

مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون

داریوش مطلبی^۱

چکیده

هدف مطالعه پیش‌رو، شناسایی مشکلات صنعت نشر کتاب ایران، براساس دیدگاه منتشرشده متخصصان و پژوهشگران حوزه نشر است. در این پژوهش، از روش تحلیل محتوای استفاده شده است. جامعه آماری مورد مطالعه مقالات، کتاب‌ها و پایان‌نامه‌هایی است که در ایران منتشر شده و موضوع آنها با نشر کتاب ایران در ارتباط است. در فرایند مطالعه متون، تنها به اطلاعاتی استناد شده که حاصل پژوهش‌ها یا تجربیات زیسته پژوهشگران بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد، مشکلات نشر به دو حوزه درونی و بیرونی قابل دسته‌بندی هستند. مهم‌ترین مشکلات درونی صنعت نشر عبارتند از: نابسامانی وضعیت توزیع کتاب، حرفه‌ای نبودن بخش اعظم ناشران و نداشتن تخصص کافی در حوزه نشر، عدم توجه به اطلاع‌رسانی و تبلیغ کتاب از سوی آنها و بی‌توجهی به سازوکارهای اقتصادی در «تولید، توزیع و مصرف کتاب». مهم‌ترین مشکلات بیرونی صنعت نشر عبارت است از: نبود فرهنگ کتابخوانی در ایران و عدم ترویج کتابخوانی از سوی نهادهای آموزشی و فرهنگی (مشکل فرهنگی)؛ نبود نهادهای صنفی و اتحادیه نشر تأثیرگذار و عدم توسعه کتابخانه‌ها - به‌ویژه کتابخانه‌های عمومی و مدارس - و نبود آرامش فکری و روحی مردم (مشکلات اجتماعی)؛ نگرش صرفاً فرهنگی و بی‌توجهی به سازوکارهای اقتصادی مرتبط با عرضه و تقاضای کتاب (مشکل اقتصادی) و ممیزی کتاب و ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق نشر (مؤلف) و همچنین دخالت بیش از حد دولت در نشر (مشکلات سیاسی). بررسی متون نشان می‌دهد که مشکلات موجود در صنعت نشر به دو دسته عمده مشکلات درونی (درون صنفی) و بیرونی (برون صنفی و فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) قابل دسته‌بندی است و حل یکی بدون دیگری امکان‌پذیر نیست.

واژه‌های کلیدی

صنعت نشر، نشر کتاب، مشکلات نشر، نشر ایران

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۹۸/۵/۷

۱. دانشیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری

dariushmatlabi@yahoo.com

مقدمه

انسان در هر لحظه از زندگی شخصی و شغلی خود در حال تصمیم‌گیری است. گاهی اوقات این کار چنان عادی و روزمره می‌شود که فرایند تصمیم‌گیری به شکل ناخودآگاه انجام می‌گیرد و گاهی قضاوت و اخذ تصمیم نهایی در مورد موضوعی چنان دشوار می‌نماید که ساعت‌ها و حتی روزها فکر و ذهن ما را مشغول می‌کند. آنچه مسلم است این است که تصمیم‌گیری درست مستلزم داشتن اطلاعات و آگاهی است و یکی از مهم‌ترین مجراهای دسترسی به اطلاعات و دانش، استفاده از منابع اطلاعاتی مختلفی است که در صنعت نشر تولید می‌شود.

نشر «فرایند تولید و توزیع اطلاعات و دانش و به عبارتی فعالیت دسترس‌پذیر کردن اطلاعات برای مردم» تعریف می‌شود. محصولات صنعت نشر در دنیای امروز در شکل‌ها و قالب‌های مختلفی نظیر کتاب‌های چاپی و الکترونیکی، نشریات ادواری، رسانه‌های دیداری و شنیداری و نظایر آن عرضه می‌شود. نشر کتاب چاپی، با وجود توسعه و گسترش رسانه‌های جدید - متأثر از فناوری‌های جدید - به علت استقبال مردم از آن همواره یکی از مهم‌ترین محصولات صنعت نشر بوده و خود یک صنعت بسیار عمده در جهان محسوب می‌شود و سرمایه‌گذاری‌های وسیعی در راستای توسعه آن از سوی کشورهای مختلف جهان صورت می‌گیرد (مطلبی، ۱۳۹۰).

به عبارت دیگر، کتاب یکی از قدیمی‌ترین ابزارهای ارتباطی و اشاعه دانش است، که نه تنها مفاهیم معنوی، فرهنگی و آموزشی را در برمی‌گیرد؛ بلکه دارای جنبه‌های صنعتی و اقتصادی مشروع بازار نشر نیز است. اشتراک این دو عامل یعنی تأثیر فرهنگی و علائق اقتصادی، در یک نظام پیچیده‌ای از پارامترها، که ممکن است ناسازگار به نظر برسند، به نتیجه می‌رسد. توسعه نشر و عالم خواندن نیازمند درک روابط داخلی موجود بین عناصر مختلف مرتبط با زنجیره کتاب شامل دخالت ادبیات، عملکردهای نسبی ناشر، چاپگر، پخش‌کننده، کتاب‌فروش و خواننده صورت می‌گیرد (Canoy, van Ours & van der Ploeg, 2006). بدون توجه همه‌جانبه به مباحث و مسائل نشر، عملاً چرخه نشر به بازدهی کامل نخواهد رسید.

نشر منابع اطلاعاتی در مفهوم عام و نشر کتاب در مفهوم خاص، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه فرهنگی کشورهای جهان محسوب می‌شود و به همین دلیل، همواره مورد توجه دولتمردان و تصمیم‌گیران بوده است. توسعه صنعت نشر و توزیع متوازن محصولات آن، ضمن کمک به افزایش آگاهی‌های اجتماعی، به شکل‌گیری جامعه‌ای آگاه با شهروندانی مسئول و پاسخ‌گو منجر

مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون || ۲۰۷

می‌شود. در واقع منافع استفاده از کتاب تنها به مصرف‌کننده آن خلاصه نمی‌شود و همه اقشار جامعه - در سایه گسترش آگاهی ناشی از مطالعه آن - از این استفاده، منتفع می‌کند.

بنابراین، نشر کتاب آئینه تمام‌نمای رشد مدنیت و فرهنگ و تمدن بشری است و یکی از شاخص‌های اصلی برای سنجش رشد و توسعه هر جامعه‌ای (در کنار سایر منابع اطلاعاتی) در دنیای امروز به‌شمار می‌رود. توجه ویژه سیاست‌مداران و برنامه‌ریزان کشورهای مختلف جهان به عرصه نشر به‌ویژه نشر کتاب، نشان از اهمیت صنعت نشر دارد (مطلبی، ۱۳۹۰). البته با وجود سرمایه‌گذاری وسیع در حوزه نشر، نشر با مشکلات زیادی نظیر انباشت سرمایه، نامتناسب بودن هزینه‌ها و درآمدها، عدم توازن در پرداخت یارانه‌ها، وابستگی به خارج کشور از حیث مواد و تجهیزات، مشکلات صادرات و واردات، عدم پوشش مناسب نقاط مختلف کشور در شبکه توزیع، مشکلات قیمت‌گذاری، روزآمد نبودن تجهیزات و امکانات تولید و دانش فنی اندک نیروی انسانی مشغول به کار در این حوزه، مواجه است (کیاسی، ۱۳۸۲؛ آذرنگ، ۱۳۸۲؛ حق‌بین، ۱۳۸۶، مطلبی، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱). بررسی مسائل مرتبط با صنعت نشر، کمک بسیار مهمی برای برنامه‌ریزی‌های کلان فرهنگی است و بدون آن و بدون داشتن اطلاعات درست از مسائل، مشکلات و آسیب‌های نشر، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت و واقع‌بینانه امکان‌پذیر نخواهد بود. این پژوهش با هدف شناسایی مشکلات درونی (حرفه‌ای و درون‌صنعتی) و بیرونی (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) نشر کتاب، براساس دیدگاه منتشر شده متخصصان و پژوهشگران حوزه نشر انجام و در پی پاسخ به سؤالات زیر است:

- صنعت نشر ایران با چه مشکلات حرفه‌ای، از دیدگاه پژوهشگران و متخصصان مواجه است؟
- صنعت نشر ایران با چه مشکلات فرهنگی، از دیدگاه پژوهشگران و متخصصان مواجه است؟
- صنعت نشر ایران با چه مشکلات اجتماعی، از دیدگاه پژوهشگران و متخصصان مواجه است؟
- صنعت نشر ایران با چه مشکلات اقتصادی، از دیدگاه پژوهشگران و متخصصان مواجه است؟
- صنعت نشر ایران با چه مشکلات سیاسی، از دیدگاه پژوهشگران و متخصصان مواجه است؟

پیشینه پژوهش

نقش و کارکرد کتاب، همواره در کانون توجه مردم، مسئولان، سیاست‌مداران، اقتصاددانان و ... بوده است و بررسی مسائل و مشکلات مبتلا به آن، به یکی از موضوعات مهم مورد مطالعه پژوهشگران تبدیل شده است. مطالعات زیادی در خصوص نشر کتاب در سطح ملی و بین‌المللی

انجام شده که در اینجا سعی می‌شود تنها به مطالعاتی اشاره شود که در آنها، به مشکلات و چالش‌های صنعت نشر پرداخته شود. این مطالعات در پنج دسته قابل بررسی هستند:

دسته‌ای از مطالعات به مشکلات حرفه‌ای و درونی صنعت نشر مانند حرفه‌ای نبودن نشر و کافی نبودن دانش تخصصی ناشران، (خرم‌شاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵)؛ (Age, 1999; James, 2011; Licher, 2012)، ضعف امکانات فنی و همخوانی‌نداشتن کتاب با نیازهای جامعه (ظلی‌پور، ۱۳۵۶؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱)، تمرکز نشر در پایتخت (زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵)، عدم توجه ناشران به تبلیغ و اطلاع‌رسانی (سازمان ملی جوانان، مؤسسه مطالعات و تحقیقات، ۱۳۷۶)، ناکارآمدی توزیع کتاب (حیاتی، ۱۳۵۸؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ علی‌بابایی‌درمنی، ۱۳۸۵؛ مفتخری نظری‌پور، ۱۳۸۷)؛ (Nwali, 1991; Yan, 2004, Pecoskie & Hill, 2015) غیراقتصادی بودن نشر (اوصیا، ۱۳۸۴)، رواج نداشتن بازاریابی علمی (Azzam, 1995; James, 2011) و عدم استفاده کارآمد از فناوری‌های نوین (انصاری‌موحد و هنرمندساری، ۱۳۹۳)؛ (Ferrick, 2008 Moses, 1998) پرداخته‌اند.

دسته دوم، مشکلات فرهنگی جامعه نظیر عدم گرایش مردم به مطالعه (اصلائی‌ملایری، ۱۳۷۹؛ علی‌بابایی‌درمنی، ۱۳۸۵؛ مفتخری نظری‌پور، ۱۳۸۷)؛ (Taale, 2002; Ozturk,)؛ (Sevim & Eroglu, 2006; Grigoriev & Adjoubei, 2009; Oyeyinka & Et al, 2016) را از مشکلات اصلی نشر عنوان کرده‌اند. یک جنبه بودن نظام آموزشی و ضعف فرهنگ عمومی و نبود انگیزه کافی برای دسترسی به کتاب (سازمان ملی جوانان، مؤسسه مطالعات و تحقیقات، ۱۳۷۶)، از دیگر مشکلات فرهنگی مطرح شده از سوی پژوهشگران است.

دسته سوم به مسائل اقتصادی، نظیر نبود سیستم بهای تمام‌شده (شریعی، ۱۳۷۹)، شفاف و روشن نبودن روابط مالی و تجاری بین ناشران، پخش گران و کتابفروشی‌ها (رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰) و کمبود و گرانی ملزومات تولید کتاب (رستمی‌زاده، ۱۳۸۵)؛ (Taale, 2002) را مطرح کرده‌اند. مشکلات اقتصادی حاکم بر نشر (ناصرالدین صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۷) (Grigoriev, 2009) و تأثیر یارانه‌ها بر بازار کتاب (موسایی، ۱۳۸۲) و کمی سرمایه در گردش صنعت نشر (Chakava, 1996; Oyeyinka & Et al, 2016; Horobets, 2018) از دیگر مسائل مطرح در این حوزه است.

دسته چهارم به مباحث و مشکلات اجتماعی مانند نبود آرامش فکری و روحی و نگرانی‌های شغلی (نقیب‌السادات، ۱۳۸۳)، نبود نهادهای صنفی کارآمد (عبادالله عموقین و موسوی، ۱۳۸۳)؛

مطلبی، ۱۳۹۰ و مفتخری نظری پور، ۱۳۸۷)؛ تأثیر منفی ایدئولوژی و ارزش‌های اجتماعی بر نشر (Kassof, 2000) اشاره دارد.

مسائل سیاسی و نقش دولت، یکی دیگر از مباحثی است که همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است و مباحثی مانند کافی‌نبودن حمایت‌های دولتی (زندرضوی و اخلاص پور، ۱۳۷۵؛ طالب‌زاده، ۱۳۹۶؛ گریگوری‌اف و اجوبی، ۲۰۰۹)، وجود ممیزی (خرمشاهی مرادی، ۱۳۵۴؛ مهدی‌زاده، ۱۳۸۲؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲)؛ (Kassof, 2000)، عدم وجود رویه‌ای مشخص در نظارت‌های دولتی (کیاسی، ۱۳۸۲)؛ (Chakava, 1996 & Taole, 2002)، نبود فضای باز سیاسی (نقیب‌السادات، ۱۳۸۳)، کارآمدنبودن قوانین مرتبط با نشر (حق‌بین، ۱۳۸۶؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ حسینی و مطلبی، ۱۳۹۱؛ آزادبیگی، ۱۳۹۱؛ مطلبی و حسینی، ۱۳۹۲؛ امامی، ۱۳۹۳؛ کریمی، ۱۳۹۵)؛ (Yan, 2004; Oyeyinka & Et al, 2016)، حمایت‌های دولتی (سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۶؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲)؛ (Chakava, 1996) و نبود نظام آماری دقیق و مشکلات زیرساختی (James, 2011; Horobets, 2018) مطرح شده است.

مطالعه پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد پژوهشگران از جنبه‌های مختلفی مسائل و مشکلات حوزه نشر مورد مطالعه قرار داده‌اند؛ اما با وجود پژوهش‌های متعدد انجام شده در حوزه نشر هیچ‌کدام بررسی جامعی از مشکلات و چالش‌هایی که صنعت نشر ایران با آنها مواجه است ارائه ندهاده‌اند و دست‌اندرکاران، سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان، برای رسیدن به شناخت جامعی از مشکلات، با تمام پژوهش‌های انجام شده را مطالعه کنند که طبیعتاً چنین بررسی امکان‌پذیر نیست. این مطالعه با تحلیل محتوای مقالات، کتاب‌ها و طرح‌های پژوهشی انجام شده و احصای مسائل و مشکلات نشر، تلاش دارد اطلاعات یکپارچه و نسبتاً جامعی را در اختیار قرار دهد.

روش پژوهش

در این تحقیق به‌منظور شناسایی مشکلات درونی (حرفه‌ای) و بیرونی (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) صنعت نشر ایران از روش تحلیل محتوای استفاده شده است. جامعه آماری شامل مقالات، کتاب‌ها و پایان‌نامه‌های مرتبط با حوزه نشر، منتشر شده در ایران است. در فرایند مطالعه متون، تنها به اطلاعات حاصل پژوهش‌ها و تجربیات زیسته نویسندگان استناد شده است. گزارش‌ها و مصاحبه‌های منتشر شده در روزنامه‌ها و همچنین نشریات که بیشتر حالت ژورنالیستی داشته، در این مطالعه استفاده نشده‌اند. برای منابع، با استفاده از کلیدواژه «نشر» و

«کتاب» تمام بانک‌های اطلاعاتی داخلی از قبیل سایت سازمان اسناد و کتابخانه ملی، مؤسسه خانه کتاب، وبگاه مجلات کتابداری و اطلاع‌رسانی و حوزه نشر، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، کتابخانه منطقه‌ای علوم و فناوری شیراز، سایت کارگزار مقالات مجلات (نظیر نورمگز^۱ و مگ‌ایران^۲ و ...) مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

مطالعه منابع منتشرشده در خصوص نشر کتاب نشان می‌دهد مسائل و مشکلات صنعت نشر در قالب پنج مؤلفه اصلی شامل مشکلات درونی (حرفه‌ای، درون صنفی و مرتبط با دست‌اندرکاران صنعت نشر) و مشکلات‌های بیرونی (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی) قابل دسته‌بندی است.

جدول ۱. توزیع فراوانی مشکلات درونی (حرفه‌ای) صنعت نشر

مطالعات مرتبط	مشکلات حرفه‌ای صنعت نشر	ردیف
احمدی، ۱۳۳۷؛ بخش، ۱۳۵۲؛ آذرنگ ۱۳۷۵؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ حسنی، ۱۳۷۸؛ تندرو صالح، ۱۳۷۸؛ معتقدی، ۱۳۷۹؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ مکی‌زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ مهدی‌زاده، ۱۳۸۲؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ حق‌بین، ۱۳۸۶؛ امامی، ۱۳۸۵؛ علی‌بابایی‌درمنی، ۱۳۸۵؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ نثاری، ۱۳۸۷؛ نقدی، ۱۳۸۷؛ مفتخری‌نظری‌پور، ۱۳۸۷؛ باب‌الحوائجی، ۱۳۸۷؛ رهبانی، ۱۳۸۸؛ تنهائزاد امین، ۱۳۹۰؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱؛ حسینی‌نیک، ۱۳۹۱؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱؛ فاضلی و داودی، ۱۳۹۳؛ کرمی و اجاقی، ۱۳۹۵ و افضلی و ابوجعفری، ۱۳۹۷.	ناسامانی وضعیت توزیع کتاب	۱
خرمشاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ آذرنگ ۱۳۷۵؛ زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ آذرنگ، ۱۳۷۸؛ حسنی، ۱۳۷۸؛ مکی‌زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ مهدیزاده، ۱۳۸۲؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ عبداللّه‌عموقین و موسوی، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ رستمی‌زاده، ۱۳۸۵؛ بهبهانیان، ۱۳۸۸؛ باب‌الحوائجی، مطلبی، حریری و مومنی، ۱۳۹۰؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ تنهائزاد امین، ۱۳۹۰؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ اصغرزاد، ۱۳۹۶ و افضلی و ابوجعفری، ۱۳۹۷.	حرفه‌ای نبودن بخش اعظم ناشران و نداشتن تخصص و دانش کافی در حوزه نشر	۲

1. www.noormags.com

2. www.magiran.com

ادامه جدول ۱. توزیع فراوانی مشکلات درونی (حرفه‌ای) صنعت نشر

ردیف	مشکلات حرفه‌ای صنعت نشر	مطالعات مرتبط
۳	کارآمد نبودن اطلاع‌رسانی و تبلیغ در حوزه کتاب و عدم توجه کافی اغلب ناشران به آن	خرمشاهی، ۱۳۷۰؛ سازمان ملی جوانان، مؤسسه مطالعات و تحقیقات، ۱۳۷۶؛ معتقدی، ۱۳۷۹؛ مکی‌زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ نقیب‌السادات، ۱۳۸۳؛ اوصیا، ۱۳۸۴؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ باب‌الحوائجی، ۱۳۸۷؛ مفتخری‌نظری‌پور، ۱۳۸۷؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ حسینی‌نیک، ۱۳۹۱؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ کرمی و اجاقی، ۱۳۹۵ و افضل‌ی و ابوجعفری، ۱۳۹۷.
۴	مشکلات تأمین تجهیزات و ماشین‌آلات چاپ، لیتوگرافی و صحافی و وابستگی به خارج از حیث مواد و دستگاه‌ها	پورجوادی، ۱۳۶۱؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ نقدی، ۱۳۸۷؛ شریعتی، ۱۳۷۹؛ آذرنگ، ۱۳۸۰؛ الف؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ امامی، ۱۳۸۵؛ رستمی‌زاده، ۱۳۸۵؛ تنهانزاد امین، ۱۳۹۰ و مطلبی، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱.
۵	کمبود کتاب‌فروش و ویتترین مناسب عرضه و فروش کتاب در سطح کشور	زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ رهبانی، ۱۳۸۸ و مطلبی، ۱۳۹۰؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱ و افضل‌ی و ابوجعفری، ۱۳۹۷.
۶	تمرکز چاپ و نشر در تهران	مومنی‌مدادی، ۱۳۶۶؛ حاجی‌شیزری، ۱۳۷۲؛ زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ آذرنگ، ۱۳۷۸؛ مهدیزاده، ۱۳۸۲؛ اوصیا، ۱۳۸۴؛ بنی‌اقبال و اوصیا، ۱۳۸۴ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۷	پایین بودن شمارگان کتاب	ناصرالدین‌صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۷؛ بخاش، ۱۳۵۲؛ معتقدی، ۱۳۷۹؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ باب‌الحوائجی، مطلبی، حریری و مومنی، ۱۳۹۰ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۸	عدم توجه به جذابیت‌های صوری کتاب از سوی ناشران	زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ فرخ‌نوی، ۱۳۸۲؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ غلامی، ۱۳۸۵ و رستمی‌زاده، ۱۳۸۵؛ حسینی‌نیک، ۱۳۹۱ و کرمی و اجاقی، ۱۳۹۵.
۹	حرفه‌ای نبودن کتاب‌فروشی‌ها	آذرنگ، ۱۳۸۰؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۱۰	عدم تناسب بین کتاب‌های منتشر شده و نیازهای جامعه	مکی‌زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ نقیب‌السادات، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ خادمیان، ۱۳۸۷ و مطلبی، ۱۳۹۰ و قلعه‌نوی، ۱۳۹۱.
۱۱	تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتابسازی	پورجوادی، ۱۳۶۱؛ حسینی، ۱۳۷۸؛ معتقدی، ۱۳۷۹؛ امامی، ۱۳۸۱؛ آل‌داود، ۱۳۸۱؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ امامی، ۱۳۸۵ و قائدان، ۱۳۹۱ و حسینی‌نیک، ۱۳۹۱.
۱۲	غیرحرفه‌ای بودن پدیدآوری و مترجمی در ایران	ناصرالدین‌صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۷؛ حسینی، ۱۳۷۸؛ مهدیزاده، ۱۳۸۲؛ سپهر و مکائیل‌زاده، ۱۳۹۰؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و عسگری، ۱۳۹۶.

ادامه جدول ۱. توزیع فراوانی مشکلات درونی (حرفه‌ای) صنعت نشر

ردیف	مشکلات حرفه‌ای صنعت نشر	مطالعات مرتبط
۱۳	فقدان نگاه تخصصی و دقیق ناشران به اقتصاد نشر	آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ نثاری، ۱۳۸۷ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۱۴	استفاده نکردن از امکانات نشر الکترونیک	آذرنگ، ۱۳۸۹؛ انصاری موحد و هنرمندساری، ۱۳۹۳ و اصغرنژاد، ۱۳۹۶.
۱۵	عدم شفافیت روابط ناشر و مولف و نبود قراردادهای مشخص بین آنها	حق‌بین، ۱۳۸۶ و حیدری، ۱۳۹۳.
۱۶	شفاف نبودن روابط مالی و تجاری بین ناشران، پخش گران و کتاب‌فروشی‌ها	رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰ و حسین‌نژاد بیرامی، ۱۳۹۶.
۱۷	نبود شناخت کافی از کتاب‌های منتشر شده، در بین پخش گران	رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰.
۱۸	انجام‌نشدن پژوهش‌های کلان و نبود متولی برای این حوزه	مطلبی، ۱۳۹۰.

|| سال نهم، شماره چهار و هشتم، زمستان ۱۳۹۸

داده‌های جدول شماره ۱، نشان می‌دهد نابسامانی وضعیت توزیع کتاب، حرفه‌ای نبودن بخش اعظم ناشران و نداشتن تخصص کافی در حوزه نشر، عدم توجه به اطلاع‌رسانی و تبلیغ کتاب از سوی ناشران، بی‌توجهی به سازوکارهای اقتصادی در نشر و سختی تأمین تجهیزات و ماشین‌آلات چاپ، لیتوگرافی و صحافی و وابستگی به خارج از حیث مواد و دستگاه‌ها از مشکلات اساسی صنعت نشر در بخش حرفه‌ای محسوب می‌شوند. علاوه بر مشکلات پیش‌گفته، صنعت نشر با مشکلاتی چون بی‌توجهی به اقتصاد نشر، کمبود کتاب‌فروشی‌های در سطح کشور و حرفه‌ای نبودن آنها، از مهم‌ترین مشکلات صنعت نشر ایران است.

جدول ۲. توزیع فراوانی مشکلات فرهنگی صنعت نشر

ردیف	مشکلات فرهنگی	مطالعات مرتبط
۱	نبود فرهنگ کتابخوانی در ایران	احمدی، ۱۳۳۷؛ ناصرالدین صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۷؛ خرمشاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ اوصیا، ۱۳۸۴؛ قنبری، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ مظفر، ۱۳۸۶؛ مقتخری نظری‌پور، ۱۳۸۷؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ سپهر و مکائیل‌زاده، ۱۳۹۰؛ فاضلی و داودی، ۱۳۹۳؛ کرمی و اجاقی، ۱۳۹۵؛ اصغرنژاد، ۱۳۹۶ و افضل‌ی و ابوجعفری، ۱۳۹۷
۲	عدم ترویج کتابخوانی از سوی نهادهای آموزشی و فرهنگی	احمدی، ۱۳۳۷؛ بخاش، ۱۳۵۲؛ خرمشاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ پورجوادی، ۱۳۶۱؛ خرمشاهی، ۱۳۷۰؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ امامی، ۱۳۸۵، مظفر، ۱۳۸۶؛ مقتخری‌نظری‌پور، ۱۳۸۷؛ سپهر و مکائیل‌زاده، ۱۳۹۰؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ کرمی و اجاقی، ۱۳۹۵ و افضل‌ی و ابوجعفری، ۱۳۹۷.
۳	دسترسی به کالاهای فرهنگی جانشین نظیر روزنامه، مجلات، رادیو، تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای	نقیب‌السادات، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ خادیمان، ۱۳۸۷؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و افضل‌ی و ابوجعفری، ۱۳۹۷.
۴	عدم احساس نیاز به مطالعه در جامعه	مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۵	رواج کم زبان فارسی در خارج از کشور	محمدی، ۱۳۷۷؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و مطلبی و باب‌الحوادثی، ۱۳۹۱.
۶	پایین‌بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشره	سازمان ملی جوانان، مؤسسه مطالعات و تحقیقات، ۱۳۷۶.
۷	بی‌سوادی یا کم سوادی بخشی از جامعه	محمدی، ۱۳۷۷ و مطلبی، ۱۳۹۰

نبود فرهنگ کتابخوانی در ایران و عدم ترویج کتابخوانی از سوی نهادهای آموزشی و فرهنگی و دسترسی به کالاهای فرهنگی جانشین از مهم‌ترین مشکل فرهنگی است که در جدول شماره ۲ مطرح شده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی مشکلات اجتماعی مرتبط با صنعت نشر

ردیف	مشکلات اجتماعی	مطالعات مرتبط
۱	نبود نهادهای صنفی (اتحادیه نشر) قوی و تاثیرگذار	مولوی، ۱۳۶۸؛ آذرنگ ۱۳۷۵؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ آذرنگ، ۱۳۷۸؛ حسنی، ۱۳۷۸؛ عبدالله عموقین و موسوی، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ رهبانی، ۱۳۸۸؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و عسگری، ۱۳۹۶
۲	عدم توسعه کتابخانه‌ها - به‌ویژه کتابخانه‌های عمومی و مدارس	احمدی، ۱۳۳۷؛ خرمشاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ آذرنگ، ۱۳۷۸؛ اصلانی‌ملایری، ۱۳۷۹؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ باب‌الحوائجی، ۱۳۸۷؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و مطلبی و باب‌الحوائجی، ۱۳۹۱
۳	نبود آرامش فکری و روحی در میان مردم	نقیب‌السادات، ۱۳۸۳؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ امامی، ۱۳۸۵؛ غلامی، ۱۳۸۵ و مطلبی، ۱۳۹۰
۴	مشغله زیاد و خستگی ناشی از کار	نقیب‌السادات، ۱۳۸۳ و مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳
۵	عدم وجود تناسب بین میزان آگاهی ناشی از مطالعه و پاداش‌های اجتماعی و اقتصادی	مطلبی، ۱۳۹۰؛ اصغرنژاد، ۱۳۹۶؛
۶	کمبود مجلات نقد و بررسی کتاب	آذرنگ، ۱۳۸۴

سال نهم، شماره چهارم و هشتم، زمستان ۱۳۹۸

از مهم‌ترین مشکلات اجتماعی مطرح شده در منابع (مندرج در جدول ۳) می‌توان به نبود نهادهای صنفی تاثیرگذار و عدم توسعه کتابخانه‌ها و نبود آرامش فکری و روحی مردم اشاره کرد.

جدول ۴. توزیع فراوانی مشکلات اقتصادی مرتبط با صنعت نشر

ردیف	مشکلات اقتصادی	مطالعات مرتبط
۱	بالا بودن قیمت کتاب	خرمشاهی، ۱۳۷۰؛ زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ سازمان ملی جوانان، مؤسسه مطالعات و تحقیقات ۱۳۷۶؛ موسایی، ۱۳۸۲؛ مهدیزاده، [۱۳۸۲]؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ نقیب‌السادات، ۱۳۸۳؛ باب‌الحوائجی، ۱۳۸۷؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ سپهر و مکائیل‌زاده، ۱۳۹۰؛ حسینی نیک، ۱۳۹۱؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲ و آخوندزاده، ۱۳۹۲.
۲	عدم همخوانی بین درآمد مردم و قیمت کتاب	احمدی، ۱۳۳۷؛ زندرضوی و اخلاص‌پور، ۱۳۷۵؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ آذرنگ، ۱۳۸۰ الف؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ اوصیا، ۱۳۸۴؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ بنی‌اقبال و اوصیا، ۱۳۸۴؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ مطلبی، ۱۳۹۱؛ مطلبی و باب‌الحوائجی، ۱۳۹۱ و ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲.
۳	طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه در اقتصاد نشر	ناصرالدین صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۷؛ بخاش، ۱۳۵۲؛ رهبانی، ۱۳۷۴؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ بنی‌اقبال و اوصیا، ۱۳۸۴؛ رهبانی، ۱۳۸۸ و مطلبی، ۱۳۹۱.

ادامهٔ جدول ۴. توزیع فراوانی مشکلات اقتصادی مرتبط با صنعت نشر

ردیف	مشکلات اقتصادی	مطالعات مرتبط
۴	غیراقتصادی بودن فعالیت نشر	رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ مکی زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ عبادالله عموقین و موسوی، ۱۳۸۳؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ اوصیا، ۱۳۸۴؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ مظفر، ۱۳۸۶؛ حسنی، ۱۳۸۷ و مفتخری نظری پور، ۱۳۸۷.
۵	افزایش تورم	معتدی، ۱۳۷۹؛ موسایی، ۱۳۸۲؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ مؤسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تهران، ۱۳۷۵؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و باب الحوائجی، مطلبی، حریری و مومنی، ۱۳۹۰.
۶	نگاه غیراقتصادی حاکم بر صنعت نشر	آذرنگ، ۱۳۷۸؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ موسایی، ۱۳۸۲؛ یوسفی، ۱۳۸۳ و اقتصاد نشر کتاب در ایران، ۱۳۹۱.
۷	پایین بودن سرمایه گذاری مادی و عدم حمایت سیستم بانکی از آن	رهبانی، ۱۳۷۴؛ مؤسسه فرهنگی هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳ و آذرنگ، ۱۳۸۴.
۸	گران شدن کاغذ و سایر ملزومات نشر	بخاش، ۱۳۵۲؛ مولوی، ۱۳۶۸؛ امامی، ۱۳۸۵؛ رستمی زاده، ۱۳۸۵ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۹	سیاست های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود اقتصادی	مطلبی، ۱۳۹۰ و باب الحوائجی و همکاران، ۱۳۹۰.
۱۰	محدویت بازارهای داخلی و عدم ارتباط نشر ایران با بازارهای بین المللی	آذرنگ، ۱۳۸۴؛ اقتصاد نشر ایران گلخانه ای است، ۱۳۸۱ و اصغرنژاد، ۱۳۹۶.
۱۱	قیمت گذاری غیراصولی کتاب	امامی، ۱۳۸۵ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۱۲	نبود سیستم حسابداری قیمت تمام شده در میان اکثر ناشران	شریعتی، ۱۳۷۹ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۱۳	پایین بودن تخفیف پیش بینی شده کتاب فروشان	امامی، ۱۳۸۵.

براساس شماره جدول ۴، نگرش صرفاً فرهنگی و بی توجهی به سازوکارهای اقتصادی بالا بودن قیمت کتاب و کاهش توان خرید مردم، طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه، غیراقتصادی بودن فعالیت نشر، پایین بودن سرمایه در گردش صنعت نشر را می توان از مهم ترین مشکل اقتصادی صنعت نشر قلمداد کرد.

جدول ۵. توزیع فراوانی مشکلات سیاسی مرتبط با صنعت نشر براساس مطالعات انجام شده در ایران

ردیف	مشکلات سیاسی	مطالعات مرتبط
۱	ممیزی کتاب	احمدی، ۱۳۳۷؛ بخاش، ۱۳۵۲؛ خرمشاهی و مرادی، ۱۳۵۴؛ مولوی، ۱۳۶۸؛ خرمشاهی، ۱۳۷۰؛ محمدی، ۱۳۷۷؛ مکی‌زاده و طاهرزاده، ۱۳۸۰؛ پورجوادی، ۱۳۸۱؛ مهدیزاده، ۱۳۸۲؛ کیاسی، ۱۳۸۲؛ عبادالله عموقین و موسوی، ۱۳۸۳؛ بنی‌اقبال و اوصیا، ۱۳۸۴؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ مظفر، ۱۳۸۶؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و مطلبی و باب‌الحوادثی، ۱۳۹۱؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ آخوندزاده، ۱۳۹۲ و فاضلی و داودی، ۱۳۹۳.
۲	نارکارآمدی قوانین مرتبط با حق مؤلف	ناصرالدین صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۷؛ آذرنگ، ۱۳۷۸؛ دربارهٔ نشر کتاب و حق مؤلف، ۱۳۸۱؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ آذرنگ ۱۳۷۵؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ حسینی و مطلبی، ۱۳۹۱؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱؛ مطلبی و حسینی، ۱۳۹۲؛ حیدری، ۱۳۹۳؛ اصغرنژاد، ۱۳۹۶ و نظری، ۱۳۹۷.
۳	بی‌عدالتی و عدم توازن در توزیع یارانه‌ها	محمدی، ۱۳۷۷؛ رضایی، تنکابنی و رشیدی، ۱۳۸۰؛ کیاسی، ۱۳۸۲؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ سازمان انتشارات جهاددانشگاهی، ۱۳۸۶؛ حقی‌بین، ۱۳۸۶؛ بهبهانیان، ۱۳۸۸؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ تنهانژاد امین، ۱۳۹۰؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ آخوندزاده، ۱۳۹۲؛ الهوردی، ۱۳۹۵؛ طالب‌زاده، ۱۳۹۶ و بازنگری در وضعیت یارانه‌های معاونت امور فرهنگی، ۱۳۹۷.
۴	حضور و دخالت بیش از حد دولت و سایر نهادها در حوزه کتاب	اقتصاد نشر ایران گلخانه‌ای است، ۱۳۸۱؛ یوسفی، ۱۳۸۳؛ کرمانی، ۱۳۸۳؛ غلامی، ۱۳۸۵؛ مظفر، ۱۳۸۶ و مطلبی، ۱۳۹۰؛ فاضلی و داودی، ۱۳۹۳؛ الهوردی، ۱۳۹۵؛ اصغرنژاد، ۱۳۹۶ و طالب‌زاده، ۱۳۹۶.
۵	بی‌ثباتی در سیاست‌ها و ضوابط نشر	محمدی، ۱۳۷۷؛ معتقدی، ۱۳۷۹؛ آذرنگ، ۱۳۸۴؛ غلامی، ۱۳۸۵ و مطلبی و باب‌الحوادثی، ۱۳۹۱.
۶	بسته بودن فضای سیاسی جامعه	مؤسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ نقیب‌السادات، ۱۳۸۳؛ مطلبی، ۱۳۹۰ و مطلبی و باب‌الحوادثی، ۱۳۹۱.
۷	فرایندهای دست‌وپا گیر مرتبط با تولید کتاب (نظیر صدور مجوز، فهرست‌نویسی پیش از انتشار، صدور شابک، صدور اعلام وصول و نظایر آن)	کیاسی، ۱۳۸۲؛ نظربلند، ۱۳۸۴؛ تنهانژاد امین، ۱۳۹۰؛ مطلبی، ۱۳۹۰؛ فاضلی و داودی، ۱۳۹۳.
۸	سیاست‌های نظارتی سخت‌گیرانه و گاه سلیقه‌ای دولت در صنعت نشر	آذرنگ ۱۳۷۵؛ آذرنگ، ۱۳۸۰ الف؛ کیاسی، ۱۳۸۲؛ غلامی، ۱۳۸۵ و مطلبی، ۱۳۹۰.
۹	حضور ناشران دولتی در بازار بدون توجه به سازوکارهای اقتصادی	مؤسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب، ۱۳۸۳؛ آذرنگ، ۱۳۸۴ و مطلبی، ۱۳۹۰.

سال نهم، شماره چهارم و هشتم، زمستان ۱۳۹۸

ادامهٔ جدول ۵. توزیع فراوانی مشکلات سیاسی مرتبط با صنعت نشر براساس مطالعات انجام شده در ایران

ردیف	مشکلات سیاسی	مطالعات مرتبط
۱۰	عدم برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت توسط دولت	تنهانژاد امین، ۱۳۹۰؛ ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ آخوندزاده، ۱۳۹۲؛ کرمی و اجاقی، ۱۳۹۵.
۱۱	مشکلات صادرات و واردات به علت تحریم‌ها	مطلبی، ۱۳۹۰.
۱۲	عدم حمایت دولت از نهادهای صنفی مرتبط با نشر	آذرنگ، ۱۳۷۸.

جدول شماره ۵ نشان می‌دهد ممیزی کتاب مهم‌ترین مشکل سیاسی صنعت نشر محسوب می‌شوند. از دیگر مشکلات سیاسی مطرح شده می‌توان به ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق نشر و مؤلف، بی‌ثباتی در سیاست‌ها و ضوابط نشر، دخالت بیش از حد دولت و سایر نهادها در امر کتاب، بی‌عدالتی و عدم توازن در حمایت‌ها، بی‌ثباتی در سیاست‌های نظارتی و سلیقه‌ای بودن آنها، گسترش ناشران دولتی، مشکلات صادرات و واردات کتاب، عدم حمایت دولت از نهادهای صنفی مرتبط با نشر و بی‌توجهی به توزیع کتاب از سوی دولت اشاره کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

مشکلات و چالش‌هایی که صنعت نشر بر آن روبروست به دو دسته کلی درونی (حرفه‌ای و درون صنفی) و بیرونی (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) قابل دسته‌بندی است. مشکلات درونی به مشکلاتی اطلاق می‌شود که به متولیان تولید و عرضهٔ کتاب بر می‌گردد و تا زمانی که بدنهٔ نشر، نتواند بر این مشکلات چیره شود، حل مشکلات بیرونی راه به‌جایی نخواهد برد که در ادامه به این دو دسته مشکلات اشاره می‌شود:

مشکلات درونی: یک کتاب زمانی جایگاه واقعی خود را خواهد یافت که پس از تولید، خوانده شده و مورد استفاده قرار گیرد. ناکارآمدی شبکهٔ توزیع کتاب سبب شده است بسیاری از کتاب‌های تولید شده، در زمان مناسب، به دست مصرف‌کننده علاقه‌مند و نیازمند نرسد و به همین دلیل یکی از چالش‌های اساسی صنعت نشر ایران مسئله توزیع کتاب‌هاست. تمرکز تولید و توزیع کتاب در تهران و عدم دسترسی کتاب‌فروشی‌های مستقر در شهرستان‌ها به بخش اعظم کتاب‌های منتشرشده، مشکل مضاعفی است که مانع دسترسی مصرف‌کننده به محصول نهایی صنعت نشر می‌شود. از سوی دیگر، بین میزان تولیدکنندگان، به‌عبارتی ناشران و نیز مراکز عرضه

یعنی مراکز توزیع و کتابفروشان رابطه منطقی وجود ندارد^۱، به طوری که تعداد کتابفروشان که در حالت منطقی باید چندین برابر ناشران باید باشد، کمتر از تعداد ناشران است. حرفه‌ای نبودن بخش اعظم ناشران و نگاه غیرحرفه‌ای و غیرتخصصی به نشر از سوی آنها، سبب شده است بین ماحصل فعالیت تولیدی آنها و نیازهای جامعه تناسب درستی برقرار نشود و کتاب‌های تولید شده با علائق و نیازهای جامعه همخوانی نداشته باشد. درصد زیادی از ناشران کشور غیرحرفه‌ای هستند و فعالیت نشر، شغل دوم یا سوم آنهاست. این مسئله خود مانعی بسیار بزرگی بر سر راه حرفه‌ای شدن صنعت نشر محسوب می‌شود و حمایت‌های دولتی در شکل‌گیری این گروه از ناشران که در پی استفاده از امکانات و یارانه‌های دولتی هستند، بی‌تأثیر نبوده است؛ این مشکل، به عبارتی حرفه‌ای نبودن، بین کتابفروشان نیز صادق است.

جذابیت‌های محتوایی و صوری دو روی یک سکه هستند و ناشران باید در کنار توجه به محتوا، جذابیت‌های صوری و ظاهری کتاب را از نظر هنرآرایی، طرح روی جلد، استفاده از تصاویر مناسب و ... مورد توجه قرار گیرند. کتاب با محتوای خوب، زمانی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد که از نظری صوری هم جذابیت کافی داشته باشد.

صنعت نشر همانند همه صنایع پیش‌رو، نیازمند تخصص و آگاهی از سازوکارهای اقتصادی صنعت نشر و فرایندهای قبل، حین و پس از تولید بین دست‌اندرکاران نشر است. اگر ناشری به علت بی‌اطلاعی و نداشتن تخصص، نیازسنجی درستی از بازار نداشته و جامعه هدف و بالقوه خویش را مشخص نکرده باشد و پس از تولید بازاریابی، اطلاع‌رسانی و تبلیغ مطلوبی انجام نداده باشد، محصول تولید شده به مصرف نخواهد رسید و امروزه با توجه به تنوع منابع اطلاعاتی، صرف تولید کتابی با کیفیت، به عرضه مناسب و مصرف آن منجر نمی‌شود. نگاهی تخصصی به مدیریت چرخه نشر لازم و ضروری است.

کم‌اطلاعی مصرف‌کننده از کتاب‌های تولید شده را یکی از مهم‌ترین دلایل نارسایی بازار کتاب است. یکی از مهم‌ترین مشکلات نشر ناکارآمدی اطلاع‌رسانی و تبلیغ در حوزه کتاب و بی‌توجهی ناشران به این مقوله است. در هر صنعتی، تبلیغ نقش بسیار مهمی در مصرف محصولات آن دارد و بدون تبلیغ مناسب صنعت با نارسایی مواجه می‌شود. با توجه به هزینه‌های تبلیغات در ایران و حرفه‌ای نبودن اغلب ناشران، این مسئله مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.

^۱. نگاه کنید به بانک‌های اطلاعاتی مؤسسه خانه کتاب (www.ketab.ir).

عدم تولید کتاب برای سطوح و طبقات مختلف مردم را می‌توان، مشکل دیگر صنعت نشر دانست. کتاب در ایران، عموماً، بدون توجه به نیاز جامعه مخاطب تولید می‌شود و بازار کتاب امروز ایران هنوز موفق به پر کردن شکاف میان بازار تولید و نیازها و خواسته‌های مردم نشده است. یکی از مشکلات اساسی صنعت نشر پایین بودن شمارگان کتاب‌های منتشر شده است، که هر روز با کاهش شمارگان متوسط، پررنگ‌تر می‌شود. تولید کتاب با شمارگان بالا به ناشر کمک می‌کند تا بسیاری از هزینه‌های تولید که ارتباطی به هزینه‌های مستقیم ندارند را در شمارگان کتاب سر شکن کند و در نتیجه بهای تمام شده کتاب کاهش یابد و محدوده سود ناشر افزایش یابد و ناشر بتواند درصد بیشتری را برای تخفیف و نیز هزینه‌های تبلیغ و توزیع اختصاص دهد. سیاست قیمت پایین و عرضه بالا که در کشورهای توسعه یافته رواج دارد و کمک زیادی به توسعه صنعت نشر این کشورها دارد، در صنعت نشر ایران، با توجه به شمارگان پایین قابل پیاده‌سازی نیست.

یکی از مهم‌ترین گروه‌های درگیر در چرخه زیستی هر کتابی، کتاب‌فروشی‌های غیرحرفه‌ای هستند. کتاب‌فروشی‌های حرفه‌ای و متخصص با شناختی که از کتاب‌های تولید شده و موجود در انبار کتاب‌فروشی دارند، همانند مشاوران اطلاعاتی عمل می‌کنند و با مصاحبه هدفمند با مشتریان، برای هر نیاز آنها منبع اطلاعاتی مناسب ارائه می‌دهند. آنها ضمن شناخت کافی از کتاب‌ها، روان‌شناسی برخورد با مشتری را خوب می‌دانند و مشتریان را در رسیدن به اطلاعات مناسب و مصرف آن یاری می‌رسانند.

یکی دیگر از مشکلات حرفه‌ای صنعت نشر، رواج کتاب‌سازی و تولید کتاب‌های کم‌محتواست. این مسئله نه تنها به تولید کتاب‌های بدون مشتری منجر می‌شود؛ بلکه فروش و مطالعه آنها از سوی مشتریان، باعث بی‌اعتمادی آنها شده و خریدهای بعدی آنها را با مشکل مواجه خواهد کرد. غیرحرفه‌ای بودن پدیدآوری و مترجمی در ایران، استفاده نکردن از امکانات نشر الکترونیک، عدم شفافیت روابط ناشر و مؤلف و نبود قراردادهای مشخص بین آنها، شفاف نبودن روابط مالی و تجاری بین ناشران، پخش گران و کتاب‌فروشی‌ها، نبود شناخت کافی از کتاب‌های منتشر شده، بین پخش گران و نبود متولی برای پژوهش از دیگر مشکلات درون صنفی نشر عنوان شده است.

مشکلات بیرونی و مشکلات فرهنگی: نبود فرهنگ مطالعه بین ایرانیان و عدم اقبال به مطالعه به‌ویژه مطالعه کتاب مهم‌ترین مشکل فرهنگی عنوان شده است. عوامل مختلفی در این میان

نقش دارند که یکی از آنها نظام آموزشی است. نظام آموزشی و دست‌درکاران آن نظیر معلمان و مدیران مدارس می‌تواند در کتابخوان کردن مردم نقش بسیار مهمی ایفاء 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 آنها را ارائه می‌دهند، عموماً استفاده از کتاب‌های غیردرسی معمول نیست و معلمان، دانش‌آموزان را به مطالعه کتاب‌های غیردرسی و آشنایی با منابع غیردرسی تشویق نمی‌کنند. ضعف نظام آموزشی کشور و سیطره شیوه تک متن خوانی در سطح مختلف تحصیلی و مهجور ماندن جایگاه تحقیق و پژوهش، جوانان را به جستجوی کتاب‌های جدید سوق نمی‌دهد. این وضعیت سبب می‌شود نظام آموزشی ایران نقش کم‌رنگی در مصرف کتاب ایفاء می‌کنند و خود به مشکلی در صنعت نشر تبدیل شده است.

میزان رواج هر زبانی در تولید و شمارگان کتاب‌های نقش بسیار مهمی ایفاء می‌کند. زبان فارسی که دایره محدودی دارد باید با ترجمه و انتشار کتاب‌های فارسی به سایر زبان‌ها محدوده مخاطبان خویش را افزایش دهد. یکی از مشکلات فرهنگی نشر، کم‌رواج بودن زبان فارسی در خارج از مرزهاست. دسترسی راحت به کالاهای فرهنگی و رسانه‌ای متنوع، عدم احساس نیاز به مطالعه در جامعه، پایین بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشره و بی‌سوادی یا کم‌سوادی بخشی از جامعه از دیگر مشکلات فرهنگی است که در منابع منتشر شده مطرح شده بود.

مشکلات اجتماعی: 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 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 ایفاء کند.

یکی از مشکلات اصلی نشر کتاب و کتابخوانی کمبود کتابخانه‌های عمومی در سطح کشور و عدم دسترسی مردم به کتابخانه‌های عمومی است و اگر به کتابخانه‌های عمومی هم دسترسی دارند به علت تمرکز در تهیه و توزیع کتاب در کتابخانه‌های کشور عموماً کتاب مورد نیاز و همخوان با علاقه مردم در کتابخانه‌ها موجود نیست. کمبود و بعضاً فقدان کتابخانه‌های عمومی و همچنین کتابخانه در مدارس مانعی بزرگ 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 بدون کتاب‌های جدید است و اکثراً محدود به کتاب‌های خاص از انتشاراتی خاص می‌شوند. اکثر روستاهای کشور نیز با وجود جمعیت قابل توجه روستایی و فزونی اوقات فراغت آنها در مقایسه با مشکلات زندگی شهری، بدون کتابخانه و کتابفروشی هستند و خواه ناخواه این زمان فراغت به بطالت سپری خواهد شد.

«نبود آرامش فکری و روحی در میان مردم و مشغله زیاد» و «خستگی ناشی از کار» از مشکلات اجتماعی مهم مطرح شده در منابع است. افزایش تورم و مشکلات اقتصادی حاکم بر جامعه سبب شده است مردم بیشتر از گذشته کار کنند و آرامش فکری و روحی آنها در اثر نگرانی‌های و غیرقابل پیش‌بینی بودن آینده کاهش یابد همین مسئله گرایش آنها به خرید و مطالعه کتاب را کاهش می‌دهد و در شرایط تورمی نخستین چیزی که از سبد خانوار حذف می‌شود و میزان آن کاهش می‌یابد کتاب و سایر کالاهای فرهنگی است.

شرایط سخت زندگی قشر متوسط جامعه که در واقع تحصیلکردگان جامعه را نیز شامل می‌شود این نگرش را به ذهن متبادر می‌کند که بین آگاهی و درآمدها اقتصادی و منزلت اجتماعی رابطه عکس وجود دارد. چرا که بین میزان آگاهی ناشی از مطالعه و پاداش‌ها، هیچ رابطه‌ای نمی‌توان برقرار کرد همین مسئله تاثیر منفی در گرایش به کتاب و کتابخوانی می‌گذارد. «کمبود مجلات نقد و بررسی کتاب» مشکل دیگری است که در منابع به آن اشاره شده بود.

مشکلات اقتصادی: «بالا بودن قیمت کتاب» و «عدم همخوانی بین درآمد مردم و قیمت کتاب» از مهم‌ترین مشکلات اقتصادی مطرح شده در منابع اطلاعات است. بین قیمت کتاب و افزایش یا کاهش تقاضای کتاب رابطه اساسی وجود دارد. با افزایش قیمت کتاب چون کتاب جزو کالاهای اساسی و ضروری و جزو کالاهای اساسی سبد خانوار نیست، تقاضا برای آن کاهش می‌یابد. در بیشتر شهرهای ایران که درصد بیشتر از مردم کارگر هستند و از درآمد پایینی برخوردار هستند با افزایش قیمت کتاب تقاضا برای کتاب کاهش می‌یابد. قیمت کتاب در سال‌های پس از پیروزی انقلاب و به‌ویژه در سال‌های اخیر - در اثر حذف یارانه نشر - یافت و تقاضا برای کتاب نیز کاهش یافت و نتیجه آن را در کاهش شمارگان کتاب‌ها می‌توان مشاهده کرد.

فراهم کردن امکان دسترسی به کتاب، به‌ویژه در جهان امروز، مسأله‌ای علمی با انگیزه‌های اقتصادی و انتفاعی است. انگیزه‌های اقتصادی و میزان سودآوری در فرایند تولید تا مصرف برای دست‌اندرکاران اجرایی آن، از عوامل تعیین‌کننده است و بی‌توجهی به آن، به بی‌انگیزگی ناشران

و کاهش رغبت آنها برای تولید منجر شده و در عمل با نظامی ناکارآمد در حوزۀ نشر مواجه خواهیم بود که ناشی از عدم شناخت صحیح از ماهیت کتاب و عوامل مؤثر در عرضه و تقاضای آن می‌باشد. بی‌توجهی به اقتصاد نشر یکی از مهم‌ترین مشکلات صنعت نشر کشور است.

براساس یافته‌ها، سیاست‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود اقتصادی مشکل اقتصادی دیگری است که صنعت نشر با آن دست‌به‌گریبان است. اقتصاد کتاب مانند سایر حوزه‌ها، تحت تأثیر اقتصاد کل کشور است و اگر وضعیت اقتصادی عمومی جامعه مناسب باشد تأثیر مثبت بر حوزه کتاب خواهد داشت و بالعکس. در شرایط تورمی، کاهش ارزش پول ملی، کاهش قدرت خرید مردم و ... تأثیر منفی بر بازار کتاب و به‌عبارتی همه کالاهای فرهنگی و مصرف آنها خواهد گذاشت. تورم از دیگر مشکلات مهم اقتصادی است که صنعت نشر ایران با آن روبروست. در شرایط تورمی، منابع نیز به‌صورت نامطلوب تخصیص می‌یابند. یعنی مردم به جای اینکه درآمد نسبتاً ثابت خود را صرف خرید منابع اطلاعاتی نظیر کتاب، مجلات و ... کنند، ترجیح می‌دهند منابع و درآمدهای خود را صرف کارهای اساسی و ضروری‌تر که با زندگی آنها در ارتباط هستند کنند و طبیعتاً خرید کتاب و سایر منابع فرهنگی در اولویت‌های آخر قرار می‌گیرد.

نگرش صرف فرهنگی، مشکل دیگری است که به وابستگی روزافزون نشر کشور به حمایت‌های شده است. این وابستگی باعث می‌شود بسیار از فرایندهایی که لازمه یک چرخه اقتصادی سالم چون سرمایه‌گذاری مناسب، اطلاع‌رسانی، تبلیغات، توزیع و نظایر آن است، را نداشته باشد. یکی از عوامل عقب‌ماندگی صنعت نشر ایران، نبودن یک سیستم حسابرسی پیشرفته و کارآمد است که بتوان براساس آن رابطه بین هزینه و درآمد در حالات مختلف را برای ناشران فراهم کند. بسیاری از ناشران در ایران صاحب کتاب‌فروشی هستند و اغلب هم رسیدهای فروش اعم از فروش کتاب خرد، لوازم تحریر و نیز کتاب‌های سایر ناشران را با هم جمع می‌کنند بدون اینکه درآمد حاصل از فروش کتاب‌های همان انتشارات را از سایر درآمدها جدا کنند. همین مسأله سبب شده تا شناخت درستی از وضعیت اقتصادی خود نداشته باشند.

یکی از مهم‌ترین مشکلات صنعت نشر طولانی بودن بازگشت سرمایه ناشر پس از تولید کتاب است. میانگین زمان مورد نیاز برای فروش کل شمارگان یک کتاب ۳۰۰۰ نسخه‌ای را - در بهترین حالت - می‌توان ۱/۵ سال دانست در حالی که بیشتر اقلام مصرفی مورد نیاز برای تولید کتاب به‌صورت نقدی پرداخت می‌شود. خواب سرمایه و در مواقعی فروش نرفتن بخش اعظم نسخه‌های یک کتاب، سبب می‌شود رغبت ناشران به فعالیت در این حوزه کاهش یابد.

نواسانات قیمت مواد اولیه نظیر کاغذ و مقوا، فیلم و زینگ، مرکب چاپ و دستگاه‌های چاپ، چسب صحافی، فیلم و زینگ، سلفون و نظایر آن باعث می‌شود هزینه‌های تولید کتاب و همچنین قیمت کتاب‌های تولید شده دستخوش تغییر شود. با افزایش قیمت کتاب‌های منتشر شده طبیعتاً میزان استقبال از آنها نیز کاهش می‌یابد و همچنین پیامدهای وجود این مسائل سبب کاهش انگیزه در ناشران برای سرمایه‌گذاری و تولید کتاب می‌شود. «محدویت بازارهای داخلی و عدم ارتباط نشر ایران با بازارهای بین‌المللی»، «قیمت‌گذاری غیراصولی کتاب» و «پایین بودن تخفیف پیش‌بینی شده کتاب‌فروشان» از دیگر مشکلات مطرح شده در بخش اقتصادی از سوی صاحب‌نظران است.

مشکلات سیاسی: ممیزی کتاب را شاید بتوان مهم‌ترین مشکل سیاسی عنوان کرد که در منابع بسیاری مطرح شده و همواره محل مناقشه بوده است و البته مهم‌تر از خود ممیزی نحوه ممیزی و سلیقه‌ای نبودن آن، به‌عنوان مشکلی اساسی در صنعت نشر مطرح بوده است. نظارت غیرقانونمند و سلیقه‌ای بر کتاب که در شرایط سیاسی متفاوت به افت و خیزهای متفاوتی دچار می‌شود، موجب رویگردانی و عدم اعتماد مردم به کتاب می‌شود. ممیزی کتاب، ضمن تأثیر منفی بر تقاضای کتاب، به علت به خطر انداختن امنیت شغلی ناشران، سدی در برابر سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت ناشران نیز محسوب می‌شود.

به‌روز نبودن قوانین حق نشر و حق مولف و نبود ضمانت اجرایی کافی سبب شده است کتاب‌سازی به امری رایج در صنعت نشر ایران تبدیل شود، آثار بسیار زیادی در ایران منتشر می‌شود که نه‌تنها دانشی به دانش قبلی اضافه نمی‌کنند؛ بلکه صرفاً رونویسی از کتاب‌ها و مقالات دیگران هستند. از طرفی دیگر، حمایت‌نشدن آثار منتشر شده در خارج از ایران در قوانین ایران، سبب شکل‌گیری ترجمه‌های تکراری و در مواقعی بسیار ضعیف می‌شود که نقش مهمی در بی‌اعتمادی خوانندگان دارد.

یکی از رخدادهای بعد از پیروزی انقلاب اسلامی افزایش تعداد ناشران دولتی است. ناشرانی که به رقیبانی برای ناشران خصوصی 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 کتاب‌های عامه‌پسند و بازاری اقدام می‌کنند و به رقیبی برای

ناشران خصوصی تبدیل شده‌اند و در وضعیت فعلی فعالیت خویش، مشکل بزرگی در صنعت نشر ایران محسوب می‌شوند.

بی‌عدالتی و عدم توازن در توزیع یارانه‌ها، یکی از مشکلات مهم مطرح شده است. حمایت‌های مستقیم دولت در مواردی به‌جای آنکه ابزاری برای پیشرفت و توسعه تولید کتاب به عنوان فعالیتی اقتصادی باشد، در مواردی به پرورش ناشران غیرحرفه‌ای منجر شده است که تنها چشم انتظار حمایت‌های مادی دولتی هستند. تمرکز حمایت در بخش تولید و بی‌توجهی به توزیع، فروش و مصرف در بیشتر سال‌ها، به‌شکل‌گیری بدنه غیرحرفه‌ای نشر منجر شده است. 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 در کشور بوده است.

از دیگر مشکلات سیاسی مطرح شده می‌توان به حضور و دخالت بیش از حد دولت و سایر نهادها در امر حوزه کتاب، بی‌ثباتی در سیاست‌ها و ضوابط نشر، بسته بودن فضای سیاسی جامعه، فرایندهای دست‌وپا گیر مرتبط با تولید کتاب، سیاست‌های نظارتی سخت‌گیرانه و گاه سلیقه‌ای دولت بر در صنعت نشر، عدم برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت توسط دولت، مشکلات صادرات و واردات به علت تحریم‌ها و عدم حمایت دولت از نهادهای صنفی مرتبط با نشر اشاره کرد که نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دقیق دولت‌هاست و بدون سیاست‌گذاری درست تمام تلاش‌های دولت‌ها را به ضد خود تبدیل خواهد کرد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج این پژوهش و مشکلات درونی و بیرونی مطرح شده، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

آموزش حوزه‌های مختلف صنعت نشر، به‌ویژه اقتصاد نشر، به ناشران در اولویت برنامه‌های دولت و نهادهای صنفی قرار گیرد.

با توجه به هزینه‌های تبلیغ در رسانه‌های جمعی نظیر روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون، دولت باید حمایت‌ها و هماهنگی‌های برای سهولت و ارزانی تبلیغ کتاب در این رسانه انجام دهد.

ادغام سرمایه ناشران مختلف و تشکیل بنگاه‌های مشارکتی نشر و حمایت دولت در تسهیل این ادغام‌ها، می‌تواند به تجمیع سرمایه، توان و تجربه ناشران با هم منجر شود. ادغام مراکز

پخش کوچک و شکل‌گیری مراکز پخش بسیار بزرگ برای توزیع کتاب در سطح ملی و بین‌المللی می‌تواند بسیار مؤثر باشد.

دولت با تشکیل تسهیلاتی در بخش بیمه‌ها و خدمات اجتماعی، ارائه برخی تسهیلات و وضع قوانین به رغبت بیشتر ناشران برای فعالیت تمام وقت در حوزه نشر کمک کند.

با توجه به هزینه‌های تبلیغ در رسانه‌های جمعی نظیر روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون، دولت باید حمایت‌ها و هماهنگی‌های برای سهولت و ارزانی تبلیغ کتاب در این رسانه صورت دهد.

لازم است تغییرات اساسی در برنامه‌های آموزشی مدارس و دانشگاه‌ها صورت گیرد. مسئله محوری و پژوهش‌محوری کلاس‌ها و همچنین آموزش مهارت‌های استفاده از کتاب‌ها و سایر منابع اطلاعاتی و رفع نیازهای اطلاعاتی با استفاده از کتاب در مراکز آموزشی، در استفاده مادام‌العمر مردم از کتاب و نیز توسعه بلندمدت صنعت نشر کمک شایانی خواهد کرد.

دولت می‌تواند با حمایت از کارخانه‌ها و سازمان‌های تولید کننده مواد اولیه نظیر کاغذ و مقوا، فیلم و زینک و تجهیزات لیتوگرافی، چاپ و صحافی در قالب وام‌های بلندمدت و کم‌بهره از افزایش قیمت دوره‌ای این اقلام که تأثیر منفی بر نشر می‌گذارد، جلوگیری کند.

بهتر است دولت به کتاب به عنوان کالایی عمومی - که فواید اجتماعی بسیار زیادی دارد و منفعت آن به کل جامعه بر می‌گردد - نگاه کند و در دوره‌هایی که تورم افزایش می‌یابد یارانه‌های ویژه‌ای را به حوزه کتاب اختصاص دهد.

استفاده از اینترنت و امکان فروش الکترونیکی با توجه به استقبال نسبتاً خوب مردم از محیط الکترونیک و اینترنت و همچنین رفع مشکلات مربوط به پرداخت الکترونیکی می‌تواند بستر بسیار مناسبی برای عرصه کتاب در سطح کشور را فراهم کند و دولت باید بسترهای لازم را فراهم سازد.

راه‌اندازی مراکز اطلاع‌رسانی به شکل‌های مختلف، براساس موضوع، گروه‌های سنی و ... در اولویت نهادهای صنفی و دولتی قرار گیرد. همچنین مجلات نقد و بررسی و اطلاع‌رسانی کتاب در سطح تخصصی و عمومی مورد حمایت دولت قرار گیرد.

حمایت از کتاب‌فروشی‌های شهرستانی با اقداماتی از قبیل معافیت مالیاتی، سهولت صدور جواز کسب، ارائه وام برای تجهیز کتاب‌فروشی و ... در دستور کار دولت و قانون‌گذاران قرار گیرد.

شکل‌گیری قانونی شبیه قانون مطبوعات برای کتاب که چارچوب عمده آن مسئولیت ناشر در قبال شاکی خصوصی یا مدعی‌العموم در دادگاه علنی و با حضور هیأت منصفه باشد ضریب امنیت و ثبات در نشر را تضمین می‌کند.

انتقال بلندمدت حمایت‌های مستقیم دولت به حمایت‌های ترویجی نظیر کمک به اطلاع‌رسانی، وضع قوانین تسهیل‌کننده، معافیت مالیاتی و برگزاری نمایشگاه‌ها، به جای حمایت‌های مستقیم دولت از قبیل ارائه فیلم و زینگ و کاغذ دولتی هم مانعی بر سر راه سوءاستفاده‌های برخی ناشران می‌شود و هم به حرفه‌ای شدن صنعت نشر کمک می‌کند.

تعریف طرح‌های پژوهشی در حوزه‌های مختلف نشر کشور، از قبیل تولید، توزیع، مصرف، حضور و مداخله دولت، فعالیت‌های اتحادیه‌ها و تعاونی‌های صنفی نشر، وضعیت اطلاع‌رسانی و تبلیغ و ... باید در اولویت‌های کاری دولت و اتحادیه‌های صنفی قرار گیرد.

ایجاد نهادها و اتحادیه‌های صنفی، حرفه‌ای و غیرفرمایشی و تقویت آنها به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم حوزه نشر باید مورد توجه وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار گیرد.

منابع و مأخذ

آخوندزاده، حمیدرضا (۱۳۹۲). **بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان (۱۳۸۰-۱۳۹۰)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت نشر، دانشگاه بین‌المللی امام رضا^(ع).

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۷۵). **آشنایی با چاپ و نشر، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)**.

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۷۸). **شمه‌ای از کتاب، کتابخانه و نشر کتاب، تهران: کتابدار**.

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۰ الف). **چون چرایی در باب سیاست‌های نشر کتاب، تهران: کتابدار**.

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۰ ب). **«کتاب و نشر از دیدگاه منافع ملی و عمومی»، جهان کتاب، شماره ۹ و ۱۰: ۴-۶**.

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۲). **در قلمرو نشر: ویرایش و دانشنامه‌نگاری، تهران: ققنوس**.

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۴). **مبانی نشر کتاب، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)**.

آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۹). **نشر و انقلابی در راه، تهران: جهان کتاب**.

آزادبیگی، سمیه (۱۳۹۱). **«قراردادهای نشر در حقوق ایران»، فصلنامه حقوق پزشکی، ویژه‌نامه حقوق مالکیت فکری، شماره ۶: ۱۰۸-۷۷**.

احمدی، عبدالرحیم (۱۳۳۷). **«نظری به آمار کتاب‌های چاپی در ایران»، فصلنامه سخن، شماره ۲: ۱۷۸-۱۶۸**.

اصغرنژاد، حسین (۱۳۹۶). **شناسایی و تحلیل اثرات فناوری‌های نوین اطلاعاتی بر فرایند صنعت نشر کتاب در ایران و ارائه الگوی مفهومی فرایند نشر مدرن و پسامدرن در کشور، رساله دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز**.

اصلانی‌ملایری، محسن (۱۳۷۹). **«نشر کتاب در بن‌بست: بررسی مسائل و مشکلات نشر کتاب از دیدگاه ناشران، اهل قلم و صنف‌های وابسته به نشر در شهر اصفهان در سال ۱۳۷۸»، نشریه فرهنگ اصفهان، شماره ۲۵ و ۲۶: ۱-۹**.

افضلی، علی و روح‌الله ابوجعفری (۱۳۹۷). **«چالش‌های اقتصادی نشر در ایران؛ پیشینه‌ها شاخص‌های آمار اقتصادی و نوآوری»، پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، شماره ۹: ۶۹-۵۳**.

اقتصاد نشر ایران گلخانه‌ای است: گزارشی از میزگرد «اقتصاد نشر» در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان (۱۳۸۱). **کتاب ماه کودک و نوجوان: ۴۳-۳۵**.

اقتصاد نشر کتاب در ایران (۱۳۹۱). **کتاب ماه کلیات: اطلاعات، ارتباطات و دانش‌شناسی، شماره ۱۲: ۹-۴**.

آل داود، سیدعلی (۱۳۸۱). **کتاب‌سازی و پخته‌خواری. درباره نشر کتاب و حق مؤلف (مجموعه مقاله‌های نشر دانش)**، زیر نظر نصرالله پورجوادی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

اله‌وردی، محمد (۱۳۹۵). **سیاست‌گذاری‌های فرهنگی پس از انقلاب و تأثیر آن بر اقتصاد نشر ادبی: تحلیل مبتنی بر انسان‌شناسی اقتصادی**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت نشر، دانشکده هنر و معماری اسلامی دانشگاه بین‌المللی امام رضا^(ع).

امامی، کریم (۱۳۸۱). **چاپ افست و ناشران بساز و بفروش، درباره نشر کتاب و حق مؤلف (مجموعه مقاله‌های نشر دانش)**، زیر نظر نصرالله پورجوادی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

امامی، کریم (۱۳۸۵). **در گির و دار کتاب و نشر، گردآوری عبدالحسین آذرنگ و ایران‌ناز کاشیان، تهران: نیلوفر**.

- امامی، محمد (۱۳۹۳). **حقوق حاکم بر چاپ و نشر کتاب در ایران**، پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق، دانشگاه شیراز، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- انصاری موحد، صدیقه و محمدجواد هنرمندساری (۱۳۹۳). «تدوین گزینش راهبردهای مناسب براساس تحلیل سواد در صنعت نشر ایران»، **مجله کتاب مهر**، شماره ۱۴: ۵۵-۳۴.
- اوصیا، فاطمه بیگم (۱۳۸۴). **بررسی نشر و توزیع کتاب در استان مازندران در سال‌های ۱۳۷۸-۱۳۸۲**. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- باب‌الجوائجی، فهیمه؛ داریوش مطلبی، نجلا حریری و فرشاد مومنی (۱۳۹۰). «تحلیل آماری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب ایران میان سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷»، **پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی**، شماره ۱: ۲۶۴-۲۴۱.
- باب‌الجوائجی، فهیمه (۱۳۸۷). **آشنایی با مبانی چاپ و نشر: با تأکید بر نشر الکترونیکی و اقتصاد نشر**، تهران: چاپار.
- بازنگری در وضعیت بارانه‌های معاونت امور فرهنگی (۱۳۹۷). دفتر مطالعات فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- بخاش، شائول (۱۳۵۲). «چشم‌انداز صنعت نشر کتاب در ایران»، **کتاب امروز**، شماره ۵: ۵۲-۴۴.
- بنی‌اقبال، فاطمه و فاطمه بیگم اوصیا (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان مازندران طی سال‌های (۷۸-۱۳۸۲)»، **کتاب ماه کلیات**، شماره ۹۷-۹۸: ۸۱-۷۰.
- بهبهانیان، فریده (۱۳۸۸-۱۳۸۷). **بررسی نشر حرفه‌ای کتاب و سیاست‌های دولتی حوزه کتاب در ایران و ارائه راهکارهایی جهت ارتقای آن (با تأکید بر ناشران تهران)**. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- پورجوادی، نصرالله (۱۳۶۱). «وضع نامطلوب تولید کتاب در ایران»، **نشر دانش**، شماره ۳۳۳: ۵-۲.
- پورجوادی، نصرالله (۱۳۸۱). **آزادی و هرج و مرج در نشر کتاب**، درباره نشر کتاب و حق مؤلف (مجموعه مقاله‌های نشر دانش)، زیر نظر نصرالله پورجوادی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- تندروصالح، شاهرخ (۱۳۷۸). «اقتصادسنجی: سیاست‌ورزی و تمرکزگرایی گلوی نشر را می‌فشارد»، **روزنامه همشهری**، ۲۶ فروردین‌ماه.
- تنه‌انزاد امین، علی (۱۳۹۰). **بررسی وضعیت نشر کتاب در استان گیلان**، پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده هنر و رسانه دانشگاه پیام‌نور واحد مشهد.
- حاجی‌شیرازی، زهرا (۱۳۷۲). **بررسی وضعیت کتاب‌های منتشر شده فارسی در زمینه علوم پزشکی در طول برنامه‌ریزی پنج ساله اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۷۲-۱۳۶۸) در ایران**. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی در شاخه پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- حسین‌زاده بیرامی، ملیحه (۱۳۹۶). **بررسی وضعیت نشر کتاب در استان آذربایجان شرقی از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵**. پایان نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه الزهراء (س).
- حسینی، محمدرضا (۱۳۷۸). **بررسی وضعیت نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷) و ترسیم وضعیت مطلوب**، پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد.

مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون || ۲۲۹

حسینی، شهیمه السادات و داریوش مطلبی (۱۳۹۱). «بررسی پیامدهای الحاق ایران به نظام بین‌المللی حق مؤلف از دیدگاه ناشران شهر تهران»، **تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی**، شماره ۲: ۲۸۷-۳۱۲.

حسینی‌نیک، سیدعباس (۱۳۹۱). «آفت‌های اقتصاد نشر». **کتاب ماه کلیات**، شماره ۱۸۰: ۵۳-۵۰.

حق‌بین، مهدی (۱۳۸۶). **تأثیرپذیری اقتصاد نشر از الحاق جمهوری اسلامی ایران به سازمان تجارت جهانی**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد معارف اسلامی و مدیریت (گرایش مالی)، دانشگاه امام صادق (ع).

حیاتی، زهیر (۱۳۵۸). **توزیع کتاب در ایران**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری، دانشگاه تهران، دانشکده علوم تربیتی. حیدری، آیدا (۱۳۹۳). حقوق حاکم بر چاپ و نشر کتاب در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه شیراز.

خادمیان، طلیعه (۱۳۸۷). **سبک زندگی و مصرف فرهنگی: مطالعه‌ای در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی و دیباچه‌ای بر سبک زندگی ایرانیان**. تهران: مؤسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب.

خرمشاهی، بهاء‌الدین (۱۳۷۰). **نشر امروز ایران، در سیر بی‌سلوک**، تهران: معین.

خرمشاهی، بهاء‌الدین و نورالله مرادی (۱۳۵۴). «نشر کتاب در ایران». **خبرنامه انجمن کتابداران ایران**، شماره ۸: ۱۲-۲۰.

رستمی‌زاده، مهدی (۱۳۸۵). **بررسی وضعیت نشر در استان کرمان بین سال‌های ۱۳۷۴-۱۳۸۴**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

رضایی، محسن؛ سیدعلی تنکابنی و شهریار رشیدی (۱۳۸۰). **بررسی و شناسایی سیستم‌های توزیع کتاب در تهران و پیشنهاد سیستم کارآمد توزیع کتاب**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، سازمان مدیریت صنعتی.

رهبانی، مجید (۱۳۷۴). «نقض غرض»، **جهان کتاب**، شماره ۹: ۲-۱۶.

رهبانی، مجید (۱۳۸۸). «پخش کتاب و مسائل پیش‌رو». **صنعت نشر**، شماره‌های ۳۴، ۳۵ و ۳۶: ۳۵-۳۲.

زندرضوی، سیامک و رویا اخلاص‌پور (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 جهاددانشگاهی (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 جهاددانشگاهی، به‌سفارش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

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**، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت فرهنگی.

سازمان ملی جوانان، مؤسسه مطالعات و تحقیقات (۱۳۷۶). **بررسی وضعیت فرهنگ کتاب و کتابخوانی جوانان، از دیدگاه جوانان**، ناشران و اهل قلم، تهران: سازمان ملی جوانان.

سپهر، فرشته و فرشته میکائیل‌زاده (۱۳۹۰). «مشکلات نشر نمایشنامه برای کودکان و نوجوانان: دیدگاه صنعت نشر»، **فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات**، شماره ۱: ۱۲۳-۱۱۰.

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

- ظلی پور، معصومه (۱۳۵۶). **اقتصاد کتاب در ایران**. پایان نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه تهران، دانشکده اقتصاد. عبدالله عموقین، جعفر و رؤف موسوی (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.
- عسگری، محسن (۱۳۹۶). **بررسی وضعیت فعلی بازار چاپ و نشر**، ترجمه در ایران و تأثیر آن بر ترجمه‌آموزان دوره کارشناسی. پایان نامه کارشناسی ارشد مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه فردوسی مشهد: دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- علی‌بابایی درمنی، آذر (۱۳۸۵). **وضعیت نشر استان مرکزی پس از انقلاب اسلامی**. پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- غلامی، رضا (۱۳۸۵). «نشر ایران حرفه‌ای نیست»، **روزنامه کارگزاران**، ۴ خردادماه.
- فاضلی، نعمت‌الله و حمیدرضا داودی (۱۳۹۳). «راهبردهای صنعت نشر در تهران از منظر مدیریت شهری: پژوهش نظریه‌مبنایی»، **مطالعات فرهنگی و اجتماعی**، شماره ۳۶: ۱۵۴-۱۳۱.
- فرخ‌نو، فرزانه (۱۳۸۲). **مطالعه و بررسی طراحی روی جلد کتاب در ایران، پروژه عملی: ارائه چند نمونه طراحی جلد کتاب**، پایان نامه کارشناسی ارشد هنر، دانشگاه تهران، دانشکده هنر.
- قائدان، اصغر (۱۳۹۱). **کتاب سازی مردم را به بازار نشر بی‌اعتماد کرده است**. گزارش میراث ۲ (ضمیمه ۲): ۱۰۱-۱۰۰.
- قلعه‌نوی، آزاده (۱۳۹۱). **بررسی وضعیت نشر، توزیع و فروش کتاب در شهر مشهد، در فاصله سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰**. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت نشر، دانشگاه امام رضا (ع).
- قنبری، طیبه (۱۳۸۴). کتاب در مواجهه با چالش‌های کنونی صنعت نشر، **روزنامه مردم سالاری**، یکم خردادماه.
- کیاسی، سهیلا (۱۳۸۲). **بررسی وضعیت نشر کتاب در استان تهران در سال‌های (۱۳۷۸-۱۳۸۰) و ترسیم وضعیت مطلوب**، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- کرمانی، علیرضا (۱۳۸۳). ناشران ما با یارانه زنده‌اند: دولت و اقتصاد نشر در گفت‌وگو با علیرضا کرمانی، **روزنامه جهان صنعت**، ۱۱ آذرماه.
- کریمی، احسان و رضوان اجاقی (۱۳۹۵). «آسیب‌شناسی کتاب از پدیدآمدن تا خواندن از نگاه ناشران». **کتاب مهر**، شماره ۱۹: ۱۰۱-۱۳۸.
- کریمی، روح‌الله (۱۳۹۵). حقوق و تعهدات ناشرنسبت به قراردادهای نشر. پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق. دانشگاه قم، دانشکده حقوق.
- طالب‌زاده، خسرو (۱۳۹۶). ارزیابی حوزه‌های تأثیرگذار یارانه‌های نشر (مجموعه پژوهش‌های کاربردی). زیر نظر علی‌اصغر سیدآبادی، تهران: خانه کتاب.
- محمدی، مجید (۱۳۷۷). «عوامل غیراقتصادی مؤثر بر اقتصاد نشر در ایران»، **جهان کتاب**، شماره ۵۷-۵۸: ۴-۵.
- مطلبی، داریوش (۱۳۹۰). **تحلیل اقتصاد نشر کتاب ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی و بررسی عوامل تأثیرگذار**، پایان نامه دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- مطلبی، داریوش (۱۳۹۱). «اقتصاد نشر و تحلیل عوامل تأثیرگذار»، **کتاب ماه کلیات: اطلاعات، ارتباطات و دانش‌شناسی**، شماره ۱۲ و ۱۳: ۲۱-۱۰.

مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون || ۲۳۱

مطلبی، داریوش و فهیمه باب‌الجواتجی (۱۳۹۱). «عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مؤثر بر اقتصاد نشر ایران: مطالعه موردی دیدگاه ناشران فعال بین سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷». **تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی**، شماره ۶۰: ۶۰-۷۵-۵۱.

مطلبی، داریوش و شهیمه‌السادات حسینی (۱۳۹۲). «دیدگاه ناشران شهر تهران درباره حق مؤلف در ایران»، **فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات**، شماره ۲: ۵۶-۴۲.

مظفر، محمدجواد (۱۳۸۶). «ممیزی کتاب ناجوانمردانه‌ترین دخالت دولت در اقتصاد نشر». **روزنامه اقتصاد و توسعه**، ۲۱ شهریور و ۲۲ مهر.

معتدی، محمود (۱۳۷۹). «از فناوری تا اطلاع‌رسانی در چاپ و نشر: ضرورت بازنگری اقتصاد کتاب در ایران»، **روزنامه بهار**، ۲۵ خرداد ماه.

مفتخری‌نظری‌پور، طاهره (۱۳۸۷). **بررسی مشکلات ناشران استان تهران در سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال.

مکی‌زاده، فاطمه و نادر طاهرزاده (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.

ملکوتی‌نسب، عصمت (۱۳۹۲). **بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان (۱۳۸۰-۱۳۹۰)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت نشر، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، دانشکده مدیریت.

مهدیزاده، محمدرضا (۱۳۸۲). **ارزیابی و بررسی تجربی تاثیر عوامل اجتماعی - محیطی مؤثر 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 تاثیر یارانه کتاب بر بازار آن»، **نامه پژوهش**، شماره ۵: ۲۲۰-۱۹۵. 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 فرهنگی هنری جهان کتاب (۱۳۸۳). **بررسی رفتارها و نیازهای خریداران کتاب در تهران (بررسی وضعیت تقاضای کتاب در تهران)**، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت فرهنگی.

مولوی، فرشته (۱۳۶۸). «وضعیت کلی صنعت نشر ایران»، **کیهان فرهنگی**، شماره ۶۸: ۳۷-۳۴. موسنی 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.

ناصرالدین‌صاحب‌الزمانی، محمدرحمن (۱۳۴۷). **اقتصاد بیمار کتاب**، تهران: عطایی.

نتاری، احمد (۱۳۸۷). **ضرورت توجه به اقتصاد فرهنگ؛ آسیب‌شناسی عرضه کالاهای فرهنگی**، پایگاه اطلاع‌رسانی دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی (برخط):

http://www.iranculture.org/news/veiw.php?gid=4&id=12213&print=1 (acsces 7/6/2008)

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،

نظری، حامد (۱۳۹۷). مطالعه عوامل موثر بر قاچاق کتاب و راهکارهای مقابله با آن (براساس مصاحبه یا متخصصان و صاحب‌نظران)، دفتر مطالعات فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

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 (دیدگاه بهره‌برداران کتاب، ناشران و کارشناسان). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت فرهنگی.

یوسفی، حامد (۱۳۸۳). «حلقه مفقوده اقتصاد نشر: سازوکار تولید کتاب در ایران بحران زده است»، روزنامه جهان صنعت، ۱۱ آذرماه.

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.

Azzam, firdaus Ahmad (1995). "Publusing in Malaysia: a study of marketing environment and in fluencies on reader ship behavior"; Ph.D. Dissertation, university of stilling.

Canoy, Marcel; van Ours, Jan C. & van der Ploeg, Frederick (۲۰۰۶). **The economics of books. Handbook of the economics of art and culture**, North-Holland, Amsterdam (Revised draft).

Chakava, Henry (1996). "Kenya Publishing: independence and dependence". available: www.bc.edu/bcrg/avp/soe/cihe/publications/pub-pdf/chakava.pdf

Ferrick, Rose Ann (2008). Factors affecting technology adoption in the editorial process of adult trade book publishing. Ph.D. dissertation, Long Island University, C. W. Post Center.

Grigoriev, V. & Adjoubei, S. (2009). Survey of Book Publishing in Russia. **Publishing Research Quarterly**. 25: 36. <https://doi.org/10.1007/s12109-009-9100-8>

Horobets, O. O. (2018). Statistical Analysis of Book Publishing in Ukraine and in the World. **Statistics of Ukraine**, 81(2), 22-29.

James, Iwu Juliana (2011). Problems of the Book Publishing Industry in Nigeria: The Onibonje Publishers Experience after 50 Years. **PNLA Quarterly** 75:3, PP 105-111.

Kassof, Brian Evan (2000). The Knowledge front: Politics, ideology, and economics in the Soviet book publishing industry, 1925—1935. Ph.D Dissertation, University of California, Berkeley.

Licher, V. (2012). Trade Book Publishing in Germany: Summary Report for 2011. **Pub Res Q** 28: 130. <https://doi.org/10.1007/s12109-012-9259-2>

مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون || ۲۳۳

- Moses, Richard p. (1998). "A Typestry of change: Printing Technology in the eighteenth, nineteenth and twentieth centuries". Ph.D Dissertation, Temple University.
- Nwali, L.O. (1991). Book publishing in Nigeria: problems and prospects. **Publishing Research Quarterly** (1991) 7: 65.
<https://doi.org/10.1007/BF02678333>
- Pecoskie, Jen (J.L.) & Hill, Heather (2015) "Beyond traditional publishing models: An examination of the relationships between authors, readers, and publishers", **Journal of Documentation**, Vol. 71 Issue: 3, pp.609-626,
<https://doi.org/10.1108/JD-10-2013-0133>
- Ozturk, Sevgi Ayse; Sevim, Nurdan ; & Eroglu, Elif (2006) . Leisure book reading and purchasing: an analysis of Turkish consumers. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford Vol. 30, Issue. 4; pg. 378
- Taole, Nthabiseng (2002). "The book chain in Lesotho". [On-line]: Available: [www. Inasp.info/pubs/book chain/profiles/Lesotho. Html](http://www.Inasp.info/pubs/book_chain/profiles/Lesotho.Html).
- Yan, ZhangGe (2004). Our book publishing industry Problems and Development Strategies. Master's Thesis, Northeast Normal University.