



مظاهر بابایی (مدیر فناوری و اطلاعات نمایشگاه بین‌المللی):

رونمایی از ابتکارات فناوری در عرصه نشر

با توجه به اینکه شما مسئول کارگاه اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات نمایشگاه هستید، لطفاً در ابتدا برای ما توضیح دهید که امسال چه برنامه‌هایی با اتکا به فناوری‌های نوین نشر و اطلاع‌رسانی در این نمایشگاه در نظر گرفته شده است؟

امسال تغییرات بزرگی را در نمایشگاه بین‌المللی کتاب شاهد بودیم که دو بخش اصلی در نظر گرفته شده است. اولین بخش، سالن فناوری‌های نشر است که برای اولین بار در این نمایشگاه اجرا می‌شود و بخش دوم، مخصوص کودکان است که در قالب «تشریاز کودکان» برگزار می‌شود. این رویدادها نه تنها به تنوع فعالیت‌های نمایشگاه افزوده، بلکه تعامل میان فناوری و نشر را نیز تقویت کرده است.

در بخش فناوری، چه اقدامات خاصی برای اطلاع‌رسانی و راهنمایی بازدیدکنندگان در نظر گرفته شده است؟

در این دوره سعی کرده‌ایم که علاوه بر استفاده از بسترهای قبلی مانند کیوسک‌های اطلاع‌رسانی، یک بستر آنلاین به نام «واکا» را راه‌اندازی کنیم. این پلتفرم به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا از تمامی اطلاعات نمایشگاه، مسیرها و برنامه‌ها مطلع شوند. همچنین برای اولین بار در این دوره، کارنامه نشر به صورت آنلاین ارائه می‌شود که تا نمایشگاه بعدی فعال خواهد بود.

در استیج هوشمند که با فناوری هوش مصنوعی است؛ چه نقش‌هایی برای کمک به بازدیدکنندگان در انتخاب کتاب‌ها در نظر گرفته شده است؟

استیج هوشمند و هوش مصنوعی به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا با استفاده از فناوری‌های نوین، کتاب‌های مورد نظر خود را بر اساس سلیقه و علاقه‌شان انتخاب کنند. این سیستم به صورت پایلوت آغاز به کار کرده و امیدواریم در سال‌های آینده به یک بخش ثابت و کارآمد تبدیل شود.

در زمینه حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، چه اقداماتی انجام شده است؟

امسال، شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق حوزه نشر برای اولین بار در سالن فناوری‌های نشر حضور دارند. این شرکت‌ها محصولات و خدمات خود را معرفی می‌کنند و در کنار آن، پنل‌های تخصصی در زمینه فناوری‌های نشر و ارتباط آن با کتابخوانی برگزار می‌شود. این پنل‌ها فرصتی برای به اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات در این حوزه است.

نمایشگاه برای کسانی که قادر به حضور فیزیکی نیستند، چه خدماتی در نظر گرفته است؟ به ویژه برای کسانی که در نقاط مختلف کشور ساکن هستند و شرایط حضور در این فستیوال فرهنگی را ندارند.

بله، قطعاً. ما برای این دسته از افراد بستر نمایشگاه مجازی را در نظر گرفته‌ایم که امکان خرید کتاب و دسترسی به تازه‌های نشر را فراهم می‌کند. این پلتفرم در سرتاسر کشور فعال است و افرادی که نمی‌توانند به نمایشگاه بیایند، از این طریق به راحتی می‌توانند از خدمات نمایشگاه بهره‌مند شوند. همچنین، یکی دیگر از ابتکارات امسال، رویکردهای نوین در «شبکه کتاب» است که انعکاسی متنوع از حوزه‌های نشر را در قالب ویدیوهای تصویری بر روی آنتن می‌برد. این شبکه در طول سال از طریق اینترنت برای علاقه‌مندان به کتاب برنامه‌های متنوعی را تهیه و تولید می‌کند.

امسال در نمایشگاه شاهد حضور برخی از نشریات دیجیتال مانند رادبو گوشه، طاقچه و ... بودیم، این حضور نوید تازه‌ای به نشر است، ادامه این مسیر و چگونه ارزیابی کرده‌اید؟

ناشران دیجیتال همیشه در نمایشگاه حضور داشته‌اند، اما امسال به لطف تلاش‌های بیشتر، حضورشان پررنگ‌تر از قبل است. این ناشران در کنار سالن فناوری‌های نشر مستقر شده‌اند و محصولات خود را به نمایش می‌گذارند. همکاری میان فناوری‌های مختلف و ناشران دیجیتال می‌تواند زمینه‌ساز تحولی بزرگ در صنعت نشر باشد و امیدواریم در آینده نیز این همکاری‌ها ادامه یابد.

در نهایت، به عنوان یک جمع‌بندی، چه آینده‌ای برای فناوری در صنعت نشر و نمایشگاه‌های کتاب متصور هستید؟

ما در حال حرکت به سوی یک تحول دیجیتال در صنعت نشر هستیم. فناوری‌های نوین به ناشران و کتابخوان‌ها کمک خواهند کرد تا تجربه بهتری از نشر و کتابخوانی داشته باشند. حضور فناوری‌های جدید در نمایشگاه‌ها و تعامل بیشتر با شرکت‌های خلاق می‌تواند به رشد این صنعت کمک کند و امیدواریم در سال‌های آینده شاهد پیشرفت‌های چشمگیرتری در این حوزه باشیم.



با توافق ناشرین، روند قانونی و اخلاقی رعایت می‌شود. ضمن اینکه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز می‌تواند از ناشران دارای مجوز رسمی حمایت کند.

آیا برنامه یا هدف دیگری نیز برای آینده نمایشگاه دارید؟
بله، هدف ما این است که نمایشگاه کتاب تهران را از یک فروشگاه بزرگ، به یک رویداد جامع فرهنگی تبدیل کنیم. رویدادی که در آن، ابعاد مختلف کتاب‌خوانی دیده شود؛ دیدار با نویسندگان، برنامه‌های مرتبط با کتاب و مطالعه، ارائه محصولات فرهنگی متناسب با کتاب، حمایت از تولیدکنندگان محتوای مرتبط با کتاب، و ایجاد فضاهایی مانند بازی‌های فکری و برنامه‌های غیرمستقیم ترویج مطالعه. در واقع می‌خواهیم نمایشگاه، جایی باشد که مردم تنها برای خرید کتاب نیایند، بلکه لذت فرهنگی ببرند، رشد فکری پیدا کنند و با حال خوب آنجا را ترک کنند.

با توجه به نیاز امروز مخاطب که به ساختارهای تعاملی و شخصی سازی شده مانند داده‌های هوش مصنوعی و ... گرایش دارد، چه نکات فنی و ساختاری در تولید کتابهای دیجیتال صورت گرفته است؟

بله، درست اشاره کردید، مخاطب امروز، مخاطب تعاملی است. کتاب‌های تعاملی - به ویژه برای کودکان - بسیار ارزشمند و کاربردی هستند. من برای فرزندم از این نوع کتاب‌ها تهیه می‌کنم، چون علاوه بر انتقال محتوا، فرهنگ گفت‌وگو را نیز ترویج می‌کنند؛ چیزی که متأسفانه در آن ضعف داریم.

در نهایت، وضعیت ناشران مجازی و یارانه پستی در این دوره چگونه بود؟

امسال حضور ناشران چه حضوری و چه مجازی بسیار گسترده بود. تعداد زیادی ناشر به صورت مجازی شرکت کردند و برای اولین بار، یارانه پستی برای ارسال رایگان کتاب‌ها به سراسر ایران ارائه شد. هر کس خرید مجازی انجام دهد، کتاب‌ها را رایگان درب منزل تحویل می‌گیرد. این اقدام هزینه سنگینی برای وزارت فرهنگ نداشته، اما اعتقاد ما این است که باید کتاب را در برای همه مردم در هر نقطه از کشور سترس پذیر کرد.

بسیار ممنون از توضیحات دقیق و شفاف شما. آیا نکته یا جمع‌بندی خاصی در پایان گفت‌وگو دارید؟

تنها نکته‌ای که مایل به تأکید هستم، تلاش مجموعه نمایشگاه برای برگزاری منسجم، حرفه‌ای و در عین حال فرهنگی این رویداد است. ما در حوزه تبلیغات و بازرگانی سعی کردیم تجربه‌ای مثبت برای بازدیدکنندگان رقم بزنیم و در عین حال با جلب مشارکت برندها و حامیان، بخشی از هزینه‌های اجرایی نمایشگاه را نیز تأمین کنیم. از رسانه صبا برای این اطلاع‌رسانی و در صحنه بودن تشکر دارم و امیدوارم در سال‌های آینده، با کمک رسانه‌ها و همکاری فعال ناشران، به اهداف فرهنگی بزرگ‌تری دست یابیم.

تبادل رأیت، حق نشر و توسعه همکاری‌های فرهنگی میان ناشران ایرانی و بین‌المللی بود. میزهای مذاکره از پیش طراحی شده بود و گفت‌وگوهای مفصلی میان ناشران داخلی و نمایندگان کشورهای مختلف مانند ترکیه، چین، ژاپن، عربستان و دیگر کشورهای صورت گرفت. این بخش از برنامه‌ها با مسئولیت مستقیم آقای دکتر نوری‌زاده، مدیر امور بین‌الملل و مسئول فلوشیپ، مدیریت شد.

آیا حضور در فلوشیپ کودک و نوجوان برای عموم آزاد بود؟
خیر، ورود به فلوشیپ برای عموم آزاد نبود. دلیل این مسئله هم این است که فلوشیپ یک فضای تخصصی برای گفت‌وگوهای حرفه‌ای بین ناشران است. مثل اتاق‌های مشاوره، فضایی آرام و مشخص طراحی شده که نباید شلوغ باشند. تنها افرادی که ناشر رسمی کودک و نوجوان هستند و در این رویداد ثبت‌نام کرده‌اند، اجازه ورود دارند. البته نویسندگان نیز اگر امتیاز کتابی را در اختیار داشته باشند و ثبت‌نام کرده باشند، می‌توانند به عنوان نماینده شرکت کنند.

خبرنگاران از اینکه اجازه ورود به داخل را نداشتند گلهمند بودند.
این موضوع طبیعی است. همانطور که در جلسات رسمی بین‌المللی بین دو کشور، خبرنگاران اجازه حضور در گفت‌وگوهای پشت درهای بسته را ندارند، در فلوشیپ هم نمی‌توان هنگام گفت‌وگوهای تخصصی کاری، خبرنگاری را بالای سر میزها تصور کرد. طبیعتاً در ساعات افتتاحیه و در زمان‌هایی خاص، امکان حضور خبرنگاران برای تهیه گزارش فراهم شده، اما در لحظات کلیدی گفت‌وگو، نیاز به سکوت و تمرکز است.

آیا سیاستگذاری فلوشیپ خروجی عملیاتی هم دارد؟ یعنی شاهد انتشار آثار ایرانی در دیگر کشورها خواهیم بود؟
قطعاً. این برنامه، برای اولین بار در ایران اجرا می‌شود و در سال‌های آینده شاهد بازتاب جهانی آثار ایرانی خواهیم بود.

در فلوشیپ‌ها، فقط نشر آثار از ایران به بیرون مطرح است؟ یا این تعامل دو سویه است؟

رایزنی‌ها دوطرفه است. ناشران خارجی هم آثار خود را معرفی می‌کنند تا در ایران ترجمه و منتشر شود. در ایران، معمولاً روند یک‌طرفه بوده و ما آثار را ترجمه می‌کردیم، اما اکنون با مبادله رأیت حق نشر، زمینه نشر آثار ایرانی فراهم است؛ آن هم با رعایت حق کپی‌رأیت. این یعنی حضور رسمی فرهنگی ایران در دنیا، و از سوی دیگر، ایجاد درآمد ارزی برای ناشران داخلی.

با توجه به اینکه ایران عضو پیمان جهانی کپی‌رأیت نیست، این مبادله‌ها چگونه ممکن می‌شود؟

مشکلی از این بابت نداریم، چون در مبادلات دوجانبه، ناشران به یکدیگر اجازه رسمی نشر می‌دهند. حتی اگر یکی از کشورها عضو کنوانسیون نباشد،