

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد گرایش برنامه ریزی سیستم های اقتصادی

بررسی عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران

نگارنده: محبوبه اسماعیلی حساری

استاد راهنما

دکتر محمود رحیمی

استاد مشاور

دکتر محمد میرباقری جم

شهریور ۱۴۰۰

فرم صورتجلسه نهایی دفاع

ماحصل آموخته‌ایم را تقدیم می‌کنم به آنان که مهر آسمانی‌شان آرام‌بخش آلام زمینی‌ام است

به استوارترین تکیه‌گاهم، دستان پر مهر پدرم

به سبزترین محاکم زندگیم، چشمان سبز مادرم

که هرچه آموختم در مکتب عشق شما آموختم و هرچه بگو شتم قطره‌ای از دریای بی‌کران مهربانیتان را پاس نتوانم بگویم.

امروز، هستی‌ام به امید شماست و فردا کلید باغ بهشتم رضای شما

را آوردی گران‌سنگ تر از این ارزان‌نداشتم تا به خاک پیاکان نثار کنم، باشد که حاصل تلاشم نسیم کوزه غبار حقیقتان را برزدايد.

بوسه بر دستان پر مهرتان.

بسم الله الرحمن الرحيم

سنت خدای را عذول که طاعتش موجب قربت است و به سگزارندرش فرید نعمت؛ سخی پروردگاری که باران رحمت بی حسابش همه را رسیده و خوان نعمت بی دینش همه جا

کشیده؛ بندگان را زیادهای آن است که فضلش به شمار آزند و نه توانای آن که شکر یکی از هزار به جای آند و این معنی نه دلالت بر آن دارد که بر خوانش نشینی و خامش گزینی. بدان

بر بندگان خدمتی مقرر است که اگر در ادای آن تاوان و محال رود اندر آینه در معرض خطاب آیند و در محل عتاب؛ زندها خامشی بر لطف خداوندگان نباشد بر بندگان

سازگار.

بر این نق بر آن شدم تا مهر از دکان برداشته و به طریق پاس سیاق سخن کرده مگر کتبت حسن بنایم.

از آنجا گویم که باری تعالی از لطیف ترین و زیباترین، مهر خداوندیش قرارم داد و سفر زمینم حواله کرد. خاندانی نیکو و والدینی مکرترم از زانی داشت و سفارش بر احسانان نمود.

هر چند امر مطلع سهل امحاشتم، تقصیر بسیار روا داشتم و رنج باریشان بگاشتم، لکن فرصت غنیمت شمارم، بر درگاه غفورش سرخلت فرود آورم و بردستان والد و کف پای والده

باران بوسه ببارم مگر نسیم و شمسی از بخت سوی خود آورم.

باری خداوند کار باری از تحصیل علم کثوف، مادیانی بر علم نهاد و سوار بر مرکب زمان باب های فیروزی ام کشاد چنان که ذکر حبیلیم در افواه عوام افتاد. البته نه پنداری که سبب، کمال

فضلم باشند! بلکه خداوند یگان، اسایدی فرزانه ام عطا نمود، همچون "دکتر محمود رحیمی"، "دکتر محمد میرباقری جم" که گر مین عنایت، ید حیات وکیل حدالت ایشان بود کتابت دقتر

حاضر بسیار در نظر م سخت می نمود. کون تمنای آنم باشد که ایندو تعالی از عالمان عاملشان نگاه دارد.

حیف باشد در شمارش نعمت آفریدگار از یاران و دوستان و مشفقان و رفیقانم سخن نیاورم که حله یاران موافق بودند و ارادتشان صادق. چندان که گرفتاریم اخرون می شد یاری ایشان

افزون تر. خرده کمیرید که نام ایشان بر این ورق پاره نیامده است که بر صفحه دل حک شده است.

حال بجان تعالی را چشم آن دارم که بر خاندان و والدین و اساید و دوستانم حاجتی نیک عطا نموده و با آن پنمبر ستوده و خاندان انیش جلیس نماید و از قرآن و عترتشان متصل

نماید. فی الجمله دانستیم که بر نسق پاس باری تعالی، چه نعمت ها که ناکفته مانده و چه تقصیر ها که وارد آمده. باری زبان به اعتراف بجنبانیم که

از دست و زبان که بر آید کز عهده شکرش به در آید.

تعهد نامه

اینجانب محبوبه اسماعیلی حصاری دانشجوی دوره کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی سیستم‌های اقتصادی دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت دانشگاه صنعتی شاهرود نویسنده پایان نامه بررسی عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران تحت راهنمایی دکتر محمود رحیمی متعهد می‌شوم.

- تحقیقات در این پایان نامه توسط اینجانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است.
- در استفاده از نتایج پژوهش‌های محققان دیگر به مرجع مورد استفاده استناد شده است.
- مطالب مندرج در پایان نامه تاکنون توسط خود یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نشده است.
- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به دانشگاه شاهرود می‌باشد و مقالات مستخرج با نام «دانشگاه صنعتی شاهرود» و یا «Shahrood University of Technology» به چاپ خواهد رسید.
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آمدن نتایج اصلی پایان نامه تأثیرگذار بوده‌اند در مقالات مستخرج از پایان نامه رعایت می‌گردد.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که از موجود زنده (یا بافت‌های آنها) استفاده شده است ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است.

در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته یا استفاده شده است اصل رازداری، ضوابط و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است.

تاریخ:

امضای دانشجو

مالکیت نتایج و حق نشر

کلیه حقوق معنوی این اثر و محصولات آن (مقالات مستخرج، کتاب، برنامه‌های رایانه‌ای، نرم‌افزارها و تجهیزات ساخته شده است) متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می‌باشد. این مطلب باید به نحو مقتضی در تولیدات علمی مربوطه ذکر شود. استفاده از اطلاعات و نتایج موجود در پایان‌نامه بدون ذکر مرجع مجاز نمی‌باشد.

چکیده

انتشار کتاب در هر کشوری از مهمترین شاخص‌های رشد فکری و معنوی است و نشر به عنوان فعالیتی فرهنگی از شریان‌های اصلی جامعه پویا و رو به توسعه است. همچنین یکی از مهمترین اهداف انقلاب اسلامی کیفیت بخشی به زندگی فرهنگی و فکری جامعه ایرانی است. از این رو دولت‌ها و نهادهای فرهنگی در تلاش هستند که چاپ و نشر کتاب در کشور گسترش یابد. تحقیق پیش‌رو به بررسی متغیرهای اقتصادی مؤثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران بین سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸ پرداخته است. داده‌های تحقیق با استفاده از نرم افزار ایویوز و مدل داده‌های ترکیبی تخمین زده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که، متغیرهای نرخ تورم، نرخ ارز، ترکیب جنسی جمعیت و نرخ بهره معنادار و اثر منفی بر نشر کتاب داشته، متغیرهای نرخ باسواد، قیمت کاغذ، جمعیت کل معنادار و اثر مثبتی بر چاپ و نشر کتاب دارند و متغیر میانگین سنی جمعیت و درآمد بر نشر کتاب در کشور تأثیرگذار نبودند. نتایج این مطالعه می‌تواند سیاست‌گذاران فرهنگی کشور را در تصمیم‌گیری حوزه نشر کتاب یاری رساند.

واژگان کلیدی: چاپ و نشر کتاب؛ متغیرهای اقتصادی؛ داده‌های ترکیبی.

لیست مقالات مستخرج از پایان نامه

- ۱- بررسی اثر متغیرهای کلان بر تقاضای چاپ و نشر کتاب در ایران
(چاپ شده در ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی - سال ۱۴۰۰)

فهرست مطالب

و	فهرست جداول
ز	فهرست نمودارها
۱	فصل ۱: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- مقدمه.....۲
۲	۲-۱- بیان مسئله تحقیق.....۲
۳	۳-۱- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق.....۳
۳	۴-۱- نوآوری تحقیق.....۳
۴	۵-۱- اهداف، فرضیات و سوالات تحقیق.....۴
۴	۱-۵-۱- هدف اصلی تحقیق.....۴
۴	۱-۵-۲- فرضیه‌های تحقیق.....۴
۵	۱-۵-۳- سؤال اصلی تحقیق.....۵
۵	۱-۶- روش تحقیق.....۵
۵	۱-۷- قلمرو تحقیق (موضوعی، مکانی و زمانی).....۵
۵	۱-۸- جامعه آماری و نمونه تحقیق.....۵
۵	۱-۹- خلاصه‌ی فصل‌ها.....۵
۷	فصل ۲: ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق
۸	۲-۱- مقدمه.....۸
۸	۲-۲- آشنایی با نشر.....۸

۳-۲- اهمیت چاپ و نشر کتاب از منظر اسلام و قرآن.....	۸
۴-۲- تاریخچه و صنعت چاپ و نشر در ایران.....	۱۰
۱-۴-۲- تاریخچه چاپ در ایران.....	۱۱
۲-۴-۲- تاریخچه نشر در ایران.....	۱۱
۳-۴-۲- مشکلات نشر در ایران.....	۱۲
۴-۴-۲- نشر کتاب بعد از سال ۱۳۵۷.....	۱۴
۵-۴-۲- تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک سال (۱۳۹۶-۱۳۵۷).....	۱۵
۶-۴-۲- موضوعات کتاب‌های منتشر شده سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸.....	۱۸
۵-۲- تاریخچه و وضعیت چاپ و نشر در جهان.....	۱۹
۱-۵-۲- وضعیت چاپ و نشر در امریکا.....	۱۹
۲-۵-۲- وضعیت چاپ و نشر در چین.....	۱۹
۳-۵-۲- وضعیت نشر و کتاب در امریکا و اروپا.....	۲۰
۶-۲- عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب.....	۲۲
۱-۶-۲- عوامل سیاسی.....	۲۲
۲-۶-۲- عوامل اجتماعی.....	۲۲
۳-۶-۲- عوامل فرهنگی.....	۲۳
۴-۶-۲- عوامل اقتصادی.....	۲۳
۷-۲- متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار بر چاپ و نشر کتاب.....	۲۴
۱-۷-۲- نرخ ارز.....	۲۵
۲-۷-۲- نرخ تورم.....	۲۵

۲۶	۲-۷-۳- قیمت کاغذ.....
۲۶	۲-۷-۴- درآمد سرآنه.....
۲۷	۲-۷-۵- نرخ بهره.....
۲۷	۲-۷-۶- جمعیت.....
۲۸	۲-۷-۷- میانگین سنی جمعیت.....
۲۸	۲-۷-۸- ترکیب جنسی جمعیت.....
۲۸	۲-۷-۹- نرخ باسوادی.....
۲۹	۲-۸-۸- متغیرهای غیراقتصادی تاثیرگذار بر چاپ و نشر کتاب.....
۲۹	۲-۸-۱- اثر کرونا ویروس بر چاپ و نشر.....
۲۹	۲-۸-۲- اثر تحریم بر چاپ و نشر.....
۳۰	۲-۹-۹- نهادهای تاثیرگذار بعد از انقلاب در حوزه نشر و چاپ.....
۳۰	۲-۹-۱- دولت.....
۳۱	۲-۹-۲- مجلس شورای اسلامی.....
۳۲	۲-۹-۳- شورای عالی انقلاب اسلامی.....
۳۳	۲-۱۰-۱۰- سابقه موضوع (پیشینه تحقیق).....
۳۳	۲-۱۰-۱- پیشینه داخلی.....
۴۳	۲-۱۰-۲- پیشینه خارجی.....
۵۳	۲-۱۱- خلاصه فصل دوم.....
۵۵	فصل ۳: روش‌شناسی تحقیق
۵۶	۳-۱- مقدمه.....

۲-۳-۲- روش تحقیق.....	۵۶
۳-۳-۲- رگرسیون داده‌های ترکیبی.....	۵۷
۳-۳-۱- مزایای داده‌های ترکیبی.....	۵۷
۳-۳-۲- مدل رگرسیون داده‌های ترکیبی.....	۵۸
۳-۳-۳- مدل رگرسیون تجمیعی.....	۵۹
۳-۳-۴- مدل اثرات ثابت.....	۵۹
۳-۳-۵- مدل اثرات تصادفی.....	۶۰
۳-۴-۴- آزمون‌های تشخیص مدل‌های رگرسیون داده‌های ترکیبی.....	۶۱
۳-۴-۱- آزمون مانایی متغیرها.....	۶۱
۳-۴-۲- آزمون معنادار بودن اثرات ثابت.....	۶۲
۳-۴-۳- آزمون برای انتخاب بین اثرات ثابت و تصادفی (آزمون هاسمن).....	۶۳
۳-۵- مدل تحقیق.....	۶۴
۳-۶- خلاصه فصل سوم.....	۶۴
فصل ۴: تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج تخمین	۶۵
۴-۱- مقدمه.....	۶۶
۴-۲- تحلیل آمار توصیفی داده‌ها.....	۶۶
۴-۳- همبستگی بین متغیرها.....	۶۸
۴-۴- نتایج تخمین مدل.....	۷۰
۴-۴-۱- آزمون مانایی متغیرها.....	۷۰
۴-۵- نتایج آزمون‌های تشخیصی.....	۷۱

۷۱	۴-۵-۱-آزمون اف لیمر.....
۷۲	۴-۵-۲-آزمون هاسمن.....
۷۲	۴-۵-۳-برآورد مدل با اثرات تصادفی.....
۷۴	۴-۶-خلاصه فصل چهارم.....
۷۵	فصل ۵: نتیجه گیری و پیشنهادات
۷۶	۵-۱-مقدمه.....
۷۶	۵-۲-مرور فرضیات تحقیق.....
۷۷	۵-۳-پیشنهادهات سیاست گذاری.....
۷۸	۵-۴-محدودیت های پژوهش.....
۷۸	۵-۵-پیشنهادهات برای مطالعات آتی.....
۷۹	۵-۶-خلاصه فصل پنجم.....
۸۱	پیوست
۸۷	منابع
۸۷	منابع داخلی.....
۹۲	منابع خارجی.....

فهرست جداول

جدول ۴-۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش	۶۷
جدول ۴-۲. همبستگی بین متغیرهای پژوهش	۶۹
جدول ۴-۳. نتایج آزمون مانایی متغیرهای پژوهش	۷۰
جدول ۴-۴. نتیجه آزمون اف لیمر	۷۱
جدول ۴-۵. نتیجه آزمون هاسمن	۷۲
جدول ۴-۶. برآورد مدل با اثرات تصادفی	۷۲

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۲. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۶..... ۱۶
- نمودار ۲-۲. درصد کل کتاب‌های منتشر شده بر اساس موضوعات بین سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸. ۱۸

فصل ۱: کلیات تحقیق

روند تولید کتاب در ایران، همچون هر جامعه دیگری، یکی از مهمترین شاخص‌ها و نشانه‌های کیفیت حیات فرهنگی و فکری آن است. اهمیت این موضوع زمانی دو چندان می‌شود که غنی‌سازی و کیفیت بخشی به زندگی فرهنگی و فکری جامعه ایرانی یکی از مهمترین اهداف انقلاب اسلامی و نظام سیاسی برآمده از آن است که نمودی جدی و برجسته در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی کشور و به طور خاص در برنامه‌های توسعه دارد. آمار نشر کتاب در ایران، صرف نظر از کیفیت محتوایی آن، یکی از مسائل فرهنگی و اجتماعی است که هم فعالان حوزه نشر کتاب و هم فرهیختگان و فعالان فکری کشور را درگیر کرده است. این وضعیت منجر به انتقاد از سیاست فرهنگی کشور در حوزه تولید و مصرف کتاب شده است که یکی از مباحث محوری در فضاهای فرهنگی و نیز حوزه عمومی است.

۱-۲- بیان مسئله تحقیق

نشر مانند تولید کتاب در تعاریف طرح شده معنایی بسیار گسترده دارد، برخی آن را فرایند مکانیکی تولید کتاب به مثابه تولید یک کالا توصیف کرده و برخی دیگر نشر را فرایند کاملاً اجتماعی و فرهنگی توصیف می‌کنند. به گفته آذرنگ: نشر نقطه‌ای است که در آن نیازهای فرهنگی جامعه، ضرورت‌های اقتصادی، امکانات فنی، هدف‌ها و نیازهای گروه‌های گوناگون اجتماعی، فکر، اندیشه، علم، هنر، عاطفه و بسیاری از چیزهای دیگر به هم گره خورده است (آذرنگ، ۱۳۷۸).

انتشار کتاب در هر کشوری از شاخص‌های مهم رشد فکری و معنوی است و نشر به عنوان فعالیتی فرهنگی از شریان‌های مهم جامعه زنده و رو به توسعه است. امروزه تعداد انتشار کتاب در هر کشوری به عنوان یکی از معیارهای گسترش و توسعه یافتگی به حساب می‌آید. در ایران اغلب کاغذ مصرفی از نوع خارجی و وارداتی است، افزایش ناگهانی قیمت دلار در مقابل پول ملی، موجب شده هزینه اولیه چاپ کتاب افزایش زیادی پیدا کند که این موضوع به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر قیمت نهایی کتاب تأثیر خواهد گذاشت و برخی از

ناشران به کاهش تیراژ کتاب‌ها روی آورده‌اند که در دراز مدت موجب تأثیرات زیان باری بر اقتصاد نشر خواهد بود. در سال‌های اخیر بالا رفتن نرخ ارز و کمبود کاغذ باعث گران شدن صد در صدی کاغذ شد که این افزایش قیمت باعث افزایش قیمت کتاب هم شده است. و افزایش نرخ ارز علاوه بر افزایش قیمت کاغذ بر عوامل دیگری مثل: صحافی، خدمات و دستمزد، کرایه انبار، چاپ و مرکب نیز تأثیر گذاشته است. ناشران با توجه به افزایش قیمت دلار برای اینکه بتوانند هزینه‌های خود را کنترل کنند مجبور هستند تیراژ کتاب‌هایشان را کاهش دهند تا بتوانند کتاب تولید کنند. در این میان همه فکر می‌کنند کتابخوان کم شده است در حالی که نقدینگی کم شده است.

۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

عرضه کتاب در هر کشوری یکی از عامل‌های مهم توسعه و رشد فرهنگ به حساب می‌آید (ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲). سیر نزولی نشر کتاب چه از بعد کیفی، کاهش مطالعه‌کنندگان کتب چاپی، نارضایتی مؤلفین و... از وضعیت موجود نشانه‌هایی برای پرداختن جدی‌تر به مسئله کتاب است. این پژوهش به بررسی وضعیت چاپ کتاب و اینکه در ایران اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر چاپ و نشر کتاب مشخص نشده است در سطح کشور می‌پردازد.

۱-۴- نوآوری تحقیق

با اینکه پژوهش‌های بسیاری توسط نویسندگان درباره وضعیت چاپ و نشر کتاب در داخل و خارج ایران منتشر شده است. اما در اغلب مطالعات داخلی به منطقه جغرافیایی خاصی و بازه زمانی چندساله اشاره دارد و تحلیل اقتصادی نشر کتاب در بازه‌ی بلندمدت در سطح کشور کمتر مورد توجه بوده است. پژوهش حاضر با بررسی نشر کتاب در دوره‌ی ۴۰ ساله سعی دارد تا تصویری کلان و روشن از وضعیت نشر کتاب و عوامل اقتصادی تاثیرگذار بر آن ارائه دهد که می‌تواند برای پژوهشگران حوزه نشر کتاب مفید باشد.

۱ ۵- اهداف، فرضیات و سوالات تحقیق

همان گونه که از عنوان پژوهش پیداست هدف مطالعه بررسی اثر عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران است. تحقیقات ارزیابی مبتنی بر فعالیتهای پیشین بخصوص بر مبانی برنامه‌ها و معمولاً برای کاهش یا رفع مسائل اجتماعی اعمال می‌شوند. در اینجا نمی‌توان بدون باز و تشریح کردن ابعاد اجتماعی تولید کتاب، به نتیجه بخش بودن تحقیقات ارزیابی امیدی داشت. پس ضروری است که در ارزیابی تولید کتاب به رابطه چاپ کتاب اعم از نوع کتاب، فضای جامعه و نیز سیاست‌ها نگریسته شود. در این قسمت اهداف و فرضیه‌ها و سوالات مورد نظر به شرح زیر خواهند بود.

۱ ۵ ۱ هدف اصلی تحقیق

بررسی عوامل اثرگذار بر چاپ و نشر کتاب در ایران است.

۱ ۵ ۲-فرضیه‌های تحقیق

- ۱- افزایش نرخ تورم باعث کاهش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۲- افزایش قیمت کتاب باعث کاهش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۳- افزایش نرخ باسوادی باعث افزایش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۴- افزایش نرخ ارز باعث کاهش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۵- افزایش جمعیت کل باعث افزایش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۶- افزایش درآمد باعث افزایش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۷- افزایش میانگین سنی جمعیت باعث افزایش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۸- افزایش نسبت جنسی جمعیت باعث افزایش چاپ و نشر کتاب می‌شود.
- ۹- افزایش نرخ بهره باعث کاهش چاپ و نشر کتاب می‌شود.

۱ ۵ ۳- سؤال اصلی تحقیق

آیا افزایش و کاهش متغیرهای اقتصادی باعث افزایش یا کاهش چاپ و نشر کتاب در ایران شده است؟

۱ ۶- روش تحقیق

روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد و به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای برای ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق استفاده می‌شود، که از مقالات معتبر در ژورنال‌های خارجی و داخلی، نشریات معتبر، به علاوه مجله‌های علمی، نمایه‌ها، کتاب‌های مرتبط با موضوعات استفاده می‌شود. همچنین روش گردآوری داده‌ها مربوط به تجزیه و تحلیل نیز از وب سایت خانه کتاب، بانک مرکزی و مرکزآمار ایران استخراج می‌شود. روش تجزیه و تحلیل مورد استفاده در پژوهش نیز شامل دو بخش کیفی و کمی است بر اساس مبانی نظری تحقیق استخراج و ارائه می‌گردد.

۱ ۷- قلمرو تحقیق (موضوعی، مکانی و زمانی)

قلمروی مکانی این تحقیق کشور ایران و قلمروی زمانی آن از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸ می‌باشد.

۱ ۸- جامعه آماری و نمونه تحقیق

جامعه آماری مورد استفاده در این تحقیق، کلیه کتاب‌های منتشر شده در ایران می‌باشد و نمونه آماری ما شامل، کتاب‌های منتشره در بخش‌های کلیات، فلسفه، دینی، علوم اجتماعی، زبان، علوم طبیعی و ریاضیات، علوم عملی، هنر، ادبیات، تاریخ و جغرافیا، کودک و نوجوان و کمک آموزشی می‌باشند.

۱ ۹- خلاصه‌ی فصل‌ها

تحقیق حاصل در ۵ فصل جمع‌آوری شده است و موضوعات پرداختی در هر بخش بدین شرح است، فصل اول، به کلیات تحقیق که شامل، بیان مسئله، اهمیت و ضرورت پژوهش، سؤالات و فرضیات، قلمرو مکانی و زمانی و

روش تحقیق پرداخته است. فصل دوم، به بیان مبانی نظری، شامل، تعریف کلی از چاپ و نشر کتاب، تاریخچه چاپ در ایران و توضیحاتی از این قبیل و عوامل تأثیرگذار بر چاپ و نشر و در پایان پیشینه پژوهش که به بررسی مطالعات انجام شده در زمینه چاپ و نشر کتاب در داخل و خارج پرداخته است. فصل سوم، به روش پژوهش و آزمون‌های مورد استفاده تخمین داده‌ها و معرفی مدل اشاره شده است. فصل چهارم، نتایج برآورد مدل و نمایش جداول آورده شده است. فصل پنجم، به بررسی فرضیات و بیان پیشنهادات سیاست‌گذاری و محدودیت‌های تحقیق اشاره و همچنین پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی در اختیار محققان قرار داده شده است.

فصل ۲ : ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

اولین قدم آشنایی درباره هر مبحثی شناخت مفاهیم و تعاریف آن است تا دید روشنی را در نظر ما پدید آورد. پیدایش نشر از زمانی آغاز شد که انسان‌ها آموخته‌های خود را در اختیار دیگران قرار دادند و چاپ و نشر کتاب در میلیون‌های نسخه برای توزیع در بین خوانندگان، کتاب را به عنصر مهمی در زندگی بشر تبدیل نموده به گونه‌ای که پرداختن به نشر کتاب از گذشته تا به امروز، از سوی فعالان و حاکمان از اصلی‌ترین دغدغه‌های فرهنگی و اقتصادی محسوب می‌شود. از این رو با توجه به اهمیت موضوع چاپ و نشر کتاب در کشورها، هدف اصلی این مطالعه بررسی اثر متغیرهای کلان اقتصادی بر چاپ و نشر کتاب در ایران است. بدین جهت در قسمت اول، تعاریف، ادبیات موضوعی و ارتباط برخی عوامل با چاپ و نشر کتاب آورده خواهد شد و در قسمت دوم، به پیشنهاد موضوع در ایران و خارج اشاره می‌شود.

۲-۲- آشنایی با نشر

واژه نشر، اسم است و به معنی «عمل یا فرآیند منتشر کردن» در منابع آمده است. در فرهنگ معین به معنی «پراکنده کردن»، «منتشر کردن نسخه‌های کتاب یا رساله» آورده شده است (معین، ۱۳۵۱). آذرنگ، نشر را تلاقی‌گاه پدیدآورگان و خوانندگان می‌داند که هر دو برای تلاقی به نشر روی می‌آورند. بنابراین نشر، شامل تمام فعالیت‌هایی می‌شود که با تولید و انتشار اطلاعات مرتبط می‌شوند. نشر شفاهی یا کلامی، نشر مکتوب، نشر چاپی، نشر الکترونیک و غیره انواع مختلف نشر است (اصغرنژاد، ۱۳۹۹).

۲-۳- اهمیت چاپ و نشر کتاب از منظر اسلام و قرآن

بین نشر در کشورهای اسلامی و نشر اسلامی تفاوت قائل شوید. موضوع نشر در کشورهای اسلامی شامل انتشار کتاب‌هایی توسط مسیحیان از قرن هفدهم تا امروز است که طی آن کتاب‌هایی با موضوعات غیر دینی مانند کتاب‌های درسی و همچنین آثار ادبی و مجلات عمومی منتشر شده است. منشأ این نوع کار را باید در استانبول

قرن هجدهم میلادی و چاپخانه‌های قرن نوزدهم در بولاق، قاهره دانست. شماره دوم، نشر اسلامی، از اواسط تا پایان قرن نوزدهم گسترش یافت. نوع نشر منشأ آن از تسهیلات محدودی به حدی رشد کرد که اکنون در بین تولیدات ناشران خاورمیانه گسترش یافته است.

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ (۱) مَا أَنْتَ بِنِعْمَةٍ رَبِّكَ بِمَجْنُونٍ (۲) وَإِنَّ لَكَ لَأَجْرًا غَيْرَ مَمْنُونٍ (۳) وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ (۴) «نون سوگند به قلم و آنچه می‌نویسند. (ای پیامبر) تو در سایه نعمت پروردگارت دیوانه نیستی. و همانا برای توسل پاداشی بی پایان و حقا که تو به خلق و منش بزرگ آراسته‌ای.» (قرآن کریم، قلم، ۴-۱). بدون تردید بشر امروز در زمینه تکنولوژی آموزشی به پیشرفت‌ها شگفت‌انگیزی نائل شده و به ابزارهای آموزشی نوینی نظیر نوار کاست، ویدیو، فیلم، کامپیوتر، آنتن‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های دیگر شنیداری و دیداری دست یافته است. با همه این موفقیت‌ها هنوز کتاب، و کتابخانه در دنیای پیشرفته کنونی به عنوان مطمئن‌ترین و مؤثرترین ابزارهای آموزشی برای انتقال علم و فرهنگ ملت‌ها، و افزایش اطلاعات و علوم مطرح است و در همه کشورها پیشرفته و توسعه نیافته در سطوح گوناگونی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد، و به نظر می‌آید که هیچ وسیله آموزشی نتواند جای نوشته‌های علمی را گرفته، دانش‌پژوهان جهان را از آن بی‌نیاز سازد. شاید به سبب همین بود که خداوند منان در کنار معجزات فراوان دیگری چون معراج و شق القمر، معجزه جاودانه پیامبر اسلام و سند دائمی صدق ادعا نبوت و خاتمیت آن حضرت را برای همه مردمان، در هر زمان و مکان، از نوع کتاب و کلام منشور موزون متین آسمانی انتخاب و به عنوان آخرین کتاب الهی بیش از ۵۰ بار آن را قرآن (مجموعه خواندنی) معرفی نموده است. چنان که در آغاز نزول وحی به پیامبر عظیم الشان اسلام، نخستین فرمان قرآن و پیام اسلام پس از بسم الله آیه اِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿۱﴾ «بخوان به نام و یاد پروردگارت» (قرآن کریم، علق، ۱) بود. با این پیام، خداوند مهربان جهانیان، به ویژه مسلمانان را، به ارزش خواندن کتاب و اهمیت نگارش با نام و یاد خدا متوجه می‌سازد، تا از این رهگذر در فراگیری علوم و فنون، بالا رفتن سطح فرهنگ بشری، پیکار با جهل و نادانی و مبارزه با جمود فکری و علمی سخت تلاش نمایند، و خود را در مسیر تکامل و سعادت و خوشبختی همه‌جانبه در دنیا و آخرت قرار دهند. چه قرائت و خواندن، نخستین گام به سوی آموختن و دانستن

بلکه خود دانش است. نظر قرآن و روایات نسبت به نگارش و اهمیت علم در قرآن کریم نسبت به کاربرد این واژه عربی عنایت خاصی به چشم می‌خورد، به طوری که حدود ۴۱۹ بار مشتقات ماده کتاب در قالب اسم، فعل، مفرد، جمع و کلمات ترکیبی در کلام خدا بدین شرح استعمال شده است: کلمه "الکتاب و کتاب به" صورت مفرد، جمعاً ۲۵۵ بار در معنای کتاب مقدس آسمانی، کتاب سرنوشت، نامه اعمال، سند و نامه معمولی به کار رفته که بیشتر موارد منظور خود قرآن کریم است.

پیامبر فرمودند:

هرکس بمیرد و میراث او دفترها و دست نوشته‌ها باشد، بهشت بر او واجب می‌شود. به این ترتیب کتاب را بهترین میراث پدران معرفی می‌نماید. با توجه به قداست و حرمت علم و قلم و کتاب در فرهنگ اسلام و تأکید پیشوایان دینی ما بر تشویق به کتابت و نگارش و تجربه حرمت گذاشتن به کتاب خدا از سوی بزرگان دین بود که با عدم امکانات و وجود مشکلات و محدودیت‌های گوناگون، خوشبختانه دیری نپایید که میراث عظیمی از علوم و فنون مختلف به‌وسیله دانشمندان مسلمان ثبت گردید (اباذری و غفاری چراتی ۱۳۸۹).

۲-۴- تاریخچه و صنعت چاپ و نشر در ایران

اختراع خط و چاپ ایجاد دو روش و دو سیستم تحول آفرین در ذخیره و انتقال اطلاعات بوده است. اختراع چاپ باعث تقویت روش نوشتاری و افزایش سرعت امکانات آن و تقویت دانش نوشتاری شده است. همیشه با انتشار یک کتاب بین زندگی و تاریخ فکری پیوند وجود دارد. بدون تاریخ انتشار، نمی‌توان تاریخی در مورد تلاش‌های فکری و فرهنگی بسیاری نوشت. صنعت نشر کتاب در ایران مانند سایر کشورها تحت تأثیر دو عامل قرار گرفته است: تحولات فرهنگی، اجتماعی و فنی. در اوایل انقلاب اسلامی ایران در نشر کتاب تحول چشمگیری رخ داد. آثاری که سال‌ها اجازه انتشار نداشتند و مردم از خواندن آنها محروم بودند هر چند با کیفیت‌های پایین انتشار یافت. فروش کتاب‌ها در همه جا دایر شد و مؤسسات انتشاری بسیار زیادی به سرعت تأسیس شدند و شروع به فعالیت کردند و فصل تازه‌ای در تاریخ نشر کتاب آغاز شد (اذرنگ، ۱۳۸۰).

۲ ۴ ۱- تاریخچه چاپ در ایران

ترویج ایده‌های جدید با گسترش چاپ همراه بود. گسترش ایده‌ها بین اقشار مختلف مردم، به ویژه افراد باسواد، بدون داشتن وسیله‌ای برای انتقال آن ممکن نبود. ورود چاپ به ایران مصادف با ورود آن به مصر بود. فعالیت چاپ در ایران از حدود سال ۱۲۳۵ آغاز شد، هنگامی که عباس میرزا تعدادی را برای یادگیری فن‌آوری چاپ برای خرید ابزار چاپ و آوردن آنها به ایران به خارج از کشور فرستاد و همچنین شخصی به نام ادوارد بورگس^۱ را استخدام کرد تا فن‌آوری چاپ را به ایرانیان آموزش دهد و اولین چاپخانه را تأسیس کرد. اولین روزنامه فارسی توسط شخصی به نام میرزا صالح شیرازی منتشر شد.

صنعت چاپ اولین بار در چین در زمان سلسله تانگ^۲ (قرن اول تا سوم هجری) به روشی ساده اختراع شد و با گذشت زمان تکامل یافت. به این ترتیب آنچه مهم است اختراع چاپ سربی توسط گوتنبرگ آلمانی در سال ۱۴۴۸ است. گوتنبرگ^۳ به تدریج اختراع خود را در چاپخانه کامل کرد و ماشین تحریر را با حروف سربی قابل حمل راهاندازی کرد. از آن به بعد، صنعت چاپ به عنوان نقطه عطفی در تاریخ علمی و فرهنگی جهان، نقش مهمی در بهبود وضعیت کمی و کیفی مطبوعات داشت. تاریخچه صنعت چاپ در ایران در قرون اخیر نیز مربوط به تحولات این صنعت در کشورهای اروپایی است و به نوعی از دستاوردهای ملت‌های اروپا بهره‌مند شده است.

۲ ۴ ۲- تاریخچه نشر در ایران

ورود چاپ به ایران به زمان وزیر خواجه رشید الدین فضل‌الله همدانی مغول برمی‌گردد. اما انتشار کتاب در ایران به معنای امروزی پس از ورود اولین چاپخانه‌ها به تلاش ارامنه جلفای اصفهان در عصر شاه عباس اول صفوی آغاز شد. علاقه شاه عباس در زمان وی موجب رونق چاپ شد و در عصر ناصرالدین شاه چاپ رونق گرفت و برای اولین بار در ایران روزنامه و مجله‌ای منتشر شد. اولین کتاب منتشر شده در ایران کتابی به زبان ارمنی

^۱ Edward Burgess

^۲ Tang Dynasty

^۳ Johannes Gutenberg

است که مربوط به ۵۳۱ سال پس از اختراع گوتنبرگ است.. صنعت نشر کتاب در ایران (که متفاوت از صنعت نشر روزنامه است)، بدون اینکه بخواهم به جزئیات پردازم، عموماً صد سال قدمت دارد و مرکزیت آن در پایتخت احساس می‌شود. این تقریباً در همه کشورهای دیگر صدق می‌کند و مرکز ناشران مورد توجه ناشران است، تنها تفاوت در ایالات متحده است، جایی که شهر نیویورک مرکز تمام ناشران بزرگ است و انتشار کتاب در ایران، مانند سایر کشورها، تحت تأثیر دو عامل، تحولات فرهنگی اجتماعی و پیشرفت‌های فنی قرار گرفته است. در زمان عباس میرزا قاجار، چند دستگاه چاپ سنگ و سرب برای چاپ تأسیس شد، اما اسناد نشان می‌دهد که انتشار کتاب در عصر قاجار یک فعالیت اقتصادی مستقل نبوده و کتاب‌هایی با حمایت فرهنگ دوست و آزادی خواه منتشر می‌شده است. (رنجبری، ۱۳۸۰).

۲ ۴ ۳- مشکلات نشر در ایران

در کشورهای جهان سوم، از جمله ایران، برنامه‌های بلند مدت طراحی نمی‌شوند یا اگر چنین باشند، آنقدر ایده آل و دست نیافتنی هستند که هرگز عملی نمی‌شوند. اکثر مدیران برای افزایش آمار در طول دوره مدیریت خود برنامه‌ریزی‌های کوتاه مدت و مفصلی انجام می‌دهند، بنابراین همه برنامه‌ها از جمله انتشار دارای مشکل هستند. بنابراین، یکی از مهمترین راه‌حل‌ها برای حل مشکلات انتشار، ایجاد یک سیستم یکپارچه است. در ایران چنین سیستم متمرکز وجود ندارد، اگرچه اساسنامه آن (شورای عالی اطلاعات) از سال ۱۹۹۵ تصویب شده است، اما در حال حاضر هیچ فعالیت مؤثری در این زمینه انجام نمی‌شود.

مشکلات نشر کشورهای در حال توسعه، به‌ویژه ایران، بدون اولویت بندی به شرح زیر خلاصه می‌شود:

۱ - سیاست خردگرایی به جای اقتصاد کلان در دولت‌ها

۲- سطح سواد پایین

۳ - تولیدات علمی و پژوهشی کم

۴ - تیراژ کم کتاب

۵ - میزان کم خواندن

۶ - وجود مشکلات اقتصادی

۷- وجود مشکلات آموزشی در سیستم رسمی

۸- عدم پویایی کتابخانه‌ها به ویژه کتابخانه‌های عمومی

۹- عدم جریان آزاد اطلاعات.

البته مشکلات نشر ایران محدود به موارد فوق نیست، بلکه زیرساخت‌های فرهنگی و اقتصادی و همچنین وابستگی‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی با کشورهای پیشرفته باعث عدم اعتماد به نفس در تولیدات فرهنگی می‌شود. اقتصاد بیمار عامل مهمی در مهار و عدم توسعه کشور است. صنعت نشر به طور بالقوه به مواد، تجهیزات، تجهیزات و دانش فنی نیاز دارد. این تسهیلات غالباً در کشورهای پیشرفته تولید می‌شود و کشورهای در حال توسعه به دلیل کمبود مواد با کیفیت مجبورند آنها را با دادن ارز خریداری کنند. علاوه بر این، تجهیزات صنعت نشر باید مطابق با تکنولوژی روز باشد. از طرف دیگر، استفاده از ابزار و تجهیزات انتشارات نیاز به دانش روز دارد، این دانش باید آموزش داده شود. بنابراین این صنعت باید با فارغ التحصیلان دانشگاه یا کارآموزان ضمن خدمت پیشرفت کند. جنبه دیگر اقتصاد انتشارات، عرضه و تقاضا است. بازار کتاب مانند هر کالای دیگر برای افزایش عرضه باید تقاضای زیادی داشته باشد. عرضه و تقاضای کتاب باید به نقطه‌ای از تعادل برسد که به طور خودکار منجر به رشد مطالعه در جامعه شود. این تعادل با اقدامات مناسب اقتصادی و سیاست‌های فرهنگی و آموزشی ایجاد می‌شود (باب الحوائجی، ۱۳۸۷).

یکی از اصلی‌ترین مشکلات انتشارات بومی ایران، عدم پایبندی به معاهدات بین‌المللی است. کشورهای در حال توسعه برای خرید اطلاعات در اشکال مختلف به کشورهای پیشرفته باید هزینه‌های زیادی بپردازند. قیمت کتاب در این کشورها نیز بسیار بالا است، به همین دلیل کشورهای در حال توسعه قوانین بین‌المللی را نقض کرده و از طریق چاپ افست یا کپی، آثاری را منتشر می‌کنند و آنها را با قیمت ارزان در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. یکی از دلایل عدم پیوستن به معاهدات جهانی، هزینه‌های مالی و تعهدات آن است و این هزینه به

قیمت کتاب و هزینه نشر اضافه می‌شود و صنعت مالی کشور را تحت فشار قرار می‌دهد (قلعه‌نوی، ۱۳۹۱). مسئله سرانه مطالعه در کشور طی سال‌های گذشته چالش‌های بسیاری را در جامعه ادبی و فرهنگی ایجاد کرده است. البته نکته مهم در اینجا این است که به طور کلی دلایل کاهش سرانه مطالعه در کشور دلایل متداول و قدیمی است که علیرغم ریشه‌های آنها هنوز راه حل مناسبی برای مقابله یا از بین بردن آنها پیدا نکرده است. افزایش چشمگیر قیمت کاغذ، افزایش فضای مجازی، گرانی کتاب، کاهش میزان مطالعه در خانواده‌ها، عدم توجه به مسائل ملی و مذهبی در کتاب‌ها از دلایل مهمی است که می‌تواند در لیست دلایل قرار گیرد. برای کاهش سرانه مطالعه کتاب، هزینه بالای چاپ کاغذ و کتاب دلیل دیگری برای عدم علاقه جامعه به تولید کتاب شده است. با ادامه کار، قیمت کتاب بسیار بالا می‌رود زیرا هیچ نوآوری خاصی در انتشار ندارد. دلیل اصلی کاهش سرانه کتاب این است که وضعیت اقتصادی به مردم اجازه خرید کتاب نمی‌دهد. این کتاب قبلاً در سبد خانوار بود، اما اکنون آن را حذف کرده‌اند. برخی کاهش شدید سرانه مطالعه در کشور را یک فاجعه فرهنگی می‌دانند و اعلام می‌کنند که بر فرهنگ عمومی و همچنین نسل بعدی تأثیر می‌گذارد. برخی دیگر، صرف نظر از ابعاد فرهنگی و روانی، کاهش سرانه مطالعه را در ارتباط مستقیم با کاهش تیراژ کتاب و ورشکستگی صنعت چاپ گزارش می‌دهند. بدون شک کاهش تیراژ آثار مکتوب طی سال‌های گذشته به دلایل مختلفی بوده است که مهم‌ترین آن‌ها کاهش تقاضا و برهم خوردن نسبت تولید و مصرف در بازار کتاب است. رابطه‌ای که به کتاب‌های قدیمی و بعضاً معتبر مانند دیوان حافظ یا سعدی رحم نکرده است.

۲ ۴ ۴- نشر کتاب بعد از سال ۱۳۵۷

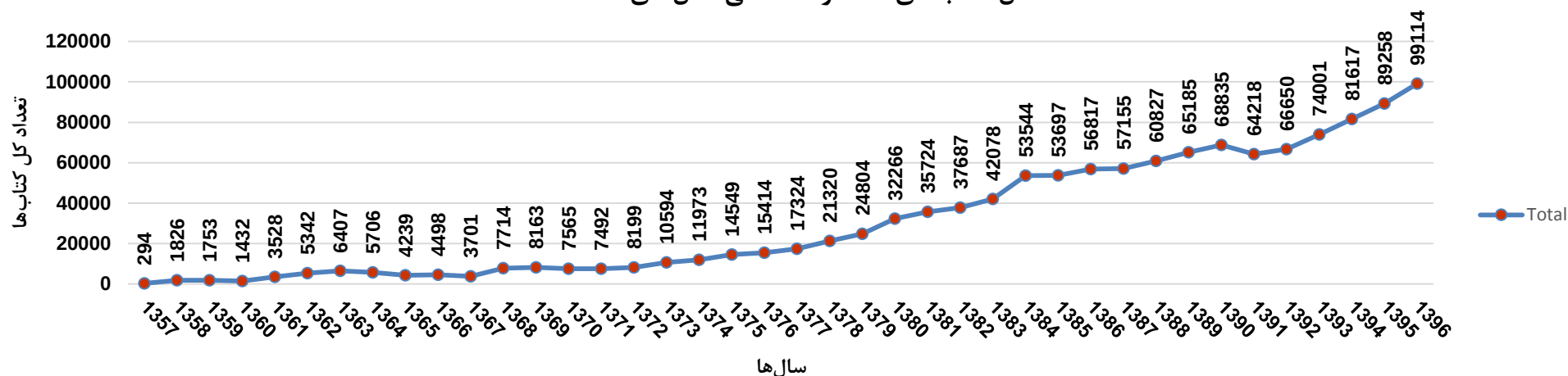
در آستانه انقلاب اسلامی ایران، تغییر قابل توجهی در انتشار کتاب ایجاد شد. آثاری که سال‌ها اجازه چاپ نداشتند و سانسور و سرکوب مردم را از خواندن آزاد، البته بی‌کیفیت، محروم کرده بود. فروش کتاب در همه جا تأسیس شد و بسیاری از انتشارات به سرعت تأسیس و شروع به فعالیت کردند و فصل جدیدی از تاریخ انتشار کتاب در ایران آغاز شد.

پس از انقلاب، انتشار کتاب تا دهه ۱۳۶۲ رونق داشت. اما پس از آن، با تشدید جنگ عراق و ایران، رکود اقتصادی، افزایش هزینه کتاب و مواد، معلولیت‌های فنی و مشکلات مختلف مردم و روی‌گردانی آنها از کتاب، کاهش فعالیت و تولید کتاب و تولیدکنندگان، کاهش سرمایه‌گذاری در انتشار و عوامل دیگر باعث شد که انتشار کتاب با یکی از جدی‌ترین بحران‌های تاریخ زندگی خود روبرو شود. که این بحران ادامه داشته است. در این دوره، تعداد عناوین با افزایش نسبی همراه بوده است، اما فراز و فرودهای مداومی داشته است (حسنی، ۱۳۷۸).

۲ ۴ ۵. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک سال (۱۳۹۶-۱۳۵۷)

داده‌ها نشان می‌دهد که طی این سال‌ها چه تعداد کتاب در کشور منتشر شده است. تعداد عناوین سالانه کتاب‌ها در این چند دهه همیشه در حال افزایش بوده است، به جز سال آخر دولت دهم، که به دلیل افزایش ناگهانی قیمت کتاب‌های کاغذی دچار رکود شد، پس از آن، عناوین دوباره افزایش یافت.

تعداد کل کتاب‌های منتشر شده طی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۶



نمودار ۱-۲. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۶.

همانطور در نمودار (۱-۲)، نشان داده شده است. مجموع تعداد عناوین کتاب‌های چاپ اول و مجدد منتشر شده در مدت چهار سال پس از انقلاب اسلامی که در بانک اطلاعات خانه کتاب ثبت شده تا پایان سال ۱۳۹۶، به ۱/۲۳۱/۵۱۰ عنوان رسید. بیشترین تعداد عناوین در یک سال با ۹۹/۱۱۴ عنوان به سال ۱۳۹۶ تعلق دارد. با نگاهی به نمودار بالا می‌توان مشاهده کرد که تعداد عناوین کتاب‌ها در طول سال‌های پس از انقلاب اسلامی عموماً روندی افزایشی داشته است. روند افزایشی تعداد عناوین کتاب‌ها پس از جنگ تحمیلی در دهه دوم آغاز شد؛ در دو دهه سوم و چهارم روندی صعودی یافت، با این تفاوت که در دولت‌های هفتم و هشتم (دولت اصلاحات، ۱۳۷۶-۱۳۸۴) و همچنین دولت یازدهم (تدبیر و امید، ۱۳۹۲-۱۳۹۶) این افزایش، بسیار اوج گرفت به نحوی که می‌توان از آن با تعبیر

^۱ منبع: نگاه آماری. تبریزنیا و عباسی

«جهش» یاد کرد، در حالی که در دولت‌های نهم و دهم (مهرورزی، ۱۳۸۴-۱۳۹۲) رشدی به مراتب کندتر داشت. نمودار بالا تعداد عناوین در ابتدای دولت اصلاحات (۱۳۷۶) حدود ۱۵/۰۰۰ عنوان بوده، که در انتهای دولت دوم اصلاحات (۱۳۸۳) ۵۳/۰۰۰ عنوان رسیده است. یعنی تنها ۲۵۳ درصد افزایش. این تعداد پس از هشت سال، در انتهای دولت دهم (۱۳۹۲) حدود ۶۶/۰۰۰ عنوان شده است، یعنی تنها ۲۵ درصد افزایش. سرانجام پس از چهار سال در دولت یازدهم (۱۳۹۶) تعداد کتاب‌ها نزدیک به ۱۰۰/۰۰۰ عنوان شده است. یعنی ۵۱ درصد افزایش. از نظر تعداد عناوین یعنی تولید محتوا، رشد و افزایش اساساً با قبل از انقلاب قابل مقایسه نیست. در حوزه فرهنگ، شاید در هیچ عرصه‌ای به اندازه کتاب، بعد از انقلاب با رشد و تولید مواجه نبوده‌ایم. تعداد عناوین در دهه دوم نسبت به دهه اول نزدیک به ۲۷۳ درصد و در دهه سوم نسبت به دهه دوم ۳۹۴ درصد رشد داشته است و تنها در شش سال نخست دهه چهارم، تقریباً با کل دهه سوم برابر است. تعداد عناوین کتاب‌ها به تفکیک دهه از این قرار است:

دهه اول: ۳۵/۰۲۵ عنوان

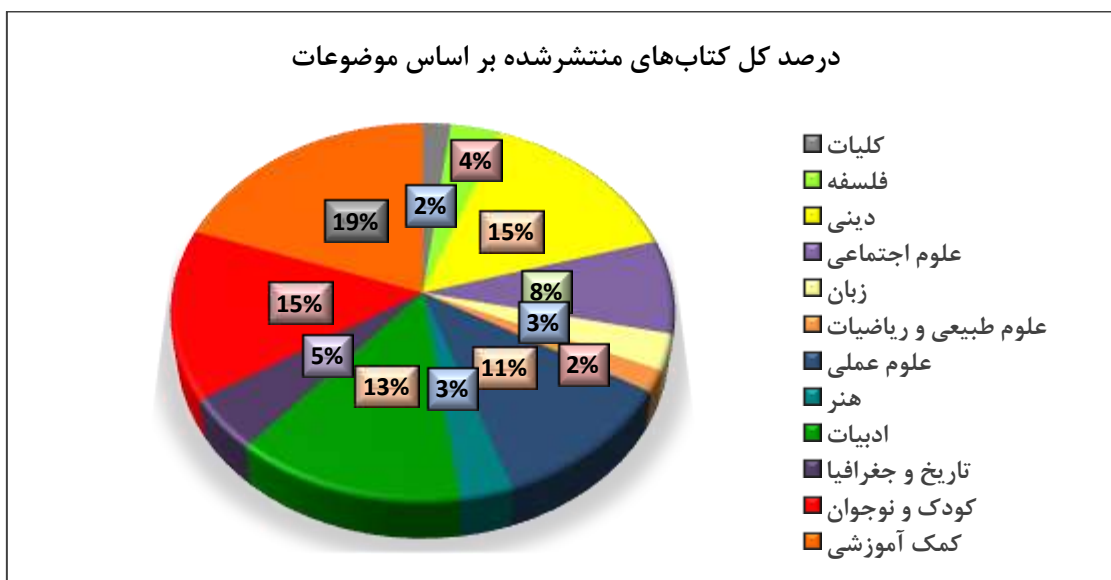
دهه دوم: ۹۵/۳۶۴ عنوان

دهه سوم: ۳۷۵/۲۶۱ عنوان

دهه چهارم: ۷۲۶/۸۶۰ عنوان

کتاب‌های دهه چهارم نسبت به دهه سوم، نزدیک به ۲/۵ برابر؛ نسبت به دهه دوم بیش از ۷/۵ برابر و نسبت به دهه اول نزدیک به ۲۱ برابر افزایش داشته است (تبریزنیا و عباسی ۱۳۹۷).

۶-۴-۲ موضوعات کتاب‌های منتشر شده سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸



نمودار ۲-۲. درصد کل کتاب‌های منتشر شده بر اساس موضوعات بین سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸

در نمودار (۲-۲)، درصد کل کتاب‌ها در ۱۲ گروه موضوعی شامل، کلیات، فلسفه، دینی، علوم اجتماعی، زبان خارجه، علوم طبیعی و ریاضیات، علوم عملی، هنر، ادبیات، تاریخ و جغرافیا، کودک و نوجوان و کمک آموزشی بین سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸ آورده شده است. براساس نمودار بالا تعداد کل کتاب‌های کمک‌آموزشی با ۱۹٪ دارای بیشترین فراوانی و تعداد کل کتاب‌های کلیات و علوم طبیعی و ریاضیات با ۲٪ دارای کمترین فراوانی می‌باشند.

۲ ۵- تاریخچه و وضعیت چاپ و نشر در جهان

۲ ۵ ۱- وضعیت چاپ و نشر در امریکا

نظارت بر نشر و نیز مجوز برای نشر کتب در ایالات متحده به این صورت که مؤلف قبل از نشر کتاب مراحل اخذ مجوز را طی کند، وجود ندارد. در این کشور مؤلف صرفاً جهت قرارداد نشر با ناشر اقدام می‌کند و آنچه در این قرارداد که قراردادی خصوصی می‌باشد حائز اهمیت می‌باشد، نفع و ضرری است که ناشر از نشر کتب در نظر دارد و تعهد صورت گرفته نیز صرفاً در این حیطه و نه در محتوای کتاب، مورد توجه قرار می‌گیرد. بعد از انعقاد قرارداد نشر کتاب و انتشار کتاب توسط ناشر، مؤلف‌های که مورد توجه قرار می‌گیرد، حق نشر یا کپی رایت است. این حق، مجموعه‌ای از حقوق انحصاری است که به ناشر یا پدیدآورنده یک اثر اصل و منحصر به فرد تعلق می‌گیرد و حقوقی از قبیل نشر، تکثیر و الگوبرداری از اثر را شامل می‌شود. در بیشتر حوزه‌های قضایی، حق نشر از آغاز پدیدآمدن یک اثر به آن تعلق می‌گیرد و نیازی به ثبت اثر نیست. معادل این حق در نظام‌های حقوقی پیرو حقوق مدون، حق مؤلف است. (وردی، ۱۳۹۵).

۲ ۵ ۲- وضعیت چاپ و نشر در چین

بررسی سیستم حقوقی چین نشان می‌دهد که خدمت به حزب کمونیست و کنترل تمام شاخص‌های اجتماعی برای دستیابی به اهداف آن حزب جز لاینفک قوانین آن کشور است. در این راستا، قوانین مربوط به موضوعات فرهنگی یا به طور گسترده‌تر، آزادی بیان به شدت تحت کنترل نیروهای حاکم و حزب کمونیست است و تحت شدیدترین کنترل قرار دارند. چارچوب سیستم نشر کتاب در چین با بررسی چندین قانون مستقیم یا غیرمستقیم قابل بررسی است (وردی، ۱۳۹۵).

۲ ۵ ۳- وضعیت نشر و کتاب در امریکا و اروپا

بسیاری از افرادی که به کتاب‌های پر فروش دنیا مانند هری پاتر^۱ گوش می‌دهند، ممکن است تصور کنند که در آن سوی مرز، وضعیت انتشار بسیار عالی است و در نتیجه، هر کسی که می‌نویسد می‌تواند زندگی خود را تأمین کند. اگرچه چاپ بین‌المللی و توزیع جهانی آثار فرصتی بی‌نظیر برای معرفی آثار ارزشمند نویسندگان عزیزمان است که سال‌ها از بازار جهانی و مخاطبان دور بوده‌اند، اما دستیابی به فروش‌های نجومی در سطوح مختلف اصول و قواعد خاص خود را دارد. در ادامه سعی خواهیم کرد با کمک مقاله‌ای که توسط استیون پرزنتی^۲، مدیر موسسه انتشارات برت-کوهرلر^۳ منتشر شده است، حقایق مهمی را ارائه دهیم که می‌تواند وضعیت انتشار کتاب در جهان غرب را بهتر ارائه دهد.

۱- تعداد کتاب‌های منتشر شده در هر سال در حال انفجار است. طبق گزارش بوکر ریپورتر^۴ در سال ۲۰۱۳، بیش از ۳۹۱/۰۰۰ کتاب توسط ناشران نویسنده در ایالات متحده منتشر شده است که ۴۲۲ درصد افزایش شگفت آور نسبت به سال ۲۰۰۷ دارد. تعداد کتاب‌های منتشر شده توسط ناشران در همان دوره ۳۰۰/۰۰۰ افزایش یافته است، که نتیجه آن در هر سال بیش از ۷۰۰/۰۰۰ کتاب در ایالات متحده منتشر می‌شود. همچنین، از سال ۲۰۰۷، نزدیک به ۱۰ میلیون کتاب توسط انتشارات منتشر شده است. بنابراین به نظر می‌رسد که متأسفانه بازار کتاب اشباع شده است و نمی‌تواند این حجم از کتاب را جذب کند.

۲- علیرغم انفجار این حجم از کتاب‌های منتشر شده، بازار صنعت نشر رو به افول است. طبق گزارش‌های سال ۲۰۱۴، فروش کتاب‌های غیر داستانی هر سال تا سال ۲۰۰۷ افزایش می‌یابد و در سال جاری به اوج خود می‌رسد و سپس کاهش می‌یابد.

^۱ Harry Potter

^۲ Steven Present

^۳ Brett Kohler Publications

^۴ Book Reporter

۳- با وجود رشد فروش کتاب‌های الکترونیکی، فروش کلی کتاب (کتاب‌های چاپی و الکترونیکی) کاهش یافته است. پس از رشد سرسام آور کتاب‌های الکترونیکی از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۲، سرانجام فروش از سال ۲۰۱۳ ثابت مانده است و متأسفانه کاهش کتاب‌های چاپی از افزایش کتاب‌های الکترونیکی پیشی گرفته است. طبق اعلام انجمن ناشران آمریکا در سال ۲۰۱۳، بازار نشر کتاب در سال ۲۰۱۲ دوباره سقوط کرد و به ۲۷,۱ میلیارد دلار رسید.

۴- میانگین فروش کتاب به طرز تکان دهنده‌ای کم است و به سرعت در حال سقوط است. ترکیب انفجار عناوین منتشر شده در بازار کتاب و فروش کم باعث کاهش میانگین فروش هر عنوان کتاب خواهد شد. از کل کتابفروشی‌ها، فروش آنلاین و خرده فروشی‌ها در سال ۲۰۱۳، فقط ۲۲۵ میلیون نسخه از کل کتاب‌های داستان نویسی بزرگسالان در ایالات متحده فروخته شده است که به معنای متوسط کمتر از ۲۵۰ نسخه در سال و ۲۰۰۰ نسخه است. نسخه‌ها برای همیشه و فقط چند عنوان فروخته شده‌اند. بر اساس آمارهای سال ۲۰۱۰ نیویورک تایمز^۱، از هر ۱۰۰۰ کتاب مربوط به مشاغل، تنها ۶۲ کتاب بیش از ۵۰۰۰ نسخه فروخته‌اند.

۵- کمتر از یک درصد کتاب‌ها شانس رسیدن به متوسط کتابفروشی را دارند. در هر قفسه کتاب ۱۰۰ تا ۱۰۰۰ کتاب برای رقابت وجود دارد. به عنوان مثال، کتاب‌های مربوط به تجارت در کتابفروشی‌های کوچک حدود ۱۰۰ عنوان و در کتابفروشی‌های بزرگ بیش از ۱۵۰۰ عنوان دارند. با این حال، صدها هزار کتاب مربوط به تجارت منتشر شده است که با عرضه محدود در کتابفروشی‌ها دست و پنجه نرم می‌کنند.

۶- فروش کتاب هر ساله سخت‌تر می‌شود. کتاب‌های زیادی در مورد هر موضوعی نوشته شده و بازار از این نظر اشباع شده است، بنابراین هر کتاب راه دشوارتری برای ماندن در بازار دارد زیرا علاوه بر این واقعیت که امروزه رسانه‌های مختلف وقت بیشتر مردم را به خود اختصاص داده‌اند، هر کتاب باید رقابت کند با ده‌ها میلیون کتاب منتشر شده دیگر. در نتیجه، بازده سرمایه‌گذاری در این زمینه نسبت به سال‌های گذشته کاهش یافته است.

^۱ New York Times

۷- دنیای نشر با تلاطم‌های بی‌پایان درگیر است. عدم اطمینان، پیچیدگی نوع تجارت، رقابت شدید با فناوری‌های جدید و رشد سایر رسانه‌ها باعث شده برخی از کتابفروشی‌ها تعطیل یا ورشکسته شوند. همانطور که انتظار می‌رود، این وضعیت در سال‌های آینده بدتر خواهد شد.

۲ ۶- عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب

عوامل مؤثر بر چاپ کتاب شامل عوامل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... می‌شود. که در قسمت زیر به بررسی هر کدام از عوامل بالا می‌پردازیم.

۲ ۶ ۱- عوامل سیاسی

فقدان سیاست محتاطانه انتشارات در کشورهای جهان سوم دست و بازوی دولت، سازمان‌ها و همچنین سرمایه‌گذاران و ناشران را می‌بندد. ظرفیت تولید کم است و با تکیه بر تلاش داخلی نمی‌توان نیازهای داخلی را تأمین کرد. بازار کتاب همچنین به کشورهای پیشرفته وابسته می‌شود. دخالت سیستم سیاسی در نشر باعث آسیب به آن شده است. که در برخی موارد با انتشار همزمان است و گاهی کاملاً توسط آن احاطه شده است. و کشور را هر طور که صلاح می‌دانند اداره می‌کنند. مشکلات اقتصادی و درآمد پایین باعث می‌شود که مردم فروش و مطالعه نکنند. در نتیجه، کشورهای جهان سوم راهی جز گسترش بازار و افزایش تولید و مصرف کتاب ندارند (داودی‌زاده، ۱۳۹۶).

۲ ۶ ۲- عوامل اجتماعی

مهمترین متغیر تأثیرگذار بر فراز و نشیب انتشار کتاب آماری در ایران، تغییرات اجتماعی است که پس از انقلاب اسلامی در ایران رخ داده است. همزمان با دوره جنگ تحمیلی، دوره رکود اقتصادی فرا رسید، اما طی سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۶ شاهد بهبودی در بهبود نشر کتاب هستیم. انتشار کتاب فعالیتی است که در آن

تأثیرات اجتماعی نقش اساسی دارد. انتخاب عناوین در قفسه کتابفروشی نتیجه تصمیمی است که نگرش‌های شخصی و اطلاعات حاصل از تجارب آشنایان را از طریق دهان به دهان از یک طرف و منابع عمومی، مانند روزنامه‌ها یا مجلات، ترکیب می‌کند. بنابراین، تعامل اجتماعی و انتقال اطلاعات احتمالاً نیروهای قدرتمندی هستند که اقتصاد صنعت نشر کتاب را شکل می‌دهند.

۲ ۶ ۳- عوامل فرهنگی

نشر کتاب مهمترین و اصلی‌ترین صنعت فرهنگی در ایران است. کتاب‌های مورد نیاز دانشجویان را تهیه کنید و برای جمعیتی که اکنون بیش از هشتاد میلیون نفر و بیش از ۸۰٪ آن‌ها باسواد هستند، مواد مطالعه تهیه کنید. به خودی خود و صرف نظر از هر عامل دیگری می‌تواند به صنعتی مولد، اشتغال‌زا و تأثیرگذار در جنبه‌های مختلف جامعه تبدیل شود. رشد جمعیت کشور، افزایش سواد، گسترش بیشتر سیستم‌های آموزشی در آینده، افزایش نیاز به تخصص و مهارت‌های مختلف، و افزایش نیاز به اطلاعات و مطالعه باعث ایجاد فرهنگی، صنعتی، اقتصادی، اجتماعی و همچنین سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، مدیریت و سازمان انتشارات نیاز به مطالعه بیشتر دارد.

۲ ۶ ۴- عوامل اقتصادی

انتشار در کشورهای جهان سوم به اندازه کافی پشتیبانی قابل اعتماد برای سایر فعالیت‌های فنی و صنعتی و غیره نیست. این کتاب به اندازه کافی تولید و منتشر نشده و به اندازه کافی خوانده نشده است و همین امر باعث زوال و رکود یکدیگر می‌شود. در کشورهای جهان سوم، کتابخانه کافی نیست و کتابخانه‌ها معمولاً نمی‌توانند حتی بخشی از جامعه را که باسواد هستند یا به مطالعه کتاب علاقه دارند، جذب کنند. از طرف دیگر، تیراژ کتاب یک موضوع کلی اجتماعی و فرهنگی است و تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اقتصادی و فنی قرار دارد.

شاخص گردش ارتباط مستقیمی با سایر شاخص‌ها مانند شهرنشینی، زندگی صنعتی، سواد و تحصیلات دارد. اکثر مردم زندگی ندارند. سطح دانش، تخصص و سواد عمومی پایین است.

نویسندگان کتاب در کشورهای جهان سوم با مشکلاتی روبرو هستند که انگیزه و شرایط کافی برای چاپ آنها فراهم نمی‌کند، از جمله: وضعیت اقتصادی کشورهای جهان سوم به ناشران اجازه نمی‌دهد از طریق نوشتن و ترجمه کتاب امرار معاش کنند. ناشران در کشورهای جهان سوم معمولاً در حاشیه شغل اصلی خود می‌نویسند، تحقیق می‌کنند، ترجمه می‌کنند و غیره. نویسندگان اطلاعات کافی در مورد مخاطبان خود ندارند و همه این مشکلات باعث می‌شود سطح و کیفیت انتشار کتاب در کشورهای جهان سوم بالا نباشد. علاوه بر مطالعه کتاب، تولید کتاب در کشورهای جهان سوم نیز با مشکلاتی روبرو است از جمله: متخصصان و کارشناسان تولید فنی و هنری کتاب اندک، دستمزد پرداختی به تکنسین‌های کتاب کم، کمبود ابزار، تجهیزات، مواد و مصالح.

انتشار کتاب امروزه یکی از بزرگ‌ترین فعالیت‌های فرهنگی و اقتصادی است. انتشار به دلیل اهمیت اطلاعات و افزایش سطح فرهنگ عمومی و نیز به دلیل نقش اقتصادی آن در ایجاد اشتغال، جذب سرمایه، عرضه و تقاضای بین‌المللی، همیشه مورد توجه مقامات دولتی، برنامه‌ریزان و مردم بوده است. نشر جنبه‌های مختلفی دارد که اقتصاد و صنعت دو جنبه از آن هستند. بدون وجود زیرساخت‌های لازم و کافی، نشر نمی‌تواند پیشرفت کند و ایجاد زیرساخت از وظایف دولت‌ها است.

۲-۷- متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار بر چاپ و نشر کتاب

متغیرهای متعددی بر چاپ و نشر کتاب اثرگذارند که در این مطالعه برخی از متغیرهای اقتصادی شامل، نرخ ارز، نرخ تورم، قیمت کاغذ، جمعیت، نرخ باسوادی، درآمد سرانه، نرخ بهره، ترکیب جنسی جمعیت، میانگین سنی جمعیت انتخاب شده که در ادامه به بررسی تک تک متغیرها می‌پردازیم.

۲ ۷ ۱- نرخ ارز

افزایش نرخ ارز باعث گران شدن قیمت کالاها می‌شود اما در مورد کتاب اوضاع فرق می‌کند زیرا وقتی نرخ ارز بالا می‌رود قیمت کتاب نیز افزایش می‌یابد که در این صورت افراد تصمیم می‌گیرند که کتاب خریداری کنند یا نه. به طور کلی، صنعت نشر ما صنعت ضعیفی است و از آنجا که به واردات کاغذ بستگی دارد و نوسانات قیمت ارز بر قیمت کاغذ تأثیر می‌گذارد، باعث ایجاد بحران در صنعت نشر می‌شود. افزایش نرخ ارز بر هزینه‌های اولیه چاپ کتاب تأثیر می‌گذارد.

۲ ۷ ۲ نرخ تورم

در شرایط فعلی اقتصاد ایران، قدرت خرید کالاها و خدمات در جامعه به دلیل رکود اقتصادی، افزایش تورم و کاهش ارزش پول ملی، کاهش یافته است. این کاهش قدرت خرید همچنین بر تقاضای بازار کتاب تأثیر گذاشته و به تبع آن بر تعداد فروش انتشارات و مراکز فروش کتاب نیز تأثیر گذاشته است. زیرا با همان پولی که در سبد خرید کتاب خانواده وجود داشت، اکنون افراد کمتری می‌توانند خرید کنند و به دلیل اینکه مردم با احتیاط بیشتری نسبت به قبل خرید کتاب می‌کنند. افزایش هزینه‌های زندگی کنونی در مصرف‌کننده و بخش‌های اساسی، طبیعی است که مصرف‌کنندگان به عنوان کالای غیرضروری نسبت به افزایش قیمت کتاب حساس باشند. درست است که در شرایط بد اقتصادی، فرهنگ و هنر اولین قربانیان و در شرایط بهبودی آخرین ذی نفع هستند. حتی در کشورهای پیشرفته به محض کند شدن رشد اقتصادی، تعداد روزنامه‌ها کاهش می‌یابد. احساس شرایط بد اقتصادی در جامعه باعث می‌شود بر حوزه فرهنگ نیز تأثیر بگذارد. در شرایط فعلی با افزایش تورم، قیمت کتاب افزایش یافته و طبیعی است که تقاضا کاهش یافته است. با این حال، شاخص‌ها و متغیرهای اقتصادی نشان می‌دهد که تقاضا و مصرف کتاب و در نتیجه فروش و سودآوری مراکز انتشاراتی کاهش یافته است.

مهم‌ترین عوامل کلیدی تأثیرگذار بر اقتصاد نشر را می‌توان در چهار دسته کلی شامل، ۱- تأثیر عوامل حاکم بر کشور ۲- تأثیر سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان در زمینه نشر ۳- تأثیر فناوری بر تغییر سبک زندگی ۴- تأثیر فناوری و تغییر سبک زندگی بر سیستم تولید و توزیع کتاب قرار داد.

۲ ۷ ۳- قیمت کاغذ

افزایش طوفانی قیمت کاغذ معادلات اقتصادی ناشران را بر هم زده است. قیمت کتاب‌های چاپی جدید افزایش یافته است و البته برخی از کتابفروشان با استفاده از برچسب قیمت کتاب‌های چاپی قدیمی را افزایش داده‌اند. اکنون بازار کتاب بیش از هر زمان دیگری در دسترس خوانندگان است. به دلیل این افزایش قیمت، خرید کتاب‌های چاپی جدید به شدت کاهش یافته و درآمد کتابفروشی‌ها تخلیه شده است. البته برخی از کتابفروشی‌ها ایده‌هایی نیز برای حفظ بازار دارند. آن‌ها کتاب‌های دست دوم را برای حفظ بازار و سرپا نگه داشتن فروشگاه‌ها خریداری و می‌فروشند. با این حال، کتاب‌های جدید با جهش قابل توجه قیمت وارد بازار می‌شوند. بعضی اوقات قیمت‌ها مقرون به صرفه و باورنکردنی هستند.

۲ ۷ ۴- درآمد سرانه

درآمد سرانه از جمله، مهمترین معیارهایی است که برای سنجش وضعیت رفاه اقتصادی یک کشور به کار می‌رود. این متغیر سهم هریک از افراد جامعه را از تولید ناخالص داخلی کشور نشان می‌دهد و نشان‌دهنده توان تولید ارزش افزوده توسط جمعیت کشورها می‌باشد. در بسیاری از مطالعات از درآمد سرانه کشورها برای ارزیابی رفاه خانوارها و سطح کیفیت استانداردهای زندگی در کشورهای گوناگون استفاده می‌کنند. درآمد ملی سرانه از نسبت درآمد ملی هر سال به جمعیت کشور در همان سال به دست می‌آید (قاسمیان، ۱۳۹۴).

بهره در یک تعریف جامع عبارت است از: قیمت مبادله مقدار مشخصی از کالا با کالای مشابه در دو زمان مختلف. این ماهیت نرخ بهره‌ای است که کینز در کتاب معروف خود، نظریه عمومی اشتغال، بهره و پول، از اصطلاح (نرخ بهره به خودی خود) برای سود همه کالاها به عنوان قیمت پول نقد و آتی نامگذاری کرده است. قرارداد هر دارایی در این نوع تعریف کلی از سود، نرخ سود برای هر نوع کالایی را می‌توان در نظر گرفت، مانند نرخ بهره گندم، نرخ سود پارچه، نرخ بهره سیمان و غیره. اما تعریف مشخصی از نرخ بهره که در این مقاله رایج و مورد تأکید است، نرخ سود پول است که به عنوان قیمت انتقال مقدار مشخصی پول برای مدت زمان مشخصی در نظر گرفته می‌شود که با تعریف کلی مطابقت دارد از علاقه، یعنی قیمت ارز. پول با همان مقدار پول در دو زمان مختلف.

ساموئلسون^۱، هارود^۲، سولو^۳، فلیس^۴، کوزنتس^۵ و ارو^۶ از مهمترین چهره‌های نظریه پردازان اقتصادی و از اساتید مشهور اقتصاد هستند که علاوه بر نظریه پردازی در شاخه‌های مختلف اقتصاد، از جمله بیکاری و تعادل عمومی، تجارت و فقر و... آن‌ها همچنین تأثیر متغیر "جمعیت" را بر اقتصاد تحلیل کرده‌اند و به عنوان یکی از بزرگترین نظریه‌پردازان در این زمینه شناخته می‌شوند. منظور از جمعیت، کمیت تجمعی انسان‌ها همیشه یکی از مباحث مهم در اقتصاد بوده و میزان جمعیت و میزان تغییرات آن و تأثیرات این دو بر سایر متغیرهای اقتصادی در مطالعات مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع، با توجه به اینکه اندازه جمعیت و تغییرات آن تأثیر

^۱ Paul Samuelson

^۲ Roy Harrod

^۳ Robert Solow

^۴ Edmund Phelps

^۵ Simon Kuznets

^۶ Kenneth Arrow

بسزایی در رشد و توسعه اقتصادی دارد، بسیاری از مطالعات در زمینه اقتصاد به نوعی روی این موضوع متمرکز شده‌اند.

۲ ۷ ۷- میانگین سنی جمعیت

یکی از موضوعات مهم جمعیتی که برای برنامه‌ریزی در جوامع مختلف مهم است، آگاهی از ساختار سنی جمعیت است. دو شاخص مهم در درک ساختار، میانگین و میانسالی جمعیت است. بررسی میانگین و میانسالی جمعیت، تصویری روشن از جوانی یا پیری جمعیت را نشان می‌دهد. از آنجا که افزایش سن متوسط و متوسط جمعیت بیانگر تغییر جمعیتی از جوانی به پیری است، بررسی روند تغییر آن برای شناسایی سرعت تغییر جمعیت به ما کمک می‌کند تا از آن در برنامه‌ریزی‌های اجتماعی استفاده کنیم.

۲ ۷ ۸- ترکیب جنسی جمعیت

مطالعه سن و نسبت جنسیت یکی از اساسی‌ترین و مهم‌ترین قسمت‌های یک مطالعه جمعیتی است. طبق تعریف، توزیع جمعیت بر اساس سن و جنس را ساخت سن و جنس می‌نامند. اهمیت مطالعه آن از این واقعیت ناشی می‌شود که سن و جنسیت جمعیت نتیجه ترکیبی از فرآیندهای جمعیت شناختی است. در علم جمعیت شناسی، جمعیت از نظر جنس به دو گروه مرد و زن تفکیک می‌شود، که این نسبت حاصل تقسیم تعداد مردان به زنان ضربدر ۱۰۰ است. اطلاعات درباره جنس افراد در برنامه‌های مختلف به ویژه برنامه‌ریزی آموزشی و فرهنگی مورد نیاز است. تفاوت‌ها در رفتارهای دو جنس، تابعی از مقتضیات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است. تفاوت در ترکیب جنسی را معمولاً با نسبت جنسی جمعیت نشان می‌دهند (فتحی و همکاران، ۱۳۹۸).

۲ ۷ ۹- نرخ باسوادی

سطح سواد یا در بیان میزان سواد با افزایش بهره‌وری نیروی کار و افزایش سطح دستمزد می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر جامعه داشته باشد. در واقع، سطح سواد و تحصیلات می‌تواند باعث افزایش کتاب و مطالعه شود. زیرا

نرخ سواد ایجاد شده توسط آموزش و پرورش می‌تواند فرصت‌هایی را برای ارتقا نیروی تحصیل کرده در جوامع روستایی و شهری فراهم کند و به تدریج آنها را به سطح بالاتری از بهره‌وری و انگیزه‌ها برای افزایش تقاضای کار و اشتغال توسط کارفرمایان برساند. همچنین زمینه را برای افزایش سطح دستمزدها فراهم می‌کند. از طرف دیگر، کمبود امکانات آموزشی در مناطق روستایی باعث می‌شود افراد نتوانند درس بخوانند و این از رشد سواد در جامعه می‌کاهد.

۲ ۸- متغیرهای غیراقتصادی تاثیرگذار بر چاپ و نشر کتاب

۲ ۸ ۱- اثر کرونا ویروس بر چاپ و نشر

شیوع ویروس کرونا^۱ در بسیاری از کشورهای جهان تأثیر منفی بر زندگی روزمره و مشاغل صنعتی و غیرصنعتی داشته است، به طوری که بسیاری از مشاغل مرتبط با کالاهای مصرفی و خدمات بسته و نیمه تعطیل شده‌اند. مردم چین و دیگر نقاط جهان ترجیح می‌دهند فقط موارد ضروری زندگی خود را انجام دهند و از حضور در جمع خودداری کنند. در این کشور بسیاری از صنایع نشر از جمله کتابفروشی‌ها تعطیل یا نیمه تعطیل بوده و بسیاری از رویدادهای فرهنگی و ادبی لغو شده‌اند. نمایشگاه کتاب در اکثر کشورهای جهان تعطیل است، آخرین نمونه آن نمایشگاه کتاب بولونیا^۲ در شهر نیویورک است.

۲ ۸ ۲- اثر تحریم بر چاپ و نشر

تحریم باعث شده است که بازار کتاب در آتش قیمت کاغذ بسوزد. آتشی که سر آرامش و خاموشی ندارد و روز به روز بر هیزم آن افزوده می‌شود. با افزایش قیمت کاغذ به دلیل تحریم‌ها باعث افزایش قیمت کتب هم می‌شویم. و به دلیل این افزایش قیمت‌ها برخی از ناشران از تولید دست کشیده‌اند و برخی دیگر قیمت‌های آثار

^۱ Corona Virus

^۲ Bologna

موجود خود را با برچسب قیمتی جدیدتر تغییر داده‌اند. تعدادی هم شمارگان چاپ را پایین آورده‌اند و به سراغ چاپ دیجیتالی رفته‌اند. که این گزاره خود موجب بحران اقتصادی شدیدی صنف چاپخانه‌دارها شده است.

۲-۹- نهادهای تاثیرگذار بعد از انقلاب در حوزه نشر و چاپ

۲۹۱ دولت

دامنه تأثیر سیستم‌های دولتی را می‌توان بر اساس شاخص‌های مختلف اندازه‌گیری کرد، اما مهم‌ترین آنها قوانین و مقررات مصوب دولت، آیین‌نامه‌ها و قوانینی است که تعیین می‌کند، پایه‌ها، ایجاد زیرساخت‌ها، حجم و نوع سرمایه‌گذاری، اشکال پشتیبانی، برنامه‌ریزی، نحوه مدیریت و چگونگی سازماندهی سازمان‌ها و نحوه عملکرد آنها در رسیدگی به نیازهای جامعه و مراجعه افراد و مواردی از این قبیل، بهتر قابل مشاهده است. سیاست‌های دولت در زمینه انتشار کتاب یا به طور کلی در حوزه فرهنگی می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد. گاه جامع و مفصل است، گاه مدون، تأیید و اعلام می‌شود، گاه صریح و حتی صریح است (حسنی، ۱۳۷۸).

یکی از نمادهای حضور دولت، قانونگذاری و نظارت و سیاست‌گذاری در مورد کتاب و همچنین کمک به تعادل بازار کتاب از طریق نظارت صحیح است. کاهش مالکیت دولت همچنین باعث می‌شود عدم حضور آن به عنوان رقیب بخش خصوصی در ایجاد تعادل در بازار بسیار مؤثر باشد. دولت به عنوان حامی کتاب، با پرداخت یارانه به تولیدکنندگان از طریق وام‌های بلند مدت و برای مصرف‌کنندگان از طریق یارانه خرید کتاب و ایجاد کتابخانه در مناطق مختلف کشور به متعادل در بازار کتاب کمک می‌کند. اما، دولت در برخی موارد تعادل بازار را مختل می‌کند، مانند حمایت مالی مستقیم از انتشار به صورت ارائه کاغذ و وام به ناشران غیرحرفه‌ای (که در سال‌های اخیر شاهد آن بوده‌ایم)، باعث افزایش تعداد ناشران غیرحرفه‌ای که برای استفاده از کاغذ دولتی و استقراض وارد بازار نشر شدند (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۸).

علاوه بر وظایف و مسئولیت‌هایی که ذکر کردیم، دولت از چند طریق دیگر درگیر نشر است. مهمترین مسئولیت دولت حمایت از صنعت فرهنگی که براساس آن توسعه آموزش و پژوهش، توسعه فرهنگی و بسیاری از فعالیت‌های دیگر فرهنگی انجام می‌شود. هرگونه صدمه به نشر آسیب بسیاری به فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی وارد می‌کند. به این معنا که دولت باید همانطور که از صنایع اساسی و فعالیت‌های زیربنایی و زیربنایی پشتیبانی می‌کند، از صنعت نشر نیز پشتیبانی کند، اما حمایت به معنای دخالت، اعمال نظر و سلیقه، ورود به فعالیت‌های اقتصادی انتشارات یا وابستگی انتشارات نباشد. همچنین اجرای سیاست‌های یارانه گرچه در کوتاه‌مدت نتیجه می‌دهد، اما مطمئناً برای نشر کتاب در دراز مدت خوب نیست. سیاست‌های یارانه، به دلیل تغییر در انگیزه‌ها، موجب گسترش سواستفاده‌ها، تشدید سیاست‌های تبعیض و زمینه‌سازی برای فساد می‌شود (حسنی، ۱۳۷۸).

۲۹۲- مجلس شورای اسلامی

در قوانین کشور درباره موضوع چاپ و نشر کتاب مجلس شورای اسلامی به عنوان تنها نهاد قانون‌گذار بسیار کند و آهسته عمل کرده است. تنها قانون موجود که موضوع کتاب یا قوانین حاکم بر مؤلفان را در نظر می‌گیرد قانون حمایت از حقوق مؤلفان، منصفان و هنرمندان که در سال ۱۳۴۸، توسط مجلس شورای ملی و پیش از انقلاب اسلامی به تصویب رسیده و همچنان در حال اجرا است. همچنین قانون ترجمه و تکثیر نشریات و آثار صوتی مصوب سال ۱۳۵۲ که پس از تصویب توسط سنا به تصویب مجلس شورای ملی رسید، در این زمینه می‌توان به قانون مطبوعات اشاره کرد که در سال ۱۳۶۴ در ۳۶ ماده و ۲۳ تبصره در قالب ع فصل به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید، اما دارای نقایص و اشکالات بسیاری از جمله، عدم توجه کافی به حقوق روزنامه نگاران بود. در سال ۱۳۷۴ پیش‌نویس طرح قانون مطبوعات توسط ۱۷ تن از نمایندگان مجلس به مجلس شورای اسلامی تقدیم شد که با مخالفت شدید روزنامه‌نگاران و افکار عمومی قرار گرفت. در سال ۱۳۷۸ بار دیگر گروهی از نمایندگان مجلس طرح اصلاح قانون مطبوعات را به مجلس تقدیم کردند که ابتدا با مخالفت‌های بسیاری روبرو شد اما عاقبت در تاریخ ۱۳۷۹/۱/۳۱ به تصویب مجلس و تأیید شورای نگهبان رسید. براساس این

اصلاحات قانون مطبوعات دارای ۴۸۰ ماده و دو فصل دیگر نیز به آن الحاق شد. فصول قانون مطبوعات عبارت است: ۱- تعریف مطبوعات ۲- رسالت مطبوعات ۳- حقوق مطبوعات ۴- جرائم. (وردی، ۱۳۹۵).

۲ ۹ ۳- شورای عالی انقلاب اسلامی

پس از پیروزی انقلاب در بهمن ۱۳۵۷ و سرنگونی دولت پهلوی و استقرار جمهوری اسلامی ایران، نیاز به تغییرات و تحولات اساسی در کل جامعه به خوبی احساس می‌شد. زیرا برای ایجاد دولت و سیستم جدید، ایجاد ساختار جدید مطابق با اصول و معیارهای موجود با ایجاد تغییر در سازمان‌ها و نهادهای قبلی در هر یک از اجزای دولت ضروری است. از این نظر فرهنگ از اهمیت عمیقی برخوردار بود. زیرا تغییر دولت بدون تغییر فرهنگ غیرممکن به نظر می‌رسید.

امام خمینی (ره) نیز به خوبی با این نکته آشنا بودند، همان‌طور که در اول فروردین ۱۳۵۹، با اعلام و صدور پیام نوروز، بر لزوم ایجاد یک انقلاب اساسی در دانشگاه‌های سراسر کشور و تبدیل دانشگاه به یک فضای سالم برای تدوین علوم (پالایش اساتید مربوط به شرق و غرب (اعلی اسلامی)) به این امر اشاره کردند. وی پس از تعطیلی دانشگاه‌ها در خرداد ۱۳۵۹، فرمان تأسیس ستاد انقلاب فرهنگی را صادر کرد (وردی، ۱۳۹۵).

حمایت از نویسندگان حرفه‌ای، تشویق ناشران و نویسندگان، برنامه‌های طولانی مدت برای آموزش در صنعت نشر، حمایت از تأسیس مرکز ملی اطلاعات و مواردی از این دست برخی از سیاست‌های فرهنگی دولت است که موجب رونق بازار نشر می‌شود.

کمک دولت در زمینه نشر به معنای کمک مالی مستقیم (توزیع کاغذ و خرید مستقیم کتاب) نیست. کمک اصلی دولت می‌تواند ایجاد فضا، ایجاد بستر رشد و توسعه، ایجاد زیرساخت‌ها، تعبیه مکانیزم‌های مالی قانونی، اعطای وام‌های بلند مدت و کم بهره، تقویت قدرت صنعتی و فنی نشر، استقرار آموزشی و پژوهشی باشد. امروزه، نوع حمایتی که عملاً ناکارآمدی آنها بیشتر از کارآمدی آنهاست به پایان رسیده است. ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی، آموزشی، فناوری، کمک به ارتقا دانش فنی ناشران و ایجاد اعتماد به نفس در آنها مانند سایر ناشران

زنده در سراسر جهان می‌تواند از اولین گام‌های انتشار و چاپ کتاب باشد و کارآمدی نشر مانند اهرم فرهنگی بر سایر گونه‌های فعالیت‌های فرهنگی اثر بگذارد و در مسیر فرهنگی کشور نقش مهمی ایفا کند (آذرنگ، ۱۳۸۰).

۲-۱۰ سابقه موضوع (پیشینه تحقیق)

۲-۱۰-۱ پیشینه داخلی

مؤمنی‌مرادی (۱۳۶۶)، در پژوهش خود با عنوان «بررسی و مقایسه انتشار کتاب در ایران در سال‌های ۱۳۵۶-۱۳۵۴ و ۱۳۶۲-۱۳۶۰» به نتایجی دست یافت که از مهمترین آنها را می‌توان به موارد اشاره کرد؛ که فعالیت ناشران دولتی بعد از انقلاب کمتر از سابق بوده و کمبود بودجه انتشاراتی، گرانی و کمبود کاغذ و مواد لازم برای چاپ و صحافی کتاب، عدم استفاده از صاحبان تجربه و تخصص در زمینه چاپ و نشر، تمایل کمتر دولت به ایفای نقش در کار نشر و ضعف امکانات علمی و فنی ناشرین از دلایل عدم رشد صنعت نشر در ایران بوده است. آذرنگ (۱۳۷۴)، در مطالعه خود «بررسی علل و ریشه‌های بحران کتاب در ایران از طریق دیدگاه‌ها و نگرش‌ها» با توجه به لزوم برنامه‌ریزی گسترده برای بهبود مشکل بحران کتاب، این مطالعه مربوط به دهه ۱۳۲۰ تا ۱۳۷۰ است که توجه به برنامه‌ریزی کلان توسط وی دولت و دست اندرکاران را تنها راه حل بحران نشر کتاب کشور می‌داند.

نقدی (۱۳۷۸)، در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب‌های علوم پزشکی از دیدگاه ناشران» سعی داشته دیدگاه‌های ناشران در زمینه‌ی چاپ کتاب‌های منتشرشده‌ی علوم پزشکی و وضعیت نشر آنها را بررسی کند و با بررسی نتایج، نقش این مسائل را در وضعیت نشر کتاب‌های علوم پزشکی تعیین کند. در این پژوهش ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه بوده و با روش پیمایشی انجام شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ناشران علوم پزشکی مستقر در شهر تهران از نظر تأمین هزینه نشر، سیستم رایانه‌ای، تبلیغ، توزیع کتاب‌ها، با مشکلات بسیاری روبرو هستند.

حسینی (۱۳۷۸)، در مطالعه خود با عنوان «وضعیت نشر کتاب در استان خراسان طی سال‌های ۷۷-۱۳۷۳» به بررسی وضعیت نشر استان خراسان می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در سال ۱۳۷۷ حدود ۳/۹ درصد عناوین کشور در استان خراسان تولید شده است. از نظر میزان رشد از سال ۱۳۷۳ تا ۱۳۷۷ در کل سیر نزولی طی را کرده است و از ۲/۵ درصد رشد در سال ۱۳۷۴ به ۲ درصد رشد منفی در سال ۱۳۷۷ سقوط کرده است. وضعیت ناشران از نظر کلی نشان دهنده این است که هر ساله بر تعداد ناشران افزوده، اما از فعالیت آنها کاسته شده است. وضعیت ناشران از نظر کیفی رشد مطلوبی داشته و ناشران به سمت تخصصی شدن و نشر کتاب سودمند پیش رفته‌اند. که این امر با افزایش ناشران با مدرک دانشگاهی بالا ارتباط دارد.

اصلانی‌ملایی (۱۳۷۹)، در مقاله‌ای با عنوان «نشر کتاب در بن بست» به بررسی مسائل و مشکلات نشر کتاب از دیدگاه ناشران، اهل قلم و صنف‌های وابسته به نشر در شهر اصفهان پرداخته است. این بررسی یک مطالعه تحلیلی-توصیفی است که براساس جامعه آماری کاملاً تصادفی شامل، ۲۰ نفر از ناشران، ۳۰ نفر از اهل قلم و ۱۶ نفر از اصناف وابسته به نشر انتخاب شده و با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه مورد سوال قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، عوامل فرهنگی از نظر ناشران و عوامل اقتصادی از نظر اهل قلم مهمترین عوامل تأثیرگذار بر وضعیت نشر در شهر اصفهان می‌باشند. همچنین بیش از نصف اهل قلم اصلاً با قوانین نشر کشور آشنایی ندارند و مهمترین مشکل ناشران تمرکز امور اداری نشر در شهر تهران بوده است.

مکی‌زاده (۱۳۸۲)، بررسی وضعیت نشر را در استان یزد طی دهه ۷۰ با استفاده آمارهای خانه کتاب، اداره فرهنگ و ارشاد استان یزد و آمارهای مشاغل صنعت چاپ به روش پیمایشی و جامعه آماری شامل ۱۹ ناشر و ۱۲۶ کتاب‌فروشی در استان یزد انجام داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد رشد انتشارات به غیر از دو سال ۱۳۷۱ و ۱۳۷۵ در کل روند صعودی داشته است، اما نسبت به کل کشور در وضعیت خوبی قرار ندارد. از نظر موضوعی بیشترین عناوین در حوزه ادبیات و کمترین آن در حوزه هنر منتشر شده است و بیشتر ناشران از وضعیت و شرایط نشر رضایت داشته، و پیشنهاداتی از جمله، ایجاد دوره‌های آموزش نشر، کمک مالی به ناشران،

حذف همه هزینه‌های مربوط به مالیات و دارایی از مشاغل فرهنگی، حمایت غیرمستقیم دولت و تشویق افراد برای مراجعه به کتابخانه ارائه شده است.

مؤسسی (۱۳۸۲)، به بررسی تأثیر یارانه کتاب بر بازار آن از طریق شناخت عوامل مؤثر بر تقاضا و عرضه کتاب و برآورد تابع عرضه و تقاضا و محاسبه کشش‌های درآمدی و قیمتی آن در دوره‌ی بیست ساله ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۷ با استفاده از تکنیک‌های اقتصادسنجی پرداخته است. نتایج بررسی نشان می‌دهد: اولاً، تابع عرضه کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت، کم‌کشش است و یک درصد افزایش قیمت تنها ۰/۲۷۷ درصد تغییر در عرضه کتاب ایجاد می‌کند. دوماً، منحنی تقاضای کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت حساس بوده و باکشش است و یک درصد افزایش قیمت کتاب، ۱/۲۴ درصد میزان تقاضای کتاب را کاهش خواهد داد. سوماً، تقاضا نسبت به درآمد حساس بوده و یک درصد افزایش در درآمد موجب ۵/۲۲ درصد افزایش در تقاضای کتاب خواهد شد. چهارماً، حذف یارانه‌ها موجب می‌شود که قیمت کتاب یک درصد افزایش یابد و میزان تقاضا برای کتاب ۱/۲۴ درصد کاهش یابد. در آخر، باید اشاره کرد که پرداخت یارانه به بخش کتاب تا اندازه زیادی توجیه اقتصادی دارد و برای هدفمند کردن و افزایش کارایی آن باید یارانه‌ها، مستقیماً به مصرف‌کننده پرداخت شود. بنی‌اقبال و اوصیاء (۱۳۸۴)، با هدف بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان مازندران بین سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۲ با روش پیمایشی و توصیفی و جامعه آماری شامل، ۱۰۲ نفر از کتاب‌فروشان و ۱۸ نفر از ناشران که داده‌ها از طریق مصاحبه و پرسشنامه گردآوری و سپس با استفاده از نرم‌افزار^۱ Spps و Excel به تجزیه و تحلیل آن پرداختند. نتایج مطالعه بیانگر این است طی این دوره اصلی‌ترین مشکل ناشران و کتاب‌فروشان غیراقتصادی بودن آن است که علت آن پایین بودن سرانه مطالعه در کشور و اوضاع اقتصادی مردم می‌باشد که موجب حذف خرید کتاب از سبد خانوارها شده است. بنابراین پیشنهادهایی مانند ایجاد بانک اطلاعاتی و نظام اطلاع‌رسانی کارآمد در زمینه آمار و ارقام نشر، معرفی آثار مربوط به نشر مازندران توسط شبکه محلی، ایجاد زیرساخت متناسب بوسیله دولت برای نشر محلی یا نشر استانی ارائه شده است.

^۱ Statistical package for social science

دیانی و تجدد (۱۳۸۵)، در مقاله‌ای با عنوان «دیدگاه ناشران درباره ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم بر نشر کتاب طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳»، به بررسی ثبات سیاسی و اجتماعی بر صنعت نشر کتاب پرداختند. جامعه آماری پژوهش کلیه کتاب‌های منتشر شده در دوره هفت ساله است. اطلاعات تحقیق با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری و با روش آمار توصیفی و آمار استنباطی تجزیه و تحلیل شدند. نتایج تحقیق بیانگر آن است در دوره مورد مطالعه، نوعی آزادی با تأثیر مثبت بر روند تألیف و ترجمه از نوعی که قبل از این دوره تجربه نشده وجود داشته است. هرچند برای رأی قطعی دادن در این مورد باید شرایط و آمار نشر در سال‌های آینده مورد بررسی قرار گیرد و با شرایط این دوره مقایسه شود تا مشخص گردد که آیا واقعاً چنین آزادی در این دوره هشت ساله وجود داشته است یا نه.

مفتخری‌نظری‌پور و میرحسینی (۱۳۸۷)، به بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶، با استفاده از جامعه آماری کلیه ناشران شهر تهران و متغیرهای جمعیت‌شناسی ناشران و بهره‌گیری از روش پیمایشی از طریق پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده پرداختند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Excel انجام شده است. نتایج حاصل از یافته‌ها نشان می‌دهد که اصلی‌ترین مشکل ناشران غیر اقتصادی بودن این حرفه است. عوامل و مشکلات کتابخوانی به ترتیب، نازل بودن فرهنگ عمومی، عدم عادت و آموزش کتابخوانی در سطح جامعه و نبود فرهنگ کتاب در سبد خرید خانوار ایرانی است. عوامل و مشکلات پخش و توزیع کتاب را ناشران در مرحله اول، عدم اطلاع رسانه‌های جمعی و در مرحله دوم، عدم اطلاع رسانی ناشران و در مرحله سوم، کمبود تعداد مراکز پخش کتاب است. نتایج حاصل نشان از نوسان بالا و پایین در تعداد کتاب‌های منتشر شده در سال‌های مورد مطالعه است و بیشترین تولیدات موضوعی در حوزه علوم خاص می‌باشد. فرضیه‌های تحقیق با استفاده از آزمون خی دو آزمون شده است. در فرض اول، وجود رابطه معنی‌دار بین حمایت تشکل صنفی و عضویت در این تشکل تأیید شده و در اصل فرضیه دوم رد شد. و رابطه معنی‌دار میان حمایت تشکل صنفی و سرمایه‌گذاری ناشران تأیید گردید. همچنین راه‌های بهبود اقتصاد

نشر، افزایش تبلیغ رایگان کتاب، ترویج فرهنگ کتابخوانی در مدارس از طریق تلویزیون و رسانه‌ها، پرداخت یارانه به وسیله دولت به عنوان مهمترین راهکارهای کمک به اقتصاد نشر اعلام شدند.

مهدیانی و مرتضوی (۱۳۸۲)، به مطالعه سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر، بر مبنای نتایج اجرای یک طرح پژوهشی پرداختند. تحقیق از نوع مطالعات اسنادی، جامعه آماری بر اساس کارنامه نشر و سالنامه‌های آماری منتشر شده در یونسکو و تجزیه و تحلیل داده‌ها در محیط نرم‌افزار Excel انجام شده است. مهمترین نتایج تحقیق نشان‌دهنده آن است که در طول ۲۴ سال گذشته نشر کتاب با دارا بودن میانگین رشد حدود ۲۲ درصد از رشد مداومی برخوردار بوده، به گونه‌ای که در نخستین سال‌های انقلاب با میانگین رشد ۵۲ درصد بالاترین نرخ رشد داشته و پس از آن دوره رکود با دوران جنگ تحمیلی با میانگین نرخ رشد ۵ درصد فرا می‌رسد. در فاصله سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۵ دوباره آمار نشر کتاب با میانگین نرخ رشد ۱۰ بهبود پیدا می‌کند و در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۱ رشد تولید کتاب رشد با ۱۲ درصد تندتری به خود می‌گیرد.

نجفی و کریمی (۱۳۸۹)، به بررسی تناسب حوزه نشر کتب دینی با انتظارات افراد در سطح شهر قم، با روش پیمایشی و کاربرد پرسشنامه، جامعه آماری مطالعه شامل عموم مردم مراجعه‌کننده به کتابفروشی‌های قم را تشکیل می‌دهند و نمونه آماری شامل ۱۰۰۰ نفر از مراجعه‌کنندگان به کتابفروشی است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار SPSS انجام شده است. یافته‌های حاکی از آن است که اولویت اول پاسخگویان کتاب‌هایی با موضوع عقیدتی و دینی بوده است. بیشترین مکان‌های دسترسی افراد به کتب دینی کتابفروشی‌ها و بعد از آن کتابخانه بوده است. میزان استفاده از اینترنت در تمامی سطوح تحصیلات پایین، و میزان استفاده از کتابفروشی‌ها در تمامی سطوح تحصیلات بالا بود. اکثر پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که مهمترین مشخصه ظاهری کتاب عنوان کتاب است. همچنین کتاب‌های استاد مطهری، شخصیت‌های مذهبی، مسائل اعتقادی و ادعیه اثرگذارترین موضوعات معرفی شده‌اند. از نظر مخاطبان تکراری بودن، مستند نبودن، واژه‌های ثقیل عربی و متناسب نبودن با نیاز کاربر مهمترین دلایل ضعف کتاب‌های دینی است. از دیدگاه پاسخگویان راهکارهای

تبلیغ کتب دینی، تبلیغ از طریق رسانه، کاهش قیمت، متناسب سازی با نیاز روز و افزایش کتابخانه های عمومی و رایگان می باشد.

باب الحوائجی و همکاران (۱۳۹۰)، به بررسی عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مؤثر بر اقتصاد نشر ایران بین سال های ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۷، با استفاده از جامعه آماری ۲۶۴ ناشر خصوصی و روش پرسشنامه پرداختند. نتایج تحقیق نشان می دهد که افزایش جمعیت باسواد بیشترین تأثیر مثبت و فقر اقتصادی بیشترین تأثیر منفی بر عرضه کتاب را داشته است.

فهمی فر و حیدری (۱۳۹۱)، به بررسی ابعاد اقتصادی نشر کتاب الکترونیکی با استفاده از جامعه آماری شامل کلیه ناشران ایرانی کتاب های الکترونیکی شرکت کننده در بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران و کاربرد روش پیمایشی (پرسشنامه) و تحلیل محتوا به این یافته دست یافتن، نیاز مخاطب مهمترین عامل اثرگذار در ترغیب ناشران برای نشر کتاب الکترونیکی بوده و مخاطبان اصلی نشر کتاب الکترونیکی بر اساس تحصیلات عموم مردم و دانشجویان و براساس گروه های سنی جوانان هستند. همچنین بر اساس تحلیل محتوای نظرات ناشران، شش بخش اصلی که ناشران برای تولید کتاب الکترونیکی بر روی آن سرمایه گذاری می کنند عبارتند از، هزینه تولید محتوای متنی، هزینه تولید محتوای غیرمتنی، هزینه نرم افزاری، هزینه سخت افزاری و تجهیزات، هزینه اشاعه و خدمات بعد از فروش است.

ترکیان تبار و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی دیدگاه های معاونین پژوهشی و مدیران انتشارات واحدهای دانشگاه های آزاد اسلامی درباره ی عوامل مؤثر بر انتشار کتاب در دانشگاه با استفاده از روش پیمایشی و توصیفی پرداختند. داده های این پژوهش از طریق پرسشنامه جمع آوری و با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل صورت گرفته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که معاونین پژوهشی و مدیران انتشارات واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی چاپ و انتشار کتاب بوسیله سازمان مرکزی و ناشران خصوصی را بر چاپ و انتشار کتاب توسط واحدهای دانشگاهی ترجیح می دهند. این در صورتی که وضعیت چاپ و انتشار کتاب در دانشگاه آزاد مطلوب ارزیابی شده و سیاست های حمایتی و تشویقی سازمان مرکزی را برای افزایش کمی و کیفی چاپ کتاب

تأثیرگذار ارزیابی کردند. به طوری که ۳۵/۴ درصد از جامعه مورد بررسی اثر چاپ کتاب را بر ارتقاء علمی دانشگاه آزاد اسلامی بسیار اثرگذار و ۳۲/۳ درصد اثر امتیازات و تشویقات کتبی را بر افزایش انتشارات کتاب بسیار زیاد می‌دانند.

قلعه‌نوی(۱۳۹۲)، به مطالعه وضعیت تولید، عرضه و تقاضای کتاب در بازار نشر مشهد پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش کلیه ناشران فعال و کتابفروشی‌های سطح شهر مشهد و نمونه آماری شامل ۱۲۰ پرسشنامه‌ای است که بین کتابفروشی‌ها توزیع شده است. موضوعات موردبررسی شامل کلیات، فلسفه، دین، علوم اجتماعی، زبان، علوم طبیعی، علوم عملی، حرفه و هنر، ادبیات، تاریخ و جغرافی، درسی و کمک‌درسی و کودک و نوجوان است. تحقیق از نوع کاربردی و روش به کار رفته توصیفی و پیمایشی است. یافته‌های مطالعه حاکی از آن است که موضوعات ادبیات، دین، کودک و نوجوان و علوم عملی به ترتیب بیشترین فراوانی عناوین و موضوعات زبان، کلیات، هنر و فلسفه کمترین فراوانی را داشته، در حالی که کتابفروشان مشهودی در زمینه توزیع و فروش کتب ادبیات، دین، فلسفه و کودک و نوجوان فعال‌تر هستند، اما بالاترین نرخ فروش آنها مربوط به موضوعات درسی و کمک‌درسی، دین، کودک و نوجوان و ادبیات است.

بنی‌جمالی(۱۳۹۳)، به بررسی وضعیت انتشارات الکترونیکی در ایران و نحوه استفاده از کتاب‌های الکترونیکی در بین کاربران ایرانی با استفاده از جامعه آماری ۱۰ کشور شامل، استرالیا، برزیل، فرانسه، آلمان، هند، ژاپن، کره جنوبی، اسپانیا، بریتانیا و آمریکا به چگونگی بهره‌برداری و دانلود کتاب و مقاله در بین کاربران اینترنت و نوع متن دانلود شده رایگان توسط کاربران اینترنت، با استفاده از روش ترکیبی است. مطالعه حاضر نشان می‌دهد بهره‌برداری از کتاب در ایران هنوز کالایی نشده است و هنوز بازار سازمان‌یافته‌ای در ایران برای آن شکل نگرفته است. اما بهره‌برداری از آن بیشتر مختص کتاب‌های تخصصی و آکادمیک است. بهر حال فقدان بهره‌برداری کالایی آن در ایران باعث شده که کاربران بیشتر به کتاب‌های و متون رایگان توجه کنند. همچنین فقدان بازار کتاب باعث محدودیت کیفیت و کاهش قابلیت اعتماد می‌گردد.

عربگری و صادقی (۱۳۹۵)، با هدف بررسی دیدگاه ناشران ایرانی درباره وضعیت نشر کتاب الکترونیکی با استفاده از روش پیمایشی- توصیفی و تهیه پرسشنامه از جامعه آماری ناشران الکترونیکی به تحقیق پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان می‌دهد که از نظر ناشران جامعه، نشر کتاب الکترونیکی از میزان سازگاری بسیار زیادی برخوردار نیست و یکی از دلایل عدم پذیرش فناوری نشر کتاب الکترونیکی پیچیدگی بسیار زیاد این فناوری است. بنابراین پیشنهاد می‌شود ناشران برای بالا بردن سازگاری نشر الکترونیکی با تدابیری به امر فرهنگ سازی بین ناشران و جامعه بپردازند. همچنین مسئله حمایت از حقوق مادی و معنوی پدیدآور و ناشر از مهمترین مسائل و چالش‌های ناشران برای آغاز نشر کتاب الکترونیکی است.

فرج پهلوی و همکاران (۱۳۹۵)، با هدف بررسی تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر چاپ و نشر کتاب در ایران از نگاه ناشران با استفاده از روش پیمایشی و (تهیه پرسشنامه) و توصیفی به مطالعه پرداختند. جامعه آماری تحقیق شامل ناشران فعال در وزارت ارشاد بوده و نمونه آماری شامل ۵۰۰ ناشر می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌های در دو بخش توصیفی و تحلیلی انجام شده است و نتایج نشان می‌دهد که در بخش توصیفی ویژگی‌های جمعیت شناختی و نیز متغیرهای مرتبط با پرسش‌های تحقیق بیان شده است در بخش تحلیلی با نرم‌افزار SPSS، آزمون کولموگروو-اسمیرنوف^۱ جهت سنجش نرمال بودن متغیرها استفاده شده و نتیجه، این آزمون نشان داد به دلیل نرمال بودن متغیرها می‌توان استفاده از آمار پارامتریک را توجیه می‌نمود. به همین جهت از آزمون t تک نمونه‌ای^۲ برای بررسی پرسش‌های پژوهش و از آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی اثر فناوری اطلاعات بر سطح و مراحل نشر استفاده شده است. نتایج مطالعه آنها نشان می‌دهد در حدود ۹۷٪ ناشران به اینترنت دسترسی دارند و ۶۰/۸٪ ناشران دارای وب سایت بوده و ۵۳/۲٪ فروشگاه اینترنتی دارند. همچنین ۳۲/۱٪ ناشران در فیس بوک، ۳۱/۶٪ در تلگرام و ۳۰/۳٪ در اینستاگرام عضویت دارند. حدود ۶۶٪ ناشران با داشتن میانگین بیشتر از متوسط ۳، میزان تأثیرگذاری صنعت نشر کتاب را از فناوری اطلاعات مثبت ارزیابی کردند.

^۱ Kohmogrov-Smirnov (KS)

^۲ One-Sample T Test

ولی از نظر ابعاد تاثیر فناوری اطلاعات بر فرآیند کلی نشر با میانگین ۹/۳ بیشترین سهم اثر را به خود اختصاص داده است. در کل می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معنادار و مثبتی بین مقدار ارزشی و میانگین جامعه وجود دارد، بدین گونه که اثر فناوری اطلاعات در صنعت نشر کتاب و فرآیند آن از نظر ناشران مثبت ارزیابی شده است.

ملک‌محمدی و حاجی‌زین‌العابدینی (۱۳۹۶)، به شناسایی وضعیت نشر کتاب در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی در فاصله سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۹۰، با استفاده از روش پیمایشی-تحلیلی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات، سیاهه‌وارسی است. جامعه آماری تحقیق شامل ۶۳۲ عنوان کتاب تألیفی و ترجمه شده در حوزه‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی است. متغیرهای مورد مطالعه شامل، نام نویسندگان، مترجمان، سال انتشار، موضوع کتاب، ناشر و عنوان کتاب بوده، که با استفاده از نرم‌فزار Excel تجزیه و تحلیل انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت نشر کتاب در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی از رشد صعودی برخوردار بوده، اما برخی از گرایش‌های موضوعی مانند مجموعه‌سازی، آزمون‌ها و خلاصه مباحث درسی و مدیریت کتابخانه مورد غفلت قرار گرفته و نیازی به توجه بیشتری دارند، بنابراین لازم است که مولفان و مترجمان فعال در این حوزه به منظور رفع خلأهای موجود، به کلیه گرایش‌های موضوعی مخصوصاً آن‌هایی که رشد کمتری داشتند، بپردازند.

روا و بیگدلی (۱۳۹۷)، در مطالعه‌ای به بررسی وضعیت نشر کتاب در استان بوشهر بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ پرداخته‌اند. آنها برای تحلیل آماری از روش‌هایی شامل، درصد و میانگین استفاده نمودند. یافته‌های مطالعه نشان می‌دهد بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ تعداد ۳۳۴ عنوان کتاب در استان بوشهر منتشر شده، که بیشترین تعداد کتاب منتشره با ۶۰ عنوان در سال ۱۳۸۳ و کمترین تعداد کتاب با ۶ عنوان در سال ۱۳۹۰ بوده است. همچنین حوزه‌های ادبیات و دین با ۱۱۱ و ۸۲ عنوان بیشترین و حوزه‌های فلسفه و روان‌شناسی با ۱ و ۲ کمترین کتاب منتشره را به خود اختصاص دادند.

افضلی و ابوجعفری (۱۳۹۷)، به بررسی چالش‌های اقتصادی نشر کتاب در ایران با استفاده از رویکرد زنجیره ارزش و روش داده بنیاد و بهره‌گیری از شاخص‌های آمار اقتصادی به شناسایی چالش‌های این حوزه پرداختند. آنها دریافتند مخارج واقعی خانوارها در مورد کتاب از سال ۱۳۹۲ روند کاهشی داشته و مواردی همچون عدم تعادل در سهم اقتصادی بازیگران زنجیره ارزش نشر، پراکندگی نامناسب توزیع کنندگان در سطح کشور، توازن نداشتن تعداد کتاب‌فروشی‌ها با تعداد ناشران، ضعف فرهنگ کتاب خوانی، نظام تربیتی کنکور محور و تسلط رسانه‌های جدید بر زندگی مردم از چالش‌های اثرگذار محسوب می‌شوند. در مقابل، سیاست‌گذاری مؤثر با استفاده از نوآوری‌هایی مانند چاپ براساس تقاضا و فروش آنلاین و کتاب صوتی در اشکال مختلف می‌توانند یاری کننده مقابله با چالش‌های ذکر شده باشند.

سهرابی (۱۳۹۸)، به بررسی موانع و چالش‌های چاپ و نشر کتاب آموزشی اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی با مشارکت ۱۳ نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه و روش نمونه‌گیری مبتنی بر هدف است. مطالعه یک تحقیق کیفی می‌باشد که به روش تحلیل محتوا در سال ۱۳۹۶ انجام شده است. حاصل تجزیه و تحلیل ۱۳ مصاحبه، استخراج ۵۱۰ کد اولیه در شش حوزه شامل، فراوانی و گوناگونی سیاست‌ها، پیامدهای مبهم، مقاله‌سالاری در پژوهش، ضعف راهکارهای تشویقی و حمایتی، خلأ محقق با تجربه، عدم وجود شبکه‌های علمی - ارتباطی مؤثر می‌باشند و کدهای مرتبط با شش حوزه به ۲۵ زیر مقوله دسته‌بندی شدند. یافته‌های محقق نشان می‌دهد با وجود رشد و گسترش بستر پژوهش در ایران همچنان چالش‌ها و مشکلات زیادی در تالیف کتب وجود دارند. راهکارهایی در ۳ حوزه انگیزشی، قوانین و مقررات و مالی می‌توانند برای حل این مشکلات به کار روند.

شریفی‌میلانی و همکاران (۱۳۹۹)، باهدف شناسایی عوامل اثرگذار در صنعت نشر کتاب در ایران و ارائه شیوه‌ای کیفی نشر کتاب در ایران با استفاده از رویکرد کیفی و روش مبتنی بر نظریه داده بنیاد و جامعه آماری شامل کارشناسان و مدیران نشر کشور که در مجموع ۱۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند، آنها دریافتند که مهمترین مقوله‌های تأثیرگذار بر صنعت نشر شامل، مدیریت بنگاه‌های نشر، استراژی صنعت نشر و فناوری اطلاعات و

ارتباطات است و شرایط اقتصادی، تکثیر غیر مجاز، شرایط اجتماعی و سرانه مطالعه در رتبه‌های بعدی قرار دارند. پدیده محوری مورد بررسی در این مطالعه ضعف مدیریت در بنگاه‌های نشر است. جهت بهبود شرایط و به عنوان مولفه راهبردی بکارگیری و استفاده از فناوری های اطلاعاتی در حوزه نشر توصیه شده است.

صفاهیه (۱۳۹۹)، در مطالعه خود به بررسی راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران با استفاده از روش تحلیلی و پیمایشی پرداخته و گردآوری داده‌ها تحقیق به صورت ترکیبی با شیوه تحلیل محتوا و استفاده از پرسشنامه انجام شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که با توجه به وابستگی نسبی صنعت نشر به مواد و منابع وارداتی، اکثریت ناشران با مشکلات مالی و چالش‌های زیادی روبرو هستند که مهم‌ترین چالش‌ها عبارتند از، کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر، وابستگی به بازارهای پرنوسان، کمی سرمایه مادی، عدم مشارکت بانک‌ها و افراد سرمایه‌گذار در حوزه نشر، اقتصادی نبودن حوزه نشر و فقدان فرهنگ مطالعه است در نتیجه ارائه راهکارهایی مانند، حمایت دولت در قالب اعطای تسهیلات و اصلاح نظام بازاریابی، تبلیغات و توزیع در حوزه نشر کتاب، دانش محور کردن صنعت نشر، مدیریت مصرف و استفاده حداکثری از منابع مادی و انسانی تأثیر مثبت و معناداری در تحقق اقتصاد مقاومتی در وضعیت فعلی خواهد داشت.

۲-۱۰-۲- پیشینه خارجی

میلر^۱ (۱۹۹۰)، به مطالعه دلایل دشواری تهیه نشریات توسط کتابخانه‌های خارج از اندونزی پرداخته و یکی از دلایل آن را ماهیت صنعت نشر کتاب اندونزی دانسته که از اهمیت سیاسی و اقتصادی کمی در این کشور برخوردار است. تحقیق با روش توصیفی و تحلیلی به بررسی در پنج حوزه، (۱) تولید انتشار، به ویژه کاهش آن در سال‌های اخیر. (۲) ناشران و محصولات آنها، از جمله توزیع، بازاریابی و نقش دولت در تجارت کتاب. (۳) حق چاپ، مشکلات کپی برداری گسترده. (۴) عادت به مطالعه، به ویژه علاقه کم عمومی به مطالعه. (۵) انتشار مجله،

^۱ George Miller

تجارت پررونق مجلاب پرتعداد و افزایش فروش روزنامه پرداخته است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که با توجه به وضعیت ایستای صنعت نشر اندونزی، کتابخانه‌های خارج از کشور با مشکلات خرید روبرو خواهند شد. اعظم^۱ (۱۹۹۵)، در پژوهشی با عنوان «نشر در مالزی» به بررسی محیط بازاریابی و اثر آن بر رفتار کتابخوانی پرداخته است. نشر، نقش اساسی بر توسعه همه جانبه جامعه دارد. یکی از وجوه اثر نشر، بر جنبه‌های اجتماعی و میزان تأثیر آن بر اقتصاد یک کشور است. هدف این پژوهش توجه بیشتر به تأثیر ابزاری نشر جهت بهبود بخشیدن به وضعیت جامعه است که به طور ویژه، بازاریابی را در همه ابعادش به روی فرآیند نشر در سطح بین المللی، ملی و سطوح صنعتی بررسی می‌کند. پژوهشگر امید دارد که برخی از جنبه‌های محیطی مؤثر بر نشر را به تصویر بکشد. برای به تصویر کشیدن سناریوی نشر و نشان دادن جنبه‌های اثرگذار بر آن، عوامل مختلفی مورد توجه قرار گرفته‌اند که تأثیر محیط بازاریابی که خود از عوامل اجتماعی، سیاسی و تجاری تشکیل شده، بر صنعت نشر بازبینی شده است. در نهایت پژوهشگر عواملی را در راستای بهتر شدن بازاریابی که در سیستم‌های دیگر تجارت اقتصاد هم ارائه می‌شوند، پیشنهاد کرده است.

لابند و هادسون^۲ (۲۰۰۳)، به مطالعه قیمت کتاب‌های اقتصاد با استفاده از داده‌هایی که در JEL^۳ بین سال‌های ۲۰۰۰ و ۱۹۸۵ گزارش شده پرداختند. آنها نویسندگان، قیمت‌گذاری و سایر خصوصیات کتاب را با روش OLS بررسی کردند و دریافتند که عوامل مهم در افزایش قیمت ناشران، اهمیت روز افزون ناشران خارجی است که نه تنها با قیمت متوسط بالاتر از ناشران ایالات متحده به فروش می‌رسند. بلکه به صورت فزاینده‌ای این کار را انجام می‌دهند.

مانا^۴ (۲۰۰۳)، با هدف بررسی رابطه بین اقتصاد و انتشار مجله علمی در زمینه‌های مختلف می‌پردازد و این موضوعات شامل، (۱) بحران سریال‌ها که توسط برخی از کتابداران نادیده گرفته شده و بخش اقتصاد نیز تحت

^۱ Firdaus Ahmad Azzam

^۲ David Laband and John Hudson

^۳ Journal of Economic Literature

^۴ Manfredi La Manna

تأثیر قرار می‌دهد. ۲) با استفاده از علم اقتصاد به عنوان مطالعه موردی، تجزیه و تحلیل جزئی‌تری از قدرت بازار توسط ناشر تجاری غالب در انتشارات علمی انجام می‌شود. ۳) به طور خلاصه سه آزمون تحت رهبری دانشگاهی با هدف بهبود ارتباطات علمی در اقتصاد انجام شود. ۴) مقایسه موضع سیاست‌گذاری رقابت در انگلستان در زمینه علمی و بانکداری برای مشاغل کوچک در دو گزارش اخیر. ۵) ارائه یک پیشنهاد برای رفع ناکارآمدی است.

یانگ^۱ (۲۰۰۴)، در مقاله‌ای با عنوان صنعت چاپ و نشر کتاب در کره جنوبی به بررسی نشر کشور کره جنوبی پرداخته است. در این مقاله به روش توصیفی و تحلیلی اشاره شده است که منحنی رشد نشر کره جنوبی با شیب تندی از دهه ۱۹۶۰ به بعد به صورت صعودی مسیر خود را طی کرده است. و این اتفاق بر اثر برنامه‌های گسترده صنعتی - اقتصادی، آموزشی، پژوهش‌های کاربردی، طرح‌های حرفه و فن آموزی و در عین حال رشد طبقه متوسط دارای درآمد و فراغت نسبی اتفاق افتاده است. یافته‌های این پژوهش بیان می‌کند که پس از تقریباً ۴ دهه فعالیت نشر تعداد مؤسسات انتشاراتی در سال ۲۰۰۰ به بیش از ۱۶۰۰۰ موسسه رسیده است و در زمان نگارش مقاله (۲۰۰۴)، از مرز ۲۵۰۰۰ موسسه گذشته است. همچنین میانگین شمارگان کتاب‌ها بیش از ۲۷۰۰ نسخه بوده و میزان سرمایه در گردش نشر در همان سال حدود ۲۷ میلیارد دلار آمریکا برآورد شده است. در آخر محقق نشر کره جنوبی را بدون تحول در زیر ساخت‌های آن میسر ندانسته و به سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی که در زمینه تجهیز و نوسازی صنعت چاپ و نشر صورت گرفته اشاره نموده است.

باگز^۲ (۲۰۰۵)، پایان‌نامه‌ی دکتری خود را با عنوان منابع جغرافیایی، مزایای رقابتی و تخصیصی شدن در میان خانه‌های نشر کتاب در فرانکفورت و برلین انجام داده است. او در پژوهش خود نقش اقتصاد خارجی و هزینه فعالیت‌های مربوط به مکان را در مورد پیشبرد موقعیت‌ها و امتیازهای رقابتی و تخصیصی کردن نشر کتاب در آلمان بررسی کرد. این تحقیق مصاحبه‌های اساسی را با ۸۵ ناشر در فرانکفورت و برلین انجام شده، مصاحبه‌های

^۱ Eric Yang

^۲ Jeffrey Steven Boggs

غیررسمی، منابع آرشیوی و داده‌های درجه دو آماری نیز به این تحلیل تحکیم بخشیده است. این پژوهش در مورد اصول جغرافیایی، تخصصی کردن و مزایای رقابتی در تجارت آلمان تحقیق کرده است. فرانکفورت در چاپ عنوان‌های عمومی متخصص است و برلین در چاپ کتاب‌های علوم اجتماعی تخصص دارد. در نتیجه صنعت فرانکفورت اگر چه کوچکتر است، اما عملکرد بهتر و سودآوری بیشتر و بزرگتری را داشته است.

رینگستاد^۱ (۲۰۰۶)، تقاضای تخمینی برای کتاب با استفاده از داده‌های نظرسنجی بیش از ۱۸۰۰۰ مصرف کننده با استفاده از یک مدل سه کالایی (کتاب، کالاهای فرهنگی و کالاهای غیر فرهنگی) در نروژ از ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۹ داشته است. یافته‌ها نشان می‌دهد قیمت کتاب نسبت به درآمد کاملاً حساس است و کالاهای فرهنگی می‌توانند جایگزین شوند کتاب‌ها و نتایج متغیرهای جمعیتی- اجتماعی نشان می‌دهد که دسترسی به کتابفروشی‌ها، جنسیت و سن برای تقاضای کتاب مهم است و افراد مجرد و خانواده‌های دارای فرزند خردسال از خریداران مکرر کتاب هستند.

بویراز^۲ (۲۰۰۶)، در پژوهش خود به عنوان چاپ و نشر کتاب در ترکیه: مشکلات و چشم‌انداز آن در زمینه نشر، شرایط تاریخی صنعت چاپ و نشر در ترکیه و تحولات اخیر را بررسی کرده و مشکلات موجود در ساختار فعلی بازار چاپ و نشر کتاب ترکیه را برشمرده است. داده‌های مورد بررسی طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ می‌باشد که با استفاده از روش مصاحبه با ناشران، مراکز آماری و پایگاه‌های داده‌های آنلاین گردآوری در این پژوهش عنوان شده که صنعت چاپ و نشر ترکیه دستخوش تغییرات زیادی در طول دهه گذشته شده است. در ادامه محقق به پیشرفت‌های قابل توجهی که در سازمان‌های حرفه‌ای چاپ و نشر کتاب، به خصوص نویسندگی و سردبیری که به طور فزاینده‌ای در روند تبدیل شدن به حرفه‌ای مجزا می‌باشد اشاره دارد و پیشنهادهایی را ارائه می‌کند که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

استفاده از فرصت‌های تکنولوژیکی در روند تولید کتاب.

^۱ Vidar Ringstad and Knut Løyland

^۲ Cemil Boyraz

سرمایه‌گذاری در نظام‌های توزیع و بازاریابی کتاب.

گافیو و همکاران^۱ (۲۰۰۸)، با هدف بررسی پویایی توزیع تقاضا در صنایع خلاق بازار کتاب در ایتالیا با استفاده از داده‌های سال ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۶ برای هر یک از سه بازار گسترده‌ای که صنعت چاپ کتاب در آن طبقه‌بندی می‌شود. رمان‌های ایتالیایی، رمان‌های خارجی و غیر داستانی -فروش بیش از یک نمونه سه ساله می‌تواند به اندازه کافی با توزیع قانون تقاضا پارتو درآید و نتایج را می‌توان به طرز منطقی از نظر الگویی از تعامل بین خریداران مبادله اطلاعات درصدد کتاب‌های خریداری شده تفسیر کرد.

گریگوری و عجویی^۲ (۲۰۰۹)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی چاپ و نشر در روسیه به ارائه مختصری از وضعیت چاپ و نشر روسیه پرداختند. یافته‌های آنها حاکی از آن است که نبود تجربه و شناخت کافی ناشران از بازار و موقعیت‌های اقتصادی جدید موانعی بر سر سودآوری نشر بوجود آوردند. هماهنگ نبودن عرضه و تولید کتاب در روسیه نیز از دیگر مشکلاتی است که باعث تشدید کمبود یا گرانی در برخی از مراکز و مناطق کشور شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش از لحاظ موضوعی، داستان‌های علمی و قصه‌های عاشقانه از کتاب‌های پرفروش روسیه به شمار می‌رفت.

تورس سالیناس و مود^۳ (۲۰۰۹) با تجزیه و تحلیل فهرست کتابخانه به عنوان ابزاری در مطالعات علوم اجتماعی و انسانی به مطالعه عناوین کتاب‌های منتشر شده در اقتصاد با استفاده از روش اکتشافی و تحلیل استنادی پرداختند. تحقیق با بهره‌گیری از ۴۲ فهرست کتابخانه دانشگاهی از ۷ کشور، آمریکا، انگلستان، کانادا، اسپانیا، سوئد، ایرلند و استرالیا است. این روش، جمع‌آوری داده‌ها را توصیف می‌کند و مجموعه‌ای از شاخص‌ها و تکنیک‌های نقشه‌برداری موضوعی را به کار می‌برد و نشان می‌دهد که چگونه LCA^۴ می‌تواند به ارزیابی تولید کتاب، عملکرد تحقیق در بخش تحقیقاتی یک کشور و ناشران کتاب بپردازد.

^۱ Edoardo Gaffeo et al.

^۲ Vladimir Grigoriev and Svetlana Adjoubei

^۳ Daniel Torres-Salinas and Henk F. Moed

^۴ Library Catalog Analysis

هاوا^۱ (۲۰۱۰)، در پژوهشی تحت عنوان بازنگری در صنعت چاپ و نشر کتاب تایوان، به بررسی وضعیت چاپ و نشر کشور تایوان پرداخته است. در ابتدا به تاریخچه نشر پرداخته و آن را به سه دوره تقسیم می کند. که در نهایت به بررسی کامل دوره سوم می پردازد و بیان می کند که پیشرفت چشمگیر این دوره به دلیل پنج حلقه مرتبط با هم بوده است. حلقه اول: شرایط اقتصادی، حلقه دوم: میزان آزادی و فکر بیان در جامعه، حلقه سوم: توجه به جامعه تحصیل کرده، حلقه چهارم: رشد تکنولوژی، حلقه پنجم: شرایط مؤثر بر صنعت نشر. طی سال های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۰، تایوان با پیشرفت سطح بازارهای داخلی خود توانست به یکی از ۴ کشور برتر در نظام اقتصادی تبدیل شود.

ژائومی^۲ (۲۰۱۰)، در مقاله خود با عنوان صنعت چاپ و نشر نقطه عطفی برای چین، به بررسی شرکت ها و افرادی که از عوامل تغییر در زمینه تحولات چاپ و نشر کتاب های سنتی و دیجیتال در چین هستند، پرداخته است. صنعت چاپ و نشر چین، به عنوان بخشی از صنایع خلاق و فرهنگی در حال ظهور، تلاش های زیادی برای اقتصاد برنامه ریزی شده گذشته و در بطن اقتصاد سرمایه گذاری جدید و نیز فن آوری دیجیتال، به عنوان جزء حاکم بر بازار نشر زبان چینی در سال ۲۰۱۰، داشته است. در این پژوهش نقش ها و الگوهای جدیدی در رابطه با اداره کل مطبوعات و انتشارات، برای برنامه ریزی و تنظیم مجدد تشکیلات سازمانی آنها از شرکت چاپ و نشر کوچک به گروه هایی با سرمایه گذاری بزرگ خارجی ارائه شده است.

کولز^۳ (۲۰۱۱)، در تحقیقی با عنوان «انتشارات دیجیتال در کشورهای در حال توسعه: ظهور مدل های جدید» به بررسی چالش های نشر سنتی در کشورهای در حال توسعه آمریکای لاتین، صحرای جنوب آفریقا، کشورهای عرب، روسیه، هند و چین پرداخته و ظهور عصر دیجیتال را به عنوان یک شتاب دهنده که فعالان این حوزه را در سطح بسیار پیشرفته تری قرار می دهد ولی برای استفاده از مزایای آن لازم است در مدل های جدیدی سرمایه گذاری کنند که با انتظارات مردم محلی سازگارتر است.

^۱ Rex How

^۲ Chen Xiaomei

^۳ Octavio Kulesz

جیمز^۱ (۲۰۱۱)، به بررسی مشکلات صنعت نشر کتاب در نیجریه با استفاده از داده‌های ثانویه (پرونده‌ها و گزارشات داخلی، لیست‌ها و کاتالوگ نشریات) و داده‌های اولیه (مصاحبه‌ها) با استفاده از تجزیه و تحلیل swot نقاط ضعف این صنعت را، نبود کارکنان باتجربه، تجهیزات و فضای اداری، مشکلات زیرساختی شدید، کمبود سرمایه، دانش ناکافی، فقدان برنامه بازاریابی، نبود بودجه مشخص، کمبود نیرو، حمایت از فرهنگ مطالعه، تولید غیراستاندارد، بهروری نامناسب کارخانه‌های تولید کاغذ نیجریه و حق چاپ در عصر دیجیتال دانسته و پیشنهاداتی مانند، ایجاد کارخانه تولید کاغذ، توسعه زیرساخت، اتخاذ فن‌آوری‌های جدید، برگزاری نمایشگاه کتاب، سرمایه‌گذاری و توسعه بازار بومی، حمایت از ناشران کوچک و ارتقای سواد و فرهنگ مطالعه را ارائه کرده است.

توفانی و منتظر^۲ (۲۰۱۱)، شرکت‌های انتشاراتی ایرانی را که درگیر نشر الکترونیکی هستند و آمادگی وزارت فرهنگ و ارشاد را به عنوان قانونگذار ارزیابی کردند. در این تحقیق از روش تحلیل عاملی استفاده شده و داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که زیرساخت‌های فنی ناشران ایرانی در سطح قابل قبولی است و بیشتر شاخص‌ها در سطح خوبی است، اما برای انتشارات الکترونیکی، باید در برخی از موضوعات مانند استاندارد تمرکز کنند، همچنین در عامل اقتصادی و مالی، بودجه دولت برای ناشران می‌تواند به ناشران در انتشارات الکترونیکی کمک کند. در مورد عامل اجتماعی، بسیاری از مشتریان به ناشران الکترونیکی اطمینان ندارند. در عامل مدیریت، بیشتر مدیران شرکت‌های چاپ و نشر کتاب را به صورت کاغذی می‌پذیرند و در برابر هر تغییری مقاومت می‌کنند، بنابراین با برگزاری دوره‌های آموزشی و تغییر نگرش مدیران نسبت به این حوزه می‌توانند در این زمینه سرمایه‌گذاری کنند. در عامل منابع انسانی، برای بهبود کارکنان در زمینه نشر الکترونیکی و برنامه‌های آموزشی مرتبط می‌تواند توسط وزارت فرهنگ و علوم ارائه شود. در فاکتور قانونگذاری، دولت باید به خوانندگان کتاب‌های الکترونیکی یارانه بدهد تا قیمت آنها کاهش یابد علاوه بر این،

^۱ Juliana Iwu-James

^۲ Tofani and Montazer

برای حمایت از ناشران، وزارت فرهنگ و مجلس باید لوایحی را برای حمایت از حقوق ناشران الکترونیکی تصویب کنند. سرانجام، هیچ روش مناسبی برای قیمت گذاری کتاب‌های الکترونیکی وجود ندارد و نیاز به ایجاد یک قرارداد استاندارد برای قیمت گذاری محصولات الکترونیکی است.

ماکسیم و ماکسیم^۱ (۲۰۱۲)، به مطالعه نقش کتاب‌های الکترونیکی در شکل‌دهی مجدد صنعت نشر پرداختند. این تحقیق اکتشافی با استفاده از روش‌های کیفی و تجزیه و تحلیل داده‌های ثانویه و تمرکز بر دینفعان مختلف مانند، نویسندگان توزیع‌کنندگان آنلاین و سنتی و خوانندگان، تأثیر کتاب‌های الکترونیکی و تجارت الکترونیکی بر تکامل فعلی و آینده صنعت نشر در آمریکا و بازارهای اروپایی را بررسی کردند.

چی^۲ (۲۰۱۴)، با هدف تکامل و پیشرفت صنعت چاپ و نشر در فضای دیجیتال چهار روش را شامل: (۱) تقویت نقش‌های سنتی ناشران. (۲) گسترش نقش آنها برای پذیرش نوآوری و شبکه اطلاعاتی. (۳) محتوای تعاملی بیشتر و مدل‌های جدید تجاری. (۴) برای نشان دادن ارزش انتشار با مردم تعامل کنید. را ارائه می‌دهد. چاکاوا^۳ (۲۰۱۶)، در تحقیقی تحت عنوان «صنعت نشر کنیا: بی‌نیازی و وابستگی» که با هدف شناسایی و توصیف موفقیت‌ها و ضعف‌ها و چالش‌های صنعت نشر کتاب در کنیا انجام شده است. این تحقیق درباره وضعیت ناشران و میزان انتشارات کشور در زمینه‌های مختلف موضوعی است. موضوعات منتشر شده نشان می‌دهد که مطالعات دینی متداول‌ترین و کتاب‌های کلیات کمترین تعداد کتاب‌های منتشر شده است. انتشار کتاب برای کودکان و نوجوانان در حال گسترش و افزایش است. تحقیقات علمی در کشور کمتر تولید می‌شود و بیشتر صادر می‌شود. یافته‌های این پروژه تحقیقاتی نشان می‌دهد که سیاست‌های دولت برای کنترل، نظارت، هماهنگی و قانونگذاری صنعت نشر در کشور وجود ندارد. صنعت نشر از حمایت دولت برای اصلاح سیستم و ساختار برخوردار نیست. صنعت چاپ و نشر کنیا تنها در صورت حمایت و کنترل توسط دولت می‌تواند به استقلال و خوداتکایی دست یابد. برای طراحی این صنعت، تصویری از وضعیت فعلی طراحی شده است. نیازها و کاستی

^۱ Andrei Maxim and Alexandra Maxim

^۲ Youngsuk (Y.T) Chi

^۳ Henri Chakava

های این صنعت به خودی خود منعکس می‌شود. تعداد پرسنل آموزش دیده و متخصص در زمینه‌هایی مانند ویرایش، طراحی، تولید و بازاریابی کتاب. مشکل اصلی ناشران در این کشور کمبود سرمایه است. به همین دلیل، تولید یک کتاب از زمان نویسنده آن برای ناشر، تا زمانی که ناشران آن را چاپ کنند، ممکن است چندین سال طول بکشد و در نتیجه ناشران عمده کنیا انگیزه کافی در کار خود ندارند.

ارکهان و اولکه^۱ (۲۰۱۷)، با هدف حمایت از چاپ کتاب الکترونیکی در ترکیه و شناسایی مسائل آن به مطالعه پرداختند و سپس راهکارهایی را ارائه کردند. تحقیق آنها ماهیت کیفی و کمی داشته و داده‌های از طریق، مصاحبه‌های تخصصی با متخصصان این حوزه و پرسشنامه آنلاین از خوانندگان تهیه شده است. نتایج بررسی بیانگر آن است که بازار کتاب الکترونیکی در سراسر جهان پیوسته در حال رشد است. اما در مقایسه با روند جهان می‌توان گفت اگر چه گام‌های مهمی از طرف انتشار کتاب الکترونیکی در ترکیه برداشته شده، اما برای افزایش استفاده از کتاب‌های الکترونیکی ناکافی است. همچنین در انجام تحقیقات هفت موضوع عمده شناسایی شده است که باید برای توسعه صنعت چاپ الکترونیکی مورد توجه قرار گیرد: اول، ناقص بودن زیرساخت‌های تکنولوژی، دوم، ناکافی بودن قوانین مربوط به حق چاپ کتاب الکترونیکی فعلی، سوم، ناکارآمدی دولت در سازماندهی پروژه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها برای تشویق خوانندگان و ناشران کتاب‌های الکترونیکی، چهارم، قیمت بالای کتاب‌های الکترونیکی، پنجم، ناکافی بودن تعداد محتوای کتاب الکترونیکی در فروش، ششم، عدم وجود یک سازمان یا نهاد پیشرو برای اطلاع رسانی و هدایت بازیگران این بخش، هفتم، نیاز به افزایش آگاهی در مورد کتاب‌های الکترونیکی با استفاده از تبلیغات و ... است.

فریرا و همکاران^۲ (۲۰۱۸)، با هدف تجزیه و تحلیل اثرات ظهور کتاب‌های الکترونیکی در زمینه زنجیره تأمین انتشارات برزیل به بررسی پرداختند. مطالعه رویکرد کیفی داشته، روش تحقیق مصاحبه با مدیران شرکت‌های انتشاراتی و داده‌ها از چهار شرکت انتشاراتی جمع‌آوری شده است. نتایج مطالعه بیانگر آن است که افزایش

^۱ Şafak Erkayhan and Yunus Bora Ülke

^۲ Fernando Coelho Martins and et al.

کتاب‌های الکترونیکی هنوز آنقدر زیاد نیست که بتواند تغییر اساسی در زنجیره نشر ایجاد کند و کتاب‌های چاپی همچنان به عنوان انتخاب مطلوب مصرف‌کنندگان شناخته می‌شوند.

هوید و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، به تجزیه و تحلیل ساختار صنعت چاپ کتاب پس از دیجیتالی شدن می‌پردازند. تجزیه و تحلیل تحقیق با استفاده از داده‌های نظرسنجی در کشورهای آمریکا و انگلستان انجام شده است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد با ورود قابل توجه خوانندگان الکترونیکی به بازار، صنعت کتاب به مقدار قابل توجهی تغییر کرده است. اینترنت و به‌ویژه توسعه کتاب الکترونیکی انواع جدیدی از ارائه خدمات را ایجاد کرده و این موضوع ناشران سنتی را به چالش می‌کشد.

زین‌العابدینی و همکاران^۲ (۲۰۱۹)، در مطالعه کیفی چالش‌هایی که صنعت نشر ایران با آن روبرو بودند نمایان می‌کنند. موضوعات اصلی در تجزیه و تحلیل مطالعه عبارتند از، اقتصاد در صنعت نشر، فناوری در صنعت نشر، سیاست در صنعت نشر و مسائل اجتماعی در صنعت نشر. نتایج بررسی نشان می‌دهد مهمترین چالش‌های اقتصادی عبارتند از، عدم وجود ساز و کارهای مناسب برای حمایت اقتصادی دولت از صنعت نشر و عدم وضوح در امور اقتصادی ناشران دولتی و خصوصی، عدم وجود استراژی‌های مناسب برای خرید تجهیزات چاپ پیشرفته و نبود قوانین و چارچوب‌های مناسب برای گسترش نشر الکترونیکی است و از چالش‌های سیاسی مربوط به نشر کتاب، می‌توان به مسائل مربوط به سانسور و در آخر از چالش‌های فرهنگی این صنعت، به پایین بودن سرانه مطالعه و مسائل مربوط به فضای مجازی اشاره کرد.

^۱ Morten Hviid and et al.

^۲ Mohsen Haji Zeinolabedini and et al.

۲-۱۱- خلاصه فصل دوم

در این فصل ابتدا به بیان تعاریف و مفاهیم چاپ و نشر کتاب پرداخته شده، سپس در ادامه به بررسی عوامل تأثیر گذار تقاضای چاپ و نشر در ایران پرداخته شده و در قسمت پایانی، مطالعات داخلی و خارجی (پیشینه پژوهش) در زمینه چاپ و نشر کتاب آورده شده است.

فصل ۳ : روش‌شناسی تحقیق

۳-۱- مقدمه

پژوهش فرآیندی پویا است که برای حل مشکلات و دستیابی به راه حل مسائل انجام می‌شود و روش پژوهش، با اهداف، چگونگی انجام تحقیق و امکان انجام آن ارتباط دارد. در این فصل ابتدا به معرفی متغیرهای تحقیق و روش جمع‌آوری داده‌ها پرداخته شده است. سپس به بررسی مدل، تخمین و تحلیل داده‌ها که بر پایه دانش اقتصادسنجی صورت گرفته است. سپس توضیحاتی در خصوص مدل رگرسیونی داده‌های ترکیبی و انواع آن ارائه شده است.

۳-۲- روش تحقیق

به مجموع قواعد، اسباب و روش‌های قابل اتکا و بهم‌پیوسته برای تحلیل رویدادها، پیدا کردن ناشناخته‌ها و حصول جواب پرسش‌ها روش تحقیق گویند (خاکی، ۱۳۸۲). روش‌های پژوهشی مورد استفاده محققان و دسته بندی صورت گرفته در این زمینه بر پایه مباحث نظری روش‌شناسی می‌باشد. آشنایی با موضوعات روش‌شناسی در پژوهش‌های علمی بدین جهت با اهمیت است که در بیان مبانی نظری و فلسفه شیوه‌های پژوهشی مورد استفاده نقاط قوت و ضعف آنها و ... در این حیطه علمی مورد نقد و بررسی قرار می‌گیرند. روش‌شناسی تعیین‌کننده محدوده‌ها و معیارهایی است که نیاز است در فرآیند پژوهش علمی مورد توجه قرار گیرد.

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از منظر روش علمی و توصیفی است.

۳-۲-۱- متغیرهای تحقیق

در این تحقیق دو نوع متغیر آورده شده است، که شامل: متغیرهای مستقل و وابسته می‌باشد. در این قسمت تعریف مفهومی از متغیرهای مستقل و وابسته ارائه شده است.

در پژوهش برای پاسخگویی به پرسش‌های تحقیق و یا آزمودن فرضیه‌های، تشخیص متغیرها امری متغیری که تحت تأثیر تغییرات متغیر مستقل قرار گرفته است. در این مطالعه متغیر تعداد کل کتاب‌های منتشر شده در ایران به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

متغیر مستقل یکی از عناصر محیط فیزیکی یا اجتماعی است که پس از تعیین، مداخله و یا دستکاری توسط پژوهشگر مقادیری را می‌پذیرد تا اثرش بر روی متغیر دیگر (متغیر وابسته) دیده شود. متغیرهای مستقل این مطالعه، متغیرهای نرخ تورم، قیمت کاغذ، نرخ باسوادی، نرخ ارز، جمعیت کل، درآمد، میانگین سنی جمعیت، ترکیب جنسی جمعیت و نرخ بهره در نظر گرفته شده است.

۳-۳- رگرسیون داده‌های ترکیبی

پس از مطرح شدن فرضیه‌های تحقیق نوبت استفاده از آزمون مناسب است. در این تحقیق از مدل داده‌های ترکیبی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. در ابتدا به معرفی مدل پژوهش و مدل‌ها و آزمون‌های منتخب می‌پردازیم. داده‌های ترکیبی، مجموعه‌ای از داده‌ها هستند که شامل، چندین مقطع و یک بازه زمانی می‌باشند. مقاطع نشانگر افراد، گروه‌ها، بنگاه‌ها، صنایع، کشورها و ... است. در شکل کلی، تعداد مقطع‌ها را با n نشان داده می‌شود. بازه زمانی می‌تواند روز، هفته، ماه و سال باشد. مدت بازه زمانی را برابر با T فرض می‌گیریم. بدین شکل مشاهدات در مورد متغیرهای X و Y را با X_{it} و Y_{it} نشان می‌دهیم که مقاطع شامل $n, \dots, 2, 1 = t$ و زمان شامل $T, \dots, 2, 1 = t$ می‌باشد.

۳-۳-۱- مزایای داده‌های ترکیبی

داده‌های ترکیبی به این سبب که تغییرات زمانی و داخل گروهی را با هم نمایش می‌دهند، توانایی بیشتری در گزارش اطلاعات دارند. نکته‌های فراوانی که در مطالعات سری زمانی مشاهده نمی‌شوند، در بررسی‌های داده‌های

ترکیبی شناسایی می‌شوند. به ویژه ناهمگنی‌هایی که غالباً در سری زمانی از آنها چشم پوشی شده و به تعبیری غیر قابل دیدن هستند، در بررسی داده‌های ترکیبی توانایی تحلیل آنها مهیا شده است.

در داده‌های مقطعی و سری زمانی صرف، نابرابری‌های فردی مشاهده نمی‌شود، از این رو تخمین حاصل ممکن است تورش‌دار باشد. در حالی که در روش داده‌های ترکیبی می‌توان با در نظر گرفتن متغیرهای ویژه انفرادی این نابرابری‌ها را در نظر گرفت. داده‌های ترکیبی دارای اطلاعات بیشتر، تبدیل پذیری بیشتر، همخطی کمتر، درجه آزادی بیشتر و کارایی بالاتر در مقایسه به داده‌های مقطعی و سری زمانی می‌باشند. خصوصاً یکی از راه‌های کاهش همخطی، ترکیب داده‌های مقطعی و سری زمانی است. در مجموعه داده‌های ترکیبی، امکان شناسایی و سنجش اثراتی که در داده‌های مقطعی محض یا در داده‌های سری زمانی محض قابل رؤیت نیستند، وجود دارد. بزخی از مواقع استدلال می‌شود که داده‌های مقطعی رفتارهای کوتاه‌مدت را نشان می‌دهند، در صورتی که در داده‌های سری زمانی بر اثرات بلندمدت تأکید می‌شود. با ترکیب این دو خصوصیت در داده‌های ترکیبی، که ویژگی شاخص داده‌های ترکیبی است، امکان تخمین کلی‌تر و پویاتر فراهم شده است.

۳-۲- مدل رگرسیون داده‌های ترکیبی

به طور کلی برای تحلیل رگرسیون داده‌های ترکیبی، می‌توان بحث را با معادله رگرسیون زیر آغاز کرد:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \alpha Z_i + \varepsilon_{it} \quad (1-3)$$

X_{it} متغیر توضیحی است که هم در طول زمان و هم در میان گروه‌ها تغییر می‌کند ویژگی‌های خاص هر فرد یا گروه را نشان می‌دهد که در اصل ناهمگنی‌های بین گروهی را انعکاس می‌دهد، مانند اختلافات یک فرد با فرد دیگر، یا تفاوت بنگاه‌ها Z_i . شامل یک جمله ثابت و مجموع‌های از متغیرهای ویژه هر فرد یا گروه است که امکان دارد قابل مشاهده باشد؛ مانند سن، جنس و مکان و ... و یا غیر قابل مشاهده باشد، مانند ویژگی‌های خاص هر خانواده، ناهمگنی‌های فردی در مهارت یا مزیت‌ها و ... فرض بر این است که همه این ناهمگنی‌ها در طول زمان به قوت خود استوار است و ثابت می‌ماند. اگر Z_i برای کلیه افراد قابل مشاهده باشد، در این صورت مدل بالا را

می‌توان مانند یک مدل خطی متداول به حساب آورد و آن را با OLS برآورد کرد. به طور کلی چند شکل وجود دارد که بررسی آنها پرداخته شده است.

۳-۳-۳ مدل رگرسیون تجمیعی

مدل تجمیعی نشانگر آن است که اثرات فردی وجود ندارد و کلیه گروه‌ها برابر هستند، اگر Z_i فقط شامل یک جمله ثابت باشد، در این صورت معادله زیر را خواهیم داشت:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \alpha + \varepsilon_{it} \quad (2-3)$$

این معادله با روش OLS قابل تخمین است که برآوردهایی مناسب و کارا خواهد داشت.

۳-۳-۴ مدل اثرات ثابت

در مدل اثرات ثابت فرض می‌شود که تمایزهای فردی و گروهی را می‌توان در جمله ثابت منعکس کرد. هر α_i یک ضریب نامشخص است که بایستی برآورد شود. اگر Z_i دیده شده نباشد اما X_{it} همبستگی داشته باشد؛ در این صورت برای هر گروه یک عرض از مبدأ (α_i) خواهیم داشت که معادله آن عبارت است از:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \alpha_i + \varepsilon_{it} \quad (3-3)$$

در اینجا $\alpha_i = Z_i \alpha$ است که تمام اثرات قابل دید را شامل و نمایانگر یک میانگین شرطی قابل برآورد می‌باشد. یعنی به جای α_i یک میانگین شرطی برای گروه i شناسایی می‌کند که مساوی α_i است. به شکل دیگر متغیر غیر قابل مشاهده Z_i را حذف کرده و به جای آن α_i را قرار داده‌ایم. روشن است که تخمین معادله (۳-۳) با OLS منتهی به نتایج ناسازگار به خاطر دشواری (متغیرهای حذف شده) می‌شود.

برآورد مدل ثابت مانند مدل تجمیعی است با این فرق که به جای میانگین‌های کل از میانگین‌های گروهی استفاده شده است.

در رویکرد اثرات ثابت به هر گروه یک مقدار ثابت مانند α_i تعلق می‌گیرد. باید دقت کرد که اصطلاح (ثابت) بدان مفهوم است که در طول زمان تغییر نمی‌کند، اما از یک گروه به گروه دیگر دچار تغییر می‌شود.

۳-۵- مدل اثرات تصادفی

اگر ناهمگنی‌های فردی یا مقطعی قابل دیدن نباشد؛ می‌توان فرض کرد که این ناهمگنی‌ها با متغیرهای توضیحی همبستگی ندارند. در چنین حالتی اگر فرض کنیم که اختلافات گروهی، ناشی از عوامل تصادفی است آنگاه α_i را می‌توان تصادفی در نظر گرفت که مستقل از X_{it} است. برای هر متغیر تصادفی می‌توان رابطه زیر را نوشت:

$$\alpha_i = E(\alpha_i) + u_i \quad (3-4)$$

معادله فوق نشان می‌دهد که α_i از دو قسمت ایجاد شده است، یکی بخش مورد انتظار که فرض می‌کنیم برای کلیه گروه‌ها مساوی است و عوامل تصادفی مشارکتی در آن ندارند و بنابراین به صورت $E(\alpha_i) = \alpha$ نوشته می‌شود. بخش دیگر تصادفی است که به خاطر وجود عوامل تصادفی، در اطراف α نوسان می‌کند که آن را با u_i نشان می‌دهیم در اصل u_i مساوی با $\alpha_i - E(\alpha_i)$ است. بدین صورت معادله زیر را خواهیم داشت:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \alpha + u_i + \varepsilon_{it} \quad (3-5)$$

در رویکرد تصادفی بیان می‌شود که u_i عنصر تصادفی ویژه هر گروه است.

مدل اثرات ثابت امکان بررسی اثرات فردی مشاهده نشده را که با متغیرهای توضیحی همبستگی دارند، مهیا می‌کند. در چنین شرایطی می‌توان خصوصیات فردی را به عنوان انتقال تابع رگرسیون تصور کرد. این مدل بیشتر برای بررسی خصوصیات فردی یا گروهی واحدهای مورد بررسی، قابل استفاده است و از این نمی‌توان نتایج آن را به واحدهای بیرون از نمونه تعمیم داد. زیرا اثرات ثابت مختص هر گروه یا فرد است که سایر افراد یا گروه‌ها، فاقد آن هستند. به همین سبب است که آن را اثرات ثابت می‌نامند، یعنی ویژگی‌های فردی در طول زمان تغییر نمی‌کند.

اگر اثرات فردی یا گروهی اکیداً با متغیرهای توضیحی همبستگی نداشته باشد، در این صورت بایستی جملات ثابت فردی (α_i) را به طریقی مدل‌سازی نمود تا به شکل تصادفی در میان گروه‌ها تقسیم شود. در اینجا خصوصیات فردی یا گروهی، وابستگی با متغیرهای توضیحی ندارند، چون تصادفی هستند (سوری، ۱۳۹۲).

۳ ۴- آزمون‌های تشخیص مدل‌های رگرسیون داده‌های ترکیبی

در این قسمت به بیان آزمون‌های داده‌های ترکیبی پرداخته شده است.

۳ ۴ ۱- آزمون مانایی متغیرها

مطالعات اقتصاد سنجی در گذشته، بیشتر بر فرض ایستایی سری‌های زمانی صورت می‌گرفت. ولی پس از ظهور ناپایستایی در اغلب سری‌های زمانی، استفاده از متغیرها، مقید به انجام آزمون‌های ایستایی شد. از این رو پیش از تخمین مدل ارائه شده، نیاز است که ایستایی کلیه متغیرها استفاده شده، مورد آزمون قرار بگیرد. هنگامی که تعداد مشاهدات سری زمانی در هر کدام از مقاطع بیشتر باشد، می‌توان تحلیل ایستایی را برای هر کدام از مقاطع مورد بررسی قرار داد. اما توانایی آزمون ریشه واحد وقتی که طول دوره‌ها کم است بسیار پایین می‌باشد. در این شرایط بهره‌گیری از آزمون ریشه واحد بر اساس داده‌های پنل برای افزایش قدرت آزمون‌ها لازم است. آزمون‌های ریشه واحد پنل مشابهند ولی کاملاً مساوی با آزمون‌های ریشه واحد در سری زمانی نیستند. آزمون‌های مختلفی برای تحلیل ریشه واحد در داده‌های ترکیبی آورده شده است که برخی از آنها شامل: لوین، لین و چو (LLC) (۲۰۰۲)، برایتونگ (۲۰۰۰)، ایم و پسران و شین (IPS) (۲۰۰۲)، ADF-fisher و pp-fisher، (مادلا و وو (۱۹۹۹) و چویی (۲۰۰۱) و هادری می‌باشند. اگر چه این آزمون‌ها بیانگر آزمون‌های ریشه واحد در داده‌های ترکیبی هستند ولی در کل می‌توان آنها را آزمون‌های ریشه واحد در سری چندگانه به حساب آورد که برای داده‌های ترکیبی کاربرد دارند. در این آزمون‌ها روند تحلیل ایستایی مشابه می‌باشد و با عدم پذیرش فرضیه، ناپایستایی یا وجود ریشه واحد متغیرها رد می‌شود.

۳ ۴ ۲- آزمون معنادار بودن اثرات ثابت

می توان برای آزمون معنادار بودن ضریب α_i (آزمون فرضیه $\alpha_i = 0$) می توان از نسبت t استفاده نمود. این فرضیه منحصرأ درباره یک گروه خاص می باشد. اگر بخواهیم اثرات گروهی را با هم آزمون کنیم، در این صورت می توان از آزمون F بهره جست. در این شرایط آزمون می کنیم که آیا اثرات گروهی، متفاوت (یعنی α_i متفاوتند) و یا مساوی هستند (یعنی α_i برابرند). بدین گونه، فرضیه ها به صورت $H_0: \alpha_1 = \alpha_2 = \dots = \alpha_n = 0$ است. تحت فرضیه H_0 معادله (۳-۱۲) را داریم که در مقابل معادله (۳-۱۳) آزمون می شود:

$$Y_t = \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + \sum_{i=1}^n \alpha_i D_i + \varepsilon_{it} \rightarrow RSS_{UR}, R^2_{UR} \quad (۳-۶)$$

$$Y_t = \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + \alpha + \varepsilon_{it} \rightarrow RSS_R = RSS_{pooled}, R^2_R = R^2_{pooled} \quad (۳-۷)$$

اولی رگرسیون $LSDV$ است که تفاوت های گروهی را در نظر می گیرد و بنابراین آن را رگرسیون غیرمقید می گوئیم. دومی رگرسیون تجمیعی است که تفاوت های گروهی را لحاظ نمی کند و α_i ها را یکسان فرض می کند و بنابراین آن را رگرسیون مقید می گوئیم. برای هر یک از این معادلات، RSS و R^2 را حساب کرده و نسبت F را تشکیل می دهیم.

$$F = \frac{(RSS_R - RSS_{UR}) / (n-1)}{RSS_{UR} / (nT - K - n)} = \frac{nT - K - n}{n-1} \frac{R^2_R - R^2_{UR}}{1 - R^2_{UR}} \quad (۳-۸)$$

بزرگ بودن آماره F به معنای آن است که فرضیه H_0 رد می شود و بنابراین اثرات ثابت، معنادار است و α_i ها برابر نیستند. به عبارت دیگر تفاوت های فردی و گروهی، معنادار است.

۳ ۴ ۳- آزمون برای انتخاب بین اثرات ثابت و تصادفی (آزمون هاسمن)

آزمون هاسمن^۱، رایج‌ترین آزمون برای تعیین نوع مدل داده‌های پانل است. آزمون هاسمن با آماره کای دو، برای مقایسه مدل‌های اثرات ثابت و اثرات تصادفی از نظر توان توضیح‌دهندگی استفاده می‌شود، یک آزمون کلاسیک است.

بر پایه آزمون هاسمن (۱۹۸۷) استقلال جزء اختلال عرض از مبدأ و متغیرهای مستقل آزمون می‌شود. فرضیه صفر را عدم وجود همبستگی در نظر گرفته می‌شود.

فرضیه صفر: روش اثرات تصادفی بهینه است.

فرضیه مقابل: روش اثرات ثابت بهینه است.

از این رو، عدم قبول فرضیه صفر نشان‌دهنده همبستگی بین جزء اختلال عرض از مبدأ با متغیرهای توضیحی است که ویژگی‌های هر مقطع در قالب عرض از مبدأ جداگانه ثابت است که این به معنای پذیرش روش اثرات ثابت است.

یکی از مفروضات مهم مرتبط با داده‌های ترکیبی همبستگی اثرات فردی با متغیرهای مستقل است. در مدل اثرات ثابت، همبستگی وجود دارد ولی در مدل اثرات تصادفی، همبستگی وجود ندارد. از سوی دیگر در مدل اثرات ثابت، برآورد $\hat{\beta}$ را برحسب رگرسیون درون گروهی و یا LSDV به دست می‌آوریم. که در واقع به صورت انحراف از میانگین گروه‌ها بوده و اثرات فردی (چه ثابت که با α_i نمایش داده می‌شود) حذف می‌گردد و بنابراین $\hat{\beta}_w$ یا $\hat{\beta}_{LSDV}$ ناریب و سازگار است. هاسمن این آزمون را در سال ۱۹۸۷ ارائه داده است. انتخاب روش مناسب برای برآورد مدل پنل با استفاده از آزمون اف لیمر و آزمون هاسمن صورت می‌گیرد (سوری، ۱۳۹۲).

^۱ Hausman test

۳-۵- مدل تحقیق

در تحلیل رگرسیونی، مشخص کردن مدل یکی از با اهمیت ترین مراحل است. ارتباط میان متغیرهای اثرگذار بر نشر کتاب همواره براساس سادگی برآورد و تفسیر خوب شاخص های تخمین مشخص شده است.

فرم کلی مدل نشر کتاب در این مطالعه به صورت زیر تخمین زده شده است:

$$LNBook_{it} = \beta_0 + \beta_1 Infait + \beta_2 PPit + \beta_3 Lrit + \beta_4 EXrit + \quad (3-9)$$

$$\beta_5 POPit + \beta_6 RPI_{it} + \beta_7 POPmit + \beta_8 Popm/fit + \beta_9 Irit + \varepsilon_{it}$$

در مدلی که در بالا ارائه شده، I بیانگر مقاطع (موضوعات کتاب) و t نشان دهنده سال های مورد بررسی (۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸) است. $Infait$ ، متغیر نرخ تورم، $PPit$ ، متغیر قیمت کاغذ، $Lrit$ ، متغیر نرخ باسوادی، $POPit$ ، متغیر جمعیت کل، RPI_{it} ، متغیر درآمد، $popmit$ میانگین سنی جمعیت، $Popm/fit$ ، نسبت جنسی جمعیت، $Irit$ ، متغیر نرخ بهره و ε_{it} هم خطای تخمینی داده های ترکیبی است.

۳-۶- خلاصه فصل سوم

در این فصل، ابتدا به تعریف روش تحقیق پرداخته، سپس به معرفی جامعه و نمونه آماری، معرفی داده های ترکیبی، مدل های رگرسیونی داده های ترکیبی، آزمون مانایی، مدل اثرات ثابت و تصادفی، آزمون معنادار بودن اثرات ثابت و آزمون هاسمن برای مدل اثرات تصادفی و در انتها مدل رگرسیون تحقیق به طور مختصر و روش تجزیه و تحلیل بیان شده است.

فصل ۴ : تجزیہ و تحلیل داده ها و نتایج تخمین

۴-۱- مقدمه

مدل در فصول قبلی به چگونگی جمع آوری داده‌ها و تصریح مدل مورد بررسی و بیان مدل‌های داده‌های ترکیبی و آزمون‌های مرتبط پرداخته شد. در فصل پیش رو نتایج آزمون‌های انجام شده بر روی متغیرهای تحقیق به روش داده‌های ترکیبی آورده و معناداری اثرات متغیرهای تحقیق بر تقاضای کتاب در ایران طی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۶ گزارش شده است.

۴-۲- تحلیل آمار توصیفی داده‌ها

آمار توصیفی به کلیه روش‌هایی اطلاق می‌شود که به جمع آوری، خلاصه کردن، گروه‌بندی و بیان حقایق عددی می‌پردازند. این آمار، داده‌ها و اطلاعات تحقیق را توصیف می‌کنند و مدل کلی از داده‌ها برای بررسی مناسب فراهم آورده‌اند. بنابراین می‌توان با استفاده مناسب و بهتر از آمار توصیفی توصیفی خصوصیات یک گروه از اطلاعات به حساب آورد.

در این قسمت، به بررسی آمار توصیفی متغیرها شامل، میانگین، میانه، حداقل و حداکثر مشاهدات، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی پرداخته شده است. میانگین از با اهمیت‌ترین شاخص مرکزی و نشانگر نقطه تعادل و نمایش مناسبی از مرکزیت داده‌ها است.

در جدول (۴-۱) آمار توصیفی شامل، میانگین، میانه، حداقل و حداکثر مشاهده، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی متغیرها مدل آورده شده است.

جدول ۱-۴. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	میان	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی	کشدگی
NBook	۳/۰۶۳۱۴۳	۳/۱۰۰۸۸۴	۴/۲۵۳۲۶۵	۰/۰۰۰۰۰۰	۰/۶۱۲۹۲۰	-۰/۵۶۳۶۴۶	۴/۱۴۲۸۴۰
INF	۱۷/۹۱۶۶۷	۱۷/۳۰۰۰۰	۴۹/۴۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰۰۰	۹/۳۲۹۲۲۰	۰/۸۸۸۱۳۰	۴/۶۵۸۲۹۸
PP	۲۰۵۸۸۷/۱	۱۱۰۰۰۰/۰	۸۵۰۰۰۰/۰	۰/۰۰۰۰۰۰	۲۵۸۶۹۶/۵	۱/۴۴۵۱۳۵	۳/۷۴۴۷۱۱
LR	۵۶/۹۳۳۷۴	۶۷/۲۰۰۰۰	۸۷/۳۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰۰۰	۳۲/۳۴۸۶۹	-۰/۹۷۶۸۰۳	۲/۳۵۸۸۵۲
EX	۷۹۸۲/۶۴۷	۱۷۵۵/۰۰۰	۴۲۰۰۰/۰۰	۶۶/۹۰۰۰۰	۱۱۵۵۵/۷۵	۱/۷۱۶۲۸۵	۴/۸۹۳۸۴۰
POP	۶۱۵۵۷/۶۶	۶۲۱۰۳/۰۰	۸۳۰۷۵/۰۰	۳۶۳۹۳/۰۰	۱۳۱۹۱/۹۰	-۰/۲۰۷۳۳۳	۲/۰۰۲۸۲۸
RPI	۰/۱۸۶۳۶۷	۰/۲۳۰۰۰۰	۰/۵۳۵۳۴۴	-۱/۰۰۰۰۰۰	۰/۲۲۹۸۸۵	-۲/۹۵۱۸۰۳	۱۶/۲۸۰۰۷
AEPOP	۲۴/۹۲۲۳۶	۲۴/۰۰۰۰	۳۱/۱۰۰۰۰	۲۱/۷۰۰۰۰	۳/۲۹۸۲۸۵	۰/۷۶۲۸۷۱	۱/۹۷۵۸۳۰
SPOP	۱۰۳/۸۱۹۱	۱۰۳/۰۰۰۰	۱۰۶/۰۰۰۰	۱۰۲/۰۰۰۰	۱/۳۱۶۴۳۳	۰/۲۴۴۵۷۴	۱/۷۲۶۹۸۱
IR	۱۵/۳۸۸۲۱	۱۴/۰۰۰۰۰	۲۳/۰۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰۰۰	۵/۹۹۰۹۷۳	-۰/۴۵۶۵۰۶	۲/۷۴۲۴۸۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول نشان داده شده میانگین تعداد کتابها در حدود $3/063143$ است و این مقدار در دامنه $0/000000$ و $4/253265$ در نوسان است. میانگین نرخ تورم $17/91667$ بوده و این میزان مابین $0/000000$ و $49/0000$ است. میانگین قیمت کاغذ در محدود $205887/1$ بوده که این مقدار میان دو مقدار $110000/0$ و $850000/0$ می باشند. میانگین نرخ باسوادی $56/93374$ که این مقدار بین $0/000000$ و $87/30000$ است. میانگین نرخ ارز $7982/647$ بدست آمده که بین حداقل $66/90000$ و حداکثر $42000/00$ است. میانگین جمعیت کل $61557/66$ که این مقدار در فاصله $36393/00$ و $83075/00$ قرار دارد. میانگین درآمد حقیقی در حدود $0/186367$ است که کمینه و بیشینه آن برابر $1/000000$ - و $0/535344$ می باشد. میانگین سنی جمعیت برابر با $24/92236$ که این مقدار در دامنه $21/70000$ و $31/10000$ در نوسان است. میانگین نسبت جنسی جمعیت در حدود $103/8191$ که حداقل مقدار آن برابر $102/0000$ و حداکثر آن $106/0000$ می باشد. میانگین نرخ بهره مقدار $15/38821$ مشاهده شده که این میزان بین دو مقدار $0/000000$ و $23/000000$ قرار گرفته است. پراکندگی داده ها در جدول بالا نشان می دهد که درآمد حقیقی با مقدار $0/229885$ دارای کمترین میزان پراکندگی و قیمت کاغذ با مقدار $258696/5$ دارای بیشترین پراکندگی مشاهده شده بین متغیرها می باشند.

۴-۳- همبستگی بین متغیرها

تعیین وجود یا عدم وجود ارتباط میان دو یا چند متغیر بستگی و بیان شدت و ضعف این ارتباط ضریب همبستگی است. ضریب همبستگی، آماره ای که سمت یا درجهت یک رابطه خطی بین دو متغیر را اندازه گیری می کند (سوری، ۱۳۹۲).

جدول ۲-۴. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	NBook	INF	PP	LR	EX	POP	RPI	AEPOP	SPOP	IR
NBook	۱/۰۰۰۰۰۰									
INF	-۰/۱۶۸۳۲۴	۱/۰۰۰۰۰۰								
PP	۰/۵۵۲۹۱۵	-۰/۱۱۸۸۸۰	۱/۰۰۰۰۰۰							
LR	-۰/۲۷۳۸۳۸	۰/۱۹۷۶۶۵	-۰/۶۹۸۸۳۴	۱/۰۰۰۰۰۰						
EX	۰/۵۷۲۵۶۹	-۰/۳۹۶۰۲۵	۰/۷۸۵۸۲۵	-۰/۷۲۷۷۱۷	۱/۰۰۰۰۰۰					
POP	۰/۷۶۶۲۲۳	-۰/۱۸۱۰۵۹	۰/۷۶۱۲۳۰	-۰/۴۲۵۸۷۴	۰/۷۸۶۹۴۹	۱/۰۰۰۰۰۰				
RPI	-۰/۱۱۹۷۶۲	۰/۳۱۹۵۳۹	-۰/۳۸۷۶۱۷	۰/۴۵۹۹۱۶	-۰/۴۵۸۹۷۵	-۰/۱۹۶۳۳۰	۱/۰۰۰۰۰۰			
AEPOP	۰/۶۴۷۸۷۷	-۰/۲۹۸۳۹۰	۰/۸۳۲۳۸۳	-۰/۶۹۷۰۲۰	۰/۸۸۱۶۲۷	۰/۸۶۳۳۱۷	-۰/۳۸۶۱۸۸	۱/۰۰۰۰۰۰		
SPOP	-۰/۷۰۳۱۵۶	۰/۱۴۶۳۷۹	-۰/۶۷۱۳۶۲	۰/۳۷۷۲۷۵	-۰/۶۳۷۳۴۴	-۰/۸۷۹۱۹۸	۰/۱۳۰۵۵۱	-۰/۷۷۲۹۷۵	۱/۰۰۰۰۰۰	
IR	۰/۰۹۴۲۵۱	۰/۲۸۰۶۲۷	۰/۱۰۴۵۰۹	۰/۳۵۵۸۴۸	-۰/۲۳۲۹۵۱	۰/۱۵۳۶۵۸	۰/۲۱۲۶۵۲	-۰/۱۴۹۷۳۷	-۰/۱۹۶۳۷۸	۱/۰۰۰۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول (۴-۲) مشاهده می‌شود ضریب همبستگی بین متغیر وابسته (تعداد کتاب) و با جمعیت کل با ۰/۷۶۶۲۲۳، میانگین سنی جمعیت با ۰/۶۴۷۸۷۷ و نسبت جنسی جمعیت با ۰/۷۰۳۱۵۶، ارتباط تقریباً خوبی وجود دارد و با متغیرهای قیمت کاغذ ۰/۵۵۲۹۱۵، نرخ ارز با ۰/۵۷۲۵۶۹، ارتباط متوسطی را نشان می‌دهد، ولی بین متغیر وابسته و متغیرهای نرخ تورم با ۰/۱۶۸۳۲۴، نرخ باسوادی با ۰/۲۷۳۸۳۸، درآمد با ۰/۱۱۹۷۶۲ و نرخ بهره با ۰/۰۹۴۲۵۱ ارتباط ضعیفی مشاهده می‌شود.

۴-۴- نتایج تخمین مدل

۴-۴-۱- آزمون مانایی متغیرها

آزمون ریشه واحد متدوال‌ترین آزمونی است که برای تعیین مانایی متغیرها استفاده می‌شود. فرضیه صفر در این آزمون به معنی نبود ریشه واحد است.

جدول ۴-۳. نتایج آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	ADF-Fisher		
	آماره	احتمال	انتیجه یستایی
NBook	-۱۱/۰۱۰۲	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح یک
INF	-۸/۴۰۸۰۹	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح
PP	-۶/۷۲۲۹۷	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح دو
LR	-۹/۷۴۷۴۴	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح یک
EX	-۵/۸۱۲۸۳	۰/۰۰۰۰۰	ایستا در سطح یک
POP	-۱۱/۷۱۴۶	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح دو
RPI	-۶/۲۵۲۵۸	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح
AEPOP	-۱۱/۱۰۰۳	۰/۰۰۰۰	ایستا در سطح یک

ایستا در سطح یک	۰/۰۰۰۰	-۸/۸۵۱۳۸	SPOP
ایستا در سطح یک	۰/۰۰۰۰	-۴/۳۱۸۰۵	IR

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج آزمون مانایی متغیرهای نشر کتاب با استفاده آزمون ADF-Fisher نشان می‌دهد متغیر تعداد کتاب‌ها با مقدار ۱۱/۰۱۰۲- در سطح یک، متغیر نرخ تورم با ۸/۴۰۸۰۹-، متغیر قیمت کاغذ با مقدار ۶/۷۲۲۹۷-، متغیر نرخ باسوادی با میزان ۹/۷۴۷۴۴- در سطح یک، نرخ ارز با مقدار ۵/۸۱۲۸۳- در سطح یک، متغیر جمعیت کل با ۱۱/۷۱۴۶-، متغیر درآمد با میزان ۶/۲۵۲۵۸- در سطح، متغیر میانگین سنی جمعیت با مقدار ۱۱/۱۰۰۳-، متغیر نسبت جنسی جمعیت با ۸/۸۵۱۳۸- در سطح و متغیر نرخ بهره با میزان ۴/۳۱۸۰۵- در سطح یک مانا می‌باشند.

۴-۵- نتایج آزمون‌های تشخیصی

برای انتخاب مدل مناسب در داده‌های پنل از آزمون‌های مختلفی استفاده می‌شود. رایج‌ترین آنها آزمون اف لیمر (تعیین اثرات ثابت از اثرات تجمیعی) و آزمون هاسمن (تعیین اثرات ثابت از اثرات تصادفی) است که در ادامه آورده شده است.

۴-۵-۱- آزمون اف لیمر

از آزمون اف لیمر برای تشخیص اثر ثابت در مقابل اثرات تجمیعی استفاده می‌شود.

جدول ۴-۴. نتیجه آزمون اف لیمر

نتیجه آزمون اف لیمر		
p-valu	d.f	مقدار آماره آزمون
۰/۰۰۰۰	(۴۷۱، ۱۱)	۸۴/۵۳۶۸۱۶

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه آزمون اف لیمر نشان می‌دهد که فرضیه صفر مبنی بر تجمیعی بودن داده‌ها رد شده و پتل بودن داده‌ها پذیرفته شده است.

۴ ۵ ۲- آزمون هاسمن

انتخاب روش برآورد مناسب بین مدل اثرات ثابت از اثرات تصادفی به کمک آزمون هاسمن صورت می‌گیرد. در آزمون هاسمن وجود اختلاف بین تخمین زن های روش اثرات ثابت و روش اثرات تصادفی را به عنوان فرضیه صفر در نظر گرفته است.

جدول ۴-۵. نتیجه آزمون هاسمن

نتیجه آزمون هاسمن		
p-valu	d.f	مقدار آماره آزمون
۱/۰۰۰۰	۹	۰/۰۰۰۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه آزمون هاسمن (تشخیص اثرات تصادفی از اثرات ثابت) نشان می‌دهد که فرضیه صفر پذیرفته و اثرات تصادفی پذیرفته می‌شود.

۴ ۵ ۳- برآورد مدل با اثرات تصادفی

با توجه به نتیجه آزمون هاسمن و پذیرفته شدن اثرات تصادفی مدل نهایی با اثرات تصادفی برآورد شده است.

جدول ۴-۶. برآورد مدل با اثرات تصادفی

متغیرها	ضریب	احتمال
C	۸/۱۷۳۰۸۶	۰/۰۰۰۰

۰/۰۱۶۵	-۰/۰۰۳۲۴۸	INF
۰/۰۴۵۵	۱/۹۷۰۷	PP
۰/۰۱۰۸	۰/۰۰۱۶۶۱	LR
۰/۰۲۹۵	-۵/۷۵۰۶	EX
۰/۰۰۰۰	۳/۵۸۰۵	POP
۰/۷۶۴۳	۰/۰۱۶۵۵۱	RPI
۰/۲۰۲۸	-۰/۰۱۳۷۶۲	AEPOP
۰/۰۰۰۲	-۰/۰۶۵۷۶۴	SPOP
۰/۰۰۰۰	-۰/۰۱۱۶۷۹	IR
۰/۸۱۱۴۷۳		R-squared
۰/۴۰۰۳۵۹		Durbin- Watson
۲۳۰/۵۱۷۸		F-statistic
۰/۰۰۰۰۰۰		Prob

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول بالا نشان داده شده است. آماره F نشانه معناداری کل مدل است. مقدار ضریب تعیین R^2 نشانگر این است که ۰/۸۱۱۴۷۳ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل مدل بیان شده است. عرض از مبدأ مدل، با مقدار ۸/۱۷۳۰۸۶ و سطح ۰/۰۰۰۰، قیمت کاغذ با مقدار ۱/۹۷۰۷ و سطح ۰/۰۴۵۵، نرخ با سواد با مقدار ۰/۰۰۱۶۶۱ و سطح ۰/۰۱۰۸، و متغیر جمعیت با مقدار ۳/۵۸۰۵ و سطح ۰/۰۰۰۰ معنادار و اثری مثبت بر نشر کتاب داشته و متغیرهای نرخ تورم با مقدار -۰/۰۰۳۲۴۸ و سطح ۰/۰۱۶۵، نرخ ارز با مقدار

۵/۷۵۰۶- و سطح ۰/۰۲۹۵، نسبت جنسی جمعیت با مقدار ۰/۰۶۵۷۶۴- و سطح ۰/۰۰۰۲ و نرخ بهره با مقدار ۰/۰۱۱۶۷۹- و سطح ۰/۰۰۰۰ معنادار و اثر منفی بر نشر کتاب دارند. اما متغیرهای درآمد حقیقی با مقدار ۰/۰۱۶۵۵۱ و سطح ۰/۰۷۶۴۳، و میانگین سنی جمعیت با مقدار ۰/۰۱۳۷۶۲- و سطح معناداری ۰/۰۲۰۲۸ معنادار نبوده و اثری بر نشر کتاب در ایران ندارند.

۴-۶ خلاصه فصل چهارم

در این فصل به توصیف آمار توصیفی متغیرهای اقتصادی در ایران و بررسی میانگین، میزان پراکندگی و انحراف معیار پرداخته شد و در ادامه همبستگی متغیرها و میزان ارتباط بین متغیرها بیان و با استفاده از آزمون مانایی داده‌های پانل ایستایی متغیرها ارزیابی شد. سپس با استفاده از آزمون‌های تشخیصی اف لیمر به تعیین پانل یا پولینگ بودن مدل و از آزمون هاسمن برای تشخیص اثرات ثابت از اثرات تصادفی استفاده شده و در انتها مدل انتخابی ارائه شده است.

فصل ۵ : نتیجه گیری و پیشنهادات

۵-۱- مقدمه

این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران با داده‌های موجود در مراکز آماری بین سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸ پرداخته شده است. در فصل‌های قبلی، به بیان فرضیات و سؤالات و اهمیت مسئله، مرور ادبیات موضوعی و مطالعات داخلی و خارجی، روش تحقیق و معرفی مدل و برآورد مدل و گزارش نتایج اشاره شده است. در این فصل با توجه به نتایج آماری و آزمون‌های انجام شده در فصل قبلی به بررسی فرضیات مطرح شده در پژوهش و بیان محدودیت‌ها، توصیه‌های سیاست‌گذاری و پیشنهادهایی برای آینده پرداخته شده است.

۵-۲- مرور فرضیات تحقیق

مطابق فرضیات در فرض اول رابطه منفی و معناداری بین نرخ تورم و نشر کتاب در ایران مطرح شده بود. که با توجه به نتایج تخمین بدست آمده رابطه منفی و معناداری بین نرخ تورم و نشر کتاب وجود دارد، از این رو این فرض مورد قبول واقع شده است.

در فرضیه دوم بیان شد بین قیمت کاغذ و نشر کتاب رابطه منفی و معناداری برقرار است که نتایج آزمون حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین قیمت کاغذ و نشر کتاب در ایران است، بنابراین این فرض مورد پذیرش قرار نمی‌گیرد.

فرض سوم به ارتباط مثبت و معناداری بین نرخ باسوادی و نشر کتاب در ایران پرداخته که با توجه نتایج آزمون این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته است.

در فرض چهارم بیان شده افزایش نرخ ارز باعث کاهش نشر کتاب در کشور می‌شود که با توجه به نتایج حاصل این فرضیه پذیرفته و افزایش نرخ ارز اثر منفی و کاهشی بر نشر کتاب داشته است.

در فرضیه پنجم به رابطه مثبت و معنادار جمعیت کل در ایران و نشر کتاب اشاره شده است که نتایج تحقیق نشان می‌دهد که چنین فرضی مورد قبول واقع شده و ارتباط مثبت و معناداری بین جمعیت کل و نشر کتاب وجود دارد.

فرض ششم به بیان ارتباط مثبت و معنادار بین درآمد و نشر کتاب در ایران پرداخته که نتایج تخمین مدل مبین آن است که رابطه مثبت و معناداری بین آنها برقرار نیست و فرض بیان شده مورد پذیرش واقع نشده است.

در هفتمین فرض بیان شده که میان میانگین سنی جمعیت و نشر کتاب رابطه مثبت و معناداری وجود است که نتایج تخمین نشان‌دهنده آن است بین میانگین سنی جمعیت و نشر کتاب در ایران ارتباطی وجود ندارد. فرض هشتم به رابطه معنادار و مثبتی میان نسبت جنسی جمعیت و نشر کتاب اشاره کرده است که با توجه که نتایج رابطه منفی و معناداری حاصل شده است و فرض مورد نظر قابل قبول نیست. در نهمین فرض ارتباط منفی بین نرخ بهره و نشر کتاب در ایران آورده شده است که نتیجه تخمین نشان می‌دهد که این ارتباط وجود دارد بنابراین فرض یاد شده مورد پذیرش است.

۵-۳- پیشنهادات سیاست‌گذاری

با توجه به اهمیت مسئله کتاب و کتابخوانی در کشور و افزایش نشر این کالای فرهنگی در میان اقشار مختلف پیشنهادات برای راهنمایی بهتر سیاست‌گذاران در زیر ارائه شده است.

مطابق نتایج بدست آمده، نشر کتاب در ایران در سال‌های مورد بررسی با افزایش نرخ تورم کاهش می‌یابد زیرا باعث کاهش قدرت خرید و حذف این کالای فرهنگی از سبد مصرفی خانوار می‌شود، از این سو لازم دولت‌ها با کاهش هزینه‌های چاپ و مواد اولیه چاپ به ناشران کمک کنند و با ارائه برنامه‌های حمایتی و سوبسید باعث تشویق ناشر و خوانندگان کتاب شوند.

افزایش نرخ باسوادی باعث افزایش نشر کتاب و رواج فرهنگ مطالعه در میان طبقات تحصیل‌کرده جامعه شده از این رو سیاست‌گذاران آموزشی کشور باید با گسترش فرهنگ مطالعه باعث افزایش سرانه مطالعه و تقاضای بیشتر کتاب در میان قشر تحصیل کرده شوند.

افزایش نرخ ارز باعث کاهش نشر کتاب در ایران می‌شود بنابراین لازم است دولت با اتخاذ سیاست‌های ارزی مناسب از نوسانات شدید در بازار ارز بخصوص برای تهیه مواد اولیه و تجهیزات چاپ جلوگیری به عمل آورد.

افزایش جمعیت در کشور باعث افزایش نشر کتاب شده است. بنابراین برنامه‌ریزان فرهنگی از این عامل می‌توانند برای افزایش نشر کتاب در بازار محصولات فرهنگی استفاده کنند.

افزایش نرخ بهره بانکی باعث کاهش نشر کتاب در کشور می‌شود. بدین صورت که افراد تمایل دارند پس‌انداز خود را در بانک گذاشته و تقاضایی برای این کالای فرهنگی نداشته باشند. از این سیاست‌گذاران فرهنگی کشور وظیفه دارند با ایجاد انگیزه و ترغیب افراد به مطالعه باعث افزایش نشر کتاب و ترویج آن در جامعه شوند.

۵-۴- محدودیت‌های پژوهش

در بیشتر مطالعاتی که درباره کتاب منتشر شده است. به بررسی وضعیت نشر در کشور و استان‌ها و عوامل مرتبط با نشر و کیفیت آن پرداخته شده و تعداد کمی از مطالعات به بررسی عوامل اقتصادی حوزه نشر کتاب پرداخته‌اند. همچنین مقالات اقتصادی زیادی در زمینه نشر کتاب در ایران و دنیا منتشر نشده است.

آمار و داده‌های دقیقی از قیمت کاغذ در سال‌های ابتدایی انقلاب وجود ندارد.

هزینه‌ها مصرفی خانوار بیشتر به کالای مصرفی خانوارها اشاره دارد و هزینه‌های مصرفی خانوارها در زمینه کالاهای فرهنگی از جمله کتاب مشخص نیست.

۵-۵- پیشنهادات برای مطالعات آتی

- با بررسی یافته‌های تحقیق درباره نشر و چاپ کتاب در ایران به محققان مطالعه موضوعات زیر پیشنهاد می‌شود.
- ۱- پیشنهاد می‌شود پژوهشی درباره‌ی اثرات اقتصادی نشر و چاپ کتاب در استان‌های کشور انجام شود.
 - ۲- تقاضا بر چاپ و نشر کتاب در سطح ملی و استانی بررسی شود و عوامل تأثیرگذار بر آن شناخته شود.

۳-برگزاری نمایشگاه‌های کتاب در سطح ملی و استانی چه اثری بر چاپ و نشر کتاب دارد.

۴-نقش یارانه کتاب بر نشر کتاب در سطح ملی و استانی مورد پژوهش قرار گیرد.

۵-نقش تکنولوژی و کاهش هزینه‌های چاپ بر چاپ کتاب چگونه است؟

۵-۶ خلاصه فصل پنجم

در ابتدای فصل به مرور مفروضات مطرح شده در تحقیق و بررسی آنها پرداخته شده، سپس محدودیت‌های که پیش روی مطالعه بوده و در ادامه پیشنهادات سیاست‌گذاری بیان شده و همچنین توصیه‌های برای مطالعات بعدی آورده شده است.

پوست

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

	Y	X ^۱	X ^۲	X ^۳	X ^۴	X ^۵	X ^۶	X ^۷	X ^۸	X ^۹
Mean	۳,۰۶۳۱۴۳	۱۷,۹۱۶۶۷	۲۰,۵۸۸۷,۱	۵۶,۹۳۳۷۴	۷۹۸۲,۶۴۷	۶۱۵۵۷,۶۶	۰,۱۸۶۳۶۷	۲۴,۹۲۲۳۶	۱۰۳,۸۱۹۱	۱۵,۳۸۸۲۱
Median	۳,۱۰۰۸۸۴	۱۷,۳۰۰۰۰	۱۱۰۰۰۰,۰	۶۷,۲۰۰۰۰	۱۷۵۵,۰۰۰	۶۲۱۰۳,۰۰	۰,۲۳۰۰۰۰	۲۴,۰۰۰۰۰	۱۰۳,۰۰۰۰	۱۴,۰۰۰۰۰
Maximum	۴,۲۵۳۲۶۵	۴۹,۴۰۰۰۰	۸۵۰۰۰۰,۰	۸۷,۳۰۰۰۰	۴۲۰۰۰,۰۰	۸۳۰۷۵,۰۰	۰,۵۳۵۳۴۴	۳۱,۱۰۰۰۰	۱۰۶,۰۰۰۰	۲۳,۰۰۰۰۰
Minimum	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۶۶,۹۰۰۰۰	۳۶۳۹۳,۰۰	-۱,۰۰۰۰۰۰	۲۱,۷۰۰۰۰	۱۰۲,۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰
Std. Dev.	۰,۶۱۲۹۲۰	۹,۳۲۹۲۲۰	۲۵۸۶۹۶,۵	۳۲,۳۴۸۶۹	۱۱۵۵۵,۷۵	۱۳۱۹۱,۹۰	۰,۲۲۹۸۸۵	۳,۲۹۸۲۸۵	۱,۳۱۶۴۳۳	۵,۹۹۰۹۷۳
Skewness	-۰,۵۶۳۶۴۶	۰,۸۸۸۱۳۰	۱,۴۴۵۱۳۵	-۰,۹۷۶۸۰۳	۱,۷۱۶۲۸۵	-۰,۲۰۷۳۳۳	-۲,۹۵۱۸۰۳	۰,۷۶۲۸۷۱	۰,۲۴۴۵۷۴	-۰,۴۵۶۵۰۶
Kurtosis	۴,۱۴۲۸۴۰	۴,۶۵۸۲۹۸	۳,۷۴۴۷۱۱	۲,۳۵۸۸۵۲	۴,۸۹۳۸۴۰	۲,۰۰۲۸۲۸	۱۶,۲۸۰۰۷	۱,۹۷۵۸۳۰	۱,۷۲۶۹۸۱	۲,۷۴۲۴۸۴
Jarque-Bera	۵۲,۸۲۵۸۱	۱۲۱,۰۵۳۶	۱۸۲,۶۱۹۲	۸۶,۶۶۶۸۳	۳۱۵,۰۶۷۸	۲۳,۹۰۹۱۵	۴۳۲۹,۸۶۲	۶۹,۲۲۴۶۰	۳۸,۱۲۶۷۸	۱۸,۴۴۸۰۴
Probability	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰۶	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰۰۹۹
Sum	۱۵۰۷,۰۶۶	۸۸۱۵,۰۰۰	۱,۰۱E+۰۸	۲۸۰۱۱,۴۰	۳۹۲۷۴۶۲.	۳۰۲۸۶۳۶۷	۹۱,۶۹۲۶۸	۱۲۲۶۱,۸۰	۵۱۰۷۹,۰۰	۷۵۷۱,۰۰۰
Sum Sq. Dev.	۱۸۴,۴۵۴۷	۴۲۷۳۳,۸۶	۳,۲۹E+۱۳	۵۱۳۸۰۱,۰	۶,۵۶E+۱۰	۸,۵۴E+۱۰	۲۵,۹۴۷۸۳	۵۳۴۱,۴۳۴	۸۵۰,۹۰۰۴	۱۷۶۲۲,۸۵
Observations	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲	۴۹۲

تحلیل همبستگی بین متغیرهای تحقیق

Correlation	Y	X ^۱	X ^۲	X ^۳	X ^۴	X ^۵	X ^۶	X ^۷	X ^۸	X ^۹
Y	۱									
X1	-۰,۱۶۸۳۲	۱								
X2	۰,۵۵۲۹۱۵	-۰,۱۱۸۸۸	۱							
X3	-۰,۲۷۳۸۴	۰,۱۹۷۶۶۵	-۰,۶۹۸۸۳	۱						
X4	۰,۵۷۲۵۶۹	-۰,۳۹۶۰۳	۰,۷۸۵۸۲۵	-۰,۷۲۷۷۲	۱					
X5	۰,۷۶۶۲۲۳	-۰,۱۸۱۰۶	۰,۷۶۱۲۳	-۰,۴۲۵۸۷	۰,۷۸۶۹۴۹	۱				
X6	-۰,۱۱۹۷۶	۰,۳۱۹۵۳۹	-۰,۳۸۷۶۲	۰,۴۵۹۹۱۶	-۰,۴۵۸۹۸	-۰,۱۹۶۳۳	۱			
X7	۰,۶۴۷۸۷۷	-۰,۲۹۸۳۹	۰,۸۳۲۳۸۳	-۰,۶۹۷۰۲	۰,۸۸۱۶۲۷	۰,۸۶۳۳۱۷	-۰,۳۸۶۱۹	۱		
X8	-۰,۷۰۳۱۶	۰,۱۴۶۳۷۹	-۰,۶۷۱۳۶	۰,۳۷۷۲۷۵	-۰,۶۳۷۳۴	-۰,۸۷۹۲	۰,۱۳۰۵۵۱	-۰,۷۷۲۹۸	۱	
X9	۰,۰۹۴۲۵۱	۰,۲۸۰۶۲۷	۰,۱۰۴۵۰۹	۰,۳۵۵۸۴۸	-۰,۲۳۲۹۵	۰,۱۵۳۶۵۸	۰,۲۱۲۶۵۲	-۰,۱۴۹۷۴	-۰,۱۹۶۳۸	۱

آزمون اثرات ثابت مدل

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	.f.	Prob.
Cross-section F	4,536.816	11,471)	,0000
Cross-section Chi-square	36,287686	1	,0000

آزمون هاسمن مدل

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0,000000	9	1,0000

* Cross-section test variance is invalid. Hausman statistic set to zero.

آزمون اثرات تصادفی

Dependent Variable: Y

Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)

Date: 10/18/21 Time: 01:28

Sample: 1357 1398

Periods included: 42

Cross-sections included: 12

Total panel (unbalanced) observations: 492

Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.173086	1.975135	4.137988	0
X1	-0.00325	0.00135	-2.40532	0.0165
X2	1.97E-07	9.83E-08	2.005106	0.0455
X3	0.001661	0.000649	2.557729	0.0108
X4	-5.75E-06	2.63E-06	-2.18284	0.0295
X5	3.58E-05	2.83E-06	12.67035	0
X6	0.016551	0.055166	0.300013	0.7643
X7	-0.01376	0.010791	-1.27542	0.2028
X8	-0.06576	0.017585	-3.73986	0.0002
X9	-0.01168	0.002695	-4.33419	0

Effects Specification

	S.D.	Rho
Cross-section random	0.337826	0.6852
Idiosyncratic random	0.228969	0.3148

Weighted Statistics

R-squared	0.811473	Mean dependent var	0.321784
Adjusted R-squared	0.807953	S.D. dependent var	0.521927
S.E. of regression	0.228751	Sum squared resid	25.22164
F-statistic	230.5178	Durbin-Watson stat	0.400359
Prob(F-statistic)	0		

Unweighted Statistics

R-squared	0.601781	Mean dependent var	3.063143
Sum squared resid	73.45338	Durbin-Watson stat	0.137471

مراکز آماری متغیرهای تحقیق

ردیف	نام متغیر	نماد	توضیحات
۱	تعداد کتاب	NBook	خانه کتاب https://www.ketab.ir/Stat/PDF/ketabshenaci%۲۰tir-۹۹.pdf
۲	نرخ تورم	INF	بانک مرکزی ایران https://www.cbi.ir/Inflation/Inflation_FA.aspx
۳	قیمت کاغذ	PP	مرکز اطلاعات کاغذ ایران http://piconweb.com/
۴	نرخ باسوادی	LR	بانک مرکزی ایران http://tsd.cbi.ir/
۵	نرخ ارز	EX	بانک مرکزی ایران http://tsd.cbi.ir/
۶	جمعیت کل	POP	http://tsd.cbi.ir

بانک مرکزی ایران			
http://tsd.cbi.ir	RPI	درآمد	۷
بانک مرکزی ایران			

منابع

منابع داخلی

۱. قرآن کریم.
۲. آذرنگ، ع. (۱۳۷۸). شمه‌ای از انتشار کتاب در ایران. کتابدار.
۳. آذرنگ، ع. (۱۳۸۰). چون و چرایی در باب سیاست‌های نشر کتاب. کتابدار.
۴. ابادری، ز. و غفاری‌چراتی، م. (۱۳۸۹). اهمیت نگارش و تدوین در تمدن اسلامی و دیدگاه اسلام نسبت به آن. فصلنامه علمی و پژوهشی علوم اسلامی، ۱۷، ۱۰۵-۱۲۴.
۵. آذرنگ. (۱۳۷۴). دوره های عادی و بحرانی نشر کتاب. عبدالحسین آذرنگ. pdf. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۶. اصغرنژاد، ح. (۱۳۹۹). آشنایی با چاپ و نشر (نگاهی به نشر سنتی، مدرن و پسامدرن). سپهر دانش.
۷. اصلانی‌ملایری، م. (۱۳۷۹). نشر کتاب در بن بست؛ سائل و مشکلات نشر کتاب از دیدگاه ناشران، اهل قلم و صنوف وابسته به نشر شهر اصفهان. فرهنگ اصفهان، ۶۵-۷۰.
۸. افضلی، ع. و ابوجعفری، ر. ا. (۱۳۹۷). چالش‌های اقتصادی نشر در ایران؛ پیش‌نهاد شاخص‌های آمار اقتصادی و نوآوری. پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، ۹، ۱-۱۷.
۹. باب‌الحوائجی، ف.، مطلبی، د.، حریری، ن. و مؤمنی، ف. (۱۳۹۰). تحلیل آرای سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب ایران میان سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱، ۲۴۱-۲۶۴.

۱۰. باب الحوائجی، فهیمه. ۱۳۸۸. آشنایی با مبانی چاپ و نشر با تاکید بر نشر الکترونیکی و اقتصاد نشر.

تهران: چاپار، سپهر سخن (وابسته به موسسه فرهنگی هنری سپهر سخن)

۱۱. بنی‌اقبال، ن. و اوصیاء، ف. ب. (۱۳۸۴). بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان مازندران طی

سال‌های (۱۳۷۸-۱۳۸۳). کلیات کتاب ماه، ۷۰-۸۱

۱۲. بنی‌جمالی، س. (۱۳۹۳). بررسی وضعیت نشر الکترونیکی کتاب در ایران و چگونگی مصرف کتاب

الکترونیکی در بین کاربران ایرانی. فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۲۴،

۱۲۹-۱۴۴.

۱۳. تبریزنیا، م. و عباسی، ع. (۱۳۹۷). چهل سال نشر کتاب در ایران (نگاه آماری). موسسه خانه کتاب.

۱۴. ترکیان‌تبار، م. حسومی، ط. و حسومی، ن. (۱۳۹۱). بررسی دیدگاه‌های معاونین پژوهشی و مدیران

انتشارات واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی در رابطه با عوامل مؤثر بر انتشار کتاب در دانشگاه. اندیشه‌های تازه

در علوم تربیتی، ۳، ۴۵-۵۵.

۱۵. حسینی، م. (۱۳۷۸). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷). فصلنامه کتاب،

۳۹، ۹۴-۱۰۳.

۱۶. خاکی، غ. (۱۳۸۲). روش تحقیق (با رویکرد پایان نامه نویسی). فوژان.

۱۷. دیانی، م. و تجدد، ن. (۱۳۸۵). دیدگاه ناشران درباره ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم بر نشر کتاب

طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳. کتابداری و اطلاع رسانی، ۱، ۳۳-۵۹.

۱۸. رنجبری، م. (۱۳۸۰). تحولات نشر کتاب در دهه هفتاد (۱۳۷۰ - ۱۳۷۹). خانه کتاب ایران.
۱۹. روا، م. و بیگدلی، ز. (۱۳۹۷). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان بوشهر بین سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۰ و چاپ و چاپخانه. فرهنگ و رسانه، ۲۸، ۵۹-۷۷.
۲۰. زاده-داودی، خ. (۱۳۹۶). عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی موثر در سیاستگذاری آموزشی. کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری، ۲.
۲۱. سهرابی، م.، اعلائی، ز. و احمدی، س. (۱۳۹۸). موانع و چالش‌های چاپ و نشر کتاب آموزشی اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی. مجله سلامت اجتماعی، ۳، ۳۲۷-۳۴۱.
۲۲. سوری، ع. ۱۳۹۲. (a) اقتصاد سنجی (جلد ۱) همراه با کاربرد Eviews & Stata. ن. مهرگان (ed.). نشر فرهنگ شناسی.
۲۳. سوری، ع. ۱۳۹۲. (b) اقتصاد سنجی (جلد ۲) همراه با کاربرد Eviews & Stata. ن. مهرگان (ed.). نشر فرهنگ شناسی.
۲۴. شریفی‌میلانی، ه.، برومند، ز. و امیرکبیری، ع. (۱۳۹۹). عوامل تأثیرگذار بر صنعت نشر کتاب در ایران. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۵۰، ۲۴۱-۲۵۸.
۲۵. صفاهیه، ه. (۱۳۹۹). راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران. کتابداری و اطلاع‌رسانی.

۲۶. عربگری، ل. و صادقی، م. (۱۳۹۵). دیدگاه ناشران ایرانی درباره وضعیت نشر کتاب الکترونیکی.

فصلنامه کتاب مهر، ۱۹-۲۰، ۵۵-۳۵.

۲۷. فتحی، ا.، جاوید، ن.، حسینی، س.، میرزایی، ص. و نصیری‌پور، م. (۱۳۹۸). بررسی روند تغییرات

ساختار و ترکیب جمعیتی کشور و آینده آن تا افق ۱۴۳۰.

۲۸. فرج‌پهلوی، عبدالحسین، داریوش مطلبی، و حسین اصغرنژاد. ۱۳۹۵. "تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر چاپ و نشر کتاب در ایران از نگاه ناشران." کتابداری و اطلاع رسانی ۴.

۲۹. فهمی‌فر، س. و حیدری، ا. (۱۳۹۱). بررسی ابعاد اقتصادی نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران ایرانی. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۹۸، ۶-۲۰.

۳۰. قاسمیان، ع. (۱۳۹۴). مروری بر تحولات درآمد سرانه طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳.

۳۱. قلعه‌نوی، آ. (۱۳۹۱). بررسی وضعیت نشر، توزیع و فروش کتاب در شهر مشهد، در فاصله سال‌های

۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰. دانشگاه امام رضا(ع).

۳۲. قلعه‌نوی، آ. (۱۳۹۲). وضعیت تولید، عرضه و تقاضای کتاب در بازار نشر مشهد. فصلنامه تحلیلی

پژوهشی کتاب مهر،

۳۳. مؤسای، م. (۱۳۸۲). بررسی تاثیر یارانه کتاب بر بازار آن. مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۵، ۱۹۵-

۲۲۰.

۳۴. مؤمنی‌مرادی، ف. (۱۳۶۶). بررسی و مقایسه انتشار کتاب در ایران سال‌های ۱۳۵۴-۱۳۵۶ و ۱۳۶۰-

۱۳۶۲. دانشگاه تهران.

۳۵. معین، م. (۱۳۵۱). فرهنگ فارسی.

۳۶. مفتخری نظری پور، ط. و میرحسینی، ز. (۱۳۸۷). بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی

سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶. علوم کتابداری و اطلاع رسانی و فناوری اطلاعات، ۲، ۹۷-۱۱۳.

۳۷. مکی زاده، ف. (۱۳۸۲). بررسی وضعیت نشر و ناشران کتاب در استان یزد. فصلنامه کتاب، ۴، ۲۳-

۳۴.

۳۸. ملک محمدی، س. و حاجی زین العابدینی، م. (۱۳۹۶). یک دهه نشر کتاب در حوزه علم اطلاعات و

دانش شناسی ایران (۱۳۸۱-۱۳۹۰). مجله اطلاع رسانی پزشکی نوین، ۱، ۱۶-۲۱.

۳۹. ملکوتی نسب، ع. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و

بویر احمد از دیدگاه ناشران و کتابفروشان طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۰ [دانشگاه امام رضا(ع)].

۴۰. مهدیانی، ع. و مرتضوی، ح. (۱۳۸۲). سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر. رهیافت، ۳۱،

۲۴-۳۱.

۴۱. نجفی، م. ج. و کریمی، ر. (۱۳۸۹). بررسی تناسب حوزه نشر کتب دینی با انتظارات افراد در سطح

شهر قم. فصلنامه علمی - پژوهشی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۲، ۷۱-۹۴.

۴۲. نقدی، پ. (۱۳۷۸). بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب‌های علوم پزشکی از دیدگاه ناشران. علوم

پزشکی ایران. ن. علوم پزشکی ایران.

۴۳. وردی-محمد، ا. (۱۳۹۵). سیاست گذاری فرهنگی پس از انقلاب و تاثیر آن بر اقتصاد نشر.

منابع خارجی

۴۴. Azzam. (۱۹۹۵). University of Stirling. The Grants Register ۲۰۲۱, ۱۰۹۰-۱۰۹۰.
https://doi.org/۴-۹۵۹۸۸-۳۴۹-۱-۹۷۸/۱۰,۱۰۵۷_۹۶۷
۴۵. Bogges. (۲۰۰۶). Reproduced with permission of the copyright owner . Further reproduction prohibited without. *Journal of allergy and clinical immunology*, ۱۳۰(۲), ۵۵۶.
۴۶. Boyraz, Cemil. "BOOK PUBLISHING IN TURKEY: AN UNATTENDED FIELD OF CULTURAL POLICIES Cemil."
۴۷. Chakava, H. (۲۰۱۶). Publishing Ngugi: The Challenge, The Risk And The Reward. *Matatu*, ۱۵-۱۶(۱), ۱۸۳-۲۰۰. <https://doi.org/۱۰,۱۱۶۳/۱۸۷۵۷۴۲۱-۹۰۰۰۱۸۷>.
۴۸. Chi, Y. Y. S. (۲۰۱۴). The E-Volution Of Publishing: Challenges And Opportunities In The Digital Age. In *Publishing Research Quarterly* (Vol. ۳۰, Issue ۴, Pp. ۳۴۴-۳۵۱).
<https://doi.org/۱۰,۱۰۰۷/S۱۲۱۰۹-۰۱۴-۹۳۸۴-۱>.
۴۹. Erkayhan, Ş., & Ülke, Y. B. (۲۰۱۷). Digitalization-Of-The-Book-Publishing-Industry-A-Study-On-The-E-Book-Publishing-In-Turkey.Pdf. *Online Journal Of Communication And Media Technologies*, ۱(۴), ۶۱-۷۸.
<https://doi.org/https://doi.org/۱۰,۲۹۳۳۳/Ojcmt/۲۶۱۰>.
۵۰. Ferreira, F. C. M., Miranda, L. F. M., & Moras, M. (۲۰۱۸). Impacto Dos E-Books Na Cadeia Editorial Brasileira: Uma Análise Exploratória. In *Revista De Administração De Empresas* (Vol. ۵۸, Issue ۵, Pp. ۴۹۴-۵۰۵). <https://doi.org/۱۰,۱۵۹۰/S۰۰۳۴-۷۵۹۰۲۰۱۸۰۵۰۵>.

- 1. Gaffeo, E., Scorcu, A. E., & Vici, L. (2008). Demand Distribution Dynamics In Creative Industries: The Market For Books In Italy. *Information Economics And Policy*, 20, 207–228.
- 2. González, F., Gimeno, A., Espinal, I., Sanabria, A. M., Uribe Rodríguez, A. F., Del Valle, N. Q., Velázquez, J. A. V., García, F. J., López, M. D. L. G., Buenabad, N. G. A., Icaza, M. E. M. M., Luz Yolanda Toro Suarez, Eneida, D., Ávila, O., Esthela, L., Hernández, A., Laura, L., Yépiz, S., Braun, V., & Clarke, V. (2016). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析title. *Qualitative Research In Psychology*, 4(2), 47–64.
- 3. Grigoriev, Vladimir, and Svetlana Adjoubei. 2009. “Survey of Book Publishing in Russia.” *Publishing Research Quarterly* 20(1): 36–42.
<https://af.booksc.org/dl/8303437/63bf1d>.
- 4. How, R. (2010). An Overview Of Taiwan’s Book Publishing Industry. *Publishing Research Quarterly*, 27(3), 183–186. <https://doi.org/10.1007/S12109-010-9170-7>.
55. Hviid, Morten, Sofia Izquierdo-Sanchez, and Sabine Jacque. 2019. “From Publishers to Self-Publishing: Disruptive Effects in the Book Industry.” *International Journal of the Economics of Business*, 26(3): 300–81.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13571516.2019.1611198>.
- 6. James, I. J. (2011). Problems Of The Book Publishing Industry In Nigeria: The Onibonje Publishers Experience After 50 Years. *Pnla Quarterly*, 40:2, 10–111.
- 7. Kulesz, O. (2011). Digital Publishing In Developing Countries: The Emergence Of New Models? *Publishing Research Quarterly*, 27(4), 311–320.
<https://doi.org/10.1007/S12109-011-9241-4>.
- 8. Laband, D., & Hudson, J. (2003). The Pricing Of Economics Books. *The Journal Of Economic Education*, 34(4), 360–368. <https://doi.org/10.1080/00220480309090229>.

۵۹. Manna, M. La. (۲۰۰۳). The Economics Of Publishing And The Publishing Of Economics. *Library Review*, ۵۲, ۱۸-۲۸. https://doi.org/10.1108_0262203031056988_Gfv^1.Pdf
۶۰. Maxim, A., & Alexandru Maxim. (۲۰۱۲). The Role Of E-Books In Reshaping The Publishing Industry. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, ۶۲, ۱۰۴۶-۱۰۵۰.
۶۱. Miller, G. (۱۹۹۰). Book Publishing In Indonesia: Issues Affecting Acquisitions And Collections Management. *Library Collections, Acquisition And Technical Services*, ۱۴(۱), ۶۱-۷۱.
۶۲. Ringstad, Vidar, AND Knut Løyland. ۲۰۰۶. "The Demand FOR Books Estimated BY Means OF Consumer Survey Data." *Journal OF Cultural Economics* ۳۰(۳): ۱۴۱-۵۵.
۶۳. Torres-Salinas, D., & Moed, H. F. (۲۰۰۹). Library Catalog Analysis As A Tool In Studies Of Social Sciences And Humanities: An Exploratory Study Of Published Book Titles In Economics. *Journal Of Informetrics Journal*, ۳, ۹-۲۶. https://doi.org/10.1016_J.Joi.2008.10.002.Pdf
۶۴. Toufani, S., & Montazer, G. A. (۲۰۱۱). *E-Publishing Readiness Assessment In Iranian Publishing Companies*. ۸۷. <https://doi.org/10.1108/02644211106746>.
۶۵. Xiaomei, C. (۲۰۰۹). ۲۰۱۰: The Turning Point For Chinese Book Publishing Industry. *Publishing Research Quarterly*, ۲۷. <https://doi.org/10.1007/S12109-011-9203-X>
۶۶. Yang, E. (۲۰۰۴). The Trade Book Publishing Industry In South Korea. *Publishing Research Quarterly*, ۱۹(۴), ۳۷-۴۴. <https://doi.org/10.1007/S12109-004-006-1>
۶۷. Zeinolabedini, M. H., Hemmat, M., Katigari, M. R., Keshtkar, Z., & Azadboni, T. T. (۲۰۱۹). What Challenges Does The Publishing Industry Face In Iran ? *Publishing Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/S12109-019-09664-6>

ABSTRACT

Publishing books is one of the most important indicators of intellectual and spiritual growth in any country. Publishing as a cultural activity is one of the main arteries of a dynamic and developing society. Also, one of the most important goals of the Islamic Revolution is to improve the quality of the cultural and intellectual life of Iranian society. Hence, governments and cultural institutions are trying to expand book publishing in the country. Leading research has examined the economic variables affecting book publishing in Iran between ۱۳۵۷ and ۱۳۹۸.

The research data was estimated using Eviews software and a Panel data model. The results show that the variables of the inflation rate, exchange rate, gender composition of the population, and interest rate have a significant and negative effect on book publishing. Literacy rate, paper price, total population have positive impacts on book publishing and, the average population age and income did not affect the publication of books in the country. The results of this study can help the country's cultural policymakers decide the field of book publishing.

Keywords: Book publishing; Economic variables; Panel data



Shahrood University of Technology

Faculty of Industrial Engineering & Management

MSC Thesis Strings economic trends economic systems planning

Investigating The Effective Factors on Book Publishing in Iran

By: Mahboubeh Esmailihesari

Supervisor:

Dr. Mahmoud Rahimi

Advisor:

Dr. Mohammad Mirbagherijam

September ۲۰۲۱