

ایران

• صاحب امتیاز:
خبرگزاری جمهوری اسلامی

• مدیر مسئول:
صادق حسین جابری انصاری

• سردبیر:
هادی خسروشاهین

• مدیرعامل مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران: علی متقیان

• تلفن: ۸۸۷۶۱۷۲۰ شماره: ۸۸۷۶۹۰۷۵

• پیامک: ۴۵۱۲۱۳۳ روابط عمومی: ۳۰۰۰۴۵۱۲۱۳۳ شماره: ۲۰۸

• صندوق پستی: ۵۳۳۸۸-۱۵۸۷۵۰۳۳۸۸ امور مشتریان: ۸۸۷۴۸۸۰۰

• توزیع: نشر گستر امروز • چاپ: چاپخانه های همشهری

• سازمان آگهی های روزنامه ایران: دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT

• پذیرش سازمان آگهی ها: ۱۸۷۷۷

• انتشارات مؤسسه فرهنگی-مطبوعاتی ایران: ۸۸۵۰۴۱۱۳

حضرت علی (ع):



سخن روز

در خردسالی علم بیاموزید تا در بزرگسالی به برتری و سیادت نائل آید.

شرح ابن ابی الحدید ۲۰، ص ۲۶۷

در لندن، هیچ گونه فروش مستقیم کتاب به بازدیدکنندگان وجود ندارد؛ این رویداد تخصصی، محفلی برای شبکه سازی جهانی و انعقاد قراردادهای ادبی است. «Country Market Focus» (کشور) یا بازار هدف هر سال) مفهومی است که فرصت نمایش پررنگ به یک بازار خاص ادبی می دهد و در سال های اخیر ناشران ایرانی ومنطقه ای در قالب میهمان یا غرفه مستقل در آن حضور یافته اند. برنامه های آموزشی، سمینارها و نشست های تخصصی مرتبط با نشر نیز جزو شبکه اصلی خدمات نمایشگاه است.

چرخش مالی و ارزآوری
در فرانکفورت و لندن، عمده درآمد و سودآوری از محل قراردادهای تجاری، فروش حقوق ترجمه، اعطای لایسنس (مجوز نشر/ترجمه) و توسعه تعاملات بین المللی است. سودآوری نمایشگاه بلونیا بر خرید و فروش کپی رایب و هم برای محصولات مشتق شده مانند فیلم یا سریال های انیمیشن است. در تهران، درآمد اصلی از فروش مستقیم کتاب طی روزهای نمایشگاه و اغلب با اعطای بارانه های دولتی، به خصوص از طریق بن کارت های سازمانی، دانشجویی و دانش آموزی است.

چشم انداز و چالش های پیش روی نمایشگاه کتاب تهران

نمایشگاه کتاب تهران با وجود موفقیت در جذب جمعیت انبوه، دچار چالش های ساختاری است. در مدل فعلی، تمرکز بر فروش به مخاطب عام سبب شده ناشران، تقویم چاپ سالانه خود را براساس نمایشگاه تنظیم کنند؛ در نتیجه بازار فروش کتاب طی دیگر ماه ها افت قابل توجهی دارد. همه ساله ناشران شمار عمده چاپ های جدید را به فصل نمایشگاه می سپارند تا در روزهای برگزاری با تخفیف های قابل توجه، بیشترین گردش مالی سال را رقم بزنند. اما پس از پایان نمایشگاه، اغلب شاهد رکود فروش هستیم. حضور محدود ناشران با استاندارد بین المللی، کم توجهی به مذاکره بر سر حقوق نشر و نبود پل فرمت بندی برای تعامل با ناشران جهانی از جمله معضلات ساختاری نمایشگاه تهران است. با اینکه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تلاش هایی برای ایجاد سالن حرفه ای انجام داده، اما تا تحقق مدل حرفه ای مانند فرانکفورت راه درازی باقی مانده است. در نقطه مقابل، موفقیت رویدادهایی چون بلونیا، فرانکفورت و لندن، الگویی کاربردی را پیش روی مدیران صنعت نشر ایران قرار داده است. گذار از مدل فروشگاهی به «نمایشگاه حرفه ای» نیازمند فرهنگ سازی، توسعه آژانس های ادبی، افزایش نقش قراردادهای ترجمه، ارتقای سطح تعاملات، ورود فناوری های جدید و سرمایه گذاری برای گفت وگویی جهانی است.

سختی های نمایشگاهی

فرانکفورت با بیش از ۲۰۰ هزار مترمربع بزرگ ترین فضای نمایشگاهی را دارد. لندن با ۵۵ هزار مترمربع و بلونیا با کمتر از ۷۰ هزار مترمربع و نمایشگاه تهران در برخی سال ها تا ۹۰ هزار مترمربع - قرار می گیرند. از این لحاظ، تهران پس از فرانکفورت، گسترده ترین نمایشگاه به شمار می آید.

تعداد ناشران و تنوع بین المللی

در فرانکفورت، بیش از ۷ هزار ناشر از ۱۰۵ کشور حضور دارند. لندن بیش از ۲۵ هزار ناشر و شرکت کننده حرفه ای از ۱۲۰ کشور و بلونیا حدود ۱۵۰۰ ناشر (عمدتاً حوزه کودک) دارد. در تهران عموماً ۲ تا ۳ هزار ناشر ایرانی و تنها حدود ۱۰۰ ناشر خارجی از حدود ۳۰ کشور حضور دارند.

میزان مشارکت بین المللی و تعاملات حرفه ای

در فرانکفورت، لندن و بلونیا محور فعالیت ها بر تعاملات حرفه ای، مذاکره درباره ترجمه و قراردادهای چاپ یا بخش متمرکز است؛ بیشتر ناشران از سرای جهان بدون تمرکز بر فروش، مذاکرات ترجمه، اعطای جایزه معرفی آثار نوآورانه است. در این نمایشگاه هیچ فروشگاه کتابی وجود ندارد و در عوض سالن های گفت وگو، نشست های تخصصی، ورک شاپ های روزآمد و سالن های نمایش تصویری فعال است. حضور نمایندگان نشر ایران نیز طی سال های اخیر در این نمایشگاه رشد چشمگیری داشته است و حتی تصویرگران ایرانی در جواز برتر این نمایشگاه حضور پررنگی یافته اند. اما همچنان سهم ایران از قراردادهای تخصصی و صادرات آثار به بازارهای جهانی پایین است. ساختاری کاملاً متفاوت و حرفه ای نسبت به نمایشگاه فروش محور تهران دارد و مرجع اصلی کارگزاران غربی برای شناخت استعداد های جهان محسوب می شود.

لندن، پل ارتباطی بازارهای جهانی نشر

نمایشگاه کتاب لندن، از سال ۱۹۷۱ برگزار می شود که یکی از مهم ترین رویدادهای صنعت نشر جهان محسوب می شود؛ هر سال ۲۵ هزار شرکت کننده حرفه ای از حدود ۱۲۰ کشور در فضایی نزدیک به ۵۵ هزار مترمربع گردهم می آیند تا درباره حقوق نشر، ترجمه، چاپ دیجیتال، توسعه بازاریابی و نظایر آن گفت وگو کنند.

مخاطبان و گروه های هدف

در فرانکفورت و لندن، بازدیدکنندگان عمدتاً حرفه ای اند؛ روزهای محدودی برای حضور عمومی تعریف شده است. در بلونیا نیز جمعیت مخاطب بیشتر برپایی و کارکردهای نمایشگاه کتاب تهران از کتاب تهران بخش قابل توجهی از

جمعیت بازدیدکننده را مردم علاقه مند، به خصوص دانش آموزان و خانواده ها تشکیل می دهند که برای خرید کتاب، آن هم با بهره مندی از تخفیف ها آمده اند.

فرانکفورت و لندن، مدل فعلی، تمرکز بر فروش به مخاطب عام سبب شده ناشران، تقویم چاپ سالانه خود را براساس نمایشگاه تنظیم کنند؛ در نتیجه بازار فروش کتاب طی دیگر ماه ها افت قابل توجهی دارد. همه ساله ناشران شمار عمده چاپ های جدید را به فصل نمایشگاه می سپارند تا در روزهای برگزاری با تخفیف های قابل توجه، بیشترین گردش مالی سال را رقم بزنند. اما پس از پایان نمایشگاه، اغلب شاهد رکود فروش هستیم. حضور محدود ناشران با استاندارد بین المللی، کم توجهی به مذاکره بر سر حقوق نشر و نبود پل فرمت بندی برای تعامل با ناشران جهانی از جمله معضلات ساختاری نمایشگاه تهران است. با اینکه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تلاش هایی برای ایجاد سالن حرفه ای انجام داده، اما تا تحقق مدل حرفه ای مانند فرانکفورت راه درازی باقی مانده است. در نقطه مقابل، موفقیت رویدادهایی چون بلونیا، فرانکفورت و لندن، الگویی کاربردی را پیش روی مدیران صنعت نشر ایران قرار داده است. گذار از مدل فروشگاهی به «نمایشگاه حرفه ای» نیازمند فرهنگ سازی، توسعه آژانس های ادبی، افزایش نقش قراردادهای ترجمه، ارتقای سطح تعاملات، ورود فناوری های جدید و سرمایه گذاری برای گفت وگویی جهانی است.

مقایسه ابعاد عددی و ساختاری ترازوی عملکرد نمایشگاه ها

اگر بخواهیم نمایشگاه بین المللی کتاب تهران را با فرانکفورت، بلونیا و لندن از جنبه های «وسعت»، «تعداد ناشران»، «سطح بین المللی»، «مخاطب»، «ساختار و شکل برگزاری»، «چرخش مالی» و «تأثیر گذاری» مقایسه کنیم، به این موارد می رسیم:

وسعت فضای نمایشگاهی

فرانکفورت با بیش از ۲۰۰ هزار مترمربع بزرگ ترین فضای نمایشگاهی را دارد. لندن با ۵۵ هزار مترمربع و بلونیا با کمتر از ۷۰ هزار مترمربع و نمایشگاه تهران در برخی سال ها تا ۹۰ هزار مترمربع - قرار می گیرند. از این لحاظ، تهران پس از فرانکفورت، گسترده ترین نمایشگاه به شمار می آید.

تعداد ناشران و تنوع بین المللی

در فرانکفورت، بیش از ۷ هزار ناشر از ۱۰۵ کشور حضور دارند. لندن بیش از ۲۵ هزار ناشر و شرکت کننده حرفه ای از ۱۲۰ کشور و بلونیا حدود ۱۵۰۰ ناشر (عمدتاً حوزه کودک) دارد. در تهران عموماً ۲ تا ۳ هزار ناشر ایرانی و تنها حدود ۱۰۰ ناشر خارجی از حدود ۳۰ کشور حضور دارند.

میزان مشارکت بین المللی و تعاملات حرفه ای

در فرانکفورت، لندن و بلونیا محور فعالیت ها بر تعاملات حرفه ای، مذاکره درباره ترجمه و قراردادهای چاپ یا بخش متمرکز است؛ بیشتر ناشران از سرای جهان بدون تمرکز بر فروش، مذاکرات ترجمه، اعطای جایزه معرفی آثار نوآورانه است. در این نمایشگاه هیچ فروشگاه کتابی وجود ندارد و در عوض سالن های گفت وگو، نشست های تخصصی، ورک شاپ های روزآمد و سالن های نمایش تصویری فعال است. حضور نمایندگان نشر ایران نیز طی سال های اخیر در این نمایشگاه رشد چشمگیری داشته است و حتی تصویرگران ایرانی در جواز برتر این نمایشگاه حضور پررنگی یافته اند. اما همچنان سهم ایران از قراردادهای تخصصی و صادرات آثار به بازارهای جهانی پایین است. ساختاری کاملاً متفاوت و حرفه ای نسبت به نمایشگاه فروش محور تهران دارد و مرجع اصلی کارگزاران غربی برای شناخت استعداد های جهان محسوب می شود.

لندن، پل ارتباطی بازارهای جهانی نشر

نمایشگاه کتاب لندن، از سال ۱۹۷۱ برگزار می شود که یکی از مهم ترین رویدادهای صنعت نشر جهان محسوب می شود؛ هر سال ۲۵ هزار شرکت کننده حرفه ای از حدود ۱۲۰ کشور در فضایی نزدیک به ۵۵ هزار مترمربع گردهم می آیند تا درباره حقوق نشر، ترجمه، چاپ دیجیتال، توسعه بازاریابی و نظایر آن گفت وگو کنند.

مخاطبان و گروه های هدف

در فرانکفورت و لندن، بازدیدکنندگان عمدتاً حرفه ای اند؛ روزهای محدودی برای حضور عمومی تعریف شده است. در بلونیا نیز جمعیت مخاطب بیشتر برپایی و کارکردهای نمایشگاه کتاب تهران از کتاب تهران بخش قابل توجهی از

نمایشگاه کتاب تهران در مقایسه با نمایشگاه های فرانکفورت، لندن و بلونیا

مسیر عبور از مدل فروشگاهی به نمایشگاه حرفه ای



عکس: حسین نقی زاده/آژانس عکس ایران

گزارش

مریم شهبازی

روزنامه نگار

در این بین سهم تعاملات تجاری و تعداد تفاهنامه ها و سفارشات بیش از هر شاخص دیگری مورد توجه است؛ مواردی که فرانکفورت را به استاندارد طلایی تعاملات صنعت نشر جهان بدل ساخته است.

بلونیا، صحنه خلاقیت کودکان

نمایشگاه کتاب کودک و نوجوان بلونیا در ایتالیا، از سال ۱۹۶۳ هرسال برگزار می شود و بزرگ ترین رویداد تخصصی ادبیات کودک و نوجوان جهان است. این نمایشگاه که قریب به ۱۵۰۰ ناشر از حدود ۱۰۰ کشور، توجه ویژه ای به حقوق مؤلفان، تصویرگران و مروجان ادبیات کودک دارد. در بلونیا برخلاف تهران، با حضور صدها کارگزار حرفه ای نشر، تمرکز اصلی بر معرفی دستاوردهای تصویرگران و نویسندگان کودک، برگزاری رقابت های بین المللی تصویری، عقد قراردادهای ترجمه، اعطای جایزه معرفی آثار نوآورانه است. در این نمایشگاه هیچ فروشگاه کتابی وجود ندارد و در عوض سالن های گفت وگو، نشست های تخصصی، ورک شاپ های روزآمد و سالن های نمایش تصویری فعال است. حضور نمایندگان نشر ایران نیز طی سال های اخیر در این نمایشگاه رشد چشمگیری داشته است و حتی تصویرگران ایرانی در جواز برتر این نمایشگاه حضور پررنگی یافته اند. اما همچنان سهم ایران از قراردادهای تخصصی و صادرات آثار به بازارهای جهانی پایین است. ساختاری کاملاً متفاوت و حرفه ای نسبت به نمایشگاه فروش محور تهران دارد و مرجع اصلی کارگزاران غربی برای شناخت استعداد های جهان محسوب می شود.

لندن، پل ارتباطی بازارهای جهانی نشر

نمایشگاه کتاب لندن، از سال ۱۹۷۱ برگزار می شود که یکی از مهم ترین رویدادهای صنعت نشر جهان محسوب می شود؛ هر سال ۲۵ هزار شرکت کننده حرفه ای از حدود ۱۲۰ کشور در فضایی نزدیک به ۵۵ هزار مترمربع گردهم می آیند تا درباره حقوق نشر، ترجمه، چاپ دیجیتال، توسعه بازاریابی و نظایر آن گفت وگو کنند.

مخاطبان و گروه های هدف

در فرانکفورت و لندن، بازدیدکنندگان عمدتاً حرفه ای اند؛ روزهای محدودی برای حضور عمومی تعریف شده است. در بلونیا نیز جمعیت مخاطب بیشتر برپایی و کارکردهای نمایشگاه کتاب تهران از کتاب تهران بخش قابل توجهی از

مقایسه ابعاد عددی و ساختاری ترازوی عملکرد نمایشگاه ها

اگر بخواهیم نمایشگاه بین المللی کتاب تهران را با فرانکفورت، بلونیا و لندن از جنبه های «وسعت»، «تعداد ناشران»، «سطح بین المللی»، «مخاطب»، «ساختار و شکل برگزاری»، «چرخش مالی» و «تأثیر گذاری» مقایسه کنیم، به این موارد می رسیم:

وسعت فضای نمایشگاهی

فرانکفورت با بیش از ۲۰۰ هزار مترمربع بزرگ ترین فضای نمایشگاهی را دارد. لندن با ۵۵ هزار مترمربع و بلونیا با کمتر از ۷۰ هزار مترمربع و نمایشگاه تهران در برخی سال ها تا ۹۰ هزار مترمربع - قرار می گیرند. از این لحاظ، تهران پس از فرانکفورت، گسترده ترین نمایشگاه به شمار می آید.

تعداد ناشران و تنوع بین المللی

در فرانکفورت، بیش از ۷ هزار ناشر از ۱۰۵ کشور حضور دارند. لندن بیش از ۲۵ هزار ناشر و شرکت کننده حرفه ای از ۱۲۰ کشور و بلونیا حدود ۱۵۰۰ ناشر (عمدتاً حوزه کودک) دارد. در تهران عموماً ۲ تا ۳ هزار ناشر ایرانی و تنها حدود ۱۰۰ ناشر خارجی از حدود ۳۰ کشور حضور دارند.

میزان مشارکت بین المللی و تعاملات حرفه ای

در فرانکفورت، لندن و بلونیا محور فعالیت ها بر تعاملات حرفه ای، مذاکره درباره ترجمه و قراردادهای چاپ یا بخش متمرکز است؛ بیشتر ناشران از سرای جهان بدون تمرکز بر فروش، مذاکرات ترجمه، اعطای جایزه معرفی آثار نوآورانه است. در این نمایشگاه هیچ فروشگاه کتابی وجود ندارد و در عوض سالن های گفت وگو، نشست های تخصصی، ورک شاپ های روزآمد و سالن های نمایش تصویری فعال است. حضور نمایندگان نشر ایران نیز طی سال های اخیر در این نمایشگاه رشد چشمگیری داشته است و حتی تصویرگران ایرانی در جواز برتر این نمایشگاه حضور پررنگی یافته اند. اما همچنان سهم ایران از قراردادهای تخصصی و صادرات آثار به بازارهای جهانی پایین است. ساختاری کاملاً متفاوت و حرفه ای نسبت به نمایشگاه فروش محور تهران دارد و مرجع اصلی کارگزاران غربی برای شناخت استعداد های جهان محسوب می شود.

لندن، پل ارتباطی بازارهای جهانی نشر

نمایشگاه کتاب لندن، از سال ۱۹۷۱ برگزار می شود که یکی از مهم ترین رویدادهای صنعت نشر جهان محسوب می شود؛ هر سال ۲۵ هزار شرکت کننده حرفه ای از حدود ۱۲۰ کشور در فضایی نزدیک به ۵۵ هزار مترمربع گردهم می آیند تا درباره حقوق نشر، ترجمه، چاپ دیجیتال، توسعه بازاریابی و نظایر آن گفت وگو کنند.

مخاطبان و گروه های هدف

در فرانکفورت و لندن، بازدیدکنندگان عمدتاً حرفه ای اند؛ روزهای محدودی برای حضور عمومی تعریف شده است. در بلونیا نیز جمعیت مخاطب بیشتر برپایی و کارکردهای نمایشگاه کتاب تهران از کتاب تهران بخش قابل توجهی از

مقایسه ابعاد عددی و ساختاری ترازوی عملکرد نمایشگاه ها

اگر بخواهیم نمایشگاه بین المللی کتاب تهران را با فرانکفورت، بلونیا و لندن از جنبه های «وسعت»، «تعداد ناشران»، «سطح بین المللی»، «مخاطب»، «ساختار و شکل برگزاری»، «چرخش مالی» و «تأثیر گذاری» مقایسه کنیم، به این موارد می رسیم:

وسعت فضای نمایشگاهی

فرانکفورت با بیش از ۲۰۰ هزار مترمربع بزرگ ترین فضای نمایشگاهی را دارد. لندن با ۵۵ هزار مترمربع و بلونیا با کمتر از ۷۰ هزار مترمربع و نمایشگاه تهران در برخی سال ها تا ۹۰ هزار مترمربع - قرار می گیرند. از این لحاظ، تهران پس از فرانکفورت، گسترده ترین نمایشگاه به شمار می آید.

تعداد ناشران و تنوع بین المللی

در فرانکفورت، بیش از ۷ هزار ناشر از ۱۰۵ کشور حضور دارند. لندن بیش از ۲۵ هزار ناشر و شرکت کننده حرفه ای از ۱۲۰ کشور و بلونیا حدود ۱۵۰۰ ناشر (عمدتاً حوزه کودک) دارد. در تهران عموماً ۲ تا ۳ هزار ناشر ایرانی و تنها حدود ۱۰۰ ناشر خارجی از حدود ۳۰ کشور حضور دارند.

میزان مشارکت بین المللی و تعاملات حرفه ای

در فرانکفورت، لندن و بلونیا محور فعالیت ها بر تعاملات حرفه ای، مذاکره درباره ترجمه و قراردادهای چاپ یا بخش متمرکز است؛ بیشتر ناشران از سرای جهان بدون تمرکز بر فروش، مذاکرات ترجمه، اعطای جایزه معرفی آثار نوآورانه است. در این نمایشگاه هیچ فروشگاه کتابی وجود ندارد و در عوض سالن های گفت وگو، نشست های تخصصی، ورک شاپ های روزآمد و سالن های نمایش تصویری فعال است. حضور نمایندگان نشر ایران نیز طی سال های اخیر در این نمایشگاه رشد چشمگیری داشته است و حتی تصویرگران ایرانی در جواز برتر این نمایشگاه حضور پررنگی یافته اند. اما همچنان سهم ایران از قراردادهای تخصصی و صادرات آثار به بازارهای جهانی پایین است. ساختاری کاملاً متفاوت و حرفه ای نسبت به نمایشگاه فروش محور تهران دارد و مرجع اصلی کارگزاران غربی برای شناخت استعداد های جهان محسوب می شود.

لندن، پل ارتباطی بازارهای جهانی نشر

نمایشگاه کتاب لندن، از سال ۱۹۷۱ برگزار می شود که یکی از مهم ترین رویدادهای صنعت نشر جهان محسوب می شود؛ هر سال ۲۵ هزار شرکت کننده حرفه ای از حدود ۱۲۰ کشور در فضایی نزدیک به ۵۵ هزار مترمربع گردهم می آیند تا درباره حقوق نشر، ترجمه، چاپ دیجیتال، توسعه بازاریابی و نظایر آن گفت وگو کنند.

فراسی نسل جدید را به کم عمقی عادت داد

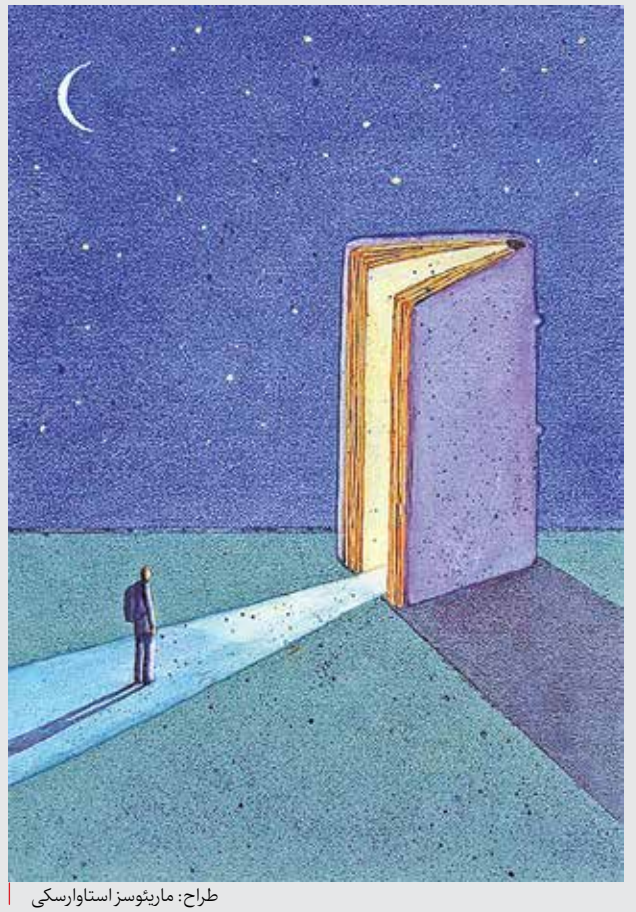
آقای فراسی درباره ما محکم حرف می زند، ما هم درباره او محکم حرف می زنیم. او جزو افرادی است که به نظر من در نزول نقد فیلم سهم دارد. ما سینمایی نویسی های بسیار معتبری داریم که نقد های آنها دیده نمی شود چون تعدادی فقط دارند ادای منتقد را در می آورند. آقای فراسی منتقد است ولی امروز از دانش اش استفاده نمی کند و فقط ادای منتقد را در می آورد و این ضربه زنده است. کسی که نقد فیلم انجام می دهد، باید منحنی شخصیت، تکنیک و... را ببیند. هیچ وقت نمی شود یک منتقد با یک بار دیدن، نقد بنویسد ولو اینکه با دیدن. آقای فراسی نسل جدید را به عمق کم در سینما عادت داد. چه خوب است که ایشان آنقدر راحت حرف زده است که امروز می شود راحت درباره او حرف زد. این ویژگی ایشان قابل ستایش است.

گزیده ای از صحبت های منتشر شده بهروز شعبانی در برنامه تلویزیونی تاک شو «برمودا» با اجرای کامران نجف زاده فارس



نگاره

و کتاب هایمان چه نور از آنجا می آید



طراح: ماریئوسز استاوارسکی

یادداشت

حسن گوهرپور

روزنامه نگار

از یک هفته قبل که مراحل ثبت نام در ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی با حوزه هنری شروع می شد، شاعران، نویسندگان، اهالی قلم و هنرمندان با هم تماس می گرفتند و خبر از این می دادند که ارشاد ثبت نام را شروع کرده، امسال که می آید؟ این آغاز جنب و جوش برای حضور در نمایشگاه کتاب تهران در شهرستان ها بود. حالا البته از این تصویر بیش از ۲۰ سال گذشته و امروز نیز دانم چنین فضایی کماکان حاکم است یا خیر؟!

بله، ایام، ایام برگزاری سی و ششمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران است. این روزها دیگر شکل و شمایل خریدن کتاب، مانند سال های پیشین نیست؛ حضور فروشگاه های آنلاین کتاب، به علاوه انواع فروشگاه های مجازی که کتاب را در کنار سایر کالاها غیرفرهنگی به فروش می رسانند، فضای در کشور ایجاد کرده که دسترسی به کتاب را برای تمام طیف های مختلف و متنوع در جای جای کشور آسان کرده است. همان طور که نکرش آمد، در ایام ماضی، بویژه در شهرستان هایی که اغلب ما در آن زندگی می کردیم، جنب و جوشی در ایام نمایشگاه ایجاد می شد که بیش از آنچه خرید کتاب در آن مهم باشد، گشت و گذار در قالب «تورهای فرهنگی» مهم بود.

نمایشگاه کتاب برای ما از زمانی آغاز می شد که در اتوبوس سوار می شدیم و در کنار سایر دوستان اهالی کتاب و رسانه به تهران می آمدیم. گفت وگوهای کتاب محور و فرهنگ بنیاد، در همان جا شروع می شد. همه سیاهی های داشتیم که در آن کتاب هایی مرقوم شده بود. یکی مجموعه های شعر و داستان را در اولویت داشت، یکی فلسفه و هنر و تاریخ، یکی جامعه شناسی و روانشناسی و... و یکی هم دانستی ها و علم!

تصاویر خیالی همه در مسیر رفت، ندای لحظه ای بود که کتاب مورد علاقه اش را خریداری کرده، پشت میز اتاق مطالعه اش یا همان جایی که همیشه می نشیند، آرام گرفته و دارد از رسیدن به آگاهی و شناخت لذت می برد. این تصویر، الگوی ذهنی بسیاری از همراهانی بود که در یک اتوبوس به امید رسیدن به نمایشگاه کتاب بودند. به بیان دیگر، حال نمایشگاه به همین حرف ها بود و گشتن در غرفه ها برای پیدا کردن کتاب ها. الان هم پس از ۳۶ دوره، لااقل این بخش نمایشگاه هنوز قلب تپنده ای دارد. به همین اعتبار، کتاب و نمایشگاه او، بزرگ ترین رویداد فرهنگی ایران بود و هست؛ همه آشنایی که به روزی و سنتی و مرئی، دل و جان در گرو کتاب دارند، در این ایام خودشان را به نمایشگاه می رسانند و حتی اگر خرید نمی کنند، نام شان را در سیاهه مشتاقان و خیل عاشقان ثبت می کنند.

اما نباید از نظر نهان داشت که این رویداد فرهنگی، افتادن در اجرای مدلی از فرآیند «مرکز-پیرامونی» است. «مرکز»، تهران بود و انگار کماکان تهران است و «پیرامون»، شهرستان ها. «کتاب» و «حواشی نمایشگاه» هم در چهارچوب چنین مدلی تعبیر می شود؛ «مرکز»، کتاب است؛ «پیرامون»، حواشی کتاب.

مدل «تهران-شهرستان» شکل مناسبی برای فرهنگ نیست. اگرچه نمایشگاه های استانی در صد دستان این مدل هستند، اما شکل «کتاب-حواشی» روایتی دلچسب از کنار هم قرار گرفتن اهالی فرهنگ است. مشتقاتی از دید و بازدید، سخنرانی و گفده و مناظره و گفت وگو تا نقد و نظر. اینها همه «پیرامون» فرهنگ است که هنوز جذابیت دارد. شاید بشود گفت امروز اگر بخواهیم «مقبول طبع مردم صاحب نظر باشیم» باید «با کتاب» باشیم.