



هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب تهران

گزارش
روزنامه صبا از
هفتمین نمایشگاه
مجازی کتاب تهران

نمایشگاه مجازی؛ نجات فرهنگ یا زنگ خطر نشر؟



منصور ضابطیان:

فرهنگ نباید خاموش شود؛ حتی زیر سایه بحران

منصور ضابطیان، روزنامه نگار، کارگردان، مجری رادیو و تلویزیون، پادکست‌ساز، نویسنده و تهیه‌کننده معتقد است تجربه دوران کرونا باعث شد نگاه تازه‌ای به شیوه برگزاری رویدادهای فرهنگی شکل بگیرد. او گفت: «بعد از تجربه‌ای که در دوره کرونا داشتیم، در چرخه‌های دیگری به روی زندگی باز شد و باعث شد بفهمیم الزاماً همه چیز نباید فقط به صورت فیزیکی انجام شود.»

او با اشاره به نمایشگاه مجازی کتاب تأکید کرد که هرچند رویدادی مانند نمایشگاه کتاب جایگاه ویژه خودش را دارد و جذابیت حضور فیزیکی چیز دیگری است، اما در شرایط خاص، شکل آنلاین هم می‌تواند کارکرد خودش را داشته باشد. به گفته وی، «شاید نمایشگاه مجازی جذابیت حضور فیزیکی را نداشته باشد، اما برای اینکه چراغ چنین رویدادهایی روشن بماند، اتفاق بدی نیست.»

این نویسنده و مستندساز در ادامه گفت: «بسیاری از مخاطبان هنوز ترجیح می‌دهند کتاب را به شکل فیزیکی در اختیار بگیرند و خرید حضوری انجام دهند. اگر اشتباه نکنم در دوران کرونا هم همین‌طور بود؛ یعنی در کنار فضای مجازی، گاهی گردهمایی‌های حضوری هم برگزار می‌شد. فکر می‌کنم امسال هم می‌شد چنین تمهیدی در نظر گرفت تا بازار کمی رونق بگی.»

ضابطیان با اشاره به ماهیت رسمی نمایشگاه کتاب معتقد است: «وقتی یک رویداد شکل دولتی و رسمی پیدا می‌کند، طبیعتاً مسئولیت‌های بیشتری هم به همراه دارد؛ شاید وزارت فرهنگ ترجیح داده در این شرایط، مسئولیت‌ها کمتر و خطرهای احتمالی به حداقل برسد.»

او در ادامه، درباره وضعیت فروش ناشران در نمایشگاه امسال نیز صحبت کرد و افزود: «در گفت‌وگو با برخی ناشران متوجه شدم که حتی تعدادی از آن‌ها در چند روز ابتدایی نمایشگاه فروش چندانی نداشته‌اند. با این حال، برای تحلیل دقیق این وضعیت باید به آمار و داده‌های واقعی استناد کرد. اظهار نظر درباره این مسائل باید مبتنی بر اطلاعات و دیتا باشد. من آمار دقیقی ندارم که بتوانم قاطعانه بگویم چه اتفاقی افتاده، اما طبیعتاً شرایط اقتصادی تأثیر خودش را می‌گذارد.»

ضابطیان، بحران اقتصادی و گرانی را یکی از مهم‌ترین دلایل کاهش اقبال

هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب تهران امسال در شرایطی برگزار شد که نه از شلوغی همیشه مصلی خبری بود و نه از هیجان قدم زدن میان غرفه‌های ناشران؛ اما همین تجربه متفاوت نشان داد «بهار کتاب» هنوز از نفس نبتاده و جریان فرهنگ، حتی در روزهای دشوار، راه خودش را پیدا می‌کند. روزنامه صبا در این گزارش، روایت نویسندگان، ناشران و اهالی فرهنگ را از نمایشگاهی ثبت کرده که به گفته منصور ضابطیان، قرار است نگذارد «چراغ فرهنگ خاموش شود»؛ هرچند مسعود فروتن همچنان دلتنگ «بهشت ده روزه» نمایشگاه کتاب است و محمد عزیزی از بحران اقتصادی و نفس‌تنگی بازار نشر می‌گوید. روایت‌هایی که در کنار هم، تصویری از امید، نگرانی و تلاش برای زنده ماندن فرهنگ مکتوب ایران می‌سازند.

سمیرا جعفری
گزارش



تجربه جهانی؛ ایران در مسیر دیجیتال
برگزاری نمایشگاه کتاب به شکل مجازی در جهان، پیش از این تجربه شده است. نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ بخش‌های زیادی از فعالیت‌های خود را به فضای برخط منتقل کرد، با غرفه‌های دیجیتال، نشست‌های برخط و امکان خرید کتاب از هر نقطه جهان. نمایشگاه کتاب لندن نیز در قالب «نمایشگاه دیجیتال لندن» تجربه‌ای مشابه ارائه داد و ناشران را قادر ساخت بدون حضور فیزیکی با مخاطبان بین‌المللی تعامل کنند. در آمریکا، نمایشگاه کتاب آمریکا و در چین، نمایشگاه بین‌المللی نشر دیجیتال چین نیز نمونه‌های موفق نمایشگاه‌های دیجیتال بودند که به ناشران فرصت دسترسی گسترده و تحلیل رفتار مخاطبان را دادند.

با این حال، تجربه ایران نشان می‌دهد که علیرغم امکانات فراهم شده، همچنان تعامل حضوری و هیجان بازدید فیزیکی قابل جایگزینی نیست. مشابه تجربه جهانی، دسترسی گسترده‌تر و کاهش هزینه‌ها از مزایای برگزاری برخط است، اما مشکلات دیده شدن ناشران کوچک و محدودیت زیرساخت‌ها همچنان چالش اصلی است. تجربه امسال می‌تواند نقطه شروعی برای ترکیب هوشمندانه نمایشگاه حضوری و دیجیتال در سال‌های آینده باشد.

می‌دهد فروش مجازی آرام آرام سهم بیشتری از اقتصاد نمایشگاه را به خود اختصاص داده است. بر اساس آمار منتشر شده از سی‌وششمین نمایشگاه کتاب تهران، مجموع فروش نمایشگاه در دو بخش حضوری و مجازی به بیش از ۷۷۶ میلیارد تومان رسید که بخش مجازی، سهمی حدود ۴۵۸ میلیارد تومانی داشت؛ رقمی که برای نخستین بار از فروش حضوری پیشی گرفت.

همچنین گزارش‌ها نشان می‌دهد فروش مجازی نمایشگاه در مقایسه با سال قبل، رشدی نزدیک به ۹۳ درصد داشته و عملاً به موتور اصلی اقتصاد نمایشگاه تبدیل شده است. اما آیا این رشد آماری، به معنای رضایت ناشران و مخاطبان است؟

نمایشگاه در اعداد و واقعیت

براساس آمار اولیه، بیش از ۵۰۰ ناشر در پلتفرم مجازی حضور داشتند و حدود ۱۲۰ هزار نفر بازدید آنلاین انجام دادند. فروش برخی ناشران کوچک کاهش یافت، اما ناشران بزرگ توانستند بخش قابل توجهی از کتاب‌های خود را به فروش برسانند.

مسئولان نمایشگاه می‌گویند: «با وجود محدودیت‌ها، هدف ما ایجاد تجربه‌ای نزدیک به حضور واقعی بود، اما هنوز فاصله زیادی وجود دارد.»

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران امسال نه با صف‌های طولانی مصلی، نه با ازدحام دانشجویان میان راهروهای ناشران و نه با شلوغی همیشه اردیبهشت، بلکه پشت صفحه‌های موبایل و لپ‌تاپ برگزار شد؛ تصمیمی که به دنبال شرایط جنگی، نگرانی‌های امنیتی و وضعیت خاص کشور اتخاذ شد و نمایشگاه را به فضای مجازی برد. اما آنچه در ظاهر یک «جابجایی پلتفرم» به نظر می‌رسد، در واقع نشانه تغییری عمیق‌تر در وضعیت فرهنگ و بازار نشر ایران است؛ بازاری که حالا همزمان زیر فشار گرانی کاغذ، افت قدرت خرید، اختلال اینترنت و فرسودگی اقتصادی نفس می‌کشد.

نمایشگاه مجازی کتاب تهران البته تجربه تازه‌ای نیست. نخستین بار در دوران کرونا بود که وزارت فرهنگ برای جلوگیری از تعطیلی کامل رویدادهای فرهنگی، نسخه آنلاین نمایشگاه را راه‌اندازی کرد. تجربه‌ای که در همان سال‌های نخست، موافقان و مخالفان جدی داشت. موافقان از «عدالت فرهنگی» و دسترسی مردم شهرهای دوردست به کتاب حرف می‌زدند و مخالفان معتقد بودند نمایشگاه کتاب فقط محل خرید نیست؛ یک تجربه اجتماعی و فرهنگی است که در فضای مجازی بازتولید نمی‌شود.

با این حال، آمار رسمی سال‌های اخیر نشان

