فرهنگی به صورت درست، همیشه این حوزه را در گوشه‌ای نگه داشته و آن را متغفل ساخته است. نمایشگاه کتاب، که هرساله در اردیبهشت‌ماه برگزار می‌شود، جزء آن کارهایی است که اگر با سیاستگذاری‌های بهتری همراه باشد، می‌تواند جریان‌سازی‌های بزرگ انجام دهد و هدایت فکری بخش تاثیرگذار جامعه را به دست گیرد. مخصوصاً که شعار امسال نمایشگاه کتاب «بخوانیم و بسازیم» هم است. این گزارش، با کمک والدین، نوجوانان و ناشران در نمایشگاه نوشته شده و درباره فروش کتاب‌های حوزه نوجوان، ژانری که این گروه سنی بیشتر آن را می‌خوانند و تالیف، ترجمه و... حرف زده‌ام.

غرفه‌های کودک و نوجوان مثل چند سال اخیر، در ضلع شرقی مصلائی امام خمینی قرار داشتند. برای رسیدن به این سالن‌ها چند پله را به سمت پایین رقتم و غرفه‌ها نمایان شد. البته چند مسیر دیگر هم برای رسیدن به غرفه‌های کودک و نوجوان وجود دارد. برای خانواده‌هایی با کالسکه می‌آیند، این مسیر اصلاح‌راه راحتی به حساب نمی‌آید، انظارم سالتی پر از بچه و نوجوان بود که صدایشان پییچد و برای خرید کتاب اشتیاق داشته باشند؛ اما سالن پر از خلوتی بود! این را به حساب ساعت و روزی که رقتم گذاشتم و با تصور آنکه احتمالاً به مرور شلوع می‌شود به سراغ صحبت با آدم‌ها رقتم.

بیدادگرانی

از چند پدر و مادر که دست‌شان کیسه‌های خرید بود نظرشان را در مورد نمایشگاه امسال پرسیدم و عمده دلایلی که می‌گفتند، مربوط به گرانی کتاب بود و معتقد بودند به خاطر قیمت‌ها قدرت خریدشان کمتر از سال گذشته است. از مادری که دو دختر کودک و نوجوان داشت، پرسیدم که حدوداً چقدر برای کتاب دختر نوجوانش هزینه کرده است؟ یا یک حساب سرانگشتی گفت: «پنج کتاب خریدم که به‌طور میانگین هرکدام ۲۰۰ هزار تومان بود، در کمترین حالت تا الان یک میلیون تومان هزینه کرده‌ام.» به نظر او قیمت‌ها باعث شده بود تا قدرت خریدش به نسبت سال گذشته کمتر شود و تعداد کمتری کتاب بخرد. حتی گفت: «اگر بخواهم با این رویه برای دخترهایم کتاب بخرم، احتمالاً برای خودم نتوانم خریدی داشته باشم.»

دو مادر که همراه با دو دخترشان به نمایشگاه آمده بودند، وقتی فهمیدند برای گزارشم می‌خواهم با آنها حرف بزنم، چندین و چندبار گفتند: «کتاب نزن بود، خیلی زیاد هم گرون بود.» وقتی از هم دور شدیم باز گفتند: «یادت گرون نویسی کتاب‌ها خیلی گرون بود!»

بعدا از دیدن و گفت‌وگو با والدین و نظرات شان درباره گرانی و قیمت کتاب‌ها، به سراغ ناشران رقتم تا از آنها هم این سوال را بپرسم. در صحبتی که با ناصر ایران‌بان داشتم، از استقبال مردم اعلام نارضایتی کرد و گفت: «اگر می‌بینی اینجا خلوت است، دلشلیب به حیاط و مسیرهای مصلی برمی‌گردد؛ چراکه آنقدر سرگرمی و تفریحات دیگر آورده‌اند که تمرکز از روی بحث نمایشگاه و فروش کتاب برداشته شده است. وقتی بیرون پر از برنامه‌های دیگر باشد، نه پدر و مادر و نه فرزندان دیگر حوصله نمایشگاه را ندارند و هدف آمدن به نمایشگاه عوض می‌شود.» هر ساله در کنار نمایشگاه کتاب، غرفه‌هایی مربوط به غذا و خوراکی حضور فعالی دارند. همچنین برگزاری برنامه‌هایی فرهنگی، یکی دیگر از جنبه‌هایی است که می‌تواند مشوقی برای حضور پیدا کردن مردم شود.

مسئول نشر افق هم درخصوص خلوتی نمایشگاه گفت: «من خودم معلم هستم و با دانش آموزها در ارتباطم. تعداد خیلی زیادی از آنها به خاطر ایام امتحانات شان به نمایشگاه نیامدند، آن تعدادی از بچه‌ها هم که آمدند، زمان محدودی را توانستند در نمایشگاه کتاب بگذرانند.» به نظر این ناشر، به دلیل آنکه الان ایام برگزاری امتحانات مدارس است و خیلی از دانش آموزان امکان آمدن به نمایشگاه را ندارند، سالن‌های کودک و نوجوان خلوت است. علاوه بر آن، دانش آموزان کنکوری، به دلیل نزدیکی به زمان امتحانات نهایی و کنکور امکان استفاده از نمایشگاه برای آنان به مراتب کمتر از زمان‌های دیگر است.

از سال‌های قبل باشد. یکی از همیشگی‌ترین نقدها به نمایشگاه کتاب این بود که این نمایشگاه حالت فروشگاهی دارد و وجه فرهنگی و نمایشی آن کمتر است؛ هرچند رندی به شوخی می‌گفت «گرانی کتاب به کمک آمد تا نمایشگاه کتاب، واقعاً نمایشگاه شود»، که در این نمایشگاه شدن هم باید مردم را به‌عنوان رکن مهم نمایشگاه کتاب در نظر داشت. شاید خلوتی این



دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دارد. نظر ناشران جدید که کتاب‌های نسبتاًکمی داشتند و کمتر مردم یا آنها آشنا بودند، فرق داشت. آنها بسیار از فروش و حضور مردم ناراضی بودند. حتی به نظر برخی از آنها، روز پنجشنبه و جمعه که به نسبت مردم بازدید بیشتری از نمایشگاه داشتند، شبیه وسط هفته نمایشگاه در سال‌های گذشته بود. عمده پاسخ‌هایی که گرفتم به مسائلی مانند جنس کاغذ، نوع جلد، کیپی‌رایت داشتن یا نداشتن، مترجم و مولف کتاب برمی‌گشت. هر ناشری با آوردن یک تاجند دلیل سعی در اقاغ‌من داشتند که قیمت کتاب‌هایش مناسب است. به نظر می‌رسد، قیمت در حوزه کتاب نوجوان هیچ فرمول مشخصی ندارد؛ چراکه هر نشری قیمت خودش را داشت و حتی اگر کتاب‌هایی ویژگی‌های نزدیک به هم داشتند، در نهایت قیمت‌های متفاوتی روی جلد آنها خورده بود. بخشی از این موضوع به ناشر برمی‌گردد و بخش قابل توجهی به نوع کاغذی که ناشران استفاده می‌کنند، برمی‌گردد.

مشکل بخش مجازی

هم‌زمان با بازدید از قیمت و کتاب‌های نشر افق، در بخش مجازی نمایشگاه کتاب هم چرخي زدم و متوجه شدم مجموعه‌های این نشر در بخش مجازی به فروش نمی‌رسد. برای مثال مجموعه هشت جلدی آن‌شرلی که با قارب همراه است، فروخته نمی‌شود و کتاب‌ها تکی به فروش می‌رسد. البته بخش فیزیکی و مجازی باهم تفاوت قیمتی نداشتند و صرفاً به دلیل قاب‌بودن مجموعه، امکان به فروش رسیدن مجموعه در بخش مجازی نبود.

با سئوال کردن از ناشران متوجه شدم که این موضوع ارتباطی با ناشر ندارد؛ چراکه در انتشارات افق هم این موضوع دیده می‌شد. از مسئول غرفه افق پرسیدم او گفت: «قاب‌دار بودن مجموعه‌ها، تنها تفاوتی است که با خرید تکی کتاب‌ها دارد. این مشکل هم در بخش ارسال وجود دارد؛ چراکه در تعریف محصول این موضوع تعریف نشده است. به همین دلیل در ارسال ما (ناشر) به مشکل می‌خوریم.»

تالیف یا ترجمه؟ کدام محبوب‌ترند؟

با خواندن روی جلد کتاب‌ها، موضوع دیگری برابم سوال شد. در یک نگاه کلی، میزان کتاب‌های ترجمه‌ای در حوزه نوجوان بسیار قابل توجه بود! حتی ناشرانی بودند که به تعداد یک دست هم کتاب تالیفی نداشتند و تمرکزشان روی کتاب‌های ترجمه شده بود. به جز کتاب‌هایی که با موضوعات دینی، شهدا و شعر سروکار داشتند، عمده موضوعات دیگر در قالب ترجمه دیده می‌شد. مسئول بخش نوجوان شهر قلم نکته جالبی گفت: «بیشتر نوجوانان دنبال کتاب‌های ترجمه شده هستند. یک مادر به من گفت فرزندم کتاب‌های ترجمه شده را راحت‌تر می‌خواند و بیشتر دوست دارد؛ چراکه نویسنده‌های خارجی موضوعاتی می‌نویسند که نوجوانان بیشتر آنها را دوست دارند. همچنین تعدد موضوع و نویسنده باعث گوناگونی تنوع کتاب‌های ترجمه شده می‌شود.»

البته کتاب‌های تالیفی به نسبت هر سال درحال بیشتر شدن است، اما سرعت و تعدادشان کمتر از کتاب‌های ترجمه‌ای است. یکی از اتفاق‌های خوبی که در نشر نردبان دیدم، اضافه شدن چهار کتاب به مجموعه «چی؟ کی؟ کجاست؟» بود. این مجموعه که درباره اشخاص و مکان‌های شناخته شده در سطح دنیاست، حالا درباره چهار فرد تاثیرگذار ایرانی ازجمله پروین اعتصامی، ناصر حجازی، نیما یوشیج و



از فرصت استفاده کردند و به جای اینکه فقط به فروش کتاب فکر کنند، به مردم و جذب‌شان برای خرید کتاب هم فکر کردند و همین باعث شد تا نتیجه خوبی از این رویداد فرهنگی بگیرند.

بعد از برگزاری نمایشگاه سی‌وسوم قرار شد دبیرخانه دائمی نمایشگاه کتاب تهران فعالانه وارد میدان شود و درواقع دوباره راه‌اندازی شد و براساس حکم یاسر احمدوند، معاون فرهنگی وزارت ارشاد، علی‌رعضانی‌به ریاست دبیرخانه دائمی نمایشگاه کتاب منصوب شد. در این حکم بر مطالعه، تدوین و کاربست راه‌کارهای ارتقای فرآیند علمی با استفاده از ظرفیت‌های اندیشه‌ورزی صاحب‌نظران و اندیشمندان، پیش‌بینی و تدوین برنامه‌های عملیاتی مناسب به‌منظور اجرایی کردن سیاست‌های مصوب شورای سیاستگذاری نمایشگاه، هماهنگی با تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی نشر و صنایع وابسته با هدف مشارکت موثر آنها در فعالیت‌ها، فراهم آوردن مقدمات لازم برای حضور هرچه باشکوه‌تر ناشران داخلی و خارجی در نمایشگاه و تقویت، حفظ و ایجاد هماهنگی بین اجزای درون‌سازمانی و بیرون‌سازمانی مرتبط با نمایشگاه تاکید شده است. درواقع این دبیرخانه‌های سازماندهی و سازماندهی بیشتر به نمایشگاه کتاب شکل گرفت اما گویا این دبیرخانه در سال‌های اخیر هم فعالانه عمل نکرده، چون مشارکت و حضور صنف کم‌رنگ‌تر بوده است. بخش بین‌الملل برخلاف سسال‌های گذشته، آنچنان که باید و شاید فعال نبود. پر کردن بخش بین‌الملل نمایشگاه کتاب با غرفه‌های دولتی، نمی‌تواند به صنعت نشر و تعامل فرهنگی ما کمک کند. اگر اولین دوره‌های برگزاری نمایشگاه کتاب تهران را ملاک قرار دهیم، متوجه خواهیم شد که چقدر آن نمایشگاه در بخش بین‌الملل و همین‌طور حضور ناشران خارجی اهمیت داشته است. اگر می‌خواهیم نشریمان را بین‌المللی کنیم نباید فقط به کارهای شکلی بسنده کرده و با‌عنوان بین‌المللی بودن خودمان را راحت کنیم. نمایشگاه کتاب تهران همچنان می‌تواند پررنگ و پررونق به کارش ادامه دهد، اگر برگزارکنندگان برایش برنامه داشته باشند و آن را همچنان مهم بدانند.

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

دوره از این رویداد بزرگ فرهنگی درسی برای سیاستگذاران باشد که برای جذب مردم باید برنامه داشت. حتی مدل غرفه‌سازی در جذب مردم برای حضور و دیدن کتاب تاثیرگذار است. در بخش کودک و نوجوان یکی از ناشران، با غرفه‌بندی مطابق با سلیقه نوجوان امروز، خانواده‌ها را به دیدن کتاب‌هایش دعوت می‌کرد. در بخش ناشران عمومی هم بودند ناشرانی که

عبدالله موحد نوشته شده است.

کدام کتاب‌ها دل نوجوانان را می‌برد؟

انتشارات کانون پرورشی کودک و نوجوان، به‌عنوان یک نشری که شاید به نسبت دیگر نشرها تمرکز بیشتری روی نویسندگان ایرانی دارد، این انتظار را ایجاد می‌کند که به نویسنده‌های ایرانی توجه بیشتری شود. به گفته یکی از مسئولان این نشر: «حدود ۴۰ درصد کتاب‌های انتشارات کانون پرورشی کودک و نوجوان ترجمه و نزدیک به ۶۰ درصد کتاب‌های تالیفی خودشان است.» نشر باز که کمتر از یک دهه از ورودش به دنیای کتاب می‌گذرد، در ژانرهای فانتزی، علمی و تخیلی دستی برآتش دارد. اما نزدیک به ۹۵ درصد کتاب‌های این نشر، ترجمه هستند. آثار دیگری که ترجمه آنها بیشتر از تالیف‌شان دیده می‌شود، کتاب‌هایی با موضوع روانشناسی کودک و نوجوان است. کتاب‌هایی که اتفاقاً باید بر مبنای فرهنگ و نوع تربیت کشور خودمان نوشته و آموزش داده شود، اما برعکس این اتفاق درحال رخ داد است.

در بین گفت‌وگوهایم با ناشران درباره مواجهه نوجوانان با کتاب‌ها پرسیدم. آیا نوجوانان به دنبال کتابی خاص بودند یا با معرفی کتابی را می‌خریدند. اول بگویم که همه مدل کتاب خوانی بود. چه نوجوانانی که به دنبال آثار دیگری از یک نویسنده به نمایشگاه کتاب آمده بودند، چه افرادی که با معرفی درباره یک کتاب آن را می‌خریدند. یکی از مواردی که در خرید کوچکی که همراه نوجوان تاثیرگذار است، جلد‌های دقیق تر گرافیک کتاب می‌تواند باشد؛ چراکه طراحی برخی جلد‌ها آنقدر هیجان‌انگیز بود که مخاطب را ترتیب به خواندن آن کتاب می‌کرد. در صحبت‌هایی که با سوسن حیاتی، یکی از نویسنده‌های انتشارات کانون پرورشی داشتم، گفت: «بچه‌های کانونی از دیگر بچه‌ها کاملاً متمایز هستند.»

این مدل بچه‌ها نویسنده‌ها را می‌شناختند و به دنبال کتاب‌های دیگری از آن نویسنده بودند. یا اگر از موضوعی خوش‌شان آمده بود، با آگاهی کامل آمده بودند و فلان کتاب که موضوعی نزدیک به کتاب قبلی داشته را خریداری کنند.»

اما شاید موضوع مهم‌تر، موضوعاتی بود که نوجوانان درباره آنها کتاب می‌خواندند. پس در قدم زدن‌هایم در بین مردم، از آنها خواستم تا بگویند بیشتر چه کتاب‌هایی می‌خوانند. برای مثال پسری که با پدرش برای خرید کتاب آمده بود، کتاب‌های علمی دوست داشت یا دختر کوچکی که همراه مدرسه و مربی‌اش برای بازدید از نمایشگاه آمده بود، کتاب‌هایی با موضوعات شهدا خریداری کرده بود. دختر ۱۰ ساله‌ای با ذوق برابم از کتابی‌هایی گفت که درباره دانشمندان ایرانی نوشته شده بود. پسر نوجوانی هم از دایره‌المعارفی در کل می‌تران گفت، عموماً پسرها کتاب‌های علمی- تخیلی و دخترها رمان‌های کلاسیک می‌خوانند. محبوبیت کتاب‌های علمی تخیلی در بین کودکان و نوجوانان شاید تنها دلیل در توضیح زیادی نشرهایی باشد که به این موضوع پرداخته‌اند. تقریباً در همه نشرها این ژانر از کتاب‌ها به وفور دیده و خریداری می‌شود. در بین نشرهایی که با این موضوع کتاب داشتند، نشر کمیکا حضوری متفاوت داشت؛ چراکه داستان این کتاب در شهر تهران رخ داده و قهرمان کتاب هم پسری است به اسم ایلیا. کتاب‌های کمیک به دلایلی تصاویر زیاد رنگی، گرافیک زیاد و کاغذهای گلاسه‌ای که استفاده می‌کنند، معمولاً کتاب‌های به نسبت گرانی حساب می‌شوند. درباره این موضوع با مسئول این نشر گفت‌وگو کردم و او گفت: «قیمت تکی این کتاب‌ها باید به‌گونه‌ای باشد که مخاطب تا جلد‌های آن همراه شود. برای مثال تا به اینجا برای ایلیا ۱۹ جلد تهیه شده است و قیمت باید در مجموعه کتاب‌ها لحاظ شود.» این نشر برای نمایشگاه، دو شخصیت جدید هم داشت و همچنین به مجموعه ایلیا کتاب اضافه کرده بود. جدا از موضوع این کتاب‌ها که با فرهنگ خودمان سروکار دارد، کتاب‌های نمونه مشابه ایلیا که شخصیت‌های خارجی دارد، با قیمت بیشتر به چاپ می‌رسدند.

یکی از جذابیت‌های بخش کودک و نوجوان در غرفه‌هایی است که طراحی می‌کنند. غرفه‌های رنگی همراه با طرح‌هایی که برای رقابت هر ساله جذاب و جذاب‌تر می‌شود. غرفه‌ای که پر از المان‌های هری پاتر بود یا غرفه حوض نقوشی که برای بچه‌ها جذابیت زیادی داشت، مثلاًدر ستمی می‌شد نقاشی کرد و در بخش دیگر هم عروسک‌هایی گذاشته شده بود که بچه‌ها برای عکس گرفتن آن صفت بسته بودند.