

# اقتصاد فرهنگ و هنر با تأکید بر اقتصاد سینمای ایران

بیژن صفوی

(عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد، واحد تهران جنوب)

## مقدمه:

سینما نه تنها دارای جنبه هنری است، بلکه به لحاظ صنعتی بودن آن، باید از دیدگاه اقتصادی و سازوکارهای اقتصادی خاص خود جهت تولید محصولات مناسب مورد توجه و بررسی قرار گیرد. سینما صنعتی است که در صورت توجه به مسائل اقتصادی و فنی آن، شاهد ارتقای کیفی محصولات آن خواهیم بود.

چنانچه موقعیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه به صورت همه جانبه مورد توجه واقع شود، سینما می تواند به عنوان یکی از صنایع سودآور جامعه مطرح شود. برای رونق هر چه بیشتر صنعت سینما، باید بعد اقتصادی این صنعت بررسی شود و روش های جذب و انباشت سرمایه و هدایت سرمایه ها را که مهم ترین مشکل اقتصادی موجود بر سر راه رونق صنعت سینمای ایران است، مورد توجه قرار گیرد.

## تجربه جهانی

در دهه ۱۹۸۰ میلادی، استقبال گسترده از سوی دول غربی و شرقی نسبت به صنعت سینما صورت گرفت. قوانین و مقررات حمایتی از صنعت سینما در دنیا چنان گسترده است که انواع محصولات آن با استقبال از بیشترین منابع اقتصادی و کمک های دولت ها در جریان تولید محصولات سینمایی قرار گرفته اند.

دولت های کشورهای پیشرفته صنعتی با درک اهمیت سینما در موقعیت کنونی جهانی با ویژگی سرعت تبادل اطلاعات و تسخیر تبلیغاتی به صورت مستقیم، حداکثر حمایت مادی و معنوی را از صنعت فیلم سازی کرده اند. از ۱۹۸۶ در کشور آلمان فیلم سازان می توانند با تأمین ۱۵ درصد کل هزینه فیلم به همان نسبت از کمک نقدی بلاعوض دولت استفاده کرده و تفاوت آن را از نظام بانکی کشور دریافت کنند. مؤسسه های مالی و اعتباری کشور استرالیا نیز تا میزان ۱۰۰ درصد در هزینه های تولید و توزیع فیلم سرمایه گذاری کرده و با تعیین حداقل کارمزد و بهره بانکی، جریان صنعتی فیلم سازی این کشور را به بالاترین کمیت و کیفیت در تاریخ استرالیا رسانده اند.

از ۱۹۸۵ با تصویب قانون کمک های دولت به عرصه هنر ۳۰۹/۸

میلیارد لیر تولید محصولات هنری در ایتالیا در تمام زمینه ها شکل گرفته است. از این مبلغ ۱۷۶ میلیارد لیر به تولید فیلم های سینمایی، ۵۲/۸ میلیارد لیر به سالن های سینما، ۵۷/۸ میلیارد لیر به مؤسسه های خدماتی فیلم سازی ۱۵ میلیارد لیر به پیشرفت صنعت سینما اختصاص یافته است.

در کشور نوزلند نیز اگر چه صنعت سینما با تولید ناچیز خود در معرض خطر ورشکستگی کامل قرار گرفته بود، ولی به تازگی با اقدام دولت این کشور، سینما از شمول نظام مالیاتی حاکم بر سایر صنایع معاف شده و حرکت جدیدی در آن پدید آمده است.

## اقتصاد سینمای ایران

هدایت سینمای ایران قبل از پیروزی انقلاب توسط بخش خصوصی و به صورت جزء به جزء و پراکنده انجام می گرفت و این هدایت بدون برنامه مشخصی برای سینما بوده است.

پس از پیروزی انقلاب در جهت اجرای سیاست های کلان اقتصادی، واحدهایی در مجموعه سینمای کشور تأسیس و تولید فیلم سینمایی راه اندازی و فعال شد.

سینمای ایران در طی این روند تولید، تلاش کرد با استفاده از امکانات موجود بیشترین محصول را بازباید. یکی از محصولات اساسی در رشد کیفیت صنعت سینمای ایران، تفاوت موجود بین قوانین حاکم بر اقتصاد سینما با شرایط اقتصادی حاکم بر دیگر صنایع تولیدی کشور است. در شرایط فعلی، هزینه با درآمد فیلم ارتباط مستقیم ندارد. زیرا قیمت بلیط تقریباً ثابت است در حالی که فیلم برای رشد کیفیت نیاز اساسی به افزایش هزینه دارد.

برای تأمین هزینه های روزافزون تولید فیلم سازی در شرایط کنونی دو راه حل وجود دارد:

۱. هزینه کردن و تأمین منابع از طریق امکانات موجود و با استفاده از سرمایه بخش خصوصی.
۲. دریافت یارانه یا کمک های نقدی از بخش دولتی با استفاده از امکانات ارزان قیمت دولتی.

این در حالی است که اکنون، دولت قادر به کمک مالی چندانی برای ارتقای کیفیت این صنعت نیست. بنابراین بخش خصوصی باید با استفاده از منابع مالی خود و اندیشه های اقتصادی مناسب برای بازگشت مناسب سرمایه ها، راه خود را در این صنعت، پی بگیرد.

نحوه و نوع سرمایه گذاری بخش خصوصی در تولید فیلم سینمایی نشان می دهد که این بخش به عنوان بخشی درآمدزا با ابده سودآوری و درآمدزایی در صنعت سینما قابل اتکا نیست.

بخش اعظم صاحبان یا تهیه کنندگان فیلم در بخش خصوصی در طول سال نمی توانند بیش از یک یا دو فیلم تولید کنند. این روند طولانی تولید در فعالیت سرمایه گذار و تهیه کننده فیلم، وقفه ایجاد می کند. در حال حاضر در ایران سرمایه گذاری حتی بدون انجام هیچ

## تهیه‌کنندگان سینمای ایران هنوز فردی عمل می‌کنند و گاه تمام وظایف مدیریت فیلم‌سازی را انجام می‌دهند. در بعضی موارد نیز شرکت‌ها به شکل تعاونی درآمده و پس از آن تبدیل به گروه فیلم‌سازان شده و بعدها به شرکت فیلم‌سازی تبدیل شده‌اند. سینمای ایران در تولید فیلم‌های خود زمانی به توفیق دست می‌یابد که بتواند بخشی از درآمد خود را در عرصه بازار جهانی فیلم کسب کند.

در جهان، شرکت‌های تولیدکننده با پیش فروش فیلم‌ها افزایش هزینه خود را دریافت می‌کنند. همچنین تولید محصولات مشترک می‌تواند بخشی از مشکلات تأمین سرمایه را رفع کند.

از دیدگاه اقتصادی، بخش توزیع فیلم همواره بیشترین نقدینگی سینما را در اختیار داشته است. به این معنی که بخش تولید، عملیات تأمین هزینه و سرمایه‌گذاری را بر عهده دارد، در حالی که گردش درآمدها در اختیار بخش و سالن سینما است. نقش بخش در مقام دریافت‌کننده درآمدها از سالن و انتقال آن‌ها به تولیدکننده، تعیین‌کننده درآمدها از سالن و انتقال آن‌ها به تولیدکننده، تعیین‌کننده و حساس است و اغلب به سلطه اقتصادی بخش بر تولید منجر می‌شود. به همین دلیل بیشتر تولیدکنندگان علاقه دارند سالن سینما و سازمان بخش مستقل داشته باشند. بخش‌کننده به‌عنوان حائل یا رابط میان فیلم‌سازی با تولید، سالن سینما و نمایش با مصرف، یکی از عوامل مهم در عرصه سینماست.

از نظر اقتصادی بخش‌کننده به‌عنوان امین تولیدکننده، وظیفه جمع‌آوری سریع فروش انجام شده از سالن‌ها و پرداخت سریع سهم تولیدکننده را بر عهده دارد و سرمایه فیزیکی و مادی تولیدکننده به امانت در اختیار بخش‌کننده قرار دارد. در حال حاضر بیشتر تولیدکنندگان خود نیز عملیات بخش را به عهده می‌گیرند. سالن سینما مهم‌ترین منبع تأمین‌کننده اقتصاد سینما و فیلم‌سازی در هر کشور به‌شمار می‌رود. اقتصاد ملی صنعت سینمای هر کشور در عمل از محل برگشت درآمد ناشی از فروش تأمین می‌شود.

با افزایش سرمایه‌گذاری از طریق انباشت سرمایه، افزایش اشتغال، تولید و ارزش افزوده ایجاد می‌شود. با افزایش سرمایه شرکت‌ها تحت اثر فروش سهام جدید، قدرت مالی آن‌ها افزایش یافته و با بالا رفتن رقم سرمایه‌گذاری، جریان جدید درآمدی در بخش‌های مختلف و افزایش اشتغال تسریع خواهد شد.

از مهم‌ترین اهداف اقتصاد کلان عبارت‌اند از: اشتغال، ثبات

فعالیتی و تنها با بازگرداندن بهره معمول، به‌طور طبیعی سودآورتر از تولید سینمایی است و این امر، سرمایه‌گذاری در سینما را از ابتدای کار با مقوله احتمالات و ریسک همراه می‌کند. سینمای ایران از سه بخش تشکیل شده است: تولید، توزیع و نمایش.

حاصل سرمایه می‌تواند در هر کدام از این سه بخش نقش اقتصادی خود را ایفا کند و منجر به رشد و شکوفایی سینما شود. سینمای ایران نه تنها می‌تواند از سرمایه‌گذاری در بخش تولید فیلم سود ببرد، بلکه چنانچه تبلیغات و توزیع مناسب‌تر فیلم‌ها و ساخت سالن‌های مناسب برای عرضه فیلم‌ها منجر به افزایش تماشاگران و مخاطبان شود، بخش‌های دیگر این صنعت نیز می‌توانند از آثار مثبت سرمایه به نحو مطلوب برخوردار شوند.

در حال حاضر نه تنها عامل سرمایه‌کارایی لازم را در صنعت سینما ندارد، بلکه عامل نیروی انسانی نیز به‌دلیل بی‌سروسامانی و نبود برنامه‌ریزی نیروی انسانی نسبت منطقی با وضع تولید ندارد و این صنعت با تجمع و تراکم نیروی انسانی در یک بخش و کمبود در بخش دیگر مواجه است. بنابراین باید تعادل لازم بین توزیع نیروی انسانی و در بخش‌های مختلف این صنعت در قالب یک برنامه‌ریزی مناسب صورت پذیرد.

تهیه‌کنندگان سینمای ایران هنوز فردی عمل می‌کنند و گاه تمام وظایف مدیریت فیلم‌سازی را انجام می‌دهند. در بعضی موارد نیز شرکت‌ها به شکل تعاونی درآمده و پس از آن تبدیل به گروه فیلم‌سازان شده و بعدها به شرکت فیلم‌سازی تبدیل شده‌اند. سینمای ایران در تولید فیلم‌های خود زمانی به توفیق دست می‌یابد که بتواند بخشی از درآمد خود را در عرصه بازار جهانی فیلم کسب کند.

برای رسیدن به چنین موقعیتی فیلم باید قابلیت جذب در بازار جهانی را به‌دست آورد. برای نیل به چنین هدفی باید سازمان پیشرفته تولید جهت انجام چنین فعالیت‌هایی ایجاد شود.

فیلم‌های به نمایش درآمده در سطح کشور، افت کیفی سالن‌های نمایش و دستگاه‌های نمایش فیلم است. به علاوه، نبود مدیریت صحیح از سوی سینماداران و برخورد نامناسب با مشتریان از عوامل مهم دیگری است که در کنار نمایش فیلم‌های نامناسب، کم مخاطب و بدون جذابیت لازم برای تماشاگران، باعث می‌شود فیلم‌ها از فروش مناسبی برخوردار نباشند و بنابراین، همین برنگشتن سرمایه بر تولید فیلم و افت روند آن تأثیر منفی می‌گذارد.

جهت بهبود در بخش نمایش، با توجه به ملاحظات اقتصادی، جمعیتی و فرهنگی راهکارهایی پیشنهاد می‌شود:

۱. توجه به ویژگی‌های اقتصادی مانند بودجه خانوار در مناطق مختلف کشور، هزینه تفریح خانوارها نسبت به هزینه‌های ضروری آن‌ها و نیز هزینه حمل و نقل می‌تواند بازدهی سینما در مناطق مختلف را تعیین کند.

۲. شاخص‌های جمعیتی از قبیل میزان جمعیت شهرنشین و تراکم جمعیت در مناطق مختلف باید مورد بررسی کارشناسی قرار گیرد.

۳. در قالب شاخص فرهنگی لازم است نسبت جمعیت با سواد به کل جمعیت مورد بررسی قرار گیرد.

۴. امکانات اجتماعی از قبیل شبکه حمل و نقل مناطق شهری مورد توجه قرار گیرد. زیرا ضریب تراکم استفاده از این شبکه‌ها در مناطق شهری اهمیت فراوانی دارد.

۵. برخورد علمی با شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد لحاظ در نحوه نمایش و ساخت سالن‌های نمایش ضروری است.

۶. حمایت دولت در قالب ارزیابی کارشناسانه از روند فعالیت بخش نمایش.

برای سامان‌دهی اقتصادی بخش تولید سینما و ایجاد نظام مطلوب اقتصادی صنعت سینما باید این نکات مورد توجه قرار گیرد:

۱. سینمای ایران در قالب سینمای کلی قابل بررسی، ارزیابی و طراحی است و باید بر این اساس گام برداشت.

۲. سینمای ملی ایران باید براساس تهیه‌کنندگی بخش خصوصی استوار شود. فیلم‌سازی دولت باید در چارچوب سینمای ملی صورت گیرد.

۳. بحران‌های اقتصادی درونی و بیرونی سینمای ملی به ستون اصلی سینما صدمه می‌زند و تأثیر این بحران‌ها بر تهیه‌کنندگی بخش خصوصی بیش از هر بخش دیگر سینماست. می‌بایست نظام مطلوب تهیه‌کنندگی به نحوه روشنی ایجاد و موضوع‌های اساسی در مباحث ملی سینمای ایران طرح شده و راهکارهای مناسبی یافته شود. در این زمینه قابل ذکر است که:

الف) منابع فیلم‌سازی حرفه‌ای به مثابه جریان صنعتی و تولیدی دربرگیرنده ورودی‌های چرخه تولید و فرایندهای آماده‌سازی تا مرحله عرضه برای مصرف با عناوین، مضامین، نیروی انسانی سرمایه، خدمات و تجهیزات منابع غیرمالی دولتی بررسی شود.

قیمت‌ها، تعادل در تراز پرداخت‌ها رشد و توسعه اقتصاد که تجمع و انباشت سرمایه تحت یک سازمان‌دهی مشخص از قبیل شرکت‌های سهامی می‌تواند به تحقق آن‌ها کمک جدی کند.

در عرصه تولید فیلم‌های سینمای ایران با توجه به این‌که حدود ۱۰ درصد فیلم‌ها به سوددهی می‌رسند و ۹۰ درصد آن‌ها در سودآوری ناموفق هستند، مهم‌ترین دلایل آن عبارت‌اند از:

۱. ناهماهنگی و نبود همفکری بین تهیه‌کنندگان به نحوی که نمی‌تواند به یک تفکر واحد برسند.

۲. تفاوت در ترجیح تماشاگران و نبود مطالعات علمی و اصولی در مورد سلیقه افراد و مشتریان فیلم‌ها.

۳. وجود ممیزی که باعث بسته‌شدن دست فیلم‌سازان می‌شود و آن‌ها قادر نیستند آن‌گونه که مایل هستند فیلم بسازند.

۴. نبود امکان فروش فیلم‌های ایرانی در بازارهای جهانی به دلیل نبود امکان ساخت فیلم‌های بزرگ در ایران.

۵. وجود سیاست‌های مداخله‌گرایانه دولت در نحوه سرمایه‌گذاری و فیلم‌سازی توسط بخش خصوصی که منجر به کاهش انگیزه سرمایه‌گذاری افراد می‌شود.

۶. کمبود نقدینگی به نحوی که حتی فیلم‌سازان موفق نیز قادر به فیلم‌سازی به‌طور مستمر نیستند.

۷. استفاده نکردن از نظریات کارشناسی و تحقیقات علمی در ساختن فیلم‌ها که باعث می‌شود فیلم‌ها براساس منطق بازدهی در تولید نشود.

۸. نبود تمرکز نیروهای کارآمد و متخصص و در نتیجه نبود امکان اجرای پروژه‌های وسیع فیلم‌سازی که از نظر ارزآوری می‌تواند به اقتصاد ملی کمک کند.

## در شرایط فعلی، یکی از مشکلات

مهم در فروش نامناسب فیلم‌های به

نمایش درآمده در سطح کشور، افت کیفی

سالن‌های نمایش و دستگاه‌های نمایش فیلم

است. به علاوه، نبود مدیریت صحیح از

سوی سینماداران و برخورد نامناسب با

مشتریان از عوامل مهم دیگری است.

در شرایط فعلی، یکی از مشکلات مهم در فروش نامناسب

جدول ۱. سینماها و تماشاچیان فیلم‌های سینمایی را در کشور طی سال‌های مختلف

سال	شرح	سینما		تعداد تماشاچی (هزار نفر)	
		تعداد	گنجایش (تعداد صندلی)	جمع کل	فیلم‌های ایرانی
۱۳۶۵		۲۴۷	۱۵۶۳۸۱	۷۸۲۵۹	۴۹۰۲۹
۱۳۷۰		۲۷۱	۱۶۸۳۱۴	۶۶۹۹۵	۵۲۷۳۰
۱۳۷۱		۲۷۷	۱۶۹۷۲۹	۵۴۰۳۱	۴۴۱۸۹
۱۳۷۲		۲۸۰	۱۷۱۷۲۳	۵۴۸۰۹	۴۵۴۰۸
۱۳۷۳		۲۹۴	۱۷۷۳۸۰	۵۶۰۳۲	۴۸۵۳۱
۱۳۷۴		۲۹۴	۱۷۶۳۹۶	۵۲۴۹۳	۴۶۶۹۴

مأخذ: آمارنامه ۱۳۷۶ کل کشور، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز تحقیقات و مطالعات سینمایی و سمعی و بصری.

جدول ۲. تعداد مطبوعات در کشور برحسب محل انتشار آن‌ها

سال	شرح	تهران	سایر شهرها	جمع کل	نرخ رشد (کل مطبوعات)
۱۳۷۲	۳۴۳	۹۴	۴۳۷	۳۴/۱	
۱۳۷۳	۳۳۱	۱۰۰	۴۳۱	۱/۴	
۱۳۷۴	۴۹۸	۱۵۴	۶۵۲	۵۱/۳	
۱۳۷۵	۵۶۹	۱۸۰	۷۴۹	۱۴/۹	

مأخذ: آمارنامه ۱۳۷۶ کل کشور، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره مطبوعات داخلی.

تعداد فیلم‌های سینمایی تولید شده در کشور، از ۴۷ مورد در ۱۳۷۰ به ۵۸ عدد در ۱۳۷۲ رسیده است. طی چهار سال مورد نظر فقط ۱۱ فیلم جدید تولید شده است که رقم بسیار ناچیزی است.

میزان رشد مطبوعات کشور، روندی کاهنده داشته و از ۳۴/۱ درصد در ۱۳۷۲ به ۱۴/۹ درصد در ۱۳۷۵ تنزل یافته است. کل مطبوعات کشور در ۱۳۶۵ حدود ۹۹ تا بوده که با متوسط میزان رشد سالیانه ۲۲/۴ درصد در طی دوره ۱۰ ساله (۷۵-۱۳۶۵) به ۷۴۹ رسیده است.

رشد مطبوعات کشور در مقایسه با نیازهای جامعه و انتظاری که از این بخش به عنوان عاملی در جهت گسترش و ارتقای فرهنگ جامعه طی یک دهه می‌رود، ناچیز است. سهم تهران در کل مطبوعات کشور در ۱۳۶۵ حدود ۶۴/۶ درصد بوده، که در ۱۳۷۵ به حدود ۷۶ درصد افزایش یافته است.

متوسط میزان رشد سالانه مطبوعات در سایر شهرهای کشور طی دوره (۷۵-۱۳۶۵) برابر ۱۱/۷ درصد و این نرخ در تهران حدود ۲۴/۴ درصد بوده است.

بنابراین ملاحظه می‌شود که تعداد مطبوعات در سایر شهرهای کشور، به نسبت جمعیت آن‌ها و نیازهای فرهنگی مربوطه رقم ناچیزی است و افزایش محدود و تعداد کل مطبوعات کشور اگر چه آن هم با رشد اندک و ناکافی، مربوط به افزایش تعداد مطبوعات تهران است و سایر شهرهای کشور از این نظر در تنگنا بوده‌اند.

ب) مصارف برای مجموعه منابع به دقت بررسی شود و به بهترین نحو از آن‌ها استفاده شود. در این زمینه هزینه‌های غیرقابل کنترل بیرون عرصه سینما اساسی هستند که باید به‌طور خاص با آن‌ها برخورد شود. همچنین مشارکت مردمی در بخش‌های فرهنگی از جمله سینما ضروری است و باید شرکت‌های سرمایه‌گذاری به‌صورت سهامی عام تشکیل شوند و در کنار بررسی‌های جامع، آغاز به کار کنند. آموزش دست‌اندرکاران بخش سینما نیز از جمله موارد ضروری است، که در قالب برگزاری همایش‌ها و میزگردهایی در این زمینه می‌تواند در مشارکت عمومی برای سامان‌دهی بخش سینمای کشور مفید واقع شود.

جدول ۱، سینماها و تماشاچیان فیلم‌های سینمایی را در کشور طی سال‌های مختلف نشان می‌دهد.

ملاحظه می‌شود که طی یک دهه مورد نظر (۷۴-۱۳۶۵) تعداد سینماهای کشور رشد چندانی نداشته و ظرفیت و گنجایش آن نیز دارای افزایش چشم‌گیری نبوده است.

همچنین تعداد تماشاچیان هم برای فیلم‌های ایرانی و هم خارجی کاهش قابل ملاحظه‌ای داشته و به‌ویژه برای فیلم‌های خارجی افت شدیدی داشته است و از ۲۹۲۳ هزار نفر در ۱۳۶۵ به حدود ۵۸۰۰ هزار نفر در ۱۳۷۴ (معادل ۲۳۴۳۰ هزار نفر) کاهش یافته است؛ تقریباً به کمتر از ۱/۵ این وضع هرگز تناسبی با نیازهای فرهنگی جامعه نداشته و در مقوله فرهنگ و هنر منطبق بر جایگاه واقعی کشور نیست.

جدول ۳. سالنامه‌های آماری مرکز آمار ایران

سال	ارزش افزوده صنعت نشرو کساحذ (میلیون ریال)	تولید ناخالص داخلی به قیمت بازار (میلیارد ریال)	نسبت (درصد)	تعداد اشغال در صنعت نشرو کاغذ	جمعیت شاغل کل کشور	نسبت (درصد)	سرمایه گذاری در بخش نشرو کساحذ (میلیون ریال)	سرمایه گذاری در کل کشور (میلیارد ریال)	نسبت (درصد)
۱۳۶۶	-	۱۹۹۴۹					۸۰۰۶	۲۶۶۲/۴	۰/۳
۱۳۶۷	-	۲۲۳۰۴/۱					۵۹۲۰	۲۹۵۶/۸	۰/۲
۱۳۶۸	-	۲۷۷۸۷/۱					۱۲۶۰۸	۳۷۰۹/۲	۰/۳
۱۳۶۹	-	۳۶۶۴۲/۶					۱۱۷۸۰	۵۶۶۲/۶	۰/۲
۱۳۷۰	۱۱۹۸۱	۵۰۱۰۷/۴	۰/۲	-	۱۳۰۹۷۰۰۰		-	۱۰۸۴۴	
۱۳۷۱	۱۶۰۵۷۷	۶۶۴۶۲/۵	۰/۲				-	۱۴۶۴۰/۳	
۱۳۷۲	۲۰۶۲۶۶	۹۳۶۰۹/۹	۰/۲				۳۵۹۲۵	۲۰۶۵۷/۴	۰/۱۷
۱۳۷۳	۴۸۸۶۴۲	۱۲۸۳۸۱/۹	۰/۳/۸	۲۹۲۶۶	۱۲۸۶۳۰۰۰	۰/۲	۱۴۹۵۶۹	۲۹۸۵۳/۱	
۱۳۷۴	-	۱۷۸۸۷۵						۴۱۵۱۱	
۱۳۷۵	-	۲۳۲۷۴۱/۷			۱۴۵۷۲۰۰۰			۵۹۲۷۳/۷	
۱۳۷۶	-	-							

جدول ۴. سالنامه‌های آماری مرکز آمار ایران

سال	تعداد مطبوعات	تهران (درصد)	شهرستان‌ها (درصد)	تعداد عناوین کتب منتشره	بالاترین سهم به لحاظ موضوعی
۱۳۶۶	۱۲۱	۶۶	۳۴	۴۸۷۳	دین
۱۳۶۷	۱۶۳	۷۰	۳۰	۴۲۶۸	دین
۱۳۶۸	۱۷۶	۷۲	۲۸	۷۷۳۸	-
۱۳۶۹	۳۴۴	۷۹	۲۱	۸۲۰۴	ادبیات
۱۳۷۰	-	-	-	-	-
۱۳۷۱	-	-	-	-	-
۱۳۷۲	۴۳۷	۷۸	۲۲	۸۱۸۳	ادبیات
۱۳۷۳	۴۳۱	۷۶	۲۴	-	-
۱۳۷۴	۶۵۲	۷۶	۲۴	۱۱۸۹۲	-
۱۳۷۵	۷۴۹	۷۶	۲۴	۱۴۴۵۹	دین
۱۳۷۶	-	-	-	-	-

جدول ۵. سالنامه آماری یونسکو ۱۱۹۸-۱۹۹۰

سال	تعداد کتب منتشر در ایران (عنوان)	بیشترین سهم به لحاظ موضوعی
۱۹۸۷	۲۹۹۶	ادبیات
۱۹۸۸	۳۴۰۱	دین
۱۹۸۹	۶۲۸۹	دین
۱۹۹۰	-	-
۱۹۹۱	۵۰۱۸	ادبیات
۱۹۹۲	۶۸۲۲	ادبیات
۱۹۹۳	-	-
۱۹۹۴	۱۰۷۵۳	دین
۱۹۹۵	۱۳۰۳۱	دین
۱۹۹۶	۱۵۰۷۳	دین
۱۹۹۷	-	-

ادامه جدول ۵

سال	تعداد روزنامه‌ها (عنوان)	تیراژ به هزار نفر موضوعی
۱۹۸۷	-	-
۱۹۸۸	۱۰	-
۱۹۸۹	-	-
۱۹۹۰	۲۱	۲۵
۱۹۹۱	-	-
۱۹۹۲	۱۳	۲۰
۱۹۹۳	-	-
۱۹۹۴	۱۲	۱۸
۱۹۹۵	۲۷	۲۱
۱۹۹۶	۳۲	۲۴
۱۹۹۷	-	-

Source: UNESCO Statistical Yearbook

جدول ۶. ارزش صادرات و واردات کتب و نشریات در ۱۹۹۵ (منتخبی از کشورها)

کشور	صادرات (میلیون دلار)	واردات (میلیون دلار)	روزنامه به ازای هر ۱۰۰۰ نفر
مصر	۵/۸	۱۱/۵	۱۸
کوبا	۱/۹	۱۲/۲	۱۰
تانزانیا	۰/۸	۱۶	۱۱
زیمبابوه	۱/۱	۱۰/۶	۱۱
ایالات متحده	۱۹۹۱	۱۳۵۴/۴	۱۲۸
مکزیک	۹۶/۳	۲۰۹/۸	۱۰۲
گواتمالا	۱/۴	۱۳	۱۲
آرژانتین	۴۸/۲	۶۶/۱	۱۲۲
چین	۱۰۰/۶	۴۵/۳	۴۱
مالزی	۳۷/۵	۸۰/۲	۱۳۹
هنگ کنگ	۳۷۹/۵	۱۹۰/۵	۷۳۵
پاکستان	۱/۵	۱۰/۷	۲۱
ترکیه	۴/۳	۳۴/۹	۹۲
عربستان سعودی	۱	۶۱/۴	۵۸
مائکائو	۰/۱	۱/۱	۵۸۱
آلمان	۹۷۴/۹	۵۱۰/۳	۳۱۴
ایتالیا	۵۸۴/۹	۱۷۱/۹	۱۰۰
انگلستان	۱۷۸۶/۲	۹۵۴/۹	۳۴۶
پرتغال	۲۴/۸	۷۵/۳	۷۴
استرالیا	۷۴	۳۹۳/۱	۲۹۹
نیوزیلند	۱۱/۶	۱۰۸/۹	۲۳۳

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بانک اطلاعاتی.  
 وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، گزارشات عملکرد سالانه، سال‌های مختلف.  
 وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره مطبوعات داخلی، آمارنامه سال‌های مختلف.  
 وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز تحقیقات و مطالعات سینمایی، سال‌های مختلف.  
 سالنامه اقتصادی بورس ایران و جهان، پیش شماره ۱۳۷۸، صفحات ۴۰ تا ۴۵.

بنابراین به طور کلی، در دهه گذشته مطبوعات کشور متناسب با نیازهای فرهنگی کشور رشد نیافته و این کمبود در شهرهای غیر از تهران چشم‌گیرتر بوده است.  
 جداول ۳ تا ۶ بعضی آمارها و شاخص‌های مربوط به جنبه‌های اقتصادی فرهنگ و هنر را نشان می‌دهند.

منابع و مأخذ

مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور، سال‌های مختلف.