



بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶

طاهره مفتخری نظری پور^۱
دکتر زهره میرحسینی^۲

چکیده:

هدف تحقیق حاضر، بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶ است. روش پژوهش حاضر پیمایشی توصیفی است. جامعه پژوهش شامل کلیه ناشران استان تهران محدود به زمان مورد مطالعه می‌باشد ۱۳۰ نفر به عنوان نمونه با روش نمونه‌گیری در دو مرحله: طبقه‌بندی و تصادفی ساده انتخاب شدند. شیوه جمع‌آوری داده‌ها در انجام این پژوهش از طریق مصاحبه، مشاهده و پرسشنامه می‌باشد. داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Excel تجزیه و تحلیل شد.

نتایج حاصل از یافته‌ها مهم‌ترین عوامل و موانع مشکلات نشر کتاب را به ترتیب ذیل نشان می‌دهد: اصلی‌ترین مشکل ناشران غیراقتصادی بودن این حرفه است. ناشران سرمایه‌گذاری در نشر کتاب را با فراوانی ۹۴/۶ درصد، در مجموع از نظر اقتصادی زیان‌آور اعلام کردند. عوامل و موانع مشکلات کتابخوانی به ترتیب اولویت: نازل بودن سطح فرهنگ عمومی با ۴۲/۳ درصد، عدم عادت و آموزش کتابخوانی در سطح جامعه با ۲۸/۵ درصد و نبود فرهنگ کتاب در سبد خرید خانوار ایرانی با ۲۶/۲ درصد است. عوامل و موانع مشکلات پخش و توزیع کتاب را ناشران در وهله اول عدم اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی با فراوانی ۳۳/۸ درصد و در وهله دوم عدم اطلاع‌رسانی ناشر با فراوانی ۳۷/۷ درصد و در وهله سوم کمبود تعداد مراکز پخش کتاب با فراوانی ۲۸/۵ درصد اظهار کردند. نتایج حاصل از وجود وضعیت شمارگان کتاب‌های منتشر شده در بین سال‌های مورد مطالعه نوسان بالا و پایینی داشته است و بیشترین تولیدات موضوعی در حوزه علوم خالص با ۲۱/۵ درصد می‌باشد. فرضیه‌های پژوهش حاضر با استفاده از آزمون خی دو تحت آزمون قرار گرفته است، فرضیه اول؛ وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و انگیزه ناشران تأیید شد. نیز عدم وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و عضویت در این تشکل تأیید گردید و در واقع فرضیه دوم رد شد. و وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و سرمایه‌گذاری ناشران نیز تأیید گردید. برای راه‌های کمک به بهبود اقتصاد نشر، ناشران به ترتیب اولویت؛ افزایش تبلیغ رایگان کتاب با ۳۴/۶ درصد در مرتبه اول، ترویج فرهنگ کتابخوانی در مدارس و از طریق تلویزیون و رسانه‌ها با ۳۳/۸ درصد در مرتبه دوم و پرداخت یارانه به وسیله دولت با ۲۸/۵ درصد در مرتبه سوم را به عنوان مهم‌ترین راهکارها برای کمک به بهبود اقتصاد نشر اعلام کردند.

کلیدواژه‌ها: ناشران، استان تهران، مشکلات ناشران، نشر، کتاب

^۱ کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال sanam_pub@yahoo.com

^۲ عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال zmirhosseini@yahoo.com

مقدمه

اهمیت اطلاعات و اطلاع‌رسانی در دنیای حاضر بر کسی پوشیده نیست، به همین دلیل عصر حاضر را عصر اطلاعات نیز نامیده‌اند. سرعت، دقت، و به روز بودن اطلاعات نیاز ضروری جوامع بشری شده است. بدون داشتن آمار و اطلاعات از بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، برنامه‌ریزی برای جمعیت ناممکن است.

نیازهای اطلاعاتی فرد را ناگزیر از قرار گرفتن در مجراهای اطلاعاتی می‌کند و رسانه‌هایی نظیر رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، مطبوعات، و کتاب عمده‌تاً خط سیر فکری و فرهنگی جامعه را رقم می‌زند. کتاب به عنوان منبع و مرجع سایر رسانه‌ها و مراجعه قشر نخبه و تحصیل کرده از جایگاه ویژه‌ای نسبت به سایر رسانه‌ها برخوردار است و به همین دلیل، ضمن انعکاس سایر رسانه‌ها به عنوان رسانه‌ای پایدار و ماندگار در تأمین و شکل‌گیری جریان‌ات حاکم بر جامعه بیشترین تأثیر را دارد. در این مسیر، نشر کتاب می‌تواند دستیابی به اطلاعات کلیه مجراهای اطلاعاتی را میسر سازد.

نشر کتاب به سبب پیوندهای ژرف و بسیار با فعالیت‌های گوناگون بشری در شمار پیچیده‌ترین پدیده‌هاست، نشر رکن مهمی است که با تاریخ، فرهنگ، جامعه، اندیشه و تفکر، تاریخ روشن‌فکری و روشن‌اندیشی، جزئی جدائی‌ناپذیر از تاریخ اجتماعی، سیاسی و پاره‌ای از پیشینه است که با هر گونه تحول، با جهان معنوی و احساس و عاطفه آدمی درآمیخته است.

نشر در واقع تلاقی گاه پدیدآورندگان و خوانندگان است، پدیدآورنده در پی خواننده و خواننده در جستجوی پدیدآورنده است. نقش او این است که اثر را از نسخه یگانه منحصر به فرد خارج کند. نشر پل ارتباط دهنده و پیوند میان نسل‌ها، جوامع، فرهنگ‌ها و تمدن‌هاست. (اوصیاء، ۱۳۸۴)

سیاست نشر کتاب^۱، مانند سیاست زمینه‌های دیگر، مثلاً سیاست اقتصادی، سیاست صنعتی، سیاست علمی و سیاست‌های دیگر، تعیین‌کننده مرزهای اصلی، حدود، تعریف‌ها و اصول، اهمیت‌ها و اولویت‌ها، آرمان‌ها و هدف‌ها، استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها، راه‌ها و روش‌ها، امکانات بالقوه و

۱. در اینجا با سیاست نشر مطبوعات و سایر رسانه‌های کتبی و چاپی

بالفعل و جهات و نکات بسیار دیگری است که به نشر کتاب مربوط می‌شود، و مقصود از کتاب، انواع کتاب‌هاست، اعم از کتابی که کودک نوآموز و بزرگسال می‌خواند تا کتاب‌های درسی و دانشگاهی و تخصصی و غیره.

سیاست نشر کتاب بنا به طبیعت موضوع نمی‌تواند از سیاست‌ها، و به ویژه سیاست‌های فرهنگی کشور، مستقل باشد. این سیاست، بخشی است از سیاست فرهنگی، جزوی است از سیاست مطبوعاتی، با سیاست‌های اطلاع‌رسانی، ارتباطی و کتابداری پیوند بسیار نزدیک دارد و با بسیاری از سیاست‌های دیگر مانند سیاست‌های علمی، پژوهشی، اقتصادی و ... مرتبط است.

سیاست نشر کتاب، مجموعه سیاست‌هایی که تک‌تک ناشران در پیش می‌گیرند نیز هست. هیچ ناشری، ولو آن دسته از ناشرانی که فقط آن دسته از مطالبی را چاپ می‌کنند که به تورشان می‌افتد، بدون سیاست نشر نیستند. (آذرنگ، ۱۳۷۸)

به هر حال مهم‌ترین نتیجه‌ای که می‌تواند از سیاست نشر کتاب عاید شود این است که بتواند وضعیت موجود و احیاناً نامطلوب کتاب را در دوره زمانی معین و در چارچوب طرح‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های مشخص به وضعیت مطلوب تبدیل یا نزدیک کند. اگر سیاستی بتواند در میان حوزه‌ای هماهنگی و همکاری ایجاد کند و معلوم است که مقصود یکسان کردن نیست، بلکه یک‌سو کردن است زمان و راه و روش‌های رسیدن به هدف‌های مطلوب در واقع امری است ثانوی. توافق بر سر این‌که وضعیت موجود چیست، آن‌طور که در بدو امر به نظر می‌رسد، کار زیاد ساده‌ای نیست، زیرا دست‌کم لازم است که بر سر وضعیت گذشته و آینده نیز توافق باشد. موقعیت‌ها را اصولاً نسبت به چیزی یا چیزهایی می‌سنجیم و بعد تصمیم می‌گیریم که کجا قرار گرفته‌ایم. اگر نمی‌دانیم به کجا می‌خواهیم برسیم، عملاً معنایش این است که درست نمی‌دانیم کجا هستیم و به درستی نمی‌دانیم کجا بودیم. و همین سرگشتگی باعث می‌شود راه‌ها را بی‌هدف انتخاب کنیم و کلاف مشکلات را از این‌که هست پیچیده‌تر سازیم. (آذرنگ، ۱۳۷۸)

میان زندگی و تاریخ روشن‌فکری با نشر کتاب پیوند برقرار است. بدون تاریخ نشر نمی‌توان تاریخی درباره روشن‌فکری و نیز بسیاری از کوشش‌های فرهنگی نوشت.

سیاسی و سیاست‌گذاری نشر، چند مسئولیت و وظیفه جدی متوجه دولت است. در واقع بار اصلی مسئولیت بر دوش دولت است که وظیفه نظارت بر نشر را بر عهده دارد. (آذرنگ، ۱۳۸۰)

بیان مسأله

برای بیان موقعیت و شرایط واقعی ناشران در جامعه باید پیرامون مسائل آنان بررسی و تحقیق شود. از آنجا که ناشران به دلیل موقعیت اجتماعی - فرهنگی با برخی مسائل خاص روبه‌رو هستند، یکی از مواردی که می‌توان بر روی آن تأمل کرد بررسی مشکلات ناشران در صحنه فرهنگ از جمله نشر کتاب است که یکی از بحث‌های عمده نشر است. به طور کلی می‌توان ناشران را در دو گروه طبقه‌بندی کرد: الف) ناشران فعال، ب) ناشران غیر فعال.

در مورد بررسی مشکلات نشر کتاب توسط ناشران در استان تهران تا کنون هیچ تحقیق علمی صورت نگرفته است و فقط یک‌سری آمارهای کلی به صورت جدول و نمودار در قالب راهنمای ناشران ایران ارائه شده است، که نمی‌تواند نشان‌دهنده دقیق وضعیت مشکلات ناشران استان تهران در نشر کتاب باشد. از آنجا که اکثر ناشران در استان تهران متمرکز هستند، انجام این تحقیق می‌تواند میزان بازدهی و انجام اقدامات و فعالیت‌های گذشته را نشان دهد و عوامل مثبت و سازنده و عوامل منفی و بازدارنده را باز شناسد و مسئولان از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در برنامه‌ریزی بهتر برای آینده یاری نماید و به ناشران کمک نماید تا در اتخاذ تصمیم جدی برای نشر کتاب آگاهانه‌تر عمل نمایند و در نهایت بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) به ما امکان می‌دهد تا تصویر نسبتاً جامع و دقیق از مشکلات و راه‌های برطرف کردن آنها در نشر کتاب به دست آید.

اهداف پژوهش

هدف این پژوهش، مشخص کردن مشکلات ناشران در امور اداری و چاپ کتاب می‌باشد. در این پژوهش سعی می‌شود که ابتدا میزان مشکلات ناشران و سپس عوامل مؤثر بر مشکلات نشر کتاب توسط ناشران استان تهران مورد بررسی قرار گیرد.

بدون اتصال روشن و واضح به گذشته، زمان حاضر آشفته و آینده غیرقابل پیش‌بینی است. در فرهنگ ما کتاب‌ها چنین اتصالی را شکل می‌دهند و به یقین اتصالی حیاتی شمرده می‌شوند. (اپستاین، ۱۳۸۲)

امروزه میزان انتشار کتاب در هر جامعه یکی از ملاک‌های توسعه یافتگی به شمار می‌رود، متأسفانه کشورهای در حال توسعه در زمینه تولید و مصرف کتاب مانند دیگر زمینه‌ها از کشورهای توسعه یافته فرسنگ‌ها فاصله دارند.

نشر کتاب از قلمروهای مهمی است که به دلایل ناشناخته‌ای در ایران مورد بررسی قرار نگرفته است متأسفانه نظام آموزشی و پرورشی کشور، طرح‌های مطالعاتی و همچنین فعالیت‌های دیگری که منجر به تولید دانش، اطلاعات، تحلیل نگرش و دیدگاه می‌شود هیچ‌یک باعث رشد نشر نشده‌اند و هیچ‌گونه مدیریت و نظارت نظام‌مند و متکی بر بنیادهای علمی و روش‌های تحقیقاتی، بر آن حاکم نبوده است، حال آنکه نشر در واقع خود فرهنگ‌پرور، رویداد آفرین، فضا ساز، دانش‌گستر، آگاهی‌پراکن و اطلاع‌زا است و در عین حال به جامعه یاری می‌رساند که خویشتن‌شناس و خویشتن‌یاب باشد. کاستن از سیطره نادانی و افزودن بر هیمنه دانایی، از معمول‌ترین کارکردهای نشر آفرینش‌گراست و همین ویژگی سبب می‌شود که با همه بخش‌ها و با همه عرصه‌های فرهنگ پیوند مستقیم داشته باشد و به‌رغم همه این موارد، گویی که نشر در جامعه ما اکنون از کانون توجه واقعی یکسره بیرون مانده است.

جایگاه بزرگ ناشر، ناشری که بستر فرهنگی می‌سازد، جریان‌های فرهنگی به راه می‌اندازد، فضای فکری، احساسی می‌آفریند و اوقات فراغت علاقه‌مندان را با آفریننده‌ترین رسانه، زیباترین هدف و زیننده‌ترین روش پر می‌کند، در کنار و هم‌تراز معماران فرهنگی جامعه است. اگر جایگاه ناشر را درست نشناخته‌ایم و درست تعریف نکرده‌ایم، خبط و خطایی است که باید به آن اعتراف و در کوتاه‌ترین زمان ممکن به تصحیح آن اقدام کنیم. (آذرنگ، ۱۳۸۲)

وظیفه اصلی دولت بسترسازی و ایجاد زیرساخت‌های صنعتی و فراهم ساختن فضای مناسب برای رشد و پیشرفت است. هیچ صنعتی و هیچ صنعت فرهنگی، بدون زیرساخت‌های لازم صنعت به معنای واقعی نیست. از حیث

روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش پیمایشی صورت گرفته است. ضبط و تجزیه شرایط موجود، توصیف منظم و تدوین موقعیت ویژه هدف این پژوهش است. ابتدا پیش آزمونی جهت روایی پرسشنامه صورت گرفت و سپس اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه نهایی تدوین و توزیع شده است و اطلاعات تکمیلی از طریق مصاحبه به دست آمد.

فرضیه پژوهش

فرضیه ۱. بین نقش تشکل‌های صنفی در پیشبرد و حمایت از ناشران استان تهران و انگیزه ناشران رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرضیه ۲. بین حمایت تشکل صنفی و عضویت در این صنف رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرضیه ۳. بین حمایت تشکل صنفی و سرمایه‌گذاری ناشران رابطه معنی‌دار وجود دارد.

سوالات پژوهش

۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی ناشران استان تهران طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) به چه صورت است؟

۲- کتاب‌های منتشر شده توسط ناشران در فاصله زمانی (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) به چه میزان است؟

۳- بیشترین تولیدات در چه حوزه‌های موضوعی قرار دارند؟

۴- وضعیت ناشران از نظر فعالیت در نشر کتاب طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) چگونه است؟

۵- امکانات نشر کتاب در طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) در چه سطوحی قرار داشته است؟

۶- وضعیت بازده اقتصادی نشر به عنوان یک اشتغال تمام وقت برای ناشران چگونه است؟

۷- مشکلات نشر کتاب برای ناشران در طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) در چه مواردی است؟

۸- ناشران چه راهکارها و پیشنهادهایی را برای بهبود وضعیت چاپ و نشر کتاب ارائه می‌دهند؟

جامعه آماری و روش انجام کار

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه ناشران استان تهران محدود به زمان مورد مطالعه می‌باشد که به‌عنوان ناشر فعالیت کرده و ۴۰ عنوان کتاب به بالا نشر داشته‌اند.

طبق گزارش آماری دریافت شده از خانه کتاب ۶۲۸۸ ناشر در استان تهران وجود دارد. پس از دریافت و بررسی آمارهای ناشران در استان، تعداد ناشرانی که ۴۰ عنوان کتاب به بالا انتشار داشته‌اند استخراج شد و ۱۲۵۳ ناشر به دست آمد. از این میان پس از نمونه‌گیری، ۱۳۰ ناشر به عنوان نمونه انتخاب شدند و بین آنها پرسشنامه توزیع شد. دلیل انتخاب ناشرینی که ۴۰ عنوان کتاب به بالا منتشر کرده‌اند ضوابط و آئین‌نامه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که طبق آن ناشر به کسی اطلاق می‌شود که حداقل سالی ۴ عنوان کتاب منتشر کرده باشد که در ۱۰ سال مورد مطالعه ۴۰ عنوان می‌شد.

پیشینه پژوهش در ایران

اوصیاء (۱۳۸۴) در پژوهش پیمایشی توصیفی تحت عنوان «بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان مازندران طی سال‌های ۱۳۷۸-۱۳۸۲» انجام داد. جامعه پژوهش شامل ۱۸ نفر از ناشران و ۱۰۲ نفر از کتابفروشان که حداقل ۵۰ درصد حجم کارشان را کتاب تشکیل می‌دهد، می‌باشد. شیوه گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه و تنظیم دو پرسشنامه برای کتابفروشان و ناشران انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که طی سال‌های ۱۳۷۸-۱۳۸۲ اصلی‌ترین مشکل ناشران و کتابفروشان غیر اقتصادی بودن این حرفه است که مهم‌ترین دلیل آن پایین بودن سرانه مطالعه در کشور و وضعیت اقتصادی مردم است که موجب حذف خرید کتاب از سبد خانواده‌ها شده است. در حاشیه قرار گرفتن ناشران و کتابفروشان استان مازندران، فعال نبودن انجمن‌های فرهنگی و اداره‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی استانی و محلی استان مازندران، قائل نبودن تفاوت میان ناشران تهرانی و شهرستانی، از جمله مشکلات ناشران و کتابفروشان استان مازندران است.

مهدیانی و مرتضوی (۱۳۸۴) طی پژوهشی تحت عنوان «سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر» پژوهشی از نوع مطالعات اسنادی با استخراج داده‌ها از مهم‌ترین منبع ثانویه موجود در زمینه آمار نشر کتاب در ایران و تحلیل آن، سیر تحولات نشر کتاب را در سال‌های پس از انقلاب مورد بررسی قرار می‌دهند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که طی ۲۴ سال گذشته نشر کتاب در ایران با برخورداری از میانگین نرخ رشدی حدود ۲۳ درصد،

فرهنگی یاد شده به طور عمده در واحدهای کوچک بخش دولتی صورت گرفته است و با توجه به واگذاری بخش مهمی از وظایف دولت در عرصه فرهنگ و رغبت دولت از مشارکت غیردولتی، کارآفرینی فرهنگی نیز از تحول زیادی برخوردار بوده است و به عبارتی در آینده انتظار ایجاد فرصت‌های جدید و یا کسب و کار فرهنگی برای ارائه خدمات فرهنگی به همه اقشار مختلف مردم توسط کارآفرینان فرهنگی قابل تحقق می‌باشد.

پیشینه پژوهش در خارج از ایران

بث تور^۱ (۲۰۰۷) مقاله‌ای تحت عنوان «تجارت یا فرهنگ؟ نقش ناشران مدرن، تأثیرگذار است یا تأثیرپذیر؟» محور اصلی مقاله، بحث درباره نقش ناشران مدرن است که به دلیل کاهش خوانندگان کتاب، اساساً نقشی واکنشی بوده. ناشران با توجه به تحول زمانه، تغییر می‌کنند و از این رو طبیعی است که خواهان بازاری بزرگ‌تر و پر جنب و جوش‌تری باشند. از طرف دیگر می‌توان اشاره کرد که ناشران به این خاطر که به خواسته مردم برای کتاب‌های راحت - خوان واکنش مثبت نشان می‌دهند، موجب فقدان نوآوری و تنوع در ارائه و تولید کتاب می‌شوند و این همه به نام بازده سریع سود صورت می‌گیرد.

در این میان با توجه به افزایش تعداد افرادی که بی‌وقفه برای توده‌ها کتاب تهیه می‌کنند، نقش مؤلفان هر چه بیشتر و بیشتر رقابتی می‌شود. مسئله اصلی این است که چه بخواهیم و چه نخواهیم، هنوز در حیطه کاری ناشر است که یا به طور فرهنگی در دنیای ادبیات تأثیرگذار باشد و یا به سادگی دست به تولید محصولاتی بزند که سریعاً به فروش برسد. (نویسنده به بررسی دگرگونی‌های متأخر در عرصه چاپ و نشر و همچنین تغییر ذائقه فرهنگی قشر کتابخوان و کارکرد فروشگاه‌های اینترنتی کتاب در دسترسی ناشران به مخاطبان جهانی از جمله دیگر مسائلی است که بدان پرداخته است.)

فلورا وایت (۲۰۰۷) پژوهشی با عنوان «آیا با ظهور اینترنت، کتاب‌های چاپی به گذشته خواهند پیوست؟» در آن تأثیر فرهنگ اینترنت بر صنعت نشر مورد بررسی قرار گرفته است. به مهم‌ترین مسأله‌ای که در این مقاله پرداخته شده است، بازار کتاب‌های آموزشی است که

شاهد رشد مداومی بوده است. در سال‌های نخستین پس از انقلاب بالاترین نرخ رشد در این عرصه دیده می‌شود (میانگین نرخ رشد ۵۲٪). و پس از آن دوره رکود فرا می‌رسد که با دوران جنگ تحمیلی مقارن بوده است (میانگین نرخ رشد ۵٪). در فاصله سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۵ شاهد بهبود در آمار نشر عناوین کتاب هستیم که با نرخ متوسط ۱۰ درصد دوباره در حال رونق گرفتن است. در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۱ رشد تولید کتاب آهنگی تندتر (۱۲٪) به خود می‌گیرد. در پایان به مقایسه روند آمار نشر کتاب در ایران با روند آن در چند کشور، از جمله با کشورهای مصر، ترکیه، مالزی، فرانسه و انگلیس پرداخته‌اند.

ازوجی (۱۳۸۶) طی پژوهشی تحت عنوان «تحولات کارآفرینی فرهنگی ایران با تأکید بر صنعت چاپ و نشر» با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای در جهت دامنۀ حوزه‌های مربوط به بخش فرهنگی؛ فعالیت‌های مربوط به امور مطبوعات، سینما، چاپ و نشر و مراکز فرهنگی و هنری مدد جسته است. پس از تعریف شاخص و یا شاخص‌های مورد نظر، اطلاعات مربوط به تعداد بنگاه‌ها و مؤسسات فرهنگی، نوع مالکیت، وضعیت حقوقی واحد (دولتی و غیر دولتی)، سایز و مقیاس بنگاه و تحولات آنها در سطح کلان، برای این زیربخش‌ها استخراج و مورد پردازش و تحلیل قرار داده است.

پژوهشگر در این پژوهش به بررسی روند کارآفرینی در حوزه فرهنگی ایران در دهه گذشته پرداخته است. در این خصوص تحولات مؤسسات فرهنگی شامل صنعت نشر، چاپ، سینما، مراکز فرهنگی و هنری و کسب و کارهای جدید ناشی از این تحولات را مورد بررسی قرار داده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که در دهه اخیر تمامی مؤسسات فرهنگی و هنری فوق‌الذکر (به استثنای سینما)، از رشد مثبتی برخوردار بوده است که در این میان مؤسسات فرهنگی و هنری، آموزشگاه‌های آزاد هنری و صنعت نشر به ویژه نشر روزنامه و مطبوعات در مقایسه با دیگر حوزه‌های فرهنگی از رشد بالاتری برخوردار بوده است. همچنین بیشتر مؤسسات فرهنگی یاد شده از لحاظ حقوقی در قالب بخش خصوصی اداره شده‌اند و نقش دولت و تعاون در این حوزه‌ها از بخش فرهنگ بسیار کم‌رنگ‌تر است. بدین ترتیب کارآفرینی در حوزه‌های

^۱ Torr, Beth

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

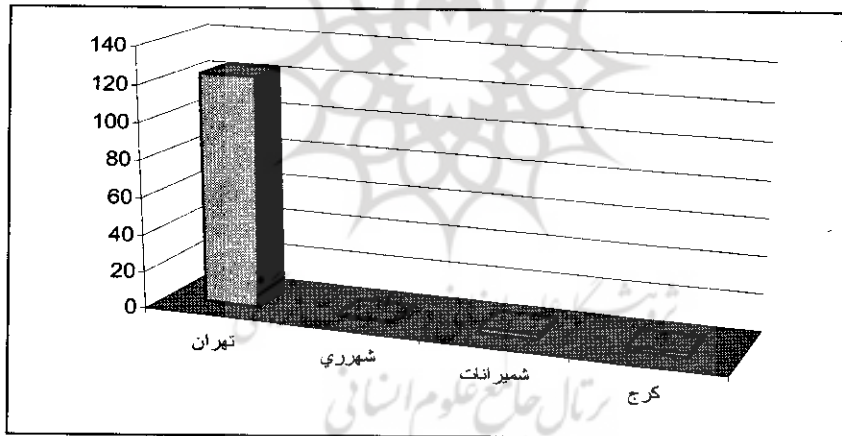
ویژگی‌های جمعیت شناختی ناشران استان تهران طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) به چه صورت است؟

جدول ۱. توزیع فراوانی محل انتشارات ناشران براساس نام شهر

| شرح | فراوانی | درصد | درصد پاسخ داده‌ها | درصد تجمعی |
|----------|---------|------|-------------------|------------|
| تهران | ۱۲۴ | ۹۵/۴ | ۹۵/۴ | ۹۵/۴ |
| شهری | ۱ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۹۶/۲ |
| شمیرانات | ۳ | ۲/۳ | ۲/۳ | ۹۸/۵ |
| کرج | ۲ | ۱/۵ | ۱/۵ | ۱۰۰ |
| کل | ۱۳۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود محل انتشارات ناشران دارای مؤسسه‌های نشر در تهران بالاترین، با فراوانی ۹۵/۴ درصد، در شهری پایین‌ترین، با فراوانی ۰/۸ درصد است.

اینترنت و لوح فشرده در این عرصه از بازار نشر تأثیر بسزایی از خود بر جای گذاشته است. نتایج مقاله مذکور نشان می‌دهد که اینترنت تأثیر مهمی در صنعت نشر خواهد داشت. همان‌طور که فرصت‌های گوناگونی برای ناشران مهیا خواهد شد، تهدیداتی نیز برایشان به همراه خواهد داشت. اینترنت باعث به وجود آمدن قشر جدیدی از ناشران می‌شود که به طور اختصاصی در این زمینه کار خواهند کرد؛ بدین ترتیب سرویس‌های پرداختی با شیوه‌های جدید برای پرداخت هزینه مورد نظر به وجود خواهند آمد با این وجود، ناشران سنتی همچنان به کار خود ادامه خواهند داد، زیرا دسته‌ای از کتاب‌ها وجود دارند که امکان مطالعه آنها از طریق صفحه مانیتور امکان‌پذیر نخواهد بود. بنا به تصور نویسنده، آن دسته از کتاب‌هایی که دچار تغییر خواهند شد، کتاب‌های آموزشی می‌باشد. با وجود این که کتاب‌های آموزشی در اینترنت در حال توسعه است، بازار کتاب‌های آموزشی در ابتدا الکترونیکی خواهند شد.



نمودار ۱. محل انتشارات ناشران براساس نام شهر

جدول ۲. توزیع فراوانی انگیزه ناشر شدن از دیدگاه ناشران

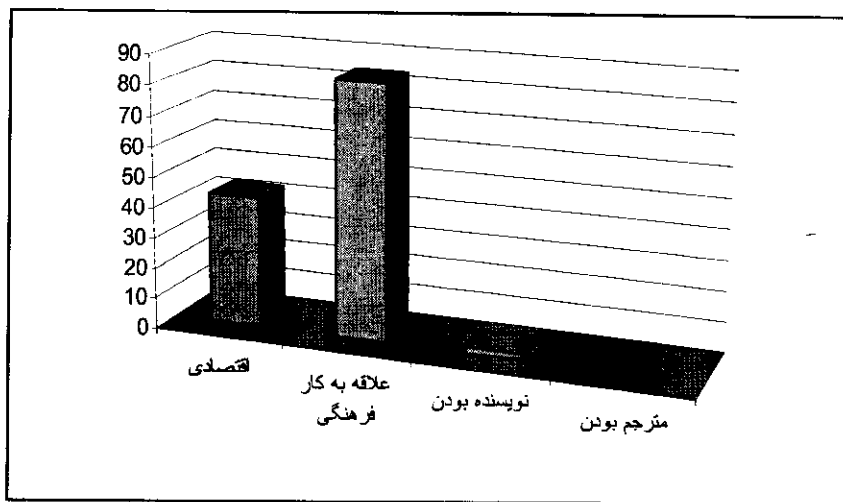
| شرح | فراوانی | درصد | درصد پاسخ داده‌ها | درصد تجمعی |
|---------------------|---------|------|-------------------|------------|
| اقتصادی | ۴۳ | ۳۳/۱ | ۳۳/۱ | ۳۳/۱ |
| علاقه به کار فرهنگی | ۸۴ | ۶۴/۶ | ۶۴/۶ | ۹۷/۷ |
| نویسنده بودن | ۲ | ۱/۵ | ۱/۵ | ۹۹/۲ |
| مترجم بودن | ۱ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۱۰۰ |
| کل | ۱۳۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که: انگیزه ناشر شدن در بین ناشران فعال بیشتر به خاطر علاقه به کار فرهنگی

با شماره ۲ نشان می‌دهد که: انگیزه ناشر شدن از جنبه اقتصادی با فراوانی ۴۳ (۳۳/۱ درصد). انگیزه ناشر شدن به لحاظ نویسنده بودن ناشران با ۲ فراوانی (۱/۵ درصد) و مترجم بودن ۱ (۰/۸ درصد) است.

انگیزه ناشر شدن به دلیل مترجم بودن ناشران با ۱ فراوانی (۰/۸ درصد) می‌باشد.

انگیزه ناشر شدن به دلیل مترجم بودن ناشران با ۱ فراوانی



نمودار ۲. انگیزه ناشر شدن از دیدگاه ناشران

جدول ۳-۱. توزیع فراوانی حداقل شمارگان (تیراژ) کتاب‌های منتشر شده ناشران طی سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶

| حداقل سال | کمتر از ۱۰۰۰ | | ۱۰۰۰-۲۵۰۰ | | ۲۵۰۰-۵۰۰۰ | | ۵۰۰۰-۱۰۰۰۰ | | بالاتر از ۱۰۰۰۰ | | بی‌جواب | | کل | |
|-----------|--------------|------|-----------|------|-----------|------|------------|------|-----------------|------|---------|------|-------|------|
| | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد |
| ۱۳۷۶ | ۱۷ | ۱۳/۱ | ۵۶ | ۴۳/۱ | ۴۱ | ۳۱/۶ | ۴ | ۳/۱ | ۷ | ۵/۴ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۷۷ | ۱ | ۰/۸ | ۲۷ | ۲۰/۸ | ۷۳ | ۵۶/۳ | ۱۲ | ۷/۵ | ۱۲ | ۹/۲ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۷۸ | ۱۸ | ۱۳/۸ | ۵۵ | ۴۲/۳ | ۴۰ | ۳۰/۷ | ۶ | ۴/۷ | ۶ | ۴/۶ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۷۹ | ۱ | ۰/۸ | ۲۷ | ۲۰/۸ | ۷۳ | ۵۶/۲ | ۱۴ | ۱۰/۷ | ۱۰ | ۷/۷ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۰ | ۱۸ | ۱۳/۸ | ۵۵ | ۴۲/۳ | ۴۰ | ۳۰/۷ | ۵ | ۳/۹ | ۷ | ۵/۴ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۱ | ۱ | ۰/۸ | ۲۷ | ۲۰/۸ | ۷۱ | ۵۴/۵ | ۱۳ | ۱۰ | ۱۳ | ۱۰ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۲ | ۱۹ | ۱۴/۶ | ۵۳ | ۴۰/۸ | ۴۱ | ۳۱/۵ | ۴ | ۳/۱ | ۸ | ۶/۳ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۳ | ۱ | ۰/۸ | ۲۵ | ۱۹/۲ | ۷۲ | ۵۵/۵ | ۱۴ | ۱۰/۸ | ۱۳ | ۱۰ | ۵ | ۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۴ | ۲۰ | ۱۵/۴ | ۶۰ | ۴۶/۲ | ۳۵ | ۲۷ | ۵ | ۳/۹ | ۷ | ۵/۴ | ۳ | ۲/۳ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۵ | ۱ | ۰/۸ | ۳۱ | ۲۳/۸ | ۶۸ | ۵۲/۳ | ۱۳ | ۱۰ | ۱۴ | ۱۰/۸ | ۳ | ۲/۳ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۱۳۸۶ | ۲۳ | ۱۷/۷ | ۶۲ | ۴۷/۷ | ۳۲ | ۲۴/۵ | ۴ | ۳/۱ | ۷ | ۵/۴ | ۲ | ۱/۵ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |

است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۸۶ با ۲۴/۵ درصد بوده است. و حداقل شمارگان ۵۰۰۰ - ۱۰۰۰۰ نسخه، بیشترین شمارگان چاپ شده در سال ۷۹ با ۱۰/۷ درصد و در سال ۸۳ با ۱۰/۸ درصد را در بر گرفته است و در طی سال‌های ۷۶، ۸۲، ۸۶ کمترین شمارگان چاپ شده با ۳/۱ درصد بوده است. و حداقل شمارگان بالاتر از ۱۰۰۰۰ نسخه، بیشترین شمارگان چاپ شده در سال ۸۵ با ۱۰/۸ را در بر گرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۷۸ با ۴/۶ درصد بوده است.

جدول شماره ۳-۱ نشان می‌دهد که: حداقل شمارگان کتاب‌ها بین سال‌های ۷۶ تا ۸۶ با تیراژ کمتر از ۱۰۰۰ نسخه، سال ۱۳۸۴ بیشترین شمارگان چاپ شده با ۱۵/۴ درصد را در بر گرفته است و در طی سال‌های ۷۷، ۷۹، ۸۱، ۸۳، ۸۵ کمترین شمارگان چاپ شده با درصد یکسان ۰/۸ درصد بوده است. و در بین حداقل تیراژ ۱۰۰۰-۲۵۰۰ نسخه، بیشترین شمارگان چاپ شده در سال ۸۶ با ۴۷/۷ درصد را در بر گرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۸۳ با ۱۹/۲ درصد بوده است و حداقل تیراژ ۲۵۰۰-۵۰۰۰ نسخه، بیشترین شمارگان چاپ شده در سال ۷۷ و ۷۹ با ۵۶/۳ درصد را در بر گرفته

جدول ۳-۲. توزیع فراوانی حداکثر شمارگان (تیراژ) کتاب‌های منتشر شده ناشران طی سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶

| سال | کمتر از ۱۰۰۰ | | ۲۵۰۰-۱۰۰۰ | | ۵۰۰۰-۲۵۰۰ | | ۱۰۰۰۰-۵۰۰۰ | | بالاتر از ۱۰۰۰۰ | | بی جواب | | کل |
|------|--------------|------|-----------|------|-----------|------|------------|------|-----------------|------|---------|------|-----|
| | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد | |
| ۱۳۷۶ | ۳ | ۲/۳ | ۳۱ | ۲۳/۹ | ۶۹ | ۵۳ | ۱۱ | ۸/۵ | ۱۴ | ۱۰/۹ | ۲ | ۱/۵ | ۱۳۰ |
| ۱۳۷۷ | ۲۷ | ۲۰/۸ | ۶۳ | ۴۸/۴ | ۲۸ | ۲۱/۶ | ۵ | ۳/۹ | ۷ | ۵/۴ | ۰ | ۰ | ۱۳۰ |
| ۱۳۷۸ | ۴ | ۳/۱ | ۳۷ | ۲۸/۵ | ۶۳ | ۴۸/۴ | ۱۲ | ۹/۲ | ۱۴ | ۱۱ | ۰ | ۰ | ۱۳۰ |
| ۱۳۷۹ | ۳۴ | ۲۶/۲ | ۶۲ | ۴۷/۶ | ۲۱ | ۱۶/۲ | ۶ | ۴/۶ | ۷ | ۵/۴ | ۰ | ۰ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۰ | ۶ | ۴/۶ | ۴۲ | ۳۲/۴ | ۵۶ | ۴۳/۱ | ۱۱ | ۸/۴ | ۱۵ | ۱۱/۷ | ۰ | ۰ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۱ | ۴۹ | ۳۷/۷ | ۴۷ | ۳۶/۲ | ۲۰ | ۱۵/۴ | ۴ | ۳/۱ | ۹ | ۷ | ۱ | ۰/۸ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۲ | ۱۱ | ۸/۵ | ۴۹ | ۳۷/۷ | ۴۴ | ۳۳/۹ | ۱۱ | ۸/۴ | ۱۴ | ۱۰/۸ | ۱ | ۰/۸ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۳ | ۵۵ | ۴۲/۴ | ۴۸ | ۳۶/۹ | ۱۲ | ۹/۲ | ۳ | ۲/۳ | ۱۰ | ۷/۸ | ۲ | ۱/۵ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۴ | ۱۹ | ۱۴/۶ | ۴۶ | ۳۵/۵ | ۴۱ | ۳۱/۶ | ۷ | ۵/۴ | ۱۵ | ۱۱/۷ | ۲ | ۱/۵ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۵ | ۶۱ | ۴۷ | ۴۲ | ۳۲/۳ | ۱۰ | ۷/۸ | ۵ | ۳/۸ | ۱۰ | ۷/۸ | ۲ | ۱/۵ | ۱۳۰ |
| ۱۳۸۶ | ۲۲ | ۱۶/۹ | ۴۴ | ۳۳/۹ | ۳۵ | ۲۷ | ۱۲ | ۹/۲ | ۱۵ | ۱۱/۶ | ۲ | ۱/۵ | ۱۳۰ |

در برگرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۸۵ با ۷/۸ درصد بوده است. و حداکثر شمارگان ۱۰۰۰۰ - ۵۰۰۰ نسخه، در طی سال‌های ۷۸ و ۸۶ بیشترین شمارگان چاپ شده با ۹/۲ درصد را در بر گرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۸۳ با ۲/۳ درصد بوده است. و حداکثر شمارگان بالاتر از ۱۰۰۰۰ نسخه، بیشترین شمارگان چاپ شده در طی سال‌های ۸۰، ۸۴، ۸۶ با ۱۱/۶ درصد را در برگرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال‌های ۷۷ و ۷۹ با ۵/۴ درصد بوده است.

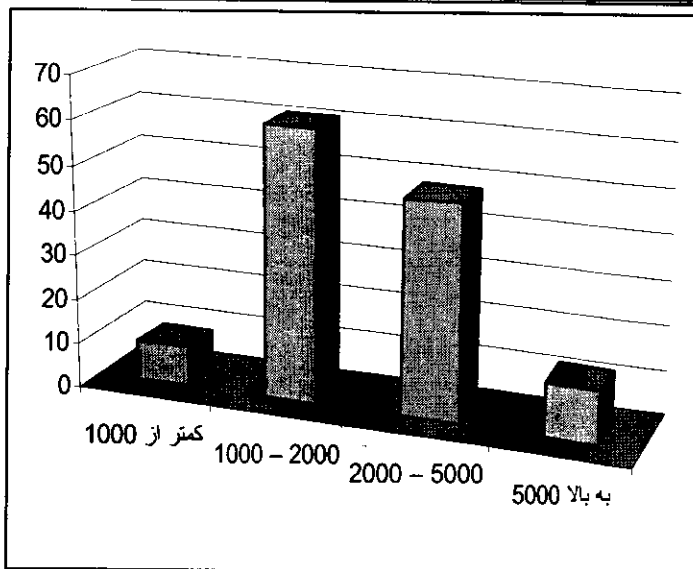
جدول شماره ۳-۲ نشان می‌دهد که: حداکثر شمارگان کتاب‌ها بین سال‌های ۷۶ تا ۸۶ با تیراژ کمتر از ۱۰۰۰ نسخه، سال ۸۵ بیشترین شمارگان چاپ شده با ۴۷ درصد را در برگرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۷۶ با ۲/۳ درصد بوده است. و حداکثر شمارگان ۱۰۰۰ - ۲۵۰۰ نسخه، سال ۷۹ بیشترین شمارگان چاپ شده با ۴۷/۶ درصد را در برگرفته است و کمترین شمارگان چاپ شده در سال ۷۶ با ۳۳/۹ درصد بوده است. و حداکثر شمارگان ۲۵۰۰ - ۵۰۰۰ نسخه، بیشترین شمارگان چاپ شده در سال ۷۶ با ۵۳ درصد را

جدول ۴. توزیع فراوانی سطح متوسط شمارگان (تیراژ) منتشره ناشران

| شرح | فراوانی | درصد | درصد پاسخ داده‌ها | درصد تجمعی |
|--------------|---------|------|-------------------|------------|
| کمتر از ۱۰۰۰ | ۹ | ۶/۹ | ۶/۹ | ۶/۹ |
| ۱۰۰۰ - ۲۰۰۰ | ۶۱ | ۴۶/۹ | ۴۶/۹ | ۵۳/۸ |
| ۲۰۰۰ - ۵۰۰۰ | ۴۸ | ۳۶/۹ | ۳۶/۹ | ۹۰/۸ |
| ۵۰۰۰ به بالا | ۱۲ | ۹/۲ | ۹/۲ | ۱۰۰ |
| کل | ۱۳۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

شمارگان ۲۰۰۰ - ۵۰۰۰ نسخه با فراوانی ۳۶/۹ درصد و ۱۲ ناشر، به طور متوسط شمارگان ۵۰۰۰ به بالا با فراوانی ۹/۲ درصد می‌باشد.

در جدول ۴ مشاهده می‌شود که: ۹ ناشر، به طور متوسط شمارگان کمتر از ۱۰۰۰ نسخه با فراوانی ۶/۹ درصد، ۶۱ ناشر، به طور متوسط شمارگان ۱۰۰۰ - ۲۰۰۰ نسخه با فراوانی ۴۶/۹ درصد، ۴۸ ناشر، به طور متوسط،



نمودار ۳. سطح متوسط شمارگان (تیراژ) منتشره ناشران

امکانات نشر کتاب در طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) در چه سطوحی قرار داشته است؟

جدول ۵. توزیع فراوانی در اختیار داشتن امکانات نشر برای ناشران

| ردیف | امکانات | بلی | | خیر | | کل | درصد |
|------|----------------|-------|------|-------|------|-----|------|
| | | تعداد | درصد | تعداد | درصد | | |
| ۱ | دفتر کار نشر | ۱۱۷ | ۹۰ | ۱۳ | ۱۰ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۲ | حروفچینی | ۷۳ | ۵۶/۲ | ۵۷ | ۴۳/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۳ | ویراستاری | ۷۱ | ۵۴/۶ | ۵۹ | ۴۵/۴ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۴ | نمونه‌خوانی | ۵۶ | ۴۳/۱ | ۷۴ | ۵۶/۹ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۵ | اجرای کامپیوتر | ۸۲ | ۶۳/۱ | ۴۸ | ۳۶/۹ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۶ | لیتوگرافی | ۱۶ | ۱۲/۳ | ۱۱۴ | ۸۷/۷ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۷ | چاپ | ۲۵ | ۱۹/۲ | ۱۰۵ | ۸۰/۸ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۸ | صحافی | ۱۱ | ۸/۵ | ۱۱۹ | ۹۱/۵ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |
| ۹ | پخش | ۷۹ | ۶۰/۸ | ۵۱ | ۳۹/۲ | ۱۳۰ | ۱۰۰ |

درصد)، در کار نشر خود دارای تجهیزات اجرای لیتوگرافی و ۱۱۴ ناشر، با فراوانی (۸۷/۷ درصد) فاقد اجرای لیتوگرافی و ۲۵ ناشر، با فراوانی (۱۹/۲ درصد)، در کار نشر خود دارای تجهیزات اجرای چاپ و ۱۰۵ ناشر، با فراوانی (۸۰/۸ درصد) فاقد تجهیزات اجرای چاپ و ۱۱ ناشر، با فراوانی (۸/۵ درصد)، در کار نشر خود دارای تجهیزات اجرای صحافی و ۱۱۹ ناشر، با فراوانی (۹۱/۵ درصد) فاقد تجهیزات اجرای صحافی و ۷۹ ناشر، با فراوانی (۶۰/۸ درصد)، در کار نشر خود دارای امکانات پخش و ۵۱ ناشر، با فراوانی (۳۹/۲ درصد) فاقد امکانات پخش در کار نشر خود می‌باشند.

وضعیت بازده اقتصادی نشر به عنوان یک اشتغال تمام وقت برای ناشران چگونه است؟

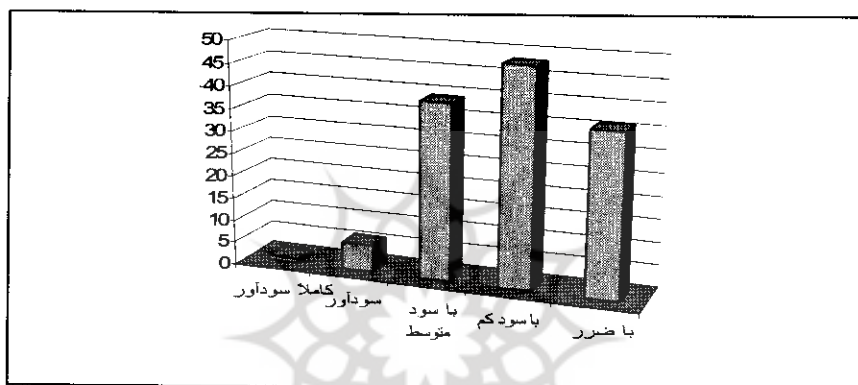
همان‌گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود ۱۱۷ ناشر با فراوانی (۹۰ درصد) دارای دفتر کار نشر و تعداد ۱۳ ناشر با فراوانی (۱۰ درصد) فاقد دفتر کار نشر هستند، ۷۳ ناشر با فراوانی (۵۶/۲ درصد)، دارای تجهیزات حروفچینی و ۵۷ ناشر با فراوانی (۴۳/۸ درصد) فاقد تجهیزات حروفچینی، ۷۱ ناشر، با فراوانی (۵۴/۶ درصد) در کار نشر خود دارای ویراستاری و ۵۹ ناشر، با فراوانی (۴۵/۴ درصد) فاقد ویراستاری، ۵۶ ناشر، با فراوانی (۴۳/۱ درصد)، در کار نشر خود دارای نمونه‌خوانی و ۷۴ ناشر، با فراوانی (۵۶/۹ درصد) در کار نشر خود فاقد نمونه‌خوانی، ۸۲ ناشر، با فراوانی (۶۳/۱ درصد)، در کار نشر خود دارای تجهیزات اجرای کامپیوتری و ۴۸ ناشر، با فراوانی (۳۶/۹ درصد) فاقد اجرای کامپیوتری و ۱۶ ناشر، با فراوانی (۱۲/۳

جدول ۶. توزیع فراوانی ارزیابی سرمایه‌گذاری در نشر کتاب

| درصد تجمعی | درصد پاسخ داده‌ها | درصد | فراوانی | ارزیابی سرمایه‌گذاری در نشر کتاب |
|---------------|----------------------|------|---------|-------------------------------------|
| ۰/۸ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۱ | کاملاً سودآور |
| ۵/۴ | ۴/۶ | ۴/۶ | ۶ | سودآور |
| ۳۵/۴ | ۳۰ | ۳۰ | ۳۹ | با سود متوسط |
| ۷۲/۳ | ۳۶/۹ | ۳۶/۹ | ۴۸ | با سود کم |
| ۱۰۰ | ۲۷/۷ | ۲۷/۷ | ۳۶ | با ضرر |
| | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۳۰ | کل |

۴/۶ درصد و کاملاً سودآور فقط با ۱ فراوانی ۰/۸ درصد، را از عوامل مهم در ایجاد مشکلات نشر کتاب می‌دانند.

جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که: از نظر ناشران سرمایه‌گذاری در نشر کتاب با فراوانی ۹۴/۶ درصد، در مجموع از نظر اقتصادی زیان‌آور است. سودآور با ۶ فراوانی



نمودار ۴. ارزیابی سرمایه‌گذاری در نشر کتاب

و پرفروش بودن چاپ‌های قبلی کتاب نیز به ترتیب اولویت‌های دوم و سوم بوده و شهرت نویسنده نیز به عنوان اولویت چهارم (آخر) شناخته شده است. و بیشترین تولیدات در حوزه‌های موضوعی طبق جدول ۲ به ترتیب اولویت زیر می‌باشد:

اولویت‌بندی‌های ناشران با استفاده از روش اولویت‌بندی‌های ناشران با استفاده از روش TOPSIS^۱ انجام گرفته است و نتایج زیر به دست آمده است: که پرسش‌های اساسی ۳ و ۷ را نیز شامل می‌شود.

جدول ۷. برای پذیرش یک کتاب جهت نشر عوامل چهارگانه به ترتیب اولویت مطرح شده‌اند.

جدول ۸. اولویت موضوعی فعالیت ناشران

| اولویت | سوالات | امتیاز |
|--------|-------------------|--------|
| ۱ | دین | ۱۰۰ |
| ۲ | علوم عملی | ۹۹/۱۶ |
| ۳ | ادبیات | ۹۵/۷۷ |
| ۴ | تاریخ و جغرافیا | ۹۱/۷۰ |
| ۵ | علوم خالص | ۸۶/۹۲ |
| ۶ | کودکان و نوجوانان | ۸۶/۵۵ |
| ۷ | کلیات | ۸۱/۹۱ |
| ۸ | فلسفه و روانشناسی | ۸۱/۶۹ |
| ۹ | هنر | ۷۹/۱۴ |
| ۱۰ | زبان | ۷۷/۰۷ |
| ۱۱ | علوم اجتماعی | ۷۲/۷۹ |

| اولویت | سوالات | امتیاز |
|--------|-------------------------------|--------|
| ۱ | نیازسنجی در جامعه | ۱۰۰ |
| ۲ | جدید بودن موضوع | ۹۴/۸۸ |
| ۳ | پرفروش بودن چاپ‌های قبلی کتاب | ۹۱/۶۰ |
| ۴ | شهرت نویسنده | ۷۹/۹۴ |

در پذیرش یک کتاب برای نشر عوامل چهارگانه فوق معرفی شده‌اند. عامل نیازسنجی در جامعه مورد مطالعه به عنوان اولویت اول شناخته شده است. جدید بودن موضوع

^۱.Technique for order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)

روشی برای مرتب کردن گزینه‌ها نسبت به گزینه ایده‌آل می‌باشد.

در زمینه‌های فعالیت ناشران به تفکیک حوزه‌های موضوعی عوامل یازده‌گانه فوق معرفی شده‌اند. حوزه دین

ششم و هفتم و فلسفه و روانشناسی و هنر و زبان نیز به ترتیب اولویت‌های هشتم و نهم و دهم و علوم اجتماعی نیز به عنوان اولویت یازدهم (آخر) شناخته شده است.

به عنوان اولویت اول شناخته شده است. علوم عملی و ادبیات نیز به ترتیب اولویت‌های دوم و سوم و تاریخ و جغرافیا و علوم خالص در اولویت‌های چهارم و پنجم و کودکان و نوجوانان و کلیات نیز به ترتیب اولویت‌های

جدول ۹. همچنین از دیدگاه ناشران در مورد مسائل مربوط به نشر کتاب عوامل هفده‌گانه به ترتیب اولویت زیر مطرح شده‌اند.

| اولویت | سوالات | امتیاز |
|--------|---|--------|
| ۱ | سانسور یا ممیزی کتاب | ۱۰۰ |
| ۲ | اعمال نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر قیمت‌گذاری کتاب | ۷۲/۱۵ |
| ۳ | ادامه توزیع زینک به نرخ دولتی | ۵۷/۳۷ |
| ۴ | ادامه توزیع مقوا به نرخ دولتی | ۵۷/۰۴ |
| ۵ | ادامه توزیع کاغذ به نرخ دولتی | ۵۷/۰۱ |
| ۶ | برای عرضه کتاب با ایجاد یک نمایشگاه دائمی کتاب توسط تشکل‌های صنفی ناشران | ۴۷/۸۳ |
| ۷ | همکاری بیشتر با تشکل‌های صنفی ناشران | ۴۴/۲۹ |
| ۸ | همکاری بیشتر با اتحادیه ناشران | ۴۳/۷۴ |
| ۹ | یارانه دولتی در نشر | ۴۳/۰۲ |
| ۱۰ | برپایی نمایشگاه‌های استانی | ۴۲/۶۷ |
| ۱۱ | تهیه فهرست انتشارات ناشران استان تهران | ۴۱/۰۲ |
| ۱۲ | تسهیلات چاپخانه به نرخ دولتی | ۳۸/۸۳ |
| ۱۳ | راه‌اندازی یک نمایشگاه دائمی برای ناشران استان تهران از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در یکی از مکان‌های مناسب | ۳۷/۵۰ |
| ۱۴ | پرداخت وام بلاعوض | ۳۰/۳۴ |
| ۱۵ | برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی | ۲۴/۸۰ |
| ۱۶ | تسهیلات وام با بهره کم برای خرید مکان نشر | ۲۳/۰۲ |
| ۱۷ | پرداخت وام طولانی مدت | ۱۷/۶۳ |

بین‌المللی؛ تسهیلات وام با بهره کم برای خرید مکان نشر؛ پرداخت وام طولانی مدت.

و مشکلات نشر کتاب از دیدگاه ناشران طی سال‌های (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶) طبق جداول زیر ارائه شده است:

جدول ۱۰. اولویت بندی مشکلات ناشران

| اولویت | سوالات | امتیاز |
|--------|---|--------|
| ۱ | عدم اطلاع‌رسانی صحیح و نبود تبلیغات مربوط به کتاب | ۱۰۰ |
| ۲ | گرانی قیمت کتاب نسبت به متوسط درآمد افراد | ۸۸/۵۴ |
| ۳ | عدم پرداخت به موقع و برگشت چک‌های دریافتی از کتابفروشان و توزیع‌کنندگان | ۷۸/۹۰ |
| ۴ | گرانی غرفه‌های عرضه شده در نمایشگاه‌های کتاب | ۷۷/۷۷ |
| ۵ | گرانی کاغذ و کمبود آن | ۷۶/۵۹ |
| ۶ | ممیزی کتاب | ۷۵/۷۶ |
| ۷ | تمدید پروانه نشر | ۶۸/۵۶ |
| ۸ | طولانی بودن زمان دریافت مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی | ۶۵/۸۰ |
| ۹ | دستمزد نویسندگان، مترجم، ویراستار و تصویرگر و ... | ۵۹/۱۸ |

برای دیدگاه ناشران در مورد مسائل مربوط به نشر کتاب عوامل هفده‌گانه فوق معرفی شده‌اند که به ترتیب اولویت‌های ذیل انتخاب شدند: عامل سانسور یا ممیزی کتاب؛ اعمال نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر قیمت‌گذاری کتاب؛ ادامه توزیع زینک به نرخ دولتی؛ ادامه توزیع مقوا و کاغذ به نرخ دولتی بوده؛ عرضه کتاب با ایجاد یک نمایشگاه دائمی کتاب توسط تشکل‌های صنفی ناشران؛ همکاری بیشتر با تشکل‌های صنفی؛ همکاری بیشتر با اتحادیه ناشران؛ یارانه دولتی در نشر؛ برپایی نمایشگاه‌های استانی؛ تهیه فهرست انتشارات ناشران استان تهران؛ تسهیلات چاپخانه به نرخ دولتی؛ راه‌اندازی یک نمایشگاه دائمی برای ناشران استان تهران از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در یکی از مکان‌های مناسب؛ پرداخت وام بلاعوض و برپایی نمایشگاه‌های

و پیشنهادات ناشران برای بهبود اقتصاد نشر کتاب در جدول زیر به ترتیب اولویت ارائه شده است:

جدول ۱۲. اولویت بندی عوامل موثر بر بهبود اقتصاد نشر

| اولویت | سؤالات | امتیاز |
|--------|--|--------|
| ۱ | ترویج فرهنگ کتابخوانی در مدارس و از طریق تلویزیون و رسانه‌ها | ۱۰۰ |
| ۲ | افزایش تبلیغ رایگان کتاب | ۹۰/۱۷ |
| ۳ | خرید دولتی | ۸۲/۶۳ |
| ۴ | ازدیاد کتابخانه‌ها | ۷۱/۶۸ |
| ۵ | پرداخت یارانه به وسیله دولت | ۷۱/۱۴ |
| ۶ | کانالیزه شدن سیستم عرضه و فروش و خرید کتاب | ۶۶/۴۸ |
| ۷ | برگزاری نمایشگاه‌های مختلف | ۶۰/۳۹ |
| ۸ | تخصصی شدن نشر | ۶۰/۳۸ |
| ۹ | واگذاری نظارت و ممیزی به خود ناشران | ۵۹/۷۹ |
| ۱۰ | به کارگیری تکنولوژی جدید در صنعت نشر | ۵۴/۴۰ |
| ۱۱ | مبادله‌ی بین ناشران | ۳۴/۵۹ |

برای موانع و مشکلات اصلی نشر کتاب از دیدگاه ناشران عوامل نه‌گانه فوق معرفی شده‌اند. عامل عدم اطلاع‌رسانی صحیح و نبود تبلیغات مربوط به کتاب به عنوان اولویت اول شناخته شده است. گرانی قیمت کتاب نسبت به متوسط درآمد افراد و عدم پرداخت به موقع و برگشت چک‌های دریافتی از کتابفروشان و توزیع‌کنندگان نیز به ترتیب اولویت‌های دوم و سوم بوده و گرانی غرفه‌های عرضه شده در نمایشگاه‌های کتاب و گرانی کاغذ و کمبود آن و ممیزی کتاب و تمدید پروانه نشر و طولانی بودن زمان دریافت مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز به ترتیب اولویت‌های چهارم، پنجم، ششم، هفتم و هشتم بوده و دستمزد نویسندگان، مترجم، ویراستار و تصویرگر و ... مربوط به مشکلات نشر کتاب به عنوان اولویت نهم (آخر) شناخته شده است.

جدول ۱۱. اولویت موانع و مشکلات کتابخوانی از دیدگاه ناشران

| اولویت | سؤالات | امتیاز |
|--------|--|--------|
| ۱ | نارسائی نظام آموزش و پرورش | ۱۰۰ |
| ۲ | نارسائی نظام تربیتی در خانواده و عدم توجه کافی به کتاب | ۹۶/۹۴ |
| ۳ | عدم عادت و آموزش کتابخوانی در سطح جامعه | ۹۲/۳۶ |
| ۴ | نازل بودن سطح فرهنگ عمومی | ۹۱/۸۹ |
| ۵ | نبود فرهنگ کتاب در سبب خرید خانوار ایرانی | ۸۵/۸۷ |
| ۶ | نظام تک متنی (درسی) در دوره‌های تحصیلی | ۷۴/۴۳ |
| ۷ | کمبود کتابخانه | ۵۷/۵۵ |
| ۸ | اقبال مردم به ماهواره | ۵۶/۶۴ |
| ۹ | اقبال مردم به تلویزیون | ۵۶/۱۷ |
| ۱۰ | اقبال مردم به اینترنت | ۵۴/۱۷ |
| ۱۱ | اقبال مردم به پایگاه‌های اطلاعاتی (کامپیوتر) | ۴۵/۲۷ |
| ۱۲ | کمبود کتابفروشی | ۳۹/۰۹ |

برای موانع و مشکلات کتابخوانی از دیدگاه ناشران عوامل دوازده‌گانه فوق معرفی شده‌اند که به ترتیب اولویت‌های ذیل انتخاب شدند: نارسائی نظام آموزش و پرورش؛ نارسائی نظام تربیتی در خانواده؛ عدم توجه کافی به کتاب و عدم عادت و آموزش کتابخوانی در سطح جامعه؛ نازل بودن سطح فرهنگ عمومی و نبود فرهنگ کتاب در سبب خرید خانوار ایرانی؛ نظام تک متنی (درسی) در دوره‌های تحصیلی؛ کمبود کتابخانه؛ اقبال مردم به ماهواره، تلویزیون، اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی (کامپیوتر)؛ کمبود کتابفروشی.

برای راه‌های کمک به بهبود اقتصاد نشر از دیدگاه ناشران عوامل یازده‌گانه فوق معرفی شده‌اند که به ترتیب اولویت‌های ذیل انتخاب شدند: ترویج فرهنگ کتابخوانی در مدارس از طریق تلویزیون و رسانه‌ها؛ افزایش تبلیغ رایگان کتاب؛ خرید دولتی؛ افزایش کتابخانه‌ها؛ پرداخت یارانه به وسیله دولت؛ کانالیزه شدن سیستم عرضه و فروش و خرید کتاب اولویت‌های دوم، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف و تخصصی شدن نشر؛ واگذاری نظارت و ممیزی به خود ناشران؛ به کارگیری تکنولوژی جدید در صنعت نشر؛ مبادله‌ی بین ناشران.

نتیجه‌گیری

با توجه به سؤال‌های پژوهش از بررسی پاسخ‌های دریافت شده، همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها و جداول و نمودارهای ارائه شده نتایجی حاصل شد که به شرح زیر می‌باشد:

۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی ناشران:

- بر طبق نتایج حاصله بیشترین درصد محل انتشارات ناشران دارای مؤسسه‌های نشر در تهران با ۹۵/۴ درصد به دلیل این که اکثر ناشران در شهر تهران به لحاظ قدمت تاریخی بیشتر فعالیت داشته‌اند، و بیشتر فعالیت‌های علمی و سیاسی، و ... در شهر تهران انجام می‌شد و انگیزه ناشر شدن در بین ناشران به خاطر علاقه به کار فرهنگی با ۶۴/۶ درصد در اکثریت بوده است.

۲. کتاب‌های منتشر شده توسط ناشران:

نتایج حاصل از جداول شماره ۳-۱ و ۳-۲ و ۴ نشان می‌دهد تیراژ یا شمارگان کتاب در طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶ نوسان شدیدی داشته و در سال‌های مختلف تیراژ کتاب کمتر شده است. به دلیل تقاضای کم برای این کالا است. ما باید بیشترین تلاش‌مان را صرف بالا بردن تقاضا کنیم. الآن عرضه کتاب، بیشتر از تقاضای آن است. یا به عبارت بهتر، تقاضا به نسبت عرضه‌ای که صورت می‌گیرد، خیلی کم است. این مسأله با توجه به جمعیت ۷ میلیونی که تیراژ کتاب نه تنها در سال‌های اخیر بهبود نیافته، بلکه سیر نزول نیز داشته است. و به طور متوسط شمارگان یا تیراژ منتشره ناشران، ۲۰۰۰ - ۱۰۰۰ نسخه با ۴۶/۹ درصد می‌باشد.

۳. در اختیار داشتن امکانات نشر برای ناشران:

نتایج حاصل از جدول ۵ نشان می‌دهد اکثریت ناشران با ۹۰ درصد دارای دفتر کار نشر می‌باشند. ناشران معتقدند، که بدون حمایت و پشتیبانی دولت از بخش فرهنگ کمتر ناشری با توجه به وضعیت کنونی اقتصادی حاضر به سرمایه‌گذاری خواهد بود. تقویت بنیه اقتصادی ناشران در قالب ارائه تسهیلات مالی یکی از راهکارهای خروج بازار نشر از بحران است.

۴. ارزیابی سرمایه‌گذاری در نشر کتاب:

نتایج حاصل از جدول ۶ نشان می‌دهد ناشران ارزیابی سرمایه‌گذاری در نشر کتاب را با فراوانی ۹۴/۶ درصد در کل از نظر اقتصادی زیان‌آور می‌دانند و اصلی‌ترین مشکل ناشران غیراقتصادی بودن این حرفه است. اولویت‌بندی‌ها با استفاده از روش TOPSIS انجام گرفته‌اند و نتایج زیر به دست آمده است: که پرسش‌های اساسی ۳ و ۷ را نیز شامل می‌شود.

طبق یافته‌های پژوهش در پذیرش یک کتاب برای نشر به ترتیب اولویت، عوامل نیازسنجی در جامعه، جدید بودن موضوع، پرفروش بودن چاپ‌های قبلی کتاب و شهرت نویسنده انتخاب شده‌اند.

در زمینه فعالیت‌های ناشران به تفکیک حوزه‌های موضوعی به ترتیب اولویت موضوعات: دین، علوم عملی، ادبیات، تاریخ و جغرافیا، علوم خالص، کودکان و نوجوانان، کلیات، فلسفه و روانشناسی، هنر، زبان و علوم اجتماعی انتخاب شده‌اند.

برای دیدگاه ناشران در مورد مسائل مربوط به نشر کتاب به ترتیب اولویت موارد ذیل انتخاب شده‌اند: سانسور یا ممیزی کتاب، اعمال نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر قیمت‌گذاری کتاب، ادامه توزیع زینک به نرخ دولتی، ادامه توزیع مقوا و کاغذ به نرخ دولتی. از موانع و مشکلات اصلی نشر کتاب از دیدگاه ناشران به ترتیب اولویت موارد: عدم اطلاع‌رسانی صحیح، نبود تبلیغات مربوط به کتاب، گرانی قیمت کتاب نسبت به متوسط درآمد افراد، عدم پرداخت به موقع و برگشت چک‌های دریافتی از کتابفروشان و توزیع‌کنندگان، گرانی غرفه‌های عرضه شده در نمایشگاه‌های کتاب، گرانی کاغذ و کمبود آن، ممیزی کتاب، تمدید پروانه نشر و طولانی بودن زمان دریافت مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انتخاب شده‌اند.

برای موانع و مشکلات کتابخوانی از دیدگاه ناشران به ترتیب اولویت موارد: نارسائی نظام آموزش و پرورش، نارسائی نظام تربیتی در خانواده، عدم توجه کافی به کتاب، عدم عادت و آموزش کتابخوانی در سطح جامعه انتخاب شده‌اند.

برای راه‌های کمک به بهبود اقتصاد نشر اولویت‌های انتخاب شده توسط ناشران نمونه عبارتند از: ترویج فرهنگ کتابخوانی در مدارس و از طریق تلویزیون و رسانه‌ها، افزایش تبلیغ رایگان کتاب، خرید دولتی، ازدیاد کتابخانه‌ها، پرداخت یارانه به وسیله دولت، کانالیزه شدن سیستم عرضه و فروش و خرید کتاب، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف، تخصصی شدن نشر، واگذاری نظارت و ممیزی به خود ناشران، به کارگیری تکنولوژی جدید در صنعت نشر و مبادله‌ی بین ناشران.

فرضیه‌های پژوهش حاضر با استفاده از آزمون خی‌دو تحت آزمون قرار گرفته است. به ترتیب، فرضیه اول؛ وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و انگیزه ناشران تأیید شد. نیز عدم وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و عضویت در این تشکل تأیید گردید و در واقع فرضیه دوم رد شد. و وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و سرمایه‌گذاری ناشران نیز تأیید گردید.

لذا، می‌توان نتیجه گرفت که تشکل‌های صنفی نقش مهمی در ایجاد انگیزه ناشران دارند و باید از سرمایه‌گذاری ناشران در امر نشر حمایت کنند.

مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پیشینه‌های موجود

اوصیاء در سال ۱۳۸۴ پژوهشی تحت عنوان «بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان مازندران طی سال‌های ۱۳۷۸-۱۳۸۲» انجام داد. یافته‌ها نشان می‌دهد که اصلی‌ترین مشکل ناشران غیر اقتصادی بودن این حرفه است و این پژوهش هم به این نتیجه رسید؛ در پژوهش حاضر از نظر ناشران سرمایه‌گذاری در نشر کتاب دارای سود کم با ۳۶/۹ درصد و با ضرر ۲۷/۷ درصد، فعال نبودن انجمن‌های فرهنگی و تشکل‌های صنفی از جمله مشکلات ناشران هر دو استان می‌باشد.

مهدیانی و مرتضوی در سال ۱۳۸۴ طی پژوهشی تحت عنوان «سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر» را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که طی ۲۴ سال گذشته نشر کتاب در ایران با برخورداری از میانگین نرخ رشدی حدود ۲۳ درصد، شاهد رشد مداومی بوده است. در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۱ رشد تولید کتاب آهنگی تندتر (۱۲٪) به خود می‌گیرد. در حالی که در پژوهش حاضر کتاب‌های منتشر شده در بین سال‌های مورد مطالعه نوسان بالا و پایینی داشته است.

ازوجی در سال ۱۳۸۶ پژوهشی تحت عنوان «تحولات کارآفرینی فرهنگی ایران با تأکید بر صنعت چاپ و نشر» انجام داد. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که در دهه اخیر تمامی مؤسسات صنعت نشر از رشد بالاتری برخوردار بوده است. همچنین بیشتر مؤسسات صنعت نشر از لحاظ حقوقی در قالب بخش خصوصی اداره شده‌اند و نقش دولت و تعاون در این حوزه‌ها از بخش فرهنگ بسیار کم‌رنگ‌تر است. و این تحقیق هم به این نتیجه رسید یعنی بیشترین نوع مالکیت مؤسسه انتشارات ناشران ۱۰۰ درصد مربوط به ناشران خصوصی می‌باشد. ناشران خصوصی کتاب‌ها را با سرمایه‌های خصوصی و با پذیرش مخاطرات مالی منتشر و با کوشش و اهتمام خود، راه را بر نشر کتاب‌های خود باز می‌کنند. معمولاً در قالب شرکت‌های خصوصی فعالیت می‌کنند یکی از دلایلی که بیشترین نوع مالکیت مؤسسه‌های انتشارات ناشران در این پژوهش خصوصی هستند، به علت همکاری نکردن ناشران بخش دولتی بوده است. و به عبارتی دیگر عدم تمایل ناشران دولتی، در جهت پاسخگویی به سؤالات که باعث حذف آنها از مطالعه این پژوهش شد.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتایج تحقیق حاضر، پیشنهادات ذیل براساس نتایج تحقیق و مصاحبه‌هایی که با دست‌اندرکاران امر انتشار کتاب صورت گرفته ارائه می‌گردد:

۱- یکی از موانع موجود نشر کتاب، عدم اطلاع‌رسانی دقیق در امر نمایشگاه‌های کتاب است که باعث سردرگمی ناشران شده و گاهی آنها را در چالش‌های اداری قرار داده و وقت آنها را هدر می‌دهد.

برای حل این مشکل ابتدا باید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مسئولیت برپایی نمایشگاه‌های کتاب را به اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران واگذار کند تا اطلاع‌رسانی قوی و آگاه ساختن ناشران توسط این اتحادیه انجام گیرد. یکی از مهم‌ترین ارکانی که در این امر می‌تواند به صنعت نشر کمک کند حضور شخص ناشر در نمایشگاه‌های کتاب است، مخصوصاً نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران جهت ارتباط مستقیم با قشر فرهنگی و اقشار عامه مردم بسیار مفید است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند فقط محل را در اختیار تشکل‌های صنفی از جمله اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران قرار دهد تا از طریق اتحادیه با کمک و نظرخواهی جمع اعضا و ناشران علاقه‌مند نمایشگاه اداره شود. نمایشگاه هم فقط نمایش کتاب باشد نه فروشگاه. چون با فروش کتاب در نمایشگاه شغل ناشر و کتاب‌فروش مخلدوش می‌شود و این نوع نمایشگاه-فروشگاه به تدریج شغل کتابفروشی را از بین می‌برد. البته نظر کارشناسی اتحادیه ناشران هم در این زمینه مورد بررسی قرار بگیرد بهتر است.

۲- دادن بن کتاب به دانشجویان و افراد کم درآمد جامعه با توجه به بالا بودن قیمت بعضی از کتاب‌ها توسط دولت، که فقط این بن‌ها برای خرید کتاب مصرف شود، و بن‌های کتاب دارای تهر برگ باشد تا زمانی که تهر برگ بن‌ها توسط شخص مصرف کننده تحویل به واحد مربوطه نشود، از دادن بن جدید به افراد جلوگیری به عمل آید.

۳- توسعه فرهنگ کتابخوانی، که می‌توان پیشنهادات زیر را برای آن ارائه داد:

۱-۳. تعیین جایزه برای خلاصه کردن کتاب‌ها. البته کتاب‌های مفید و مؤثر.

۲-۳. تبلیغ از طریق رسانه‌های جمعی: نقد و معرفی

آثار منتشره، معرفی کتابخانه‌ها.

فعالان کنونی این سه بخش، ورود سرمایه‌های تازه به این صنعت در سراسر کشور تشویق و تسهیل می‌شود.

۶- کمک مالی به ناشران در امر تهیه و خرید امکانات و تجهیزات پیشرفته چاپ.

۷- حمایت غیرمستقیم دولت، از طریق خرید تخمینی و یا به عبارتی پیش خرید انتشارات برای تجهیز کتابخانه‌های عمومی و تخصصی.

۸- ارائه خدمات پست دولتی ارزان و خاص برای ناشران.

تجارت الکترونیک و تشویق استفاده از کارت‌های اعتباری کتاب می‌تواند پاسخ مناسبی برای تعیین رفتار مطالعاتی باشد، زیرا زمانی که فرد اعتبار خرید یک محصول را داراست، هدف تنها خرید آن کالای مورد نظر است و این امر می‌تواند افراد را به ویژه جمعیت جوان کشور را به خرید کتاب تشویق کند. در صورتی که مسئولان حوزه کتاب یک برنامه‌ریزی برای آموزش مردم جهت خریدهای اینترنتی و ایجاد سایت‌ها و کارت‌های اعتباری داشته باشند، در آینده‌ای نزدیک می‌توانند اطلاعات آماری بازار کتاب ایران را منسجم و به روز کنند.

۹- خدمات اطلاع‌رسانی به ویژه اشاعه اطلاعات برگزیده^۱ از پژوهش‌ها، پایان‌نامه‌ها، مقاله‌ها، گزارش‌های بین‌المللی و جز آن می‌تواند پژوهشگران، آموزش‌دهندگان و سایر علاقه‌مندان به نشر را در جریان مسائل روز بگذارد و آنها را با سیر تحولات همراه کند.

۱۰- تشکیل کانون‌های بررسی کتاب و نشر و خدمات اطلاع‌رسانی در دانشکده‌های دارای رشته‌های علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، علوم اجتماعی، چاپ و نشر، خبرنگاری راه برقراری پیوند مناسب میان آموزش و پژوهش نشر و گامی بلند در جهت مرتبط ساختن آنها با اقتصاد و صنعت نشر است.

۱۱- ارائه پاره‌ای راهکارها برای رویارویی با وضعیت جدید:

۱۱-۱. تجدید نظر جدی در سیاست حمایت از نشر، به ویژه از حقوق ناشران با لغو مقرارت دست و پاگیر و تأمین امنیت شغلی.

۱۱-۲. ایجاد تحول در ساختار اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران.

۳-۳. تشویق مستمر دست اندرکاران امر نشر: نویسنده، مترجم، ناشر... توسط دستگاه‌ها و سازمان‌های مربوطه.

۳-۴. تزیین ویتترین و اختصاص فضایی مناسب در کتابفروشی‌ها برای مشتریان تا به راحتی در محیطی دلچسب قادر به انتخاب و بررسی کتاب گردند.

۳-۵. گسترش اینترنت در ایران و ارائه فروش کتاب از طریق آن می‌تواند امکانات گسترده‌ای در زمینه معرفی کتاب به عنوان یک کالای فرهنگی، گسترش فرهنگ کتابخوانی در میان اقشار گوناگون جامعه و کمک به چرخه تولید و عرضه و فروش کتاب، در اختیار دست‌اندرکاران این صنعت قرار دهد.

۳-۶. بالا بردن تیراژ، و نیازسنجی از جامعه توسط ناشران برای توسعه فرهنگ کتابخوانی.

۳-۷. گنجانیدن واحد درسی آشنایی با کتابخانه در تمام سطوح آموزشی، لازم به ذکر است که محل تشکیل می‌تواند در کتابخانه باشد.

۴- حمایت مالی از ناشرین خصوصی برای چاپ کتاب‌های ارزشمند و تخصصی توسط دولت.

۵- تجدید نظر در سیاست‌های حمایت از صنعت نشر که می‌تواند شامل خصوصیات زیر باشد: عام، شفاف، پایدار، علنی، ضدرانت، ملی و غیربخشی، قانونی و غیربخشنامه‌ای، کارشناسی شده، هم‌راستا با سیاست کاهش تصدی‌گری دولت و در جهت تبدیل تدریجی اقتصاد دولتی به اقتصاد غیردولتی و آزاد.

مناسب‌ترین سیاست‌های حمایتی، سیاست‌هایی است که در درازمدت بخش حمایت شونده را تدریجاً از حمایت بی‌نیاز کند. این سیاست‌ها می‌بایست به گونه‌ای طراحی و اجرا شوند که هر شخص حقیقی یا حقوقی، منحصرأ و فقط زمانی از آن حمایت‌ها برخوردار شود که تلاش و خلاقیت بیشتری از خود نشان داده باشد.

یکی از سیاست‌ها که می‌تواند به توازن بخش تولید و فروش کتاب کمک کند، تصویب قانونی برای تخصیص کاربری فرهنگی برای تأسیس و فعالیت کتابفروشی، دفتر نشر کتاب و مؤسسه توزیع کتاب است.

در صورت تصویب این قانون، هزینه تأسیس دفاتر ناشران، کتابفروشی‌های جدید و مؤسسات پخش، کاهش قابل توجهی پیدا می‌کند و علاوه بر تأمین امنیت شغلی

^۱. Selective Dissemination of Information (S.D.I.)

۷. "راهنمای ناشران ایران: فهرست ناشران فعال در سال ۱۳۷۷". (۱۳۷۸). تهیه کننده: خانه کتاب، تهران: خانه کتاب.
۸. "راهنمای ناشران ایران: فهرست ناشران فعال در سال ۱۳۷۸". (۱۳۷۹). زیر نظر: محمد رنجبری، وهرز نوروز پوردیلیمی، تهران: خانه کتاب.
۹. "راهنمای ناشران ایران ۱۳۸۲: فهرست ناشرانی که در سال ۱۳۸۱ کتاب منتشر کرده‌اند." (۱۳۸۲). مسئول طرح مجتبی تبریزیا، همکاران تهیه: فاطمه پشت‌کوهی ... [و دیگران]، تهران: خانه کتاب.

منابع

۱۰. "راهنمای ناشران و کتابفروشان ایران ۱۳۸۴: فهرست ناشران فعال در سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۳ و فهرست کتابفروشان ایران." (۱۳۸۴). به اهتمام: مجتبی تبریزیا؛ همکاران تهیه: عیسی عباسی ... [و دیگران]، تهران: خانه کتاب.
۱۱. "راهنمای ناشران و کتابفروشان ایران ۱۳۸۵: فهرست ناشران فعال در سال‌های ۱۳۸۳ تا شهریور ۱۳۸۵، فهرست کتابفروشان ایران و فهرست ناشران الکترونیک." (۱۳۸۵). به اهتمام: مجتبی تبریزیا؛ همکاران تهیه: عیسی عباسی ... [و دیگران]، تهران: خانه کتاب.
۱۲. مهدیانی، علیرضا؛ مرتضوی، حسن (۱۳۸۱). "سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر." رهیافت. ۳۱: ۲۴ - ۳۱.
13. Torr, Beth (2007). "Commerce or Culture? Is the role of the modern publisher proactive or reactive?"
14. <http://www.leabhar.ie/Tuar.Bh.2004.pdf>.
15. White, Flora (2007). "Will the Invention of the Internet Leave the Book as a Thing of the Past?"
16. http://www.scform.unifi.it/ite/materiali/erick/sk_29.htm - 20k.
۱. آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۷۸). "شمه‌ای از کتاب، کتابخانه و نشر کتاب." تهران: کتابدار.
۲. _____؛ دهباشی، علی (۱۳۸۲). "تاریخ شفاهی نشر ایران." با همکاری طوبی ساطعی، تهران: ققنوس.
۳. اپستاین، جیسن (۱۳۸۲). "کار و کسب کتاب: گذشته، حال و آینده نشر نیم قرن تجربه‌های ناشری بزرگ." ترجمه نازنین قائم‌مقامی فراهانی، تهران: قدیانی.
۴. ازوجی، علاءالدین (۱۳۸۶). "تحولات کارآفرینی فرهنگی ایران با تأکید بر صنعت چاپ و نشر." تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۵. اوصیاء، فاطمه بیگم (۱۳۸۴). "بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان مازندران طی سال‌های ۱۳۷۸ - ۱۳۸۲." پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، دانشکده علوم انسانی.
۶. "راهنمای ناشران ایران." (۱۳۷۷). تهیه کننده: خانه کتاب ایران، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور فرهنگی، اداره کل مراکز و روابط فرهنگی.