

عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی موثر بر اقتصاد نشر ایران: مطالعه موردی دیدگاه ناشران فعال بین سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷

داریوش مطلبی (نویسنده مسئول)

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهر ری: dariushmatlabi@yahoo.com

فاطمه باب‌الحوائجی

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران: f.babalhavaeji@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۱/۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۹۱/۶/۲۵

چکیده

هدف: عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر اقتصاد نشر کتاب ایران از دیدگاه ناشران با هدف شناسایی خلاءها، مشکلات و راه‌کارهای توسعه اقتصاد نشر مورد بررسی قرار گرفته است.

روش: برای مطالعه دیدگاه‌ها و نظرات ناشران از روش پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل ۲۶۴ ناشر خصوصی است که از میان آنها ۹۸ ناشر با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده منظم انتخاب شده‌اند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه پژوهشگرساخته و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون آماری فریدمن استفاده شده است.

یافته‌ها: افزایش میزان جمعیت با سواد بیشترین تأثیر مثبت و فقر اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را در عرضه کتاب از دیدگاه ناشران داشته‌اند. اطلاع‌رسانی کتاب از طریق مطبوعات، توزیع مطلوب کتاب بیشترین تأثیر مثبت و افزایش نرخ بیکاری بیشترین تأثیر منفی را بر تقاضای کتاب داشته‌اند. از برنامه‌های حمایتی دولت، معافیت مالیاتی ناشران و امکان فعالیت ناشران در مکان‌هایی با کاربری مسکونی، به ترتیب بیشترین تأثیر مثبت و متمیزی کتاب در عرضه و تقاضا، بیشترین تأثیر منفی را در بهبود اقتصاد نشر داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: اقتصاد نشر؛ صنعت نشر؛ نشر ایران؛ عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی؛ ناشران.

مقدمه

کتاب به عنوان یک رسانه فرهنگی پایا و ماندگار، از ابزارهای مهم توسعه فرهنگی ملل محسوب می‌شود و توجه به آن در توسعه پایدار کشورها نقش بسیار مهمی خواهد داشت. به طوری که سازمان ملل و بخش فرهنگی آن یونسکو تولید کتاب (و سایر منابع اطلاعاتی) را یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه فرهنگی و اجتماعی در هر جامعه‌ای می‌دانند و با برگزاری همایش‌ها، انتشار جزوات، کتاب‌ها و نیز رایزنی با کشورها تلاش می‌کنند آن‌ها را به توجه بیشتر به این حوزه ترغیب کنند، اختصاص بخش ویژه‌ای در سالنامه آماری یونسکو^۱ به حوزه کتاب و مقایسه کشورها با هم نشان از توجه ویژه به این حوزه در سطح جهانی دارد. در ایران نیز با توجه به برنامه‌های توسعه و به‌ویژه سند چشم‌انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران و تاکید ویژه در آن به نقش اطلاعات و اطلاع‌محوری آن، نشر کتاب از اهمیت ویژه‌ای دارد و توجه ویژه به تولید و مصرف آن از اولویت خاصی برخوردار است (شکوری، ۱۳۷۸؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰).

یکی از مهم‌ترین سؤال‌های مطرح در حوزه کتاب این است که کتاب یک اثر هنری است و یا کالایی تجاری. در واقع کتاب هر دو جنبه را داراست، یک اثر فرهنگی و هنری و «رسانه‌های مهم برای بیان ایده‌ها» است و کالایی تجاری «با امکان خرید و فروش» (تاکسل^۲، ۲۰۰۲). در واقع همیشه یک تنش پیچیده بین جنبه تجاری بازار کتاب و جنبه فرهنگی، هنری و آگاهی‌بخشی آن وجود داشته و همین مسئله مواجهه با آن را همواره با مشکلات و پیچیدگی‌هایی روبرو کرده است.

به همین جهت پاره‌ای از کارشناسان و صاحب‌نظران کتاب، از این‌که آن را در مناسبات اقتصادی مورد بررسی و ارزیابی قرار دهند ایا دارند و با معرفی کتاب به عنوان کالایی مصرفی مخالف‌اند و معتقدند که کتاب با ویژگی‌های خاص خودش کالایی مصرفی نیست. بلکه، گرایش به کتاب (تولید، توزیع و مصرف)،

شاخصه‌ای فرهنگی است و یکی از شاخص‌های توسعه فرهنگی، گرایش بالای اعضای جامعه به کتاب و کتابخوانی است. در همان حال، چگونگی پاسخ دادن به این گرایش و تقاضایی که برای کتاب وجود دارد، مقوله دیگری است که تنها می‌تواند دارای انگیزه‌های فرهنگی باشد (آذرنگ، ۱۳۷۸؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ موسایی، ۱۳۸۲؛ مرکز آموزش نشر (لندن) و یونسکو، ۱۳۸۴).

کتاب علاوه بر معنای نمادین که در فرهنگ تجلی می‌یابد یک کالا به شمار می‌رود، کالایی، با ویژگی‌های فرهنگی، در عین حال اقتصادی، که در تولید تابع شرایط و محدودیت‌های اقتصادی است از این‌رو، برای توسعه و پیشرفت آن، که رسالتی فرهنگی محسوب می‌شود باید سازوکارهای اقتصادی حاکم بر این کالا را شناخت و بر اساس آن به سوی صنعت نشری پایدار و پویا گام برداشت (پیکارد، ۱۳۸۳)؛ به عبارتی صنعت نشر زمانی به غنا می‌رسد که سودآور باشد و بتواند سرمایه، نیروی کار، تقاضا و طرح و فکر و اندیشه را به سوی خود جذب کند و جذب کردن این‌ها یعنی تولید صنعتی نشر. محصول صنعتی نشر، ماده خواندنی است این محصول صنعتی، مانند هر محصول صنعتی دیگر، محصولی اقتصادی نیز است و کدام فعالیت اقتصادی است که بدون گردش و بازگشت سود معقول سرمایه بتواند رشد کند یا دوام بیاورد؟ (آذرنگ، ۱۳۷۸).

اقتصاد نشر را می‌توان دانش چگونگی استفاده ناشران از منابع کمیاب جهت تولید کتاب و توزیع و مصرف آن در بین اقشار مختلف مردم تعریف کرد. عرضه و تقاضا در هر زمینه‌ای، مبنای اقتصادی آن حوزه، و عرضه و تقاضا برای کتاب، یکی از مهم‌ترین عناصر اقتصاد نشر کتاب را تشکیل می‌دهد. تحلیل عوامل موثر بر تولید، عرضه، تقاضا و مصرف و همچنین بررسی مؤلفه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی که نقش بسیار مهمی در اقتصاد نشر کتاب ایفا می‌کند، می‌تواند به روشن‌تر شدن مسئله و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب منجر شود.

علاوه بر مسائلی نظیر قیمت کالا، هزینه تولید، قیمت مورد انتظار در آینده، پیشرفت فناوری و امکانات مرتبط (مرتبط با عرضه) و در آمد مصرف‌کننده، سلیقه و اولویت مصرف‌کنندگان، دسترسی به کالاهای جانشین، انتظارات مصرف‌کننده، تعداد مصرف‌کنندگان بالقوه (مرتبط با تقاضا) که مستقیماً با مباحث اقتصادی مرتبط است، مسائلی نیز در اقتصاد نشر تاثیر گذارند که جزو مسائل اقتصادی نیستند ولی تاثیر آنها در اقتصاد نشر کمتر از مسائل اقتصادی نیست؛ عواملی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی از این دسته محسوب می‌شوند که تحلیل تاثیر آنها می‌تواند به حل مشکلات اقتصادی صنعت نشر کمک فراوانی نماید. در این پژوهش عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تاثیرگذار بر اقتصاد نشر کتاب ایران از دیدگاه ناشران با هدف شناسایی خلاءها، مشکلات و راه‌کارهای توسعه اقتصاد نشر مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به میزان تاثیرگذاری دولت و یارانه‌های دولتی - به عنوان مهم‌ترین عامل سیاسی - در اقتصاد نشر ایران، این متغیر جدا از سایر عوامل سیاسی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

پرسش‌های اساسی

۱. تاثیر عوامل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بر عرضه و تقاضای کتاب بین سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷^۲، از دیدگاه ناشران تا چه میزان بوده است؟
۲. نقش دولت و یارانه‌های دولتی در اقتصاد نشر کتاب در سال‌های مورد پژوهش از دیدگاه ناشران چگونه بوده است؟ و

فرضیه‌های پژوهش

۱. تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در عرضه کتاب از دیدگاه ناشران تاثیر مثبت دارد.
۲. تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در تقاضای کتاب از دیدگاه ناشران تاثیر مثبت دارد.

۳. سیاست‌های دولت در بهبود اقتصاد نشر از دیدگاه ناشران تاثیر مثبت دارد.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به ماهیت پژوهش حاضر، از روش پیمایشی برای مطالعه دیدگاه‌ها و نظرات ناشران استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل ۲۶۴ ناشر خصوصی که حداقل ۱۵ سال بین سال ۱۳۵۸-۱۳۸۷ در سطح کشور فعالیت داشته‌اند، است.^۴ برای انتخاب اعضای نمونه، از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده منظم استفاده شده است، و با توجه به محدود و مشخص بودن جامعه پژوهش، از فرمول گزینش تعداد نمونه کوکران و اینکه حجم نمونه از ۰/۰۵ حجم جامعه بیشتر بود از فرمول اصلاحی آن برای تعیین حجم نمونه استفاده شد؛ که ۹۸ ناشر به‌طور تصادفی انتخاب شده است.

برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه پژوهشگرساخته استفاده شد. متغیرهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با ۴۹ پرسش در پرسشنامه پیش‌بینی‌شده بود. پس از تعیین روایی صوری و محتوایی به وسیله ۳۰ نفر از ناشران و متخصصان حوزه نشر و ابهام‌زدایی، برای برآورد پایایی، پرسشنامه روی ۴۰ نفر از ناشران توزیع گردید. میزان ضریب پایایی آلفای کرونباخ (۰/۹۴) بدست آمد که نشان از اعتبار و پایایی مطلوب ابزار جمع‌آوری اطلاعات دارد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، آزمون‌های آماری فریدمن و میانگین رتبه‌ای استفاده شده است.

پیشینه پژوهش

جستجو در باره نشر کتاب در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی نشان داد که پژوهش‌هایی در این حوزه از سال ۱۳۵۰ تا کنون انجام شده است. در مطالعه اولیه تعداد ۵۰ پژوهش از ایران و سایر کشورها (محدوده مطالعات ۱۳۵۰ تا ۱۳۸۹) بازایی شد که در برخی تنها مباحث عمومی نشر کتاب (مرادی، ۱۳۵۰؛ مؤمنی مدادی، ۱۳۶۶؛ حاجی‌شیزری، ۱۳۷۲؛ شوشه‌ریز، ۱۳۷۶؛ مؤسسه مطالعات و تحقیقات، ۱۳۷۶؛ حسنی، ۱۳۷۸؛ شکوری، ۱۳۷۸؛ نقدی، ۱۳۷۸؛ شریعتی،

۱۳۷۹؛ حاجی زاده، ۱۳۸۰؛ رنجبری، ۱۳۸۰؛ علیادونقی، ۱۳۸۰؛ مکی زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ صبوحي، ۱۳۸۱؛ مهدیانی و مرتضوی، ۱۳۸۲؛ عبادالله عموقین و موسوی، ۱۳۸۳؛ مؤسسه فرهنگی و هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ اوصیا، ۱۳۸۴؛ علی بابایی درمنی، ۱۳۸۵؛ حق بین، ۱۳۸۶؛ مفتخری نظری پور، ۱۳۸۷؛ شمسی، ۱۳۸۸؛ اعظم^۵، ۱۹۹۵؛ موزس^۶، ۱۹۹۸؛ اگ^۷، ۱۹۹۹؛ ریشتر^۸، ۱۹۹۹؛ عاصمی^۹، ۲۰۰۰؛ نایمان^{۱۰}، ۲۰۰۱؛ باگز^{۱۱}، ۲۰۰۵؛ اُزتورک، سویم و اِروگلو^{۱۲}، ۲۰۰۶؛ بنو و فیلیپس^{۱۳}، ۲۰۰۸) مورد تاکید قرار گرفته شده بود.

دسته دوم مطالعاتی بودند که پژوهشگران بخشی از مطالعه خویش را به اقتصاد نشر و عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مرتبط با آن نظیر حمایت ها و محدودیت های ایجاد شده به وسیله دولت (ها)، مشکلات نظام آموزشی، تاثیر نیازهای فرهنگی و شرایط اقتصادی و اجتماعی بر محتوای کتاب، کتاب به عنوان کالایی اقتصادی، مشکلات نشر محلی، نوسانات قیمت مواد اولیه تولید کتاب و تاثیر آن بر اقتصاد کتاب، مشخص نبودن روابط ملی و تجاری بین عوامل تولید کتاب، تاثیر قیمت بر کاهش یا افزایش عرضه و تقاضا، اثر تبلیغ بر مصرف کتاب، تناسب بین میزان مشارکت مؤلفان، پدیدآوران و ناشران در فرآیند تولید کتاب با عواید حاصل از آن، تاثیر ثبات سیاسی و اقتصادی بر نشر کتاب، تاثیر اینترنت بر مشتریان و بازار کتاب، نحوه قیمت گذاری و تاثیر کیفیت در آن، تاثیر مباحث دینی و ایدئولوژیکی بر نشر، و رابطه بین نشر کتاب و مباحث زبانی اختصاص دادند (خرمشاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ ظلی پور، ۱۳۵۶؛ زندرضوی و اخلاص پور، ۱۳۷۵؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ کیاسی، ۱۳۸۲؛ مهدیزاده، ۱۳۸۲؛ موسایی، ۱۳۸۲؛ نقیب السادات، ۱۳۸۳؛ حمیدی، ۱۳۸۳؛ تجدد، ۱۳۸۴؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ رستمی زاده، ۱۳۸۵؛ سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۶؛ چاکاوا^{۱۴}، ۱۹۹۶؛ تات^{۱۵}، ۱۹۹۸؛ کلرایدز^{۱۶}، ۱۹۹۸؛ کاسف^{۱۷}، ۲۰۰۰؛ تا اول^{۱۸}، ۲۰۰۲؛ و شوماروا^{۱۹}، ۲۰۰۷).

مرور پیشینه‌های پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات زیادی درباره وضعیت نشر کتاب در داخل و خارج از ایران انجام شده است. پژوهش‌هایی که در داخل ایران انجام شده در بیشتر موارد توصیف آماری وضعیت نشر و بررسی مشکلات نشر از دیدگاه ناشران در محدوده جغرافیایی خاص و محدود به چند سال بوده است. هر چند در برخی از آن‌ها متغیرهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مرتبط با اقتصاد نشر مطرح شده، ولی در هیچ کدام نگاه جامع و تحلیلی به اقتصاد نشر و عوامل تاثیرگذار در سطح ملی صورت نگرفته است. پژوهش حاضر با بررسی عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تاثیرگذار بر اقتصاد نشر کتاب، در سطح ملی و با مشارکت ناشران فعال بین سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۷ تلاش می‌کند تا تصویر کلان‌تر و روشن‌تری از عوامل تاثیرگذار بر اقتصاد نشر ارائه دهد که می‌تواند برای نشر ایران و همچنین کشورهای که نشرشان وضعیت مشابه نشر ایران دارند، مفید باشد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

عرضه و تقاضای کتاب، به عنوان کالایی فرهنگی - اقتصادی، علاوه بر عوامل متعدد اقتصادی تحت تاثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است که تاثیر آن‌ها در اقتصاد نشر اگر بیشتر از عوامل اقتصادی نباشد، کمتر نیست. از این رو، در این بخش دیدگاه ناشران در خصوص تاثیر این عوامل بر اقتصاد نشر مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

پرسش ۱. تاثیر عوامل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بر عرضه و تقاضای کتاب در سال‌های مورد پژوهش، از دیدگاه ناشران تا چه میزان بوده است؟

جدول ۱. توزیع فروانی دیدگاه ناشران در بارهٔ تاثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بر عرضه کتاب

عوامل موثر	میزان تاثیر						
	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	بسیار کم	بسیار زیاد
میزان جمعیت باسواد (افزایش باسوادان)	۰	۲	۳	۵۰	۴۲	۱	۹/۵۷
نظام آموزشی ایران و نقش آن در ترویج فرهنگ کتابخوانی	۱۲	۱۶	۱۳	۱۶	۳۶	۵	۷/۵۱
تحولات اجتماعی (مثل سهولت شکل‌گیری نهادها و انجمن‌های مردمی، تمایل مردم به مشارکت عمومی، وجود تمایل به همکاری بین ناشران و ...)	۱	۰	۱۱	۵۸	۲۴	۴	۹/۳۵
فقر اقتصادی و کمی درآمد	۵۵	۳۴	۴	۴	۰	۱	۲/۹۲
فعالیت اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مرتبط با نشر	۱	۶	۱۳	۵۲	۲۳	۳	۸/۷۳
کتابخانه‌های کشور و تعامل و استقبال آن‌ها از بازار نشر	۱	۱۲	۱۵	۳۱	۳۴	۵	۸/۸۰
فضای سیاسی حاکم بر جامعه ایران	۱۴	۲۳	۱۴	۲۵	۱۳	۹	۶/۶۳
قابل پیش‌بینی بودن آینده برای ناشران و اهل قلم	۴	۹	۵	۴۲	۳۴	۴	۸/۵۵
بسته شدن دانشگاه‌ها به‌خاطر انقلاب فرهنگی	۲۲	۴۹	۱۶	۶	۰	۵	۴/۱۷
جنگ	۴۲	۳۹	۱۳	۲	۰	۲	۳/۴۳
تحریم	۲۹	۴۹	۱۴	۴	۰	۲	۳/۵۹
فعالیت ناشران دولتی	۲۵	۲۸	۲۸	۱۲	۱	۴	۴/۷۵
درصد	۱۷	۲۲	۱۳	۲۷	۱۷	۴	-
$\chi^2=442$ df=11 p<0/01 n=98							

بر اساس جدول ۱، به ترتیب رتبه افزایش میزان جمعیت با سواد با میانگین رتبه‌ای ۹/۵۷، تحولات اجتماعی با میانگین رتبه‌ای ۹/۳۵، کتابخانه‌های کشور با میانگین رتبه‌ای ۸/۸۰ بیشترین تاثیر مثبت و کاملاً مثبت و فقر با میانگین رتبه‌ای ۲/۹۲، جنگ با میانگین رتبه‌ای ۳/۴۳، تحریم با میانگین رتبه‌ای ۳/۵۹ و فعالیت

ناشران دولتی با میانگین رتبه‌ای ۴/۷۵ بیشترین تاثیر منفی و کاملاً منفی را در عرضه کتاب از دیدگاه ناشران داشته‌اند.

نتایج بدست آمده ($\chi^2_{(11)} = 442$, $df = 11$) در سطح معنی‌دار ($p < 0/01$) طبق جدول ۱ نشان می‌دهد، فرضیه یک «بین تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و عرضه کتاب از دیدگاه ناشران رابطه وجود دارد»، با ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود حدود ۴۴ درصد از پاسخگویان تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در عرضه کتاب را مثبت و کاملاً مثبت ارزیابی نموده‌اند.

جدول ۲. توزیع فروانی دیدگاه ناشران در باره تاثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بر تقاضای کتاب

عوامل مؤثر	میزان تاثیر									
	کاملاً مثبت	مثبت	معتدل	منفی	کاملاً منفی	نمی‌دانم	نمی‌گویم	نمی‌گویم	نمی‌گویم	نمی‌گویم
فرهنگ مطالعه حاکم بر خانواده‌ها	۱۲	۳۰	۷	۲۳	۲۲	۴	۵/۷۵	۱۰		
نهادهای آموزشی و فرهنگی و نقش آنها بر ترویج کتابخوانی	۱۱	۱۳	۱۸	۳۴	۱۹	۳	۶/۸۲	۸		
گسترش شهرنشینی	۰	۶	۱۶	۵۹	۱۴	۳	۷/۴۴	۷		
افزایش نرخ بیکاری	۴۲	۴۲	۵	۵	۲	۱	۲/۵۷	۱۳		
آرامش فکری و روحی حاکم بر جامعه	۱	۳	۲	۳۹	۵۳	۰	۹/۲۸	۳		
نظام آموزشی و نقش علما و اساتید	۷	۱۳	۶	۳۰	۳۶	۶	۸/۶۴	۴		
نهادهای اجتماعی نظیر کتابخانه‌ها	۱	۵	۳	۶۲	۲۵	۲	۸/۴۱	۵		
اطلاع‌رسانی کتاب از طریق روزنامه‌ها و سایر نشریات	۲	۴	۲	۳۶	۵۱	۳	۹/۶۷	۱		
توزیع مطلوب کتاب	۴	۵	۰	۲۳	۶۴	۲	۹/۶۴	۲		
میزان کتابفروشی‌ها در کشور	۹	۲۳	۱	۲۲	۴۱	۲	۷/۷۰	۶		
تعطیلی تابستانی مدارس و دانشگاه‌ها	۵	۴۲	۲۳	۲۰	۱	۷	۴/۴۴	۱۱		
فضای سیاسی حاکم بر جامعه	۱۴	۳۰	۲۲	۱۵	۶	۱۱	۴/۲۹	۱۲		
افزایش مشارکت سیاسی	۷	۷	۲۷	۳۴	۱۴	۹	۶/۱۲	۹		
درصد	۹	۱۸	۱۰	۳۲	۲۷	۴	-	-		
$\chi^2_{(12)} = 332$ $df = 12$ $p < 0/01$ $n = 98$										

داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد، به ترتیب رتبه اطلاع‌رسانی کتاب از طریق روزنامه‌ها و سایر نشریات با میانگین رتبه‌ای ۹/۶۷، توزیع مطلوب کتاب با

میانگین رتبه‌ای ۹/۶۴ و آرامش فکری و روحی حاکم بر جامعه با میانگین رتبه‌ای ۹/۳۸ بیشترین تاثیر مثبت و کاملاً مثبت و افزایش نرخ بیکاری با میانگین رتبه‌ای ۲/۵۷ و فضای سیاسی حاکم بر جامعه (وضع موجود) با میانگین رتبه‌ای ۴/۳۹ بیشترین تاثیر منفی و کاملاً منفی را بر تقاضای کتاب داشته‌اند.

نتایج بدست آمده ($df = 12$ ، $\chi^2_{(12)} = 332$) طبق جدول ۲، در سطح معنی‌دار ($p < 0.01$) نشان می‌دهد فرضیه دوم «بین تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و تقاضای کتاب از دیدگاه ناشران رابطه وجود دارد»، با ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود حدود ۵۹ درصد از پاسخگویان تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در تقاضای کتاب را مثبت و کاملاً مثبت ارزیابی نموده‌اند. پرسش ۲. نقش دولت و یارانه‌های دولتی در اقتصاد نشر کتاب در سال‌های مورد پژوهش از دیدگاه ناشران چگونه بوده است؟

جدول ۳. توزیع فروانی دیدگاه ناشران در باره تاثیر دولت بر عرضه کتاب^{۲۰}

میزان تاثیر		کاملاً مثبت	مثبت	خنثی	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	مثبت	میزان تاثیر
عوامل موثر بر عرضه و تقاضای کتاب										
عوامل موثر بر عرضه										
۱۹	۹/۰۴	۹	۵	۳۳	۳۳	۱۳	۵			قوانین صادرات و واردات کتاب در ایران
۱۷	۱۱/۲۲	۱۱	۱۲	۴۲	۱۶	۱۲	۵			وضعیت اجرای قوانین حق نشر ایران (قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان سال ۱۳۴۹ و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی سال ۱۳۵۲)
۱۸	۹/۹۷	۱۱	۱۱	۳۵	۱۶	۱۲	۱۳			سیاست‌های دولت در کار نشر (در کلیت مسئله اعم از تشویقی و غیر آن)
۲۳	۴/۴۳	۶	۲	۷	۹	۳۴	۴۰			ممیزی کتاب
۲۲	۴/۷۱	۴	۶	۸	۱۳	۳۷	۴۰			مدت زمان صدور مجوز کتاب
۲۱	۶/۹۸	۴	۵	۱۷	۵۱	۱۴	۷			مدت زمان صدور فیبا
۲۰	۷/۹۹	۸	۸	۱۸	۵۲	۶	۶			مدت زمان صدور شابک
۱۶	۱۲/۳۰	۲۷	۳۳	۴۲	۲۷	۰	۳			صدور پروانه دائم نشر به ناشران
۱۰	۱۴/۶۵	۲	۳۶	۴۱	۱۱	۶	۲			صدور مجوز دائمی نشر برای هر عنوان کتاب
۵	۱۶/۰۳	۱۱	۳۷	۳۵	۳	۴	۸			برگزاری نمایشگاه‌های کتاب (تهران و استانها)
۱۱	۱۳/۶۱	۵	۳۰	۳۹	۱۵	۶	۳			حمایت از حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارج

عوامل موثر بر عرضه و تقاضای کتاب								میزان تاثیر
رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	کتابخانه
رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	کتابخانه
عوامل موثر بر عرضه								
از کشور								
برگزاری جشنواره‌های مرتبط با کتاب (کتاب سال، کتاب فصل، کتاب سال ولایت، کتاب سال دانشجویی، جشنواره نقد، و ...)	۳	۱	۲۰	۴۷	۲۱	۶	۱۳/۵۱	۱۲
برگزاری هفته کتاب	۱	۶	۱۷	۴۷	۲۷	۰	۱۴/۸۵	۸
اختصاص یارانه به ناشران (از قبیل اعطای کاغذ، فیلم و زیگ دولتی)	۹	۲۰	۷	۲۶	۳۳	۳	۱۲/۵۰	۱۵
معافیت مالیاتی ناشران	۳	۰	۰	۲۲	۷۳	۰	۱۹/۲۲	۱
اعطای وام به ناشران	۵	۲	۲	۳۹	۴۵	۵	۱۶/۴۰	۴
خرید کتاب به وسیله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، هیئت امنای کتابخانه‌های عمومی و نهاد عالی مساجد و آموزش و پرورش برای مدارس و ...	۳	۵	۵	۲۵	۶۰	۰	۱۷/۳۵	۳
امکان فعالیت ناشران در مکان‌های با کاربری مسکونی	۰	۱	۴	۱۶	۷۲	۵	۱۹/۲۰	۲
عوامل موثر بر تقاضای								
ممیزی کتاب	۳۵	۳۵	۹	۱۱	۱	۷	۴/۰۳	۲۴
اطلاع‌رسانی و تبلیغات از طریق صدا و سیما	۷	۴	۸	۳۲	۴۴	۳	۱۴/۶۵	۹
برگزاری جشنواره‌های مرتبط با کتاب (کتاب سال، کتاب فصل، کتاب سال ولایت، کتاب سال دانشجویی، جشنواره نقد، و ...)	۲	۳	۲۴	۴۷	۲۱	۱	۱۳/۱۰	۱۴
برگزاری هفته کتاب	۲	۴	۲۴	۴۵	۲۳	۰	۱۳/۲۸	۱۳
برگزاری نمایشگاه‌های کتاب و فروش مستقیم کتاب (تهران و استان‌ها)	۵	۶	۸	۳۹	۳۴	۶	۱۵/۱۵	۷
توزیع بین خرید کتاب در بین مصرف‌کنندگان	۷	۳	۱۶	۳۵	۳۷	۰	۱۵/۸۵	۶
درصد	۹	۹/۴	۱۶	۳۱	۲۸	۱/۶ ۶	-	-
$\chi^2=658.045$ df=23 p<0/01 n=98								

بر اساس داده‌های جدول ۳، تنها ۱۸/۴ درصد ناشران تاثیر سیاست‌های دولت را منفی و کاملاً منفی و ۱۶ درصد بی‌تاثیر ارزیابی کرده‌اند. به ترتیب رتبه معافیت مالیاتی ناشران با میانگین رتبه‌ای ۱۹/۲۲، امکان فعالیت ناشران در مکان‌های با کاربری مسکونی با میانگین رتبه‌ای ۱۹/۲۰، خرید کتاب به وسیله نهادهای دولتی

با میانگین رتبه‌ای ۱۷/۳۵، اعطای وام به ناشران با میانگین رتبه‌ای ۱۶/۴۰ و برگزاری نمایشگاه‌های کتاب تهران و شهرستان با میانگین رتبه‌ای ۱۶/۰۳ بیشترین تاثیر مثبت و کاملاً مثبت را در بهبود اقتصاد نشر از دیدگاه ناشران داشته است؛ و به ترتیب ممیزی کتاب با میانگین رتبه‌ای ۴/۰۳ در تقاضا و ۴/۴۳ در عرضه، و مدت زمان صدور مجوز کتاب با میانگین رتبه‌ای ۴/۷۱ بیشترین تاثیر منفی و کاملاً منفی را داشته‌اند.

نتایج بدست آمده ($\chi^2_p = 658/04$ ، $df = 23$) در سطح معنی دار ($p < 0/01$) طبق جدول ۳، نشان می‌دهد فرضیه سوم «بین سیاست‌های دولت و بهبود اقتصاد نشر از دیدگاه ناشران رابطه وجود دارد» با ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود حدود ۵۹ درصد از پاسخگویان تاثیر سیاست‌های دولت در سی سال گذشته در بهبود اقتصاد نشر را مثبت و کاملاً مثبت ارزیابی نموده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه متغیرهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مرتبط با عرضه نشان می‌دهد در مجموع ۴۴ درصد ناشران معتقدند تاثیر متغیرهای مرتبط با عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بر عرضه کتاب مثبت، و ۴۱ درصد تاثیر آن‌ها را منفی ارزیابی کرده‌اند و سایر ناشران ۱۳ درصد بی‌تاثیر و ۴ درصد پاسخی نداده‌اند. ناشران معتقدند عوامل فرهنگی نظیر میزان افزایش جمعیت باسواد و نظام آموزشی ایران و نقش آن در ترویج فرهنگ کتابخوانی تاثیر مثبتی بر عرضه کتاب داشته است؛ همچنین عوامل اجتماعی نظیر تحولات اجتماعی، فعالیت اتحادیه‌ها و تعاونی‌های مرتبط با نشر و کتابخانه‌های کشور و تعامل و استقبال آن‌ها از بازار نشر در مجموع تاثیر نسبتاً مثبتی بر عرضه کتاب و فقر تاثیر منفی بر آن داشته‌اند؛ و نیز عوامل سیاسی نظیر فضای سیاسی حاکم بر جامعه ایران، بسته‌شدن دانشگاه‌ها به‌خاطر انقلاب فرهنگی، جنگ، تحریم و فعالیت ناشران دولتی در

مجموع تاثیر منفی و قابل پیش‌بینی بودن آینده برای ناشران و اهل قلم تاثیر مثبت بر عرضه کتاب داشته است.

آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد «تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در عرضه کتاب» با اطمینان ۹۹ درصد تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد و فرض پژوهش تایید می‌شود.

وضعیت رفاهی جامعه، یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی است که بر عرضه و تقاضای کتاب تاثیرگذار است؛ و هر چه قدر جامعه از وضعیت رفاهی مناسب‌تری برخوردار باشد به همان اندازه میزان استفاده از محصولات فرهنگی نظیر کتاب افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد فقر به‌عنوان یک عامل اجتماعی تاثیر بسیار منفی بر عرضه کتاب از سوی ناشران دارد و دلیل آن هم این است که جامعه فقیر طبیعتاً اندک دارایی خویش را به خرید کالاهای اساسی و ضروری اختصاص می‌دهند. محمدی (۱۳۷۷) معتقد است بین میزان مصرف کتاب و میزان فقر رابطه معکوس وجود دارد.

یکی از رخدادهای بعد از پیروزی انقلاب اسلامی افزایش تعداد ناشران دولتی است، ناشرانی که در واقع به رقیبانی برای ناشران خصوص تبدیل شده‌اند در حالی که از نظر بودجه و امکانات هیچ برابری با ناشران خصوصی ندارند. این ناشران به جای تولید آثاری که سرمایه‌گذاری تولید و انتشار آن‌ها برای ناشران خصوصی نه به صرفه و نه امکان‌پذیر (مانند کتاب‌های مرجع و انتشار نتایج تحقیقات) است؛ به تولید کتاب‌هایی اقدام می‌کنند که به‌راحتی از سوی بخش خصوص قابل تولید است؛ این اقدام سبب شده است که آنها به رقیبی برای ناشران خصوصی تبدیل شوند. مؤسسه فرهنگی جهان کتاب (۱۳۸۳) در پژوهش خود به نتایج مشابهی رسیده است.

مطالعه متغیرهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مرتبط با تقاضا نشان می‌دهد در مجموع ۵۹ درصد ناشران معتقدند تاثیر متغیرهای مرتبط با عوامل فرهنگی،

اجتماعی و سیاسی بر تقاضای کتاب مثبت، و ۲۷ درصد تاثیر آن‌ها را منفی ارزیابی کرده‌اند و سایر ناشران ۱۰ درصد بی‌تاثیر و ۴ درصد پاسخی نداده‌اند. از بین عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تاثیرگذار بر تقاضای کتاب، اطلاع‌رسانی کتاب از طریق روزنامه‌ها و سایر نشریات با میانگین رتبه‌ای ۹/۶۷، توزیع مطلوب کتاب با میانگین رتبه‌ای ۹/۶۴ و آرامش فکری و روحی حاکم بر جامعه با میانگین رتبه‌ای ۹/۳۸ به ترتیب بیشترین تاثیر مثبت و افزایش نرخ بیکاری با میانگین رتبه‌ای ۲/۵۷، فضای سیاسی حاکم بر جامعه (وضع موجود) با میانگین رتبه‌ای ۴/۳۹ به ترتیب بیشترین تاثیر منفی بر تقاضای کتاب دارند.

آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد «تحولات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در تقاضای کتاب» با اطمینان ۹۹ درصد تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد و فرض پژوهش تایید می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود حدود ۵۹ درصد از پاسخگویان این تحولات را مثبت و کاملاً مثبت ارزیابی نموده‌اند.

نظام آموزشی و دست‌اندرکاران آن نظیر معلمان و مدیران مدارس به‌عنوان عاملی فرهنگی، می‌تواند در کتابخوان کردن مردم نقش بسیار مهمی ایفا کنند. در نظام آموزشی ایران که یک نظام متمرکز است و کتاب واحدی برای مقاطع مختلف تدریس مشخص شده و معلمان بدون توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان باید محتوای ثابتی را تدریس کنند عموماً استفاده از کتاب‌های غیردرسی معمول نیست و معلمان، دانش‌آموزان را به مطالعه کتاب‌های غیردرسی و آشنایی با منابع غیر درسی تشویق نمی‌کنند. ضعف نظام آموزشی کشور و سطره شیوه تک متن‌خوانی در سطح مختلف تحصیلی و مهجور ماندن جایگاه پژوهش و پژوهش جوانان را به جست‌وجوی کتاب‌های جدید سوق نمی‌دهد. این وضعیت سبب می‌شود نظام آموزشی ایران نقش کم‌رنگی در تولید و مصرف کتاب ایفا می‌کنند (خرم‌شاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ محمدی، ۱۳۷۷).

علاوه‌بر آنچه مطرح شد کمبود و بعضاً فقدان کتابخانه‌های عمومی و همچنین کتابخانه در مدارس مانع دیگری در آشنا کردن و عادت دادن مردم به مطالعه

است. بسیاری از مدارس کشور فاقد کتابخانه‌اند و اگر در تعداد محدودی از آن‌ها کتابخانه‌ای وجود داشته باشد کتابخانه‌های کوچک و مختصر آن‌ها فاقد کتاب‌های جدید است و اکثراً محدود به کتاب‌های خاص از انتشاراتی خاص می‌شوند. اتحادیه‌ها و تعاونی‌های صنفی در هر حوزه‌ای می‌تواند نقش مثبتی بر فعالیت، رشد و بالندگی حوزه داشته باشد. این نهادها از یک طرف با ایجاد امکانات مساوی برای همه دست‌اندرکاران صنف، ایجاد امید در بین فعالان، حمایت از آن‌ها و... امکان فعالیت حرفه‌ای را برای آن‌ها فراهم می‌کنند. تعاونی‌های نشر و اتحادیه‌های ناشران و کتابفروشان در ایران هر چند فعالیت‌های مثبتی انجام داده است ولی نتوانسته نقش بسیار فعالی در صنعت نشر و رشد آن ایفا کند. البته در مواردی فعالیت‌های بازدارنده نهادهای دولتی در این بین نیز بی‌تاثیر نبوده است. در تحقیقاتی از سوی علیادونقی (۱۳۸۰)، عبادالله عموقین و موسوی (۱۳۸۳) نقش این نهادها ضعیف و کیاسی (۱۳۸۲) نقش آن‌ها را متوسط ارزیابی کرده‌اند. ثبات سیاسی حاکم بر جامعه و وجود آرامش فکری و روحی در جامعه تاثیر بسیار مثبتی بر میزان مطالعه کتاب از سوی مردم دارد. تجدد (۱۳۸۴) در پژوهش خود به‌نتایج مشابهی رسید؛ نقیب‌السادات (۱۳۸۳) نیز معتقد است، برای پر کردن خلاءهای سیاسی موجود در کشور برای نشر کتاب، باید فضای سیاسی بازتری ایجاد شود.

یکی از مشکلات اقتصادی نشر کشور ما، کم‌رواج بودن زبان فارسی در خارج از مرزهاست. زبان فارسی غیر از ایران در کشورهای چون تاجیکستان و افغانستان رایج است و مردم این دو کشور به دلایل مختلفی چون درگیری با جنگ، فقر اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی، و نیز تفاوت الفبای نوشتاری (سیریلیک در تاجیکستان) عملاً از کتاب‌های فارسی استفاده اندکی می‌کنند. شوماروا (۲۰۰۷) در پژوهشی روی ناشران انگلیسی و فرانسوی زبان مونترال کانادا بر اهمیت زبان در صنعت نشر تاکید ویژه می‌کند.

در مجموع ۶۰ درصد ناشران تاثیر اقدامات نظارتی و حمایت‌های ترویجی و مالی دولت بر عرضه کتاب را مثبت و تنها ۱۹ درصد این حمایت‌ها را منفی ارزیابی کرده‌اند و سایر نظرات شامل ۱۷ درصد بی‌تاثیر و ۵ درصد بدون پاسخ بوده است.

از دیدگاه ناشران اقدامات نظارتی نظیر قوانین صادرات و واردات کتاب در ایران، وضعیت اجرای قوانین حق نشر ایران، ممیزی کتاب، مدت زمان صدور مجوز کتاب، مدت زمان صدور فیفا، مدت زمان صدور شابک، صدور پروانه دائم نشر به ناشران و صدور مجوز دائمی نشر برای هر عنوان کتاب در مجموع با ۴۰ درصد دارای تاثیر مثبت، و ۲۸ درصد منفی، ۲۶ درصد بی‌تاثیر بوده است.

از این میان عواملی مانند صدور مجوز دائمی نشر برای هر عنوان کتاب و صدور پروانه دائم نشر به ناشران به ترتیب بیشترین تاثیر مثبت و عواملی مانند ممیزی کتاب و مدت زمان صدور مجوز کتاب بیشترین تاثیر منفی را در عرضه کتاب داشته است. مهدیزاده (۱۳۸۲) نیز در مطالعه‌ای وضعیت ممیزی را به عنوان یکی از مهم‌ترین مشکلات نشر عنوان می‌کند.

نظارت غیر قانونمند و سلیقه‌ای بر کتاب که در شرایط سیاسی متفاوت، به افت و خیزهای مختلفی دچار می‌شود موجب رویگردانی و عدم اعتماد مردم به کتاب می‌شود و به عنوان یکی از مهم‌ترین مشکلات نشر و تاثیرگذار بر کاهش تقاضای کتاب مطرح است. از طرفی ممیزی کتاب به علت به خطر انداختن امنیت شغلی ناشران، سدی در برابر سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های بلند مدت ناشران محسوب می‌شود. ناشران معتقدند ممیزی تاثیر بسیار منفی در عرضه و همچنین تقاضا داشته است. مهدیزاده (۱۳۸۲) و خرمشاهی و مرادی (۱۳۵۴) در پژوهش خود به نتایج مشابهی رسیده‌اند. کاسف (۲۰۰۰) با مطالعه نشر اتحاد جماهیر شوروی به ممیزی اشاره می‌کند و می‌نویسد دولت از طریق فعالیت‌هایی مانند ویراستاری، نقد و اعمال سانسور تلاش می‌کرد تا نشر کتاب را کنترل خویش داشته باشد.

بر اساس یافته‌ها، حمایت‌های ترویجی نظیر برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، حمایت از حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارج از کشور، برگزاری جشنواره‌های مرتبط با کتاب، برگزاری هفته کتاب و همچنین حمایت‌های مالی نظیر اختصاص یارانه به ناشران (از قبیل اعطای کاغذ، فیلم و زینگ دولتی)، معافیت مالیاتی ناشران، اعطای وام به ناشران، خرید کتاب، و امکان فعالیت ناشران در مکان‌های با کاربری مسکونی در مجموع تأثیر مثبت در عرضه داشته است.

برخی از حمایت‌های مالی دولت از قبیل اعطای مواد اولیه یارانه‌ای (کاغذ، فیلم و زینگ و ...)، سبب سوءاستفاده درصدی از ناشران و نیز درج تیراژهای غیرواقعی بر روی کتاب‌ها و آمارسازی برخی از ناشران در سال‌های اعطای این تسهیلات شده است. در واقع به‌نظر پژوهش‌گر حمایت‌های ترویجی و غیر مستقیم مالی نظیر اعطای وام و معافیت مالیاتی با توجه به اینکه سوءاستفاده کمتری به همراه دارد و تمام ناشران را شامل می‌شود تأثیرات مثبت‌تری بر اقتصاد نشر نسبت سیاست‌های حمایتی مستقیم نظیر اعطای مواد اولیه و خرید کتاب دارد. مطالعه مهدیزاده (۱۳۸۲) به نتایج مشابهی انجامیده است. مؤسسه فرهنگی جهان کتاب (۱۳۸۳) یکی از تأثیرات یارانه‌های مستقیم و سیاست‌های حمایتی دولت را ارائه انبوه کتاب‌های بدون مشتری عنوان می‌کند که در نهایت یا در انبار ناشر می‌ماند و یا به کتابخانه‌های دور افتاده و یا به انبار ارگان‌های دولتی واریز می‌شود. یافته‌های پژوهش سازمان انتشارات جهاددانشگاهی (۱۳۸۶) بیانگر آن است که اعطای کاغذ یارانه‌ای بیش از هر جا به گسترش عدم عقلانیت و احتمالاً سایر تبعات منفی دیگر در بین ناشران دولتی منجر شده است و سیاست قطع یارانه کاغذ قبل و پیش از هر جای دیگر بر ناشران دولتی تأثیرگذار خواهد بود. ریشتر (۱۹۹۹) با بررسی نشر کتاب در میچی ژاپن به رابطه نزدیک بین بازارهای جدید نشر و حمایت موسسات دولتی از جمله آموزشی و خدمات پست، توسعه سواد و توزیع انتشارات اشاره می‌کند.

از دیدگاه ناشران اقدامات دولت نظیر اطلاع رسانی و تبلیغات از طریق صدا و سیما، برگزاری نمایشگاه‌های کتاب و فروش مستقیم کتاب، برگزاری هفته‌ای برای کتاب، توزیع بن خرید کتاب در بین مصرف‌کنندگان و برگزاری جشنواره‌های مرتبط با کتاب تاثیر مثبت در تقاضای کتاب دارد و تنها ممیزی کتاب تاثیر بسیار منفی بر آن می‌گذارد. اوصیا (۱۳۸۴) اطلاع رسانی درست که امکان آگاهی از کتاب و دسترسی به آن را فراهم می‌کند به عنوان راهکاری برای کاهش مشکلات نشر مطرح می‌کند.

معافیت مالیاتی ناشران، امکان فعالیت در مکان‌هایی با کاربری مسکونی، خرید کتاب از سوی نهادهای دولتی، و اعطای وام به ناشران به ترتیب بیشترین تاثیر مثبت بر اقتصاد نشر و عواملی چون ممیزی کتاب، مدت زمان صدور مجوز کتاب، و مدت زمان صدور فیفا بیشترین تاثیر منفی را از دیدگاه ناشران داشته‌اند. یافته‌های کیاسی (۱۳۸۲)، نظربلند (۱۳۸۴)، عبادالله عموقین و موسوی (۱۳۸۳) و تجدد (۱۳۸۴) با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش مکی‌زاده و طاهرزاده (۱۳۸۰) بالغ بر ۸۰ درصد ناشران موافق معافیت مالیاتی، توزیع بن کتاب بین خوانندگان، توزیع کاغذ یارانه‌ای و اهدا جوایز به نویسندگان هستند.

آزمون فرضیه سوم نشان می‌دهد «سیاست‌های دولت در بهبود اقتصاد نشر» با اطمینان ۹۹ درصد تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد و فرض پژوهش تایید می‌شود. البته حمایت‌های مستقیم دولت در مواردی به جای آنکه ابزاری برای پیشرفت و توسعه تولید کتاب به عنوان یک فعالیت اقتصادی باشد به پرورش ناشران غیرحرفه‌ای منجر شده است که تنها چشم انتظار حمایت‌های مادی دولتی هستند و همین مسئله سبب شده است تا اقتصاد نشر، اقتصادی وابسته باشد و تولید بیشتر به یارانه‌های دولتی وابسته است تا نیاز بازار. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی (۱۳۸۶) گسترش اقتصاد گلخانه‌ای و عدم عقلانیت در تولید کتاب، ایجاد رانت و فساد اقتصادی و اخلاقی از جمله تبعات منفی حمایت مستقیم

دولت از تولید کتاب عنوان می‌کند. چیزی که مورد تصدیق بسیاری از ناشران و خصوصاً ناشران بزرگ کشور است.

پیشنهادهای پژوهش

۱. علاوه بر کم‌خوان بودن مردم کشورمان، یکی از دلایل پایین بودن شمارگان، کوچک‌بودن محدوده جغرافیایی رواج زبان فارسی است. با توجه به مشترکات فرهنگی ایران با کشورهای همسایه، به ویژه افغانستان، پاکستان، تاجیکستان، ترکیه، آذربایجان و ... باید برنامه‌هایی برای توسعه بازار ایران به سایر کشورها از سوی دولت و اتحادیه‌های صنفی اندیشیده شود. این مسئله باید در برنامه‌های حمایتی دولت مورد توجه قرار گیرد.

۲. با وجود افزایش روزافزون مراکز آموزش عالی در سطح کشور و تعداد دانش‌آموختگان، به علت شیوه‌های نادرست آموزشی حاکم بر دانشگاه‌ها و جزوه محوری آن‌ها و عدم توجه به کتاب‌های مختلف در یک ماده درسی، تهیه و مطالعه کتاب از سوی دانشجویان در سطح پایینی قرار دارد و لازم است تغییرات اساسی در برنامه‌های آموزشی مدارس و دانشگاه‌ها صورت گیرد.

۳. با توجه به نگرش فرهنگی غالب بر صنعت نشر، آموزش ناشران در خصوص اقتصاد نشر و عوامل تاثیرگذار بر عرضه و تقاضای کتاب و بسترسازی از سوی اتحادیه‌های صنفی می‌تواند در بلند مدت تاثیر مثبتی بر صنعت نشر داشته باشد.

۴. فعالیت ناشران دولتی باید به سمت حوزه‌هایی چون تولید کارهای مرجع، تولید آثار پژوهش‌محور، بازچاپ اسناد و نسخه‌های خطی و ... سوق داده شود که ناشران خصوصی توانایی سرمایه‌گذاری در آن حوزه‌ها را ندارند و برگشت سرمایه در آن حوزه‌ها بسیار اندک است. دولت می‌تواند با تصویب قوانینی از فعالیت ناشران دولتی در حوزه‌های عمومی و رقابت با ناشران خصوصی جلوگیری نماید.

۵. ممیزی مهم‌ترین مشکل اقتصاد نشر از دیدگاه ناشران است، با شفاف شدن مسئله ممیزی و تبیین آن به ناشران سبب می‌شود ناشران حیطه فعالیت خود را بهتر بشناسند و نسبت به تولید آثاری با مشخصه‌های مورد نظر اقدام کنند؛ همچنین از اعمال سلیق شخصی در دوره‌های مختلف خودداری شود. اثری که در دوره‌ای مجوز دریافت و در دوره‌ای دیگر امکان نشر پیدا نمی‌کند و یا منتشر می‌شود ولی از نمایشگاه‌های جمع‌آوری می‌شود نشان دهنده اعمال سلیق مختلف و شفاف نبودن ممیزی است که تاثیر بسیار مخرب و ویران‌کننده صنعت نشر به همراه دارد.

۶. هر چند برای حرفه‌ای شدن صنعت نشر دوام بلند مدت یارانه‌ها پیشنهاد نمی‌شود، ولی صنعت نشر هنوز وابستگی کامل خویش را به حمایت‌های دولتی پشت سر نگذاشته است. قطع ناگهانی کمک‌های مالی ممکن است تاثیر منفی زیادی به صنعت نشر بگذارد. ولی با توجه به تاثیرات منفی یارانه‌ها و فسادآور بودن آن، بهتر است به مرور زمان یارانه‌های مستقیم نشر کاهش یافته و به آماده‌سازی زیرساخت‌های صنعت نشر، بازنگری در قوانین و مقررات، انجام پژوهش‌های پایه و آموزش دست‌اندرکاران مختلف صنعت نشر بپردازد.

۷. ایجاد نهادها و اتحادیه‌های صنفی، حرفه‌ای و غیرفرمایشی و تقویت آنها به عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم حوزه نشر باید مورد توجه قرار گیرد. این اتحادیه‌ها و نهادها باید این آزادی و توان را داشته باشند که با همکاری اعضای خویش در باره فعالیت‌ها و برنامه‌های بلند مدت صنف خویش تصمیم بگیرند و همچنین به عنوان حامیان اعضای خویش در سیاست‌گذاری‌های دولتی تاثیرگذار باشند.

پی‌نوشت‌ها

۳. در ادامه مقاله حاضر به جای ذکر سال‌های ۱۲۵۸-۱۳۴۷ از عبارت سال‌های مورد بررسی استفاده خواهد شد.

۴. دوره مطالعاتی پژوهش حاضر، مطالعه عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد کتاب در ۳۰ سال بوده است. ناشرانی که حداقل ۱۵ سال از ۳۰ سال را فعالیت داشته‌اند برای مطالعه انتخاب شدند و همچنین ناشران دولتی که سازوکارهای اقتصادی در آنها حاکم نیست و با توجه به دولتی بودن آنها و تأمین هزینه‌های آنها به وسیله دولت، بیشتر با هدف توسعه فرهنگی و نه اقتصادی تأسیس می‌شوند. از جامعه پژوهش حذف شده‌اند.

5. Azzam
6. Moses
7. Age
8. Richter
9. Asemi
10. Nayman
11. Boggs
12. Ozturk, Sevim & Eroglu
13. Banou & Phillips
14. Chakava
15. Tat Keh
16. Clerides
17. Kassof
18. Taole
19. Shoumarova

۲۰. برخی از عوامل نظیر «میزبانی» هم بر عرضه و هم بر تقاضای کتاب تأثیرگذار هستند و میزان تأثیر آنها یکسان نیست. بنابراین دوبار تکرار شده‌اند.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۷۸). شمه‌ای از کتاب، کتابخانه و نشر کتاب. تهران: کتابدار.
- اوصیا، فاطمه (۱۳۸۴). بررسی نشر و توزیع کتاب در استان مازندران در سال‌های ۱۳۷۸-۱۳۸۲. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، تهران: دانشگاه آزاد.
- پیکارد، رابرت جی (۱۳۸۳). اقتصاد رسانه‌ها: مفاهیم و مسائل آن (داوود حیدری، مترجم). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- تجدد، نسترن (۱۳۸۴). دیدگاه ناشران درباره ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم در نشر کتاب طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- حاجی شبیری، زهرا (۱۳۷۲). بررسی وضعیت کتاب‌های منتشر شده فارسی در زمینه علوم پزشکی در طی برنامه ریزی پنج ساله اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی. (۱۳۶۸-۱۳۷۲) در ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی در شاخه پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- حاجی‌زاده، زیبا (۱۳۸۰). بررسی وضعیت وسایل نشر کتاب در استان آذربایجان غربی طی سالهای ۱۳۷۲-۱۳۷۸. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم و تحقیقات.

حسنی، محمدرضا. ۱۳۷۸. «بررسی وضعیت نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷) و ترسیم وضعیت مطلوب». پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد

حق‌بین، مهدی (۱۳۷۶). تأثیرپذیری اقتصاد نشر از الحاق جمهوری اسلامی ایران به سازمان تجارت جهانی. پایان نامه کارشناسی ارشد معارف اسلامی و مدیریت (گرایش مالی)، دانشگاه امام صادق (ع).

حمیدی، سهراب (۱۳۸۳). «بررسی میزان مشارکت و مدیریت ناشران تهران در فرآیند تولید کتاب در سال ۱۳۸۱». پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تحقیقات

خرم‌شاهی، بهاء‌الدین و مرادی، نورالله (۱۳۵۴). نشر کتاب در ایران. خبرنامه انجمن کتابداران ایران، ش ۸

رستمی‌زاده، مهدی (۱۳۸۵). بررسی وضعیت نشر در استان کرمان بین سال‌های ۱۳۷۴-۱۳۸۴. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
رضایی، محسن؛ تنکابنی، سیدعلی و رشیدی، شهریار (۱۳۸۰). بررسی و شناسایی سیستم‌های توزیع کتاب در تهران و پیشنهاد سیستم کارآمد توزیع کتاب. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، سازمان مدیریت صنعتی.

رنجیری، محمد (۱۳۸۰). «بررسی وضعیت کتاب‌های منتشر شده در ایران از سال ۱۳۵۷ تا آخر اسفند ۱۳۷۸. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

زندرضوی، سیامک و اخلاص‌پور، رویا (۱۳۷۵). بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب در کرمان (۱۳۷۴-۱۳۷۰). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کرمان.

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی (۱۳۸۶). بررسی تأثیر قیمت کاغذ بر قیمت تمام شده کتاب در کشور و نتایج احتمالی حذف یارانه کاغذ بر تولید کتاب در کشور. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، به‌سفارش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

شریعتی، اکرم‌السادات (۱۳۷۹). بررسی وضعیت سیستم‌های بهای تمام شده و علل عدم بکارگیری آن در موسسات انتشاراتی چاپ و نشر دولتی. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، مرکز آموزش و مدیریت دولتی.

شکوری، فرزانه (۱۳۷۸). مطالعه تطبیقی میان برآورد و تحقق اجرایی نشر کتاب در برنامه توسعه. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال.

شمسی، اشرف (۱۳۸۸). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان قم بین سال‌های ۱۳۷۷-۱۳۸۶. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

- شوشه‌ریز، صدیقه (۱۳۷۶). بررسی وضعیت کتاب‌های منتشر شده در زمینه هنر در فاصله سال‌های ۱۳۷۴ تا پایان ۱۳۷۵. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال.
- صبحی، مریم (۱۳۸۱). بررسی نقش ناشران مستقر در تهران در توسعه و پیشرفت فرهنگی کشور سال‌های (۱۳۷۰-۱۳۷۹). پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- ظلی‌پور، معصومه (۱۳۵۶). اقتصاد کتاب در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه تهران، دانشکده اقتصاد.
- علیادو نقی، بابک (۱۳۸۰). بررسی وضعیت نشر در استان آذربایجان شرقی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- علی‌بابایی درمنی، آذر (۱۳۸۵). وضعیت نشر استان مرکزی پس از انقلاب اسلامی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- عمادالله‌عموقین، جعفر و موسوی، رئوف (۱۳۸۳). بررسی وضعیت نشر در استان اردبیل بین سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل.
- کیاسی، سهیلا (۱۳۸۲). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان تهران طی سال‌های (۱۳۷۸-۱۳۸۰ و ترسیم وضعیت مطلوب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- مؤسسه فرهنگی، هنری جهان کتاب (۱۳۸۳). بررسی رفتارها و نیازهای خریداران کتاب در تهران: بررسی وضعیت تقاضای کتاب در تهران.
- محمدی، مجید (۱۳۷۷). «عوامل غیراقتصادی مؤثر بر اقتصاد نشر در ایران». جهان کتاب، سال ۳، ش. ۵۸-۵۷.
- مرادی، نورالله (۱۳۵۰). بررسی کتاب‌های ده سال اخیر. خبرنامه انجمن کتابداران ایران، ش ۴.
- مرکز آموزش نشر (لندن) و یونسکو (۱۳۸۴). آموزش مدیریت نشر (جلد ۱: آشنایی با مدیریت نشر). تهران: جهان کتاب.
- مفتخری‌نظری‌پور، طاهره (۱۳۸۷). بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶، پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال.
- مکی‌زاده، فاطمه و طاهرزاده، نادر (۱۳۸۰). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان یزد (۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای پژوهشی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یزد.
- مهدیانی، علیرضا و مرتضوی، سید حسن (۱۳۸۲). سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر. رهیافت، ش ۳۱ (پاییز و زمستان)، صص ۲۴-۳۱.

مهدیزاده، محمدرضا (۱۳۸۲). ارزیابی و بررسی تجربی تاثیر عوامل اجتماعی - محیطی موثر بر میزان تولید کتاب در ایران (دهه هفتاد). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور فرهنگی، مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی.

موسایی، میثم (۱۳۸۲). بررسی تأثیر یارانه کتاب بر بازار آن. نامه پژوهش. ش ۵، صص ۱۹۵-۲۲۰. موسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تهران (۱۳۷۵). بررسی اثرات سیاست‌های تعادل اقتصادی بر بخش فرهنگ. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت پژوهشی و آموزش مرکز پژوهش‌های بنیادی. موسسه مطالعات و تحقیقات (۱۳۷۶). بررسی وضعیت فرهنگ کتاب و کتابخوانی جوانان، از دیدگاه جوانان، ناشران و اهل قلم. تهران: سازمان ملی جوانان.

مومنی مدادی، فرزانه (۱۳۶۶). بررسی و مقایسه انتشار کتاب در ایران در سال‌های ۵۶ - ۱۳۵۴ و ۶۶ - ۱۳۶۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.

نظربلند، آزاده (۱۳۸۴). بررسی تطبیقی وضعیت نشر کتاب در ایران طی برنامه‌های دوم و سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۷۳ - ۱۳۸۲). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

نقدی، پرستو (۱۳۸۷). بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب کتاب‌های علوم پزشکی فارسی از دیدگاه ناشران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه علوم پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی.

نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۳۸۳). اثر تبلیغ بر مصرف کتاب از منظر بهره‌برداران (دیدگاه‌های بهره‌برداران کتاب، ناشران و کارشناسان). به‌سفارش معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

Age, Philip D. (1999). *An instrumental design model for training prepress craft workers in the printing and publishing industry*. MA Dissertation, Illinois State University, Illinois.

Asemi, S. (2000). *Electronic Commerce – Marketing Strategies in Online Book Vending*. MA Dissertation, California State University, College of Arts and Humanities.

Azzam, firdaus Ahmad (1995). *Publishing in Malaysia a study of marketing environment and in fluencies on reader ship behavior*, PhD. Dissertation, university of stilling.

Banou, Ch. & Phillips, A. (2008). *The Greek Publishing Industry and Professional Development*. *Publishing Research Quarterly*. New York. 24 (2): 98.

Boggs Geoffrey- S. (2005) *The geographical of competitive advantage and specification among book publishing houses in frank fart- am- main and Berlin (Germany)*. PhD. dissertation, university of California loss Angeles.

- Chakava, H. (1996). Kenya Publishing: independence and dependence. available: www.bc.edu/bcrg/avp/soe/cihe/publications/pub-pdf/chakava.pdf
- Clerides, Sofronis K. (1998). *Pricing, Product selection, and Consumer choice in Durable Good Market: The Book Publishing Industry*. Ph.D. Dissertation, Yale University.
- Kassof, B.E. (2000). *The Knowledge front: Politics, ideology, and economics in the Soviet book publishing industry, 1925—1935*. Ph.D Dissertation, University of California, Berkeley.
- Moses, Richard p. (1998). *A Typestry of change: Printing Technology in the eighteenth, nineteenth and twentieth centuries*. Ph.D Dissertation, Temple University.
- Nayman, I. (2001). *Literature at light-speed: A community of writers on the World Wide Web and its relationship to the print publishing industry*. Ph.D Dissertation, McGill University, Canada.
- Ozturk, Sevgi Ayse; Sevim, Nurdan ; & Eroglu, Elif (2006) . Leisure book reading and purchasing: an analysis of Turkish consumers. *International Journal of Consumer Studies* 30(4):378
- Richter, Giles Martial (1999). *Marketing the Word: Publishing Entrepreneurs in Meiji Japan, 1870-1912*. Ph.D Dissertation, Colombia University, School of Art and Science.
- Shoumarova, Lina (2007). *Publishers in the Contact Zone: Linguistic Properties of the Book Publishing Field in Montreal*. MA Dissertation, Concordia University. Montreal, Quebec, Canada.
- Taole, Nthabiseng (2002). *The book chain in Lesotho*. [On-line]: Available: www.Inasp.info/pubs/bookchain/profiles/Lesotho.Html.
- Tat Keh, H. (1998). Evolution of the book publishing industry Structural changes and strategic implications. *Journal of Management History*. Bradford: 4:104
- Taxel, J. (2002). Children's literature at the turn of the century: Toward a political economy.... Research in the Teaching of English; 37, 2; ProQuest Education Journals. 145-197.