

ماهنامه تحليلي راویان فرهنگ

صدا و سکوت فرهنگ ایران

سال اول / شماره سوم / آذر ۱۴۰۴

■ در تمنای ویتیرینی به وسعت جهان

■ کار را به اهلش بسپارید

■ دوستان چهارصدساله ای که
کتاب ردوبدل نمی کنند

■ از موسیقی تا جهان کتاب
و اولویت هایی برای حضور

■ خوشنویسی ایرانی سفیر
خاموش فرهنگ در جهان

■ ظرفیت بالای داستان های
کوتاه فارسی برای جلب مخاطبان
مجارستانی

■ گفت و گوهایی با:

- فرناندو کاماچو پادیلا
- آبتین گلکار
- کاتالین تورما
- افشین شحنه تبار
- جاسم احمد ابو عینین

■ یادداشت ها و گفتارهایی از:

- لتیسیا نانکت
- لیلی راخیموونا دودیخدا یوا
- مبارک هنیا



۲/۷۷۹۰



صدا و سکوت فرهنگ ایران

ماهنامه تحلیلی خانه کتاب و ادبیات ایران

سال اول / شماره سوم / آذر ۱۴۰۴

مدیرمسئول: ابراهیم حیدری

سردبیر: مرتضی بریری

معاون سردبیر: محمد آسیابانی

دبیر تحریریه: سیده فاطمه میرغیاثی

امور هنری: علیرضا کرمی

مسئول اجرایی: خشایار گرامی‌پور

همکاران این شماره: وحید توکلی، علی رجبی

مأده قمی، ساناز شکرآمیز

روی جلد: بدون عنوان

اثر پل گویراگوسیان (۱۹۲۶-۱۹۹۳)

نقاش فقید ارمنی - لبنانی

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی

بین فلسطین و شهید برادران مظفر جنوبی

شماره ۱۰۸۰، طبقه دوم، روابط عمومی و

امور بین الملل خانه کتاب و ادبیات ایران

کد پستی: ۱۳۱۵۷۷۳۴۱۱

تلفن: ۰۲۱-۹۱۰۰۶۳۶۳ داخلی ۵۱۴

راویان فرهنگ در شبکه‌های اجتماعی:

   @ravian_ir

▼ سخن مدیرمسئول

■ در تمنای ویتربینی به وسعت جهان/ ۵

▼ سخن سردبیر

■ آمارهایی برای تأمل/ ۶

▼ دیباچه

- نمایشگاه‌های کتاب چهار قاره / ۸
- صنعت نشر ایران در آسیای مرکزی؛ بذرهایی در باد/ ۲۰
- طرحی برای تقویت صنعت نشر ایران در عرصه بین‌المللی؛ یادداشت علیرضا نوری زاده/ ۲۴
- آغاز سنت/ ۲۵
- نمایش و صادرات کتاب در تمدن اسلامی/ ۲۶

▼ روایت ایران

- زمینه‌های تعامل با ناشران خارجی وجود ندارد؛ گفت‌وگو با مرتضی کارد/ ۲۸
- کنوانسیون برن؛ پاسپورت جهانی حقوق مؤلف / ۲۹
- گزارشی از روند اجرای طرح حمایتی «گرنِت» / ۳۰
- تصمیم دقیقه نودی نگیریم؛ گفت‌وگو با حسین دیوسالار / ۳۲
- باید سوال را تغییر داد؛ یادداشت سیدمحمد طباطبایی / ۳۴
- نمایشگاه کتاب فرانکفورت از دید یک خبرنگار / ۳۵
- نمایشگاه‌های جهانی؛ آینه‌ای که ادبیات ایران در آن هنوز نیمه‌روشن است؛ گفت‌وگو با مجید شمس‌الدین نژاد/ ۳۶
- بازار نشر جهانی بدون آژانس‌های ادبی برای ایران دست‌نیافتنی است؛ گفت‌وگو با نازیلا جوادپور/ ۳۸

▼ روایت‌گران جهانی

- دوستان چهارصدساله‌ای که کتاب ردوبدل نمی‌کنند؛ گفت‌وگو با فرناندو کاماچو پادیللا / ۴۰
- فرصتی برای گفت‌وگوی فرهنگی میان ایران و روسیه؛ یادداشت لیلی راخیموونا دودیخداایوا / ۴۳
- ظرفیت بالای داستان‌های کوتاه فارسی برای جلب مخاطبان مجارستانی؛ گفت‌وگو با کاتالین تورما / ۴۴
- ضرورت شرکت مستقیم ناشران ایرانی در نمایشگاه‌های کتاب دیگر کشورها؛ یادداشت مبارک هنیا / ۴۷
- تند و سریع با رئیس نمایشگاه کتاب دوحه / ۴۸

▼ راویان در زمانه بحران

- کار را به اهلش بسپارید؛ گفت‌وگو با آبتین گلکار / ۵۰
- حضور جهانی صنعت نشر ایران به روایت استاد دانشگاه نیوساوتولز استرالیا / ۵۲
- حضور داریم اما نمایشی؛ گفت‌وگو با افشین شهنه‌تبار / ۵۳

▼ آن‌رای‌دگر

- تجربیاتی که می‌توانند موجب غنای صنعت نشر ایران شوند/ ۵۶
- از موسیقی تاجان کتاب؛ راهی برای عبور از نخبه‌گرایی به مخاطب جهانی؛ یادداشت پویا سرایی/ ۶۰
- مهم‌ترین منابع فارسی درباره نمایشگاه‌های جهانی؛ سه کتاب و هفت مقاله راهگشا / ۶۲
- خوشنویسی ایرانی سفیر خاموش فرهنگ در جهان؛ گفت‌وگو با غلامرضا راهپیما / ۶۵
- پیشنهادهایی برای حضور صنعت نشر ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب به تفکیک هر قاره / ۶۸



صدا و سکوت فرهنگ ایران

در فقدان تحلیل‌گری صنعت نشر
راویان روایتگر خواهد بود!





در تمنای ویتربنی به وسعت جهان

مرحوم دکتر داریوش شایگان معتقد بود که در جهان امروز فرهنگ‌ها در دل یکدیگر جای گرفته‌اند و ارتباط میان انسان‌ها و به تبع آن، ارتباط میان فرهنگ‌ها «ریزوم» وار است. ریزوم؛ درواقع ساقه‌ی زیرزمینی و ریشه‌ای برخی از گیاهان است که افقی رشد می‌کند و باعث استحکام ریشه می‌شود. از این سخن فیلسوف مانای شرقی و ایرانی، می‌توان چنین نتیجه گرفت که فرهنگ‌ها برای رشد در سطحی برابر، باید به کمک همدیگر برخیزند. اصولاً راه اعتلای بشر و پیشرفت انسانیت، نیازمند کمک و همیاری فرهنگ‌هاست.

همیاری فرهنگ‌ها در دو سطح عمده صورت می‌گیرد: شکل نخست آن، همیاری خرده‌فرهنگ‌های درون یک فرهنگ بزرگ‌تر یا فرهنگ مادر است. همیاری این خرده‌فرهنگ‌ها قوت فرهنگ مادر را برای حضور در عرصه‌ی جهانی فراهم می‌آورد و شکل دوم، همیاری فرهنگ‌های مادر برای اعتلای فرهنگ بشری است.

تولیدات صنعت نشر ایران، برآیند فرهنگ ایرانی – اسلامی است و حمایت از این تولیدات در اصل حمایت از فرهنگ مادر برای همیاری فرهنگ جهانی به شمار می‌رود. یکی از راه‌های مطمئن و اثرگذار در معرفی و حمایت از این فرهنگ، تلاش برای حضور منابع فرهنگی در بازارهای فرهنگی جهانی است و این دغدغه همیشه در خانه‌ی کتاب و ادبیات ایران وجود داشته است. ما این پرسش را همواره نصب‌العین خود داریم که «چگونه می‌توان ویتربنی به وسعت جهان برای صنعت نشر ایران فراهم کرد؟»

طبیعتاً یکی از پاسخ‌ها شرکت مداوم، هدفمند و با برنامه در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در دیگر کشورهاست تا بتوان زمینه‌ها را برای ورود به ویتربنی‌های اصلی آن کشورها فراهم کرد. در این دهه‌ها، خانه‌ی کتاب و ادبیات ایران با به نمایندگی از صنعت نشر ایران در این نمایشگاه‌ها حضور داشته یا حضور ناشران در این رویدادها را تسهیل کرده است. دستاوردهای هر دو روش اکنون موجود است، اما برای اندیشه عمیق‌تر پیرامون پرسشی که چند خط بالاتر مطرح کردم، تصمیم بر آن شد تا «راویان فرهنگ»، چندوچون حضور ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در دیگر کشورها را بررسی کند. شایسته است متخصصان امر و صاحبان ایده در آینده، روش فعلی حضور را با روش‌هایی که از دل گفت‌وگو با صاحب‌نظران، گزارش‌ها و یادداشت‌های تخصصی به دست می‌آید، مورد همسنجی قرار دهند تا در نهایت راهکار یا راهکارهایی برای حضوری بهتر به دست آید و قدمی در راستای دغدغه‌ی همگی ما که همان اعتلای صنعت نشر است، برداشته شود. امیدوارم این محتواها موردپسند شما قرار بگیرد و درخواست دارم تا مخاطب همیشگی ما باشید.

ابراهیم حیدری

مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران

و مدیر مسئول راویان فرهنگ



آمارهایی برای تأمل

در بین کشورهای واردکننده کتاب از اسرائیل، ایالات متحده آمریکا به دلیل دارا بودن جمعیت یهودی و همچنین بازار نشر گسترده، مقام اول را دارد و عمده وارداتش هم به ترتیب در موضوعات مذهبی، دانشگاهی و ادبی است. آلمان جایگاه دوم را دارد و مشتری عمده منابع فلسفی و تاریخی اسرائیلی است. صهیونیست‌ها با کار مداوم در این حوزه، توانسته‌اند مردم آلمان را به ادبیات پساهاولوکاست علاقه‌مند کنند. بریتانیا با خرید کتاب‌های کودک و دانشگاهی مقام سوم را داراست و پس‌از آن کشور فرانسه قرار دارد که بیشتر منابع حوزه‌های هنر و عرفان یهود را وارد می‌کند و در نهایت رتبه پنجم متعلق به هلند است که مشتری منابع مذهبی و کتاب‌های تخصصی در حوزه‌های مختلف علوم فنی اسرائیلی‌هاست.

با استناد به گزارش مرجع راهنمای حقوق تطبیقی بین‌المللی (ICLG)، حقوق مالکیت ادبی در اسرائیل شامل حق ترجمه، توزیع و واگذاری به ناشران خارجی بدون نیاز به ثبت رسمی قابل‌انتقال‌اند. بر این اساس آثار نویسندگانی چون یووال نوح هراری، دیوید گراسمن، آموس اوز و انگار کرت به ده‌ها زبان ترجمه‌شده و حقوق نشر آثار آن‌ها به ناشران بین‌المللی واگذار شده است. این میان آثار هراری به بیش از ۶۰ زبان، اوز به بیش از ۴۵ زبان و گراسمن و کرت هرکدام به بیش از ۳۰ زبان ترجمه شده‌اند و بدین ترتیب آثار اسرائیلی در بازارهای آمریکا، اروپا، آسیا و آمریکای لاتین حضور گسترده‌ای دارند.

ناشرانی چون Koren Publishers ArtScroll، و Gallimard نقش مهمی در توزیع جهانی این آثار داشته‌اند. این آمارها نشان می‌دهند که رژیم صهیونیستی توانسته صنعت نشر خود را به یک ابزار مؤثر تبدیل کند و علی‌رغم بازار داخلی محدود با صادرات فیزیکی و فروش حقوق نشر باعث رشد این صنعت شود. شاید این آمارها زنگ خطر را برای ما به صدا در بیاورد.

مرتضی بریری

مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل خانه کتاب و ادبیات ایران
و سردبیر راویان فرهنگ

همه می‌دانیم که علی‌رغم حضور مداوم ناشران ایرانی در بزرگترین و مهم‌ترین نمایشگاه‌های کتاب در دنیا، کماکان سهم صنعت نشر ما از ویتترین‌های جهانی اندک است. هرچند در سال‌های اخیر، مدیریت فرهنگی کشور تلاش کرده تا با اجرای طرح‌هایی چون گرنت (پژوهانه) و تاپ در زمینه ترجمه ادبیات و تفکر معاصر ایران به دیگر زبان‌ها ایفای نقش کند و برخی از ناشران ایرانی نیز اقدام به ارتباط با ناشران بین‌المللی کرده‌اند؛ اما هنوز جای خالی آثار ایرانی در فروشگاه‌های کتاب کشورهای جهان به چشم می‌خورد؛ درحالی‌که ادبیات غنی معاصر ایران در حوزه‌های گوناگون، حرف‌های بسیاری برای گفتن دارد و می‌تواند در حوزه فرهنگ معرف خوبی برای کشور باشد. اصولاً تا زمانی که ما در بازارهای جهانی کتاب حضور نداشته باشیم، مفاهیمی چون گفت‌وگوی فرهنگ‌ها و دیپلماسی فرهنگی بی‌معنا خواهند بود و این بی‌معنایی یعنی از دست دادن فرصت ترویج روایت ایران.

شماره نخست «راویان فرهنگ» با توجه به حمله وحشیانه رژیم صهیونیستی به خاک مقدس ایران به مسئله جنگ روایت‌ها اختصاص یافت تا خلأ مباحث نظری پیرامون این موضوع را تا حدی پر کند. با توجه به موضوع این شماره که درباره چند و چون حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب دیگر کشورهاست؛ در این یادداشت اشاره مختصری به ویتترین‌های جهانی صنعت نشر رژیم جعلی اسرائیل می‌کنم، چراکه آمارهای مرجع نشان می‌دهد این رژیم با وجود جمعیت محدود و بازار داخلی کوچک، توانسته جایگاه قابل‌توجهی در صنعت نشر جهانی به دست آورد و به همین دلیل، بررسی گردش مالی صنعت نشر آن، صادرات کتاب، فروش حقوق نشر آثار ادبی و نقش نویسندگانش که نقش مهمی در ترویج روایت صهیونیسم دارند، ضروری است.

بر اساس آمار کتابخانه ملی رژیم صهیونیستی، سالانه حدود هفت تا هشت هزار عنوان کتاب در اسرائیل منتشر می‌شود که با میانگین قیمت ۱۸ دلار و شمارگان هزار نسخه، درآمد فروش داخلی کتاب‌ها تا حدود ۱۴۴ میلیون دلار قابل تخمین است و با افزودن درآمدهای جانبی، مانند تبلیغات، صادرات و فروش حقوق ترجمه، گردش مالی کل صنعت نشر اسرائیل بین ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون دلار آمریکا در سال برآورد می‌شود.

طبق آمارهای پایگاه تحلیلی و داده‌محور TrendEconomy در سال ۲۰۲۲، صادرات کتاب‌های چاپی، جزوات و بروشورهای منتشر شده در اسرائیل حدود ۱۱۲ میلیون دلار آمریکا بوده است و البته این رقم نسبت به سال ۲۰۲۱ که ۱۴۳ میلیون دلار بود، ۲۱٪ کاهش را نشان می‌دهد.



نمایشگاه‌های کتاب چهارقاره

رتبه‌بندی معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب آسیا بر اساس اعتبار بین‌المللی

صنعت نشر آسیا با رشد چشمگیری در سال‌های اخیر به یکی از قطب‌های مهم فرهنگی و اقتصادی جهان تبدیل شده است. نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در این قاره، نه تنها بستری برای تبادلات تجاری و حقوق نشر هستند؛ بلکه نقش کلیدی در تقویت دیپلماسی فرهنگی ایفا می‌کنند. در این گزارش از نمایشگاه پکن به عنوان بزرگ‌ترین رویداد نشر آسیا تا نمایشگاه‌های نوظهوری مانند تاشکند بررسی شده است.

۱. نمایشگاه بین‌المللی کتاب پکن

Beijing International Book Fair – BIBF

یکی از بزرگ‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب در آسیا و یکی از پنج نمایشگاه بزرگ دنیاست که هر ساله ناشران برجسته جهانی را گرد هم می‌آورد. این نمایشگاه به دلیل گستردگی بازار کتاب چین و اهمیت فرهنگی و اقتصادی پکن، فرصت‌های بی‌نظیری برای تبادل فرهنگی و تجاری فراهم می‌کند. همچنین، حضور ناشران بین‌المللی و برگزاری برنامه‌های متنوع فرهنگی و آموزشی، این رویداد را به یک مرکز مهم در صنعت نشر تبدیل کرده است. پکن به عنوان مرکز سیاسی و فرهنگی چین، اعتبار و نفوذ زیادی در حوزه نشر جهانی دارد و حضور بیش از ۹۰ کشور در این رویداد و حجم بالای قراردادهای حقوق نشر، جایگاه آن را تثبیت کرده است.

۲. نمایشگاه بین‌المللی کتاب توکیو

Tokyo International Book Fair

یکی از مهم‌ترین رویدادهای نشر در شرق آسیاست که با حضور ناشران برجسته ژاپنی و بین‌المللی برگزار می‌شود. این نمایشگاه به دلیل نظم بالا، کیفیت فنی و حضور پررنگ مخاطبان حرفه‌ای از اعتبار بالایی برخوردار است. همچنین، نقش ژاپن در ترویج ادبیات و فرهنگ آسیایی بر اهمیت این رویداد می‌افزاید. تمرکز بر نشر دیجیتال، فناوری و حقوق نشر همراه با حضور ناشران مهم شرق آسیا و سابقه طولانی و تخصصی بودن بخش‌های آن در حوزه کودک و دانشگاهی جایگاه ویژه‌ای به آن داده است.



■ شیوا وکیل نسلیان

نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب از مهم‌ترین بسترهای دیپلماسی فرهنگی و تبادل اندیشه در سطح جهانی به‌شمار می‌روند. حضور مؤثر و هدفمند در این رویدادها، نه تنها فرصتی برای معرفی ظرفیت‌های نشر و ادبیات جمهوری اسلامی ایران فراهم می‌آورد، بلکه نقش مهمی در ارتقای تصویر فرهنگی کشور ایفا می‌کند. در این گزارش، با هدف سیاست‌گذاری دقیق‌تر در عرصه بین‌الملل، رتبه‌بندی معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب در قاره‌های آسیا، اروپا، آمریکا و آفریقا بر اساس شاخص اعتبار جهانی ارائه و همچنین پیشنهادهایی برای اولویت‌بندی حضور صنعت نشر ایران در این رویدادها به تفکیک هر قاره مطرح شده است. رتبه‌بندی حاضر بر اساس معیارهایی مانند حضور ناشران بین‌المللی، حجم قراردادهای، تنوع برنامه‌های فرهنگی و تأثیرگذاری جهانی تنظیم شده است. با این حال، این رتبه‌بندی قطعی و بدون خطا نیست و ممکن است با توجه به تغییرات سالانه در کیفیت برگزاری، میزان مشارکت و سایر عوامل متغیر باشد.



۳. نمایشگاه بین‌المللی کتاب دهلی‌نو

New Delhi World Book Fair

یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای فرهنگی در جنوب آسیاست که با مشارکت صدها ناشر داخلی و خارجی توسط انجمن ملی ناشران هند و با حمایت دولت برگزار می‌شود. این نمایشگاه به‌عنوان بستری مهم برای تبادل فرهنگی و تجاری در صنعت نشر شناخته شده است. حضور گسترده مخاطبان، برنامه‌های فرهنگی متنوع و فرصت‌های همکاری بین‌المللی از ویژگی‌های مهم آن است. این مرکز مهم نشر جنوب آسیا با حضور ناشران بزرگ بین‌المللی، به‌خصوص در حوزه کتاب‌های انگلیسی‌زبان و دانشگاهی و با وجود بازار گسترده هند و نفوذ فرهنگی آن در منطقه، اعتبار جهانی خود را تضمین می‌کند.

۴. نمایشگاه بین‌المللی کتاب شانگهای

Shanghai International Book Fair

به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای نشر در چین، با حمایت دولت و ناشران پیشرو چینی هر ساله به‌صورت گسترده برگزار می‌شود. این نمایشگاه که در قلب اقتصادی‌ترین شهر چین قرار دارد، در حوزه تبادل حقوق نشر بین‌المللی و معرفی ادبیات چینی به جهان عملکرد چشمگیری داشته است. حضور پررنگ ناشران آموزشی و دانشگاهی بین‌المللی همراه با بخش ویژه فناوری‌های دیجیتال نشر از ویژگی‌های آن محسوب می‌شود. نمایشگاه شانگهای اگرچه از نظر قدمت به پای نمایشگاه پکن نمی‌رسد، اما به دلیل موقعیت استراتژیک شانگهای و کیفیت سازمان‌دهی، به‌سرعت در حال تبدیل شدن به یکی از قطب‌های اصلی نشر در آسیاست.

۵. نمایشگاه بین‌المللی کتاب شارجه

Sharjah International Book Fair

یکی از بزرگ‌ترین و پرمخاطب‌ترین نمایشگاه‌های کتاب در جهان عرب است. این رویداد با سابقه‌ای بیش از ۴۰ سال، به‌صورت منظم و با مشارکت گسترده ناشران داخلی و خارجی برگزار می‌شود. تنوع فرهنگی، برنامه‌های حرفه‌ای برای فعالان نشر و حمایت شخصی حاکم شارجه از کتاب و خواندن به اعتبار آن افزوده است. جایزه‌های بین‌المللی در حوزه نشر و حضور نویسندگان نامدار جهانی نیز جایگاه شارجه را تقویت کرده‌اند.

۶. نمایشگاه بین‌المللی کتاب ابوظبی

Abu Dhabi International Book Fair

یکی از مهم‌ترین و حرفه‌ای‌ترین رویدادهای نشر در منطقه خلیج فارس است. حمایت قوی دولت امارات و برگزاری منظم با حضور ناشران معتبر بین‌المللی، اعتبار بالایی به این نمایشگاه بخشیده است. برگزاری رویدادهای تخصصی مانند بازار حق نشر (Rights Market) و برنامه میهمان ویژه، آن را از سایر نمایشگاه‌های منطقه متمایز می‌کند. ابوظبی با رویکرد فرهنگی و سرمایه‌گذاری بلندمدت در حوزه کتاب، جایگاه خود را در سطح جهانی تثبیت کرده است.

۷. نمایشگاه بین‌المللی کتاب مسکو

Moscow International Book Fair

یکی از قدیمی‌ترین و معتبرترین رویدادهای نشر در منطقه اروپا و اوراسیاست. این نمایشگاه با حضور گسترده ناشران روسی و بین‌المللی در آن در حوزه ادبیات کلاسیک و معاصر، اهمیت زیادی دارد. بخش‌های

تخصصی و برنامه‌های فرهنگی متنوع، فضای تبادل حقوق نشر و همکاری‌های بین‌المللی را فراهم می‌کند. حمایت نهادهای دولتی و سابقه تاریخی این نمایشگاه، آن را به یکی از مراکز مهم نشر در جهان تبدیل کرده است.

۸. نمایشگاه بین‌المللی کتاب سئول

Seoul International Book Fair

یکی از معتبرترین رویدادهای فرهنگی در شرق آسیاست که با حضور ناشران برجسته داخلی و بین‌المللی برگزار می‌شود. حمایت گسترده دولت کره جنوبی و نهادهای فرهنگی از این نمایشگاه، با تمرکز بر ترجمه آثار کره‌ای و تبادل فرهنگی شرق آسیا و جهان، نشان‌دهنده اهمیت آن در ترویج فرهنگ مطالعه و صنعت نشر است. این نمایشگاه نقش مهمی در تبادل فرهنگی میان آسیا و سایر نقاط جهان ایفا می‌کند. سطح بالای سازمان‌دهی، زیرساخت‌های مدرن و برنامه‌های متنوع حرفه‌ای نیز به اعتبار جهانی آن افزوده است.

۹. نمایشگاه بین‌المللی کتاب استانبول

Istanbul International Book Fair

این نمایشگاه با تأکید بر کتاب‌های دینی و علوم انسانی برگزار می‌شود. به دلیل قدمت برگزاری و جایگاه ترکیه به عنوان پل میان اروپا و آسیا از اعتبار بالایی برخوردار است. حضور گسترده ناشران بین‌المللی، برنامه‌های فرهنگی متنوع و استقبال بالای مخاطبان ترک و خارجی و تنوع ناشران اروپایی و آسیایی این نمایشگاه را به یکی از مهم‌ترین رویدادهای نشر در منطقه تبدیل کرده است. نمایشگاه کتاب استانبول با سابقه تاریخی غنی و موقعیت استراتژیک، بستر مناسبی برای دیپلماسی فرهنگی فراهم می‌کند. همچنین همکاری نزدیک با نهادهای نشر اروپایی و عربی، اعتبار بین‌المللی آن را افزایش داده است.

۱۰. نمایشگاه بین‌المللی کتاب تایپه – تایوان

Taipei International Book Exhibition (TIBE)

این نمایشگاه سالانه میزبان هزاران ناشر و بازدیدکننده از سراسر جهان است و فرصت‌های گسترده‌ای برای تبادل فرهنگی و تجاری فراهم می‌کند. برنامه‌های متنوع فرهنگی، تمرکز بر فناوری‌های نوین نشر، حمایت‌های دولتی قوی و حضور ناشران برجسته باعث شده تا نمایشگاه تایپه جایگاه ویژه‌ای در صنعت نشر داشته باشد. تمرکز بر ترجمه، نشر کودک و همکاری‌های بین‌المللی آن را به رویدادی معتبر تبدیل کرده است.

۱۱. نمایشگاه بین‌المللی کتاب هنگ‌کنگ – چین

Hong Kong Book Fair

به دلیل قرار گرفتن در یکی از مراکز مالی و فرهنگی آسیا از اعتبار بالایی برخوردار است. این نمایشگاه با حضور ناشران بزرگ چینی، آسیایی و بین‌المللی، پل ارتباطی مهمی میان شرق و غرب محسوب می‌شود. سطح بالای سازمان‌دهی، تنوع محتوایی و استقبال گسترده مخاطبان، جایگاه این رویداد را تثبیت کرده است. همچنین هنگ‌کنگ با فضای

باز رسانه‌ای و فرهنگی، فرصتی مناسب برای معرفی آثار متنوع و چندفرهنگی فراهم می‌آورد.

۱۲. نمایشگاه بین‌المللی کتاب سنگاپور

Singapore Book Fair (AFCC)

این نمایشگاه به دلیل موقعیت راهبردی سنگاپور در قلب آسیای جنوب‌شرقی از جایگاه مهمی در تبادلات فرهنگی و نشر برخوردار است. سنگاپور با زیرساخت‌های پیشرفته، سیستم نشر پویا و تمرکز بر نوآوری‌های دیجیتال توانسته است ناشران بین‌المللی و منطقه‌ای را جذب کند. این نمایشگاه با حمایت دولت و مشارکت گسترده نهادهای فرهنگی، فضایی برای معرفی آثار چندزبانه و تبادل تجربیات فراهم می‌آورد. اعتبار سنگاپور در حوزه آموزش و فناوری نیز به اعتبار فرهنگی آن در عرصه نشر افزوده است. تمرکز بر کتاب کودک، داستان‌نویسی و نشر دیجیتال از ویژگی‌های این نمایشگاه کتاب است و اگرچه از نظر اندازه کوچک است ولی از نظر نوآوری در صنعت نشر و حضور فعال ناشران آسیایی و غربی اعتبار بالایی دارد.

۱۳. نمایشگاه بین‌المللی کتاب ریاض

Riyadh International Book Fair

این نمایشگاه با رویکرد تازه و سرمایه‌گذاری گسترده در صنعت نشر، به سرعت به یکی از معتبرترین رویدادهای فرهنگی در خاورمیانه تبدیل شده است. حضور ناشران بین‌المللی برجسته و برنامه‌های متنوع فرهنگی و تخصصی، این نمایشگاه را به بستری مناسب برای تبادل حقوق نشر و ارتقای همکاری‌های بین‌المللی بدل کرده است. حمایت دولتی قوی و تمرکز بر نوآوری و فناوری در نشر، اعتبار آن را افزوده است. این نمایشگاه نقش مهمی در معرفی ادبیات عربی و بین‌المللی ایفا می‌کند.

۱۴. نمایشگاه بین‌المللی کتاب کوالالامپور

Kuala Lumpur International Book Fair (KLIFB)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای نشر در جنوب شرق آسیاست. این نمایشگاه به دلیل حضور ناشران برجسته منطقه‌ای و بین‌المللی و تمرکز بر کتاب‌های اسلامی، آموزشی و کودک، اعتبار قابل‌توجهی دارد. برنامه‌های فرهنگی متنوع و بازار پررونق نشر، کوالالامپور را به مرکزی مهم برای تبادل فرهنگی تبدیل کرده است. همچنین، این نمایشگاه نقش مهمی در تقویت صنعت نشر مالزی و منطقه ایفا می‌کند و اعتبار رو به رشد در سطح جهانی و تنوع مخاطبان منطقه‌ای از ویژگی‌های آن است.

۱۵. نمایشگاه بین‌المللی کتاب بانکوک

Bangkok International Book Fair

با حمایت قوی دولت و نهادهای فرهنگی، یکی از مهم‌ترین رویدادهای نشر در جنوب شرق آسیا به شمار می‌رود. این نمایشگاه محیطی حرفه‌ای برای تبادل حقوق نشر، معرفی آثار جدید و تعامل ناشران آسیایی و بین‌المللی فراهم می‌کند. تنوع موضوعات کتاب و حضور گسترده ناشران از کشورهای مختلف، اعتبار آن را در سطح منطقه و



دوباره به یکی از مراکز مهم نشر در خاورمیانه تبدیل شود. همچنین، این رویداد فرصتی برای تبادل فرهنگی و معرفی آثار ادبی و پژوهشی عراق به جهان فراهم می‌آورد.

۱۹. نمایشگاه بین‌المللی کتاب جاکارتا

Jakarta International Book Fair

به‌عنوان بزرگ‌ترین رویداد نشر در اندونزی، یکی از مهم‌ترین بازارهای کتاب در جنوب شرق آسیا محسوب می‌شود. این نمایشگاه با حضور گسترده ناشران داخلی و بین‌المللی و تمرکز ویژه بر کتاب‌های اسلامی، کودک و آموزشی، اعتبار قابل توجهی یافته است. برنامه‌های فرهنگی و حضور کشورهای مهمان، فرصت‌های تبادل حقوق نشر و همکاری‌های جهانی در آن را افزایش داده است.

۲۰. نمایشگاه بین‌المللی کتاب آستانه (نورسلطان)

Astana International Book Fair – Nur-Sultan (Astana)

نمایشگاهی نوپا و رو به رشد است. این نمایشگاه با سیاست‌گذاری فرهنگی دولت قزاقستان و همکاری‌های بین‌المللی، در حال تبدیل شدن به نمایشگاهی معتبر در آسیای مرکزی است. این نمایشگاه بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی و آموزشی در فضای اوراسیاست که با هدف گردهم آوردن متخصصان نشر و مشاغل مرتبط از کشورهای اروپا و آسیا در یک پلتفرم هوشمند برگزار می‌شود.

۲۱. نمایشگاه بین‌المللی کتاب مسقط

Muscat International Book Fair

رویدادی نوپا ولی رو به رشد در خاورمیانه است که اعتبار جهانی آن با حمایت گسترده دولت و تلاش برای جذب ناشران بین‌المللی در حال شکل‌گیری است. این نمایشگاه بیشتر منطقه‌ای محسوب می‌شود ولی

فراتر از آن افزایش داده است. بانکوک به‌عنوان یک مرکز فرهنگی پویا، جایگاه مهمی در بازار نشر آسیای جنوب شرقی دارد.

۱۶. نمایشگاه بین‌المللی کتاب دوحه

Doha International Book Fair

نمایشگاه دوحه با حمایت گسترده مؤسسات فرهنگی و دولتی قطر، به یکی از معتبرترین رویدادهای نشر در خلیج فارس تبدیل شده است. این نمایشگاه میزبان ناشران برجسته عرب و بین‌المللی است و فضای حرفه‌ای برای تبادل حقوق نشر و همکاری‌های فرهنگی فراهم می‌کند. تمرکز ویژه بر نشر آثار عربی و ترجمه آثار غربی، اعتبار جهانی آن را افزایش داده است. همچنین حضور گسترده مخاطبان و رسانه‌های بین‌المللی، جایگاه این نمایشگاه را در منطقه تثبیت کرده است.

۱۷. نمایشگاه بین‌المللی کتاب بیروت

Beirut International Book Fair

یکی از قدیمی‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب در خاورمیانه است. این رویداد فرهنگی، محل گردهمایی ناشران برجسته عرب و بین‌المللی است و به‌ویژه در حوزه علوم انسانی نقش مهمی ایفا می‌کند. حضور گسترده ناشران اروپایی و عرب به تقویت اعتبار جهانی این نمایشگاه کمک کرده است. همچنین بیروت به‌عنوان پل فرهنگی بین شرق و غرب، جایگاه ویژه‌ای در تبادل فرهنگی و نشر دارد.

۱۸. نمایشگاه بین‌المللی کتاب بغداد

Baghdad International Book Fair

با جذب ناشران بین‌المللی و منطقه‌ای، به‌ویژه در حوزه کتاب‌های دینی و دانشگاهی، جایگاهی معتبر پیدا کرده است. تلاش‌های مداوم برای ارتقاء کیفیت و افزایش مشارکت جهانی، باعث شده تا بغداد

حضور ناشران معتبر بین‌المللی، اعتبار قابل‌توجهی به آن داده است. این نمایشگاه محیطی حرفه‌ای برای تبادل حقوق نشر و معرفی آثار فرهنگی و علمی فراهم می‌کند.

۲۲. نمایشگاه بین‌المللی کتاب دوشنبه

Dushanbe International Book Fair

یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی آسیای مرکزی به شمار می‌رود که همه‌ساله در «دوشنبه» با حضور ناشران، مؤسسات فرهنگی و نهادهای دولتی کشورهای فارسی‌زبان و همسایه با محوریت زبان و ادبیات فارسی برگزار می‌شود. این نمایشگاه علاوه بر تمرکز بر ارتقای زبان و ادبیات فارسی، بستری ارزشمند برای معرفی آثار فاخر ایرانی و گسترش تعاملات فرهنگی میان ایران، تاجیکستان، افغانستان و دیگر کشورهای منطقه فراهم می‌سازد. از آنجاکه زبان و فرهنگ مشترک میان ایران و تاجیکستان، سرمایه‌ای بی‌بدیل برای توسعه دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شود، حضور مؤثر و هدفمند در این نمایشگاه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. فضای نمایشگاه صمیمی و سرشار از علاقه به فرهنگ ایرانی و همراه با برنامه‌هایی چون نشست‌های تخصصی، رونمایی کتاب و فرصت دیدار با نخبگان فرهنگی است.

۲۳. نمایشگاه بین‌المللی کتاب تاشکند

Tashkent International Book Fair

یکی از رویدادهای نوظهور و در حال رشد در آسیای مرکزی است که به سرعت جایگاه خود را در بین نمایشگاه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی تثبیت می‌کند. این نمایشگاه فرصتی مهم برای ناشران کشورهای آسیای میانه، روسیه و سایر مناطق است تا آثار خود را به مخاطبان زیادی معرفی کنند. همچنین، تاشکند به دلیل موقعیت ژئوپلیتیک و توجه به توسعه فرهنگی، بستری مناسب برای تبادل فرهنگی و همکاری‌های نشر است.

رتبه‌بندی معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب اروپا بر اساس اعتبار بین‌المللی

اروپا به عنوان خاستگاه صنعت نشر مدرن، میزبان برخی از تأثیرگذارترین رویدادهای فرهنگی جهان در حوزه کتاب است. نمایشگاه‌های اروپایی نه تنها قطب تجاری صنعت نشر محسوب می‌شوند، بلکه به عنوان کانون تبادلات فرهنگی عمل می‌کنند. رتبه‌بندی حاضر بر اساس معیارهای دقیقی شامل حضور ناشران بین‌المللی، حجم مبادلات حقوق نشر، تنوع برنامه‌های فرهنگی و میزان تأثیرگذاری بر صنعت نشر جهانی تنظیم شده است.

آنچه نمایشگاه‌های کتاب اروپا را به رویدادهایی منحصر به فرد تبدیل می‌کند، تلفیق بی‌نظیر میراث فرهنگی غنی با نوآوری‌های صنعت نشر است. این رویدادها با میزبانی از آثار کلاسیک ادبی و معرفی جریان‌های نوین فکری، همچون پلی میان گذشته و آینده این صنعت ایستاده‌اند. هر چند این رتبه‌بندی با دقت و بر اساس مهم‌ترین شاخص‌های جهانی

تدوین شده؛ اما باید توجه داشت که معیارهای کیفی مانند تأثیرات فرهنگی بلندمدت و سلیقه‌های ادبی منطقه‌ای نیز در ارزیابی نهایی نقش دارند. سیاهه زیر راهنمایی است برای درک بهتر تحولات صنعت نشر در قاره‌ای که زادگاه این هنر والای بشری است.

۱. نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت

Frankfurt Book Fair

بزرگ‌ترین و معتبرترین رویداد صنعت نشر در جهان است که هر ساله در ماه اکتبر برگزار می‌شود. این نمایشگاه که ریشه‌های آن به قرون وسطی بازمی‌گردد و شکل مدرن آن از سال ۱۹۴۹ آغاز شده، به عنوان قلب تپنده دنیای کتاب، مکانی بی‌رقیب برای تبادل حقوق نشر، معرفی تازه‌های ادبیات و گفت‌وگوهای فرهنگی جهانی شناخته می‌شود. نمایشگاه کتاب فرانکفورت با حضور هزاران ناشر، نویسنده، مترجم، نمایندگان آژانس‌های ادبی، رسانه‌ها، فعالان حوزه نشر دیجیتال و خریداران حقوق نشر از بیش از ۱۰۰ کشور، یکی از مهم‌ترین مراکز تصمیم‌سازی در صنعت جهانی کتاب است. این رویداد نه تنها فضای حرفه‌ای گسترده‌ای برای قراردادهای بین‌المللی نشر فراهم می‌آورد، بلکه به عرصه‌ای برای تبادل فرهنگی، گفت‌وگوی تمدن‌ها و تأثیرگذاری ادبیات بر تحولات جهانی تبدیل شده است. هر سال یک کشور به عنوان مهمان ویژه نمایشگاه معرفی می‌شود که با برنامه‌های فرهنگی، هنری و ادبی گسترده، فرهنگ و ادبیات خود را به جهان معرفی می‌کند. بخش‌های مختلفی چون میزگردهای تخصصی، سخنرانی‌های بین‌المللی، معرفی فناوری‌های نوین نشر و نشست‌های ادبی متنوع، نمایشگاه فرانکفورت را به رویدادی چندوجهی و الهام‌بخش بدل کرده است. این رویداد فراتر از یک نمایشگاه تجاری نماد تعامل جهانی، خلاقیات فرهنگی و نقش بی‌بدیل ادبیات در شکل‌دهی به آینده جوامع است.

۲. نمایشگاه بین‌المللی کتاب لندن

London Book Fair

یکی از مهم‌ترین رویدادهای تخصصی صنعت نشر در سطح جهانی است که هر ساله با حضور گسترده ناشران، آژانس‌های ادبی، نویسندگان، مترجمان، کتاب‌فروشان و فعالان فرهنگی از سراسر دنیا برگزار می‌شود. این نمایشگاه که به عنوان یکی از سه نمایشگاه بزرگ کتاب جهان شناخته می‌شود، نقش کلیدی در تبادل کپی‌رایت، معرفی آثار برجسته، برقراری همکاری‌های نشر بین‌المللی و توسعه بازار کتاب ایفا می‌کند. لندن، با برخورداری از جایگاه بین‌المللی در حوزه نشر و زبان انگلیسی به عنوان زبان غالب بازار کتاب جهان به بستری تأثیرگذار برای تعاملات حرفه‌ای، شناسایی فرصت‌های ترجمه و شناخت نیازهای بازار جهانی تبدیل شده است. نمایشگاه لندن برای ناشران و توزیع‌کنندگان کتاب، فرصتی بی‌نظیر برای گسترش شبکه‌های حرفه‌ای است. علاوه بر آن، نشست‌های تخصصی، برنامه‌های آموزشی، و معرفی نوآوری‌های نشر در این رویداد، آن را به مرکزی برای الهام، تبادل و رشد حرفه‌ای تبدیل کرده‌اند. محور اصلی این نمایشگاه بر آینده نشر از جمله کتاب‌های الکترونیکی و فناوری‌های جدید متمرکز است.



۳. نمایشگاه بین‌المللی کتاب بولونیا (کودک)

Bologna Children's Book Fair

با بیش از نیم قرن سابقه معتبرترین و تخصصی‌ترین رویداد جهانی در حوزه نشر کودک و نوجوان است و به‌عنوان نقطه تلاقی مهم‌ترین ناشران، نویسندگان، تصویرگران، مترجمان و فعالان حوزه ادبیات کودک و نوجوان شناخته می‌شود. «بولونیا» نه تنها مکانی برای ارائه جدیدترین آثار، نوآوری‌ها و ترندهای جهانی در این حوزه است؛ بلکه بستری کلیدی برای تبادل کپی‌رایت، آشنایی با بازارهای بین‌المللی و تعاملات فرهنگی میان کشورهای مختلف فراهم می‌سازد. نمایشگاه بولونیا با برگزاری جوایز معتبر، کارگاه‌های تخصصی، نشست‌های حرفه‌ای و نمایشگاه‌های هنری، نقش بی‌بدیلی در رشد، گسترش و جهانی‌سازی ادبیات کودک با تمرکز بر تصویرسازی و کتاب‌های مصور حوزه کتاب کودک و نوجوان دارد.

۴. نمایشگاه کتاب لایپزیگ آلمان

Leipziger Buchmesse

یکی از معتبرترین، قدیمی‌ترین و پرمخاطب‌ترین رویدادهای فرهنگی آلمان و اروپاست. این نمایشگاه که تمرکز ویژه‌ای بر مخاطبان عمومی، دوست‌داران کتاب و تعامل مستقیم با نویسندگان دارد، فضایی زنده و پرشور برای معرفی آثار ادبی، تبادل فرهنگی، نشست‌های تخصصی، رونمایی کتاب و دیدارهای چهره به چهره میان نویسندگان، مترجمان و خوانندگان فراهم می‌آورد. در کنار نمایشگاه، برنامه فرهنگی گسترده‌ای تحت عنوان «Leipzig liest» (لایپزیگ می‌خواند) در سراسر شهر برگزار می‌شود که یکی از بزرگ‌ترین جشن‌های ادبی در آلمان محسوب می‌شود. لایپزیگ با پیشینه‌ای غنی در صنعت چاپ و نشر، جایگاهی برجسته در تاریخ فرهنگ اروپایی دارد و این نمایشگاه ادامه سنت دیرپای آن در ترویج کتاب و گفت‌وگوی فرهنگی است. تفاوت عمده آن با

نمایشگاه کتاب فرانکفورت در تمرکز بر مخاطب عمومی و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی است، نه صرفاً بازار حرفه‌ای نشر. هزینه‌ها در لایپزیگ کمتر از فرانکفورت و با بازدهی فرهنگی بالاست.

۵. نمایشگاه کتاب پاریس

Livre Paris

هرساله با حضور گسترده نویسندگان، ناشران، مترجمان، آژانس‌های ادبی و علاقه‌مندان به کتاب با محوریت فرهنگی و ادبی برگزار می‌شود. این نمایشگاه که با عنوان جدید «Livre Paris» شناخته می‌شود، هم‌زمان محلی برای ارائه تازه‌ترین آثار ادبی و هنری و نیز بستری برای گفت‌وگو، مبادله فرهنگی و آشنایی با جریان‌های فکری معاصر است. حضور ناشران از کشورهای مختلف، برنامه‌های ویژه برای ادبیات جهان، نشست‌های تخصصی و معرفی نویسندگان برجسته، این نمایشگاه را به یکی از پویاترین فضاهای فرهنگی اروپا تبدیل کرده است. تمرکز ویژه بر ادبیات فرانسه و جهان فرانکوفون (روز جهانی ادبیات فرانسه)، در کنار توجه به مسائل جهانی حوزه نشر، باعث شده این رویداد نه تنها نمایشگاهی برای کتاب، بلکه آینه‌ای از فرهنگ جهانی و صحنه‌ای برای دیپلماسی فرهنگی باشد.

۶. نمایشگاه کتاب گوتنبرگ

Gothenburg Book Fair

بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی و ادبی در اروپای شمالی و اسکاندیناوی است که هرساله با تمرکز بر ادبیات نوردیک و مباحث ترجمه برگزار می‌شود. این نمایشگاه از دهه ۱۹۸۰ تاکنون به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای گفت‌وگوی فرهنگی در شمال اروپا شناخته می‌شود. نمایشگاه گوتنبرگ علاوه بر معرفی تازه‌ترین آثار ادبی و علمی، میزبان نشست‌های تخصصی، سخنرانی‌ها، مناظره‌های فکری و برنامه‌های متنوع فرهنگی با

محوریت آزادی بیان، عدالت اجتماعی و گفتمان بین‌المللی است. فضای نمایشگاه صمیمی، متنوع و اندیشه‌محور است و تمرکز آن بر کتاب به‌عنوان ابزار گفت‌وگو و تغییر اجتماعی، جایگاه منحصربه‌فردی به آن بخشیده است. این نمایشگاه ترکیبی از فضای حرفه‌ای نشر، گفت‌وگوی فرهنگی و مخاطب عمومی است.

۷. نمایشگاه تورین

Salone Internazionale del Libro di Torino

از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی ایتالیا و جنوب اروپا است. این نمایشگاه از سال ۱۹۸۸ تاکنون به‌عنوان قطب اندیشه، ادبیات و گفت‌وگو در جهان ایتالیایی زبان شناخته می‌شود و میزبان ناشران، نویسندگان، روزنامه‌نگاران، اندیشمندان، مترجمان و فعالان حوزه نشر از سراسر جهان است. فضای نمایشگاه تورین ترکیبی از حضور گسترده عمومی و محتوای عمیق فرهنگی است که آن را به محلی منحصربه‌فرد برای ترویج کتاب‌خوانی، معرفی ادبیات معاصر و تقویت تبادل فرهنگی تبدیل کرده است. در این رویداد، علاوه بر معرفی کتاب‌های جدید، برنامه‌هایی چون سخنرانی‌های تخصصی، میزگردهای فکری، رونمایی آثار و کارگاه‌های آموزشی در فضایی پویا و آزاد برگزار می‌شود. نمایشگاه کتاب تورین بستری فعال و تأثیرگذار برای تبادل ادبی، ایده‌پردازی فرهنگی و گفت‌وگوهای جهانی است. این رویداد فرهنگی علاوه بر بعد تجاری و نشر؛ تمرکز زیادی بر اندیشه، فلسفه، علوم انسانی، ادبیات معاصر و مسائل اجتماعی دارد و فضای آن بسیار گفت‌وگو‌محور است.

۸. نمایشگاه کتاب مادرید

Feria del Libro de Madrid

از مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین رویدادهای فرهنگی در جهان اسپانیایی‌زبان است. این نمایشگاه برخلاف رویدادهای صرفاً تخصصی نشر، تمرکز اصلی‌اش بر مخاطب عمومی، ترویج کتاب‌خوانی و فروش مستقیم کتاب است و میلیون‌ها بازدیدکننده دارد. با توجه به گستره مخاطبان اسپانیایی‌زبان در سراسر جهان از جمله آمریکای لاتین این نمایشگاه فرصتی استراتژیک برای ورود به بازار نشر جهان اسپانیایی‌زبان محسوب می‌شود. ویژگی منحصربه‌فرد نمایشگاه مادرید، پیوند عمیق آن با جامعه عمومی و فضای باز شهری است که فرصتی استثنایی برای تعامل مستقیم میان نویسندگان و خوانندگان فراهم می‌کند. در کنار فروش و معرفی آثار جدید، برنامه‌های متنوعی از جمله نشست‌های ادبی، رونمایی کتاب، کارگاه‌های تخصصی، امضای کتاب توسط نویسندگان سرشناس و رویدادهای کودک‌محور در فضایی صمیمی و پرشور برگزار می‌شود.

۹. نمایشگاه کتاب بروکسل

(Foire du Livre de Bruxelles)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی بلژیک و اروپای غربی است که هرساله در ماه مارس برگزار می‌شود. این نمایشگاه که از سال ۱۹۶۸ آغاز به کار کرده، اکنون به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌های

کتاب در اروپا شناخته می‌شود و توجه ناشران، نویسندگان، مترجمان، روزنامه‌نگاران و علاقه‌مندان به ادبیات و کتاب از سراسر جهان را به خود جلب می‌کند. نمایشگاه بروکسل به‌ویژه در ترویج ادبیات فرانسه‌زبان و آثار نویسندگان بلژیکی و فرانسوی شناخته‌شده است و فرصت‌هایی برای معرفی کتاب‌های جدید، گفت‌وگوهای ادبی و تبادل فرهنگی میان کشورهای مختلف فراهم می‌آورد. این رویداد همچنین به‌عنوان پلی برای ارتقاء ادبیات و فرهنگ‌های مختلف عمل کرده و محیطی مناسب برای دیدار میان نویسندگان، ناشران و خوانندگان ایجاد می‌کند. در کنار نمایش آثار چاپی و دیجیتال، برنامه‌های متنوعی شامل سخنرانی‌های ادبی، نشست‌های تخصصی، رونمایی کتاب‌ها و کارگاه‌های آموزشی در فضایی فعال و میان‌فرهنگی برگزار می‌شود. نمایشگاه کتاب بروکسل نه تنها یک پلتفرم بزرگ برای ترویج کتاب‌خوانی است، بلکه نقشی مهم در تقویت تعاملات فرهنگی، فکری و هنری در سطح جهانی ایفا می‌کند.

۱۰. نمایشگاه کتاب وین

Buch Wien

از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی در اتریش و اروپای مرکزی است که هرساله در ماه نوامبر برگزار می‌شود. این نمایشگاه که از سال ۲۰۰۸ با شکل و ساختاری نوین آغاز به کار کرده، به‌سرعت در میان نمایشگاه‌های معتبر اروپایی جایگاه ویژه‌ای یافته و به‌عنوان بستری پویا برای ترویج ادبیات، تبادل اندیشه و معرفی آثار نویسندگان کشورهای آلمانی‌زبان و دیگر نقاط جهان شناخته می‌شود. نمایشگاه کتاب وین نه تنها مکانی برای عرضه و فروش کتاب است بلکه فضای گفت‌وگویی، تأمل و ارتقای فرهنگ کتاب‌خوانی را در بستری چندزبانه و بین‌فرهنگی فراهم می‌سازد. در این رویداد، طیف گسترده‌ای از برنامه‌ها شامل نشست‌های ادبی، گفت‌وگو با نویسندگان، میزگردهای تخصصی، کارگاه‌های آموزشی و معرفی کتاب‌های تازه منتشرشده برگزار می‌شود. ویژگی برجسته نمایشگاه وین، توجه به تنوع فرهنگی، توجه به ادبیات جهانی و تأکید بر دیالوگ میان فرهنگ‌هاست. این نمایشگاه نه تنها در ارتقای ادبیات آلمانی‌زبان نقش مؤثری دارد، بلکه فرصتی ارزشمند برای معرفی ادبیات و فرهنگ‌های دیگر به مخاطبان اتریشی و اروپایی فراهم می‌آورد و جایگاه وین را به‌عنوان پایتخت فرهنگی اروپا تحکیم می‌بخشد.

۱۱. نمایشگاه کتاب پراگ

Svět knihy Praha / Book World Prague

با عنوان «دنیای کتاب پراگ» مهم‌ترین رویداد ادبی و نشر در کشور چک و از نمایشگاه‌های معتبر کتاب در اروپای مرکزی به‌شمار می‌رود. این نمایشگاه که از سال ۱۹۹۵ آغاز به کار کرده، به محفلی برای گردهمایی ناشران، نویسندگان، مترجمان، روزنامه‌نگاران و علاقه‌مندان به کتاب از سراسر جهان تبدیل شده است. نمایشگاه کتاب پراگ با تمرکز بر ادبیات، آزادی بیان، ترجمه و گفت‌وگوهای فرهنگی، فضایی زنده برای معرفی تازه‌های نشر، ترویج کتاب‌خوانی و گسترش تعاملات فرهنگی فراهم می‌سازد. این رویداد با حضور ناشران داخلی و بین‌المللی، فرصتی مناسب برای معرفی ادبیات چک و همچنین آشنایی مخاطبان



رتبه‌بندی معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب آفریقا بر اساس اعتبار بین‌المللی

آفریقا، با گنجینه‌ای غنی از داستان‌سرایی‌های شفاهی و ادبیات مکتوب در حال شکوفایی به تدریج جایگاه خود را در نقشه جهانی صنعت نشر تثبیت می‌کند. نمایشگاه‌های کتاب این قاره که زمانی رویدادهایی محلی بودند، امروز به بستری پویا برای تبادلات فرهنگی و ادبی میان آفریقا و جهان تبدیل شده‌اند. این رتبه‌بندی بر اساس معیارهایی چون حضور ناشران بین‌المللی، حجم مبادلات حقوق نشر، تنوع زبانی و تأثیرگذاری بر صحنه ادبیات قاره تنظیم شده است.

در حالی که نمایشگاه‌های آفریقایی ممکن است از نظر اندازه و قدمت به پای هم‌تایان اروپایی یا آسیایی خود نرسند، اما انرژی منحصر به فرد، تمرکز بر ادبیات بومی و نقش آن‌ها در کشف صدای نسل جدید نویسندگان آفریقایی، جایگاه ویژه‌ای به آن‌ها بخشیده است. این رویدادها از مراکش تا آفریقای جنوبی نه تنها بازارهای نشر محلی را تقویت می‌کنند، بلکه پنجره‌ای به سوی شناخت ادبیات متنوع این قاره پهناور هستند.

۱. نمایشگاه بین‌المللی کتاب قاهره

(Egypt) Cairo International Book Fair – CIBF

از قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های کتاب در جهان عرب و آفریقا و یکی از معتبرترین‌ها در خاورمیانه است. این نمایشگاه به دلیل قدمت تاریخی، تنوع موضوعی آثار و پیوند عمیق با ادبیات عربی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. قاهره به عنوان پایتخت فرهنگی جهان عرب، مرکز گفت‌وگوهای فکری و ادبی در منطقه محسوب می‌شود. همچنین حضور فعال کشورهای عربی و حمایت نهادهای فرهنگی، اعتبار این نمایشگاه را دوچندان کرده است. محوریت فرهنگی و دینی آن و حضور

با آثار و نویسندگان کشورهای مهمان فراهم می‌آورد. در کنار بخش‌های نمایشگاهی، برنامه‌هایی چون نشست‌های ادبی، جلسات گفت‌وگو با نویسندگان، مراسم رونمایی کتاب، کارگاه‌های آموزشی و فعالیت‌های فرهنگی برای کودکان و نوجوانان برگزار می‌شود.

نمایشگاه کتاب پراگ با بهره‌گیری از فضای غنی فرهنگی این شهر، نقش مهمی در ارتقای دیپلماسی فرهنگی، گسترش همکاری‌های بین‌المللی در حوزه نشر و معرفی فرهنگ مکتوب جمهوری چک به جامعه جهانی ایفا می‌کند.

۱۲. نمایشگاه کتاب بلگراد

Belgrade Book Fair

از قدیمی‌ترین و مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی در بالکان و اروپای جنوب شرقی است. این نمایشگاه که نخستین بار در سال ۱۹۵۷ برگزار شد، امروز به مرکزی تأثیرگذار برای ترویج ادبیات، گفت‌وگوی بین‌فرهنگی و تعاملات حوزه نشر در منطقه تبدیل شده است.

نمایشگاه کتاب بلگراد با حضور گسترده ناشران، نویسندگان، مترجمان، منتقدان، دانشگاهیان و دوست‌داران کتاب از کشورهای مختلف، بستری غنی برای معرفی تازه‌های نشر، ترجمه آثار برجسته و تقویت دیالوگ‌های فرهنگی فراهم می‌آورد.

برنامه‌هایی چون میزگردهای تخصصی، سخنرانی‌ها، جلسات امضای کتاب و کارگاه‌های آموزشی در کنار فعالیت‌های فرهنگی متنوع برای کودکان و نوجوانان، فضای نمایشگاه را سرزنده و متنوع کرده است.

نمایشگاه بین‌المللی کتاب بلگراد نه تنها محوری برای ارتقای فرهنگ کتاب‌خوانی در صربستان و منطقه است، بلکه با نگاهی جهانی، نقش مؤثری در ایجاد پل‌های ارتباطی میان فرهنگ‌های گوناگون ایفا می‌کند و به تقویت جایگاه ادبیات در دیپلماسی فرهنگی معاصر یاری می‌رساند.

میلیون‌ها بازدیدکننده آن را به نقطه‌ای کلیدی برای نشر آثار اسلامی و عربی تبدیل کرده است. سابقه تاریخی و گستردگی مخاطب اعتبار جهانی بالایی برای این نمایشگاه کتاب به همراه آورده است.

۲. نمایشگاه کتاب نایروبی

Nairobi International Book Fair (Kenya)

یکی از رویدادهای مهم فرهنگی و ادبی در شرق آفریقا و کنیاست که از سال ۱۹۹۹ در نایروبی، برگزار می‌شود. این نمایشگاه با هدف ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی، ارتقای ادبیات محلی و بین‌المللی و ایجاد فضایی برای تبادل فرهنگی میان ناشران، نویسندگان و علاقه‌مندان به کتاب از سراسر قاره آفریقا و جهان تشکیل شده است.

این رویداد نقش مؤثری در ارتقای دیپلماسی فرهنگی و تقویت همکاری‌های فرهنگی میان کشورهای آفریقایی و سایر نقاط جهان ایفا می‌کند. علاوه بر معرفی کتاب‌های جدید، برنامه‌های متنوعی چون جلسات گفت‌وگو با نویسندگان، مسابقات داستان‌نویسی، برنامه‌های ویژه کودکان و نوجوانان و مراسم اهدای جوایز ادبی در این نمایشگاه برگزار می‌شود که به ارتقای فرهنگ مطالعه و توسعه ادبیات در منطقه کمک می‌کند. نمایشگاه بین‌المللی کتاب نایروبی پلی مهم برای تبادل ادبی، فرهنگ و اندیشه در قلب قاره آفریقا است و به تقویت جایگاه ادبیات آفریقایی در عرصه جهانی یاری می‌رساند. این نمایشگاه به دلیل حضور ناشران بین‌المللی و تمرکز بر ادبیات آفریقایی، اهمیت ویژه‌ای دارد.

۳. نمایشگاه کتاب کیپ‌تاون

Cape Town Book Fair (South Africa)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای ادبی و فرهنگی در جنوب قاره آفریقا است. این نمایشگاه از زمان آغاز فعالیت خود، بستری مؤثر برای ترویج فرهنگ مطالعه، حمایت از نویسندگان آفریقایی و تقویت صنعت نشر در منطقه فراهم آورده است. از ویژگی‌های آن بازار انگلیسی‌زبان با استانداردهای بین‌المللی، حضور پررنگ ناشران اروپایی و آمریکایی، ایجاد فرصت ارتباط با ناشران دانشگاهی معتبر، هزینه بالای مشارکت نسبت به سایر نمایشگاه‌های آفریقایی، تمرکز نمایشگاه بر ادبیات محلی آفریقایی، وجود زیرساخت‌های حرفه‌ای نمایشگاهی، امکان تعامل با ناشران بین‌المللی مستقر در آفریقا است. این نمایشگاه با حضور ناشران، نویسندگان، مترجمان، تصویرگران، فعالان حوزه آموزش و علاقه‌مندان به کتاب از سراسر آفریقا و جهان، فضایی متنوع و فراگیر برای تبادل اندیشه‌ها، معرفی تازه‌های نشر و گفت‌وگوهای فرهنگی فراهم می‌سازد و همزمان با توجه به میراث ادبی بومی و زبان‌های متنوع آفریقایی، تلاش می‌کند پلی میان سنت‌های روایی محلی و جریان‌های جهانی ادبیات برقرار کند.

در این رویداد تمرکز ویژه‌ای بر موضوعاتی چون عدالت اجتماعی، روایت‌های بومی، تنوع فرهنگی و نقش ادبیات در توسعه پایدار اجتماعی وجود دارد. این نمایشگاه نمادی از پویایی فرهنگی، شکوفایی ادبیات آفریقایی و تعامل بین‌المللی در حوزه نشر است.

۴. نمایشگاه کتاب الجزایر

Algiers International Book Fair (SILA) (Algeria)

یکی از بزرگ‌ترین و معتبرترین رویدادهای فرهنگی در شمال آفریقا و جهان عرب است که هر ساله در شهر الجزیره، برگزار می‌شود. این نمایشگاه از زمان تأسیس خود در سال ۱۹۹۶ تاکنون به عنوان بستری فعال برای ترویج کتاب‌خوانی، معرفی ادبیات عربی و بین‌المللی و توسعه صنعت نشر در منطقه شناخته می‌شود. نمایشگاه کتاب الجزایر با حضور گسترده ناشران داخلی و خارجی، نویسندگان، شاعران، مترجمان، پژوهشگران، دانشگاهیان و علاقه‌مندان به کتاب، فضایی چندزبانه و چندفرهنگی فراهم می‌کند که در آن گفت‌وگوهای ادبی، رونمایی آثار، جلسات نقد و بررسی و برنامه‌های متنوع فرهنگی برگزار می‌شود. این رویداد با تأکید بر تقویت هویت فرهنگی الجزایر و حمایت از زبان‌های عربی، آموزشی و فرانسوی به نقطه تلاقی سنت‌های ادبی بومی و جریان‌های نوین جهانی تبدیل شده است. حضور کشورهای مختلف به عنوان مهمان ویژه در هر دوره، این نمایشگاه را به فرصت مناسبی برای دیپلماسی فرهنگی و تعامل میان ملت‌ها بدل کرده است. نمایشگاه بین‌المللی کتاب الجزایر امروز یکی از قطب‌های اصلی فرهنگی در جهان عرب و آفریقا به شمار می‌رود و نقشی تأثیرگذار در ارتقای جایگاه کتاب و ادبیات در جوامع فراروی خود ایفا می‌کند.

۵. نمایشگاه کتاب کازابلانکا

Casablanca International Book Fair (Morocco)

یکی از رویدادهای برجسته فرهنگی و ادبی در شمال آفریقا و جهان فرانکوفون است. این نمایشگاه هر ساله در کازابلانکا، پایتخت اقتصادی مراکش برگزار و به بستری مهم برای معرفی ادبیات مغربی، عربی و بین‌المللی، گفت‌وگوهای فرهنگی و تقویت صنعت نشر بدل شده است. نمایشگاه کتاب کازابلانکا با حضور ناشران، نویسندگان، شاعران، مترجمان، پژوهشگران و علاقه‌مندان به کتاب از کشورهای مختلف، فضایی چندزبانه و متنوع فراهم می‌آورد.

یکی از ویژگی‌های شاخص نمایشگاه، توجه به زمینه‌های فرهنگی و زبانی مراکش است. همچنین حضور ناشران و نویسندگان کشورهای مهمان، فرصتی برای تقویت دیپلماسی فرهنگی و تبادل بین‌فرهنگی فراهم می‌کند.

نمایشگاه در کنار فعالیت‌های حرفه‌ای نشر توجه ویژه‌ای به مخاطبان عمومی به‌ویژه نوجوانان و کودکان با فضاسازی‌های ویژه، معرفی کتاب‌های کودک، مسابقات کتاب‌خوانی و کارگاه‌های خلاق دارد. این اقدامات کمک می‌کنند تا علاقه به کتاب‌خوانی در میان نسل جوان تقویت شود. این نمایشگاه نه تنها عرصه‌ای برای معرفی ادبیات معاصر و افزایش ارتباطات حرفه‌ای در صنعت نشر است، بلکه نقشی کلیدی در تقویت شناسایی فرهنگ مراکش در سطح جهانی و ارتقای دیپلماسی فرهنگی ایفا می‌کند. این رویداد بر ترجمه و تبادل فرهنگی بین اروپا و آفریقا تأکید دارد.



۶. نمایشگاه کتاب تونس

Tunis International Book Fair (Tunisia)

از سال ۱۹۸۲ تاکنون به عنوان فضایی پویا برای گردهم‌آیی ناشران، نویسندگان، مترجمان، پژوهشگران و علاقه‌مندان به حوزه نشر و ادبیات شناخته می‌شود. این نمایشگاه با حضور ناشرانی از کشورهای عربی، آفریقایی و اروپایی، زمینه مناسبی برای گفت‌وگوهای بین‌فرهنگی و تعاملات بین‌المللی در عرصه نشر فراهم کرده است.

ویژگی بارز نمایشگاه تونس، توجه هم‌زمان به میراث ادبی زبان عربی و فضای چندزبانه کشور تونس است که آن را به محلی برای تلاقی زبان‌ها، سنت‌ها و جریان‌های ادبی معاصر تبدیل کرده است. نمایشگاه تونس، فراتر از یک رویداد صرفاً نشرمحور، نقش مهمی در گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی، معرفی چهره‌های نو در ادبیات عربی و ارتقای دیپلماسی فرهنگی تونس ایفا می‌کند.

۷. نمایشگاه کتاب ابوجا

Abuja International Book Fair (Nigeria)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی و ادبی در غرب آفریقا است. این نمایشگاه که از سال ۲۰۰۱ تاکنون فعالیت خود را آغاز کرده، با هدف ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی، توسعه صنعت نشر و تقویت گفت‌وگوهای فرهنگی در قاره آفریقا به‌عنوان بستری پویا برای ارتباط میان ناشران، نویسندگان، مترجمان، دانشگاهیان، معلمان، دانش‌آموزان و علاقه‌مندان به کتاب از سراسر کشور و فراتر از آن شناخته می‌شود. نمایشگاه کتاب ابوجا، ترکیبی از بازار نشر و فضای گفت‌وگوی فرهنگی است که با برنامه‌هایی چون نشست‌های تخصصی، کارگاه‌های آموزشی، سخنرانی‌ها، جلسات معرفی و امضای کتاب و برنامه‌های ویژه کودکان و نوجوانان همراه است. این رویداد با مشارکت فعال مؤسسات آموزشی، فرهنگی و نهادهای دولتی و خصوصی، جایگاهی مهم در ارتقای سطح

سواد فرهنگی، گسترش دسترسی به کتاب و تقویت تعاملات ادبی دارد. از ویژگی‌های برجسته این نمایشگاه، توجه به زبان‌ها و فرهنگ‌های متنوع نیجریه‌ای از جمله زبان‌های «یوروبا»، «ایگبو» و «هوسا» و همچنین تلاش برای معرفی ادبیات معاصر آفریقا و فراهم‌کردن فرصت تعامل با نویسندگان و ناشران بین‌المللی است. ابوجا در سال‌های اخیر با اجرای طرح‌هایی چون «پایتخت کتاب نیجریه» و برنامه‌هایی با محوریت نقش کتاب در وحدت ملی، گام‌های مهمی در جهت تقویت دیپلماسی فرهنگی برداشته است. نمایشگاه بین‌المللی کتاب ابوجا با فراهم‌کردن فضایی باز و متنوع، بستری مهم برای گفت‌وگوهای فرهنگی، توسعه بازار نشر در آفریقا و ارتقای جایگاه کتاب در زندگی عمومی جامعه است. در کل می‌توان گفت که نمایشگاهی رو به رشد است که بر ادبیات انگلیسی‌زبان و نویسندگان نیجریه‌ای تمرکز دارد.

۸. نمایشگاه کتاب آکرا

Accra International Book Fair (Ghana)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی و ادبی نسبتاً جدید است که به ترویج ادبیات آفریقایی و حمایت از نویسندگان محلی می‌پردازد. این رویداد در سال‌های اخیر مورد توجه ناشران بین‌المللی قرار گرفته و از سال ۲۰۰۶ تاکنون به عنوان بستری پویا برای معرفی تازه‌های نشر، ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی و گفت‌وگو میان اهل قلم و علاقه‌مندان شناخته می‌شود.

فضای نمایشگاه آکرا ترکیبی از غرفه‌های فروش کتاب، نشست‌های تخصصی، رونمایی آثار، کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های فرهنگی است. همچنین بخش‌های جانبی همچون مسابقه داستان‌نویسی کوتاه، شعرخوانی (Poetry Slam) و نمایشگاه تصویرگری کتاب کودک به جذابیت‌های نمایشگاه می‌افزایند.

نمایشگاه بین‌المللی کتاب آکرا با تأکید بر ادبیات غنایی، از جمله آثاری

۱۱. نمایشگاه کتاب حراره

Harare International Book Fair

یکی از باسابقه‌ترین و مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی در جنوب قاره آفریقا است که هر ساله در پایتخت زیمبابوه برگزار می‌شود و از زمان تأسیس خود در سال ۱۹۸۳، نقش محوری در ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی، حمایت از صنعت نشر بومی و تقویت گفت‌وگوهای فرهنگی و ادبی در منطقه ایفا کرده است.

نمایشگاه کتاب حراره محلی برای گردهمایی نویسندگان، ناشران، مترجمان، هنرمندان، دانشگاهیان و علاقه‌مندان به کتاب از کشورهای مختلف آفریقایی و دیگر نقاط جهان است. این رویداد با تمرکز بر مسائل ادبی، آموزشی و اجتماعی، فضای گسترده‌ای را برای معرفی کتاب‌های جدید، تبادل تجربیات در حوزه نشر، و بررسی چالش‌های پیش‌روی صنعت کتاب فراهم می‌کند.

این رویداد نه تنها بستری برای توسعه تعاملات بین‌فرهنگی در قاره آفریقا است؛ بلکه به عنوان یکی از نهادهای پایداری فرهنگی در برابر چالش‌های اقتصادی و سیاسی نیز شناخته می‌شود. این نمایشگاه بیشتر بر ادبیات محلی و منطقه‌ای تمرکز دارد و در سال‌های اخیر تلاش کرده تا حضور بین‌المللی خود را گسترش دهد.

رتبه‌بندی معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب آمریکای شمالی و جنوبی بر اساس اعتبار بین‌المللی

در قاره آمریکا، از «آلاسکا» تا «تیرا دل فوئگو» صنعت نشر با تنوعی خیره‌کننده از صداها و فرهنگ‌ها در حال شکوفایی است. نمایشگاه‌های کتاب این منطقه بازتابی از این گوناگونی فرهنگی هستند. از غول‌های نشر جهانی در آمریکای شمالی تا جنبش‌های ادبی نوظهور در آمریکای لاتین در این نمایشگاه‌ها حضور دارند. این رتبه‌بندی بر اساس معیارهای کلیدی شامل حضور ناشران بین‌المللی، حجم مبادلات حقوق نشر، تأثیر فرهنگی و نوآوری‌های صنعت نشر تنظیم شده است.

نمایشگاه‌ها در آمریکای شمالی اغلب قطب‌های تجاری نشر با حضور بازیگران اصلی این صنعت هستند و در آمریکای لاتین بیشتر کانون‌های فرهنگی و ادبی با تأکید بر هویت منطقه‌ای محسوب می‌شوند. ترکیب منحصربه‌فرد بازارهای بزرگ نشر و جنبش‌های ادبی پیشرو در قاره آمریکا، نقش حیاتی در ترویج ادبیات به زبان‌های اسپانیایی و پرتغالی در سطح جهانی ایفا می‌کند و سبب ظهور نمایشگاه‌های تخصصی با تمرکز بر جوامع بومی و مسائل اجتماعی می‌شود.

این رتبه‌بندی با وجود دقت در معیارها، نسبی است و ممکن است سالانه تغییر کند. آنچه ثابت می‌ماند، نقش حیاتی این نمایشگاه‌ها در شکل‌دهی به گفتمان ادبی نیمکره غربی و ایجاد پل‌های فرهنگی میان جهان انگلیسی‌زبان و آمریکای لاتین است؛ از نمایشگاه کتاب «نیویورک» به عنوان نماد صنعت نشر تجاری تا نمایشگاه کتاب «گوادالاخارا» به عنوان جشنواره فرهنگ عامه، این فهرست تلاش دارد تنوع خارق‌العاده صحنه نشر در قاره آمریکا را به تصویر بکشد.

به زبان انگلیسی و زبان‌های محلی مانند «آکان» و «ایوی» نقشی کلیدی در تقویت هویت فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی غنا ایفا می‌کند. حضور گسترده مخاطبان جوان، مشارکت نهادهای آموزشی و فرهنگی و دعوت از کشور یا منطقه مهمان در هر دوره، این نمایشگاه را به فرصتی استثنایی برای تبادل فرهنگی و گسترش شبکه‌های حرفه‌ای در صنعت نشر تبدیل کرده است.

۹. نمایشگاه کتاب دارالسلام

Dar es Salaam International Book Fair (Tanzania)

رویدادی فرهنگی با اهمیت فزاینده در شرق آفریقا است که هر ساله در پایتخت اقتصادی تانزانیا یعنی دارالسلام، برگزار می‌شود. فضای نمایشگاه کتاب دارالسلام ترکیبی چندوجهی از وجود غرفه‌های فروش آثار متنوع، نشست‌های تخصصی درباره نشر و ادبیات، رونمایی کتاب، کارگاه‌های آموزشی مرتبط با مهارت‌های نوشتن و ترجمه و برنامه‌های فرهنگی برای کودکان و نوجوانان است. این رویداد با مشارکت ناشران محلی و بین‌المللی و همچنین نهادهای فرهنگی، ادبی و آموزشی برگزار می‌شود.

یکی از ویژگی‌های این نمایشگاه توجه ویژه به زبان‌ها و فرهنگ‌های بومی تانزانیا، اعم از سواحیلی تا زبان‌های اقوام کوچک‌تر و نیز ادبیات معاصر آفریقا است. حضور نویسندگان و مترجمان سراسر قاره، بخش فرهنگی متنوعی را ایجاد کرده که به تبادل دیدگاه‌ها و روایت‌ها کمک شایانی می‌کند. این رویداد با نقش‌آفرینی در دیپلماسی فرهنگی منطقه‌ای و جهانی، توانسته جایگاه خود را در میان رویدادهای برجسته ادبی قاره تثبیت کند. این نمایشگاه بیشتر بر کتاب‌های سواحیلی‌زبان و انگلیسی‌زبان تمرکز دارد و نقش مهمی در معرفی ادبیات شرق آفریقا ایفا می‌کند.

۱۰. نمایشگاه کتاب آدیس‌آبابا

Addis Ababa International Book Fair (Ethiopia)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی در شرق آفریقا و اتیوپی است که هر ساله با هدف گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی، تقویت زیرساخت‌های نشر و فراهم‌سازی فضایی برای تبادل فرهنگی و ادبی میان نویسندگان، ناشران، مترجمان و علاقه‌مندان به کتاب برگزار می‌شود.

نمایشگاه کتاب آدیس‌آبابا به مرور جایگاه خود را در میان نمایشگاه‌های معتبر آفریقایی تثبیت کرده و بستری پویا برای معرفی آثار ادبی معاصر، ادبیات بومی اتیوپی و همچنین نشر بین‌المللی فراهم آورده است. از ویژگی‌های برجسته این نمایشگاه؛ مشارکت دانشگاه‌ها، نهادهای فرهنگی، سفارت‌خانه‌ها و موسسات بین‌المللی است که در کنار ناشران محلی، فضای چندزبانه و چندفرهنگی این رویداد را تقویت می‌کنند. توجه به زبان‌های بومی چون «امهری»، همراه با کتاب‌های انگلیسی‌زبان و فرانسوی‌زبان، نشان‌دهنده تلاش برای گفت‌وگو و همزیستی فرهنگی در این نمایشگاه است.

این رویداد با بهره‌گیری از ظرفیت‌های غنی فرهنگی و ادبی شرق آفریقا، به عنوان پل ارتباطی میان سنت ادبی آفریقا و جریان‌های نوگرایی ادبی جهان عمل می‌کند.



۱. نمایشگاه بین‌المللی کتاب گوادالاخارا

Guadalajara International Book Fair – (FIL)

یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین نمایشگاه‌های کتاب در جهان اسپانیایی‌زبان است که از سال ۱۹۸۷ برگزار می‌شود. این نمایشگاه میزبان ناشران از سراسر آمریکای لاتین، اسپانیا و سایر کشورهاست و هر سال یک کشور مهمان ویژه دارد. جوایز مهمی مانند جایزه FIL ادبیات نیز در این رویداد اهدا می‌شود.

۲. نمایشگاه کتاب آمریکا

BookExpo America – (BEA)

بزرگ‌ترین رویداد صنعت نشر در ایالات متحده است و هر سال در شهرهای مختلفی مانند نیویورک و شیکاگو برگزار می‌شود. ناشران بزرگ جهانی، نویسندگان مشهور و فعالان صنعت کتاب در آن حضور دارند.

۳. نمایشگاه بین‌المللی کتاب بوگوتا

Bogotá International Book Fair – (FILBo)

از مهم‌ترین نمایشگاه‌های کتاب در آمریکای جنوبی است که از سال ۱۹۸۸ در کلمبیا برگزار می‌شود و هر سال میزبان بیش از ۵۰۰ هزار بازدیدکننده است. این رویداد بر ادبیات آمریکای لاتین و تبادلات فرهنگی تمرکز دارد.

۴. نمایشگاه کتاب مونترال

Montreal Book Fair

بزرگ‌ترین رویداد کتاب در کانادا است که در آن کتاب‌های انگلیسی و فرانسوی عرضه می‌شود.

۵. نمایشگاه بین‌المللی کتاب بوئنوس آیرس

Buenos Aires International Book Fair – (Feria del Libro)

بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب در جهان اسپانیایی‌زبان از نظر تعداد بازدیدکننده (حدود ۱ میلیون نفر در سال) که از سال ۱۹۷۵ برگزار می‌شود و محلی برای معرفی جدیدترین آثار ادبیات آرژانتین و آمریکای لاتین است.

۶. نمایشگاه کتاب میامی

Miami Book Fair – (MBF)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای ادبی در جنوب ایالات متحده است و به دلیل حضور نویسندگان لاتین و انگلیسی‌زبان شهرت دارد.

۷. نمایشگاه کتاب ساؤپائولو

São Paulo International Book Fair (Bienal do Livro)

بزرگ‌ترین رویداد کتاب در برزیل که هر دو سال یکبار برگزار می‌شود و میزبان ناشران بین‌المللی و نویسندگان مشهور برزیلی است. این نمایشگاه نقش مهمی در ترویج ادبیات پرتغالی‌زبان دارد.

۸. نمایشگاه کتاب لیما

Lima International Book Fair – (FIL Lima)

مهم‌ترین نمایشگاه کتاب در پرو که هر ساله ناشران اسپانیایی‌زبان و نویسندگان آمریکای لاتین را گرد هم می‌آورد. این رویداد در تقویت ادبیات پرویی نقش مهمی دارد.

۹. نمایشگاه بین‌المللی کتاب هاوانا

Feria Internacional del Libro de La Habana – (FILH)

یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی آمریکای لاتین در کوبا است که کتاب‌های اسپانیایی‌زبان را ترویج می‌کند و میزبان نویسندگان سرشناس منطقه است.

۱۰. نمایشگاه بین‌المللی کتاب سانتیاگو

Feria Internacional del Libro de Santiago – (FILSA))

یکی از قدیمی‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌های کتاب آمریکای لاتین که از سال ۱۹۸۱ در شیلی برگزار می‌شود. این رویداد با تمرکز بر ادبیات اسپانیایی‌زبان، میزبان ناشران بین‌المللی و نویسندگان مطرح منطقه است و پلتفرمی کلیدی برای مبادلات حقوق نشر بین کشورهای اسپانیایی‌زبان محسوب می‌شود.

ادامه مطلب را در صفحه ۶۸ بخوانید

مطالعه موردی؛ صنعت نشر ایران در آسیای مرکزی بذرهای در باد

روسیه: سلطه زیرساختی و میراث زبانی

روسیه به واسطه میراث شوروی، همچنان بازیگر اصلی بازار کتاب در آسیای مرکزی محسوب می‌شود. طبق گزارش Times of Central Asia (2024) بیش از ۹۰٪ کتاب‌های فروخته شده در قزاقستان وارداتی هستند و بخش عمده‌ای از آن‌ها از روسیه تأمین می‌شود. برخی از ناشران قزاقی، مهاجرت ناشران روسی به قزاقستان (به دلیل تحریم‌های اعمال شده از زمان جنگ اوکراین علیه روسیه) و تسلط آن‌ها بر بازار نشر را به عنوان ابزاری برای استعمار فرهنگی تلقی کرده‌اند.

ترکیه: نفوذ فرهنگی از مسیر زبان و نمایشگاه‌های کتاب

ترکیه با بهره‌گیری از اشتراکات زبانی و فرهنگی با کشورهای ترک‌زبان منطقه، حضور پررنگی در نمایشگاه‌های کتاب آسیای مرکزی دارد. به عنوان مثال در نمایشگاه بین‌المللی کتاب آستانه ۲۰۲۵، ترکیه یکی از کشورهای اصلی حاضر بود. طبق گزارش Eurasianet (2025) ترکیه با ترجمه آثار ادبی، توسعه پلتفرم‌های نشر دیجیتال و حمایت دولتی، جایگاه خود را در بازار نشر منطقه تثبیت کرده است. همچنین، سازمان کشورهای ترک‌زبان به عنوان بازوی فرهنگی ترکیه در منطقه عمل می‌کند.

عربستان سعودی: نشر دینی و سرمایه‌گذاری هدفمند

عربستان سعودی با تمرکز بر نشر منابع دینی و عربی، به ویژه در حوزه آموزش اسلامی در برخی کشورهای آسیای مرکزی نفوذ فرهنگی ایجاد کرده است. طبق گزارش Monsha'at SME Monitor (2024)، عربستان در حال جذب ناشران منطقه‌ای و بین‌المللی برای تقویت تولید فرهنگی داخلی و صادرات منابع دینی است. همچنین توافق‌نامه‌های دوجانبه نیز با کشورهایمانند پاکستان برای ترجمه قرآن و آموزش دینی در منطقه امضا کرده است.

ایران: ظرفیت بالقوه و چالش‌های ساختاری

ایران به رغم اشتراکات فرهنگی با کشورهای آسیای مرکزی، نتوانسته حضور مؤثری در بازار نشر منطقه داشته باشد. طبق گزارش Institute for East Strategic Studies (2025)، در نشست تخصصی با حضور پژوهشگران منطقه، بر لزوم تقویت عمق راهبردی فرهنگی ایران در آسیای مرکزی تأکید شده است. همچنین، گزارش راهبردی Rasanah (2025) نشان می‌دهد که

آسیای مرکزی با کشورهایی چون قزاقستان، قرقیزستان، ترکمنستان، تاجیکستان و ازبکستان یکی از مناطق استراتژیک برای جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌رود. کشورهای این منطقه پیوندهای تمدنی مهمی با ایران دارند و در نقشه ایران فرهنگی و کشورهای حوزه تمدنی نوروز (کشورهایی که سال نوی سنتی آن‌ها با نوروز و جشن نوروز آغاز می‌شود) قرار می‌گیرند. اتحاد استراتژیک با این کشورها مستلزم گسترش قدرت نرم ایران در این منطقه است.

با وجود اشتراکات فرهنگی، زبانی و تاریخی میان ایران و کشورهای آسیای مرکزی، صنعت نشر ایران هنوز نتوانسته است جایگاه مؤثری در بازار کتاب این منطقه کسب کند. در مقابل، کشورهایی چون روسیه، ترکیه و عربستان سعودی با بهره‌گیری از دیپلماسی فرهنگی، ترجمه گسترده منابع و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های نشر این کشورها، حضور خود را تثبیت کرده‌اند. در مقابل اما صنعت نشر ما با چالش‌هایی چون ضعف در ترجمه منابع و نبود زیرساخت‌های توزیع بین‌المللی مواجه است. رقابت فرهنگی اصلی در بازار نشر آسیای مرکزی میان کشورهای روسیه، ترکیه و عربستان رخ می‌دهد. در ادامه تحلیلی از این رقابت ارائه می‌شود.

رقابت قدرت‌ها در منطقه مانع بازیابی نفوذ فرهنگی ایران شده است.

اسرائیل: حضور محدود اما هدفمند

اگرچه اسرائیل بازیگر اصلی بازار نشر آسیای مرکزی نیست، اما تلاش‌هایی برای ورود به این حوزه داشته است. طبق گزارش (2024) Taub Center صادرات خدمات آموزشی اسرائیل در سال ۲۰۲۴ رشد قابل توجهی داشته و بخشی از آن به کشورهای آسیای مرکزی اختصاص یافته است. داده‌های مرکز آمار اسرائیل نیز این روند را تأیید می‌کنند.

متخصصان چه می‌گویند؟

گابیت کنوسف؛ پژوهشگر مؤسسه مطالعات معاصر دانشگاه ملی اوراسیا (آستانه، قزاقستان) و تحلیل‌گر مرکز مجازی Bilig Brains آسیای مرکزی، پیش‌تر به سال ۲۰۲۰ طی گفت‌وگویی مطبوعاتی درباره نگاه ایران به منطقه آسیای مرکزی چنین گفته بود: «منافع ایران در آسیای مرکزی بسیار محدود است. ایران علاقه‌مند به داشتن روابط دوستانه و برابر است هرچند از نظر ظرفیت‌های نظامی، اقتصادی مردمی خود به جمع ظرفیت‌های کلیه کشورهای منطقه برتری دارد. تهران امتیازهای اقتصادی یا منافع دیگر را از قبال تعاملات و همکاری‌های خود با سایر کشورها همچون پاکستان، عراق یا ترکیه به دست می‌آورد. این کشورهای آسیای مرکزی هستند که باید منفعت خود را در همکاری با ایران ببینند. به نظرم برای دستیابی به سطح بالای روابط دوجانبه؛ تهران باید سرمایه کلان در این منطقه بگذارد که البته هیچ تناسبی با منفعت احتمالی این روابط ندارد.»

«کنوسف» بحث را این‌گونه ادامه داده بود: «در کشورها و مناطقی که ایرانیان به دنبال منافع باشند، تهران نسبت به سرمایه‌گذاری‌های جدی اقدام می‌کند. برای مثال، چند شبکه تلویزیونی ایرانی وجود دارد که برنامه‌هایی را به زبان‌های انگلیسی و عربی تولید و پخش می‌کنند. حتی شبکه‌هایی به زبان‌های اردو، بلوچی، ترکی و کردی نیز دایر هستند، در مقابل اما ایران شبکه تلویزیونی به زبان روسی ندارد. همچنین برنامه‌های رسانه‌ای برای آسیای مرکزی تنها به یک رادیوی قزاقی محدود می‌شود.»

روسیه به واسطه میراث شوروی، همچنان بازیگر اصلی بازار کتاب در آسیای مرکزی محسوب می‌شود

این پژوهشگر، سرمایه‌گذاری فرهنگی ایران در آسیای مرکزی را نیز محدود خوانده و گفته بود: «ایران در همکاری‌های فرهنگی – اجتماعی با کشورهای منطقه آسیای مرکزی سرمایه‌گذاری کلان نخواهد کرد و سرمایه حداقلی خواهد گذاشت و این روند ادامه خواهد یافت تا زمانی که کشورهای آسیای مرکزی علاقه جدی خود را نسبت به همکاری با ایران نشان دهند.» او همچنین نکته مهمی را نیز به این مضمون بیان کرد که دولت‌های آسیای مرکزی خودشان باید قدرت نرم داشته باشند.

اما پرویز قاسمی؛ دیپلمات عرصه فرهنگ که سابقه حضور در قرقیزستان را به‌عنوان نماینده فرهنگی ایران دارد، درباره نمایشگاه‌های

* جدول مقایسه‌ای حضور فرهنگی در بازار نشر آسیای مرکزی

کشور	نوع منابع غالب	زبان ترجمه	ابزار نفوذ فرهنگی
روسیه	علمی، ادبی، آموزشی	روسی	زیرساخت آموزش، زبان رسمی
ترکیه	ادبی، فرهنگی	ترکی	نمایشگاه‌ها، نشر دیجیتال
عربستان سعودی	دینی اسلامی	عربی	مدارس دینی، منابع مذهبی
ایران	ادبی، تاریخی	فارسی (ترجمه محدود)	اشتراکات فرهنگی، ظرفیت بالقوه
اسرائیل	علمی آموزشی	روسی / انگلیسی	پروژه‌های آموزشی، دیپلماسی



نگران‌کننده کتاب، چاپ و نشر و مشکلاتی که ناشران با آن دست‌به‌گریبان هستند؛ هنوز هم محدود ناشرانی -در حد کمتر از انگشتان یک دست- وجود دارند که همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند.»

این متخصص حوزه فرهنگ آسیای مرکزی درباره ارائه محصولات فرهنگی ایران در این کشورها گفت: «در بیشکک (پایتخت قرقیزستان) سال‌هاست نمایندگی انتشارات بین‌المللی الهدی فعالیت می‌کند. ساختمان این شعبه تعمیر و بازسازی و دوباره راه‌اندازی شد. این شعبه اکنون به‌صورت فروشگاه عرضه کتاب و صنایع و محصولات فرهنگی ایران تحت عنوان «کافه گلستان» فعالیت دارد. به نظر من ابتکار این انتشارات در بیشکک تلاشی درخور برای ورود به بازار کتاب و محصولات فرهنگی در گستره آسیای مرکزی است و امیدواریم مدیریت آن در بیشکک با تأمین و عرضه آثار و محصولات

ممتاز و متنوع ایرانی، بتواند جای پای را برای کشورمان در این حوزه باز کند. قطع به یقین چنانچه بتوان آثار و محصولات باکیفیت ایرانی را با رعایت ملاحظات و اقتضائات محیطی و استانداردهای محلی در دسترس قرار داد در فاصله زمانی نه‌چندان زیاد می‌توانیم دورنمایی از استقبال و بازخوردها یا تعمیم آن به فعالیت‌های مشابه در دیگر مناطق آسیای مرکزی و روس زبان ترسیم کنیم و ارائه دهیم. آنچه اکنون در بیشکک شاهد هستیم تنها یک کافه یا فروشگاه صرف عرضه کتاب و محصولات فرهنگی نیست؛ بلکه تقریباً شبیه به برخی انتشاراتی‌های معتبر روسیه همچون «بیبلیا گلوبوس»

کتاب در کشورهای آسیای مرکزی به «راویان فرهنگ» گفت: «آمارها میزان سواد و سرانه مطالعه در میان مردمان کشورهای شوروی سابق را بالا نشان می‌دهند ولی وضعیت در حوزه رویدادهای بین‌المللی کتاب فرق می‌کند،

چراکه این آمارها بیش از همه در آیین‌های رونمایی کتاب جلوه و ظهور پیدا می‌کنند. از میان کشورهای شوروی سابق شاید بتوان روسیه فدراتیو، روسیه سفید و قزاقستان و حتی ازبکستان در آسیای مرکزی را در زمره کشورهایی قرار داد که نمایشگاه بین‌المللی کتاب در آن‌ها نسبت به بقیه کشورهای این حوزه رواج بیشتری دارد و مورد استقبال قرار می‌گیرد. نمایشگاه بین‌المللی کتاب روسیه در شهریور هرسال و حتی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تفکری روسیه را می‌توان به‌عنوان مصداقی مورد اشاره قرار داد.»

وی افزود: «در بسیاری از کشورهای آسیای مرکزی، نمایندگی‌ها و شعبات ناشران معتبر

روسیه فعالیت دارند و بخش بزرگی از نیازهای بازار کتاب این کشورها از طریق این ناشران و شعبات و فروشگاه‌های آنان تأمین می‌شود. فروشگاه‌های کتاب ترکیه هم در برخی کشورهای ترک‌زبان این منطقه حضور دارند، اما با توجه به آشنایی مردم منطقه با زبان روسی و سهولت ارتباط آن‌ها با کتاب از طریق این زبان، هنوز هم سهم کتاب‌ها و منشورات روسی در کشورهای آسیای مرکزی بالاست و اقبال زیادی به آن‌ها می‌شود.»

قاسمی وضعیت صنعت نشر قرقیزستان را نیز به‌اختصار این‌گونه توضیح داد: «در قرقیزستان علی‌رغم ضعف بنیه اقتصادی و وضعیت

آثار نویسندگان و مفاخر ادبی ایران همیشه مورد اقبال مردم در کشورهای شوروی سابق و حوزه روس زبان بوده و هست



راهکارهای پیشنهادی

بازار نشر آسیای مرکزی، علاوه بر فرصت‌های اقتصادی، بستری برای تقویت دیپلماسی فرهنگی و نفوذ نرم ایران محسوب می‌شود. در شرایطی که کشورهای رقیب با برنامه‌ریزی دقیق و سرمایه‌گذاری هدفمند در حال گسترش حضور خود هستند، ایران باید با بازنگری در سیاست‌های فرهنگی و نشر بین‌المللی، جایگاه خود را در این بازار احیا کند. ترجمه منابع، توسعه زیرساخت‌های نشر دیجیتال، همکاری با ناشران محلی و افزایش حمایت دولتی، از جمله اقدامات ضروری برای تحقق این هدف هستند. غفلت از این حوزه، به معنای واگذاری یکی از مهم‌ترین میدان‌های فرهنگی منطقه به رقبا خواهد بود.

- با توجه به مباحثی که مطرح شد، موارد زیر به مسئولان فرهنگی پیشنهاد می‌شود:
- ۱- ترجمه هدفمند منابع ایرانی به زبان‌های ازبکی، تاجیکی، ترکمنی و قزاقی به‌ویژه در حوزه‌های ادبیات، علوم انسانی، تاریخ و فلسفه (با توجه به نیازسنجی کشور مقصد)؛
 - ۲- ایجاد مراکز نشر مشترک با ناشران محلی برای چاپ و توزیع آثار ایرانی؛
 - ۳- حضور فعال در نمایشگاه‌های کتاب منطقه‌ای و ایجاد شبکه‌های فرهنگی با ناشران و نویسندگان محلی؛
 - ۴- توسعه نشر دیجیتال و راه‌اندازی پلتفرم‌های کتاب الکترونیکی با زبان‌های محلی.

است که اجرای برخی برنامه‌های ادبی - فرهنگی همچون شب‌های شعر و ادب و نشست‌های ادبی و رونمایی‌ها و حتی آموزش زبان فارسی نیز در آن پیش‌بینی شده است.)

به باور قاسمی باید فعالیت‌های صورت گرفته در عرضه ترجمه و معرفی آثار ایرانی به کشورهای آسیای مرکزی را مورد آسیب‌شناسی دقیق قرار داد؛ زیرا «بدون تردید در این حوزه کارهای بسیاری انجام شده است ولی کیفیت آن، قابل فهم بودن زبان ترجمه برای مخاطب کشور هدف و اینکه چه میزان توانسته‌ایم آثار ترجمه و منتشرشده را به دست مخاطب اصلی خود برسانیم؛ نیازمند بررسی و آسیب‌شناسی است. عرضه یا توزیع کتاب در دنیای امروز روش‌های خاص خود را دارد و دسترسی به بازارها و سکویای عرضه کتاب در هر کشور مستلزم شناخت این روش‌هاست. تا این

کار صورت نگیرد، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم اثر فاخر ایرانی ترجمه و منتشر شود یا بهترین کیفیت آن در پلتفرم‌ها یا فروشگاه‌های اصلی عرضه کتاب در کشورهای هدف به آسانی در دسترس قرار گیرد. البته محدود آثار نویسندگان و مفاخر ادبی ایران همیشه مورد اقبال مردم در کشورهای شوروی سابق و حوزه روس زبان بوده و هست؛ آثاری همچون عمر خیام و حتی شاهنامه فردوسی که کار و زحمت ترجمه و معرفی آنان عمدتاً توسط ایران‌شناسان، شرق‌شناسان و ناشران شوروی سابق صورت گرفته است.)

**بازار نشر آسیای مرکزی،
علاوه بر فرصت‌های
اقتصادی، بستری برای
تقویت دیپلماسی فرهنگی
و نفوذ نرم ایران محسوب
می‌شود**

دبیر اجرایی طرح گرنت ایران نوشت

طرحی برای تقویت صنعت نشر ایران در عرصه بین الملل

علیرضا نوری زاده؛ دبیر اجرایی طرح «گرنت» ایران در یادداشت مختصری به معرفی و دستاوردهای این طرح در ایران پرداخته است: طرح «گرنت» (پژوهانه) با هدف تقویت صنعت نشر ایران در حوزه بین الملل، افزایش و تسهیل روابط فرهنگی از طریق فعالان صنعت نشر، کمک به حضور فعال، مؤثر و پایدار فعالان نشر در بازارهای جهانی و نیز معرفی نویسندگان، ناشران و تصویرگران ایرانی در سطح بین المللی از سال ۹۴ شروع به کار کرد.

حمایت در این طرح با الگو گرفتن از مدل های جهانی «گرنت»، به صورت تأمین بخشی از هزینه ترجمه کتاب به ناشر خارجی صورت می پذیرد و بر اساس آن طبق قرارداد «کپی رایت» که ناشر خارجی با ناشر ایرانی منعقد می کند، تمامی فرآیندهای طرح به صورت الکترونیکی (ثبت نام، داوری و اعلام نتایج) از طریق سامانه مربوط صورت می گیرد.

پس از اعلام نتایج، ناشر خارجی اقدام به چاپ کتاب کرده و پنج نسخه از کتب چاپ شده را برای دبیرخانه طرح ارسال می کند. دبیرخانه پس از کارشناسی درباره گرافیک و نوع چاپ کتابها، نسبت به پرداخت هزینه حمایتی اقدام می کند.

بر اساس شیوه نامه اجرایی طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایرانی در بازار جهانی، این حمایت به ناشران خارجی تعلق می گیرد که اقدام به ترجمه و انتشار کتاب ایرانی چاپ شده در داخل کشور و دارای مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در موضوعات ادبیات، هنر، اسلام شناسی و ایران شناسی و کودک و نوجوان کنند.

تاکنون بیش از ۵۲۰ عنوان کتاب از بیش از ۶۰ ناشر داخلی و ۴۶ ناشر از کشورهای جهان و به ۲۳ زبان مورد حمایت قرار گرفته اند. بیشینه مبلغ حمایتی پرداخت شده ۱۰۰۰ یورو برای کتاب کودک و ۳۰۰۰ یورو برای کتاب های بزرگسال و رمان بوده است.

رسالت اصلی طرح گرنت معرفی آثار منتشره نویسندگان ایرانی به دنیا است. این طرح در حال حاضر بهترین راه برای معرفی آثار برجسته زبان فارسی در خارج از ایران است و مزیتی برای ناشران و آژانس های ادبی به شمار می رود؛ زیرا این امکان را برای ناشران فراهم کرده است تا بتوانند گامی به سمت بین المللی شدن برخی از کتابها بردارند. علاوه بر آن با حمایت های صورت گرفته در قالب این طرح، ناشران ترغیب شدند کتاب های خود را در استانداردهای بین المللی به جهان معرفی کنند و به سمت چاپ آثاری بروند که ظرفیت جهانی شدن دارد. دبیرخانه طرح نیز با حمایت از نویسندگان از طریق عرضه کتابهایشان در سایر کشورها، زمینه نامزد شدن در جوایز بین المللی ادبی را فراهم آورده است.

آغاز سنت

پیش از آن که انقلاب صنعتی چهره اروپا را دگرگون کند، دو شهر آلمانی فرانکفورت و لایپزیگ در قلب تحولات فرهنگی و نشر کتاب قرار داشتند. نمایشگاه‌های کتاب در این دو شهر نه تنها محل دادوستد آثار چاپی بودند؛ بلکه به مراکز تبادل اندیشه، زبان، و نوآوری نیز تبدیل شدند. اما ویژگی‌های جذاب این دو نمایشگاه پیشاصنعتی چه بود؟



فرانکفورت: آغازگر سنت نمایشگاهی کتاب

نخستین نمایشگاه کتاب فرانکفورت (آلمان) در سال ۱۴۸۵ برگزار شد، تنها چند دهه پس از اختراع چاپ با حروف متحرک توسط «یوهانس گوتنبرگ». این نمایشگاه به سرعت به یکی از مهم‌ترین رویدادهای نشر در اروپا تبدیل شد و نقش کلیدی در گسترش کتاب‌خوانی ایفا کرد. فرانکفورت به دلیل موقعیت جغرافیایی‌اش در مرکز اروپا، محل تلاقی ناشران، کتاب‌فروشان و نویسندگان از سراسر قاره بود. در قرن‌های ۱۶ و ۱۷، کاتالوگ‌های نمایشگاه به صورت چاپی منتشر می‌شدند و شامل لیست کتاب‌هایی بودند که در نمایشگاه عرضه می‌شدند. این کاتالوگ‌ها امروزه منابع ارزشمندی برای پژوهشگران تاریخ نشر محسوب می‌شوند. نمایشگاه فرانکفورت نه تنها محل فروش کتاب؛ بلکه بستری برای تبادل علمی، فلسفی و دینی بود. بسیاری از آثار اصلاح‌طلبان مذهبی و روشنفکران رنسانس از طریق این نمایشگاه منتشر و پخش شدند. این رویداد به شکل‌گیری شبکه‌های نشر فراملی کمک کرد و موجب شد کتاب‌ها از مرزهای زبانی و جغرافیایی عبور کنند.

لایپزیگ: رقیب فرهنگی و علمی فرانکفورت

در قرن ۱۷، شهر لایپزیگ (آلمان) به سرعت رشد کرد و نمایشگاه کتاب آن به رقیبی جدی برای فرانکفورت تبدیل شد. با وجود آن که فرانکفورت قدمت بیشتری داشت، لایپزیگ توانست با زیرساخت‌های بهتر و حمایت دانشگاهی، جایگاه ویژه‌ای در نشر اروپا پیدا کند. لایپزیگ میزبان یکی از قدیمی‌ترین دانشگاه‌های آلمان بود که موجب جذب نویسندگان و دانشمندان به نمایشگاه کتاب آن می‌شد. برخلاف فرانکفورت که بیشتر جنبه تجاری داشت، نمایشگاه لایپزیگ رنگ‌وبوی علمی و فرهنگی بیشتری به خود گرفت و به مکانی برای بحث‌های روشنفکری تبدیل شد. به عبارتی برنامه‌های جنبی - فرهنگی در لایپزیگ بسیار گسترده‌تر از فرانکفورت بود. در قرن ۱۸، بسیاری از ناشران ترجیح می‌دادند آثار خود را ابتدا در لایپزیگ عرضه کنند؛ چرا که مخاطبان آن بیشتر اهل مطالعه و نقد بودند. این ویژگی باعث شد لایپزیگ به مرکزی برای نشر آثار فلسفی، علمی و ادبی تبدیل شود. این مسئله نشان‌دهنده ضرورت برنامه‌های جنبی - فرهنگی برای نمایشگاه‌های کتاب است.

رقابت و هم‌افزایی فرهنگی

جالب اینجاست که این دو نمایشگاه نه تنها با هم رقابت می‌کردند، بلکه به نوعی مکمل یکدیگر نیز بودند. فرانکفورت با شبکه گسترده تجاری‌اش، کتاب‌ها را به بازارهای مختلف اروپا می‌رساند؛ در حالی که لایپزیگ با تمرکز بر کیفیت و محتوا، به ارتقای سطح علمی و فرهنگی نشر کمک می‌کرد. در برخی دوره‌ها، ناشران ابتدا در لایپزیگ کتاب را معرفی می‌کردند و سپس در فرانکفورت آن را به فروش می‌گذاشتند. این چرخه باعث شد که کتاب‌خوانی در اروپا از یک فعالیت نخبه‌گرایانه به یک فرهنگ عمومی تبدیل شود و این تجربه را می‌توان اکنون نیز در پیش گرفت. به عبارتی ابتدا کتاب‌ها باید به خوبی معرفی شده و در ادامه در چرخه فروش قرار بگیرند. به طور کل اما؛ نمایشگاه‌های کتاب فرانکفورت و لایپزیگ پیش از انقلاب صنعتی، نقش بنیادینی در شکل‌گیری صنعت نشر مدرن داشتند. آن‌ها نه تنها محل فروش کتاب، بلکه بستری برای تبادل اندیشه، زبان و فرهنگ بودند. این دو شهر نشان دادند که حتی پیش از ظهور ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های مدرن، قدرت کلمه می‌تواند جهان را به حرکت درآورد.

نمایش و صادرات کتاب در تمدن اسلامی



این صنعت شامل مراحل زیر بود:

- تألیف توسط نویسندگان
- ترجمه آثار یونانی، فارسی و هندی
- نسخه برداری توسط وراقان در مراکز علمی
- تزئین و صحافی کتاب‌ها برای عرضه در بازار

نمایش کتاب در بازارها و کتابخانه‌ها

بازارهای کتاب در شهرهای بزرگ اسلامی محل عرضه عمومی کتاب بودند.

کتابخانه‌ها نیز نقش مهمی در نمایش و نگهداری کتاب داشتند:

- بیت‌الحکمه در بغداد: مرکز ترجمه و نگهداری آثار علمی
- کتابخانه فاطمیان در قاهره: دارای بیش از ۱۰۰,۰۰۰ جلد کتاب
- دارالعلم در قرطبه: محل تجمع علما و دانش‌پژوهان

صادرات کتاب و تبادل علمی

ترجمه و انتقال دانش: ترجمه آثار علمی به عربی و سپس به زبان‌های اروپایی، یکی از مهم‌ترین مسیرهای صادرات فکری جهان اسلام بود. آثار ابن سینا، فارابی و رازی از طریق اندلس و سیسیل به اروپا منتقل و در دانشگاه‌های قرون وسطی تدریس شدند.

صادرات فیزیکی کتاب: کتاب‌ها به صورت فیزیکی از مراکز علمی جهان اسلام به دربارها و مراکز علمی دیگر منتقل می‌شدند که گاهی نیز در قالب هدایای دیپلماتیک بود.

نقش صنعت کاغذ: ورود صنعت کاغذ از چین به جهان اسلام از طریق سمرقند، باعث تحول در تولید کتاب شد. کاغذ جایگزین پوست حیوانات شد و تولید کتاب را ارزان‌تر و گسترده‌تر کرد. این تحول زمینه‌ساز صادرات بیشتر کتاب به مناطق مختلف شد.

تمدن اسلامی از آغاز شکل‌گیری خود، توجهی عمیق به کتاب، دانش و نشر علمی داشته است. از بغداد تا قرطبه، کتابخانه‌ها، بازارهای کتاب و مراکز نسخه‌برداری، به عنوان نهادهای فرهنگی و اقتصادی عمل می‌کردند. در شهرهای بزرگ اسلامی بازارهایی مخصوص کتاب‌فروشان به نام «سوق الوراقین» وجود داشت که نه تنها محل فروش کتاب، بلکه محل تجمع نسخه‌برداران، خوش‌نویسان و اهل علم نیز بود. در بغداد دوره عباسی، بازار وراقان در کنار کتابخانه دارالحکمه نقش مهمی در عرضه کتاب‌های علمی، فلسفی و دینی ایفا می‌کرد. در ایران نیز، به‌ویژه در دوره صفویان، بازارهای کتاب فعال بودند. کتاب‌فروشان در این بازارها کتاب‌های فارسی، عربی و ترکی را عرضه می‌کردند و گاه به آماده‌سازی نسخه‌های نفیس برای دربار یا مدارس علمیه می‌پرداختند. مسلمانان به‌جز اهتمام به تولید کتاب در صادرات آن به دیگر تمدن‌ها و جهانی‌سازی دانش نیز کوشا بودند و اصولاً یکی از جنبه‌های کمتر شناخته‌شده تمدن اسلامی، صادرات کتاب است. این صادرات نه تنها شامل کتاب‌های علمی و دینی، بلکه شامل آثار ادبی، فلسفی و تاریخی نیز می‌شد. کتاب‌های عربی از طریق کاروان‌های تجاری به شهرهایی مانند «تیمبوکتو و جنه» (امروزه در مالی) و «کانو» (امروزه در نیجریه) منتقل می‌شدند و در مدارس اسلامی این مناطق مورد استفاده قرار می‌گرفتند. در غرب آفریقا، کتاب نه تنها کالای علمی بلکه نماد منزلت اجتماعی بود. در دوره‌های ممالیک و عثمانی، کتاب‌های عربی و فارسی به مناطق بالکان، آناتولی و آسیای مرکزی صادر می‌شدند.

شواهد نشان می‌دهند که کتاب یکی از کالاهای ارزشمند در تجارت فرهنگی بوده است، هرچند که عدد دقیقی از میزان درآمد حاصل از آن ارائه نشده است. نسخه‌های خطی نفیس، به‌ویژه در حوزه‌های دینی و فلسفی، گاه با قیمت‌های بالا خرید و فروش می‌شدند. در بازارهای کتاب، نسخه‌برداران و خوش‌نویسان درآمد قابل توجهی از تولید و فروش کتاب داشتند، هرچند این درآمد بیشتر در قالب اقتصاد خرد فرهنگی تعریف می‌شد تا تجارت کلان. اروپای آن دوران (یعنی تا پیش از اختراع چاپ) کتاب‌ها بیشتر در صومعه‌ها و مراکز علمی تولید و مبادله می‌شدند و مسئله‌ای به اسم تجارت و صادرات کتاب تعریف شده نبود و تجاری شدن صادرات کتاب عمدتاً پس از اختراع چاپ صورت گرفت.

تمدن اسلامی پیش از مدرنیته، نه تنها در تولید کتاب پیشرو بود، بلکه در نمایش و صادرات آن نیز ساختارهایی پیچیده و مؤثر داشت. جریان تولید و توزیع کتاب در تمدن اسلامی در قالب خرده صنعت‌هایی به روش‌های زیر صورت می‌گرفت:

صنعت کتابت و نسخه‌برداری

در نبود چاپ، کتاب‌ها به صورت دستی توسط وراقان نوشته می‌شدند.



گفت‌وگو با مرتضی کاردر؛ مدیر انتشارات هرمس

زمینه‌های تعامل با ناشران خارجی وجود ندارد

بدون شک همه فعالان صنعت نشر ایران اذعان دارند که یکی از مهم‌ترین کارها برای برون‌رفت از مشکلات فعلی حضور در بازارهای جهانی است؛ زیرا آورده اقتصادی این بازار شکوفایی زیادی به همراه خواهد داشت. هیچ‌کس این نکته را انکار نمی‌کند و تلاش برخی از ناشران در این سال‌ها برای حضور در نمایشگاه‌های کتاب در جای‌جای جهان گواه این مدعاست؛ اما اینکه چرا با وجود این تلاش‌ها، راهی - حداقل برای حضور در بازار کشورهای فارسی‌زبان یا کشورهای دارای «دیاسپورا» ی (جوامع دور از وطن) ایرانی زیاد - باز نمی‌شود پرسشی بنیادین است که نیاز به بحث‌های بنیادین دارد. در گفت‌وگو با مرتضی کاردر؛ مدیرعامل نشر هرمس تلاشی کرده‌ایم برای ورود به این بحث که در ادامه می‌خوانید.



■ بحث درباره حضور در بازارهای جهانی را باید از چه نقطه‌ای آغاز کرد؟

مسائل زیادی را می‌شود در این باره مطرح کرد، اما کلیدی‌ترین نکته این است که به نظرم در سال‌های اخیر، اساساً زمینه‌ها برای برقراری ارتباط و شکل‌گیری تعامل با ناشران خارجی یا وجود نداشته یا به حداقل رسیده است. دست‌کم، زمانی که در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، شماری از ناشران خارجی یا نمایندگان آن‌ها شرکت می‌کردند و زمینه‌های ارتباط شکل می‌گرفت؛ در گام اول شاهد بودیم که آن‌ها چه کتاب‌هایی را با چه کیفیت‌هایی از چه نویسندگانی تولید کرده و سراغ آثار ناشران ایرانی آمده‌اند. ولی در سال‌های اخیر به‌مرور زمان این ارتباط کمتر و کمتر شد.

اگر نمایشگاه کتاب تهران را با نمونه‌های مثلاً منطقه‌ای یا بین‌المللی در کشورهای دیگر مقایسه کنیم، درمی‌یابیم که این نمایشگاه، حتی از معیارهای خودش در دهه ۷۰ و حتی سال‌های آغازین دهه ۸۰ هم فاصله گرفته و عقب مانده است. در سال‌های اخیر، شرکت ناشران کشورهای همسایه به حداقل رسید و هرچند تلاش‌هایی برای باقی ماندن این ارتباط صورت گرفت، اما مفید نبود و به نتیجه نرسید. زمانی که شرکت ناشران عربی و کشورهای چون ترکیه و افغانستان در نمایشگاه به‌شدت کم‌رنگ شده است، نمی‌توانیم سراغ گام‌های بعدی برویم.

باید تعاملی در سطح منطقه رخ دهد و اتفاقاتی را موجب شود تا در ادامه بتوانیم به فراتر از منطقه فکر کنیم.

■ کیفیت حضور در نمایشگاه‌های کتاب بین‌المللی را چگونه می‌بینید؟ آیا تأثیری در معرفی نشر ایران به بازارهای جهانی داشته است؟

اول باید ببینیم این حضور به چه صورت و در کدام نمایشگاه‌ها است؟ گاهی این حضور فردی است و ناشران خود اقدام به این کار می‌کنند و گاهی هم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی زمینه‌هایی را برای حضور گسترده‌تر و تاندازه‌ای نظام‌مندتر ناشران فراهم می‌کند. حضور برخی ناشران در نمایشگاه‌های کتاب خارجی با برنامه مشخص و روشن صورت می‌گیرد و تعدادی از ناشران دولتی و حاکمیتی نیز با نماینده‌ای در غرفه رسمی ایران حضور می‌یابند که گاهی مفید و گاهی بی‌نتیجه است. به‌جز برخی استثناها، این حضور عمدتاً بسیار رسمی بوده و برای همین زمینه‌ساز تعاملی ویژه نشده است. اگر خلاف این بود، باید نشانه‌هایش در نشر امروز ایران دیده می‌شد و استمرار می‌یافت؛ اما این اتفاق رخ نداده و بیشتر کارهای انجام‌شده فردی و برای شناسایی کتاب‌ها یا رایزنی برای خرید رایت و... بوده است.

■ بنابراین علی‌رغم این حضور هنوز نتوانسته‌ایم در معرفی آثار معاصر فارسی کار ویژه‌ای انجام دهیم...

باید در نمایشگاه‌های خارجی با برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری درستی شرکت کنیم تا بتوانیم متن‌هایی را از زبان فارسی ارائه دهیم که زمینه‌های پذیرش در کشورهای مقصد را داشته باشند. لازم است بررسی کنیم که در بازار داخلی چه کتاب‌هایی قابلیت حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی را دارند و باید در غرفه ایران عرضه شوند؛ در بسیاری موارد میراث ملی مورد اتفاق ما در غرفه ایران عرضه نمی‌شوند. به نظرم پیش از اینکه به شکل‌های حضور گسترده‌تر ایران

باید در نمایشگاه‌های خارجی با برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری درستی شرکت کنیم تا بتوانیم متن‌هایی را از زبان فارسی ارائه دهیم که زمینه‌های پذیرش در کشورهای مقصد را داشته باشند

کنوانسیون برن؛ پاسپورت جهانی حقوق مؤلف



وقتی سخن از حقوق نویسندگان و هنرمندان به میان می‌آید، نام «کنوانسیون برن» یکی از نخستین‌هاست. این پیمان بین‌المللی در سال ۱۸۸۶ در شهر برن سوئیس متولد شد و امروز بیش از ۱۸۰ کشور جهان عضو آن هستند. فلسفه اصلی‌اش ساده است: آثار ادبی و هنری باید در سراسر جهان به همان اندازه‌ای حمایت شوند که در کشور خالقشان مورد حمایت قرار می‌گیرند.

یکی از اصول کلیدی برن، حمایت خودکار است؛ یعنی به محض خلق اثر، حقوق پدیدآورنده به رسمیت شناخته می‌شود و نیازی به ثبت رسمی نیست. اصل دیگری که اهمیت دارد، برابری آثار خارجی و داخلی است. مثلاً اگر یک نویسنده ایرانی کتابش را در کشور عضو کنوانسیون منتشر کند، آن اثر باید درست مانند آثار نویسندگان بومی آن کشور مورد حمایت قرار گیرد. همین اصل است که کنوانسیون برن را به «پاسپورت جهانی حقوق مؤلف» تبدیل کرده است.

از نظر مدت زمان، حمایت معمولاً ۵۰ سال پس از مرگ مؤلف ادامه دارد، هرچند برخی کشورها این بازه را طولانی‌تر در نظر گرفته‌اند. برای عکس‌ها، فیلم‌ها و آثار دیگر نیز مقررات ویژه‌ای تعریف شده است.

کنوانسیون برن؛ البته استثنائاتی را نیز مجاز می‌داند، به‌ویژه در آموزش و پژوهش. این استثنائات باید محدود باشند و منافع مشروع مؤلف را خدشه‌دار نکنند؛ اصلی که به «آزمون سه‌گام» معروف است.

این کنوانسیون با وجود قدمتی بیش از یک قرن و اصلاحاتی که در طول زمان داشته، امروزه با چالش‌های دنیای دیجیتال روبه‌روست؛ جایی که انتشار آثار به شکلی بی‌سابقه آسان شده است. با این حال، پیام اصلی آن همچنان روشن است: حقوق خالق اثر باید در هر نقطه جهان به رسمیت شناخته شود.

در نمایشگاه‌های خارجی فکر کنیم، باید همین مسائل ساده را حل کنیم تا نتایج بهتری را شاهد باشیم.

■ پیوستن یا نپیوستن ایران به کنوانسیون‌های بین‌المللی حقوق نشر و مؤلف چه اثری در حضور باکیفیت در نمایشگاه‌های بین‌المللی دارد؟

شاید تا زمانی که به کنوانسیون نپیوندیم، خرید رایت الزام‌آور نباشد. ممکن است به لحاظ قانونی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نهادهای تصمیم‌گیرنده و نظارتی نتوانند از حق ناشی که رایت کتاب را از یک ناشر خارجی یا آژانس مربوط خریده است در مقابل ناشران دیگری که غیرقانونی اقدام به ترجمه و انتشار همان کتاب می‌کنند، دفاع کنند؛ ولی می‌توان این زمینه را فراهم کرد که تا زمان پیوستن به کنوانسیون، این موضوع جنبه اخلاقی و حرفه‌ای به خود بگیرد. برخی از ناشران اکنون این کار را انجام می‌دهند و در واقع دارند خود را در سطح دیگری تعریف می‌کنند.

اما در باب فواید حضور با وجود وضعیت فعلی، باید دید که کدام ناشران به نمایندگی از ایران حضور پیدا می‌کنند؟ گاهی اوقات حضور یک فرد به‌خودی‌خود می‌تواند بر بخش یا مجموعه‌ای از نشر ایران تأثیر بگذارد؛ اما گاهی اوقات اگر آن فرد حتی راهنمایی و هدایت هم شود و از بدنه نشر و آگاه به همه مسائل هم باشد در عالی‌ترین سطح هم نمی‌تواند مفید باشد و مؤثر عمل کند، چه در فرانکفورت، چه بولونیا و چه در نمایشگاه‌های دیگر.

بنابراین ابتدا باید دید که چه کسانی قرار است حضور داشته باشند؟ نمی‌توان گفت که مثلاً چون در فرانکفورت موضوع بیشتر روی خرید و فروش حقوق آثار استوار است و ما قوانین جهانی را نپذیرفته‌ایم، حضورمان بی‌معناست و فایده‌ای دربر ندارد. بالاخره حضور در هر نمایشگاهی یک دستاورد حداقلی مانند ارائه تصویری از نشر دنیا به حاضران در نمایشگاه دارد.

■ آیا این حضور ضرورتاً نیاز به حمایت دولت دارد؟

خیر؛ نیاز به حمایت دولتی ندارد اما دولت می‌تواند حضور ناشران، نویسندگان یا مهمانان دیگر از صنعت نشر ایران در این نمایشگاه‌ها را تسهیل کند و ریزنی‌هایی برای دریافت آسان روادید انجام دهد. گرفتن روادید از اکثر کشورها با دشواری‌های بسیار همراه است. خانه کتاب و ادبیات ایران به نمایندگی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند تسهیلاتی را برای حضور ناشران و اهالی صنعت نشر ایران در نمایشگاه‌های خارجی فراهم کند. در این گفت‌وگو همه سؤالات شما به‌گونه‌ای بود که هم می‌توان به آن‌ها پاسخ مثبت و هم پاسخ منفی داد. به‌هرحال بایدی در این زمینه وجود ندارد، اما اگر قرار است نشر ایران رشد کند و بهترین ناشران ایرانی در عرصه‌های بین‌المللی حاضر باشند، باید تسهیلاتی را برایشان فراهم کرد؛ به‌ویژه در زمینه گرفتن روادید از نظام‌های سیاسی آن کشورها.

گزارشی از روند اجرای طرح حمایتی «گرنِت»*

در عصر کنونی که مرزهای جغرافیایی به واسطه فناوری‌های ارتباطی رنگ‌باخته و تعاملات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی درهم تنیده شده‌اند؛ قدرت نرم به عنوان یکی از ارکان اصلی سیاست فرهنگی کشورها مطرح است. این میان، کتاب به عنوان کهن‌ترین و پایدارترین رسانه فرهنگی، همچنان جایگاه بی‌بدیلی در انتقال اندیشه، شکل‌دهی به افکار عمومی و گسترش گفت‌وگو میان ملت‌ها دارد. طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایرانی در بازارهای جهانی (گرنِت) در همین چارچوب و با هدف تحکیم پیوندهای فرهنگی، معرفی میراث فکری و هنری ایران و گسترش زبان و ادبیات فارسی در عرصه بین‌الملل شکل گرفت. این طرح با حمایت از ترجمه و انتشار آثار ایرانی در بازارهای جهانی، تلاش کرده است ایران را به بازیگری فعال در نقشه جهانی کتاب بدل سازد. باین‌حال، پرسش اساسی این است: «آیا این طرح توانسته به اهداف راهبردی خود دست یابد؟ و در صورت وجود چالش‌ها، چه راهکارهایی برای ارتقای کارآمدی آن ضروری است؟»

تحلیل روند عملکرد؛ از صعود تا افول

بررسی داده‌های آماری سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که عملکرد این طرح با نوسانات چشمگیری همراه بوده است.

دوره رشد (۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸)

در سال‌های ابتدایی، شاخص‌های عملکردی طرح روندی صعودی داشتند. تعداد کتاب‌های بررسی‌شده از ۸۰ عنوان در سال ۱۳۹۶ به ۱۵۰ عنوان در سال ۱۳۹۸ افزایش یافت که رشدی ۷۸ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین، تعداد ناشران خارجی از ۴ ناشر به ۱۴ ناشر رسید که حاکی از تقویت شبکه همکاری‌های بین‌المللی است.

افت شدید در ۱۳۹۹

با آغاز همه‌گیری کرونا و محدودیت‌های ناشی از آن، شاخص‌های عملکردی به شدت کاهش یافتند. تعداد کتاب‌های بررسی‌شده به ۴۳ عنوان کاهش پیدا کرد (افت ۷۱ درصدی) و میزان حمایت مالی نیز به نصف رسید. این مسئله بیانگر آسیب‌پذیری ساختار طرح در برابر بحران‌های جهانی است.

بازگشت نسبی در ۱۴۰۰

سال ۱۴۰۰، نقطه عطفی در بازگشت نسبی طرح بود. تعداد کتاب‌های مصوب با ۴۷ درصد افزایش نسبت به سال قبل به ۳۱ عنوان رسید. همچنین میزان حمایت مالی به ۳۵ میلیارد ریال افزایش یافت که جهشی عظیم را نشان می‌دهد.

افول دوباره در سال‌های اخیر

از سال ۱۴۰۲ به بعد، روند نزولی بار دیگر شدت گرفت. در سال ۱۴۰۲، تنها ۹ عنوان کتاب برای حمایت مورد تصویب قرار گرفت. این وضعیت در سال ۱۴۰۳ نیز ادامه یافت. چنین کاهش شدیدی نشان‌دهنده مشکلات ساختاری، محدودیت منابع مالی و ضعف در تداوم سیاست‌های حمایتی است.

گسترده‌ی جغرافیایی و زبانی ترجمه آثار ایرانی

یکی از مهم‌ترین شاخص‌های موفقیت هر برنامه حمایتی در حوزه نشر بین‌الملل، میزان تنوع زبانی و گستره جغرافیایی آثار ترجمه‌شده است. بر اساس داده‌های موجود، طرح «گرنِت» ایران تاکنون انتشار آثار ایرانی را در ۲۳ زبان بین‌المللی پوشش داده است. از جمله این زبان‌ها می‌توان به انگلیسی، ایتالیایی، فرانسوی، آلمانی، اسپانیایی، سوئدی، ژاپنی و نیز زبان‌های منطقه‌ای و بومی همچون عربی و ارمنی اشاره کرد. در بُعد جغرافیایی، این طرح توانسته حضور خود را به ۳۲ کشور گسترش دهد؛ کشورهایی از قاره‌های مختلف از جمله کره جنوبی، چین، تایوان، ترکیه، تایلند، دانمارک، گواتمالا، مالزی، الجزایر، مصر، روسیه، قزاقستان، سوریه، ارمنستان، پاکستان و کشورهای آمریکای لاتین. این گستره وسیع نشان‌دهنده ظرفیت بالقوه طرح در معرفی فرهنگ و ادبیات ایرانی در بازارهای متنوع جهانی است. باین‌حال، باید توجه داشت که توزیع آثار در این کشورها عمدتاً وابسته به همکاری‌های موردی بوده و فاقد شبکه توزیع پایدار و ساختارمند است.

تصمیم دقیقه نودی نگیریم



صنعت نشر ایران در طول یک دهه گذشته تجربه‌های موفقی از تعامل با ناشران دیگر کشورها را از سر گذرانده است. یکی از این تجربه‌ها تعامل با ناشران ژاپنی است. حسین دیوسالار رایزن سابق ایران در ژاپن بوده و هم اکنون معاونت توسعه همکاری‌های علمی و فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی را عهده‌دار است. با او گفت‌وگویی داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

تجربه ارزشمندی بود، چرا که نشان داد مشارکت در حوزه هنر و ادبیات می‌تواند نتایج ماندگاری داشته باشد. کتاب‌های دیگری نیز با همکاری ژاپن ترجمه و منتشر شد که نشان می‌دهند با همکاری مشترک می‌توان حوزه هنری و ادبی ایران را به مخاطب معرفی کرد.

تجربه نشان داد که انتشار آثار به صورت مشترک، هم تسهیل در دسترسی و هم کیفیت کار را بالا می‌برد. بسیاری از کتاب‌ها وقتی در ایران چاپ می‌شوند، ممکن است توزیع گسترده‌ای نداشته باشند، اما وقتی ناشر ژاپنی و خارجی همراه می‌شود، خودش مسئولیت توزیع و معرفی را برعهده می‌گیرد.

در مجموع می‌توان گفت که کتاب، نشریه و سایر محصولات فرهنگی نقش بسیار مهمی در دیپلماسی فرهنگی دارند و اگر با ترجمه مناسب، هدف گذاری دقیق و توزیع گسترده همراه باشند، می‌توانند تمدن و فرهنگ ایران را به بهترین شکل معرفی کنند.

■ می‌دانیم که امروزه صادرات کتاب به صورت فیزیکی کمرنگ تر شده است و ناشران کشور مبدأ حق ترجمه و انتشار آثار خود را به ناشران کشور مقصد واگذار می‌کنند. چرا صنعت نشر ایران در این روش با مشکل مواجه است؟ با شما موافقم که انتشار فیزیکی در کشور مقصد، می‌تواند بسیار مناسب باشد.

در بحث رایت و نشر بین‌الملل، یکی از ضعف‌های ما این است که ابزار ارتباطی و تعاملات لازم برای معرفی آثار را به خوبی فراهم نکرده‌ایم. این مسئله نیازمند بستر سازی است و به صورت مقطعی اتفاق نمی‌افتد. ناشران ایرانی باید انگیزه درونی و خودجوش برای حضور در عرصه بین‌الملل داشته باشند. همان‌طور که هر ناشر مسئول مالی، ناظر کیفی چاپ یا مسئول بازاریابی دارد، باید فردی هم داشته باشد که با اصول نشر بین‌الملل آشنا باشد؛ کسی که بتواند کتاب‌ها را متناسب با مخاطب خارجی تعریف و عرضه کند.

از سوی دیگر معتقدم حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی نباید یک اقدام مقطعی و محدود به چند روز باشد. نمایشگاه‌هایی مثل فرانکفورت، هند، ابوظبی و دیگر کشورها فرصتی هستند برای بهره‌برداری از ارتباطاتی که باید در طول سال ایجاد شود. اگر ناشر در طول سال با عرصه بین‌المللی ارتباط نداشته باشد، در آن چند روز نمایشگاه هم نتیجه چندان نمی‌گیرد. این یک نقص جدی است که نیازمند محتوای باکیفیت، شناخت دقیق مخاطب، ترجمه

■ در ژاپن تعامل با ناشران برای ترجمه و انتشار آثار ایرانی صحیح‌ترین راه برای حضور صنعت نشر ایران در بازارهای دیگر کشورها به شمار می‌رود. اگر موافق باشید بحث را درباره همین موضوع شروع کنیم.

محصولات فرهنگی و خلاق با نگاه ایرانی - اسلامی ما پیوند دارند و از مهم‌ترین محورهای دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شوند. تمدن و هویت ایرانی ظرفیت آن را دارد که در عرصه بین‌الملل موجب ایجاد تعامل و ارتباطات گسترده شوند. پیش‌نیاز این مهم شناخت متقابل دولت‌ها و ملت‌ها از یکدیگر است؛ یعنی همان چیزی که در ادبیات از آن با عنوان «معارفه و تعامل» میان ملت‌ها یاد می‌شود. نتیجه چنین رویکردی گسترش ارتباطات و تبادلات میان کشورها خواهد بود.

یکی از موضوعات محوری در این عرصه، کتاب است. کتاب را می‌توان از مهم‌ترین مولفه‌ها برای معرفی فرهنگ هر کشور به ویژه ایران با داشتن فرهنگ و تمدن غنی با تاریخی طولانی دانست. شرط لازم این است که کتاب‌ها ترجمه مناسب، معرفی درست و توزیع مطلوب با توجه به شرایط و وضعیت هر کشوری داشته باشند؛ بنابراین هم ترجمه خوب و هم توزیع مناسب ضروری است. کتاب باید به شکل‌های مختلف اعم از نسخه فیزیکی، دیجیتالی و صوتی در دسترس قرار گیرد. در همه کشورها سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و رایزنان فرهنگی تلاش می‌کنند آثار فاخر مکتوب به بهترین شکل به مخاطب خارجی معرفی شود و بخش خصوصی یا سازمان‌های دیگر می‌کوشند آثار خود را به مخاطب برسانند.

موضوع ترجمه و انتشار کتاب بسیار مهم است. باید نسبت به ترجمه آثار ایرانی دقت و رفتار درستی داشته باشیم. مترجمان داخلی نقش مهمی دارند؛ اما برای اینکه کتاب به مخاطب خارجی برسد، لازم است ناشران خارجی هم وارد عمل شوند. دسترسی به توزیع گسترده و فراگیر دشوار خواهد بود. اما اگر ناشران خارجی در ترجمه و چاپ اثر مشارکت داشته باشند، کتاب هم در قالب چاپی و هم دیجیتالی و صوتی منتشر می‌شود در سبد فرهنگی کشور میزبان قرار می‌گیرد. نمونه‌هایی مثل طرح «تاپ» و طرح «گرن» دقیقاً با این هدف طراحی شده‌اند.

به مناسبت نودمین سال روابط ایران و ژاپن نیز کتاب «۴۷۰۰ مایل، هنر، پُل ارتباط ایران و ژاپن» را به زبان فارسی و ژاپنی منتشر کردیم. در این کتاب، آثار حدود ۸۰ هنرمند ایرانی و ژاپنی گردآوری شد. این

مناسب و ارتباطات پیش، حین و پس از انتشار است. البته نمی‌توان گفت ایران در این زمینه ناموفق بوده است. چه در بخش دولتی و چه خصوصی، کتاب‌های بسیاری از ایران در دنیا چاپ و ترجمه شده است، اما با بهره‌گیری از ابزارهای نوین مانند هوش مصنوعی، می‌توانیم روند جدیدی در این عرصه ایجاد کنیم.

■ با توجه به تجربه‌های خودتان در ژاپن بفرمایید که بهترین شیوه برای حضور در نمایشگاه‌های کتاب دیگر کشورها چیست؟

وقتی به ژاپن رفتم، ژاپنی‌ها تصمیم گرفته بودند نمایشگاه بین‌المللی کتاب برگزار نکنند. علت عدم برگزاری به دو دلیل بود؛ یکی کیفیت پایین در بخش درآمدزایی و دیگری شیوع کرونا که برگزاری نمایشگاه‌ها را متوقف کرد با این وجود، ژاپن کشوری کتاب‌محور است و صنعت انیمه آنها هزاران میلیارد درآمد دارد. باید مشارکت جدی ناشران بخش خصوصی را فراهم کرد. لازم است دستگاه‌های مسئول برنامه‌ریزی کنند و فراخوان بدهند تا ناشران بخش خصوصی در قالب مشارکتی حضور پیدا کنند. انجمن‌های فرهنگی و ادبی و آژانس‌های ادبی هم می‌توانند در این زمینه کمک کنند. بخش دولتی باید بیشتر نقش حمایتی داشته باشد تا نقش اجرایی مستقیم. اگر ناشر خصوصی شرکت کند، می‌تواند نمایندگی بخش دولتی را هم بر عهده داشته باشد.

یکی از مهم‌ترین موضوعات، تقویت عرضه دیجیتال است. نمایشگاه‌های امروز باید امکان تبادل دیجیتال کتاب را فراهم کنند. مشکل دیگر، زمان‌بندی است. معمولاً در دقیقه نود تصمیم گرفته می‌شود که در نمایشگاهی حضور پیدا کنیم و به همین دلیل جایگاه مناسب برای عرضه و جذب مخاطب از دست می‌رود. گاهی غرفه‌ها در حاشیه قرار می‌گیرد و دیده نمی‌شود. این ضعف بزرگی است. باید از ماه‌ها قبل تصمیم بگیریم تا در کانون توجه نمایشگاه حضور داشته باشیم. نکته دیگر تبلیغات است. کتاب باید تبلیغ شود تا دیده شود. البته ایران در برخی نمایشگاه‌ها حضور موفق داشته است؛ چه در فروش و چه در ارائه و میزبانی در غرفه‌ها؛ اما این موفقیت‌ها موردی بوده و به برنامه‌ریزی بلندمدت وابسته نبوده است. اگر بخواهیم حضور مؤثرتری در نمایشگاه‌های آینده داشته باشیم، باید با دقت و برنامه‌ریزی اقدام کرد. باید بخش خصوصی را ترغیب و حمایت کنیم تا با کتاب‌های خوب و باکیفیت در نمایشگاه‌های بین‌المللی حضور یابد.

■ به طور کل روند صادرات محصولات فرهنگی ایران به دیگر کشورها را چگونه می‌بینید و عمده مشکلات این حوزه را چه مواردی می‌دانید؟

باید این واقعیت را بپذیریم که ادبیات مرتبط با «صادرات فرهنگی» در ایران سابقه طولانی ندارد. نگاه غالب در گذشته بیشتر بر مبنای حمایت دولتی بود؛ یعنی تصویری شد که دولت باید یارانه بدهد، ترجمه را تأمین مالی کند یا هزینه حمل‌ونقل محصول فرهنگی از جمله کتاب را بپردازد. این در حالی است که در کشورهای پیشرو، خیلی زودتر به صادرات فرهنگی به عنوان یک مبنای جدی صادرات و اقتصاد فرهنگ توجه شده است. برای مثال، صنعت فیلم در ایران سابقه بیشتری دارد و مازمانی که فیلم‌هایمان در خارج اکران می‌شد یا فروخته می‌شد، باز هم اسمش را صادرات فرهنگی نمی‌گذاشتیم. اما امروز این ادبیات شکل گرفته و صادرات فرهنگی مثل صادرات هر کالای اقتصادی دیگری در حال پیگیری است. البته آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های ما در این حوزه تازه‌اند.

یکی از مهم‌ترین نقدها این است که بسیاری از محصولات فرهنگی ما در گذشته اصلاً قابلیت عرضه در خارج را نداشتند. تولید می‌شدند، اما مخاطب خارجی نداشتند. اما امروز آیین‌نامه‌ها و رویکردها تغییر کرده و این نگاه به وجود آمده که محصول فرهنگی باید از ابتدا برای ارائه در عرصه بین‌الملل طراحی و تولید شود.

نکته دوم سرمایه‌گذاری است. وقتی یک محصول تجاری قرار است صادر شود، سرمایه‌گذاری سنگینی برای آن به اشکال مختلف انجام می‌شود. اما در حوزه فرهنگی چنین سرمایه‌گذاری کلانی کمتر دیده می‌شود. صنعت فیلم ما به همین دلیل در عرصه بین‌الملل موفق بوده است، چون سرمایه‌گذاری صورت گرفته، فیلم‌ها مخاطب دارند و خریدار پیدا می‌کنند. اما در حوزه کتاب و سایر محصولات فرهنگی، هنوز سرمایه‌گذاری کلان اتفاق نیفتاده است. اگر چنین سرمایه‌گذاری انجام شود، هم تولید بهبود می‌یابد و هم ارائه در عرصه بین‌الملل تسهیل می‌شود. خوشبختانه امروز این نگرش در حال شکل‌گیری است و همه به این نتیجه رسیده‌اند که باید محصولات فرهنگی را هم مثل فرش یا دیگر صنایع با سرمایه‌گذاری درست به بازار جهانی برد.

■ در طرح‌های تاپ و گرنت که برای همین موضوع راه‌اندازی شده‌اند، چقدر به موضوع درآمدزایی توجه می‌شود؟

گاهی در طرح «تاپ» لازم است مشارکت مالی با ناشر خارجی داشته باشیم. برای مثال، اگر پروژه‌ای ۱۰ هزار یورو هزینه داشته باشد، سهم ما می‌تواند به یک سوم کاهش یابد.

به نظر من، در حوزه ترجمه و نشر، رویکردها در حال تغییر است، به‌ویژه با ورود پدیده جدیدی به نام «هوش مصنوعی». معلوم نیست که روش‌های سنتی ترجمه همچنان جوابگو باشند، اما فعلاً مسیر سنتی و جدید در کنار هم پیش می‌روند و برخی ناشران از ظرفیت هوش مصنوعی استفاده می‌کنند. نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نیز یکی از ظرفیت‌های مهم برای ارائه طرح تاپ و گرنت است. در این نمایشگاه، ناشران خارجی حضور پیدا می‌کنند، مذاکرات خوبی انجام می‌شود و حجم قابل توجهی از قراردادهای رایت میان کشورها شکل می‌گیرد.

البته همان مشکلاتی که در زمینه نمایشگاه‌ها و تبادل آثار وجود دارد، در مورد طرح «تاپ» هم مطرح است. برای موفقیت، نیاز به حضور جدی و میدانی داریم. نمونه‌اش همکاری با چین است؛ پروژه‌ای که در آن طی ده سال، تعداد قابل توجهی از کتاب‌های ایرانی با مشارکت آن‌ها به زبان چینی ترجمه، چاپ و توزیع می‌شود و همچنین کتاب‌های متعددی از چین نیز در ایران منتشر خواهند شد. این تفاهم دوسویه از نتایج طرح «تاپ» است.

تصور این بود که اگر کتابی فاخر در داخل چاپ شود، می‌توان آن را در کارتن بسته‌بندی کرد و با هواپیما به کشورهای دیگر فرستاد و توزیع کرد، اما این روش هزینه‌های بسیار بالایی داشت و عملاً کتاب‌ها در شبکه توزیع کشور مقصد قرار نمی‌گرفتند و اثر ماندگار نداشت.

امروز اما با تغییر رویکرد، ناشران خارجی مسئولیت چاپ و توزیع را برعهده می‌گیرند. هرچند چاپ در ژاپن و بسیاری از دیگر کشورها چند برابر هزینه چاپ در تهران است؛ اما چون وقتی کتاب در سیستم نشر یک کشور وارد شود، ده‌ها سال بعد در تاریخ نشر آن کشور ثبت، قابل جستجو و البته قابل دسترسی خواهد بود.

درباره حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب خارجی

باید سؤال را تغییر داد

■ سید محمد طباطبایی؛ مشاور معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
در حوزه راهبردهای ارتباطی و امور رسانه‌ای



صغراکبرا چیدن ندارد، سؤال‌ها واضح و مشخص است؛ آیا ما باید در نمایشگاه‌های کتاب خارجی حضور پیدا کنیم؟ چرا باید حضور پیدا کنیم؟ چه تأثیری برای نشر ما دارد؟ اگر باید حضور پیدا کنیم الزامات و ملاحظات آن چیست؟

پاسخ به این سؤال‌ها البته نیازمند دسترسی به اطلاعات دقیق و دانستن سوابق حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب خارجی در حداقل بیست سال اخیر است. اینکه برای هر حضور به‌طور میانگین چند درصد از بودجه هزینه شده؟ چند کتاب و نویسنده در نمایشگاه حضور داشته‌اند؟ و چند تفاهم‌نامه همکاری امضا شده است؟ چند تبادل کتاب انجام شده و چند قرارداد ترجمه معکوس امضا شده است؟ و ... با این‌همه بر اساس تجربه حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی و نیز اخبار و گزارش‌های منتشرشده می‌توان نگاهی به حضور ایران در نمایشگاه‌های خارجی داشت که شاید پاسخ سؤال‌های طرح‌شده در ابتدای این یادداشت داده شود.

۱. هدف از حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی چیست؟ شاید سؤال کلی به نظر آید اما بسیار مهم است. می‌خواهیم در نمایشگاه کتاب خارجی شرکت کنیم که چه شود؟ ما که به معاهده برن نپیوسته‌ایم و به قانون کپی‌رایت عمل نمی‌کنیم پس عملاً به نمایشگاه کتاب می‌رویم که چه کنیم؟ به نظر می‌رسد ما در عمل برای این سؤال جز پاسخ کلیشه‌ای همیشگی، پاسخی نداریم. همان‌که اسمش را گذاشته‌ایم دیپلماسی فرهنگی.

۲. حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب خارجی چه تأثیری در روند دیپلماسی فرهنگی داشته است؟ مثلاً آیا در اثر حضور ایران در یک نمایشگاه کتاب، نویسنده، ناشر یا مدیر یک آژانس نشر خارجی به ایران سفر کرده و با نشر ایران آشنا شده و کتابی از ایران یا درباره ایران در کشور خودش منتشر کرده است؟ در پاسخ به این سؤال حتی اگر یک مورد هم وجود داشته باشد نگارنده می‌پذیرد که حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب خارجی در دیپلماسی فرهنگی مؤثر بوده است.

۳. چه کسی یا نهادی باید به نمایندگی از ایران در نمایشگاه کتاب خارجی حضور یابد؟ پاسخ به این سؤال روشن است؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان نهاد متولی این مسئولیت را به معاونت امور فرهنگی و خانه کتاب و ادبیات ایران واگذار کرده است. طبیعتاً

خانه کتاب و ادبیات ایران به لحاظ مالی و اجرایی توان و امکان حضور در همه نمایشگاه‌ها را ندارد. بر این اساس، حضور در تعدادی از نمایشگاه‌ها به دفاتر رایزنی فرهنگی ایران در کشور مقصد سپرده می‌شود که کیفیت این نوع حضورها ناگفته پیداست. یک غرفه ۱۲ متری با قفسه‌های فلزی و بدون هیچ طراحی خاصی، یک میز با یک پارچه ترمه معمولی روی آن و چند جلد کتاب عکس از جاذبه‌های ایران، شاهنامه، خیام و ... با یک نفر غرفه‌دار که کمترین اطلاع از وضعیت نشر ایران را دارد. شک نکنید کیفیت حضور در نمایشگاه‌هایی که رایزنی فرهنگی به نمایندگی ایران شرکت می‌کند غیرازاین نیست؛ اما حضور در بعضی از نمایشگاه‌ها که مستقیماً توسط خانه کتاب و ادبیات ایران برنامه‌ریزی می‌شود جدی‌تر به نظر می‌رسد و البته در بعضی دیگر معمولی است.

۴. تصمیم برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی کجا گرفته می‌شود؟ در معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؟ در ستاد مدیریتی خانه کتاب و ادبیات ایران؟ این تصمیم بر اساس رویکرد خاصی است؟ اگر بخواهیم این سؤال‌ها را ادامه دهیم همین‌طور پیش می‌رود و به قولی ته ندارد. آنچه به نظر می‌رسد این است که در تصمیم‌گیری برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی، فعالان حوزه نشر و کتاب دخالت و تأثیر چندانی ندارند. پس باید معیارهای انتخاب نمایشگاه‌ها برای حضور را بیشتر از منظر مدیریتی بررسی کرد تا از منظر نشر و کتاب. این همان نقطه اول انحراف است.

نمایشگاه کتاب فرانکفورت از دید یک خبرنگار



میترا لبافی خبرنگار با سابقه حوزه کتاب و مترجم حوزه ادبیات کودک در یادداشتی به تجربه حضور خود در نمایشگاه کتاب فرانکفورت پرداخته است.

حضور در نمایشگاه کتاب فرانکفورت برای من به عنوان خبرنگار یک تجربه منحصر به فرد بود. در دوره مدیریت آقای شهرام نیا در موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران، یک نگاه تخصصی در نمایشگاه‌های کتاب خارج از کشور دنبال شد که در نتیجه آن، ابتدا تحولاتی در نحوه اداره غرفه و حضور در نمایشگاه به وجود آمد و دیگر اینکه خبرنگاران حوزه کتاب توانستند در غرفه کشورمان حضور پیدا کرده و فعالیت‌های آن را منعکس کنند.

در بدو ورود به نمایشگاه از دید یک خبرنگار، خیلی از مسائل را متوجه شدم. اولین نکته این بود که تعدادی از ناشران در ایران هستند که به طور مستقل آثار خود را به صورت بین‌المللی عرضه می‌کنند؛ مانند ناشری از یزد که در سکوت و بدون هیچ هیاهویی فعالیت می‌کرد یا ناشران دیگری بودند که با چین تعامل داشتند و کتاب‌های موردپسند آن‌ها را مثلاً درباره گیاهان سنتی یا طب سنتی تهیه کرده بودند و عرضه می‌کردند. از طرفی ایرانی‌ها از کتاب‌های فارسی‌زبان و غرفه کودک به شدت استقبال می‌کردند. در بخش دیگری از نمایشگاه ناشرانی مثل خانم فریده خلعتبری حضور داشتند که هزار کتاب ایرانی را ترجمه کرده بود و تا آن زمان به شکل مستقل شرکت می‌کرد. غرفه ترکیه در زمینه «گرنٹ» فعال‌تر از ایران عمل می‌کرد و این امر سبب رقابت با غرفه‌های دیگر شده بود.

چند سالی این روند ادامه داشت؛ اما متأسفانه اکنون نه خبرنگاران امکان حضور دارند و نه غرفه ایران به آن شکل فعال و پویاست. انتقاد من به طور مشخص همین است که چرا دوباره یک‌روال اداری و فرمالیته در زمینه حضور در نمایشگاه‌ها حاکم شده است؟ بهتر بود پویایی در حضور ادامه می‌یافت تا نشر ما در عرصه بین‌الملل هم توسعه پیدا کند. آن شکل حضور با همه محدودیت‌ها و مشکلات شروع خیلی خوبی بود. برای اینکه مدیریت غرفه و با برنامه بودن آن به شدت در صادرات کتاب ایرانی مؤثر و حمایت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز در این زمینه تعیین‌کننده است. حضور بدون برنامه نفعی برای صنعت نشر ما نخواهد داشت.

۵. نگاه به فهرست نمایشگاه‌های کتابی که ایران در آن‌ها شرکت می‌کند و فهرست نمایشگاه‌هایی که شرکت نمی‌کند نشان از آن دارد که حضور در این رویدادها بر اساس رویکرد و سیاست فرهنگی مشخصی نیست. نداشتن سیاست فرهنگی و هدف مشخص در حوزه نشر و کتاب برای حضور در نمایشگاه‌های کتاب، موجب شده تا در پاسخ به این سؤال که چرا در فلان نمایشگاه حضور پیدا کردیم، یک جواب کلیشه‌ای داشته باشیم؛ دیپلماسی فرهنگی. شاید بهتر است سؤال را تغییر دهیم، چرا در فلان نمایشگاه حضور پیدا نکردیم؟

۶. چند سال قبل، در دولت دوازدهم، آخرین مدیرعامل موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران (آن زمان ادغام نشده بود و مسئولیت حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی بر عهده این موسسه بود) در گفت‌وگو با ایسنا تأکید کرده بود که نگاه ما برای حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی بر اساس سیاست خارجی ایران، نگاه به کشورهای همسایه و کشورهای شرق و کشورهای آسیاست. بی‌آنکه بخواهیم درباره درست و غلط بودن این حرف بحث کنیم سؤال این است که آیا بر اساس این نگاه نباید حضور در کشورهای حوزه ایران فرهنگی در دستور کار قرار می‌گرفت؟ تاجیکستان، ازبکستان، ترکمنستان، گرجستان، ترکیه، آذربایجان، ارمنستان و افغانستان کجای نقشه راه و طرح اجرایی ما برای حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی بوده‌اند؟ آیا کشور همسایه فقط روسیه است که هر سال بر حضور در نمایشگاه مسکو اصرار داریم؟

۷. ما برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب، هیچ سیاست و رویکرد مشخص و مدونی نداریم، هر چه است سلیقه است و مصلحت آن زمان. در همان دوره‌ای که مدیرعامل وقت موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران بر حضور در کشورهای همسایه و مشرق زمین تأکید داشت ما در نمایشگاه‌های پاریس، لندن، بلونیا، بلگراد و فرانکفورت حضور داشته‌ایم. درواقع سیاست اعلامی از سوی آن آقای مدیر مبنی بر نگاه به شرق، فقط کارکرد رسانه‌ای داشته است. پیش و پس از آن هم همین بوده و جز این نبوده است. ما هیچ سیاست مشخصی برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی نداریم و درواقع بر مبنای اصل «هرچه پیش آید خوش آید» عمل می‌کنیم.

۸. نقش فعالان حوزه نشر و کتاب در حضور در نمایشگاه‌های کتاب خارجی چیست؟ ناشران به عنوان تولیدکنندگان کتاب و آژانس‌های ادبی چقدر در حضور در نمایشگاه‌های خارجی نقش دارند؟ پاسخ روشن است، تقریباً هیچ. جز چند ناشر که به صورت شخصی و مستقیم برای حضور در نمایشگاه خارجی اقدام می‌کنند (آن‌هم بیشتر نمایشگاه بلونیا که رویکردش کتاب‌های کودک و نوجوان است). ناشران دیگر نه به طور مستقیم و مستقل در نمایشگاه‌های خارجی غرفه دارند نه در ذیل غرفه ایران حضور دارند. در این موضوع البته نمی‌توان و نباید همه تقصیر را متوجه ساختار مدیریتی دانست چه اینکه خود ناشران هم به دلیل وضعیت اقتصاد نشر ایران و توان کم تولیدکنندگان کتاب، رغبتی به حضور کاری در نمایشگاه‌ها ندارند و اگر نمایشگاهی حاضر می‌شوند این حضور بیشتر یک حضور تفریحی است.

گفت‌وگو با مجید شمس‌الدین نژاد؛ مدیر نشر خاموش

نمایشگاه‌های جهانی؛ آینه‌ای که ادبیات ایران در آن هنوز نیمه‌روشن است



■ اگر بخواهیم از منظر کاربردی صحبت کنیم، باید چه نوع آثاری در نمایشگاه‌های جهانی عرضه شود تا برای مخاطبان غیر ایرانی جذاب باشد؟

به گمانم باید ادبیات انسانی و معاصر را جدی بگیریم؛ آثاری که بتوانند فراتر از مرزها با مخاطب ارتباط برقرار کنند. ما نویسندگان بزرگی داریم با آثاری که مضامین عمیق انسانی دارند؛ اما این آثار کمتر ترجمه شده‌اند. ادبیات کلاسیک ما مثل آثار سعدی و شاهنامه فردوسی بارها ترجمه شده و در ادبیات جهان جا افتاده است، اما ادبیات امروز ما هنوز سهم چندانی در ترجمه ندارد. یکی از راه‌کارهای معرفی ادبیات ایران این است که کتاب‌هایی که منتشر می‌کنیم به دو زبان باشد. ما در نشر خاموش چند کار دوزبانه هم منتشر کرده‌ایم؛ مثل کتاب «دو دنیا» از «گلی ترقی» (فارسی-آلمانی) و کتاب «خمیره» از «هوشنگ مرادی کرمانی» (فارسی-عربی). این‌ها نمونه‌هایی هستند از ظرفیتی که اگر حمایت شود، می‌تواند در سطح جهانی مطرح شود.

■ به نظر شما ترجمه‌های ادبیات معاصر ایران تا چه حد توانسته‌اند نماینده واقعی زبان و روح ادبیات امروز باشند؟

بسیار محدود. بسیاری از آثار خوب ما هنوز ترجمه نشده‌اند یا ترجمه‌های ضعیفی از آن‌ها وجود دارد. مترجم خوب کم داریم و نظام حمایتی منسجمی هم برای ترجمه وجود ندارد. درحالی‌که اگر ترجمه‌ها دقیق، ادبی و با بازخوانی درست انجام شود، تأثیر زیادی در شناخت جهانی از ادبیات ما خواهد داشت.

■ نمایشگاه‌های خارجی تا چه اندازه می‌توانند در ایجاد ارتباط مؤثر بین ناشران و نویسندگان ایرانی با طرف‌های خارجی نقش داشته باشند؟

نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب، دروازه‌ای هستند برای گفت‌وگوی فرهنگی میان ملت‌ها؛ فرصتی برای آن‌که ادبیات و اندیشه‌ی هر کشور، در زبانی تازه و مخاطبی جدید شنیده شود. ایران نیز در سال‌های اخیر کوشیده است حضوری پیوسته در این رویدادها داشته باشد، اما پرسش همچنان باقی است: «چگونه می‌توان این حضور را از سطح معرفی رسمی به بستری واقعی برای تعامل فرهنگی و تبادل ادبی تبدیل کرد؟». در گفت‌وگویی که پیش رو دارید، مجید شمس‌الدین نژاد؛ مدیر نشر خاموش از تجربه‌های شخصی و نگاه کارشناسانه خود می‌گوید؛ از ظرفیت‌های مغفول ادبیات معاصر ایران برای ترجمه و عرضه جهانی تا ضرورت حضور متخصصان در طراحی و اجرای برنامه‌های فرهنگی خارج از کشور. او باور دارد که ادبیات ایران، اگر با شناخت درست از مخاطب جهانی و ترجمه حرفه‌ای همراه شود، می‌تواند پلی مؤثر میان فرهنگ‌ها باشد و تصویر واقعی‌تری از جامعه‌ی ایرانی به جهان ارائه دهد.



برایمان سود داشت، اما امروز به ضررمان تمام می‌شود. وقتی همه کشورها این مسیر را رفته‌اند، ما نمی‌توانیم استثنا باشیم. این روند باید تدریجی پیش برود، اما در نهایت به نفع ادبیات و اعتبار فرهنگی ماست.

■ برای اینکه ادبیات ایران در ویتترین جهانی دیده شود، چه اقدام‌هایی ضروری است؟

صرف حضور در نمایشگاه کافی نیست. باید در فضای دیجیتال هم حضور مؤثر داشته باشیم. معرفی کتاب‌ها، نویسندگان و مترجمان ایرانی در وبسایت‌های چندزبانه، مجلات آنلاین و پلتفرم‌های جهانی ضروری است. امروز بخش زیادی از مخاطبان از طریق اینترنت و هوش مصنوعی به دنبال محتوا هستند. اگر ما در این فضا غایب باشیم، اساساً دیده نمی‌شویم.

■ اگر بخواهید در یک جمله جمع‌بندی کنید؛ راز موفقیت ایران در معرفی ادبیاتش به جهان چیست؟

کار کارشناسی؛ یعنی در هر مرحله - از انتخاب اثر و ترجمه گرفته تا طراحی غرفه و معرفی دیجیتال - افراد متخصص تصمیم بگیرند. اگر این اتفاق بیفتد، ادبیات ایران می‌تواند جایگاه شایسته‌ای در ویتترین فرهنگی جهان پیدا کند. به قول سعدی:

ندهد هوشمند روشن‌رای به فرومایه کارهای خطیر
بوریا باف اگر چه بافنده ست نبرندش به کارگاه حریر.

نمایشگاه‌های خارجی در اصل برای همین ارتباط‌ها شکل گرفته‌اند. وقتی کتاب ما به دست ناشر خارجی می‌رسد، فرصت گفت‌وگو و همکاری ایجاد می‌شود. مثلاً زمانی که «به رنگ زندگی» را منتشر کردیم، چند ناشر لبنانی با ما تماس گرفتند و علاقه‌مند به ترجمه و چاپ آن شدند. ولی لازمه این اتفاق، حضور افرادی آگاه در نمایشگاه‌هاست.

■ در این مسیر، نقش آژانس‌های ادبی را چگونه می‌بینید؟

آژانس‌های ادبی حلقه‌های واسط مهمی هستند. آن‌ها باید هم ادبیات ایران را بشناسند، هم ادبیات جهان را. متأسفانه ما در این زمینه هنوز ضعیفیم. گاهی آژانس‌ها با نگاه صرفاً اقتصادی وارد می‌شوند و هزینه‌های بالایی مطالبه می‌کنند؛ درحالی‌که در شرایط فعلی نشر ایران، این شیوه کارساز نیست. به نظرم دولت باید در اینجا نقش تسهیلگر داشته باشد و زمینه همکاری بین نویسنده، مترجم و ناشر خارجی را فراهم کند.

■ در مورد ترجمه و چاپ آثار، آیا بهتر است این فرایند در ایران انجام شود یا در کشور مقصد؟

در حالت ایده‌آل، بهترین گزینه این است که ناشر و مترجم کشور مقصد این کار را انجام دهند، چون آن‌ها زبان و بازار را بهتر می‌شناسند؛ اما در عمل معمولاً ترجمه در ایران انجام می‌شود و بعد فردی «نیتیو - Native» (زبان مادری، بومی) آن را بازبینی می‌کند. اگر بتوان در نمایشگاه‌ها ارتباط با ناشران خارجی برقرار کرد و انتشار را به آن‌ها سپرد، نتیجه بسیار بهتر خواهد بود.

■ به نظر شما پیوستن ایران به معاهدات بین‌المللی کپی‌رایت چه تأثیری بر آینده نشر خواهد داشت؟ این کار ناگزیر است. زمانی شاید رعایت نکردن کپی‌رایت





گفت و گو با مدیر آژانس ادبی سلجوق

بازار نشر جهانی بدون آژانس های ادبی برای ایران دست نیافتنی است

برای ما فرصت ارزشمندی هستند. ما حتی می توانیم صنعت نشر کشورهای آسیای میانه را هم جذب کنیم، اما متأسفانه تاکنون در این زمینه موفق عمل نکرده ایم. حضور مؤثر در این نمایشگاه ها نیازمند برنامه ریزی دقیق تر و نگاه حرفه ای تر است.

■ طراحی و فضای غرفه ایران در نمایشگاه های کتاب بین المللی همواره مورد توجه قرار گرفته است. از نظر شما چه ویژگی هایی باید در طراحی غرفه رعایت شود تا هم زیبایی بصری داشته باشد و هم توان معرفی فرهنگ ایرانی را تقویت کند؟

طراحی غرفه بسیار مهم است. غرفه باید چشم نواز، متناسب با فرهنگ ایرانی و در شأن جمهوری اسلامی ایران باشد. همچنین باید به متراز و وسعت غرفه توجه کنیم؛ این فضا باید با تعداد افراد حاضر و فعالیت هایی که قرار است اجرا شوند، هماهنگ باشد. غرفه ای زیبا و کاربردی می تواند تصویر مثبتی از ایران در ذهن بازدیدکنندگان ایجاد کند.

■ شما بارها بر اهمیت آژانس های ادبی تأکید کرده اید. به نظر شما آژانس های ادبی چه نقشی می توانند در معرفی ادبیات ایران در سطح جهانی داشته باشند و چرا حضور آن ها در نمایشگاه های بین المللی کتاب را ضروری می دانید؟

حضور آژانس های ادبی در غرفه جمهوری اسلامی ایران بسیار اهمیت دارد. این آژانس ها می توانند در نشست ها و جلسات حاشیه ای نمایشگاه ها حاضر شوند و با ناشران و فعالان نشر مذاکره کنند. تنها راه حضور فعال ایران در بازارهای نشر جهانی، توانمندسازی آژانس های ادبی است. بنابراین باید آژانس های تخصصی راه اندازی کنیم و از ظرفیت آن ها در عرصه بین المللی استفاده کنیم.

حضور ایران در نمایشگاه های بین المللی کتاب در سال های اخیر با فراز و نشیب هایی همراه بوده است. کارشناسان و فعالان حوزه نشر همواره بر لزوم برنامه ریزی دقیق تر و حرفه ای تر برای معرفی فرهنگ و ادبیات ایرانی در این رویدادها تأکید کرده اند. در همین زمینه با نازیلا جوادپور، مدیر آژانس ادبی سلجوق، گفت و گو کردیم. او معتقد است تنها راه پررنگ شدن نقش ایران در بازار نشر جهانی، تقویت و حمایت از آژانس های ادبی است.

■ شما به عنوان مدیر یک آژانس ادبی، وضعیت کنونی حضور ایران در نمایشگاه های بین المللی کتاب را چگونه می بینید؟ به نظر شما چه تغییراتی باید ایجاد شود تا حضور در نمایشگاه خارجی و معرفی ادبیات و فرهنگ کشورمان به شکلی پخته و اثرگذار انجام شود؟

حضور ایران در نمایشگاه های بین المللی کتاب باید به مرور پخته تر شود. این پختگی زمانی محقق می شود که ما نویسندگان، مترجمان و تصویرگران حرفه ای را به غرفه ایران دعوت کنیم. افرادی باید در غرفه حاضر شوند که دغدغه فرهنگ، توانایی مذاکره و ارتباط مؤثر با ناشران، نویسندگان و مترجمان خارجی را داشته باشند. بهتر است از همه اقوام ایرانی نمایندگانی حضور یابند؛ مثلاً نویسنده ترک، کرد یا بلوچ با لباس های محلی خودشان می توانند تصویر واقعی و متنوعی از ایران ارائه دهند.

■ بسیاری معتقدند نمایشگاه های کتاب در کشورهای همسایه برای ایران فرصتی ویژه محسوب می شوند؛ چراکه شباهت های فرهنگی و زبانی وجود دارد. از نگاه شما ایران چگونه می تواند از این ظرفیت استفاده کند و چه عواملی تاکنون مانع موفقیت در این حوزه شده اند؟

نمایشگاه های کشورهای همسایه به دلیل شباهت های فرهنگی



روایت‌گران جهانی

گفت‌وگو با فرناندو کاماچو پادیلا؛
مدرس دانشگاه اتونومای مادرید

دوستان چهارصدساله‌ای که کتاب ردوبدل نمی‌کنند



■ وضعیت فعلی زبان فارسی در کشور شما چگونه است؟ بر اساس فعالیت‌های دانشگاهی یا فرهنگی خود، میزان علاقه به یادگیری زبان فارسی را در بین دانشجویان یا محققان چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با وجود گسترش رشته ایران‌شناسی در اسپانیا، علاقه به فراگیری زبان فارسی محدود است. اگرچه این رشته در اواسط دهه ۱۹۷۰، زمانی که دانشگاه خودمختار مادرید شروع به ارائه دوره‌های زبان و فرهنگ فارسی کرد، جدی گرفته شد؛ اما تا قرن بیست و یکم به سایر دانشگاه‌های کشور از جمله «سالامانکا» و «آلیکانته» گسترش نیافت. علاوه بر دوره‌های ارائه‌شده توسط دانشگاه‌های فوق، آکادمی‌های زبان و انجمن‌های فرهنگی، شورای فرهنگی سفارت ایران نیز دوره‌های زبان فارسی ارائه می‌دهد. مشکل اصلی، کمبود معلمان واجد شرایط کافی، به‌ویژه در سطح دانشگاه است.

■ چه عواملی ممکن است اسپانیایی‌ها را به مطالعه زبان فارسی علاقه‌مند کند؟ به نظر شما این علاقه در درجه اول ریشه در ادبیات دارد یا بیشتر به ابعاد تاریخی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی مرتبط است؟

دلایل مختلفی وجود دارد. برخی زبان فارسی را صرفاً به علت علاقه به ادبیات مطالعه می‌کنند و برخی به دلیل علاقه به تاریخ و گروهی هم به دلیل وضعیت ژئوپلیتیکی منطقه خاورمیانه. تعدادی جوان ایرانی‌تبار نیز این زبان را مطالعه می‌کنند تا در مورد ریشه‌های خود بیاموزند.

■ در میان آثار ادبیات کلاسیک فارسی، کدام نویسندگان یا متون بیشترین تأثیر را در کشور شما داشته‌اند؟ ادبیات کلاسیک فارسی با چهره‌های برجسته‌ای مانند سعدی و خیام، حضور چشمگیری میان علاقه‌مندان اسپانیایی به فرهنگ

شاید بتوان پیشینه روابط فرهنگی میان ایران و اسپانیا را به حضور ایرانیان و ایرانی‌نژادان در آندلس اسلامی بازگرداند؛ آن حضور آن‌قدر مؤثر بود که برخی ریشه اصلی فرهنگ آندلس را ایرانی معرفی کرده‌اند. پس از آندلس، دیگر خبر چندانی از مواجهه دو فرهنگ ایرانی و اسپانیایی در دست نیست تا زمانی که «کلاویخو» فرستاده مخصوص پادشاه هانری سوم به نزد امیر تیمور گورکانی، ضمن گذر از ایران با فرهنگ ایرانی مواجه شد. این مواجهه در دوره صفوی آرام‌آرام تبدیل به گفت‌وگو شد تا اینکه در دوران حکومت قاجار، روابط جدی‌تر شد و کار به افتتاح سفارت رسید؛ اما از دوران پهلوی بود که روابط دیپلماتیک به معنای واقعی کلمه آغاز شد.

با توجه به این پیشینه در زمینه روابط، باید دید که وضعیت فعلی تبادل فرهنگ میان ایران و اسپانیا چگونه است؟ درباره این موضوع با فرناندو کاماچو پادیلا؛ دانشیار تاریخ معاصر در دانشگاه اتونومای مادرید به گفت‌وگو نشستیم. وی در حال حاضر به‌عنوان مدیر یک پروژه تحقیقاتی دانشگاهی ملی مشغول به کار است که بر ارتباطات تاریخی و فرهنگی بین مردم ایران و جهان اسپانیایی‌زبان تمرکز دارد. «دوستی قدیمی: چهارصد سال روابط تاریخی و فرهنگی میان ایران و جهان اسپانیایی‌زبان» از جمله پژوهش‌های منتشر شده اوست.



ایرانی دارد. از این متون ترجمه‌های متعددی به زبان اسپانیایی انجام شده است. در سال‌های اخیر، آثار معاصر نیز ترجمه شده‌اند. در کنار همه این‌ها تصوف و ادبیات صوفیانه نیز مورد توجه بسیاری از مردم اسپانیاست.

در مورد ادبیات معاصر ایران، باید توجه داشت که بیشتر فروش‌ها مربوط به آثار تولید شده توسط مهاجران است. این آثار در درجه اول به مسائل اجتماعی و سیاسی با تمرکز ویژه بر جایگاه زنان می‌پردازند. همچنین آثار صادق هدایت و فروغ فرخزاد نیز مورد توجه بوده است

■ آیا ادبیات ایران مخاطبان عمومی در اسپانیا دارد یا مطالعه آن صرفاً به محافل دانشگاهی محدود می‌شود؟ به نظر شما چه چالش‌هایی باعث محدودیت در تعامل گسترده مردم اسپانیا با آثار ادبی ایرانی می‌شود؟

جالب است بدانید که ادبیات فارسی گروه مخاطبی میان‌سال و مسن دارد که به علت علاقه‌شان به سنت فرهنگی غنی ایران شناخته شده‌اند. می‌توان گفت که تعداد قابل توجهی از افراد از طریق سفر و گردشگری فرصت بازدید از ایران را داشته‌اند و بر ترویج مقاصد تاریخی و فرهنگی با اهمیت بالا تمرکز دارند. در نتیجه، مشخصات گردشگران اسپانیایی که به ایران سفر می‌کنند، دارای چندین ویژگی متمایز است؛ به‌طور کلی، این‌ها افرادی هستند که در معرض سطح فرهنگی متوسط رو به بالا قرار گرفته‌اند و از وضعیت مالی نسبتاً خوبی برخوردارند. آن‌ها به دلیل روحیه مستقل و آمادگی خود برای پذیرش تجربیات جدید شناخته می‌شوند. برداشت من این است که آن‌ها نماینده بازار مصرف اصلی ادبیات فارسی هستند. مخاطبان دانشگاهی به‌طور قابل توجهی محدودند.

■ به نظر شما که با ادبیات معاصر ایران آشنایی دارید، کدام نوع یا مضامین ادبی در ادبیات معاصر ایران، ظرفیت جذب خوانندگان بین‌المللی را دارند؟ بر این اساس بفرمایید که آیا رویکرد فعلی برای ارائه و ترویج ادبیات معاصر ایران در خارج از مرزهای سیاسی ایران، نیاز به بازنگری دارد؟

در مورد ادبیات معاصر ایران، باید توجه داشت که بیشتر فروش‌ها مربوط به آثار تولید شده توسط مهاجران است. این آثار در درجه اول به مسائل اجتماعی و سیاسی با تمرکز ویژه بر جایگاه زنان می‌پردازند. همچنین آثار صادق هدایت و فروغ فرخزاد نیز مورد توجه بوده است.

■ در کشور شما، چه نهادها یا گروه‌هایی در درجه اول مسئول ترجمه و انتشار آثار ادبی ایرانی هستند؟ نقش دانشگاه‌ها، ناشران مستقل و سازمان‌های فرهنگی در این فرآیند را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

از ایران تا جهان اسپانیایی زبان؛ سفر یک رمان متفاوت

رمان «راهنمای مردن با گیاهان دارویی» نوشته عطیه عطارزاده از آن دست آثاری است که مرز میان واقعیت و خیال را با زبانی شاعرانه و حسی درمی‌نورد. روایت دختر نابینایی که جهان را از خلال بو، صدا و لمس بازمی‌آفریند، فرصتی‌ست برای ورود به تجربه‌ای کمتر دیده‌شده در ادبیات فارسی. این اثر با تکیه بر جزئیات حسی، خواننده را به فضایی می‌برد که در آن گیاهان دارویی تنها ابزار درمان یا مرگ نیستند، بلکه استعاره‌ای از زیستن و رهایی‌اند.

یکی از امتیازهای مهم کتاب، استقبال فراتر از مرزهای ایران است. این رمان نه تنها در داخل کشور به چاپ‌های متعدد رسیده؛ بلکه به زبان اسپانیایی نیز ترجمه شده و به این ترتیب توانسته در میان مخاطبان گسترده‌تری در جهان اسپانیایی‌زبان حضور یابد. چنین ترجمه‌ای نشان می‌دهد که ظرفیت ادبیات معاصر ایران برای گفت‌وگوی فرهنگی بسیار بالاست و مضامین آن محدود به جغرافیای بومی نمی‌ماند.

البته نقدهایی هم به اثر وارد شده است؛ برخی منتقدان فضای داستان را گاهی کند و مبهم دانسته‌اند. اما همین ویژگی برای گروهی دیگر جزئی از جهان سوررئال و شاعرانه عطارزاده تلقی می‌شود. در مجموع، «راهنمای مردن با گیاهان دارویی» کتابی است که ارزش خواندن دارد؛ چه برای درک تجربه‌ای متفاوت از روایت زنانه در ادبیات فارسی و چه برای لمس پژواک جهانی آن.

ترجمه آثار از فارسی به اسپانیایی، منحصرراً به دلیل علاقه ناشران ملی به ترویج این نوع تولید ادبی انجام می‌شود. گاهی اوقات، ناشران تصمیم می‌گیرند اثری را منتشر کنند و در نتیجه به دنبال یک مترجم فارسی‌زبان می‌گردند. اگر فرد موردنظر پیدا نشود، ترجمه از زبان واسط مانند انگلیسی یا فرانسوی، انجام می‌شود. همچنین نقش مترجمان اسپانیایی یا ایرانی ساکن اسپانیا در این موضوع مهم است زیرا ترجمه و انتشار آثار برجسته را به ناشران پیشنهاد می‌دهند. در مقابل، مؤسسات آموزش عالی این نوع فعالیت را تشویق نمی‌کنند و برای آن اعتبار حرفه‌ای قائل نمی‌شوند. برخی از افراد وابسته به انجمن‌های فرهنگی نیز آثاری را ترجمه کرده‌اند.

■ چه اقداماتی می‌تواند برای تقویت ارتباط بین ناشران، مترجمان و نویسندگان ایرانی و خارجی انجام شود؟ چگونه می‌توان به تبادل فرهنگی از طریق کتاب به شیوه‌ای پایدار و معنادار عمق داد؟

با توجه به محدودیت دسترسی به ادبیات فارسی در اسپانیا، حمایت دولت محلی و همچنین نهادهای دولتی ایران یا انجمن‌های فرهنگی ایرانیان در خارج از کشور ضروری است. برای این منظور، باید منابعی برای ترویج ترجمه و سازمان‌دهی فعالیت‌های فرهنگی که آگاهی از فرهنگ ایران را افزایش می‌دهند، اختصاص داده شود. متأسفانه، بیشتر منابع موجود در این زمینه به ترویج فعالیت‌ها یا کارهای افراد مرتبط با مقامات سیاسی اختصاص داده می‌شود که همیشه مهارت‌های لازم را برای ارائه فرهنگ خود به‌طور کافی ندارند.

■ نمایشگاه‌های کتاب چه نقشی در شکل‌دهی به فضای فرهنگی در کشور شما دارند؟ این نمایشگاه‌ها عمدتاً رویدادهایی تجاری شناخته می‌شوند یا به عنوان بستری برای گفت‌وگوهای بین فرهنگی و تبادل فکری نیز موضوعیت دارند؟

نمایشگاه‌های کتاب نقش مهمی در درک فرهنگی و همکاری بین‌المللی دارند. اجرای یک استراتژی مؤثر برای انتشار همراه با دعوت از متخصصانی که مهارت‌های ادبی قوی دارند و عاری از ملاحظات سیاسی هستند، موفقیت را تضمین می‌کند. نمایشگاه‌های کتاب، محیطی ایده‌آل برای ارائه آثار ادبی جدید فراهم می‌کنند.

■ آیا تجربه حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب کشور خود را داشته‌اید؟ اگر چنین است، آن حضور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ اگر نه، به نظر شما، عدم حضور ایران چه شکافی را از نظر فرهنگی موجب شده است؟

تا آنجا که من می‌دانم، تاکنون ناشران ایرانی در نمایشگاه‌های کتاب اسپانیا شرکت نکرده‌اند. اشکال اصلی این است که تولیدات آن‌ها عمدتاً به زبان فارسی است که در اسپانیا گستردگی خاصی ندارد. با این حال، در نمایشگاه‌های کتاب می‌توان آثار ادبی فارسی متعددی را یافت که به اسپانیایی ترجمه شده‌اند و ادبیات کلاسیک و معاصر را پوشش می‌دهند. علاوه بر این، ناشران مسئول تبلیغ جدیدترین ترجمه‌ها و ارزش آن‌ها هستند. اگرچه دعوت از نویسندگان معمول نیست، اما اغلب از مترجمان دعوت می‌شود تا نظرات خود را در مورد آثارشان به اشتراک بگذارند. برای مثال، در نمایشگاه کتاب مادرید که برگزار شده، ترجمه اخیر خاویر هرناندز دیاز از کتاب راهنمای مردن با گیاهان دارویی اثر عطیه عطارزاده منتشر شد.



فرستی برای گفت و گوی فرهنگی میان ایران و روسیه



لیلی راخیموونا دودیدخداپوا؛ ایران شناس و از چهره‌های برجسته حوزه مطالعات زبان و ادبیات فارسی در روسیه، پژوهشگر ارشد موسسه زبان شناسی آکادمی علوم این کشور و نویسنده کتاب «مبانی زبان شناسی ایرانی» است. یادداشت او درباره اهمیت نمایشگاه‌های کتاب برای ارتقای روابط فرهنگی میان ایران و روسیه را می‌خوانید: علاقه به زبان فارسی در روسیه بسیار زیاد است و مخاطبان روسی به زبان فارسی و به خصوص ادبیات کلاسیک ایرانی، توجه زیادی نشان می‌دهند. به همین دلیل در میان مردم روسیه، شاعرانی چون خیام، فردوسی و حافظ از شهرت و محبوبیت فراوانی برخوردارند. این پیش زمینه نشان می‌دهد که ترجمه و نشر آثار ادبی دو کشور می‌تواند نقش مهمی در تبادل فرهنگی میان ایران و روسیه ایفا کند و به تعمیق روابط فرهنگی بین دو کشور منجر شود. همچنین تبادل ایده‌ها و توسعه پلتفرم‌ها

نمایشگاه‌های کتاب در معرفی این آثار در کشور زبان مقصد پوشیده نیست. من تجربه زیادی از حضور در نمایشگاه‌های کتاب دارم و نقش مهم این رویدادها در گسترش دیپلماسی فرهنگی را به چشم دیده‌ام؛ نقشی که مبتنی بر تبادل متقابل ایده‌ها و همکاری در زمینه ترجمه و مطالعات ادبی است.

و رسانه‌های مشترک نیز می‌تواند زمینه‌ساز گفت‌وگوی پایدار میان فرهنگ‌ها باشد. اهمیت دیپلماسی فرهنگی از مسیر ادبیات غیرقابل انکار است. به همین دلیل علاقه مندم آثار بیشتری از ادبیات فارسی به زبان روسی ترجمه شود تا حجم بیشتری از آثار ایرانی در فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌های کتاب در روسیه وجود داشته باشد. اهمیت

ایران در ویتترین فرهنگ مسکو

حضور ایران در این نمایشگاه نه تنها فرصتی برای معرفی زبان و فرهنگ ایرانی به جهانیان بود، بلکه به توسعه همکاری‌های بین‌المللی در حوزه ترجمه، کپی‌رایت و دیپلماسی فرهنگی نیز کمک شایانی کرد. این تجربه، نمونه‌ای موفق از تلاقی ادبیات، فرهنگ و دیپلماسی نرم در سطح جهانی به شمار می‌رود.

غیرداستانی را به نمایش گذاشت. بخش ویژه‌ای از غرفه به آثار تصویرگری ایرانی اختصاص یافته بود و هنرمندانی مانند مرجان فولادوند (نویسنده) و عاطفه ملکی‌جو (تصویرگر) با حضور در نشست‌ها و کارگاه‌ها، تجربیات خود را با مخاطبان بین‌المللی به اشتراک گذاشتند. غرفه ایران همچنین به معرفی طرح گزنت، جایزه جهانی کتاب سال جمهوری اسلامی ایران و نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران پرداخت و در دومین روز نمایشگاه با گرامیداشت هزار و پانصدمین سال تولد پیامبر اکرم (ص)، مجموعه‌ای از کتاب‌های مرتبط با سیره پیامبر به زبان‌های مختلف، از جمله روسی ارائه شد.

سی‌وهشتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب مسکو از ۱۲ تا ۱۶ شهریور ۱۴۰۴ (۳۱ تا ۷ سپتامبر ۲۰۲۵) در مرکز نمایشگاهی «ودنخا» برگزار شد. این رویداد با حضور بیش از ۳۰۰ ناشر از کشورهای مختلف و با مشارکت ویژه کشور هند، فرصت معرفی تازه‌ترین آثار ادبی، علمی و فرهنگی را فراهم آورد. همزمان، سومین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب کودک نیز در کنار این رویداد برپا شد.

غرفه جمهوری اسلامی ایران با مساحتی بالغ بر ۲۷ مترمربع، بیش از ۳۰۰ عنوان کتاب در حوزه‌های ادبیات کلاسیک و معاصر، ایران‌شناسی، آموزش زبان فارسی و آثار



اسکن کنید

گفت‌وگو با کاتالین تورما
استادیار ایران‌شناسی دانشگاه ال‌ته بوداپست

ظرفیت بالای داستان‌های کوتاه فارسی برای جلب مخاطبان مجارستانی



مجارستان برای ایرانی‌ها یادآور سه نام بزرگ است: گئورگ لوکاچ، فیلسوف و ادیب شاخص و اثرگذار که دو کتاب «تاریخ و آگاهی طبقاتی» و «پژوهشی در رئالیسم اروپایی» او در ایران مخاطبان بسیار دارد؛ فرانس پوشکاش، بازیکن افسانه‌ای فوتبال و بلا تار، سینماگری مولف که با آثاری چون هارمونی‌های ورکمایستر، تانگوی شیطان، اسب تورین و... ثابت کرد سینما مدلی از اندیشیدن در عصر جدید است. برخی از نویسندگان مجارستانی‌ال‌اصل از جمله آگوتا کریستف نیز مدتی است در ایران معرفی شده‌اند؛ اما عمدتاً نام این سه نفر است که کتاب‌ها را در ایران پرمخاطب می‌کند و یادآور مجارستان است. اما آنسو وضعیت چگونه است؟ مجارستان پیشینه‌ای مهم در زبان‌شناسی تاریخی دارد و از این رهگذر به زبان فارسی نیز توجه نشان داده است. یکی از چهره‌های شاخص این حوزه، کاتالین تورما استادیار ایران‌شناسی در دانشگاه ال‌ته (ELTE) بوداپست است که سال‌هاست به آموزش زبان فارسی، معرفی ادبیات ایران و پژوهش در زمینه تأثیر ادبیات فارسی بر فرهنگ مجارستان اشتغال دارد. در گفت‌وگویی با او به بررسی مختصر وضعیت فعلی زبان فارسی در مجارستان، ظرفیت‌های مغفول‌مانده ادبیات ایرانی برای مخاطبان اروپایی و چالش‌ها و فرصت‌های ارتباطات فرهنگی از مسیر کتاب و ادبیات پرداخته‌ایم.





■ اگر موافق باشید گفت‌وگو را با نمایشگاه‌های کتاب در مجارستان و برنامه‌های معمول در آن‌ها آغاز کنیم. آیا تاکنون شاهد حضور ایران در این نمایشگاه‌ها بوده‌اید؟

نمایشگاه‌های کتاب در مجارستان اهمیت زیادی دارند. رایج‌ترین برنامه‌های این رویدادها شامل مصاحبه با نویسندگان، دیدار با آن‌ها، جشن امضای کتاب‌ها و میزگردهای تخصصی می‌شود. پیش از همه‌گیری کووید ۱۹، ایران معمولاً در نمایشگاه کتاب بوداپست غرفه داشت که بیشتر کتاب‌های توریستی و هنری عرضه می‌کرد.

■ بنابراین آثار چندانی از ادبیات یا جریان‌های فکری معاصر در ایران در نمایشگاه کتاب بوداپست عرضه نشده است. خود ناشران مجارستانی چطور؟ آن‌ها در ارتباط با ناشران یا نهادهای فرهنگی ایرانی یا به صورت مستقل آثار ایرانی را ترجمه و منتشر می‌کنند؟

در مجارستان، هیچ ناشری به طور اختصاصی مسئول انتشار آثار ادبی ایران نیست. با این حال، برخی انتشاراتی‌ها اگر احساس کنند که اثری می‌تواند سودآور یا برای مخاطبان جذاب باشد، آن را منتشر می‌کنند، حتی اگر چندان شناخته شده نباشد.

■ با این اوصاف و به نظر شما کدام دسته از آثار ادبیات معاصر ایران در جذب مخاطبان مجارستانی موفق خواهند بود؟

بی‌تردید داستان کوتاه امروزی ظرفیت بالایی برای جذب مخاطبان دارد.

■ برخی از قله‌های ادبیات کلاسیک ایران از جمله خیام، سعدی، مولانا و حافظ در جهان مشهورند. آیا در مجارستان هم مردم به آثار این شاعران اقبال نشان داده‌اند؟

تأثیر ادبیات کلاسیک فارسی در مجارستان نسبتاً کم است. با این حال، جالب است بدانید که نخستین شاعر اروپایی که از حافظ تأثیر گرفت، میهای چوکونایی ویتز (۱۸۰۵-۱۷۷۳) بود. او یکی از شاعران برجسته عصر روشنگری در مجارستان بود که توانست معیارهای وزنی شعر اروپایی را با شعر مجارستان تطبیق دهد. چوکونایی ویتز بعد از خواندن ترجمه‌هایی از اشعار حافظ، شعری با عنوان «ترتیب حافظ» (A' Háfiz sírhalma) را در ستایش حافظ و عظمت شعر او در سال ۱۸۰۱ سرود. سروده او از اولین نمونه‌های اروپایی چنین اشعاری حتی قبل از «دیوان غربی-شرقی» گوته در ۱۸۱۹ است که به دلیل

**پیش از همه‌گیری
کووید ۱۹ ایران معمولاً
در نمایشگاه کتاب
بوداپست غرفه داشت
که بیشتر کتاب‌های
توریستی و هنری عرضه
می‌کرد**



ترجمه‌ای از شعر «تربت حافظ در شیراز»

اثر میهای چوکونائی ویتز

جایی که گل‌ها از خواب برخاسته‌اند

و شراب

در جام‌های گیلین،

به رنگ آتش می‌سوزد

تو خفته‌ای

ای حافظ

در تپه‌ای که نامت را زمزمه می‌کند.

دختران با گیسوانی از شب

با چشم‌هایی که سرخی میوه‌ها را شرمند می‌کنند

می‌رقصدند

در سایه‌ات

و آواز می‌خوانند

برای سنگی که هنوز بوی شعر می‌دهد.

ای ساقی

شراب بریز

که این خاک

از خونِ انگور، روشن‌تر است.

در این باغ

رز

بر تختی از عطر نشسته

و نرگس

با نگاهی که جهان را می‌لرزاند

به حافظ سلام می‌دهد.

پرنده‌ای آواز می‌خواند

نه از شاخه

بلکه از دل خاک

از جایی که واژه‌ها به خواب رفته‌اند

و رؤیای بی‌صدا نفس می‌کشند.

شیراز

ای شهر نغمه و ناز

تو حافظ را در آغوش کشیده‌ای

چنان که شب، ماه را.

و ما

با دست‌هایی خالی

و دل‌هایی پر

بر خاکش گل می‌ریزیم

تا شاید شعر دوباره شکوفه کند.

در حال حاضر، سه سطح تدریس زبان فارسی در دانشگاه داریم؛ در مقطع کارشناسی حدود پنج دانشجو، کارشناسی ارشد سه دانشجو و در دوره دکتری دو دانشجو مشغول تحصیل اند

زبان مجاری شهرت چندانی پیدا نکرده است. این شعر مناسب برای اجرا با موسیقی است و با تکخوان و همخوان‌ها خوانده می‌شود. او در نظر داشت؛ تصویری نیز از آرامگاه حافظ به شیوه آرامگاه‌های اروپایی ترسیم کند که به سبب درگذشت زود هنگام عملی نشد. چوکونائی در مقاله‌ای با عنوان «درمورد شعر آسیایی» شعر ایرانی و آسیایی را در ده صفحه شرح داده و آن‌ها را با اشعار اروپایی مقایسه کرده است. من شعر «تربت حافظ» را به فارسی ترجمه کرده‌ام.

به جز این، ترجمه‌هایی از شاهنامه فردوسی، اشعار حافظ، کل گلستان سعدی و برخی داستان‌های کوتاه فارسی به زبان مجاری وجود دارد.

■ با این اوصاف بفرمایید که آیا ادبیات ایران نتوانسته مخاطبان عمومی را جذب کند یا اینکه اشکال به ضعف معرفی یا نبود ترجمه گسترده آثار باز می‌گردد؟

متأسفانه ادبیات ایران در مجارستان چندان شناخته شده نیست. دو دلیل اصلی برای این وضعیت وجود دارد: اول آن که تعداد آثار ادبی ترجمه شده از فارسی به مجاری بسیار اندک است و چاپ عمده آن‌ها هم به سال‌ها پیش مربوط می‌شود. این آثار در بازار کتاب مجارستان موجود نیست، شاید بتوان آن‌ها را در کتابخانه‌ها یافت. دوم آن که درک ادبیات کلاسیک فارسی برای یک مخاطب عمومی در مجارستان به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و دینی، بسیار دشوار است. طبیعتاً از دل این حرف من این نکته نیز بیرون می‌آید که ادبیات معاصر فارسی هنوز راهی به بازار کتاب مجارستان پیدا نکرده است.

■ شاید یک دلیل برای این عدم شناخت، عدم سرمایه‌گذاری و توجه به آموزش زبان فارسی در مجارستان به‌ویژه از سوی نهادهای مرتبط ایرانی باشد. اگر لازم می‌دانید درباره جایگاه زبان فارسی در نظام آکادمیک مجارستان هم صحبت بفرمایید. با توجه به فعالیت‌های دانشگاهی و فرهنگی در دانشگاه الهه؛ به نظر شما میزان علاقه‌مندی دانشجویان و پژوهشگران به یادگیری زبان فارسی چقدر است و چه اندازه به یادگیری آن تمایل نشان داده می‌شود؟

در حال حاضر، سه سطح تدریس زبان فارسی در دانشگاه داریم؛ در مقطع کارشناسی حدود پنج دانشجو، کارشناسی ارشد سه دانشجو و در دوره دکتری دو دانشجو مشغول تحصیل‌اند. دانشجویان دیگر رشته‌ها نیز می‌توانند در کلاس‌های زبان فارسی شرکت کنند. کلاس‌ها و دوره‌های خصوصی برای آموزش زبان فارسی هم وجود دارد که بیشتر خودم در این دوره‌ها تدریس می‌کنم.

■ به نظر شما چه عواملی ممکن است باعث گرایش مجارها به یادگیری زبان فارسی شود؟ مسائل تاریخی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی نقش پررنگ‌تری دارند یا شکوه‌مندی ادبیات ایران، هم‌وطنان شما را به سمت یادگیری این زبان می‌کشاند؟

علاقه‌مندان عمدتاً به دنبال آشنایی با فرهنگ غنی ایران و یادگیری این زبان جالب و ارزشمند هندواروپایی هستند. در رشته ایران‌شناسی، تنها به آموزش زبان بسنده نمی‌کنیم، بلکه کلاس‌هایی در زمینه ادبیات کلاسیک و مدرن، تاریخ، تاریخ هنر، آشنایی با ادیان و کتیبه‌شناسی نیز برگزار می‌شود و شاید این کلاس‌ها در گسترش فرهنگ ایرانی مؤثر باشند.

مبارک هنیا؛ خبرنگار و مترجم کنیایی نوشت

ضرورت شرکت مستقیم ناشران ایرانی

در نمایشگاه‌های کتاب دیگر کشورها

چندین بار توفیق حضور در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را داشتیم. به نظرم این نمایشگاه از لحاظ وسعت و تعداد حضور ناشران، یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای کتابی در غرب آسیاست. در کنیا نیز نمایشگاه بین‌المللی کتاب از سوی ناشران برگزار می‌شود و رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در کنیا به نمایندگی از ناشران ایرانی در این رویداد فرهنگی شرکت می‌کند.

کیفیت حضور ایران در نمایشگاه کتاب کنیا خوب است و کتاب‌های متنوع از ناشران مختلف با موضوع‌های مذهبی، فرهنگی، سیاسی و... به زبان‌های فارسی، انگلیسی و عربی در معرض دید بازدیدکنندگان قرار می‌گیرد؛ اما این کتاب‌ها برای فروش نیستند. ناشران کنیایی برای خرید کتاب‌های ایرانی باید به صورت مستقیم با خود ناشران ارتباط برقرار کنند. به طور کلی با حضور در غرفه ایران در نمایشگاه کتاب کنیا می‌توانیم با فعالیت‌های ایران در حوزه نشر آشنا شویم. در ساختمان رایزنی فرهنگی ایران نیز کتابخانه‌ای از کتاب‌های ایرانی موجود است. بعضی از ناشران خصوصاً ناشران کتاب‌های مذهبی برای علاقه‌مندان کتاب ارسال می‌کنند. من زمانی که در کنیا بودم از ناشران ایرانی کتاب خریدم و با پست برای من ارسال شد.

در عصر دیجیتال که تعدادی از کتاب‌ها به صورت آنلاین، صوتی و ebook عرضه می‌شوند؛ تعدادی از ناشران مذهبی نسخه‌های دیجیتالی کتاب‌های خود را برای دسترسی علاقه‌مندان خارج از ایران نیز عرضه می‌کنند. این اتفاق برای کتاب‌های غیرمذهبی چندان رایج نیست و برخی از ناشران خصوصی و کوچک از عرضه نسخه دیجیتال کتاب‌های خود استقبال نمی‌کنند. درحالی‌که اگر نسخه دیجیتال از سوی ناشران ارائه شود، علاقه‌مندان کنیایی یا علاقه‌مندان سایر کشورها می‌توانند کتاب‌های موردنظر خود را خریداری و دریافت کنند. به خصوص اگر کتاب‌ها به زبان انگلیسی باشند.

هنوز تعداد زیادی از ناشران ایرانی به دلیل مشکلات بانکی، امکان خرید نسخه دیجیتال کتاب‌های خود را برای خوانندگان و مخاطبان فراهم نکرده‌اند. در دوره کنونی ممکن است عده زیادی از مخاطبان به نسخه فیزیکی کتاب نیاز نداشته باشند و همان نسخه دیجیتالی کافی باشد. این موضوع نیاز به بررسی دارد تا با جمع‌بندی راه‌حلی برای آن پیدا شود. رایزنی فرهنگی ایران در کنیا برای کاهش هزینه پست، تعدادی از کتاب‌ها را چاپ می‌کند؛ چراکه ارسال پستی هزینه بالایی دارد و چاپ کتاب برای خریدار به صرفه‌تر است.

فراموش نکنیم که کشورهای آفریقایی به منابع و کتاب‌های مختلف ناشران و نویسندگان ایرانی نیاز دارند. کتاب‌های مذهبی به طور گسترده در کنیا پخش شده‌اند؛ اما کتاب با محتوا و موضوعات سیاسی، فرهنگی، علمی و... باید به زبان انگلیسی یا سواحیلی ترجمه و توزیع شوند. ایران از کشورهایی است که در علوم و فناوری‌های مختلف همچون علوم پزشکی پیشرفت کرده است و در حوزه فناوری نانو در دنیا حرفی برای گفتن دارد. مردم آفریقا تمایل دارند بدانند و بخوانند دانشمندان ایرانی در زمینه این علوم چه نظری دارند و چه



مبارک هنیا؛ خبرنگار و کارشناس رسانه و مترجم اهل کنیا در یادداشتی به بررسی حضور صنعت نشر جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه‌های کتاب در کنیا و چگونگی حضور بهینه ناشران ایرانی در قاره آفریقا پرداخته است؛

تند و سریع با
جاسم احمد ابوعینین
رئیس نمایشگاه کتاب دوحه



در هر دوره در نمایشگاه کتاب دوحه به طور میانگین چقدر حق کپی رایت خرید و فروش می‌شود؟

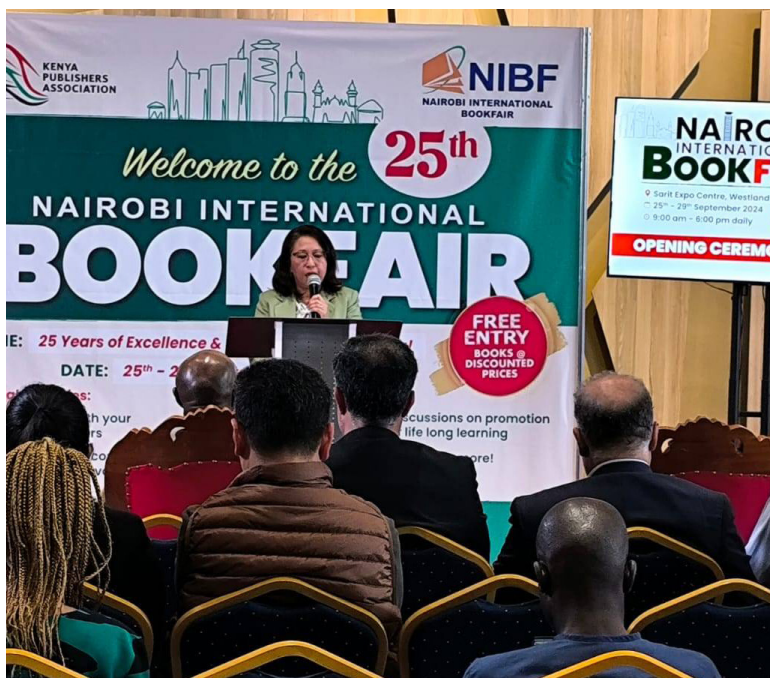
در جریان سی و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب دوحه، طرح ترجمه و نشر آغاز شد و با حمایت مجمع ناشران و توزیع کنندگان قطر، بیش از ۱۴۵ تفاهم‌نامه بین ناشران بین‌المللی و ناشران قطری امضا شد.

بازار کتاب قطر بیشتر در اختیار کدام ناشران است و چه موضوعاتی بیشتر طرفدار دارد؟
بازار کتاب قطر یکی از بازارهای نویدبخش با توسعه روزافزون است. با توجه به این توسعه مداوم، نمی‌توانیم ناشران مسئول و پرکار آن را شناسایی کنیم. کتاب‌های ادبی و کتاب‌های کودکان و نوجوانان محبوب‌ترین کتاب‌ها میان قطری‌ها هستند.

قطری‌ها بیشتر به کدام بخش از آثار ادبیات ایران علاقه دارند؟ ادبیات معاصر یا کلاسیک؟
این را انتشاراتی‌های ایرانی شرکت‌کننده در نمایشگاه با رصد کتاب‌های پرفروش، می‌توانند مشخص کنند.

حضور ایران در چند دوره اخیر نمایشگاه کتاب دوحه را چگونه دیده‌اید؟

حضور ایرانیان در این نمایشگاه، چه از سوی ناشران رسمی و چه از سوی ناشران خصوصی در هر دوره از نمایشگاه بین‌المللی کتاب دوحه متمایز است و ما مشتاقانه منتظر افزایش مداوم تعداد ناشران ایرانی شرکت‌کننده هستیم و امیدوارم ارتباط میان ناشران ایران و قطر در زمینه تبادل راییت مداوم باشد و هر سال توسعه یابد.



فعالیت‌های تحقیقاتی انجام شده است.

بیشترین جمعیت جوان جهان در آفریقا است و جوانان اهل مطالعه به علوم و فناوری‌های مختلف ایران علاقه‌مند هستند؛ بنابراین نیاز به ترجمه کتاب‌هایی از این دست در آفریقا احساس می‌شود. حتی می‌شود این کتاب‌ها با مشارکت ناشران آفریقایی چاپ و منتشر شوند تا با هزینه کمتری به فروش برسند. به اعتقاد من ناشران ایرانی با همکاری رایزن‌های فرهنگی و ثبت شرکت در آفریقا می‌توانند به چاپ، توزیع و فروش کتاب اقدام کنند.

ناشران بزرگ ایرانی برای حضور در بازار جهانی باید به صورت مستقیم در نمایشگاه‌های کتاب شرکت کنند. ناشران ایرانی شاید احساس می‌کنند بازار آفریقا کوچک است یا ممکن است دیدگاهی منفی نسبت به آفریقا داشته باشند؛ اما باید بدانند ناشران کشورهای انگلیس، آمریکا، ترکیه، چین و... در نمایشگاه‌های کتاب آفریقا و بازار کتاب این کشور حضور فعال دارند. ناشران این کشورها می‌دانند که جمعیت جوان آفریقا بازار خوبی برای فروش کتاب‌های آن‌ها فراهم می‌کند. ناشران ایرانی در نمایشگاه‌های کتاب برلین و... شرکت می‌کنند، اما در نمایشگاه‌های کتاب آفریقا این‌گونه نیست.

کتاب‌های ناشران ایرانی باید بر اساس فناوری‌های نوین به صورت صوتی و دیجیتال در دسترس مخاطبان سراسر دنیا باشند. در دوره کنونی برای کاهش هزینه‌ها و مسائل زیست‌محیطی، تمایل به سمت کتاب‌های صوتی و دیجیتال بیشتر شده است. همچنین ناشران ایرانی باید با دانشگاه‌های معتبر جهان در ارتباط باشند تا آثارشان در این دانشگاه‌ها عرضه شود. در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تعداد کتاب‌ها و ناشران خارجی زیاد است؛ بنابراین وقتی در سایر نمایشگاه‌های کتاب خارجی شرکت می‌کنیم باید آثار مختلفی از نویسندگان و ناشران ایرانی را ببینیم. همان‌طور که گفتیم: ایران در علوم انسانی، علوم تجربی و فناوری‌های مختلف حرفی برای گفتن دارد که باید به گوش جهانیان برسد. بهترین راه تحقق این امر، شرکت در نمایشگاه‌های مختلف است. در آمازون امکان خرید کتاب برای مخاطبان کل جهان فراهم است و کتاب خریداری شده بعد از چند روز به دست خریدار می‌رسد. شاید ناشران ایرانی نیز به بستری مشابه آمازون نیاز دارند.



راویان در زمانه بحران

گفت‌وگو با آبتین گلکار کار را به اهلش بسپارید

آبتین گلکار از مترجمان و متخصصان زبان و فرهنگ روسی است که منتقدان آثارش را به‌عنوان بهترین ترجمه‌های موجود از ادبیات روسیه یاد کرده‌اند. گلکار به‌واسطه سال‌ها تحصیل در اوکراین، سفرهای متعدد به روسیه و حضور در نمایشگاه‌های کتاب این کشور، شناخت خوبی از ویرتین‌های کتاب در این مناطق دارد. با او درباره چندوچون حضور ناشران ایرانی در نمایشگاه‌های کتاب در دیگر کشورها به گفت‌وگو نشستیم.

ادبی از برقراری روابط با خارجی‌ها و عدم پشتیبانی دولتی در برقراری چنین روابطی از سوی بخش خصوصی.

■ با توجه به شرایط فعلی ایران، شرکت در نمایشگاه‌های کتاب در دیگر کشورها می‌تواند چه دستاوردهایی برای صنعت نشر ایران داشته باشد؟
به دلایلی که در جواب به سؤال قبلی عرض کردم، دستاوردها به حداقل می‌رسد. گمان می‌کنم سودی که از شرکت در این نمایشگاه‌ها حاصل می‌شود، حتی از هزینه شرکت در آنها کمتر خواهد بود، به همین سبب است که اکثر ناشران ایرانی تمایلی به شرکت در این نمایشگاه‌ها ندارند.

■ شما تجربه حضور در نمایشگاه‌هایی مثل نمایشگاه کتاب مسکو را دارید، بر اساس این تجربه‌ها چه نقدی به شیوه حضور ایرانیان در این نمایشگاه‌ها دارید؟

در شرایطی که ناشران مستقل بخش خصوصی، به دلایلی که عرض کردم، میل یا امکان شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و برقراری روابط برای ورود به بازار جهانی را ندارند، دولت باید این بار را به دوش خودش بکشد؛ و منطقی‌تر آن است که شرایط را مهیا کند و حمایت کند تا ناشر بخش خصوصی که ذی‌نفع است با فعالیتی جدی حداکثر بازدهی را از حضور و اعضای هیئت‌ش به دست آورد. دمتری دانیلوف، نویسنده روس که برای شرکت در سی‌وششمین نمایشگاه کتاب به تهران آمده بود، در دو – سه روز اقامتش در تهران دست‌کم در ۷-۸ برنامه در نمایشگاه و دانشگاه‌ها و جاهای دیگر شرکت کرد.

■ اصولاً ناشر ایرانی به جهانی‌شدن و ویرتین جهانی می‌اندیشد یا خیر؟ همان‌طور که عرض کردم، اغلب ناشران بزرگ ما که توان بالقوه حضور



■ مهمترین موانع ورود کتاب‌های ایرانی به بازارهای جهانی را در چه مواردی می‌دانید؟

مهم‌ترین عامل از دید من نپیوستن به پیمان‌های بین‌المللی حفظ حقوق پدیدآورندگان است. وقتی قانون‌های بازار جهانی را نپذیریم، ساده‌لوحانه است که انتظار داشته باشیم در بازار جهانی ما را بپذیرند و جدی بگیرند. سایر موانع همان چیزهایی است که در تعاملات بین‌المللی ایران در همه حوزه‌های دیگر هم دیده می‌شود؛ دشواری طاقت‌فرسا در برقراری روابط مالی با کشورهای دیگر، بدگمانی یا ترس ناشران و نویسندگان و کارگزاران



گمان می‌کنم سودی که از شرکت در نمایشگاه‌ها خارجی حاصل می‌شود حتی از هزینه شرکت در آن‌ها کمتر باشد، به همین سبب است که اکثر ناشران ایرانی تمایلی به شرکت در این نمایشگاه‌ها ندارند

باید از افراد متخصص کمک گرفت. از فرایند طراحی غرفه بگیرد تا انتخاب آثار برای عرضه و انتخاب اعضای هیئت و تنظیم برنامه‌ها و... نمایشگاه کتاب در هر کشور یک اتفاق مستقل و منحصر به فرد است و نیاز به آن دارد که افراد آشنا به فرهنگ آن کشور بنشینند و برای این شرکت برنامه‌ریزی کنند. نمی‌شود عین همان برنامه‌ای که برای نمایشگاه کتاب مسکو ریخته‌ایم برای نمایشگاه کتاب سئول، مسقط و فرانکفورت هم پیاده کنیم. برای هر نمایشگاه، گروهی متخصص واقعی باید بنشینند و برنامه‌ریزی کنند؛ با کرسی‌های ایرانی‌شناسی یا زبان فارسی دانشگاه‌های کشور مقصد برای همکاری گفت‌وگو کنند؛ مترجمان ادبی و ناشرانی را که در زمینه زبان فارسی در آن کشورها فعالیتی داشته‌اند، شناسایی کنند، با آن‌ها ارتباط برقرار کنند؛ با مطالعه کافی ببینند چه آثاری و چه نویسندگانی ممکن است برای آن کشور جذابیت بیشتری داشته باشد. بهتر از همه این است که دولت به ناشرانی که واقعاً توان بین‌المللی شدن دارند کمک کند تا در نمایشگاه‌ها شرکت کنند. مطمئن باشید بازده شرکت در نمایشگاه چند برابر خواهد شد.

مستقل در بازارهای جهانی را دارند، از ترس مشکلات، اصولاً میلی به برقراری روابط بین‌المللی ندارند و عطا‌ی آن را به لقای می‌بخشند.

■ به نظر شما چه زیرساخت‌هایی برای تقویت این بخش لازم است؟ آیا آموزش، حضور آژانس‌های ادبی یا معرفی هدفمند آثار می‌تواند راهگشا باشد؟

مهم‌ترین زیرساخت‌ها همان است که در جواب سؤال اول عرض کردم؛ پیوستن به پیمان‌های جهانی حفظ حقوق پدیدآورندگان. تسهیل برقراری روابط مالی با کشورهای دیگر و تغییر نگرش مدیریت فرهنگی به برقراری روابط فرهنگی با کشورهای دیگر. بدون این‌ها، هر فعالیتی قطره‌چکانی خواهد بود. آژانس‌های ادبی می‌توانند در همین سطح قطره‌چکانی عمل کنند؛ ولی نکته مهم این است که فرایند فروش حق تألیف آثار در بازار جهانی معمولاً فرایندی دوطرفه است، یعنی ناشری که حق ترجمه آثاری را در کشوری دیگر می‌فروشد، خیلی وقت‌ها آثاری را هم از طرف مقابل می‌خرد. ناشرانی مانند «افق» و «برج» که در زمینه خرید حق ترجمه نویسندگان خارجی فعال بوده‌اند، در حوزه فروش حق تألیف نویسندگان ایرانی هم موفقیت‌های خوبی داشته‌اند. باز برمی‌گردیم به همان علت‌العلل گرفتاری‌ها که تا وقتی حقوق پدیدآورندگان خارجی را به رسمیت نشناسیم، کسی هم ما را به رسمیت نخواهد شناخت.

■ چه تعریفی از حضور مؤثر ایران در یک نمایشگاه بین‌المللی دارید؟ پیشنهادتان برای بهتر شدن کیفیت این حضور چیست؟
مسلم است که داشتن غرفه بدون برنامه بدتر از غرفه نداشتن است. برای حضور مؤثر، غیر از عوامل بنیادینی که قبلاً عرض کردم،



یک نشریه علمی پژوهشی بین‌رشته‌ای در حوزه علوم انسانی است که از سال ۱۹۹۶ تاکنون به صورت دسترسی آزاد (Open Access) منتشر می‌شود و در فهرست رسمی نشریات دسترسی آزاد (DOAJ) نیز ثبت شده است.

سردبیر فعلی نشریه دکتر مونیک رونی (Monique Rooney) از دانشگاه ملی استرالیا (ANU) است. مشاوران علمی نشریه شامل پژوهشگران برجسته‌ای از دانشگاه‌های استرالیا و دیگر کشورهای هستند که در حوزه‌های ادبیات، مطالعات فرهنگی، تاریخ، فلسفه، سیاست، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، مطالعات جنسیت و رسانه تخصص دارند.

این نشریه توسط انجمن مطالعات ادبیات استرالیا (Association for the Study of Australian Literature ASAL) منتشر می‌شود و از سال ۲۰۱۲ انتشار آن از طریق انتشارات دانشگاه ملی استرالیا (ANU Press) متوقف شده، اما همچنان به صورت مستقل و آنلاین فعال است. تا کنون ۷۳ شماره از این نشریه منتشر شده و آخرین شماره آن مربوط به فوریه ۲۰۲۵ است. دوره انتشار نشریه به صورت فصلی یا موضوع محور است و زبان انتشار آن انگلیسی است.

موضوعات مورد بحث در شماره‌های مختلف نشریه شامل ادبیات تطبیقی، نظریه‌های فرهنگی، بحران‌های زیست‌محیطی، ادبیات مهاجرت، نشر فراملی، زیبایی‌شناسی رسانه و چالش‌های علوم انسانی در مناطق محروم استرالیا بوده‌اند. این نشریه با هدف ارتقای گفت‌وگوی علمی در حوزه علوم انسانی و ایجاد پیوند میان دانشگاه و جامعه فعالیت می‌کند و مقالات آن برای عموم قابل دسترسی و بارگیری رایگان هستند.

حضور جهانی صنعت نشر ایران به روایت استاد دانشگاه نیوساوت ولز استرالیا



شماره شصت و دوم نشریه «مرور علوم انسانی استرالیا» (Australian Humanities Review) به موضوع نشر فراملی و ادبیات مهاجرت اختصاص داشت که در چهارم دسامبر ۲۰۱۷ منتشر شد. در این نشریه لتیسیا نانکت؛ استاد فرانسوی ادبیات تطبیقی در دانشگاه نیوساوت ولز استرالیا مقاله‌ای با عنوان «گردش متون ایرانی در جهان: آیا صنعت نشر فراملی ایرانی در حال شکل‌گیری است؟» داشت که از نظر درک و شرح مسائل مرتبط با حضور آثار ایرانی در جهان و تعامل محدود صنعت نشر ایران با جامعه نشر جهانی اهمیت ویژه‌ای دارد و ضرورت بازنگری در سیاست‌های تعامل بین‌المللی صنعت نشر ایران را دوباره یادآور می‌شود.

به باور نویسنده این مقاله در عصر جهانی‌شده امروز، صنعت نشر نه تنها ابزار انتقال دانش و فرهنگ است، بلکه یکی از ستون‌های دیپلماسی فرهنگی و تعاملات بین‌المللی به‌شمار می‌رود. کشورهایی که در عرصه نشر جهانی حضور مؤثر دارند، نه تنها آثار خود را به زبان‌های دیگر معرفی می‌کنند، بلکه از طریق ترجمه، فروش رایج و همکاری‌های بین ناشران، تصویر فرهنگی خود را در سطح بین‌المللی تثبیت می‌کنند. ایران با پیشینه‌ای غنی در ادبیات، فلسفه و علوم انسانی، ظرفیت آن را دارد که در این عرصه بدرخشد، اما شواهد نشان می‌دهد که این ظرفیت به درستی فعال نشده است. نویسنده در این مقاله به درستی اشاره کرده که علیرغم اینکه ایران یکی از کشورهای محور مبارزه با استعمار است، اما در زمینه ادبیات پساستعماری متونی برای جهانیان نداشته و فی‌المثل کشورهای آفریقایی کماکان پاریس و لندن را قبله ادبی خود می‌دانند و متون تولیدشده توسط نویسندگان متعلق به این فرهنگ‌ها را می‌خوانند. این مقاله بر پایه داده‌های میدانی و تحلیل‌های فرهنگی نوشته شده و یکی از منابع استنادی آن گفت‌وگوی نویسنده مقاله با دو ناشر ایرانی است. مروری بر این مقاله داشته‌ایم:

نکات کلیدی مقاله لتیسیا نانکت

۱. جایگاه حاشیه‌ای ایران در نشر جهانی

نانکت توضیح می‌دهد که ایران در مدارهای اصلی نشر جهانی مانند پاریس، لندن، نیویورک یا برلین حضور مؤثری ندارد. آثار ایرانی، چه در داخل کشور تولید شوند و چه توسط نویسندگان مهاجر، اغلب از طریق شبکه‌های غیررسمی و پراکنده منتشر می‌شوند. این وضعیت باعث شده ایران در عرصه نشر بین‌المللی بیشتر در حاشیه عمل کند تا در مرکز.

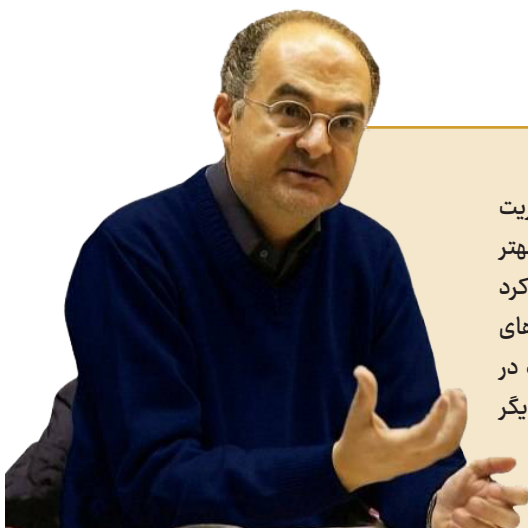
۲. فقدان زیرساخت‌های حقوقی بین‌المللی: به باور نویسنده، ایران عضو کنوانسیون‌های جهانی کپی‌رایت نیست و همین امر باعث شده ناشران خارجی تمایل اندکی به همکاری با ناشران ایرانی داشته باشند. نبود ضمانت‌های حقوقی برای حفظ مالکیت فکری، مانعی جدی در مسیر تعامل نشر ایران با جهان است.

۳. تغییر متن: نویسنده تأکید می‌کند که نویسندگان دیگر کشورها عمدتاً با تغییرات محتوایی متونشان و آنچه ذیل نام ممیزی مطرح می‌شود، مخالفاند، بنابراین ناشران این آثار با ناشران کشورهایی که ممیزی پیش از انتشار در آن‌ها اعمال می‌شود، کمتر تعامل می‌کنند.

۴. نبود نهادهای تخصصی برای تعامل نشر بین‌المللی: در مقاله آمده است که تعامل نشر ایران با جهان بیشتر مبتنی بر تلاش‌های فردی نویسندگان یا مترجمان است و نه بر پایه نهادهای تخصصی، برنامه‌ریزی‌شده و پایدار. این پراکندگی، مانع از شکل‌گیری یک صنعت نشر فراملی ایرانی شده است. به عبارتی تلاش‌های نهادهایی در ایران که سعی در بهبود وضعیت حضور آثار ایرانی در ویرتین‌های جهانی دارند، دیده نمی‌شود.

گفت‌وگو با افشین شحنة‌تبار؛ مدیر انتشارات شمع و مه

حضور داریم اما نمایشی



یکی از ناشران خصوصی فعال در عرصهٔ بین‌الملل، انتشارات شمع و مه به مدیریت افشین شحنة‌تبار است. شحنة‌تبار پس از مدتی فعالیت در ایران برای دسترسی بهتر به بازارهای جهانی در سال ۲۰۰۳ انتشارات Candle & Fog را در لندن تأسیس کرد و این انتشارات از آن تاریخ تاکنون، درگاهی برای ورود ادبیات معاصر ایران به بازارهای جهانی است. شحنة‌تبار همچنین اهتمام ویژه‌ای به حضور انتشارات شمع و مه در نمایشگاه‌های معتبر کتاب در جهان دارد و قطعاً تجربیاتش در این زمینه، برای دیگر ناشران ایرانی راهگشا خواهد بود. با او گفت‌وگویی داشته‌ایم:

زیادی برای حضور و ملزوماتش صرف کند، اما در نهایت نمی‌تواند قراردادی برای فروش رایت به امضا برساند.

بله؛ مشکل مهمی که تقریباً برای تمام ایرانی‌ها وجود دارد، بحث ارتباط فیزیکی بین ایران و کشورهای اروپایی است که چهارراه اصلی ادبیات دنیا هستند. ناشر ایرانی برای حضور در یک رویداد بین‌المللی مانند نمایشگاه کتاب فرانکفورت، علاوه بر هزینه بسیار سنگین آن‌که نسبت به سال‌های گذشته به‌طور تصاعدی در حال بالا رفتن است، به مانع بسیار بزرگ‌تر دیگر یعنی گرفتن روادید برخورد می‌کند. به جرئت می‌توانم بگویم که شاید یک‌دهم ناشران ایرانی توانایی عبور از این مانع را دارند.

موضوع بعدی و خیلی مهم دیگری که به آن توجه نمی‌شود، نبود مترجم حرفه‌ای در ترجمهٔ ادبیات داستانی است؛ نه در ترجمه ادبیات بلکه در ترجمه رمان که تخصص خاصی لازم دارد. مترجمان ایرانی که قادر به این کار باشند، انگشت‌شمارند و عمدتاً هم خارج از کشور سکونت دارند. ترجمه از زبان فارسی به دلیل نداشتن ریشه مشترک با لاتین سخت است و این نیز یکی از موانع مهم به شمار می‌رود، چراکه متن در زبان مقصد آن‌قدر ضعیف می‌شود که نمی‌تواند موفقیتی کسب کند.

مجموع این عوامل باعث شده که کشورمان علی‌رغم ادبیات غنی کلاسیک و معاصر، نتواند نقش خوبی در بازارهای جهانی کتاب ایفا کند و کشورهای دیگر از جمله کره جنوبی یا ترکیه با زبان‌هایی متفاوت جایش را بگیرند درحالی‌که قطعاً در حوزه ادبیات، سطح بسیار پایین‌تری از ما دارند. بنا به این دلایل است که حضور ناشران ایرانی در آورده‌گاه‌های صنعت نشر جهان فقط می‌تواند یک حضور نمایشی باشد. ما می‌توانیم فقط حضور داشته باشیم که البته همین هم بد نیست، اما نمی‌توان نتیجه‌ای از آن انتظار داشت.

■ اگر موافق باشید بحث را با مهم‌ترین موانع ورود صنعت نشر ایران به بازارهای جهانی شروع کنیم.

در پاسخ به این سؤال پیش از ایرادگرفتن از دولت، وضعیت جهانی و... باید گفت که حضور نداشتن یا کم حضور داشتن در بازارهای جهانی به تفکر رایج در صنعت نشر ایران برمی‌گردد که بسیار سنتی است و اصلاً نگاه صادراتی در آن وجود ندارد و هزار دلیل قابل فهم و درک می‌توان برای آن ذکر کرد. یکی از این دلایل، بحث کپی‌رایت است که مانع ورود قانونی تولیدات صنعت نشر ایران به بیرون از مرزهای کشور می‌شود. این موضوع چالشی بسیار مهم و البته قابل حل است. هر ناشر می‌تواند با ناشر خارجی ارتباط بگیرد و با یک توافق یا قرارداد داخلی آن را حل کند؛ اما در نهایت باید روی این موضوع به عنوان یک مانع بزرگ، فکری اساسی بکنیم.

دیگر مانع بسیار بزرگ‌تر برای کپی‌رایت بحث تحریم است. به دلیل تحریم‌های موجود، طرف خارجی جرائت همکاری با یک شرکت را ندارد و تبادل مالی نیز به هیچ عنوان در شرایط فعلی و وجود تحریم‌ها امکان‌پذیر نیست. ناشری که می‌خواهد حق رایت یک کتاب را بفروشد برای اینکه شفافیت مالی در سیستم دارایی کشور خود داشته باشد، باید در ازای یک قرارداد، مبالغی را به حساب ناشر خریدار واریز کند و این امکان در ایران فراهم نیست. ما نمی‌توانیم از ناشر خارجی توقع داشته باشیم که پول را به صورت نقدی برای ما پست کند، زیرا چنین کاری جرم است. به عبارتی، فروش محصولی که مسائل مالی‌اش مبهم باشد و قابل پیگیری نباشد باعث ایجاد جرم برای ناشر طرف اول می‌شود و همه این‌ها، مانع پشت مانع است.

■ اگر این مسائل را کنار پایین آمدن ارزش ریال بگذاریم که باعث گران شدن هزینه‌های حضور است، ماجرا بغرنج‌تر می‌شود؛ یعنی ناشر باید پول



■ اگر این حضور با پیش‌زمینهٔ آشنایی با قوانین نشر جهانی توأم شود، شاید بتواند اندک دستاوردی همراه داشته باشد. آیا ناشران ایرانی با سازوکارهای قانونی نشر در جهان آشنایی دارند؟

ناشران ایرانی بسیار سنتی عمل می‌کنند و با مسائل قانونی ارتباطات جهانی حوزهٔ کتاب و زبان دوم آشنا نیستند. با این اوصاف؛ اگر همین حد حضور را هم حفظ کنیم، بسیار خوب است. بیشترین حضور ایران در مجامع بین‌المللی عرصهٔ کتاب در دولت یازدهم و دوازدهم اتفاق افتاد و نتایج بسیار خوبی داشت. این امر سبب تابوشکنی و از بین بردن ترس ناشران از حضور در مجامع بین‌المللی شد که متأسفانه ادامه نیافت.

■ اما این حضور ممکن است دستاوردی برای ناشر خصوصی یا دولتی نداشته باشد. به‌ویژه در نمایشگاه‌هایی مثل فرانکفورت که بر موضع نمایشگاهی استوارند و باید در ذیلشان به تبادل رایت پرداخت...

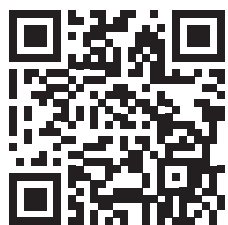
آن‌ها هم به دلیل شرایط فعلی در حال تغییرند و متوجه شده‌اند که تنها تبادل رایت در نمایشگاه‌ها جوابگو نیست. در سه روز آخر نمایشگاه کتاب فرانکفورت که از نمایشگاه‌های مهم در سطح بین‌المللی است، فروش کتاب آزاد شده است. نمایشگاه‌های لندن و پکن هم که پیش‌تر صرفاً روی کپی‌رایت تمرکز داشتند، تغییر در اجرا را در دستور کار دارند تا جذابیت بیشتری برای عموم مردم ایجاد کنند. در هر صورت، حضور ناشران ایرانی چه در غرفه‌های ملی چه در غرفه‌های انفرادی نمایشگاه‌های کتاب در سطح جهان بسیار مهم است. هم به دلیل برپا کردن پرچم ایران و هم برای نگه داشتن امیدها برای حضور جهانی. قطعاً حضور نیافتن ایران حتی در همین حد فعلی، آثار بدی برای ادبیات ایران به همراه خواهد داشت.

■ حمایت‌های دولتی از حضور ناشران در نمایشگاه‌های جهانی کتاب را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بخش فرهنگ، نه فقط در ایران بلکه در تمامی کشورهای جهان در حال حاضر بدون حمایت‌های دولتی توان ادامه حیات ندارد. در

بیرون از ایران به‌غیر از دولت‌ها، صنایع خاص نیز از فرهنگ و ادبیات کشور خود حمایت می‌کنند. آن‌ها برای ترجمه آثارشان به دیگر زبان‌ها گرنت (پژوهانه) می‌دهند و از برگزاری جوایز مختلف و بزرگ و برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها حمایت می‌کنند. مجموع این حمایت‌هاست که فرهنگ و صنایع فرهنگی کشورها را در اوج نگه می‌دارد. بخش صنعت در ایران حمایتی از کتاب نمی‌کند ولی در حوزهٔ سینما و موسیقی این حمایت‌ها به‌راحتی انجام می‌شود.

اسدالله امرایی در نشست تخصصی «کپی رایت و ترجمه در ایران» که در خانه کتاب و ادبیات ایران برگزار شد با اشاره به اینکه قوانین داخلی ما در حوزه نشر قابل پیگیری است، گفت: «قانون مؤلفین و مصنفین که تاکید دارد ۳۰ سال بعد از فوت صاحب اثر آن اثر برای فرزندان صاحب اثر است و پس از آن جزو اموال عمومی قرار می‌گیرد و هر کسی می‌تواند آن را چاپ کند، تغییر یافته و مدت زمان آن به ۵۰ سال رسیده‌است و همچنین حق مترجم اول به ویژه اگر کپی رایت را گرفته باشد، این است که اثر او ابتدا مجوز بگیرد و در ایران منتشر شود؛ در صورتی که این حق تقدم رعایت نمی‌شود چراکه قوانین ما تفسیر پذیر هستند.»



برای خواندن
گزارش نشست
اسکن کنید

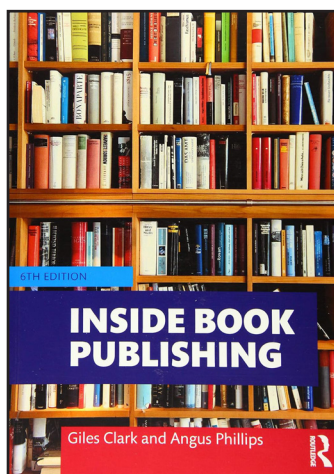


تجرباتی که می‌توانند موجب غنای صنعت نشر ایران شوند

می‌توانند همچون چراغی مسیر توسعه نشر در ایران را روشن کنند. این آثار که متأسفانه هنوز به فارسی ترجمه نشده‌اند، نه تنها به بررسی روندهای نوین نشر می‌پردازند، بلکه راهکارهایی عملی برای عبور از بحران‌ها ارائه می‌دهند. معرفی این کتاب‌ها، فرصتی است برای الهام‌گیری از تجربه‌هایی که در دیگر کشورها به ثمر نشسته‌اند. لازم به توضیح است که منابع معرفی شده حاصل سلیقه تحریریه نشریه «راویان فرهنگ» است و قطعاً منابع بسیار دیگری نیز در زمینه تولید کتاب و چگونگی حضور در بازارهای جهانی منتشر شده‌اند.

صنعت نشر در ایران با وجود سابقه‌ای قابل توجه، همچنان با چالش‌هایی مانند نبود زیرساخت‌های دیجیتال، ضعف در بازاریابی حرفه‌ای و تحلیل رفتار مخاطب و... دست‌وپنجه نرم می‌کند؛ درحالی‌که جهان نشر با سرعتی سرسام‌آور در حال تحول است و ناشران بین‌المللی هرروز به ابزارها، مدل‌ها و رویکردهای نوین مجهز می‌شوند، عمده خبرهای صنعت نشر ایران هنوز پیرامون مسائلی چون شمارگان پایین، فقدان داده‌محوری و نبود آموزش تخصصی برای فعالان این حوزه است. این میان، کتاب‌هایی در سطح جهانی منتشر شده‌اند که

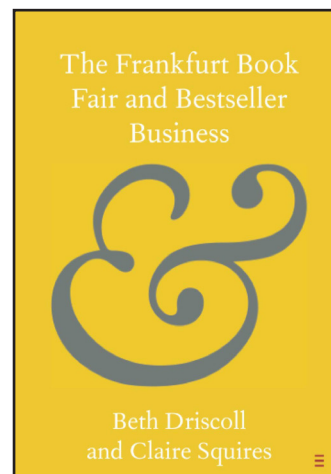
اجتماعی چنین نوشته بود: «نمایشگاه کتاب فرانکفورت مطمئناً خلاقانه‌ترین این نوع پژوهش‌های پسانقادی در باب ساخت فرهنگ است، کتابی درباره کتاب‌هایی که باید بینش‌های غنی ایجاد کند.»



Inside Book Publishing

«زیرویم نشر کتاب» نوشته «جایلز کلارک» (مشاور پیشین چند ناشر دانشگاهی در انگلستان) و «انگوس فیلیپس» (مدیر مرکز بین‌المللی مطالعات انتشارات آکسفورد)

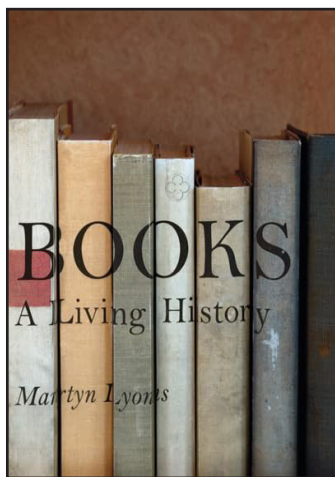
تولید «بازار داغ» کتاب‌ها پرداخته‌اند. در توضیح این کتاب باید گفت که نمایشگاه کتاب فرانکفورت، محل پیشرو صنعت جهانی برای فروش حق نشر، تسهیل معاملات تجاری و شبکه‌های بین‌المللی است. در این مطالعه شیوه‌های تولید کتاب‌های پرفروش بررسی شده‌اند. نویسندگان خود اشاره کرده‌اند که تحقیقاتشان سه سال متوالی کار میدانی (۲۰۱۷-۲۰۱۹) شامل مصاحبه‌ها و مداخلات مردم‌نگارانه و هنری بوده و درنهایت این مسئله را موردبحث قرار داده‌اند که شور و شوق در نمایشگاه در دو حالت وجود دارد: به‌عنوان گزارش‌های رسانه‌ای آماده برای بازار و تجربیات جزئی و زیسته مرتبط با خلق‌و‌خو. ساختارهای فیزیکی و... روابط قدرت آن را به نمایش می‌گذارند و جریان کتاب‌ها و شور و شوق را هدایت می‌کنند. علاوه بر این، نمایشگاه نه تنها مکانی برای تبادل تجاری، بلکه نوعی کارناوال است که با رویدادهای تاریخی مخرب و پویایی‌های اجتماعی-سیاسی مشکل‌ساز مشخص می‌شود. «توبی بنت»؛ منتقد و پژوهشگر سرشناس عرصه فرهنگ درباره این کتاب در نشریه تحلیل فرهنگی و تغییرات



The Frankfurt Book Fair and Bestseller Business

کتاب «نمایشگاه کتاب فرانکفورت و کسب‌وکار کتاب‌های پرفروش» نوشته مشترک «بث دریسکول» و «کلر اسکوایرز» است که برای نخستین بار در سال ۲۰۲۰ در ۱۱۲ صفحه توسط انتشارات دانشگاه کمبریج روانه کتاب‌فروشی‌ها شد. نویسندگان در این کتاب به بررسی نمایشگاه کتاب فرانکفورت به‌عنوان مرکز جهانی تبادل حقوق نشر و

کتاب درسی در حوزه صنعت نشر که رقیبی ندارد. هرکسی که می‌خواهد درک خوبی از نحوه کار نشر داشته باشد، ضرورتاً باید «زیربوم نشر کتاب» را بخواند. کسانی که در ابتدای راه این صنعت هستند، بهتر است یک نسخه از آن را به عنوان یک راهنمای مرجع سریع در دسترس داشته باشند.» دکتر «سباستین کوپل»، کتابدار سابق دانشگاه بامبرگ نیز درباره آن نوشته بود: «یک ضمیمه ضروری برای این حوزه است.»



Books: A Living History

کتاب «کتاب‌ها: یک تاریخ زنده» نوشته «مارتین لیونز» است که برای نخستین بار به سال ۲۰۱۱ در ۲۲۴ صفحه و توسط انتشارات J. Paul Getty Museum در دسترس مخاطبان قرار گرفت. «مارتین لیونز» استاد تاریخ در دانشگاه «نیو ساوت ولز» در سیدنی، استرالیا است و به قلم او پیش از این کتاب و آثاری چون «تاریخچه خواندن و نوشتن در جهان غرب» (انتشارات پالگرو مک میلان، ۲۰۰۹) و «فرهنگ خواندن و شیوه‌های نوشتن در فرانسه قرن نوزدهم» (انتشارات

کتاب فرانکفورت و لندن را نیز به عنوان نقاط کلیدی برای تبادل حقوق نشر، کشف استعدادها، جدید و مذاکره‌های تجاری معرفی کرده‌اند. این کتاب برای دانشجویان رشته نشر، نویسندگان تازه‌کار و فعالان حوزه کتاب بسیار مفید است، چراکه هم دیدگاه عملیاتی دارد و هم به تحولات جهانی اشاره می‌کند. نگاه نویسندگان به نمایشگاه‌های کتاب، به عنوان قلب تپنده صنعت نشر، بسیار دقیق و کاربردی است.

اهمیت این کتاب شخصیت‌های زیادی را به سخن واداشته است و در باب آن بولتن‌های نهادهای مختلف مرتبط با صنعت نشر انگلستان نیز مطالب زیادی را منتشر کرده‌اند. «نیکلاس جونز»؛ مالک و بنیان‌گذار انتشارات موفق «استراتمور» درباره این کتاب نوشته است: «کتابی قابل فهم، بازبانی ساده و بسیار آموزنده است. هرکسی که قصد فعالیت در عرصه نشر را دارد، نباید از خواندن آن غافل شود و حتی کسانی که چند سال تجربه دارند، چیزهای مفیدی در آن خواهند یافت.» «استفان تابلر»؛ نویسنده، مترجم و مدیر و بنیان‌گذار انتشارات «و داستان‌های دیگر» نیز درباره این کتاب می‌گوید: «وقتی که «و داستان‌های دیگر» را بدون هیچ تجربه‌ای پیشینی در صنعت نشر، راه اندازی کردم، این کتاب برای من بسیار راهگشا و کاربردی بود. برای درک صنعت نشر، این کتاب بسیار مفید است. مطالعه این کتاب به مثابه گرفتن یک مدرک کارشناسی ارشد است!» «سامانتا راینر»؛ نویسنده و پژوهشگر و همچنین استاد کالج لندن در زمینه تاریخ فرهنگ و صنعت نشر نیز درباره این کتاب در نشریه «بوک برانچ» چنین نوشته بود: «یک

است که توسط انتشارات «راتلج» منتشر شد. ویراست ششم این کتاب سال ۲۰۱۹ در ۳۹۶ صفحه در دسترس مخاطبان قرار گرفت.

این کتاب یک راهنمای جامع برای درک ساختار و عملکرد صنعت نشر در بریتانیا و جهان است. نویسندگان؛ با تجربه‌ای گسترده در حوزه نشر، کتاب را به بخش‌هایی تقسیم کرده‌اند که هرکدام به یکی از مراحل چرخه نشر از ایده‌پردازی و انتخاب نویسنده تا تولید، بازاریابی، فروش و توزیع می‌پردازد.

جایلز کلارک و انگوس فیلیپس؛ پوشش معتبری از تمام بخش‌های این صنعت، از داستان‌های تجاری و غیرداستانی گرفته تا انتشارات آموزشی و مجلات دانشگاهی، ارائه می‌دهند. آن‌ها نشان می‌دهند که چگونه ناشران همچنان با دنیایی که به سرعت در حال تغییر و به شدت به هم پیوسته است، سازگار می‌شوند، دنیایی که در آن کتاب‌های چاپی در کنار کتاب‌های الکترونیکی و رشد کتاب‌های صوتی، انعطاف‌پذیری خود را ثابت کرده‌اند. موضوعات اصلی، از جمله توسعه محصولات دیجیتال و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی کتاب و همچنین مواردی که بر کسب‌وکار ناشران تأثیر می‌گذارند، مانند ظهور خرده‌فروشی اینترنتی؛ مدل‌های اجاره برای کتاب‌های درسی دانش‌آموزان؛ و دسترسی آزاد که در آن محتوای دانشگاهی برای کاربر رایگان است، بررسی شده‌اند. مطالعات موردی از کارشناسان صنعت نشر، دیدگاه‌های جذابی در مورد موضوعاتی مانند تأمین مالی جمعی، خود انتشاری و نحوه بازاریابی نویسندگان ارائه می‌دهد.

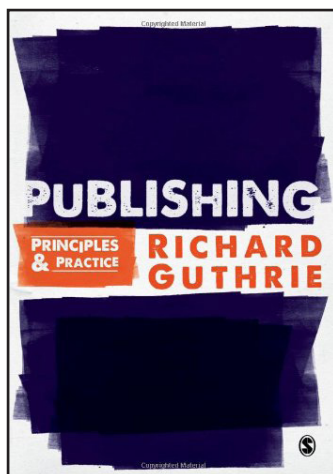
نویسندگان در این کتاب نمایشگاه‌های

دانشگاه تورنتو، ۲۰۰۸) نیز منتشر شده بودند. نویسنده تاریخ کتاب از دوران باستان تا عصر دیجیتال را بررسی کرده و ضمن آن به نقش نمایشگاه‌های کتاب در گسترش کتاب‌خوانی پرداخته است. به عبارتی نویسنده از اولین خط‌خطی‌های روی پایروس تا ظهور کتاب الکترونیکی را بررسی کرده است و مرورش درواقع نگاهی جذاب است به یکی از کارآمدترین، همه‌کاره‌ترین و پایدارترین فناوری‌هایی که تاکنون توسعه یافته‌اند. نویسنده، تکامل کتاب را از دنیای کمیاب کتاب‌های دست‌نویس و تذهیب‌شده در دوران باستان و قرون‌وسطی تا تأثیر انقلابی اختراع دستگاه چاپ توسط گوتنبرگ، ظهور فرهنگ نشر در قرن‌های نوزدهم و بیستم و تأثیر بعدی فناوری‌های جدید بر این فرهنگ، دنبال می‌کند.

بسیاری از عناوین بزرگ دو هزاره گذشته و همچنین طیف وسیعی از انواع و قالب‌های کتاب که در چند صدسال گذشته پدیدار شده‌اند، از رمان‌های سریالی و سکه‌ای گرفته تا کتاب‌های جیبی، کتاب‌های کودکان و مانگای ژاپنی، مورد بحث قرار گرفته‌اند. این جلد با بحثی در مورد انقلاب دیجیتال در تولید و توزیع کتاب و پیامدهای آن برای دوست‌داران کتاب به پایان می‌رسد.

جملات زیر، یادداشت‌ها و مرورهایی است که در نشریات مختلف درباره این کتاب منتشر شده‌اند: «در این تاریخ مصور و باشکوه کتاب، لیونز هزاره‌های تغییر را پوشش می‌دهد، از حکاکای باستانی بین‌النهرین گرفته تا نوآوری‌های گوتنبرگ در چاپ تا عصر کامپیوتر و ظهور اینترنت و کتاب‌خوان‌های الکترونیکی.» (پابلیشرز ویکلی) «مقدمه‌ای عالی بر تاریخ، اصطلاحات و روندهای نوشتن و خواندن کتاب.» (فاین بوکز و کالکشنز) «مجموعه‌ای از مطالب جذاب و کتاب‌دوستانه.» (اخبار کتابخانه کالج و تحقیقات) «کتاب‌ها: یک تاریخ زنده» تاریخ و جادوی کتاب را از لوح‌های خط میخی تا هری پاتر جشن می‌گیرد و در طول مسیر به روندهای مرتبط در نرخ سواد، رشد

ژانرهای جدید و صنایع مرتبط با کتاب در طول قرن‌ها و چاپ می‌پردازد.»



Publishing: Principles and Practice

کتاب «انتشارات: اصول و عمل» نوشته «ریچارد گاتری» است که برای نخستین بار در سال ۲۰۱۱ در ۲۴۰ صفحه توسط انتشارات SAGE روانه کتاب‌فروشی‌ها شد. ریچارد گاتری، محقق نشر کتاب‌های چاپی و دیجیتال با بیست سال سابقه تولید است. او در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترا در رشته مطالعات نشر تحصیل کرده است.

«انتشارات: اصول و عمل» به اصول بنیادین نشر و ارائه راهکارهای عملیاتی برای موفق شدن در این صنعت در دنیای امروز می‌پردازد. نویسنده در این کتاب با نگاهی تحلیلی، صنعت نشر را از منظر تاریخی، اقتصادی و فرهنگی بررسی می‌کند و با زبانی روشن و مثال‌های واقعی، پیچیدگی‌های صنعت نشر از جمله: معماهای حقوقی، تضادهای فرهنگی، شیوه‌های تجاری، الزامات ویرایشی، چالش نشر الکترونیکی، به‌کارگیری ایده‌ها در چاپ، منطقی‌سازی و رشد فرهنگ نشر شرکتی و... را قابل فهم می‌سازد.

همچنین در این کتاب به نقش دولت‌ها نهادهای فرهنگی و سیاست‌های حمایتی در توسعه نشر اشاره شده و نمایشگاه‌های کتاب به‌عنوان بسترهایی برای ایجاد ارتباط بین

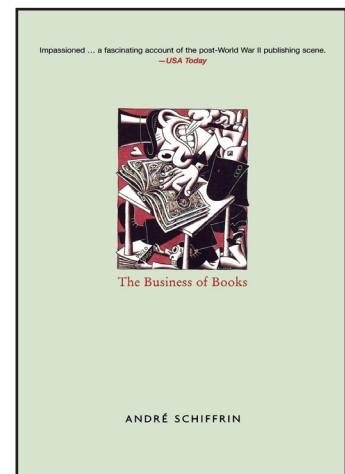
ناشران، نویسندگان، مترجمان و خریداران حقوق نشر، معرفی و بررسی شده‌اند؛ اما یک فصل مهم از این کتاب نیز به بررسی تفاوت‌های صنعت نشر در کشورهای مختلف و چالش‌های جهانی‌سازی در صنعت کتاب اختصاص پیدا کرده است که در کنار دیگر فصل‌ها می‌تواند برای فعالان عرصه نشر ایران بسیار مفید باشد.

درباره این کتاب نیز چهره‌های مهمی در صنعت نشر جهان یادداشت نوشته‌اند. «ایان استیونسون»: استاد فقید دانشگاه لندن در رشته مدیریت انتشارات درباره این کتاب چنین نوشته بود: «این یک مطالعه ضروری و بسیار خواندنی از گذشته، حال و آینده صنعت نشر است. برای دانشجویان و متخصصان نشر، این کتاب روایتی معتبر، به‌روز و قابل اعتماد از صنعت پیچیده و به‌سرعت در حال تغییر نشر را ارائه می‌دهد. برای کسانی که به‌طور گسترده‌تر به نقش صنایع خلاق در دنیای مدرن علاقه‌مند هستند، این یک مقدمه خوب است و خواندن آن اکیداً توصیه می‌شود.»

«پنلوپه وولف»: مدیر بخش طراحی یادگیری در انتشارات دانشگاه آکسفورد و پیشکسوت صنعت نشر نیز پس از انتشار کتاب «انتشارات: اصول و عمل» درباره آن چنین نوشت: «این متن برای همه کسانی که مایل به یادگیری در مورد صنعت نشر انگلیسی‌زبان هستند، نوشته شده و شکاف دیرینه‌ای را در بازار پر می‌کند و همه کارکردهای نشر و همچنین فرآیندهای مرتبط با ایجاد و انتشار محصولات چاپی و دیجیتال را پوشش می‌دهد. متن گاتری یک مرور کلی از صنعت برای متخصصان است و آن قدر علمی و دقیق است که می‌توان آن را به‌عنوان یک کتاب درسی ایده‌آل برای دانشجویان در نظر گرفت.» در میان نقدهای منتشرشده در سایت Goodreads نیز این سخن درباره کتاب «انتشارات: اصول و عمل» قابل ملاحظه است: «این خلاصه‌ای مختصر و آسان برای رسیدن به درکی از صنعت نشر است. این کتاب تمام مراحل مختلف انتشار از خرید تا بازاریابی را پوشش

می‌دهد. گاتری حتی بخش‌هایی در مورد تاریخ صنعت کتاب از ابتدا تا جایی که منجر به تب کتاب‌های الکترونیکی شد، دارد. برای کسانی که خواهان فهم نزدیک جزئیات این صنعت هستند، این کتاب بسیار مفید است.»

در سایت standoutbooks.com نیز درباره این کتاب چنین آمده است: «کتاب گاتری راهنمای جامعی برای مسائل نشر ارائه می‌دهد که برخی منابع دیگر از آن سرسری می‌گذرند. موضوعاتی مانند تضادهای فرهنگی احتمالی و شیوه‌های مختلف تجارت به‌طور قابل‌فهم اما معتبر بررسی می‌شوند. درحالی‌که گاتری در مورد نشر و خود نشر می‌نویسد، کتاب «انتشار: اصول و عمل» برای حداکثر قابلیت استفاده تنظیم شده است و به خوانندگان اجازه می‌دهد تا به‌راحتی متون مرتبط را جستجو کنند. گاتری با سبکی صمیمی و تقریباً خودمانی می‌نویسد و مصاحبه‌ها و مثال‌های دنیای واقعی را باهم ترکیب می‌نماید تا ادعاهای خود را روشن کند.»



The Business of Books: How International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read

کتاب «کسب‌وکار کتاب: چگونه شرکت‌های بزرگ بین‌المللی صنعت نشر را به دست گرفتند و شیوه مطالعه ما را تغییر دادند» نوشته «آندره شیفرین» است که برای

نخستین بار در سال ۲۰۰۰ در ۱۸۱ صفحه توسط انتشارات Verso Books روانه ویرتین‌ها شد.

آندره شیفرین سی سال ناشر انتشارات «پانتئون» بوکز بود. در سال ۱۹۹۰، شیفرین «پانتئون» را ترک کرد تا انتشارات «نیو پرس» را تأسیس کند. او نویسنده کتاب‌های «تجارت کتاب، کلمات و پول»، «آموزش سیاسی» و «دکتر سوس و شرکا: کارتون‌های سرمقاله‌ای جنگ جهانی دوم از هنرمندان برجسته کمیک آمریکا» است.

«کسب‌وکار کتاب» یک روایت انتقادی از تغییرات بنیادین در صنعت نشر طی دهه‌های اخیر است. شیفرین که خود از ناشران برجسته و منتقدان جریان غالب بوده، در این کتاب به بررسی تأثیر شرکت‌های چندملیتی بر فرهنگ کتاب‌خوانی و نشر مستقل می‌پردازد. در این اثر نمایشگاه‌های کتاب به‌ویژه نمایشگاه کتاب فرانکفورت به‌عنوان نماد تجاری شدن نشر معرفی شده‌اند و مخاطب را مجاب می‌کنند تا به عملکرد این رویدادها با دیدی متفاوت نگاه کند. به باور نویسنده تمرکز بیش‌ازحد بر سودآوری باعث شده آثار فرهنگی و ادبی باارزش، کمتر امکان نشر پیدا کنند. به‌طور کل این کتاب می‌تواند برای کسانی که به پشت پرده‌های سیاسی و اقتصادی صنعت نشر علاقه‌مند هستند، بسیار جذاب باشد.

اما نویسنده با چه پشتوانه‌ای نگاه انتقادی به روند رایج در صنعت نشر آمریکا انداخته است؟ او یکی از اجزای مهم این صنعت بوده است. شیفرینی که در این کتاب به باور منتقدان و مفسران با قدرت بسیار و دقتی مثال‌زدنی به نقد جریان رایج در صنعت نشر پرداخته از سال ۱۹۵۶ وارد این حوزه شده است. او از درون یک شرکت بزرگ، یعنی در جایگاه ریاست انتشارات پانتئون که توسط پدرش تأسیس شد و توسط «رندوم هاوس» خریداری (و فروخته) شده بود، شاهد جریان نشر بوده

است. شیفرین با نگاهی به جریان نشر از نخستین روزهای فعالیت خود، متوجه شد که این جریان در آمریکا پس از جنگ جهانی دوم به طرز بی‌رحمانه‌ای متحول شده است. انبوهی از ناشران کوچک اما معتبر که اغلب در تصمیمات انتشاراتی خود، ایده‌ها را بر سود ترجیح می‌دادند، از بین رفته‌اند و گاهی این نابودی عمدی اتفاق افتاده است و کار به آن‌ون می‌رسد که تنها ۶ ابرشرکت ۸۰ درصد بازار را در اختیار دارند و مسئله سود میانشان حرف اول را می‌زند. شیفرین درنهایت با انزجار از میان ناشران شرکتی خارج شد تا یک انتشارات مستقل شکوفا به نام نیو پرس را تأسیس کند. بارها نوشته‌اند که علاقه آشکار شیفرین به نویسندگان در سراسر داستانی که پیرامون انتشار آثار کسانی مانند «استادز ترکل»، «نوام چامسکی»، «گونا میردال»، «جورج کنان»، «جولیت میچل»، «آر. دی. لینگ»، «اریک هابسبام» و «ای. پی. تامپسون» بافته شده است، درخشش خاصی دارد.

درباره این کتاب نیز شخصیت‌ها و نشریات مختلف بسیار نوشته‌اند. در روزهای نخست پس از انتشار، روزنامه «تایمز» با این جملات به استقبالش رفت: «آندره شیفرین یک ناشر نیویورکی سنتی است، از آن دسته ناشرانی که عاشق و معتقد به کتاب هستند. نه فقط کتاب‌های پرفروش، بلکه کتاب‌های کوچک با ایده‌های بزرگ نیز منتشر می‌کنند.» روزنامه «نول آبرواتور» نیز در مدح کتاب «کسب‌وکار کتاب» چنین نوشت: «آندره شیفرین تصویری تیره‌وتار از صنعت نشر آمریکا ارائه می‌دهد، جایی که سودجویی، هرگونه خلاقیتی را خفه کرده است.» در هفته‌نامه تجارت در آمریکا نیز درباره کتاب مهم شیفرین چنین نوشتند: «شاهدی محکم مبنی بر اینکه اصرار شرکت‌ها بر سود بیشتر، حماقت فرهنگی و تجاری بوده است.»

پویا سرایی؛ موسیقی‌دان و پژوهشگر نوشت

از موسیقی تا جهان کتاب؛ راهی برای عبور از نخبه‌گرایی به مخاطب جهانی



به نظر من اطلاق کلمه «بازاریابی» به کارهای حوزه موسیقی، ناصحیح و غیرعلمی است. در بازاریابی معمولاً محصولی آماده وجود دارد و تلاش می‌شود آن محصول معرفی شود؛ اما در هنر و نوازندگی ایرانی، طی سال‌ها سازوکار توانا و مؤثری شکل نگرفته است؛ برخلاف آنچه مثلاً در هنر و فرهنگ هند یا میان عرب‌ها و ترک‌ها دیده‌ایم که در بازاریابی هنر خود موفق بوده‌اند.

در ایران چنین رویکردی وجود نداشته است. در بسیاری از اجراهایی که من به‌عنوان نوازنده حضور داشتم؛ صرفاً نیاز به رنگ صوتی ساز سنتور باعث شد که از آن استفاده شود؛ سازی که مختص ایران است و فرهنگ آن در جای دیگری یافت نمی‌شود. متأسفانه در معرفی و بهره‌برداری از سازهای سنتی ایران بسیار ضعیف عمل کرده‌ایم.

بخشی از این ناکامی به هنرمندان مربوط است و بخش مهم‌تر بر دوش حاکمیت است. وقتی در بازاریابی موسیقی در داخل کشور خود نیز موفق نبوده‌ایم – آن‌هم به دلیل حذف صدای ساز و محدودیت‌های دیگر – طبیعی است که در سطح جهانی نیز جایگاهی نداشته باشیم. حتی وقتی هنرمندان ما در کشورهای دیگر تور کنسرت برگزار می‌کنند، عموماً در مدار بازار ایرانی باقی می‌مانند و برای مخاطب فارسی‌زبان اجرا دارند نه برای شنوندگان جهانی. همکاری بین فرهنگی و اجرا با خوانندگان و هنرمندان غیر ایرانی بسیار کم‌رنگ بوده است و همین امر ما را عقب نگاه داشته است.

به‌عنوان نمونه، در ساز الکترونیکی سینتی‌سایزر – که نزد عوام شبیه به ارگ است – بانک صدا شامل شبیه‌سازی‌های بسیاری از سازهای جهان است. سال‌هاست که سازهای هندی و چینی در این بانک‌ها جایگاه دارند، اما سازهای ایرانی در آن حضور ندارند. وقتی رنگ

پویا سرایی؛ موسیقی‌دان، پژوهشگر موسیقی و نوازنده شناخته‌شده سنتور که سابقهٔ اجرای متعدد در صحنه‌های موسیقی در جهان را دارد؛ در یادداشتی با مقایسه تجربه موسیقی ایرانی با نمونه‌های جهانی، نقاط ضعف و فرصت‌های بازاریابی فرهنگی و هنری ایران را واکاوی می‌کند. او همچنین با نگاهی تطبیقی، شباهت‌ها و تفاوت‌های بازاریابی موسیقی و کتاب را بررسی کرده و پیشنهادهایی برای بهبود جایگاه ایران در بازار جهانی ارائه می‌دهد.



**در حوزه بازاریابی
کتاب، نخستین
موضوعی که اهمیت
دارد همگرایی عناوین
با اندیشه روز است.
نخبه‌گرایی و انحصار
ما را عقب رانده است.
انتخاب موضوعات
انسانی‌تر و جهانی‌تر،
بهترین راهکار برای
برداشتن سدها و
برقراری ارتباط با
مخاطب جهانی است**



تصنیف دلشکن | پویا سرایی
(از موسیقی گلها بنان، محسنی)

صوتی یک ساز در این عرصه دیده نشود، طبیعتاً معرفی هم برای آن اتفاق نمی‌افتد.

حال اگر در بازاریابی کتاب نیز همان مسیر را برویم که در بازاریابی موسیقی رفته‌ایم، قطعاً موفق نخواهیم بود. با وجود توانمندی‌ها و ریشه‌های فرهنگی عمیق، تاکنون نتوانسته‌ایم اثربخشی لازم را داشته باشیم. این موضوع با آمار نیز قابل تأیید است؛ به راحتی می‌توان از برنامه‌هایی چون اسپاتیفای دریافت که آمار شنیده شدن موسیقی ایرانی چشمگیر نیست. اغلب آثار تنها مورد توجه مخاطب ایرانی قرار می‌گیرند و نه فرهنگ‌های دیگر. اگر هم اثری مقبول واقع شده به دلیل فرم غربی و استفاده‌ی اندک از رنگ صوتی سازهای ایرانی بوده است.

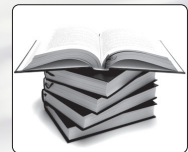
البته باید توجه داشت که ذات فرهنگ دستگاهی ما با موسیقی غربی متفاوت است. موسیقی دستگاهی ایران شکل کلاسیک خاص خود را دارد، همان‌طور که موسیقی کلاسیسیستی غرب. این موسیقی نخبه‌گرایانه است و طبیعی است که عامه‌پسند نباشد. از این رو تعمیم تجربه موسیقی به کتاب و ادبیات شاید همیشه صحیح نباشد.

به نظر من در حوزه بازاریابی کتاب، نخستین موضوعی که اهمیت دارد همگرایی عناوین با اندیشه روز است. نخبه‌گرایی و انحصار ما را عقب رانده است. انتخاب موضوعات انسانی‌تر و جهانی‌تر، بهترین راهکار برای برداشتن سدها و برقراری ارتباط با مخاطب جهانی است.

با وجود تفاوت‌های جدی میان موسیقی و کتاب، این دو حوزه شباهت‌های قابل توجهی هم دارند. کیفیت اثر در هر دو، نقشی تعیین‌کننده در بازاریابی دارد، هر دو نیازمند روایت و داستان‌سرایی هستند و بدون توجه به مخاطب، موفقیتی در کار نخواهد بود. از سوی دیگر، تفاوت‌ها نیز آشکارند: موسیقی تجربه‌ای شنیداری، حسی و اغلب جمعی است که می‌تواند بارها تکرار شود، درحالی‌که کتاب تجربه‌ای دیداری، فکری و متمرکز دارد و عمدتاً فردی است. در مدل درآمدی نیز موسیقی تنوع بیشتری دارد (استریم، کنسرت و حق پخش)، اما کتاب بیشتر بر فروش فیزیکی یا الکترونیکی و حق نشر استوار است. چرخه عمر موسیقی کوتاه‌تر و درعین حال قابلیت وایرال شدن دارد، درحالی‌که کتاب فرایند تولید طولانی‌تری داشته و نیازمند بازاریابی مستمر است. همچنین در موسیقی جلوه‌های بصری همچون کاور آلبوم و ویدئو کلیپ نقشی حیاتی دارند، درحالی‌که در کتاب طراحی جلد و گرافیک مکمل اثر محسوب می‌شوند.

آنچه در جهان امروز نقشی پررنگ در بازاریابی دارد، اینفلوئنسر ها هستند. همان‌گونه که در موسیقی بر فروش و شنیده شدن آثار تأثیر گذاشته‌اند، در کتاب نیز می‌توانند نقشی تعیین‌کننده ایفا کنند.

مهم ترین منابع فارسی درباره نمایشگاه های جهانی سه کتاب و شش مقاله راهگشا



بخش نخست: معرفی کتاب



«آشنایی با نمایشگاه های بین المللی کتاب»

- نویسندگان: سارا نجف پور و علی تدین راد
- ناشر: انتشارات تکا
- سال انتشار: ۱۳۹۷
- تعداد صفحات: ۳۶۴ صفحه

این کتاب با هدف آموزش و توانمندسازی فعالان نشر، به معرفی ساختار نمایشگاه های بین المللی کتاب، اهداف آنها، نحوه ثبت نام، حضور و تعاملات فرهنگی و تجاری می پردازد. نویسندگان با زبانی روان و طبقه بندی شده، مفاهیم پایه ای را توضیح داده و در کنار آن، تجربه ایران در نمایشگاه هایی چون فرانکفورت، پکن، لندن و استانبول را نیز مرور کرده اند. کتاب شامل فرم های اجرایی، چک لیست های حضور و توصیه هایی برای موفقیت در تعاملات بین المللی است.

در دهه های اخیر نمایشگاه های بین المللی کتاب، فراتر از رویدادهای تجاری، به صحنه هایی برای دیپلماسی فرهنگی، تبادل اندیشه ها و معرفی هویت ملی کشورها بدل شده اند. از فرانکفورت تا پکن و از لندن تا استانبول، هرساله کشورها با پایویون های خلاقانه و برنامه های فرهنگی متنوع، تلاش می کنند تا سهمی از توجه جهانیان را به خود اختصاص دهند.

ایران نیز با پیشینه ای غنی در حوزه فرهنگ و ادبیات، سال هاست در این آوردگاه جهانی حضور دارد؛ حضوری که گاه پرنگ و مؤثر بوده و گاه با چالش هایی همراه شده است. بر کسی پوشیده نیست که شناخت دقیق از ساختار، اهداف و عملکرد این نمایشگاه ها امری ضروری برای فعالان نشر و حتی مدیران فرهنگی کشور است. با این اوصاف اما ویتترین کتاب فروشی ها و فهرست عناوین نشریه های تخصصی نشان دهنده کمبود منابع فارسی تحلیلی در زمینه معرفی نمایشگاه های جهانی کتاب و نحوه حضور ایران در آنهاست. برای کشوری مانند ایران با ظرفیت های فرهنگی گسترده، حضور مؤثر در نمایشگاه های جهانی کتاب نیازمند شناخت دقیق از ساختار این رویدادها، تحلیل تجربه های گذشته و تدوین راهبردهای آینده نگر است. این شناخت، بدون منابع پژوهشی غنی و متنوع، ممکن نیست. نشریه ها، مؤسسات فرهنگی و دانشگاه ها می توانند با تولید آثار جدید، ترجمه منابع بین المللی و مستندسازی تجربه های داخلی، به غنای این حوزه کمک کنند. همچنین، توجه به آموزش تخصصی برای ناشران، طراحان غرفه و مدیران فرهنگی می تواند کیفیت حضور ایران را در این رویدادها ارتقا دهد.

با جست و جو در بانک های اطلاعاتی منابع منتشر شده (کتاب و مقاله) چند منبع شاخص خود را نشان دادند که در این گزارش به معرفی آنها پرداخته ایم. این گزارش در دو بخش تنظیم شده است؛ در بخش نخست، سه کتاب فارسی معرفی می شوند که به طور مستقیم یا تحلیلی به نمایشگاه های جهانی کتاب و حضور ایران در آنها پرداخته اند. این آثار نقطه شروعی برای گسترش دانش و سیاست گذاری فرهنگی در این حوزه هستند. مرور این سه اثر نشان می دهد که منابع فارسی درباره نمایشگاه های جهانی کتاب، هرچند ارزشمندند اما هنوز محدودند. بیشتر این آثار یا رویکردی توصیفی دارند، یا بر جنبه های خاصی مانند معماری، تجربه های اجرایی یا تبلیغات تمرکز کرده اند. جای خالی پژوهش های تحلیلی، تطبیقی و سیاست محور در این حوزه کاملاً محسوس است. در بخش دوم، شش مقاله فارسی معتبر معرفی می شوند که از منظرهای تاریخی، فرهنگی، ارتباطی و معماری به نمایشگاه ها نگاه کرده اند و مکملی تحلیلی برای منابع کتابی محسوب می شوند.

بخش دوم: معرفی مقاله‌ها

«تجربه ناشران ایرانی در نمایشگاه کتاب پکن»

- نویسنده: فریبا افکاری
- نشریه: ماهنامه کتاب‌نما شماره: ۱۷۲، تیر ۱۴۰۲
- صفحات: ۳۲-۳۹

در این مقاله، نویسنده تجربه چند ناشر ایرانی را در نمایشگاه کتاب پکن مستند کرده و به تفاوت‌های فرهنگی، چالش‌های ترجمه و فرصت‌های بازار نشر چین پرداخته است. این مقاله حاوی مضامین کوتاهی و تحلیل‌های کاربردی است.

«دیپلماسی فرهنگی ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب»

- نویسنده: نرگس آقا بابایی
- نشریه: فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات شماره: ۴۲، زمستان ۱۳۹۸
- صفحات: ۷۹-۹۶

این مقاله با رویکردی میان‌رشته‌ای، به بررسی نقش نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در دیپلماسی فرهنگی ایران می‌پردازد. نویسنده با تحلیل حضور ایران در نمایشگاه‌هایی چون پکن، ابوظبی و استانبول، به نحوه معرفی آثار ایرانی، چالش‌های ترجمه و تعاملات فرهنگی پرداخته است. در این مقاله، ساختار نمایشگاه‌ها، سیاست‌های فرهنگی کشور و تأثیر این رویدادها بر تصویر بین‌المللی نشر ایران بررسی شده‌اند. همچنین پیشنهادهایی برای ارتقای جایگاه ایران در عرصه نشر جهانی ارائه شده است.



«تبلیغات و رسانه: روش‌های جذب مخاطب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران»

- نویسنده: زینب شکوهی
- ناشر: انتشارات اندیشه احسان
- سال انتشار: ۱۴۰۳
- تعداد صفحات: ۲۵۶ صفحه

این کتاب با رویکردی میان‌رشته‌ای، به بررسی شیوه‌های تبلیغات فرهنگی در نمایشگاه کتاب تهران پرداخته و تلاش کرده تا از منظر ارتباطات، رسانه و روان‌شناسی اقناع، رفتار مخاطبان را تحلیل کند. نویسنده با بهره‌گیری از نظریه‌های کلاسیک و مدرن تبلیغات، از جمله مدل‌های اقناع، پیام‌رسانی و طراحی محیطی، نشان می‌دهد که چگونه عناصر بصری، کلامی و تعاملی در فضای نمایشگاه می‌توانند بر تصمیم‌گیری بازدیدکنندگان تأثیر بگذارند.



«نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب»

- نویسنده: پویا عشرتی
- ناشر: انتشارات فراگفت
- سال انتشار: ۱۳۹۸
- تعداد صفحات: ۱۶۰ صفحه

این کتاب با رویکردی عمومی و توصیفی، نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب را برای مخاطب فارسی‌زبان معرفی می‌کند. نویسنده تلاش کرده تا با زبانی ساده، فضای نمایشگاه‌ها، اهداف فرهنگی و اقتصادی آن‌ها و نحوه مشارکت کشورها را توضیح دهد. عشرتی در بخش‌هایی از کتاب به معرفی نمایشگاه‌هایی چون فرانکفورت، پکن، لندن، تهران و قاهره پرداخته و در کنار آن به نقش این رویدادها در تبادل حقوق نشر، معرفی نویسنده‌ها و گسترش بازار کتاب اشاره کرده است.

«نمایشگاه‌های کتاب و دیپلماسی فرهنگی»

■ نویسنده: مریم رضایی
■ نشریه: فصلنامه فرهنگ و ارتباطات شماره:
۲۸، بهار ۱۳۹۷
■ صفحات: ۷۰-۵۵

این مقاله به نقش نمایشگاه‌های کتاب در دیپلماسی فرهنگی کشورها می‌پردازد و ایران را به عنوان مطالعه موردی بررسی می‌کند. نویسنده با تحلیل سیاست‌های فرهنگی ایران در نمایشگاه فرانکفورت، به چالش‌ها و فرصت‌های موجود اشاره کرده و پیشنهادهایی برای بهبود تعاملات بین‌المللی ارائه داده است.

«تحلیل سیاست‌های فرهنگی ایران در نمایشگاه کتاب فرانکفورت»

■ نویسنده: مهدی سلیمانی
■ نشریه: فصلنامه مطالعات فرهنگی مدیریت
شماره: ۳۴، تابستان ۱۳۹۹
■ صفحات: ۷۸-۶۱

این مقاله با رویکردی تحلیلی، به بررسی سیاست‌های فرهنگی ایران در زمینه حضور در نمایشگاه کتاب فرانکفورت پرداخته است. نویسنده با استفاده از داده‌های رسمی، مصاحبه با مسئولان غرفه و تحلیل محتوای آثار ارائه شده به نقاط قوت و ضعف راهبردهای فرهنگی کشور در این رویداد بین‌المللی اشاره کرده است. در این مقاله، به موضوعاتی چون انتخاب آثار، نحوه معرفی ادبیات معاصر، تعامل با ناشران خارجی و تأثیر طرح «گرنِت» بر معرفی کتاب‌های ایرانی پرداخته شده است. همچنین پیشنهادهایی برای ارتقای کیفیت حضور ایران در نمایشگاه‌های کتاب خارجی ارائه شده‌اند.

«نمایشگاه‌های جهانی و اقتصاد نشر»

■ نویسنده: نسترن محمدی
■ نشریه: فصلنامه اقتصاد فرهنگ شماره: ۱۹،
زمستان ۱۳۹۹
■ صفحات: ۶۲-۴۷

این مقاله به جنبه‌های اقتصادی نمایشگاه‌های جهانی کتاب از تبادل حقوق نشر تا قراردادهای ترجمه و فروش بین‌الملل می‌پردازد. نویسنده با تحلیل داده‌های آماری، نقش نمایشگاه‌ها در توسعه بازار نشر ایران را بررسی کرده است.

«ارزیابی حضور ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب»

■ نویسنده: مجید جعفری اقدم
■ نشریه: روزنامه ایران (ویژه‌نامه فرهنگی)، ۱۲
اسفند ۱۳۹۶ بخش فرهنگ

این مقاله با نگاهی تحلیلی و تجربی به بررسی وضعیت حضور ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب پرداخته است. نویسنده که از فعالان حوزه «رایت» و نشر بین‌الملل است به چالش‌هایی چون انتخاب آثار مناسب برای بازارهای جهانی، تعامل با آژانس‌های ادبی، طراحی غرفه‌های ملی و نقش دولت در حمایت از ناشران ایرانی اشاره کرده است. در مقاله، سه گروه اصلی شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌ها - بازدیدکنندگان حرفه‌ای، غرفه‌داران و آژانس‌های ادبی - معرفی شده‌اند و جایگاه ایران در تعامل با هر گروه بررسی شده است. همچنین به تفاوت‌های حضور مستقل ناشران در غرفه‌های جمعی و دولتی پرداخته و پیشنهادهایی برای ارتقای کیفیت حضور ایران در این رویدادها ارائه شده است.



گفت‌وگو با غلامرضا راهیما؛ نویسنده و خوشنویس

خوشنویسی ایرانی؛ سفیر خاموش فرهنگ در جهان



هنر ایرانی، به‌ویژه خوشنویسی، از دیرباز یکی از شناسه‌های روشن فرهنگ ایران زمین و پلی میان شرق و غرب بوده است. از کاخ‌ها و کتابخانه‌های سلطنتی اروپا تا گالری‌های معاصر در آسیا و آمریکا، رد خط و نقش ایرانی همچون امضایی جاودانه بر دیوار زمان نشسته است. خوشنویسی فارسی، با ریشه‌های عمیق در سنت‌های اسلامی و ایرانی، توانسته فراتر از مرزهای جغرافیایی حرکت کند و در گفت‌وگویی بی‌کلام، مخاطبان جهانی را با روح لطیف و اندیشه ژرف تمدن ایران آشنا سازد.

این هنر نه‌تنها تجلی ذوق و زیبایی‌شناسی است، بلکه گواهی بر خلاقیت و پایداری فرهنگی ایرانیان در برابر تغییرات پرشتاب جهان مدرن به شمار می‌رود. حضور پررنگ آثار خوشنویسان ایرانی در موزه‌ها، نمایشگاه‌های بین‌المللی و مجموعه‌های خصوصی، نشان می‌دهد که خط فارسی همچنان زبان مشترک زیبایی و معناست؛ زبانی که مخاطب جهانی بدون نیاز به دانستن واژگان، با ضرب‌آهنگ خطوط و هارمونی رنگ‌ها درک می‌کند.

از هرات و تبریز تا پاریس و توکیو، خوشنویسی ایرانی سفیری است که تاریخ، فلسفه و معنویت این فرهنگ را معرفی می‌کند. امروز نیز، در کنار فناوری‌های نوین و هنرهای دیجیتال، این هنر کهن جایگاه خود را حفظ کرده و الهام‌بخش هنرمندان و پژوهشگران بسیاری در سراسر جهان است. چنین جایگاهی نشان می‌دهد که خوشنویسی ایرانی نه فقط یادگار گذشته، بلکه میراثی زنده و پویانده است که آینده‌ای جهانی پیش رو دارد.

غلامرضا راهیما، نویسنده و خوشنویسی که بیش از چهار دهه از عمر خود را صرف پژوهش، آموزش و معرفی این هنر کرده، نمونه‌ای روشن از پیوند سنت و حضور جهانی است. او با سفرهای گسترده، تحقیق‌های میدانی و احیای فنون کهن، کوشیده است تا خوشنویسی و کتاب‌آرایی ایران را نه‌فقط به‌عنوان یادگار گذشته؛ بلکه به‌عنوان گنجینه‌ای زنده و آینده‌دار به نسل جوان و جامعه جهانی معرفی کند. گفت‌وگوی پیش رو، نگاهی است به تجربه‌ها و دیدگاه‌های او درباره جایگاه جهانی خوشنویسی ایرانی و راه‌های گسترش آن در عرصه بین‌المللی.

■ شما که بیش از چهار دهه به پژوهش و آموزش خوشنویسی و کتاب‌آرایی پرداخته‌اید، چه روش‌ها و شیوه‌هایی را مؤثر یافته‌اید تا آثار خود را در سطح بین‌المللی معرفی و به نمایش بگذارید؟

اگر هنر را آینه تجلی جمال و زیبایی مطلق بدانیم، که در صورت‌های گوناگون بر این آینه می‌تابد، آن‌گاه وظیفه ماست که همه تلاش خود را به کار ببندیم تا این تجلی ذهنی را به شکل‌های مختلف ارائه دهیم. هنر راه‌گریزی از خستگی‌های روزمره زندگی بشر است و همه آدمیان در سراسر دنیا می‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند.

هنر ایران، هنری ملی، سنتی و قابل ارائه به جهان است و پیشینه تاریخی ما برای جهانیان بسیار ارزشمند است. از همین رو کوشیدم خط و الفبای ایران را از سال‌های آغاز جوانی تا امروز که به میانسالی رسیده‌ام، همراه با آثار نیاکان و معاصران، به دنیا معرفی کنم.



■ جایگاه هنر خوشنویسی و کتاب‌آرایی ایرانی را در ویتترین بین‌المللی چگونه می‌بینید و چه راهکارهایی برای ارتقای حضور و تأثیرگذاری آن پیشنهاد می‌کنید؟

جایگاه هنر خوشنویسی و خط و الفبای ایران و کتاب‌آرایی ما در ویتترین بین‌المللی جایگاهی مهم است. اکنون که با هم صحبت می‌کنیم، گویی حضرت میرعماد، عبدالمجید درویش طالقانی و میرزا غلامرضاها زنده‌اند؛ چرا که اگر به هنر نیاکان و آثار برجای‌مانده آنان توجه کنیم، می‌بینیم این آثار امروز در ویتترین موزه‌های جهان حضور دارند و از نزدیک قابل مشاهده‌اند. بنابراین، این هنرمندان بزرگ همچنان در میان ما زنده‌اند و در کنار آنان جوانان مستعد، با ذوق و قریحه فراوانی در ایران امروز وجود دارند.

با وجود آنکه ما در دنیای ماشینی زندگی می‌کنیم، اما در عصر ارتباطات قرار داریم. اگرچه هنر دیجیتال و رسانه جایگاه گسترده‌ای یافته و امروز هوش مصنوعی نیز به آن اضافه شده است، باز هم هنر سنتی همیشه در ویتترین موزه‌های دنیا خودنمایی خواهد کرد. به باور من حتی اگر هزاران روش جدید مانند هوش مصنوعی پدید آید، هنر سنتی جایگاه رفیع خود را حفظ خواهد کرد و همچنان نماینده بزرگان این خاستگاه فرهنگ و تمدن بشری بزرگترین آثار باقی خواهد ماند.

متأسفانه با اعمال سلیقه‌هایی که در انجمن خوشنویسان ایران رخ داد، این انجمن به چند بخش تقسیم شد و نوعی هرج و مرج در حوزه فرهنگ و هنر خوشنویسی پدید آمد. همچنین باید بگویم در حوزه کتاب‌آرایی ایران و شاخه‌های وابسته آن در دوران معاصر اتفاق خاصی نیفتاده است.

کتاب اخیر من که نامش را «خوشنویسی و کتاب‌آرایی در ایران» گذاشته‌ام، حاصل ۴۰ سال تلاش من است. به‌ویژه در زمینه فنون کاغذسازی الوان، آهار مهرها، کاغذهای زرافشان و... زمانی که با مرحوم

دکتر ایرج افشار یا مرحوم دکتر هراتی گفت‌وگو می‌کردم، تشویق‌های آن بزرگواران سبب شد مسیر را سریع‌تر و بهتر طی کنم. به یاد دارم مرا وادار می‌کردند سفرهای میدانی داشته باشم. از این‌رو به کشورهای حوزه سمرقند، بخارا، آسیای میانه، تاجیکستان، قزاقستان و افغانستان سفر کردم تا مکاتب هرات و خراسان بزرگ را از نزدیک ببینم. همچنین به شبه قاره رفتم تا حوزه تمدنی ایران را دقیق‌تر مطالعه کنم تا دقیق‌تر به حوزه کتاب‌آرایی ایران اشاره کنم.

■ با توجه به گستره وسیع پژوهش و آموزش شما در حوزه ابزار و مواد خوشنویسی، کاغذسازی، تذهیب و مرمت نسخ خطی، چه اشتراک‌هایی میان معرفی و بازاریابی هنر خوشنویسی و بازاریابی ادبیات وجود دارد و

در چه بخش‌هایی لازم است رویکردی متفاوت در پیش گرفت؟
برای نمونه، در بخش کاغذ ابر و باد، ما پیشینه تاریخی آن را متعلق به ایران می‌دانیم. در این بخش اصلاً به ترکیه اشاره نکردم و همین بعدها

عبدالمجید درویش طالقانی



عبدالمجید درویش طالقانی یکی از خوشنویسان نامدار سده دوازدهم هجری قمری بود که به‌ویژه در خط شکسته‌نستعلیق آوازه‌ای بلند یافت. او در خانواده‌ای اهل هنر و ادب در طالقان زاده شد و از همان جوانی ذوق و مهارت خود را در نستعلیق و سپس شکسته‌نستعلیق نشان داد. طالقانی با جسارت و نوآوری، ساختار خط شکسته را استوارتر و خواناتر کرد و توانست میان سیالیت این خط و تناسبات سنجیده نستعلیق تعادلی تازه بیافریند. آثار به‌جا مانده از او — از قطعات مرقع تا مراثی مذهبی — گواهی بر استادی و ابتکار اوست و همین ویژگی‌ها سبب شد نامش به‌عنوان یکی از پایه‌گذاران مکتب متأخر شکسته‌نستعلیق در تاریخ هنر ایران ماندگار شود.

میرعماد حسنی (میرعماد)



میرعماد حسنی، مشهور به میرعماد، بزرگ‌ترین چهره نستعلیق ایرانی در سده یازدهم هجری قمری و اوج‌دهنده این خط به مرتبه‌ای بی‌بدیل است. زاده قزوین و پرورش‌یافته در خانواده‌ای اهل دانش، از همان آغاز به خطاطی دل بست و با سفر به اصفهان و تبریز بر تجربه‌های خود افزود. او با دقتی وسواس‌گونه در کشش حروف، ترکیب‌بندی و رعایت «کرشمه‌های» خط نستعلیق، مکتبی آفرید که معیار سنجش خوشنویسان پس از او شد. قطعات قرآنی، دیوان‌های شعری و مرقعات نفیس او امروز زینت‌بخش موزه‌ها و کتابخانه‌های معتبر جهان است. میرعماد نه‌تنها به لحاظ فنی، بلکه به‌سبب روحیه عارفانه و نگاه زیبایی‌شناسانه‌اش، الگویی جاودان برای نسل‌های بعد باقی ماند و همچنان نامش در کنار بلندترین قله‌های هنر خوشنویسی ایران می‌درخشد.

سبب شد برخی هنرمندان قسطنطنیه (استانبول) گلابه کنند، زیرا آنان در این حوزه کمی از ما پیش‌تازتر شدند. اما باید یادآوری کنیم که کتاب ما درباره «خوشنویسی و کتاب‌آرایی در تمدن ایران» است و وقتی از ایران بزرگ سخن می‌گوییم، نیاکان ما خالق این آثار بوده‌اند. وظیفه ما ارج‌نهادن و ستایش این بزرگان و استمرار راه آنان است.

درباره گستره پژوهش و آموزش، باید عرض کنم من از سن ۱۳ سالگی نزد استاد بزرگی چون استاد فضائی خوشنویسی را آغاز کردم و امروز که ۶۵ سال دارم، دقیقاً نیم‌قرن است که در این حرفه مشغولم. از این رو سختم را به عنوان یک محقق بیان می‌کنم. متأسفانه انجمن خوشنویسان ایران سال‌ها تحت مدیریت کهنه، فرسوده و غیرپژوهشی اداره شد و همین امر سبب شد که امروز در میان خوشنویسانی که حتی مدارج استادی را طی کرده‌اند، پژوهشگرانی که یک مقاله جدی نوشته باشند به تعداد انگشتان دست هم نرسند.

به باور من، علت اصلی این وضعیت این است که انجمن خوشنویسان ایران هرگز نپذیرفت که پژوهش بر آموزش مقدم است.

■ کتاب تازه شما «خوشنویسی و کتاب‌آرایی در ایران» مجموعه‌ای جامع از تجربیات و دانش ۴۰ ساله شماست. چه بخش‌هایی از این کتاب به نظر شما بیشترین قابلیت انتقال به نسل جدید و مخاطبان بین‌المللی را دارد؟

در پاسخ به این سؤال باید بگویم همه بخش‌ها چنین قابلیت‌هایی دارند. این کتاب ۱۶ فصل دارد که هر فصل آن را می‌توان کتابی مستقل دانست. به‌عنوان نمونه، در فصل اول ابزار و مواد را توضیح داده‌ام و در فصل دوم از مرکب سخن گفته‌ام. اما همان‌طور که اشاره کردم، بسیاری از استادان امروز اگر درباره مرکب پرسیده شوند، شاید نتوانند بیش از دوسطر سخن بگویند، چرا که علوم کاربردی را نیاموخته‌اند.

علوم کاربردی برای خوشنویس بسیار اهمیت دارد. برای مثال، وقتی به قرآن‌های نفیس دوره‌های صفوی، تیموری یا سلجوقی نگاه می‌کنیم، مرکب آنها چنان زنده است که گویی همین دیروز نوشته شده‌است؛ اما هنرمندان معاصر ما کمتر می‌کوشند بفهمند نسبت دقیق زاج، آب مازو، دوده یا صمغ در مرکب چیست. اغلب به یک شعر ساده در رساله‌های قدیم بسنده می‌کنند، بی‌آنکه تجربه عملی کسب کنند.

امیدوارم نسل جوان از همه بخش‌های این کتاب بهره‌بردار شود. هم به عنوان معلمی ساده، صادقانه تمام داشته‌هایم را در اختیار دانشجویان و هنرجویان قرار می‌دهم و امید دارم در میان آنان کسانی باشند که همچون من که جا پای استاد عزیزم فضائی گذاشتم، آنان نیز جای بزرگان را پر کنند.

■ با توجه به تجربه سفرهای علمی شما به کشورهای هند، چین و آسیای صغیر برای مطالعه فنون مختلف، به نظر شما آیا این تجربه‌ها می‌تواند الگویی برای معرفی و بازاریابی کتاب و ادبیات ایران در جهان باشد؟

در پایان باید بگویم سفرهای علمی‌ام به آسیای صغیر، آسیای میانه، شبه قاره، جنوب شرق آسیا و همچنین اروپای شرقی و غربی مرا برانگیخت تا تاریخ تمدن بشر را بیشتر جستجو کنم. زیرا می‌خواستم بدانم در حوزه‌های مختلف کتاب‌آرایی و حتی الفبا چه رخ داده است. در این میان نقش تمدن و امپراتوری بزرگ ایران بسیار برجسته بود.

پیشنهادهایی برای حضور صنعت نشر ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب به تفکیک هر قاره

شیوا وکیل نسلیان: پیشنهادهای ارائه‌شده برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب بر اساس چهار اصل کلیدی تنظیم و ترکیبی از الزامات فرهنگی، اولویت‌های سیاسی، پتانسیل‌های اقتصادی و ظرفیت‌های دیپلماتیک است تا با حداقل هزینه، حداکثر تأثیرگذاری را محقق سازد.

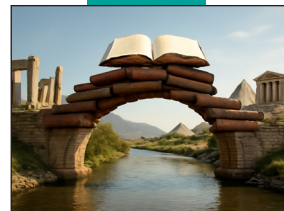
۱. اصالت‌های فرهنگی و زبانی

- تمرکز بر مناطق با اشتراکات تاریخی (مانند دهلی نو برای پیوندهای فارسی-هندی یا تاشکند برای ارتباطات فارسی‌زبانان)
- اولویت به بازارهای فارسی‌پذیر (تاجیکستان) یا علاقه‌مند به ادبیات فارسی (ترکیه، شبه قاره)
- توجه به جوامع شیعه (بیروت، عراق) و کشورهای اسلامی (اندونزی، مالزی)



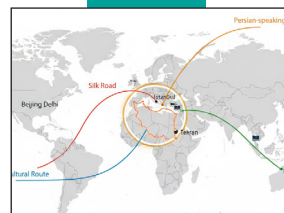
۲. استراتژی‌های ژئوپلیتیک فرهنگی

- هدفگیری قطب‌های نشر جهانی (پکن برای بازار چین، مسکو برای اوراسیا)
- حضور در «هاب»‌های منطقه‌ای (شانگهای برای شرق آسیا، استانبول برای اوراسیا-خاورمیانه)
- توجه به کشورهای همسایه و راهبردی (عراق، قطر، روسیه)



۳. منطق اقتصادی و بازار نشر

- انتخاب نمایشگاه‌های با پتانسیل تجاری بالا (شانگهای، فرانکفورت، ابوظبی)
- تمرکز بر بازارهای کم‌رقیب اما پرمصرف (تاجیکستان، ازبکستان)
- بهره‌برداری از ویژگی‌های خاص بازارها (انگلیسی‌زبانان در هند، چینی‌زبانان در تایوان)



۴. دیپلماسی عمومی و نفوذ فرهنگی

- استفاده از نمایشگاه‌ها به عنوان پلتفرم گفت‌وگوی تمدنی (چین برای تمدن‌های کهن، اروپا برای گفت‌وگوی غرب و شرق)
- تقویت تصویر ایران فرهنگی در مقابل روایت‌های رسانه‌ای
- ایجاد پل‌های ادبی با کشورهای غیرغربی (آسیای مرکزی، آفریقا، آمریکای لاتین)





اولویت‌بندی حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب قاره آسیا

۱. نمایشگاه پکن

دلایل: بزرگ‌ترین بازار نشر جهان با میلیون‌ها مخاطب چینی، فرصت بی‌نظیر برای معرفی فرهنگ و ادبیات ایران به جامعه چین، امکان همکاری با ناشران دولتی و خصوصی چینی، تقویت روابط فرهنگی ایران و چین، استقبال از ترجمه آثار کلاسیک و معاصر فارسی، موقعیت پکن به‌عنوان مرکز فرهنگی و سیاسی شرق آسیا، امکان حضور در رویدادهای موازی فرهنگی و ادبی.



۲. نمایشگاه دهلی‌نو

دلایل: اشتراکات تاریخی و فرهنگی عمیق با هند، بازار عظیم انگلیسی‌زبان و علاقه‌مند به ادبیات فارسی، فرصت معرفی آثار ایرانی به جامعه چند فرهنگی هند، امکان همکاری با ناشران هندی فعال در بازار بین‌المللی، تقویت پیوندهای ادبی ایران و هند، استقبال از شعر و ادبیات عرفانی فارسی، موقعیت دهلی‌نو به‌عنوان پایتخت فرهنگی شبه‌قاره.



۳. نمایشگاه مسکو

دلایل: دسترسی به بازار بزرگ نشر روسیه، فرصت معرفی فرهنگ ایرانی به جامعه اسلاوی، امکان همکاری با ناشران روسی در ترجمه آثار فارسی، تقویت روابط فرهنگی ایران و روسیه، استقبال از ادبیات مقاومت و معاصر ایران، موقعیت مسکو به‌عنوان مرکز فرهنگی اوراسیا، امکان حضور در رویدادهای ادبی مشترک ایران و روسیه.



۴. نمایشگاه شارجه

دلایل: مرکزیت فرهنگی امارات متحده عربی، فرصت معرفی آثار ایرانی به مخاطبان عرب‌زبان خلیج فارس، امکان توسعه همکاری با ناشران اماراتی، تقویت دیپلماسی فرهنگی در منطقه، استقبال از ادبیات کودک و نوجوان ایرانی، موقعیت شارجه به‌عنوان پایتخت کتاب جهان اسلام، دسترسی به شبکه ناشران بین‌المللی حاضر در امارات.



۵. نمایشگاه استانبول

دلایل: پل فرهنگی بین شرق و غرب، فرصت معرفی آثار ایرانی به جامعه ترک‌زبان، امکان همکاری با ناشران ترک فعال در بازارهای اروپایی، تقویت پیوندهای تاریخی ایران و ترکیه، استقبال از ادبیات کلاسیک فارسی در ترکیه، موقعیت استراتژیک استانبول به‌عنوان مرکز فرهنگی منطقه، امکان حضور در رویدادهای ادبی مشترک.



۶. نمایشگاه دوحه

دلایل: بازار نوپا اما پررونق نشر قطر، فرصت معرفی فرهنگ ایرانی به جامعه عرب خلیج فارس، امکان توسعه همکاری با ناشران قطری، تقویت روابط فرهنگی ایران و قطر، استقبال از ادبیات معاصر فارسی در کشورهای عربی، موقعیت دوحه به عنوان مرکز فرهنگی در حال رشد منطقه، دسترسی به شبکه ناشران بین المللی حاضر در قطر.



۷. نمایشگاه مسقط

دلایل: رابطه فرهنگی و تاریخی ایران و عمان، موقعیت استراتژیک مسقط در بازار کتاب خلیج فارس، استقبال عمان از ادبیات فارسی و ترجمه های فارسی-عربی، فرصت معرفی کتاب های ایرانی به مخاطبان عرب زبان، توسعه همکاری های ناشرین ایران و ناشران عمانی، حضور کمرنگ رقباى منطقه ای در نمایشگاه مسقط، تقویت دیپلماسی فرهنگی ایران در شبه جزیره عربستان.



۸. نمایشگاه بغداد

دلایل: روابط عمیق فرهنگی و تاریخی ایران و عراق، بازار بزرگ و مشتاق عراق برای کتاب های فارسی و اسلامی، فرصت معرفی آثار ایرانی به میلیون ها شیعه و فارسی آموز عراقی، حضور گسترده ناشران و کتاب فروشان ایرانی در عراق، تأثیرگذاری بر جریان های فکری و مذهبی در عراق، تقویت همکاری های نشر بین ایران و ناشران عراقی، تمرکز بر بغداد به عنوان پایتخت فرهنگی جهان عرب، فرصت برگزاری برنامه های مشترک با نویسندگان و روشنفکران عراقی، نقش نمایشگاه بغداد در توسعه صادرات کتاب ایران به بازار عراق، اشتراکات زبانی، مذهبی و فرهنگی.



۹. نمایشگاه دوشنبه

دلایل: اشتراکات زبانی و فرهنگی، توسعه بازار کتاب فارسی در آسیای مرکزی، وجود فرصت معرفی آثار ایرانی به مخاطبان فارسی زبان تاجیک، تقویت پیوندهای ادبی میان نویسندگان ایران و تاجیکستان، حضور کمرنگ ناشران غربی در نمایشگاه، استقبال تاجیک ها از ترجمه آثار فارسی به خط سیریلیک، فرصت بازاریابی برای ناشران ایرانی، توسعه همکاری های آموزشی و دانشگاهی، نقش کلیدی تاجیکستان در احیای فرهنگ فارسی در منطقه، جایگاه ویژه این کشور در سیاست فرهنگی ایران در آسیای مرکزی.



۱۰. نمایشگاه ریاض

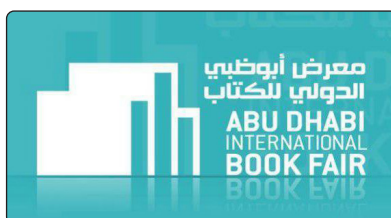
دلایل: اشتراکات فرهنگی با جهان عرب، وجود فرصت توسعه بازار نشر در شبه جزیره عربستان، معرفی آثار ایرانی به مخاطبان عرب زبان، تقویت روابط فرهنگی با ناشران سعودی، حضور مؤثر در یکی از بزرگ ترین نمایشگاه های کتاب منطقه، امکان تبادل حق تألیف با ناشران عربی، بهره برداری از فضای رو به رشد فرهنگی عربستان.



۱۱. نمایشگاه بیروت

دلایل: موقعیت ویژه لبنان به عنوان پایتخت فرهنگی جهان عرب، وجود جامعه شیعه علاقه مند به آثار ایرانی، فرصت ارتباط با ناشران بین المللی حاضر در بیروت، امکان معرفی ادبیات معاصر ایران، تقویت پیوندهای تاریخی فرهنگی ایران و لبنان، بازار مناسب برای ترجمه آثار فارسی به عربی.





۱۲. نمایشگاه ابوظبی

دلایل: دسترسی به بازار کتاب امارات به عنوان قطب نشر منطقه، وجود فرصت همکاری با ناشران بین المللی، امکان جذب سرمایه گذاران برای ترجمه آثار فارسی، معرفی فرهنگ ایرانی در محیط چند فرهنگی امارات، بهره گیری از زیرساخت های پیشرفته نمایشگاه، توسعه روابط فرهنگی با کشورهای حاشیه خلیج فارس.



۱۳. نمایشگاه کوالالامپور

دلایل: فرصت معرفی فرهنگ ایرانی به جامعه مسلمان مالزی، امکان توسعه همکاری های نشر با کشورهای اسلامی جنوب شرق آسیا، استقبال مخاطبان مالزیایی از آثار دینی و اسلامی، حضور مؤثر در بازار کتاب انگلیسی زبان منطقه، تقویت روابط فرهنگی ایران با «آسه آن»، امکان معرفی ادبیات فارسی به جامعه دانشگاهی مالزی.



۱۴. نمایشگاه توکیو

دلایل: بازار پیشرفته نشر ژاپن، فرصت معرفی فرهنگ ایرانی به مخاطبان شرق آسیا، امکان همکاری با ناشران صاحب فناوری و خلاق ژاپنی، تقویت مبادلات فرهنگی ایران و ژاپن، استقبال از ادبیات کهن و معاصر فارسی، موقعیت استراتژیک توکیو به عنوان قطب فرهنگی آسیا.

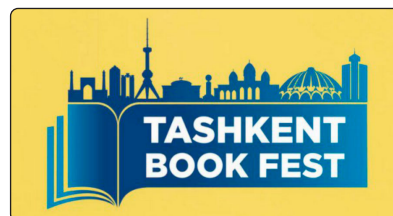


۱۵. نمایشگاه شانگهای

دلایل: دسترسی به بزرگ ترین بازار نشر چین، فرصت معرفی آثار ایرانی به میلیارد ها مخاطب چینی، امکان همکاری با ناشران دولتی و خصوصی چین، تقویت روابط فرهنگی ایران و چین، استقبال از ترجمه آثار فارسی به چینی، حضور در مهم ترین رویداد فرهنگی شرق آسیا.

۱۶. نمایشگاه تاشکند

دلایل: اشتراکات تاریخی و زبانی با ازبکستان، فرصت توسعه بازار کتاب فارسی در آسیای مرکزی، امکان معرفی آثار ایرانی به مخاطبان فارسی‌زبان منطقه، تقویت پیوندهای فرهنگی ایران و ازبکستان، استقبال از ادبیات فارسی در کشورهای ترک‌زبان، موقعیت استراتژیک تاشکند در جاده ابریشم جدید.



۱۷. نمایشگاه سئول

دلایل: بازار پویا و خلاق نشر کره جنوبی، فرصت معرفی فرهنگ ایرانی به جامعه پیشرفته کره‌ای، امکان همکاری با ناشران صاحب فناوری و دیجیتال، تقویت مبادلات فرهنگی ایران و کره، استقبال از ادبیات معاصر فارسی، موقعیت سئول به عنوان قطب فرهنگی شرق آسیا.



۱۸. نمایشگاه جاکارتا

دلایل: دسترسی به بزرگ‌ترین کشور اسلامی جهان، فرصت معرفی آثار ایرانی به جامعه مسلمان اندونزی، امکان توسعه همکاری‌های نشر با کشورهای «آسه آن»، تقویت روابط فرهنگی ایران و اندونزی، استقبال از محتوای دینی و اسلامی، موقعیت استراتژیک جاکارتا در جنوب شرق آسیا.



۱۹. نمایشگاه آستانه

دلایل: رابطه فرهنگی با قزاقستان به عنوان دروازه اوراسیا، فرصت معرفی آثار ایرانی به مخاطبان ترک‌زبان، امکان توسعه همکاری‌های نشر در منطقه، تقویت پیوندهای فرهنگی ایران و قزاقستان، استقبال از ادبیات فارسی در آسیای مرکزی، موقعیت استراتژیک آستانه در جاده ابریشم جدید.



۲۰. نمایشگاه هنگ کنگ

دلایل: دسترسی به بازار آزاد نشر جهانی، فرصت معرفی فرهنگ ایرانی در محیط بین‌المللی، امکان همکاری با ناشران بین‌المللی مستقر در هنگ کنگ، تقویت مبادلات فرهنگی ایران با جهان، استقبال از ادبیات فارسی در بازار انگلیسی‌زبان، موقعیت منحصربه‌فرد هنگ کنگ به عنوان پل فرهنگی شرق و غرب.



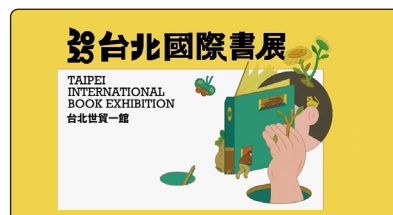
۲۱. نمایشگاه سنگاپور

دلایل: بازار پیشرفته و چند فرهنگی نشر، فرصت معرفی آثار ایرانی در محیط بین‌المللی، امکان توسعه همکاری‌های نشر با کشورهای «آسه آن»، تقویت روابط فرهنگی ایران و سنگاپور، استقبال از محتوای علمی و دانشگاهی، موقعیت استراتژیک سنگاپور به عنوان قطب فرهنگی جنوب شرق آسیا.



۲۲. نمایشگاه تایوان

دلایل: دسترسی به بازار خلاق نشر چین تایپه، فرصت معرفی فرهنگ ایرانی به جامعه چینی‌زبان، امکان همکاری با ناشران پیشرفته تایوان، تقویت مبادلات فرهنگی ایران و تایوان، استقبال از ادبیات معاصر فارسی، موقعیت ویژه تایوان در صنعت نشر شرق آسیا.



اولویت‌بندی پیشنهادی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب قاره اروپا

۱. نمایشگاه فرانکفورت



بزرگ‌ترین و معتبرترین رویداد صنعت نشر در جهان، که با حضور صدها کشور، ناشران برجسته، آژانس‌های ادبی و مدیران نشر، به مرکز تبادلات حرفه‌ای جهانی تبدیل شده است. این نمایشگاه فرصت بی‌نظیری برای فروش حقوق ترجمه، معرفی آثار ادبی، فلسفی و دانشگاهی ایران و ارتقاء برند فرهنگی کشور در سطح بین‌المللی فراهم می‌آورد. حضور در این رویداد مستلزم برنامه‌ریزی دقیق، آشنایی با سازوکارهای بین‌المللی نشر و سرمایه‌گذاری مادی و معنوی چشمگیر است.

۲. نمایشگاه لندن



بازاری استراتژیک برای تعامل با ناشران انگلیسی‌زبان، دانشگاه‌های معتبر و آژانس‌های ترجمه که بستری مناسبی برای معرفی ادبیات معاصر ایران و گسترش دیپلماسی فرهنگی در اروپای غربی فراهم می‌سازد. امکان گفت‌وگو با نهادهای نشر دانشگاهی و نمایندگان محافل علمی از مزایای مهم این حضور است. هزینه‌های بالای مشارکت و فضای رقابتی فشرده می‌تواند مانعی برای دسترسی کامل به فرصت‌ها باشد، مگر اینکه برنامه‌ای هدفمند و حرفه‌ای وجود داشته باشد.

۳. نمایشگاه بولونیا



مهم‌ترین رویداد جهانی در حوزه کتاب کودک و نوجوان که فرصتی منحصر به فرد برای نمایش توانمندی‌های تصویرگری ایرانی، تعامل با ناشران کودک اروپا و فروش حقوق ترجمه آثار کودک فراهم می‌کند. محلی برای معرفی روایت‌های بومی و تصویری از ایران است. از سوی دیگر، فضای تخصصی و رقابت شدید با تولیدکنندگان قدرتمند جهانی، نیازمند کیفیت بالای تولیدات، طراحی حرفه‌ای غرغه و ترجمه دقیق آثار کودک است.

۴. نمایشگاه پاریس



مرکزی فرهنگی برای نشر فرانسوی زبان است که با استقبال از ادبیات کلاسیک فارسی، فلسفه شرق و روایت‌های معاصر از ایران، امکان توسعه ترجمه آثار ایرانی به زبان فرانسه و همکاری با مراکز نشر اروپایی و ایجاد ارتباط با مخاطبان نخبه فرهنگی را فراهم می‌آورد. برای موفقیت در این فضا باید به سلیقه فرهنگی خاص فرانسوی، فضای روشنفکری و محدودیت‌های گاه سخت‌گیرانه محتوایی توجه داشت.

۵. نمایشگاه تخصصی صنعت چاپ گوتنبرگ



نمایشگاهی تخصصی در حوزه فناوری‌های نوین چاپ و نشر که امکان معرفی پیشرفت‌های صنعت چاپ ایران، انتقال دانش فنی به ناشران داخلی و ایجاد زمینه همکاری‌های صنعتی و آموزشی را فراهم می‌سازد. حضور در این رویداد به‌ویژه برای معرفی ظرفیت‌های صنعت نشر دیجیتال و فناوری چاپ ارزان‌قیمت، مفید است. بهره‌برداری کامل، نیازمند ارائه نمونه‌های فنی قوی، اسناد همکاری و پشتیبانی علمی است.

۶. نمایشگاه مادرید



دروازه‌ای فرهنگی به دنیای اسپانیایی‌زبان با امکان معرفی آثار ایرانی به زبان اسپانیایی و ارتباط با ناشران آمریکای لاتین را فراهم می‌آورد. استقبال از ادبیات عرفانی، تاریخی و روایات زنانه از ایران، این نمایشگاه را به بستری مناسب برای تعامل فرهنگی مبدل ساخته است. ازجمله چالش‌ها می‌توان به نیاز به ترجمه حرفه‌ای، شناخت کافی از فضای نشر اسپانیایی و رقابت با ناشران پر قدرت اروپای جنوبی اشاره کرد.

۷. نمایشگاه وین

مرکز فرهنگی اروپای مرکزی با مخاطبانی علاقه‌مند به فلسفه، هنر، ادبیات کلاسیک و فرهنگ‌های شرقی محسوب می‌شود. فرصت مناسبی برای معرفی مفاهیم عرفان اسلامی، میراث ادبیات کلاسیک فارسی و ایجاد ارتباط با ناشران اروپای شرقی و مرکزی است. توجه به کیفیت طراحی، ترجمه مطلوب و آشنایی با سبک عرضه آثار در فضای فرهنگی اتریش، برای اثربخشی بیشتر ضروری است.



۸. نمایشگاه ژنو

رویدادی فرهنگی در مرکز سازمان‌های بین‌المللی که امکان تعامل با نهادهای فرهنگی جهانی، دیپلمات‌های فرهنگی و ناشران چندملیتی را فراهم می‌کند. معرفی آثار ایرانی به مخاطبان بین‌المللی، تقویت برند فرهنگی ایران و ایجاد شبکه‌های چندجانبه فرهنگی از مزایای کلیدی این نمایشگاه است. اما برای حضور مؤثر، نیاز به رعایت استانداردهای محتوایی بین‌المللی و بهره‌گیری از دیپلماسی فرهنگی رسمی وجود دارد.



۹. نمایشگاه بروکسل

قرار گرفتن در قلب اتحادیه اروپا، این رویداد را به نقطه‌ای برای اثرگذاری فرهنگی و معرفی ایران در فضای سیاسی و فرهنگی اروپا تبدیل خواهد کرد. امکان تعامل با نهادهای فرهنگی اتحادیه اروپا، پارلمان فرهنگی اروپا و ناشران چندزبانه از مهم‌ترین مزایای این رویداد است. حساسیت‌های سیاسی، الزامات محتوایی و فضای به شدت رقابتی در حوزه نشر اروپای غربی، برنامه‌ریزی حرفه‌ای و راهبردی را ایجاب می‌کند.



اولویت‌بندی پیشنهادی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب قاره آفریقا

۱. نمایشگاه قاهره

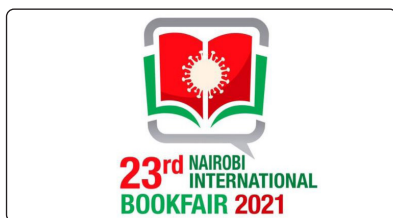
با زیرساخت‌های پیشرفته و استقبال عمومی گسترده، فرصت مناسبی برای گسترش دیپلماسی فرهنگی، توسعه همکاری با ناشران عرب‌زبان و ترویج ترجمه آثار فارسی به عربی فراهم می‌آورد. از جمله چالش‌های این نمایشگاه می‌توان به رقابت فشرده با ناشران حوزه خلیج فارس و حساسیت‌های سیاسی محتمل اشاره کرد که نیازمند مدیریت هوشمندانه و رویکرد فرهنگی دقیق است. سالانه بیش از ۱۰۰۰ ناشر از کشورهای عربی، اسلامی و سایر نقاط جهان در آن شرکت می‌کنند و محور اصلی تمرکز نمایشگاه بر ادبیات و فرهنگ عربی-اسلامی، عرضه گسترده کتاب‌های کودک و نوجوان، تقویت وحدت فرهنگی و هویت عربی، برگزاری نشست‌ها و گفت‌وگوهای فکری و فرهنگی، فروش عمومی و گسترده کتاب با قیمت یارانه‌ای و مردمی است.



۲. نمایشگاه الجزیره

رویدادی فرهنگی با محوریت ادبیات مقاومت و هویت ضد استعماری است و زمینه‌ای مناسب برای معرفی آثار مرتبط با انقلاب اسلامی و ادبیات دفاع مقدس در این نمایشگاه وجود دارد. اگر چه برقراری روابط سیاسی و فرهنگی نزدیک میان دو کشور، موجب تقویت ظرفیت همکاری‌های نشر و ترجمه شده ولی از سوی دیگر، غلبه زبان فرانسوی و چالش در ارائه مستقیم آثار فارسی و نیز برخی مشکلات در ارسال و توزیع کتاب‌ها، از موانع اصلی مشارکت در این رویداد محسوب می‌شود. نمایشگاه الجزیره ترکیبی از دغدغه‌های فرهنگ آفریقایی، مسئله فلسطین، دیجیتال‌سازی نشر، ادبیات کودک محور و همکاری فرهنگی عربی را در صدر برنامه خود قرار داده است.





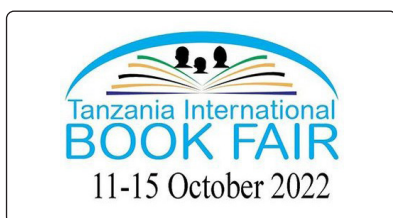
۳. نمایشگاه نایروبی

نمایشگاهی کلیدی در شرق آفریقا است که با حضور ناشران انگلیسی‌زبان، مراکز دانشگاهی و مخاطبان فرهنگی، ظرفیت آن را دارد که به دروازه‌ای مهم برای معرفی آثار فارسی به زبان انگلیسی و توسعه تعاملات حوزه نشر تبدیل شود. موقعیت راهبردی نایروبی و پیوندهای علمی آن با دیگر کشورهای آفریقای زیرصحر، فرصت‌های ارزشمندی برای جمهوری اسلامی ایران جهت حضور در این نمایشگاه ایجاد می‌کند. فاصله جغرافیایی، هزینه‌های حمل و محدودیت زیرساختی از چالش‌های موجود در حضور مؤثر در این نمایشگاه به‌شمار می‌رود. تمرکز اصلی نمایشگاه کتاب نایروبی شامل تجارت حقوق نشر (Rights Trading) حمایت از نویسندگان و ناشران آفریقایی، مشارکت ناشران بین‌المللی، برنامه‌های حرفه‌ای و شبکه‌سازی و فعالیت‌های تعاملی برای کودکان و عموم مردم است.



۴. نمایشگاه تونس

فضای مناسبی برای معرفی آثار ایرانی در قالب‌های عربی، فرانسوی و حتی انگلیسی است. موقعیت استراتژیک تونس در مغرب عربی و امکان همکاری با ناشران اروپایی و آفریقایی، از دیگر مزایای این حضور است. با این حال، محدود بودن اندازه بازار، برخی نوسانات سیاسی و رقابت با ناشران فرانسوی، مشارکت گسترده را با چالش‌هایی مواجه می‌کند.



۵. نمایشگاه دارالسلام

رویدادی روبه‌رشد در شرق آفریقا است که با استقبال مخاطبان مسلمان و ثبات سیاسی داخلی، زمینه‌ای مطلوب برای ترویج ادبیات دینی، فرهنگی و عرفانی فراهم می‌کند. توسعه آرام بازار نشر به زبان سواحیلی و علاقه به مفاهیم معنوی از فرصت‌های مهم این نمایشگاه است. در مقابل، محدودیت در زیرساخت‌های نمایشگاهی، قدرت خرید پایین مخاطبان و فاصله زیاد جغرافیایی از ایران، ضرورت اتخاذ رویکردهای هدفمند و مشارکت کم‌هزینه را ایجاب می‌کند.



۶. نمایشگاه کازابلانکا

نمایشگاهی معتبر در شمال آفریقا با پیوندهای عمیق با بازار نشر فرانسوی‌زبان و برخورداری از زیرساخت‌های مدرن نمایشگاهی محسوب می‌شود. فرصت‌های بالقوه‌ای در این رویداد برای معرفی آثار ایرانی در میان مخاطبان فرانسوی‌زبان، عربی و اسپانیایی وجود دارد همچنین جذابیت گردشگری فرهنگی، این نمایشگاه را به بستی ارزشمند برای دیپلماسی فرهنگی تبدیل کرده است. با این وجود، گرایش‌های شدید به فرهنگ غربی، برخی حساسیت‌های محتوایی و محدودیت‌های سیاسی می‌تواند در روند عرضه آثار ایرانی چالش برانگیز باشد.



۷. نمایشگاه آدیس آبابا

آدیس آبابا به‌عنوان مقر اتحادیه آفریقا و یکی از مراکز دیپلماتیک شرق قاره، فرصتی برای ارتباط با نخبگان انگلیسی‌زبان، نهادهای بین‌المللی و مخاطبان فرهنگی پدید می‌آورد. رشد اقتصادی سریع و علاقه به تبادل فرهنگی نیز از جمله مزایای حضور در این رویداد هستند. با این حال، کوچک بودن بازار نشر داخلی، کمبود زیرساخت‌های نشر و دشواری‌های زبانی (تسلط به زبان «آمهری») از محدودیت‌های اصلی این نمایشگاه به‌شمار می‌آیند.

اولویت‌بندی پیشنهادی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب قاره آمریکا



۱. نمایشگاه گوادالاخارا

بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب اسپانیایی‌زبان جهان و مرکز نشر برای کل آمریکای لاتین که کتاب‌های عرضه‌شده در آن به بیش از ۲۰ کشور منطقه صادر می‌شود. این نمایشگاه فرصتی بی‌نظیر برای معرفی ادبیات ایران، فروش حقوق ترجمه آثار فارسی به ناشران مکزیکی و اسپانیایی و تعامل با فعالان صنعت نشر منطقه فراهم می‌آورد. استقبال ویژه‌ای از ادبیات غیراسپانیایی به‌خصوص از داستان‌های تاریخی و عرفانی وجود دارد که زمینه مناسبی برای معرفی فرهنگ و تمدن دیرپای ایران است. با این حال، چالش‌هایی مانند نیاز به ترجمه تخصصی و رعایت استانداردهای نشر منطقه، شناخت دقیق بازار محلی و رقابت با تولیدات گسترده جهانی وجود دارد.



۲. نمایشگاه بوگوتا

دومین نمایشگاه بزرگ زبان اسپانیایی پس از گوادالاخارا که با جامعه‌ای کتابخوان و فرهیخته به‌ویژه در حوزه ادبیات سیاسی و اجتماعی شناخته می‌شود. این رویداد فرصتی طلایی برای معرفی آثار معاصر ایرانی با موضوعات اجتماعی و فرهنگی به مخاطبان علاقه‌مند و گسترش دیپلماسی فرهنگی در آمریکای لاتین است. دسترسی به بازارهای همسایه از جمله ونزوئلا، اکوادور و پرو از مزایای استراتژیک این حضور است. با این حال، چالش‌هایی همچون محدودیت‌های مالی، پیچیدگی‌های لجستیکی و حساسیت‌های سیاسی منطقه می‌تواند بر روند مشارکت تأثیرگذار باشد.



۳. نمایشگاه ساؤپائولو

بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب پرتغالی‌زبان جهان با بازاری بیش از ۲۲۰ میلیون نفر که فرصت ورود به یکی از منحصربه‌فردترین بازارهای کتاب دنیا را فراهم می‌کند. استقبال قابل توجهی از ادبیات شرقی، به ویژه نویسندگانی همچون خالد حسینی، نشان‌دهنده علاقه فرهنگی قابل توجه مخاطبان برزیلی است. این نمایشگاه فضایی مناسب برای فروش حقوق ترجمه آثار فارسی، معرفی فرهنگ ایرانی و برقراری همکاری با ناشران محلی است. با این وجود، حضور در این بازار مستلزم آشنایی با زبان پرتغالی، نیاز به ترجمه دقیق و بازاریابی هدفمند است؛ همچنین، کمتر از یک درصد کتاب‌های خارجی در برزیل ترجمه می‌شوند که رقابت را سخت‌تر می‌کند.

جدول مقایسه‌ای مزایا و چالش‌های حضور ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب

قاره	مزایا	چالش‌ها
۱ آسیا	اشتراکات فرهنگی و زبانی (هند، تاجیکستان) بازارهای بزرگ و پرمصرفیت (چین، هند، ترکیه) پیوندهای دینی و تمدنی (عراق، مالزی، اندونزی)	رقابت شدید با قدرتهای منطقه‌ای نیاز به ترجمه گسترده به زبان‌های محلی (چینی، هندی، ترکی) هزینه بالای حضور در قطب‌های نشر (پکن، توکیو)
۲ اروپا	نمایشگاه‌های معتبر جهانی (فرانکفورت، لندن، پاریس) علاقه به ادبیات کلاسیک و معاصر فارسی امکان تعامل با نهادهای نشر دانشگاهی و آژانس‌های ترجمه	هزینه‌های بالای مشارکت فضای رقابتی و سخت‌گیرانه نیاز به ترجمه حرفه‌ای و بازاریابی هدفمند
۳ آفریقا	استقبال از ادبیات دینی و مقاومت (الجزیره، قاهره) بازارهای روبه‌رشد (نایروبی، دارالسلام) فرصت همکاری با ناشران عرب‌زبان و فرانسوی‌زبان	محدودیت زیرساخت‌های نشر قدرت خرید پایین در برخی کشورها رقابت شدید ناشران خلیج فارس و غربی
۴ آمریکا	بزرگ‌ترین بازار اسپانیایی‌زبان‌ها (گوادالاخارا) علاقه به روایت‌های تاریخی و عرفانی از ایران فرصت فروش حقوق ترجمه در سطح قاره	پیچیدگی‌های لجستیکی و مالی نیاز به ترجمه تخصصی (اسپانیایی، پرتغالی) رقابت سنگین با ناشران جهانی

نیکنام حسینی پور، مشاور وزیر و رئیس مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نوشت

ماهنامه تحلیلی «راویان فرهنگ» تریبونی برای صداهای شنیده نشده حوزه فرهنگ است



نوع نگاه ماهنامه تحلیلی «راویان فرهنگ» در شماره‌های پیشین خوب بود؛ از این رو که سراغ افرادی رفته که صدای آن‌ها شنیده نمی‌شود یا کمتر به گوش می‌رسد. افراد زیادی از هنرمندان و نویسندگان و دانشمندان فرهیخته ما هستند که از فضای عمومی فاصله گرفته و وارد گفت‌وگو نمی‌شوند؛ «راویان فرهنگ» می‌تواند نوعی اعتماد ایجاد کند تا گفت‌وگوها شکل بگیرد. به صورت کلی در تاریخ، گمشده ما گفت‌وگو است که در این ماهنامه تحلیلی در دستور کار قرار گرفته است.

هرچه بتوانیم اصحاب فرهنگ را در همه صنوف به گفت‌وگو نزدیک کنیم رسالت خود را به خوبی انجام داده‌ایم. راویان فرهنگ می‌تواند سراغ سایر سازمان‌ها و نهادهای مختلف برود و صداهایی که خاموش مانده‌اند را به گوش مردم برساند.

فرهنگ همیشه پل ارتباطی بین ایران و سایر جهان است. کتاب می‌تواند این پل را غنا ببخشد. البته نمی‌توان اثرگذاری سینما و موسیقی را در شکل دهی ارتباطات فرهنگی را نادیده گرفت؛ راویان فرهنگ می‌تواند به تحلیل و بررسی این موارد بپردازد و شماره‌ای را به صورت اختصاصی به هر یک از این موضوعات اختصاص دهد. می‌تواند در ماهنامه تحلیلی «راویان فرهنگ» به سمت موسیقی، هنر، فیلم و سینما رفت یا رابطه هر یک از هنرهای دیگر با کتاب را بررسی کرد.

از ماهنامه تحلیلی راویان فرهنگ منتشر شده است:





KETAB.ir

روابط عمومی و امور بین الملل
خانه کتاب و ادبیات ایران