

اللَّهُ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

مجموعه پژوهش‌های کاربردی (۱۰)

# ارزیابی حوزه‌های تأثیرگذار یارانه‌های نشر

زیر نظر: علی اصغر سیدآبادی

نویسنده: خسرو طالب‌زاده



خانه‌کتاب

۱۳۹۶

سرشناسه: طالب‌زاده، خسرو، ۱۳۳۸ -  
 عنوان و نام پدیدآور: ارزیابی حوزه‌های تأثیرگذار یارانه‌های نشر/نویسنده: خسرو طالب‌زاده؛ زیرنظر علی اصغر سیدآبادی؛  
 مشخصات نشر: تهران: خانه کتاب، ۱۳۹۶.  
 مشخصات ظاهری: ۴۳۸ ص: جدول.  
 فروست: خانه کتاب؛ ۶۱۴.  
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۲-۴۴۱-۵.  
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا  
 موضوع: نشر و ناشران -- ایران -- یارانه -- ارزشیابی  
 موضوع: Publishers and publishing -- Iran -- Subsidies -- Evaluation  
 موضوع: نشر و ناشران -- ایران -- سیاست دولت -- ارزشیابی  
 موضوع: Publishers and publishing -- Iran -- Government policy -- Evaluation  
 موضوع: کتاب -- ایران -- صنعت و تجارت -- قرن ۱۴  
 موضوع: Book industries and trade -- Iran -- 20th century  
 موضوع: کتاب -- ایران -- صنعت و تجارت -- نمایشگاه‌ها -- ارزشیابی  
 موضوع: Book industries and trade -- Iran -- Exhibitions -- Evaluation  
 موضوع: نشر و ناشران -- ایران -- قرن ۱۴  
 موضوع: Publishers and publishing -- Iran -- 20th century  
 شناسه افزوده: سیدآبادی، علی اصغر، ۱۳۵۰ -  
 رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۶ الف۴ط۲/۴۵۰/Z  
 رده‌بندی دیویی: ۰۷۰/۵۰۹۵۵  
 شماره کتابشناسی ملی: ۴۹۵۱۳۰۲

عنوان: ارزیابی حوزه‌های تأثیرگذار یارانه‌های نشر - مجموعه پژوهش‌های کاربردی (۱۰)  
 زیرنظر: علی اصغر سیدآبادی  
 نویسنده: خسرو طالب‌زاده  
 باهمکاری: ابراهیم حیدری، مهدی حشمتی  
 ناشر: مؤسسه خانه کتاب  
 نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۳۹۶  
 شمارگان: ۵۰۰ نسخه  
 بها: ۸۰۰۰۰ تومان  
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۲-۴۴۱-۵  
 طراح جلد: علیرضا کرمی  
 صفحه‌آرایی: عسگر ابراهیمی  
 ناظر چاپ: رحمان کیانی

نشانی: تهران، خیابان انقلاب، بین صبا و فلسطین جنوبی، پلاک ۱۰۸۰، مؤسسه خانه کتاب  
 تلفن: ۸۸۳۴۲۹۸۵

## فهرست

سخن آغازین.....	۱۱
پیش‌گفتار.....	۱۳
مقدمه و طرح مسئله.....	۱۵
اهداف تحقیق.....	۱۶
پرسش‌های تحقیق.....	۱۶
روش تحقیق.....	۱۶
فرایند تحقیق.....	۱۸
ادبیات تحقیق.....	۱۸
الف) کتاب.....	۱۸
ب) پژوهش.....	۲۴
ج) مقاله.....	۲۵
<b>فصل اول: تعاریف و مفاهیم.....</b>	<b>۳۱</b>
سیاست‌گذاری فرهنگی چیست؟.....	۳۳
تعاریف سیاست‌گذاری فرهنگی.....	۳۳
موضوعات سیاست‌گذاری فرهنگی.....	۳۷
مبانی نظری نسبت دولت و فرهنگ.....	۳۷
۱. حد وظایف و اختیارات دولت.....	۳۸
۲. حد اختیارات نهادهای بخش خصوصی.....	۳۸
۳. قوانین و مقررات فرهنگی.....	۳۹
۴. روش‌ها و سازوکارهای حمایتی.....	۳۹
ابزارهای سیاست فرهنگی.....	۴۱
تعریف و گونه‌های سیاست‌های حمایتی (یارانه).....	۴۱
طراحی راهبرد حمایتی معاونت امور فرهنگی.....	۴۵
فرایند و مراحل طراحی سیاست‌گذاری حمایتی معاونت امور فرهنگی.....	۴۹

تعیین شاخص‌های طراحی توسعه نشر کتاب و کتاب‌خوانی..... ۵۶

## فصل دوم: تحلیل تحولات محیطی و عوامل مؤثر بر سیاست‌های حمایتی نشر

کتاب از سال ۵۸ تا ۹۴..... ۶۱

درآمد نظری..... ۶۳

بررسی سیاست‌ها و تحولات محیطی دولت‌ها در حوزه نشر کتاب..... ۶۴

دوره انقلاب تا شکل‌گیری جمهوری اسلامی (۱۳۵۷ تا ۱۳۶۰)..... ۶۴

سیاست حمایتی در سال‌های ۵۷ تا ۶۰..... ۷۳

دوره جنگ (۶۱ تا ۶۸)..... ۷۴

تحلیل آماری وضعیت کتاب در دوره سال‌های ۶۱ تا ۶۸..... ۷۴

سیاست حمایتی..... ۸۰

دوره دولت سازندگی (۶۹ تا ۷۶)..... ۸۲

تحلیل آماری وضعیت کتاب در دوره ۶۹ تا ۷۶..... ۸۲

سیاست‌های حمایتی..... ۸۹

دوران دولت اصلاحات (۷۶ تا ۸۴)..... ۹۱

سیاست‌های حمایتی..... ۹۷

دوره دولت احمدی‌نژاد (۸۴ تا ۹۲)..... ۹۷

تحلیل آماری وضعیت کتاب در سال‌های ۸۴ تا ۹۲..... ۹۹

سیاست حمایتی..... ۱۰۶

تأثیر کتاب‌های کمک‌آموزشی بر وضعیت کتاب..... ۱۰۷

بررسی آماری روند وضعیت کتاب بعد از انقلاب اسلامی تاکنون..... ۱۰۸

نتایج بخش دو فصل نخست تحقیق..... ۱۱۰

ملاحظات اسناد بالادستی..... ۱۱۱

۱. نقشه مهندسی فرهنگی..... ۱۱۱

۲. سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴..... ۱۱۲

۳. سند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی..... ۱۱۳

۴. آموزه‌های کلان و ره‌آوردهای راهبردی برنامه وزیر..... ۱۱۳

الف) شاخص‌های منتج از تجربه عملی و اسناد بالادستی گذشته..... ۱۱۵

ب) شاخص‌های منتج از مبانی نظری و علمی..... ۱۱۵

ج) شاخص اقتضایی؛ سیاست‌گذاری پروسه‌ای در برابر سیاست‌گذاری پروژه‌ای..... ۱۲۰

فصل سوم: ارزیابی سیاست حمایتی خرید کتاب..... ۱۲۳

درآمد نظری..... ۱۲۵

۱۲۶	پرسش‌های تحقیق.....
۱۲۶	روش ارزیابی.....
۱۲۶	اهداف رسمی سیاست خرید کتاب.....
۱۲۹	روش خرید کتاب.....
۱۳۸	یافته‌های جداول و نمودارها.....
۱۴۰	بررسی میزان تأثیر خرید کتاب بر گردش مالی تولید کتاب.....
۱۴۲	رویکرد و گرایش خرید کتاب.....
۱۴۴	ارزیابی دیدگاه‌ها.....
۱۴۵	الف) نقاط قوت.....
۱۴۵	ب) نقاط ضعف.....
۱۴۶	ج) ظرفیت‌ها.....
۱۴۶	د) چالش‌ها.....
۱۴۸	طراحی سیاست نوین خرید کتاب و پیشنهادهای.....
۱۵۰	تجدید سازمان و روش خرید کتاب.....

#### فصل چهارم: بررسی تحلیلی سیاست حمایتی بن کتاب..... ۱۵۰

۱۵۵	درآمد نظری.....
۱۵۷	مقدمه.....
۱۵۷	بررسی اسناد بالادستی.....
۱۶۱	جایگاه بن کتاب در نظام پرداخت یارانه‌ها.....
۱۶۱	اهداف توزیع بن کتاب.....
۱۶۲	بررسی و تحلیل آماری عملکرد بن کتاب.....
۱۶۴	تأثیر یارانه بر سویه‌های عرضه و تقاضا.....
۱۶۶	تأثیر بن کتاب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب.....
۱۶۸	توزیع بن کتاب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب در سال ۹۵.....
۱۶۹	ارزیابی بن مشارکتی.....
۱۷۰	رسوب پول در حساب بانک عامل.....
۱۷۰	نسبت توزیع یارانه بن کتاب برحسب ناشران.....
۱۷۳	بررسی توزیع بن دانشجویی برحسب استان‌ها.....
۱۷۷	ارزیابی توزیع بن کتاب از نگاه کارشناسان و ناشران.....
۱۸۰	ارزیابی نهایی سیاست حمایتی توزیع بن کتاب.....
۱۸۱	طراحی سیاست نوین بن کتاب و پیشنهادهای.....
۱۸۳	سیاست‌گذاری نوین برای بن مشارکتی.....

**فصل پنجم: ارزیابی سیاست حمایتی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ..... ۱۸۵**

مقدمه .....	۱۸۷
نمایشگاه کتاب در تهران .....	۱۸۹
نمایشگاه کتاب در جمهوری اسلامی .....	۱۸۹
ارزیابی برگزاری نمایشگاه کتاب تهران .....	۱۹۵
ارزیابی ساختاری و سازمانی نمایشگاه .....	۱۹۵
بررسی دو دیدگاه دربارهٔ نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران .....	۲۰۰
ارزیابی اجرا و عملکرد .....	۲۰۲
ارزیابی کمی و کیفی مشارکت مردم در نمایشگاه کتاب تهران .....	۲۰۵
ارزیابی منابع و مصارف مالی .....	۲۰۸
ارزیابی دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران .....	۲۱۰
نتیجه‌گیری و ارزیابی نهایی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران .....	۲۱۵
طراحی سیاست نوین نمایشگاه کتاب و پیشنهادهای .....	۲۱۶
سیاست‌گذاری کلان نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران .....	۲۱۸

**فصل ششم: ارزیابی نمایشگاه کتاب استانی ..... ۲۱۹**

درآمد نظری .....	۲۲۱
سابقهٔ نمایشگاه استانی .....	۲۲۱
بررسی اهداف نمایشگاه کتاب استانی .....	۲۲۲
ارزیابی عملکرد نمایشگاه کتاب استانی .....	۲۲۳
عملکرد نمایشگاه کتاب استانی .....	۲۲۶
یافته‌های نمودارها و جداول .....	۲۳۸
تأثیر برگزاری نمایشگاه‌ها بر فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی استان .....	۲۴۱
استان فارس در مقیاس بزرگ .....	۲۴۱
بررسی تأثیر نمایشگاه در استان یزد در مقیاس کوچک .....	۲۴۵
مقایسهٔ میان تولید کتاب با فروش کتاب در نمایشگاه‌های استان‌ها .....	۲۴۸
ارزیابی هزینه‌های برگزاری نمایشگاه‌های استانی .....	۲۵۰
مقایسهٔ فروش نمایشگاه کتاب استانی با هزینه‌های نمایشگاه .....	۲۵۱
ارزیابی دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران .....	۲۵۲
مزایای نمایشگاه‌های کتاب استانی .....	۲۶۰
معایب نمایشگاه‌های کتاب استانی .....	۲۶۰
جمع‌بندی ارزیابی دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران دربارهٔ برگزاری نمایشگاه استانی .....	۲۶۱

۲۶۱	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری نهایی
۲۶۲	طراحی سیاست نوین نمایشگاه کتاب و پیشنهادها
<b>۲۶۵</b>	<b>فصل هفتم: ارزیابی سیاست حمایتی توسعه نشر بین‌الملل</b>
۲۶۷	درآمد نظری
۲۶۸	اهداف توسعه نشر بین‌الملل
۲۷۰	ارزیابی عملکرد
۲۷۰	حضور در نمایشگاه‌های خارجی
۲۷۱	بررسی کمی و کیفی حضور در نمایشگاه‌های خارجی
۲۷۲	ارزیابی عملکرد حضور در نمایشگاه‌های جهانی کتاب
۲۷۹	ارزیابی دیدگاه ناشران و کارشناسان
۲۸۶	نتیجه ارزیابی ناشران و کارشناسان
۲۸۷	نتیجه سیاست حمایتی حضور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب
۲۸۹	ارزیابی طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران در بازارهای جهانی
۲۹۲	ارزیابی عملکرد
۲۹۵	۱. ارزیابی عملکرد صادرات فرهنگی کشور
۳۰۹	۲. نتیجه ارزیابی توسعه نشر بین‌الملل
۳۱۲	طراحی سیاست نوین توسعه نشر بین‌الملل کتاب و پیشنهادها
۳۱۳	نتیجه‌گیری
<b>۳۱۵</b>	<b>فصل هشتم: ارزیابی سیاست حمایتی اعطای تسهیلات وام بانکی</b>
۳۱۷	درآمد نظری
۳۱۷	بررسی اهمیت و انواع تسهیلات بانکی
۳۲۲	تجربه جهانی
۳۲۶	ارزیابی دیدگاه ناشران درباره فواید و مضرات تسهیلات بانکی
۳۲۶	فواید و مزیت‌های اعطای وام کم‌بهره به ناشران
۳۲۹	زیان‌ها
۳۲۹	نتیجه ارزیابی اعطای تسهیلات وام بانکی
۳۳۰	طراحی سیاست نوین نمایشگاه کتاب و پیشنهادها
<b>۳۳۳</b>	<b>فصل نهم: ارزیابی سیاست حمایتی جوایز ادبی</b>
۳۳۵	درآمد نظری
۳۳۶	پیشینه جهانی برگزاری جوایز ادبی
۳۴۱	جایزه‌های ادبی در ایران



- جایزه‌های ادبی معاونت امور فرهنگی ..... ۳۴۵
- بخش اول: جایزه ادبی پروین اعتصامی ..... ۳۴۵
- تحلیل عملکرد جایزه ادبی پروین اعتصامی ..... ۳۵۷
- ارزیابی نهایی جایزه ادبی پروین اعتصامی ..... ۳۶۰
- تحلیل شاخص‌های عملیاتی درمورد جایزه ادبی پروین اعتصامی ..... ۳۶۰
- بخش دوم: جایزه جلال آل احمد ..... ۳۶۲
- ارزیابی جایزه ادبی جلال آل احمد ..... ۳۷۲
- ارزیابی جایزه جلال آل احمد از نگاه کارشناسان ..... ۳۷۷
- تحلیل و ارزیابی دیدگاه‌های کارشناسان و ناشران ..... ۳۸۴
- نقد اهداف و روش برگزاری جایزه جلال آل احمد ..... ۳۸۵
- تغییرات در روند اجرایی جایزه جلال آل احمد ..... ۳۸۷
- تحلیل شاخص‌های عملیاتی درمورد جایزه ادبی جلال آل احمد ..... ۳۹۱
- بخش سوم: جایزه شعر فجر ..... ۳۹۳
- ساختار سازمانی شعر فجر ..... ۳۹۳
- گزارش عملکرد جایزه شعر فجر از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ ..... ۳۹۳
- ارزیابی کمی آثار برگزیده از حیث تجدید چاپ ..... ۴۰۴
- ارزیابی کیفی جایزه شعر فجر ..... ۴۰۴
- فعالیت‌های جنبی شعر فجر ..... ۴۰۷
- فعالیت حمایتی معاونت امور فرهنگی از شعر ..... ۴۰۷
- بررسی دیدگاه کارشناسان ..... ۴۱۰
- تحلیل شاخص‌های عملیاتی اثربخشی و عدالت درمورد جایزه شعر فجر ..... ۴۱۷
- بخش چهارم: کتاب سال جمهوری اسلامی ..... ۴۱۸
- درآمد نظری ..... ۴۱۸
- کتاب سال جمهوری اسلامی ایران ..... ۴۲۰
- وضعیت کتاب‌های سال به نسبت کتاب‌های چاپ اول ..... ۴۳۴
- ارزیابی جایزه کتاب سال جمهوری اسلامی ایران ..... ۴۳۵
- تحلیل شاخص‌های عملیاتی اثربخشی و عدالت درمورد جایزه کتاب سال ..... ۴۳۶
- طراحی سیاست نوین جایزه‌های ادبی و پیشنهادها ..... ۴۳۷

## سخن آغازین

پژوهش‌های کاربردی در دستگاه‌های دولتی ابزاری برای بهبود وضع موجود هستند. این پژوهش‌ها ضمن ارائه تصویری از گذشته، با بررسی ضعف‌ها و کاستی‌ها افق‌های جدیدی را پیش‌رویمان می‌گشایند.

با این حال، روند طولانی انجام یک پژوهش از یک‌سو و هزینه بالا، پیچیدگی و فاصله‌ای که میان پژوهش‌های علمی و آکادمیک با مسائل و مشکلات اجرایی وجود دارد، معمولاً مانع تبدیل پژوهش‌ها به متن‌های سیاستی یا برنامه‌ای تأثیرگذار در سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی می‌شود.

تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی، راه میان‌ه‌ای است که هم زمان را کوتاه‌تر می‌کند و هم به آسانی به متن‌های سیاستی و برنامه‌ای تبدیل می‌شود. گزارش کارشناسی و راهبردی اگرچه ادبیاتی نسبتاً غنی در کشورهای توسعه‌یافته دارد، اما در کشور ما سازمان‌ها آشنایی چندانی با آن ندارند و اقبال چندانی به این شکل از گزارش نشان نمی‌دهند. با توجه به این کاستی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی در سه سال گذشته با استفاده از تجربه‌های ملی و جهانی، تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی در خصوص مسائل فرهنگی حوزه معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در دستور کار خود قرار داد.

این گزارش‌ها که توسط کارشناسان و متخصصان حوزه‌های مطالعاتی تهیه می‌شود به بیانی ساده و روشن مسائل مورد مطالعه را توضیح می‌دهند و رویکردهای سازمان در حل مشکل و راهکارهای پیشنهادی برای حل یا برون‌رفت از مشکل را مورد موشکافی قرار می‌دهند یا راه‌حل‌های جدیدی پیشنهاد می‌دهند و نتایج حاصله در اختیار ذی‌نفعان، تصمیم‌گیران و مدیران ذی‌ربط قرار می‌گیرد تا نقش مؤثری در انتخاب بهترین و مؤثرترین

راه‌ها باز کند.

آنچه ارائه می‌شود، یکی از گزارش‌هایی است که به عنوان پایه‌ای برای بحث و ارزیابی بیشتر تهیه شده است. این گزارش در کنار بررسی وضع فعلی به ارائه راهکارهایی برای حل مسائل می‌پردازد. بدیهی است با بحث و بررسی این متن و نقد پیشنهادهای ارائه‌شده، می‌توان به توافق درباره راهکارهای درست دست یافت و آن را به متن‌های سیاستی و برنامه‌ای تأثیرگذار در ساختارها تبدیل کرد.

با این هدف، نسخه‌هایی از این گزارش در دسترس مدیران، دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان قرار می‌گیرد تا شروعی برای گفت‌وگویی سازنده در این حوزه باشد.

## دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی

## پیش‌گفتار

در این تحقیق به ارزیابی هشت حوزه مهم و تأثیرگذار و بنیادین یارانه‌های نشر پرداخته می‌شود. این هشت حوزه عبارتند از:

۱. خرید کتاب؛
۲. بن کتاب؛
۳. نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران؛
۴. نمایشگاه استانی؛
۵. حمایت از کتب ارزشمند؛
۶. حمایت از توسعه نشر بین‌الملل؛
۷. تسهیلات اعطای وام بانکی؛
۸. جوایز ادبی و کتاب سال.

در این تحقیق ملاحظاتی وجود دارد که در ابتدا باید قدری توضیح داده شود:

۱. ارزیابی سیاست‌های حمایتی، بسته به اندازه و نوع و روش تحقیق، از زوایای گوناگون می‌تواند موضوعیت داشته باشد. مقیاس کوچک اندازه تحقیق و به اقتضای آن، روش اسنادی و کتاب‌خوانی آن، تحقیق را به سوی دو شاخص مشخص دلالت کرده است؛ **اثربخشی و**

### عدالت؛

۲. «اثربخشی» ناظر به رویکرد مدیریتی و «عدالت» ناظر بر رویکرد ارزشی و ملهم از اسناد بالادستی، به خصوص برنامه دولت جدید و شعارهای انتخاباتی آن است؛

۳. ارزیابی شاخص عدالت متکی بر روش اسنادی تحقیق صورت گرفته است. در تفسیری موسع، این شاخص و حتی اثربخشی را باید با روش میدانی و پیمایش و نظرسنجی در مقیاس ملی و نه تنها تهران، صورت گیرد. این تحقیق پیمایشی و نظرسنجی از اقدامات مهمی است که می‌تواند نتایج این تحقیق را ترمیم و اصلاح کند؛

۴. این مطالعه و تحقیق در حوزه سیاست حمایتی معاونت امور فرهنگی که وظایف و

مأموریت‌ها و درعین‌حال، اقدامات و فعالیت‌های متنوع و متکثری را دربرمی‌گیرد، با مخاطرات و معضلات جدی فقر یا کمبود یا عدم دسترسی آسان و در برخی مواقع ناممکن به اطلاعات روبه‌رو کرده بود. مهم‌ترین عامل اساسی در این دسترسی مشکل و گاه ناممکن به اطلاعات، تغییرات مداوم مدیریت‌ها و درعین‌حال، فقدان نگرش و تأکید بر نظام و مدیریت اطلاعات و دانش در معاونت امور فرهنگی از دیرباز بوده است. معاونت امور فرهنگی مانند بسیاری از نهادهای دولتی و فرهنگی، نظام اطلاعاتی یکپارچه، فعال، برنامه‌ریزی‌شده و هوشمندی ندارد. نگرش به گردآوری و مدیریت اطلاعات هنوز در حد نگرش دبیرخانه‌ای سابق است که اطلاعات دستی و متکی بر عوامل انسانی گردآوری و در زونکن رایانه ذخیره می‌شود. به‌طور طبیعی این روش نه در مرحله گردآوری به‌درستی و با دقت و جامع و کامل صورت می‌گیرد و نه در مرحله پردازش و تحلیل و ارائه خطمشی و داشبوردهای مدیریت دانش و اطلاعات کاربردی دارد؛

۵. رویکرد ضمنی این تحقیق، به‌دلیل موردی که در بند چهار اشاره شد، رویکرد گردآوری اطلاعات بوده است. در برخی از موضوعات اطلاعاتی ارائه شده است که در نگاه نخست، می‌توانست محدود یا خلاصه شود، اما به همان دلیل در ارائه اطلاعات گشاددستانه برخورد شده و کوشش شده تا در این تحقیق به‌صورت یکپارچه اطلاعات پراکنده و متفرق گردآوری و عرضه شود تا راه برای محققان و تحقیقات بعدی آسان‌تر شود؛

۶. سازمان تحقیق از دو بخش کل تشکیل می‌شود. بخش اول مباحث نظری است که مشتمل بر مباحث نظری/توصیفی برای تعیین شاخص‌های ارزیابی سیاست‌های حمایتی و پیشینه گذرایی به وضعیت این سیاست‌ها در ادوار گذشته و وضعیت نشر در ایران است. بخش دوم نظری/تجویزی معطوف به استخراج شاخص‌هایی برای ارائه طرح کلان نوسازی سیاست‌های حمایتی است. در فصل‌های بعدی که هشت فصل است، در عین اینکه از حیث مباحث نظری به فصل نخست وابسته است، تا حد امکان کوشش شده تا هشت موضوع سیاست حمایتی به‌صورت مستقل ارائه شوند که هم شامل ارزیابی و هم شامل ارائه راه‌کارهای پیشنهادی است؛

۷. با توجه به کمبود مطالعات در زمینه موضوع مورد تحقیق، این تحقیق گامی نخست با رویکرد شاخص‌محور بودن باید تلقی گردد که امید می‌رود در گام‌های بعدی تکمیل شود؛

۸. در انجام این تحقیق مدیران و کارشناسان معاونت امور فرهنگی، به‌خصوص مدیر و کارشناسان دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و مشاور امور قراردادهای و نمایشگاهی و اجرایی معاونت و ناظر پروژه همکاری مجدانه‌ای داشته‌اند که از یکایک آن‌ها تشکر می‌شود.

خسرو طالب‌زاده

شهریور ۱۳۹۵

### مقدمه و طرح مسئله

اهداف و سیاست‌گذاری حمایتی در حوزه فرهنگ به وضع و حال سازمان و نهاد بستگی تام دارد. بر مبنای اصل روان‌شناسی و عمر سازمانی، همانند روان‌شناسی و عمر انسان، سازمان‌ها هم دوران کودکی، جوانی، میان‌سالی و پیری را سپری می‌کنند. در دوره کودکی، سازمان فعال و با نشاط و یادگیرنده است و البته در زمانه **حال** سیر می‌کند. در دوره جوانی، سازمان کم‌یا بی‌تجربه است اما بانشاط و پرشور است و به آینده توجه دارد. در دوره میان‌سالی سازمان با تجربه و رشد محور و دوراندیشانه توأم با رشد سریع حرکت می‌کند و دل‌نگران **تداوم و بسط آینده** است و در دوره پیری، سازمان با تجربه اما بی‌یا کم‌تحرک و محافظه‌کار و با بهره‌وری کم است و در زمانه **گذشته** سیر می‌کند. متناسب با هر دوره سنی، سازمان در هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری هم تابعی از دوره و عمر خودش است. در سازمان‌های دوره کودکی، اهداف و سیاست‌گذاری با نشاط، جسورانه و پرتحرک است و شوق و شور یادگیری و تجربه‌اندوزی و دانش‌آموزی دارد و با قدرت خطرپذیری بیشتری عمل می‌کند. در سازمان‌های میان‌سال، تجربه‌های اندوخته شده به کار بسته می‌شود و با عبرت‌گیری از دانش ضمنی و آشکار در سازمان کوشش می‌شود بر بهره‌وری و بهینه‌سازی توان و سرمایه و کار سازمان افزوده شود و نسبت میان سازمان و آینده در هر شرایط و احوالات محیطی و سازمانی حفظ و ماندگار شود.

براین اساس، سازمان و نهاد موفق و کارا، سازمان‌هایی هستند که به‌طور مستمر و منظم شرایط درونی (اهداف، سیاست‌ها، منابع و ابزارها) را با تحولات محیطی سازگار می‌کنند و بازگشت سازمان به دوره کودکی یا پیری را با تدابیر و طراحی راهبردی ناممکن می‌سازند یا به تأخیر می‌اندازند.

اهداف و سیاست‌گذاری حمایتی معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وضع و حال این نهاد مؤثر و مهم در حوزه نشر کتاب از این قاعده مستثنی نیست. معاونت

امور فرهنگی به‌مثابه نهادی از سازمان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دهه چهل‌سالی عمر خود به «پیری زودرس» دچار شده است. پیری زودرس تعبیری است که محسن رنانی در مورد کل ساختار و روش‌های و سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی به کار می‌برد. سرعت و شتاب تحولات فناوری و وضعیت محیطی سبب شده است تا سیاست‌های فرهنگی با شتاب از زمانه خود فاصله بگیرد و گسستی چشم‌گیر میان سازمان و محیط قوام گیرد. از این‌رو، باید برمبنای روان‌شناسی این نهاد و نیز شناخت تحولات محیطی و تغییرات درونی با بازنگری در اهداف عملی و سیاست‌گذاری اجرایی آن گسست میان زمانه محیطی با زمانه سازمان بازتنظیم و بازطراحی شود.

این طرح کوشش دارد تا در حد وسع این تحقیق و موضوعات پیش‌بینی شده در شرح خدمات تحقیق و بلکه فراتر از آن، در این جهت قدم بردارد و با بازنگری در اهداف و سیاست‌گذاری‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی متناسب با وضعیت حرفه‌ای نشر کشور راه کارهای نوینی را ارائه دهد.

### اهداف تحقیق

۱. تعیین شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی سیاست‌ها و عملکرد حمایتی و مبانی سیاست‌گذاری نوین راهبردی؛
۲. ارزیابی اهداف سیاست‌ها و عملکرد معاونت فرهنگی در حوزه حمایت برمبنای دو شاخص اثربخشی و عدالت؛
۳. پیشنهادهای کلان برای ارائه سیاست‌های کارآمد و نوین.

### پرسش‌های تحقیق

- به‌منظور دستیابی به اهداف تحقیق پرسش‌هایی طرح و کوشش می‌شود در خلال و فرایند تحقیق بدان پاسخ داده شود. این پرسش‌ها عبارتند از:
۱. سیاست‌ها و اهداف حمایتی مورد مطالعه معاونت امور فرهنگی چیستند؟
  ۲. آیا این سیاست‌ها در تحقق اهداف خود هنوز کارآمد و مؤثراند؟
  ۳. آیا این سیاست‌ها عادلانه اجرا می‌شوند؟
  ۴. شاخص‌ها و ویژگی‌های سیاست‌های کارآمد کدامند؟
  ۵. مهم‌ترین پیشنهادها پژوهشی برای ارائه سیاست‌های کارآمد کدامند؟

### روش تحقیق

این تحقیق مسئله‌محور و در زمره تحقیقات علمی و کاربردی است. روش تحقیق آن ترکیبی

از روش اسنادی و کتابخانه‌ای و تحلیل مستندات و آمارهای مربوط به سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی در دو دهه گذشته (در صورت وجود آمارها و اسناد متقن و مستند فرادستی و اجرایی) و استفاده از روش مصاحبه‌ای برای به‌کار بستن دیدگاه صاحب‌نظران و ناشران برای رفع نواقص تحلیل‌های استنباطی است. این تحقیق مشتمل بر سه مرحله و گام است.

۱. در مرحله نخست با روش تحقیق توصیفی (Descriptive res) با توصیف و خوانش اسناد بالادستی و مقررات و قوانین موضوعی کوشش می‌شود تا شاخص‌های ارزیابی مرحله دوم استخراج و مشخص شوند. در این مرحله ابزار بررسی مراجعه به اسناد و مدارک رسمی و مستند و فیش‌برداری و طبقه‌بندی و تنظیم آن‌هاست. در این روش از تحلیل استنباطی اجتناب می‌شود و شاخص داده‌ها همان شاخص توصیفی‌اند.

۲. در مرحله دوم که از روش تحقیق ارزیابی بهره گرفته می‌شود، منظور دست‌یافتن به پاسخ مسائل تحقیق کاربردی و عملی است که فرایندی برای نوع جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های آماری برای تصمیم‌گیری است. در این مرحله این پرسش‌ها مدنظر است:

۱-۲. آیا روش موجود حمایتی معاونت امور فرهنگی اثربخشی دارد؟ (اعتبار درونی)؛

۲-۲. آیا روش موجود حمایتی با شاخص عدالت‌سازگاری دارد؟ (اعتبار بیرونی)؛

۳-۲. شاخص‌های جدید حمایتی که اعتبار درونی و بیرونی داشته باشند، کدامند؟.

در این مرحله ابزار گردآوری داده‌ها اسناد و مدارک مستند و متقن رسمی و متکی بر منابع مراکز و ادارات معاونت امور فرهنگی مانند خانه کتاب، مؤسسه نمایشگاه‌ها، ادارات کل و مشاوران معاونت امور فرهنگی است. سپس روش تحقیق گردآوری اسناد و آمارها و به‌کمک جداول و نمودارها سازماندهی و تلخیص و بررسی و مطالعه شده و روش تحلیل استنباطی در تفسیر داده‌ها و دستیابی به اطلاعات افزوده (ارزشمند) به‌کار رفته است. آنگاه با توجه به تجربه بیش از ۲۰ سال محقق در حوزه کتاب و معاونت امور فرهنگی از روش مشاهده‌ای نیز بهره گرفته و در موارد مبهم و مورد تردید از نظرها و دیدگاه‌های ناشران برای تحلیل داده‌ها و جداول و نمودارها استفاده شده است. در این ارزیابی روایی و پایایی داده‌ها و اطلاعات بررسی شده است.

در این مرحله اسناد و مدارک از حیث سندیت (اعتبار درونی) واکاوی شده و موارد مسئله‌دار و شبه‌دار مشخص شده‌اند.

۳. در مرحله نهایی و سوم با استفاده از الگوی برایشون برای تجویزها و ارائه الگوی پیشنهادی بهره گرفته شده است. الگوی برایشون برای سازمان‌ها و نهادهایی که مأموریت‌ها و اهداف ثابت و غیرقابل‌تغییری دارند، بیشتر تناسب و سازگاری دارد. با استفاده از این الگوی راه‌کارهای نوین سیاست‌گذاری حمایتی معاونت امور فرهنگی پیشنهاد شده است.



## فرایند تحقیق

در نمودار زیر فرایند تحقیق ترسیم شده است:

### نمودار شماره ۱



## ادبیات تحقیق

در مورد موضوع مشخص سیاست‌گذاری حمایتی نشر کتاب در ایران کتاب‌ها و مقالات محدودی منتشر شده است. البته درباره موضوعات کلی‌تر مانند سیاست‌گذاری یا برنامه‌ریزی فرهنگی، اقتصاد فرهنگ و اقتصاد نشر کتاب، بررسی آماری یا تحلیلی وضعیت نشر در ایران خصوصاً پس از انقلاب اسلامی تعداد منابع نسبتاً مناسب‌تر است. هرچند حوزه نشر و فرهنگ نسبت به سایر رشته‌ها با فقر مطالعاتی روبه‌رو است. به‌ویژه این مسئله از منظر مدیریتی و راهبردی در چارچوب مسائل یارانه‌ها و حمایت از نشر کتاب محسوس‌تر و بارزتر است. بیشتر آثار در این زمینه‌ها چه کلی و چه تخصصی مربوط به محققان و پژوهشگران دانشگاهی و غالباً با رویکرد تطبیقی است که کم‌تر مسائل عینی و انضمامی فرهنگ به‌معنای عام و نشر به‌معنای خاص در آن لحاظ شده و کم‌تر از تجربه زیستی مدیریت فرهنگی در ایران برخوردار است. در میان مسائل نشر کتاب در ایران از رویکرد فرهنگی نیز بیشتر مسائل و معضلات ممیزی نشر کتاب در ایران توجه شده است؛ مانند کتاب ممیزی در سال ۷۵ (نشر کویر) یا سانسور در دوره پهلوی فریبرز خسروی از انتشارات کتابخانه ملی ایران.

براین اساس در زیر ادبیات و پیشینه تحقیق در سه بخش مستقل کتاب، پژوهش و مقاله بررسی و ارزیابی می‌شود:

### الف) کتاب

• اقتصاد فرهنگ، بررسی اقتصادی بخش‌های مختلف فرهنگی، نگارش: میثم

موسایی تهران؛ پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، ۱۳۷۹.

در این کتاب نویسنده در هفت بخش و ۳۰ فصل به بررسی وضعیت اقتصادی فرهنگ پرداخته است. در بخش نخست نسبت میان اقتصاد و فرهنگ و نظریه‌ها و دیدگاه‌های

مرتبط با آن و در بخش دوم وضعیت بودجه فرهنگی بررسی شده است. در پنج بخش دیگر، به تحلیل وضعیت اقتصاد حوزه‌های نشر (کتاب و مطبوعات)، سینما، هنر تجسمی، توریسم و میراث فرهنگی اختصاص دارد. در فصل نشر کتاب، پس از ارزیابی و تحلیل شاخص‌های عرضه و تقاضا نتیجه می‌گیرد:

جمع‌بندی نتایج به‌دست آمده از عرضه و تقاضای کتاب حاکی از این امور است که:

۱. منحنی عرضه کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت کم‌کشش است و یک‌درصد افزایش قیمت تنها ۰/۷۷۲ درصد تغییر در میزان عرضه شده کتاب را به‌همراه داشت؛
۲. منحنی تقاضای کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت حساس بوده و باکشش است و یک‌درصد افزایش قیمت، ۱/۲۴ درصد میزان تقاضای کتاب را کاهش خواهد داد؛
۳. منحنی تقاضای کتاب در ایران نسبت به تغییرات درآمد حساس بوده و باکشش است و یک‌درصد افزایش درآمد ۵/۲۲ درصد افزایش در تقاضای کتاب را به‌همراه خواهد داشت، به‌عبارت دیگر کتاب جزء کالاهای لوکس به‌شمار می‌آید؛
۴. فرض تعادل فرض صحیحی است و مطالعات فرض عدم تعادل در بازار حمایت نمی‌کند.

پژوهشگر نتیجه می‌گیرد که «با فقیرتر شدن اقشار جامعه عملاً کتاب رواج لازم را پیدا نخواهد کرد و تا زمانی که رشد مطلوب اقتصادی در جامعه حاصل نشود، فعالیت‌های فرهنگی از جمله کتاب و کتاب‌خوانی ضربات جدی را متحمل خواهند شد.» (ص ۲۱)

نویسنده در ادامه این بخش تأثیر مستقیم و معنادار یارانه در دو سویه تقاضا و عرضه را بررسی کرده است. در سویه تقاضا حذف یارانه سبب کاهش ۱۰ درصدی تقاضا و در سویه عرضه، سبب رکود بیشتر صنعت نشر می‌شود.

این تحقیق از این جهت که به بررسی تأثیر مستقیم نقش یارانه‌ها در سویه‌های عرضه و تقاضای نشر می‌پردازد، تحقیق قابل توجه و مهمی است. اما فقدان اشراف و تسلط محقق بر مسائل نشر موجب شده است تا استنباط‌های وی بیشتر رویکرد نظری و ذهنی و نه عینی داشته باشد. به‌عنوان نمونه در بررسی تأثیر بن کتاب، اطلاعات و برداشت‌های محقق صرفاً به اعداد و ارقام اعلام‌شده متکی است و بر این فرض استوار است که تمامی بودجه بن کتاب مستقیماً در خرید کتاب مصرف می‌شود. در حالی که واقعیت توزیع بودجه بن کتاب چیز دیگری است. فقدان تجربه عملی در مدیریت نشر کتاب و اکتفا کردن به اطلاعات و ارقام کاغذی و نه واقعی برخی نتایج محقق را به انحراف کشانده است.

● اقتصاد و فرهنگ، دیوید تراسبی، ترجمه کاظم فرهادی، تهران، نشر نی، ۱۳۸۲.  
کتاب اقتصاد و فرهنگ دارای هشت فصل اصلی و یک فصل نتیجه‌گیری است؛ فصل‌های

این کتاب عبارتند از: فصل اول: مقدمه، فصل دوم: نظریه‌های ارزش، فصل سوم: سرمایه‌های فرهنگی و پایداری، فصل چهارم: فرهنگ در توسعه اقتصادی، فصل پنجم: جنبه‌های اقتصادی میراث فرهنگی، فصل ششم: اقتصاد خلاقیت، فصل هفتم: صنایع فرهنگی، فصل هشتم: سیاست فرهنگی.

در این کتاب نظریه‌ها درباره اقتصاد با فرهنگ بررسی شده است. رویکرد اصلی کتاب اقتصادی است و از این منظر موضوعات و مسائل فرهنگی تحلیل شده است. مفهوم فرهنگ در این کتاب مانند کتاب‌های مشابه بیشتر به مفهوم هنر و میراث فرهنگی نزدیک است تا به حوزه صنعت فرهنگ و صنعت نشر. از این منظر از علم اقتصاد به‌عنوان مبنایی برای تبیین مناسبات بین فرهنگ و بخش عمومی و توجه به مفاهیم گسترده‌تر تعبیر شده است. این کتاب در حوزه فراگیری و التفات به مبانی نظری و ملاحظات کلی طراحی سیاست‌های یارانه‌ای و نسبت میان دولت و فرهنگ قابل توجه است. اما از این کتاب در وضعیت اقتصادی ایران که نه به بازار آزاد متکی است و نه نهاد دولت است و نه رو به نهادگرایی دارد، باید بادقت و توجه به مسائل انضمامی ایران استفاده شود. مهم‌ترین نکته در این کتاب توجه به مطالعات تطبیقی در نظریه‌های میان دولت و فرهنگ و اقتصاد است.

• اقتصاد فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی، آلن پیکاک و ایلدر ریزو، ترجمه علی اعظم‌بیگی، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.

کتاب در سه بخش تنظیم شده است. بخش اول: تعاریف و سنجش فعالیت‌های فرهنگی، بخش دوم: چند مسئله تحلیلی در حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر، بخش سوم: چند مسئله سیاست‌گذاری اقتصادی در بخش فرهنگ و هنر. در بخش نخست، هنر از دیدگاه اقتصادی و مسائل اندازه‌گیری فعالیت‌های هنری، فرایند تأمین مالی فرهنگ و هنر در یک نگاه تطبیقی و مسئله روش‌شناختی تعریف شده است. در بخش دوم به فرهنگ به‌مثابه کالای خرد و مسئله حمایت مالی از آن و موضوع رفتار اقتصادی هنرمندان و مسئله اقتصادی نگهداری از میراث فرهنگی توجه شده است.

در بخش سوم و مهم‌تر این کتاب به بحث عدالت و کارایی، تنظیم بازار در بخش فرهنگ، طراحی و اجرای سیاست تأمین مالی فعالیت‌های فرهنگی و هنری از دیدگاه اقتصاددانان پرداخته شده است.

در مقدمه این کتاب در مورد اهمیت مبحث عدالت و کارایی در حوزه اقتصاد فرهنگ آمده است:

«امروزه یک حوزه مهم در مطالعات اقتصادی آن است که اقتصاددانان براساس معیارهای عدالت و کارایی در تولید و مصرف کالاها و خدمات مختلف، بایدها و نبایدهای دخالت‌های اقتصادی در بخش‌های ذی‌ربط را تبیین نمایند و سیاست اقتصادی دولت در هر بخش را به آن سمت هدایت کنند.» در این کتاب سه نگرش درباره نسبت میان دولت و فرهنگ مطرح است. این سه نگرش عبارتند از: عدم مداخله و آزاد گذاشتن نیروهای بازار، اصلاح نحوه کارکرد بازار و حمایت از هنرها به‌عنوان کالاهای شایسته یا ارزشمند (ص ۱۹۰). دو اصل مهم کارایی و عدالت که موضوعات مهمی در توزیع یارانه‌ها و حمایت از کالاهای فرهنگی می‌تواند محسوب شود، در این کتاب بیشتر درباره بازار آزاد بررسی شده و نقش و اهمیت آن‌ها واکاوی شده است. این موضوعات، به‌خصوص کارایی، در این کتاب چندان به نقش دولت در حوزه فرهنگ ربطی ندارد. نکته مورد توجه محقق فرض کارایی در نیروهای بازار آزاد فرهنگ و هنر است. صرف‌نظر از این رویکرد خاص نویسنده که به جوامع آزاد و سرمایه‌داری اختصاص دارد، اما این دو اصل به‌نحوی در مورد مسئله سیاست‌گذاری حمایتی دولت در حوزه فرهنگ می‌تواند مؤثر و مهم و قابل توجه و تأکید باشد.

#### • سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، پرویز اجلالی، تهران، انتشارات آن، ۱۳۷۹.

این کتاب در ۲۱۲ صفحه و چهار فصل تدوین شده است. فصل‌های این کتاب عبارتند از: «مفهوم فرهنگ» و «توسعه و فرهنگ»، «سیاست‌گذاری فرهنگی» و «برنامه‌ریزی فرهنگی و سابقه آن در ایران». در فصل سوم، انواع تطور مفهوم سیاست‌گذاری و انواع آن شامل: سیاست‌گذاری فرهنگی کلان‌نگر، سیاست‌گذاری فرهنگی خردنگر و سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران. رویکرد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در این کتاب، رویکرد توسعه‌ای است. مهم‌ترین مباحث فصل سوم عبارتند از: سیاست‌گذاری فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، آموزش فرهنگی، پژوهش فرهنگی، اطلاع‌رسانی فرهنگی، اقتصاد فرهنگی و حقوق فرهنگی. این کتاب به مفاهیم و موضوعات نظری بیشتر تأکید دارد و فاقد التفات و توجه به واقعیت عملی و تجربه فرهنگی در نظام مدیریت ایران و پیچیدگی‌های آن است.

#### • دولت و فرهنگ در ایران؛ ۱۳۰۴-۱۳۵۷، محمدعلی اکبری، تهران، مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران، ۱۳۸۲.

این کتاب در شش بخش و ۳۶۸ صفحه، فرایند تحولات و نظام تصمیم‌سازی از دوره ۱۳۰۴ تا ۱۳۵۷ و دو دوره پهلوی اول و دوم را بررسی تاریخی کرده است. عناوین این بخش‌ها

عبارتند از: فرایندهای تصمیم‌گیری، سازمان اجرایی، توصیف قوانین و مقررات، جهت‌گیری (اهداف کلان و گروه‌های هدف) و بنیان تصمیمات، نظارت و ارزیابی و اعتبارات و منابع مالی. در بخش ششم و اعتبارات و منابع مالی، اطلاعات نسبتاً مناسب و درعین حال مختصری درباره وضعیت بودجه فرهنگی و تخصیص‌های آن در دو دوره پهلوی اول و دوم گردآوری شده است. این کتاب اگرچه صبغه تاریخی دارد، اما دیدگاه مناسبی را درمورد پیشینه تاریخی نظام بودجه و منابع مالی محصولات و فعالیت‌های فرهنگی در ایران ارائه می‌دهد.

• **کتاب سروش؛ کتاب و جامعه، (مجموعه مقالات-۴)، تهران، سروش، ۱۳۷۷.**

این کتاب شامل ۱۷ مقاله است که برخی مقالات مرتبط با موضوع این تحقیق عبارتند از: تولید کتاب در ایران (آ. دانه‌کار)، اقتصاد کتاب (علی علوی)، برگزاری نمایشگاهی مطلوب (بهرروز گرانیپیه).

در مقاله تولید کتاب در ایران وضعیت تولید کتاب در دهه ۵۰ و ۶۰ بررسی کمی شده است. در مقاله اقتصاد کتاب، کتاب به‌مثابه کالای فرهنگی در وضعیت‌های کالای مخلوط و خواست درخور توجه تحلیل شده و نویسنده درمورد گونه سوم می‌نویسد که در میان هزینه‌های خصوصی و اجتماعی و میان منافع خصوصی و اجتماعی کتاب یکسانی وجود ندارد (ص ۱۲۳).

مجموعه این مقالات رویکرد کاربردی دارد و برخی دیدگاه‌های قابل توجه است. هرچند میان واقعیت‌های زمان نگارش مقالات با زمان کنونی فاصله افتاده است و برخی از تحلیل‌ها کاربرد خود را از دست داده است.

• **مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، سیدرضا صالحی امیری و امیر عظیمی دولت‌آبادی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، مجمع تشخیص مصلحت نظام / معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی؛ تهران، شادان، ۱۳۸۷.**

این کتاب دارای پنج بخش است که در بخش اول با عنوان مبانی نظری، مفهوم فرهنگ و ابعاد، ویژگی‌ها، اهمیت، کارکردها و برخی نظریه‌های مربوط و مفهوم مدیریت فرهنگ، ابعاد و چارچوب‌های آن، ضرورت و اهمیت آن و تأثیر رویکردهای فرهنگی بر مدیریت فرهنگی بحث و بررسی شده است.

بخش دوم به مباحث برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی می‌پردازد. این بخش شامل پنج فصل است. در فصل اول تعریف، ضرورت و دیدگاه‌های مرتبط با برنامه‌ریزی فرهنگی آورده شده است. در فصل دوم الگوهای سه‌گانه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی،

در فصل سوم نقش و جایگاه دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی، در فصل چهارم ملزومات و ویژگی‌های برنامه‌ریزی فرهنگی مطلوب و در فصل آخر نیز وضعیت برنامه‌ریزی فرهنگی در دوره قبل و بعد از انقلاب اسلامی و همچنین چالش‌ها و تهدیدات فراروی برنامه‌ریزی فرهنگی کنکاش شده است.

بخش سوم تحقیق که دارای دو فصل است به بحث سیاست فرهنگی در جهان متغیر اختصاص دارد. در فصل اول از این بخش به جهانی‌شدن، ابعاد و شاخص‌های آن، جهانی‌شدن و فرهنگ، پیامدهای فرهنگی جهانی‌شدن و رویکردهای مرتبط با آن پرداخته شده است. در فصل دوم، سیاست فرهنگی و تأثیر جهانی‌شدن بر سیاست فرهنگی کشورها به بحث گذاشته شده است.

بخش چهارم کتاب به بررسی آسیب‌شناسانه ساماندهی فرهنگی در ایران اختصاص دارد. در این بخش - که بیشترین حجم مطالب کتاب را شامل می‌شود - در فصل اول وضعیت ساماندهی فرهنگی در ایران از ابعاد و زوایای مختلفی بررسی شده است. فصل دوم به رویکردهای موجود در زمینه بررسی عملکرد سازمان‌های فرهنگی اختصاص دارد و عملکرد سازمان‌های فرهنگی براساس شاخص‌های مالی و انسانی ارزیابی شده است. در پایان این فصل وضعیت بهره‌وری در بخش فرهنگ براساس اطلاعات موجود آورده شده است. بخش پنجم کتاب شامل مباحث مربوط به نظارت و ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی است. در این بخش سعی شده است تا وظایف و عملکرد دستگاه‌های فرهنگی ناظر بررسی و با ذکر نمونه‌هایی وضعیت فعلی نظارت بر عملکرد سازمان‌های فرهنگی و عملکرد آن‌ها تحلیل شود. در پایان کتاب نیز نتیجه‌گیری از مباحث ارائه شده است. از جمله این نتایج می‌توان به این مورد اشاره کرد:

قائم به شخص بودن برخی سیاست‌های فرهنگی و سیاست‌زدگی نظام مدیریت فرهنگی کشور از دیگر موضوعات مرتبط با سازمان‌های فرهنگی است. اصولاً در جامعه ایران، برخی دستگاه‌های فرهنگی وابسته به شخص بوده و با آمدن و رفتن آن‌ها دچار تحولات بنیادی می‌شوند. ضمن اینکه این دستگاه‌ها بسیار متأثر از عرصه سیاست بوده و با تغییرات در حکومت‌ها [دولت‌ها] دچار فرازونشیب می‌شوند.

رویکرد این کتاب بررسی اسناد و مقررات است و بیش از آنکه به زیست تجربه‌شده فرهنگی در ایران به‌خصوص مدیریت فرهنگی التفات داشته باشد، پدیدارهای فرهنگی را از منظر مفاهیم و اسناد مکتوب فرهنگی بررسی کرده که در مطالعات اسنادی قابل توجه و فایده است.

• اقتصاد فرهنگ (مجموعه مقالات)، به کوشش محمدمهدی مظاهری و علی رشیدپور، بی‌نا، ۱۳۸۹.

عناوین مقاله‌های این کتاب عبارتند از:

تقابل اقتصاد و فرهنگی (نرگس عطریان)، اقتصاد و فرهنگ؛ تاریخچه و تئوری (علی رشیدپور)، ارزش‌ها و دیدگاه‌های مربوط (مهرزاد شاه‌علی و الناز مشگی)، کالاها و خدمات فرهنگی (علی رشیدپور)، روش‌های ارزش‌گذاری کالاهای فرهنگی (محمدمهدی مظاهری و عنایت‌الله آقایی)، چه ارزش‌هایی بایستی در هنرها به حساب آیند؟ تنش میان تأثیرات اقتصادی و ارزش‌های فرهنگی (علی رشیدپور).

این کتاب در کاوش درباره عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر تعیین قیمت و ارزش کالاهای فرهنگی است. به‌خصوص که این کالاها برخلاف دیگر کالا واجد ارزش‌های فرهنگی و نمادین هستند. این تحقیق بیشتر متکی بر مفاهیم کلی و نظریات مطرح در حوزه اقتصادی و فرهنگی است. برخی از گرایش‌های نویسندگان در تحلیل نسبت میان اقتصاد و فرهنگ به‌جانب نظریات جدید پست‌مدرن تمایل می‌کند.

#### ب) پژوهش

• «ارزیابی سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال‌های ۸۴ تا ۸۸»، دکتر علیرضا کرمانی، ۱۳۸۸.

این تحقیق در ده فصل تدوین شده است که سیاست‌ها و عملکرد حمایتی معاونت امور فرهنگی در دوره چهارساله باتوجه به برنامه سوم و چهارم توسعه کشور ارزیابی و تحلیل شده است. برخی از عناوین اصلی و مهم این تحقیق عبارتند از: گزارش عملکرد سازمان مورد مطالعه، بازنگری در یافته‌ها، ارزیابی عملکرد سازمان مورد مطالعه، پیشنهادهایی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه کتاب و کتاب‌خوانی کشور.

این ارزیابی سیاست‌های حمایتی در چهار حوزه صورت گرفته است: سیاست حمایت مالی مستقیم با محوریت ناشران، مصرف‌کنندگان، پدیدآورندگان و توزیع‌کنندگان کتاب. روش ارزیابی در این تحقیق بیشتر کمی است و میان اهداف کمی مصوب با اعتبارات و تخصیص‌های عملی مقایسه شده و با روش علمی انحرافات و سازگاری‌ها میان اهداف و عملکرد در هر زمینه نشان داده شده است.

در بخش پیشنهادها محقق یافته‌های خود را برای اصلاح امور و وضعیت کنونی سیاست‌های حمایتی ارائه داده است. در مقدمه این بخش آمده است:

براین اساس پیشنهادهای خود را به دو حوزه خاص محدود می‌کنیم؛ ظرفیت‌های قانونی و برنامه‌ای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی حوزه کتاب و کتاب‌خوانی کشور و گزینه‌های

جدید سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی حوزه کتاب و کتاب‌خوانی کشور (ص ۳۶۳).

برخی از مهم‌ترین این پیشنهادها عبارتند از:

- قانون معافیت مالیاتی ناشران و کتاب‌فروشان؛

- ممنوعیت دستگاه‌های دولتی از چاپ نشریات غیرضرور؛

- ترویج کتاب و کتاب‌خوانی با استفاده نیم‌درصد از اعتبارات دستگاه‌های موضوع ماده (۱۶۰) قانون برنامه چهارم؛

- بازخوانی مجدد سند توسعه بخش فرهنگ و هنر کشور و تطبیق مجدد آن با الزامات برنامه‌های دولت در حوزه کتاب و کتاب‌خوانی؛

- بازنگری و اصلاح آیین‌نامه نحوه پرداخت یارانه در حوزه نشر و مطبوعات؛

- امکان فعالیت ناشران در مکان‌های غیرتجاری (لایحه پیشنهادی کاربری فرهنگی)؛

- استفاده از ظرفیت‌های صدا و سیما در تبلیغ کتاب و کتاب‌خوانی در کشور.

در پایان محقق تحقیق خود را با این پرسش به انجام می‌رساند که سؤال مهم دیگری که به نظر می‌رسد پاشنه آشیل سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم باشد، سؤال از جایگاه کتاب‌خوانی در مجموعه سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی است. چه نسبتی از حمایت‌ها به کتاب‌خوانی اختصاص پیدا کرده و چه نسبتی به کتاب؟

این تحقیق که مباحث و موضوعات کمی مهمی را در تحلیل سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی پیش می‌کشد، حاوی اطلاعات یگانه و منحصر به فردی است که در اختیار محقق قرار گرفته است و به ارزش این تحقیق افزوده است. اطلاعات و داده‌های این تحقیق برای ارزیابی سیاست‌های حمایتی نقش مهمی دارد.

### • «ارزیابی راهبرد و سیاست‌گذاری فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دوره‌های ۸۰ تا ۸۴»، خسروطالب‌زاده، ۱۳۸۵.

این تحقیق متکی بر تحقیق پیمایشی از مدیران و معاونان دوره زمانی مورد مطالعه در دو حوزه نظارت و حمایت پرسش‌هایی را مطرح و تحلیل شده است. در بخش نظری این تحقیق چهار الگوی سیاست‌گذاری تجربه شده در جهان بررسی شده است. این چهار الگو عبارتند از: الگوی سیاست‌گذاری حمایت بخشودگی مالیاتی (الگوی آمریکا)، الگوی حمایت برنامه‌ریزی شده (الگوی انگلستان)، الگوی معماری فرهنگی (الگوی فرانسه) و الگوی مهندسی فرهنگی (شوروی سابق و کشورهای مارکسیستی). از جمله نتایج حاصل از نظرسنجی از مدیران فرهنگی این است که در دوره زمانی مورد مطالعه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فاقد استراتژی مدون و یکپارچه و منسجمی است و مدیران عالی و میانی



دیدگاه مشترکی درباره راهبرد فرهنگی نداشته‌اند.

### ج) مقاله

بررسی تأثیر یارانه کتاب بر بازار آن، نویسنده: میثم موسایی، این مقاله به این پرسش می‌پردازد که پرداخت یارانه به بخش کتاب تا اندازه زیادی توجیه اقتصادی دارد و برای هدفمند کردن و افزایش اثربخشی آن باید یارانه‌ها، مستقیماً به مصرف‌کننده پرداخت شود.

#### • «ارزیابی بن کتاب»، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی معاونت امور فرهنگی، ۱۳۹۴.

این جزوه گزارشی از وضع موجود بن کتاب و ضعف‌ها و مشکلات آن است که حاوی پیشنهادهایی کوتاه‌مدت برای اصلاح روش موجود است. در این تحلیل با استفاده از نظر ناشران و کارشناسان پیشنهاد شده است که در کوتاه‌مدت، بن هدیه کتاب در نمایشگاه کتاب سال ۹۴ حذف شود.

#### • «ترویج کتاب‌خوانی»، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتاب‌خوانی کارگروه ترویج کتاب‌خوانی، ۱۳۹۳.

این گزارش به بررسی مفهوم و تعریف کتاب‌خوانی و علل فقر کتاب‌خوانی در ایران و راهکارهای ترویج کتاب‌خوانی و نقش دولت در این زمینه می‌پردازد.

عناوین این بررسی عبارتند از: تعریف کتاب، تعریف کتاب‌خوانی، میزان کتاب‌خوانی، چرا ما ایرانیان کم‌تر کتاب می‌خوانیم، چگونه می‌توان فرهنگ کتاب‌خوانی را گسترش داد؟ دولت چگونه می‌تواند به ترویج کتاب‌خوانی کمک کند؟

در این بررسی نهایتاً به طرح پرسش‌هایی در زمینه کتاب و کتاب‌خوانی شده است. برخی از مهم‌ترین این پرسش‌ها عبارتند از:

- کمک‌ها و یارانه‌ها تا چه اندازه اثر داشته، دارند و خواهند داشت؟

- چگونه می‌توان بر این اثربخشی افزود؟

- اگر قرار باشد دخالت دولت در بخش کتاب نیز مانند سایر بخش‌ها به حداقل برسد، این سیاست چه اثری بر بازار کتاب دارد؟

- آیا تغییر این یارانه‌ها از بخش تولید به مخاطبان یا مصرف‌کنندگان این کالای فرهنگی بر رونق اقتصاد نشر تأثیری داشته است؟

- نسبت حمایت معاونت امور فرهنگی از حلقه‌های مختلف نشر باید یکسان باشد؟ چه نسبتی باید برقرار باشد؟ به کدام حلقه باید بهای بیشتری داد و چرا؟

• «بررسی تأثیر یارانه کتاب بر بازار آن»، میثم موسایی، نامه پژوهش، سال جدید، دوره هفتم، شماره پنجم، ۱۳۸۲.

پرسش اصلی این مقاله این است که یارانه‌های پرداختی به بخش کتاب چه تأثیری بر بازار آن دارد؟ و در صورت داشتن توجیه اقتصادی، برای هدمندکردن یارانه‌ها چه باید کرد؟ برای یافتن پاسخ پرسش مذکور ضمن شناخت عوامل اصلی مؤثر بر تقاضا و عرضه کتاب و برآورد تابع عرضه و تقاضا و محاسبه کشش‌های قیمتی و درآمدی، تأثیر یارانه‌ها بر میزان تقاضای کتاب بررسی شده است. نتایج مهم این بررسی عبارتند از:

۱. تابع عرضه کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت، کم‌کشش است و یک‌درصد افزایش قیمت تنها ۰/۲۷۷ درصد تغییر در عرضه کتاب را به همراه خواهد داشت؛  
 ۲. منحنی تقاضای کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت حساس بوده و با کشش است و یک‌درصد افزایش قیمت کتاب، ۱/۲۴ درصد میزان تقاضای کتاب را کاهش خواهد داد؛  
 ۳. تقاضا نسبت به درآمد نیز حساس بوده و یک‌درصد افزایش در درآمد موجب ۵/۲۲ درصد افزایش در تقاضای کتاب خواهد شد؛

۴. حذف یارانه‌ها موجب می‌شود که قیمت کتاب یک‌درصد افزایش یابد و میزان تقاضا برای کتاب ۱/۲۴ درصد کاهش یابد. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد پرداخت یارانه به بخش کتاب تا اندازه زیادی توجیه اقتصادی دارد و برای هدمندکردن و افزایش اثربخشی آن باید یارانه‌ها، مستقیماً به مصرف‌کننده پرداخت شود.

این مقاله از جمله معدود مقالاتی است که به‌طور خاص و از نگاه اقتصادی به تحلیل مستقیم موضوع تأثیر یارانه‌ها بر وضعیت کتاب در دو سویه عرضه و تقاضا می‌پردازد. رویکرد اقتصادی این نویسنده که پیشتر کتابی از وی نیز در زمینه اقتصاد فرهنگ معرفی شد، هم جنبه مثبت دارد و هم جنبه انتقادی. وجه مثبت آن تحلیل دقیق اقتصادی وضعیت یارانه‌های کتاب است. اما وجه انتقادی این مقاله، فقدان شناخت دقیق از فرایند عملی سیاست‌های یارانه‌ای است. با این حال این مقاله حاوی تحلیل‌های قابل توجهی در حوزه یارانه کتاب است.

• «عوامل مؤثر بر عملکرد و سیاست‌گذاری فرهنگی دولت نهم و دهم»، زهرا حسن استادعلی و طهمورث شیرینی، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره اول، زمستان ۱۳۹۲.

این مقاله به بررسی سیاست‌گذاری فرهنگی دولت نهم و دهم با توجه به علایق و سلیقه‌های مخاطبان، انتخاب درست عاملان فرهنگی و جذب مدیران با روحیه خلاق و با مهارت و میزان کارآمدی مدیران فرهنگی می‌پردازد. نتایج این پژوهش حاکی از معناداری رابطه

بین متغیرهایی چون: جذب مدیران کارآمد و مجرب سیاست‌زدگی مدیریت فرهنگی، تعدد نهادهای متولی، وجود دستگاه‌های ناظر فرهنگی، قابل‌اجرا بودن دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌ها، شتابزدگی در تصمیم‌گیری‌های کلان کشور در حوزه فرهنگی، نظام‌مند بودن تصمیم‌گیری‌ها، هماهنگی اهداف کمی و کیفی حوزه فرهنگی، روزآمد بودن قوانین و همچنین تعامل سازمان‌های فرهنگی با یکدیگر و عملکرد و سیاست‌گذاری فرهنگی دولت نهم و دهم است.

این مقاله از حیث توجه به نقش مدیران در اجرای سیاست‌گذاری فرهنگی قابل توجه است. به عبارت دیگر وجود قوانین و مقررات خوب و مطلوب برای اجرا کفایت نمی‌کند و روحیه و شخصیت مدیران هم در این اجرا بسیار تعیین‌کننده است.

• «بررسی وضعیت نشر کتاب در ایران»، دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهشی مجلس شورای اسلامی، شهریور ۱۳۹۰.

این مقاله که به صورت جزوه مستقل منتشر شده به بررسی وضعیت مؤلفان و وضعیت حقوقی و جایگاه آن‌ها در میان ناشران و مخاطبان پرداخته است. مقاله که برای مخاطبانی با اندک اطلاعات درمورد نشر و مؤلف نوشته شده، پیشنهادهایی برای رعایت حقوق مادی و معنوی مؤلفان است. درمورد حمایت از حقوق مؤلفان پیشنهاد شده که آن‌ها نیز دارای سندیکا و اتحادیه خود برای دفاع از سیاست‌های حمایتی شوند.

• «تحلیل آماری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب در ایران میان سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۷»، فهیمه باب‌الحوائجی، فرشاد مؤمنی، نجلا حریری، داریوش مطلبی، پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۳۹۰.

هدف بنیانی این پژوهش، بررسی تحلیلی وضعیت نشر کتاب در ایران میان سال‌های مورد مطالعه و میزان مشارکت ناشران ایرانی در انتشار کتاب است. جامعه پژوهش شامل اطلاعات آماری تمامی کتاب‌های منتشرشده میان سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷ است؛ برای گردآوری اطلاعات از سیاهه واریسی و برای تحلیل‌های آماری از روش‌های آماری توصیفی شامل درصد، میانگین، انحراف معیار و نمودارها برای توصیف مشخصه‌های عنوان ۵۶۰۳۳۹ کتاب‌ها و ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است.

از نتایج این تحقیق می‌توان به این نکته مهم محققان اشاره کرد:

یکی از مشکل‌های بنیانی موجود در خرید کتاب از سوی نهادهای دولتی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، شهرداری، ستاد عالی کانون‌های فرهنگی-

هنری مساجد، آموزش و پرورش و مانند آن که برای کتابخانه‌های عمومی خریداری می‌کنند، عدم همخوانی میان کتاب‌های خریداری‌شده و نیازها و تمایل‌های جامعه است. بهتر است نگاه تنها ارزشی در خرید کتاب‌ها کاهش یابد و میان نیازها و خواسته‌های جامعه و کتاب‌های خریداری‌شده همخوانی ایجاد شود. این مسئله به اقبال بیشتر مردم و تأثیر مثبت بر گرایش آن‌ها به کتاب‌خوانی و مراجعه به کتابخانه انجامیده و در صنعت نشر تأثیر مثبت خواهد داشت.

● «بررسی وضعیت نشر حرفه‌ای کتاب و سیاست‌های دولتی در ایران (از مجموعه گزارش‌های راهبردی مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام)»، سال دوم، شماره ۵۰، بهمن ۱۳۸۶.

در این مقاله با رویکرد آسیب‌شناختی درصدد برآمده است تا موانع موجود بر سر فرایند حرفه‌ای‌شدن نشر کشور بررسی و تحلیل شود. در مقدمه این تحقیق آمده است: ما به دلیل بی‌توجهی به مقتضیات نشر حرفه‌ای، با وجود نزدیک به دو دهه سیاست‌های حمایتی دولت در حوزه کتاب، با نشری بیمار، نابالغ و وابسته روبه‌رو هستیم. در این تحقیق با توجه به آمارهای ناشران و تولید کتاب تأثیر سیاست‌های حمایتی در دو دهه بررسی شده و در پایان نتیجه می‌گیرد:

بررسی سیاست‌های دولتی حوزه نشر بیانگر آن است که این سیاست‌ها در تحقق هدف خود که تثبیت و توسعه نشر حرفه‌ای در کشور بوده، موفقیت چندانی نداشته‌اند و به نظر می‌رسد که تداوم این سیاست‌ها نیز ما را از رسیدن به وضعیت نشر حرفه‌ای دورتر هم خواهد کرد. براین اساس، بازنگری در سیاست‌های حاکم دولتی در این حوزه ضرورتی حیاتی دارد و باید سیاست‌هایی جدید، با رویکردی جدید در این حوزه تدوین شوند. این رویکرد باید حداقل دارای دو ویژگی باشد: همه‌جانبه‌گرایی و انسجام و هماهنگی رویکرد جدید دولت به سیاست‌گذاری در حوزه نشر کتاب، باید همه اجزای نشر را دربر گرفته، و از کلیتی منسجم برخوردار باشند. برای این منظور، طراحی سازوکارهای سیاست‌گذارانه و هماهنگ‌کننده‌هایی چون شورای توسعه ملی کتاب در کشور ضروری به نظر می‌رسد.

اگرچه رویکرد و بینش این مقاله نسبت به مسائل نشر کتاب واقع‌بینانه است اما در پایان رویکرد بروکراتیکی برای برون‌رفت از این وضعیت پیشنهاد می‌شود که قابل تردید و تأمل است.

## فصل اول

### تعاریف و مفاهیم

### سیاست‌گذاری فرهنگی چیست؟

تعریف سیاست‌گذاری فرهنگی همانند مفهوم فرهنگ، معنایی سیال و پویا و گونه‌گون دارد. همان‌گونه که فرهنگ به‌معنای عام و کلی و مفرد وجود ندارد و فرهنگ در هر زمان و مکان معنایی خاص دارد، سیاست‌گذاری فرهنگی نیز در قالبی یگانه و یکپارچه و یک‌سویه معنا و مفهومی ندارد. متناسب با هر جامعه و با هویت اجتماعی بر ساخته‌شده در تاریخ و براساس مختصات فرهنگی آن، سیاست‌گذاری خاص و متمایزی وضع و اجرا می‌شود. بنابراین سیاست‌گذاری واحدی نمی‌تواند الگوی همه دولت‌ها و جوامع قرار گیرد و همه آنان را ملزم یا محق دانست تا از یک سرمشق پیروی کنند. سیاست‌گذاری «ها»ی فرهنگی باید مورد توجه و مطالعه و بررسی واقع و باهم مقایسه شود. سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در شکل و قالب‌ریزی دارای نکات مشترک‌اند اما در محتوا و رویکردها از اصولی متفاوت و متمایز پیروی می‌کنند. در این میان برخی دولت‌ها اقدامات سازمان‌یافته را ترجیح می‌دهند و برخی دیگر به اشکال انعطاف‌پذیرتر طراحی پروژه و حمایت راغب‌اند و بالاخره پاره‌ای از دؤل نیز می‌کوشند که فقط مشوق و انگیزه برای فعالیت گروه‌ها و اجتماعات پراکنده فرهنگی فراهم آورند.<sup>۱</sup>

سیاست‌گذاری فرهنگی بین‌رشته‌ای و آمیزه و ترکیبی از علوم اقتصادی و اجتماعی و سیاسی و فرهنگ و مدیریت است. از منظر هرکدام از این رشته‌ها می‌توان سیاست‌گذاری را با رویکردی خاص تجزیه و تحلیل کرد و شاخص‌ها و معیارهایی را برشمرد. در اینجا برخی از این تعاریف باتوجه به تعریف سیاست‌گذاری در وجه عمومی آن که سیاست‌گذاری فرهنگی اقتباسی از آن است، ارائه می‌شود.

### تعاریف سیاست‌گذاری فرهنگی

مجموعه‌ای به‌هم پیوسته از ارزش‌ها و اصولی که راهنمای هر نهاد اجتماعی در امور فرهنگی است.

۱. مشکلات و چشم‌اندازها، یونسکو، ۱۹۸۲، ص ۲۶.

آگوستین ژیرارد، عضو گروه مطالعات و تحقیقات وزارت فرهنگ فرانسه در کتابش با عنوان توسعه فرهنگی، تجربه‌ها و سیاست‌ها که از کارهای اساسی در این زمینه است، سیاست فرهنگی را چنین تعریف می‌کند:

«سیاست‌گذاری نظامی از اهداف غایی، مقاصد عملی و ابزارهایی است که توسط یک گروه دنبال یا توسط یک متولی اجرا می‌شود. سیاست‌گذاری فرهنگی در اتحادیه صنفی، یک حزب، یک جنبش آموزشی، یک نهاد، یک مؤسسه، یک شهر یا یک حکومت می‌تواند تشخیص داده شود. اما صرف‌نظر از نوع نهادها، سیاست‌گذاری بر وجود اهداف غایی (بلندمدت)، مقاصد (کوتاه‌مدت و سنجش‌پذیر) و ابزارهایی (منابع انسانی، مالی و مقررات) است که در نظامی همبسته و معین ترکیب شده‌اند.

همچون فرهنگ که امری فراگیر است، سیاست‌گذاری فرهنگی نیز طیف وسیعی از اقدامات برای توسعه زندگی فرهنگی را دربرمی‌گیرد»<sup>۱</sup>.

۱. سیاست‌گذاری فرهنگی اشکال گوناگونی از ساختارهای نهادی در سطوح ملی و محلی است که در چارچوب مقررات از میراث و تنوع خلاقیت‌ها و کوشش‌های هنری خلاقان حمایت می‌شود. همان‌گونه که بنت (۱۹۹۵: ۲۰۱) خاطرنشان می‌کند، سیاست‌گذاری فرهنگی محدود به اقدامات دولت نیست، بلکه اقدامات سازمان‌های بخش فرهنگی نیز در چارچوب سیاست‌گذاری به همان میزان از اهمیت برخوردار است.<sup>۲</sup>

۲. سیاست‌گذاری فرهنگی از نوع برنامه‌ریزی راهبردی یا درازمدت است که از آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه (ایدئولوژی) الهام می‌گیرد و برنامه‌ریزی میان‌مدت و کوتاه‌مدت را هدایت می‌کند. اما این یک رابطه یک سویه نیست. هیچ آرمانی (هرچقدر ارزشمند) اگر با واقعیات جامعه سازگار نشود، قابل تحقق نیست. پس استراتژی‌ها را باید مبتنی بر آرمان‌ها و سازگار با واقعیات و شرایط زمان و مکان طراحی کرد.<sup>۳</sup>

۳. سیاست‌گذاری فرهنگی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، سنت‌ها و راهبردهای معطوف به روش اقدام و بر ضد توازن قدرت است.<sup>۴</sup>

در روند سیاست‌گذاری پس از جنگ جهانی دوم و پیدایی دولت رفاه و ضرورت توجه به سازوکارهایی برای حمایت از محصولات و تولیدات هنری و مشارکت و تشویق توسعه خلاقیت، سه تحول عمده در پهنه سیاست‌گذاری فرهنگی و مناسبات و روابط میان دولت و فرهنگ رخ داد.

۱. همان ص ۱۷۱.

۲. همان.

۳. اجلالی، پرویز (۱۳۷۹). سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، تهران، آن، ص ۵۹.

4. La notion de la culture politique, communication et formation interculturelle, NALCO, 2002-2003, paris.

نخست؛ گذر از مبنایی کاملاً تک‌فرهنگی به منظور آماده‌سازی و اشاعه فرهنگ از جانب دولت به یک وضعیت متنوع‌تر و فراگیرتر. این تغییر در مطالعات فرهنگی معاصر به‌عنوان فروپاشی موقعیت مسلط هنجارهای فرهنگ والای طبقات بالا و متوسط جامعه به‌نفع پاگرفتن فرهنگ برخاسته از مبادلات مردم «عادی» تفسیر می‌شود، و دارای مؤلفه قوی توجه به گروه‌های اقلیت و محروم جامعه است. از نظر سیاست، این تغییر را می‌توان کم‌وبیش در حوزه‌هایی دیگر مشاهده کرد، از جمله، تضعیف ضابطه‌های «نخبگان» در تعریف کمال هنری، در برنامه‌های حمایت از هنرها، تأکید بر دسترسی و مشارکت فرهنگ به‌جای پی‌گیری «کیفیت در هنرهای والا، ترویج گرایش چندفرهنگی و تنوع فرهنگی، افزایش به رسمیت شناختن ارزش‌های فرهنگی محلی و منطقه‌ای در تعیین جهات سیاست و نظایر آن‌ها.

دومین دگرگونی‌ای که می‌توان در توسعه سیاست فرهنگی در دوره بعد از جنگ مشاهده کرد، انتقال از تسلط بخش عمومی به بخش خصوصی است. هرچند دولت ظرفیت هدایت و مدیریت تغییر فرهنگی را از طریق سیاست‌های فرهنگی در اختیار داشته است، ولی قدرت آن برای انجام این کار به‌گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر در طول این دوره به‌علت کاهش در بودجه‌های دولتی، قطع دخالت دولت در برخی از حوزه‌ها و افزایش شناخت جهان سهیم در فرصت‌های تجاری بخش فرهنگی ضعیف شده است. در نتیجه، به‌عنوان مثال، امروزه ماهیت تغییر فرهنگی و جهت تحول در هنرها بیشتر به‌وسیله فشارهای حمایت مالی تجاری و پشتیبانی خصوصی تعیین می‌شود تا از طریق دخالت هدفمند بخش عمومی. این گرایش‌ها منعکس‌کننده حرکت عمومی به‌سمت مقررات‌کاهی، خصوصی‌سازی، دولت‌زدایی (desetatisation) و آزادسازی بازار است که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ در کشورهای لیبرال دموکراتیک به‌طرزی فراگیر و به‌ویژه در تغییر اقتصادی اروپای شرقی و مرکزی رخ داده است. بخش فرهنگی از چند راه تحت تأثیر این فراگردها قرار گرفته است. کاهش بودجه‌های عمومی، به‌خصوص در کشورهای کمونیستی سابق، جست‌وجو برای منبع جدیدی به‌منظور حمایت از فرهنگ را ضروری ساخته است. مثلاً بریتانیا راه‌گشای استفاده از درآمد قمار برای چنین اهدافی از طریق برگزاری بخت‌آزمایی ملی و اختصاص درآمدهای این کار برای پروژه‌های فرهنگی و نظایر آن بوده است. علاوه بر این سیاست‌گذاران در پی شکارهای جدید مشارکتی برای نهادهای فرهنگی بوده‌اند تا آن‌را از مالکیت و کنترل کاملاً عمومی جدا کنند. مثلاً در هلند موزه‌ها و گالری‌های ملی به‌عنوان واحدهای تجاری خودگردان و مستقل دوباره سازماندهی شده‌اند، که به‌موجب آن دولت مالکیت ساختمان‌ها و مجموعه‌ها را در اختیار دارد و به حمایت مالی براساس موارد توافق‌شده ادامه می‌دهد، ولی کنترل و مدیریت نهادها آزاد شده است تا در فعالیت تسهیلاتی و ارائه خدمات به عموم انعطاف‌پذیرتر، پاسخگوتر و کارآفرین‌تر باشند. گستره



سیاست فرهنگی در این زمینه‌ها به سمت فعالیت مالی بازتر و انعطاف‌پذیرتری تغییر می‌کند و دولت دارای مسئولیت نظارتی می‌شود، در عین اینکه آشکارا نقش اساسی خود در دفاع و حمایت از منافع عمومی در حوزه فرهنگ را حفظ می‌کند. سومین تغییری که بر تدوین سیاست فرهنگی در اواخر قرن بیستم تأثیر گذاشته، پیشرفت اجتناب‌ناپذیر جهانی‌سازی است.<sup>۱</sup>

در این فرایند جهانی‌سازی معلول تحولات و پیشرفت‌های تکنولوژیک و جهان شبکه‌ای شده‌ای است که زمان و مکان، مفهوم سنتی خود را از دست می‌دهند. جامعه شبکه‌ای محصول همگرایی سه فرایند تاریخی مستقل است. این سه فرایند عبارتند از: انقلاب اطلاعات که ظهور جامعه شبکه‌ای را امکان‌پذیر ساخت. تجدید ساختار سرمایه‌داری و اقتصاد متکی بر برنامه‌ریزی متمرکز از دهه ۱۹۸۰ باهدف غلبه بر تعارض‌های این دو نظام و نهضت‌های فرهنگی دهه ۱۹۶۰ و دنباله‌های آن در دهه ۱۹۷۰، یعنی نهضت‌ها و جنبش‌هایی مانند فمینیسم و طرفداری از محیط‌زیست.<sup>۲</sup> مزایا و ویژگی‌های عصر جدید، انتقال آنی اطلاعات و داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان همزمان میان افراد در نقاط مختلف عملاً فاصله زمانی را از میان برداشته و نظم طبیعی دوران قدیم یا چارچوب‌های مکانیکی جهان صنعتی را به کلی دگرگون کرده است. مکان نیز به نوبه خود با مفهوم دسترسی به اطلاعات و ابزار انتقال و پردازش آن ارتباط پیدا کرده است و به این اعتبار حضور در مکان معنای تازه‌ای به خود گرفته که می‌تواند تعیین‌کننده ارتباط و اتصال شخص به جامعه شبکه‌ای یا طرد و حذف او از این مکان فراگیر و درعین حال انحصاری به‌شمار آید.

این تحولات سبب شده است تا سیاست‌گذاری به امری پویا مبدل شود و امکان پایداری جهت‌گیری‌های کلان در درازمدت را از آن بازستاند. کلود فابریزیو این تحول سیاست‌گذاری فرهنگی را در سه نسل تقسیم‌بندی کرده است:

در سیاست‌های فرهنگی نسل اول، در توسعه هنرها حفظ یادمان‌ها و میراث هنری هدف اصلی است، بدون آنکه نقش دولت و نهادهای بزرگ فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد. تنها کوششی که برای دستیابی گسترده‌تر به فرهنگ صورت می‌گیرد، ایجاد تسهیلات در استفاده از محصولات فرهنگ نخبگان و حضور در فعالیت‌های فرهنگی این گروه است و مسائل مربوط به آفرینش‌های هنری فقط در حد نیاز اشخاص حرفه‌ای، خاصه کسانی که در سطوح حرفه‌ای بالا قرار دارند، مطرح می‌شود.

در سیاست‌های فرهنگی نسل دوم که در چند سال اخیر برخی تجلیات آن نمودار شده است، مؤلفه‌های مختلف توسعه فرهنگی، همچون آموزش و پرورش رسمی و غیررسمی،

1. Economics and culture, David Throsby, Cambridge university press, 2001, 142.

۲. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو، ص ۱۵.

ارتباط جمعی و صنایع فرهنگی، فرهنگ علمی، محیط‌زیست (که اجزای مرتبط به هم به‌شمار می‌روند، هر چند که هنوز نسبت به توسعه فرهنگی، خارجی هستند) اهمیت تازه‌ای یافته‌اند.

در سیاست‌های فرهنگی نسل سوم که هنوز در مرحله نظری قرار دارد، هر چند به‌طور دقیق بر مرحله فعلی تفکر بین‌المللی منطبق است، سیاست توسعه در تمام ابعاد خود در حصار ملاحظات فرهنگی قرار دارد و براساس نیاز به قرار دادن انسان در مرکز تمام افکار در زمینه مسائل توسعه، تجدید سازمان اساسی می‌یابد.<sup>۱</sup>

### موضوعات سیاست‌گذاری فرهنگی

به‌طور کلی هر نوع از سیاست‌گذاری دارای قلمرو است و موضوعات مشخصی را در برمی‌گیرد و در چارچوب آن مقاصد فرجامین، اهداف عملی، روش‌های اجرایی و سازوکار بررسی بازتاب‌ها و بازخوردهای سیاست‌گذاری را طراحی می‌کند. این موضوعات که به هم پیوسته و غیرقابل تفکیک‌اند، عبارتند از:

۱. حد وظایف و اختیارات دولت؛

۲. حد اختیارات نهادهای بخش خصوصی؛

۳. قوانین و مقررات فرهنگی؛

۴. روش‌ها و سازوکارهای حمایتی.

### مبانی نظری نسبت دولت و فرهنگ

هرگونه وضع و تدوین سیاست‌های در سطح خرد یا کلان، موردی یا راهبردی بالاجبار و بالذاته تابعی است از نظریه نسبت دولت با فرهنگ یا به‌عبارت صریح‌تر نسبت میان دولت و بازار و بخش خصوصی است. هیچ سیاست‌گذاری فرهنگی، چه از حیث نظارتی و چه از حیث حمایتی، نمی‌تواند بدون اینکه مبانی نظری خود را در این زمینه مشخص سازد، به‌تدوین و وضع سیاست‌گذاری منسجم، هدفمند و کارآمدی اقدام کند. در واقع تمام سیاست‌گذارهای فرهنگی مبانی نظری معینی دارند، فقط تفاوت آن‌ها در آشکار کردن و تصریح بدان یا کتمان و غفلت ناآگاهانه از آن است. براین اساس در اینجا برخی از رئوس مبانی نظری این تحقیق تصریح می‌شود.

### ۱. حد وظایف و اختیارات دولت

مبحث سیاست‌گذاری فرهنگی از پرسش از نوع دولت و رابطه میان دولت و فرهنگ آغاز

1. Reflections on the evolution of culture and the concepts relating to cultural development and cultural policies since 1970, Unesco, cc- 80, novamber 1980.

می‌شود. در این موضوع مسائل کلیدی فرهنگ که نوع و میزان و کیفیت دخالت دولت در تولید و توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی را مشخص می‌کند، موضوعی پایه‌ای و بنیادین است که به‌نوعی بازتاب‌دهنده و مشخص‌کننده محتوا و راهبرد و سمت‌گیری چهار موضوع یادشده است و در این زمینه، گستره‌ای از انواع نظریه‌های مربوط به دولت‌ها معین می‌شود؛ از نظریه «بی‌دولتی فرهنگ» تا نظریه «دولت فرهنگی». از فرهنگ بدون دخالت دولت مثل دولت آمریکا تا فرهنگ وابسته تمام‌عیار به دولت مثل دولت‌های مارکسیستی. به عبارت دیگر، نسبت فرهنگ و دولت از میزان وجود مردم‌سالاری و شاخص‌ها و ارکان آن؛ قانون اساسی، نظام پارلمانی، احزاب سیاسی و مطبوعات آزاد برمی‌خیزد. هر قدر این شاخص‌ها در جامعه‌ها قوی‌تر عمل کنند، به‌طور معکوس، نسبت میان فرهنگ و دولت ضعیف‌تر می‌شود. امروزه با توجه به ناخودبسن‌دگی ظرفیت و توان فرهنگ به سازوکارهای درونی و نیاز فزاینده فرهنگ به چتر حمایت‌های مالی و آموزشی و پیوند خوردن فرهنگ با سیاست و امنیت و تهدیدهای بحران‌های صنعتی و جهانی سبب شده است دخالت دولت در فرهنگ مشروعیت یابد. این نظریه در حد کلان نیز از جانب یونسکو، به‌عنوان نهاد بین‌المللی حمایت‌کننده فرهنگ تأیید شده است. اما اختلاف‌نظرها و دیدگاه‌ها بر سر نوع و میزان این دخالت‌هاست که تنوع آن را وسیع و بعضاً غیرقابل جمع و ناسازگار می‌کند و برعکس؛ هر قدر نظامی کم‌تر به اصول مردم‌سالاری پایبند باشد، نسبت فرهنگ و دولت قوی‌تر و وسیع‌تر می‌شود و آزادی عمل در حوزه فرهنگ کاهش می‌یابد.

## ۲. حد اختیارات نهادهای بخش خصوصی

اختیارات نهادهای حقوقی و حقیقی بخش خصوصی حوزه فرهنگ تابعی است از نوع دولت. آزادی و اختیارات و مسئولیت این نهادها با میزان دخالت دولت در حوزه فرهنگ قبض و بسط می‌یابد. موضوع مهم در این زمینه، سازوکارها و روش‌هایی است که از جانب دولت یا از طریق قوانین و مقررات برای فعالیت و اقدام فرهنگی گروه‌ها و نهادها و اشخاص طراحی و اجرا و بر فعالیت‌های آن‌ها نظارت می‌شود یا کمک‌ها و حمایت‌های مالی به آنان تعلق می‌گیرد. در جامعه‌ای که بخش خصوصی از امکان از خودبسن‌دگی و استقلال مالی در زمینه فعالیت‌های فرهنگی برخوردار باشد، بر میزان آزادی عمل آن افزوده می‌گردد. مهم‌ترین ابزارهای تضمین‌کننده استقلال و آزادی عمل بخش خصوصی قوانین و مقررات و اجرای دقیق و درست آن است.

## ۳. قوانین و مقررات فرهنگی

قوانین و مقررات تنظیم‌کننده روابط و مناسبات بین دولت با خالقان و پدیدآورندگان و مولدان فرهنگی و همچنین با مصرف‌کنندگان کالاهای فرهنگی و جامعه، در پویایی و

خلاقیت فعالیت‌های فرهنگی و تسریع و تقویت آن در جامعه از نقش و کارکرد مهمی برخوردارند، یا برخلاف آن، می‌تواند مانع جدی و مشکل‌ساز بر سر راه این فعالیت‌ها ایجاد کنند. هر قدر این قوانین و مقررات دارای تنوع و تعدد و پیچیدگی و جزئی‌نگری باشد، آزادی و اختیارات نهادهای حقوقی و حقیقی کم‌تر می‌شود. برخلاف آن، هر قدر قانون دارای صورت عام و شمول مشخص و غیرقابل تفسیر باشد، می‌تواند چرخه تولید و توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی را تسریع کند و بر کیفیت آن بیفزاید.

#### ۴. روش‌ها و سازوکارهای حمایتی

همان‌گونه که در موضوع الگوهای چهارگانه دولت اشاره شد، روش‌ها و سازوکارهای حمایت و کمک به حوزه فرهنگ در چهار روش تفکیک می‌شود:

- ۱-۴. عدم حمایت مالی دولت و هدایت منابع مالی بخش خصوصی به حوزه فرهنگ؛
- ۲-۴. عدم حمایت مالی دولت و هدایت منابع مالی بخش عمومی و خصوصی به حوزه فرهنگ؛
- ۳-۴. حمایت مالی دولت و نیز هدایت منابع مالی بخش عمومی و خصوصی به حوزه فرهنگ؛
- ۴-۴. حمایت مطلق مالی دولت از حوزه فرهنگ.

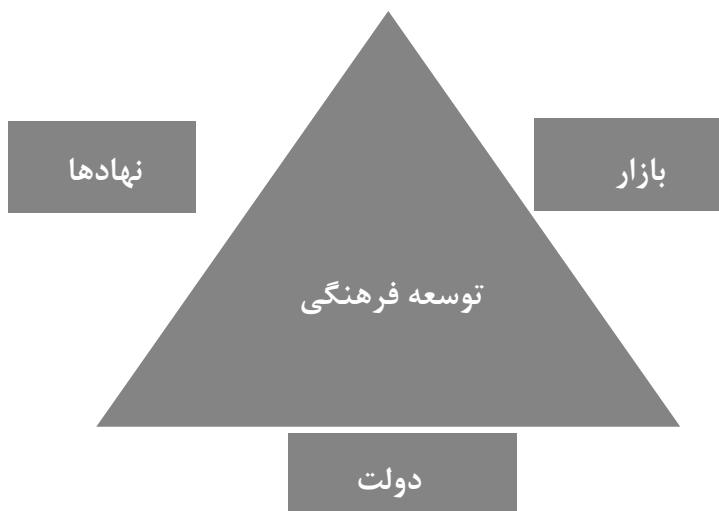
روش تخصیص و اعطا کمک‌ها و میزان به‌کارگیری نظام بروکراسی شدید و دارای سلسله‌مراتب اداری عمودی بالا و نوع کمک‌ها و... از جمله مواردی است که بر توزیع عادلانه و منصفانه و هدف‌دار و بهینه حمایت‌ها یا برخلاف آن، رانتی و غیرعادلانه و تبعیض‌آمیز بودن آن می‌تواند تأثیر بگذارد.

از سوی دیگر، در روش‌های حمایتی غیرمستقیم، موضوع توانمندسازی و آموزش به‌عنوان یکی از ابزارهای حمایتی به‌تدریج شکل گرفته و در حال تقویت و گسترش است. هدف از توانمندسازی تغییر روش اختصاص مستقیم منابع به تولید کالاهای فرهنگی (cultural production) به آموزش و تقویت و بهینه‌سازی فرایند تولید فرهنگی (cultural procedure) و افزایش قدرت دانایی و اطلاعات نهادهای و اشخاص مولد فرهنگ است تا در این فرایند بهتر و با بهره‌وری بیشتر بتوانند تصمیم‌گیری و اقدام کنند. آموزش در این رویکرد جدید، روش حمایتی مطلوب‌تر و مؤثرتر از کمک مالی برای تولید فرهنگ محسوب می‌شود.

از روش‌های دیگر کمک به فرهنگ و حمایت از آن، توسعه فضاهای فرهنگی و در واقع، افزایش قدرت مصرف کالاهای فرهنگی به‌جای افزایش قدرت تولید است. گروه هدف در این روش از مولدان و خالقان به مصرف‌کنندگان و مخاطبان تغییر می‌یابد. فضاهای عمومی فرهنگی نظیر کتابخانه‌ها، فرهنگسراهای فرهنگی، نمایشگاه‌ها و... عرصه‌ای است که تعامل و دیدار چهره‌به‌چهره میان مولدان و مصرف‌کنندگان فرهنگ را امکان‌پذیر می‌سازد. مهم‌ترین نظریه درباره کارکرد و نقش دولت و نسبت آن با فرهنگ را با رویکرد توسعه

فرهنگی می‌توان با اقتباس از آرای دکتر محسن رنانی در الگوی ترسیمی زیر مشاهده کرد.<sup>۱</sup>

## نمودار شماره ۲



در این نظریه نهادها مجموعه سازوکارها و تأسیسات نظارتی و قانونی است که بر رفتار دولت و بازار و بخش خصوصی اعمال می‌شود. براساس این نظریه هر قدر ضلع دولت گسترده‌تر شود، اندازه بازار و بخش خصوصی کم‌تر و هر قدر اندازه و سهم دولت کوچک‌تر شود، اندازه بازار و نهادها وسیع‌تر می‌شود. وضعیت مطلوب و ایده‌آل وضعیت تعادلی است که اضلاع سه ضلع مثلث را در وضعیت متساوی‌الاضلاع حفظ و تداوم می‌بخشد و تضعیف هر ضلع به ناهنجاری نسبت میان دولت و بازار و بخش خصوصی و توسعه ناموزون و نامتعادل منجر می‌شود.

از سوی دیگر، در مورد تقدم دولت و بخش خصوصی یا برعکس، ذکر این نکته ضروری می‌نماید که از حیث تاریخی و وجودی بازار بر دولت تقدم دارد. این اصل به معنای این است که فلسفه تأسیس و نظارت حاکمیتی دولت از زمانی آغاز شد که رفتار و نگرش بخش خصوصی به ناهنجاری و سوءاستفاده و بی‌عدالتی در بازار منجر شد و دولت برای حفظ منافع عامه و ملی از طریق قوانین و مقررات و ابزارهای خود به تعدیل و بهینه‌سازی بازار اقدام کرده است. از این نظر، اقدام دولت اقدامی پس‌بازار است. به عبارت دیگر، دولت باید با اجازه به بخش خصوصی و بازار اولاً قابلیت‌ها و توانایی‌های خود را در عرضه تولید و توزیع کالاها و محصولات فرهنگی و نقش‌آفرینی در جامعه نشان دهد و بازار و بخش خصوصی

۱. رنانی، محسن (۱۳۸۲). «نقش دولت در اصلاحات نهادی از طریق قانون‌گذاری»، مجلس و پژوهش، س ۱۰،

عملاً و به تمام و کمال بروز و تعیین یابد و سپس برای رفع کاستی‌ها و بی‌عدالتی‌ها دخالت کند و وضعیت را سامان بخشد.

### ابزارهای سیاست فرهنگی

معمولاً سیاست‌گذاران فرهنگی برای تضمین و اطمینان از اجرا و عملی‌شدن سیاست‌های وضع‌شده ابزارهایی را در اختیار دارند و آنان را برای این منظور به کار می‌گیرند. برخی از این ابزارها عبارتند از:

۱. حمایت‌ها و کمک‌های مالی؛
۲. تشویق و پاداش‌ها و جایزه‌های فرهنگی؛
۳. استخدام و اشتغال؛
۴. خدمات رایگان مادی و معنوی؛
۵. قوانین و مقررات.

### تعریف و گونه‌های سیاست‌های حمایتی (یارانه)

یارانه در واقع عبارت است از پرداخت مستقیم یا غیرمستقیم نوعی کمک مالی، امتیاز اقتصادی یا اعطای برتری ویژه‌ای به موسسات خصوصی، خانوارها یا واحدهای دولتی که برای دستیابی به هدف‌های مورد نظر انجام می‌پذیرد.

تمامی دولت‌ها در مورد فرهنگ و هنر و حمایت از آن و اعطای یارانه براساس دیدگاه و راهبرد مشخص خود اقدام می‌ورزند، اما با توجه به مبانی و تاریخ خود هر کدام از الگویی پیروی می‌کنند. «فعالیت‌های دولت به سه شکل تأمین مخارج، اخذ مالیات و تنظیم بازار انجام می‌گیرد.» (آلن پیکاک و... ۱۳۷۶: ۱۸۶) این توجیه به پنج دلیل صورت می‌گیرد. تقاضا، نسل‌های آینده، وجهه ملی، فایده‌های جنبی و کالاهای شایسته (همان: ۲۱۷). با این حال دولت‌ها با این توجیهات و انگیزه‌ها روش‌های متفاوتی به کار می‌بندند. روش‌های کلی حمایت از فرهنگ را می‌توان در موارد زیر دسته‌بندی کرد:

۱. حمایت از مصرف‌کننده و افزایش قدرت خرید و در واقع تقویت سویه تقاضا؛
۲. تنظیم بازار؛

۳. گسترش کالاهای فاخر و شایسته فرهنگی مورد نظر دولت و شکل دادن به سلیقه مصرف.

روش حمایت از مصرف‌کننده که به‌رغم ظاهر ساده و خوش‌بینانه آن، تحقق از بغرنج‌ترین و پیچیده‌ترین روش‌هایی است که در تجربه سیاست‌گذاری فرهنگی وجود دارد. زیرا اطمینان از رساندن یارانه به‌درستی به مصرف‌کننده، خرج‌شدن یارانه در مسیر درست خرید کالای فرهنگی توسط یارانه‌بگیر و توزیع یارانه به‌نحو عادلانه میان اقشار سراسر کشور از حیث

پراکنش جغرافیایی، طبقات اجتماعی و فرهنگی و درآمد اقتصادی به تجربه کار سخت و بعضاً ناممکن و غیرقابل اطمینان بخشی است و به تعبیر نویسندگان کتاب اقتصاد فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی، «افزایش دسترسی به آثار فرهنگی مفهومی نارساست» (همان: ۲۲۳).  
 درباره اصل تنظیم بازار، دولت می‌تواند یکی از سه گزینه زیر را اتخاذ کند:

۱. عدم مداخله و آزاد گذاشتن نیروهای بازار

۲. اصلاح نحوه کارکرد بازار

۳. حمایت از کالاهای فرهنگی به‌عنوان کالاهای شایسته یا ارزشمند. (همان: ۱۸۶)

اصل تنظیم بازار معمولاً این هدف را دنبال می‌کند که فعالیت‌های افراد یا بنگاه‌های خصوصی را در چارچوب سیاست‌های دولت محدود یا اصلاح کند یا به‌عبارت کلی‌تر، بازارها را تنظیم کند.

روش سوم یعنی حمایت از کالاهای باارزش پیشینه و روشی متعارف و معمول دارد و معمولاً دولت‌ها برای تولید و مصرف این نوع کالاها مستقیماً دخالت می‌کنند و در مبادله عرضه و تقاضا تأثیر می‌گذارند اما آن‌هم به‌دلیل مبهم‌بودن معنا و تعریف کالاهای ارزشمند و نیز تأثیر منفی آن در بازار تجربه کاملاً موفق و قابل اطمینانی نیست.

توزیع یارانه از دو مجرای دولت یا بازار هم‌چنان بحث محافل اقتصادی و اقتصاد فرهنگ است. در مباحث اقتصادی از دو قاعده و اصل «شکست دولت» یا «شکست بازار» نام برده می‌شود که هر دو این اصول بیانگر ضرورت شکل‌گیری ترکیبی از این دو قاعده است که نه می‌تواند به دولت صرف نه بازار صرف تکیه کرد.

«اگر اصل عدم کارآیی ذاتی دولت در فرایند بده - بستان منابع بخش عمومی با گروه‌های مختلف را بپذیریم، نتیجه طبیعی این فرایند چیزی نبوده است به‌جز پدیده کسری بودجه مزمن و روزافزون در عموم کشورها، شاهد این ادعا نیز روند کسری بودجه دولت در آزادترین اقتصاد سرمایه‌داری یعنی اقتصاد ایالات متحده آمریکاست.»<sup>۱</sup> اما از سوی دیگر با جدی‌تر شدن مسئله شکست بازار و ضعف‌ها و نواقص آن گرایش به سوی تعادل میان دولت و بازار هم‌چنان از قدرت و نفوذ فزاینده‌ای برخوردار است؛

«پدیدارشدن کسری‌های بودجه یا فاصله روزافزون بین توانایی دولت در تجهیز منابع و میزان تقاضای گروه‌های مختلف برای حمایت بخش عمومی و تبعات منفی آن بر شاخص‌های اقتصادی، موجب وقوع دو رویداد مهم در عالم نظریه‌پردازی اقتصادی شد؛ نخست آنکه، اقتصاددانان نئوکلاسیک (اخلاف اقتصاددانان کلاسیک) برخلاف برخی اقتصاددانان پیشین که به تشریح و تبیین شکست بازار پرداخته بودند، به نظریه‌پردازی درباره شکست دولت

۱. دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی (۱۳۷۹). «اقتصاد فرهنگ و هنر و مطالعه آن در ایران»، نامه پژوهش فرهنگی، ش ۱۶-۱۷، بهار و تابستان، ص ۵.

همت گماردند. در واقع، این گروه در مقام مخالفت با گسترش وظایف دولت، به جای آنکه مستقیماً از فضایل عملکرد سازوکار بازار سخن بگویند یا بایدها و نبایدهای رفتار دولت را بیان نمایند به کالبدشکافی تصمیمات و اقدامات اقتصادی دیوان‌سالاری و قانون‌گذاران پرداختند و نشان دادند که سیاستمداران و دولتمردان به قصد تأمین نفع شخصی خود، عملیات دولت را گسترش می‌دهند یا به تنظیم رفتار عوامل اقتصادی در بخش خصوصی می‌پردازند. این‌گونه نظریه‌پردازی، دست‌کشیدن دولت از برخی فعالیت‌ها و واگذاری آن سازوکار بازار را می‌طلبد که به‌نظر می‌رسد در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ کمابیش در برخی کشورهای صنعتی غرب به‌وقوع پیوسته باشد (همان: ۱۱).

اگرچه سمت‌وسوی نگرش اقتصادی در ایران امروز باتوجه به تحولات اقتصادی و مشکلات کسب‌وکار و نوسانات قیمت نفت و بحران کسری یا کمبود بودجه دولت و رویکرد دولت جدید به سمت تبیین «شکست دولت» گرایش دارد، اما با عبرت‌گرفتن از نظریه شکست بازار نمی‌توان نقش دولت را در حوزه فرهنگ کاملاً ناکارآمد و شکست‌خورده تلقی کرد و از قاعده بازار تبعیت کرد. با این حال، فقدان عقلانیت در برنامه‌ریزی و سطح و نوع دخالت دولت سبب شده است که «دولت بیش از آنکه وظایف سنتی و کلاسیک خود را، هم‌چون حفاظت قانونی مؤثر از حقوق مالکیت و... به‌گونه‌ای در خور انجام دهد، به وظایف مدرن و مداخله‌گری هم‌چون حمایت‌های مالی، گمرکی و... روی آورده است»<sup>۱</sup>.

در نتیجه سیاست حمایتی عادلانه و کارآمد و مؤثر می‌تواند با سه ویژگی اساسی زیر به‌سمت رویکرد عقلانی کردن مداخله دولت در حوزه فرهنگ پیش رود:

۱. معرفی تصمیمات اقتصادی مناسب در هر بخش؛ به‌نحوی که منطبق با اصل حاکمیت مصرف‌کننده و ضوابط برخاسته از آن یا سازگار با هدف‌های اعلام‌شده دولت در آن بخش باشد.

ضابطه اول در پرداخت یارانه‌های هنری آن است که دوره تعلق یارانه محدود باشد. طبق این ضابطه، پرداخت یارانه را می‌توان تجدید کرد اما به‌شرط آنکه براساس شواهد روشن، هزینه فرصت پشتیبانی از دیگر سازمان‌های فرهنگی و هنری چندان بالا نباشد. طبق ضابطه دوم باید تلاش نمود تا یارانه به فعالیت‌های هنری تعلق گیرد نه آنکه هر شرکت به یارانه دائمی دست یابد. ضابطه سوم آن است که آثار ضدانگیزشی و منفی یارانه به حداقل رسانده شود» (پیکاک، ۱۳۷۶: ۲۷۳)؛

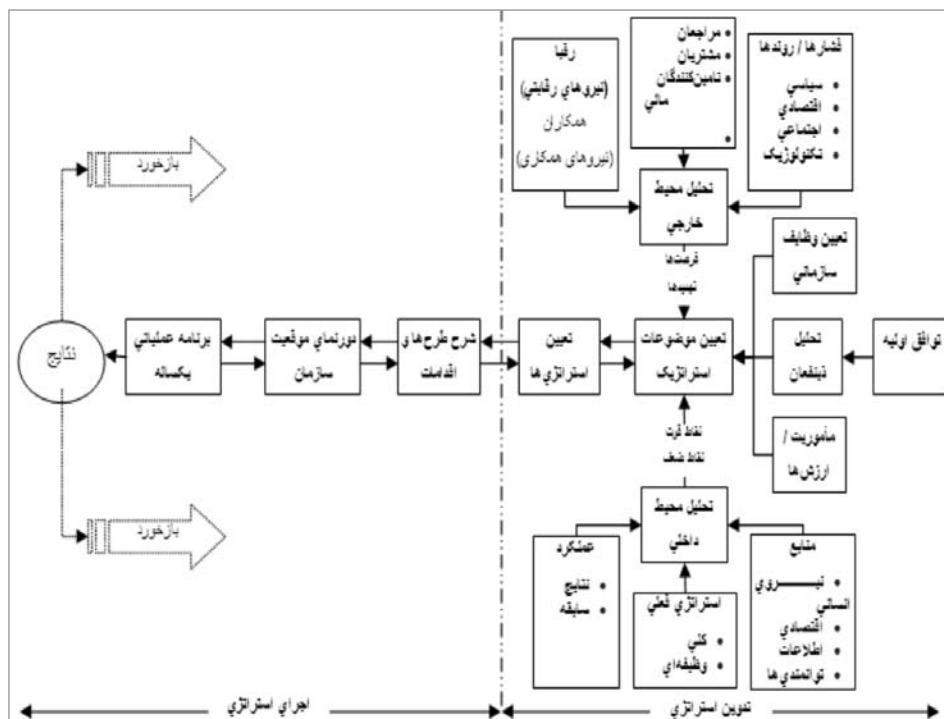
۲. ارزیابی سیاست‌های موجود در هر بخش از نظر قابلیت عملی آن در تأمین هدف(های) دولت؛

۳. شناسایی عوامل مؤثر بر انتخاب سیاست‌های موجود در هر بخش؛ از نظر نشان‌دادن

۱. رنانی، محسن (۱۳۸۴). بازار یا نابزار، تهران، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۸۴، ص ۴۱۰.



دامنه حضور و نفوذ گروه‌ها و عناصر ذی‌نفع در این سیاست‌ها.<sup>۱</sup>



نمودار شماره ۳. فرایند برنامه‌ریزی راهبردی الگوی بایسون

۱. دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۷۹: ۱۲.

## بازطراحی راهبرد حمایتی معاونت امور فرهنگی

### مقدمه

به منظور دستیابی به سیاست‌های تجویزی و برنامه‌ریزی راهبردی از الگوی برایشون در توصیف و تحلیل داده‌ها بهره گرفته می‌شود.

### الگوی برایشون

تحولات پرشتاب فناوری، فرهنگی و اجتماعی و اطلاعات محیطی روز به روز به اهمیت و نقش اساسی برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک می‌افزاید و نگاه‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی برای نیل مطمئن و اثبات به اهداف و مقاصد خود بیشتر به این ابزار تحلیلی و تجویزی متکی می‌شوند و از آن برای ایستادگی در برابر هجوم بی‌امان تغییرات محیطی بهره می‌برند. پیچیدگی و ظرافت در تصمیم‌گیری، مدیریت استراتژیک را ضروری ساخته است. مدیریت فعالیت‌های متنوع و چندبعدی درونی، تنها بخشی از مسئولیت‌های مدرن مدیران است. محیط بلافصل بیرونی نهادها هم عوامل چالش‌برانگیزی را فرارو می‌آورد.<sup>۱</sup> مجموعه این عوامل سبب شده است تا ضرورت تغییر و بازنگری و نوسازی سیاست‌گذاری راهبردی بارزتر شود.

مهم‌ترین ویژگی مدل برنامه‌ریزی راهبردی برایشون سازگاری و تناسب آن با سازمان‌ها و نهادهای دولتی و مشهورترین و پذیرفته‌شده‌ترین روش در این حوزه است. از این رو تفکر و مشی استراتژیک باید طی فرایند اصلاحی گذار از مدل سنتی و بروکراتیک دولتی (administration) به مدل نوین و مدیریت‌گرایی (managerialism) مدنظر قرار گیرد.<sup>۲</sup> بنا به نظر برایشون، برنامه‌ریزی استراتژیک - برخلاف بعضی رویکردهای زودگذر و ناپا - ماندگار خواهد ماند.

۱. پیرس، جان و ریچارد کنت رابینسون (۱۳۸۳). برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک، ترجمه سهران خلیلی شورینی، تهران، انتشارات یادواره کتاب.

2. Public Management and Administration, Hughes O.. 2003 .pp. 54

## ویژگی‌های یک برنامه خوب

۱. هدف‌های برنامه باید روشن مشخص و قابل فهم باشد؛
۲. یک برنامه خوب باید ساده و جامع باشد؛
۳. برنامه باید کاملاً متعادل و درعین حال قابل انعطاف باشد؛
۴. هر برنامه باید دارای چارچوب زمانی باشد؛
۵. برنامه باید همکاری و همفکری کارکنان را برانگیزد؛
۶. وحدت برنامه‌ریزی از جانب مدیران مختلف در زمان‌ها مورد تأکید قرار گیرد.<sup>۱</sup>

## ویژگی‌های برنامه‌ریزی استراتژیک عبارتند از:

- آینده‌نگر است؛
- نوعی برنامه بلندمدت است؛
- مدیریت عالی مسئول آن است؛
- زمینه اساسی برای تمام برنامه‌های دیگر در سطوح سازمانی را ترسیم می‌کند؛
- موجب هدایت تمام سازمان می‌شود؛
- به‌علت تجسم بهتر و دقیق آینده، امکان رسیدن به اهداف بیشتر است؛
- مراحل فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک در مدل برایسون بدین شرح است:

### ۱. توافق اولیه

در این مرحله، ضرورت برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان تفهیم می‌شود. سازمان‌ها، واحدها، گروه‌ها یا افرادی که باید در برنامه‌ریزی درگیر شوند، مشخص گردیده و توجیه می‌شوند. اهداف و مقاصد و مراحل که در برنامه‌ریزی باید انجام شوند، جمع‌بندی می‌شوند. روش انجام برنامه‌ریزی، زمان‌بندی انجام، آیین‌نامه‌های مورد نیاز برای جلسات و نحوه گزارش‌دهی مشخص می‌گردند. منابع و امکانات لازم تعیین می‌شوند.

### ۲. تعیین وظایف

وظایف رسمی و غیررسمی سازمان «بایدهایی» است که سازمان با آن‌ها روبه‌روست. در این مرحله هدف این است که سازمان و افراد آن وظایفی را که از طرف مراجع ذی‌صلاح (دولت، مجلس و...) به آن‌ها محول شده است، شناسایی کنند. شاید این هدف به‌ظاهر خیلی روشن باشد ولی این واقعیت در بیشتر سازمان‌ها وجود دارد که بیشتر افراد اختیارات و وظایف سازمانی را که در آن مشغول به‌کارند، نمی‌دانند و اساسنامه آن را

۱. ایران‌نژادپاریزی، مهدی و پرویز ساسان‌گهر (۱۳۸۶). سازمان و مدیریت: از تئوری تا عمل، تهران، مؤسسه عالی بانکداری ایران، ص ۱۳۵-۱۳۶.

حتی برای یکبار مطالعه نکرده‌اند.

از طرف دیگر وظایف محول شده به سازمان عموماً کلی بوده و تمام فضایی را که سازمان می‌تواند در آن فعالیت کند، تعریف نمی‌کند. بنابراین ضروری است که با مطالعه وظایف مکتوب و مصوب سازمان اولاً با آن وظایف آشنا شد (که از این طریق بعضی از اختیارات و ذی‌نفعان سازمان نیز شناسایی می‌گردند)، ثانیاً مواردی را که در حیطه اختیارات سازمان قرار می‌گیرند اما تا به حال کشف نشده‌اند، شناخت.

### ۳. تحلیل ذی‌نفعان

ذی‌نفع فرد، گروه یا سازمانی است که می‌تواند بر نگرش، منابع یا خروجی‌های سازمان تأثیر گذارد یا از خروجی‌های سازمان تأثیر پذیرد. تحلیل ذی‌نفعان پیش‌درآمد ارزشمندی برای تنظیم بیانیه مأموریت سازمان است. تحلیل ذی‌نفعان بسیار ضروری است، چراکه رمز موفقیت در بخش دولتی و غیرانتفاعی ارضای ذی‌نفعان کلیدی سازمان است. اگر سازمان نداند که ذی‌نفعانش چه کسانی هستند، چه معیارهایی برای قضاوت درباره سازمان به کار می‌برند، و وضعیت عملکردی سازمان در قبال این معیارها چیست، به احتمال زیاد نخواهد توانست فعالیت‌هایی را که باید برای ارضای ذی‌نفعان کلیدی خود انجام دهد، شناسایی کند.

### ۴. تنظیم بیانیه مأموریت سازمان

مأموریت سازمان جملات و عباراتی است که اهداف نهایی سازمان، فلسفه وجودی، ارزش‌های حاکم بر سازمان و نحوه پاسخگویی به نیاز ذی‌نفعان را مشخص می‌کند. علاوه بر این موارد، اختلافات درون‌سازمانی را مرتفع ساخته و بستر بحث‌ها و فعالیت‌های سازنده و مؤثر را هموار می‌کند. توافق بر مأموریت سازمان، تمام فعالیت‌های آن را همسو می‌سازد و انگیزش و توجه ذی‌نفعان سازمان خصوصاً کارکنان آن را افزایش می‌دهد.

### ۵. شناخت محیط سازمان

اساس استراتژیک عمل کردن شناخت شرایط است. یک بازیکن موفق فوتبال علاوه بر اینکه از توانایی‌ها و وظایف هر یک از اعضای تیم خود آگاهی دارد، سعی می‌کند شرایط تیم مقابل و نقاط قوت و ضعف هر یک از افراد آن را دریابد و با داشتن این مأموریت در ذهن یعنی پیروزشدن در بازی، در هر لحظه بهترین حرکت را انجام دهد. برای اینکه یک سازمان نیز در رسیدن به مأموریت خود موفق گردد باید شرایط حاکم بر خود را به خوبی شناسایی نماید. در این مرحله، محیط خارجی سازمان در قالب شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی مورد بررسی قرار گرفته و نقاط قوت و ضعف آن‌ها برای سازمان تعیین می‌گردند. در راستای شناخت محیط سازمان، در این مرحله محیط داخلی نیز در قالب

ورودی‌ها، خروجی‌ها، فرایند و عملکرد سازمان مورد مطالعه قرار می‌گیرند.

#### ۶. تعیین موضوعات استراتژیک پیش روی سازمان

این مرحله قلب فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک است. موضوعات استراتژیک تصمیمات سیاسی و اساسی هستند که بر اختیارات، مأموریت، ارزش‌ها، محصول یا خدمات ارائه‌شده، مراجعان یا استفاده‌کنندگان، هزینه‌ها، تأمین منابع مالی، سازمان یا مدیریت تأثیر می‌گذارد. هدف این مرحله تعیین انتخاب‌هایی است که سازمان با آن‌ها مواجه است.

#### ۷. تعیین استراتژی‌ها

به‌منظور پرداختن به هر یک از موضوعات استراتژیک پیش روی سازمان باید اقداماتی صورت گیرد که در قالب برنامه‌ها، اهداف، طرح‌ها و... بیان می‌شوند. این اقدامات استراتژی نامیده می‌شوند. درواقع استراتژی عبارتست از قالبی از اهداف، سیاست‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها، تصمیمات یا تخصیص‌های منابع که مشخص می‌کنند سازمان چیست، چه کاری انجام می‌دهد و چرا آن‌را انجام می‌دهد. استراتژی‌ها می‌توانند تحت سطوح سازمانی، وظایف و محدوده زمانی متفاوتی تعریف شوند.

#### ۸. شرح طرح‌ها و اقدامات

این مرحله می‌تواند در قالب مرحله قبل، مرحله تعیین استراتژی‌ها، انجام شود اما از آنجایی که کار برنامه‌ریزی استراتژیک با تعیین استراتژی‌ها به‌پایان می‌رسد و اجرای آن در قالب تعریف طرح‌ها و اقدامات و مدیریت استراتژیک برنامه تهیه‌شده انجام می‌شود این تفکیک صورت گرفته است. به‌عبارت دیگر از این مرحله به‌بعد از مدل برایسون مربوط به اجرای برنامه و مدیریت استراتژیک می‌گردد. در این مرحله به‌منظور اجرای هر یک از استراتژی‌های انتخاب‌شده تعدادی طرح و اقدام تعریف می‌گردد.

#### ۹. تنظیم دورنمای سازمانی برای آینده

در این مرحله، توصیفی از شرایط آینده سازمان در صورت به‌کارگیری استراتژی‌های تدوین‌شده و استفاده از تمام نیرو و منابع سازمان، ارائه می‌شود. این توصیف دورنمای موفقیت سازمان نامیده می‌شود که در آن شرحی از مأموریت، استراتژی‌های اساسی، معیارهای عملکرد، بعضی از قواعد تصمیم‌گیری مهم و استانداردهای اخلاقی مدنظر همه کارمندان ارائه می‌شود. در صورت تنظیم چنین دورنمایی، افراد سازمان خواهند دانست که چه انتظاری از آن‌ها می‌رود، پویایی و همسویی انگیزه و نیروی افراد در رسیدن به اهداف سازمان به‌وجود آمده و نیاز به نظارت مستقیم کاهش می‌یابد.

## ۱۰. برنامه عملیاتی کوتاه‌مدت

در این مرحله با استفاده از اطلاعات تدوین‌شده در مرحله هشتم و براساس اولویت‌های تعیین‌شده توسط تصمیم‌گیران، یک برنامه عملیاتی تهیه شده و براساس آن مدیریت و کنترل طرح‌ها و اقدامات انجام می‌شود. (برایسون، ۱۳۹۶: ۶۰).

**فرایند و مراحل طراحی سیاست‌گذاری حمایتی معاونت امور فرهنگی به شرح زیر است:**

### ۱. نیل به توافق اولیه در مورد برنامه‌ریزی استراتژیک معاونت

در این زمینه باتوجه به اقدامات اخیر معاونت در مورد ضرورت بازنگری در سیاست‌های گذشته و انجام مطالعات گوناگون، در این مورد توافق حاصل است و مدیریت کلان و ستادی معاونت به اهمیت چنین برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری استراتژیکی واقف‌اند.

### ۲. تعیین و شناسایی دستور سازمانی

مرحله دوم تعیین دستورهای رسمی و غیررسمی‌ای است که برعهده معاونت امور فرهنگی گذارده شده است و «بایدها»یی هستند که این معاونت با آن‌ها روبه‌رو است و علی‌القاعده دقیقاً می‌داند که موظف و مکلف است که چه کارهایی را انجام دهد و چه کارهایی را انجام ندهد. هدف از این مرحله تشخیص و تبیین تعهداتی است که از خارج و در قالب اسناد بالادستی بر معاونت اعمال می‌شود.

نتایج بررسی اسناد بالادستی شامل برنامه توسعه پنجم، اقتصاد مقاومتی، برنامه و اهداف فرهنگی دولت جدید که در فصل دوم این تحقیق به تفصیل بیان شد، در حوزه سیاست‌ها و اهداف حمایتی شامل موارد کلی و راهبردی زیر است:

۱-۲. تقویت مالکیت و نهادهای بخش خصوصی به‌مثابه عامل محرک رشد و توسعه فرهنگ؛

۲-۲. کاهش تصدی‌گری و عدم اتکا به نظام بروکراتیک دولت؛

۳-۲. تقدم کار و فعالیت بخش خصوصی بر بخش دولتی؛

۴-۲. اصالت‌دادن به سیاست‌های حمایتی غیرمستقیم به مستقیم؛

۵-۲. قانون‌مندسازی و شفاف‌کردن یارانه‌ها.

### ۳. توسعه و تشریح و تعیین رسالت و ارزش‌ها

سومین گام، توسعه و تشریح رسالت و ارزش‌های معاونت است. رسالت یک نهاد به‌همراه تعهدات آن دلیل وجودی یا توجیه اجتماعی ناظر بر وجود آن را مشخص می‌سازد. پیش از توسعه و تدوین رسالت، سازمان باید تجزیه تحلیلی از افرادی ذی‌نفع ارائه دهد. یک ذی‌نفع را فرد، گروه یا سازمانی تعریف کرده‌اند که می‌تواند بر ملاحظات، منابع یا برون‌داد سازمان

تأثیر گذارد، یا به‌وسیله برون‌داد تحت تأثیر قرار گیرد. نمونه‌های افراد ذی‌نفع دولت عبارتند از: شهروندان، پرداخت‌کنندگان مالیات، دریافت‌کنندگان خدمات، هیئت حاکمه، کارکنان، اتحادیه‌ها، احزاب سیاسی، جامعه مالی و دیگر دولت‌ها. باید سازمان در بدو امر افراد ذی‌نفع خود و همچنین سهم و نقش آنان در سازمان همراه با معیارهای مربوط در خصوص قضاوت نسبت به عملکرد سازمان را مشخص سازد. سازمان همچنین نحوه برخورد خود با معیارهای ذی‌نفعان را نیز مشخص خواهد ساخت. آنگاه که تجزیه و تحلیل مزبور کامل گردد، سازمان می‌تواند رسالت خود را با مد نظر قرار دادن علائق افراد ذی‌نفع تنظیم کند.

### ۱-۳. ذی‌نفعان معاونت امور فرهنگی

در جدول زیر ذی‌نفعان معاونت سیاست حمایتی معاونت امور فرهنگی و میزان درجه‌بندی اهمیت و تأثیر آن‌ها بر سیاست‌گذاری حمایتی مشخص شده‌اند:

جدول شماره ۱. بررسی ذی‌نفعان معاونت سیاست حمایتی معاونت امور فرهنگی و میزان درجه‌بندی اهمیت آن

ذی‌نفع	میزان اهمیت (از ۱ تا ۳)	نحوه برخورد
مجلس شورای اسلامی	۱	تعامل و جلب توافق
دولت	۱	تعامل و جلب توافق و اجرای مصوبات
شورای عالی انقلاب فرهنگی	۲	تعامل و توافق
ناشران خصوصی	۱	تعامل و تقویت به‌مثابه عامل محرک توسعه
ناشران دولتی	۳	تعامل
نویسندگان و پدیدآورندگان	۲	تعامل و حل مشکلات به‌عنوان عامل مؤثر
اتحادیه‌های صنفی و نهادها	۱	تعامل و تقویت
موزع	۳	حل مشکلات و مسائل به‌مثابه عامل مؤثر
کتابفروش	۲	حل مشکلات و مسائل به‌مثابه عامل مؤثر
مردم (مصرف‌کننده)	۱	حل مشکلات و جلب رضایت
نهادهای دولتی ذی‌ربط مانند شهرداری، وزارت اقتصاد، بیمه، پست	۲	تعامل و به‌مثابه عامل مؤثر و تسریع‌کننده

### ۲-۳. رسالت و ارزش‌های معاونت امور فرهنگی

معاونت امور فرهنگی براساس مصوبات رسمی دارای این وظایف و اهداف است که فلسفه

- وجودی و رسالت و ارزش‌های آن را مشخص می‌کند:
- سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، استانداردسازی و مهندسی امور فرهنگی، منطبق با اهداف اسلام و انقلاب اسلامی؛
  - سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب فرهنگی در زمینه افزایش و ارتقای آگاهی‌های مفید عمومی از طرق مختلف ارزشی با همکاری مراکز مرتبط؛
  - سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در جهت تولید، توسعه و ترویج فرهنگ مکتوب، فرهنگ مطالعه و پژوهش؛
  - سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به‌منظور صیانت از استقلال فرهنگی و هویت اسلامی - ایرانی؛
  - سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جامع توسعه، ترویج و امور فرهنگی و هنری مبتنی بر اصول و ارزش‌های دینی، در چارچوب اختیارات حاکمیتی؛
  - سیاست‌گذاری به‌منظور تقویت و ترویج فرهنگ نماز، مهدویت، انتظار، اتحاد، جهاد، ایثار و شهادت، تلاش در رشد فضائل اخلاقی با رویکرد خانواده؛
  - سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به‌منظور توسعه و ترویج کتاب و کتاب‌خوانی در میان اقشار مختلف به‌منظور رشد و ارتقای سطح معرفت، دانش و فرهنگ اسلامی از طرق مختلفی چون برگزاری نمایشگاه‌ها، جایزه‌های مختلف کتاب و مدیریت یارانه‌های فرهنگی مربوطه؛
  - برنامه‌ریزی در جهت تولید، توسعه، ترویج، نشر و حمایت از شعر و ادبیات داستانی؛
  - برنامه‌ریزی و اتخاذ تصمیم در راستای آموزش و تربیت نیروی انسانی مفید در سطح مدیریت و کارشناسی امور فرهنگی همچنین آموزش‌های لازم ضمن خدمت کارکنان؛
  - برنامه‌ریزی در جهت پرورش استعداد و ذوق فرهنگی افراد (عوام و خواص) به‌ویژه جوانان؛
  - برنامه‌ریزی در جهت تولید، توسعه، ترویج، نشر و حمایت از آثار مکتوب؛
  - برنامه‌ریزی‌های فرهنگی - اجتماعی به‌منظور افزایش آگاهی‌های عمومی مردم جهت به‌کار نبردن اصول، افکار، عقاید، باورها، الگوها، واژه‌ها و (فرهنگ) بیگانه در جامعه با هماهنگی و همکاری مراجع ذی‌ربط؛
  - برنامه‌ریزی به‌منظور احیا و اشاعه فرهنگ‌های اصیل اسلامی - ایرانی فراموش و مبدل شده و جایگزینی آن‌ها با موارد نادرست و عُرفی؛ همچنین ارائه طرح‌های مناسب جهت ترغیب و تشویق اقشار مختلف به آن‌ها؛
  - برنامه‌ریزی، توسعه، ترویج و گسترش زبان و ادبیات فارسی، فرهنگ ایرانی - اسلامی از طرق مختلفی چون راه‌اندازی و حمایت بنیادها و بنگاه‌های فرهنگی - هنری - ادبی همچنین تبیین و ارتقای جایگاه آن‌ها در داخل و خارج از کشور با هماهنگی و همکاری مراکز ذی‌ربط؛
  - برنامه‌ریزی در راستای فعالیت‌های فرهنگی به‌منظور شناخت، پیشگیری و مبارزه با



مقوله‌های استکبار، ظلم، مواد مخدر، مکاتب الحادی، عرفان‌های انحرافی، خرافات و ارائه الگو و خدمات فراخور با هماهنگی سایر واحدها و مراکز مربوطه و بهره‌مندی از امکانات در چارچوب اختیارات محوله؛

- برنامه‌ریزی و همکاری در راستای ارتقا و گسترش سطوح کمی و کیفی حوزه ادبیات فارسی و نشر آثار فاخر مربوطه و تعیین و تحکیم جایگاه آن در ایران و جهان با همکاری سایر دستگاه‌های مرتبط، همچنین برنامه‌ریزی برای ایجاد و اداره بنیادها و بنگاه‌های ادبی - هنری و انجام اقدامات حمایتی و نظارتی در چارچوب ضوابط؛

- برنامه‌ریزی و همکاری به‌منظور پشتیبانی و حمایت از برنامه‌ها و مشارکت در فعالیت‌های هیئت امنای کتابخانه‌های عمومی در سطح کشور؛

- نظارت بر اجرای اصول و سیاست‌های فرهنگی کشور در چارچوب اختیارات؛

- بررسی و نظارت بر دستگاه‌های ذی‌ربط در زمینه انعقاد قرارداد، توافق یا تفاهم‌نامه‌های فرهنگی با سایر کشورها در حوزه اختیارات محوله و اجرای صحیح و به‌موقع آن‌ها؛

- هدایت و نظارت بر واحدها و مراکز ذی‌ربط جهت ارتقای سطوح کمی و کیفی و ارائه هرچه بهتر خدمات فرهنگی و هنری مرتبط مطابق با فناوری‌های روز (رایانه‌ای، الکترونیکی، مخابراتی)، کنترل، نظارت و حفاظت (فنی و محتوایی) از آن‌ها؛

- هدایت و حمایت مادی و معنوی از ترویج و آموزش فرهنگ پهلوانی در زمینه فرهنگ نشر مکتوب و الکترونیک؛

- انجام مطالعات و تحقیقات لازم در مبنای و مسائل فرهنگ عمومی و استفاده از نتایج آن در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی؛ همچنین طراحی فعالیت‌های نوین در راستای فرهنگ مؤید عمومی با توجه به نیازهای روز؛

- مطالعه میدانی از طریق شناسایی فرهنگ سایر ملل به‌منظور توسعه مناسبات فرهنگی و جلوگیری از نفوذ فرهنگ مخرب بیگانه؛

- هدایت و حمایت مادی و معنوی از پژوهش‌های فرهنگی؛

- تعیین و تدوین ضوابط، شرایط و چگونگی مدیریت، هدایت، حمایت مادی و معنوی، نظارت بر فعالیت‌های داخلی و خارجی امور فرهنگی و هنری و اشخاص (حقیقی و حقوقی) مرتبط و آثار آنان؛

- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به حمایت از مصنفان، مؤلفان، مترجمان، ویراستاران، تصویرگران، (اهل قلم)، واحدهای صنفی آنان و فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای اجرای آن‌ها؛- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به چگونگی تأسیس، اداره یا انحلال مؤسسات و دفاتر نشر، صدور پروانه نشر (مکتوب و الکترونیک) همچنین آیین‌نامه‌های حمایتی، رتبه و سطح‌بندی ناشران و نظارت بر فعالیت آنان؛

- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به چگونگی تأسیس، اداره، انحلال، حمایت و صدور مجوز انواع چاپخانه‌ها (افست، دیجیتال، سیلک)؛
- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به چگونگی و شرایط برگزاری نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، همایش‌ها، مجامع، تشکل‌ها، مسابقات فرهنگی، صدور مجوز فعالیت و نظارت بر آن‌ها؛
- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به شناسایی، بزرگداشت و چگونگی تکریم و تجلیل از پدیدآورندگان آثار نوشتاری (داخلی و خارجی) و نشر آثار آنان؛
- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به شناسایی، انتخاب و معرفی اهل قلم، آثار مکتوب، ناشران (اصحاب فرهنگ و هنر) همچنین چگونگی تشویق، حمایت و اهداء جوایز و نشان‌های فرهنگی و هنری به آنان؛
- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به ساماندهی، هدایت، حمایت و حفاظت از میراث مکتوب به‌ویژه نسخ خطی و امور مربوطه و نظارت به موارد مذکور؛
- تعیین و تدوین ضوابط کنترل و نظارت بر: فعالیت‌ها، تولیدات، نامگذاری‌ها، طراحی بناها، نصب نمادها، استفاده از علائم و نشان‌ها، به کاربردن شعارها، استعمال مُدها، مفاد آموزشی از نظر عدم کاربرد فرهنگ، مصادیق، واژه‌های بیگانه مغایر با فرهنگ اسلامی ایرانی، با هماهنگی و همکاری واحدها، مراکز و مراجع ذی‌ربط؛
- تعیین و تدوین ضوابط و شرایط مربوط به چگونگی فعالیت‌های فرهنگی، تبلیغی و اجتماعی اقلیت‌های دینی - مذهبی و اتباع بیگانه، صدور مجوز فعالیت آنان و نظارت بر امور مذکور؛
- تعیین، تدوین و پیشنهاد آیین‌نامه‌های مربوط به چگونگی انتخاب، شیوه عملکرد و مراحل اجرایی امور مرتبط با اعضاء هیئت‌های نظارت بر دبیرخانه‌های «ضوابط نشر»، «صدور پروانه نشر»، «نشر کتب»، «انتخاب و خرید کتب»، «چاپ و نشر»، «رسیدگی به تخلفات»، همچنین کمیته‌های «تخصصی ارزشیابی شعرا و نویسندگان»، «بررسی و انتخاب کتب ارزشمند»، «بررسی و انتخاب طرح‌های فرهنگی و هنری»؛
- تعیین و تدوین ضوابط مربوط به چگونگی صادرات و واردات (ورود و خروج) محصولات، تولیدات و ملزومات فرهنگی مرتبط، آیین‌نامه‌های حمایتی و نظارت بر آن‌ها؛
- تعیین و تدوین ضوابط و شرایط مربوط به چگونگی تولید، توزیع و عرضه، بازی و سرگرمی‌های علمی، فرهنگی، آموزشی مرتبط و با همکاری مراکز ذی‌ربط همچنین اجرا و نظارت عالیّه آن‌ها؛
- تدوین، اصلاح و پیشنهاد قوانین، ضوابط و دستورالعمل‌های مربوط به کلیه فعالیت‌های فرهنگی و ارائه به مراجع و مراکز ذی‌ربط برای تأیید؛
- پیش‌بینی و روزآمدسازی بانک جامع آمار و اطلاعات کلیه فعالان، اشخاص (حقیقی و

حقوقی) مراکز (خصوصی و دولتی)، محصولات، تولیدات فرهنگی و هنری (داخلی و موارد لازم خارجی)؛

- شناسایی و بررسی جریان‌ها، سنجش و کشف نیازها، نظارت و ارزیابی فعالیت‌ها، تجزیه و تحلیل عملکردهای امور فرهنگی با بهره‌گیری از کارشناسان خبره و رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مربوطه به طرق مقتضی همچنین استفاده از پیشنهادها سازنده؛

- تعامل و تبادل نظر با سایر دستگاه‌ها، مراکز و دست‌اندرکاران حوزه فرهنگ و هنر (داخلی و خارجی) به‌ویژه رسانه‌ها و اصحاب رسانه جهت تقویت، توسعه، ترویج، تبلیغ و تسهیل امور فرهنگی و هنری در سطح ملی و بین‌المللی.

با دقت در عبارات یادشده و وظایف و اهداف معاونت کاملاً مشخص و بارز است که مهم‌ترین وظیفه معاونت امور فرهنگی به مواردی مانند: «سیاست‌گذاری»، «برنامه‌ریزی»، «تعیین و تدوین ضوابط» و «نظارت» منحصر و مقید می‌شود. بنابراین به‌عنوان نخستین اصل از مرحله تعیین رسالت و ارزش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک، **معاونت امور فرهنگی یک نهاد سیاست‌گذار و ناظر حاکمیتی است، نه مجری.**

سایر موارد از اهداف و رسالت این معاونت را با توجه به مفاد وظایف یادشده می‌توان در دو دسته کلی محتوایی و شکلی تقسیم‌بندی کرد.

به‌طور کلی و اجمالی موارد محتوایی مشتمل بر این موارد است:

۱. سیاست‌گذاری ارتقا و رشد فرهنگ و ادب و اخلاق و سنن و باورهای اسلامی و ایرانی؛
۲. سیاست‌گذاری ارتقا و رشد ادبیات و زبان فارسی؛
۳. سیاست‌گذاری صیانت از استقلال فرهنگی ایران.

موارد شکلی مندرج در وظایف و رسالت‌های معاونت امور فرهنگی عبارتند از:

۱. سیاست‌گذاری ترویج کتاب و کتاب‌خوانی؛
۲. سیاست‌گذاری رشد و توسعه نشر کتاب و ارکان آن (نویسنده، ناشر، مصرف‌کننده و...)
۳. سیاست‌گذاری فعالیت‌های فرهنگی مرتبط با نشر کتاب؛
۴. سیاست‌گذاری نظارت بر تولید و توزیع آثار و فعالیت‌ها؛
۵. سیاست‌گذاری تأسیس و نظارت بر نهادهای صنفی (نشر، چاپ، لیتوگرافی و...).

#### ۴. ارزیابی محیط خارجی

محیط خارجی در وضعیت موجود محیطی پرتلاطم و پرافت‌وخیز و پرشتاب است. برخی از مؤلفه‌ها و عوامل محیطی مؤثر و مهم بر وضعیت تولید و رشد و توسعه کتاب عبارتند از:

- ۴-۱. تورم و رکود اقتصادی ریشه‌دار و نهادین و باثبات؛
- ۴-۲. تحولات پرشتاب فناوری اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی به‌منزله بازار رقابتی کتاب؛

۳-۴. فقدان ثبات و انضباط در نظام تصمیم‌سازی و تغییرات پرافت‌وخیز مدیران عالی و میانی و کارشناسان دولتی؛

۴-۴. حذف خرید کتاب از سبد خرید خانوار به‌عنوان کالای لوکس؛

۵-۴. فقدان توازن مطلوب میان هزینه و سود تولید و توزیع و عرضه کتاب و فعالیت‌های فرهنگی؛

۶-۴. فقدان نظام تصمیم‌گیری یکپارچه در امور کتاب و تعدد مراکز و نهادهای فعال و مؤثر در حوزه کتاب؛

۷-۴. تأثیر مستقیم و مؤثر نظام توزیع یارانه‌ها و اخلاص آن در نظام تولید کتاب.

## ۵. ارزیابی محیط درونی معاونت امور فرهنگی

ارزیابی محیط درونی معاونت امور فرهنگی از چند منظر قابل بررسی است:

۱-۵. منابع انسانی؛

۲-۵. ابزارها و روش‌های مدرن فناوری مدیریت؛

۳-۵. سیاست‌ها و اقدامات گذشته.

## ۱-۵. منابع انسانی

معاونت امور فرهنگی به‌منزله یکی از نهاد دولتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی معضلات و مسائل متعارف چنین نهادهایی را برخوردار است. ویژگی این نهاد در وضعیت را می‌توان در موارد زیر دسته‌بندی و خلاصه کرد:

۱-۱-۵. کهنسالی ساختار منابع انسانی و اتکای شدید به فرایندها و ارزش‌های بروکراتیک؛ همان‌گونه که در فصل نخست بحث شد، سیاست‌ها و رویه‌های سازمانی از دیرباز و در حدود سه دهه است که از ساختار اداری بروکراتیک پیروی می‌کند و سلسله‌مراتب اداری و عوامل انگیزشی آن تحت تأثیر فرایند بروکراتیک است. در این رویه انگیزه فردی کارمندان تأمین معاش جاری و روزمره است و نیروهای اداری کارایی و بازدهی مطلوبی ندارند مگر انگیزه‌های مالی و رفاهی آنان تأمین گردد که قوانین و مقررات و کمبود بودجه اداری چنین امکانی را فراهم نمی‌آورد.

۲-۱-۵. تغییرات سریع و مستمر کارشناسان و مدیران میانی و اجرایی. تغییرات سریع در زمان ۴ ساله معمولاً موجب تغییرات در سطوح مختلف اداری می‌شود و این جابه‌جایی آسیب جدی به تخصصی‌شدن و تقویت نهاد اداری می‌گردد.

۳-۱-۵. فقدان دانش و تخصص به‌روز و کارآمد متناسب با تحولات محیطی و فناوری جهانی، گرفتاری روزمره اداری و فقدان انگیزه برای به‌روزشدن اطلاعات و دانش کارکنان و

نیز فرهنگ اقتدار اداری متعارف ضرورت ارتقای تخصص و مهارت‌های کارکنان را کاهش داده است و آموزش‌های ضمن خدمت هم به دلیل برگزاری فرمال و کلیشه‌ای توان این ارتقاسازی را ندارد.

۴-۱-۵. فقدان انگیزه برای تغییر در روش‌ها و خط‌مشی‌ها، مخاطرات و دردهای تغییر در رویه‌ها و سیاست‌ها و نوسازی را در بین کارکنان کاهش داده است.

## ۲-۵. ابزارها و روش‌های مدرن فناوری مدیریت

۱-۲-۵. اتکای نسبی به فرایندها و روش‌های جمع‌آوری، پردازش و تحلیل اطلاعات به روش‌های سنتی؛

۲-۲-۵. فقدان نظام سیستماتیک بانک اطلاعات؛

۳-۲-۵. اتکای شدید به روش سنتی چهره‌به‌چهره در کسب اطلاعات و بازخوردهای سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها و اجرا؛

۴-۲-۵. اتکای طراحی و اجرای روش‌ها و فعالیت‌ها و کنش‌ها برحسب نظام سنتی فضای واقعی در برابر فضای سایبر. به عبارت دیگر، فقدان شکل‌گیری دولت مجازی (egovernment).

## تعیین شاخص‌های طراحی توسعه نشر کتاب و کتاب‌خوانی

باتوجه به مباحث نظری و کاربردی یادشده و بررسی اسناد بالادستی، به‌خصوص محورهای برنامه دولت یازدهم در انتخابات و هدف‌گذاری‌های کلان فرهنگی و نیز با مراعات کردن اندازه تحقیق و رویکرد ارزیابی و سنجش عملکرد معاونت امور فرهنگی در هشت موضوع مشخص، نمایشگاه کتاب تهران؛ نمایشگاه استانی، بن کتاب، خرید کتاب، کتب ارزشمند، جوایز ادبی، تسهیلات وام بانکی، توسعه نشر بین‌الملل و شاخص‌های ارزیابی عملکرد یعنی اثربخشی و عدالت، درمجموع می‌توان شش شاخص مهم در طراحی و بازتعریف سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی مشخص کرد و مبنای تبیین کلی سیاست‌های آینده قرار داد. این شش شاخص سیاست‌های حمایتی عبارتند از:

۱. اثربخش بودن؛

۲. عادلانه بودن؛

۳. مستقیم نبودن؛

۴. بروکراتیک نبودن (این شاخص با شاخص سوم هم‌پوشانی دارد، اما از حیث اهمیت آن در سیاست‌های حمایتی مستقلاً هم به آن تأکید می‌شود)؛

۵. تأکید بر فعل محور بودن در برابر فاعل یا ناشر محور بودن، تأکید بر فرایند نشر به جای تأکید بر نقاط محصول یا مولد نشر یا پدیدآورنده؛

۶. برخورداری از پیشرفته‌ترین فناوری داده‌ها در فرایند حمایت و گردآوری و پردازش و تحلیل و انتقال اطلاعات.

این شاخص که هم با رویکرد آینده‌نگر بودن و هم متکی بر تجربیات دهه‌های گذشته و هم اسناد بالادستی نظام است، مهم‌ترین شاخص‌هایی هستند که برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری نوین باید به‌طور جدی مدنظر قرار گیرد و با مراعات آن‌ها سیاست‌های حمایتی گذشته و وضع موجود نقادی و سیاست‌های آینده طراحی شود.

### ۶. تشخیص و تبیین مسائل استراتژیک

شناسایی موضوعات استراتژیک نتیجه و حاصل فرایند پنج مرحله این تحقیق است که به شناسایی موضوعات و مسائل و چالش‌های استراتژیک معاونت منجر می‌شود. تعیین موضوعات استراتژیک مهم‌ترین بخش و اصطلاحاً قلب فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک است.<sup>۱</sup> این موضوعات چالش‌هایی بنیادی هستند که به‌مثابه نقاط ضعف درونی و تهدیدهای خارجی، بقاء و استمرار سیاست‌ها و اثربخشی اقدامات آن را با مشکل مواجه کرده است و در تعیین و تشخیص سیاست‌گذاری نوین و برون‌رفت از وضع موجود معیارهای سلبی و نفی هستند. به عبارت دیگر، نقطه مقابل این مسائل، چاره‌های اساسی در بازنگری‌های برنامه‌ریزی راهبردی تلقی می‌شوند. در روش تحلیل مسائل استراتژیک از روش رویکرد راهکار مبتنی بر اهداف (Goals approach)<sup>۲</sup> استفاده شده است. در این رویکرد اهداف سازمانی در الویت‌سنجش و داوری جای دارند و از این منظر مسائل استراتژیک تحلیل می‌شوند. باتوجه به مراحل پنج‌گانه گذشته سیاهه این مسائل به این شرح است.

### ۱-۶. ضعف‌های استراتژیک نشر

۱-۱-۶. نظام تصمیم‌سازی و اجرائی معاونت امور فرهنگی شدیداً بروکراتیک است.  
۲-۱-۶. نظام پرداخت و توزیع یارانه‌ها بیشتر مستقیم است و یارانه‌های مستقیم بر غیرمستقیم تفوق دارد.

۳-۱-۶. برنامه‌ها و خط‌مشی حمایتی موجود غالباً اثربخشی ندارد و در گذر زمان کارایی خود و به‌تبع بهره‌وری خود را از دست داده است.

۴-۱-۶. نظام پرداخت و توزیع یارانه‌ها در بیشتر موارد عادلانه نیست.

۵-۱-۶. نظام تصمیم‌سازی متکی بر تجربه کارشناسی است و فاقد نظام مدرن پردازش و تحلیل و تجویز داده‌کاوی است. نگرش حاکم و متعارف به مسائل و موضوعات نشر و

۱. برایسون، جان. ام. (۱۳۶۹). «فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی»، ترجمه عباس منوریان، مجله مدیریت دولتی، پاییز، ش ۱۰، ص ۶۰.  
۲. همان: ۶۷.

فعالیت‌های فرهنگی بیشتر معطوف به فاعل نظام نشر است نه فعل نشر. به عبارت دیگر، نگرش مدیریتی حاکم و سنتی بیشتر متوجه نگرش نقطه‌ای مانند ناشر، کتاب، نویسنده، نمایشگاه و... است نه سازوکارهای نشر که سلسله‌ای است که از نگارش آغاز می‌شود و فرایندی چون نظام تولید، کسب‌وکار ناشران، امور مالی، منابع انسانی، داد و ستد با نهادهای توزیع و کتاب‌فروشی، و جامعه مؤثر و بالقوه مصرف‌کننده به‌جای جامعه توده‌ای مصرف‌کنندگان و... را دربرمی‌گیرد.

#### ۲-۶. تهدیدهای استراتژیک نشر

- ۱-۲-۶. گرایش به خواندن کتاب روندی کاهنده دارد؛
- ۲-۲-۶. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به‌نحو فزاینده‌ای جایگزین کتاب شده‌اند؛
- ۳-۲-۶. مردم پول و امکان مالی برای خرید کتاب ندارند؛
- ۴-۲-۶. کتاب بیشتر کالای لوکس می‌شود؛
- ۵-۲-۶. ممیزی کتاب در جهان باز اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده به آن‌ها برضد نشر کتاب عمل می‌کند.

#### ۳-۶. نقاط قوت استراتژیک نشر

- ۱-۳-۶. اهتمام و توجه خاص دولتمردان و مسئولان به اهمیت خطیر نشر کتاب؛
- ۲-۳-۶. وجود ناشران و نظام صنفی کارآمد؛
- ۳-۳-۶. توجه مسئولان و دولتمردان به تغییر در سیاست‌گذاری نشر؛
- ۴-۳-۶. در دسترس بودن ابزارها و امکانات پردازش و تحلیل اطلاعات و نظام کسب‌وکار در فضای مجازی.

#### ۴-۶. فرصت‌های استراتژیک نشر

- ۱-۴-۶. وجود نهادهای مؤثر و کارساز خدمات مالی و بیمه‌ای؛
- ۲-۴-۶. تحولات فناوری ارتباطات و اطلاعات؛
- ۳-۴-۶. ترجیح روزافزون نسخه کاغذی به نسخه الکترونیکی و چرخش به‌سوی فرهنگ مکتوب.

## جمع‌بندی نتایج تحقیق به صورت کلی

خرید کتاب	• تغییر ساختاری
بن کتاب	• تغییر ساختاری
نمایشگاه کتاب تهران	• اصلاح در روش
نمایشگاه کتاب استانی	• اصلاح در روش
کتب ارزشمند	• تغییر ساختاری
توسعه نشر بین‌الملل	• تغییر ساختاری
جوایز ادبی	• تغییر ساختاری
اعطای وام	• اصلاح در روش



## ۷. دامنه و فازبندی و گونه تغییرات

در جدول شماره ۴ زیر فرایند و نوع تغییرات پیشنهاد شده است:

جدول شماره ۴. دامنه و نوع و فازبندی تغییرات و اصلاحات در سیاست‌های موجود

تغییر در فناوری		تغییر در روش		تغییر در سازمان		تغییر در هدف‌گذاری		موضوع
کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	کوتاه‌مدت	فازبندی
مدیریت	گردآوری	توزیع عادلانه	توزیع عادلانه	کتابخانه	تمرکززدایی	واگذاری	خرید	خرید کتاب
دانش و اطلاعات	اطلاعات و پردازش	براساس نیاز	به‌نسبت تعداد کتاب‌های ناشران	محوری	به کتابخانه‌ها	بودجه خرید	انحصاری از بخش خصوصی	
نظارت	هوشمند	مراجعات به کتابخانه‌ها						
حذف بن کتاب	توزیع با استفاده از کارت‌خوان‌ها	حذف بن کتاب	توزیع بودجه بین مصرف‌کنندگان در نمایشگاه‌ها	حذف بن کتاب	اتکا به نظام نامرئی به جای اداری	حذف بن کتاب	توزیع غیرمستقیم و تحریک سوپه تقاضا	بن کتاب
برگزاری نمایشگاه مجازی در کنار نمایشگاه	بهره‌گیری از نظام مالی الکترونیک و تخفیف مدرن	حق تقدم مصرف‌کننده بر تماشاگر کتاب	مدیریت بخش خصوصی و اتحادیه	واگذاری به مجمع اتحادیه ناشران و نظارت بر آن	حذف ناشران کم‌کار و آموزشی	تقویت ثبات سیاست‌گذاری	تقویت ناشران فعال و فروش کتاب	نمایشگاه کتاب تهران
برگزاری نمایشگاه مجازی در کنار نمایشگاه	بهره‌گیری از نظام مالی الکترونیک و تخفیف مدرن	فروش کتاب	مدیریت ناشران و کتابفروشان	واگذاری به اتحادیه ناشران و کتابفروشان	اعطای اختیارات مالی و اجرایی به استان‌ها	استان محوری و واگذاری مطلق به نهادهای استانی	تقویت ناشران و کتابفروشان و خریدار	نمایشگاه کتاب استانی
==	==	==	==	==	==	==	تلفیق با هیئت خرید کتاب	کتاب ارزشمند
گردآوری اطلاعات و شناسایی و خرید	گردآوری اطلاعات و شناسایی و خرید	مخاطب محور	مخاطب محور	شناسایی براساس اطلاعات به‌جای کارشناسی	شناسایی بر اساس اطلاعات به‌جای کارشناسی	حمایت از آثار تجدید چاپ‌شده در خارج از کشور	حمایت از آثار تجدید چاپ‌شده در خارج از کشور	توسعه نشر بین‌الملل
==	==	==	==	==	==	واگذاری به نهادهای خصوصی	واگذاری به نهادهای خصوصی	جوایز ادبی
گردآوری و شناسایی اطلاعات	گردآوری و شناسایی اطلاعات	اعطای وام با نرخ بهره ۱۲ درصد	اعطای وام با نرخ بهره ۱۲ درصد	معیار کمی تولید کتاب	معیار کمی تولید کتاب	تقویت فرایند نشر	تقویت فرایند نشر	اعطای وام

## فصل دوم

---

تحلیل تحولات محیطی و عوامل مؤثر  
بر سیاست‌های حمایتی نشر کتاب از  
سال ۵۸ تا ۹۴

---

## درآمد نظری

فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی در ایران موضوع و رخدادی مستقل و ورای سیاست و دولت نیست. سیاست به‌منزله تفسیر مضیقی از عالم و انسان و تدابیر خاص و بینش راهبردی مستولی بر دولت و جریان‌های سیاسی سمت‌وسوی فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی را القا و مشخص می‌کند. دولت‌ها در ایران به‌رغم گرایش‌ها و بینش‌های سیاسی گوناگون در یک موضوع اشتراک‌نظر و فهم مشترک از فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی دارند؛ فرهنگ عین سیاست است. این تلقی از یک حیث کاملاً درست است، زیرا از نظر ساختارها و مبانی فکری و عقیدتی میان سیاست و فرهنگ جدایی و انفصالی وجود ندارد و این دو قلمرو مقصد و هدف غایی مشابه و متناظری را پی‌می‌گیرند، هم‌چنان که در قلمرو اقتصاد و اجتماع نیز چنین است.

اما از سوی دیگر، اگر سیاست به‌معنای کسب قدرت و حفظ آن به‌منظور تحقق همان مقصد و هدف غایی مصرح در قانون اساسی است، فرهنگ از یک منظر، کوششی برای شناخت انسان، جهان و جامعه و درک خود در جهان هستی و وقوف به موضع انسان در این جهان است. در این نگرش، روش فرهنگ با روش سیاست مرزهایی متمایز دارد که چندان با رویکردهای سیاسی و اقتصادی تناسب و تقارب ندارد. فرهنگ با سیاست در ایران هم مقصد و هم هدف است اما هرکدام از راه‌وروش خود در نیل به این هدف سیر می‌کنند.

این موضوع در مباحث توسعه بیشتر بارز و برجسته می‌شود. آیا فرهنگ ابزاری است برای توسعه اقتصاد و سیاست؟ یا فرهنگ به استقلال هم موضوعیت دارد و هم طریقت. هم خود مستقل از سیاست و اقتصاد است، و هم خود روش و راه خاص خود را دارد که نه روش اقتصادی است و نه روش سیاسی. اگر نخواهیم از تعابیر روبنا و زیربنای مارکسیستی بهره بگیریم و در دام اینکه فرهنگ زیربناست یا روبنا فروغلتیم، اما یک نکته محرز است که هویت انسان و جامعه در گرو فرهنگ است و فرهنگ همان نطق در «حیوان ناطق» است. انقلاب اسلامی اندیشه و راهی بوده است متکی بر فرهنگ‌مداری. این انقلاب بیش

از هر چیز انقلابی است فرهنگی برای و به قصد ساختن آدم و جامعه. فرهنگ تجسمی و کالبدی دارد که خود را در کالاهای و محصولات فرهنگی بازنمایی و بازتولید می‌کند، اما فرهنگ کالبد و کالای فرهنگی صرف نیست. روحی است که کالاهای و محصولات فرهنگی نمود و فنومنی از آن است. اما نومن و باطن فرهنگ به این قالب‌ها و ظواهر محصور نمی‌شود. سیاست‌گذاری فرهنگی هم صورتی ظاهر دارد که در قالب کالاهای و محصولات فرهنگی مانند کتاب رخ می‌نماید، اما سیاست‌گذاری فرهنگی دولت‌ها روحی را هم دارد که ناپیداست اما یافتنی و درک‌شدنی است.

در اینجا چاره‌ای نیست که فرهنگ را به‌مثابه کالا و محصول مد نظر قرار دهیم و سیاست‌گذاری فرهنگی را در ارزیابی عملکرد دولت‌ها به سیاست‌گذاری محصولات و کالاهای فرهنگی و به‌طور خاص کتاب تقلیل دهیم و آن‌را مبنای تفاوت‌ها و تمایزهای دولت‌ها تلقی کنیم.

### بررسی سیاست‌ها و تحولات محیطی دولت‌ها در حوزه نشر کتاب

بررسی ادوار و سیاست‌های دولت‌ها و تحولات محیطی مربوط به حوزه نشر کتاب از سال ۵۷ تاکنون را می‌توان در دوره‌های زیر دسته‌بندی کرد:

۱. دوره پیروزی انقلاب اسلامی تا روند شکل‌گیری جمهوری اسلامی (۱۳۶۰)؛
۲. دوره جنگ (۶۰ تا ۶۸)؛
۳. دوره دولت سازندگی (۶۸ تا ۷۶)؛
۴. دوره دولت اصلاحات (۷۶ تا ۸۴)؛
۵. دوره دولت احمدی‌نژاد (۸۴ تا ۹۲)؛

### دوره انقلاب تا شکل‌گیری جمهوری اسلامی (۱۳۵۷ تا ۱۳۶۰)

دوره فترت میان فروپاشی نظام شاهنشاهی تا شکل‌گیری نظام جمهوری اسلامی، دوره خاص و یگانه نشر کتاب در ایران محسوب می‌شود. در این دوره با متزلزل شدن قدرت دولت و نظام ممیزی و سانسور، فرصتی به‌دست آمد تا کتاب‌هایی که سال‌ها به‌طور رسمی امکان انتشار نداشتند یا به‌طور مخفیانه و غیررسمی منتشر می‌شدند، مجال انتشار پیدا کنند و تعداد عنوان و شمارگان کتاب به‌نحوی سابقه‌ای افزایش یابد. در سال‌های قبل از انقلاب تعداد عناوین کتاب در سال ۵۷ در حدود ۱۵۰۰ عنوان بود. این درحالی است که جمعیت ایران ۳۸۸۸۹۵۲۰ نفر است. یعنی به‌ازای هر ۲۵ هزار نفر یک عنوان کتاب وجود داشت. این وضعیت که عوامل مختلفی دارد و سانسور کتاب یکی از آن عوامل است، سبب شد تا رخدادهای کتاب «جلدسفید» در دوران انقلاب شکل گیرد. از این‌رو جلدسفید نام گرفت

که شتاب و فوریت در نشر کتاب مجال و فرصت جلدسازی را به ناشرانی نمی‌داد که برای نخستین بار کتاب را در شمارگان حدود ۱۰۰ هزار عنوان منتشر می‌کردند. از این دوره آمارها و اسناد کامل و دقیقی وجود ندارد مگر آمار خانه کتاب در مورد وضعیت کتاب که خود بیانگر استقبال مناسبی از انتشار کتاب است. شواهد میدانی در روزهای انقلاب اطراف و در مسیرهای داخلی دانشگاه تهران هم بیانگر رونق کتاب و کتابخوانی بود که بساط کتابفروشی‌های خیابانی در این مسیرها رونق داشت. دلیل رونق فوق‌العاده و یگانه چاپ و نشر و خرید کتاب رونق مباحث سیاسی و فکری در خیابان‌ها و محافل و مجالس بود و مردم پرسش‌های بی‌شمار داشتند و نیاز به یافتن پاسخی به پرسش‌های خود را در کتاب‌ها جست‌وجو می‌کردند.

### جدول شماره ۱. وضعیت کتاب در سال‌های ۵۷ تا ۶۰

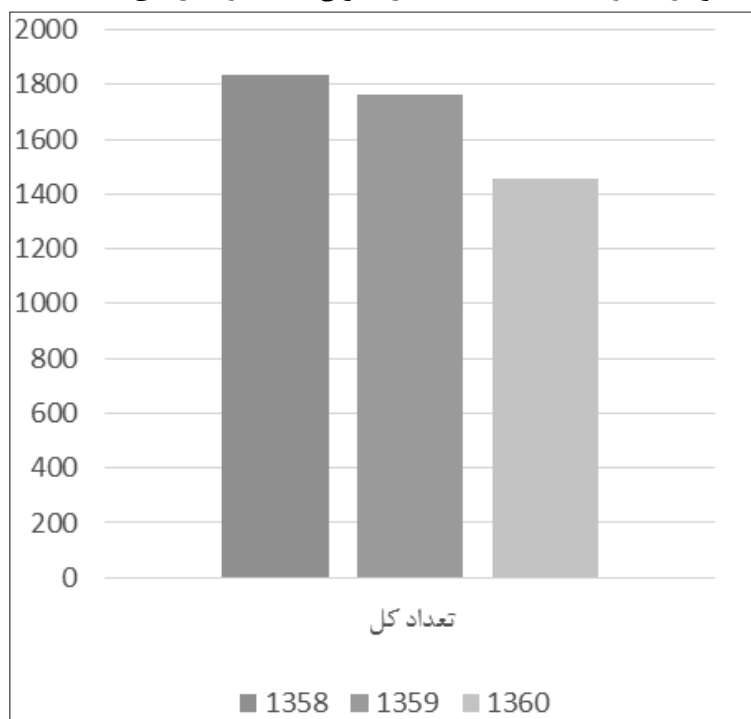
سال	تعداد کل	ترجمه	تألیف شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط کل (هزار)	صفحه متوسط (هزار)	متوسط بهای کل (هزار)	بهای متوسط	
۱۳۵۷	۲۹۲	۶۸	۲۲۴	۵۶	۲۳۶	۲۳۳	۵۹	۹۹۶۰۰	۳۴۱	۵۵۱۴۳	۵۵۴	۲۱۹۱۰
۱۳۵۸	۱۸۳۳	۴۲۵	۱۴۰۸	۳۰۶	۱۵۲۷	۱۵۹۶	۲۳۷	۴۲۶۱۰۰	۲۳۳	۵۰۹۶۷	۱۲۰	۹۰۴۶۸
۱۳۵۹	۱۷۶۰	۲۷۸	۱۳۸۲	۲۴۳	۱۵۱۷	۱۵۴۶	۲۱۴	۴۸۳۱۰۰	۲۷۵	۸۱۸۵۳	۱۶۹	۶۱۰۹۸
۱۳۶۰	۱۴۵۸	۳۲۹	۱۱۲۹	۱۸۴	۱۲۷۴	۱۲۴۷	۲۱۱	۵۳۶۱۴۲	۳۶۸	۹۶۶۸۵	۱۸۰	۱۲۷۲۴۱

در این جدول که از خانه کتاب استخراج شده آمار کتاب در سال ۵۷ نمی‌تواند درست باشد. ۲۹۲ عنوان کتاب در سال ۵۷ با واقعیت سازگاری ندارد و در مقایسه با سال ۵۸ هم نادرستی آن را اثبات می‌کند. براساس برخی نظرات، آمار تولید کتاب در این سال بیش از هزار عنوان است. اما از آنجایی که تنها منبع اطلاعات خانه کتاب است در این آمارها دستکاری نشده است. دلیل اصلی این آمار غلط فقدان نظام و سازوکار مشخص برای جمع‌آوری اطلاعات در بحبوحه انقلاب اسلامی است.

صرف‌نظر از این مسئله، سال ۵۸ نقطه عطفی در تولید کتاب است. کتاب‌های تألیفی در مقایسه با کتاب‌های ترجمه حدود ۷۰ درصد است و نسبت کتاب‌های چاپ اول به تجدیدچاپ در حدود ۸۵ درصد است که بیانگر شوروشوق عرضه انتشار کتاب‌های جدید و مباحث تازه توسط نویسندگان است. این نسبت تقریباً تا سال ۶۰ پایدار است. نرخ رشد

کتاب در سال ۵۹ نسبت به سال ۵۸ حدود ۴ درصد منفی است و سال ۶۰ نسبت به سال ۵۹ در حدود ۱۷ درصد منفی است. اما تعداد صفحات کتاب در سال ۵۹ در حدود ۱۸ درصد نسبت به سال قبل و در سال ۶۰ نسبت به سال قبل در حدود ۶۰ درصد رشد داشته است. قیمت هر جلد کتاب در سال ۵۸ نسبت به سال ۵۹ در حدود ۴۸ درصد و سال ۶۰ نسبت به سال ۵۹ در حدود ۱۸ درصد افزایش داشته است. در نمودارها و جداول زیر این وضعیت بهتر ترسیم شده است:

نمودار شماره ۳. مقایسه تعداد کل عنوان کتاب در سال‌های ۵۷ تا ۶۰



جدول شماره ۲. تعداد کل عناوین، ترجمه و تألیف کتاب و نرخ رشد آن

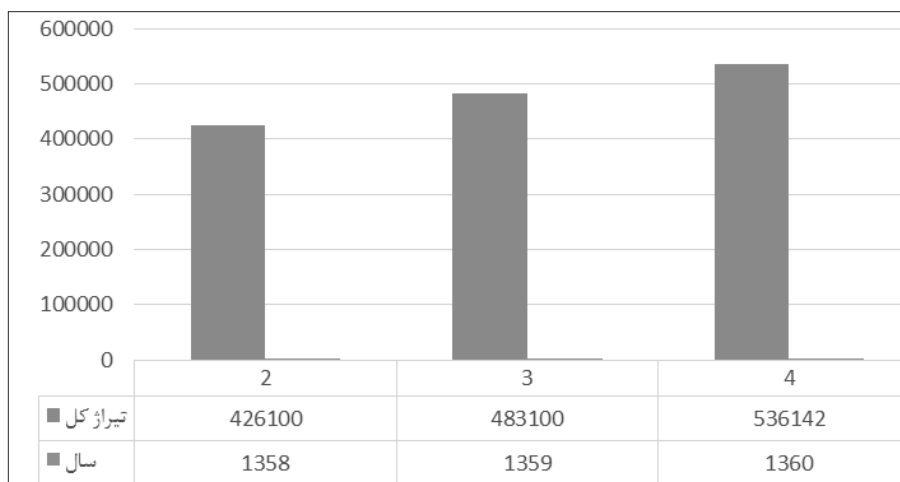
سال	تعداد کل	رشد (درصد)	ترجمه	رشد (درصد)	تألیف	رشد (درصد)
۱۳۵۷	۲۹۲		۶۸		۲۲۴	
۱۳۵۸	۱۸۳۳		۴۲۵		۱۴۰۸	
۱۳۵۹	۱۸۶۰	-۲	۳۷۸	-۵	۱۳۸۲	-۱
۱۳۶۰	۱۴۵۸	-۱۹	۳۲۹	-۱۵	۱۱۲۹	-۲۰

در سال ۶۰، درگیر شدن کشور در جنگ و آشوب‌های داخلی بر تولید کتاب تأثیرگذار می‌شود. این تأثیر حدود ۵ درصد بر آثار تألیفی بیشتر از آثار ترجمه‌ای است.

جدول شماره ۳. مقایسه تیراژ کل و سرانه کتاب در سال‌های ۵۷ تا ۶۰

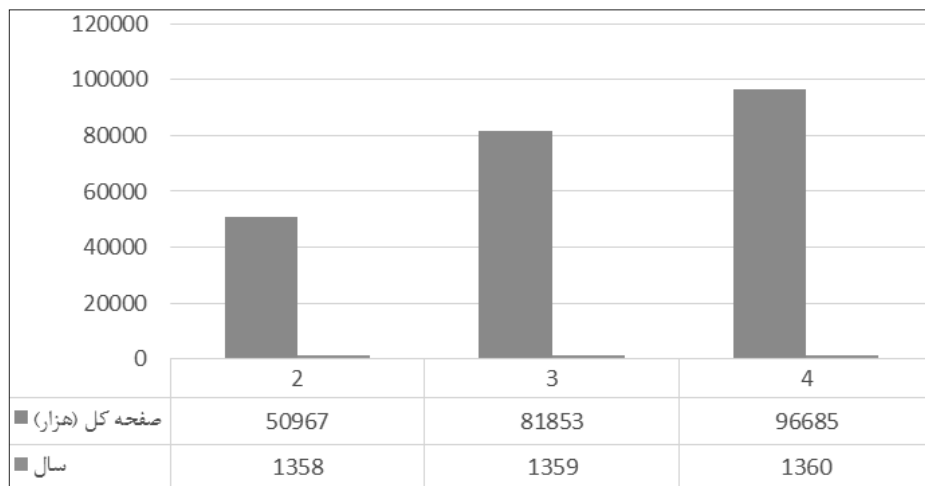
سال	تیراژ کل	رشد (درصد)	جمعیت - هزار نفر	سرانه کتاب به ازای هزار نفر
۱۳۵۷	۹۹۶۰۰		۳۶۲۹۳	۲,۷
۱۳۵۸	۴۲۶۱۰۰		۳۷۸۱۵	۱۱,۳
۱۳۵۹	۴۸۳۱۰۰	-۱۵	۳۹۲۹۱	۱۲,۳
۱۳۶۰	۵۳۶۱۴۲	-۹	۴۲۸۲۶	۱۲,۵

نمودار شماره ۴. مقایسه تیراژ کل در سال‌های ۵۷ تا ۶۰



شمارگان کل کتاب از سال ۵۹ روند نزولی دارد و سال ۵۹ نسبت به سال ۵۸، حدود ۱۵ درصد است، اما این روند نزولی در سال ۶۰ نسبت به دوره قبل ۶ درصد کمتر است و سیر نزولی کاهش می‌یابد.

نمودار شماره ۵. مقایسه صفحه کل در سال‌های ۵۷ تا ۶۰



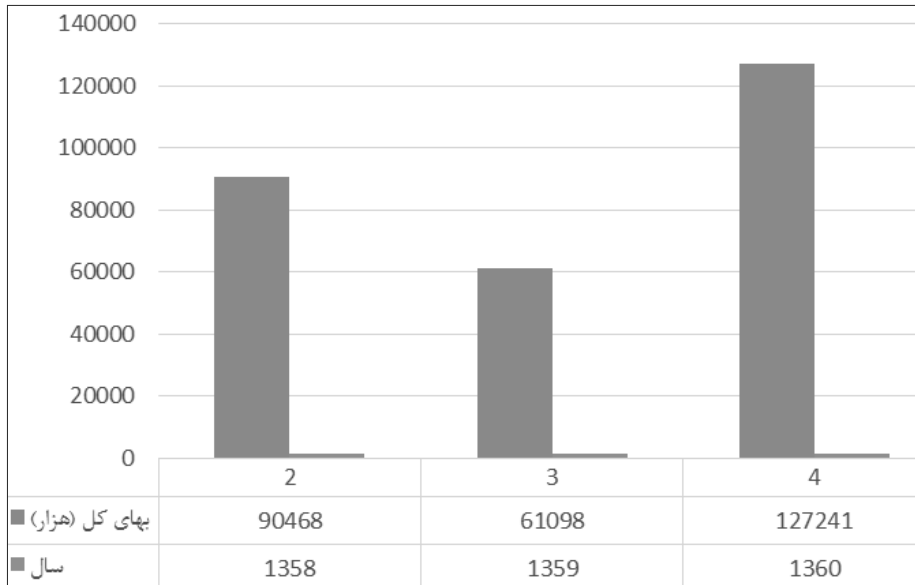
صفحات کتاب در سال ۶۰ نسبت به سال‌های قبل روند افزایشی دارد. به عبارت دیگر از تعداد تیراژ در این دوره کاسته اما بر تعداد صفحات افزوده شده است که بیانگر افزایش روند کیفیت به طور نسبی است.

جدول شماره ۴. تیراژ متوسط و کل صفحات به همراه رشد آن طی دوره ۱۳۵۷ - ۱۳۶۰

سال	تیراژ متوسط	رشد (درصد)	صفحات	رشد (درصد)	سرانه صفحه - نفر	متوسط صفحات	رشد (درصد)
۱۳۵۷	۳۵۴				۵۲۲۵۸	۱/۴	۶۹۱
۱۳۵۸	۲۳۲	۳۳	۶۶۰۴۱	۲۶	۱/۷	۹۶	-۸۶
۱۳۵۹	۲۷۵	-۱۳	۱۰۴۹۳۷	۵۹	۲/۷	۱۸۱	۸۹
۱۳۶۰	۳۶۸	۱۲	۹۴۲۵۵	-۱۰	۲/۳	۱۷۸	-۲



نمودار شماره ۶. مقایسه بهای کل کتاب در سال‌های ۵۸ تا ۶۰



نمودار شماره ۶ بیانگر آن است که بهای کل کتاب در سال ۵۹ نسبت به ۵۸ حدود ۳۰ درصد کاهش می‌یابد، اما در سال ۶۰ بیش از صد درصد افزایش دارد. نمودار یادشده بیانگر افت‌وخیزهای دوره فترت میان انقلاب اسلامی تا تأسیس جمهوری اسلامی است. در سال ۵۸ حجم مالی تولید به حدود ۹ میلیون تومان و در سال ۵۹ به ۶ میلیون تومان کاهش می‌رسد یعنی حدود ۳۲ درصد کاهش و در سال ۶۰ به ۱۲ میلیون تومان صد درصد رشد می‌رسد. حجم گردش مالی نشر در سال ۶۰ بیش از ۱۲۰ میلیون تومان است. البته با در نظر گرفتن این نکته که تمام این کتاب‌ها به فروش نرفته و برخی انبار شده یا از بین رفته‌اند. هزینه تخفیف و هدایایی را هم در مورد حجم گردش مالی ناشران باید مدنظر داشت که چیزی در حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد است.

در جداول زیر، به تفکیک هر سال وضعیت تولید کتاب بر حسب رشته‌های مختلف ترسیم شده است:

### جدول شماره ۷. وضعیت کتاب در سال ۵۷

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۳	۲	۱	۲	۱	۳		۶۰۰۰	۳۰۰۰	۱۸۸۴	۳۱۷	۹۶۰۰۰	۱۶۰۰۰	۳۴
فلسفه	۵		۵		۵	۵				۲۱۰				۰
دین	۶۳	۷	۵۶	۱۶	۴۷	۵۴	۹	۲۵۰۰۰	۸۳۳۳	۲۳۱۵	۲۸۰	۹۱۰۰	۴۴۵	۰
علوم اجتماعی	۳۷	۱۳	۲۴	۴	۳۳	۳۱	۶			۲۰۲			۲۸	۰
زبان	۹	۱	۸	۱	۸	۶	۳	۴۱۰۰۰	۲۰۵۰۰	۴۷۲۶۰	۷۴۷	۹۹۵۰۰	۱۲۰۸	۱
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۰	۶	۴	۲	۸	۵	۵			۱۸۳			۳۲۰	۰
علوم عملی	۵		۵		۴	۱				۲۳۱			۳۸۳	۰
هنر	۷	۵	۲	۲	۵	۵	۲			۳۶۱			۳۰۰	۲
ادبیات	۶۸	۱۳	۵۵	۱۱	۵۷	۵۱	۱۷	۱۲۶۰۰	۲۱۰۰	۳۰۴۴	۱۵۵	۱۱۹۰۰	۶۱۹	۰
تاریخ و جغرافیا	۶۹	۱۸	۵۱	۱۵	۵۴	۵۶	۱۳			۲۲۴			۷۳	۰
کودک و نوجوان	۱۶	۳	۱۳	۳	۱۳	۱۳	۳	۱۵۰۰۰	۷۵۰۰	۶۴۰	۵۷	۱۷۰۰	۱۴۸	۰
کمک آموزشی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰							۰
جمع کل	۲۹۲	۶۸	۲۲۴	۵۶	۲۳۶	۲۳۳	۵۹	۹۹۶۰۰		۵۵۱۴۳				۲۱۸۲۰۰

سال ۵۷، به ترتیب کتاب‌های رشته‌های تاریخ و جغرافیا، ادبیات، دین و علوم اجتماعی با فاصله قابل توجه و چشمگیری از سایر رشته‌ها منتشر شده‌اند. این گرایش با شرایط زمانی آن دوره تناسب دارد و معنادار است.

### جدول شماره ۸. وضعیت کتاب در سال ۵۸

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۶	۱	۱۵	۴	۱۲	۱۶							۴۰	۰
فلسفه	۵۹	۲۴	۳۵	۱۲	۴۷	۴۴	۱۵	۲۲۵۰۰	۵۶۲۵	۷۰۷۰	۱۹۷	۳۴۶۵	۱۶۴	۰
دین	۳۵۹	۴۷	۳۱۲	۸۵	۲۷۴	۳۰۷	۵۲	۶۱۱۰۰	۸۷۲۸	۴۷۴۵	۱۶۱	۵۶۳۴۳	۱۷۲	۰
علوم اجتماعی	۵۳۱	۱۳۸	۳۹۳	۶۲	۴۶۹	۴۷۸	۵۳	۹۳۰۰۰	۹۳۰۰	۱۱۱۴۸	۳۳۲	۶۳۶۵	۵۵	۰
زبان	۱۵	۲	۱۳		۱۵	۶	۹	۸۰۰۰	۴۰۰۰	۱۹۴۳	۳۹۲	۲۵۰۰	۳۵۰	۰
علوم طبیعی و ریاضیات	۳۵	۱۹	۱۶	۴	۳۱	۲۷	۸	۹۰۰۰	۳۰۰۰	۵۰۳۸	۳۱۶	۵۷۹۰	۵۱۷	۰
علوم عملی	۷۴	۲۷	۴۷	۱۰	۶۴	۶۰	۱۴	۵۰۰۰	۵۰۰۰	۲۵۵	۲۳۰	۱۵۰	۱۷۶	۰
هنر	۲۷	۱۳	۱۴	۳	۲۴	۲۱	۶	۵۰۰۰	۵۰۰۰	۳۲۰	۲۱۵	۱۲۵۰	۲۱۷	۰
ادبیات	۱۹۲	۴۸	۱۴۴	۲۳	۱۶۹	۱۶۶	۲۶	۴۲۰۰۰	۶۰۰۰	۲۸۲۸	۲۲۶	۲۴۱۰	۱۰۵	۰
تاریخ و جغرافیا	۴۲۶	۸۷	۳۳۹	۹۵	۳۳۱	۳۸۰	۴۶	۱۷۵۵۰۰	۸۳۵۷	۱۷۴۴۰	۱۴۵	۱۲۰۷۰	۶۴	۰
کودک و نوجوان	۹۷	۱۹	۷۸	۸	۸۹	۸۹	۸	۵۰۰۰	۵۰۰۰	۱۸۰	۵۸	۱۲۵	۲۵	۰
کمک آموزشی	۲	۰	۲	۰	۲	۲	۰				۱۹۴			۰
جمع کل	۱۸۳۳	۴۲۵	۱۴۰۸	۳۰۶	۱۵۲۷	۱۵۹۶	۲۳۷	۴۲۶۱۰۰		۵۰۹۶۷		۹۰۴۶۸		

در سال ۵۸، تغییری در گرایش تولید کتاب رخ می‌دهد و کتاب‌های حوزه علوم اجتماعی در صدر تولید جای دارد. رشته‌های دیگر به ترتیب عبارتند از: تاریخ و جغرافیا، دین و ادبیات. ادبیات در این سال با اقبال کمتری نسبت به سال قبل مواجه شده است.

## جدول شماره ۹. وضعیت کتاب در سال ۵۹

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۸	۱	۱۷	۴	۱۴	۱۳	۵			۲۱۳				۰
فلسفه	۴۹	۹	۴۰	۱۱	۳۸	۳۷	۱۲	۵۵۰۰	۵۵۰۰	۸۸۰	۱۸۷	۹۶۲	۹۹۳	۰
دین	۳۵۳	۶۵	۲۸۸	۶۸	۲۸۵	۳۰۵	۴۸	۲۱۷۰۰۰	۱۲۰۵۵	۵۲۹۵۶	۲۴۰	۳۲۶۷۰	۲۰۱	۰
علوم اجتماعی	۳۵۴	۸۵	۲۶۹	۳۳	۳۲۱	۳۱۵	۳۹	۵۱۸۰۰	۸۶۳۳	۳۳۷۸	۱۳۶	۳۴۰۰	۸۹	۰
زبان	۴۵	۶	۳۹	۸	۳۷	۳۷	۸	۱۱۵۰۰	۵۷۵۰	۲۲۵۶	۴۱۳	۳۳۳۰	۵۰۹	۰
علوم طبیعی و ریاضیات	۸۳	۲۹	۵۴	۳	۸۰	۷۵	۸	۳۳۰۰	۳۳۰۰	۳۳۰۰	۵۱۶	۶۶۰	۱۱۳	۰
علوم عملی	۱۰۰	۲۵	۷۵	۱۳	۸۷	۸۹	۱۱	۵۰۰۰	۲۵۰۰	۱۳۳۸	۱۹۲	۲۷۵۰	۲۸۵	۰
هنر	۳۸	۱۳	۲۵	۸	۳۰	۳۵	۳	۲۰۰۰	۲۰۰۰	۸۰	۱۴۶	۲۸۰	۲۸۰	۰
ادبیات	۱۵۴	۴۰	۱۱۴	۱۲	۱۴۲	۱۳۱	۲۳	۱۳۰۰۰	۲۶۰۰	۳۳۴۱	۲۱۲	۶۲۶۰	۱۹۲	۰
تاریخ و جغرافیا	۳۴۰	۶۵	۲۷۵	۵۱	۲۸۹	۳۰۴	۳۶	۱۶۸۰۰۰	۱۱۲۰۰	۱۶۴۲۴	۱۷۱	۱۰۵۶۶	۹۱	۰
کودک و نوجوان	۲۱۷	۴۰	۱۷۷	۳۲	۱۸۵	۱۹۶	۲۱	۶۰۰۰	۳۰۰۰	۱۲۰۰	۴۹	۵۰۰	۷۴	۰
کمک آموزشی	۹	۰	۹	۰	۹	۹	۰				۱۱۴			۰
جمع کل	۱۷۶۰	۳۷۸	۱۳۸۲	۲۴۳	۱۵۱۷	۱۵۴۶	۲۱۴	۴۸۳۱۰۰	۲۱۴	۸۱۸۵۳		۶۱۰۹۸		

در سال ۵۸، تولید کتاب‌های دینی و علوم اجتماعی تقریباً به‌طور برابر در صدر رشته‌ها جای می‌گیرند و سپس رشته‌های تاریخ و جغرافیا و با اختلاف زیادی کتاب‌های حوزه ادبیات قرار دارند. روند نزولی کتاب‌های ادبی بیانگر وضعیت نویسندگی و نویسندگان این حوزه در شرایط ملتهب سیاسی و جنگ است.

### جدول شماره ۱۰. وضعیت کتاب در سال ۶۰

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۱	۱	۱۰	۳	۸	۱۱				۲۹۶			۱۰۳	۰
فلسفه	۴۴	۱۳	۳۱	۳	۴۱	۳۷	۷	۱۰۰۰۰	۲۵۰۰	۳۴۹۲	۲۲۳	۲۶۲۰	۲۲۰	۱
دین	۳۹۰	۷۶	۳۱۴	۷۲	۳۱۸	۳۱۸	۷۲	۲۵۱۸۴۲	۸۶۸۴	۳۱۴۵۱	۴۸۱	۱۹۷۱۰	۱۸۹	۰
علوم اجتماعی	۱۵۹	۳۹	۱۲۰	۱۲	۱۴۷	۱۴۳	۱۶	۱۴۳۰۰	۲۸۶۰	۴۱۵۵	۲۲۳	۱۶۷۶	۱۷۳	۰
زبان	۳۲	۳	۲۹	۴	۲۸	۲۲	۱۰	۲۷۰۰۰	۱۳۵۰۰	۲۰۶۲۰	۴۵۶	۱۴۳۰۰	۴۸۶	۰
علوم طبیعی و ریاضیات	۷۸	۲۴	۵۴	۵	۷۳	۶۸	۱۰	۹۹۰۰	۳۳۰۰	۳۷۵۷	۲۸۸	۶۴۸۰	۳۷۸	۰
علوم عملی	۱۸۳	۳۹	۱۴۴	۱۷	۱۶۶	۱۵۳	۳۰	۳۵۲۰۰	۴۴۰۰	۷۶۹۰	۳۴۴	۱۴۴۴۵	۲۴۸	۰
هنر	۶۰	۱۵	۴۵	۵	۵۵	۵۷	۳	۵۳۰۰	۵۳۰۰	۷۲۱	۱۳۷		۱۹۶	۰
ادبیات	۱۴۰	۴۲	۹۸	۱۲	۱۲۸	۱۱۲	۲۸	۶۰۰۰۰	۴۲۸۵	۱۱۱۸۴	۲۰۱	۴۸۶۷۵	۴۱۶	۱
تاریخ و جغرافیا	۲۲۶	۴۸	۱۷۸	۲۹	۱۹۷	۲۰۳	۲۳	۶۸۰۰۰	۵۶۶۶	۹۹۷۹	۲۳۰	۱۱۱۳۵	۲۱۳	۰
کودک و نوجوان	۱۳۰	۲۹	۱۰۱	۲۲	۱۰۸	۱۱۸	۱۲	۵۴۶۰۰	۶۸۲۵	۳۶۳۶	۵۴	۸۲۰۰	۱۸۲	۱
کمک آموزشی	۵	۰	۵	۰	۵	۵	۰				۱۰۵		۱۸۹	۱
جمع کل	۱۴۵۸	۳۲۹	۱۱۲۹	۱۸۴	۱۲۷۴	۱۲۴۷	۲۱۱	۵۳۶۱۴۲	۹۶۶۸۵	۱۲۷۲۴۱				

در سال ۶۰، کتاب‌های حوزه دین، با اختلاف قابل توجهی نسبت به سایر حوزه‌ها افزایش پیدا می‌کند و کتاب‌های حوزه علوم اجتماعی با روند کاهش شدید روبه‌رو است و بعد از کتاب‌های تاریخ و جغرافیا و علوم عملی قرار می‌گیرد. ادبیات تقریباً وضعیت گذشته خود را دارد اما کتاب کودک و نوجوان روند رشد شتابانی را آغاز می‌کند.

### سیاست حمایتی در سال‌های ۵۷ تا ۶۰

در دوره سال ۵۷ تا ۶۰ وضعیت یگانه‌ای ناشی از فقدان روش یارانه‌ای و سیاست حمایتی

برقرار بود و نویسندگان و ناشران براساس انگیزه‌های خود به هزینه خودشان کتاب منتشر می‌کردند و صرفاً نظام عرضه و تقاضا و قاعده بازار حاکم بود. ظاهراً این وضعیت به‌خوبی پاسخ‌گوی هزینه-فایده تولید و انتشار کتاب بود. این وضع در تاریخ نشر ایران دوره‌ای یگانه و منحصر به فرد است زیرا دولت و حاکمیت هنوز گرفتار مسائل اساسی کشور و برقراری ثبات و نظم و امنیت و روند شکل‌گیری و تأسیس نظام جمهوری اسلامی بودند.

### دوره جنگ (۶۱ تا ۶۸)

اگرچه جنگ در سال ۵۹ آغاز شد اما پیامدهای اقتصادی آن خود را از سال‌های ۶۱ به بعد نشان داد. وانگهی سال ۶۰ مسئله اصلی تحت تأثیر مسائل داخلی بود. از یک منظر تفکیک میان سال‌های ۵۹ و ۶۰ از سال‌های بعد تا پایان جنگ در سال ۶۷ چندان دقیق نیست و این تقسیم‌بندی صرفاً به دلیل ساده‌سازی تحلیل رخدادهای فرهنگی به‌ویژه تحلیل وضعیت کتاب است. رخدادهای سال‌های منتهی به ۶۰ و حادث شدن روند دسیسه‌ها و تلاش‌ها برای مقابله و ستیز با نظام تازه تأسیس جمهوری اسلامی در سراسر کشور به‌خصوص در شهرهای مرزی و تهران و فعالیت براندازانه برخی گروه‌ها موجب شد تا مسئله امنیت ملی و اعمال محدودیت بر فعالیت‌های مطبوعاتی و نشر کتاب ضرورت یابد و نظارت بر چاپخانه‌ها شکل گیرد. بر مبنای آماری در سال ۶۰ تعداد کل عناوین کتاب در حدود ۱۵۰۰ عنوان برآورد می‌شود. جنگ و محدودیت‌های اقتصاد جنگی و کاهش درآمد نفت و نیز آسیب دیدن برخی کارخانه‌های کاغذسازی (بمباران کاغذ پارس) و عدم امکان واردات کاغذ سبب شد تا کاغذ جزء سهمیه‌بندی و کالاهای اساسی قلمداد شود. به تبع وضعیت موجود، نظارت بر کالاها تشدید شد و قیمت‌گذاری کتاب به‌عنوان یکی از راه‌کارهای نظارت و مهار قیمت به‌کار بسته شود. کاهش یا فقدان بودجه دولتی وضعیت کتاب را دچار رکود کرد و نشر کتاب هم به تبع وضعیت کلی اقتصاد رونقی نداشت. در سال ۶۸ بهای کل کتاب که به‌نوعی بیانگر گردش مالی نشر (البته صوری و غیرواقعی) است، ۴۲۲۸۳۱۰۲۰۰۰ ریال است که نسبت به ۱۰۰ میلیون ریال سال ۵۷ در حدود ۴۰۰ درصد رشد دارد. وضعیت تولید کتاب و تیراژ کل و قیمت متوسط هر کتاب و گردش مالی صوری (نه واقعی) در جداول زیر نشان داده شده است (منبع خانه کتاب).

### تحلیل آماری وضعیت کتاب در دوره سال‌های ۶۱ تا ۶۸

به‌منظور بررسی تحلیلی کمی و گرایش تولید کتاب در دوره سال‌های ۶۱ تا ۶۸ برخی از سال‌های این دوره ارزیابی می‌شود.

جدول شماره ۱۱. وضعیت کتاب در سال ۶۱

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل متوسط	تیراژ کل (هزار)	صفحه کل (هزار)	متوسط بهای کل (هزار)	بهای متوسط بهای در صفحه	موضوع
کلیات	۱۱	۱	۱۰	۳	۸	۱۱					۲۹۶	۱۰۳	۰
فلسفه	۴۴	۱۳	۳۱	۳	۴۱	۳۷	۷	۱۰۰۰۰	۲۵۰۰	۳۴۹۲	۲۲۳	۲۲۰	۱
دین	۳۹۰	۷۶	۳۱۴	۷۲	۳۱۸	۳۱۸	۷۲	۲۵۱۸۴۲	۸۶۸۴	۳۱۴۵۱	۴۸۱	۱۸۹	۰
علوم اجتماعی	۱۵۹	۳۹	۱۲۰	۱۲	۱۴۷	۱۴۳	۱۶	۱۴۳۰۰	۲۸۶۰	۴۱۵۵	۲۲۳	۱۷۳	۰
زبان	۳۲	۳	۲۹	۴	۲۸	۲۲	۱۰	۲۷۰۰۰	۱۳۵۰۰	۲۰۶۲۰	۴۵۶	۴۸۶	۰
علوم طبیعی و ریاضیات	۷۸	۲۴	۵۴	۵	۷۳	۶۸	۱۰	۹۹۰۰	۳۳۰۰	۳۷۵۷	۲۸۸	۳۷۸	۰
علوم عملی	۱۸۳	۳۹	۱۴۴	۱۷	۱۶۶	۱۵۳	۳۰	۳۵۲۰۰	۴۴۰۰	۷۶۹۰	۳۴۴	۲۴۸	۰
هنر	۶۰	۱۵	۴۵	۵	۵۵	۵۷	۳	۵۳۰۰	۵۳۰۰	۷۲۱	۱۳۷	۱۹۶	۰
ادبیات	۱۴۰	۴۲	۹۸	۱۲	۱۲۸	۱۱۲	۲۸	۶۰۰۰۰	۴۲۸۵	۱۱۱۸۴	۲۰۱	۴۱۶	۱
تاریخ و جغرافیا	۲۲۶	۴۸	۱۷۸	۲۹	۱۹۷	۲۰۳	۲۳	۶۸۰۰۰	۵۶۶۶	۹۹۷۹	۲۳۰	۲۱۳	۰
کودک و نوجوان	۱۳۰	۲۹	۱۰۱	۲۲	۱۰۸	۱۱۸	۱۲	۵۴۶۰۰	۶۸۲۵	۳۶۳۶	۵۴	۱۸۲	۱
کمک آموزشی	۵	۰	۵	۰	۵	۵	۰				۱۰۵	۱۸۹	۱
جمع کل	۳۵۵۴	۳۲۹	۱۱۲۹	۱۸۴	۱۲۷۴	۱۲۴۷	۲۱۱	۵۳۶۱۴۲	۹۶۶۸۵	۱۲۷۲۴۱			

سال ۶۱، جهش و رونق مجدد تولید کتاب با رشدی حدود ۲۰۰ درصد است. در این سال کتاب‌های حوزه دین، در صدر تولید قرار دارد و به ترتیب موضوعات ادبیات، علوم عملی، تاریخ و جغرافیا و علوم اجتماعی بیشترین تولید را دارند. البته در این سال کتاب‌ها بیشتر تجدید چاپ هستند و تولید کتاب چاپ اول به طرز چشمگیری با کتاب تجدید چاپ فاصله دارد.

جدول شماره ۱۲. وضعیت کتاب در سال ۶۳

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۳۱	۲۱	۱۱۰	۲۲	۱۰۹	۱۰۰	۳۱	۴۶۷۱۰۰	۳۹۲۵	۱۶۳۱۰۵	۴۵۲	۲۷۶۰۷۵	۹۳۷	۲
فلسفه	۱۷۲	۸۴	۸۸	۳۷	۱۳۵	۸۱	۹۱	۸۳۱۹۰۰	۵۰۷۲	۲۸۲۶۷۶	۲۸۵	۳۸۳۴۵۸	۴۷۲	۱
دین	۱۴۲۵	۲۵۴	۱۱۷۱	۵۰۲	۹۲۳	۸۳۳	۵۹۲	۱۰۰۳۲۹۰۱	۷۶۶۴	۶۴۲۳۳۲۲	۷۲۵	۴۸۰۲۰۱۸	۵۶۶	۱
علوم اجتماعی	۳۱۳	۱۱۰	۲۰۳	۵۷	۲۵۶	۲۴۱	۷۲	۱۲۲۸۰۶۰	۴۳۲۴	۳۴۳۸۳۷	۲۸۸	۶۹۱۱۹۱	۵۶۱	۱
زبان	۳۷۴	۳۳	۳۴۱	۱۰۷	۲۶۷	۱۶۴	۲۱۰	۱۷۵۱۶۰۰	۵۵۶۰	۸۷۷۲۰۷	۴۲۴	۲۴۲۲۵۰۶	۱۱۴۸	۱
علوم طبیعی و ریاضیات	۲۵۴	۱۳۴	۱۲۰	۶۰	۱۹۴	۱۶۴	۹۰	۱۰۵۲۲۵۰	۴۸۰۴	۳۴۰۷۹۰	۳۲۸	۵۷۴۹۷۴	۵۹۴	۱
علوم عملی	۶۹۹	۲۲۵	۴۷۴	۱۷۱	۵۲۸	۴۴۹	۲۵۰	۳۱۳۷۷۵۰	۵۰۱۲	۳۲۷۶۳۰۳	۳۶۰	۱۳۰۹۹۹۶	۵۸۱	۱
هنر	۲۶۶	۸۲	۱۸۴	۶۴	۲۰۲	۱۹۳	۷۳	۱۰۴۴۵۴۰	۴۳۸۸	۱۹۲۹۷۰	۱۹۹	۴۷۷۱۰۴	۵۱۶	۳
ادبیات	۱۲۸۳	۴۹۱	۷۹۲	۲۵۳	۱۰۳۰	۷۸۱	۵۰۲	۵۸۰۱۸۴۷	۵۲۱۲	۲۵۷۸۱۶۶	۴۹۳	۳۹۳۹۸۲۹	۷۰۳	۲
تاریخ و جغرافیا	۴۳۹	۱۵۰	۲۸۹	۱۲۷	۳۱۲	۲۸۱	۱۵۸	۲۴۸۸۳۵۶	۶۵۴۸	۱۲۴۶۲۹۸	۶۲۰	۱۲۰۰۹۷۷	۸۵۸	۱۱
کودک و نوجوان	۱۰۹۶	۲۵۴	۸۴۲	۴۵۰	۶۴۶	۶۲۷	۴۶۹	۱۴۵۲۶۵۰۰	۱۳۶۲۷	۵۲۰۷۳۶	۴۱	۱۷۴۶۴۶۲	۱۴۳	۵
کمک آموزشی	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
جمع کل	۶۴۵۲	۱۸۳۸	۴۶۱۴	۱۸۵۰	۴۶۰۲	۳۹۱۴	۲۵۳۸	۴۲۳۶۲۸۰۴	۲۵۳۸	۱۶۲۴۴۴۱۰	۱۶۲۴۴۴۱۰	۱۷۸۲۴۵۹۰		

در سال ۶۳ نسبت به سال ۶۱ حدود ۱۸۰ درصد و نسبت به سال ۶۲ (با ۵۳۵۴ جمع کل عناوین) در حدود ۸۰ درصد رشد داشته است. در این سال موضوعات به ترتیب عبارتند از: دین، ادبیات، کودک و نوجوان، علوم عملی، تاریخ و جغرافیا و علوم اجتماعی. به نظر می‌رسد فضای جنگ، به رشد دین و ادبیات بیشتر کمک کرده است.



جدول شماره ۱۳. وضعیت کتاب در سال ۶۶

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۷۲	۱۶	۵۶	۲۲	۵۰	۵۸	۱۴	۲۳۱۳۰۰	۳۲۵۷	۵۱۷۸۷	۲۵۲	۱۲۶۷۸۹	۷۰۷	۳
فلسفه	۱۴۹	۸۹	۶۰	۲۶	۱۲۳	۵۸	۹۱	۶۵۷۲۰۰	۴۴۴۰	۲۰۵۰۴۴	۳۴۱	۴۰۸۶۲۶	۶۷۳	۲
دین	۱۰۱۴	۲۱۷	۷۹۷	۴۲۳	۵۹۱	۴۷۴	۵۴۰	۶۸۶۵۲۰۰	۶۸۴۴	۱۷۴۸۴۱۵۷	۵۹۴	۴۴۳۹۶۴۲	۱۰۴۱	۲
علوم اجتماعی	۲۷۲	۸۸	۱۸۴	۸۴	۱۸۸	۱۴۲	۱۳۰	۱۱۵۷۷۵۱	۴۳۱۹	۳۶۲۴۸۰	۳۵۵	۵۳۹۸۶۱	۶۳۵	۲
زبان	۲۲۵	۲۸	۱۹۷	۷۴	۱۵۱	۸۶	۱۳۹	۱۰۰۸۲۱۵	۴۵۸۲	۳۵۸۷۲۲	۳۹۷	۷۵۶۱۱۲	۱۰۵۷	۲
علوم طبیعی و ریاضیات	۲۴۷	۱۳۹	۱۰۸	۸۳	۱۶۴	۱۵۵	۹۲	۱۰۳۲۱۰۰	۴۳۵۴	۳۳۶۹۳۳	۳۵۱	۸۵۵۰۴۲	۹۲۰	۳
علوم عملی	۶۴۶	۲۸۳	۳۶۳	۱۷۷	۴۶۹	۳۴۰	۳۰۶	۲۹۹۴۹۳۰	۴۷۶۸	۹۹۰۶۸۵	۴۴۴	۱۹۴۲۴۶۶	۸۷۷	۲
هنر	۱۶۷	۶۹	۹۸	۵۴	۱۱۳	۹۲	۷۵	۸۹۶۸۰۵	۵۴۶۸	۱۲۵۸۸۶	۱۶۹	۷۰۳۵۷۹	۹۰۶	۶
ادبیات	۵۴۱	۱۱۹	۴۲۲	۱۶۲	۳۷۹	۲۸۹	۲۵۲	۲۵۵۸۲۱۳	۴۸۷۲	۱۱۸۰۵۶۵	۵۲۸	۲۰۰۳۰۶۹	۹۰۰	۲
تاریخ و جغرافیا	۳۲۹	۱۲۴	۲۰۵	۱۰۷	۲۲۲	۱۸۹	۱۴۰	۲۱۲۶۰۷۷	۶۶۲۳	۶۲۴۵۵۰	۳۸۴	۱۳۱۳۹۸۰	۱۰۲۱	۲
کودک و نوجوان	۸۵۸	۱۸۱	۶۷۷	۳۲۰	۵۳۸	۲۱۱	۶۴۷	۱۳۶۶۸۵۰۰	۱۶۰۸۰	۴۵۴۶۷۳	۴۱	۲۳۱۴۹۰۰	۱۸۸	۷
کمک آموزشی	۲	۰	۲	۰	۲	۰	۲	۷۵۰۰	۳۷۵۰	۶۳۶۰	۸۴۸	۱۵۷۵۰	۲۰۰۰	۲
جمع کل	۴۵۲۲	۱۳۵۳	۳۱۶۹	۱۵۳۲	۲۹۹۰	۲۰۹۴	۲۴۲۸	۳۳۲۰۳۷۹۱	۲۲۱۸۱۸۴۲	۱۵۴۱۹۸۱۶				

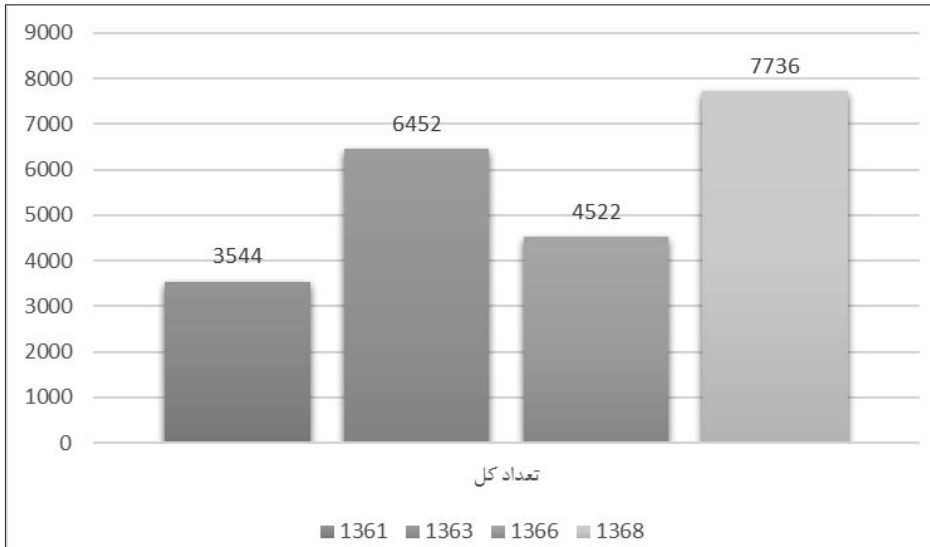
سال ۶۶ و با شدت گرفتن مسئله جنگ و مشکلات اقتصادی، وضعیت نشر هم دچار رکود می‌شود. از سال ۶۳ به بعد رکود نشر کتاب مجدداً آغاز می‌شود. در سال ۶۴ تعداد عناوین به ۵۷۱۱ و در سال ۶۵ به ۴۲۴۴ عنوان کاهش می‌یابد. این روند کاهش تا سال ۶۷ و پایان جنگ ادامه دارد. تعداد عناوین در این سال به ۳۵۰۰ عنوان تنزل فاحش می‌کند. گرایش تولید کتاب در سال ۶۶ به ترتیب عبارتند از: دین، کودک و نوجوان، علوم عملی، ادبیات، تاریخ و جغرافیا و علوم اجتماعی است. گرایش فزاینده به تولید کتاب کودک و نوجوان هم به دلیل بازار مناسب آن در ایران و همچنین به دلیل کم حجم بودن این نوع کتاب‌ها و صرفه اقتصادی است.

جدول شماره ۱۴. وضعیت کتاب در سال ۶۸

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۲۷	۴۱	۸۶	۲۰	۱۰۷	۸۲	۴۵	۴۶۵۲۰۰	۳۷۸۲	۱۰۷۰۸۸	۲۹۱	۴۶۱۸۴۴	۱۲۲۲	۳
فلسفه	۲۷۰	۱۵۲	۱۱۸	۴۳	۲۲۷	۱۱۱	۱۵۹	۱۲۰۸۳۵۰	۴۵۵۹	۳۱۸۱۳۱	۲۸۰	۱۳۵۸۲۸۹	۱۵۷۱	۵
دین	۱۴۵۲	۲۷۲	۱۱۸۰	۵۳۷	۹۱۵	۶۷۵	۷۷۷	۸۸۶۹۶۰۱	۶۲۷۲	۲۳۵۵۵۱۳	۳۳۸	۱۰۱۵۶۵۸۰	۱۸۱۶	۴
علوم اجتماعی	۴۳۵	۱۷۲	۲۶۳	۵۳	۳۸۲	۲۶۷	۱۶۸	۱۷۷۸۹۰۰	۴۲۷۶	۴۶۰۲۱۲	۳۰۹	۱۵۷۷۸۸۴	۱۱۶۰	۳
زبان	۳۰۷	۴۶	۲۶۱	۹۱	۲۱۶	۱۱۵	۱۹۲	۱۴۱۸۲۵۰	۴۷۱۱	۷۱۱۶۳۵	۶۸۵	۱۹۷۶۹۰۵	۱۹۱۰	۴
علوم طبیعی و ریاضیات	۳۹۵	۲۲۴	۱۷۱	۶۷	۳۲۸	۲۳۲	۱۶۳	۱۷۶۳۷۶۰	۴۵۹۳	۶۳۶۹۲۹	۴۶۴	۱۸۸۰۴۳۴	۱۱۹۹	۴
علوم عملی	۹۹۲	۴۴۹	۵۴۳	۱۸۳	۸۰۹	۵۱۹	۴۷۳	۴۶۶۲۳۶۳	۴۸۸۲	۱۳۹۵۶۱۲	۳۳۴	۵۱۸۸۶۵۷	۱۲۶۸	۴
هنر	۳۵۱	۱۳۹	۲۱۲	۳۵	۳۱۶	۲۳۲	۱۱۹	۱۶۷۶۰۵۰	۴۹۸۸	۵۵۵۲۷۳	۴۴۲	۱۵۵۹۰۳۲	۱۲۸۵	۶
ادبیات	۱۴۴۸	۴۳۴	۱۰۱۴	۱۵۷	۱۲۹۱	۷۴۳	۷۰۵	۷۰۲۶۲۷۵	۴۹۹۷	۲۲۷۴۵۹۸	۴۱۴	۹۴۵۸۰۸۶	۱۵۵۴	۵
تاریخ و جغرافیا	۵۴۶	۱۸۰	۳۶۶	۶۸	۴۷۸	۳۱۷	۲۲۹	۲۹۸۹۶۰۰	۵۷۲۷	۷۵۸۸۰۷	۳۴۲	۳۴۰۶۰۰۲	۱۷۰۲	۴
کودک و نوجوان	۱۴۰۳	۳۶۴	۱۰۳۹	۹۳	۱۳۱۰	۴۷۵	۹۲۸	۲۳۵۴۶۸۵۰	۱۷۰۶۲	۱۷۲۰۷۴۳	۱۴۹	۵۲۲۲۲۰۴	۲۸۶	۷
کمک آموزشی	۱۰	۷	۳	۲	۸	۳	۷	۳۳۳۰۰	۳۷۰۰	۱۲۸۶۱	۴۰۳	۳۷۱۸۵	۹۹۳	۲
جمع کل	۷۷۳۶	۲۴۸۰	۵۲۵۶	۱۳۴۹	۶۳۸۷	۳۷۷۱	۳۹۶۵	۵۵۴۳۸۴۹۹	۱۱۳۰۷۴۰۲	۴۲۲۸۳۱۰۲				

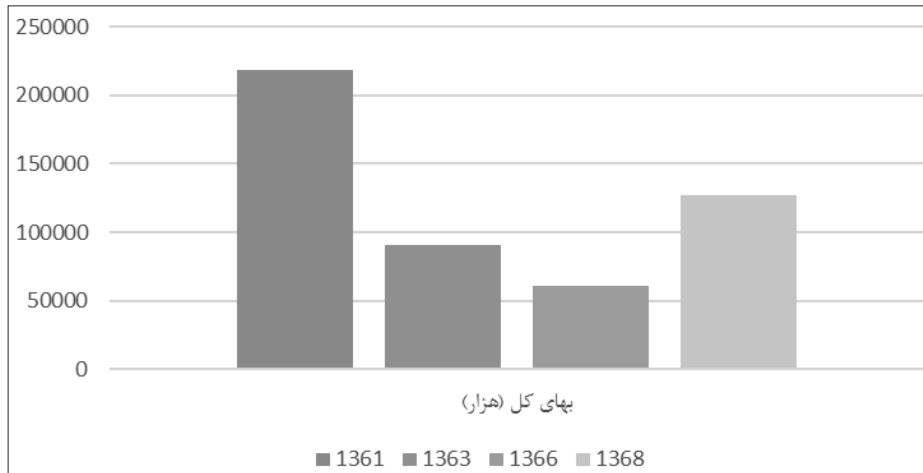
در سال ۶۸ و با پایان یافتن جنگ، عناوین کتاب مجدداً سیر صعودی خود را از سر می‌گیرد و نسبت به سال ۶۷ در حدود ۱۲۰ درصد و نسبت به سال ۶۶ در حدود ۷۱ درصد رشد دارد. سه موضوع دین و ادبیات و کودک و نوجوان تقریباً هم‌تراز هم پیش می‌روند. حوزه‌های بعدی به ترتیب عبارتند از: علوم عملی، تاریخ و جغرافیا و علوم اجتماعی.

نمودار شماره ۷. مقایسه تعداد کل عناوین در سال‌های ۶۱ تا ۶۸



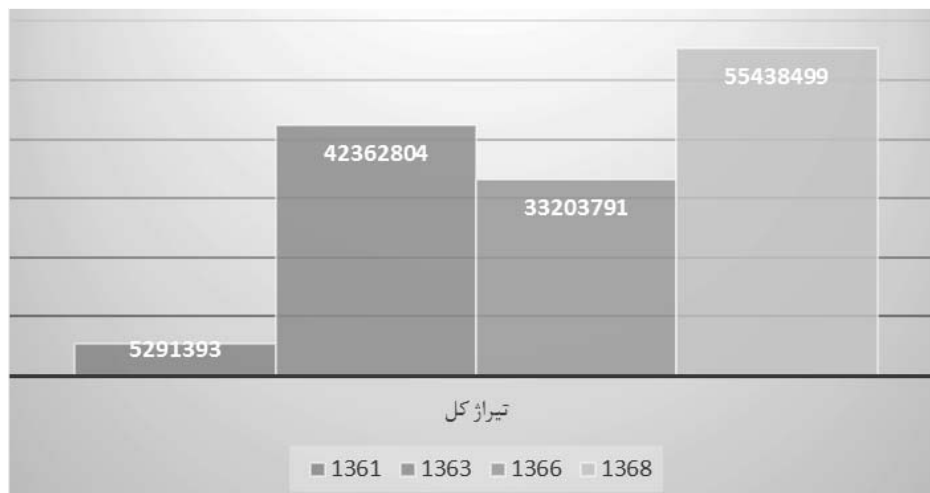
نمودار شماره ۷، بیانگر افت‌وخیزهای عناوین کتاب در دوره جنگ است.

نمودار شماره ۸. مقایسه بهای کل کتاب در سال‌های ۶۱ تا ۶۸



در نمودار شماره ۸، وضعیت تولید و قیمت‌گذاری کتاب تابعی از شرایط جنگ و دخالت دولت در تعیین قیمت است.

## نمودار شماره ۹. مقایسه تیراژ کل کتاب در سال‌های ۶۱ تا ۶۸



در سال‌های ۶۶ به بعد وضعیت اقتصادی کشور تحت تأثیر کاهش قیمت نفت و مشکلات اقتصادی و بودجه سنگین جنگ، بودجه فرهنگی کشور کاهش می‌یابد. در واقع کاهش تیراژ کل تحت تأثیر عوامل اقتصادی است. در این سال شاید به همین دلیل برای مقابله با این کاهش موضوع برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران مطرح می‌شود و در سال ۶۸ در حدود ۴۰ درصد تیراژ کل نسبت به سال ۶۶ و در حدود ۹۰ درصد نسبت به سال ۶۱ رشد داشته است.

### سیاست حمایتی

در این دوران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دلیل ضرورت و اولویت سامان‌دهی وضعیت فرهنگ و هنر و نظم و نسق دادن به امور فرهنگی و هنری و افزایش تولید و محصولات فرهنگی به ناچار رویکرد و سیاست‌گذاری مداخله تمام عیار با هدف نظارت بر تولید و توزیع کالاهای فرهنگی را به عنوان ابزار سیاست‌گذاری به کار بست. از زمره این سیاست تعیین قیمت‌گذاری بر محصولات چاپ و انتشار کتاب بود که در دفتری در معاونت امور فرهنگی ارزیابی و مشخص می‌شد. جعفر همایی مدیر نشر نی در چهارمین جلسه از سلسله جلسه‌های تجربه‌های نشر ایران با عنوان «نشر ایران در شرایط کنونی» مورخ ۷ آبان در تالار اجتماعات اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران در این باره گفت: «قیمت‌گذاری فاجعه عجیبی بود که در دهه ۶۰ باعث شد تا صنعت نشر از نظر اقتصادی از بقیه عرصه‌های اقتصادی خیلی عقب بماند.» به تصریح ایشان: «بحث مربوط به خرید کتاب که اواخر دهه

۶۰ شروع شده بود در دهه ۷۰ جدی شد و تبعیض در خرید کتاب به شدت بر صنعت نشر تأثیر گذاشت.»

در کنار این سیاست با اتمام جنگ و بهبود وضعیت اقتصادی دولت، سهمیه‌هایی برای اعطای کاغذ و فیلم و زینک در نظر گرفته شد. روش کار به این صورت بود که برای هر کتاب مورد تأیید و واجد صلاحیت میزانی از کاغذ و فیلم و زینک توسط کارشناسان ارزیابی و اختصاص داده می‌شد. البته در این زمان نمایشگاه بین‌المللی کتاب در سال ۶۶ برگزار شد. در سال‌های منتهی به اتمام جنگ و دوران پس از جنگ یعنی سال ۶۸ تعداد عناوین کتاب بر مبنای اطلاعات و آمار خانه کتاب حدود ۷۷۳۸ عنوان است (در مورد این آمارها از برخی جهات تردید وجود دارد اما از آنجایی که تنها مرجع قابل دسترس است، باید آن را آمار **نمادین** تصور کرد تا **واقعی**) که بیشترین تعداد به کتاب‌های دینی (۱۴۶۹ عنوان)، ادبیات (۱۴۳۹ عنوان) و کودک و نوجوان (۱۴۰۲ عنوان) اختصاص دارد. کل تیراژ کتاب ۵۵۴۲۲۹۹۹ نسخه و قیمت میانگین پشت جلد هر کتاب ۱۳۳۰ ریال است. گردش مالی تولید کتاب (به‌های میانگین ضربدر کل تیراژ) معادل ۷۳/۷۷۲/۴۳۸/۶۷۰ ریال است که البته این رقم گردش مالی نمادین و اسمی است و ارزش واقعی گردش مالی باتوجه به اینکه کل این کتاب‌ها به فروش نرفته یا حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد آن شامل هزینه‌های حاشیه‌ای تولید مانند هدیه و تبلیغات و بایگانی و... می‌شود، عدد واقعی بسی کم‌تر از این مقدار است. اختصاص سهمیه کاغذ و فیلم و زینک و همچنین قیمت‌گذاری کتاب اگرچه ضرورت شرایط اقتصاد جنگی بود، باتوجه به عدم توازن و تناسب میان عرضه (کاغذ و فیلم و زینک سهمیه‌ای) و تقاضا، مسائل و مشکلات عدیده‌ای را پدید آورد، مانند:

- امکان‌ناپذیر بودن قیمت‌گذاری نه بر مبنای هزینه واقعی تولید بلکه بر مبنای نظر کارشناسی بروکراتیک؛

- تعمیم قیمت‌گذاری بر کل کتاب‌های مشمول یارانه و بدون یارانه؛

- دخالت در تعیین سلیقه و گرایش عرضه و تقاضای کتاب؛

- تعیین قیمت بر اساس محاسبه و ارزیابی کمی و نه کشش بازار و محاسبه کیفی اثر؛

- تعیین نرخ دستمزد تمامی نویسندگان در هر مرتبه و شانیتی با یک قیمت‌گذاری ثابت؛

- تمرکزگرایی شدید تمام امور اقتصادی و یارانه‌ای در تهران؛

- فراهم شدن امکان فساد و روابط رانت‌خواری و ناعادلانه در توزیع منابع مادی و قیمت‌گذاری

بر اساس روابط شخصی ناشران با کارشناسان و مسئولان.

این مسائل که ناشی از کمبودهای بودجه در دوران جنگ و اقتصاد رکودی آن بود بر بی‌رونی و دولتی‌شدن نظام تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری امورات و دادوستد نشر تأثیرگذار

بود و سیاست‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی به سمت تقویت نگرش و نقش دولت در امور نشر به صورت کامل و تمام‌عیار سوق پیدا کرد. شاید هم این نگرش برای وضعیت جنگی اجتناب‌ناپذیر بوده باشد اما خاطره انتشار کتاب‌های جلدسفید در دوره انقلاب تا ۵۹ همچنان سایه سنگین خود را بر جای گذاشته بود و به محض آنکه جنگ به پایان رسید، سیاست‌های حمایتی و نظارتی دوره جنگ هم رو به افول نهاد و ضرورت خود را از دست دادند. به همین دلیل هم در پایان دهه ۶۰ روش قیمت‌گذاری بر کتاب برچیده شود و از سخت‌گیری‌ها بر نظارت اقتصادی بر نشر کاسته شد.

### دوره دولت‌سازندگی (۶۹ تا ۷۶)

دوران پس از جنگ و خارج شدن وضعیت اقتصادی از حالت جنگی و رونق و بهبود بودجه دولتی نویدبخش دوره رفاه نسبی و رونق نشر و فعالیت‌های گسترده‌تر معاونت امور فرهنگی در حوزه نشر بود. در این دوران از سال ۶۸ تا ۷۶ رشد نسبتاً مطلوبی در تولید کتاب به وجود آمد و تعداد عناوین کتاب از ۷۷۳۸ عنوان در سال ۶۸ به ۱۵۴۸۱ عنوان در سال ۷۶ افزایش یافت. شمار کل تیراژ کتاب ۱۶۶۹۶۸۰۸ نسخه و بهای میانگین پشت جلد کتاب ۱۰۸۴۰ ریال است. گردش مالی صوری و اسمی کتاب ۹۰۷/۴۲۹/۷۸۸/۳۲۵ ریال برآورد می‌شود. رشد تولید در سال ۷۶ دو برابر (۵۰ درصد) سال ۶۸ بود.

### تحلیل آماری وضعیت کتاب در دوره ۶۹ تا ۷۶

به منظور بررسی وضعیت کتاب در دوره مورد مطالعه و به منظور پرهیز از تفصیل، سال‌های ۶۹، ۷۰، ۷۲، ۷۴ و ۷۶ ارزیابی شده است.

### جدول شماره ۱۵. وضعیت کتاب در سال ۶۹

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۷۳	۵۱	۱۲۲	۲۵	۱۴۸	۸۷	۸۶	۴۳۳۵۰۰	۲۶۴۳	۱۳۴۸۳۳	۳۱۷	۵۴۳۹۸۸	۱۳۲۹	۳
فلسفه	۲۳۰	۱۲۵	۱۰۵	۳۶	۱۹۴	۹۲	۱۳۸	۹۷۱۷۵۰	۴۳۱۸	۲۷۴۱۵۹	۲۸۹	۱۰۴۹۹۷۸	۱۲۲۳	۴
دین	۱۴۹۰	۲۲۷	۱۲۵۳	۶۰۹	۸۸۱	۷۹۵	۶۹۵	۸۴۹۹۶۶۰	۵۸۵۹	۲۲۰۴۷۶۰	۳۱۴	۸۰۷۸۴۷۲	۱۵۲۳	۴
علوم اجتماعی	۵۶۵	۱۸۰	۳۸۵	۷۱	۴۹۴	۳۳۹	۲۲۶	۲۴۱۹۰۵۰	۴۳۳۵	۵۹۹۵۹۱	۲۸۶	۲۳۶۸۲۹۲	۱۳۵۰	۴
زبان	۶۲۴	۴۶	۵۷۸	۷۷	۵۴۷	۱۱۰	۵۱۴	۳۳۱۰۵۲۲	۵۴۰۹	۹۳۰۰۸۰	۲۵۹	۵۴۰۱۴۵۱	۱۷۱۱	۶
علوم طبیعی و ریاضیات	۴۰۹	۲۲۲	۱۸۷	۴۹	۳۶۰	۲۱۷	۱۹۲	۱۸۷۳۱۰۰	۴۷۷۸	۷۴۴۳۶۳	۳۸۲	۳۰۲۲۳۱۱	۱۹۲۷	۵
علوم عملی	۹۴۳	۳۶۹	۵۷۴	۱۱۲	۸۳۱	۴۵۹	۴۸۴	۴۲۱۳۲۸۰	۴۵۹۹	۱۲۹۶۱۰۳	۳۵۷	۵۴۱۹۴۵۸	۱۶۶۱	۴
هنر	۳۸۰	۱۶۱	۲۱۹	۲۷	۳۵۳	۲۱۲	۱۶۸	۱۸۶۲۸۰۰	۴۹۶۷	۲۵۷۹۰۳	۱۷۶	۲۰۱۴۱۹۰	۱۴۱۵	۷
ادبیات	۱۶۱۶	۴۸۱	۱۱۳۵	۲۱۲	۱۴۰۴	۷۸۷	۸۲۹	۸۳۵۸۱۱۰	۵۱۹۷	۲۰۹۵۵۳۵	۲۸۶	۱۲۵۰۴۲۰۲	۱۷۹۳	۶
تاریخ و جغرافیا	۴۸۰	۱۵۲	۳۲۸	۴۰	۴۴۰	۲۳۶	۲۴۴	۲۴۹۸۹۵۰	۵۲۸۳	۸۱۹۷۸۱	۳۸۲	۵۱۰۲۱۵۶	۲۵۳۷	۶
کودک و نوجوان	۱۲۷۴	۳۷۷	۸۹۷	۴۸	۱۲۲۶	۵۰۳	۷۷۱	۲۱۴۷۳۳۵۴	۱۷۰۰۵	۵۵۰۸۶۰	۵۴	۵۴۰۶۷۶۴	۳۱۷	۶
کمک آموزشی	۴	۲	۲	۰	۴	۲	۲	۱۴۶۰۰	۳۶۵۰	۲۹۰۷	۲۰۱	۱۳۳۲۰	۱۲۱۷	۳
جمع کل	۸۱۸۸	۲۴۰۳	۵۷۸۵	۱۳۰۶	۶۸۸۲	۳۸۳۹	۴۳۴۹	۵۵۹۳۹۹۷۶	۹۹۱۰۸۷۵	۵۰۹۲۴۵۸۲				

رشد عناوین کتاب در سال ۶۸ نسبت به سال ۶۷ در حدود کم‌تر از ۶ درصد افزایش دارد. دین همچنان در صدر گرایش تولید کتاب است و پس از آن، به ترتیب ادبیات، کودک و نوجوان، علوم عملی، علوم اجتماعی، تاریخ و جغرافیا قرار دارند.

جدول شماره ۱۶. وضعیت کتاب در سال ۷۰

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل متوسط	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۲۶۴	۱۱۵	۱۴۹	۲۲	۲۴۲	۱۷۹	۸۵	۱۰۱۶۶۷۲	۳۸۶۵	۳۴۲۴۷۸	۳۴۰	۳۶۰۷۱۷۲	۳۴۴۲	۱۰
فلسفه	۲۹۳	۱۷۲	۱۲۱	۲۸	۲۶۵	۱۳۷	۱۵۶	۱۲۲۸۱۷۵۹	۴۲۲۲	۳۶۲۱۲۴	۳۲۰	۳۱۲۷۷۹۳	۲۵۹۴	۸
دین	۱۱۶۱	۲۱۷	۹۴۴	۲۸۹	۸۷۲	۵۹۱	۵۷۰	۷۵۸۶۵۸۳	۶۵۶۸	۲۳۸۰۶۰۹	۳۲۰	۱۱۹۰۱۶۸۱	۲۴۴۹	۷
علوم اجتماعی	۶۳۰	۱۴۷	۴۸۳	۳۲	۵۹۸	۳۶۵	۲۶۵	۲۵۱۵۸۰۰	۴۰۵۷	۶۹۴۹۷۴	۳۱۵	۶۱۶۴۲۶۸	۲۹۴۲	۹
زبان	۷۱۷	۶۴	۶۵۳	۱۴۰	۵۷۷	۳۴۹	۳۶۸	۳۹۴۴۶۵۲	۵۵۴۰	۱۰۴۲۷۵۸	۲۸۹	۷۶۳۸۸۵۵	۲۲۹۳	۹
علوم طبیعی و ریاضیات	۴۳۶	۱۷۳	۲۶۳	۳۵	۴۰۱	۲۳۷	۱۹۹	۲۲۳۴۸۶۰	۵۱۶۱	۷۳۱۳۹۹	۳۵۵	۷۹۳۹۳۲۲	۳۵۵۲	۱۲
علوم عملی	۱۰۲۳	۴۴۴	۵۷۹	۱۰۲	۹۲۱	۶۷۰	۳۵۳	۵۱۳۹۸۰۰	۵۰۵۸	۱۴۱۵۷۰۰	۳۳۲	۱۴۵۸۷۰۱۰	۳۶۲۱	۱۱
هنر	۴۳۳	۱۷۳	۲۶۰	۳۰	۴۰۳	۲۴۹	۱۸۴	۲۱۵۵۰۶۴	۵۰۲۳	۳۰۲۹۴۷	۱۷۰	۵۷۱۷۴۹۵	۳۰۲۹	۳۰
ادبیات	۱۵۰۵	۴۰۲	۱۱۰۳	۱۵۱	۱۳۵۴	۹۰۳	۶۰۲	۶۹۴۳۹۰۷	۴۶۳۵	۲۰۹۴۸۰۱	۳۰۹	۲۱۱۳۶۵۹۶	۳۲۱۶	۱۰
تاریخ و جغرافیا	۴۲۲	۱۱۱	۳۱۱	۴۲	۳۸۰	۲۶۱	۱۶۱	۱۸۷۳۵۱۲	۴۴۷۱	۵۷۹۸۴۵	۳۵۶	۶۴۰۲۱۵۴	۳۹۷۱	۱۴
کودک و نوجوان	۱۳۲۲	۴۱۴	۹۰۸	۴۰	۱۲۸۲	۵۷۴	۷۴۸	۱۸۳۶۴۷۶۰	۱۳۹۲۳	۷۲۷۷۱۶	۷۲	۱۰۲۱۴۶۸۲	۷۰۸	۱۳
کمک آموزشی	۱۸	۵	۱۳	۰	۱۸	۱۲	۶	۹۱۴۰۰	۵۳۷۶	۲۷۰۸۰	۳۲۲	۲۷۷۲۳۰	۳۲۴۴	۱۰
جمع کل	۸۲۲۴	۲۴۳۷	۵۷۸۷	۹۱۱	۷۳۱۳	۴۵۲۷	۳۶۹۷	۵۳۰۹۵۷۶۹	۳۶۹۷	۱۰۷۰۲۴۳۱	۳۲۲	۹۸۷۱۴۲۵۸		

در سال ۷۰، تعداد عناوین کتاب نسبت به سال قبل، تغییر چشمگیری ندارد. با این تفاوت که موضوع ادبیات در صدر گرایش تولید کتاب قرار می‌گیرد و کودک و نوجوان، دین، علوم عملی، زبان، علوم اجتماعی به ترتیب بیشترین تولید کتاب را دارند.



## جدول شماره ۱۷. وضعیت کتاب در سال ۷۲

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۲۲۲	۸۲	۱۴۰	۲۳	۱۹۹	۷۰	۱۵۲	۳۶۷۵	۱۹۷۸۳۹	۳۶۵	۱۱۲۰۹۶۴	۲۱۵۲	۵
فلسفه	۳۰۳	۱۷۵	۱۲۸	۳۱	۲۷۲	۶۱	۲۴۲	۴۴۲۹	۲۷۰۸۵۴	۲۹۶	۱۱۷۸۶۴۸	۱۳۸۱	۴
دین	۱۰۴۵	۲۴۲	۸۰۳	۲۳۲	۸۱۳	۲۴۷	۷۹۸	۶۸۹۹	۱۱۹۳۵۰۲	۳۱۱	۴۸۶۳۵۲۴	۱۷۳۰	۴
علوم اجتماعی	۵۶۳	۱۹۳	۳۷۰	۵۵	۵۰۸	۱۶۲	۴۰۱	۴۲۵۲	۴۴۶۹۳۰	۳۱۲	۲۰۸۴۴۹۰	۱۶۳۱	۵
زبان	۶۴۵	۶۳	۵۸۲	۵۸	۵۸۷	۱۲۷	۵۱۸	۶۲۳۲	۲۷۹۸۴۹۸	۳۰۶	۳۶۵۲۱۹۲	۱۸۰۶	۵
علوم طبیعی و ریاضیات	۴۵۸	۲۵۸	۲۰۰	۶۳	۳۹۵	۱۵۲	۳۰۶	۵۳۷۲	۵۳۰۶۹۲	۴۶۱	۳۱۲۹۳۲۲	۱۹۶۰	۶
علوم عملی	۱۰۴۴	۴۴۱	۶۰۳	۱۳۲	۹۱۲	۳۲۷	۷۱۷	۳۳۵۵۹۵۰	۹۵۹۶۷۸	۳۲۷	۴۹۱۶۴۷۰	۱۷۵۵	۵
هنر	۳۴۳	۱۲۴	۲۱۹	۲۹	۳۱۴	۸۵	۲۵۸	۵۷۵۰	۱۴۰۸۹۰۰	۱۶۵	۱۵۳۷۳۲۹	۱۵۳۵	۱۱
ادبیات	۱۴۵۲	۴۵۳	۹۹۹	۱۲۱	۱۳۳۱	۳۹۵	۱۰۵۷	۴۹۱۰	۱۳۴۹۰۹۱	۲۹۹	۷۲۸۲۸۴۶	۱۷۳۵	۶
تاریخ و جغرافیا	۴۱۷	۱۳۶	۲۸۱	۳۷	۳۸۰	۱۰۳	۳۱۴	۱۶۱۷۳۵۰	۵۱۵۰	۴۷۹۶۵۸	۳۳۹۶۱۴۱	۲۵۸۵	۶
کودک و نوجوان	۱۰۶۳	۴۰۵	۶۵۸	۵۱	۱۰۱۲	۱۷۰	۸۹۳	۱۵۴۸۴	۱۲۷۲۸۵۳۰	۵۵	۳۶۵۵۱۷۷	۳۷۲	۸
کمک آموزشی	۱۷	۹	۸	۰	۱۷	۷	۱۰	۸۰۰۰۰	۱۳۰۹۵	۳۳۵	۸۰۵۵۰	۱۵۹۴	۴
جمع کل	۷۵۷۲	۲۵۸۱	۴۹۹۱	۸۳۲	۱۹۰۶۶۷۴۰	۵۶۶۶	۳۶۴۹۲۹۳۸	۶۹۳۳۶۴۷	۳۶۸۹۷۶۵۳				

در سال ۷۲ وضعیت تولید کتاب از حیث عنوان نسبت به سال قبل در حدود ۸ درصد کاهش را نشان می‌دهد. این در حالی است که روند اقتصادی کشور در حال بهبود و توسعه است. عمده دلیل این کاهش تغییر در نگرش و سیاست‌های فرهنگی و از جمله نظارت بر کتاب است. در این روند، گرایش به تولید کتاب به سوی ادبیات چرخش دارد و بعد موضوعاتی به ترتیب، کودک و نوجوان، دین، علوم عملی، زبان و علوم اجتماعی قرار دارند.

جدول شماره ۱۸. وضعیت کتاب در سال ۷۴

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۳۸۴	۱۴۲	۲۴۲	۵۰	۳۳۴	۲۱۷	۱۶۷	۱۳۲۷۳۹۰	۳۵۰۱	۴۲۹۶۹۵	۳۴۹	۹۷۹۵۲۴۲	۹۹۶۱	۲۷
فلسفه	۳۸۳	۱۹۲	۱۹۱	۵۹	۳۲۴	۱۶۵	۲۱۸	۱۴۴۸۴۶۰	۳۸۱۱	۳۹۰۸۰۶	۲۷۸	۷۶۲۹۰۳۴	۵۵۲۱	۲۰
دین	۲۸۶۳	۴۲۴	۲۴۳۹	۱۲۶۳	۱۳۱۵۱۶۰۰	۱۵۴۸	۱۳۳۱۶۸۵۷	۴۷۰۵	۳۴۵۱۶۶۶	۲۹۹	۵۷۹۸۸۸۱۱۴	۶۶۳۹	۱۶	
علوم اجتماعی	۹۴۳	۲۲۲	۷۲۱	۸۹	۸۵۴	۵۲۵	۴۱۸	۳۸۹۶۷۲۰	۴۲۱۷	۹۶۲۵۳۴	۲۸۳	۲۶۱۳۷۷۲۵	۸۴۷۴	۲۵
زبان	۹۰۴	۸۲	۸۲۲	۱۴۰	۷۶۴	۴۲۱	۴۸۳	۴۹۰۱۹۵۰	۵۴۷۰	۱۳۶۹۸۳۷	۳۰۸	۲۹۲۹۳۷۶۰	۶۹۷۹	۲۴
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۰۹۵	۳۳۶	۷۵۹	۱۱۵	۹۸۰	۵۵۰	۵۴۵	۵۳۳۴۳۵۰	۴۸۷۶	۱۳۳۴۴۵۳	۲۷۹	۳۱۰۱۰۴۷۸	۶۳۹۷	۲۶
علوم عملی	۱۲۹۵	۵۴۶	۷۴۹	۲۰۴	۱۰۹۱	۷۳۶	۵۵۹	۵۳۷۷۹۰۰	۴۱۸۱	۱۴۶۲۳۱۵	۳۲۲	۳۴۵۲۰۲۴۷	۸۲۸۶	۲۶
هنر	۳۸۶	۱۵۱	۲۳۵	۳۵	۳۵۱	۱۹۰	۱۹۶	۱۹۶۳۳۶۰	۵۰۹۹	۲۳۷۴۰۲	۱۵۰	۱۱۳۹۳۱۵۵	۷۹۴۳	۶۲
ادبیات	۱۷۲۱	۴۱۶	۱۳۰۵	۲۰۰	۱۵۲۱	۹۱۶	۸۰۵	۷۴۴۳۶۷۵	۴۳۳۵	۲۰۵۳۷۰۲	۳۰۱	۴۸۷۳۵۵۵۷	۷۹۲۴	۲۴
تاریخ و جغرافیا	۶۰۹	۱۴۳	۴۶۶	۶۵	۵۴۴	۳۲۱	۲۸۸	۲۳۶۵۴۲۰	۳۹۰۳	۷۷۷۱۱۳	۳۵۴	۲۳۰۲۷۴۶۸	۱۱۱۶۱	۲۸
کودک و نوجوان	۱۳۷۴	۵۳۲	۸۴۲	۸۹	۱۲۸۵	۴۴۸	۹۲۶	۱۳۷۵۹۷۰۰	۱۰۰۸۰	۴۵۷۸۹۹	۴۰	۱۸۰۶۴۰۲۵	۱۴۴۲	۴۶
کمک آموزشی	۶۴	۱۱	۵۳	۴	۶۰	۴۴	۲۰	۴۰۱۲۰۰	۶۲۶۸	۹۷۰۵۸	۲۷۴	۲۱۷۴۸۴۰	۶۱۳۴	۲۳
جمع کل	۱۲۰۲۱	۳۱۹۷	۸۸۲۴	۲۳۱۳	۵۸۴۸۹۷۰۸	۶۱۷۳	۶۱۵۴۶۹۸۲	۱۳۰۲۴۴۸۰	۲۹۹۷۷۰۳۴۵					

در سال ۷۴، تولید کتاب نسبت به سال قبل، در حدود ۱۳ و نسبت به سال ۷۲ در حدود ۵۸ درصد رشد داشته است. بیشترین رشد موضوع عناوین به حوزه دین اختصاص دارد که نسبت به سال ۷۲، در حدود ۱۷۳ درصد رشد داشته است. بعد از حوزه دین، ادبیات، کودک و نوجوان، علوم عملی، علوم طبیعی و ریاضیات، علوم اجتماعی قرار دارند.

### جدول شماره ۱۹. وضعیت کتاب در سال ۷۶

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل متوسط	تیراژ متوسط (هزار)	صفحه کل متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط صفحه
کلیات	۳۹۷	۱۵۴	۲۴۳	۵۲	۳۴۵	۲۲۴	۱۷۳	۱۶۰۱۵۱۰	۴۰۷۵	۵۴۹۷۶۸	۳۹۰	۲۲۵۳۴
فلسفه	۵۲۹	۳۰۲	۲۲۷	۷۰	۴۵۹	۲۸۲	۲۴۷	۱۹۴۸۱۳۰	۳۷۱۷	۵۲۲۹۲۷	۲۷۸	۱۴۷۴۹۳۲۷
دین	۳۱۴۴	۵۳۰	۲۶۱۴	۱۳۸۴	۱۷۶۰	۱۵۳۸	۱۶۰۶	۱۷۵۷۸۱۴۰	۵۶۹۶	۴۴۹۷۵۶۳	۳۱۴	۱۰۲۵۷۹۵۹۴
علوم اجتماعی	۱۱۱۵	۲۵۳	۸۶۲	۸۸	۱۰۲۷	۶۳۹	۴۷۶	۴۶۲۴۴۹۰	۴۲۱۱	۱۱۱۴۹۶۵	۲۸۵	۳۰۳۶۸۸۶۴
زبان	۹۶۲	۵۷	۹۰۵	۱۰۸	۸۵۴	۴۷۹	۴۸۳	۵۰۵۷۶۳۰	۵۳۱۸	۱۴۹۷۸۱۹	۳۰۸	۶۴۵۴۸۱۷۷۹
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۱۸۱	۲۲۶	۹۵۵	۱۳۶	۱۰۴۵	۵۹۶	۵۸۵	۵۳۸۴۱۸۲	۵۳۳۳	۱۴۰۷۲۶۹	۲۷۶	۴۴۵۲۱۲۱۴
علوم عملی	۱۷۲۳	۷۰۹	۱۰۱۴	۲۵۳	۱۴۷۰	۱۱۰۵	۶۱۸	۵۹۹۴۷۱۶	۳۵۳۴	۱۸۲۰۴۲۵	۳۳۴	۶۳۶۱۵۲۱۵
هنر	۵۳۷	۲۱۶	۳۲۱	۴۳	۴۹۴	۳۴۲	۱۹۵	۲۳۸۳۲۱۰	۴۴۷۱	۳۶۹۶۶۱	۱۸۰	۲۳۵۷۲۳۱۴
ادبیات	۱۸۹۵	۳۹۶	۱۴۹۹	۲۴۷	۱۶۴۸	۱۰۹۶	۷۹۹	۷۳۱۹۶۷۰	۳۸۸۷	۲۰۷۰۵۸۶	۲۹۳	۶۹۴۴۱۸۷۰
تاریخ و جغرافیا	۶۷۶	۱۵۳	۵۲۳	۹۲	۵۸۴	۴۳۲	۲۴۴	۲۵۲۸۸۹۳	۳۷۶۸	۸۰۰۸۰۹	۳۳۸	۳۱۱۹۶۸۵۸
کودک و نوجوان	۲۸۳۰	۸۶۶	۱۹۶۴	۱۶۴	۲۶۶۶	۱۲۱۰	۱۶۲۰	۲۶۶۵۰۹۶۸	۹۴۶۰	۱۴۸۴۹۰۴	۶۹	۵۷۲۲۲۰۸۸
کمک آموزشی	۴۸۶	۱۰	۴۷۶	۲۶	۴۶۰	۳۰۸	۱۷۸	۲۶۲۵۷۰۰	۵۵۷۴	۵۵۸۸۱۸	۲۳۲	۱۶۵۱۸۲۶۰
جمع کل	۱۵۴۷۵	۳۸۷۲	۱۱۶۰۳	۲۶۶۳	۱۲۸۱۲	۸۲۵۱	۷۲۲۴	۸۳۶۹۷۲۴۰	۱۶۶۹۵۵۱۴	۵۱۹۳۱۲۹۴۹		

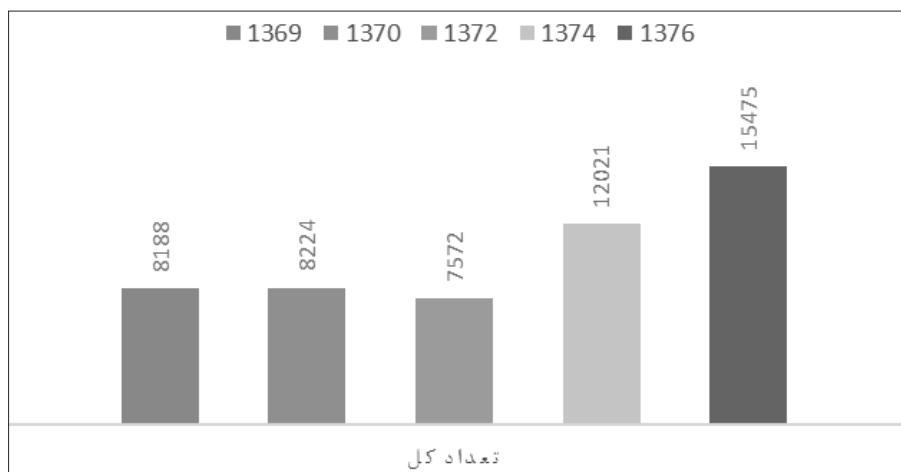
در سال ۷۶ که سال تغییر نگرش و سیاست‌های امور کتاب در شش ماهه دوم است، رشد تعداد عناوین کتاب نسبت به سال قبل، در حدود ۶ درصد رشد داشته است، گرایش تولید کتاب به ترتیب دین، کودک و نوجوان، ادبیات، علوم عملی و علوم اجتماعی است.

### جدول شماره ۲۰. مقایسه وضعیت کتاب در سال‌های ۶۹ تا ۷۶

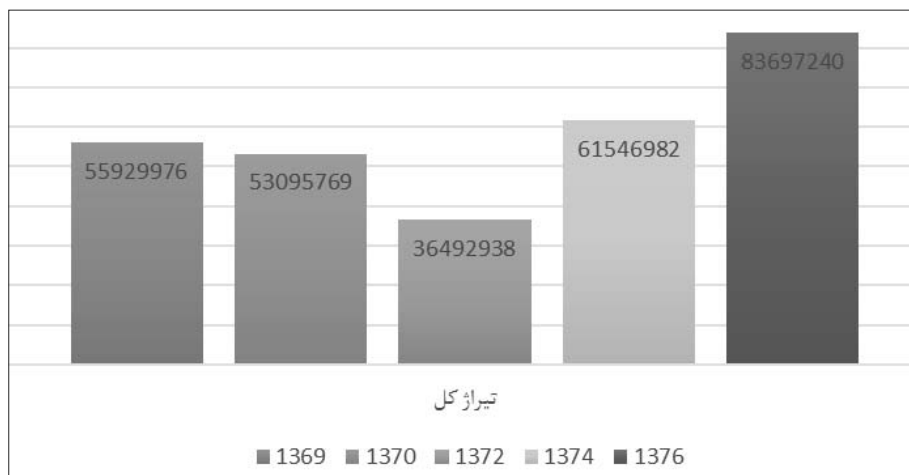
سال	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل متوسط	تیراژ متوسط (هزار)	صفحه کل متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	
۱۳۶۹	۸۱۸۸	۲۴۰۳	۵۷۸۵	۱۳۰۶	۶۸۸۲	۳۸۳۹	۴۳۴۹	۵۵۹۲۹۹۷۶	۶۸۳۱	۹۹۱۰۸۷۵	۱۷۷	۵۰۹۲۴۵۸۲
۱۳۷۰	۸۲۲۴	۲۴۳۷	۵۷۸۷	۹۱۱	۷۳۱۳	۴۵۲۷	۳۶۹۷	۵۳۰۹۵۷۶۹	۶۴۵۶	۱۰۷۰۲۴۳۱	۲۰۲	۹۸۱۷۱۴۲۵۸
۱۳۷۲	۷۵۷۲	۲۵۸۱	۴۹۹۱	۸۳۲	۶۷۴۰	۱۹۰۶	۵۶۶۶	۳۶۴۹۲۹۳۸	۴۸۲۰	۶۹۳۳۶۴۷	۱۹۰	۳۶۸۹۷۶۵۳
۱۳۷۴	۱۲۰۲۱	۳۱۹۷	۸۸۲۴	۲۳۱۳	۹۷۰۸	۵۸۴۸	۶۱۷۳	۶۱۵۴۶۹۸۲	۵۱۲۰	۱۳۰۲۴۴۸۰	۲۱۲	۲۹۹۷۷۰۳۴۵
۱۳۷۶	۱۵۴۷۵	۳۸۷۲	۱۱۶۰۳	۲۶۶۳	۱۲۸۱۲	۸۲۵۱	۷۲۲۴	۸۳۶۹۷۲۴۰	۱۶۶۹۵۵۱۴	۵۴۰۹	۵۱۹۳۱۲۹۴۹	۲۰۰

درحالی‌که در دوره پس از جنگ رشد کتاب تحت تأثیر عوامل اقتصادی و بهبودی منابع مالی سیر صعودی دارد، اما در سال‌های ۷۲ به بعد این رشد کاهش می‌یابد. در سال ۷۲ در حدود ۱۲٫۵ درصد تعداد عناوین کتاب کاهش دارد. این کاهش در مورد تیراژ کل کتاب‌ها ۳۱ درصد و در مورد بهای کل کتاب در حدود ۶۳ درصد است. درحالی‌که جامعه رشد و رونق اقتصادی دوران پس از جنگ را تجربه می‌کرد، وضعیت کتاب به دلیل تشدید ممیزی کتاب رو به افول گذارد.

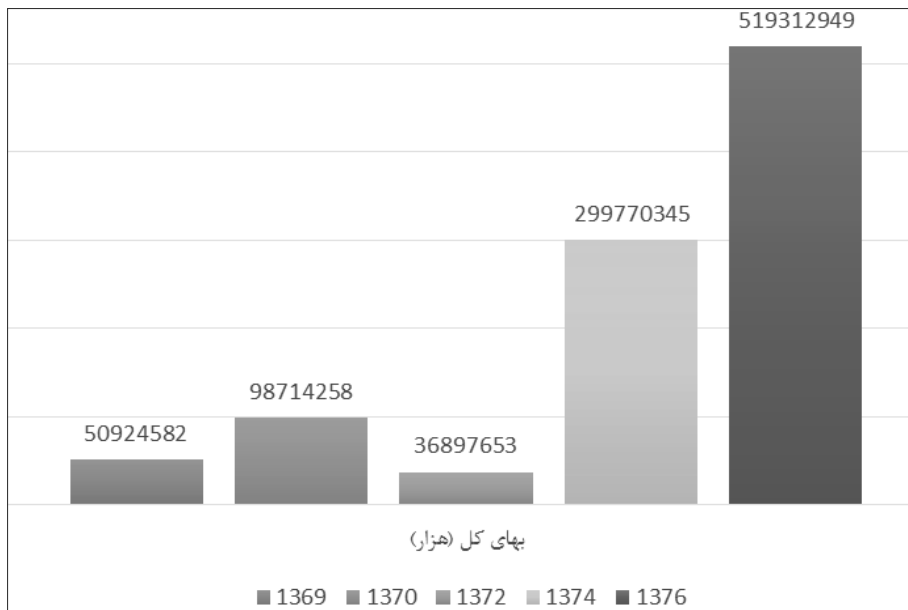
نمودار شماره ۱۰. مقایسه تعداد کل عنوان کتاب در سال‌های ۶۹ تا ۷۶



نمودار شماره ۱۱. مقایسه تیراژ کل در سال‌های ۶۹ تا ۷۶



نمودار شماره ۱۲. مقایسه بهای کل کتاب در سال‌های ۶۹ تا ۷۶



### سیاست‌های حمایتی

در این دوران با توجه به افزایش بودجه دولت در حوزه فرهنگ، فعالیت‌های حمایتی معاونت امور فرهنگی از رشد چشمگیری برخوردار شد. در واقع در این دوران نهاد معاونت امور فرهنگی پس از رهایی از دوران سخت و محدودیت‌زای دوران جنگ، دوران رشد و توسعه و پیشرفت را آغاز کرد. در سال ۷۰ با استعفای آقای خاتمی و وزارت آقای لاریجانی، توسعه و رشد کمی و تزریق پول و منابع مالی به معاونت‌های وزارتخانه، در دستور کار قرار گرفت. گسترش فعالیت‌های برگزاری نمایشگاه‌های کتاب در تهران و شهرستان‌ها، طراحی و اجرای بن کتاب، برگزاری نمایشگاه قرآن، حمایت از آثار و طرح‌های فرهنگی و روش خرید پیش از انتشار کتاب، افزایش یارانه کاغذ و فیلم و زینک، تقویت خرید نسخه‌های کتاب، برگزاری هفته کتاب، تولید نشریات گوناگون در حوزه کتاب، و اقدام برای معافیت مالیاتی ناشران و... از زمره این نوع فعالیت‌ها به‌شمار می‌رود.

بررسی تحولات سیاسی - اجتماعی ایران در نیمه اول دهه ۷۰ نشان می‌دهد که در آغاز این دهه و پس از جنگ تحمیلی براساس الگوی سیستمی پارسونز تغییرات ایجاد شده در حوزه اقتصاد به دیگر حوزه‌های نظام اجتماعی نیز سرایت کرد و از همه مهم‌تر سبب تحول در نظام فرهنگی و ارزشی جامعه گردید.<sup>۱</sup>

۱. «سیاست‌های فرهنگی دولت در دهه ۷۰ شمسی»، سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۵/۱۰/۱۶.

رویکرد و نگرش کلی در سیاست‌های حمایتی تحقق بخشیدن به مفهوم دولت فرهنگی بود. این رویکرد مبتنی بر این نگرش است که دولت‌محور و مسئول اصلی و بنیادین طراحی و اجراء فعالیت‌های فرهنگی است و بخش خصوصی به دلیل فقدان توان و سرمایه مالی و انسانی و عدم صالحیت کافی و شایسته تابع و پیرو سیاست‌ها و فعالیت‌های دولت محسوب می‌شود. در این سال‌ها از تمامی اختیارات و قابلیت‌های دولت برای گسترش فعالیت‌های فرهنگی استفاده شد. در این رویکرد به تبع تأثیر از نگرش دولت فرهنگی و باتوجه به فقدان تجربه سیاست‌های دیگر، سیاست حمایتی بیشتر بر سیاست‌های مستقیم حمایتی متمرکز و استوار شده بود. تقدم وجودی دولت فرهنگی بر بخش خصوصی فرهنگی در این سال‌ها با سیاست‌های کلان سیاسی و فرهنگی دولت و حاکمیت نیز تناسب و سازگاری داشت.

دستاوردها و نقاط قوت و ضعف این رویکرد و نگرش را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- استمرار نگرش و سیاست‌های کلان دوره جنگ در مقیاسی گسترده‌تر و با اصلاح و تغییراتی اندک در روش‌ها مانند حذف سیاست قیمت‌گذاری؛
- تقویت توان مالی و اقتصادی دولت با گسترش فعالیت‌های فرهنگی دولتی تناظر و تناسب دارد؛
- زیرساخت‌های سیاست حمایتی به روش گذشته بیشتر بر ارائه یارانه‌ها مستقیم تأکید و مبتنا داشت؛

- روش موجود برای حل مسائل و معضلات رانت‌خواری و فساد هیچ طرح و برنامه اساسی و بنیادین نداشت، بلکه افزایش حجم و بودجه فرهنگی مستعد تقویت و گسترش این فساد و روابط رانته بود.

۱. نقش مشارکتی و همکاری نهادهای صنفی و کارشناسان درحد حضور در جلسات یا مشارکت در برگزاری و اجرای برخی فعالیت‌های دولتی تقلیل یافته بود.
۲. عامل مؤثر و تعیین‌کننده نظام کارشناسی و سهم مهم و چشمگیر تصمیمات فردی مدیران فرهنگی در اختصاص میزان کمی حمایت‌ها نقش بارزی داشت و نیز به دلیل تغییر مدیران فرهنگی به تناسب تغییرات سیاسی در دولت و وزرا و نیز به دلیل وجود نگرش کلان متفاوت و بعضاً متخالف وزاری فرهنگ و ارشاد اسلامی سبب شده بود تا قاعده روشن و مستمر و منظمی در سیاست‌های حمایتی شکل نگیرد و ناشران نتوانند برای تولید خود باتوجه به این تغییرات مستمر و دائمی برنامه‌ریزی کمی و کیفی کنند.

### دوران دولت اصلاحات (۷۶ تا ۸۴)

دولت اصلاحات که ناشی از اقتضائات و مطالبات سیاسی و فرهنگی متراکم‌شده در سال‌های پیشین بود، رونق تولید محصولات فرهنگی را به‌خصوص در حوزه مطبوعات و کتاب را به‌دنبال داشت. این رونق به اراده و خواست و برنامه‌ریزی دولت و وزارت فرهنگ نبود

بلکه رابطه تراکم و انباشت عرضه و تقاضای اجتماعی و سیاسی و فرهنگی طی سال‌های گذشته، آن‌را سامان بخشیده بود. در سال ۸۰ تعداد عناوین کتاب به ۳۲۳۰۸ عنوان و در سال ۸۴، به ۵۳۵۷۸ عنوان افزایش یافت. در سال ۸۴ شمار تیراژ کل کتاب ۲۲۷۹۳۷۷۳۵ و بهای میانگین قیمت پشت جلد هر نسخه کتاب ۲۳۴۵۱ ریال است. گردش مالی اسمی نشر ۵/۳۴۵/۹۹۱/۸۴۴/۲۴۰ ریال است که در مقایسه با گردش مالی اسمی سال ۷۶ یعنی ۹۰۷/۴۲۹/۷۸۸/۳۲۵ ریال، تقریباً پنج برابر شد. این افزایش تقریبی و نمادین بیانگر افزایش تقریبی دستکم ۵۰۰ درصدی بودجه امور فرهنگی است.

### جدول شماره ۲۱. وضعیت کتاب در سال ۷۸

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۶۰۳	۲۴۰	۳۶۳	۴۶	۵۵۷	۳۳۰	۲۷۳	۲۱۷۳۷۹۸	۳۶۶۵	۸۱۸۸۱۹	۳۸۲	۲۹۹۷۸۸۵۴	۱۵۵۴۳	۳۹
فلسفه	۶۷۱	۳۷۰	۳۰۱	۸۵	۵۸۶	۳۴۸	۳۲۳	۲۳۵۴۹۰۰	۳۵۹۵	۶۴۱۲۹۵	۲۸۴	۲۳۲۹۲۶۳۰	۱۱۰۳۶	۴۳
دین	۴۴۴۵	۸۱۴	۳۶۳۱	۲۱۴۰	۲۳۰۵	۲۳۱۳	۲۱۳۲	۲۲۷۷۶۸۵۰	۵۲۶۷	۷۲۰۵۲۹۴	۳۳۰	۱۷۱۵۴۷۳۱۵	۱۳۹۲۳	۳۴
علوم اجتماعی	۱۳۵۲	۲۸۲	۱۰۷۰	۱۱۴	۱۲۳۸	۸۲۰	۵۳۲	۵۰۶۲۲۳۸	۳۸۲۰	۱۵۰۹۸۶۰	۳۱۰	۵۴۶۹۱۰۳۸	۱۲۴۷۵	۳۷
زبان	۱۱۲۰	۷۵	۱۰۴۵	۱۵۱	۹۶۹	۵۶۸	۵۵۲	۵۲۵۰۸۵۰	۴۸۸۴	۱۶۵۹۰۸۷	۳۵۶	۶۱۱۸۳۲۰۰	۱۴۶۱۲	۴۱
علوم طبیعی و ریاضیات	۶۱۹	۱۶۶	۴۵۳	۸۱	۵۳۸	۳۶۹	۲۵۰	۲۱۵۲۰۰۰	۳۵۱۶	۶۶۴۸۱۸	۳۱۹	۲۷۶۲۹۹۸۰	۱۳۶۴۷	۴۳
علوم عملی	۲۴۶۹	۹۷۶	۱۴۹۳	۳۸۰	۲۰۸۹	۱۵۴۷	۹۲۲	۹۶۷۸۸۱۱	۴۰۳۱	۲۹۰۵۲۰۹	۳۵۱	۱۴۰۳۸۴۱۷۸	۲۱۸۸۵	۵۰
هنر	۷۳۳	۲۹۶	۴۳۷	۳۵	۶۹۸	۴۱۹	۳۱۴	۳۵۲۱۷۶۰	۴۸۳۷	۵۶۷۰۱۸	۱۷۹	۳۵۱۰۳۸۹۸	۱۱۵۷۹	۸۱
ادبیات	۲۹۳۴	۵۵۰	۲۳۸۴	۴۲۶	۲۵۰۸	۱۹۳۴	۱۰۰۰	۱۰۷۵۵۶۰۰	۳۷۵۴	۳۱۰۰۶۱۷	۲۸۹	۱۳۴۴۱۴۳۲۷	۱۳۸۵۰	۴۴
تاریخ و جغرافیا	۹۷۴	۱۵۴	۸۲۰	۱۸۱	۷۹۳	۶۰۱	۳۷۳	۳۷۵۴۳۵۰	۳۹۸۹	۱۱۲۷۲۹۰	۳۴۳	۵۲۵۲۶۲۵۰	۱۸۹۲۲	۴۷
کودک و نوجوان	۳۰۰۴	۸۶۶	۲۱۳۸	۲۶۶	۲۷۳۸	۱۴۵۸	۱۵۴۶	۲۷۰۱۸۷۵۱	۹۰۹۴	۱۳۳۰۳۹۸	۶۳	۷۷۴۹۸۱۳۲	۳۵۲۲	۸۸
کمک آموزشی	۲۴۲۶	۱۰۸	۲۳۱۸	۱۲۵	۲۳۰۱	۹۷۰	۱۴۵۶	۱۴۴۷۷۰۵۰	۵۹۹۴	۳۴۳۰۰۳۳	۲۴۶	۱۴۶۹۲۶۷۶۰	۱۱۰۳۲	۵۰
جمع کل	۲۱۳۵۰	۴۸۹۷	۱۶۴۵۳	۴۰۳۰	۱۱۶۷۷۱۳۳۰	۹۶۷۳	۱۰۸۹۷۶۹۵۸	۴۷۰۴	۲۴۶۵۹۷۳۸	۹۵۵۰۸۶۵۶۲				

در سال ۷۸ نسبت به سال ۷۶ تولید کتاب کم‌تر از ۳۰ درصد رشد داشته است. در این سال به ترتیب اولویت، کتاب‌های حوزه دین، کودک و نوجوان، ادبیات و علوم عملی در صدر گرایش تولید قرار دارند. شمارگان متوسط کاهش دارد اما متوسط صفحات کتاب از ۲۰۰ به ۲۸۸ صفحه افزایش را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲۲. وضعیت کتاب در سال ۸۰

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۹۲۸	۲۸۸	۶۵۰	۱۲۶	۱۱۲	۵۷۷	۳۶۱	۳۳۷۷۷۰۰	۳۷۵۳	۱۱۹۹۹۸۲	۳۶۵	۶۹۲۰۸۰۷۵	۲۴۲۹۳	۶۰
فلسفه	۹۵۱	۴۸۸	۴۶۳	۱۴۱	۸۱۰	۵۰۶	۴۴۵	۳۳۳۸۹۵۵	۳۵۴۰	۹۲۲۱۷۳	۲۷۹	۴۳۸۲۷۱۵۰	۱۴۵۹۲	۵۶
دین	۶۷۷۸	۱۲۸۴	۵۴۹۴	۳۵۹۸	۳۱۸۰	۳۸۲۵	۲۹۵۳	۳۹۴۷۶۷۶۱	۶۰۲۷	۱۲۷۶۴۰۳۲	۳۱۵	۳۷۱۰۲۵۳۱۷	۱۹۴۹۳	۴۶
علوم اجتماعی	۲۲۷۲	۴۹۶	۱۷۷۶	۲۹۰	۱۹۸۲	۱۴۱۹	۸۵۳	۸۲۸۷۴۱۰	۳۷۰۹	۱۹۸۵۳۲۰	۲۸۳	۹۵۶۶۴۷۱۰	۱۶۴۹۷	۵۵
زبان	۱۸۹۹	۱۲۴	۱۷۷۵	۳۸۸	۱۵۱۱	۹۳۷	۹۶۲	۹۵۳۴۱۹۸	۵۱۴۸	۲۷۰۶۳۱۶	۳۰۱	۱۲۱۱۳۷۵۶۴	۱۶۶۲۲	۶۴
علوم طبیعی و ریاضیات	۷۴۵	۲۷۶	۴۶۹	۱۴۹	۵۹۶	۴۴۳	۳۰۲	۲۲۶۵۴۱۰	۳۰۶۹	۷۷۱۷۳۸	۳۳۶	۴۱۰۹۰۲۵۰	۱۸۹۳۲	۵۸
علوم عملی	۳۸۱۹	۱۳۲۲	۲۴۹۷	۵۳۹	۳۲۸۰	۲۳۷۸	۱۴۴۱	۱۴۱۵۹۰۹۴	۳۷۸۷	۳۶۰۷۸۶۳	۳۱۰	۲۴۱۸۶۷۰۱۰	۳۳۲۲۹	۸۰
هنر	۹۲۳	۳۳۶	۵۸۷	۶۱	۸۶۲	۵۹۰	۳۳۳	۳۳۵۹۲۰۰	۳۶۹۵	۵۴۵۸۲۷	۱۷۹	۴۷۷۸۹۱۸۲	۱۶۹۹۹	۱۰۷
ادبیات	۴۱۱۶	۶۷۴	۳۴۴۲	۸۷۵	۳۲۴۱	۲۸۱۴	۱۳۰۲	۱۴۸۹۴۴۱۰	۳۶۶۴	۴۱۳۱۷۴۰	۲۷۰	۲۲۰۹۴۰۰۳۵	۱۷۶۷۳	۵۹
تاریخ و جغرافیا	۱۵۵۵	۲۴۱	۱۳۱۴	۲۶۲	۱۲۹۳	۱۰۷۳	۴۸۲	۴۹۹۱۰۰۳	۳۴۲۳	۱۵۲۰۳۳۶	۳۳۵	۱۰۸۷۹۱۱۶۰	۲۶۶۶۷	۷۹
کودک و نوجوان	۴۷۴۱	۱۶۲۱	۳۱۲۰	۴۷۵	۴۲۶۶	۲۳۳۰	۲۴۱۱	۳۹۲۲۷۰۰۰	۸۳۲۴	۱۷۳۳۰۸۹	۵۸	۱۳۵۱۹۳۰۴۰	۴۶۴۹	۱۲۹
کمک آموزشی	۳۵۷۱	۶۳	۳۵۰۸	۲۵۱	۳۳۲۰	۱۴۸۸	۲۰۸۳	۲۲۷۵۰۵۸۶	۶۴۰۸	۴۸۱۵۰۳۲	۲۲۷	۲۶۱۷۹۱۸۳۴	۱۳۸۵۷	۶۴
جمع کل	۳۲۳۰۸	۷۲۱۳	۲۵۰۹۵	۷۱۵۵	۲۵۱۵۳	۱۸۳۸۰	۱۳۹۲۸	۱۶۵۶۶۱۷۲۷	۴۵۴۵	۳۶۷۰۳۴۴۸	۲۷۱	۱۷۵۸۳۲۵۳۲۷		

تولید کتاب در سال ۸۰ در قیاس با سال ۷۸ در حدود ۵۰ درصد رشد داشته است و از ۲۱۳۵۰ به ۳۲۳۰۸ عنوان افزایش دارد. گرایش تولید تقریباً همان گرایش سال‌های گذشته است و دین، کودک و نوجوان، ادبیات و علوم عملی در صدر قرار دارند. نکته قابل توجه در این سال‌ها روند فزاینده کتاب‌های کمک‌آموزشی است که در این سال با تولید ۳۵۷۱ عنوان، جزء پنج گرایش اول تولید جای گرفته است.



## جدول شماره ۲۳. وضعیت کتاب در سال ۸۲

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل	صفحه متوسط	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۲۱۰	۴۱۳	۷۹۷	۲۰۱	۱۰۰۹	۶۵۹	۵۵۱	۳۷۳۶۴۶۹	۳۱۵۵	۱۳۳۳۲۰۹	۳۷۲	۸۳۸۲۷۹۷۰	۲۵۱۶۰	۶۸
فلسفه	۱۱۴۰	۵۷۲	۵۶۸	۱۸۸	۹۵۲	۵۶۶	۵۷۴	۳۸۳۳۹۹۶	۳۴۰۱	۹۹۸۹۴۵	۲۷۰	۵۷۸۰۵۶۷۷	۱۷۲۰۹	۶۹
دین	۷۰۵۴	۱۶۰۸	۵۴۴۶	۴۱۸۷	۲۸۶۷	۳۸۶۸	۳۱۸۶	۴۰۹۹۲۶۷۶	۵۸۹۶	۱۱۸۹۱۴۶۲	۳۲۴	۲۷۷۲۲۸۳۶۳	۱۳۲۱۵	۳۷
علوم اجتماعی	۳۰۳۹	۵۷۲	۲۴۶۷	۵۱۳	۲۵۲۶	۱۸۷۶	۱۱۶۳	۱۰۸۱۳۹۸۱	۳۷۳۲	۲۴۹۱۴۴۳	۲۷۳	۱۳۹۲۴۶۱۰۷	۱۸۳۰۵	۶۱
زبان	۱۸۹۱	۱۳۵	۱۷۵۶	۴۳۶	۱۴۵۵	۹۱۰	۹۸۱	۸۹۲۰۲۳۰	۴۷۹۵	۲۶۷۶۰۹۶	۳۱۲	۱۲۲۱۳۱۵۳۰	۱۷۹۰۵	۶۹
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۱۸۲	۳۶۰	۸۲۲	۲۱۶	۹۶۶	۶۱۹	۵۶۳	۳۲۳۰۸۰۰	۲۷۸۰	۱۰۸۸۹۲۸	۳۳۷	۶۹۰۸۸۳۳۵	۲۲۱۹۸	۶۳
علوم عملی	۴۷۶۲	۱۶۵۸	۳۱۰۴	۱۰۲۷	۳۷۳۵	۳۰۳۴	۱۷۲۸	۱۶۹۰۲۰۲۵	۳۶۱۰	۴۲۱۷۸۸۲	۳۰۲	۳۱۱۵۲۳۳۶۸	۲۶۳۳۸	۸۷
هنر	۱۲۰۱	۴۲۳	۷۷۸	۱۶۳	۱۰۲۸	۷۶۶	۴۳۵	۴۲۷۲۳۴۰	۳۶۲۶	۶۸۹۱۱۸	۱۶۸	۸۱۱۳۲۹۸۵	۱۹۹۲۸	۱۴۰
ادبیات	۴۸۷۷	۹۳۷	۳۹۴۰	۱۱۹۸	۳۶۷۹	۳۳۲۴	۱۵۵۳	۱۵۱۶۵۷۱۰	۳۱۴۶	۴۰۸۹۷۵۷	۲۵۵	۲۲۰۱۶۵۳۱۲	۱۵۸۷۱	۶۶
تاریخ و جغرافیا	۱۶۱۱	۲۱۷	۱۳۹۴	۳۴۹	۱۲۶۲	۱۱۳۳	۴۷۸	۵۲۵۶۸۵۰	۳۳۸۹	۱۴۸۰۷۵۰	۳۰۷	۷۸۵۵۷۶۷۰	۱۹۸۶۶	۶۰
کودک و نوجوان	۵۳۲۰	۱۸۰۸	۳۵۱۲	۸۵۰	۴۴۷۰	۲۶۲۹	۲۶۹۱	۳۷۷۱۹۰۷۰	۷۱۹۹	۱۶۷۹۳۳۷	۶۰	۱۶۲۰۰۳۵۹۰	۶۰۱۳	۱۷۶
کمک آموزشی	۴۴۶۱	۹۰	۴۳۷۱	۳۲۴	۴۱۳۷	۱۹۱۵	۲۵۴۶	۲۲۷۴۱۰۵۰	۵۱۳۳	۴۶۲۰۷۱۰	۲۲۶	۳۱۲۲۹۷۹۰۵	۱۶۷۸۱	۷۹
جمع کل	۳۷۷۴۸	۸۷۹۳	۲۸۹۵۵	۹۶۵۲	۱۶۴۴۹۲۱۲۹۹۲۸۰۹۶	۱۷۳۵۸۵۱۹۷	۳۷۲۵۷۶۳۷	۱۹۱۵۰۰۸۷۱۲						

تولید کتاب در این سال نسبت به سال ۸۰ در حدود ۱۲ درصد رشد داشته است. گرایش تولید تغییر محسوسی نسبت به سال ۸۰ ندارد و حوزه‌های دین، کودک و نوجوان، ادبیات و علوم عملی و کمک آموزشی در صدر تولید قرار دارند.

### جدول شماره ۲۴. وضعیت کتاب در سال ۸۴

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۷۴۷	۴۸۰	۱۲۶۷	۳۰۷	۱۴۴۰	۹۰۲	۸۴۵	۵۳۹۳۱۸۴	۳۱۵۳	۱۵۹۰۲۸۵	۳۱۴	۱۳۸۴۰۸۲۱۸	۲۸۸۵۸	۹۵
فلسفه	۲۰۷۲	۱۲۱۹	۸۵۳	۳۵۴	۱۷۱۸	۹۳۳	۱۱۳۹	۶۹۳۴۳۰۰	۳۳۴۷	۱۵۶۰۱۰۳	۲۴۶	۱۲۰۹۶۵۹۷۵	۲۰۶۸۳	۱۳۸
دین	۱۰۰۹۰	۲۲۰۳	۷۸۸۷	۵۹۵۰	۴۱۴۰	۴۷۵۱	۵۳۳۹	۵۴۵۸۶۳۶۲	۵۴۶۵	۱۴۹۷۵۰۶۹	۳۰۶	۴۴۹۹۴۰۱۰۴	۱۶۲۳۰	۷۲
علوم اجتماعی	۴۶۲۸	۹۱۷	۳۷۱۱	۷۰۱	۳۹۲۷	۲۷۵۰	۱۸۷۸	۱۶۶۹۰۳۶۰	۳۶۸۶	۳۶۷۰۱۵۸	۲۷۵	۲۷۲۱۹۷۷۱۰	۲۵۲۵۸	۳۷۳
زبان	۲۷۴۲	۱۹۳	۲۵۴۹	۶۳۷	۲۱۰۵	۱۲۷۸	۱۴۶۴	۱۱۸۰۴۸۴۵	۴۴۱۶	۳۰۴۹۷۴۸	۲۷۷	۱۶۵۳۶۵۱۴۰	۲۳۱۷۰	۱۱۲
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۸۰۶	۴۴۸	۱۳۵۸	۳۶۴	۱۴۴۲	۹۳۲	۸۷۴	۴۷۱۲۸۵۲	۲۶۴۳	۱۵۶۲۰۰۵	۳۴۲	۱۴۲۸۳۰۲۷۰	۳۰۹۸۱	۶۹۰
علوم عملی	۶۶۰۷	۲۳۱۱	۴۲۹۶	۱۶۱۹	۴۹۸۸	۳۸۷۰	۲۷۳۷	۱۹۶۴۵۳۴۳	۳۰۳۰	۴۹۴۲۹۲۷	۲۸۷	۴۴۹۰۳۷۲۱۵	۳۰۷۶۵	۲۴۰
هنر	۱۶۲۹	۵۵۳	۱۰۷۶	۳۲۷	۱۳۰۲	۹۴۲	۶۸۷	۵۴۳۲۹۳۰	۳۴۰۸	۸۶۵۳۸۱	۱۹۴	۱۰۴۱۸۴۹۱۵	۲۷۱۳۱	۱۶۱
ادبیات	۶۳۴۳	۱۲۴۰	۵۱۰۳	۱۷۶۰	۴۵۸۳	۴۰۴۳	۲۳۰۰	۱۷۷۰۹۴۷۰	۲۸۲۵	۴۷۱۷۷۴۲	۲۵۹	۳۱۹۵۱۸۶۰۴	۲۰۶۹۰	۱۱۷
تاریخ و جغرافیا	۲۲۵۱	۳۰۱	۱۹۵۰	۶۳۹	۱۶۱۲	۱۴۹۴	۷۵۷	۶۳۰۵۷۰۰	۲۸۴۱	۱۸۰۸۶۱۷	۳۱۴	۱۲۸۲۶۴۲۴۵	۲۷۱۲۲	۸۲
کودک و نوجوان	۶۶۵۹	۲۴۴۵	۴۲۱۴	۱۲۱۶	۵۴۴۳	۲۷۹۶	۳۸۶۳	۴۴۲۲۷۳۱	۶۷۵۶	۱۸۴۹۷۲۸	۵۶	۲۴۴۸۲۴۸۷۵	۸۰۷۰	۲۳۵
کمک آموزشی	۷۰۰۴	۱۰۳	۶۹۰۱	۶۷۰	۶۳۴۴	۲۷۱۵	۴۲۸۹	۳۴۴۹۰۰۵۸	۵۰۰۴	۷۱۹۶۵۷۵	۲۲۰	۵۹۲۰۱۶۱۲۰	۲۲۵۱۷	۱۴۷۳
جمع کل	۴۱۱۶۵۱۲۴۱۳۵۳۵۷۸	۱۴۵۴۴	۲۷۴۰۶۳۹۰۳۴	۲۶۱۷۲	۲۲۷۹۲۲۷۳۵	۴۷۷۸۸۳۳۸	۳۱۲۷۵۵۳۳۹۱							

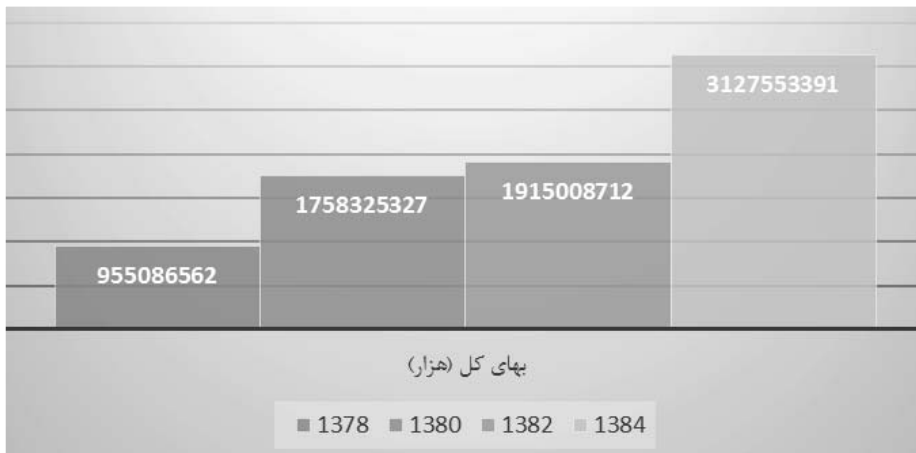
تولید کتاب در سال ۸۴ نسبت به سال ۸۲، ۴۱ درصد و نسبت به سال ۸۳، ۲۷ درصد رشد داشته است. در گرایش تولید حوزه کمک آموزشی به طرز چشم گیری از رتبه پنجم به رتبه دوم، پس از دین، صعود می کند و حوزه های کودک و نوجوان، علوم عملی و ادبیات در مراتب بعدی جای دارند.

### جدول شماره ۲۵. تحلیل آماری وضعیت کتاب در سال‌های ۷۶ تا ۸۴

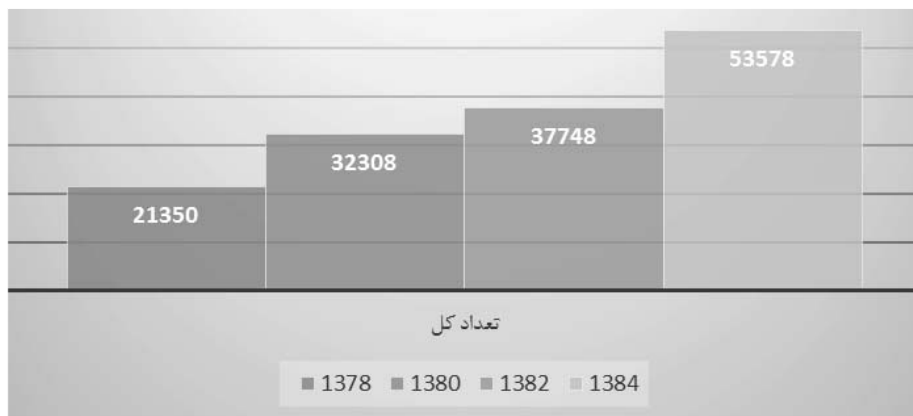
سال	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	قیمت متوسط کتاب
۱۳۷۸	۲۱۳۵۰	۴۸۹۷	۱۶۴۵۳	۴۰۳۰	۱۱۶۷۷	۱۷۳۲۰	۹۶۷۳	۱۰۸۹۷۶۹۵۸	۵۱۰۴	۲۴۹۵۹۷۳۸	۲۲۹	۹۵۵۰۸۶۵۶۲	۸۷۶۴
۱۳۸۰	۳۲۳۰۸	۷۲۱۳	۲۵۰۹۵	۷۱۵۵	۱۸۳۸۰	۲۵۱۵۳	۱۳۹۲۸	۱۶۵۶۶۱۷۲۷	۵۱۲۸	۳۶۷۰۳۴۴۸	۲۲۲	۱۷۵۸۳۲۵۳۲۷	۱۰۶۱۴
۱۳۸۲	۳۷۷۴۸	۸۷۹۳	۲۸۹۵۵	۹۶۵۲	۲۱۲۹۹	۲۸۰۹۶	۱۶۴۴۹	۱۷۳۵۸۵۱۹۷	۴۵۹۹	۳۷۲۵۷۶۳۷	۲۱۵	۱۹۱۵۰۰۸۷۱۲	۱۱۰۳۲
۱۳۸۴	۳۱۲۷۵۵۳۳۹۱	۳۱۰	۴۷۷۸۸۳۳۸	۴۲۵۴	۲۲۷۹۲۲۷۲۵	۲۶۱۷۲	۲۷۴۰۶۳۹۰۲۴	۱۴۵۴۴	۴۱۱۶۵۱۲۴۱۳۵۳۵۷۸	۲۱۰	۳۱۲۷۵۵۳۳۹۱	۱۳۷۲۱	

در این سال‌ها به‌طور متوسط و میانگین رشد تولید کتاب در حدود ۳۳ درصد است و نسبت کتاب‌های تألیفی به ترجمه‌ای در حدود ۳۰ درصد است. روند نسبت کتاب‌های چاپ اول به تجدید چاپ، از ۱۸ درصد در سال ۷۸ به ۲۵ درصد در سال ۸۰ و در سال ۸۲ به ۲۲ درصد و در سال ۸۴ با کاهش چشم‌گیر به ۵ درصد تغییر می‌کند. قیمت متوسط کتاب از ۷۸ تا ۸۴ در حدود ۶۳ درصد رشد دارد، اما تیراژ متوسط در حدود ۲۰ درصد کاهش دارد.

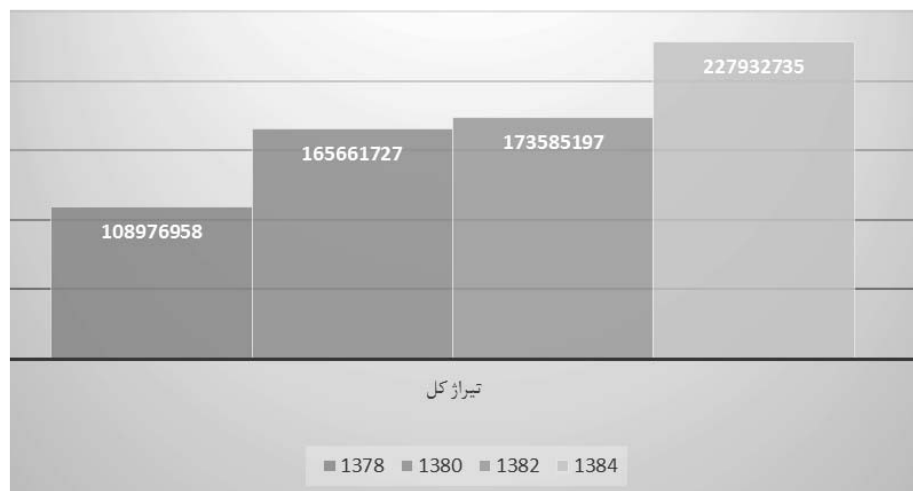
### نمودار شماره ۱۳. مقایسه بهای کل کتاب در سال‌های ۷۸ تا ۸۴



نمودار شماره ۱۴. مقایسه عناوین کتاب در سال‌های ۷۶ تا ۸۴



نمودار شماره ۱۵. مقایسه تیراژ کلی در سال‌های ۷۸ تا ۸۴



رشد کتاب در سال‌های ۷۶ تا ۸۴ به‌طور میانگین سالی ۶۵ درصد رشد داشته است، بیشترین رشد مربوط به سال ۸۴ با ۵۳ درصد و کم‌ترین آن مربوط به سال ۸۲ با ۱۴ درصد رشد است. تیراژ کل با آهنگی در حدود ۲۰ درصد به‌طور متوسط رشد منفی داشته است. این رشد در سال ۸۰ در حدود ۳۴ درصد و در ۸۴ در حدود ۲۳ درصد رشد است. به‌عبارت دیگر، درحالی‌که رشد عنوان کتاب سیر صعودی به‌طور میانگین ۶۵ درصد دارد، تیراژ کل سیر نزولی به‌طور میانگین ۲۰ درصد دارد. یعنی از تعداد خوانندگان در سال حدود ۲۰ درصد در هر سال کاسته می‌شود.

## سیاست‌های حمایتی

مشخصه اصلی دولت اصلاحات در حوزه نشر بیشتر و اساساً با تمایز و مزیت نسبی نظارت شناخته می‌شود. به عبارت دیگر، از منظر رویکردها و نگرش فرهنگی تمایز دولت اصلاحات با دولت‌های پیشین بر سر اعمال نظارت معقول‌تر و منطقی‌تر است اما در حوزه نگرش و رویکرد و سیاست‌های حمایتی تفاوت چندان و محسوسی میان دولت اصلاحات با سایر دولت‌ها وجود ندارد. زیرا از نظر زیرساخت‌ها و روش‌های حمایتی در این دولت نیز سیاست‌های حمایتی گذشته و همان سیاست‌های حمایتی مستقیم و متکی بر نظام بروکراتیک است. در این دوره نقش مشارکت نهادهای صنفی در چارچوب همان رویه گذشته (حضور در جلسات و اجرای برخی امور فرهنگی و نمایشگاهی) به‌طور محدود افزایش یافت. برای خرید مکان کتاب‌فروشی و دفاتر نشر وام کم‌بهره اجاره به‌شرط تملیک داده شد. مسئله معافیت مالیاتی به‌طور جدی‌تری دنبال شد.

از حیث دستاوردها و نقاط قوت و ضعف سیاست‌های حمایتی با دولت گذشته تفاوت محسوسی وجود ندارد و همان نتایج را برای این دوره هم می‌توان برشمرد.

۱. استمرار نگرش و سیاست‌های کلان دوره پس‌از جنگ در مقیاسی گسترده‌تر و با اصلاح و تغییرات اندکی در روش‌ها مانند حذف توزیع فیلم و زینک به‌دلیل تحولات فناوری لیتوگرافی و چاپ و تمرکز در توزیع کاغذ.

۲. تقویت توان مالی و اقتصادی دولت با گسترش فعالیت‌های فرهنگی دولتی تناظر و تناسب دارد.

۳. زیرساخت‌های سیاست حمایتی به روش گذشته بیشتر بر ارائه یارانه‌های مستقیم متکی بود و ابتناء داشت.

۴. روش موجود برای حل مسائل و معضلات رانت‌خواری و فساد هیچ طرح و برنامه اساسی و بنیادین نداشت، بلکه افزایش حجم و بودجه فرهنگی مستعد تقویت و گسترش این فساد و روابط رانتی بود.

۵. نقش مشارکتی و همکاری نهادهای صنفی و کارشناسان در حد حضور در جلسات یا مشارکت در برگزاری و اجرای برخی فعالیت‌های دولتی تقلیل یافته بود.

۶. عامل مؤثر و تعیین‌کننده نظام کارشناسی و سهم مهم و چشمگیر تصمیمات فردی مدیران فرهنگی در اختصاص میزان کمی حمایت‌ها نقش بارزی داشت و روابط شخصی با مدیران و کارشناسان عامل تعیین‌کننده‌ای در برخورداری از یارانه‌ها ایفا می‌کرد.

### دوره دولت احمدی‌نژاد (۸۴ تا ۹۲)

دوره دولت احمدی‌نژاد دوره پرتناقضی است. بودجه دولت با توجه به افزایش قیمت نفت

تا بشکته‌ای ۱۲۰ دلار باید دوره رونق نشر کشور محسوب می‌شد. اما شدت بی‌سابقه و بی‌مانند ممیزی کتاب و اعمال نگرش سخت‌گیرانه‌تر با ناشران بخشی از تولید کتاب توسط ناشران عمومی را تقلیل داد، اما تولید و خرید کتاب از ناشران خاص را افزایش داد. این وضعیت در دوره چهارساله دوم دولت احمدی‌نژاد بدتر و وضعیت تولید و مصرف کتاب را بحرانی کرد. در این شرایط قیمت نفت کاهش و نظام تشدید تحریم‌ها برضد جمهوری اسلامی تشدید یافت و افزایش ۳۰۰ درصدی قیمت دلار، هزینه‌های تولید را چندین برابر و قدرت خرید کتاب و محصولات فرهنگی را به یک‌سوم کاهش داد. تحلیل آماری کتاب در این دوره واقعیت نشر کتاب را بیان نمی‌کند؛ زیرا شاخص تعیین آمارهای نشر در این دوره دستکاری شد و کتب درسی آموزش و پرورش هم به آمارهای تولید کتاب افزوده شد. تعداد عناوین کتاب در سال ۸۸، ۶۰۷۸۴ عنوان و شماره کل نسخه‌های کتاب ۱۵۷۷۲۸۵۴۹ و در سال ۹۲ به ۶۶۲۰۵ عنوان و شمار کل نسخه‌های کتاب ۱۵۷۷۲۸۵۴۹ و بهای میانگین قیمت پشت جلد کتاب ۱۰۸۱۵۹ ریال و گردش مالی اسمی نشر ۱۷/۰۵۹/۷۷۵/۲۷۵/۳۳۶ ریال است. این آمارهای نمادین همچنان افول و کاهش تیراژ کل را در مقایسه سال ۸۸ به ۹۲ را نشان می‌دهد و در حدود ۵۰ هزار نسخه و در حدود ۲۵ درصد تولید کتاب کم‌تر شده است.

## تحلیل آماری وضعیت کتاب در سال‌های ۸۴ تا ۹۲

### جدول شماره ۲۶. وضعیت کتاب در سال ۸۵

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۶۶۴	۳۹۲	۱۲۷۲	۳۰۶	۱۳۵۸	۸۱۲	۸۵۲	۴۹۲۵۳۵۰	۲۹۷۰	۱۴۱۷۲۳۷	۲۹۷	۱۳۵۸۲۰۱۷۵	۲۹۷۱۱	۱۰۷
فلسفه	۱۸۴۷	۱۰۰۵	۸۴۲	۳۸۲	۱۴۶۵	۷۶۶	۱۰۸۱	۵۸۱۴۷۵۰	۳۱۶۰	۱۴۰۵۵۰۷	۲۵۵	۱۲۰۴۱۷۲۲۰	۲۳۶۶۶	۹۹
دین	۱۱۳۷۳	۲۳۰۷	۹۰۶۶	۷۱۷۸	۴۱۹۵	۵۲۳۷	۶۱۳۶	۶۵۹۲۱۲۰۳	۵۸۳۸	۱۶۳۶۲۸۲۸	۳۰۲	۵۷۵۱۱۷۵۶۷	۱۷۲۹۱	۵۴
علوم اجتماعی	۴۰۹۲	۷۶۸	۳۳۲۴	۶۳۹	۳۴۵۳	۲۰۳۰	۲۰۶۲	۱۲۸۴۱۸۴۲	۳۱۶۷	۳۳۲۶۳۶۳	۳۰۰	۳۰۲۹۲۲۰۴۰	۳۱۰۳۴	۹۹
زبان	۲۳۶۳	۱۶۱	۲۲۰۲	۵۹۰	۱۷۷۳	۱۱۳۵	۱۲۲۸	۸۸۵۶۱۵۲	۳۸۰۷	۲۷۰۱۱۹۰	۳۰۸	۱۴۲۷۳۳۰۷۵	۲۴۷۳۹	۸۲
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۴۵۲	۴۳۵	۱۰۱۷	۳۳۹	۱۱۱۳	۷۲۷	۷۲۵	۳۷۷۷۵۷۰	۲۶۳۲	۱۳۳۷۴۱۴	۳۵۵	۱۲۳۳۴۳۶۳۵	۳۴۴۹۱	۱۱۸
علوم عملی	۶۷۷۱	۲۲۶۸	۴۵۰۳	۱۶۸۷	۵۰۸۴	۳۹۶۴	۲۸۰۷	۱۹۹۷۰۴۶۴	۲۹۶۹	۴۹۷۳۸۰۳	۲۸۲	۵۱۳۷۲۵۹۲۴	۳۳۵۱۰	۱۴۷
هنر	۱۳۱۱	۴۶۱	۸۵۰	۲۰۷	۱۱۰۴	۸۱۶	۴۹۵	۴۸۲۶۱۴۵	۳۷۲۶	۶۸۰۰۸۲	۱۹۳	۹۲۳۱۵۱۴۰	۳۰۴۴۲	۱۸۲
ادبیات	۵۵۸۶	۹۹۲	۴۵۹۴	۱۶۰۹	۳۹۷۷	۳۳۴۰	۲۲۴۶	۱۴۶۶۷۶۴۰	۲۶۴۳	۳۹۸۸۶۳۵	۲۶۲	۲۹۴۱۵۷۴۹۸	۲۲۹۳۰	۹۶
تاریخ و جغرافیا	۲۱۹۹	۳۶۷	۱۸۳۲	۵۹۶	۱۶۰۲	۱۲۷۵	۹۲۴	۷۳۳۱۶۵۵	۳۳۸۸	۱۶۵۴۴۶۴	۳۰۵	۱۰۸۲۱۹۸۰۰	۲۵۴۶۵	۱۲۴
کودک و نوجوان	۶۰۹۶	۲۰۴۱	۴۰۵۵	۱۳۰۶	۴۷۹۰	۲۷۲۸	۳۳۶۸	۴۳۴۴۴۸۶۰	۷۲۱۹	۱۷۱۶۱۴۲	۵۶	۲۳۹۴۹۲۷۸۵	۹۱۱۲	۲۵۷
کمک آموزشی	۸۹۵۸	۸۹	۸۸۶۹	۷۲۰	۸۲۳۸	۲۳۲۴	۶۶۳۴	۳۶۸۲۶۸۷۲	۴۱۲۰	۷۶۹۰۱۹۶	۲۲۲	۷۹۲۵۰۰۵۹۶	۲۶۱۰۷	۱۲۱
جمع کل	۴۲۴۲۶۱۱۲۸۶۵۳۷۱۲	۱۵۵۵۹	۳۸۱۵۳	۲۵۱۵۴	۲۸۵۵۸	۲۲۹۲۰۴۵۰۳	۴۷۲۵۴۸۶۱	۳۴۳۹۷۶۵۴۵۵						

در سال ۸۵ نسبت به سال ۸۴، تولید کتاب کاهش نامحسوسی دارد (از ۵۳۵۷۸ به ۵۳۷۱۲ عنوان) و تقریباً روند رشد کتاب متوقف می‌شود. نکته قابل توجه در گرایش تولید کتاب، علوم عملی پس از دین و کمک آموزشی در رتبه سوم جای می‌گیرد و پس از آن، کتاب‌های حوزه کودک و نوجوان و ادبیات قرار دارند. تیراژ متوسط کتاب از ۴۲۵۴ نسخه در سال ۸۴ به ۳۸۰۳ نسخه یعنی در حدود ۱۲ درصد کاهش می‌یابد.

جدول شماره ۲۷. وضعیت کتاب در سال ۸۶

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بهادر صفحه
کلیات	۱۶۱۴	۳۳۱	۱۲۸۳	۲۶۱	۱۳۵۳	۷۸۶	۸۲۸	۴۱۱۳۴۲۵	۲۵۶۷	۱۲۷۱۲۱۹	۳۱۵	۱۳۷۹۷۰۰۷۵	۲۶۶۶۱	۱۳۰
فلسفه	۱۹۲۸	۱۰۸۳	۸۴۵	۳۱۰	۱۶۱۸	۸۸۹	۱۰۳۹	۵۵۷۰۴۱۲	۲۹۰۱	۱۲۷۷۱۳۲	۲۴۸	۱۳۲۹۶۸۴۰۵	۲۸۲۴۰	۱۲۲
دین	۱۰۹۲۸	۲۲۸۱	۸۶۴۷	۵۸۲۱	۵۱۰۷	۴۶۰۶	۶۳۲۲	۵۷۹۷۷۲۲۰	۵۳۵۳	۱۶۰۹۷۱۱۵	۳۱۹	۶۹۶۶۱۰۷۹۵	۲۳۱۵۵	۶۸
علوم اجتماعی	۴۳۳۵	۸۴۴	۳۴۹۱	۴۸۳	۳۸۵۲	۲۲۲۱	۲۱۱۴	۱۲۳۹۰۴۹۵	۲۸۷۹	۳۲۶۱۸۰۵	۲۸۸	۳۳۴۷۰۷۴۵۲	۳۴۳۸۶	۱۱۴
زبان	۱۹۹۶	۱۹۸	۱۷۹۸	۳۹۲	۱۶۰۴	۹۶۰	۱۰۳۶	۶۸۰۰۶۱۰	۳۴۶۴	۲۰۶۴۲۲۰	۳۱۴	۱۵۱۰۴۸۶۳۰	۳۱۲۳۲	۱۰۴
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۶۴۶	۴۵۱	۱۱۹۵	۳۳۲	۱۳۱۴	۷۸۴	۸۶۲	۴۱۵۱۸۳۳	۲۵۳۳	۱۴۷۵۰۰۵	۳۵۶	۱۵۶۰۷۸۳۹۹	۴۲۷۳۱	۱۲۵
علوم عملی	۷۱۷۴	۲۳۹۹	۴۷۷۵	۱۴۱۲	۵۷۶۲	۴۰۶۱	۳۱۱۳	۱۷۹۶۱۱۵۰	۲۵۲۶	۴۸۹۴۵۷۶	۲۹۰	۵۸۸۰۰۲۴۰۰	۴۰۲۱۲	۱۴۴
هنر	۱۶۶۷	۶۳۰	۱۰۳۷	۱۵۴	۱۵۱۳	۹۶۷	۷۰۰	۴۶۶۸۱۰۰	۲۸۴۶	۷۶۹۹۰۴	۱۹۳	۱۱۹۰۴۵۱۲۰	۳۵۹۱۲	۱۹۴
ادبیات	۶۲۷۸	۱۲۷۲	۵۰۰۶	۱۱۲۶	۵۱۵۲	۳۶۰۷	۲۶۷۱	۱۶۵۶۸۷۳۰	۲۶۵۵	۴۳۵۹۵۰۱	۲۷۴	۳۸۴۸۲۲۳۲۰	۲۸۸۰۳	۱۱۳
تاریخ و جغرافیا	۲۳۹۱	۳۴۱	۲۰۵۰	۵۷۵	۱۸۱۶	۱۲۹۶	۱۰۹۵	۶۵۷۱۲۰۵	۲۷۹۹	۱۶۲۷۹۳۹	۲۸۹	۱۴۳۷۵۶۵۵	۲۹۶۱۰	۱۰۲
کودک و نوجوان	۷۶۱۴	۲۴۴۲	۵۱۷۲	۱۳۶۴	۶۲۵۰	۲۷۷۷	۴۸۳۷	۴۲۶۷۴۳۴۰	۵۶۷۱	۱۹۸۱۸۰۵	۶۱	۳۴۳۷۷۱۶۱۰	۱۱۶۲۴	۲۹۷
کمک آموزشی	۹۲۵۳	۷۸	۹۱۷۵	۶۰۴	۸۶۴۹	۲۲۱۹	۷۰۳۴	۴۰۱۴۷۷۳۰	۴۳۶۹	۷۵۰۴۲۴۷	۱۹۸	۹۴۵۲۸۶۱۳۲	۲۸۶۱۳	۱۵۰
جمع کل	۵۶۸۲۴	۱۲۳۵۰	۴۴۴۷۴	۱۲۸۳۴	۲۵۱۷۳	۴۳۹۹۰	۳۱۶۵۱	۲۱۹۵۹۵۲۵۰	۴۶۵۸۴۴۶۸	۴۱۳۳۶۸۶۹۹۳				

در سال ۸۶ روند رشد کتاب نسبت به سال ۸۵، در حدود ۵ درصد است. در این سال گرایش تولید تغییر محسوسی ندارد و کتاب کودک و نوجوان با کمی اختلاف پیش از کتاب‌های علوم عملی و پس از کتاب‌های حوزه دین و کمک آموزشی جای دارد و همچنان ادبیات در رتبه پنجم است. تیراژ متوسط کتاب در حدود ۳۳۸۰ نسخه است که نسبت به سال قبل با ۳۸۰۳ نسخه تغییر چندانی ندارد.



## جدول شماره ۲۸. وضعیت کتاب در سال ۸۸

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۶۱۸	۳۰۲	۱۳۱۶	۲۱۸	۱۴۰۰	۸۴۸	۷۷۰	۳۴۸۳۳۵۰	۲۱۷۸	۱۰۹۲۸۹۷	۳۲۷	۱۶۴۵۹۸۰۲۵	۶۲۰۴۵	۲۰۵
فلسفه	۲۵۱۱	۱۲۲۹	۱۲۸۲	۴۳۳	۲۰۷۸	۱۱۶۲	۱۳۴۹	۶۰۳۱۵۱۳	۲۴۱۰	۱۳۹۳۴۷۰	۳۳۲	۲۰۷۸۹۶۰۷۳	۳۶۷۹۹	۱۷۱
دین	۹۲۶۵	۱۵۲۴	۷۷۴۱	۵۳۷۷	۳۸۸۸	۴۵۱۱	۴۷۵۴	۴۷۱۸۴۱۵۵	۵۱۳۲	۱۰۴۹۸۲۸۷	۲۹۳	۷۹۴۵۳۰۲۷۰	۳۴۳۴۳	۱۰۸
علوم اجتماعی	۵۳۰۳	۱۰۵۲	۴۲۵۱	۷۸۶	۴۵۱۷	۲۹۱۰	۲۳۹۳	۱۳۰۹۲۴۵۸	۲۴۸۶	۳۳۴۹۴۳۷	۲۷۰	۵۰۲۵۷۲۸۱۵	۴۴۰۹۶	۱۷۰
زبان	۲۱۶۳	۲۳۴	۱۹۲۹	۳۷۹	۱۷۸۴	۱۰۸۹	۱۰۷۴	۶۵۷۱۳۵۰	۳۰۸۲	۱۸۵۵۶۷۹	۲۹۷	۲۵۵۴۸۵۵۲۵	۴۵۳۷۹	۱۸۶
علوم طبیعی و ریاضیات	۱۹۷۱	۴۹۵	۱۴۷۶	۳۶۸	۱۶۰۳	۱۰۴۴	۹۲۷	۴۵۰۳۷۷۵	۲۲۷۹	۱۳۷۷۲۵۶	۳۳۲	۲۳۵۵۵۳۶۸۵	۶۴۰۸۷	۲۱۴
علوم عملی	۸۴۰۶	۲۵۳۵	۵۸۷۱	۱۵۹۸	۶۸۰۸	۴۹۶۲	۳۴۴۴	۱۷۸۱۸۲۱۸	۲۱۲۹	۴۸۳۳۳۱۰	۲۸۴	۹۴۵۹۶۲۰۰۵	۶۷۳۶۵	۲۵۴
هنر	۱۸۸۱	۶۹۹	۱۱۸۲	۲۱۰	۱۶۷۱	۱۰۵۲	۸۲۹	۴۰۷۱۳۰۰	۲۱۸۳	۷۷۲۶۶۲	۲۰۶	۱۸۹۴۶۱۶۶۰	۵۲۶۳۱	۳۰۴
ادبیات	۷۶۸۳	۱۵۱۹	۶۱۶۴	۱۷۴۲	۵۹۴۱	۴۶۱۳	۳۰۷۰	۱۸۸۲۲۹۳۰	۲۴۶۵	۴۳۶۵۸۳۵	۲۵۵	۵۸۴۷۴۳۲۷۷	۳۹۲۱۰	۱۶۵
تاریخ و جغرافیا	۲۸۵۸	۴۰۳	۲۴۵۵	۶۴۹	۲۲۰۹	۱۵۸۱	۱۲۷۷	۱۰۱۰۹۸۵۵	۳۵۵۷	۱۹۸۷۵۳۹	۲۹۳	۲۵۵۱۸۴۵۷۰	۴۵۶۷۳	۱۶۰
کودک و نوجوان	۷۷۳۹	۲۴۸۷	۵۲۵۲	۱۶۱۴	۶۱۲۵	۳۱۴۶	۴۵۹۳	۳۷۵۵۶۳۴۹	۴۸۸۱	۱۷۱۱۵۹۳	۵۸	۴۵۵۲۶۸۹۷۵	۱۶۰۹۴	۴۴۲
کمک آموزشی	۹۳۸۶	۸۸	۹۲۹۸	۵۲۳	۸۸۶۳	۱۹۷۴	۷۴۱۲	۳۶۷۵۴۴۸۶	۳۹۳۰	۷۳۴۷۲۱۴	۱۹۶	۱۳۰۶۹۸۶۷۱۷	۳۸۱۱۵	۲۱۰
جمع کل	۶۰۷۸۴	۱۲۵۶۷	۴۸۲۱۷	۱۳۸۹۷	۴۶۸۸۷	۲۸۸۹۲	۳۱۸۹۲	۲۰۵۹۹۹۶۳۹	۴۰۵۸۵۱۷۹	۵۸۹۸۲۴۳۵۹۷				

در سال ۸۸، رشد تولید کتاب به نسبت سال ۸۷، در حدود ۶ درصد و نسبت به سال ۸۶، در حدود ۷ درصد رشد دارد. نکته قابل توجه و مهم، سبقت گرفتن کتاب‌های حوزه کمک‌آموزشی از حوزه دین برای نخستین بار است و پس از آن کتاب‌های حوزه علوم عملی با اختلاف کمی با حوزه دین و کتاب‌های حوزه کودک و نوجوان و ادبیات با اختلاف کمی نسبت به هم در رتبه چهارم تا پنجم است. تیراژ متوسط کتاب به ۳۰۶۰ نسخه از ۳۳۸۰ نسخه در سال ۸۶ تنزل می‌کند.

## جدول شماره ۲۹. وضعیت کتاب در سال ۹۰

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بها در صفحه
کلیات	۱۹۳۵	۲۸۷	۱۶۴۸	۲۶۷	۱۵۶۸	۱۱۰۹	۸۲۶	۴۰۴۹۳۰۶	۲۱۰۹	۱۱۴۵۷۶۳	۲۹۰	۲۴۶۰۷۴۴۹۰	۶۹۵۳۸	۲۸۷
فلسفه	۲۵۳۰	۱۲۳۴	۱۲۹۶	۵۶۴	۱۹۶۶	۱۱۴۳	۱۳۸۷	۵۶۷۲۵۰۰	۲۲۵۴	۱۳۴۷۱۸۴	۲۴۵	۲۵۷۵۵۱۹۲۵	۵۰۸۶۰	۲۲۱
دین	۱۱۴۲۷	۱۹۸۷	۹۴۴۰	۶۴۳۷	۴۹۹۰	۵۵۱۴	۵۹۱۳	۴۷۲۵۶۳۵۰	۴۱۸۶	۱۱۲۹۸۱۱۰	۲۸۳	۱۱۸۵۷۱۳۷۸۰	۴۱۶۷۱	۱۴۹
علوم اجتماعی	۶۳۸۷	۱۱۵۵	۵۲۳۲	۹۲۰	۵۴۶۷	۳۷۴۱	۲۶۴۶	۱۴۶۹۴۰۴۰	۲۳۱۶	۳۶۰۲۴۱۴	۲۶۷	۶۷۸۹۲۷۰۹۵	۵۸۶۰۰	۲۴۱
زبان	۲۵۷۵	۲۷۳	۲۳۰۲	۴۵۶	۲۱۱۹	۱۲۲۸	۱۳۴۷	۷۳۹۳۹۶۰	۲۸۹۹	۱۸۴۸۵۰۷	۲۷۱	۳۳۷۵۱۸۹۵۰	۵۵۰۸۱	۲۶۶
علوم طبیعی و ریاضیات	۲۳۶۰	۵۱۹	۱۸۴۱	۴۹۱	۱۸۶۹	۱۳۷۳	۹۸۷	۴۴۸۷۱۹۰	۱۹۲۰	۱۴۲۹۲۶۰	۳۰۹	۳۱۸۳۳۱۷۰۰	۷۵۹۳۴	۲۸۵
علوم عملی	۱۰۷۸۲	۲۸۰۷	۷۹۷۵	۲۲۰۷	۸۵۷۵	۶۸۹۹	۳۸۸۳	۲۱۰۶۶۴۷۰	۱۹۶۷	۵۴۹۷۰۰۲	۲۶۳	۱۳۰۱۳۹۷۱۳۰	۷۱۷۶۲	۳۱۴
هنر	۲۲۳۵	۷۲۰	۱۵۱۵	۲۹۴	۱۹۴۱	۱۲۴۶	۹۸۹	۴۷۱۷۶۲۰	۲۱۲۶	۸۵۷۹۳۹	۲۰۱	۲۹۹۸۶۸۳۵۰	۷۳۳۲۲	۴۲۴
ادبیات	۷۹۳۰	۱۳۱۹	۶۶۱۱	۲۱۰۸	۵۸۲۲	۴۸۴۹	۳۰۸۱	۱۵۸۹۰۹۴۸	۲۰۱۹	۳۸۲۲۱۸۵	۲۳۸	۶۹۷۶۱۵۲۹۶	۵۰۳۶۵	۲۳۵
تاریخ و جغرافیا	۳۴۶۶	۴۱۰	۳۰۵۶	۸۶۸	۲۵۹۸	۱۹۳۹	۱۵۲۷	۸۱۴۱۹۸۰	۲۳۶۸	۲۰۹۷۸۵۸	۲۸۳	۳۸۷۲۸۸۸۶۰	۵۷۸۵۹	۲۱۰
کودک و نوجوان	۱۰۱۲۱	۳۴۸۶	۶۶۳۵	۲۲۹۱	۷۸۳۰	۴۲۶۸	۵۸۵۳	۴۳۵۷۶۸۰۹	۴۳۳۳	۲۰۷۰۶۴۹	۵۸	۷۰۶۵۶۱۷۱۷	۲۱۷۰۵	۵۸۹
کمک آموزشی	۶۹۴۹	۳۳	۶۹۱۶	۵۰۲	۶۴۴۷	۱۷۴۱	۵۲۰۸	۲۷۵۶۶۷۵	۳۹۹۴	۵۹۵۸۲۴۱	۲۱۵	۱۳۳۷۲۴۱۰۱۷	۵۱۷۸۵	۲۶۵
جمع کل	۶۸۶۹۷	۱۴۲۳۰	۵۴۴۶۷	۱۷۵۰۵	۵۱۱۹۲	۳۵۰۵۰	۳۳۶۴۷	۲۰۴۵۱۳۸۸	۲۰۴۵۱۳۸۸	۴۰۹۷۵۱۱۲	۷۷۵۴۰۹۰۳۱۰			

در سال ۹۰، رشد کتاب نسبت به سال ۸۸، در حدود ۱۳ درصد است. در گرایش تولید کتاب تغییر محسوسی رخ می‌دهد و کتاب دین با فاصله زیادی به صدر تولید بازمی‌گردد و پس از آن کتاب‌های حوزه علوم عملی، کودک و نوجوان، ادبیات و کمک‌آموزشی قرار دارند. تیراژ متوسط کتاب به ۲۷۰۷ نسخه کاهش می‌یابد.

### جدول شماره ۳۰. وضعیت کتاب در سال ۹۲

موضوع	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل	تیراژ متوسط	صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط	متوسط بهای در صفحه
کلیات	۱۴۶۲	۲۱۹	۱۲۴۳	۲۹۰	۱۱۷۲	۸۸۶	۲۰۶۴۹۶۰	۱۴۲۹	۶۴۸۶۸۰	۳۰۵	۲۵۷۸۶۷۳۷۵	۱۲۹۵۵۲	۴۶۵
فلسفه	۲۵۹۳	۱۲۴۰	۱۳۵۳	۴۶۲	۲۱۳۱	۱۲۱۱	۴۰۷۶۶۹۰	۱۵۸۶	۹۶۷۹۱۸	۲۴۴	۳۶۷۰۶۵۶۲۰	۱۰۰۹۱۵	۵۶۹
دین	۸۹۵۶	۱۳۷۱	۷۵۸۵	۵۱۸۳	۳۷۷۳	۴۸۷۱	۲۷۱۹۵۰۴۲	۳۰۷۷	۶۶۸۶۸۵۱	۲۹۶	۱۴۳۲۲۹۳۶۸۷	۸۸۷۶۱	۳۰۸
علوم اجتماعی	۶۸۴۷	۱۱۲۴	۵۷۲۳	۱۰۵۹	۵۷۸۸	۴۲۶۷	۱۴۲۱۲۲۸۰	۲۰۹۴	۳۱۹۴۷۲۴	۲۶۳	۱۰۲۹۵۰۴۱۲۵	۱۰۵۱۳۳	۴۴۶
زبان	۲۶۷۷	۲۰۷	۲۴۷۰	۵۳۲	۲۱۴۵	۱۳۴۱	۵۸۹۴۶۰۰	۲۲۴۴	۱۳۴۷۷۸۸	۲۶۰	۴۲۶۹۹۰۸۵۰	۱۰۲۲۴۸	۴۴۷
علوم طبیعی و ریاضیات	۲۴۰۹	۴۸۹	۱۹۲۰	۴۴۰	۱۹۶۹	۱۵۳۶	۸۷۳	۱۷۴۲	۱۰۷۳۶۲۲	۲۸۹	۴۶۲۵۴۶۷۲۰	۱۳۷۵۶۳	۵۵۶
علوم عملی	۱۰۶۹۸	۲۶۰۷	۸۰۹۱	۲۱۱۷	۸۵۸۱	۷۰۵۵	۱۶۴۷۷۹۵۰	۱۵۵۶	۴۱۱۷۷۶۲	۲۵۳	۲۱۳۳۷۰۲۸۶۵	۱۵۴۵۲۹	۸۳۰
هنر	۲۳۱۷	۶۵۹	۱۶۵۸	۳۲۱	۱۹۹۶	۱۲۸۵	۴۱۲۹۶۳۰	۱۸۰۵	۷۱۸۷۶۸	۱۹۵	۴۲۰۱۸۴۳۰۳	۱۲۶۸۸۶	۷۷۰
ادبیات	۸۹۳۷	۱۷۵۲	۷۱۸۵	۲۳۲۷	۶۶۱۰	۵۵۸۳	۱۵۵۹۹۳۷۳	۱۷۶۶	۳۴۵۸۶۱۵	۲۴۲	۱۱۴۵۴۲۴۲۸۰	۹۰۳۹۹	۴۱۳
تاریخ و جغرافیا	۲۹۱۶	۳۵۵	۲۵۶۱	۸۶۲	۲۰۵۴	۱۸۸۷	۷۰۴۳۰۴۰	۲۴۴۳	۱۵۷۵۷۳۵	۲۸۱	۵۱۹۲۳۳۲۵۰	۱۰۷۷۸۵	۴۴۷
کودک و نوجوان	۱۰۴۱۴	۳۰۰۶	۷۴۰۸	۱۹۵۸	۸۴۵۶	۳۹۱۹	۳۵۰۵۶۲۴۴	۳۴۰۲	۱۵۹۰۲۰۸	۵۷	۱۱۳۷۳۲۸۴۷۵	۴۳۰۲۳	۱۲۸۲
کمک آموزشی	۵۹۹۲	۲۴	۵۹۶۸	۴۵۷	۵۵۳۵	۱۷۰۰	۲۱۸۴۱۰۹۰	۳۶۵۱	۵۱۶۸۲۲۴	۲۲۶	۲۳۴۸۳۸۸۴۳۵	۱۱۱۰۸۳	۵۶۳
جمع کل	۶۶۲۱۸	۱۳۰۵۳	۵۳۱۶۵	۱۶۰۰۸	۳۵۵۴۱	۳۰۶۷۷	۱۵۷۷۵۳۱۴۹	۳۰۵۴۸۸۹۵	۱۱۶۸۰۵۲۹۰۸۵				

در سال ۹۲ رشد کتاب منفی می‌شود و نسبت به سال ۹۰ در حدود ۳ درصد کاهش دارد. گرایش تولید هم تغییر محسوسی دارد و کتاب حوزه علوم عملی در صدر تولید قرار دارد و پس از آن کتاب‌های حوزه کودک و نوجوان است. کتاب‌های حوزه دین و ادبیات با کمی اختلاف در رتبه سوم و چهارم جای دارند و پس از آن کتاب‌های حوزه کمک‌آموزشی

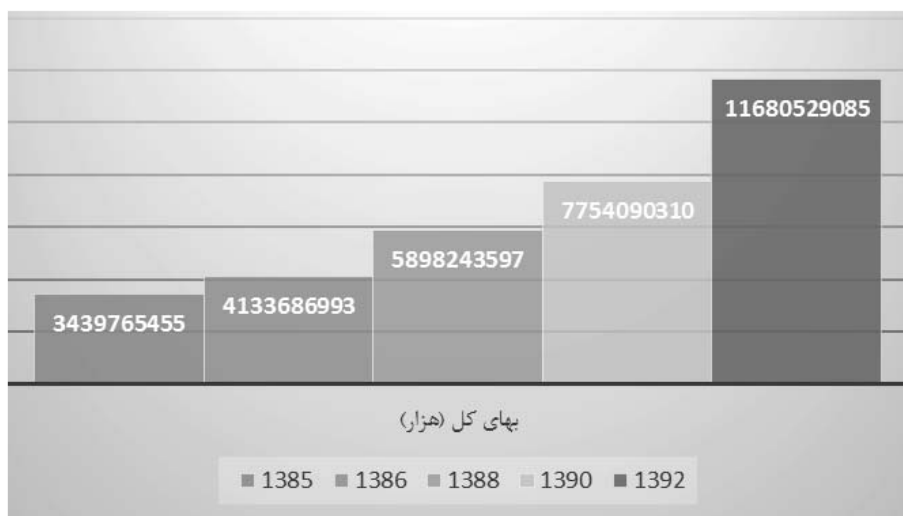
است. تیراژ متوسط کتاب با تداوم سیر نزولی خود ۲۲۳۳ نسخه است.

### جدول شماره ۳۱. جدول مقایسه‌ای کتاب در سال‌های ۸۵ تا ۹۲

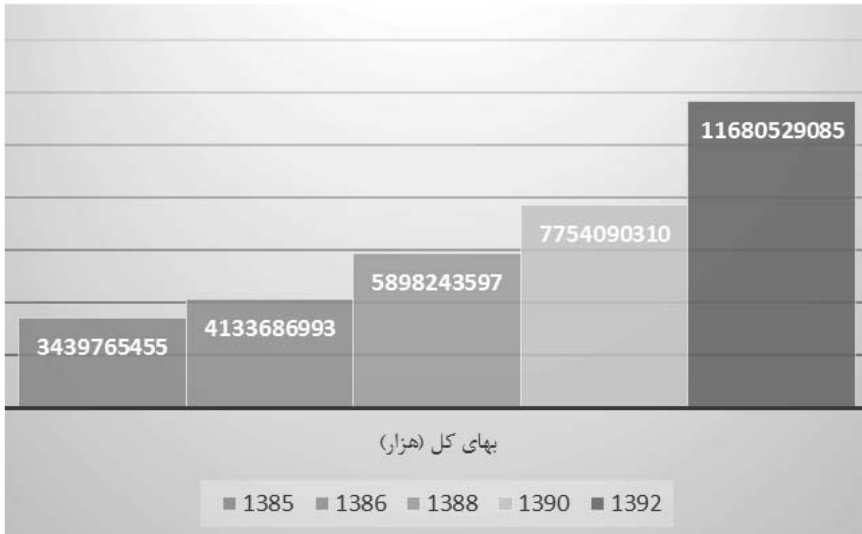
سال	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان	تهران	چاپ اول	تجدید چاپ	تیراژ کل متوسط	تیراژ متوسط صفحه کل (هزار)	متوسط صفحه	بهای کل (هزار)	بهای متوسط کتاب
۱۳۸۵	۵۳۷۱۲	۱۱۲۸۶	۴۲۴۲۶	۱۵۵۵۹	۳۸۱۵۳	۲۵۱۵۴	۲۸۵۵۸	۲۲۹۲۰	۴۵۰۳	۴۲۶۷	۳۴۳۹۷۶۵۴۵۵	۱۵۰۰۷
۱۳۸۶	۵۶۸۲۴	۱۲۳۵۰	۴۴۴۷۴	۱۲۸۳۴	۴۳۹۹۰	۲۵۱۷۳	۳۱۶۵۱	۲۱۹۵۹	۲۵۰۳	۳۱۶۴	۴۱۳۳۶۸۶۹۹۳	۱۸۸۲۴
۱۳۸۸	۶۰۷۸۴	۱۲۵۶۷	۴۸۲۱۷	۱۳۸۹۷	۴۶۸۸۷	۲۸۸۹۲	۳۱۸۹۲	۲۰۵۹۹	۶۳۹	۳۳۸۹	۵۸۹۸۲۴۳۵۹۷	۲۸۶۳۲
۱۳۹۰	۶۸۶۹۷	۱۴۲۳۰	۵۴۴۶۷	۱۷۵۰۵	۵۱۱۹۲	۳۵۰۵۰	۳۳۶۴۷	۲۰۴۵۱	۳۸۴۸	۲۹۷۷	۷۷۵۴۰۹۰۳۱۰	۳۷۹۱۵
۱۳۹۲	۶۶۲۱۸	۱۳۰۵۳	۵۳۱۶۵	۱۶۰۰۸	۵۰۲۱۰	۳۵۵۴۱	۳۰۶۷۷	۱۵۷۷۵	۳۱۴۹	۲۳۸۲	۱۱۶۸۰۵۲۹۰۸۵	۷۴۰۴۳

در کل میانگین رشد کتاب در دوره ۸۴ تا ۹۲ در حدود ۴ درصد است که نسبت به دوره ۷۶ تا ۸۳ که در حدود ۳۳ درصد بود، تغییر مشهودی است.

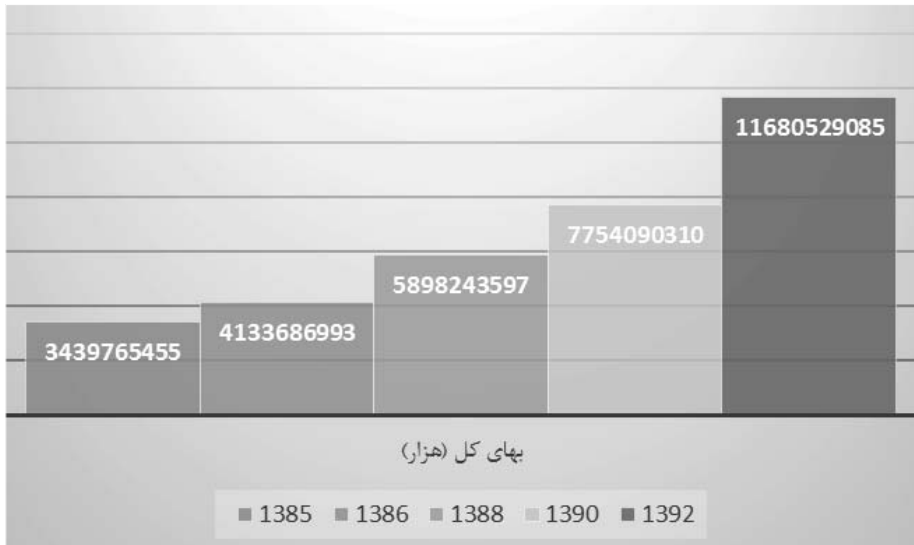
### نمودار شماره ۱۶. مقایسه عناوین کل کتاب در سال‌های ۸۵ تا ۹۲



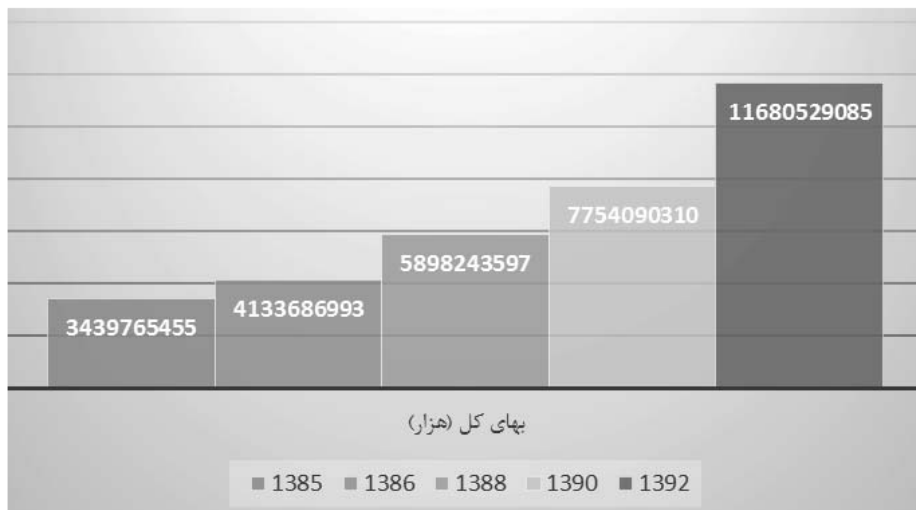
نمودار شماره ۱۷. مقایسه تیراژ کل کتاب در سال‌های ۸۵ تا ۹۲



نمودار شماره ۱۸. مقایسه صفحات کل کتاب در سال‌های ۸۵ تا ۹۲



## نمودار شماره ۱۹. مقایسه بهای کل کتاب در سال‌های ۸۵ تا ۹۲



میانگین رشد عناوین کتاب در هشت سال ۸۴ تا ۹۲ در حدود ۴ درصد به‌طور میانگین است که حداکثر آن در حدود ۱۳ درصد مربوط به سال ۹۰ تا ۹۱ و کم‌ترین آن در حدود ۳/۶- مربوط به سال ۹۲ است. این در حالی است که سایر شاخص‌ها مانند تیراژ کل و صفحات کتاب رشد منفی دارند و قیمت کتاب رشد شدید مثبت دارد. تیراژ کل به‌طور متوسط هر سال ۱۶ درصد منفی است. این کاهش در سال ۸۵ در حدود ۱/۵ درصد کم‌ترین کاهش و در سال ۹۲، ۳۴ درصد بیشترین کاهش را دارد. بهای متوسط کتاب در این هشت سال در حدود ۳۴۸۸۴ ریال است. در سال ۸۶ نسبت به سال ۸۵ در حدود ۲۰ درصد افزایش قیمت متوسط کتاب است و بیشترین افزایش قیمت نسبت به سال قبل مربوط به سال ۹۲ با حدود ۵۰ درصد است. سال ۹۲ نسبت به سال ۸۵ در حدود ۸۰ درصد افزایش قیمت دارد. به‌عبارت دیگر با اینکه صفحات میانگین کتاب در حدود ۱۶ درصد به‌طور متوسط کاهش دارد، قیمت کتاب به‌طور متوسط ۳۱ درصد افزایش دارد و تعداد عناوین در حدود ۸ درصد رشد. میانگین عناوین کتاب در این سال‌ها ۳۱۱۲ عنوان است. این رشد مربوط به سال‌های پیش از ۹۰ است بعد از این سال آهنگ رشد عناوین کتاب به‌طور میانگین در حدود ۴ درصد منفی می‌شود.

### سیاست حمایتی

در این دولت مهم‌ترین اقدام در سیاست‌های حمایتی حذف سیاست توزیع کاغذ بود که با

منطق درستی اجرا شد، اما مهم‌ترین مشخصه سیاست حمایتی این دولت نه در ساختارها و راهبردی‌های حمایتی بلکه در هدفمند کردن یارانه‌ها به نفع ناشران و نویسندگان هم‌موضوع دولت است. این موضوع اگرچه در همه دولت‌ها به دلیل ساختار و سیاست‌های حمایتی و اتکای آن بر روابط و مناسبات بروکراتیک وجود داشته است، اما این ویژگی در این دولت مصداق تمام‌عیار و کامل پیدا کرد و بسیاری از ناشران و نویسندگان و کتاب‌ها از شمول یارانه عملاً حذف شدند.

### تأثیر کتاب‌های کمک آموزشی بر وضعیت کتاب

مسئله‌ای که همواره در تعداد عناوین کتاب یا کل تیراژ و گردش مالی کل کتاب مهم بوده است، میزان و تعداد کتاب‌های کمک آموزشی و تأثیر آن بر روند وضعیت است. این نوع کتاب‌ها که متفاوت از کتاب‌های آموزشی و علمی دانشگاه‌ها محسوب می‌شود، از دهه ۷۰ به بعد به عنوان کمک به موفقیت در آزمون‌های مقاطع دبیرستانی و دانشگاهی منتشر می‌شوند. در جدول زیر وضعیت کلی این نوع کتاب‌ها از سال ۸۰ تا ۹۲ ترسیم شده است.

#### جدول شماره ۳۲. وضعیت و روند انتشار کتاب‌های کمک آموزشی از سال ۸۰ تا ۹۲

سال	تعداد کل	ترجمه	تألیف	شهرستان تهران	چاپ اول	تجدیدچاپ	تیراژ کل متوسط	تیراژ متوسط صفحه کل (هزار)	متوسط بهای کل (هزار)	بهای متوسط کتاب
۱۳۸۰	۳۱۵۴	۵۸	۳۰۹۶	۱۹۳	۱۳۷۸	۲۹۶۱	۱۷۷۶	۶۱۷۵	۱۹۳۸۴۶۸۶	۲۳۴۸۰۲۲۸۴
۱۳۸۴	۶۰۱۰	۹۱	۵۹۱۹	۵۶۲	۲۴۰۳	۵۴۴۸	۳۶۰۷	۴۷۵۹	۲۸۰۹۸۸۵۸	۵۲۷۰۰۰۴۷۰
۱۳۸۸	۸۰۴۵	۸۲	۷۹۶۳	۴۰۹	۱۷۲۲	۷۶۳۶	۶۳۲۳	۳۶۵۶	۲۹۳۲۶۰۳۶	۱۱۱۴۲۲۷۸۴۲
۱۳۹۲	۴۳۶۱	۱۲	۴۳۴۹	۲۹۰	۱۲۷۳	۴۰۷۱	۳۰۸۸	۳۵۰۲	۱۵۲۵۱۲۷۰	۱۷۷۷۸۳۰۵۰۰
میانگین	۵۳۹۲۵	۶۰۰۷۵	۵۳۱۰۷۵	۳۶۳۰۵	۱۶۹۴	۵۰۲۹	۳۶۹۸۵	۴۵۲۳	۲۳۰۱۵۲۱۳	۹۱۳۴۶۵۲۷۴

متوسط عناوین این کتاب‌ها در سال در حدود ۵۳۹۲ که در حدود ۹ درصد عناوین کل است که نزدیک به تعداد عناوین کتاب‌های دین و ادبیات و علوم عملی و اجتماعی است. به لحاظ عنوان کتاب‌های کمک آموزشی نقش برجسته و ممتازی نسبت به سایر

رشته‌ها ندارد. متوسط تیراژ کل این نوع کتاب‌ها در حدود ۱۵۲۱۳ تا ۲۳۰ است که نسبت به تیراژ میانگین این سال‌ها که در حدود ۲۰۳,۴۱۳,۲۷۸ است تقریباً ۱۱ درصد کل تیراژ کتاب محسوب می‌شود. اما از نظر قیمت میانگین کتاب‌های کمک‌آموزشی در حدود ۳۰ درصد از میانگین متوسط کتاب‌ها گران‌تر است و متوسط بهای کل کتاب‌های کمک‌آموزشی در حدود ۱۵ درصد متوسط بهای کل کتاب‌هاست. به عبارت دیگر به لحاظ عنوان کتاب‌های کمک‌آموزشی در حدود ۹ درصد کل عناوین است اما به لحاظ بهای کل در حدود ۱۵ درصد است.

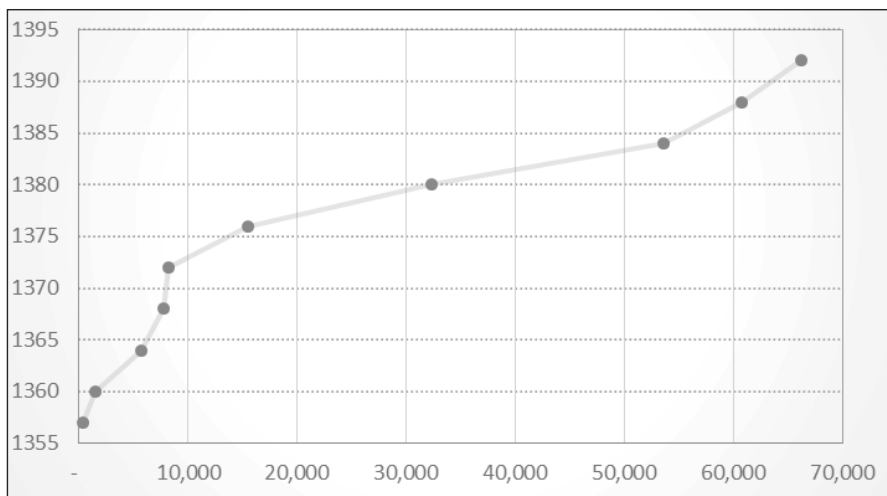
### بررسی آماری روند وضعیت کتاب بعد از انقلاب اسلامی تاکنون

جدول شماره ۳۳. وضعیت کلی روند انتشار کتاب از سال ۵۸ تا ۹۲

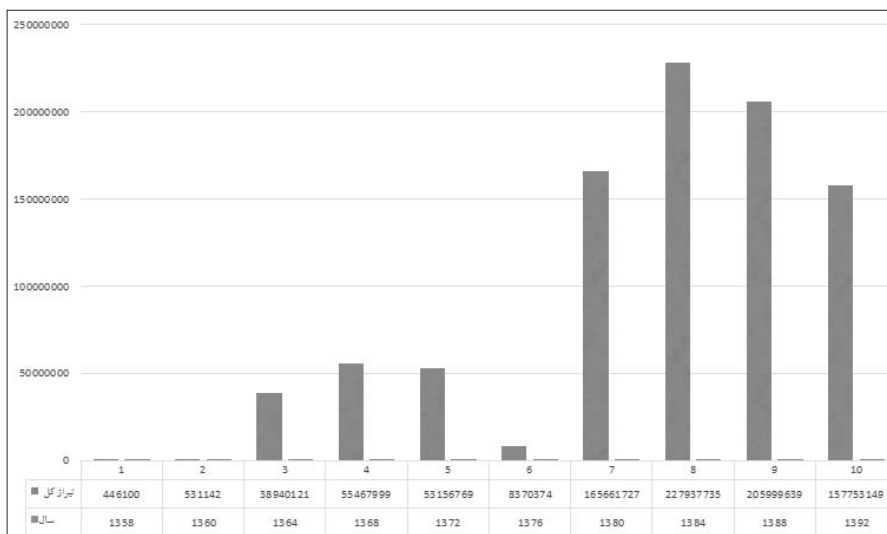
سال	عناوین	تیراژ کل	کل بها
۱۳۵۸	۱۸۳۳	۴۲۶۱۰۰	۹۰۴۶۸۰۰۰
۱۳۶۰	۱,۴۵۷	۵۳۱,۱۴۲	۴۹۷,۰۰۸,۰۰۰
۱۳۶۴	۵,۷۳۴	۳۸,۹۴۰,۱۲۱	۱۷,۵۶۰,۳۵۴,۰۰۰
۱۳۶۸	۷,۷۵۲	۵۵,۴۶۷,۹۹۹	۴۲,۲۸۳,۱۰۲,۰۰۰
۱۳۷۲	۸,۳۴۸	۵۳,۱۵۶,۷۶۹	۹۸,۷۱۴,۲۵۸,۰۰۰
۱۳۷۶	۱۵,۴۷۷	۸,۳۷۰,۳۷۴	۵۱۹,۳۶۵,۹۴۹,۰۰۰
۱۳۸۰	۳۲,۳۰۸	۱۶۵,۶۶۱,۷۲۷	۱,۷۵۸,۳۲۵,۳۲۷,۰۰۰
۱۳۸۴	۵۳,۵۷۸	۲۲۷,۹۳۷,۷۳۵	۳,۱۲۷,۵۵۳,۳۹۱,۰۰۰
۱۳۸۸	۶۰,۷۸۴	۲۰۵,۹۹۹,۶۳۹	۵,۸۹۸,۲۴۳,۵۹۷,۰۰۰
۱۳۹۲	۶۶,۲۱۸	۱۵۷,۷۵۳,۱۴۹	۱۱,۶۸۰,۵۲۹,۰۸۵,۰۰۰



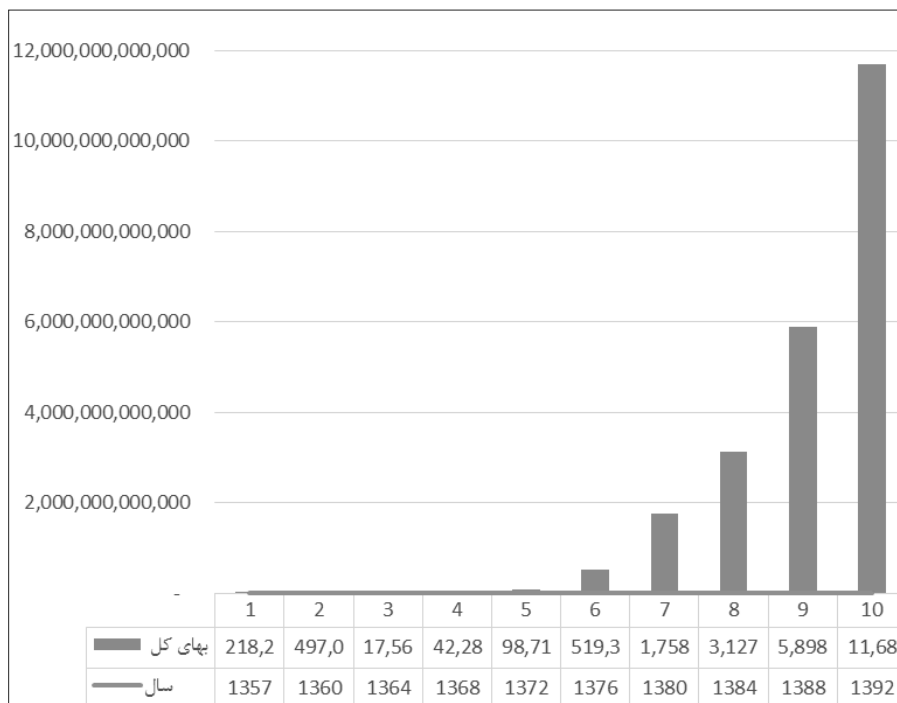
نمودار شماره ۲۰. عناوین کتاب از سال ۵۷ تا ۹۲



نمودار شماره ۲۱. تیراژ کل از سال ۵۷ تا ۹۲



نمودار شماره ۲۲. بهای کل کتاب در سال ۵۷ تا ۹۲



### نتایج بخش دو فصل نخست تحقیق

از مجموعه بحث تاریخی و تحلیلی بخش نخست می‌توان نتایج زیر را به‌دست آورد:

۱. گرایش غالب و مستمر در طول سه دهه گذشته در حوزه سیاست حمایتی مبتنی بر نگرش دولت فرهنگی و مداخله تمام‌عیار در تولید و توزیع و مصرف کتاب بوده است. این نگرش جزء در سال نخست تأسیس جمهوری اسلامی به‌دلایل گوناگون تحت تأثیر روند مسائل سیاسی چیره شد و با تغییر و تحولات متنوع دولت‌ها با نگرش‌ها و گرایش‌های سیاسی و فرهنگی مختلف اما در ساختار حمایتی حوزه فرهنگ به‌طور عام و حوزه نشر به‌طور خاص تحول اساسی و بنیادین صورت نگرفت.

۲. گرایش غالب در حوزه تدبیر و اقدامات عملی سیاست حمایتی روش مستقیم کمک‌ها و یارانه‌ها بوده است. در واقع حمایت مستقیم ترجمان سیاست دولت تصدی‌گر تمام‌عیار فرهنگی است.

۳. در دوران سی‌سال گذشته به‌تناسب افزایش و کاهش درآمدهای دولت فرازوفرودهایی در تخصیص منابع مالی به حوزه نشر صورت گرفته و اقتصاد نشر و گردش مالی در این حوزه نسبت مستقیم با وضعیت اقتصادی دولت دارد که این امر وابستگی نشر به دولت و فقدان

- استقلال اقتصادی حوزه نشر را صرف‌نظر از وضعیت اقتصادی کل جامعه اثبات می‌کند.
۴. تخصیص منابع مالی با ناشران و کتاب با سلیقه و گرایش سیاسی دولت و وزرا ارتباط وثیق و تنگاتنگ دارد و با روی کار آمدن هر دولتی قلمرو برخورداران بیشتر و برخورداران کم‌تر از بودجه نشر جابه‌جا می‌شده است.
۵. فقدان ثبات و روال مشخص و مستمر در سیاست‌های حمایتی نشر، امکان برنامه‌ریزی درازمدت و آینده‌نگرانه در بخش خصوصی را سلب کرده است. ناشران همواره در نگرانی تغییر قابل پیش‌بینی و رخدادهای آنی بوده‌اند.
۶. سیاست حمایت مستقیم در خلال ۳۰ سال گذشته هرچه در توان و قابلیت خود داشته، به منصفه ظهور رسانده است و سیاست حمایتی مستقیم به یک معنا به‌نحو تمام و کامل اجرا شده است. به‌همین دلیل رویه‌های حمایتی به‌خصوص در زمینه برگزاری فعالیت‌هایی مانند نمایشگاه قرآن، کتاب، هفته کتاب و مراسم‌های جوایز و جشنواره‌ها جز تکرار برنامه‌های تجربه‌شده و ناکارآمد چیز جدیدی برای عرضه کردن ندارد.
۷. به‌طور طبیعی سیاست حمایتی متکی بر نظام بروکراتیک و اداری و تخصیص منابع از طریق گروه‌های کارشناسی و فرایند اداری، ذاتاً ناعادلانه، مبتنی بر روابط شخصی و رانتی و بعضاً واجد زمینه‌های فساد و تبانی است و این سیاست عملاً و غالباً مستعد و زمینه‌ساز رویکرد غیرشفاف، سلیقه‌ای و ناعادلانه است.
۸. فعالیت و کار بخش خصوصی در وضعیت چیرگی گرایش و استیلای ساختار دولت فرهنگی و سیاست حمایتی مستقیم ذیل فعالیت و اقدامات دولت و نگاه و سلیقه مدیران ارزیابی و سنجیده می‌شود و به‌طور اساسی وجودش متأخر از وجود دولت است.

### ملاحظات اسناد بالادستی

در مطالعه تکمیلی برای تحلیل و طراحی راهبرد سیاست حمایتی موجود در قلمرو حوزه کتاب چند سند بالادستی وجود دارد که به‌ترتیب اهمیت بدان پرداخته می‌شود:

#### ۱. نقشه مهندسی فرهنگی

##### راهبرد کلان

بازنگری و اصلاح اهداف و کارکردهای فرهنگی نظام‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مبتنی بر نقشه مهندسی کشور

##### راهبردهای ملی

ارتقای روحیه تعاون، مشارکت و مسئولیت‌پذیری نهادهای عمومی و مردمی تصمیم‌سازی،

## تصمیم‌گیری و اجرا

۱. نهادینه‌سازی نظارت عمومی در بخش فرهنگ و ارتقای پاسخگویی نهادها و مسئولان
۲. برنامه‌ریزی برای شناخت، رصد و پایش تغییر و تحولات فرهنگی جامعه در سطوح ملی و بین‌المللی

## اقدامات ملی

۳. واگذاری نظام‌مند فعالیت‌های غیرحاکمیتی بخش‌های مختلف جامعه به نهادهای عمومی و تشکل‌های مردمی متناسب با ظرفیت و کارکردها و نظارت مؤثر بر عملکرد آن‌ها
۴. تدوین و اجرای برنامه حمایت از تولید و عرضه آثار و خدمات فرهنگی مؤثر در گسترش فرهنگ دینی و ملی و ارائه تسهیلات و معافیت‌های بخش فرهنگ و اختصاص تخفیف ویژه مالیاتی و گمرکی برای دست‌اندرکاران امر فرهنگ
۵. حمایت از جوایز ملی تعالی و ارتقای عملکرد نهادهای فرهنگی

## ۲. سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴

- در سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ همچنین، مواردی مربوط به سیاست‌های حمایتی وجود دارد. مهم‌ترین این موارد عبارتند از:
- دگرگونی در نظام پرداخت یارانه‌ها و پرداخت‌های انتقالی دولت و شفاف‌سازی یارانه‌های پنهان در اقتصاد کشور، همراه و همزمان با اجرای سیاست‌های جبرانی و تقویت نظام‌های جامع تأمین اجتماعی، و حمایت از قشرهای محروم؛
  - تغییر نقش و اندازه دولت به سطح دولتی سیاست‌گذار، تسهیل‌کننده، کارآفرین؛
  - تحقق رشد اقتصادی سریع، پیوسته و باثبات؛
  - تحقق رقابت‌پذیری اقتصاد کشور در سطح بازارهای داخلی و خارجی؛
  - پشتیبانی از کارآفرینی، فعالیت‌های نوآورانه و ظرفیت‌های فنی و پژوهشگری؛
  - دستیابی به اقتصاد متنوع، متکی به دانایی، سرمایه انسانی و فناوری‌های نوین؛
  - ایجاد فضای مناسب، امن و اطمینان‌بخش برای فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی با تکیه بر احترام به حقوق مالکیت دارایی‌های مادی و غیرمادی؛
  - اتکا به مزیت‌های نسبی و رقابتی، و خلق مزیت‌های جدید؛
  - توانمندسازی بخش‌های خصوصی و تعاونی، به‌عنوان محرک اصلی رشد اقتصادی؛
  - نظم و انضباط مالی و بودجه‌ای و تعادل بین منابع و مصارف دولت؛
  - ارتقای ظرفیت و توانمندی‌های بخش تعاونی، تسهیل فرایند دستیابی آن به منابع، اطلاعات و فناوری، تسهیل ارتباطات و توسعه پیوندهای فنی، اقتصادی و مالی بین انواع تعاونی‌ها؛

- توسعه حضور بخش‌های تعاونی و خصوصی در همه بخش‌های اقتصادی و محدود کردن تصدی دولت در فعالیت‌های اقتصادی در سقف عناوین مصرح در صدر اصل ۴۴ قانون اساسی و حداکثر حضور کارآمد در قلمروهای امور حاکمیتی.

### ۳. سند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

در این سند موارد مربوط با سیاست‌های حمایتی به این شرح است:

- شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی؛
- گسترش مالکیت در سطح عمومی مردم به منظور تأمین عدالت اجتماعی؛
- ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌وری منابع مادی و انسانی و فناوری؛
- افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ملی؛
- افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاون در اقتصاد ملی.

### ۴. آموزه‌های کلان و ره‌آورد‌های راهبردی برنامه وزیر

دیگر سند مهم در زمینه اسناد بالادستی درباره سیاست‌های حمایتی، برنامه‌های کلان فرهنگی دولت یازدهم است که در برنامه پیشنهادی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی برای کسب رای اعتماد بازتاب دارد.

در بخش هدف چهارم برنامه وزیر با عنوان «تقویت نهادهای صنفی و تشکل‌های مدنی فرهنگ و هنر» به‌طور مشخص در زمینه سیاست‌های حمایتی دولت در زمینه نشر و فرهنگ چنین آمده است:

### سیاست‌های راهبردی

- توسعه کمی و کیفی تشکل‌ها و نهادهای فرهنگی و هنری مردم‌نهاد
- افزایش نقش و جایگاه بخش غیردولتی فرهنگ در نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری فرهنگی و هنری

### برنامه‌ها

۱. تسهیل و روان‌سازی حقوقی، قانونی و ساختاری برای دریافت مجوز و فعالیت متقاضیان ایجاد مؤسسات و مراکز فرهنگی و هنری غیردولتی؛
۲. اصلاح قوانین و مقررات و به‌روزرسانی آن‌ها در زمینه توسعه کمی و کیفی نهادها و مؤسسات غیردولتی با هدف واگذاری بسیاری از امور نظارتی به آن‌ها؛
۳. ساماندهی و بازنگری در قوانین و رویه‌های حمایتی بخش فرهنگ و هنر با هدف کاهش

وابستگی بخش خصوصی به حمایت‌های دولتی و افزایش حمایت‌های قانونی، حقوقی و ساختاری؛

۴. فراهم‌سازی زمینه‌های حقوقی و قانونی برای ایجاد نظام‌های صنفی و تولیدی بخش فرهنگ؛

۵. توانمندسازی بخش‌های خصوصی و تشکل‌های غیردولتی فرهنگی و هنری به‌عنوان محرک اصلی رشد فرهنگی و کاهش تصدی دولت؛

۶. ارتقای نقش و جایگاه بخش خصوصی و تشکل‌های غیردولتی فرهنگی و هنری در گسترش مبادلات و تعاملات فرهنگی و هنری با سایر کشورهای جهان؛

۷. جلب مشارکت و ارائه نقش فعال به مراکز و تشکل‌های فعال فرهنگی و هنری در نظام تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی بخش فرهنگ و هنر.

برنامه‌های آقای جنتی را می‌توان در نکات و ملاحظات راهبردی زیر برجسته کرد:

۱. بازنگری در سیاست‌های حمایتی با هدف کاهش وابستگی بخش خصوصی باید صورت بگیرد؛

۲. این بازنگری باید به‌جای تغییر مقطعی و بخشنامه‌ای و رویه‌ای، مبتنی بر رویکرد راهبردی و تغییر ساختاری باشد؛

۳. تغییر در ساختار حمایتی باید صورت و شان قانونی داشته باشد تا ثبات و دوام را در نظام تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی بخش خصوصی تضمین و تأمین کند؛

۴. در این تغییر ساختاری بخش خصوصی به‌منزله محرک اصلی رشد فرهنگی مدنظر قرار گیرد و از وابستگی بخش خصوصی به دولت اساساً بکاهد و از تغییر و تحولات سیاسی و دولت‌ها مصون بماند؛

۵. سیاست‌های نوین حمایتی باید به کاهش تصدی دولت بینجامد، به‌عبارت دیگر، این اصل زمانی محقق می‌شود که تغییر سیاست‌های حمایتی از رویه مستقیم به رویه قانونی و غیرمستقیم متحول شود.

این اصول در برنامه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ترکیب و تقاطع با نتایج هشت‌گانه به‌دست آمده از تحلیل تاریخی سیاست‌ها و عملکرد سه دهه گذشته حوزه نشر می‌توانند به‌عنوان شاخص‌های ارزیابی و نقد برنامه‌های موضوعی سیاست حمایتی کنونی و طراحی پیشنهادی راهبردی به‌کار بسته شوند.

### الف) شاخص‌های منتج از تجربه عملی و اسناد بالادستی گذشته

از مجموعه مباحث گذشته می‌توان شاخص‌ها و معیارهای نقد و ارزیابی و مبانی طراحی سیاست‌گذاری فرهنگی و حمایتی زیر را از منظر تجربه عملی سه دهه گذشته سیاست‌های

حمایتی و اسناد بالادستی استخراج کرد:

۱. تقویت مالکیت خصوصی؛
۲. کاهش تصدی‌گری و عدم اتکا به نظام بروکراتیک دولت؛
۳. تقدم کار و فعالیت بخش خصوصی بر بخش دولتی؛
۴. اصالت سیاست حمایتی غیرمستقیم؛
۵. قانونمندی و شفاف‌سازی و شفاف‌کردن یارانه‌ها.

### ب) شاخص‌های منتج از مبانی نظری و علمی

دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه کتاب، یارانه را برای هدف‌ها و مقاصد معینی به مصرف‌کننده یا خریدار کتاب اعطا می‌کند. تعریف یارانه (Subsidy) در فرهنگ‌نامه آکسفورد عبارت است از: «مقدار منابعی که از محل بودجه عمومی به صنعت و بازرگانی کمک می‌شود تا قیمت خدمات و کالایشان را در سطح پایین نگاه دارند.»

یارانه همچنین «کمک‌های بلاعوض به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان برخی از کالاها و خدمات است. پرداخت کمک مالی (یارانه) می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد، مانند پایین نگه داشتن سطح قیمت (از طریق قدرت خرید واقعی خریداران) یا حفظ روند تولیدی یک کالای معین. یکی از خصوصیات عمده کمک مالی که با پرداخت‌های انتقالی از سوی دولت تفاوت دارد، آن است که در اغلب موارد هدف پرداخت از یارانه، حفظ قیمت‌های کالاها و خدمات نهایی، در سطحی پایین‌تر از هزینه تأمین عوامل تولید است. پرداخت یارانه می‌تواند، از طریق تحریف قیمت‌های بازار و هزینه تولید، منجر به تخصیص نامطلوب منابع گردد. هرچند که این امکان وجود دارد که این اختلالات را جبران کند (از طریق آثار خارجی) و حتی می‌توان از پرداخت یارانه در جهت حمایت از صنایع نوزاد استفاده کرد. این امکان وجود دارد که با استفاده از ابزارهای جایگزین که اثرات سوء یارانه را دربر ندارد جهت تحقق این اهداف استفاده کرد، مانند حمایت مستقیم درآمدی از طریق نظام جمع‌آوری مالیات.<sup>۱</sup>

این یارانه ممکن است مستقیم یا غیرمستقیم باشد. همچنین در تقسیم‌بندی دیگری یارانه‌ها بر مبنای طبقه‌بندی براساس نحوه توزیع یارانه‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱. یارانه باز مانند حامل‌های انرژی و شیر. این یارانه، برای همه خریداران یک کالا به‌طور یکسان اعمال می‌شود و یارانه را متوجه بازار می‌کند؛ مانند یارانه بنزین. چگونگی توزیع این یارانه، مستقیماً به میزان خرید برمی‌گردد، به‌طوری که هرکس در بازار بیشتر خرید

۱. قره‌باغیان، مرتضی (۱۳۷۱). فرهنگ سیاست و بازرگانی انگلیسی به فارسی، تهران، مؤسسه خدمات فرهنگی، ص ۷۷۵.

کند، بیشتر یارانه خواهد گرفت. از اشکالات این نوع یارانه، این است که بیشتر خانوارهای ثروتمند از آن بهره می‌برند.

۲. یارانه سرانه مانند کالابریگ کالاهای اساسی که به صورت کوپن عرضه می‌شود. این نوع از یارانه، نسبت به یارانه باز از لحاظ توزیع درآمد، بهتر بوده و توزیع درآمد را به نفع خانوار فقیر تغییر می‌دهد.

۳. یارانه هدفمند مانند یارانه اعتبارات مثلاً تصمیم‌های دولتی، یارانه نرخ بهره به مؤسسات یا وام‌های با نرخ بهره پایین. نظیر وام‌هایی که مثلاً به مراکز محروم با بهره‌های کم‌تر داده می‌شود یا وام‌هایی به بخش کشاورزی یا بخش‌های دیگر با نرخ‌های پایین‌تری از نرخ رایج بازار پرداخت می‌شود. (یارانه و انواع آن. نظری، محسن؛ راهکار مدیریت، سال ۸۷). بنابراین، با این تعاریف، یارانه هدفمند، یارانه‌ای است که در آن افراد فقیر کاملاً لحاظ شده و یارانه تنها به آن‌ها پرداخت می‌شود.

در حقیقت، یارانه‌ها اغلب به عنوان ابزاری کوتاه‌مدت برای پوشش نارسایی‌های سیستم اقتصاد باز و جبران آثار نامناسب استراتژی‌های توسعه قلمداد می‌شوند. یعنی در برخی موارد استفاده نکردن از کالایی، آنچنان اثر جانبی منفی دارد که دولت برای افزایش مصرف آن کالا در حد بهینه و مطلوب برای جامعه یارانه پرداخت می‌کند یا اینکه استراتژی‌هایی مانند افزایش خصوصی‌سازی در کوتاه‌مدت، موجب تشکیل گروه‌های آسیب‌پذیر می‌شود که برای پوشش و جبران این آثار منفی یارانه پرداخت می‌شود. بدیهی است که پرداخت یارانه ابزاری است در جهت تحقق اهداف فوق، نه اینکه خود پرداخت یارانه هدف باشد. اقتصاددانان نیز تا جایی پرداخت یارانه را پیشنهاد می‌دهند که فواید حاصل از استفاده یارانه بر هزینه‌های آن پیشی گیرد.<sup>۱</sup> در واقع، اقتصاددانان در مورد مدت یارانه‌ها تأکید دارند که یارانه‌ها نباید نامحدود باشند و در طی زمان باید با شاخص‌های کارایی و عدالت در مورد آن بازنگری شود.

به عبارت دیگر یارانه متکی بر دو اصل می‌تواند استمرار یابد و به شرطی مؤثر خواهد بود که هدف‌های روشنی چه در زمینه اثربخشی یا برابری داشته باشد.<sup>۲</sup> بنابراین تأثیرگذاری یارانه بر دو رکن استوار است:

۱. ارزیابی سیاست‌های حمایتی از حیث اثربخشی
۲. ارزیابی سیاست‌های حمایتی از حیث عدالت

۱. علیزاده، مهدی (۱۳۸۹). «درآمدی بر تأثیرات اقتصادی هدفمندکردن یارانه‌ها»، اقتصاد شهر، ش ۸.  
 ۲. پیکاک، آلن (۱۳۷۶). اقتصاد فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ص ۲۳۶.



## الف) ارزیابی سیاست‌های حمایتی از حیث اثربخشی

در این ارزیابی پرسش اساسی این است که آیا سیاست‌های حمایتی از حیث اثربخشی توانسته است اهداف یا هدف خود را محقق سازند یا اجرای سیاست با هدف مشخص آن دارای انحراف یا فاصله بوده یا اساساً هدف منظور در عمل مغفول مانده و نادیده انگاشته شده است.

به صورت سنتی اثربخشی به عنوان برآورده‌سازی اهداف سازمانی تعریف شده است. اثر بخشی کلی؛ ارزیابی کلی که تا حد زیادی از معیارهای متعددی بهره می‌جوید، معمولاً از طریق ترکیب نمودن اسناد عملکرد گذشته یا به دست آوردن ارزیابی‌های کلی یا اینکه از طریق قضاوت‌های اشخاص بصیر و مطلع نسبت به عملکرد سازمان، اندازه‌گیری می‌شود.<sup>۱</sup> براین اساس به منظور دستیابی به اثربخشی سیاست‌های معاونت امور فرهنگی ابتدا اهداف صریح و آشکار و احياناً در مواردی که اهداف ضمنی و ناآشکار باشند، به صورت اکتشافی اهداف شناسایی و احصا شده و سپس عملکرد سیاست‌های حمایتی با آن‌ها مقایسه می‌شود.

## ب) ارزیابی سیاست‌های حمایتی از حیث عدالت

مفهوم عدالت به مثابه معیار و شاخص ارزیابی سیاست‌های حمایتی از این حیث در این تحقیق مورد توجه واقع شده است که دولت یازدهم در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان خود به آن اهتمام و عنایت جدی داشته است و آن را معیار خود قرار داده است و اسناد فرادستی مانند مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز بر آن تأکید دارند.

مفهوم عدالت معنایی لغزنده و سیال دارد و به همین دلیل جزء اندک مفاهیم مورد مناقشه و محل نزاع میان مکاتب و نظریه‌پردازان و متفکران است و برخی آن را مفهومی نسبی می‌دانند. به قول محمدعلی موحد؛ «با همه غموض و پیچیدگی که در مفهوم عدالت هست، بشر همچنان در پی عدالتی جهانی است... احساس بی‌عدالتی احساسی مبتنی بر واکنش است نه مبتنی بر تفکر و تعقل».<sup>۲</sup>

عدالت در حوزه فرهنگ یا عدالت فرهنگی به دسترسی همگانی به سرمایه و امکانات فرهنگی تعریف شده است. به عبارت دیگر عدالت احساس دسترسی و توزیع امکانات و منابع فرهنگی در بین مخاطبانی است که جامعه هدف سیاست‌های حمایتی قلمداد می‌شوند.

در این تحقیق با توجه به روش تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای و اندازه تحقیق آنچه از مفهوم عدالت مدنظر معنای موسع و جامع آن نیست، بلکه معنای درون‌سازمانی معاونت امور فرهنگی در حوزه اهداف و سیاست‌های حمایتی مورد تأکید و توجه است؛ بنابراین اصلی که از منظر

۱. رابینز، استیفن (۱۳۹۳). تئوری سازمان، ترجمه سیدمهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، تهران، صفار.  
۲. موحد، محمدعلی (۱۳۸۱). در هوای حق و عدالت؛ از حقوق طبیعی تا حقوق بشر، تهران، نشر کارنامه.

علم و دانش مدیریتی باید رعایت و در ارزیابی و عملکرد هر نهادی باید تصریح و روشن شود این است که «هرگونه تلاش برای نائل ساختن سازمان به اهدافش باید عادلانه و منصفانه باشد. بدین ترتیب، همه افراد سازمان باید باور داشته باشند که عدالت یکی از اصلی‌ترین و محوری‌ترین شاخص‌های ارزیابی و قضاوت درباره رفتار سازمان است. در واقع یکی از موانع اصلی تحقق عدالت در سازمان‌ها عدالت‌محور نبودن اهداف آن‌هاست؛ به‌ویژه توجه به اینکه در بروکراسی‌های ماشینی، بیشترین وجه همت و انرژی سازمان‌ها، به تحقق اهداف معطوف می‌شود.»<sup>۱</sup>

بنابراین صرف‌نظر از معیار و شاخص اثربخشی به‌منظور ارزیابی سیاست‌های حمایتی نهاد و سازمان معاونت امور فرهنگی، معیار مکمل و بیرونی، معیار عدالت در سنجش اهداف و سیاست‌های حمایتی است.

بنابراین و از منظر علم مدیریت و نه جامعه‌شناسی معیار عدالت فرهنگی احساس عادلانه‌بودن آن‌ها باتوجه به ذی‌نفعان یارانه‌های فرهنگی است.

این ذی‌نفعان اهداف و سیاست‌های حمایتی در چند سطح قابل بررسی است:

۱. سطح کارگزاران و نهادها شامل ناشران، نویسندگان، کتابفروشان و موزعان؛
۲. سطح مخاطبان کتاب و کتاب‌خوانی و مصرف‌کنندگان؛
۳. سطح جغرافیایی؛
۴. سطح اقشار نسلی، جنسی، قومی و زبانی.

اما با تأکید بر روش و اندازه این تحقیق، سنجش عدالت به عادلانه‌بودن اجرای سیاست‌ها و عملکردها در تناسب با اهداف آن محدود و مقید می‌شود. از این رو در پایان و مرحله نتیجه‌گیری هر موضوع مستقل حمایتی، اهداف سیاست‌های حمایتی از دو منظر و در جدول ماتریسی اثربخشی و عدالت ارزیابی می‌شود. شایان تأکید مجدد است که این سطح از سنجش عدالت اگرچه جامع و کامل نیست و ابزار جمع‌آوری و بررسی عدالت به‌معنای دقیق و جامع آن نیازمند تحقیق میدانی و سطوح گوناگون ذی‌نفعان است، اما باتوجه به الزامات تحقیق، سطح بررسی به بررسی اسنادی و سنجش اهداف و سیاست‌ها از منظر عدالت محدود می‌شود.

بنابراین با تقاطع دادن سه متغیر اهداف، اثربخشی و عدالت چهار وضعیت قابل پیش‌بینی است:

۱. پورعزت، علی اصغر و آراین قلی‌پور (۱۳۸۷). «بررسی موانع ساختاری تحقق عدالت در سازمان»، نشریه برداشت.

## جدول شماره ۳۴. بررسی اهداف در چهار وضعیت اثربخش و عادلانه بودن

اهداف	ناعادلانه	عادلانه
اثربخش	اثربخش و ناعادلانه	اثربخش و عادلانه
نااثربخش	نااثربخش و ناعادلانه	نااثربخش و عادلانه

### روش بررسی دو متغیر اثربخشی و عدالت در تناسب با اهداف

باتوجه به روش تحقیق که بررسی اسناد و مدارک رسمی و موثق است، متغیر اثربخشی در هر مورد از اهداف سیاست‌های حمایتی ارزیابی شهودی و تحلیل استنباطی با اتکا به نظرات ناشران و تجربه عملی است.

در مورد عدالت باتوجه به گروه مخاطب و ذی‌نفعان اهداف و سیاست‌های حمایتی بررسی صورت می‌گیرد. از این منظر تعیین مشخص و قطعی گروه ذی‌نفع و مخاطبان سیاست‌های حمایتی بسیار گسترده است که بررسی تمامی آن‌ها در این تحقیق باتوجه به روش تحقیق و اندازه آن ناممکن است. به‌عنوان مثال تمامی سیاست‌های حمایتی در تحلیل نهایی ترویج کتاب و کتاب‌خوانی و مخاطب آن آحاد جامعه فارسی‌زبان و شهروندان ایرانی است. به‌عنوان مثال در برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، مخاطب عینی و نزدیک ناشران سراسر کشور است که سیاست‌ها و اقدامات حمایتی معاونت امور فرهنگی اولاً و به‌طور عینی آن‌ها هستند و برای حضور گسترده، فعال و عادلانه آن‌ها مدیریت نمایشگاه در طراحی و غرفه‌بندی نمایشگاه ذی‌نفع اصلی و نخست آن‌ها هستند. اما آحاد و اقشار گوناگون جامعه علمی و همگانی از این اقدام فرهنگی بهره‌مند می‌شوند و کتاب را در شرایط مطلوب خریداری می‌کنند و عملاً و نهایتاً ترویج کتاب و کتاب‌خوانی توسعه می‌یابد. از این منظر و باتوجه به نوع تحقیق، شاخص عدالت در برگزاری نمایشگاه و متناسب با اهداف آن ارزیابی می‌شود و پرسش این است که آیا ناشران باتوجه با اسناد و مدارک رسمی و دیدگاه‌های خود حسی عادلانه از برگزاری نمایشگاه دارند یا خیر؟ طبیعی است در تحقیقی دیگر با روش پیمایشی و میدانی این پرسش را می‌توان صرف‌نظر از اهداف نمایشگاه و سیاست‌های اجرایی و حمایتی از آحاد شرکت‌کننده در نمایشگاه و به‌ویژه از آن‌هایی که نتوانستند در نمایشگاه حضور یابند، پرسید؛ بنابراین در نمایشگاه بین‌المللی کتاب مجموعه‌ای از گروه‌های ذی‌نفع قریب و گروه‌های ذی‌نفع بعید یا گروه‌های ذی‌نفع مستقیم و گروه‌های ذی‌نفع غیرمستقیم باتوجه به اهداف نمایشگاه موضوعیت دارند،

که در این تحقیق گروه‌های ذی‌نفع مستقیم مدنظراند و تا جایی که امکانات تحقیق و اسناد و مدارک قابل دسترس و مستند اقتضاء کند، شاخص عدالت ارزیابی می‌شود.

از این حیث و در بررسی شاخص عدالت در تناسب با گروه‌های ذی‌نفع مستقیم و غیرمستقیم دو دسته اهداف از هم قابل تفکیک است:

۱. گروه هدف مستقیم که بیشتر شامل ناشران می‌شود؛ مانند نمایشگاه بین‌المللی و استانی، جوایز ادبی، خرید کتاب، حمایت از کتب ارزشمند، تسهیلات اعطای وام به حوزه چاپ و نشر؛

۲. گروه هدف غیرمستقیم که بیشتر شامل آحاد جامعه می‌شود مانند: توزیع بن کتاب در بین دانش‌آموزان، دانشجویان، طلاب و استادان و ...

در دسته اول عدالت در مورد گروه ذی‌نفعان مستقیم مانند ناشران، نویسندگان و شعرا مدنظر است و پرسش اساسی این است که آیا امکانات و منابع حمایتی باتوجه به اهداف آن عادلانه و منصفانه توزیع شده و این گروه ذی‌نفع در فرصت عادلانه از یارانه حمایتی برخوردار می‌شوند یا خیر.

در دسته دوم باتوجه به الزمات و مقدرات تحقیق کوشش می‌شود تا به توزیع عادلانه‌بودن یا نبودن توزیع بن کتاب پاسخی از منظر اسناد و مدارک فراهم شود.

### ج) شاخص اقتضایی؛ سیاست‌گذاری پروسه‌ای در برابر سیاست‌گذاری پروژه‌ای

در طراحی نظام و سیاست‌گذاری حمایتی دو تلقی کلی دیگر را نیز باید از هم متمایز کرد:

۱. سیاست‌گذاری پروژه‌ای؛

۲. سیاست‌گذاری پروسه‌ای.

#### ۱. سیاست‌گذاری پروژه‌ای

در این نوع از سیاست‌گذاری حمایتی، تمامی برنامه‌ها و فعالیت‌های معطوف به حمایت از نشر، به‌صورت نقطه‌ای و مجزا و جزءبه‌جزء تحلیل و ارزیابی و مبتنی بر آن، پیشنهادها و راه‌کارهایی ارائه می‌شوند. در این نگرش، سیاست‌گذاری درباره هر موضوعی امری مستقل است. از جمله پیامدهای این نوع نگرش تشدد و تنوع در هدف‌گذاری و اجراست و باتوجه به طبیعت و اقتضائات نگرش و توان مدیریتی برخی موضوعات در کانون توجه و اهمیت قرار می‌گیرند. به‌عنوان مثال، حمایت از نشر به خود محصول نهایی یعنی کتاب و شخص ناشر محدود و محصور می‌شود و بسیاری از موضوعات خرد و کلان مانند موزعان و کتابفروشان و برخی مسائل ساختاری و فرایندی نشر مغفول و مطرود می‌ماند.

از سوی دیگر، در این نگرش، زمان موضوعیت و تحولات اجتماعی اهمیت و

تأثیری ندارند و سیاست‌های حمایتی صورت‌ازلی و ابدی و ثابت و لایتغیر به‌خود می‌گیرند.

## ۲. سیاست‌گذاری پروسه‌ای

سیاست‌گذاری پروسه‌ای یا ساختاری از نقطه آغازین تولید یعنی مؤلف تا نقطه پایانی یعنی مصرف‌کننده را سلسله و زنجیره به‌هم پیوسته و یکپارچه‌ای تلقی می‌کند که در یک ساختار منسجم و درهم تنیده اجزاء در کل و کل در اجزاء تأثیر متقابل برهم دارند. از این منظر، سیاست‌های حمایتی نشر است نه سیاست حمایتی از صرف کتاب یا صرف ناشر. این تلقی ساختاری و فرایندی از نشر در زمان و با زمان تعریف می‌شود و نگاه ثابت و ایستایی به سیاست‌ها و ابزارهای حمایتی و یارانه‌ای ندارد. از ویژگی بارز این روش، تحلیل مسائل زنجیره تولید و توزیع و عرضه و مصرف کتاب به جزئیات هزینه تولید و درآمد خرید فرایند نشر است و صرفاً در موضوعات کلانی مانند محصول نهایی تولید یعنی کتاب یا فاعل و عامل برجسته آن یعنی شخص ناشر بسنده نمی‌شود. نشر یک فعل است که در زمان جاری می‌شود و تحقق می‌یابد و در این فعل اجزاء گوناگونی دخالت و تأثیر دارند. از سوی دیگر، مبتنی بر نگرش پروسه‌ای و فرایندی و نیز اصل تغییرات ساختاری، تمامی برنامه‌ها و اقدامات حمایتی یکپارچه و ارتباط متقابل با یکدیگر دارند و ابتدا آن‌ها را به‌عنوان یک کل منجسم و به‌هم پیوسته تحلیل و ارزیابی و طراحی راهبردی کرد و سپس از کل به جزء رفت و درمورد هر کدام تحلیل مشخص و راه‌حل راهبردی مشخص را ارائه داد. براین اساس نمی‌توان یک یا چند برنامه و اقدامات حمایتی را مستقل از سایر اجزاء آن تحلیل و ارزیابی کرد و به نتیجه اطمینان‌بخش و پایداری دست یازید. باتوجه به موارد یادشده و با ملاحظات یادشده، شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی و نقد سیاست‌های حمایتی در حوزه کتاب و نیز معیارها و چشم‌انداز و اهداف کلان برای بازطراحی سیاست‌های حمایتی در جدول زیر نشان داده می‌شود:



محلی که این سه دایره با هم همپوشانی دارند، قلمرو باقی‌مانده برای سیاست‌گذاری حمایتی است که همان‌گونه که در شکل بالا دیده می‌شود، قلمرو محدود و تنگی است. برمبنای این قلمرو و ترکیب شاخص‌ها ارزیابی و بازطراحی سیاست‌های حمایتی صورت می‌گیرد. در فصل سوم سیاست‌های پیشین ارزیابی و نقادی خواهد شد و در فصل نهمی نظام بازطراحی سیاست حمایتی معاونت امور فرهنگی بازطراحی می‌شود.

فصل سوم

---

ارزیابی سیاست حمایتی

خرید کتاب

---

## درآمد نظری

توسعه کتاب و کتابخوانی تجربیات و روش‌های گوناگونی دارد و در هر جامعه و فرهنگی متکی بر زیرساخت‌های و مبانی و چشم‌انداز فکری و ساختاری آن است. در کشورهایی که دولت نقش کم‌تری در دخالت در حوزه فرهنگ دارد، مانند الگوی آمریکایی، این مسئله به بازار عرضه و تقاضا وانهاد شده و دولت حداکثر معافیت‌های مالیاتی را در این مورد اعمال می‌کند. در الگوی دولت‌های انگلیسی‌ماب، دولت در حد سیاست‌گذاری و تشویق‌های فرهنگی به توسعه کتاب و کتابخوانی و تأسیس و گسترش کتابخانه‌ها و خرید کتاب توسط نهاد کتابخانه‌ها به صورت مستقل عمل می‌کند و کمک مالی هم اعطا می‌کند. در الگوی دولت‌های شبه‌سوسیالیستی یا سوسیال‌دمکراسی، هم در سیاست‌گذاری و هم در خرید کتاب و تأسیس کتابخانه‌ها به صورت نیمه‌متمرکز اقدام می‌شود و بودجه فرهنگی برای خرید تخصیص می‌دهد، اما دولت نقش اجرایی ندارد. و در سایر در همه موارد به صورت همه‌جانبه اقدام می‌شود. از سیاست‌گذاری تا تخصیص بودجه و تشکیل نهادهای اجرایی و اقدام عملی.

بنابراین توسعه کتاب و کتابخوانی هم یک الگو و روش ندارد و به وسعت تاریخ و گستردگی و تنوع دولت‌ها روش‌ها و تجربیات گوناگون وجود دارد. در ایران به‌طور تاریخی و از دیرباز یک روش بیشتر تجربه نشده و عملاً به اجرا گذارده شده است. روش خرید متمرکز توسط دولت و تأسیس و گسترش کتابخانه‌ها نیز توسط دولت برنامه‌ریزی و اجرا می‌شده است، و به‌غیراز چند کتابخانه مهم مانند کتابخانه ملی، کتابخانه‌ها بودجه مستقل چشم‌گیری برای خرید کتاب ندارند و کتاب‌ها به صورت متمرکز توسط نهاد هیئت‌امنا کتابخانه‌های عمومی کشور خریداری و توزیع می‌شود. این رویکرد و نگاه تمرکزگرا حتی سبب شده است تا به جای تقویت و گسترش نهاد کتابخانه‌های خصوصی، امکانات بخش خصوصی هم به تقویت کتابخانه دولتی یا عمومی صرف شود. به‌عنوان مثال دولت به کسانی که بخواهند کتابخانه خصوصی تأسیس



کنند، کمک خاصی نمی‌کند و بر عکس، مشاهیر و اندیشمندانی که کتاب‌های زیادی را در طول عمر خود گردآوری کرده‌اند، به‌ناچار و از سر اجبار، کتاب‌های خود را وقف کتابخانه ملی یا عمومی می‌کنند. به عبارت دیگر، سیاست تمرکزگرا و دولت‌محور در حوزه کتابخانه‌ها امکانات و فرصت‌های حقیقی و حقوقی بخش خصوصی را هم به نفع گسترش نهادهای کتابخانه دولتی تصاحب می‌کند، هرچند به دلخواهی و خرسندی مالکان کتاب و اختصاص دادن فضایی از کتابخانه به نام اشخاص وقف‌کننده.

بنابراین یک تجربه پرنفوذ و ریشه‌دار در حوزه خرید کتاب و توسعه کتابخانه‌ها وجود دارد و هنوز تجربه‌های دیگر، ناآزموده باقی مانده است. در این ساختار تاریخی و چشم‌انداز فکری و فرهنگی، خرید کتاب به روش دولتی و متمرکز مبدل شده است که در زمره یارانه‌های مستقیم تلقی می‌شود. یکی از هدف‌های این روش تجهیز و تقویت کتابخانه‌های عمومی و دولتی است. در دوران ایران پس از جنگ تحمیلی و بهتر شدن بودجه کشور، قوت بیشتری گرفت و به اهداف آن، حمایت از نشر و ناشران نیز گنجانیده شد.

### پرسش‌های تحقیق

برای ارزیابی سیاست حمایتی خرید کتاب توسط معاونت امور فرهنگی و نیز با توجه به یافته‌های بخش نظری این تحقیق، می‌توان پرسش‌های زیر را مطرح کرد:

۱. آیا فرایند اجرای سیاست حمایتی خرید کتاب در تحقق اهداف مورد نظر آن اثربخش بوده است؟

۲. آیا فرایند اجرای سیاست حمایتی خرید کتاب عادلانه بوده است؟

### روش ارزیابی

با توجه به روش مطالعه اسنادی و کیفی و مشارکتی این ارزیابی، ابتدا گزارشی توصیفی از چگونگی اجرای این سیاست ارائه می‌شود و سپس با تکیه بر مشاهدات محقق و آرا صاحب‌نظران ارزیابی آن صورت می‌گیرد.

### اهداف رسمی سیاست خرید کتاب

در سایت رسمی معاونت امور فرهنگی درمورد اهداف و مقاصد خرید کتاب و هیئت کارشناسی انتخاب و خرید کتاب آمده است:

«هیئت انتخاب و خرید کتاب، به‌منظور توسعه و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی متناسب با نیاز اقشار مختلف جامعه و در راستای تجهیز و تقویت کتابخانه‌ها و مراکز فرهنگی کشور و نیز تشویق و حمایت از ناشران دارای کتاب‌های برتر طبق آیین‌نامه "نحوه تشویق، چاپ و

حمایت از انتشار کتب مناسب مصوب ۱۳۸۴/۱۲/۱" زیر نظر معاونت امور فرهنگی و بر مبنای نظر کارشناسان اعضای حقیقی و حقوقی این هیئت، اقدام به بررسی، انتخاب، اولویت‌بندی و تعیین عناوین کتب منتشره از ناشران می‌کند و بعد از تصویب و خرید، نسخه‌های مشخص شده کتاب‌ها را برای ارسال به کتابخانه‌ها و مراکز فرهنگی کشور، آماده‌سازی می‌کند.»  
بنابراین سه هدف عمده برای خرید کتاب مشخص شده است:

۱. توسعه و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی؛
  ۲. تجهیز و تقویت کتابخانه و مراکز فرهنگی کشور؛
  ۳. تشویق و حمایت از ناشران دارای کتاب‌های برتر.
- در مورد هدف دوم جای تردیدی وجود ندارد که با خرید کتاب و ارسال آن به کتابخانه‌ها این هدف محقق می‌شود، زیرا هیچ شاخص کیفی‌ای لازم ندارد و صرف ارسال کتاب به کتابخانه‌ها این منظور برآورده می‌شود. اما در مورد دو هدف دیگر باید به شاخص‌های کمی و کیفی مشخصی دست یافت تا بتوان در مورد آن‌ها به روشنی نظر داد که آیا این اهداف محقق شده‌اند یا خیر؟

در مورد هدف نخست یعنی توسعه و تقویت فرهنگ کتاب‌خوانی، خیلی نمی‌توان شاخص مشخصی را وضع کرد تا بر مبنای آن بتوان میزان تأثیر خرید کتاب را بر فرهنگ کتاب‌خوانی اندازه‌گیری کرد. بر این اساس این هدف بیشتر ارزشی و کلی است و نمی‌توان آن را یک هدف از جنس هدف برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری تلقی کرد. زیرا این هدف مشخصات کمی و کیفی‌ای قابل اندازه‌گیری و پیگیری ندارد.

اما هدف سوم اگرچه به نظر می‌رسد کتاب برتر می‌تواند شاخص معلوم و مورد توافقی داشته باشد اما عملاً چنین نیست، زیرا هر فردی بنا بر سلیقه و گرایش فکری و فرهنگی خود می‌تواند کتابی را برتر و دیگری آن را غیر برتر تلقی کند. برتر بودن کتاب شاخص کیفی اجماعی و اشتراکی ندارد و کمیت‌پذیر نیست. زیرا حتی اگر مبنای تعریف کتاب برتر را هم طبقه‌بندی دیویی فرض بگیریم و کتاب‌های حوزه عملی و کمک‌درسی را از فهرست خرید کتاب حذف کنیم، باز هم در مورد نوع کتاب‌های حوزه عمومی نمی‌توان به اجماع دست یافت.

به همین دلیل انتخاب کتاب هیچ راه حلی ندارد مگر از طریق شورا یا هیئت کارشناسی. اما ترکیب این هیئت و گرایش سیاسی و فرهنگی آن، به دلیل ساختار دولتی آن تابعی از اراده و رویکرد سیاسی دولت و تمایلات و تصمیمات وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده است. ترکیب هیئت خرید کتاب عبارتند از:

۱. معاون امور فرهنگی به عنوان رئیس هیئت؛
۲. مدیرکل دفتر توسعه کتاب و کتاب‌خوانی؛

۳. رؤسای کارگروه‌های چهارگانه (کارگروه دین و رشته‌های وابسته، کارگروه علوم اجتماعی و انسانی، دانش عمومی و رشته‌های وابسته، کارگروه هنر و ادبیات و رشته‌های وابسته، کارگروه کودک و نوجوان)؛

۴. یک نفر به نمایندگی از سوی تشکل‌های نشر؛

۵. دو نفر از کارشناسان علمی و فرهنگی کشور به انتخاب رئیس هیئت.

در ترکیب هیئت خرید به‌غیراز نماینده تشکل‌های نشر، سایر اعضا که هشت نفر را شامل می‌شود، مسئولان و منصوبان معاونت امور فرهنگی‌اند.

این هیئت که کتاب‌های منتشر شده در سراسر کشور را انتخاب و خریداری می‌کند، البته هیئت جدید خرید کتاب ملاک‌هایی را برای انتخاب کتاب برتر معرفی کرده است که شامل موارد زیر می‌شود:

ملاک‌های کلی برای انتخاب و خرید کتاب‌ها:

- کتاب‌هایی که به‌منظور تقویت و ترویج فرهنگ اسلامی باشند؛

- کتاب‌هایی که موجبات ارتقای سطح فرهنگ عمومی جامعه براساس تعاریف مندرج در مصوبات شورای فرهنگ عمومی کشور و شورای عالی انقلاب فرهنگی را فراهم آورند؛

- کتاب‌هایی که در حفظ گسترش و غنای زبان و ادبیات فارسی مؤثر باشند؛

- کتاب‌های ارزشمندی که در ارتباط موضوعی با دین، فرهنگ و تمدن ایران و اسلام، تاریخ، ادبیات انقلاب اسلامی و دفاع مقدس باشند؛

- کتاب‌هایی که موجب ارتقای علمی در حوزه‌های مختلف شوند؛

- کتاب‌هایی که موجب ارتقای فرهنگ اسلامی و تعالی دانش اجتماعی زنان شوند؛

- کتاب‌هایی که موجب گسترش پیوندهای فرهنگی کشور با جوامع دیگر و تقویت فرهنگ ایران و اسلام شوند؛

- کتاب‌های ارزشمند حوزه نظری هنر به‌ویژه هنر اسلامی؛

- فرهنگ‌ها و دایرةالمعارف‌ها یا کتب مرجع ارزشمند؛

- کتاب‌های ارزشمندی که ارتباط موضوعی با حوزه مخاطبان جامعه روستایی و عشایری دارند؛

- کتاب‌هایی که در استمرار یادگیری و مطالعه نوسوادان مؤثر باشند؛

- کتاب‌های کودکان و نوجوانان که به‌منظور آشناسازی این گروه سنی با تاریخ و تمدن و فرهنگ ایران و اسلام، مقابله با تهاجم فرهنگی، ترویج و تفهیم فرهنگ معاصر اسلامی و

متناسب با نیازهای کودکان و نوجوانان تهیه شده باشند؛

- کتاب‌های داستان و شعر مناسب؛

- کتاب‌های متناسب با موضوعات مهم فرهنگی سال که از سوی نظام جمهوری اسلامی

ایران اعلام شده باشند؛

- همچنین در موارد یادشده، در صورتی که کتابی به‌عنوان کتاب برگزیده یکی از جوایز مهم کشوری مانند کتاب سال جمهوری اسلامی ایران انتخاب شده باشد، اولویت دارد؛  
- قابل تأکید است که در هیئت انتخاب و خرید کتاب، محتوای آثار از نظر اصول نگارش، روش تحقیق مناسب، بهره‌مندی از منابع معتبر و دست اول نیز بررسی می‌شوند.  
ملاک‌های یادشده صرف‌نظر از اینکه برخی ملاک نیستند بلکه قلمرو موضوعی کتاب را مشخص می‌کنند مانند کتاب حوزه جنگ و... باز هم ملاک انتخاب کتاب را کیفی معرفی می‌کند که هیچ روشی را جز اتخاذ تصمیم از طریق شورا باقی نمی‌گذارد.

### روش خرید کتاب

بنا بر روش عملی و متعارف، ناشران باید نسخه‌ای از کتاب جدید خود را به دبیرخانه شورا ارسال کنند تا در این هیئت بررسی شود؛ بنابراین اولین شرط خواست و اقدام خود ناشر است.

نکته دیگر این است که معیار انتخاب کتاب ناشر نیست بلکه مؤلفان و به‌اصطلاح ناشر مؤلف هم می‌تواند کتاب خود را برای خرید ارسال کند.

بررسی عملکرد هیئت خرید کتاب:

با توجه به آمارهای در دسترس این بررسی به سال‌های ۸۷ تا ۹۳ محدود شده است.

در زیر جداول و نمودارهای تفصیلی و تخصصی و موضوعی خرید کتاب در دوره مورد مطالعه ارائه می‌شود:

جدول شماره ۱. مقایسه اعتبار و خرید کتاب از سال ۸۴ تا ۹۳

۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴
	۱۴۴۸۲۰۰۰۰۰	۱۰۹۷۴۵۸۰۰۰۰	۱۵۹۹۹۲۲۱۴۰۰۰	۱۵۷۰۷۱۰۰۰۰۰	۱۷۱۴۹۳۷۱۴۵۶	۱۶۳۵۰۰۰۰۰۰۰	۱۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۹۰۵۰۰۰۰۰۰
	۱۳۰۲۹۶۷۲۱۰۰۰	۱۰۹۹۰۰۰۳۳۰۰۰	۳۵۱۰۳۰۳۵۰۰۰	۸۳۴۱۸۷۵۰۰	۱۹۶۲۴۱۷۵۷۳۵۰	۱۷۶۰۹۸۳۰۹۹۰۰	۷۶۶۳۹۲۸۱۷۵۰		

جدول شماره ۲. گزارش عملکرد خرید کتاب در سال ۱۳۸۷

صور تجلسه	تاریخ صور تجلسه	تعداد عنوان	شمارگان	جمع قیمت پشت جلد به ریال
۳۲۱	۱۳۸۷/۰۵/۱۹	۲۹۵	۱۲۴،۹۵۰	۶،۳۳۶،۶۸۰،۰۰۰
۳۲۲	۱۳۸۷/۰۶/۰۲			
۳۲۴	۱۳۸۷/۰۶/۲۳	۲۴۶	۷۵،۱۰۰	۳،۵۰۹،۱۲۰،۰۰۰
۳۲۵	۱۳۸۷/۰۷/۰۶	۱۷۷	۷۴،۶۲۰	۲،۶۸۵،۷۵۰،۰۰۰
۳۲۶	۱۳۸۷/۰۷/۱۳	۲۱۳	۶۴،۶۰۰	۲،۴۶۸،۰۰۰،۰۰۰
۳۲۷	۱۳۸۷/۰۷/۲۰	۳۰۳	۹۹،۲۰۰	۴،۳۲۰،۷۴۵،۰۰۰
۳۲۸	۱۳۸۷/۰۷/۲۷	۱۴۲	۳۲،۲۷۰	۴،۵۳۸،۷۱۰،۰۰۰
۳۲۹	۱۳۸۷/۰۸/۱۱	۱۳۴	۴۶،۲۸۰	۱،۹۷۷،۶۱۰،۰۰۰
۳۳۰	۱۳۸۷/۰۸/۱۸	۲۱۱	۷۳،۱۵۰	۳،۱۶۰،۸۰۵،۰۰۰
۳۳۱	۱۳۸۷/۰۸/۲۵	۲۸۷	۸۴،۸۷۰	۸،۱۸۹،۱۷۵،۰۰۰
۳۳۲	۱۳۸۷/۰۹/۰۲	۴۰۰	۹۸،۹۹۰	۴،۵۵۵،۲۲۵،۰۰۰
۳۳۳	۱۳۸۷/۰۹/۰۹	۱۵۷	۳۷،۰۰۰	۱،۶۸۲،۹۱۰،۰۰۰
۳۳۴	۱۳۸۷/۰۹/۱۶	۱۷۷	۳۶،۶۴۰	۱،۵۵۵،۱۶۰،۰۰۰
۳۳۵	۱۳۸۷/۰۹/۲۳	۱۳۲	۲۵،۶۵۰	۱،۱۲۵،۷۷۰،۳۰۰
۳۳۶	۱۳۸۷/۰۹/۲۸	۳۳۳	۷۹،۹۱۰	۴،۲۹۰،۵۶۰،۰۰۰
۳۳۷	۱۳۸۷/۱۰/۰۷	۱۸۹	۳۴،۶۶۰	۱،۴۱۱،۴۱۰،۰۰۰
۳۳۸	۱۳۸۷/۱۰/۱۴	۱۸۹	۳۵،۲۳۰	۱،۶۱۵،۰۵۰،۰۰۰
۳۳۹	۱۳۸۷/۱۰/۲۸	۱۷۵	۳۴،۹۵۰	۱،۲۴۹،۵۸۰،۰۰۰
۳۴۰	۱۳۸۷/۱۱/۰۵	۲۱۲	۴۳،۴۰۰	۲،۲۷۳،۴۹۵،۰۰۰
۳۴۱	۱۳۸۷/۱۱/۱۲	۲۶۵	۵۱،۳۰۰	۲،۴۹۷،۸۹۷،۴۰۰
۳۴۲	۱۳۸۷/۱۱/۲۶	۱۴۹	۲۹،۶۵۰	۱،۵۸۸،۹۳۹،۰۰۰
۳۴۳	۱۳۸۷/۱۲/۰۳	۱۹۱	۳۵،۸۰۰	۱،۶۱۱،۹۵۰،۰۰۰
۳۴۴	۱۳۸۷/۱۲/۱۰	۴۸۳	۱۱۰،۴۷۰	۹،۳۹۲،۲۶۰،۰۰۰
۳۴۵	۱۳۸۷/۱۲/۲۴	۳۴۲	۸۹،۴۷۰	۴،۶۰۲،۴۸۰،۰۰۰
	جمع	۵،۴۰۲	۱،۴۱۸،۱۶۰	۷۶،۶۳۹،۲۸۱،۷۵۰

جدول شماره ۳. گزارش عملکرد خرید کتاب در سال ۱۳۸۸

جمع قیمت پشت جلد به ریال	شمارگان	تعداد عنوان	تاریخ صورتجلسه	صورجلسه
۲,۵۶۵,۳۲۰,۰۰۰	۶۴,۱۵۰	۳۲۴	۱۳۸۸/۰۱/۲۲	۳۴۶
۱,۹۸۸,۱۰۰,۰۰۰	۳۴,۰۰۰	۱۲۱	۱۳۸۸/۰۱/۲۹	۳۴۷
۲,۳۳۹,۱۰۰,۰۰۰	۴۸,۱۰۰	۱۹۸	۱۳۸۸/۰۲/۰۵	۳۴۸
۴,۲۰۰,۴۳۵,۰۰۰	۷۸,۸۲۰	۲۹۲	۱۳۸۸/۰۳/۰۲	۳۴۹
۵,۹۹۲,۰۸۰,۰۰۰	۱۰۴,۷۰۰	۳۴۸	۱۳۸۸/۰۳/۰۹	۳۵۰
۳,۵۶۵,۸۴۵,۰۰۰	۸۵,۹۶۰	۳۲۹	۱۳۸۸/۰۳/۱۶	۳۵۱
۳,۱۹۰,۶۸۰,۰۰۰	۵۳,۲۲۰	۲۱۰	۱۳۸۸/۰۳/۲۳	۳۵۲
۲,۹۹۲,۴۴۵,۰۰۰	۶۸,۳۰۰	۲۳۳	۱۳۸۸/۰۳/۳۰	۳۵۳
۲,۴۱۱,۳۵۵,۰۰۰	۶۹,۸۹۰	۲۶۹	۱۳۸۸/۰۴/۰۶	۳۵۴
۲,۲۱۹,۸۷۵,۰۰۰	۴۴,۸۵۰	۱۴۰	۱۳۸۸/۰۴/۱۳	۳۵۵
۲,۶۹۱,۸۵۰,۰۰۰	۵۳,۰۰۰	۱۹۹	۱۳۸۸/۰۴/۲۷	۳۵۶
۳,۹۲۳,۴۰۰,۰۰۰	۸۹,۱۵۰	۲۴۳	۱۳۸۸/۰۵/۰۳	۳۵۷
۷,۴۶۰,۲۹۰,۰۰۰	۹۶,۵۷۰	۳۸۳	۱۳۸۸/۰۵/۱۰	۳۵۸
۳,۶۶۴,۳۵۶,۵۰۰	۵۱,۸۷۰	۱۷۳	۱۳۸۸/۰۵/۱۷	۳۵۹
۱۰,۱۰۳,۵۰۱,۳۵۰	۱۷۷,۷۲۰	۵۲۴	۱۳۸۸/۰۵/۲۴	۳۶۰
۶,۳۷۰,۷۸۵,۰۰۰	۹۹,۲۷۰	۳۴۶	۱۳۸۸/۰۶/۰۷	۳۶۱
۶,۱۶۵,۸۸۵,۰۰۰	۸۷,۶۵۷	۲۶۶	۱۳۸۸/۰۶/۲۱	۳۶۲
۴,۶۶۹,۸۰۰,۰۰۰	۸۳,۸۰۰	۳۲۵	۱۳۸۸/۰۷/۰۴	۳۶۳
۵,۴۳۴,۸۵۹,۰۰۰	۷۳,۵۸۴	۲۲۹	۱۳۸۸/۰۷/۱۸	۳۶۴
۲,۳۹۸,۸۴۱,۵۰۰	۴۴,۵۵۰	۲۰۵	۱۳۸۸/۰۸/۰۲	۳۶۵
۳,۷۳۱,۶۹۰,۰۰۰	۶۰,۲۵۰	۲۵۰	۱۳۸۸/۰۸/۰۹	۳۶۶
۳,۵۸۰,۴۵۰,۰۰۰	۶۵,۴۱۰	۲۵۱	۱۳۸۸/۰۸/۱۶	۳۶۷
۵,۱۱۴,۱۵۰,۰۰۰	۷۳,۴۰۰	۲۸۸	۱۳۸۸/۰۸/۲۳	۳۶۸
۳,۸۰۷,۹۵۵,۵۰۰	۸۳,۷۵۰	۲۳۶	۱۳۸۸/۰۸/۳۰	۳۶۹
۴,۸۹۴,۱۰۰,۰۰۰	۷۷,۵۰۰	۲۶۰	۱۳۸۸/۰۹/۱۷	۳۷۰
۴,۲۱۱,۴۳۰,۰۰۰	۴۹,۷۰۰	۲۴۲	۱۳۸۸/۰۹/۲۱	۳۷۱
۳,۶۴۱,۱۱۲,۰۰۰	۵۸,۶۲۰	۲۳۴	۱۳۸۸/۰۹/۲۸	۳۷۲
۲,۴۵۰,۰۰۱,۰۰۰	۴۶,۲۲۰	۱۷۷	۱۳۸۸/۱۰/۱۲	۳۷۳
۱,۷۶۸,۸۵۱,۵۰۰	۳۷,۷۷۰	۱۳۴	۱۳۸۸/۱۰/۱۹	۳۷۴
۵,۲۸۵,۵۵۰,۰۰۰	۸۵,۱۰۰	۳۳۹	۱۳۸۸/۱۰/۲۶	۳۷۵
۶,۱۴۲,۱۰۲,۰۰۰	۹۹,۶۰۰	۳۰۱	۱۳۸۸/۱۱/۱۰	۳۷۶
۶,۳۵۰,۳۰۰,۰۰۰	۱۰۴,۳۵۰	۴۱۴	۱۳۸۸/۱۱/۱۷	۳۷۷
۵,۹۰۹,۳۰۰,۷۵۰	۱۱۸,۰۴۰	۳۹۱	۱۳۸۸/۱۲/۰۳	۳۷۸
۷,۴۴۵,۲۵۰,۰۰۰	۶۷,۹۵۰	۲۶۷	۱۳۸۸/۱۲/۰۸	۳۷۹
۶,۹۵۴,۶۵۴,۸۰۰	۹۵,۱۰۰	۳۱۷	۱۳۸۸/۱۲/۱۵	۳۸۰
۴,۱۲۸,۸۰۰,۰۰۰	۵۸,۹۵۰	۲۶۹	۱۳۸۸/۱۲/۲۲	۳۸۱
۱۶,۶۳۳,۸۰۰,۰۰۰	۶۶,۴۰۰	۱۸۲	۱۳۸۸/۱۲/۲۵	۳۸۲
۱۷۶,۰۹۸,۳۰۹,۹۰۰	۲,۷۵۷,۲۷۱	۹,۹۰۹	جمع	

جدول شماره ۴، گزارش عملکرد خرید کتاب در سال ۱۳۸۹

صورجلسه	تاریخ صورجلسه	تعداد عنوان	شمارگان	جمع قیمت پشت جلد به ریال
۳۸۳	۱۳۸۹/۰۱/۲۱	۴۷۹	۲۱۰,۳۲۰	۱۱,۸۹۴,۶۱۶,۵۰۰
۳۸۴	۱۳۸۹/۰۲/۰۴	۳۰۴	۱۱۴,۱۰۰	۶,۵۷۹,۵۵۵,۰۰۰
۳۸۵	۱۳۸۹/۰۳/۰۱	۴۸۹	۱۵۸,۷۲۰	۱۴,۳۰۶,۴۰۷,۲۵۰
۳۸۶	۱۳۸۹/۰۳/۰۸	۳۲۵	۹۷,۷۰۰	۷,۷۷۸,۸۵۵,۰۰۰
۳۸۷	۱۳۸۹/۰۳/۲۲	۲۳۶	۶۶,۸۵۰	۳,۸۸۸,۴۰۰,۰۰۰
۳۸۸	۱۳۸۹/۰۳/۲۹	۲۳۶	۷۷,۰۵۰	۵,۹۴۵,۵۶۷,۵۰۰
۳۸۹	۱۳۸۹/۰۴/۱۲	۲۵۰	۷۰,۶۰۰	۶,۷۸۳,۷۱۵,۷۵۰
۳۹۰	۱۳۸۹/۰۴/۲۶	۲۸۷	۸۶,۸۵۰	۷,۱۷۸,۱۱۳,۵۰۰
۳۹۱	۱۳۸۹/۰۵/۰۲	۲۵۴	۸۸,۶۵۰	۴,۷۱۹,۱۳۵,۵۰۰
۳۹۲	۱۳۸۹/۰۵/۰۹	۱۵۹	۴۹,۶۵۰	۲,۷۰۸,۲۲۰,۰۰۰
۳۹۳	۱۳۸۹/۰۵/۱۶	۳۱۷	۸۱,۲۰۰	۵,۷۲۵,۴۶۵,۰۰۰
۳۹۴	۱۳۸۹/۰۵/۲۳	۱۶۲	۵۶,۸۵۰	۲,۷۸۷,۶۲۲,۵۰۰
۳۹۵	۱۳۸۹/۰۵/۳۰	۲۳۳	۸۱,۳۰۰	۵,۲۵۹,۷۰۰,۰۰۰
۳۹۶	۱۳۸۹/۰۶/۰۶	۱۴۹	۴۹,۴۰۰	۴,۰۴۲,۵۵۰,۰۰۰
۳۹۷	۱۳۸۹/۰۶/۱۳	۲۲۷	۶۳,۷۵۰	۳,۰۲۵,۰۵۵,۰۰۰
۳۹۸	۱۳۸۹/۰۶/۲۷	۱۵۸	۵۲,۱۰۰	۵,۱۷۰,۳۷۰,۰۰۰
۳۹۹	۱۳۸۹/۰۷/۰۳	۲۲۸	۷۶,۹۹۰	۶,۳۱۵,۴۵۷,۲۵۰
۴۰۰	۱۳۸۹/۰۷/۱۰	۲۰۵	۴۶,۰۷۰	۲,۸۷۵,۲۲۵,۰۰۰
۴۰۱	۱۳۸۹/۰۷/۱۷	۱۹۲	۷۲,۰۰۰	۳,۸۵۴,۴۲۵,۰۰۰
۴۰۲	۱۳۸۹/۰۷/۲۴	۱۶۵	۴۹,۸۰۰	۲,۷۲۸,۵۴۰,۰۰۰
۴۰۳	۱۳۸۹/۰۸/۰۱	۱۵۳	۵۰,۷۵۰	۲,۸۷۸,۴۰۰,۰۰۰
۴۰۴	۱۳۸۹/۰۸/۰۸	۲۷۴	۷۳,۰۰۰	۴,۷۴۴,۹۸۱,۲۵۰
۴۰۵	۱۳۸۹/۰۸/۱۵	۱۵۲	۴۷,۱۵۰	۳,۳۶۱,۳۰۰,۰۰۰
۴۰۶	۱۳۸۹/۰۸/۲۲	۱۳۰	۵۰,۹۵۰	۳,۵۱۴,۰۰۰,۰۰۰
۴۰۷	۱۳۸۹/۰۹/۰۶	۱۸۲	۷۱,۷۲۰	۴,۸۳۳,۱۵۰,۰۰۰
۴۰۸	۱۳۸۹/۰۹/۱۳	۱۷۶	۷۰,۳۰۰	۴,۴۷۳,۳۵۱,۵۰۰
۴۰۹	۱۳۸۹/۰۹/۲۰	۱۵۴	۷۲,۶۰۰	۳,۶۸۱,۷۲۵,۰۰۰
۴۱۰	۱۳۸۹/۰۹/۲۷	۱۹۱	۶۸,۰۵۰	۳,۷۹۷,۵۰۳,۰۰۰
۴۱۱	۱۳۸۹/۱۰/۰۴	۲۵۱	۱۳۲,۰۰۰	۶,۰۰۸,۰۰۵,۰۰۰
۴۱۲	۱۳۸۹/۱۰/۱۱	۱۶۸	۴۸,۷۵۰	۳,۱۳۱,۲۲۹,۷۵۰
۴۱۳	۱۳۸۹/۱۰/۱۸	۲۲۷	۹۱,۲۲۰	۴,۹۱۱,۴۲۵,۵۰۰
۴۱۴	۱۳۸۹/۱۰/۲۵	۲۰۱	۷۷,۰۰۰	۴,۶۸۲,۰۰۵,۰۰۰
۴۱۵	۱۳۸۹/۱۱/۰۲	۱۲۷	۴۷,۲۵۰	۳,۹۰۵,۹۷۰,۰۰۰
۴۱۶	۱۳۸۹/۱۱/۰۹	۹۵	۳۵,۲۵۰	۲,۴۴۴,۷۵۰,۰۰۰
۴۱۷	۱۳۸۹/۱۱/۱۶	۲۲۲	۸۵,۳۵۰	۵,۰۲۴,۳۱۲,۰۰۰
۴۱۸	۱۳۸۹/۱۱/۲۳	۲۰۵	۷۵,۶۰۰	۴,۵۴۹,۱۰۰,۰۰۰
۴۱۹	۱۳۸۹/۱۱/۳۰	۱۶۴	۵۱,۳۰۰	۲,۴۲۲,۳۰۰,۰۰۰
۴۲۰	۱۳۸۹/۱۲/۰۷	۱۷۷	۵۵,۱۲۰	۴,۴۸۱,۳۲۴,۶۰۰
۴۲۱	۱۳۸۹/۱۲/۱۴	۲۱۸	۶۲,۲۴۵	۴,۳۱۸,۳۶۹,۰۰۰
۴۲۲	۱۳۸۹/۱۲/۲۱	۳۲۲	۸۷,۸۵۰	۵,۴۳۹,۴۷۰,۰۰۰
جمع		۸,۸۴۴	۳,۰۰۳,۴۰۵	۱۹۶,۲۴۱,۷۵۷,۳۵۰

جدول شماره ۵. گزارش عملکرد خرید کتاب در سال ۱۳۹۰

صورجلسه	تاریخ صورجلسه	تعداد عنوان	شمارگان	جمع قیمت پشت جلد به ریال
۴۲۳	۱۳۹۰/۰۱/۲۰	۸۳	۲۸,۵۵۰	۱,۸۹۲,۰۷۵,۰۰۰
۴۲۴	۱۳۹۰/۰۱/۲۷	۷۴	۲۱,۹۰۰	۲,۰۰۳,۸۰۰,۰۰۰
۴۲۵	۱۳۹۰/۰۲/۰۳	۱۸۶	۶۰,۱۰۰	۳,۶۷۷,۸۸۲,۵۰۰
۴۲۶	۱۳۹۰/۰۲/۱۰	۱۳۶	۳۶,۰۲۰	۲,۰۳۴,۱۲۵,۰۰۰
۴۲۷	۱۳۹۰/۰۲/۳۱	۲۴۳	۸۵,۶۵۰	۶,۶۹۷,۴۸۵,۰۰۰
۴۲۸	۱۳۹۰/۰۳/۰۷	۲۸۹	۱۰۱,۵۵۰	۹,۰۷۷,۹۲۵,۰۰۰
۴۲۹	۱۳۹۰/۰۳/۲۱	۲۴۲	۷۷,۶۱۵	۵,۱۸۲,۲۷۵,۰۰۰
۴۳۰	۱۳۹۰/۰۳/۲۸	۲۱۲	۵۷,۹۴۰	۳,۷۶۸,۲۲۵,۰۰۰
۴۳۱	۱۳۹۰/۰۴/۰۴	۳۴۲	۱۰۴,۷۰۰	۵,۷۷۲,۱۵۰,۰۰۰
۴۳۲	۱۳۹۰/۰۴/۱۱	۱۹۴	۵۶,۰۳۰	۴,۰۸۹,۰۳۵,۰۰۰
۴۳۳	۱۳۹۰/۰۴/۱۸	۲۱۸	۶۳,۱۹۵	۵,۰۷۲,۴۷۵,۰۰۰
۴۳۴	۱۳۹۰/۰۵/۰۱	۴۵۴	۱۴۴,۴۵۰	۸,۶۹۷,۳۷۵,۰۰۰
۴۳۵	۱۳۹۰/۰۵/۰۸	۲۷۸	۱۲۴,۹۰۰	۶,۳۵۳,۴۲۵,۰۰۰
۴۳۶	۱۳۹۰/۰۵/۱۵	۱۵۶	۵۵,۴۳۰	۴,۸۸۵,۹۸۵,۰۰۰
۴۳۷	۱۳۹۰/۰۵/۲۲	۲۴۶	۷۵,۴۲۹	۷,۶۳۴,۲۰۵,۰۰۰
۴۳۸	۱۳۹۰/۰۵/۲۹	۲۰۴	۵۶,۵۰۰	۴,۳۵۰,۴۵۰,۰۰۰
۴۳۹	۱۳۹۰/۰۶/۰۵	۱۳۸	۴۳,۶۵۰	۳,۷۹۶,۲۲۵,۰۰۰
۴۴۰	۱۳۹۰/۰۶/۱۲	۱۴۷	۴۱,۶۱۰	۲,۴۱۶,۸۰۰,۰۰۰
۴۴۱	۱۳۹۰/۰۶/۱۹	۱۵۸	۵۱,۸۱۰	۲,۷۷۱,۹۵۰,۰۰۰
۴۴۲	۱۳۹۰/۰۶/۲۶	۱۵۴	۴۳,۹۲۰	۳,۱۰۸,۹۵۰,۰۰۰
۴۴۳	۱۳۹۰/۰۷/۰۹	۳۰۷	۱۰۹,۵۰۰	۶,۶۰۳,۹۷۵,۰۰۰
۴۴۴	۱۳۹۰/۰۷/۲۳	۳۳۲	۱۰۷,۷۷۰	۷,۶۴۸,۹۲۵,۰۰۰
۴۴۵	۱۳۹۰/۰۷/۳۰	۱۶۷	۵۶,۷۵۰	۴,۵۰۴,۰۰۰,۰۰۰
۴۴۶	۱۳۹۰/۰۸/۰۷	۱۵۳	۴۹,۶۱۵	۳,۹۳۶,۷۵۰,۰۰۰
۴۴۷	۱۳۹۰/۰۸/۱۴	۱۷۱	۷۶,۶۰۰	۵,۸۷۴,۵۴۰,۰۰۰
۴۴۸	۱۳۹۰/۰۸/۲۸	۱۹۱	۸۲,۰۲۰	۶,۳۷۱,۷۱۰,۰۰۰
۴۴۹	۱۳۹۰/۰۹/۰۵	۷۶	۱۹,۹۰۰	۱,۸۱۹,۰۵۰,۰۰۰
۴۵۰	۱۳۹۰/۰۹/۱۲	۱۹۴	۶۱,۴۰۰	۶,۰۲۰,۶۰۰,۰۰۰
۴۵۱	۱۳۹۰/۰۹/۱۹	۱۴۸	۴۵,۷۰۰	۳,۸۲۴,۳۱۵,۰۰۰
۴۵۲	۱۳۹۰/۰۹/۲۶	۲۷۶	۹۹,۴۰۰	۶,۹۶۶,۱۰۰,۰۰۰
۴۵۳	۱۳۹۰/۱۰/۰۳	۱۰۴	۳۷,۳۰۰	۳,۴۲۶,۰۰۰,۰۰۰
۴۵۴	۱۳۹۰/۱۰/۱۰	۱۳۶	۴۲,۰۵۰	۲,۷۲۰,۹۷۵,۰۰۰
۴۵۵	۱۳۹۰/۱۰/۱۷	۱۲۷	۴۹,۶۱۰	۵,۱۵۶,۷۰۰,۰۰۰
۴۵۶	۱۳۹۰/۱۱/۰۱	۱۹۱	۵۱,۷۰۰	۶,۱۳۰,۶۰۰,۰۰۰
۴۵۷	۱۳۹۰/۱۱/۰۸	۱۳۸	۵۲,۰۰۰	۳,۸۱۹,۰۲۵,۰۰۰
۴۵۸	۱۳۹۰/۱۱/۱۵	۱۶۱	۴۹,۷۰۰	۳,۱۹۲,۰۱۲۵,۰۰۰
۴۵۹	۱۳۹۰/۱۱/۲۹	۱۸۵	۴۸,۲۵۰	۳,۵۳۵,۹۸۰,۰۰۰
جمع		۷,۲۱۱	۲,۳۶۸,۹۹۵	۱۷۴,۸۳۴,۱۸۷,۵۰۰



جدول شماره ۶. گزارش عملکرد خرید کتاب در شش ماه اول سال ۱۳۹۱

صور تجلیسه	تاریخ صور تجلیسه	تعداد عنوان	شمارگان	جمع قیمت پشت جلد به ریال
۴۶۰	۱۳۹۱/۰۱/۰۵	۳۹۴	۱۱۴,۲۵۰	۱۰,۱۸۴,۴۹۰,۰۰۰
۴۶۱	۱۳۹۱/۰۱/۲۰	۲۶۱	۶۳,۸۰۰	۴,۶۰۵,۱۵۰,۰۰۰
۴۶۲	۱۳۹۱/۰۱/۲۶	۲۰۲	۵۹,۶۵۰	۴,۲۱۱,۷۰۰,۰۰۰
۴۶۳	۱۳۹۱/۰۲/۰۲	۲۵۲	۸۰,۳۵۰	۷,۸۵۲,۹۷۵,۰۰۰
۴۶۴	۱۳۹۱/۰۲/۰۹	۲۳۸	۸۷,۳۰۰	۴,۹۵۱,۰۷۰,۰۰۰
۴۶۵	۱۳۹۱/۰۲/۳۰	۲۶۶	۷۹,۸۰۰	۸,۰۱۱,۵۵۰,۰۰۰
۴۶۶	۱۳۹۱/۰۳/۰۶	۱۷۵	۴۴,۸۰۰	۵,۳۷۴,۸۵۰,۰۰۰
۴۶۷	۱۳۹۱/۰۳/۱۳	۱۹۸	۵۹,۶۰۰	۵,۲۲۰,۳۵۰,۰۰۰
۴۶۸	۱۳۹۱/۰۳/۲۰	۱۳۶	۵۰,۰۰۰	۴,۲۱۸,۰۰۰,۰۰۰
۴۶۹	۱۳۹۱/۰۳/۲۷	۲۴۹	۸۳,۹۵۰	۸,۳۲۱,۷۰۰,۰۰۰
۴۷۰	۱۳۹۱/۰۴/۰۳	۱۹۲	۶۴,۷۵۰	۶,۱۶۲,۳۵۰,۰۰۰
۴۷۱	۱۳۹۱/۰۴/۱۰	۲۰۷	۵۶,۵۰۰	۵,۳۷۰,۶۰۰,۰۰۰
۴۷۲	۱۳۹۱/۰۴/۱۷	۱۶۱	۴۸,۰۰۰	۳,۷۶۵,۳۵۰,۰۰۰
۴۷۳	۱۳۹۱/۰۴/۲۴	۱۵۷	۴۷,۳۰۰	۴,۷۴۰,۲۲۵,۰۰۰
۴۷۴	۱۳۹۱/۰۴/۳۱	۲۴۲	۸۰,۷۰۰	۵,۸۵۴,۶۵۰,۰۰۰
۴۷۵	۱۳۹۱/۰۵/۰۷	۱۸۸	۵۴,۸۵۰	۵,۶۱۹,۲۵۰,۰۰۰
۴۷۶	۱۳۹۱/۰۵/۱۴	۶۰	۱۸,۷۰۰	۱,۸۹۵,۲۰۰,۰۰۰
۴۷۷	۱۳۹۱/۰۵/۲۱	۱۶۴	۴۹,۱۵۰	۳,۷۵۳,۰۵۰,۰۰۰
جمع		۳,۷۴۲	۱,۱۴۳,۴۵۰	۱۰۰,۱۱۲,۵۱۰,۰۰۰

ادامه جدول شماره ۶. گزارش عملکرد خرید کتاب در شش ماه دوم سال ۱۳۹۱

تاریخ	شماره جلسه	تعداد عنوان	شمارگان	
۱۳۹۱/۰۶/۱۸	۴۷۸	۱۹۶	۳۴,۶۵۰	۳۵۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۷/۰۱	۴۷۹	۶۲	۸,۴۴۰	۸,۵۴۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۷/۱۵	۴۸۰	۱۱۸	۱۷,۵۰۰	۱,۳۰۴,۵۵۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۷/۲۲	۴۸۱	۳۷	۵,۴۰۰	۳۵۷,۶۵۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۸/۰۶	۴۸۲	۶۱	۱۱,۷۰۰	۱,۱۳۲,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۸/۲۰	۴۸۳	۱۹۲	۵۰,۸۰۰	۷,۸۷۳,۰۵۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۹/۱۱	۴۸۴	۱۳۷	۲۴,۴۰۰	۲,۷۳۶,۹۰۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۰۹/۲۵	۴۸۵	۱۲۳	۲۵,۳۹۰	۲,۲۴۸,۲۵۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۱۰/۰۲	۴۸۶	۱۵۴	۲۴,۷۵۰	۲,۱۰۸,۵۰۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۱۰/۳۰	۴۸۷	۱۲۱	۲۱,۶۵۰	۲,۶۸۶,۱۵۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۱۱/۱۴	۴۸۸	۱۱۱	۲۵,۲۰۰	۲,۴۲۲,۳۰۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۱۱/۲۸	۴۸۹	۷۳	۱۷,۹۰۰	۲,۰۰۸,۱۴۵,۰۰۰
۱۳۹۱/۱۲/۱۲	۴۹۰	۱۱۲	۲۴,۹۵۰	۲,۶۹۹,۴۰۰,۰۰۰
۱۳۹۱/۱۲/۱۹	۴۹۱	۱۹۰	۳۸,۴۰۰	۳,۷۳۲,۲۵۰,۰۰۰
جمع		۱,۶۸۷	۳۳۱,۱۳۰	۳۵,۱۰۳,۰۳۵,۰۰۰

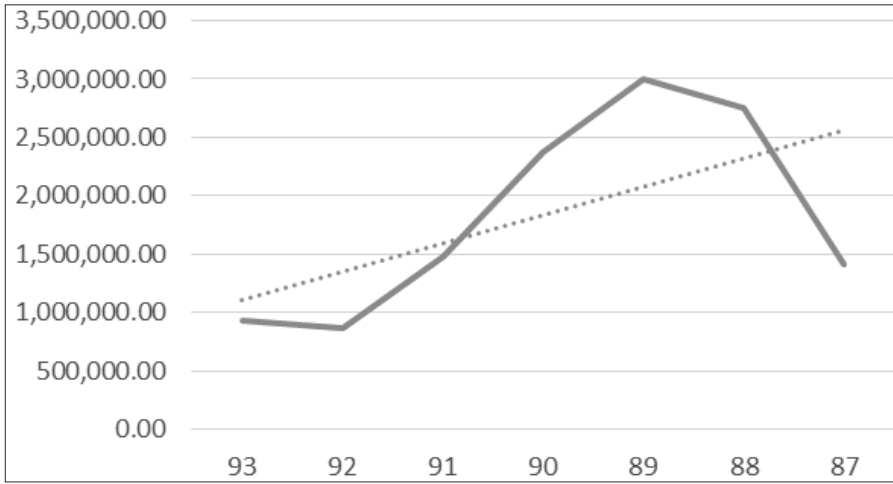
جدول شماره ۷. گزارش عملکرد خرید کتاب در سال ۱۳۹۲

تاریخ	شماره جلسه	تعداد عنوان	شمارگان	قیمت پشت جلد به ریال
۱۳۹۲/۰۱/۳۱	۴۹۲	۲۲۲	۵۴,۷۰۰	۶,۵۹۸,۵۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۲/۲۸	۴۹۳	۲۶۷	۶۵,۷۰۰	۷,۵۶۹,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۳/۱۱	۴۹۴	۱۴۴	۳۴,۶۰۰	۳,۷۵۴,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۳/۲۵	۴۹۵	۲۲۱	۵۵,۵۰۰	۵,۲۴۸,۱۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۴/۰۸	۴۹۶	۳۶۵	۷۶,۵۵۰	۱۰,۲۲۰,۳۲۵,۵۰۰
۱۳۹۲/۰۴/۲۲	۴۹۷	۲۰۷	۵۱,۵۱۰	۶,۸۳۶,۱۷۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۵/۰۵	۴۹۸	۱۷۰	۳۴,۳۸۵	۵,۵۵۶,۸۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۵/۲۶	۴۹۹	۲۶۲	۵۵,۰۲۵	۷,۰۵۲,۲۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۶/۰۹	۵۰۰	۱۳۷	۳۴,۶۰۰	۵,۰۰۸,۲۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۶/۳۰	۵۰۱	۱۸۸	۴۸,۷۱۰	۶,۰۶۲,۶۹۷,۵۰۰
۱۳۹۲/۰۷/۱۳	۵۰۲	۲۰۹	۵۰,۰۰۰	۴,۷۴۰,۹۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۷/۲۷	۵۰۳	۱۲۷	۳۲,۲۵۰	۳,۵۸۱,۸۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۸/۱۱	۵۰۴	۱۶۷	۳۵,۵۰۰	۳,۲۱۹,۶۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۸/۲۵	۵۰۵	۸۵	۱۲,۳۷۰	۲,۱۰۴,۳۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۰۹/۰۹	۵۰۶	۹۳	۱۷,۹۰۰	۱,۹۹۴,۸۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۰/۰۴	۵۰۷	۱۰۹	۲۵,۲۰۰	۲,۵۲۸,۸۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۰/۱۸	۵۰۸	۲۱۲	۳۰,۶۰۰	۴,۸۰۷,۹۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۱/۰۲	۵۰۹	۱۶۰	۲۰,۱۰۰	۲,۷۵۹,۱۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۱/۱۶	۵۱۰	۲۵۲	۳۲,۰۰۰	۳,۸۸۳,۷۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۱/۲۳	۵۱۱	۳۶۳	۳۸,۴۰۰	۵,۲۳۳,۵۰۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۲/۱۴	۵۱۲	۳۳۷	۳۶,۲۰۰	۴,۷۹۳,۸۵۰,۰۰۰
۱۳۹۲/۱۲/۲۱	۵۱۳	۲۳۹	۲۶,۸۰۰	۶,۳۴۵,۴۰۰,۰۰۰
	جمع	۴,۵۳۶	۸۶۸,۶۰۰	۱۰۹,۹۰۰,۰۴۳,۰۰۰

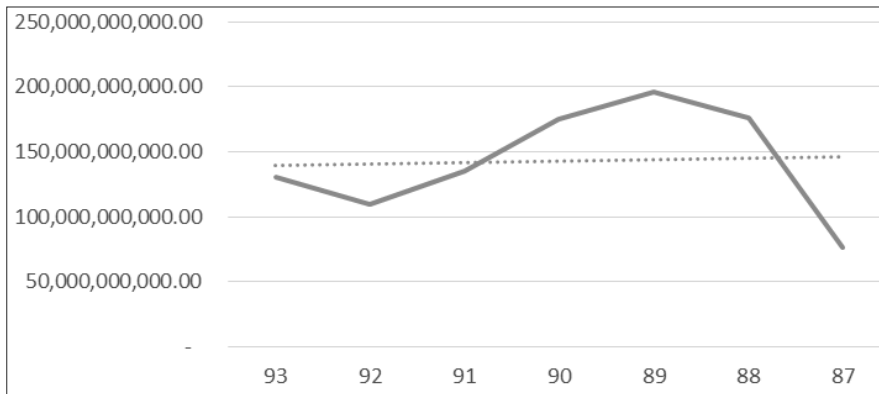
جدول شماره ۸. گزارش عملکرد خرید کتاب در سال ۱۳۹۳

تاریخ صورتجلسه	شماره صورتجلسه	تعداد عنوان	شمارگان	جمع قیمت پشت جلد به ریال
۱۳۹۳/۰۱/۲۷	۵۱۴	۲۸۹	۳۵,۲۰۰	۵,۴۰۷,۰۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۲/۱۰	۵۱۵	۱۷۸	۲۷,۳۰۰	۵,۱۱۵,۲۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۲/۲۴	۵۱۶	۳۴۷	۴۶,۵۰۰	۷,۵۸۳,۰۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۳/۰۷	۵۱۷	۳۲۹	۴۵,۱۵۰	۷,۹۴۷,۸۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۴/۰۴	۵۱۸	۲۵۰	۴۵,۱۸۰	۶,۷۳۳,۳۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۴/۱۸	۵۱۹	۵۸۱	۱۲۳,۳۵۰	۱۵,۸۶۳,۷۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۵/۰۱	۵۲۰	۳۱۰	۴۹,۱۹۰	۸,۱۶۴,۷۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۵/۱۵	۵۲۱	۲۸۵	۵۲,۷۶۰	۷,۰۷۸,۴۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۵/۲۹	۵۲۲	۲۵۱	۴۵,۶۵۰	۶,۰۰۵,۳۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۶/۱۲	۵۲۳	۱۴۶	۲۴,۷۵۰	۳,۳۹۷,۹۵۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۷/۰۲	۵۲۴	۳۰۵	۵۹,۷۰۰	۶,۵۷۹,۷۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۷/۰۹	۵۲۵	۲۱۴	۴۲,۷۵۰	۵,۷۷۵,۶۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۷/۲۳	۵۲۶	۲۲۵	۴۲,۴۵۰	۵,۰۹۳,۴۷۵,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۷/۳۰	۵۲۷	۲۳۷	۴۹,۷۰۰	۶,۳۲۲,۵۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۸/۲۱	۵۲۸	۲۱۶	۴۳,۱۵۰	۴,۳۹۰,۲۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۹/۱۲	۵۲۹	۱۶۲	۲۷,۶۰۰	۳,۴۳۵,۱۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۰۹/۲۶	۵۳۰	۳۰۰	۶۹,۲۲۲	۹,۷۰۲,۴۱۶,۰۰۰
۱۳۹۳/۱۰/۱۰	۵۳۱	۲۴۵	۴۴,۷۵۰	۷,۳۱۶,۲۰۰,۰۰۰
۱۳۹۳/۱۰/۲۴	۵۳۲	۲۶۹	۵۳,۳۵۰	۸,۳۸۴,۸۸۰,۰۰۰
جمع		۵,۱۳۹	۹۲۷,۷۰۲	۱۳۰,۲۹۶,۷۲۱,۰۰۰

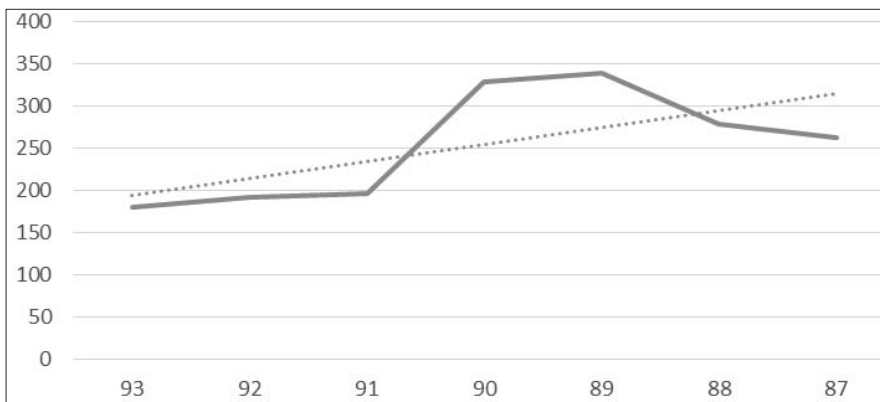
نمودار شماره ۱. مقایسه خرید نسخه کتاب از سال ۸۷ تا ۹۳



نمودار شماره ۲. مقایسه بهای کلی خرید کتاب از سال ۸۷ تا ۹۳



نمودار شماره ۳. مقایسه میانگین تعداد نسخه در هر سال



جدول شماره ۹. مقایسه عملکرد کل و میانگین خرید کتاب از سال ۸۷ تا ۹۳

سال	تعداد جلسات	تعداد عنوان	تعداد نسخه	خرید کل (ریال)	بهای هر کتاب	تعداد نسخه از هر عنوان	تعداد هر عنوان در هر جلسه
۱۳۸۷	۲۴	۵۴۰۲	۱,۴۱۸,۱۶۰	۷۶,۶۳۹,۲۸۱,۷۵۰	۵۴,۰۴۱,۳۵	۲۶۲,۵۲	۲۲۵,۰۸
۱۳۸۸	۳۶	۹۹۰۹	۲,۷۵۷,۲۷۱	۱۷۶,۰۹۸,۳۰۹,۹۰۰	۶۳,۸۶۶,۸۹	۲۷۸,۲۶	۲۷۵,۲۵
۱۳۸۹	۳۹	۸۸۴۴	۳,۰۰۳,۴۰۵	۱۹۶,۲۴۱,۷۵۷,۳۵۰	۶۵,۳۳۹,۷۶	۳۳۹,۶	۲۲۶,۷۷
۱۳۹۰	۳۶	۷۲۱۱	۲,۳۶۸,۹۵۵	۱۷۴,۸۳۴,۱۸۷,۵۰۰	۳۵۲,۱۳	۳۲۸,۵۳	۲۰۰,۳۱
۱۳۹۱	۲۰	۵۴۲۹	۱,۴۷۴,۵۸۰	۱۳۵,۲۱۵,۵۴۵,۰۰۰	۱۰۶,۰۰۹,۸۳	۱۹۶,۲۸	۲۷۱,۴۵
۱۳۹۲	۲۱	۴۵۳۶	۸۶۸,۶۰۰	۱۰۹,۹۰۰,۰۴۳,۰۰۰	۱۲۶,۵۲۵,۴۹	۱۹۱,۴۹	۲۱۶
۱۳۹۳	۱۸	۵۱۳۹	۹۲۷,۷۰۲	۱۳۰,۲۹۶,۷۲۱,۰۰۰	۱۴۰,۴۵۱,۰۵	۱۸۰,۵۲	۲۸۵,۵
جمع کل	۲۰۴	۴۶۴۷۰	۱۲,۸۱۸,۶۷۳	۹۹۹,۲۲۵,۸۴۵,۵۰۰			
میانگین	۲۵,۵	۶۲۷۶,۵	۱,۷۴۵,۲۶۵,۳۸	۱۳۷,۴۱۷,۲۹۴,۴۳۷,۵۰	۷۹۵۱۲,۳۶	۲۵۳,۸۹	۲۳۸,۱۵

### یافته‌های جداول و نمودارها

- در خلال هفت سال مورد مطالعه ۲۰۴ جلسه و هر سال به‌طور میانگین ۲۵,۵ جلسه برگزار شده است که بیشترین آن با ۳۹ مورد مربوط به سال ۸۹ و کمترین آن با ۱۸ مورد مربوط به سال ۹۳ است.
- در سال ۸۸ با ۹۹۰۹ عنوان بیشترین عنوان کتاب خریداری شده و در سال ۹۲ با ۴۵۳۶ عنوان کمترین خرید صورت گرفته است.
- تمامی نمودارها در سال ۸۸ تا ۸۹ روند صعودی دارد اما از سال ۹۰ به‌بعد سیر نزولی پیدا می‌کند که با افزایش قیمت‌ها و کمبود بودجه دولت معنادار است.
- مقایسه نمودارهای شماره ۱ و ۲ بیانگر آن است که شیب کلی میانگین بهای خرید کتاب

از کل میانگین تعداد نسخه‌های خریداری‌شده خیلی ملایم‌تر است. به عبارت دیگر، بودجه خرید کتاب نوسانات کم‌تری از خرید تعداد عناوین دارد، یعنی وضع بودجه خرید کتاب نسبتاً ثابت اما توان خرید تعداد عنوان کتاب به تدریج کاهش یافته است و متناسب با افزایش تورم و قیمت‌های پشت جلد کتاب، بودجه خرید کتاب افزایش نیافته است.

۵. با کم‌شدن قدرت خرید کتاب نسبت به افزایش گرانی و تورم در سال‌های ۹۱ به بعد، هزینه تولید افزایش یافته اما منبع درآمد ناشران از محل خرید کتاب کم‌تر شده است. ۶. بهای هر نسخه کتاب در سال ۸۷ بیش از ۵۰۰۰ تومان است که در سال ۹۳ به ۱۴۰۰۰ تومان افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، قیمت میانگین کتاب در این دوره هفت ساله حدود ۱۸۰ درصد افزایش یافته است اما تعداد عناوین از ۵۴۰۲ به ۵۱۳۹ عنوان یعنی در حدود ۷ درصد کاهش یافته است.

۷. تعداد میانگین عناوین کتاب خریداری‌شده هم روند نزولی دارد و از ۲۶۵ عنوان میانگین در سال ۸۷ به حدود ۱۸۰ در سال ۹۲ کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر، میانگین عناوین خریداری شده هم نشان می‌دهد قدرت خرید سال به سال کم‌تر و ضعیف‌تر شده است. ۸. به‌طور میانگین در هر جلسه در حدود ۲۳۸ عنوان کتاب را هیئت خرید کتاب بررسی و خریداری کرده است. با توجه به اینکه در هر جلسه تمامی کتاب‌هایی که بررسی شده‌اند، واجد شرایط خرید نبوده‌اند، بنابراین این تعداد کتاب بررسی شده باید بیشتر از این مقدار باشد. اگر فرض کنیم در هر جلسه در حدود ۳۰۰ عنوان کتاب بررسی می‌شود و زمان این جلسات هم به‌طور مفید در حدود دو ساعت یعنی ۱۲۰ دقیقه باشد، بنابراین در هر دقیقه ۲/۵ عنوان کتاب باید بررسی و در وقت کافی و مناسب باشد و احتمال اینکه این تصمیم‌گیری‌ها توأم با خطا و کم‌دقتی باشد، نادرست نیست.

۹. گرایش در هیئت خرید کتاب تابعی است از وضع گرایش سیاسی دولت. این گرایش که به‌طور طبیعی و خواسته یا ناخواسته عمل می‌کند، امری ذاتی در هیئت خرید کتاب است که نمی‌توان آن را نایده انگاشت.

۱۰. از نمونه‌های سیاسی بودن گرایش هیئت خرید کتاب می‌توان به خرید از نهادهای دولتی اشاره کرد. در وضعیت سیاسی دولت دهم به‌طور طبیعی خرید از نهادهای عمومی و دولتی شدت گرفت. به‌عنوان نمونه در حالی که خرید کتاب از بخش خصوصی به‌ندرت از ۱۰ عنوان تجاوز می‌کند، اما خرید کتاب از نهادهای دولتی یا عمومی بیش از بخش خصوصی از پارانه خرید کتاب منتفع می‌شوند. در همین زمینه، بخش خصوصی هم‌سو با دولت نیز از چنین وضعی برخوردارند. در یک نمونه در سال ۱۳۹۲، برخی از ناشرانی که بیشترین خرید کتاب از آن‌ها صورت گرفته به این شرح است:

### جدول شماره ۱۰. نمونه‌هایی از ناشرانی با بیشترین خرید عنوان کتاب

ناشر	تعداد عنوان
دانشگاه امام صادق (ع)	۶۳
فصل پنجم	۳۳
شرکت کتاب‌های جیبی	۳۳
خانه کتاب	۳۳
روزگار نو	۲۸
محراب قلم	۲۷

۱۱. از سوی دیگر عملکرد هیئت خرید کتاب خلاف سیاست‌های کلان معاونت امور فرهنگی است. زیرا یکی از اصول و مبانی سیاست‌های کلان این معاونت و مجوزهای آن، تقویت نهادهای ماندگار و نهادسازی در حوزه نشر است. اما خرید کتاب با ماهیت ناشر مؤلف با این سیاست تخالف دارد. زیرا خرید کتاب از ناشر مؤلف هر چند منع قانونی ندارد و یارانه خرید کتاب برای خرید کتاب‌های ارزشمند است، اما این سیاست نباید با اصول و مبانی دیگر سیاست‌های حمایتی در تعارض باشد. در همین سال ۹۳، شمار خرید کتاب از ناشر مؤلف ۴۵ عنوان است که تعداد آن از کل عناوین خریداری‌شده از یک ناشر فعال بیشتر است. هر چند این عناوین به یک فرد اختصاص ندارد.

### بررسی میزان تأثیر خرید کتاب بر گردش مالی تولید کتاب

پرسش اصلی در مورد خرید کتاب دست یافتن به این پاسخ است که خرید کتاب چه نقش و تأثیری در گردش مالی تولید کتاب دارد؟ دست یافتن به پاسخ این پرسش دشوار است زیرا این تأثیر هم از نظر کیفی و هم کمی موضوعیت دارد. اندازه‌گیری کیفی این تأثیر سخت است و شاید ناممکن. اما شاید بتوان ارزیابی کمی را تا حدی صورت داد. در جدول زیر میان میزان خرید کتاب با میزان کمی و حجم مالی تولید کتاب مقایسه‌ای شده است.

### جدول شماره ۱۱. مقایسه کمی تولید کتاب با میزان خرید کتاب در سال‌های ۸۷ تا ۹۳

سال	تعداد کل عناوین چاپ اول	تعداد کل عناوین خرید	درصد خرید به کل	تعداد نسخه خریداری شده	تیراژ کل کتاب	درصد خرید از تیراژ کل
۱۳۸۷	۲۵,۴۰۷	۵,۴۰۲	۲۱	۱,۴۱۸,۱۶۰	۲۲۱,۷۳۰,۰۶۷	۰.۶
۱۳۸۸	۲۸,۸۹۲	۹,۹۰۹	۳۴	۲,۷۵۷,۲۷۱	۲۰۵,۹۹۹,۶۳۹	۱.۳
۱۳۸۹	۳۳,۱۲۰	۸۸۴۶	۲۷	۳,۰۰۳,۴۰۵	۲۰۰,۶۷۳,۳۴۶	۱.۵
۱۳۹۰	۴۵,۰۵۰	۷,۲۱۱	۱۶	۲,۳۶۸,۹۵۵	۲۰۴,۵۱۳,۸۴۸	۱.۲
۱۳۹۱	۳۴,۲۶۵	۵,۴۲۹	۱۶	۱,۴۷۴,۵۸۰	۱۶۵,۸۳۳,۵۱۲	۰.۹
۱۳۹۲	۳۵,۵۴۱	۴,۵۳۶	۱۳	۸۶۸,۶۰۰	۱۵۷,۷۵۳,۱۴۹	۰.۶
۱۳۹۳	۳۵,۵۴۱	۵,۱۳۹	۱۴	۹۲۷,۷۰۲	۱۵۲,۳۱۸,۸۹۷	۰.۶
میانگین	۳۳,۹۷۴	۶,۶۳۹	۲۰	۱,۱۴۳,۴۵۰	۱۸۶,۸۸۶,۶۳۷	۱.۰

باتوجه به آمارهای جدول شماره ۱۰، در سال ۸۸ حدود ۳۴ درصد کل عناوین چاپ اول کتاب در این سال خریداری شده است، که رویداد مهمی است و در مقایسه با سال‌های دیگر یک جهش بی‌سابقه و نسبت به آینده یگانه است. به احتمال زیاد این عدد نادرست است. زیرا مقایسه درصد خرید کتاب از تیراژ کل هم تفاوت چشم‌گیری با سال‌های قبل و بعد ندارد. باید توجه داشت که در تعداد عناوین چاپ اول تمامی رشته‌ها منظور و محاسبه شده که کتاب‌های کمک‌درسی هم جزء آن است. اگر تعداد عناوین کمک‌درسی حذف شود که رقمی در حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد است، عدد ۳۴ درصد به حدود ۴۰ درصد هم می‌رسد. این عدد ۳۴ درصد در سال‌ها به تدریج کم می‌شود و در سال ۹۳ به ۱۴ درصد کاهش می‌یابد.

به‌طور میانگین نسبت تعداد نسخه‌های خریداری شده به شمارگان کل کتاب در سال در حدود یک درصد است. به عبارت دیگر در سال‌های ۸۷ و ۹۲ و ۹۳ در حدود ۶٪ کم‌ترین درصد خرید به نسبت شمارگان کل کتاب و در سال ۸۹ با خرید ۱٫۵ درصد کل بیشترین خرید صورت گرفته است. تفاوت سال‌های کم به سال‌های زیاد در حدود ۹٪ است. به عبارت دیگر تأثیر خرید کتاب بر کل اقتصاد نشر در حدود یک درصد است.

در این سال‌ها به‌طور میانگین سالی ۱۰ میلیارد تومان کتاب خریداری شده که این عدد نسبت به گردش مالی کل نشر که بنا بر یک برآورد و تخمین در حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیارد تومان است، رقم چندانی محسوب نمی‌شود. خرید به‌طور میانگین در حدود ۲۵۴ نسخه از شمارگان میانگین هر عنوان کتاب است که در حدود ۴ هزار عنوان در سال‌های دوره مطالعه است، این عدد هم در قیاس با شمارگان میانگین هر عنوان کتاب هم چندان قابل توجه و تأثیرگذار نیست. اما همین رقم و مبالغ اندک برای ناشران که با مشکل نقدینگی روبه‌رو هستند، قابل توجه است به‌ویژه در سال‌های اخیر که شمارگان کتاب به‌طور میانگین از ۵ هزار نسخه به حدود ۲ هزار نسخه کاهش شدید داشته است و این وضع در مورد کتاب‌های عمومی به حدود ۵۰۰ نسخه تنزل کرده است.

از سوی دیگر، بنا بر گزارش خانه کتاب ناشران فعال با ۵ عنوان کتاب به بالا در سال در حدود ۲۲۰۰ ناشر را شامل می‌شود. اگر این ۱۰ میلیارد تومان بودجه خرید کتاب در سال بین این ۲۲۰۰ ناشر فعال به شکل مساوی تقسیم و توزیع شود، سهم هر ناشر از بودجه کل کتاب ۴٫۵ میلیون تومان است. این عدد در مخارج ماهیانه ناشران هم رقمی محسوب نمی‌شود. هرچند برخی از ناشران از این رقم میانگین بیشتر بهره می‌برند. در واقع توزیع ناعادلانه این بودجه تأثیر زیادی بر برخی ناشران می‌گذارد.



## رویکرد و گرایش خرید کتاب

پرسش مهم در زمینه خرید کتاب این است که هیئت‌های خرید که جمعی از کارشناسان و صاحب‌نظران کتاب و مدیران حوزه معاونت امور فرهنگی به انتخاب وزیر یا معاون امور فرهنگی در هر دوره است، در عمل و صرف‌نظر از ملاک‌ها و معیارهای رسمی و اعلام‌شده از چه گرایش و رویکرد یا ملاحظاتی در خرید کتاب تبعیت می‌کنند؟ دست‌یافتن به پاسخ این پرسش کار تحقیقی و تحلیل آماری و کیفی مستقل و جامعی را اقتضا می‌کند. اما به‌قدر اجمال و مختصر از بررسی چند صورت‌جلسه خرید کتاب می‌توان به این ملاحظات دست یافت:

### ۱. گرایش خرید کتاب از حیث ناشران

هیئت خرید کتاب از تمامی ناشران دولتی، عمومی و خصوصی و حتی ناشر مؤلف کتاب خریداری می‌کند. این درحالی است که ناشران بخش دولتی و عمومی دارای بودجه انتشاراتی هستند، مانند انتشارات دانشگاه‌ها و مراکز دولتی. حداقل امکانات این ناشران این است که هزینه‌هایی مانند حقوق و دستمزد، مکان، جاری (آب، برق، تلفن و...)، تبلیغات و بعضاً مالیات را از محل درآمدهای فروش تأمین نمی‌کنند.

از سوی دیگر، هیئت خرید کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان نهاد موازی با هیئت خرید کتاب معاونت امور فرهنگی نیز در سال ۹۴ در حدود ۲۵ درصد از خرید کتاب‌هایش را به ناشران دولتی و عمومی اختصاص داده است. بنابر اظهارات مدیرکل منابع نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور که درخصوص میزان خرید کتاب در سال گذشته بیان کرد: در سال ۱۳۹۴، ۲۵۰۰ عنوان کتاب در ۱ میلیون و ۵۵۰ هزار نسخه، از ۳۰۰ ناشر خریداری و به کتابخانه‌های عمومی سراسر کشور ارسال شد؛ ۷۲ درصد این خرید از ناشران خصوصی و ۲۸ درصد از ناشران دولتی بوده است؛ همچنین ۴۰ درصد از مجموع اعتبار صرف شده در حوزه کودک و نوجوان و ۶۰ درصد به حوزه بزرگسال تخصیص یافت.<sup>۱</sup> لازم به‌ذکر است که کل بودجه یارانه خرید کتاب و نشریه این هیئت در سال ۹۴ حدود ۱۵۰ میلیارد ریال اعلام شده است. به‌عبارت دیگر، ناشران دولتی و عمومی از هر دو منابع خرید کتاب وزارت ارشاد بهره‌مند می‌شود.

بنابر تحقیق آقای هوشنگ ناییبی در سال ۱۳۷۷ با موضوع ارزیابی سیاست خرید کتاب،<sup>۲</sup> در این سال، درصد خرید از ناشران بر حسب دولتی و عمومی و کتاب درسی و علمی و تخصصی و ناشران عمومی و بی‌نام به شرح جدول زیر است:

۱. پایگاه خبری تحلیلی بی‌پاک، ۱۳۹۵/۴/۲۰.

۲. ناییبی، هوشنگ (۱۳۷۹). «ارزیابی یک سیاست؛ خرید کتاب از ناشران»، کتاب ماه علوم اجتماعی، مهر و آبان، ش ۳۶-۳۷، ص ۶۱-۵۲.

## جدول شماره ۱۲. گرایش خرید کتاب بر حسب شخصیت حقوقی ناشران

شخصیت حقوقی ناشر	تعداد عناوین خریداری شده	درصد خرید نسبت به کل
ناشران دولتی و مؤسسات عمومی	۱۲۸۱	۱۴/۵٪
ناشران کتاب درسی و علمی و تخصصی	۱۲۱۴	۱۲/۸٪
ناشران عمومی (سایر)	۶۹۳۲	۷۳/۳٪
بی نام	۴۹	۳٪
جمع کل	۹۴۵۶	۱۰۰٪

این درحالی است که برابر آیین نامه خرید کتاب سال ۷۷ و بند ب آن، خرید کتاب از ناشران دولتی و عمومی و کتاب درسی و کمک آموزشی اجتناب می شده است. به طور طبیعی در سال های پس از ۸۴ که این مانع مرتفع شد، خرید از ناشران دولتی و عمومی به دلیل تأکید و توجه به نوع کتاب به جای شخصیت حقوقی ناشر افزایش بیشتر یافته است. در مورد انتقاد از خرید از ناشران دولتی دبیر خرید کتاب در سال ۹۵ اظهار داشت: هدف از تشکیل هیئت خرید و انتخاب کتاب تنها کمک به ناشران نیست. یک هدف دیگر ما کمک به تجهیز کردن منابع کتابخانه ای کتابخانه های سراسر کشور است. ما نمی توانیم کتابخانه ها را از کتاب های خوبی که ناشران دولتی یا نیمه خصوصی منتشر می کنند محروم کنیم. به هر حال در رزومه کاری نشر دولتی و نیمه خصوصی کتاب های بسیار خوبی وجود داشته و دارد.<sup>۱</sup>

سیاست خرید کتاب در دو حوزه هیئت کتابخانه های کشور و معاونت امور فرهنگی دو سیاست موازی و مشابه است درحالی که می توان در یک تقسیم وظایف این دو سیاست متفاوت و مکمل هم باشند. به عبارت دیگر، هیئت خرید کتابخانه ها که با خرید از ناشران دولتی و عمومی، مسئله کمبود کتابخانه ها از کتاب های این ناشران را مرتفع کند و معاونت امور فرهنگی با تأکید بر خرید از ناشران خصوصی، به سیاست کلان حمایت و تقویت بنگاه های خصوصی وفادار بماند، سیاستی که در سال های گذشته هم اجرا شده و دستاورد بیشتری داشته است.

درواقع، با تقسیم وظایف و عملکرد متفاوت این دو نهاد هیئت خرید کتاب، می توان سیاست گذاری مؤثرتر و هدفمندتری را اجرایی کرد.

پیشنهادهایی مانند اعمال تخفیف بیشتر در خرید از ناشران دولتی هم نمی تواند تأثیر چندانی بر تبعیض در خرید از ناشران دولتی را برطرف نماید؛ زیرا در شرایط متعارف

۱. مهرزاد دانش، دبیر هیئت انتخاب و خرید کتاب وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ایلنا، ۹۵/۳/۱۹

هم ناشران دولتی به خریدهای معمولی هم تخفیف بیشتری می‌دهند. به‌عنوان نمونه، انتشارات دانشگاه تهران در سیاست فروش خود اعلام کرده است که به خریدهای بیش از یک میلیون تومان ۲۰ درصد تخفیف می‌دهد.

## ۲. گرایش خرید کتاب از حیث موضوعی

گرایش خرید کتاب از حیث موضوعی بیشتر تابع گرایش تولید کتاب چاپ اول است. در سال ۷۷، ۲۶/۶ درصد عناوین کتاب‌های خریداری از کتاب‌های ادبیات‌اند. ۱۹ درصد از کتاب‌های دینی، ۱۷/۳ درصد از کتاب‌های کودک و نوجوان و ۱۱/۳ درصد از کتاب‌های تاریخ و جغرافیا. ۲۵/۸ درصد عناوین نیز از سایر حوزه‌ها خریداری شده است. (۸/۸ درصد از علوم اجتماعی، ۶/۱ درصد از هنر، ۳/۷ درصد از علوم عملی، ۳/۲ درصد از فلسفه و روان‌شناسی، ۱/۷ درصد از زبان، ۱/۲ درصد از علوم خالص و ۱ درصد از کلیات)<sup>۱</sup>. این گرایش با گرایش تولید کتاب‌ها برحسب موضوع‌بندی دیویی تقریباً مشابه است.

۳. هیئت‌های خرید بعضاً به خرید بیشتر از کتاب‌های ارزان گرایش دارند. با توجه به تأثیر اندک خرید کتاب از حیث مالی و عنوان و شمارگان به‌نظر می‌آید خرید کتاب باید هدف‌مندتر و با تقویت ناشران بخش خصوصی که منابع مالی دیگری جز فروش کتاب ندارند، متمرکز شود و به‌جای خرید از ناشران عمومی و دولتی و ناشر مؤلف، نهادهای بخش خصوصی را تقویت کند.

۴. اگرچه تعداد نسخه خریداری‌شده به تناسب شمارگان هر عنوان است اما در بیشتر موارد، مؤلف و ناشر و محتوای کتاب در انتخاب تعداد تأثیر مهمی دارد. اما این قاعده در برخی موارد رعایت نشده است.

۵. خرید کتاب‌های دینی در بیشتر موارد بیشتر مورد توجه کمی بوده است.

۶. به‌نظر می‌رسد هدف تجهیز کتابخانه‌ها بر هدف سوم خرید کتاب یعنی «تثویق و حمایت از ناشران دارای کتاب‌های برتر» ترجیح داده شده و رویکرد غالب خرید متناسب با هدف اولی صورت گرفته است و هدف اولی بر دومی تقدم دارد.

## ارزیابی دیدگاه‌ها

درمورد عملکرد هیئت خرید کتاب دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. اما به‌نظر می‌رسد در اصل خرید کتاب اتفاق نظر و دیدگاه مشترکی بین ناشران وجود دارد. بنا بر نتایج تحقیقی در سال ۷۷، در حدود ۷۷ درصد ناشران از خرید کتاب ابراز خرسندی می‌کنند آن را در افزایش تولید و تقویت کتابخانه‌ها مؤثر می‌دانند و در حدود ۲۳ درصد آن را موجب خرید انتشار کتاب‌های کم‌خواننده و کم‌مصرف و وابستگی ناشران به دولت و افزایش ناشران

۱. نایی، ۱۳۷۹: ۶۱-۵۲.

می‌دانند. ۵۰ درصد ناشران خواهان آنند که وزارت ارشاد همه کتاب‌ها را به یک نسبت خریداری کند، ۲۳ درصد ناشران خواهان خرید کتاب‌هایی هستند که در کتابخانه‌های عمومی متقاضی دارند و ۹ درصد معتقد به خرید کتاب‌های خاص (کتاب‌های مفید، فرهنگی، مرجع و تخصصی) و سایر ناشران معتقد به خرید کتاب‌های پر فروش و عامه‌پسند هستند.<sup>۱</sup> در گفت‌وگو با ناشرانی مانند چشمه، ثالث، نی، مرکز و... همگی از سیاست خرید کتاب به‌طور مشروط دفاع می‌کردند.

بنابر گزارش دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی معاونت امور فرهنگی تحت عنوان «بازنگری در وضعیت یارانه‌های معاونت امور فرهنگی» که محصول جلسات کارشناسی و گفت‌وگو با صاحب‌نظران است، ارزیابی سیاست حمایتی خرید کتاب در موارد زیر جمع‌بندی شده است:

### الف) نقاط قوت

۱. کمک به رونق تولید کتاب؛
۲. غنی‌سازی منابع کتابخانه‌ای اعم از کتابخانه‌های عمومی، مساجد، مدارس و...؛
۳. ترویج کتاب‌خوانی در میان اقشار مختلف جامعه؛
۴. حمایت غیرمستقیم از پدیدآورندگان؛
۵. بهره‌مندی کتابخانه‌های مناطق کم‌تر توسعه‌یافته از کتاب‌های منتشرشده.

### ب) نقاط ضعف

۱. خرید کتاب از ناشران دولتی؛
۲. ایجاد وابستگی صنعت نشر به کمک‌های دولتی؛
۳. نامشخص بودن رویکرد معاونت امور فرهنگی نسبت به خرید کتاب به‌لحاظ هدف (حمایت از چرخه توزیع، ترویج یا کمک به ناشر)؛
۴. فقدان سازوکار جمعی و وحدت رویه در روند خرید کتاب؛
۵. نداشتن برنامه مشخص و مدون برای توزیع کتاب‌های خریداری‌شده؛
۶. بهره‌مندی ناهمسان ناشران از امکان خرید کتاب؛
۷. عدم حضور نمایندگان همه سازمان‌ها و نهادهای ذی‌نفع در هیئت خرید کتاب؛
۸. عدم توجه به حمایت از صورت‌های جدید نشر مانند نشر الکترونیک؛
۹. زیان‌زدن به چرخه نشر و حذف کتابفروشی‌ها و موزعان از یارانه‌ها؛

۱. اداره کل مراکز و روابط معاونت امور فرهنگی (۱۳۷۸). «گزارشی از نتایج نظرسنجی از ناشران درباره سیاست‌های نشر در سال ۷۷»، کتاب ماه علوم و فنون، اردیبهشت، ش ۱۳، ص ۱۶-۱۹.

۱۰. عدم توجه به نیاز مخاطبان؛
۱۱. دخالت سلاقی و علایق مدیران در خرید کتاب؛
۱۲. خرید کتاب‌هایی که حمایت پیش از چاپ دریافت کرده‌اند؛
۱۳. زمان‌بر بودن چرخه خرید تا انتقال به کتابخانه‌ها؛
۱۴. بالای بودن هزینه انبارداری.

### ج) ظرفیت‌ها

۱. انگیزه‌آفرینی در ناشران برای ارتقای کیفی نشر؛
۲. ایجاد ظرفیت‌های جدید در حوزه نشر به‌ویژه در شهرهای کوچک؛
۳. امکان تغییر روش‌های خرید کتاب و حرکت به سوی الگوهای هدفمند؛
۴. شناسایی نیازهای جامعه و مخاطبان از طریق رصد کتاب‌های درخواستی از انبار؛
۵. استفاده از طرح ملی مشارکت فنی و مالی دستگاه‌های اجرایی در شناسایی و انتخاب کتاب‌های کاربردی برای کتابخانه‌های عمومی؛
۶. استفاده از ظرفیت کتابداران محلی در خرید کتاب؛
۷. استفاده از کتاب‌شناسان در انتخاب کتاب؛
۸. جداسازی نهاد داوری از نهاد مجری.

### د) چالش‌ها

۱. تنزل جایگاه وزارت ارشاد در سطح خریدار و توزیع‌کننده کتاب به‌جای سیاست‌گذاری فرهنگی؛
۲. ایجاد انتظار غیرواقعی در ناشران برای خرید کتاب؛
۳. رشد کمی ناشران و گسترش صوری و سطحی نشر؛
۴. ابزاری‌شدن نظام خرید و اهدای کتاب در راستای اهداف گروه‌ها و افراد خاص؛
۵. احتمال کتاب‌سازی باهدف فروش کتاب.

در این گزارش و جمع‌بندی دیدگاه‌ها ابهاماتی وجود دارد جمله اینکه مرز متمایز و متفاوت معنای «چالش» یا «تهدید» با «ضعف» چندان مشخص نیست و تقریباً از نظر مضمونی یکسان و مشترک معنی هستند. زیرا چالش‌ها و ضعف‌ها به وضع کنونی اشاره دارند، درحالی‌که تهدیدها و چالش‌ها به آینده ارجاع می‌دهد. هم‌چنین بیشتر موارد ظرفیت‌ها از گونه بدیل و جایگزین سیاست کنونی محسوب می‌شوند، نه مزایا و فرصت‌های بالقوه وضع موجود؛ بنابراین شمار موارد چالش هم باید به موارد ضعف‌ها افزوده شود. در این صورت، در یک ارزیابی کلی می‌توان نتیجه گرفت که شمار ضعف‌ها و انتقادات به

وضع کنونی سیاست خرید کتاب در حدود ۲۰ مورد و حدود موارد مثبت و قوت آن در حدود ۵ مورد است. البته موارد ضعف و انتقادی بیشتر مصداقی و عینی هستند اما موارد مثبت بیشتر کلی و گمانه‌زنی است. در رویکرد کلی این ارزیابی، نقاط ضعف سیاست خرید کتاب بر نقاط قوت آن چیرگی دارند و موارد فرصت‌ها یا ظرفیت‌ها لزوم بازنگری در این سیاست حمایتی را تأیید می‌کند.

درواقع اصل خرید کتاب تجربه‌ای جهانی دارد و مورد اتفاق نظر است. اما تفاوت در ساختار و نهاد خرید کتاب است. خرید کتاب برای کتابخانه‌ها هیچ گزینه‌ای جز خرید توسط هیئت کارشناسی ندارد. اما اختلاف نظر در جایگاه این هیئت است. وضع تجربه‌شده در ایران بیشتر متکی بر هیئت متمرکز و روش تمرکزگرا در وزارت ارشاد است اما در تجربه بدیل و جهانی این نهاد درون کتابخانه‌ها استقرار دارد تا با توجه به نیازسنجی و تقاضاهای بومی و محلی و تخصصی کتاب‌ها انتخاب و خریداری شوند.

### جدول شماره ۱۳. ارزیابی نهایی سنجش خرید کتاب با اتکای بر شاخص‌های اثربخشی و عدالت فرهنگی

هدف	اثربخشی	عدالت
۱ توسعه و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی	این هدف چندان قابل استناد و ارزیابی نیست. زیرا داده‌ها و یافته‌های کمی برای اثبات چنین هدفی ناکافی است. هرچند به‌طور شهودی و کلی می‌توان اظهار داشت خرید نسخه‌هایی از کتاب کمک به کتاب و کتاب‌خوانی است.	باتوجه به گرایش فرهنگی هیئت‌های خرید کتاب در ادوار مختلف خرید کتاب به روش مستقیم با موازین عدالت تناسب ندارد. سوگیری‌های شورای خرید کتاب، خواسته یا ناخواسته بر خرید کتاب تأثیر مستقیم دارد.
۲ تجهیز و تقویت کتابخانه‌ها و مراکز فرهنگی کشور	این هدف بیش از سایر اهداف محقق شده است. صرف‌نظر از محتوای کتاب‌های خریداری‌شده از حیث کمی و بنا بر شیوه متعارف کتاب‌های خریداری شده بین کتابخانه‌های کشور توزیع می‌شود.	اطلاعات موجود درمورد روش توزیع کتاب برای سنجش این شاخص ناکافی است. عدالت به‌مفهوم توزیع کمی احتمالاً محقق است، اما به‌مفهوم توزیع کیفی نامعلوم است. به‌عبارت دیگر، معلوم نیست توزیع کتاب بر مبنای خرده‌فرهنگ‌های قومی و زبانی استان‌ها صورت گرفته باشد.
۳ تشویق و حمایت از ناشران دارای کتاب‌های برتر	این هدف به‌طور جدی مورد تردید است. زیرا از نظر مالی، تحقق این هدف تأثیر اندکی بر تشویق دارد و عوامل دیگری مانند وضعیت بازار و مصرف نقش تعیین‌کننده‌تری داشته است.	باتوجه به گرایش‌های سیاسی حاکم بر مدیریت کلان و خرد معاونت امور فرهنگی تحقق عدالت در این مورد محل تردید جدی است و ناعادلانه‌بودن آن بسیار محتمل است.

### طراحی سیاست نوین خرید کتاب و پیشنهادهای

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از: اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم، میزان بروکراتیک‌بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) در جدول زیر ارائه شده است. در این تحلیل شاخص‌های شش‌گانه برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه‌بودن، به‌علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره‌گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بنیادی و بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست یابند. روش نمره‌گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و کم، عادلانه بین سه وضعیت؛ عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند. در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است:

جدول شماره ۱۴. روش نمره‌گذاری سیاست خرید کتاب از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تاحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تاحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تاحدی	غیرمستقیم
میزان بروکراتیک‌بودن			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تاحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تاحدی	فعل محور

### جدول شماره ۱۵. نمره‌بندی شاخص‌های شش‌گانه ارزیابی سیاست خرید کتاب

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم یا غیرمستقیم	بروکراتیک	فناوری	فاعل محور یا جمع
خرید کتاب	متوسط (۱)	نا عادلانه (۰)	مستقیم (۰)	زیاد (۰)	کم (۱)	فاعل محور (۰)
						۲

باتوجه به جمع نمرات سیاست خرید عدد ۲ است که در مرتبه بین حذف و اصلاح بنیادی جای می‌گیرد. به عبارت دیگر سیاست خرید کتاب اگرچه اثربخشی متوسطی دارد، اما از حیث سایر شاخص‌ها در رتبه ضعیف است؛ بنابراین به‌منظور بهره‌وری باید تغییرات اساسی در آن صورت گیرد. این تغییرات به این شرح است:

### جدول شماره ۱۶. نوع و دامنه تغییرات در سیاست خرید کتاب

موضوع	تغییر در هدف‌گذاری		تغییر در سازمان		تغییر در روش		تغییر در فناوری	
	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت
خرید کتاب	خرید انحصاری از بخش خصوصی	واگذاری بودجه خرید به کتابخانه‌ها	تمرکززدایی	کتابخانه محوری و تحول از مجری با ناظر	توزیع عادلانه به نسبت تعداد کتاب‌های ناشران	توزیع عادلانه براساس نیاز محلی کتابخانه‌ها	گردآوری اطلاعات و پردازش هوشمند	مدیریت دانش و اطلاعات نظارت و ارزشیابی

۱. خرید کتاب تابعی است از دو عامل بودجه و ترکیب فرهنگی هیئت خرید کتاب. به‌طور طبیعی و غیرارادی ناشران هم‌سو با گرایش هیئت خرید کتاب نفع بیشتری از خرید کتاب می‌برند. به‌همین دلیل این نوع یارانه هم مستقیم و بروکراتیک تلقی می‌شود و هم نا عادلانه. روش جایگزین به‌صورت مطلق وجود ندارد. در همه جای جهان کتابخانه‌ها زیر نظر کارشناسان خود و باتوجه به گرایش کتابخانه و نوع مخاطبان خود از ناشران کتاب خرید می‌کنند. خرید کتاب زیر نظر هیئت کارشناسی اجتناب‌ناپذیر است اما می‌توان وضعیت متمرکز و یکپارچه این هیئت کارشناسی را اصلاح کرد و انتخاب خرید را به کتابخانه‌ها واگذار کرد تا براساس نیاز بومی و محلی و تخصصی خود اقدام به خرید کتاب کنند.

۲. روش بنیادین‌تر برای رفع تمامی سازوکارهای اداری و بروکراتیک و مستقیم و



غیرعادلانه، خرید مطلق از تمامی کتاب‌های چاپ اول به‌استثنای خرید از ناشران دولتی و عمومی و رده‌های دیوبی علوم طبیعی و ریاضیات، زبان، علوم عملی و کمک‌آموزشی است. به‌عنوان مثال در سال ۹۲، کل عناوین چاپ اول ۳۵۵۴۱ عنوان بوده که با کسر سه رسته و رده یادشده این تعداد به ۱۰۱۴ عنوان کاهش می‌یابد. اگر ناشران دولتی و عمومی هم از این عناوین حذف شوند، این رقم احتمالاً ۳۰ درصد کاهش مجدد می‌یابد و تعداد کل عناوین واجد شرایط خرید کتاب به ۷ هزار می‌رسد. بودجه خرید کتاب در سال ۹۲، در حدود ده میلیارد تومان بود، براین اساس از هر عنوان کتاب چاپ اول به‌طور مطلق ۱۴۲۸۰۰۰ تومان خرید می‌شود که با احتساب قیمت میانگین هر جلد کتاب (۷۴۰۰ تومان) از هر عنوان حدود ۱۹۳ نسخه خریداری می‌شود. این روش نیازمند هیچ نوع کارشناسی و فرایند بروکراتیک نیست و با استفاده از داده‌های خانه کتاب و نوشتن برنامه مخصوص خرید کتاب روش قابل اجرایی است و هیئت خرید کتاب به هیئت نظارت بر خرید کتاب تغییر وضعیت می‌دهد و موارد خاص و خطا را رسیدگی می‌کند. به‌عنوان مثال در رسته زبان که مطلق خرید آن حذف شد، هیئت نظارت می‌تواند به موارد استثنایی رسیدگی کند.

۳. برای رعایت عدالت، در برنامه‌نویسی و نرم‌افزار خرید کتاب می‌توان به سابقه ناشران و کل عناوین کتاب منتشرشده آن امتیازاتی داد تا به‌صورت خودکار اعمال شود. به‌عنوان مثال ناشری که ۲۰ سال سابقه کار دارد و بیش از ۲۰۰ عنوان کتاب منتشر کرده است، با اعمال ضرایبی بیش از میانگین خرید کتاب که فرضاً ۱۹۳ عنوان است، کتاب خریداری شود. بدین ترتیب امتیازات خرید کتاب به فرایند نشر و تولید و سابقه کتاب مربوط می‌شود نه صرف عامل کتاب. در این روش دخالت اداری در اعمال خرید کتاب به حداقل کاهش می‌یابد.

### تجدید سازمان و روش خرید کتاب

برمبنای پیشنهاد مطرح و طرح جایگزین، معاونت امور فرهنگی نقش خود را به‌جای مجری سیاست خرید کتاب‌بودن، به سیاست‌گذار و وظایف ستادی متحول کرده و بودجه خرید کتاب را به‌تناسب تعداد کتابخانه‌های استانی میان آن‌ها توزیع کرده و با تشکیل شورای ملی نظارت و ارزشیابی خرید کتاب، بر روش‌ها و چگونگی خرید کتاب توسط استان‌ها نظارت می‌کند تا اهداف سیاست خرید کتاب به‌درستی اجرا شود. این نظارت به‌تدریج می‌تواند از سطح استانی به شهرها و شهرستان‌ها گسترش یابد. براساس آمار هیئت کتابخانه‌های کشور تعداد کتابخانه‌ها براساس استان‌ها به شرح جدول زیر است که بودجه خرید کتاب می‌تواند براساس این تعداد و هم‌چنین شاخص

تعداد مراجعه‌کنندگان توزیع شود.

شورای ملی نظارت و ارزشیابی خرید کتاب براساس گزارش‌های میدانی و اطلاعات و نرم‌افزارهای تخصصی مربوط، هر سال بودجه خرید کتابخانه‌ها را تغییر و افزایش یا کاهش داده و خطاها و انحرافات آن‌ها را اعلام و پیگیری کند.

۱. شورای ستادی خرید کتاب در معاونت امور فرهنگی باید نقش سیاست‌گذاری با مشورت نهادهای تخصصی را برعهده گیرد و وظیفه اصلی آن نظارت و ارزشیابی اجرا و عملکرد استان‌ها باشد؛

۲. طراحی نوین سیاست خرید کتاب مستلزم وجود نظام گردآوری و پردازش و تحلیل و انتقال داده‌ها مجهز به آخرین نرم‌افزارهای هوشمند اطلاعاتی باشد. روش کنونی گردآوری اطلاعات سنتی است و متکی بر نقش عوامل انسانی.

جدول شماره ۱۷. تعداد کتابخانه‌های کشور براساس استان‌ها

### تعداد کتابخانه‌های عمومی کشور

(در پایان ماه شهریور سال ۱۳۹۳)

ردیف	نام استان	نهادی	مشارکتی	مستقل	تعداد کل
۱	آذربایجان شرقی	۱۰۲	۳۱	۱	۱۳۴
۲	آذربایجان غربی	۶۸	۴۳	۴	۱۱۵
۳	اردبیل	۵۳	۱۱	۰	۶۴
۴	اصفهان	۱۶۱	۱۱۲	۴	۲۷۷
۵	البرز	۳۴	۳۵	۱	۷۰
۶	ایلام	۳۰	۵	۰	۳۵
۷	بوشهر	۶۲	۱۲	۰	۷۴
۸	تهران	۱۳۷	۱۵۱	۳	۲۹۱
۹	چهارمحال و بختیاری	۴۰	۱۸	۰	۵۸
۱۰	خراسان جنوبی	۴۸	۱۲	۰	۶۰
۱۱	خراسان رضوی	۱۰۹	۸۲	۴	۱۹۵
۱۲	خراسان شمالی	۴۹	۱۴	۰	۶۳
۱۳	خوزستان	۱۶۳	۵۵	۰	۲۱۸
۱۴	زنجان	۶۴	۱۶	۰	۸۰
۱۵	سمنان	۴۶	۱۶	۲	۶۴
۱۶	سیستان و بلوچستان	۵۴	۹	۰	۶۳
۱۷	فارس	۱۵۲	۴۵	۱	۱۹۸
۱۸	قزوین	۲۷	۲۱	۰	۴۸
۱۹	قم	۲۳	۲۸	۰	۵۱
۲۰	کردستان	۴۶	۳۸	۰	۸۴
۲۱	کرمان	۹۷	۲۷	۱	۱۲۵
۲۲	کرمانشاه	۶۷	۱۸	۰	۸۵
۲۳	کهگیلویه و بویر احمد	۵۶	۵	۰	۶۱
۲۴	گلستان	۵۲	۱۸	۰	۷۰
۲۵	گیلان	۷۳	۱۷	۱	۹۱
۲۶	لرستان	۳۶	۲۱	۰	۵۷
۲۷	مازندران	۶۶	۳۳	۲	۱۰۱
۲۸	مرکزی	۶۴	۱۳	۰	۷۷
۲۹	هرمزگان	۴۳	۱۸	۰	۶۱
۳۰	همدان	۷۴	۱۴	۱	۸۹
۳۱	یزد	۹۲	۱۹	۰	۱۱۱
	منطقه آزاد کیش	۰	۷	۰	۷
	<b>کل کشور</b>	<b>۲۰۱۸۸</b>	<b>۹۶۴</b>	<b>۲۵</b>	<b>۳۱۷۷</b>

فصل چهارم

---

بررسی تحلیلی  
سیاست حمایتی بن کتاب

---

## درآمد نظری

بن کتاب از مصادیق یارانه‌ای است که دولت برای هدف‌ها و مقاصد معینی به مصرف‌کننده یا خریدار کتاب اعطا می‌کند. تعریف یارانه (Subsidy) در فرهنگ‌نامه آکسفورد عبارت است از: «مقدار منابعی که از محل بودجه عمومی به صنعت و بازرگانی کمک می‌شود تا قیمت خدمات و کالایشان را در سطح پایین نگاه دارند.»

یارانه هم‌چنین «کمک‌های بلاعوض به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان برخی از کالاها و خدمات است. پرداخت کمک مالی (یارانه) می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد، مانند پایین نگه‌داشتن سطح قیمت (از طریق قدرت خرید واقعی خریداران) یا حفظ روند تولیدی یک کالای معین. یکی از خصوصیات عمده کمک مالی که با پرداخت‌های انتقالی از سوی دولت تفاوت دارد، آن است که در اغلب موارد هدف پرداخت از یارانه، حفظ قیمت‌های کالاها و خدمات نهایی، در سطحی پایین‌تر از هزینه تأمین عوامل تولید است. پرداخت یارانه می‌تواند، از طریق تحریف قیمت‌های بازار و هزینه تولید، منجر به تخصیص نامطلوب منابع گردد. هرچند که این امکان وجود دارد که این اختلالات را جبران کند (از طریق آثار خارجی) و حتی می‌توان از پرداخت یارانه در جهت حمایت از صنایع نوزاد استفاده کرد. این امکان وجود دارد که با استفاده از ابزارهای جایگزین که اثرات سوء یارانه را دربر ندارد جهت تحقق این اهداف استفاده کرد، مانند حمایت مستقیم درآمدی از طریق نظام جمع‌آوری مالیات (مرتضی قره‌باغیان، فرهنگ سیاست و بازرگانی انگلیسی به فارسی، چاپ اول، تهران، مؤسسه خدمات فرهنگی، ۱۳۷۱، ص ۷۷۵).

این یارانه ممکن است مستقیم یا غیرمستقیم باشد. هم‌چنین در تقسیم‌بندی دیگری یارانه‌ها بر مبنای طبقه‌بندی براساس نحوه توزیع یارانه‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱. یارانه باز مانند حامل‌های انرژی و شیر. این یارانه، برای همه خریداران یک کالا به‌طور یکسان اعمال می‌شود و یارانه را متوجه بازار می‌کند؛ مانند یارانه بنزین. چگونگی توزیع این یارانه، مستقیماً به‌میزان خرید برمی‌گردد، به‌طوری که هرکس در بازار بیشتر خرید

کند، بیشتر یارانه خواهد گرفت. از اشکالات این نوع یارانه، این است که بیشتر خانوارهای ثروتمند از آن بهره می‌برند.

۲. یارانه سرانه مانند کالابرگ کالاهای اساسی که به صورت کوپن عرضه می‌شود. این نوع از یارانه، نسبت به یارانه باز از لحاظ توزیع درآمد، بهتر بوده و توزیع درآمد را به نفع خانوار فقیر تغییر می‌دهد.

۳. یارانه هدفمند مانند یارانه اعتبارات مثل تصمیم‌های دولتی، یارانه نرخ بهره به مؤسسات یا وام‌های با نرخ بهره پایین، نظیر وام‌هایی که مثلاً به مراکز محروم با بهره‌های کم‌تر داده می‌شود یا وام‌هایی را به بخش کشاورزی یا بخش‌های دیگر با نرخ‌های پایین‌تری از نرخ رایج بازار پرداخت می‌کند. (یارانه و انواع آن. محسن نظری، راهکار مدیریت، سال ۸۷). بنابراین، با این تعاریف، یارانه هدفمند، یارانه‌ای است که در آن افراد فقیر کاملاً لحاظ شده و یارانه تنها به آن‌ها پرداخت می‌شود.

در حقیقت، یارانه‌ها اغلب به عنوان ابزاری کوتاه‌مدت برای پوشش نارسایی‌های سیستم اقتصاد باز و جبران آثار نامناسب استراتژی‌های توسعه قلمداد می‌شوند. یعنی در برخی موارد استفاده نکردن از کالایی، آنچنان اثر جانبی منفی دارد که دولت برای افزایش مصرف آن کالا در حد بهینه و مطلوب برای جامعه یارانه پرداخت می‌کند یا اینکه استراتژی‌هایی مانند افزایش خصوصی‌سازی در کوتاه‌مدت، موجب تشکیل گروه‌های آسیب‌پذیر می‌شود که برای پوشش و جبران این آثار منفی یارانه پرداخت می‌شود. بدیهی است که پرداخت یارانه ابزاری است در جهت تحقق اهداف فوق، نه اینکه خود پرداخت یارانه هدف باشد. اقتصاددانان نیز تا جایی پرداخت یارانه را پیشنهاد می‌دهند که فواید حاصل از استفاده یارانه بر هزینه‌های آن پیشی گیرد. (مهدی علیزاده، درآمدی بر تأثیرات اقتصادی هدفمند کردن یارانه‌ها. اقتصاد شهر؛ شماره هشتم، ۱۳۸۹). در واقع، اقتصاددانان در مورد مدت یارانه‌ها تأکید دارند که یارانه‌ها نباید نامحدود باشد و در طی زمان باید با شاخص‌های کارایی و عدالت در مورد آن بازنگری شود.

به عبارت دیگر یارانه متکی بر دو اصل می‌تواند استمرار یابد و به شرطی مؤثر خواهد بود که هدف‌های روشنی چه در زمینه کارایی یا برابری داشته باشد. (آلن پیکاک و... ۱۳۷۶. ص ۲۳۶). بنابراین تأثیرگذاری یارانه بر دو رکن استوار است:

۱. هدف مشخص از حیث اثربخشی؛
۲. هدف مشخص از حیث عدالت.

این دو اصل شاخص‌های مهم در ارزیابی سیاست‌های یارانه‌ای است که در این تحقیق این شاخص‌ها در ارزیابی و سنجش یارانه بن کتاب، چه به صورت کاغذی و چه به صورت کارت الکترونیک، در تلفیق با شاخص‌های به دست آمده از بخش نخست تحقیق، به کار بسته می‌شوند.

## پرسش‌های تحقیق

۱. آیا فرایند توزیع بن کتاب اثربخش بوده است؟
۲. آیا فرایند توزیع بن کتاب عادلانه بوده است؟
۳. آیا وضع موجود توزیع بن کتاب قابل اصلاح بوده و فرصت‌ها و ظرفیت‌های جدید و نهفته‌ای است؟

## روش

روش این تحقیق تحلیل داده‌های آماری و اسناد اطلاعات مربوط به بن کتاب در خلال یک دهه گذشته و استفاده از نظرهای ناشران و کارشناسان امور کتاب در نقد و ارزیابی کارایی و عدالت توزیع بن کتاب خواهد بود.

## مقدمه

در سال‌های نخست دهه هفتاد (۱۳۷۲) به‌منظور تقویت قدرت خرید و افزایش تقاضای و کمک به مصرف‌کنندگان و خریداران کتاب، بن کاغذی کتاب طراحی و اجرا شد. بن‌های کاغذی دارای ارزش ریالی مشخصی‌اند، که کتابفروشان و ناشران در ازای آن بدون کسر هزینه‌ای، کتاب به خریدار می‌فروشند. کتاب جایگزین پول نقد در بازار کتاب شده و همان اعتبار را دارا بود.

بن‌ها به دو روش توزیع می‌شوند:

۱. **بن هدیه:** در این روش دریافت‌کننده بن مبلغی را بابت بن پرداخت نمی‌کند و از صد درصد تخفیف در خرید کتاب بهره‌مند می‌شود.
۲. **بن مشارکتی:** در این روش دریافت‌کننده بن (بیشتر اشخاص حقوقی) بابت دریافت بن مبلغی از بهای بن را که حداکثر ۸۰ درصد بهای آن است، پرداخت و از تخفیف بیش از ۲۰ درصد بهره‌مند می‌شود.

## بررسی اسناد بالادستی

با گذشت بیش از دو دهه از عمر طراحی، اجرا و توزیع و مصرف بن کتاب، چندین آیین‌نامه و مقرارت در این مورد تصویب و اعلام شده است که در اینجا به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

**الف)** مصوبه شورای اقتصاد؛ اصلاح نظام پرداخت یارانه و قیمت‌گذاری کاغذ چاپ و تحریر (تاریخ: ۱۳۸۵/۴/۲۸)

متن این مصوبه به این شرح است:

وزارت بازرگانی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور شورای اقتصاد در جلسه مورخ ۱۳۸۵/۴/۱۳ پیشنهاد شماره ۲۹۸۷۷ مورخ ۱۳۸۴/۱۲/۲۸ وزارت بازرگانی در خصوص اصلاح نظام پرداخت یارانه و قیمت‌گذاری کاغذ چاپ، تحریر و روزنامه را مورد بحث و بررسی قرار داد و تصمیم‌هایی به شرح زیر اتخاذ کرد:

۱. انواع کاغذ چاپ، تحریر و مطبوعات از زمان اجرای بند «۴» این مصوبه، از فهرست کالاهای مشمول قیمت‌گذاری خارج می‌شوند. ...  
 ۴. روش پرداخت یارانه فرهنگی به شرح زیر تعیین می‌شود: ...  
 ۴-۴. تهیه و تدارک کتاب‌های غیردرسی (از محل کاغذ ۷۰ گرمی گروه صنایع کاغذ پارس) و پرداخت یارانه آن، تا تاریخ ۱۳۸۵/۹/۱ طبق رویه گذشته ادامه خواهد یافت و پس از این تاریخ یارانه مذکور در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار می‌گیرد تا به صورت نقدی به مصرف‌کنندگان ذی‌ربط پرداخت شود.

ب) آیین‌نامه نحوه پرداخت یارانه در حوزه نشر و مطبوعات  
 این آیین‌نامه به شماره ۱۶۴۴۵۰/ت/۳۸۵۵۶هـ که در تاریخ ۱۳۸۸/۸/۱۸ به تصویب هیئت دولت رسیده به این شرح است:

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۸/۸/۱۳ بنا به پیشنهاد مشترک معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، موضوع نامه شماره ۱۰۰/۹۹۴۹ مورخ ۱۳۸۶/۷/۳۰ معاونت یادشده و به استناد بند «ز» ماده (۱۰۴) قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران - مصوب ۱۳۸۳ - آیین‌نامه نحوه پرداخت یارانه در حوزه نشر و مطبوعات را به شرح زیر تصویب نمود:

آیین‌نامه نحوه پرداخت یارانه در حوزه نشر و مطبوعات  
 ماده ۱. به‌منظور ساماندهی نظام پرداخت یارانه حوزه نشر و مطبوعات و اجرای بخشی از بند «ز» ماده ۱۰۴ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران - مصوب ۱۳۸۳ - اعتبار ردیف پیش‌بینی شده به‌منظور حمایت از نشر کتاب و مطبوعات به شیوه‌های حمایتی مشخص شده در این آیین‌نامه هزینه می‌شود.  
 بخش اول - حوزه کتاب ماده ۲ - پرداخت یارانه مصرف‌کنندگان کتاب به شیوه‌های زیر صورت می‌گیرد:

۱. انتشار کارت اعتباری یا بن ارزشی خرید کتاب برای استفاده اقشار جامعه با اولویت گروه‌های زیر:



الف) دانش‌آموزان به‌ویژه در مقطع دبیرستان؛

ب) دانشجویان در مقاطع کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری؛

ج) طلاب علوم دینی در مقاطع مقدماتی، سطح و خارج؛

د) استادان اهل قلم و فرهیختگان برجسته کشور.

۲. تخفیف در بهای کتاب در زمان برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، حداقل معادل تخفیفی که ناشران در نمایشگاه به خریداران کتاب اعطا می‌نمایند.

۳. پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز بابت حمایت از خرید کتب خارجی توسط دانشجویان، استادان، پژوهشگران، اهل قلم و کتابخانه‌های کشور از نمایشگاه بین‌المللی کتاب در داخل کشور، تا سقف نه‌میلیون (۹,۰۰۰,۰۰۰) دلار.

تبصره ۱. حداقل هفتاد درصد (۷۰) اعتبار منظور شده، در بند (۱) ماده (۲) برای اعطا کارت اعتباری یا بن ارزشی به دانش‌آموزان، دانشجویان و طلاب هزینه می‌شود.  
تبصره ۲. حداقل پنجاه درصد (۵۰) از اعتبار این بخش از آیین‌نامه به ماده (۲) اختصاص می‌یابد.

ماده ۳. خرید و اهدای کتاب به‌منظور تقویت کتابخانه‌های کشور، ارتقای فرهنگ عمومی و گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی با رویکرد افزایش دسترسی مخاطبان با سلیق مختلف به کتاب، به‌خصوص جوانان، براساس دستورالعملی است که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تنظیم می‌شود.

تبصره ۱. کتابخانه‌های شخصی که مورد استفاده عموم نمی‌باشد مشمول این ماده نمی‌شود.  
تبصره ۲. مؤسسات فرهنگی و پژوهشی غیردولتی از طریق اهدای کتاب‌های خریداری شده از محل اعتبار این بخش، مورد حمایت قرار می‌گیرند.

تبصره ۳. حداکثر سی درصد (۳۰) اعتبار این بخش از آیین‌نامه، در ماده (۳) هزینه می‌شود.  
ماده ۴. کمک به شبکه توزیع کتاب برای افزایش دسترسی استفاده‌کنندگان کتاب، از طریق پرداخت یارانه سود و کارمزد تسهیلات بانکی به‌منظور کمک به خرید، احداث یا راه‌اندازی انبار، تجهیزات توزیع کتاب، کتابفروشی و مجتمع‌های فروشگاه کتاب و نمایشگاه و فروشگاه‌های سیار کتاب و مراکز پخش کتاب، حداکثر تا ده درصد (۱۰) اعتبار این بخش از آیین‌نامه اختصاص می‌یابد.

ماده ۵. حداکثر تا ده درصد (۱۰) اعتبار موضوع این بخش از آیین‌نامه بابت کمک به انتشار آثار ارزشمند و اطلاع‌رسانی و تبلیغات کتاب و راه‌اندازی پایگاه‌های تازه‌های کتاب و برگزاری نمایشگاه‌های استانی اختصاص می‌یابد.

تبصره: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و شهرداری‌ها موظف‌اند در زمینه تبلیغات عمومی برای ایجاد انگیزه در ترویج کتاب‌خوانی و اطلاع‌رسانی در زمینه کتاب از طریق

تبلیغات رسانه‌ای، محیطی و شهری همکاری لازم را به‌عمل آورند. ماده ۶: افزایش یا کاهش حداقل‌ها و حداکثرهای مورد عمل به‌عنوان سهم اعتباری هر ماده در این بخش تا ده درصد (۱۰) براساس شرح عملیات موافقتنامه متبادله قابل تغییر است.

بند (ز) ماده ۱۰۴ قانون برنامه چهارم تصریح می‌کند که: «ساماندهی نظام یارانه‌ای بخش فرهنگ، با اولویت کودکان، دانش‌آموزان و دانشجویان با رویکرد تغییر نظام پرداخت یارانه از تولید به‌سمت مصرف، برای کلیه اقشار جامعه و خرید محصولات فرهنگی».

به این مصوبه قانونی که جامعه هدف آن به اقشار کودکان، دانش‌آموزان و دانشجویان محصور و محدود است در آیین‌نامه مصوب هیئت وزیران، اقشار طلاب و اساتید هم افزوده شد. در تبصره‌های ماده ۲ اگرچه به حداقل ۵۰ میزان مصرف از این اعتبار برای تخفیف به نمایشگاه‌های کتاب و ۳۰ به خرید کتاب برای اهدا به کتابخانه‌ها تأکید و تصریح شده است اما درمورد بن کتاب قید و محدودیتی مشخص نشده فقط تأکید شده که حداقل ۷۰ از محل اعتبار آن باید به کودکان و دانش‌آموزان و دانشجویان اختصاص یابد. در مجموع به‌نظر می‌رسد بن کتاب از نگاه این مصوبه حداکثر تا ۲۰ اعتبار منظور شده است. به‌عبارت دیگر در مصوبه ساماندهی یارانه نشر روش‌های حمایت از نشر به‌ترتیب اولویت عبارتند از:

۱. تخفیف در بهای کتاب در زمان برگزاری نمایشگاه‌های کتاب (حداقل ۵۰ اعتبارات)؛

۲. خرید و اهدای کتاب (حداقل ۳۰ اعتبارات)؛

۳. انتشار کارت اعتباری یا بن ارزشی خرید کتاب (با تخصیص اعتبار نامشخص).

بنابراین روش یارانه‌ای بن و کارت الکترونیک از منظر مقررات رتبه سوم اهمیت و تأکید را دارد. اما نکته این است که در قوانین و مقررات فراسازمانی (دولت) به بن کتاب به‌طور مشخص تأکید نشده است و سرفصل کلی آن پرداخت یارانه است و وجه قانونی و اسنادی آن به آیین‌نامه‌های داخلی وزارت‌خانه مربوط است و تفسیر آن هم درمورد اصل و فرع یا روش‌های آن به دیدگاه مدیران عالی این نهاد بازمی‌گردد. به‌عبارت دیگر، تفسیر درمورد وجوب یا بقای این روش یارانه‌ای در اختیار تصمیم و دیدگاه کارشناسی هیئت دولت بستگی دارد که با پیگیری وزارت ارشاد هر نوع تغییر و اصلاحی ممکن است.

چنانچه در قانون بودجه هم به بن کتاب تصریح و تأکید نشده و در ردیف بودجه ۳-۱۱۴۰۰۰ به‌طورکلی و بدون ذکر روش و نام بن کتاب عنوان «حمایت از نشر کتاب و مطبوعات، برنامه توسعه نشر کتاب و ترویج کتاب‌خوانی» دارد. بنابراین هرگونه اصلاح یا تغییر بنیادی در این روش مشکل و منع قانونی ندارد.

### جایگاه بن کتاب در نظام پرداخت یارانه‌ها

در نمودار زیر درصد اعتبارات تخفیف نمایشگاهی، اهدای کتاب به کتابخانه‌ها و بن کتاب به‌روش مقایسه‌ای از منظر مصوبه هیئت وزیران ترسیم شده است:

نمودار شماره ۱. درصد تخصیص اعتبارات یارانه کتاب



■ بن کتاب ■ اهدای کتاب ■ تخفیف نمایشگاهی

به‌عبارت دیگر، بن کتاب از حیث اعتبارات مصوب در رتبه سوم جای دارد.

### اهداف توزیع بن کتاب

اهداف توزیع بن کتاب با اتکا بر دو مصوبه قانون چهارم برنامه توسعه و شورای اقتصاد به‌شرح زیر از سوی معاونت امور فرهنگی برای تعیین اهداف توزیع بن کتاب استفاده شده است.

۱. بند ز قانون چهارم توسعه مبنی بر «ساماندهی نظام یارانه‌ای بخش فرهنگ با اولویت دانش‌آموزان و دانشجویان با رویکرد تغییر نظام پرداخت یارانه از تولید به‌سمت مصرف برای کلیه اقشار جامعه و خرید محصولات فرهنگی»؛

۲. بند ۱ ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی بند ۷ مصوبه شماره ۳۰۹/۷۰۲۴۰ مورخ ۸۵/۴/۲۸ شورای اقتصاد. در این مصوبه هدف از پرداخت یارانه در حوزه نشر «استفاده اقشار جامعه و کمک به جامعه علمی کشور و ترویج کتاب و کتاب‌خوانی در دستگاه‌های دولتی و غیردولتی و عمومی با اولویت حمایت از گروه‌های هدف»، منظور شده است.

به‌طور خلاصه می‌توان اهداف توزیع بن کتاب را به موارد زیر محدود کرد:

۱. تغییر جهت‌گیری یارانه‌ها از بخش عرضه به بخش تقاضا و مصرف‌کننده؛
۲. حمایت از اقشار جامعه کتاب‌خوان به‌خصوص اقشار جامعه و کمک جامعه علمی کشور؛
۳. ترویج کتاب و کتاب‌خوانی.

در مورد هدف اول به‌نظر می‌رسد رویکرد درستی است تا کل یارانه‌ها به حوزه تولید محدود و محصور نشود تا توازن میان تقویت حوزه تولید و تقاضا صورت گیرد. در مورد هدف دوم، نیازمند کار کارشناسی است تا معاونت امور فرهنگی در هر مقطع و دوره زمانی اولویت‌های اقشار جامعه و گروه هدف را اولویت‌بندی کند. به‌نظر نمی‌رسد در این مورد اقدام جدی و برنامه‌ریزی شده‌ای صورت گرفته باشد. به‌طور متعارف گروه‌های هدف توزیع بن کتاب گروه‌های آموزشی مانند دبیرستان، دانشگاه و اساتید و حوزویان بوده‌اند که معلوم نیست اگر توزیع بن بین اساتید اقدامی فرهنگی است آیا این اقدام باتوجه به وضعیت درآمدی و معیشتی آن‌ها که جزو گروه‌های با درآمد نسبی مرفه هستند، عادلانه هست یا خیر؟ یا حداقل معلوم نیست شاخص‌های تعیین اولویت در گروه‌های هدف چیستند؟

بنابراین به‌نظر می‌رسد این اقدام در یک فرایندی بیش از دو دهه به یک عادت اداری و بروکراتیک مبدل شده است که در مورد اصل و روش آن تردیدی وجود ندارد.

## بررسی و تحلیل آماری عملکرد بن کتاب

در جداول و نمودارهای زیر میزان مصارف و هزینه‌های بن کتاب تشریح شده است:

جدول شماره ۱. مقایسه بودجه بن کاغذی، الکترونیک از سال ۸۶ تا ۹۴ (ریال)

سال	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴
بن کاغذی	۱,۴۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۶,۶۹۲,۴۴۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰			۷۲۱,۸۷۵,۰۰۰	۷۲۸,۷۵۰,۰۰۰
بن کارت الکترونیک	-	۴۹,۲۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۸۷,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	-	۴۲,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۷,۸۹۷,۲۹۰,۷۰۰	۱۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۷۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل	۱,۴۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۹,۲۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۶,۸۷۹,۹۴۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۲,۵۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۷,۸۹۷,۲۹۰,۷۰۰	۱۱۰,۷۲۱,۸۷۵,۰۰۰	۱۷۲,۲۲۲,۷۵۰,۰۰۰

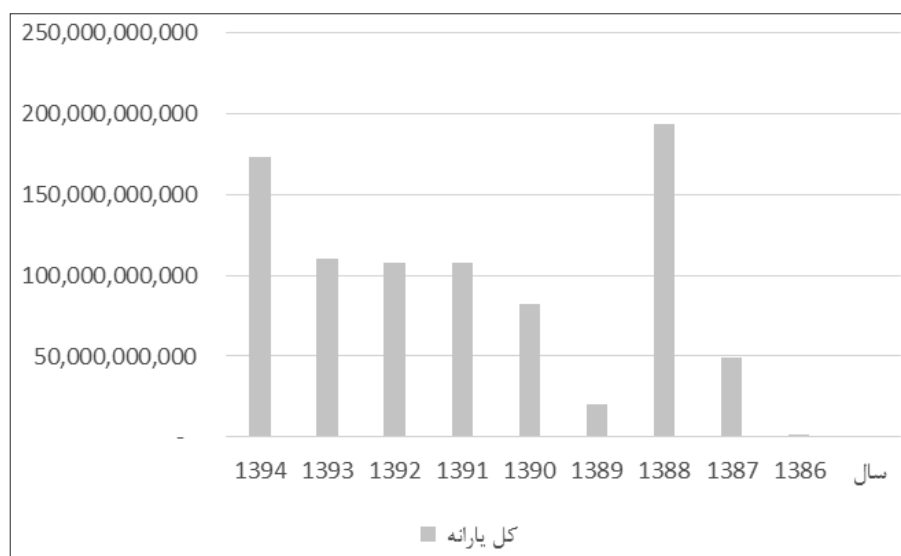
ردیف‌های خالی در جدول شماره یک به‌دلیل فقدان اطلاعات ثبت‌شده است و به‌معنای عدم تخصیص بودجه نیست. روند اعتبارات بن کاغذی نسبت به بن الکترونیک اگرچه به‌طور طبیعی کاهنده است اما تا سال ۹۴ هم‌چنان تولید و توزیع می‌شده است. مزیت بن کتاب کاغذی به بن الکترونیک غیرقابل پیگیری بودن است، هرچند از جهت وصول پول توسط کتابفروشان دشوارتر است. روند افزایش بودجه بن کتاب تابعی است از وضعیت بودجه دولت. این روند تا سال ۸۷ افزایشی است. اما در سال ۸۸ به‌دلایل نامعلومی جهشی در حدود ۲۰۰ درصد نسبت به سال ۸۷ دارد که این روند دوباره در سال‌های بعد کاهنده و

بین سال‌های ۹۱ تا ۹۳ ثابت است؛ با این حال این رقم نسبت به سال ۸۸ هم‌چنان کاهش را نشان می‌دهد. در نمودار شماره ۲ این تغییرات بهتر ترسیم شده است:

نمودار شماره ۲. مقایسه بن کاغذی با کارت الکترونیک

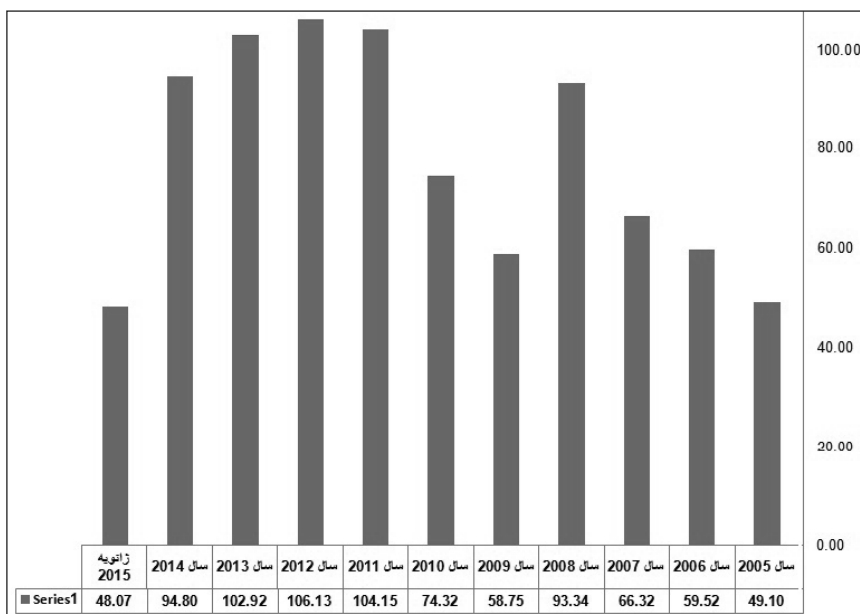


نمودار شماره ۳. مقایسه کل یارانه‌های بن و کارت الکترونیک کتاب



نوسانات کل یارانه بن کتاب تابع مسائل، اقتضانات و الزامات درونی نشر نیست. با نگاهی به افت و خیز قیمت نفت در می‌یابیم که این روند تابعی از نوسانات قیمت نفت است و سال ۸۸ یک استثنا در این روند است. در نمودار زیر نوسانات قیمت نفت نشان می‌دهد که نوسانات نمودار بودجه بن کتاب مشابه نوسانات نمودار آن است.

نمودار شماره ۴. میانگین قیمت سبد نفتی اوپک از سال ۲۰۰۵ تا پایان ژانویه ۲۰۱۵



مهم‌ترین نکته در این نوسانات تشابه قیمت نفت با نوسانات یارانه بن کتاب این است که در وضعیتی که رونق اقتصادی در کشور وجود دارد، وضعیت اعتبارات بن کتاب وضعیت نسبتاً مطلوبی دارد و در وضعیت بد اقتصادی و کمبود بودجه دولت وضعیت اعتبارات بن کتاب هم نامناسب می‌شود. به عبارت دیگر، در وضعیت بد اقتصادی که باید بودجه یارانه افزایش یابد تا مرحله‌ای برای شرایط بد اقتصادی نشر باشد، کمک‌های یارانه‌ای فاقد اثربخشی و کارایی است. زیرا نسبت مستقیمی میان وضعیت بودجه یارانه‌ها با وضعیت اقتصادی نشر وجود دارد.

#### تأثیر یارانه بر سویه‌های عرضه و تقاضا

تأثیر یارانه بن کتاب بر عرضه و تقاضای کتاب، به عبارت دیگر، تأثیر توزیع بن کتاب بر درآمد و فروش و نیز بر خرید و مصرف کتاب می‌تواند تحلیل نقش و اهمیت بن کتاب را بهتر توضیح دهد. در این زمینه بنا بر تک‌تحقیقی که به‌طور علمی صورت گرفته می‌تواند به فهم و درک این نقش و اهمیت کمک کند. در این تحقیق با عنوان **بررسی تأثیر یارانه کتاب بر بازار آن** توسط میثم موسایی درمورد تأثیر بن کتاب بر سویه عرضه و تقاضا

آمده است:

«ارزش بن‌های کتاب در سال ۱۳۷۷ معادل ۱۸ میلیارد ریال برآورد شده است. یعنی جمعاً دولت ۵۳۰/۲۲۶/۵۳ ریال (حدود ۵۷ میلیارد ریال) به صنعت نشر کمک کرده است.

میزان درآمد ناشران در سال ۱۳۷۷ معادل ۵۳۰/۶۰۵/۳۱۱/۰۰۰ بوده است و یارانه پرداختی به ناشران را که در واقع از هزینه‌های آن‌ها می‌کاهد به‌مثابه بخشی از درآمد ناشران در نظر بگیریم (چون سود ناشر مساوی درآمد (فروش) منهای هزینه‌هاست) از این‌رو کاهش هزینه کل و افزایش درآمد ناشران و تیراژ کتاب در سال ۱۳۷۷ که برابر با ۷۴/۰۲۴/۱۷۸ نسخه بوده است، برای ناشران هر کتاب به‌طور متوسط ۷۱۶۸ ریال درآمد متوسط داشته است. حال اگر یارانه دولت به ناشران را از درآمد آن‌ها کسر کنیم، درآمد آن‌ها معادل ۴۹۱/۳۱۲/۰۸۴/۴۷۰ ریال خواهد شد. درآمد متوسط هر جلد کتاب به ۶۶۳۷ ریال خواهد رسید یعنی درآمد متوسط هر نسخه کتاب ۵۳۱ ریال کاهش خواهد یافت. به عبارت دیگر قیمت ۷/۴ درصد کاهش می‌یابد و با توجه به کشش عرضه (که معادل  $e = 0.1277$ ) مقدار عرضه  $2/0.498 = 0.277 \times 7/4$  درصد کاهش خواهد یافت که مقدار آن برابر با ۱/۵۱۷/۳۴۷ جلد کتاب خواهد شد.

حذف بن کتاب نیز موجب کاهش درآمد مصرف‌کننده می‌شود. اگر بن کتاب حذف شود قدرت خرید مصرف‌کننده ۱۸ میلیارد ریال کاهش می‌یابد و از آن جایی که کشش درآمدی کتاب برابر با ۵/۲۲ است، کاهش ۱۸ میلیارد ریال نسبت به GNP در سال ۱۳۷۷ کاهش ۰/۱۸ درصد در درآمد محسوب می‌شود. یعنی معادل  $0.18 \times 5/22 = 0.94$  (کم‌تر از یک درصد) میزان تقاضا کاهش می‌یابد. از سوی دیگر افزایش ۷/۴ درصد در قیمت کتاب به دلیل حذف یارانه (اگر ناشران بخواهند درآمد گذشته را داشته باشند)، موجب کاهش  $9/176 = 7/4 \times 1/24$  درصد تقاضا خواهد شد. به عبارت دیگر حذف کامل یارانه از دید تقاضا موجب کاهش ۱۰  $= 0.94 + 9/176$  درصد در تقاضا خواهد شد، یعنی ۷/۴ میلیون نسخه کتاب کم‌تر خریداری می‌شود، و این در حالی است که حذف کامل یارانه بخش عرضه فقط موجب کاهش ۱/۵ میلیون نسخه کتاب می‌شود. از این‌رو اضافه عرضه‌ای معادل ۶ میلیون نسخه موجود خواهد شد و ناشران مجبورند باز قیمت را کاهش دهند تا اضافه عرضه از بین برود و با افزایش تقاضا و کاهش بیشتر عرضه (نسبت به قبل) قیمت تعادلی جدیدی حاصل شود.

این کاهش مجدد قیمت به رکود بیشتر صنعت نشر دامن خواهد زد، چراکه در حال حاضر این صنعت در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی، از سوددهی پایینی برخوردار است. با کاهش قیمت کتاب و ثابت‌بودن هزینه‌ها میزان سودآوری آن باز هم کاهش خواهد

یافت و این مسئله باعث می‌شود که احتمالاً صنعت نشر با بحرانی جدی مواجه شود.» (مجله نامه پژوهش فرهنگی. بهار ۱۳۸۲ شماره ۵، صص ۱۹۵ تا ۲۲۰)

نتایج این تحقیق بر این فرض استوار است که تمامی ۱۸ میلیارد تومان یارانه صرف خرید کتاب شود. فرضی که بعدها بررسی خواهد شد و نشان می‌دهد چنین فرضی قطعیت ندارد و قابل اثبات نیست، زیرا یک فرض مسلم و تجربه‌شده وجود دارد که رقم قابل توجهی از این میزان با کسر مبلغی مستقیماً به پول نقد تبدیل می‌شود و کتابی مبادله نمی‌شود. از سوی دیگر، فرض کمک به خرید لزوماً به معنای تأیید روش توزیع مستقیم بن کتاب نیست. در واقع به این معناست که صنعت نشر بدون یارانه صنعت زیان‌ده یا کم‌بازده است.

### تأثیر بن کتاب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب

از سوی دیگر اثربخشی توزیع یارانه بن کتاب را می‌توان به‌طور نسبی در فروش نمایشگاه بین‌المللی کتاب اندازه‌گیری کرد و تاحدی نتایج آن را تخمین زد.

براساس یک گزارش از گردش مالی در بیست‌وهفتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران (۱۳۹۳)، از تقریباً ۵۰ میلیارد تومان مبادلات کارتی در نمایشگاه نزدیک به ۱۷ میلیارد تومان یعنی ۳۵ درصد از مبادلات مربوط به بن‌های کارت الکترونیکی خرید کتاب بوده است که بیش از یک‌سوم کل مبادلات کارتی را شامل می‌شود. بنابراین گزارش مبلغ کل اعتبار بن کارت‌های صادرشده ۳۴ میلیارد تومان است که از این مقدار «بن‌های توزیع‌شده توسط معاونت فرهنگی (نزدیک به ۱۶ میلیارد تومان) و ۵۹ درصد باقی‌مانده (حدود ۱۸ میلیارد تومان) توسط افراد، سازمان‌ها و نهادهای مشارکت‌کننده تأمین شده است.» (جزوه بازنگری در وضعیت بن کتاب، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتاب‌خوانی معاونت امور فرهنگی. ۱۳۹۴)

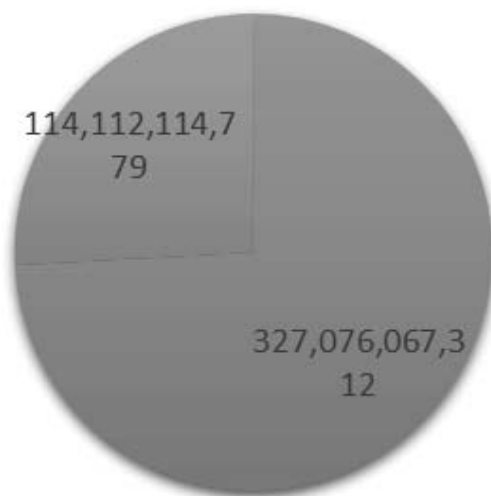
بررسی مقایسه‌ای فروش هشت روز نخست نمایشگاه بین‌المللی کتاب در سال‌های ۹۳ با ۹۴ بیانگر آن است که در سال ۹۳، ۵۲ درصد فروش با کارت‌های بانکی از طریق بن کارت بوده است که در سال ۹۴ این میزان به ۴۶ درصد کاهش یافته است. اما درصد حجم گردش مالی فروش در سال ۹۳، ۳۵ درصد و در سال ۹۴، ۳۰ درصد فروش کل با کارت بانکی الکترونیکی بوده است. در جدول زیر ارقام مقایسه‌ای ترسیم شده است:



جدول شماره ۲. مقایسه فروش کل به فروش بن کتاب در سال ۹۳ و ۹۴

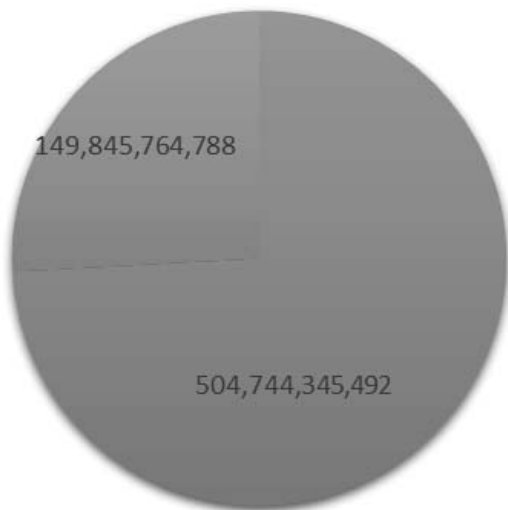
نوع کارت	۱۳۹۳	۱۳۹۴
کل خرید کارتی	۳۲۷,۰۷۶,۰۶۷,۳۱۲	۵۰۴,۷۴۴,۳۴۵,۴۹۲
بن کارت	۱۱۴,۱۱۲,۱۱۴,۷۷۹	۱۴۹,۸۴۵,۷۶۴,۷۸۸
درصد بن به کل	۳۵٪	۳۰٪

نمودار شماره ۵. نسبت کل خرید با کارت به بن کارت در سال ۹۳



نکته عجیب این است که رقم اعلام شده برای توزیع بن کتاب (۱۱۴۱۱۲۱۱۴۷۷۹) ریال) در سال ۹۳ کمتر از عرضه آن در نمایشگاه به مبلغ ۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال است که احتمالاً به معنای نادرست بودن میزان بودجه تخصیص داده شده به بن کتاب است و احتمالاً رقم بیشتر از این مقدار است.

### نمودار شماره ۶. نسبت کل خرید با کارت به بن کارت در سال ۹۴



در سال ۹۴ برخلاف سال قبل، میزان خرید با بن کتاب (کاغذی و الکترونیک)، در حدود ۳ میلیارد ریال کم‌تر از بودجه بن کتاب است که می‌تواند به معنای آن باشد که سرنوشت این مقدار بن کتاب مخصوص این نمایشگاه نامعلوم است.

### توزیع بن کتاب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب در سال ۹۵

در بیست‌ونهمین نمایشگاه کتاب تهران در سال ۹۵ در حدود ۳۴ میلیارد تومان بن الکترونیک عرضه شده که سهم معاونت امور فرهنگی از این میزان ۱۶ میلیارد تومان و سهم دستگاه‌های مشارکت‌کننده ۱۸ میلیارد تومان بوده است. رقم ۳۴ میلیارد تومان نسبت به کل خرید کتاب در این نمایشگاه که در حدود ۱۱۰ میلیارد تومان است، در حدود ۳۱ درصد کل فروش و نسبت به فروش از طریق کارت‌های بانکی (شتاب) که ۹۴ میلیارد تومان است، در حدود ۳۶ درصد است. در جدول شماره ۳ میزان فروش نمایشگاه از طریق کارت بانکی و نقدی مشخص شده است:

### جدول شماره ۳. میزان فروش در نمایشگاه کتاب سال ۹۵ بر حسب کارت بانکی و نقدی

ردیف	میزان فروش	مبلغ
۱	میزان فروش براساس دستگاه‌های کارتخوان بانک شهر	۷۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۲	میزان فروش براساس دستگاه‌های کارتخوان سایر بانک‌ها مثل صادرات و...	۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۳	میزان فروش نقدی ناشران و کتابفروشان	۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
	جمع کل	۱,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

## ارزیابی بن مشارکتی

نکته مهم و تعیین کننده در توزیع بن و عاملی که سبب تقویت و استمرار توجیه توزیع بن کتاب می شود، رقم قابل توجه و مؤثر سهم مشارکت دستگاه‌های غیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مانند دانشگاه‌هاست. این رقم در سال ۹۵ حدود ۱۸ میلیارد تومان و در سال گذشته این رقم در حدود ۱۶ میلیارد تومان بوده است. به سادگی نمی توان در طراحی و سیاست گذاری نوین این رقم و مشارکت دستگاه‌ها را نادیده انگاشت.

نحوه و سازوکار توزیع این بودجه در دستگاه‌های غیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی علی الظاهر متکی بر سهمیه بندی براساس رتبه اداری است. در واقع رتبه‌های اداری مانند رتبه‌های دانشکاهی؛ مربی، استادیار، دانشیار و استاد و دانشجوی دکتری و کارشناسی ارشد و کارشناسی و کاردانی و در دستگاه اداری کشوری و نظامی و سلسله مراتب اداری و نظامی عامل مهم تخصیص میزان برخورداری از بن کتاب است. در واقع، توزیع بن کتاب نه براساس نیاز و تقاضای واقعی بلکه براساس مراتب اداری توزیع می شود. به عبارت دیگر، از نظر طبقه بندی درآمدی، هر مقامی که درآمد بیشتری دارد، سهم بیشتری هم از بن می برد. این عامل تعیین کننده و روش اداری و بروکراتیک در سهمیه بندی توزیع بن مشارکتی کتاب امر ذاتی و اجتناب ناپذیر است. این مسئله شاید مسئله داخلی دستگاه‌ها محسوب شود. اما از منظر منافع ملی و اثربخشی توزیع بن کتاب، معاونت امور فرهنگی نمی تواند فقط به رقم ۱۸ میلیارد تومان سهم بن مشارکتی کتاب توجه داشته باشد، اما به چگونگی و سازوکار توزیع این بودجه بی اعتنا باشد. به عبارتی، توزیع بن مشارکتی بین اقشار علمی و آموزشی و فرهنگی از همان الگویی تبعیت می کند که بن هدیه پیروی می کرد که در اقدامی ارزشمند لغو شد. فلسفه و غایت بن هدیه ترویج کتاب و کتاب خوانی نبود بلکه پاداشی بود برای مقامات اداری مانند نمایندگان مجلس و... و ابزاری برای تشویق و دلجویی. این فلسفه و غایت با هدف ترویج کتاب و کتاب خوانی الزاماً یکسان نیست. زیرا عامل مشوق و محرک، تقاضا و نیاز نیست. نیاز و تقاضای واقعی رخدادی است که بین فروشنده و خریدار کتاب رخ می دهد. به عبارت دیگر، سالم ترین و حقیقی ترین رخداد تقاضا و نیاز اقشار جامعه، صرف نظر از موقعیت و شأن اداری آن است که هر کسی که نیاز به کتاب دارد بتواند از مزایای بن کتاب بهره مند شود. روش کنونی توزیع بن کتاب که متکی بر سلسله مراتب اداری است، ساده ترین راه برای توزیع بن کتاب اعم از مشارکتی و غیرمشارکتی است، اما لزوماً به معنای بهترین راه حل نیست.

نکته مهم این است که چگونه می توان از این فرصت مهم بن مشارکتی ۱۸ میلیاردی بهره برد و در عین حال از ضعف‌ها و زیان‌های آن که موجب می شود بن کتاب اثربخش و عادلانه توزیع نشود، پرهیز کرد.

## رسوب پول در حساب بانک عامل

در همین حال، براساس بررسی ضمنی و مصاحبه با برخی مدیران نمایشگاه، هر سال مقداری پول نقد موجود در کارت‌های بن الکترونیک به دلایل گوناگون مانند موجودی اندک ته حساب خریداران، یا فقدان نیاز صاحب کارت، در حساب بانک عامل ته‌نشین و باقی می‌ماند که برآوردهای اولیه نشان می‌دهد این رقم در خلال سال‌های گذشته رقمی در حدود ۵ میلیارد ریال است که پول‌های بی حساب و بلا تکلیفی است که در حساب بانک عامل رسوب کرده است.

## نسبت توزیع یارانه بن کتاب بر حسب ناشران

از سوی دیگر باتوجه به جدول زیر (شماره ۳) که میزان خرید را بر حسب ناشران در نمایشگاه بین‌المللی کتاب در سال ۹۴ نشان می‌دهد می‌توان میزان بهره‌مندی ناشران و به تبع آن نوع کتاب را تخمین زد.

جدول شماره ۴. مقایسه فروش کتاب ناشران از طریق بن کتاب

ناشران به ترتیب مبلغ تراکنش		ناشران به ترتیب تعداد تراکنش	
ر	بخش	مبلغ تراکنش	درصد
۱	ناشران دانشگاهی	۲۴۲,۹۳۰,۳۴۶,۵۷۵	۳۴,۵
۲	ناشران عمومی	۲۱۶,۹۲۳,۳۶۴,۸۹۱	۳۰,۸
۳	ناشران بین الملل	۱۴۸,۴۴۴,۶۱۶,۵۹۹	۲۱,۱
۴	ناشران کودک و نوجوان	۴۷,۱۹۴,۷۸۷,۰۷۱	۶,۷
۵	ناشران آموزشی	۳۹,۹۴۷,۷۲۶,۱۵۵	۵,۷
۶	ناشران دیجیتال	۷,۲۵۹,۶۰۰,۰۱۶	۱
۷	ناشران سایر	۲,۴۰۴,۹۱۹,۶۴۷	۰,۳
	جمع کل	۷۰۵,۱۰۵,۳۶۰,۹۵۴	۱۰۰
	تعداد تراکنش	۶۶۴,۵۹۰	۴۵%
	بخش	ناشران عمومی	۳۱%
	تعداد تراکنش	۴۵۱,۴۷۶	۴%
	بخش	ناشران کودک و نوجوان	۸%
	تعداد تراکنش	۱۱۰,۷۸۴	۱%
	بخش	ناشران بین الملل	۱%
	تعداد تراکنش	۱۸,۱۱۴	۴%
	بخش	ناشران دیجیتال	۶%
	تعداد تراکنش	۱۲,۸۶۱	۰%
	بخش	ناشران سایر	۰%
	تعداد تراکنش	۴,۷۷۴	۱۰۰%
	بخش	جمع کل	۱,۴۷۲,۰۵۴

با اینکه تعداد تراکنش از ناشران عمومی بیشتر است، به عبارت دیگر، با اینکه تعداد مشتریان ناشران عمومی بیشتر است، اما از نظر مبلغ تراکنش ناشران دانشگاهی در صدر جدول قرار دارد. به همین قیاس، ناشران دانشگاهی از بن کتاب بیش از ناشران عمومی بهره‌مند می‌شوند. در مرحله بعد ناشران بین‌الملل و کودک و نوجوان و آموزشی در رتبه سوم تا پنجم جای دارند.

باتوجه به داده‌های یادشده بن کتاب بیش از آنکه فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی را رونق بخشد، به رفع نیازهای دانشجویی و دانشگاهی کمک می‌کند. نیازی که براساس تقاضای

بالفعل و ضروری در هر صورت تأمین و برآورده می‌شود. از لحاظ کارکرد و اثربخشی می‌توان در تأمین هدف توزیع یارانه بن کتاب تردید و تشکیک کرد.

جدول شماره ۵. مقایسه توزیع بن از سال ۸۶ تا ۹۳

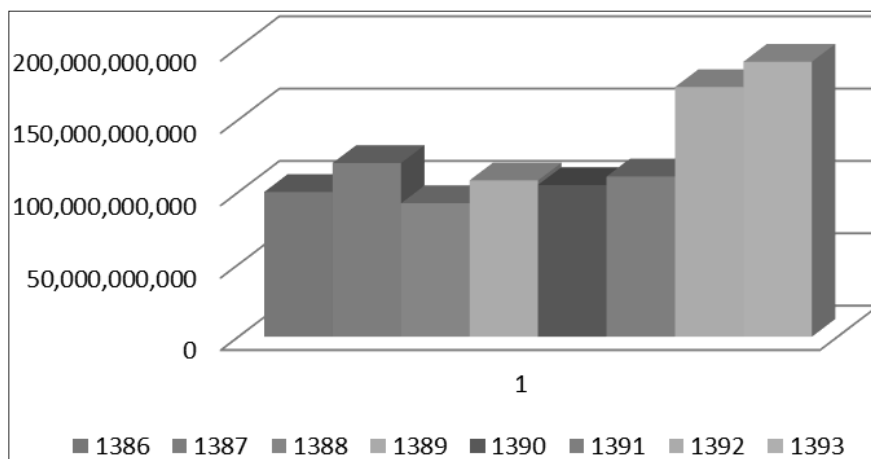
سال	بن کتاب		
	دانشجویی	الکترونیک	کاغذی
۸۶		۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	جمع کل بن ها ۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۸۷		۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۸۸		۴۲,۴۲۱,۴۵۰,۰۰۰	۴۹,۸۴۰,۵۵۰,۰۰۰
۸۹	۱۴,۱۰۱,۶۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۸,۸۹۸,۴۰۰,۰۰۰
۹۰	۱۲,۲۶۹,۶۰۰,۰۰۰	۵۳,۸۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۸,۷۳۰,۴۰۰,۰۰۰
۹۱	۲۸,۱۳۰,۲۰۰,۰۰۰	۴۵,۷۲۱,۸۷۵,۰۰۰	۳۶,۸۶۹,۸۰۰,۰۰۰
۹۲	۱۱۳,۱۳۰,۲۰۰,۰۰۰	۲۹,۴۲۴,۸۰۰,۰۰۰	۲۹,۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۹۳	۸۷,۲۹۲,۴۰۰,۰۰۰	۶۲,۷۰۷,۶۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل	۲۵۴,۹۲۴,۰۰۰,۰۰۰	۴۶۹,۱۱۵,۷۲۵,۰۰۰	۲۷۴,۲۸۹,۱۵۰,۰۰۰

بر اساس ارقام این جدول درصد بن‌های توزیع‌شده بر اساس سه نوع دانشجویی، الکترونیک و کاغذی نسبت به کل به این شرح است:

جدول شماره ۶. درصد توزیع بن‌های کتاب بین دانشجویان

سال	دانشجویی	درصد از کل	الکترونیک	درصد از کل	کاغذی	درصد از کل	جمع کل
۸۶			۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰			۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۸۷			۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۳	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۷	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۸۸			۴۲,۴۲۱,۴۵۰,۰۰۰	۴۶	۴۹,۸۴۰,۵۵۰,۰۰۰	۵۴	۹۲,۲۶۲,۰۰۰,۰۰۰
۸۹	۱۴,۱۰۱,۶۰۰,۰۰۰	۱۳	۲۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۲	۵۸,۸۹۸,۴۰۰,۰۰۰	۵۵	۱۰۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۹۰	۱۲,۲۶۹,۶۰۰,۰۰۰	۱۲	۵۳,۸۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۱	۳۸,۷۳۰,۴۰۰,۰۰۰	۳۷	۱۰۴,۸۴۰,۰۰۰,۰۰۰
۹۱	۲۸,۱۳۰,۲۰۰,۰۰۰	۲۵	۴۵,۷۲۱,۸۷۵,۰۰۰	۴۱	۳۶,۸۶۹,۸۰۰,۰۰۰	۳۳	۱۱۰,۷۲۱,۸۷۵,۰۰۰
۹۲	۱۱۳,۱۳۰,۲۰۰,۰۰۰	۶۶	۲۹,۴۲۴,۸۰۰,۰۰۰	۱۷	۲۹,۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۷	۱۷۲,۵۰۵,۰۰۰,۰۰۰
۹۳	۸۷,۲۹۲,۴۰۰,۰۰۰	۴۶	۶۲,۷۰۷,۶۰۰,۰۰۰	۳۳	۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۱	۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل	۲۵۴,۹۲۴,۰۰۰,۰۰۰	۳۲	۴۶۹,۱۱۵,۷۲۵,۰۰۰	۳۵	۲۷۴,۲۸۹,۱۵۰,۰۰۰	۳۲.۶	۹۹۸,۳۲۸,۸۷۵,۰۰۰

نمودار شماره ۷. مقایسه یارانه بن کتاب از سال ۸۶ تا ۹۳



مبلغ کل خرید با بن کارت در سال ۹۲ حدود ۱۷/۳ میلیارد تومان و در سال ۹۳، ۱۹ میلیارد تومان است. از سوی دیگر معاونت امور فرهنگی در سال ۹۳ حدود ۱۷ میلیارد تومان و در سال ۹۴ در حدود ۱۸ میلیارد تومان یارانه بن کتاب تخصیص داده و هزینه کرده است. هم‌چنین با توجه به اینکه سهم دانشجویان در بن دانشجویی به‌طور قطعی ۵۰ درصد است، یعنی در حدود ۵۵ درصد بن‌های ارائه با تخفیف ۵۰ درصد و مابقی در حدود ۴۵ درصد با تخفیف حداکثر ۸۰ درصد توزیع شده است، به‌طور میانگین کل بن‌ها با تخفیف ۳۵ درصد توزیع شده است. به‌عبارت دیگر، مبلغ ۱۷/۳ میلیارد در سال ۹۳ با احتساب سهم بن‌گیران به مبلغ ۴۹/۵ میلیارد تومان و در سال ۹۴، ارزش بن‌ها مبلغ ۵۴ میلیارد تومان است. با احتساب کل خرید با بن در نمایشگاه، در حدود ۶۵ تا ۷۰ درصد بن‌ها در نمایشگاه خرج نشده است. سرنوشت این میزان از بن‌ها معلوم نیست.

## بررسی توزیع بن دانشجویی برحسب استان‌ها

در سال ۹۴ بن دانشجویی برحسب توزیع جغرافیایی در جدول شماره ۷ شرح داده شده است:

جدول شماره ۷. مقایسه توزیع بن در شهرستان‌ها

استان	تعداد بن کارت	درصد از کل
آذربایجان شرقی	۱۰,۵۸۷	۵
آذربایجان غربی	۷,۳۱۸	۳.۳
اردبیل	۳,۱۱۱	۱.۴
اصفهان	۱۴,۷۴۸	۶.۶
ایلام	۱,۹۲۹	۰.۹
البرز	۵,۵۰۶	۲.۵
بوشهر	۱,۷۱۲	۰.۸
تهران	۵۹,۷۲۸	۲۶.۶
چهارمحال و بختیاری	۲,۳۶۸	۱
خراسان جنوبی	۱,۵۷۹	۰.۷
خراسان رضوی	۶,۵۲۰	۲.۹
خراسان شمالی	۱,۳۱۸	۰.۶
خوزستان	۸,۵۳۵	۳.۸
زنجان	۴,۱۶۷	۱.۹
سمنان	۶,۲۲۶	۲.۸
سیستان و بلوچستان	۳,۹۲۵	۱.۷
فارس	۷,۳۰۳	۳.۲
قزوین	۶,۷۲۳	۳.۰
قم	۶,۰۴۱	۲.۷
کردستان	۵,۶۴۰	۲.۵
کرمان	۴,۱۳۷	۱.۸
کرمانشاه	۵,۱۷۹	۲.۳
کهگیلویه و بویراحمد	۲,۴۰۶	۱.۱
گلستان	۳,۵۷۱	۱.۶
گیلان	۴,۸۶۹	۲.۲
لرستان	۴,۹۸۷	۲
مازندران	۱۱,۸۱۸	۵.۳
مرکزی	۵,۵۸۰	۲.۵
هرمزگان	۱,۲۶۷	۰.۶
همدان	۵,۳۷۹	۲.۴
یزد	۴,۰۵۶	۱.۸
حوزوی	۶,۴۹۳	۲.۹
جمع کل	۲۲۴,۷۲۶	۱۰۰

باتوجه به آمار و درصد جمعیت هر استان نسبت به کل و مقایسه آن با درصد توزیع بن‌ها برحسب استان‌ها می‌توان مشاهده کرد که در این سال توزیع بن کتاب به‌طور نسبی با درصد جمعیت استان نسبت به کل جمعیت کشور تناسب و سازگاری دارد و از حیث توزیع جغرافیایی هدف‌گذاری از منظر عدالت رعایت شده است. (آمار جمعیت سال ۱۳۸۵).

### جدول شماره ۸. مقایسه درصد جمعیت استان‌ها با درصد توزیع بن کتاب

استان	جمعیت (هزار)	در صد از کل جمعیت	درصد توزیع بن
آذربایجان شرقی	۳۶۰۳۴۵۶	۵.۱	۵
آذربایجان غربی	۲۸۷۳۴۵۹	۴.۱	۳.۳
اردبیل	۱۲۲۸۱۵۵	۱.۷	۱.۴
اصفهان	۴۵۵۹۲۵۶	۶.۵	۶.۶
ایلام	۵۴۵۷۸۷	۰.۸	۰.۹
بوشهر	۸۸۶۲۶۷	۱.۳	۰.۸
تهران	۱۳۴۲۲۳۶۶	۱۹.۰	۲۶.۶
چهارمحال بختیاری	۸۵۷۹۱۰	۱.۲	۱
خراسان جنوبی	۶۳۶۴۲۰	۰.۹	۰.۷
خراسان رضوی	۵۵۹۳۰۷۹	۷.۹	۲.۹
خراسان شمالی	۸۱۱۵۷۲	۱.۲	۰.۶
خوزستان	۴۲۷۴۹۷۹	۶.۱	۳.۸
زنجان	۹۶۴۶۰۱	۱.۴	۱.۹
سمنان	۵۸۹۷۴۲	۰.۸	۲.۸
سیستان و بلوچستان	۲۴۰۵۷۴۲	۳.۴	۱.۷
فارس	۴۳۳۶۱۷۸	۶.۲	۳.۲
قزوین	۱۱۴۳۲۰۰	۱.۶	۳.۰
قم	۱۰۴۶۷۳۷	۱.۵	۲.۷
کردستان	۱۴۴۰۱۵۶	۲.۰	۲.۵
کرمان	۲۶۵۲۴۱۳	۳.۸	۱.۸
کرمانشاه	۱۸۷۹۳۸۵	۲.۷	۲.۳
کهگیلویه و بویراحمد	۶۳۴۲۹۹	۰.۹	۱.۱
گلستان	۱۶۱۷۰۸۷	۲.۳	۱.۶
گیلان	۲۴۰۴۸۶۱	۳.۴	۲.۲
لرستان	۱۷۱۶۵۲۷	۲.۴	۲
مازندران	۲۹۲۲۴۳۲	۴.۱	۵.۳
مرکزی	۱۳۵۱۲۵۷	۱.۹	۲.۵
هرمزگان	۱۴۰۳۶۷۴	۲.۰	۰.۶
همدان	۱۷۰۳۲۶۷	۲.۴	۲.۴
یزد	۹۹۰۸۱۸	۱.۴	۱.۸
جمع کل	۷۰۴۹۵۷۸۲	۱۰۰	۱۰۰



در جدول شماره ۸، ضریب میانگین درصد از کل جمعیت در حدود ۳،۳ و ضریب میانگین درصد توزیع بن کتاب در استان‌ها ۳،۲ است که مقایسه این دو بیانگر نسبت مثبت میان توزیع بن به نسبت جمعیت در استان‌هاست. از این نظر می‌توان ادعا کرد که عدالت در توزیع بن به نسبت جمعیت رعایت شده است. اما در مورد اینکه عدالت به معنای توزیع عادلانه بین شهروندان و دانشجویان صورت گرفته تردید جدی وجود دارد، زیرا توزیع بن به روش بروکراتیک و اداری صورت می‌گیرد و اثبات عادلانه بودن این روش توزیع نیازمند اطلاعات دقیق‌تر و مستقل اسناد و میدانی است. در واقع پرسش این تحقیق از مخاطبان و دانشجویان باید این باشد که آیا همه دانشجویان و اساتید در بهره‌مندی از بن کتاب احساس عادلانه‌ای دارند یا خیر؟ زیرا در این مورد دسترسی عادلانه همه دانشجویان و اساتید از توزیع بن کتاب باید مورد توجه باشد.

اما نکته مهم دیگر آن است که توزیع بن کتاب برحسب درآمد سرانه استان‌ها به نظر نمی‌رسد بر مبنای عدالت فرهنگی محقق و مدنظر گرفته شده باشد. زیرا استان‌های محروم مانند سیستان و بلوچستان، چهارمحال بختیاری که برای خرید محصولات و کالاهای فرهنگی نیاز بیشتری به کمک دارند، با همان شاخص و ضریب نسبی جمعیتی از بن کتاب بهره‌مند شده‌اند که استان‌های با درآمد سرانه بیشتر.

بنا بر گزارش رئیس مرکز نظارت و ارزیابی وزارت علوم در سال ۹۲، استان تهران با ۷۱۰ هزار دانشجو معادل ۱۶،۶ درصد از تعداد کل دانشجویان دارای بیشترین سهم است، استان اصفهان با ۳۱۰ هزار دانشجو معادل ۷،۲۵ درصد در رده بعدی قرار می‌گیرد و همچنین استان خراسان رضوی دارای ۲۶۰ هزار دانشجو معادل ۶،۱ درصد در گروه بعدی شناخته شده است و کم‌جمعیت‌ترین استان، خراسان شمالی با تعداد ۴۲ هزار دانشجو معادل ۰،۹ درصد کم‌تعدادترین استان است.

دکتر عامری درباره میانگین پوشش دانشجویی در استان‌ها، خاطر نشان کرد: میانگین پوشش به‌ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت، ۵ هزار و ۵۰۰ دانشجو در استان داریم، در برخی استان‌ها این پوشش بیشتر است و بالاترین پوشش مربوط به استان سمنان است که در این استان به‌ازای هر ۱۰۰ هزار نفر، ۱۵ هزار دانشجو دارد. در جدول زیر که برحسب میانگین ۵۵۰۰ دانشجو به‌ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت محاسبه شده است، نشان می‌دهد توزیع بن برحسب استان‌ها با میزان دانشجو تناسب و سازگاری دارد.

جدول شماره ۹. نسبت جمعیت کل به نسبت جمعیت دانشجویان

درصد	تعداد دانشجو	جمعیت (هزار)	استان
۱	۱۹,۸۱۹	۳,۶۰۳,۴۵۶	آذربایجان شرقی
۴	۱۵۸,۰۴۰	۲,۸۷۳,۴۵۹	آذربایجان غربی
۲	۶۷,۵۴۸.۵۳	۱,۲۲۸,۱۵۵	اردبیل
۶	۲۵۰,۷۵۹.۰۸	۴,۵۵۹,۲۵۶	اصفهان
۱	۳۰,۰۱۸.۲۹	۵۴۵,۷۸۷	ایلام
۱	۴۸,۷۴۴.۶۹	۸۸۶,۲۶۷	بوشهر
۱۹	۷۳۸,۲۳۰.۱۳	۱۳,۴۲۲,۳۶۶	تهران
۱	۴۷,۱۸۵.۰۵	۸۵۷,۹۱۰	چهارمحال بختیاری
۱	۳۵,۰۰۳.۱۰	۶۳۶,۴۲۰	خراسان جنوبی
۸	۳۰۷,۶۱۹.۳۵	۵,۵۹۳,۰۷۹	خراسان رضوی
۱	۴۴,۶۳۶.۴۶	۸۱۱,۵۷۲	خراسان شمالی
۶	۲۳۵,۱۲۳.۸۵	۴,۲۷۴,۹۷۹	خوزستان
۱	۵۳,۰۵۳.۰۶	۹۶۴,۶۰۱	زنجان
۱	۳۲,۴۳۵.۸۱	۵۸۹,۷۴۲	سمنان
۳	۱۳۲,۳۱۵.۸۱	۲,۴۰۵,۷۴۲	سیستان و بلوچستان
۶	۲۳۸,۵۲۸.۲۹	۴,۳۳۶,۸۷۸	فارس
۲	۶۲,۸۷۶	۱,۱۴۳,۲۰۰	قزوین
۱	۵۷,۵۷۰.۵۴	۱,۰۴۶,۷۳۷	قم
۲	۷۹,۲۰۸.۵۸	۱,۴۴۰,۱۵۶	کردستان
۴	۱۴۵,۸۸۲.۷۲	۲,۶۵۲,۴۱۳	کرمان
۳	۱۰۳,۳۶۶.۱۸	۱,۸۷۹,۳۸۵	کرمانشاه
۱	۳۴,۸۸۶.۴۵	۶۳۴,۲۹۹	کهگیلویه و بویراحمد
۲	۸۸,۹۳۹.۷۹	۱,۶۱۷,۰۸۷	گلستان
۳	۱۳۲,۲۶۷.۳۶	۲,۴۰۴,۸۶۱	گیلان
۲	۹۴,۴۰۸.۹۹	۱,۷۱۶,۵۲۷	لرستان
۴	۱۶۰,۷۳۳.۷۶	۲,۹۲۲,۴۳۲	مازندران
۲	۷۴,۳۱۹.۱۴	۱,۳۵۱,۲۵۷	مرکزی
۲۰	۷۷۲,۰۲۰.۷۰	۱,۴۰۳,۶۷۴	هرمزگان
۲	۹۳,۶۷۹.۶۹	۱,۷۰۳,۲۶۷	همدان
۱	۵۴,۴۹۴.۹۹	۹۹۰,۸۱۸	یزد
	۳,۸۷۷,۲۶۸.۰۱	۷۰,۴۹۵,۷۸۲	جمع کل

## ارزیابی توزیع بن کتاب از نگاه کارشناسان و ناشران

درمورد کارآمد و اثربخش بودن بن کتاب، خرد جمعی و دیدگاه ناشران و برخی مدیران خلاف آن را تأیید می‌کنند. ابهام درمورد مصرف بهینه و هدفمند یارانه بن کتاب تا حدی همگانی و جدی است که پس از گزارش دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی معاونت امور فرهنگی باعنوان بازنگری در وضعیت بن کتاب و تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌منظور تجدید اساسی و رفع عاجل برخی معایب و مشکلات توزیع بن کتاب، بن هدیه کتاب در نمایشگاه بین‌المللی کتاب حذف شد. عباس صالحی معاون امور فرهنگی در توضیح این اقدام گفت: «این تصمیم با رهنمودهای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی برای اصلاح وضعیت توزیع یارانه‌های نشر، هدفمندسازی این یارانه‌ها، کاستن خطاهای احتمالی و اطمینان از مصرف این بن‌ها برای خرید کتاب اتخاذ شده است. وی افزود: تعداد محدودی بن کتاب برای اهل قلم و به نام آن‌ها منظور شده و بقیه بن‌ها با مشارکت سازمان‌ها و نهادهای در نمایشگاه توزیع خواهد شد.» (۹۴/۱/۲۶)

درواقع بن کتاب در روند اجرایی خود به‌مثابه پول نقد عمل می‌کرده و در وزارت ارشاد به‌عنوان هدیه بین کارکنان یا مدیران سطوح مختلف دولتی و غیردولتی و نمایندگان مجلس توزیع می‌شده است. اقشاری که از حیث سطح درآمد نیازی به دریافت بن کتاب نداشته‌اند، اینکه این بن‌ها دقیقاً و به‌درستی به‌دست مخاطبان اصلی خود و مصرف‌کننده نیازمند هم می‌رسیده، به‌طور کلی قابل تأیید نیست.

در گفت‌وگو با ناشران از مواردی از جمله ارائه بسته‌های چندمیلیون تومانی دست‌نخورده بن کتاب برای نقدکردن به کتابفروشان و ناشران خبر می‌دادند. ناشران به‌طور قابل توجهی نسبت به نحوه توزیع بن کتاب و کارآمدبودن آن برای اهداف کتاب و کتاب‌خوانی بی‌اعتماد و مردد هستند.

درموردی دو ناشر کویر و چشمه در نامه‌ای خطاب به معاون امور فرهنگی (۹۳/۱۲/۹) درمورد بن کتاب دیدگاه‌های خود را اعلام کردند. در این نامه آمده است:

«تجربه ثابت کرده است که حجم نسبتاً بالایی از بن کاغذی (شاید کم‌تر بن الکترونیکی) به‌عوض خرید کتاب تبدیل به پول نقد شده و رهسپار غیر از آنجایی که باید می‌شود... پسندیده‌ترین کار به‌نظر ما حذف بن‌ها و انتقال این وجوه به خرید کتاب برای کتابخانه‌هاست که به‌نظر می‌رسد به علل زیر اراده‌ای برای این کار وجود ندارد:

الف) بخش عمده‌ای از بن‌های کتاب در بخش‌ها و سازمان‌های وابسته به وزارت ارشاد به‌مصرف پاداش و تأمین کسری نیازهای آن بخش‌ها می‌رسد و بن کتاب که حکم اسکناس دارد، محل خوبی است برای این‌گونه بهره‌برداری‌ها.

ب) بخش قابل توجهی از بن کتاب در اختیار سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی، مذهبی و آموزشی قرار می‌گیرد و آن‌ها نیز تنها با استفاده از مهر یک ناشر آشنا، بن‌ها را تبدیل به پول نقد می‌کنند.

ج) بن‌ها ابزاری برای هدیه به مراجعان به‌ویژه مدیران و مسئولان سطح بالای وزارت ارشاد است.»

در یکی از جلسات کارشناسی دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتاب‌خوانی که با حضور نمایندگان اتحادیه و چند ناشران حرفه‌ای در تاریخ ۹۳/۱۲/۱۲ در محل این دفتر برگزار شد؛ دیدگاه مشترک مشابه‌ای بیان و اعلام شد. در گزارش این جلسه تأکید شده است که: «امروزه با توجه به تجربه‌های سال‌های گذشته و آسیب‌های متفاوتی که در شکل اجرا و نحوه مدیریت آن [ایرانه بن کتاب] به وجود آمده است، ضرورت بازنگری در هدایت، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرای آن در کوتاه‌مدت، میان‌مدت و درازمدت احساس می‌شود. این دیدگاه و ارزیابی از بن کتاب را شمار قابل توجهی از ناشران حرفه‌ای تأیید و با آن توافق دارند.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی معاونت امور فرهنگی براساس نشست‌های تخصصی با ناشران صاحب‌نظران، این دیدگاه را در چهار حوزه روش SOWT به شرح زیر دسته‌بندی کرده است:

### نقاط قوت

۱. جذب منابع مالی سایر دستگاه‌ها و بخش‌های خصوصی و عمومی به حوزه کتاب از طریق بن‌های مشارکتی؛
۲. ترغیب مردم به خرید کتاب؛
۳. افزایش نقدینگی ناشران به‌ویژه در مدت نمایشگاه به‌نحوی که حدود ۳۵ درصد فروش نمایشگاه با بن صورت می‌گیرد؛
۴. حمایت از مصرف‌کننده؛
۵. رونق اقتصاد خرد نشر.

### نقاط ضعف

۱. عدم بهره‌مندی همه اقشار جامعه از بن کتاب؛
۲. عدم امکان استفاده همه ارکان صنعت نشر؛
۳. عدم شناخت کافی از محیط و چرخه نشر؛
۴. عدم بهره‌وری مناسب (انحراف از خرید کتاب به دلیل نقدشدن بن)؛

۵. بهره‌مندی مؤسسات عمومی از بن کتاب به‌منظور رفع کسری بودجه؛
۶. توزیع بخشی از بن‌های کتاب میان افراد غیرمرتبط به کتاب و بهره‌مندی برخی از افراد غیرنیازمند و به‌خصوص مدیران و مقامات از بن کتاب؛
۷. سهم بالای ناشران کمک‌آموزشی از یارانه؛
۸. عدم توجه به مناطق محروم؛
۹. ثابت‌بودن بیشتر خریداران بن در طی سال‌های مختلف.

### ظرفیت‌ها

۱. امکان حمایت از مصرف‌کننده در صورت مدیریت صحیح با توجه به نیاز مصرف‌کننده واقعی؛
۲. امکان بهره‌مندی همه خریداران کتاب از یارانه خرید کتاب؛
۳. امکان تغییر شکل اعطای یارانه مصرف‌کننده و حرکت به سوی الگوهای هوشمندتر؛
۴. ارتقای اداره کتابخانه‌ها؛
۵. ایجاد ویتترین‌های کتاب؛
۶. استفاده از یارانه‌ها برای ایجاد فضای تبلیغاتی.

### چالش‌ها

۱. هزینه‌شدن این بودجه برای کالاهایی غیراز خرید کتاب؛
  ۲. مصرف بن در بخش‌های دولتی و عدم اختصاص یافتن به اقشار مختلف مردم؛
  ۳. عدم امکان مدیریت دقیق محل مصرف بن؛
  ۴. وابسته‌شدن بیشتر نشر به حمایت‌های دولتی؛
  ۵. کم‌تأثیری توزیع بن بر نرخ سرانه مطالعه (کم‌اثر بخشی)؛
  ۶. وجود نظام اقتصادی سایه (خرید فروش بن در بازار).
- در این بررسی، به‌غیر از مورد شماره یک، سایر نقاط قوت کلی و قابل تشکیک است. اما موارد نه‌گانه موارد ضعف و هم‌چنین موارد شش‌گانه چالش‌ها موارد عینی و تجربه‌شده و مستند هستند. موارد شش‌گانه ظرفیت‌ها هم امکان‌ها هستند که در صورت تغییر در وضع کنونی توزیع بن کتاب حاصل می‌شود. در واقع، جمع‌بندی کمی و آماری این گزارش از دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران به‌سمت انتقاد از وضع موجود و مخالفت با آن گرایش دارد. از این گزارش می‌توان نتایج زیر را استنباط کرد:
۱. وضع کنونی بن کتاب ناعادلانه است؛
  ۲. وافی به مقصود و هدف از توزیع بن کتاب نیست؛

۳. تصویر دقیقی از فرایند توزیع تا مصرف آن چه به صورت کتاب چه به صورت نقدشدن وجود ندارد و ضعف یا فقدان گردآوری و پردازش اطلاعات وجود دارد؛
۴. وضع موجود قابل استمرار نیست و باید اصلاح یا تغییر کند.

### ارزیابی نهایی سیاست حمایتی توزیع بن کتاب

داده‌ها و تحلیل‌ها در این بخش بیانگر آن است که توزیع بن کتاب به دلیل اتکا بر روش و نظام بروکراتیک آن و هدررفتن بخشی از منابع آن به مثابه پول نقد، تأثیر اندکی بر ترویج کتاب و کتابخوانی دارد و هزینه این روش از فایده آن بیشتر و به نوعی اتلاف منابع بوده است. به عبارت دیگر، روش مستقیم و متکی بر نظام اداری توزیع بن کتاب، سرمایه در گردش بن کتاب نه تنها در جهت خرید اندک کتاب صرف شده بلکه به عنوان ابزاری برای پاداش و کمک مالی هم کاربرد پیدا کرده است. از حیث اهداف توزیع بن کتاب که قبلاً تلخیص شد، اعتبار درونی و اثربخشی و نیز اعتبار بیرونی و عدالت این سیاست‌گذاری حمایتی را روشن تر می‌توان توضیح داد:

#### جدول شماره ۱۰. ارزیابی نهایی سیاست بن کتاب از حیث اثربخشی و عدالت

اهداف	اثربخشی	عدالت
تغییر جهت‌گیری یارانه‌ها از بخش عرضه به بخش تقاضا و مصرف‌کننده	به لحاظ صوری و شکلی این هدف محقق شده است، اما در اینکه بن کتاب مستقیماً به دست مصرف‌کننده برای خرید کتاب می‌رسد، شواهد و دیدگاه‌های ناشران و مدیران و تجربه عملی آن را به طور کامل و جامع اثبات نمی‌کند.	از نظر صوری توزیع عادلانه بین سوبه تقاضا و عرضه رعایت شده، اما از نظر مصرف و خرید واقعی کتاب، تحقق عدالت در سوبه تقاضا مورد تردید است.
حمایت از اقشار جامعه کتاب‌خوان و جامعه علمی کشور	این اصل بنا بر شواهد و مشاهدات و دیدگاه‌های ناشران اثربخشی مطلوب نداشته است و زیان‌های جدی را در تحقق این هدف به وجود آورده و گرایش به کتاب غیرعمومی را بیشتر تقویت کرده است.	باتوجه به نحوه توزیع مستقیم و بروکراتیک بن کتاب و روش توزیع آن تحقق عدالت در این هدف مورد تردید جدی است.
ترویج کتاب و کتابخوانی	بنا بر شواهد و مشاهدات این هدف به نسبت میزان هزینه یارانه‌ها کم‌تر تحقق یافته است. نمی‌توان به طور کلی عدم تحقق این هدف را تأیید کرد، اما هزینه آن بر فایده آن سنگینی دارد.	باتوجه به توزیع بروکراتیک و مستقیم آن و به رغم برخی کوشش‌ها برای توزیع عادلانه، اما بنا بر شواهد و مشاهدات و مستندات، این روش توزیع یارانه ناعادلانه است.

## طراحی سیاست نوین بن کتاب و پیشنهادهای

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از: اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم، میزان بروکراتیک بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) در جدول زیر ارائه شده است. در این تحلیل شاخص‌های شش‌گانه برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه بودن، به علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بنیادی و بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست یابند. روش نمره‌گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و کم، عادلانه بین سه وضعیت؛ عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند.

در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است.

### جدول شماره ۱۱. روش نمره‌گذاری سیاست بن کتاب از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تاحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تاحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تاحدی	غیرمستقیم
<b>میزان بروکراتیک بودن</b>			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تاحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تاحدی	فعل محور

براساس روش نمره‌گذاری شاخص‌های شش‌گانه می‌توان نتیجه سیاست حمایتی بن کتاب را به‌دست آورد:

## جدول شماره ۱۲. نمره‌گذاری سیاست حمایتی بن کتاب از منظر رویکرد استراتژیک

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم	بروکراتیک	فناوری اطلاعات	فاعل محور	جمع نمرات
بن کتاب	کم (۰)	ناعدالانه (۰)	مستقیم (۰)	زیاد (۰)	متوسط (۱)	فاعل محور (۰)	۱

### توصیف شاخص‌ها

۱. اثربخشی توزیع بن کتاب کم است؛
۲. عدالت در بین اقشار و گروه‌های اجتماعی و قومی و جغرافیایی به‌طور کامل رعایت نشده است؛
۳. این روش حمایتی از نوع حمایت مستقیم تلقی می‌شود؛
۴. این روش حمایتی کاملاً به بینش و منش بروکراتیک و اداری و تغییرات آن وابسته است؛
۵. فناوری اطلاعات و پردازش و تحلیل داده‌ها بیشتر متکی بر عوامل انسانی و کارشناسی است و در مرحله توزیع صرفاً از کارت الکترونیک استفاده می‌شود. درحالی‌که این روش می‌توانست به‌عنوان یک نرم‌افزار به‌عنوان داده‌کاوری متکی شود؛
۶. این روش حمایتی بیشتر نه سویه تقاضا بلکه شخص حقیقی متقاضی را هدف گرفته است. براین اساس بیشتر شخص محور (مخاطب) است تا فعل محور.

### دامنه و نوع و فازبندی تغییرات

سیاست حمایتی بن کتاب قابل اصلاح نیست و متکی بر زمانه و زمینه‌ای است که کمبود تقاضای کالا، بن و جیره‌بندی کالا و توزیع و فروش آن از طریق عوامل کنترلی مانند بن کالا را ضروری می‌کرد. تحولات و فناوری اطلاعات و زیان‌های گسترش نظام اداری و توزیع مستقیم یارانه موجب شده است تا رویکرد اصلاح در این‌گونه روش‌ها را ضروری سازد. بنابراین در فلسفه این‌گونه روش‌ها تردید جدی وجود دارد. توزیع بن کتاب در سال‌های اخیر بیشتر به دو مکان محدود و محصور شده است؛ نمایشگاه بین‌المللی و نمایشگاه‌های استانی کتاب. بهترین فرصت برای تغییر بنیادی در روش توزیع مستقیم بن کتاب، یافتن سازوکارهایی در همین مناسبت‌های مهم کتاب است. درواقع، می‌توان روشی را ابداع کرد که به‌جای توزیع بن کتاب به فاعلان یعنی مصرف‌کنندگان کتاب، بودجه بن کتاب به فرایند مصرف کتاب تعلق گیرد.

در وضع کنونی با گسترش فناوری بانکی و رواج و عمومی شدن دادوستد خرید کتاب در نمایشگاه‌های کتاب، می‌توان سیستم محاسبه و پرداختی را طراحی و اجرا کرد که هر



خرید کتاب شامل تخفیف مشخصی به ازای فروش کارتخوان‌های ناشران شود. این روش بدون آنکه نیازمند توزیع کارت الکترونیکی بن کتاب باشد، خودکار تمامی خریدهای کتاب به‌ویژه در بخش عمومی شامل تخفیف ازپیش تعیین‌شده می‌شود. این روش که در قالب نرم‌افزار خاص داده‌کاوی صورت می‌گیرد، این امکان را می‌دهد تا تخفیف‌های سیار و منعطف نسبت به نوع ناشران و کتاب‌ها اعمال شود.

### جدول شماره ۱۳. دامنه و نوع و فازبندی تغییرات و اصلاحات در سیاست‌های موجود

تغییر در فناوری		تغییر در روش		تغییر در سازمان		تغییر در هدف‌گذاری		موضوع
کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	فازبندی
طراحی نرم‌افزار داده‌کاوی نظارت و ارزشیابی فروش کتاب در نمایشگاه‌ها	طراحی نرم‌افزار داده‌کاوی فروش کتاب در نمایشگاه‌ها	توزیع بودجه بن کتاب بین خریداران واقعی کتاب در نمایشگاه‌ها	توزیع بودجه بن کتاب بین خریداران واقعی کتاب در نمایشگاه‌ها	تحول از وظایف اجرایی به وظایف نظارت و ارزشیابی و اداری	اتکا به نظام یارانه‌ای از طریق کارتخوان‌ها به‌جای توزیع بروکراتیک و اداری	تحریک و تقویت سوبیه تقاضا به‌جای اهداف کلی کتاب و کتابخوانی و ...	تحریک و تقویت سوبیه تقاضا به‌جای اهداف کلی کتاب و کتابخوانی و ...	بن کتاب

### سیاست‌گذاری نوین برای بن مشارکتی

در رویکرد پیشنهادی و اصلاحی به‌منظور بهره‌مندی از مزایای بن مشارکتی و مشارکت دستگاه‌ها در ترویج کتاب و کتابخوانی، به‌جای توزیع پول بین مقامات و مسئولان اداری و دانشگاهی تخفیف ویژه‌ای به دانشگاهیان اعمال خواهد شد. گزارش این‌نوع تخفیفات و تعداد و دسته‌بندی آن‌ها از حیث مراتب اداری و دانشگاهی توسط نرم‌افزارهای تخصصی قابل پیگیری و گزارش‌دهی است.

## فصل پنجم

---

ارزیابی سیاست حمایتی  
نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

---

## مقدمه

ارزیابی عملکرد نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین رخدادهای فرهنگی و ملی از زوایا و ابعاد گوناگون دربرگیرنده آن، به‌خصوص از منظر مخاطبان چند میلیونی و ناشران سراسر کشور موضوعیت و ضرورت دارد. گستردگی این پدیده فرهنگی در حوزه کتاب و کتاب‌خوانی و صنعت یا حرفه تخصصی نشر که به «بهار مالی نشر» برای ناشران شهرت دارد، از حیث سازوکارها و روش‌های آن، هنوز با پرسش‌ها و تردیدهای جدی روبه‌رو است. آنچه بررسی و ارزیابی برگزاری این نمایشگاه را برجسته و ضروری می‌نماید، جایگاه و اهمیت آن در اقتصاد نشر و ترویج کتاب و کتاب‌خوانی نیست، بلکه ضرورت در سازوکارهای سازمان و روش‌های اجرایی و فرصت‌های نهفته در این رخداد فرهنگی و ضرورت بازاندیشی، یا به‌اصطلاح زبان مدیریت بازرگانی، ریبندینگ (rebranding) و بازطراحی ساختار آن متناسب با تحولات اقتصادی و فناوری‌های نوین و رویکرد دانش‌بنیاد و تجربیات مدیریتی سه دهه برگزاری نمایشگاه کتاب است.

## پرسش‌های تحقیق

آیا برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران اثربخشی دارد؟

آیا نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران عادلانه اجرا می‌شود؟

چه فرصت‌ها یا ظرفیت‌های بالقوه‌ای در اجرای نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران وجود دارد؟

## روش تحقیق

روش این مطالعه اسنادی است و با مراجعه به اسناد و اطلاعات رسمی کوشش می‌شود تا به پاسخ‌های پرسش‌های تحقیق دست یافته شود و دیدگاه‌های ناشران و صاحب‌نظران تحلیل و در ارزیابی آن به‌کار بسته شود.

## درآمد نظری

نمایشگاه کتاب یکی از روش‌های متداول، مفید و مؤثر در ترویج کتاب و کتاب‌خوانی است. سابقه این رخداد یا فعالیت فرهنگی در ایران چندان دراز مدت نیست، اما در جهان این پدیده فرهنگی قدمتی چندین سده دارد. یکی از مشهورترین آن‌ها نمایشگاه کتاب لایپزیگ، دومین نمایشگاه کتاب بزرگ آلمان بعد از نمایشگاه کتاب فرانکفورت است. پیشینه این نمایشگاه به قرن هفدهم بازمی‌گردد. نمایشگاه کتاب لایپزیگ در سال ۱۶۳۲ از نظر تعداد کتاب‌های عرضه شده در آن، بالاتر از نمایشگاه فرانکفورت قرار گرفت و عنوان بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب آلمان را از آن خود کرد و تا سال ۱۹۴۵ که فرانکفورت این عنوان را بازپس گرفت، در همان جایگاه باقی ماند. این نمایشگاه هر سال طی ۴ روز در بخش شمالی لایپزیگ برگزار می‌شود و به این علت که اولین گردهمایی بزرگ سال محسوب می‌شود، نقش مهمی در بازار کتاب دارد و اغلب انتشارات جدید برای اولین بار در این نمایشگاه عرضه می‌شوند. این نمایشگاه در زمان جمهوری دموکراتیک آلمان مکان مهمی برای گردهمایی و ملاقات کتاب‌دوستان و کتاب‌فروشان شرق و غرب آلمان بود و پس از یکی شدن آلمان شرقی و غربی به مکان جدیدی نقل مکان کرد که این جابه‌جایی باعث ایجاد تحولی در نمایشگاه شد. امروزه هدف نمایشگاه در وهله اول عموم مردم و توجه اصلی نمایشگاه معطوف به ارتباط بین نویسندگان و بازدیدکنندگان و بازدیدکنندگان است. در طی نمایشگاه چندین جایزه ادبی مهم آلمان اهدا می‌شود: جایزه نمایشگاه کتاب لایپزیگ (۲۰۰۲-۲۰۰۴؛ جایزه کتاب آلمان)، جایزه کتاب لایپزیگ برای فهم اروپایی. همچنین نامزدهای جایزه ادبیات جوان آلمان در این نمایشگاه اعلام می‌گردد.<sup>۱</sup>

مهم‌ترین و مشهورترین نمایشگاه کتاب در جدول زیر معرفی شده است:

### جدول شماره ۱. نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در جهان

کشور	نمایشگاه	تاریخ برگزاری	دیدارکننده	ناشران
هند	دهلی نو	۶ تا ۱۴ اسفند	۱ میلیون نفر	۱۲۰۰ ناشر
امارات	ابوظیبی	۹ تا ۱۴ فروردین	۲۰۰ هزار نفر	۸۵۰ ناشر از ۶۰ کشور
آمریکا	نیویورک	۱۵ تا ۱۸ خرداد	۲۰۰ هزار نفر	۱۵۰ غرفه‌دار و ۵۰۰ نویسنده
انگلیس	لندن	۲۸ تا ۳۰ فروردین	-	۲۳ هزار ناشر از ۱۰۰ کشور
آلمان	فرانکفورت	۱۹ تا ۲۳ مهرماه	۲۸۰ هزار نفر	۷۰۰۰ ناشر از ۱۰۶ کشور با ۳۲۰۰ رویداد فرهنگی
ژاپن	توکیو	۱۵ تا ۱۸ تیر	۸۸ هزار نفر	۲۳ کشور
چین	پکن	۲۹ تا ۲۳ شهریور	-	۲۰۰ هزار
آفریقا	تاون	۲۶ تا ۲۸ خرداد	۴۵ هزار نفر	۲۰۰ ناشر از ۳۱ کشور
هنگ کنگ	هنگ کنگ	۲۸ تیر تا ۳ مرداد	۱ میلیون نفر	۲۵۰ غرفه از ۱۶ کشور
مکزیک	گوادلآخارا	۹ تا ۱۲ تیر	۵۰۰ هزار نفر	۲۰۰۰ ناشر

۱. رستمی گوران، جلال (۱۳۸۸). «حضور چشمگیر کتاب دیجیتال در نمایشگاه لایپزیگ»، جهان کتاب، س ۱۴، ش ۱-۲، فروردین و اردیبهشت، ص ۶۰.

## نمایشگاه کتاب در تهران

در دوره پهلوی دوم نمایشگاه بین‌المللی کتاب در اوایل دهه ۵۰ برگزار می‌شد. هم‌زمان با برگزاری جشنواره شیراز نیز نمایشگاه کتابی برگزار شد. در سندی به شماره ۵۵۱ از وزارت اطلاعات در تاریخ ۵۲/۶/۱۴ در مورد مسئله توزیع کتاب در غرفه شوروی در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران آمده است:

«معاون مسئول غرفه شوروی در تاریخ چهارم سپتامبر ۱۹۷۳ نامه‌ای به فارسی و روسی به نماینده وزارت اطلاعات در محل نمایشگاه تسلیم کرده است. در این نامه اطلاع داده که در غرفه شوروی ۱۵۴ جلد کتاب که قبلاً توسط انتشارات گوتنبرگ به مقامات سانسور جهت بازدید تحویل گردیده و اجازه فروش آن‌ها صادره شده است، عرضه می‌شود.» در ادامه این سند درباره اینکه چرا مقام شوروی مستقیماً به نماینده وزارت اطلاعات و نه از طریق وزارت خارجه اقدام کرده و واژه «سانسور» را به کار برده است، خواسته شده که پیگیری شود. (اسنادی از سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی در دوره پهلوی دوم، صورت‌جلسات کمیسیون بررسی مسائل روز، جلد دوم، تهران؛ نشر جمهور ایران و خانه کتاب، ص ۹۰۹)

تا سال ۱۳۴۸ که برنامه فرهنگی چهارم و پنجم مربوط به سال‌های ۴۸ تا ۵۶ موضوع برگزاری نمایشگاه کتاب سرفصل و بودجه مستقلى ندارد.

## نمایشگاه کتاب در جمهوری اسلامی

نمایشگاه کتاب در دوران انقلاب اسلامی به صورت خودجوش توسط فعالان و گروه‌های فرهنگی و سیاسی در اطراف دانشگاه تهران و در داخل بیشتر دانشگاه‌ها به شکل میز و چادر کتابفروشی برگزار می‌شد که بیشتر به کتاب‌های گروه‌ها و نیز سایر موضوعات ادبی و فکری و تاریخی و... اختصاص داشت.

با تحولات سیاسی در کشور و آغاز جنگ این پدیده و فعالیت فرهنگی نیز از رونق افتاد. برای نخستین بار هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۶۵،۸،۱۴ بنا به پیشنهاد شماره ۱۱،۲۹۲۶ مورخ ۶۵،۶،۵ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تصویب نمودند نمایشگاه بین‌المللی کتاب در سال ۱۳۶۶ (حدود هفته وحدت) توسط وزارت مزبور در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار گردد. بنابر این مصوبه وزارت ارشاد موظف شد اهداف نمایشگاه را قبلاً برای عموم تبیین و ضوابط مشخصی برای عرضه کتاب در نمایشگاه تعیین و برای خرید کتاب توسط بازدیدکنندگان ترتیب مناسبی مشخص نماید.

بنابر اظهارات صباح زنگنه، اولین رئیس نمایشگاه کتاب تهران، در زمان جنگ توانست مصوبه بودجه ده‌میلیون دلاری برای برپایی نمایشگاه را از مجلس بگیرد. وی می‌افزاید:

روش اصلی نمایشگاه کتاب تهران از میان سه اصل معرفی کتاب، فروش مستقیم کتاب و معرفی و فروش مستقیم بر پایه فروش کتاب تعریف شد و تا امروز هم فروش کتاب در سه بخش صورت می‌گیرد؛ بخش ناشران داخلی، بخش ناشران خارجی (فروش یارانه‌ای) و بخش فروش ریالی توسط ناشران خارجی (لاتین و عربی).

در سال‌های جنگ مشکلات زیادی برای برپایی نمایشگاه وجود داشت، قفسه برای کتاب نداشتیم و کارخانه‌ای هم نبود که در مدت اندک بتواند در حجم زیادی برای ما قفسه بسازد. اما با تمام مشکلات اولین نمایشگاه کتاب تهران برپا شد، دویست ناشر داخلی در این دوره از نمایشگاه هشت هزار عنوان کتاب را ارائه دادند. در این نمایشگاه بیش از ۲ هزار عنوان کتاب مرجع درباره «فرهنگ و تمدن اسلامی» نیز عرضه شد و همین امر باعث شد تا نمایشگاه اول، نمایشگاه «فرهنگ و تمدن اسلامی» نامگذاری شود (خبرآنلاین).

«هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۶۷،۶،۱۳ بنا به درخواست شماره ۱۱،۱۲۸۳ مورخ ۱۳۶۷/۳/۸ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و پیشنهاد شماره ۸۸۵ - ۲۵۹۱،۶۲ - ۱ مورخ ۱۳۶۷،۴،۴ وزارت برنامه و بودجه و به استناد ماده ۵۵ قانون محاسبات عمومی تصویب کرد که مبلغ پنجاه میلیون (۵۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال از محل اعتبار ردیف ۵۰۳۰۰۱ «هزینه‌های پیش‌بینی‌نشده» قانون بودجه سال ۱۳۶۷ کل کشور تأمین و جهت پرداخت هزینه‌های مربوط به برگزاری دومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در اختیار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (ردیف ۱۱۴۰۰۰) قرار گیرد تا طبق مقررات مربوط و براساس موافقت‌نامه‌ای که بین وزارت مذکور و وزارت برنامه و بودجه مبادله خواهد شد به مصرف برسد» (تارنمای مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی).

دلیل اینکه آقای صباح زنگنه به‌عنوان نخستین رئیس نمایشگاه کتاب تهران، بر تأمین ۱۰ میلیون دلار در وضعیت جنگی تأکید می‌کند، به این دلیل است که بنا بر شواهدی در راه‌اندازی نمایشگاه بین‌المللی کتاب هدف اصلی تأمین منابع و مراجعی به زبان خارجی برای نیازهای دانشگاه و دانشگاهیان بود که در دوران جنگ ورود آن محدود شده بود و دانشگاه‌ها و پژوهشگران با کمبود منابع مواجه شده بودند.

در جدول زیر روند شکل‌گیری ۲۶ دوره نمایشگاه و تحولات کمی شاخص‌ها نشان داده شده است:

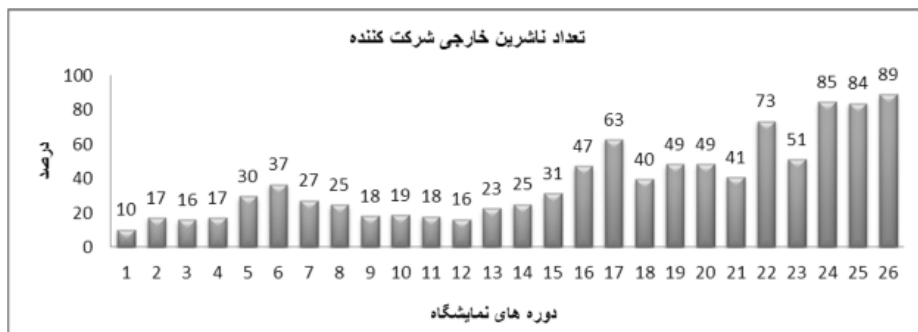
## جدول شماره ۲. مشخصات برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

دوره نمایشگاه	تعداد کشور شرکت کننده	تعداد ناشر خارجی	تعداد ناشر داخلی	تعداد عنوان کتاب خارجی	تعداد عنوان کتاب داخلی	تعداد ناشران کنکدگان	مترایز نمایشگاه (مترمربع)	تعداد برتانه جایی (نشست)	میزان معاملات داخلی (ریال)	میزان معاملات خارجی (دلار)
اول	۳۲	۱۹۶	۲۰۰	۲۶۰۰۰	۸۰۰۰	۵۰۰۰۰۰	-	-	-	-
دوم	۲۹	۳۳۰	۲۵۰	۲۸۰۰۰	۱۰۰۰۰	۶۵۰۰۰۰	-	-	-	۵۰۰۰۰۰۰۰
سوم	۲۴	۳۰۵	۳۴۱	۳۴۰۰۰	۱۰۰۰۰	۶۵۰۰۰۰	-	-	۱۵۹۰۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰۰
چهارم	۲۸	۳۳۰	۳۲۰	۴۲۰۰۰	۱۲۰۰۰	۷۵۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	-	۱۰۰۰۰۵۰۰۰۰۰۰	-
پنجم	۲۶	۵۶۵	۴۲۰	۴۵۰۰۰	۱۷۶۰۰	-	۴۰۰۰۰	-	-	-
ششم	۲۸	۷۰۰	۵۲۶	۴۲۰۰۰	۱۸۰۰۰	-	-	-	-	-
هفتم	۲۶	۵۲۰	۷۳۰	۳۵۰۰۰	۲۶۰۰۰	-	۴۰۰۰۰	-	-	-
هشتم	۲۸	۴۷۰	۷۸۰	۳۵۰۰۰	۲۵۰۰۰	۷۰۵۰۰۰	۷۵۰۰۰	-	-	-
نهم	۲۷	۳۴۵	۱۳۴۰	۴۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰	-	-	۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	-
دهم	۲۸	۳۶۰	۷۲۰	۴۰۰۰۰	۴۲۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰	-	-	۱۷۵۰۰۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰۰
یازدهم	۲۳	۳۴۴	۱۳۰۰	۳۶۰۰۰	۴۲۰۰۰	-	-	-	۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	-
دوازدهم	۲۱	۳۱۲	۱۰۰۰	۵۱۰۰۰	۳۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰	-	-	-	-
سیزدهم	۲۵	۴۳۰	۱۰۸۵	۵۰۰۰۰	۴۹۰۰۰	-	۴۰۰۰۰	-	-	-
چهاردهم	۲۴	۴۸۰	۱۶۶۰	۷۵۰۰۰	۶۵۰۰۰	-	۳۸۳۰۰	۷۰	۱۶۶۰۰۰۰۰۰۰۰	-
پانزدهم	۳۷	۶۰۰	۱۸۵۲	۶۵۰۰۰	۷۶۰۰۰	۲۰۴۰۰۰۰	-	-	۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	-
شانزدهم	۵۵	۹۰۰	۱۹۰۰	۷۵۰۰۰	۸۰۰۰۰	-	-	۵۶	-	-
هفدهم	۴۵	۱۰۲۰	۱۰۱۲۳	۴۲۰۷۵۲	۱۳۱۳۶۶	۳۰۰۰۰۰۰	۷۷۰۰۰	-	-	۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰
هجدهم	۵۱	۷۵۶	۱۸۱۸	۱۲۶۰۰۰	۹۴۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰	-	۵۵	۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰
نوزدهم	۶۶	۹۲۵	۱۸۰۹	۱۵۰۰۰۰	۱۲۳۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰	۷۰۰۰۰	-	۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰
بیستم	۶۶	۹۲۵	۱۸۳۶	۱۵۰۰۰۰	۱۲۳۰۷۶۸	۳۵۰۰۰۰۰	-	-	-	-
بیست و یکم	۷۵	۷۸۰	۱۹۶۸	۱۵۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰	۴۰۰۰۰۰۰	-	-	-	-
بیست و دوم	۷۵	۱۰۴۰	۱۹۸۲	۷۰۰۰۰	۲۰۷۰۰۰	۵۰۰۰۰۰۰	۱۲۵۰۰	۱۳۰	۱۰۸۳۳۰۷۹۰۰۰۰	-
بیست و سوم	۸۰	۹۸۰	۱۹۵۴	۱۷۰۰۰۰	۲۰۵۰۰۰	۵۵۰۰۰۰۰	-	۳۰۰	۱۰۴۰۰۰۰۰۰۰۰۰	-
بیست و چهارم	۶۷	۱۰۶۱۴	۲۳۷۶	۱۹۶۲۰۰	۲۷۲۰۲۰	-	-	-	۱۰۷۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰	-
بیست و پنجم	۸۰	۱۰۶۰۰	۲۴۵۱	۱۳۶۶۰۰	۲۰۷۰۱۷۰	۵۰۴۹۰۰۰۰	-	-	۷۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	-
بیست و ششم	۷۷	۱۰۷۰۰	۲۴۸۰	۱۶۰۰۰۰	۲۷۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰۰۰	۱۲۵۰۰	۱۷۵	-	-

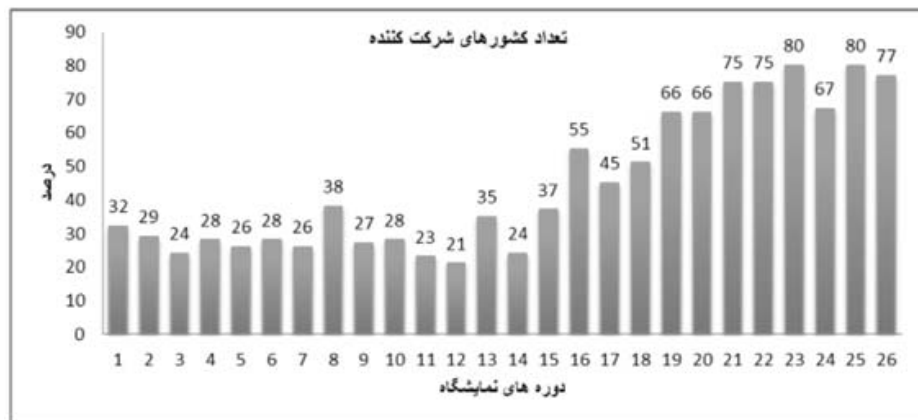
منبع: پژوهشکده فرهنگ، هنر و ارتباطات

مقایسه رشد کمی ناشران داخلی و عناوین کتاب‌های داخلی نمایشگاه اول با نمایشگاه بیست‌وششم و در خلال ۲۵ سال بیانگر رشد بیش از ۱۰۰۰ درصد ناشران و بیش از ۳۰۰۰ درصد عناوین کتاب داخلی است.

نمودار شماره ۱. مقایسه آمار ناشران خارجی در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران از ۶۶ تا ۹۲



نمودار شماره ۲. مقایسه آماری کشورهای شرکت کننده در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران از سال ۶۶ تا ۹۲



باید توجه داشت که افتوخیزهای حضور ناشران خارجی تابعی از مسائل سیاسی و تغییر شخصیت از حضور نماینده ناشران خارجی به موزع ایرانی ناشران خارجی است. در سال‌های اخیر هیچ ناشر خارجی مستقیماً در نمایشگاه حضور نداشته و تبادل فرهنگی میان ناشران و دیدارکنندگان با ناشران خارجی، برخلاف نمایشگاه‌های بین‌المللی و جهانی، صورت نمی‌گرفته است.

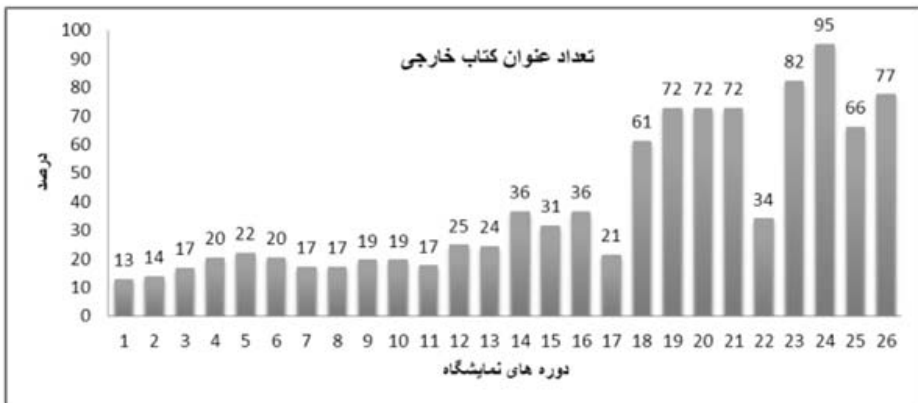


نمودار شماره ۳. مقایسه آماری ناشران داخلی در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران  
از سال ۶۶ تا ۹۲



روند رشد ناشران داخلی تابعی از وضعیت دوران جنگ و پس از آن است. این روند از سال ۱۳۶۶ آغاز شد و با رشد نسبی گسترش یافت و در سال ۱۳۷۴ به دلیل گرایش فرهنگی مدیریت ارشاد افت کرد و مجدداً از سال ۷۶ به بعد روند فزاینده‌ای را در پیش داشته‌است.

نمودار شماره ۴. مقایسه آماری عنوان کتاب خارجی در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران  
از سال ۶۶ تا ۹۲

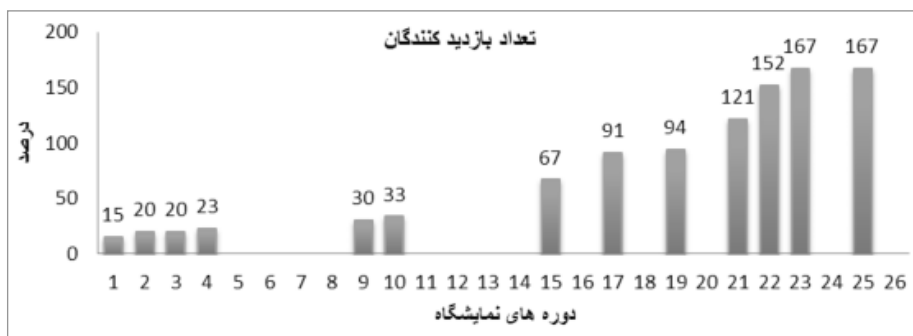


نمودار شماره ۵. مقایسه آماری عنوان کتاب داخلی در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران از سال ۶۶ تا ۹۲



روند رشد کتاب‌های داخلی در نمایشگاه تابعی از شدت و ضعف ممیزی در وزارت ارشاد است. اما به‌طور میانگین رشد کتاب‌ها حرکت ملایم اما روبه‌رشدی را نشان می‌دهد. سال ۸۴ به بعد (میلۀ شماره ۳۹) بیانگر وضعیت نشر در این سال‌ها تا ۸۹ است.

نمودار شماره ۶. مقایسه آماری تعداد دیدارکنندگان از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران از سال ۶۶ تا ۹۲



در نمودارهای بالا به‌خوبی مشخص است که صرف‌نظر از برخی نوسانات طبیعی نمودارهای ناشران داخلی و خارجی و کتاب و دیدارکنندگان از نمایشگاه سیر صعودی با آهنگ و شیبی ملایم دارند. در این آمارها موارد مربوط به تعداد ناشران و کتاب‌ها مبنای محاسبه تا حد دقیقی

وجود دارد. اما در مورد تعداد آمار دیدار کنندگان از نمایشگاه صحت و سقم این آمارها قابل تأیید نیست. در نوبت‌های نخست برگزاری نمایشگاه که بلیت فروخته می‌شد، آمارها تا حدی قابل اطمینان بودند. اما در نمایشگاه اواخر دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ این آمارها چندان مبنای علمی و مشخصی نداشته‌اند. آمارهایی که بعدها به‌عنوان مزیت برتر نمایشگاه کتاب تهران نسبت به نمایشگاه‌های کتاب جهان برشمرده می‌شود.

در جدول زیر کل فعالیت‌های ۲۸ دوره برگزاری نمایشگاه به‌تصویر کشیده شده است:

### جدول شماره ۳، نمایی از بررسی ۲۸ دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

بررسی ۲۸ دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

سالها	تعداد کشور	تعداد ناشر داخلی	تعداد ناشر خارجی	تعداد کتاب داخلی	تعداد کتاب خارجی	شمار نمایشگاه
۱۳۹۴	۲۸	۲۳۵۰	-	۱۳۴۰۰۰	۱۷۰۰۰	خواندن، گفت و گو با جهان
۱۳۹۳	۱۶	۲۳۳۰	۲۰۰	۲۳۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	پهنمت دالایی در مسافت کلبات
۱۳۹۲	-	۲۴۸۰	۱۶۰۰	۲۷۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	کتاب هفتاد و هفت روز
۱۳۹۱	۷۷	۱۳۹۶	۱۶۱۶	۲۰۷۱۳	۱۵۰۰۰۰	ربع قرن جهاد فرهنگی
۱۳۹۰	۶۷	۲۳۷۶	۱۶۱۶	۲۰۷۱۳	۱۵۰۰۰۰	ارفتان معرفت دینی و بصیرت فرهنگی
۱۳۸۹	۸۰	۱۹۵۴	۹۸۰	۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب برای همه
۱۳۸۸	۷۵	۱۹۸۲	۱۴۰۰	۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب برای همه
۱۳۸۷	۷۵	۱۹۸۲	۱۴۰۰	۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب برای همه
۱۳۸۶	۶۶	۱۹۶۸	۷۸۰	۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب برای همه
۱۳۸۵	۶۶	۱۸۳۶	۹۲۵	۲۳۷۶۸	۱۵۰۰۰۰	کتاب برای همه
۱۳۸۴	۶۶	۱۸۰۹	۹۲۵	۲۳۷۶۸	۱۵۰۰۰۰	کتاب برای همه
۱۳۸۳	۵۱	۱۱۳۳	۷۵۶	۱۳۴۳۶	۱۳۰۰۰	بزرگوار ریشه در زمین خلیج فارس دارد
۱۳۸۲	۴۵	۱۹۰۰	۹۰۰	۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰	بخوان
۱۳۸۱	۳۷	۱۸۵۲	۶۰۰	۲۰۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۸۰	۳۴	۱۴۶۰	۴۸۰	۱۶۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۹	۳۵	۱۱۸۵	۴۳۰	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۸	۲۱	۱۰۰۰	۳۱۳	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۷	۲۸	۱۲۰۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۶	۲۸	۱۱۴۰	۳۶۰	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۵	۲۷	۷۴۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۴	۲۸	۷۳۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۳	۲۶	۵۲۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۲	۲۸	۵۲۶	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۱	۲۶	۴۲۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۷۰	۲۸	۴۲۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۶۹	۲۴	۳۳۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۶۸	۲۹	۲۵۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده
۱۳۶۷	۳۲	۲۰۰	۳۴۴	۱۳۰۰۰	۱۳۰۰۰	کتاب کودک و خانواده

(منبع: ایرنا)

### ارزیابی برگزاری نمایشگاه کتاب تهران

ارزیابی نمایشگاه با توجه به گستردگی و نهادین بودن آن در طول ۲۸ نوبت اجرا که به یک نهاد فرهنگی مؤثر و کارآمد بدل شده است، از زوایای گوناگون قابل بررسی است. سطوح بررسی و ارزیابی را می‌تواند به موارد زیر محصور شود:

۱. ارزیابی ساختاری و سازمانی نمایشگاه؛
۲. ارزیابی اثربخشی نمایشگاه.

## ۱. ارزیابی ساختاری و سازمانی نمایشگاه

در این گونه ارزیابی ساختاری موارد زیر به تفکیک قابل بررسی است:

۱-۱. ارزیابی هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی؛

۲-۱. ارزیابی اجرا؛

۳-۱. ارزیابی منابع مالی؛

۴-۱. ارزیابی منابع انسانی.

## ارزیابی هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی

بنابر شواهد و اظهارات مدیران معاونت امور فرهنگی، تاکنون اقدامی برای تدوین هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران صورت نگرفته است (گرانپایه، بهروز ۱۳۹۴)، نمایشگاه کتاب تهران؛ راهبرد آینده). این نظر از سوی ناشران نیز مورد تأیید و تأکید است. رئیس کنونی اتحادیه ناشران، محمود آموزگار شکل‌گیری نمایشگاه کتاب تهران را نه براساس سیاست‌گذاری خاص و هدفی تعریف‌شده بلکه ناشی از وجود نیازی مقطعی می‌داند. وی می‌گوید: یک مسئله آنی مطرح شده بود که باتوجه به اینکه در کشور بعد از انقلاب فرهنگی دانشگاه‌ها شروع به کار کرده بودند دانشگاه‌ها منابع مطالعاتی لازم به زبان‌های دیگر را نداشتند؛ به همین علت اولین دوره نمایشگاه کتاب تهران صرفاً با کتاب‌های خارجی برگزار شد و این روند تا نمایشگاه سوم ادامه داشت. این نیازی بود که در آن زمان مطرح شد، اما تداوم پیدا کرد. در حالی که این ضرورت تنها برای آن مقطع احساس شده بود. اگر نیاز مداومی برای تأمین منابع علمی خارجی مورد نیاز کتابخانه‌ها وجود دارد، قاعدتاً باید سازوکار مناسبی برای پاسخ‌دادن به آن نیاز دیده شود. نمایشگاه کتاب مکان مناسبی برای پاسخ‌دادن به مسئله نبود (همان: ۲۰).

هیچ سندی در سایت مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی مسئول برگزاری نمایشگاه کتاب تهران و وابسته به معاونت امور فرهنگی درمورد قوانین و مقررات نمایشگاه وجود ندارد. شواهد عینی و تجربه مدیریتی هم اثبات می‌کند که اقدام مشخصی برای تدوین مستندسازی یا تدوین سندی در زمینه اهداف و سیاست‌های برگزاری نمایشگاه کتاب تهران صورت نگرفته است مگر جزواتی که بیشتر حاوی دیدگاه‌های مدیران نمایشگاه یا معاون امور فرهنگی وقت است.

اگرچه اخیراً شورایی به‌عنوان شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه کتاب منصوب و با ریاست معاون امور فرهنگی برگزار می‌شود، اما نحوه عمل و مصوبات و اقدامات این شورا بیشتر تصمیمات روزمره درمورد مسائل جاری نمایشگاه است و به‌معنای دقیق کلمه سیاست‌گذاری مبتنی بر هدف‌گذاری مشخص و علمی نیست.

در قانون مصوبه سال ۶۶ اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ذکر می‌شود از برگزاری نمایشگاه کتاب نشده است. فقط در ماده ۲۱ آن از جمله وظایف وزارت ارشاد آمده است: «تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و ضوابط ناظر بر تشکیل جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فرهنگی، هنری و مسابقات سینمایی و ادبی در داخل و خارج کشور».

در مصوبه اصلاحی اهداف، سیاست‌ها و ضوابط نشر کتاب شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۸۹ که بر مبنای یک خطایی فنی به موضوعات غیرنظارتی نیز ورود کرده است، نیز وظایفی را در ماده ۱۴ برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با عنوان سیاست‌های ایجابی بر شمرده است که در بند ۱۳ آن آمده است:

«برپایی نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی کتاب در مراکز استان‌ها و شهرهای بزرگ و نیز نمایشگاه‌های سیار در شهرهای کم‌جمعیت و روستاها».

به‌طور شفاهی و غیررسمی اهدافی برای نمایشگاه کتاب مطرح شده است، مانند ترویج کتاب و کتاب‌خوانی، دسترسی آسان‌تر به کتاب، نمایشگاه و باشگاه فرهنگی و... اما این هدف‌گذاری بیشتر تابع گرایش و رویکرد مدیران عالی فرهنگی است تا نتیجه اقدامی مدون و علمی در حوزه سیاست‌گذاری نمایشگاه کتاب. وقتی هدف‌گذاری از نمایشگاه چندان روشن و مشخص نباشد، به‌طور طبیعی، ارزیابی و سنجش اثرگذاری آن نیز نمی‌تواند چندان نتیجه روشنی داشته باشد و بیشتر به‌سمت مصادره به مطلوب و اغراض سنجشگر پیش می‌رود.

به‌همین دلیل، از دیرباز دو چشم‌انداز از برگزاری نمایشگاه کتاب به چالشی جدی در رویکرد و دیدگاه مدیران نمایشگاه مبدل شده است؛ نمایشگاه یا فروشگاه کتاب. این دو چشم‌انداز هم‌چنان موافقان و مخالفانی دارد.

بنابر تحقیق تازه‌ای که به همت دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی با نام نمایشگاه کتاب؛ راهبرد آینده (خرداد ۱۳۹۴) در مورد نمایشگاه بین‌المللی صورت گرفته و نظرسنجی شفاهی آن به برخی از این مواضع در میان ناشران اشاره می‌شود:

کیائیان، مدیر نشر چشمه: «در ابتدا هدف نمایشگاه کتاب بیشتر نمایش فعالیت‌های یک‌ساله کتاب توسط ناشران و فروشنندگان و مسئولان ارشاد و... در کشورمان بود. نمایشگاه کتاب قرار بود ویتیرینی باشد برای نشان دادن کارنامه کاری بخش فرهنگ مکتوب در کشور. می‌توان گفت به‌طور حتم اولین نمایشگاه با چنین هدفی برگزار شد. اما با گذشت زمان عامل دیگری به میان آمد و آن نیاز ناشران کتاب به نقدینگی بود که ریشه در ضعف سیستم توزیع کتاب در کشور و همچنین پایین بودن نسبت تعداد کتابفروشی‌ها به تعداد ناشران داشت. این هدف یعنی تأمین نقدینگی برای ناشران، به تدریج جایگزین هدف اول برای نمایشگاه کتاب شد».

رحمت‌اللّهی، مدیر انتشارات محراب قلم: «باتوجه به هدف‌گذاری‌هایی که در اوایل نظام جمهوری اسلامی ایران برای نمایشگاه کتاب در نظر گرفته شده بود، از نظر کیفی فاصله پیدا کرده‌ایم. چون انقلاب ما یک انقلاب فرهنگی است، با توجه به سخنان مقام معظم رهبری از اهدافی که باید مدنظر قرار می‌گرفت فاصله گرفته‌ایم. مقداری "کمی‌نگر" شده‌ایم تا "کیفی‌نگر". تیراژ برای ما مهم شده است و از نظر کمی رشد چشم‌گیری داشته‌ایم. اما از نظر کیفیت نحوه برگزاری نمایشگاه رشدی نداشته‌ایم».

صاحب‌کتابفروشی طهوری نیز بر این باور است که: «از عنوان و مفهوم نمایشگاه کتاب روشن است که باید فقط تازه‌های فرهنگی کتاب عرضه شود. اما نمایشگاه کتاب طی این سال‌ها به بازار مکاره تبدیل شده و شما در نمایشگاه کتاب با غرفه صنایع دستی، عرضه سی‌دی‌های مختلف، غرفه کمک به فلان نهاد خیریه و مواردی از این قبیل روبه‌رو می‌شوید.» همچنین دکتر بهرامی کمیل تغییر مسیر نمایشگاه کتاب تهران را به این شکل تصویر می‌کند: «اگر مهم‌ترین اهداف اولیه نمایشگاه کتاب را به شرح زیر فهرست کنیم:

رونق‌بخشیدن به اقتصاد نشر، افزایش سطح مطالعه به‌طور عام و کتاب‌خوانی به‌طور خاص، فراهم‌آوردن زمینه نقد و گفت‌وگو، انتقال تجربیات و افزایش تعاملات بین فعالان این حوزه، شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها، و به‌طور کلی توسعه و ترویج تولید، توزیع و مصرف کتاب. متأسفانه این هدف‌گذاری‌ها اولویت خود را از دست داده و نمایشگاه به‌سمت برجسته‌کردن کارکردهای ثانوی و پنهان رفته است».

رئیس کنونی اتحادیه ناشران، محمود آموزگار شکل‌گیری نمایشگاه کتاب تهران را نه براساس سیاست‌گذاری خاص و هدفی تعریف‌شده بلکه ناشی از وجود نیازی مقطعی می‌داند. وی می‌گوید: «یک مسئله آنی مطرح شده بود که باتوجه به اینکه در کشور بعد از انقلاب فرهنگی دانشگاه‌ها شروع به کار کرده بودند منابع مطالعاتی لازم به زبان‌های دیگر را دانشگاه‌ها نداشتند. به‌همین علت اولین دوره نمایشگاه کتاب تهران صرفاً با کتاب‌های خارجی برگزار شد و این روند تا نمایشگاه سوم ادامه داشت. این نیازی بود که در آن زمان مطرح شد، اما تداوم پیدا کرد. درحالی‌که این ضرورت تنها برای آن مقطع احساس شده بود. اگر نیاز مداومی برای تأمین منابع علمی خارجی مورد نیاز کتابخانه‌ها وجود دارد، قاعدتاً باید سازوکار مناسبی برای پاسخ‌دادن به آن نیاز دیده شود. نمایشگاه کتاب مکان مناسبی برای پاسخ دادن به مسئله نبود».

آقای رهبانی، سردبیر نشریه جهان کتاب نیز در نقد رویکرد کنونی حاکم بر نمایشگاه، به کم‌رنگ‌شدن ابعاد فرهنگی نمایشگاه کتاب اشاره می‌کند و می‌گوید: «سیاستی باید دنبال شود که بیشتر متوجه تقویت وجه فرهنگی نمایشگاه باشد، ارائه‌دهنده پیشرفت‌های علمی نشر کشور باشد و ارتباط فرهنگی میان پدیدآورندگان کتاب را با ناشران به‌معنی

تبادل فرهنگی میان ناشران و مؤلفان را تسهیل نماید. این موارد کاربردهای یک نمایشگاه پیشرفته در دنیاست. کارکرد اصلی این نیست که مردم در نمایشگاه حاضر شوند و کتاب ببینند. البته مهم است ولی در مرحله دوم "نمایشگاه کتاب فرانکفورت" در سه روز اول اصلاً بازدید عمومی ندارد. حاضران یا عضو گروه پدیدآورندگان هستند یا عضو گروه ناشران یا گرافیست، یا خبرنگار حوزه کتاب یا ... به هر حال باید ارتباطی با مجموعه نشر داشته باشید تا بتوانید در نمایشگاه حضور پیدا کنید. مردم حضور ندارند و صرفاً میهمانان اتحادیه ناشران به‌عنوان برگزارکننده این نمایشگاه می‌توانند حضور داشته باشند. بنابراین، راهبرد آن بیشتر باید معطوف به کارکرد فرهنگی آن باشد و مسائل اقتصادی در درجه دوم اهمیت قرار بگیرد. البته باید به‌سمتی حرکت کنیم که در این نمایشگاه اصلاً فروش صورت نگیرد. در درازمدت هدف اصلی نمایشگاه باید به شکلی باشد که از این شکل بازار مکاره فروش کتاب خارج شود. سپس بازارهایی متعدد و جداگانه تولید شود. به‌جای سالی یک‌بار، فصلی یک‌بار. این محل باید به کارکرد اصلی خود برسد. نمایشگاه را باید به‌سمتی کشاند تا به یک نمایشگاه معتبر تبدیل بشود. اصل نمایشگاه باید فقط نمایش و دیدن کتاب باشد.» (پیش‌نویس مطالعه نمایشگاه کتاب تهران، راهبرد آینده. ۱۳۹۴. ص ۱۸).

اگرچه بر وجه نمایشگاهی نمایشگاه کتاب از سوی مدیران و کارگزاران فرهنگی تأکید و برجسته می‌شود، اما واقعیت آشکار و بارز این پدیده فرهنگی در حوزه نشر غیرقابل کتمان است، یعنی واقعیت اقتصادی نمایشگاه برای ناشران. محسن پرویز، معاون امور فرهنگی در دولت پیشین، در بیان این واقعیت در مصاحبه‌ای اعلام کرد:

«نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نقطه ثقلی برای نشر و کتاب شده است و با توجه به اینکه حجم بالایی از معاملات کتاب در سال در نمایشگاه کتاب تهران به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم انجام می‌شود، این نمایشگاه بخش عمده‌ای از اتفاقات نشر را در برمی‌گیرد و نقش آن غیرقابل‌انکار است. طبق برآورد انجام‌شده در نشر داخلی، حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد دوره‌های یک‌ساله نشر کشور وابسته به نمایشگاه کتاب است که البته رقم بالایی است و در بعضی از برآوردها این رقم ممکن است تا ۳۰ درصد هم برسد. این نمایشگاه به‌مرور زمان شکل خاصی پیدا کرده است و در دوره‌های مختلف تلاش می‌شود تا جنبه‌های نمایشگاهی آن بیشتر تقویت شود. بخش‌های فروشگاهی، خرید و فروش و معاملات آن هم بسیار پراهمیت است؛ مراجعات تک‌تک مردم و همچنین تبادل حق انتشار و خرید کلان در نمایشگاه هم در کنار برنامه‌های دیگر آن اهمیت پیدا کرده است.» (جهان‌نیوز: ۹۳/۲/۲۲).

براین اساس دو چشم‌انداز در هدف‌گذاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران وجود دارد که باید در هر نوع سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی برای نمایشگاه مورد توجه و درنهایت یکی از آن‌ها به‌عنوان هدف اصلی و دیگری به‌عنوان هدف فرعی یا بدیل مدنظر قرار گیرد.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در حوزه نمایشگاه کتاب نمی‌تواند متضمن و مقوم هم‌زمان و یکسان این دو چشم‌انداز باشد. شاید یکی از دلایلی که مدیران عالی نمایشگاه از تدوین سیاست‌گذاری برای این رخداد مهم و بزرگ فرهنگی طفره رفته‌اند، همین باشد که نمی‌خواستند در چالش میان هدف عینی و هدف ارزشی یکی را برگزینند و تصور عمومی هم بر این بوده است که تعارضی جدی و ماهوی میان این دو چشم‌انداز وجود دارد. در جدول زیر سعی شده است تا زوایای این دو دیدگاه و چشم‌انداز از نمایشگاه کتاب ترسیم شود:

### بررسی دو دیدگاه درباره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

جدول شماره ۴، مقایسه دو دیدگاه درباره چگونگی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

شاخص ارزیابی	از منظر نمایشگاه‌محوری	از منظر فروشگاه‌محوری
هدف	۱. باشگاه فرهنگی؛ ۲. دیپلماسی فرهنگی؛ ۳. نمایش دستاوردهای فرهنگی؛ ۴. تبادل نظر میان نویسندگان و ناشران و مردم.	۱. افزایش فروش ناشران و منابع مالی ناشران؛ ۲. دسترسی آسان به کتاب؛ ۳. تسریع در چرخه تولید به مصرف.
ارزش	ترویج کتاب، نویسنده، ناشر فاخر	افزایش قدرت دادوستد
جامعه مخاطب	۱. توده تماشاگر؛ ۲. کمیته‌محور.	۱. گروه خریدار؛ ۲. کیفیت‌محور.
فعالیت جنبی	توسعه و گسترش کمی و کیفی در کانون توجه	۱. محدود در خدمت جلب مشتری؛ ۲. فرع و حاشیه.
کتاب	کالای نمایشگاهی	کالای فروش
مکان	عرصه نمایشگاهی	عرصه فروشگاه‌محوری
بازار جنبی (اغذیه و...)	مقوم نمایشگاه	در حد ضرورت و نیاز
بازار جنبی (محصولات غیرکتاب)	رونق بیشتر	رقیب زیان‌بار
پول	موضوعی فرعی	رکن دادوستد
ناشر	مشارکت‌کننده در برگزاری نمایشگاه	فروشنده خوب و منصف
بازیگر اصلی	دولت، نهادها	خریدار و فروشنده
هدف غایی	باشگاه کتاب و نمایش قدرت فرهنگی	بهبود اقتصاد نشر و رفع نسبی بحران نشر



از بررسی مفاد دو دیدگاه نکته اساسی و محوری این است که در گرایش نمایشگاه‌محور، فروشگاه‌بودن نمایشگاه با ارزش‌ها و آرمان‌های نظام و انقلاب متعارض تلقی می‌شود. از این منظر فروشگاه‌بودن نمایشگاه کتاب به‌مثابه نفی ارزش‌های فرهنگی نمایشگاه است. نکته مهم این است که کسی برای فروشگاه‌بودن نمایشگاه تصمیم و سیاست‌گذاری نکرده است بلکه به‌رغم سیاست‌های کلان معاونان و مدیران فرهنگی، نمایشگاه کتاب در بافت و ساختار و فرایند تحولات اقتصادی و اجتماعی به‌سمتی تمایل یافته که به‌قول معاون امور فرهنگی سابق، آقای پرویز، بین ۱۵ تا ۳۰ درصد فروش کل ناشران در ده روز نمایشگاه رخ می‌دهد. درواقع، چنین وضعیتی فراسوی سیاست‌ها و اقدامات ۲۸ دوره نمایشگاه صورت گرفته است، اقدامات و سیاست‌هایی که نمایشگاه‌بودن نمایشگاه را بر فروشگاه‌بودن آن مرجح کرده و در این مسیر تداوم یافته است. مقابله با این واقعیت، مقابله کردن با کارکرد اصلی نمایشگاه کتاب است.

اما پرسش اصلی در این مورد این است که درواقعیت عینی و اقتصادی ایران و وضعیت بحرانی نشر کتاب و کتاب‌خوانی ما آیا فروشگاه‌بودن نمایشگاه اقدامی ضدارزشی و ضدفرهنگی است؟ آیا کمک‌کردن نمایشگاه به تقویت بنیه اقتصادی نشر کتاب و کتاب‌خوانی فی‌نفسه اقدامی فرهنگی نیست؟

اگر کتاب و کتاب‌خوانی یکی از هدف‌های فرهنگی باشد، در این صورت دادوستد کتاب و سیاست‌گذاری و اقدام در جهت رونق خریدوفروش و مصرف کتاب اقدامی فرهنگی است یا اقتصادی محض؟ یا در شرایط و وضعیت نامناسب کتاب‌خوانی در ایران که وضعیتی دیرینه است، هر اقدامی که به فروش نسخه‌ای از کتاب منجر شود، ذاتاً امری فرهنگی و ارزشمند است. از سوی دیگر، فروشگاه‌بودن نمایشگاه به‌معنای حذف جنبه‌های فرهنگی و تبادل آرا و گفت‌وگوهای فرهنگی نیست. درواقع طبیعت فروشگاه‌بودن نمایشگاه و رونق آن سبب می‌شود تا ناشران در رقابتی سالم و بی‌هزینه غرفه‌های خود را به پاتوق فرهنگی مبدل سازند تا از این طریق به فروش کتاب خود بیفزایند.

اما تأکید بر نمایشگاهی‌بودن این رخداد فرهنگی سبب شده است، تا در حول و حوش نمایشگاه بازار مکاره‌ای از فروشگاه‌های انواع و اقسام کالاهای اغذیه و مصرفی و... شکل بگیرد که عملاً بر جنبه نمایشگاه کتاب سیطره انداخته و بخشی از منابع مالی دیدارکنندگان از نمایشگاه صرف کالاهای غیرکتاب می‌شود و به بازار مکاره‌ای مزاحم و اختلال‌کننده برای ناشران و خریداران کتاب مبدل شود.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی نمایشگاه کتاب به‌نوعی به مدیریت زمان و پول دیدارکنندگان هم تسری می‌یابد. این امر سوای این مسئله است که گسترش فزاینده و رشد این بازار مکاره از جنبه‌ها و صور فرهنگی نمایشگاه کاسته است و پدیده‌ای را سامان بخشیده است که

با هیچ نمایشگاه فرهنگی جهانی قابل تشبیه و مقایسه نیست. اگر نمایشگاه کتاب پدیده‌ای فرهنگی است، صورت و شکل آن نیز باید بیانگر این رخداد فرهنگی باشد.

### ارکان و اهداف نمایشگاه

نمایشگاه کتاب سه رکن دارد:

۱. فروشنده، هدف؛ سود بیشتر؛
۲. کتاب، هدف؛ تبادل بیشتر؛
۳. خریدار، هدف؛ قدرت خرید بیشتر.

### اهداف

۱. مدیریت جمعیت؛ تشویق تماشاگر به خریدار؛
  ۲. مدیریت قدرت خرید خریدار که صرف غیر کتاب نشود؛
  ۳. مدیریت گردش مالی و پول در ده روز نمایشگاه؛
  ۴. تخفیف با ارزش‌های افزوده شده در نمایشگاه نه کم کردن از سود ناشر؛
  ۵. مدیریت سود بیشتر ناشر؛
  ۶. توزیع عادلانه و تحقق عدالت فرهنگی در توزیع یارانه‌های کتاب.
- اهمیت و جایگاه نمایشگاه در مقایسه با نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های دیگر با شاخص منافع ملی عبارتند از:

۱. نمایشگاه بین‌المللی مصداق عینی و جامع منافع ملی است؛
۲. بهار فرهنگی و سرفصل مالی ناشران است؛
۳. به دلیل عادت ناپسند فرهنگی؛ عید خرید کتاب توسط مردم است؛
۴. به لحاظ فرهنگی؛ زمانه رونق و شکوفایی فرهنگی در سطح ملی است؛
۵. واقعی‌ترین و اصیل‌ترین و سالم‌ترین حرکت فرهنگی ملی است زیرا دادوستد واقعی بدون دخالت مستقیم دولت و نهادها در آن صورت می‌گیرد.

### ارزیابی اجرا و عملکرد

ارزیابی عملکرد نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران از زوایای مختلف قابل سنجش است. در این جا منظور از عملکرد به معنای تأثیرات آن بر ناشران و نشر و مردم است. آمارهای مقایسه‌ای نمایشگاه در مواردی مانند تعداد ناشران، عناوین کتاب، میزان دیدارکنندگان از نمایشگاه همگی دلالت بر توسعه و ترقی نمایشگاه از حیث تأثیرگذاری و نقش‌آفرینی در حوزه نشر دارد. افزایش تعداد ناشران از ۲۰۰ در نخستین نمایشگاه به حدود ۲ هزار ناشر در نوبت‌های بیست‌وهشتم، به خوبی این تأثیر را نشان می‌دهد.

بنابر برخی از آمارها و ارزیابی‌ها همان‌گونه که آقای پرویز، معاون اسبق امور فرهنگی اعلام کرد، حجم مالی در گردش نمایشگاه در حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد فروش کل ناشران در خلال سال است. این درصدها شاید کمی اغراق‌آمیز باشد که باید با بررسی کمی دقیق‌تر جایگاه نمایشگاه در معاملات و فروش کل ناشران تا حد ممکن روشن شود، زیرا آمار و ارقام در این حوزه نه دقیق‌اند و نه جامع.

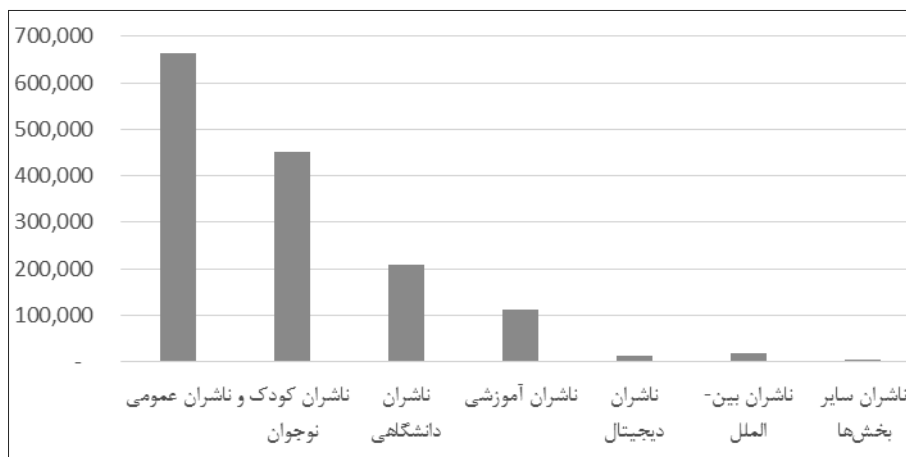
بنابر آماری فروش نمایشگاه کتاب تهران در سال ۹۴ به تفکیک ناشران و بر مبنای کارت خرید بانکی، شامل بن الکترونیک و کارت الکترونیک متعارف بانک‌ها، به این شرح است:

جدول شماره ۵. تعداد و مبلغ تراکنش در نمایشگاه سال ۹۴

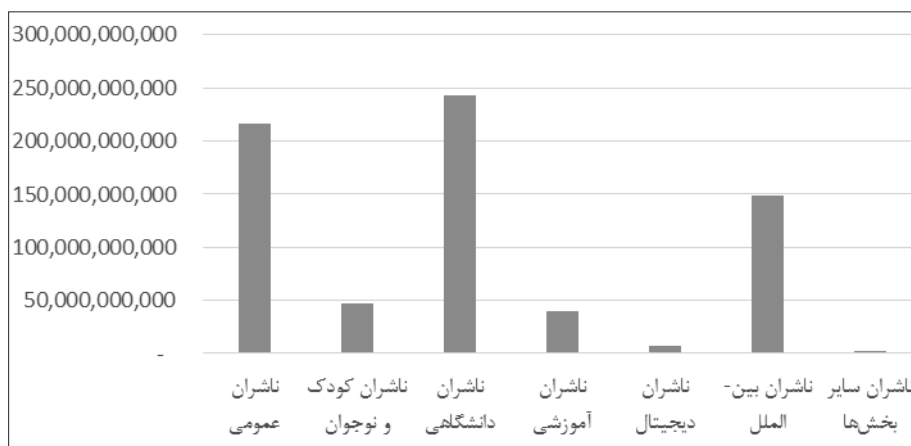
بخش	تعداد تراکنش مالی	مبلغ تراکنش مالی (ریال)
۱ ناشران عمومی	۶۶۴,۵۹۰	۲۱۶,۹۲۳,۳۶۴,۸۹۱
۲ ناشران کودک و نوجوان	۴۵۱,۴۷۶	۴۷,۹۳۰,۳۴۶,۵۷۵
۳ ناشران دانشگاهی	۲۰۹,۴۵۵	۲۴۲,۹۳۰,۳۴۶,۵۷۵
۴ ناشران آموزشی	۱۱۰,۷۸۴	۳۹,۸۴۷,۷۲۶,۱۵۵
۵ ناشران دیجیتال	۱۲,۸۶۱	۷,۲۵۹,۶۰۰,۰۱۶
۶ ناشران بین‌الملل	۱۸,۱۱۴	۱۴۸,۴۴۴,۶۱۶,۵۹۹
۷ ناشران سایر بخش‌ها	۴,۷۴۴	۲,۴۰۴,۹۱۹,۶۴۷
جمع کل	۱,۴۷۲,۰۵۴	۷۰۵,۱۰۵,۳۶۰,۹۵۴

در این جدول به‌خوبی مشخص است که تعداد خریده‌ها از ناشران عمومی بیشتر است، اما میزان فروش کتاب در بخش ناشران دانشگاهی افرون‌تر است. و در مرتبه بعدی ناشران بین‌الملل و کودک و نوجوان قرار دارند.

نمودار شماره ۷. مقایسه میزان ترکنش در بخش ناشران نمایشگاه کتاب تهران ۹۴



نمودار شماره ۸. مقایسه مبلغ فروش ناشران در نمایشگاه کتاب تهران ۹۴



از مقایسه این دو نمودار نکات زیر قابل نتیجه‌گیری است:

۱. تعداد تراکنش بخش عمومی از سایر بخش‌ها بیشتر است. به عبارت دیگر، تعداد خریداران بخش عمومی بیشتر از سایر بخش‌هاست.
۲. میزان فروش بخش دانشگاهی از سایر بخش‌ها بیشتر است. با اینکه تعداد تراکنش آن از بخش عمومی کم‌تر است.
۳. سهم بخش غیر عمومی شامل دانشگاهی، آموزشی، دیجیتال نسبت به دو بخش عمومی

و کودک و نوجوان در حدود ۶۲ درصد است که انتفاع اصلی و عمده را نصیب خود می‌کند. ۴. اگر هزینه برگزاری نمایشگاه بین‌المللی در حدود ۳۰ میلیارد تومان باشد، سهم بخش غیرعمومی که از این یارانه فرهنگی بهره می‌برد، در حدود ۱۸/۶ میلیارد تومان است و سهم بخش عمومی و کودک و نوجوان در حدود ۱۱/۴ میلیارد تومان است. در حالی که به نظر می‌رسد هدف اصلی و نهایی از برگزاری این نمایشگاه تقویت کتاب و کتاب‌خوانی در بخش عمومی و کودک و نوجوان است و سایر بخش‌ها به خصوص بخش آموزشی به تقویت کتاب و کتاب‌خوانی کمکی نمی‌کند، زیرا بنا بر تکلیف حرفه‌ای یا دانشجویی این کتاب‌ها در هر صورت خریداری می‌شوند.

۵. اگر هدف‌گذاری از نمایشگاه یا یکی از اهداف برگزاری نمایشگاه تقویت اقتصاد نشر و تقویت فروش و مصرف کتاب‌های عمومی و کودک و نوجوان باشد، به نظر می‌رسد نمایشگاه از اهداف اصلی خود در خلال زمان منحرف شده است. در مقایسه با نمایشگاه نخست که عرضه کتاب‌های دانشگاهی و نمایشگاه ششم به بعد که تقویت بنیه و اقتصاد و فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی بوده است، عملاً در فرایند این تحولات بخش آموزش و کمک‌درسی و دانشگاهی در حدود ۶۰ درصد پول دیدارکنندگان و یارانه فرهنگی کتاب و کتاب‌خوانی را به خود اختصاص می‌دهند.

۶. در فرض بالا، زمانی این فرایند منطقی و درست است که هدف از نمایشگاه صرف خرید و فروش کتاب بدون طبقه‌بندی کتابخانه‌ای آن‌ها مدنظر باشد.

۷. این مسئله با احتساب مسئله قبلی یعنی شکل‌گیری بازار مکاره تنقلات و تغذیه و سایر کالاهای مصرفی در جوار نمایشگاه کتاب، عملاً بخش قابل توجهی از منابع مالی و پول توجیبی مردم در ایام نمایشگاه خرج کتاب و کالاهایی می‌شود که جزء اهداف برگزاری نمایشگاه به‌شمار نمی‌روند. همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، مدیریت نمایشگاه کلان نمایشگاه به معنای مدیریت پول مردم و چگونگی خرج کردن آن هم می‌شود. اینکه مردم با مقدار پول به اصطلاح جیبی خود چی بخرند و چه میزان بخرند، جزء برنامه‌ریزی نمایشگاه و مدیریت آن محسوب می‌شود. مگر اینکه به‌طور علمی و تخمینی حدس و گمان زده شود که اگر مردم کتاب غیرعمومی و تنقلات و سایر کالاها را نخرند، پول پس‌انداز شده صرف خرید کتاب هم نخواهد شد.

### ارزیابی کمی و کیفی مشارکت مردم در نمایشگاه کتاب تهران

حضور مردم در نمایشگاه و استقبال از آن نیز سیر صعودی را نشان می‌دهد. در مورد آمارها هنوز روش محاسبه دقیقی وجود ندارد و احتمالاً اعلام آمار حضور مردم بیشتر بر پایه حدس و گمان است. محقق تحقیق نمایشگاه کتاب تهران؛ راهبرد آینده (۱۳۹۴)، پژوهشگاه

فرهنگ، هنر و ارتباطات) در این مورد می‌نویسد:

خبرگزاری مهر به نقل از آقای صباح زنگنه، تعداد بازدیدکنندگان از نخستین نمایشگاه کتاب تهران را ۷۰۰ هزار نفر ذکر کرده است که با شمارش بلیت‌های فروخته‌شده محاسبه شده است. در سال ۱۳۷۸ و در قالب مطالعه‌ای که نگارنده به سفارش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام داد، تعداد بازدیدکنندگان حدود ۹۰۰ هزار نفر تخمین زده شد. با این حال، رئیس دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در گزارش خود در مراسم اختتامیه، بازدیدکنندگان را نزدیک به دو میلیون اعلام کرد (چلچراغ رواق اندیشه، ص ۳۸). در دولت‌های نهم و دهم که آمارسازی رویه رایج مدیران شده بود، تعداد بازدیدکنندگان در سال ۹۲، این رقم ۵ میلیون اعلام شد (ص ۱۳).

اما با روش دیگری می‌توان تعداد خریداران و نه تماشاگران نمایشگاه را تخمین زد. به گزارش لیزنا (۹۳/۲/۱۳)، نیکنام حسین‌پور، مدیر کمیته تسهیلات رفاهی و هماهنگی سازمان‌ها و نهادهای همکار بیست‌وهفتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران اظهار داشت: مبلغ تراکنش مالی صورت گرفته در این هشت روز نمایشگاه تهران بالغ بر ۳۲۷ میلیارد و ۶۴۲ میلیون و ۶۲۹ هزار ریال است. وی با بیان اینکه بیشترین تراکنش بانکی در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران مربوط به روز چهارشنبه ۱۷ اردیبهشت‌ماه، هفتمین روز از نمایشگاه کتاب بوده است، تصریح کرد: در این روز ۱۶۱ هزار و ۹۲۱ تراکنش بانکی موفق با رقمی بیش از ۵۶ میلیارد و ۷۰۴ میلیون و ۳۶۹ هزار ریال به ثبت رسیده است.

مدیر کمیته تسهیلات رفاهی ادامه داد: در هشت روز نخست نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ۳۹ هزار و ۲۹۶ تراکنش با کارت بانک صادرات، ۴۵۴ هزار و ۲۶۵ تراکنش با بن کارت و ۳۹۳ هزار و ۶۱۶ تراکنش با سایر کارت‌بانک‌های عضو شتاب انجام شده است.

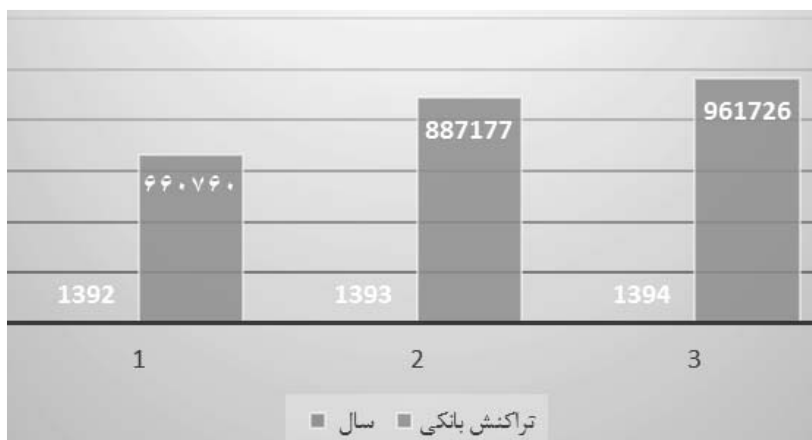
وی با مقایسه آمار تراکنش‌های بانکی هشت روز اول بیست‌وهفتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با مدت مشابه در سال گذشته خاطر نشان کرد: در سال گذشته در هشت روز اول نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ۶۶۰ هزار و ۷۶۰ تراکنش بانکی با مبلغی بالغ بر ۲۰۱ میلیارد و ۹۵۵ میلیون و ۲۱ هزار ریال صورت گرفته بود که این آمار در سال جاری در مدت مشابه به ۸۸۷ هزار و ۱۸۰ تراکنش بانکی با مبلغی بیش از ۳۲۷ میلیارد و ۶۴۲ میلیون و ۶۲۹ هزار ریال افزایش یافته است.

با مقایسه هشت روز نمایشگاه تهران در سال‌های ۹۲ و ۹۳ و ۹۴ به ارقام زیر می‌توان دست یافت:

جدول شماره ۶. مقایسه تعداد تراکنش بانکی در هشت روز نمایشگاه‌های کتاب تهران از سال ۹۲ تا ۹۴

موضوع	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴
تراکنش بانکی	۶۶۰۷۶۰	۸۸۷۱۷۷	۹۶۱۷۲۶

نمودار شماره ۹. مقایسه تراکنش بانکی در هشت روز نخست نمایشگاه تهران از سال ۹۲ تا ۹۴



به عبارت دیگر، در سال ۹۴ نسبت به سال ۹۳ میزان تراکنش در حدود ۸ درصد و نسبت به سال ۹۲ در حدود ۳۲ درصد و سال ۹۳ نسبت به ۹۲ در حدود ۲۵ درصد افزایش داشته است. هر چند نرخ رشد درصد آمار تراکنش‌ها در سال ۹۴ نسبت به سال ۹۳ (۱۰ درصد) از نرخ مشابه ۹۳ نسبه سال ۹۲ (۱۳/۴ درصد) کم‌تر است و بیانگر کاهش تعداد خرید مردم از حیث آمار تعداد تراکنش حکایت دارد، اما روند حضور مردم در نمایشگاه همچنان افزایشی است. تعداد ۹۶۱۷۲۶ تراکنش در سال ۹۴ با توجه به اینکه به احتمال هر خریداری بیش از یکبار از کارت خرید استفاده می‌کند، با احتساب حداقل پیش‌بینی هر نفر دوبرار از کارت خود استفاده کرده باشد، این عدد به حدود ۴۸۰ هزار نفر کاهش می‌یابد. از سوی دیگر بنا به تحقیق میدانی از ناشران معتبر و بزرگ در نمایشگاه، ۶۰ تا ۷۰ درصد فروش از فروش کل ناشران از طریق کارت بانکی و مابقی از طریق فروش نقدی صورت می‌گیرد. اگر به فروش کارتی ۳۰ درصد افزوده شود، به‌طور تقریبی تعداد خریداران در حدود ۶۴۰ هزار است. اگر

تعداد دیدارکنندگان از نمایشگاه در حدود ۵ میلیون نفر باشد، در حدود ۱۳ درصد از مردم خریدار کتاب و در حدود ۸۷ درصد تماشاگر و گردشگر محسوب می‌شوند.

### ارزیابی منابع و مصارف مالی

بودجه نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران از محل فصل پنجم و با موضوع کمک به برگزاری نمایشگاه در خلال یک دهه گذشته فراز و فرود داشته است که باتوجه به تغییرات سیاسی و دولت و نیز تأثیر تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی معناداری است.

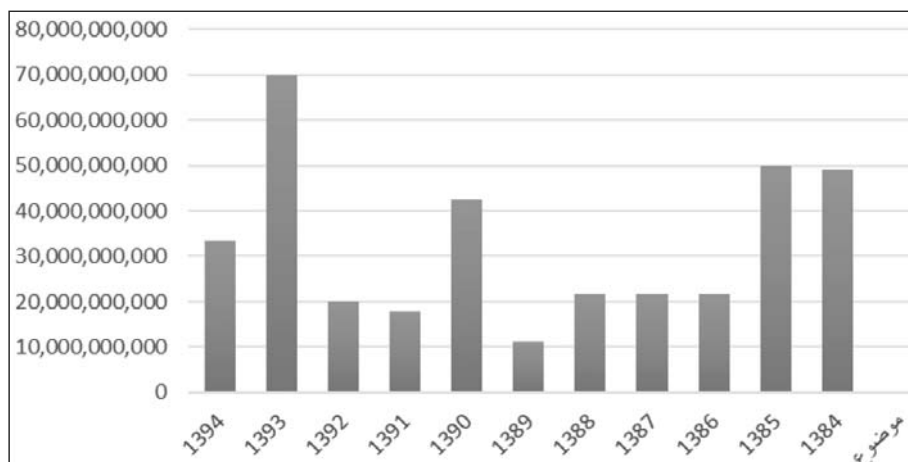
#### جدول شماره ۷. روند تغییرات بودجه کمک به برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

از سال ۸۴ تا ۹۴

موضوع	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴
نمایشگاه بین‌المللی تهران	۴۹,۰۹۶,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۱,۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۱,۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۱,۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۱,۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۲,۵۷۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۷,۸۸۹,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۳,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰

#### نمودار شماره ۱۰. مقایسه بودجه کمک به برگزاری نمایشگاه کتاب

از سال ۸۴ تا ۹۴



در این نمودار به خوبی مشخص است که در سال‌های نخست دولت قبلی یعنی سال‌های ۸۴ و ۸۵ دولت برای تداوم فعالیت‌های فرهنگی توجه داشته و بودجه مناسب را هم برای برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تأمین کرده است. اما در سال‌های بعد باتوجه به مسائل فرهنگی پیش آمده در مورد وضعیت نشر و ناشران و جایگاه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دولت که به استعفای وزیر وقت انجامید، از بودجه فرهنگی به‌طور کلی و بودجه نمایشگاه کاسته شده است. این وضعیت با توجه به آثار وضعیت اقتصادی دولت در اواخر



دولت تشدید می‌شود، اهمیت نمایشگاه و مسئله نشر و به‌طور طبیعی بودجه نمایشگاه کاهش می‌یابد. در دولت جدید اعتبارات مناسبی برای نخستین نمایشگاه در دولت جدید یعنی سال ۹۳ اختصاص داده می‌شود اما در سال ۹۴ باز مشکلات بودجه و اقتصادی کشور گریبانگر نمایشگاه می‌شود.

بودجه کمک به برگزاری نمایشگاه غیر از بودجه اصلی برگزاری نمایشگاه است که در زیر فهرست هزینه‌ها و مجموع آن به جزئیات بیان شده است:

### جدول شماره ۸. هزینه‌های برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ۹۳

ردیف	موضوع (هزینه‌ها)	مبلغ (تومان)	درصد از کل هزینه‌ها
۱	اختصاص به مصلی	۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۷/۸۳
۲	اجاره سالن، غرفه‌بندی	۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۱/۹
۳	برق، بیمه، رفاهی، عوامل اداری و پشتیبانی (زیرساخت)	۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۷/۸۳
۴	تأمین غذا، تجهیزات، خودرو، رنگ‌آمیزی، داربست و ...	۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۷/۸۳
۵	دستمزد	۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۸/۹۱
۶	مجموعه قراردادها با شکل‌ها و مجموعه ناشران انقلاب اسلامی	۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵/۹۴
۷	روابط عمومی (ستاد خبری، مستندسازی، افتتاحیه، تیزر، کلیپ، ویژه‌نامه، چاپ و انتشارات، پرداخت به صدا و سیما)	۸۲۴/۰۰۰/۰۰۰	۴/۹
۸	فعالیت‌های جنبی، شعر، مسابقه کتاب‌خوانی، استیج، غرفه‌های مربوط به امیرالمومنین و ...	۶۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۳/۹۲
۹	فعالیت‌های خانه کتاب، سرای اهل قلم، اطلاع‌رسانی، سالن تولید علم، ترجمه	۵۹۰/۰۰۰/۰۰۰	۳/۵
۱۰	حراست (کارت شناسایی، سیستم دوربین‌های مدار بسته و ...)	۵۴۸/۰۰۰/۰۰۰	۳/۲۶
۱۱	مهمان ویژه (افغانستان)، هزینه گمرکی، نمایشگاه محرمانه، نشست‌های بین‌المللی	۴۲۶/۰۰۰/۰۰۰	۲/۵۳
۱۲	سالن چاپ، ایثارگران و شهدا، خلیج فارس، دفاع مقدس (واحدهای وزارتخانه)	۱۴۵/۰۰۰/۰۰۰	۰/۸۶
۱۳	تشریفات	۸۶/۰۰۰/۰۰۰	۰/۵
۱۴	مستندسازی فعالیت‌ها و نظرسنجی	۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۰/۲۴
۱۵	جمع کل	۱۶/۸۱۹/۰۰۰/۰۰۰	۹۹/۹۵

با تفکیک میان بخش نمایشگاهی از فروشگاه کتاب، جمع کل هزینه‌های مستقیم برگزاری فعالیت‌های نمایشگاهی (ردیف‌های ۱۲، ۱۱، ۹، ۸) در حدود یک میلیارد و هشت میلیون تومان است که در صورت احتساب هزینه‌های غیرمستقیم و سربار احتمالاً در حدود

دو میلیارد تومان می‌شود که در حدود ۱۲ درصد هزینه کل نمایشگاه است که البته این فعالیت‌ها بر هزینه ردیف‌های یک تا ۱۴ هم می‌افزاید که موجب می‌شود این درصد بیشتر شود. شاید بتوان با یک محاسبه غیردقیق حدس زد که هزینه فعالیت‌های جنبی نمایشگاه در حدود ۲۰ درصد هزینه کل نمایشگاه است.

### ارزیابی دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران

درباره چگونگی و اثربخشی و کارایی برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، دیدگاه‌های گوناگونی وجود داشته و دارند. پراکنش و تنوع این دیدگاه‌ها از زوایای گوناگون قابل بررسی است. اما نکته مهم در این ارزیابی ربط مستقیم میان دیدگاه‌ها با زمینه و زمانه برگزاری نمایشگاه است. به عبارت دیگر، اگر نمایشگاه در زمانه‌ای به شکل و صورت مطلوب برگزار شود، سمت‌وسوی دیدگاه‌ها به‌طور کلی مثبت است و اگر در سالی نمایشگاه با مسائل و مشکلاتی روبه‌رو باشد، دیدگاه‌ها بیشتر به جنبه انتقادی حتی انتقاد رادیکال متمایل می‌شود. خود این وضعیت بیانگر آن است که نمی‌تواند برگزاری نمایشگاه کتاب تابعی از مسائل محیطی که عبارتند از گرایش سیاسی و فرهنگی مدیران عالی و میانی دولت، شدت و ضعف اعمال ممیزی، وضعیت اقتصادی نشر و ملی و...

یکی از تحقیقات جدیدی که به سفارش دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خرداد ماه سال ۹۴ با عنوان: «نمایشگاه کتاب تهران؛ راهبرد آینده» انجام شد، با ارزیابی وضع موجود و چالش‌های نمایشگاه در چهار حوزه؛ چالش هدف‌گذاری، چالش مدیریتی، چالش برنامه‌ریزی (محتوایی)، چالش فضا و مکان، از ناشران و صاحب‌نظران نظرخواهی کرده است که جمع‌بندی این دیدگاه‌ها را می‌توان در موارد زیر دسته‌بندی کرد:

#### ۱. چالش هدف‌گذاری

در این تحقیق که از گرایش تقدم فرهنگ بر اقتصاد و از وجه نمایشگاهی بر فروشگاهی دفاع می‌شود، در عمل، فرایند برگزاری ۲۷ دوره نمایشگاه را در هدف‌گذاری ناموفق می‌داند. در این زمینه برخی از مهم‌ترین دیدگاه ناشران مورد مصاحبه را می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱-۱. هدف تأمین نقدینگی برای ناشران، به تدریج جایگزین هدف اول کتاب و کتاب‌خوانی برای نمایشگاه کتاب شد.
- ۱-۲. غلبه نگاه «کمیت‌نگر» بر «کیفیت‌نگر». تیراژ کتاب مهم شده است و از نظر کمی رشد چشم‌گیری داشته‌ایم. اما از نظر کیفیت نحوه برگزاری نمایشگاه رشدی نداشته‌ایم.

۳-۱. نمایشگاه کتاب طی این سال‌ها به بازار مکاره تبدیل شده و در نمایشگاه کتاب با غرفه صنایع دستی، عرضه سی‌دی‌های مختلف، غرفه کمک به فلان نهاد خیریه و مواردی از این قبیل روبه‌رو می‌شوید.

۴-۱. اگر مهم‌ترین اهداف اولیه نمایشگاه کتاب را به شرح زیر فهرست کنیم:

۱-۴-۱. رونق بخشیدن به اقتصاد نشر، افزایش سطح مطالعه به‌طور عام و کتاب‌خوانی به‌طور خاص، فراهم آوردن زمینه نقد و گفت‌وگو، انتقال تجربیات و افزایش تعاملات بین فعالان این حوزه، شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها، و به‌طور کلی توسعه و ترویج تولید، توزیع و مصرف کتاب، متأسفانه این هدف‌گذاری‌ها اولویت خود را از دست داده و نمایشگاه به‌سمت برجسته‌کردن کارکردهای ثانوی و پنهان رفته است.

۵-۱. هر چه از آغاز برگزاری نمایشگاه می‌گذرد و به امروز نزدیک‌تر می‌شویم وجه فروشگاهی آن بر وجه نمایشگاهی آن غلبه بیشتری پیدا می‌کند. برای مثال نمایشگاه کتاب فرانکفورت و لندن به‌معنی واقعی کلمه، نمایشگاه هستند. اما نمایشگاه کتاب تهران به فروشگاه تبدیل شده است که می‌توان گفت این انحراف از اهداف نمایشگاه و نقطه ضعف آن محسوب می‌شود و یک آسیب است.

۶-۱. شکل‌گیری نمایشگاه کتاب تهران نه براساس سیاست‌گذاری خاص و هدفی تعریف شده بلکه ناشی از وجود نیازی مقطعی بوده است. یک مسئله آنی مطرح شده بود که باتوجه به اینکه در کشور بعد از انقلاب فرهنگی، دانشگاه‌ها شروع به کار کرده بودند منابع مطالعاتی لازم به زبان‌های دیگر را دانشگاه‌ها نداشتند. به‌همین علت اولین دوره نمایشگاه کتاب تهران صرفاً با کتاب‌های خارجی برگزار شد و این روند تا نمایشگاه سوم ادامه داشت. این نیازی بود که در آن زمان مطرح شد، اما تداوم پیدا کرد. درحالی‌که این ضرورت تنها برای آن مقطع احساس شده بود. اگر نیاز مداومی برای تأمین منابع علمی خارجی مورد نیاز کتاب‌خانه‌ها وجود دارد، قاعدتاً باید سازوکار مناسبی برای پاسخ دادن به آن نیاز دیده شود. نمایشگاه کتاب مکان مناسبی برای پاسخ دادن به مسئله نبود.

۷-۱. وجه فرهنگی نمایشگاه باید تقویت شود و ارائه‌دهنده پیشرفت‌های فرهنگی و علمی نشر کشور باشد و ارتباط فرهنگی میان پدیدآورندگان کتاب را با ناشران به معنی تبادل فرهنگی میان ناشران و مؤلفان را تسهیل نماید.

## ۲. چالش مدیریتی

باتوجه به ساختار و سازمان دولتی نمایشگاه کتاب تهران از زمان دوره اصلاحات مسئله واگذاری مدیریت کلان و سیاست‌گذاری و اجرایی نمایشگاه به ناشران همواره مورد بحث بوده و درباره ضرورت آن تأکید می‌شده است. اما این روند هیچ‌گاه به‌طور جدی شکل

نگرفت. ابتدا در فرایند اجرایی و عملیاتی مانند غرفه‌بندی بخش ناشران داخلی از همکاری اتحادیه و نهادهای صنفی استفاده شد. این بهره‌گیری بیشتر به کارگیری توان اجرای عوامل انسانی این نهادها بود، به گونه‌ای که توان اجرایی و سازمانی مدیریت کلان نمایشگاه را فربه‌تر و گسترده‌تر می‌کرد و عملاً از قدرت تصمیم‌گیری آن نمی‌کاست. برخی ناشران هم از این وضع ابراز خرسندی می‌کردند. اما تحولات مدیریتی خرد و کلان فرهنگی و دولتی در کشور همین میزان همکاری را هم دچار افت و خیز می‌کرده است و در واقع، مسئله مشارکت جدی و ساختاری بخش خصوصی در برگزاری نمایشگاه روندی مطالعه‌شده و با سنجش تمامی ملاحظات اجرایی و ملی و فرهنگی نبوده است.

برخی از دیدگاه ناشران و مدیران ارشاد درباره چالش‌های مدیریتی در این تحقیق به این شرح است:

۱-۲. کیانیان، رئیس اسبق اتحادیه ناشران تهران: در مقطعی تلاش شد تا مدیریت سالن‌های ناشران داخلی به اتحادیه ناشران واگذار شود. باین حال، هنوز دولت نقش پررنگی در اداره نمایشگاه برعهده دارد که باید محدود به نظارت شود. در سال آخر دولت آقای خاتمی بعد از ۴ سال برگزاری بخش داخلی نمایشگاه توسط اتحادیه ناشران، به دولت پیشنهاد دادیم که حاضریم کل نمایشگاه را بدون یک ریال سوبسید اداره کنیم و هیچ پولی از دولت نمی‌خواهیم و توان برگزاری نمایشگاه را داریم. چرا این پیشنهاد پذیرفته نشد؟! ۲-۲. دولت باید از تصدی‌گری دوری کند و مدیریت نمایشگاه کتاب تهران را به بخش خصوصی واگذار نماید. اداره نمایشگاه باید توسط بخش خصوصی اداره شود.

۳-۲. با وجود مطرح‌شدن اصل برون‌سپاری توسط مقام معظم رهبری صرفاً شعارش مطرح می‌شود. دولت با دست‌هل می‌دهد و با پا پس می‌کشد. این‌طور به‌نظر می‌آید که دولت نگران اقتدارش در این زمینه است.

۴-۲. به‌دلیل ارائه سوبسید و تسهیلات تعداد زیادی انتشاراتی در کشور تولید شده که تعداد آن‌چندین برابر کتابفروشی‌هاست. این امر مانع تقویت بخش خصوصی و تبدیل‌شدن نشر به یک صنعت می‌شود.

۵-۲. هزینه‌های دولت برای برگزاری نمایشگاه زیاد است و بازدهی آن هم اندک. دولت در سال جاری به‌دلیل کمبود بودجه به بخش خصوصی و تشکل‌های صنفی روی آورده است. این خوب است به شرطی که استقلال عمل وجود داشته باشد، زیرا نمی‌شود که از دولت بودجه گرفت اما به مطلوب خود عمل کرد.

۶-۲. اتحادیه سراسری ناشران قطعاً می‌تواند برگزارکننده نمایشگاه کتاب باشد.

### ۳. چالش برنامه‌ریزی (محتوایی)

به نظر می‌رسد ضرورت و الگوی نمایشگاه کتاب از ابتدا بر نوعی تفاهم و خرد و اراده جمعی مدیران وقت برگزار شد و این فرایند تا به امروز نیز البته با گسترش خرد جمعی به ناشران و صاحب‌نظران و با تکیه بر تجربه عملی و نه مطالعه و برنامه‌ریزی راهبردی تداوم یافته است. سیر طی شده ۲۸ دوره نمایشگاه نشان می‌دهد که... شاهد «سلیقه‌محوری»، «تنوع گرایش‌ها» و «لاجرم» «نوسان‌ها و دگرگونی‌هایی» بوده‌ایم.<sup>۱</sup>

مواردی از این سلیقه‌محوری و برنامه‌ریزی تجربی و نه علمی که در تحقیق نمایشگاه تهران؛ راهبرد آینده به آن‌ها اشاره شده به این شرح است:

۱-۳. محدودیت چاپ اول بودن یا نبودن کتاب‌هایی است که عرضه می‌شوند. در ابتدا قرار بود فقط کتاب‌های چاپ اول به غیر از کتاب‌های درسی در نمایشگاه عرضه شود، ولی به مرور شامل تمامی کتاب‌ها شد.

۲-۳. مسئله بود و نبود کتاب‌های کمک‌آموزشی است. حضور ناشران کتب کمک‌آموزشی با تمهیداتی که آنان برای فروش هرچه بیشتر در هماهنگی با اداره آموزش و پرورش، مدارس و آموزگاران پیش از برگزاری نمایشگاه انجام می‌دهد، هیچ نسبتی با مفهوم و ماهیت کار نمایشگاهی ندارد. اما در عمل، در فرایند برگزاری نمایشگاه، این بخش حضور پررنگ‌تری پیدا کرده است.

۳-۳. مهم‌ترین معضل کتاب در کشور عدم احساس نیاز مردم به کتاب است. همان مردمی که احساس نیاز به کتاب‌های عمومی نمی‌کنند به این کتاب‌ها احساس نیاز می‌کنند.

۴-۳. اشکالات اصلی بیشتر در حوزه سیاست‌گذاری است. یک کاری در گذشته انجام شده است که زمان خودش خوب بوده است؛ ولی عیناً هر ساله تکرار می‌شود. به تغییر و تحولی اساسی در سیاست‌گذاری کلی نمایشگاه کتاب تهران نیاز داریم. یعنی باید در سیاست‌گذاری‌ها تجدیدنظر شود و بدون نگرانی و با شهامت اعمال کرد.

۵-۳. یکی از مواردی که باید با شهامت انجام بشود حذف کامل ناشران کمک‌آموزشی از نمایشگاه کتاب تهران است. باید این ناشران را اقناع کرد که خود توان مالی برای برگزاری نمایشگاه خود را دارند. بهترین موعد برای فروش این کتاب‌ها مهرماه هر سال است. خودشان باید هزینه کنند و نمایشگاه خود را برگزار کنند. این بخشی است که حتماً باید از نمایشگاه حذف شود. این بخش، فرهنگی نیست و ابزار آموزشی است. حتی علمی نیست. کتاب درسی دانشگاهی تولید علمی است. وقتی دانشگاهی کتاب‌های خود را در نمایشگاه عرضه می‌کند، تولید علمی استادان و دانشجویان خود را به نمایش می‌گذارد.

۱. دفتر مطالعات راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۴). نمایشگاه کتاب؛ راهبرد آینده، خرداد ۱۳۹۴.

۶-۳. برخی می‌گویند اگر بخش ناشران کمک‌آموزشی حذف شود، بازدیدکننده‌های نمایشگاه کاهش پیدا می‌کند. سه میلیون تبدیل به یک میلیون می‌شود! خب چه اشکالی دارد؟ مگر می‌خواهیم آمارسازی کنیم؟

۷-۳. اگر این بخش ناشران کمک‌آموزشی حذف شود حدود یک چهارم فضای نمایشگاه کوچک خواهد شد و می‌تواند به ناشران دیگر اختصاص پیدا کند. یارانه‌های دولتی، کارت‌های خرید و بن‌ها به هیچ وجه نباید جذب چنین ناشرانی بشود. باید جذب بخش فرهنگی کشور بشود. وقتی چنین بخشی را حذف می‌کنید تمامی یارانه‌های پرداخت شده توسط دولت جذب ناشران عمومی، دانشگاهی و کودک و نوجوان می‌شود.

۸-۳. تحلیل محتوای مجموعه برنامه‌های جنبی در نمایشگاه کتاب تهران پراکندگی و به‌ویژه بی‌ربطی بسیاری از برنامه‌ها با موضوع و مقوله کتاب را به وضوح نشان می‌دهد. البته در برخی دوره‌ها که تلاش می‌شد تا هماهنگی و ارتباط برنامه‌های جنبی با اهداف اولیه نمایشگاه کتاب در نظر گرفته شود، سمت‌وسو و ماهیت برنامه‌ها به مسئله چرخه نشر، و اطلاع‌رسانی درباره کتاب نزدیک می‌شد. هرچند در همین دوره‌ها نیز برنامه‌ها تحت تأثیر فضای رویدادها و مناسبت‌های سیاسی، اجتماعی و ایدئولوژیک قرار داشت.

#### ۴. چالش فضا و مکان

برگزاری نمایشگاه کتاب تهران از ابتدا تا کنون در دو محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران (تا دوره نوزدهم) و سپس مصلائی در حال ساخت امام خمینی (ره) (تا دوره بیست‌وهشتم) و در سال ۹۵ در نمایشگاه شهر آفتاب برگزار شده است. اما در همان دوره‌ای هم در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی، کم‌وکیف برگزاری تابعی از جدول برنامه‌های نمایشگاه‌های تجاری و صنعتی بوده است و در برخی سال‌ها به دلیل تراکم برنامه نمایشگاهی برخی سالن‌ها حذف یا افزوده می‌شده است.

برگزاری نمایشگاه کتاب از حیث مکانی خارج از توان و امکانات برنامه‌ریزی مدیریت نمایشگاه بوده و به‌همین دلیل ثباتی نداشته است. اینکه کتاب و فرهنگ در ایران هیچ‌گاه مکان ثابت و متناسب با نیازها و الزامات و مقتضیات محیط نمایشگاه فرهنگی نداشته است، خود مسئله‌ای است که بیانگر اهمیت و ارزش فرهنگ در ایران بوده است. براساس دیدگاه ناشران معضلات مکانی نمایشگاه به این شرح است:

۲-۴. غیرمرتبط بودن فضای مصلا با نمایشگاه کتاب.

۲-۴. کمبود امکانات و خدمات که ناشی از محدودیت‌های محیطی نمایشگاه است.

۳-۴. فاصله زیاد بخش‌های مختلف نمایشگاه از همدیگر.

۴-۴. غیر فرهنگی بودن فضای نمایشگاه و تبدیل شدن آن به بازار اغذیه‌فروشی و تبلیغات.

۵۴. جانمایی و فضای غرفه‌ها به‌خصوص در بخش ناشران خارجی، فاقد ویژگی‌های نمایشگاهی است.

برگزاری بیست‌ونهمین دوره نمایشگاه کتاب در محل شهر آفتاب، اگرچه برخی از مسائل و مشکلات مکانی نمایشگاه را برطرف کرده است و در تجربه درازمدت می‌توان استقبال مردم از نمایشگاهی در بیرون شهر تهران را ارزیابی و برآورد کرد، اما همچنان مسئله‌ای که انتقاد و اعتراض برخی از ناشران را موجب شده و همواره از معضلات غرفه‌بندی در نمایشگاه بوده است، توزیع ناعادلانه و گاه غیرارادی غرفه‌ها بین ناشران است. غرفه‌های به‌اصطلاح مغازه‌داران دارای پاخور و سر راه گردش جمعیت مردم است و غرفه‌هایی دو از دسترس و گذرگاه اصلی مردم هستند.

### نتیجه‌گیری و ارزیابی نهایی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران:

باتوجه به شاخص‌های ارزیابی در کل تحقیق، ارزیابی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را باید در دو اصل جمع‌بندی و نتیجه‌گیری کرد:

۱. ارزیابی نمایشگاه کتاب از حیث اثربخشی؛

۲. ارزیابی نمایشگاه کتاب از حیث عدالت.

### ۱. ارزیابی از حیث اثربخشی

باتوجه به مطالب و تحلیل محتوای یادشده در این بخش از تحقیق، نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، یکی از مفیدترین و مؤثرترین اقدامات و فعالیت فرهنگی در حوزه نشر و کتاب و کتاب‌خوانی است. اگر اثربخشی درجه و میزان نیل به اهداف تعیین‌شده تعریف شود باتوجه به مبهم و کلی بودن اهداف نمایشگاه نمی‌توان اثربخشی نمایشگاه را به‌طور دقیق ارزیابی کرد. اما براساس احتمالات مربوط به هدف‌گذاری نمایشگاه می‌توان نتایج زیر را به‌دست آورد.

۱-۱. نمایشگاه کتاب تهران با احتساب حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد فروش کل ناشران در سال در تحقق اهداف فروش کتاب اثربخشی دارد.

۱-۲. نمایشگاه از حیث فرصت یگانه برای مصرف‌کنندگان و مردم اثربخشی دارد و بخش قابل توجهی از نیازهای سالانه خود را از نمایشگاه با تخفیف در حدود ۱۰ درصد تأمین می‌کنند.

۱-۳. باتوجه به خرید سالانه بیش از ۷۰ میلیارد کتاب توسط مردم، نمایشگاه از حیث هدف‌گذاری نمایشگاهی و حضور توده‌ای مردم، یک رخداد فرهنگی مهم محسوب می‌شود و از این حیث اثربخشی دارد.

- ۴-۱. در مورد میزان تأثیرپذیری مردم از فعالیت‌های جنبی نمایشگاه هیچ آمار مؤید و مفیدی وجود ندارد تا بتوان میزان تأثیرپذیری و اثربخشی آن را اندازه‌گیری کرد.
- ۵-۱. آمارها از حیث افزایش تعداد عناوین کتاب و ناشران و حضور مردم بیانگر اثربخشی در حد بالای آن است.
- ۶-۱. در مورد مکان و میزان مطلوبیت برگزاری نمایشگاه تردید و انتقاداتی وجود دارد که از اثربخشی نمایشگاه می‌کاهد.
- ۷-۱. باتوجه به فروش بیشتر کتاب‌های درسی و آموزشی و دانشگاهی، نمایشگاه در جهت تحقق اهداف کتاب و کتاب‌خوانی اثربخشی کمی دارد.

## ۲. ارزیابی از حیث عدالت

- از نظر شاخص تحقق عدالت فرهنگی در نمایشگاه می‌توان موارد زیر را به‌دست آورد:
- ۱-۲. از این حیث که نمایشگاه فرصت برابر و عادلانه‌ای را برای ناشران سراسر کشور فراهم می‌آورد، شرایط و خصوصیات یگانه و ممتازی دارد.
- ۲-۲. از این حیث که نمایشگاه فرصت برابر و عادلانه‌ای را برای تمامی اقشار جامعه به‌منظور آشنایی با تولید کتاب و خرید بدون هیچ مانعی فراهم می‌آورد و نقش واسطه‌ها را از بین می‌برد، امکان یگانه و عادلانه است.
- ۳-۲. در مورد خدمت‌رسانی به خریداران کتاب و تماشاگران نمایشگاه، نمایشگاه شرایط و فرصت عادلانه‌ای را فراهم نمی‌آورد. نمایشگاه بیشتر در خدمت تماشاگران است تا خریداران واقعی کتاب.
- ۴-۲. اگر هدف اصلی نمایشگاه ترویج کتاب و کتاب‌خوانی باشد، باتوجه به فروش مهم کتاب‌های درسی و آموزشی که جز تکالیف حرفه‌ای و دانشگاهی و آموزشی محسوب می‌شود، نمایشگاه وضعیت عادلانه‌ای ندارد.
- ۵-۲. نمایشگاه کتاب از این حیث که بر فروش کتابفروشان تهرانی و شهرستانی تأثیر منفی دارد، ناعادلانه است.

## طراحی سیاست نوین نمایشگاه کتاب و پیشنهادها

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از: اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم، میزان بروکراتیک‌بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) در جدول زیر ارائه شده است. در این تحلیل شاخص‌های شش‌گانه



برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه‌بودن، به‌علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره‌گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بینادی و بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست یابند. روش نمره‌گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و کم، عادلانه بین سه وضعیت؛ عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند. در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است:

#### جدول شماره ۹. روش نمره‌گذاری سیاست بن کتاب از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تأحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تأحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تأحدی	غیرمستقیم
<b>میزان بروکراتیک‌بودن</b>			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تأحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تأحدی	فعل محور

براساس روش نمره‌گذاری شاخص‌های شش‌گانه می‌توان نتیجه سیاست حمایتی برگزارکننده نمایشگاه کتاب تهران را به‌دست آورد:

#### جدول شماره ۱۰. تحلیل برنامه‌های حمایتی نمایشگاه کتاب تهران از منظر مسائل استراتژیک

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم یا غیرمستقیم	بروکراتیک	فناوری اطلاعات	فاعل محور یا فعل محور	جمع نمرات
نمایشگاه کتاب تهران	زیاد (۲)	نسبتاً عادلانه (۱)	نسبتاً غیرمستقیم (۱)	متوسط (۱)	کم (۱)	نسبتاً فعل محور (۱)	۷

باتوجه به نمره ۷، نمایشگاه کتاب در زمره سیاست‌های حمایتی مورد تأیید و قابل دوام ارزیابی می‌شود. اما مهم‌ترین ضعف آن در نحو مدیریت اجرایی، تحقق عدالت در واگذاری غرفه‌ها و بخش‌های اصلی و جانبی نمایشگاه و استفاده از فناوری مدرن است. در جدول زیر دامنه و نوع تغییرات براساس دیدگاه‌های ارزیابی شده تشریح شده است:

### جدول شماره ۱۱. دامنه و نوع و فازبندی تغییرات و اصلاحات در سیاست‌های موجود

موضوع		تغییر در هدف‌گذاری		تغییر در سازمان		تغییر در روش		تغییر در فناوری	
فازبندی	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت
نمایشگاه کتاب تهران	تقویت اقتصاد نشر و به‌تبع آن ترویج کتابخوانی	ناشر محوری و مخاطب محوری	واگذاری واقعی مدیریت به ناشران و نظارت بر آن	واگذاری به مجمع اتحادیه ناشران و نظارت بر آن	تقویت ناشران بخش عمومی و حذف دیگران	ناشران بخش عمومی و حذف دیگران	تقویت ناشران بخش عمومی و حذف دیگران	بهره‌گیری از نظام مالی الکترونیک و تخفیف مدرن	تحقق مدیریت دانش‌بنیاد

### سیاست‌گذاری کلان نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

نمایشگاه کتاب در ایران و در وضعیت دوران گذار تا به وضعیت نهادینه‌شدن نشر، یکی از ابزارهای حمایتی مؤثر و مفید است. برای اصلاح آن، اعمال ملاحظات زیر ضروری است:

۱. اجرای طرح صندوق نمایشگاه بین‌المللی کتاب با بلوکه‌شدن فروش ناشران و محاسبه و منظورشدن سود ۱۰ روزه آن و نیز جذب منابعی مانند تبلیغات بانک عامل و ذخیره‌شدن بودجه بن کتاب در این صندوق می‌توان کتاب را با تخفیف ۲۰ درصد به مخاطبان و خریداران کتاب فروخت، بدون آنکه هزینه تخفیف را ناشران پرداخت کنند. هزینه تخفیف از محل صندوق نمایشگاه و پس از پایان نمایشگاه به ناشران پرداخت می‌شود.

۲. گرایش به حضور کمی ناشران به حضور کیفی ارتقا یابد و ناشرانی با بیش از ۲۰ عنوان کتاب در سال در نمایشگاه شرکت داده شوند تا انگیزه برای افزایش کتاب در ناشران خرد فراهم شود.

۳. کسب‌وکارها و بازار مکاره جنبی در روزهای نمایشگاه به‌طور جدی مدیریت و از تعداد آن‌ها کاسته شود تا فضای نمایشگاه به کتاب اختصاص یابد.

۴. بهره‌گیری از دانش و مدیریت اطلاعات و فناوری داده‌ها نسبت به ابعاد ملی این رخداد فرهنگی محدود است. نرم‌افزارهای تخصصی و هوشمندی می‌تواند برای نمایشگاه طراحی و اجرا گردد که در مدیریت نمایشگاه و نظارت و ارزشیابی آن نقش به‌سزایی دارد.

## فصل ششم

---

ارزیابی نمایشگاه کتاب استانی

---

## درآمد نظری

مبنای طراحی و توسعه نمایشگاه کتاب استانی، از تصور و ایده عدالت فرهنگی و توزیع عادلانه سرمایه و کالاهای فرهنگی سرچشمه می‌گیرد. هرچند تهران به‌عنوان کلان‌شهر پایتخت، مرکز و قطب فعالیت و تولید و مصرف کالاهای فرهنگی محسوب می‌شود و عمده‌ترین و مشهورترین فعالیت‌ها و تولید آثار فرهنگی در تهران صورت می‌گیرد، اما این وضع کم‌تر از ماهیت متمایز کلان‌شهرها و شهر و روستا در نظریه‌های شهری و فرهنگی در ایران نشئت می‌گیرد. وضع موجود تاحدی ناشی از گسست میان کلان‌شهرها با سایر اقالیم شهری و روستایی و پایتخت‌بودن تهران است، که در جای خود صحیح و درست است. زیرا موطن فرهنگ به‌عنوان حقیقی آن در شهر است، اما وضع تولید و به‌خصوص مصرف کالاهای فرهنگی بیشتر محصول سیاست‌های حمایتی تمرکزگرا و تهران‌محوری است. بازتولید این سیاست، بیشتر به دامن‌زدن این شکاف و گسست میان تهران و سایر شهرها و روستاها منجر شده است و نوعی از تبعیض را در درون خود می‌پروراند. اگر درست باشد که تولید اثر فرهنگی به‌خصوص اثر مؤلف و تأثیرگذار در شهر و کلان‌شهرهاست، هیچ توجیهی ناعادلانه‌بودن توزیع کالاهای فرهنگی را مدل نمی‌سازد، زیرا کم‌ترین آثار مخرب و ناعادلانه‌بودن این سیاست فقدان بروز و ظهور استعدادها درخشان در این شهرها و روستاهاست.

## سابقه نمایشگاه استانی

نمایشگاه کتاب استانی در واقع بسط و گسترش موفقیت چشم‌گیر برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بود. در سال ۱۳۷۲ نخستین نمایشگاه کتاب استانی که در رشت برگزار شد، با همین رویکرد برگزار شد که تا شهریور ۱۳۹۴، شمار این نمایشگاه به ۲۸۳ نوبت رسید. در این ۲۲ سال و به‌طور میانگین هر سال ۱۲،۸۶ نمایشگاه و در دهه ۸۰ و ابتدای دهه ۹۰ به‌طور میانگین سالی ۲۱ نمایشگاه برگزار شده است. بنا بر تحقیق و

برآوردی که در ذیل به تفصیل به آن اشاره خواهد شد، هر نمایشگاه استانی در مساحتی به‌طور میانگین ۷۳۲۰ مترمربع، با ۴۰ هزار عنوان و ۴۰۰ ناشر برگزار می‌شود که در سال به‌طور میانگین با برگزاری ۲۱ نمایشگاه، این ارقام به ۱۵۳،۷۲۰ مترمربع مساحت، ۸۴۰ هزار عنوان و ۸،۴۰۰ ناشر (برحسب ارقام ۹ ناشر حقیقی یا حقوقی) افزایش می‌یابد. این ارقام به‌خوبی نشان می‌دهد که با پدیده سترگ و رخداد فرهنگی یگانه در سال در حوزه نشر کتاب سروکار داریم.

از ابتدا تاکنون مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران وابسته به معاونت امور فرهنگی، دبیرخانه و مجری برگزاری این نمایشگاه بوده است و به‌طور طبیعی نقش این نهاد فرهنگی در برگزاری این پدیده عظیم فرهنگی قابل توجه و دقت است. سیاست‌گذاری و مدیریت چنین پدیده یا رخداد فرهنگی نیز امر دشوار و درعین حال حساس و مهم است. اما این رخداد فرهنگی و پدیده سترگ حوزه کتاب و کتاب‌خوانی به‌طور همسان و هم‌تراز با این شأن و منزلت خود تاکنون از اسناد و مطالعات مدیریتی و برنامه‌ریزی و تعیین اهداف دقیق علمی و عملی برخوردار نبوده است. از ابتدا تاکنون، آنچه تدبیر راهبردی و راهبری این نمایشگاه را سامان بخشیده، تجربه و سیاست آزمون و خطا بوده است و تاکنون به انبان و مخزنی از تجربیات و دانش ضمنی و عملی مبدل شده است که متأسفانه در جهت تدوین و تحلیل این دانش ضمنی و تجربی و تبدیل آن به دانش آشکار و محققانه، کاری صورت نگرفته است.

### پرسش‌های تحقیق

۱. آیا برگزاری نمایشگاه‌های استانی اثربخشی داشته است؟
۲. آیا فرایند برگزاری نمایشگاه‌های استانی عادلانه بوده است؟
۳. چه فرصت‌ها و امکان‌هایی برای بهبود روش‌های نمایشگاه استانی وجود دارند؟

### روش تحقیق

روش مطالعه ارزیابی و دستیابی به پرسش‌های تحقیق اسنادی و بررسی دیدگاه‌های ناشران و صاحب‌نظران است.

### بررسی اهداف نمایشگاه کتاب استانی

مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی و برخی اسناد و گزارش‌های منتشرشده درباره عملکرد نمایشگاه استانی هدف از برگزاری این نمایشگاه را چنین بیان می‌کند:

«این نمایشگاه‌ها که با حمایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار می‌شود، به‌صورت

سالانه در مراکز ۳۰ استان کشور برگزار می‌شود. ترویج و گسترش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی، بالا بردن میزان سطح آگاهی و دانش جامعه، به‌ویژه مناطق دور دست کشور، توسعه فرهنگی استان‌ها از طریق عرضه مستقیم کتاب، موج‌آفرینی فرهنگی و ایجاد فضای پرشور و نشاط فرهنگی در کشور طی مدت برگزاری و تشویق مردم، مسئولان و سازمان‌ها و نهادها به مشارکت در فعالیتهای کتاب‌خوانی، تقویت کتابخانه‌ها و مجتمع‌های فرهنگی، فراهم آوردن زمینه لازم جهت بروز خلاقیت‌ها و استعدادهای بالقوه در مناطق مختلف کشور، تعامل فرهنگی و ارتباط مستقیم ناشران با مردم، خارج ساختن فعالیتهای علمی، فرهنگی از حالت متمرکز و توزیع این‌گونه فعالیتهای در استان‌های کشور از مهم‌ترین اهداف برگزاری این‌گونه نمایشگاه‌هاست.» (سایت مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی).

این اهداف نمایشگاه کتاب استانی را، صرف‌نظر از ادبیات بیان‌شده و تکرار یک مضمون

به عبارات مختلف، در موارد زیر دسته‌بندی کرد:

۱. ترویج کتاب و کتاب‌خوانی؛
۲. توسعه فعالیت فرهنگی استان‌ها؛
۳. دسترسی مردم استان‌ها به تازه‌های تولید کتاب؛
۴. تعامل بی‌واسطه میان ناشر با مخاطب در استان‌ها؛
۵. تمرکززدایی در فعالیتهای فرهنگی.

### ارزیابی عملکرد نمایشگاه کتاب استانی

به‌منظور ارزیابی عملکرد نمایشگاه کتاب استانی ابتدا گزارشی توصیفی از وضعیت تولید نشر در استان‌ها و سپس توصیفی آماری و تحلیلی از عملکرد نمایشگاه ارائه می‌شود. با توجه با آمارهای قابل دسترس از مؤسسه نمایشگاه فرهنگی دوره زمانی ارزیابی در جداول آماری و نمودارها به دوره زمانی سال‌های ۸۵ تا ۹۳ محدود شده است:

جدول شماره ۱. وضعیت تولید کتاب در استان‌ها در سال ۹۳

استان	تعداد عناوین	درصد نسبت به کل
تهران	۴۷۱۵۷	۷۳/۴۳
قم	۶۸۹۱	۱۰/۷۳
خراسان رضوی	۲۹۲۲	۴/۵۵
اصفهان	۱۶۷۹	۲/۶۱
آذربایجان شرقی	۸۴۰	۱/۳۱
البرز	۶۵۱	۱/۰۱
فارس	۴۹۶	۰/۷۷
مازندران	۴۹۵	۰/۷۷
گیلان	۴۱۱	۰/۶۴
قزوین	۳۴۰	۰/۵۳
همدان	۳۰۳	۰/۴۷
یزد	۲۲۸	۰/۳۶
خوزستان	۲۰۱	۰/۳۱
آذربایجان غربی	۱۹۱	۰/۳۰
اردبیل	۱۷۸	۰/۲۸
کرمان	۱۶۴	۰/۲۶
کردستان	۱۳۶	۰/۲۱
گلستان	۱۲۲	۰/۱۹
مرکزی	۱۱۳	۰/۱۸
لرستان	۱۰۸	۰/۱۷
ایلام	۱۰۱	۰/۱۶
زنجان	۹۲	۰/۱۴
کرمانشاه	۸۹	۰/۱۴
سمنان	۸۶	۰/۱۳
خراسان شمالی	۶۵	۰/۱۰
کهگیلویه و بویراحمد	۵۹	۰/۰۹
خراسان جنوبی	۳۹	۰/۰۶
هرمزگان	۱۹	۰/۰۳
سیستان و بلوچستان	۱۸	۰/۰۳
چهارمحال و بختیاری	۱۳	۰/۰۲
بوشهر	۱۱	۰/۰۲

(منبع: گزارش آماری و تطبیقی نشر کتاب در یازده ماه نخست سال ۹۲ و ۹۳)

باتوجه به مفاد جدول شماره ۱، کل استان‌ها منهای استان تهران در حدود ۲۶,۵۷ درصد در تولید سرانه کتاب سهم دارند و ۷۳,۴۳ درصد انتشار کتاب به تنهایی در تهران صورت می‌گیرد. استان قم با تولید سالانه ۱۰,۷۳ درصد پس از تهران در جایگاه دوم قرار دارد و در حدود ۳۲ درصد تولید کل کتاب در استان‌ها به تنهایی در استان قم انجام می‌شود. غیر از تهران و قم، سهم سایر استان‌ها در تولید کتاب در حدود ۱۵,۸۴ درصد تولید کتاب است. ۴,۵۵ درصد از این ۱۵,۸۴ درصد هم در استان خراسان رضوی تولید می‌شود.

بدین ترتیب می‌توان به خوبی مشاهده کرد که سهم ۲۹ استان در حدود کم‌تر از ۱ درصد است. این وضعیت نامناسب بیانگر وضعیت اسفبار و تاسف‌بار تولید کتاب در استان‌هاست. در جدول زیر روند تغییرات تولید کتاب در استان‌ها برحسب عناوین کتاب از سال ۸۵ تا ۹۳ ترسیم شده است:

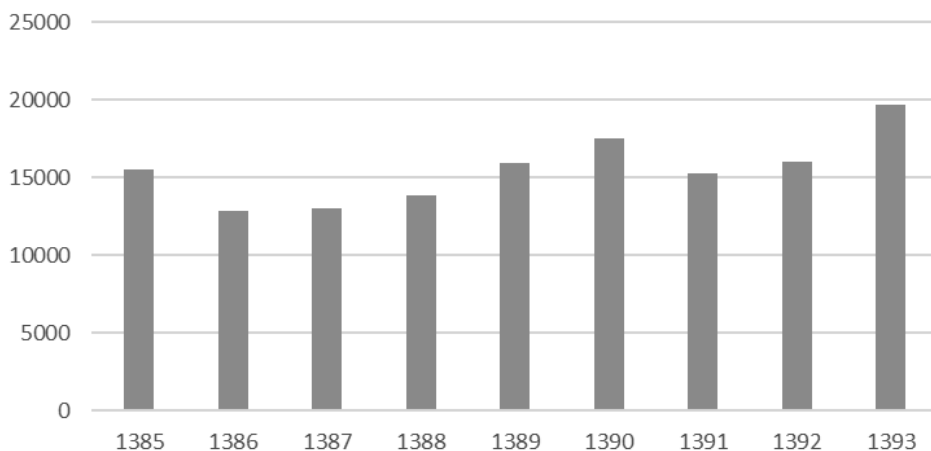
جدول شماره ۲. روند تغییرات تولید کتاب در استان‌ها برحسب عناوین کتاب از سال ۸۵ تا ۹۳

سال	عناوین	نرخ رشد
۱۳۸۵	۱۵۵۶۶	-
۱۳۸۶	۱۲۸۳۳	-۱۷.۶
۱۳۸۷	۱۳۰۴۱	۱.۶
۱۳۸۸	۱۳۸۹۵	۶.۵
۱۳۸۹	۱۵۹۵۰	۱۴.۸
۱۳۹۰	۱۷۵۰۷	۹.۸
۱۳۹۱	۱۵۲۴۷	-۱۲.۹
۱۳۹۲	۱۶۰۰۶	۴.۹۷
۱۳۹۳	۱۹۷۰۰	۲۳
	میانگین رشد	۳.۸

به استثنای سال ۹۳ روند رشد تولید کتاب افت‌وخیز شدیدی داشته است. سال ۸۶ شدیدترین افت تولید است و در سال ۹۳، ۲۳ درصد رشد نسبت به سال ۹۲ داشته است. میانگین رشد ۳,۸ درصدی بیانگر وضعیت نامناسب تولید کتاب در شهرستان‌هاست.



نمودار شماره ۱. رشد عناوین کتاب در استان‌ها از سال ۸۵ تا ۹۳



### عملکرد نمایشگاه کتاب استانی

با این تصویر از وضعیت تولید کتاب در استان‌ها، عملکرد نمایشگاه کتاب استانی ارزیابی می‌شود تا مشخص شود نمایشگاه استانی چه تأثیری بر سوبه‌های عرضه یا تولید و تقاضا یا مصرف داشته است. در زیر جداول عملکرد و نمودارهای مربوط با لحاظ کردن شاخص‌های برگزاری نمایشگاه شامل: مساحت، تعداد غرفه‌ها، تعداد ناشران، تعداد عناوین عرضه‌شده، تعداد فعالیت‌های جنبی، میزان فروش و تعداد دیدارکنندگان از نمایشگاه ترسیم می‌شود:

جدول شماره ۳. آمار عملکرد نمایشگاه‌های استانی در سال ۸۵

نمایشگاه استانی ۸۵	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فروش کل (میلیون تومان)	دیدارکنندگان
۹۲	کهگیلویه و بویراحمد	خرداد	۳۰۰۰	۱۷۰	۴۵۰	۴۰۰۰۰۰	۱۶۲	۱۰۰۰۰۰۰
۹۳	چهارمحال و بختیاری	شهرپور	۳۵۰۰	۱۶۰	۵۲۰	۵۰۰۰۰۰	۱۷۰	۱۰۰۰۰۰۰
۹۴	آذربایجان شرقی	آیان	۳۰۰۰۰	۷۵۰	۹۰۰	۸۵۰۰۰۰	۷۰۰	۷۴۰۰۰۰۰
۹۵	اردبیل	آیان	۳۵۰۰	۱۳۰	۴۰۰	۴۰۰۰۰۰	۱۳۶	۲۵۰۰۰۰۰
۹۶	لرستان	آیان	۴۰۰۰	۱۵۰	۳۸۰	۴۰۰۰۰۰	۱۶۷	۲۰۰۰۰۰۰
۹۷	آذربایجان غربی	آذر	۳۷۰۰	۱۷۰	۳۲۰	۳۵۰۰۰۰	۱۶۱	۱۵۰۰۰۰۰
۹۸	بجنورد	آذر	۱۰۰۰	۸۰	۳۱۰	۲۸۰۰۰۰	۱۱۵	۸۰۰۰۰۰۰
۹۹	شیراز	دی	۸۰۰۰	۳۵۰	۹۰۰	۸۵۰۰۰۰	۳۶۰	۴۰۰۰۰۰۰
۱۰۰	بوشهر	بهمن	۳۰۰۰	۱۰۰	۳۵۰	۲۵۰۰۰۰	۱۱۵	۹۰۰۰۰۰۰
۱۰۱	کهگیلویه و بویراحمد (گجساران)	اسفند	۳۰۰۰	۱۰۰	۳۵۰	۲۵۰۰۰۰	۱۱۵	۷۰۰۰۰۰۰
۱۰۲	یزد	اسفند	۵۰۰۰	۲۲۰	۶۰۰	۴۵۰۰۰۰	۲۴۰	۱۲۰۰۰۰۰
	میانگین		۶۰۱۵۵	۲۱۶	۴۹۸	۴۵۰۲۷۳	۲۲۲	۲۰۹۰۰۹۱
	جمع کل						۲۰۴۴۱	

روند تغییرات تعداد غرفه‌ها و ناشران در نمایشگاه استانی وضعیت باثباتی را نشان می‌دهد. این ارقام به‌خوبی بیانگر آن است که ناشران استقبال مناسبی از نمایشگاه نداشته‌اند و زمان و مکان برگزاری نمایشگاه روی تصمیم آن‌ها مؤثر بوده است. شهرهای پیشرفته و توسعه‌یافته مانند شیراز و آذربایجان شرقی با استقبال مناسبی روبه‌رو بوده‌اند.

### جدول شماره ۴. آمار عملکرد نمایشگاه‌های استانی در سال ۸۶

ردیف	نمایشگاه استانی ۸۶	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فروش کل (میلیون تومان)	دیدارکنندگان
۱	۱۰۳	خراسان شمالی	خرداد	۳,۰۰۰	۱۴۰	۲۵۰	۲۹,۰۰۰	۱۸۰	۱۱۵,۰۰۰
۲	۱۰۴	مازندران	خرداد	۶,۵۰۰	۳۱۰	۶۰۰	۵۵,۰۰۰	۳۶۶	۴۰۰,۰۰۰
۳	۱۰۵	مرکزی	تبر	۳,۰۰۰	۱۵۰	۵۰۰	۳۰,۰۰۰	۳۶۶	۷۰,۰۰۰
۴	۱۰۶	همدان	مرداد	۴,۰۰۰	۲۴۰	۴۰۰	۴۵,۰۰۰	۱۷۸	۱۲۰,۰۰۰
۵	۱۰۷	قزوین	مرداد	۲,۰۰۰	۱۱۰	۳۰۰	۲۸,۰۰۰	۱۸۰	۱۰۰,۰۰۰
۶	۱۰۸	کرمان	شهریور	۱۰,۰۰۰	۴۰۰	۷۰۰	۶۰,۰۰۰	۵۵۰	۸۰۰,۰۰۰
۷	۱۰۹	آذربایجان غربی	شهریور	۳,۰۰۰	۱۷۰	۳۰۰	۴۰,۰۰۰	۲۴۰	۲۰۰,۰۰۰
۸	۱۱۰	آذربایجان شرقی	آبان	۳۰,۰۰۰	۷۵۰	۹۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۷۰۰,۰۰۰
۹	۱۱۱	شیراز	آبان	۸,۰۰۰	۳۸۰	۷۵۰	۷۵,۰۰۰	۸۵۰	۵۰۰,۰۰۰
۱۱	۱۱۲	ایلام	آبان	۱,۸۰۰	۱۵۵	۵۰۰	۲۹,۰۰۰	۱۸۰	۱۲۰,۰۰۰
۱۲	۱۱۳	کهگیلویه و بویراحمد	آذر	۳,۰۰۰	۹۵	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۵۰	۱۳۰,۰۰۰
۱۳	۱۱۴	گلستان	آذر	۳,۰۰۰	۱۴۵	۲۵۰	۳۳,۰۰۰	۲۹۰	۲۰۰,۰۰۰
۱۴	۱۱۵	عسلویه	دی	۴,۰۰۰	۹۶	۱۵۰	۲۵,۰۰۰	۶۹	۱۰۰,۰۰۰
۱۵	۱۱۶	خراسان جنوبی	دی	۲,۰۰۰	۱۲۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۰۷	۶۰,۰۰۰
۱۶	۱۱۷	هرمزگان	دی	۵,۷۶۰	۳۲۰	۷۰۰	۶۰,۰۰۰	۵۰۰	۲۰۰,۰۰۰
۱۷	۱۱۸	اصفهان	دی	۵,۴۰۰	۳۰۰	۷۰۰	۶۱,۰۰۰	۵۰۰	۳۰۰,۰۰۰
۱۸	۱۱۹	قم	بهمن	۲,۰۰۰	۱۰۱	۲۰۰	۲۵,۰۰۰	۳۸۰	۲۰۰,۰۰۰
۱۹	۱۲۰	کرج	بهمن	۱,۳۰۰	۷۰	۲۰۰	۲۵,۰۰۰	۱۸۰	۶۰,۰۰۰
۲۰	۱۲۱	سیستان و بلوچستان	بهمن	۲,۷۰۰	۲۴۰	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۵۰۰	۳۰۰,۰۰۰
۲۱	۱۲۲	سمنان	اسفند	۲,۰۰۰	۱۲۱	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۵۰	۱۲۰,۰۰۰
میانگین									
								۲۲۱,۴۲۹	
جمع کل								۷,۲۱۶	

### جدول شماره ۵. آمار عملکرد نمایشگاه‌های استانی در سال ۸۷

ردیف	نمایشگاه استانی ۸۷	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فروش کل (میلیون تومان)	دیدارکنندگان
۱	۱۲۳	کهگیلویه و بویراحمد	خرداد	۴,۰۰۰	۱۶۵	۲۵۰	۲۶,۰۰۰	۲۱۵	۱۳۰,۰۰۰
۳۳	۱۲۵	بخرد	خرداد	۳,۰۰۰	۱۲۵	۲۰۰	۲۱,۰۰۰	۲۲۰	۱۱۵,۰۰۰
۳۴	۱۲۶	کرمانشاه	خرداد	۵,۰۰۰	۲۴۰	۳۷۰	۴۲,۰۰۰	۳۵۰	
۳۵	۱۲۷	اردبیل	تبر	۲,۴۰۰	۱۳۰	۲۷۰	۱۷,۰۰۰	۲۵۱	۲۵۰,۰۰۰
۳۶	۱۲۸	همدان	مرداد	۵,۰۰۰	۱۷۰	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۱۶۲	۱۲۰,۰۰۰
۳۷	۱۲۹	مازندران	شهریور	۱۰,۰۰۰	۳۰۰	۵۵۰	۴۸,۰۰۰	۲۷۶	۴۰۰,۰۰۰
۳۸	۱۳۰	آذربایجان غربی	شهریور	۵,۰۰۰	۱۸۸	۳۵۰	۲۸,۰۰۰	۲۲۱	۱۵۰,۰۰۰
۳۹	۱۳۱	آذربایجان شرقی	مهر	-	۳۵۰	۶۵۰	۱۰۰,۰۰۰	۶۱۲	۷۰۰,۰۰۰
۴۰	۱۳۲	زنجان	مهر	۹,۰۰۰	۳۱۰	۴۰۰	۴۵,۰۰۰	۳۳۵	۱۴۰,۰۰۰
۴۱	۱۳۳	شیراز	آبان	۹,۰۰۰	۳۸۰	۶۰۰	۹۰,۰۰۰	۱,۲۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۴۲	۱۳۴	کرمان	آذر	۱۲,۲۰۰	۴۲۰	۶۰۰	۷۵,۰۰۰	۶۰۰	۸۰۰,۰۰۰
۴۳	۱۳۵	خراسان جنوبی	آذر	۳,۰۰۰	۱۰۰	۳۰۰	۳۳,۰۰۰	۲۵۰	۶۰,۰۰۰
۴۴	۱۳۶	گلستان	آذر	۳,۰۰۰	۱۵۰	۳۰۰	۳۳,۰۰۰	۲۱۷	۲۰۰,۰۰۰
۴۵	۱۳۷	عسلویه	آذر	۴,۵۰۰	۱۱۰	۲۵۰	۳۳,۰۰۰	۲۰۰	۱۰۰,۰۰۰
۴۶	۱۳۸	بو شهر	دی	۳,۰۰۰	۱۴۰	۲۵۰	۴۱,۰۰۰	۲۴۰	۹۵,۰۰۰
۴۷	۱۳۹	سمنان	بهمن	۳,۳۰۰	۱۵۰	۲۵۰	۳۶,۰۰۰	۲۰۰	۶۰,۰۰۰
۴۸	۱۴۰	سیستان و بلوچستان	اسفند	۵,۱۷۰	۲۳۰	۴۰۰	۴۵,۰۰۰	۵۷۶	۵۰۰,۰۰۰
۴۹	۱۴۱	اصفهان	اسفند	۵,۴۰۰	۳۰۰	۵۰۰	۷۰,۰۰۰	۹۴	۳۵۰,۰۰۰
۵۰	۱۴۲	هرمزگان	اسفند	۴,۰۰۰	۲۳۰	۳۵۰	۵۰,۰۰۰	۳۴۹	۳۵۰,۰۰۰
میانگین									
								۲۷۳,۸۹۹	
جمع کل								۶,۵۶۸	

فروش کل نمایشگاه شاخص مهمی در ارزیابی موفقیت نمایشگاه استانی است که روند منظم ندارد و افت و خیز شدیدی دارد که بیانگر عدم استقبال مردم در بیشتر نمایشگاه‌هاست.

### جدول شماره ۶، آمار عملکرد نمایشگاه استانی در سال ۸۸

ردیف	نمایشگاه استانی سال ۸۸	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فعالیت جنبی	فروش کل (میلیون تومان)	دیدار کننده
۱	۱۴۳	خوزستان	خرداد	۴,۰۰۰	۱۴۰	۲۲۰	۳۰,۰۰۰	۹	۳۵۰	۱۰۰,۰۰۰
۲	۱۴۴	بجنورد	تیر	۴,۰۰۰	۱۵۶	۳۰۰	۲۵,۰۰۰	۶	۲۹۸	۱۳۰,۰۰۰
۳	۱۴۵	اردبیل	مرداد	۲,۴۰۰	۱۳۰	۲۵۰	۳۷,۰۰۰	۸	۲۴۰	۲۰۰,۰۰۰
۴	۱۴۶	تبریز	مهر	۳۶,۰۰۰	۷۰۰	۹۰۰	۹۰,۰۰۰	۹	۱,۰۹۵	۷۵۰,۰۰۰
۵	۱۴۷	ارومیه	مهر	۳۶,۰۰۰	۱۷۰	۳۰۰	۴۰,۰۰۰	۸	۳۲۸	۱۵۰,۰۰۰
۶	۱۴۸	کرمان	مهر	۱۳,۰۰۰	۴۵۰	۶۰۰	۷۰,۰۰۰	۸	۲۰۰	۸۰۰,۰۰۰
۷	۱۴۹	زنجان	آبان	۱۰,۵۰۰	۳۰۰	۴۰۰	۵۰,۰۰۰	۷	۳۶۰	۱۴۰,۰۰۰
۸	۱۵۰	کرمانشاه	آبان	۵,۰۰۰	۲۲۰	۳۰۰	۴۰,۰۰۰	۵	۴۸۸	۸۰۰,۰۰۰
۹	۱۵۱	ایلام	آبان	۵,۰۰۰	۱۸۵	۲۵۰	۳۰,۰۰۰	۶	۲۰۵	۱۲۰,۰۰۰
۱۰	۱۵۲	شیراز	مهر	۲۰,۰۰۰	۶۲۰	۸۰۰	۷۰,۰۰۰	۱۰	۲,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
۱۱	۱۵۳	خراسان جنوبی	آذر	۳,۰۰۰	۱۶۰	۲۵۰	۳۱,۰۰۰	۱	۲۳۰	۱۰۰,۰۰۰
۱۲	۱۵۴	مرکزی	آذر	۲,۰۰۰	۱۴۰	۲۰۰	۲۶,۰۰۰	۴	۱۸۰	۸۰,۰۰۰
۱۳	۱۵۵	کهگیلویه و بویراحمد	آذر	۴,۰۰۰	۱۴۰	۲۲۰	۳۲,۰۰۰	۸	۱۹۰	۱۳۰,۰۰۰
۱۴	۱۵۶	گلستان	آذر	۳,۰۰۰	۱۳۰	۲۵۰	۳۰,۰۰۰	۸	۴۰۰	۲۲۰,۰۰۰
۱۵	۱۵۷	سمنان	دی	۳,۰۰۰	۱۳۰	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۶	۱۳۴	۱۲۵,۰۰۰
۱۶	۱۵۸	هرمزگان	دی	۶,۰۰۰	۳۶۰	۶۰۰	۶۰,۰۰۰	۴	۴۷۰	۳۵۰,۰۰۰
۱۷	۱۵۹	مازندران	بهمن	۱۰,۰۰۰	۲۳۵	۴۰۰	۵۰,۰۰۰	۵	۴۰۰	۴۰۰,۰۰۰
۱۸	۱۶۰	سیستان و بلوچستان	اسفند	۵,۵۰۰	۲۴۰	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۴	۲۲۶	۵۰۰,۰۰۰
۱۹	۱۶۱	قزوین	اسفند	۳,۰۰۰	۱۵۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۲	۴۰۰	۱۱۰,۰۰۰
۲۰	۱۶۲	اصفهان	اسفند	۱۵,۰۰۰	۳۰۰	۵۰۰	۶۰,۰۰۰	۴	۵۷۰	۳۵۰,۰۰۰
		میانگین					۴۳,۳۰۰	۶	۴۳۸	۳۷۷,۷۵۰
		جمع کل							۸,۷۶۴	

جدول شماره ۷. آمار عملکرد نمایشگاه استانی در سال ۸۹

نمایشگاه استانی سال ۸۹	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فروش کل (میلیون تومان)	دیدارکنندگان
۱	۱۶۳	بجنورد	۳,۰۰۰	۱۰۰	۲۰۰	۱۸,۰۰۰	۲۸۱	۲۰۰,۰۰۰
۲	۱۶۴	مرکزی	۳,۰۰۰	۱۳۰	۲۰۰	۱۷,۰۰۰	۱۸۸	۷۵,۰۰۰
۳	۱۶۵	کردستان	۴,۵۰۰	۱۷۰	۲۰۰	۲۵,۰۰۰	۴۰۰	۱۲۰,۰۰۰
۴	۱۶۶	چهارمحال و بختیاری	۴,۵۰۰	۲۰۰	۴۰۰	۲۵,۰۰۰	۳۳۴	۲۱۰,۰۰۰
۵	۱۶۷	تبریز	۴۰,۰۰۰	۷۰۰	۷۰۰	۹۰,۰۰۰	۱,۹۰۰	۹۰۰,۰۰۰
۶	۱۶۸	آذربایجان غربی	۵,۰۰۰	۱۷۰	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۴۱۸	۱۷۰,۰۰۰
۷	۱۶۹	اردبیل	۱۰,۰۰۰	۳۰۰	۳۵۰	۴۰,۰۰۰	۷۵۵	۲۲۵,۰۰۰
۸	۱۷۰	کهگیلویه و بویراحمد	۳,۰۰۰	۱۳۰	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۲۶۶	۱۲۰,۰۰۰
۹	۱۷۱	قزوین	۵,۰۰۰	۱۹۳	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۵۳۰	۱۱۰,۰۰۰
۱۰	۱۷۲	کرمانشاه	۵,۰۰۰	۲۱۲	۳۰۰	۴۱,۰۰۰	۶۵۰	۵۳۰,۰۰۰
۱۱	۱۷۳	شیراز	۲۰,۰۰۰	۶۳۰	۸۰۰	۷۰,۰۰۰	۳,۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰
۱۲	۱۷۴	کرمان	۲۵,۰۰۰	۴۱۰	۶۰۰	۷۲,۰۰۰	۱,۵۰۰	
۱۳	۱۷۵	خراسان جنوبی	۳,۰۰۰	۱۱۶	۲۵۰	۳۰,۰۰۰	۲۸۰	۱۲۰,۰۰۰
۱۴	۱۷۶	گلستان	۱۰,۰۰۰	۲۴۰	۳۵۰	۴۵,۰۰۰	۳۶۰	۱۶۰,۰۰۰
۱۵	۱۷۷	لرستان	۳,۰۰۰	۱۸۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۶۵	۲۱۰,۰۰۰
۱۶	۱۷۸	هرمزگان	۶,۰۰۰	۳۶۶	۶۵۰	۶۰,۰۰۰	۹۵۰	۳۵۰,۰۰۰
۱۷	۱۷۹	گیلان	۴,۰۰۰	۲۰۵	۳۵۰	۴۰,۰۰۰	۲۷۷	۶۰,۰۰۰
۱۸	۱۸۰	خوزستان	۴,۰۰۰	۲۱۰	۳۵۰	۴۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۲۳۰,۰۰۰
۱۹	۱۸۱	بوشهر	۳,۰۰۰	۱۴۶	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۲۶۵	۱۳۰,۰۰۰
۲۰	۱۸۲	اردبیل		۱۵۰	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۳۰۷	۱۷۰,۰۰۰
۲۱	۱۸۳	مازندران	۱۰,۰۰۰	۲۲۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۹۵۰	۵۵۰,۰۰۰
۲۲	۱۸۴	سیستان و بلوچستان	۵,۱۷۰	۲۲۰	۴۵۰	۴۵,۰۰۰	۱,۲۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۲۳	۱۸۵	ایلام	۳,۰۰۰	۱۶۰	۲۵۰	۲۶,۰۰۰	۲۳۰	۱۱۰,۰۰۰
۲۴	۱۸۶	اصفهان	۵,۴۰۰	۳۰۰	۴۵۰	۵۰,۰۰۰	۸۷۰	۳۵۰,۰۰۰
	میانگین		۸,۰۲۵	۲۴۴	۳۶۹	۳۸,۹۱۷	۷۱۶	۲۸۲,۶۰۹
	جمع کل						۱۷,۱۷۶	

جدول شماره ۸. آمار عملکرد نمایشگاه استانی در سال ۹۰

ردیف	نمایشگاه استانی سال ۹۰	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فعالیت جنبی	فروش کل (میلیون تومان)	دیدار کننده
۱	۱۸۷	همدان	تیر	۶,۰۰۰	۱۹۰	۳۵۰	۳۰,۰۰۰	۷	۲۴۰	۱۷۰,۰۰۰
۲	۱۸۸	کرج	شهریور	۸,۵۰۰	۱۹۶	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۸	۱۲۴	۴۰,۰۰۰
۳	۱۸۹	بجنورد	شهریور	۳,۵۰۰	۱۰۰	۲۰۰	۲۰,۰۰۰	۷	۳۳۳	۸۰,۰۰۰
۴	۱۹۰	چهارمحال و بختیاری	شهریور	۳,۰۰۰	۱۸۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۶	۳۵۸	۲۱۰,۰۰۰
۵	۱۹۱	تبریز	مهر	۳,۰۰۰	۷۵۰	۱,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۱۱	۲,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۶	۱۹۲	آذربایجان غربی	مهر	۴,۰۰۰	۱۷۵	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۶	۴۷۰	۱۸۰,۰۰۰
۷	۱۹۳	قزوین	مهر	۴,۰۰۰	۱۷۵	۳۳۰	۳۰,۰۰۰	۱۲	۴۰۰	۱۱۰,۰۰۰
۸	۱۹۴	کرمانشاه	مهر	۵,۰۰۰	۲۲۰	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۹	۸۸۰	۵۰۰,۰۰۰
۹	۱۹۵	مرکزی	مهر	۴,۰۰۰	۱۷۶	۲۵۰	۲۰,۰۰۰	۷	۲۱۲	۸۰,۰۰۰
۱۰	۱۹۶	سمنان	آبان	۲,۵۰۰	۱۲۳	۲۸۰	۲۵,۰۰۰	۹	۱۷۷	۱۱۰,۰۰۰
۱۱	۱۹۷	خراسان جنوبی	آبان	۳,۰۰۰	۱۱۶	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۷	۲۶۴	۷۰,۰۰۰
۱۲	۱۹۸	کرمان	آبان	۲۵,۰۰۰	۷۰۰	۸۵۰	۸۰,۰۰۰	۹	۹۰۰	۷۰۰,۰۰۰
۱۳	۱۹۹	شیراز	آبان	۲۰,۰۰۰	۶۳۰	۷۵۰	۷۰,۰۰۰	۱۲	۲,۵۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰
۱۴	۲۰۰	اردبیل	آذر	۳,۰۰۰	۱۴۶	۲۰۰	۲۴,۰۰۰	۸	۳۰۰	۱۱۵,۰۰۰
۱۵	۲۰۱	اهواز	آذر	۶,۰۰۰	۲۷۰	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۹	۵۵۸	۲۴۰,۰۰۰
۱۶	۲۰۲	گلستان	دی	۱۰,۰۰۰	۲۴۰	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۱۰	۴۵۰	۱۷۰,۰۰۰
۱۷	۲۰۳	کهگیلویه و بویراحمد	دی	۳,۵۰۰	۱۴۰	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۱۱	۲۶۰	۱۲۵,۰۰۰
۱۸	۲۰۴	بوشهر	دی	۳,۰۰۰	۱۴۶	۲۵۰	۳۰,۰۰۰	۹	۲۹۹	۹۵,۰۰۰
۱۹	۲۰۵	گیلان	دی	۱۰,۰۰۰	۲۴۰	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۷	۴۵۰	۹۰,۰۰۰
۲۰	۲۰۶	مازندران	بهمن	۱۰,۰۰۰	۲۶۰	۳۷۰	۴۰,۰۰۰	۱۱	۱,۱۵۰	۶۰۰,۰۰۰
۲۱	۲۰۷	سیستان و بلوچستان	بهمن	۵,۵۰۰	۲۲۰	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۹	۱,۳۲۰	۳۲۰,۰۰۰
۲۲	۲۰۸	هرمزگان	بهمن	۶,۰۰۰	۳۶۶	۶۵۰	۶۰,۰۰۰	۱۰	۷۵۰	۲۵۰,۰۰۰
۲۳	۲۰۹	اصفهان	اسفند	۱۵,۰۰۰	۳۰۰	۵۲۰	۵۲,۰۰۰	۱۳	۸۰۰	۲۲۰,۰۰۰
۲۴	۲۱۰	لرستان	اسفند	۳,۰۰۰	۱۸۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۸	۲۹۸	۲۱۵,۰۰۰
		میانگین		۹,۱۸۸	۲۶۰	۴۰۰	۳۹,۲۰۸	۹	۶۶۶	۲۶۶,۲۵۰
		جمع کل							۱۵,۴۹۳	

## جدول شماره ۹. آمار عملکرد نمایشگاه استانی در سال ۹۱

ردیف	نمایشگاه استانی سال ۹۱	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فعالیت جنبی	فروش کل (میلیون تومان)	دیدار کننده
۱	۲۱۱	کردستان	تیر	۴,۵۰۰	۱۷۵	۲۲۰	۲۷,۰۰۰	۸	۲۸۵	۷۰,۰۰۰
۲	۲۱۲	اردبیل	شهریور	۲,۴۰۰	۱۴۰	۲۲۰	۲۴,۰۰۰	۵	۲۵۶	۱۲۵,۰۰۰
۳	۲۱۳	خراسان شمالی	شهریور	۳,۵۰۰	۱۲۵	۲۰۰	۲۰,۰۰۰	۷	۳۰۰	۸۰,۰۰۰
۴	۲۱۴	زنجان	شهریور	۱۰,۰۰۰	۳۰۰	۳۵۰	۴۰,۰۰۰	۶	۳۰۵	۱۸۰,۰۰۰
۵	۲۱۵	تبریز	مهر	۳,۵۰۰	۷۵۰	۹۰۰	۱۱۰,۰۰۰	۱۰	۱,۵۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۶	۲۱۶	قزوین	مهر	۳,۶۰۰	۲۰۰	۳۴۰	۳۰,۰۰۰	۹	۳۷۵	۱۲۰,۰۰۰
۷	۲۱۷	گیلان	مهر	۴,۰۰۰	۲۱۰	۳۵۰	۳۰,۰۰۰	۶	۴۳۸	۱۰۰,۰۰۰
۸	۲۱۸	ایلام	مهر	۳,۵۰۰	۲۴۰	۲۸۰	۲۸,۰۰۰	۷	۲,۵۰۰	۴۰,۰۰۰
۹	۲۱۹	کرمان	آبان	۲۹,۵۰۰	۵۰۰	۶۰۰	۶۰,۰۰۰	۶	۹۷۵	۷۳۰,۰۰۰
۱۰	۲۲۰	مشهد	آبان	۴,۰۰۰	۵۳۰	۶۰۰	۵۰,۰۰۰	۵	۷۵۰	۴۰۰,۰۰۰
۱۱	۲۲۱	شیراز	آبان	۲۰,۰۰۰	۵۷۰	۶۵۰	۶۵,۰۰۰	۶	۱,۵۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰
۱۲	۲۲۲	کرمانشاه	آذر	۵,۰۰۰	۲۰۳	۴۰۰	۳۵,۰۰۰	۶	۸۰۰	۴۲۰,۰۰۰
۱۳	۲۲۳	خراسان جنوبی	آذر	۳,۰۰۰	۱۱۶	۲۳۰	۲۷,۰۰۰	۶	۲۷۰	۷۵,۰۰۰
۱۴	۲۲۴	بوشهر	آذر	۳,۰۰۰	۱۴۶	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۶	۳۰۰	۷۵,۰۰۰
۱۵	۲۲۵	هرمزگان	دی	۶,۰۰۰	۴۰۰	۷۰۰	۶۵,۰۰۰	۶	۵۰۰	۲۵۰,۰۰۰
۱۶	۲۲۶	گلستان	دی	۱۰,۰۰۰	۲۶۰	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۶	۴۰۰	۱۷۰,۰۰۰
۱۷	۲۲۷	خوزستان	بهمن	۶,۰۰۰	۳۰۵	۴۲۰	۴۲,۰۰۰	۷	۶۰۰	۲۴۰,۰۰۰
۱۸	۲۲۸	البرز	بهمن	۱,۸۱۳	۱۰۲	۱۵۰	۱۴,۰۰۰	۶	۱۷۰	۴۰,۰۰۰
۱۹	۲۲۹	سمنان	بهمن	۳,۰۰۰	۱۴۵	۲۵۰	۲۵,۰۰۰	۶	۲۲۲	۱۰۰,۰۰۰
۲۰	۲۳۰	مازندران	بهمن	۴,۸۰۰	۲۷۶	۳۵۰	۳۵,۰۰۰	۶	۹۵۰	۳۰۰,۰۰۰
۲۱	۲۳۱	یزد	اسفند	۵,۰۰۰	۲۰۰	۳۰۰	۳۵,۰۰۰	۶	۶۸۷	۱۱۵,۰۰۰
۲۲	۲۳۲	اصفهان	اسفند	۶,۹۴۹	۳۱۰	۵۰۰	۶۵,۰۰۰	۶	۱,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰
۲۳	۲۳۳	کرمان	اسفند	۱,۸۸۴	۱۱۶	۱۸۰	۲۲,۵۰۰	۶	۱۶۰	۴۰,۰۰۰
		میانگین		۷,۸۶۷	۲۷۵	۳۸۴	۳۹,۷۶۱	۶	۶۶۳	۲۳۷,۸۲۶
		جمع کل							۱۵,۲۴۳	

جدول شماره ۱۰. آمار عملکرد نمایشگاه استانی در سال ۹۲

نمایشگاه استانی ۹۲ سال	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فعالیت جنبی	فروش بن (میلیون تومان)	فروش کل (میلیون تومان)	دیدار کننده
۲۳۴	کرمان	اردیبهشت	۱,۶۰۰	۱۰۰	۱۲۰	۱۸,۵۰۰	۸	۷۲	۱۱۲	۲۵۰,۰۰۰
۲۳۵	کرمان	تیر	۲,۱۱۰	۱۱۵	۱۵۵	۱۹,۰۰۰	۹	۱۳۰	۲۰۰	۳۵۰,۰۰۰
۲۳۶	اصفهان	شهریور	۶,۹۴۹	۳۱۰	۵۰۰	۶۵,۰۰۰	۱۶	۵۷۰	۷۶۰	۱۲۰,۰۰۰
۲۳۷	چهارمحال و بختیاری	شهریور	۳,۰۰۰	۱۹۰	۴۰۰	۳۵,۰۰۰	۱۰	۲۷۰	۳۶۰	۷۰,۰۰۰
۲۳۸	آذربایجان غربی	شهریور	۴,۰۰۰	۲۴۰	۴۰۰	۴۵,۰۰۰	۹	۳۵۰	۴۵۰	۱۸۰,۰۰۰
۲۳۹	مهر	تبریز	۳۵,۰۰۰	۷۵۰	۸۰۰	۴۰,۰۰۰	۱۵	۷۰۰	۱,۴۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۲۴۰	خوزستان	مهر	۶,۰۰۰	۲۹۰	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۸	۴۲۴	۵۵۰	۲۴۰,۰۰۰
۲۴۱	کرمان	مهر	۹,۷۰۰	۲۶۰	۳۲۰	۳۸,۰۰۰	۱۲	۵۰۰	۶۷۰	۳۰۰,۰۰۰
۲۴۲	خراسان رضوی	آبان	۴,۰۰۰	۶۸۰	۸۵۰	۱۲۳,۰۰۰		۶۰۰	۸۰۰	۱,۲۳۰,۰۰۰
۲۴۳	همدان	آبان	۶,۰۰۰	۱۹۰	۳۵۰	۳۰,۰۰۰	۷	۲۰۰	۲۶۶	۱۷۰,۰۰۰
۲۴۴	گیلان	آبان	۴,۰۰۰	۲۱۰	۴۰۰	۳۵,۰۰۰	۱۴	۵۰۰	۶۷۰	۹۰,۰۰۰
۲۴۵	کرمانشاه	آذر	۵,۰۰۰	۲۱۰	۴۰۰	۳۵,۰۰۰	۱۴	۵۰۰	۶۷۰	۹۰,۰۰۰
۲۴۶	خراسان جنوبی	آذر	۳,۰۰۰	۱۲۵	۲۵۰	۲۷,۰۰۰	۸	۲۵۰	۳۵۰	۷۵,۰۰۰
۲۴۷	سمنان	آذر	۲,۰۰۰	۱۲۰	۲۵۰	۲۸,۰۰۰	۶	۲۰۰	۲۶۶	۱۰۰,۰۰۰
۲۴۸	البرز	آذر	۵,۹۰۰	۱۳۶	۱۳۶	۱۸,۰۰۰	۸	۱۳۵	۱۸۵	۴۰,۰۰۰
۲۴۹	کهگیلویه و بویراحمد	دی	۲,۵۰۰	۱۵۰	۲۶۰	۲۷,۰۰۰	۱۰	۲۳۰	۳۷۰	۱۲۵,۰۰۰
۲۵۰	فارس	دی	۱۵,۲۰۰	۵۷۰	۷۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۱۱	۵۷۵	۷۷۵	۸۰۰,۰۰۰
۲۵۱	گلستان	دی	۶,۰۰۰	۲۷۰	۵۰۰	۵۰,۰۰۰	۱۲	۴۰۰	۵۳۳	۱۷۰,۰۰۰
۲۵۲	هرمزگان	بهمن	۶,۰۰۰	۳۹۰	۵۵۰	۵۵,۰۰۰	۱۲	۴۰۰	۸۰۰	۲۵۰,۰۰۰
۲۵۳	مازندران	بهمن	۴,۸۰۰	۲۷۶	۴۰۰	۴۰,۰۰۰	۸	۴۵۰	۸۰۰	۳۰۰,۰۰۰
۲۵۴	مرکزی	بهمن	۴,۰۰۰	۱۳۶	۲۰۰	۲۰,۰۰۰	۸	۵۰	۲۵۰	۸۰۰,۰۰۰
۲۵۵	کرمان	بهمن	۱,۸۸۴	۱۱۶	۱۸۰	۲۳,۵۰۰	۹	۱۳۷	۱۷۰	۴۰,۰۰۰
۲۵۶	سیستان و بلوچستان	بهمن	۵,۵۰۰	۲۲۰	۴۲۰	۴۲,۰۰۰	۱۰	۶۵۰	۱,۳۰۰	۳۲۰,۰۰۰
۲۵۷	یزد	اسفند	۴,۱۷۰	۲۱۰	۴۰۰	۳۷,۰۰۰	۸	۲۸۰	۳۸۰	۱۱۵,۰۰۰
۲۵۸	قزوین	اسفند	۳,۰۰۰	۲۱۰	۳۵۰	۳۳,۰۰۰	۸	۳۵۰	۶۰۰	۱۲۰,۰۰۰
	میانه		۷,۴۹۳	۲۵۹	۳۸۸	۴۰,۹۲۰	۱۰	۳۵۷	۵۴۷	۲۵۲,۲۰۰
	جمع کل							۸۹۲۳	۱۳,۶۸۷	

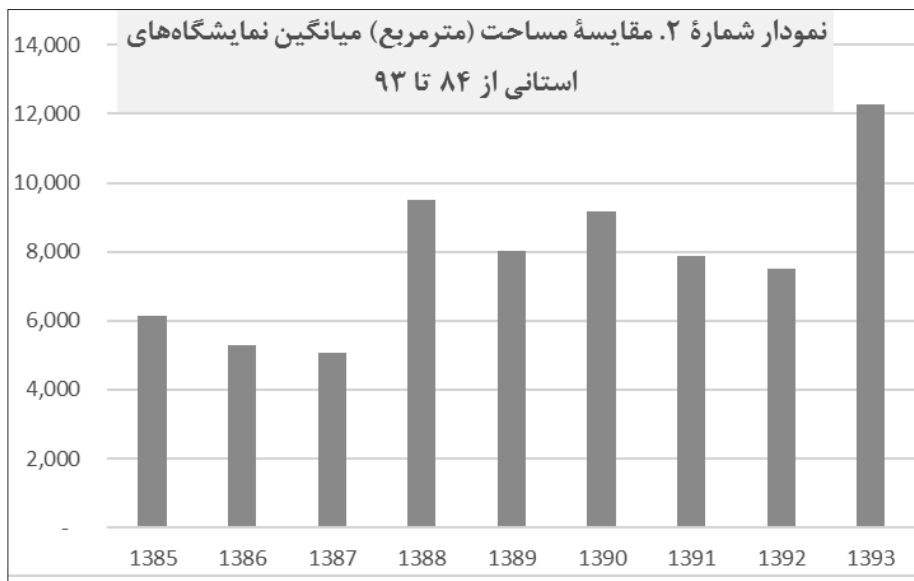
جدول شماره ۱۱. آمار عملکرد نمایشگاه استانی در سال ۹۳

ردیف	نمایشگاه استانی سال ۹۳	استان	تاریخ	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فعالیت جنبی	فروش بن (میلیون تومان)	فروش کل (میلیون تومان)	دیدارکننده
۱	۲۵۹	خراسان شمالی	خرداد		۱۳۶	۱۶۶	۲۰,۰۰۰	۱۷	۲۸۰	۳۱۰	۸۰,۰۰۰
۲	۲۶۰	همدان	شهریور	۶,۰۰۰	۱۹۰	۲۴۱	۱۸,۵۰۰	۹	۲۵۰	۳۹۲	۱۷۵,۰۰۰
۳	۲۶۱	زنجان	شهریور	۱۰,۰۰۰	۲۹۰	۳۶۵	۲۸,۶۰۰	۱۵	۳۴۵	۴۹۷	۱۸۰,۰۰۰
۴	۲۶۲	اصفهان	شهریور	۶,۹۴۹	۳۰۰	۴۶۸	۴۱,۰۰۰	۷	۵۴۸	۹۳۰	۱۲۰,۰۰۰
۵	۲۶۳	مرکزی	شهریور	۴,۰۰۰	۱۳۶	۲۶۰	۳۵,۰۰۰	۶	۱۸۰	۲۵۱	۸۰,۰۰۰
۶	۲۶۴	تبریز*	مهر	۲۲,۰۰۰	۷۵۰	۸۸۶	۱۵۸,۶۶۹	۱۴	۹۲۴	۲,۷۰۰	۸۰,۰۰۰
۷	۲۶۵	کرمانشاه	مهر	۵,۰۰۰	۲۱۰	۳۷۹	۴۸,۰۰۰	۱۰	۶۰۰	۱,۰۰۰	۹۰,۰۰۰
۸	۲۶۶	اردبیل	مهر	۲,۴۰۰	۱۶۰	۳۰۰	۳۰,۰۰۰	۵	۲۹۸	۴۳۷	۱۲۵,۰۰۰
۹	۲۶۷	کرمان	مهر	۹,۰۰۰	۳۰۰	۵۶۳	۹۵,۴۵۳	۹	۶۰۰	۱,۱۵۲	۷۳۰,۰۰۰
۱۰	۲۶۸	خراسان رضوی	آبان	۳۰,۰۰۰	۶۸۰	۸۶۰	۱۸۲,۰۰۰	۱۵	۶۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰
۱۱	۲۶۹	البرز	آبان	۲,۰۰۰	۱۳۷	۱۹۹	۳۵,۲۶۴	۸	۱۰۰	۱۴۸	۴۰,۰۰۰
۱۲	۲۷۰	گیلان	آبان	۵,۵۰۰	۲۱۰	۳۰۰	۴۵,۰۰۰	۱۵	۴۵۰	۶۰۰	۸۰,۰۰۰
۱۳	۲۷۱	فارس	آذر	۱۴,۰۰۰	۶۰۰	۷۶۴	۸۴,۵۰۰	۱۰	۸۰۰	۱,۲۲۵	۱,۰۰۰,۰۰۰
۱۴	۲۷۲	کهگیلویه و بویراحمد	آذر	۲,۵۰۰	۱۲۰	۲۳۵	۴۰,۳۶۵	۶	۲۸۰	۴۷۱	۱۳۰,۰۰۰
۱۵	۲۷۳	خراسان جنوبی	آذر	۳,۰۰۰	۱۲۰	۲۵۳	۴۰,۳۶۵	۶	۳۲۰	۴۹۲	۷۷,۰۰۰
۱۶	۲۷۴	خوزستان	آذر	۶,۰۰۰	۳۰۰	۴۸۱	۴۶,۵۰۰	۱۴	۴۳۰	۷۹۰	۲۵۰,۰۰۰
۱۷	۲۷۵	بوشهر	دی	۳,۰۰۰	۱۴۰	۲۴۲	۲۷,۵۰۰	۱۱	۳۰۰	۴۷۵	۱۰۰,۰۰۰
۱۸	۲۷۶	هرمزگان	دی	۸,۴۰۰	۴۶۱	۶۱۷	۶۰,۲۰۰	۸	۴۵۰	۱,۳۰۰	۲۶۵,۰۰۰
۱۹	۲۷۷	سمنان	بهمن	۱,۸۰۰	۱۵۵	۲۲۳	۲۸,۵۰۰	۱۴	۲۵۰	۳۴۴	۱۱۰,۰۰۰
۲۰	۲۷۸	مازندران	بهمن	۴,۸۰۰	۲۹۰	۴۵۸	۴۶,۰۰۰	۷	۴۹۰	۷۰۸	۳۱۵,۰۰۰
۲۱	۲۷۹	سیستان و بلوچستان	بهمن	۵۲,۰۰۰	۲۵۰	۴۶۵	۴۶,۵۰۰	۶	۶۵۰	۱,۲۷۶	۳۳۵,۰۰۰
۲۲	۲۸۰	قزوین	اسفند	۳۲,۰۰۰	۲۱۰	۳۵۰	۳۵,۲۶۸	۵	۴۵۰	۶۹۵	۱۲۵,۰۰۰
۲۳	۲۸۱	یزد	اسفند	۴۰,۰۰۰	۲۵۵	۴۳۰	۴۱,۰۰۰	۵	۴۰۰	۸۰۰	۱۲۰,۰۰۰
		میانگین			۲۷۸	۴۱۳	۵۳,۶۶۰	۱۰	۴۳۵	۸۰۴	۲۷۵,۰۸۷
		جمع کل							۹,۹۹۵	۱۸,۴۹۳	

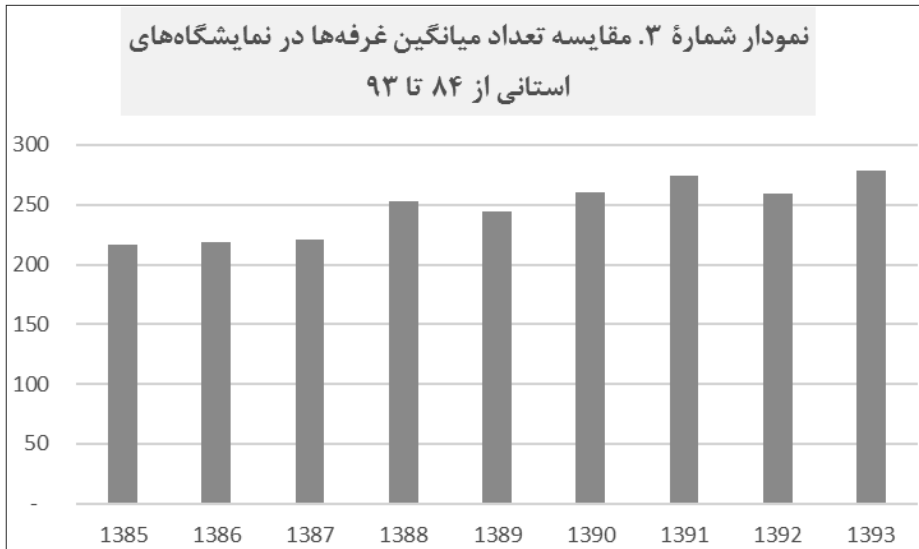


## جدول شماره ۱۲. آمار مقایسه‌ای عملکرد نمایشگاه‌های استانی از سال ۸۵ تا ۹۳

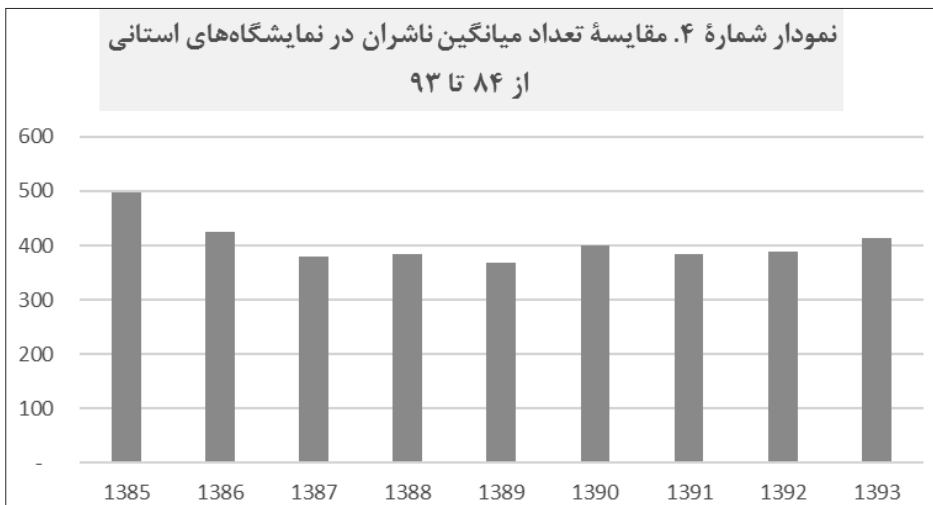
تعداد نمایشگاه	مساحت (مترمربع)	غرفه	ناشر	عنوان	فعالیت جنبی	فروش میانگین (میلیون تومان)	فروش کل بن (میلیون تومان)	فروش میانگین (میلیون تومان)	فروش کل (میلیون تومان)	دیدار کننده
۱۱	۶,۱۵۵	۲۱۶	۴۹۸	۴۵,۲۷۳				۲۲۲	۲,۴۴۱	۲۰۹,۰۹۱
۱۹	۵,۲۸۳	۲۱۹	۴۲۵	۴۳,۰۰۰				۳۸۵	۷,۲۱۶	۱۸۵,۷۵۰
۲۱	۵,۰۵۱	۲۲۰	۳۷۸	۴۶,۲۱۱				۳۴۶	۱۶,۲۲۵	۲۷۳,۸۸۹
۲۰	۹,۵۲۰	۲۵۳	۳۸۵	۴۳,۳۳۰	۶			۴۳۸	۸,۷۶۴	۳۷۷,۷۵۰
۲۴	۸,۰۲۵	۲۴۴	۳۶۹	۳۸,۹۱۷				۷۱۶	۱۷,۱۷۶	۲۸۲,۶۰۹
۲۴	۹,۱۸۸	۲۶۰	۴۰۰	۳۹,۲۰۸	۹			۶۴۶	۱۵,۴۹۳	۲۶۶,۲۵۰
۲۳	۷,۸۶۷	۲۷۵	۳۸۴	۳۹,۷۶۱	۶			۶۶۳	۱۵,۲۴۳	۲۳۲,۸۲۶
۲۵	۷,۴۹۳	۲۵۹	۳۸۸	۴۰,۹۲۰	۱۰	۳۵۷	۸,۹۳۳	۵۴۷	۱۳,۶۸۷	۲۵۲,۲۰۰
۳۳	۱۲,۲۸۹	۲۷۸	۴۱۳	۵۳,۶۶۰	۱۰	۴۳۵	۹,۹۹۵	۸۰۴	۱۸,۴۹۳	۲۷۵,۰۸۷
۲۱,۱۱	۷,۸۷۴	۲۴۷	۴۰۵	۴۳,۳۶۴	۸	۳۹۶	۹,۴۵۹	۵۳۰	۱۲,۷۴۹	۲۶۲,۲۷۲



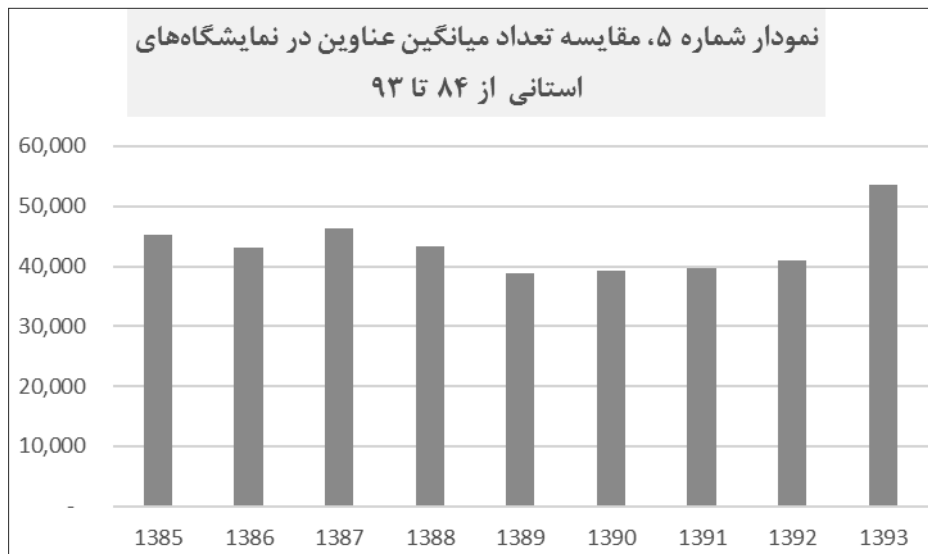
وضعیت مترائز نمایشگاه تابع وضعیت مکانی برگزاری و توان و امکانات استان و میزان توسعه‌یافتگی شهر است و وضعیت یکسانی ندارد.



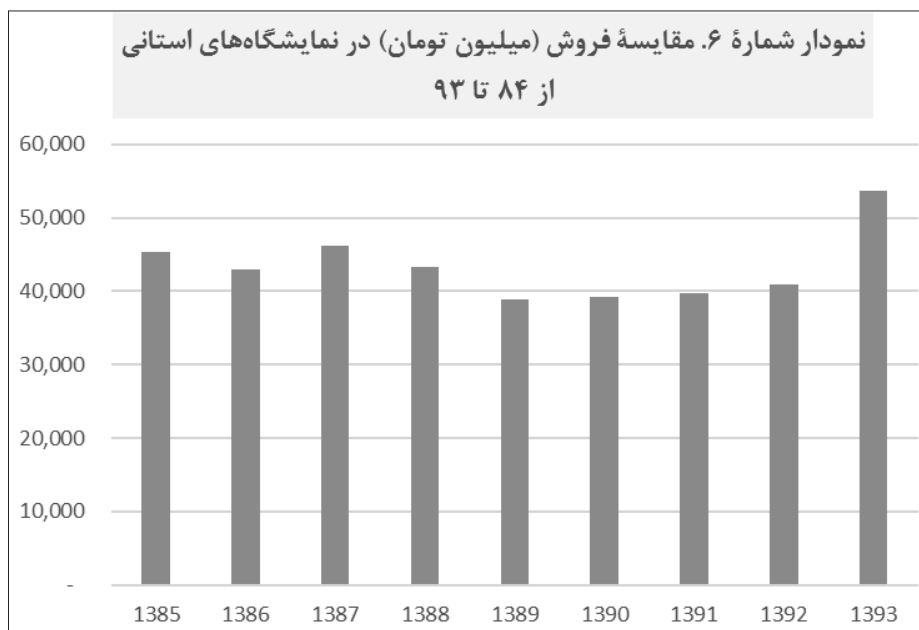
روند افزایش و تغییرات غرفه‌ها تقریباً در خلال یک دهه وضعیت رو به افزایشی است، اما شیب تغییرات چندان تغییرات تندی نیست.

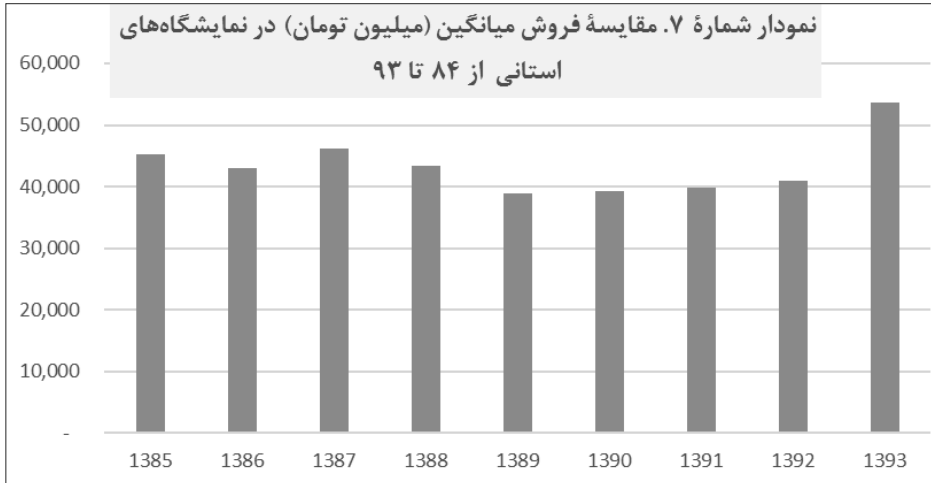


روند حضور ناشران برخلاف افزایش غرفه‌ها کاهش یافته است. دلیل اصلی کم‌رنگ شدن انگیزه مشارکت ناشران و حضور غیرمستقیم آن‌ها در نمایشگاه به واسطه نمایندگان حقیقی یا حقوقی آن‌هاست.

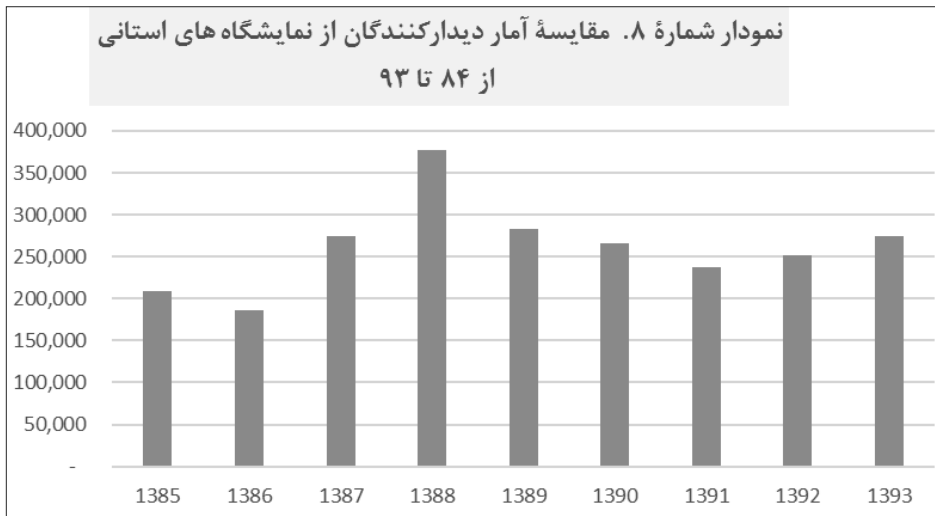


به استثنای سال ۹۳، تعداد کتاب در نمایشگاه استانی نیز روند کاهنده داشته است. این در حالی است که روند تولید کتاب در این دهه بنا بر آمار خانه کتاب از ۵۵ هزار عنوان به ۷۷ هزار عنوان افزایش داشته است. کشش تقاضا یکی از عوامل مهم در انتخاب عناوین و ارسال آن به نمایشگاه استانی است.





به استثنای سال ۹۳، فروش در نمایشگاه کتاب به‌طور میانگین هم‌روند کاهنده داشته است. از این نظر، وضع در استان‌ها هم‌همانند در کل کشور تابعی از وضعیت اقتصادی مردم است.



روند حضور مردم در نمایشگاه استانی سال ۸۸ جهشی است که دلیل این تغییر محسوس چندان روشن نیست. اگر این آمار درست و قابل اتکا باشد، روند استقبال مردم در کل در این تقریباً یک دهه تفاوت چشمگیری نداشته است. در سال‌های اخیر این وضع تا حدودی بهبود یافته اما در کل دامنه تغییرات در حدود ۵۰ هزار نفر است که در کل تغییر چشمگیری نیست.

## یافته‌های نمودارها و جداول

از جداول و نمودار یادشده می‌توان نتایج زیر را استخراج کرد:

۱. آمارها بیش از حد ارقام اصلی و گرد شده هستند و کم‌تر آماری وجود دارد که دارای اعداد یکان و دهگان و صدگان باشد. این روند یا دلیل واقعی دارند یا شاید به‌نظر می‌آید بیشتر دستکاری شده‌اند. در سال‌های اخیر شیوه آمارها و ارقام دقیق‌تر شده است.
۲. در مورد روش محاسبه دیدارکنندگان از نمایشگاه معلوم نیست بر مبنای چه روش علمی یا نظرسنجی صورت گرفته است. به‌نظر می‌رسد بیشتر این ارقام تخمینی است؛ بنابراین نمی‌توان به آن اطمینان قوی داشت.
۳. در تمام نمایشگاه‌ها تعداد غرفه‌ها از تعداد ناشران کم‌تر است. گاهی این کاهش در حدود ۲۰ درصد و گاهی تا ۴۰ درصد هم کاهش می‌یابد. این تفاضل اعداد به‌خوبی نشان می‌دهد یا ناشران در نمایشگاه حضور ندارند و به کسی یا نهادی وکالت داده‌اند یا اساساً مدیر غرفه‌ها کم‌تر از خود ناشران، بلکه افراد موزع در آن‌ها حضور دارند. این اختلافات به‌نحو معناداری از نمایشگاه‌های اولیه با نمایشگاه‌های اخیر تفاوت بارزتری دارند. به‌عبارت دیگر، در نمایشگاه‌های استانی نخستین خود ناشران حضور داشتند، اما به‌تدریج از حضور آن‌ها کاسته شده و افراد غیرناشر جایگزین آن‌ها شده‌اند.
۴. در صورت درستی فرض یادشده تحقق یکی از اهداف نمایشگاه یعنی حذف واسطه میان ناشر و مخاطب و تعامل مستقیم میان آن‌ها مورد تامل و تردید جدی است.
۵. اگرچه از توزیع بن کتاب در نمایشگاه‌های دهه‌های قبل اطلاعات دقیقی وجود ندارد، اما مقایسه فروش کل نسبت به فروش کتاب از طریق بن کتاب در نمایشگاه‌های اخیر بیانگر آن است که توزیع بن نقش مهمی در فروش نمایشگاه دارد که در برخی موارد درصد فروش کتاب از طریق بن نسبت به فروش نقدی نسبت ۹۰ درصد به ۱۰ درصد است. در مورد اینکه این بن‌ها با چه درصدی از تخفیف در نمایشگاه توزیع شده اطلاع دقیق و جامعی در دست نیست. تخفیف از ۲۰ تا ۱۰۰ درصد متغیر و متفاوت است.
۶. در مورد وضعیت فروش کتاب از طریق بن‌ها معلوم نیست آیا دقیقاً این فروش‌ها فروش کتاب است یا دریافت بن است. این احتمال وجود دارد که تبادل بن به‌معنای فروش کتاب نباشد. برای ارزیابی دقیق‌تر باید ورودی و خروجی کتاب در هر نمایشگاه ارزیابی شود تا میزان فروش نه براساس برآورد تبادل مالی، بلکه براساس انبارداری و مقایسه کتاب‌های عرضه‌شده در نمایشگاه با کتاب‌های عودت داده شده از نمایشگاه محاسبه شود.
۷. شاخص مساحت نمایشگاه دارای افت‌وخیزی شدید است. اما روند آن از سال ۸۵ کاهنده است اما به دلایلی در سال ۸۸ جهشی رخ می‌دهد با این حال دوباره روند کاهنده آن تا

سال ۹۳ تکرار می‌شود.

۸. روند شاخص‌های ناشران و عناوین، صرف‌نظر از فرازونشیب‌های موردی، به‌طور کلی، غیر از سال ۹۳ روندی نزولی است. در حالی که وضعیت اقتصادی نشر در سال‌های اواخر دولت پیشین وخیم و بحرانی است، اما اینکه چرا ناشران از نمایشگاه استقبال کمتری کردند، معنادار می‌تواند باشد. روند کاهنده حضور ناشران و عناوین معنادار است. در واقع، در روند برگزاری نمایشگاه به‌نظر می‌رسد، مدیریت نمایشگاه به‌عنوان نماینده ناشران جایگزین حضور ناشران شده است. به‌همین دلیل ناشران در نمایشگاه حضورشان کاهنده است اما تعداد غرفه‌ها در حدود ۲۵۰ با کمی افت و خیز ثابت است.

۹. روند برگزاری نمایشگاه از حیث زمانی بیشتر در نیمه دوم سال و از مهر به‌بعد تمرکز دارد. شاید مدیریت اجرایی چنین نمایشگاهی برای ناشران در نیمه دوم سال کار توان‌فرسایی است، زیرا در این نیمه فعالیت انتشاراتی ناشران تشدید می‌شود و رسیدگی کردن هم به مسئله تولید هم توزیع در نمایشگاه توان زیادی را می‌برد که معلوم نیست هزینه - فایده حضور در نمایشگاه به‌صورت منظم و فعال مثبت و جذاب باشد.

۱۰. شاخص فروش، به‌رغم افت و خیزها کاهنده است. این در حالی است که از سال ۸۸ که افزایش نرخ تورم به بیش از ۳۰ درصد می‌رسد و قیمت کالا و خدمات سی درصد تا چهل درصد افزایش می‌یابد، فروش نمایشگاه نه‌تنها چند برابر نشده بلکه نسبت به سال ۸۵ کاهش می‌یابد.

۱۱. دیدارکنندگان از نمایشگاه هم در روند زمانی تغییر محسوسی نداشته و برخلاف نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نسبتاً حضور مردم بیشتر شده است، اما در نمایشگاه استانی سیر نزولی ملایم و ثابتی داشته است.

جدول شماره ۱۳. میزان اعتبار هزینه‌شده (ریال) از طریق توزیع  
بن کاغذی توزیعی به تفکیک استان‌ها

استان دریافت‌کننده	اعتبار هزینه‌شده (ریال)
۱ اصفهان	۴۹۵,۷۲۰,۰۰۰
۲ ایلام	۲۰,۸۱۰,۰۰۰
۳ آذربایجان شرقی	۹۶,۹۰۰,۰۰۰
۴ آذربایجان غربی	۲۹,۵۰۰,۰۰۰
۵ اردبیل	۲۰,۵۰۰,۰۰۰
۶ بوشهر	۳۳۹,۱۰۰,۰۰۰
۷ تهران	۵۸,۹۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۸ چهارمحال و بختیاری	۱۰۲,۵۰۰,۰۰۰
۹ خراسان جنوبی	۶,۰۰۰,۰۰۰
۱۰ خراسان رضوی	۵۱۵,۴۴۰,۰۰۰
۱۱ خراسان شمالی	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۲ خوزستان	۵۶,۰۰۰,۰۰۰
۱۳ زنجان	۱۱۸,۵۴۰,۰۰۰
۱۴ سمنان	۱۱۶,۶۰۰,۰۰۰
۱۵ سیستان و بلوچستان	۷۲,۶۰۰,۰۰۰
۱۶ فارس	۳۵۶,۳۶۰,۰۰۰
۱۷ قزوین	۱۴۰,۵۰۰,۰۰۰
۱۸ قم	۶,۰۶۸,۶۱۰,۰۰۰
۱۹ کردستان	۱۶۳,۵۰۰,۰۰۰
۲۰ کرمان	۸۹,۴۲۰,۰۰۰
۲۱ کرمانشاه	۲۰۳,۴۰۰,۰۰۰
۲۲ کهگیلویه و بویراحمد	۳۹,۱۰۰,۰۰۰
۲۳ گلستان	۷,۶۰۰,۰۰۰
۲۴ گیلان	۱۴۳,۵۸۰,۰۰۰
۲۵ لرستان	۲۴,۹۶۰,۰۰۰
۲۶ مازندران	۶۵,۰۰۰,۰۰۰
۲۷ مرکزی	۱۱۹,۵۱۰,۰۰۰
۲۸ هرمزگان	۳۵,۹۰۰,۰۰۰
۲۹ همدان	۲۲,۰۰۰,۰۰۰
۳۰ یزد	۷۱,۰۷۰,۰۰۰
جمع کل میزان	۶۸,۴۲۲,۴۴۰,۰۰۰

به‌طور میانگین برگزاری هر نمایشگاه ۲/۲۸۰/۷۴۸/۰۰۰ هزینه دربرداشته است. این هزینه در برخی موارد از میزان فروش در نمایشگاه بیشتر است.

### تأثیر برگزاری نمایشگاه‌ها بر فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی استان

تأثیر برگزاری نمایشگاه استانی بر تولید و مصرف کتاب استان مسئله‌ای مهم و تأمل‌برانگیز است. پرسش این است که تأثیر برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی در بیش از دو دهه چه تأثیری بر وضعیت کتاب و کتاب‌خوانی و تولید و مصرف کتاب داشته است؟ زیرا در اهداف برگزاری نمایشگاه استانی مواردی چون؛ ترویج و گسترش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی، بالا بردن میزان سطح آگاهی و دانش جامعه، به‌ویژه در مناطق دوردست کشور، توسعه فرهنگی استان‌ها از طریق عرضه مستقیم کتاب، موج‌آفرینی فرهنگی و ایجاد فضای پر شور و نشاط فرهنگی و تشویق مردم، مسئولان و سازمان‌ها و نهادها به مشارکت در فعالیت‌های کتاب‌خوانی و... اشاره شده است. بنابراین و مبتنی بر اهداف برگزاری نمایشگاه استانی، میزان تأثیر نمایشگاه بر فرایند تولید و مصرف کتاب به روش‌های گوناگون به‌ویژه مطالعه میدانی باید سنجش و ارزیابی شود. در این مطالعه به روش اسنادی، دو استان در مقیاس بزرگ و کوچک از حیث تعداد برگزاری نمایشگاه استانی و وضعیت توسعه فرهنگی و تولید کتاب انتخاب و بررسی می‌شود و آمار فرهنگی آن در این یک یک‌دهه با آمارهای نمایشگاهی مقایسه می‌شود. به‌عبارت دیگر، مسئله این است که برگزاری یک‌دهه یا دودهه برگزاری نمایشگاه کتاب چه تأثیری بر تولید و مصرف کتاب داشته است.

### استان فارس در مقیاس بزرگ

استان فارس در میان استان‌های کشور موردی خاص است که شاخص‌های نمایشگاهی آن نسبت به سایر استان‌ها از میزان بالایی برخوردار است؛ مانند شاخص فروش یا دیدارکنندگان. به‌عبارت دیگر، نمونه شیراز که از الگوهای موفق نمایشگاه استانی است، می‌تواند نمونه و الگوی خوبی برای سنجش تأثیر نمایشگاه استانی در مقیاس بزرگ باشد. به‌همین دلیل صرف‌نظر از نگاه و ارزیابی کلان نمایشگاه‌ها ضروری می‌نماید که یکی از بهترین و موفق‌ترین نمایشگاه‌های کتاب استانی به‌طور خاص بررسی و ارزیابی شود. از نگاه آمار وضعیت برگزاری نمایشگاه کتاب استان فارس به‌شرح زیر است:

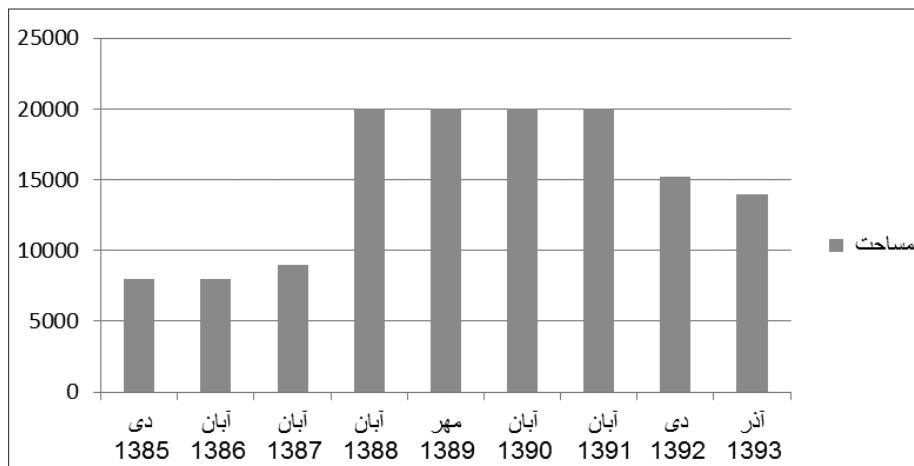


جدول شماره ۱۴. برگزاری نمایشگاه کتاب استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳

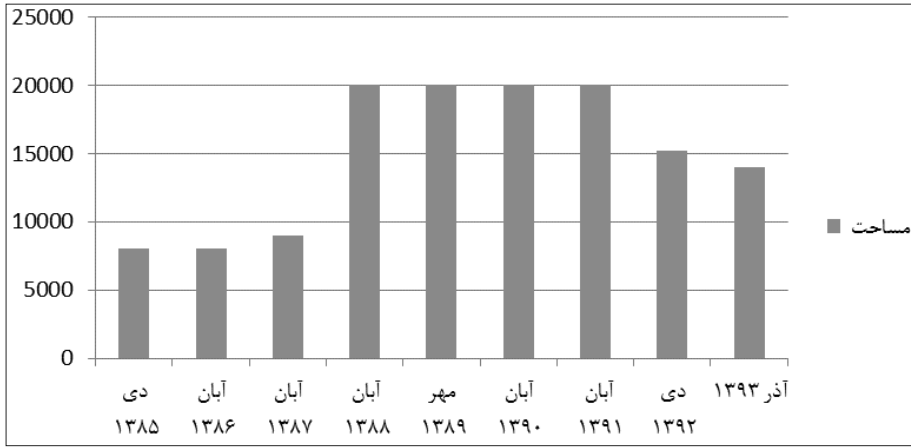
نمایشگاه	تاریخ	مساحت	تعداد غرفه	ناشر	عنوان	فروش کل	دیدارکنندگان
۹۹	دی ۱۳۸۵	۸۰۰۰	۳۵۰	۹۰۰	۸۵۰۰۰	۳۶۰	۴۰۰۰۰۰
۱۱۱	آبان ۱۳۸۶	۸,۰۰۰	۳۸۰	۷۵۰	۷۵,۰۰۰	۸۵۰	۵۰۰,۰۰۰
۱۳۳	آبان ۱۳۸۷	۹,۰۰۰	۳۸۰	۶۰۰	۹۰,۰۰۰	۱,۲۰۰	۵۰۰,۰۰۰
۱۹۹	آبان ۱۳۸۸	۲۰,۰۰۰	۶۳۰	۷۵۰	۷۰,۰۰۰	۲,۵۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰
۱۵۲	مهر ۱۳۸۹	۲۰,۰۰۰	۶۲۰	۸۰۰	۷۰,۰۰۰	۲,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
۱۷۳	آبان ۱۳۹۰	۲۰,۰۰۰	۶۳۰	۸۰۰	۷۰,۰۰۰	۳,۰۰۰	۹۰۰,۰۰۰
۲۲۱	آبان ۱۳۹۱	۲۰,۰۰۰	۵۷۰	۶۵۰	۶۵,۰۰۰	۱,۵۰۰	۱,۲۰۰,۰۰۰
۲۵۰	دی ۱۳۹۲	۱۵,۲۰۰	۵۷۰	۷۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۷۷۵	۸۰۰,۰۰۰
۲۷۱	آذر ۱۳۹۳	۱۴,۰۰۰	۶۰۰	۷۶۴	۸۴,۵۰۰	۱,۷۲۵	۱,۰۰۰,۰۰۰

روند حدود یک دهه برگزاری نمایشگاه استانی فارس دارای رشد و افزایش شاخص‌های نمایشگاهی است، مانند: غرفه، ناشران، عناوین اما در فروش و تعداد دیدارکنندگان با نوسانات شدید روبه‌رو است.

نمودار شماره ۸. مقایسه مساحت نمایشگاه استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳

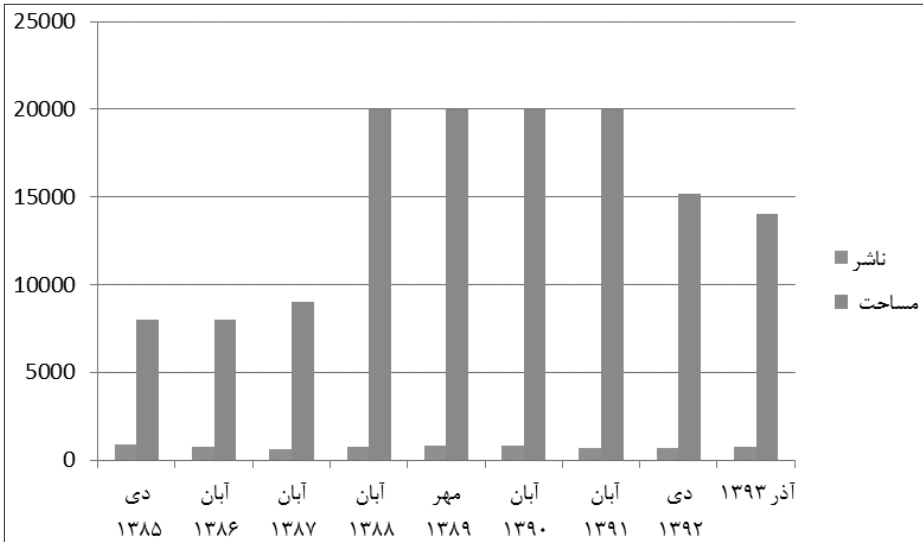


نمودار شماره ۹. مقایسه مساحت نمایشگاه استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳

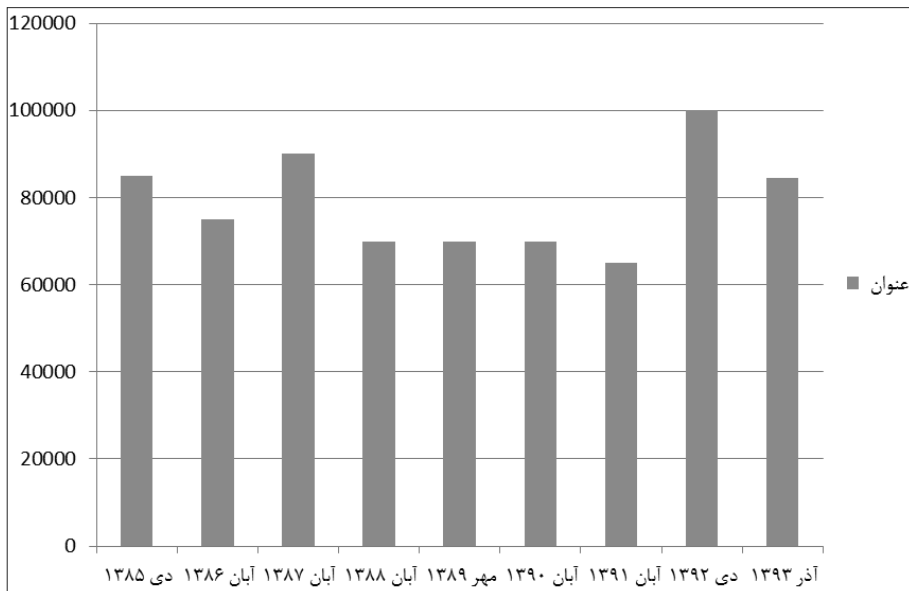


سیر روند مساحت نمایشگاه به رغم افت و خیزهای فزاینده است.

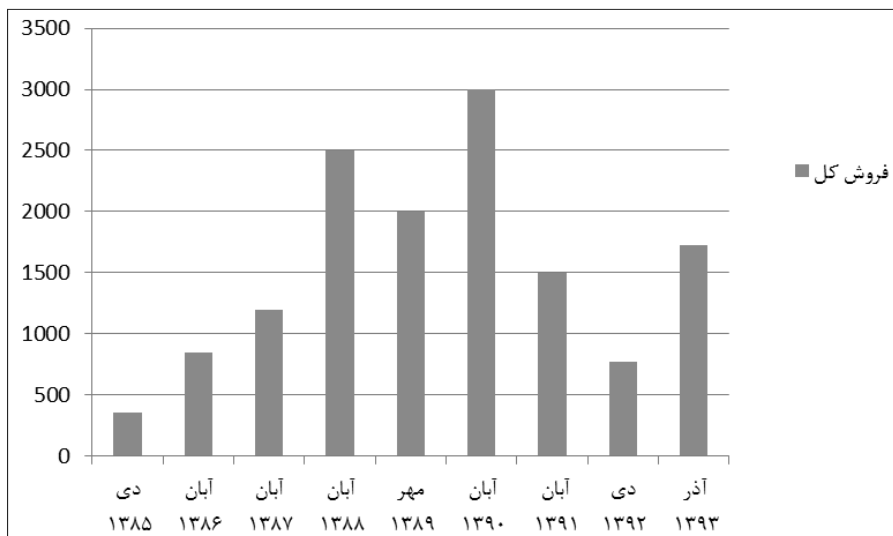
نمودار شماره ۱۰. مقایسه حضور ناشران در نمایشگاه استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳



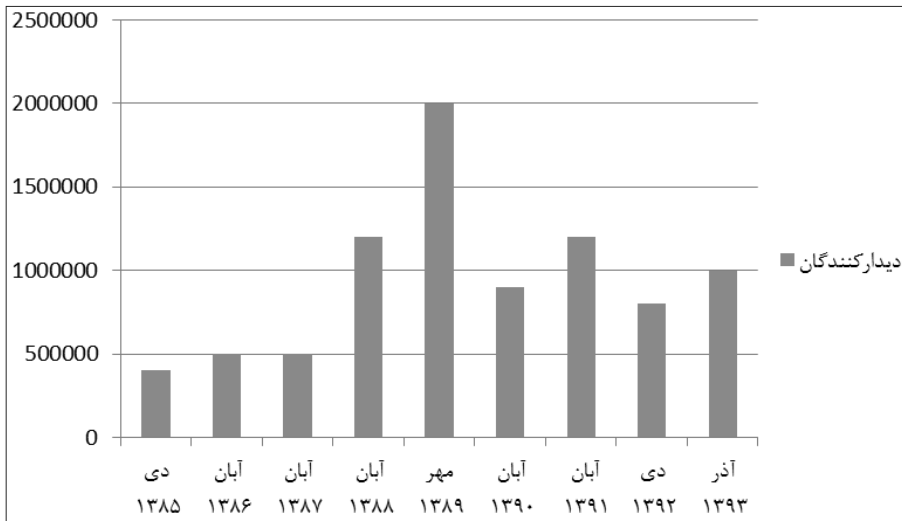
نمودار شماره ۱۱. مقایسه عناوین کتاب در نمایشگاه استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳



نمودار شماره ۱۲. مقایسه فروش کتاب در نمایشگاه استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳



نمودار شماره ۱۳. مقایسه دیدارکنندگان در نمایشگاه استان فارس از سال ۸۵ تا ۹۳



از جدول و نمودارهای بالا این نکات قابل استخراج است:

۱. میزان مساحت، تعداد ناشران، مقدار فروش و آمار دیدارکنندگان از نمایشگاه به جز در سال‌های ۸۸ و ۸۹ روندی نزولی دارند. به عبارت دیگر در حالی که عناوین کتاب در نمایشگاه تقریباً ثابت است، هم مساحت نمایشگاه و هم استقبال ناشران و مردم از نمایشگاه به تدریج کم‌تر شده است.

۲. روند نزولی و صعودی بیشتر نمودار آهنگی یکنواخت و یکسان دارند که بیانگر آن نمایشگاه در سال‌های ابتدایی کارکردی مثبت داشته اما در روند آن به غیر تغییرات حول و حوش سال ۸۸، از کارکردها و فواید آن از نظر ناشران و مردم کاسته شده است.

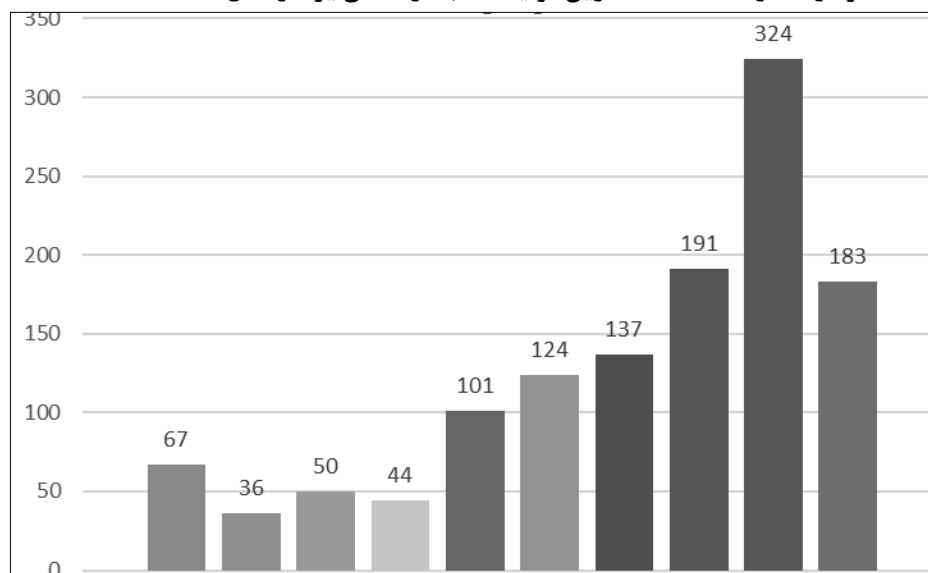
### بررسی تأثیر نمایشگاه در استان یزد در مقیاس کوچک

استان یزد با تولید ۱۳۱۳ عنوان کتاب از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ و به طور متوسط سالی ۱۱۹/۴ عنوان کتاب تولید کرده است که از نظر تولید در مقیاس بزرگی نیست و در کل تا سال ۹۴ هم هشت نمایشگاه برگزار شده که نمونه کمی در مقایسه با سایر استان‌هاست. از ۱۳۱۳ عنوان کتاب منتشرشده در این بازه زمانی، ۱۲۶ عنوان ترجمه و ۱۱۸۷ عنوان تألیف بوده است. شمارگان کل کتاب‌ها ۲۱۸۹۴۲۰ نسخه و شمارگان متوسط ۱۷۰۶ نسخه و قیمت متوسط هر نسخه کتاب ۷۷۰۵۳ ریال است. روند تولید کتاب در دوره زمانی ۸۵ تا ۹۴ به شرح جدول زیر است:

جدول شماره ۱۵. تعداد عناوین تولید کتاب در استان یزد  
از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴

سال	تولید کتاب
۱۳۸۵	۶۷
۱۳۸۶	۳۶
۱۳۸۷	۵۰
۱۳۸۸	۴۴
۱۳۸۹	۱۰۱
۱۳۹۰	۱۲۴
۱۳۹۱	۱۳۷
۱۳۹۲	۱۹۱
۱۳۹۳	۳۲۴
۱۳۹۴	۱۸۳
جمع کل	۱۲۵۷

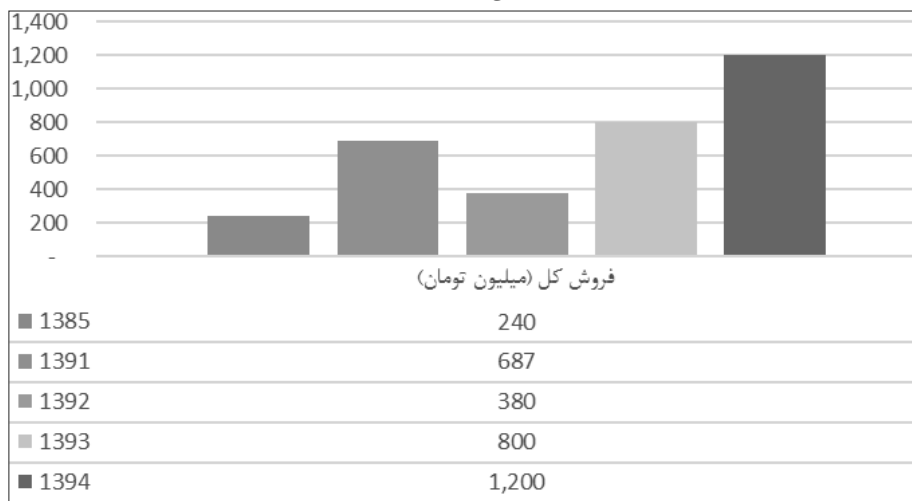
نمودار شماره ۱۴. تعداد عناوین تولید کتاب در استان یزد از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴



جدول شماره ۱۶. وضعیت برگزاری چهار دوره نمایشگاه در استان یزد از سال ۸۵ تا ۹۴

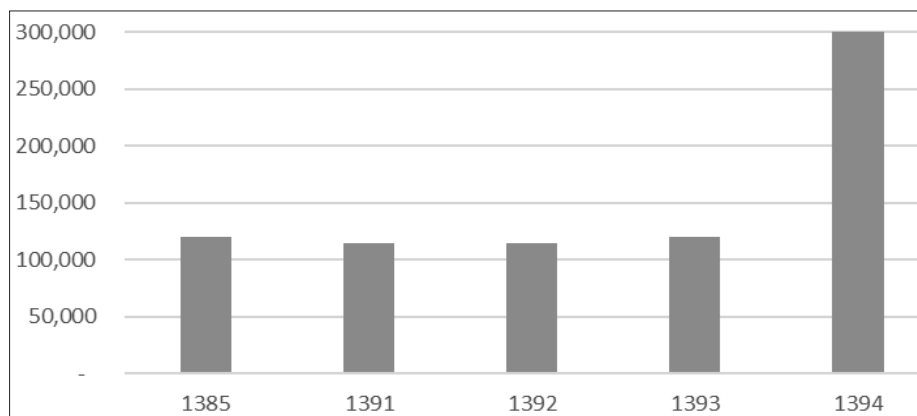
شمار دیدار کنندگان	فروش کل (میلیون تومان)	فروش بن (میلیون تومان)	تعداد عنوان	تعداد ناشران	تعداد غرفه‌ها	مساحت (مترمربع)	تاریخ	نوبت نمایشگاه استانی یزد	
۱۲۰,۰۰۰	۲۴۰		۴۵,۰۰۰	۶۰۰	۲۲۰	۵,۰۰۰	۱۳۸۵	چهارمین	۱
۱۱۵,۰۰۰	۶۸۷		۳۵,۰۰۰	۳۰۰	۲۰۰	۵,۰۰۰	۱۳۹۱	پنجمین	۲
۱۱۵,۰۰۰	۳۸۰	۲۸۰	۳۷,۰۰۰	۴۰۰	۲۱۰	۴,۱۷۰	۱۳۹۲	ششمین	۳
۱۲۰,۰۰۰	۸۰۰	۴۰۰	۴۱,۰۰۰	۴۳۰	۲۵۵	۴,۰۰۰	۱۳۹۳	هفتمین	۴
۳۰۰,۰۰۰	۱,۲۰۰	۷۰۰	۴۵,۷۵۰	۵۰۴	۳۰۵	۴,۰۰۰	۱۳۹۴	هشتمین	۵
۱۵۴,۰۰۰	۶۶۱	۴۶۰	۴۰,۷۵۰	۴۴۷	۲۳۸	۴,۴۳۴		میانگین	
	۳,۳۰۷	۱,۳۸۰						جمع کل	

نمودار شماره ۱۵. مقایسه فروش نمایشگاه یزد از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴



فروش کتاب در نمایشگاه در خلال حدود یک دهه، روندی مثبت و شیب ملایمی دارد. این وضعیت مشابه روند تولید کلی کتاب از سال ۸۵ تا ۹۴ (جدول شماره ۱۶) است که روند کتاب روندی فزاینده بوده است.

نمودار شماره ۱۶. مقایسه تعداد دیدارکنندگان از نمایشگاه استان یزد از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴



تعداد دیدارکنندگان از نمایشگاه به غیر از سال ۹۴ روند ثابتی داشته است. به عبارت دیگر، در استان یزد روند تولید کتاب از سال ۸۵ تا ۹۴ شیب ملایم و مثبتی داشته است و نمایشگاه کتاب در این روند تأثیری چشمگیری نداشته است.

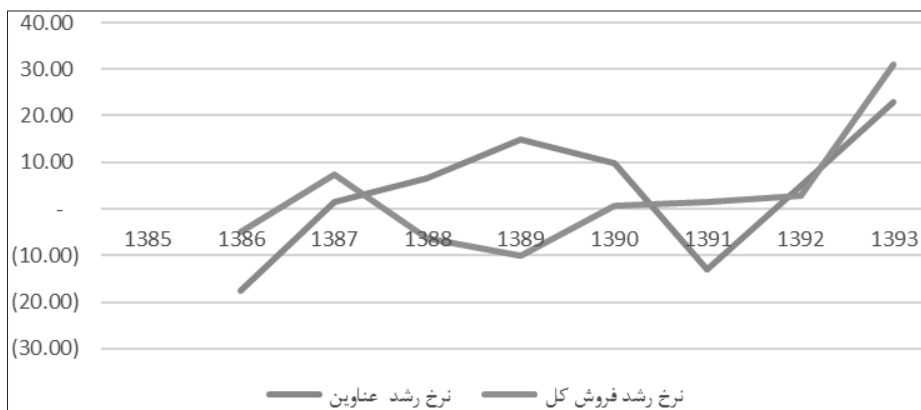
### مقایسه میان تولید کتاب با فروش کتاب در نمایشگاه‌های استان‌ها

بنابر اهداف برگزاری نمایشگاه‌های استانی باید ارتباط معنادار و مثبتی میان رشد تولید کتاب در استان‌ها با فروش کل در نمایشگاه‌ها وجود داشته باشد. به عبارت دیگر، یکی از پیامدهای سازنده برگزاری نمایشگاه استانی باید به تولید و شوروشوق مصرف و به‌طور طبیعی به تولید کتاب منجر شود. برای بررسی این تأثیر، نرخ رشد تولید کتاب در استان‌ها با نرخ فروش کتاب در نمایشگاه‌های استانی مقایسه می‌شود. فرض بر این است که نمایشگاه کتاب استانی بر تولید و فروش کتاب در استان‌ها تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد. در جدول و نمودار زیر این مقایسه ترسیم شده است:

جدول شماره ۱۷. مقایسه رشد عناوین استان‌ها با فروش در نمایشگاه استانی

سال	نرخ رشد عناوین کتاب تولیدشده در استان‌ها	نرخ رشد فروش در نمایشگاه استانی
۱۳۸۵		
۱۳۸۶	(۱۷.۶۰)	(۵.۰۲)
۱۳۸۷	۱.۶۰	۷.۴۷
۱۳۸۸	۶.۵۰	(۶.۳۰)
۱۳۸۹	۱۴.۸۰	(۱۰.۱۲)
۱۳۹۰	۹.۸۰	۰.۷۵
۱۳۹۱	(۱۲.۹۰)	۱.۴۱
۱۳۹۲	۴.۹۷	۲.۹۲
۱۳۹۳	۲۳.۰۰	۳۱.۱۳
	۳.۸۰	۲.۷۸

نمودار شماره ۱۷. مقایسه رشد عناوین استان‌ها با فروش در نمایشگاه استانی



نسبت میان تولید کتاب در شهرستان‌ها با فروش در نمایشگاه‌های استانی به‌غیر از سال ۹۳ معکوس و منفی است. به‌عبارت دیگر هر قدر فروش کتاب در نمایشگاه استانی افزایش می‌یابد، از شمار عناوین کتاب منتشرشده در استان‌ها کاسته می‌گردد. بنابراین این فرض که برگزاری نمایشگاه استانی به تولید و مصرف کتاب و رونق کتاب و کتاب‌خوانی می‌افزاید، قابل تأیید نیست.

براین اساس پرسش مهم این است که چرا فروش کتاب در نمایشگاه‌ها تأثیر مثبتی را ندارد که ادعا می‌شود این پدیده و رخداد فرهنگی بر تولید و مصرف کتاب می‌گذارد! و پرسش مهم‌تر این است چرا نقدینگی فروش کتاب به‌ویژه توزیع بن کتاب در نمایشگاه‌های استانی چرخه مالی و نظام تولید کتاب را تقویت نمی‌کند؟ این درحالی است که از اهداف



برگزاری نمایشگاه استانی در سایت مؤسسه نمایشگاه‌ها مواردی چون

۱. ترویج و گسترش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی، بالا بردن میزان سطح آگاهی و دانش جامعه، به‌ویژه مناطق دوردست کشور؛
۲. توسعه فرهنگی استان‌ها از طریق عرضه مستقیم کتاب، موج‌آفرینی فرهنگی و ایجاد فضای پرشور و نشاط فرهنگی در کشور طی مدت برگزاری و تشویق مردم، مسئولان و سازمان‌ها و نهادها به مشارکت در فعالیتهای کتاب‌خوانی؛
۳. فراهم‌آوردن زمینه لازم جهت بروز خلاقیت‌ها و استعدادهای بالقوه در مناطق مختلف کشور،

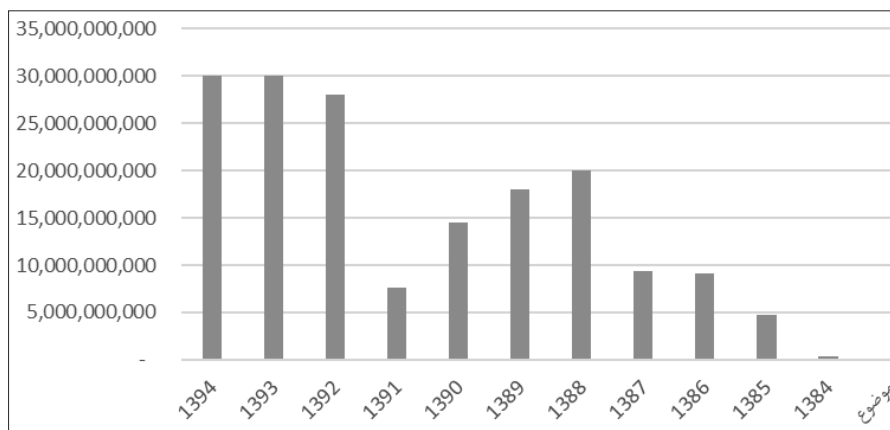
ذکر شده است؛ بنابراین این اهداف در برگزاری نمایشگاه استانی محقق نشده‌اند یا در تحقق کامل آن تردید جدی وجود دارد.

### ارزیابی هزینه‌های برگزاری نمایشگاه‌های استانی

جدول شماره ۱۸. هزینه‌های برگزاری نمایشگاه کتاب استانی از سال ۸۴ تا ۹۴

موضوع	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴
نمایشگاه استانی	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۹,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۹,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۸,۰۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۴,۴۹۷,۵۰۰,۰۰۰	۷,۵۶۹,۸۰۰,۰۰۰	۲۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

نمودار شماره ۱۸. مقایسه هزینه‌های نمایشگاه کتاب استانی از سال ۸۴ تا ۹۴



بنابراین آمار هزینه نمایشگاه در سال ۹۳ نسبت به سال ۸۴، ۱۰۰ درصد افزایش یافته

است. این افزایش در سال ۹۳ نسبت به سال ۹۱ در حدود ۷۵ درصد است. اما روند هزینه‌ها از سال ۸۸ سیر نزولی دارد. به نظر می‌رسد جهش هزینه‌ها در سال ۸۸ و افزایش ۱۰۰ درصدی آن یک تصمیم سیاسی بوده است تا به اقتضای منطق درونی افزایش فعالیت‌های استانی. روند نزولی بعد از سال ۸۸ هم این تحلیل را اثبات می‌کند که اراده افزایش هزینه‌های نمایشگاه استانی خیلی از نظر روند کشش عرضه و تقاضا معنادار نیست. در روند تحولات دولت جدید باز هم هزینه نمایشگاه کتاب استانی افزایش می‌یابد که با توجه به سال آغازین دولت جدید معنادار است.

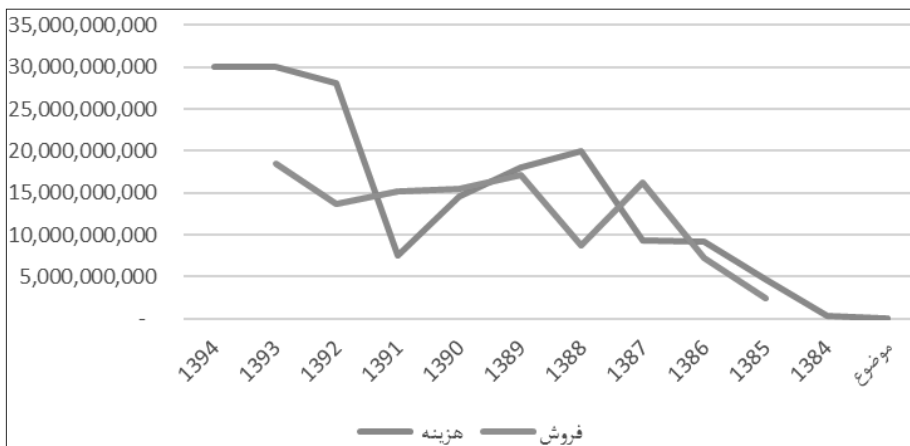
### مقایسه فروش نمایشگاه کتاب استانی با هزینه‌های نمایشگاه

مقایسه فروش نمایشگاه کتاب استانی با هزینه‌های نمایشگاه هم حاوی نکات قابل ملاحظه‌ای است.

جدول شماره ۱۹. فروش کل در نمایشگاه کتاب استانی از سال ۸۴ تا ۹۴

۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴	موضوع
۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۷,۵۶۹,۸۰۰,۰۰۰	۱۴,۴۹۷,۵۰۰,۰۰۰	۱۸,۰۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۹,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۹,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴,۵۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	نمایشگاه استانی
	۱۸,۴۴۳,۰۰۰,۰۰۰	۱۳,۶۸۷,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۲۴۴,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۴۴۳,۰۰۰,۰۰۰	۱۷,۱۷۶,۰۰۰,۰۰۰	۸,۷۴۴,۰۰۰,۰۰۰	۱۶,۲۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۷,۲۱۶,۰۰۰,۰۰۰	۲,۴۴۱,۰۰۰,۰۰۰		فروش نمایشگاه

نمودار شماره ۱۹. مقایسه فروش و هزینه نمایشگاه کتاب استانی



### نمودار شماره ۲۰. مقایسه هزینه‌های نمایشگاه کتاب استانی از سال ۸۴ تا ۹۴



از مقایسه فروش و هزینه نمایشگاه‌های استانی نکات زیر قابل توجه است:

۱. در نمودار شماره ۱۷، خط فروش به‌طور کلی و میانگین زیر خط هزینه سیر می‌کند. به‌زبان اقتصادی برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی با محاسبه هزینه و فایده آن، هزینه بر فایده اقتصادی می‌چربد.
۲. به‌طور طبیعی از فعالیت‌های فرهنگی دولتی قصد سود و فایده مادی را نمی‌تواند انتظار داشت؛ بنابراین برگزاری نمایشگاه کتاب استانی صرفاً می‌تواند اهداف و مقاصد فرهنگی داشته باشد که در تحلیل‌های یادشده چندان درمورد تحقق کامل و جامع این اهداف نمی‌توان اطمینان داشت.
۳. در سال ۸۸ به‌رغم جهش حدود ۱۰۰ درصد هزینه، فروش ۱۰۰ درصد کاهش را نشان می‌دهد. یعنی تمایل دولت به برگزاری پرهزینه‌تر نمایشگاه با استقبال مردم مواجه نشده است.
۴. شاخص‌ها نشان می‌دهد روند فرازونشیب‌های شاخص نمایشگاه استانی بیشتر تابعی از وضعیت سیاسی دولت است تا وضعیت اقتصادی.

### ارزیابی دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران

درمورد برگزاری نمایشگاه کتاب استانی برخلاف نمایشگاه کتاب تهران دیدگاه‌های مخالف و موافق خیلی جدی است و دیدگاه مخالفان به موافقان رساتر و قوی‌تر است. درحالی‌که به‌طور طبیعی دیدگاه مدیران دولتی به این نمایشگاه مثبت است، ناشران درمورد مدیریت و چگونگی اجرای آن انتقاد دارند. در زیر به برخی از این دیدگاه‌ها اشاره می‌شود:

علی‌رضا رضانی مدیر نشر مرکز:

برگزاری نمایشگاه کتاب استانی که یکی از سیاست‌های کهنه شده ناکارآمد فرهنگی است، اگرچه برای یک هفته می‌تواند موجی سوبسیدی و مصنوعی در فروش کتاب ایجاد کند، اما تأثیر مخرب آن بر فعالیت سالانه کتابفروشی‌های استانی را نمی‌توان نادیده گرفت. کتابفروشی‌های استانی تحت تأثیر نمایشگاه‌های استانی نحیف‌تر و کم‌توان‌تر می‌شوند. برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب، اگرچه (در اوایل دهه ۷۰) پیشنهادی از طرف ناشران بود که با مساعدت وزارت ارشاد تحقق پیدا کرد، اما سال‌هاست که ناکارآمدی و تأثیر منفی بلندمدتش را بر کتابفروشی‌های استان‌ها نشان داده است. نمایشگاه‌های استانی در جهت توسعه موزون پایدار نیستند. لذا پیشنهاد می‌کنم یک بررسی بی‌طرفانه و کارشناسانه بر مبنای هزینه فایده اقتصادی و فرهنگی صورت گیرد (تا بر مبنای نتایج آن) یا متوقف شوند یا جایگزینی مناسب برای آن یافته شود یا دست‌کم در استان‌هایی که دسترسی به کتاب از طرف کتابفروشی‌ها میسر است، متوقف شوند. (نامه به مدیر کل دفتر توسعه کتاب و کتاب‌خوانی؛ مورخ ۹۳/۱۰/۹).

در نشست که با عنوان «آسیب‌شناسی نمایشگاه‌های استانی کتاب» در تاریخ ۹۳/۷/۷ در خبرگزاری کتاب برگزار شد، برخی از ناشران و صاحب‌نظران دیدگاه‌ها و تجربیات خود را مطرح کردند که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

نادر قدیانی، مدیر انتشارات قدیانی:

نخستین بار، نمایشگاه‌های استانی کتاب در رشت برگزار شد که من نیز در آن حضور داشتم. برگزاری این نمایشگاه‌ها در آن زمان، چه از نظر محتوایی و چه از نظر فضای کلی نمایشگاه، مورد نیاز جامعه بود، به گونه‌ای که به‌طور قاطع می‌توانم از آن‌ها دفاع کنم چرا که روزبه‌روز باعث رشد کتاب می‌شدند. متأسفانه نمایشگاه‌های استانی کتاب به تدریج به‌ویژه در دهه‌های گذشته با افت جدی مواجه شدند. ... متأسفانه برنامه‌ریزان دهه گذشته نتوانسته‌اند همگام با شرایط نشر گام بردارند. با ابراز تأسف باید گفت که آن‌ها بیشتر در تلاش بودند که به‌نوعی آمارها را بالا ببرند؛ واقعا چه ضرورتی دارد که با تغییر مدیریت‌ها در هر دوره، افزایش تعداد نمایشگاه‌ها را نوعی افتخار بدانیم، در حالی که این نمایشگاه‌ها از کیفیت نازلی برخوردارند. معتقدم می‌شود تعداد نمایشگاه‌های کم‌تری برگزار کرد اما امکانات و فضای خوبی در همین تعداد اندک در اختیار ناشران قرار بگیرد. وی با بیان اینکه نمایشگاه‌های استانی کتاب نیازمند بازنگری جدی هستند، گفت: البته شاید مدیران فرهنگی ما نیز در بی‌کیفیت‌شدن نمایشگاه‌های کتاب استانی مقصر نباشند، بلکه ممکن است بودجه‌ای که در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد، بسیار ناچیز باشد.

مدیر انتشارات قدیانی ضمن تأکید بر این نکته که جامعه ما هنوز به برپایی نمایشگاه‌های کتاب استانی نیازمند است اما نه به گستردگی کنونی افزود: بسیار شایسته

است به جای اینکه سالانه به تعداد نمایشگاه‌های کتاب افزوده شود، تعداد کتابفروشی‌های استان‌های سراسر کشور را افزایش دهیم.

مدیران فرهنگی کشور باید به صورت جدی برنامه‌ریزی کنند و به نتایج درست و منطقی نسبت به ظرفیت‌های استانی دست یابند و براساس این نتایج، به اعزام ناشر و عرضه کتاب‌ها در استان‌ها اقدام کنند. همچنین متأسفانه در نمایشگاه‌های استانی شاهدیم که یک کتاب واحد در چندین غرفه به نمایش گذاشته می‌شود؛ این‌ها مشکلاتی هستند که مردم را نسبت به ناشران بدبین می‌کنند. وی توضیح داد: متأسفانه در اغلب نمایشگاه‌های استانی شاهدیم که یک ناشر خاص، با عناوین مختلف نمایندگی می‌گیرد و با همان عناوین متعدد در نمایشگاه‌های استانی شرکت می‌کند. پرسش من از مدیران فرهنگی این است که بالاخره چه زمان و کجا قرار است به این مشکلات رسیدگی شود؟!

مدیر انتشارات قدیانی افزود: پیشنهاد می‌کنم به جای اینکه تعداد نامحدودی نمایشگاه‌های کتاب استانی در طول سال برگزار شود، به برپایی نمایشگاه‌های موضوعی (تخصصی) در ۴ گروه «کودک و نوجوان»، «آموزشی»، «عمومی» و «دانشگاهی» در فصل‌های مختلف اقدام شود.

نادر قدیانی، در ادامه گفت: ناشران بزرگ وقتی می‌بینند در این نمایشگاه‌ها فروش خوبی وجود ندارد، خب طبیعی است که در آن‌ها شرکت نمی‌کنند. بنابراین، پیشنهاد می‌کنم مدیران از تمرکز دست بردارند و به جای اتکا به آمار و ارقام، فعالیت‌های هر بخش از نشر را به صاحبان آن واگذار کنند.

نادر قدیانی گفت: حضور نیافتن ناشران در نمایشگاه‌های کتاب استانی با هیچ‌گونه قصد و غرض صورت نمی‌گیرد. وقتی ناشران می‌بینند که در نمایشگاه‌های کتاب استانی متراژ بسیار اندکی در اختیارشان قرار می‌گیرد و امکانات خوبی ندارند و از همه مهم‌تر فروش چندانی ندارند بنابراین، انگیزه‌ای برای شرکت در نمایشگاه‌های کتاب استانی نخواهند داشت.

فرید مرادی، مدیر تولید نشر نگاه:

نمایشگاه‌های استانی کتاب اکنون حدود ۲۱ سال است که برگزار می‌شوند اما متأسفانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تاکنون یک بررسی آماری و خروجی دقیقی از نتایج برگزاری این نمایشگاه‌ها ارائه نکرده است تا از تأثیر برپایی آن‌ها در بهبود کیفیت کتاب‌ها و ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی آگاه شوند.

وی با بیان اینکه گویا نمایشگاه‌های استانی کتاب مانند یک سربار بر گردن ارشاد است که باید حتماً آن را برگزار کنند، گفت: این نمایشگاه‌ها با آسیب‌های جدی مواجه‌اند؛ به‌طور مثال متأسفانه بخش قابل توجهی از کتاب‌های منتشرشده به نمایشگاه‌های استانی کتاب

نمی‌روند. همچنین اغلب کتابفروشان از برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی ناراضی‌اند، چراکه همواره می‌گویند برگزاری این نمایشگاه‌ها در فرایند فروش آن‌ها تأثیر منفی می‌گذارد؛ متأسفانه تاکنون برای حل این مشکل چاره‌ای اندیشیده نشده است.

مدیر تولید نشر نگاه با بیان اینکه هیچ اصراری نیست که حتماً تعداد بی‌شماری نمایشگاه‌های استانی برگزار شود، افزود: بیشتر جذابیت نمایشگاه‌های استانی به برنامه‌های جنبی آن‌هاست؛ متأسفانه اکنون نقش این برنامه‌ها در نمایشگاه‌های استانی کم‌رنگ شده است اما در مقابل، هزینه‌بری نمایشگاه‌ها روز به روز بیشتر می‌شود.

در ادامه، از فرید مرادی، مدیر تولید نشر نگاه پرسیده شد: «اغلب ناشران بزرگ به دلیل ضرری که با برپایی نمایشگاه‌های استانی به کتابفروشان شهرستانی وارد می‌شود، ترجیح می‌دهند با هدف خدشه‌دار نشدن رابطه‌شان با این کتابفروشان، در نمایشگاه‌های استانی شرکت نکنند. نظر شمار در این مورد چیست؟»

مرادی در پاسخ به این پرسش، با بیان اینکه البته موضوعی که شما مطرح کردید، تنها یکی از علت‌های حضور نیافتن ناشران بزرگ در نمایشگاه‌های کتاب استانی است نه همه علت آن، گفت: معتقدم نمایشگاه‌های استانی کتاب جاذبه‌چندانی برای شرکت کردن ناشران در آن‌ها ندارند و صرفاً جنبه تبلیغاتی دارند.

فرید مرادی درباره این پرسش که اغلب ناشران بزرگ یا در نمایشگاه‌های کتاب استانی شرکت نمی‌کنند یا اگر شرکت کنند، کتاب‌های فاخر و ارزشمند خود را با خود به نمایشگاه‌های استانی نمی‌برند، نظر شما در این مورد چیست؟ گفت: معتقدم ناشرانی که در این نمایشگاه‌ها شرکت می‌کنند، تمام تازه‌های نشر خود را می‌برند و در آنجا عرضه می‌کنند. البته به‌تازگی یک مسئله‌ای پیش آمده و آن هم این است که در بسیاری از مواقع، از عرضه برخی کتاب‌های ناشران در نمایشگاه‌های کتاب پیشگیری می‌شود. خب این موضوع یک مقدار باعث سرخوردگی ناشران و بی‌انگیزه شدن آن‌ها برای شرکت در این نمایشگاه‌ها می‌شود.

محسن عموشاهی، دبیر شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه‌های استانی و مشاور مدیرعامل مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران در پاسخ به این سؤال که «تأمین خدماتی و تسهیلات نمایشگاه‌های استانی کتاب که در اختیار ناشران و بازدیدکنندگان قرار می‌گیرند، تا چه‌اندازه برعهده استان‌هاست و تا چه‌مقدار مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران مسئولیت تأمین آن‌ها را برعهده دارد؟ اظهار داشت: نمایشگاه‌های استانی یک فعالیت فرهنگی است که چند عامل درگیر برپایی آن می‌شوند؛ ناشران، مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران، ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط استانی.

وی با بیان اینکه بخش مهمی از مسئولیت‌های برگزاری شایسته و مفید نمایشگاه‌های

استانی کتاب برعهده مسئولان استانی است، توضیح داد: یکی از مشکلاتی که در نمایشگاه‌های استانی کتاب با آن‌ها مواجه هستیم، همگام و همدل نبودن برخی مدیران استانی با ما در برپایی این نمایشگاه‌هاست. بسیار مشاهده کردیم که برخی از این مدیران حتی در عرصه تبلیغات و اطلاع‌رسانی نسبت به برگزاری این نمایشگاه‌ها دریغ کرده‌اند. دبیر شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه‌های استانی افزود: درباره اندک‌بودن مترژ فضاهایی که در اختیار ناشران قرار می‌گیرد که دوستان در جلسه به آن اشاره کردند و گله داشتند باید بگویم که متأسفانه این فضاهای اندک از ظرفیت‌های ناچیز استان‌ها نشئت می‌گیرند؛ به این معنا که استان‌ها فضای مناسبی در اختیار ندارند تا مترژ بیشتری در اختیار ناشران قرار بگیرد. بنابراین کاملاً می‌بینید که مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران با محدودیت‌ها تصمیم‌گیری می‌کند.

وی گفت: ما در مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی کشور همواره به این فکر می‌کنیم که ای‌کاش استان‌ها در عرصه نشر با این مؤسسه بیشتر در تعامل باشند و با تشکل‌های نشر ارتباط مستمر داشته باشند. همواره آرزوی ماست که در استان‌ها یک مرکز دائمی عرضه کتاب وجود داشته باشد.

در ادامه از عموشاهی پرسیده شد: «وقتی استان‌ها از ظرفیت بالایی برخوردار نیستند چه اصراری دارید که حجم بالایی از تعداد ناشران را با انبوهی از کتاب‌ها به آنجا اعزام کنید؟» در دوران مدیریت جدید مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران، نخستین اقدامی که صورت گرفت تشکیل جلسات متعدد با تشکل‌ها و صاحب‌نظران عرصه نشر بود. در این جلسات درباره چگونگی برپایی نمایشگاه‌های کتاب استانی بحث و گفت‌وگو شد که در نهایت به اصلاح شیوه‌نامه برگزاری این نمایشگاه‌ها منجر شد؛ به‌طور مثال میزان تخفیف نمایشگاه‌های استانی را کاهش دادیم یا پیشنهاد دادیم که ناشران کتاب‌های منتشر شده پنج سال اخیر خود را در نمایشگاه‌های استانی سال جاری عرضه کنند.

وی درباره مشکل وجود کتاب‌های مشابه در نمایشگاه‌های استانی کتاب گفت: وجود کتاب‌های مشابه در نمایشگاه‌های کتاب استانی را قبول داریم اما بدانید که با آن‌ها به‌صورت جدی برخورد می‌شود. به‌طور مثال در نمایشگاه کتاب استان اصفهان که اکنون در حال برگزاری است، حدود ۱۰ ناشر بزرگ را به همین علت توبیخ کردیم.

دبیر شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه‌های استانی در ادامه سخنانش گفت: انصافاً مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران در دادن امکانات - چه در غرفه‌آرایی و چه در تهیه ابزار برای چیدمان غرفه‌ها- از هیچ کمکی به استان‌ها دریغ نکرده است. به‌طور مثال تمام غرفه‌های نمایشگاه‌های استانی، سال جاری از همان روزهای نخستین برپایی، دستگاه کارتخوان داشتند. البته بودند غرفه‌هایی که در آن‌ها دستگاه کارتخوان وجود نداشت اما این نقص

به خود ناشران استانی برمی گشت چراکه خود ناشران یا نسبت به دریافت آن‌ها دیر اقدام می کردند یا اصلاً اقدام نمی کردند.

در ادامه این نشست، از ابراهیم قاسمی، معاون توسعه مدیریت و منابع اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی زنجان پرسیده شد: «چقدر از این مشکلات به استان‌ها برمی گردد و چقدر از آن‌ها به مؤسسه نمایشگاه‌ها مربوط می شوند؟»

قاسمی در جایگاه پاسخگویی به این پرسش، گفت: زمان برپایی نمایشگاه‌های کتاب استانی یکی از معضلات جدی این رویداد فرهنگی است؛ به این معنا که در مناطق سردسیر وقتی این نمایشگاه‌ها در زمستان برگزار می شوند، بیشتر مردم به دلیل مشکلات رفت و آمد از حضور در این نمایشگاه‌ها منصرف می شوند. خوشبختانه امسال نخستین سالی بود که نمایشگاه کتاب استان زنجان در فصل تابستان برگزار شد؛ شاید همین عامل باعث استقبال زیاد از این رویداد فرهنگی بود.

معاون توسعه مدیریت و منابع اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی زنجان ادامه داد: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی زنجان بیش از ۶۰ درصد اعتبار استانی خود را باید بدهد تا بتواند یک نمایشگاه کتاب استاندارد برگزار کند. البته وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ما کمک می کند، اما اغلب این کمک‌ها نقدی نیستند.

وی با بیان اینکه استان در تبلیغات نمایشگاه‌های کتاب استانی از هیچ اقدامی کوتاهی نمی کند، گفت: قبل و حین برپایی نمایشگاه‌های کتاب در استان زنجان، تمام شبکه‌های رسانه استانی اطلاع‌رسانی از کم‌وکیف این نمایشگاه‌ها را انجام می دهند.

قاسمی اظهار کرد: متأسفانه بسیاری از ناشران به‌ویژه ناشران فاخر چندان تمایلی برای شرکت در نمایشگاه‌های استانی ندارند، اگر هم حضور پیدا می کنند کتاب‌های خوبشان را که مردم به دنبالش هستند، نمی آورند. به همین دلیل در این دوره با رایزنی‌هایی که انجام دادیم کوشیدیم که از حضور ناشران فاخر تهرانی و قومی در نمایشگاه کتاب استان زنجان بهره‌مند شویم اما باین وجود متأسفانه باز این ناشران در نمایشگاه کتاب زنجان حاضر نشدند.

محسن عموشاهی، دبیر شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه‌های استانی و مشاور مدیرعامل مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران در پاسخ به انتقادات نادر قدیانی، گفت: این موضوعاتی که آقای قدیانی مطرح می کنند بسیار خوب و ایده‌آل است اما من از شما می پرسم آیا واقعاً با گفتن و امر و نهی کردن ما مشکلات حل می شود؛ ما بارها از ناشران خواستیم که کتاب‌های مشابه و تکراری نیاورند بلکه متناسب با ضوابط حضور در نمایشگاه‌های استانی کتاب، به عرضه کتاب بپردازند. اما باز هم می بینیم ناشران کار خودشان را می کنند.

وی بیان کرد: در همین مکان از اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران می خواهیم که در



این زمینه به یاری مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران بیایند و در جلسات متعدد شرایط و ضوابط حضور در نمایشگاه‌های کتاب را برای ناشران تشریح و توجیه کنند.

مشاور مدیرعامل مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران افزود: مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران اصرار بر تجمیع ناشران برای شرکت در نمایشگاه‌های کتاب دارد، چراکه با تحقق این طرح، ضمن اینکه هزینه‌های ناشران کاهش می‌یابد، هم تعداد بیشتری کتاب در نمایشگاه‌ها عرضه می‌شود و هم به سمت عرضه بهتر و تخصصی‌تر کتاب‌ها نزدیک می‌شویم. عموشاهی با بیان اینکه نمایشگاه‌های کتاب استانی فرصت مناسبی برای افرادی است که نتوانسته‌اند در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران حضور یابند و از نزدیک با تازه‌های نشر آشنا شوند، گفت: مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران در نمایشگاه‌های استانی می‌کوشد به انتظارات و توقعات مردم استانی پاسخ دهد.

ابراهیم قاسمی، معاون توسعه مدیریت و منابع اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی زنجان در پاسخ به این پرسش دبیر نشست مبنی بر اینکه: «آیا قبول دارید که اگر مدیران کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها پای کار باشند، قطعاً نمایشگاه‌های استانی به صورت با کیفیت‌تر برگزار می‌شوند؟» گفت: بدون تردید اعتبارات به‌ویژه اعتبارات فصل پنجم، نقش بسیار مهمی در برگزاری هرچه کیفی‌تر نمایشگاه‌ها دارند.

محسن عموشاهی در پاسخ به انتقادات حضار نسبت به عرضه نشدن تازه‌های نشر و کتاب‌های فاخر در نمایشگاه‌های کتاب استانی گفت: در بازبینی شیوه‌نامه نمایشگاه‌های استانی کتاب این موضوع مدنظر قرار گرفت و درصدد حل این مشکل برآمدم. به‌طور مثال تصمیم گرفتیم اگر ناشران در استان‌ها نمایندگی دارند، نمایندگی آن‌ها به نیابت از آن‌ها در نمایشگاه‌های استانی حضور پیدا کنند.

در ادامه، دبیر نشست از محسن عموشاهی پرسید: «آیا بازبینی شیوه نامه به‌تمام رسیده است یا هنوز در مرحله تکمیلی به‌سر می‌برد؟» عموشاهی پاسخ داد: اصلاح شیوه‌نامه نمایشگاه‌های کتاب استانی به‌تمام رسیده است و خوشبختانه مورد تأیید دکتر صالحی، معاون فرهنگی وزارت ارشاد قرار گرفته است. البته این شیوه‌نامه را باز گذاشتیم تا هم باعث رضایت ناشران شود و هم رضایت مردم را جلب کنیم.

وی در پایان سخنانش درباره انتقاد وارده بر مؤسسه مبنی بر کمبود حمایت‌ها از استان‌ها و ناشران گفت: باید بپذیریم که شرایط جامعه تغییر کرده است، بنابراین نباید همان توقعات و انتظارات چند سال پیش را داشت. معتقدم باید یک ناشر یا شکل یک مقدار نیز خودکفایی داشته باشد و بیش از حد به کمک‌های دولتی و مردمی وابستگی نداشته باشد.

مدیر انتشارات صابرین: مهم‌ترین ضرری که این نمایشگاه‌ها برای صنعت نشر کشور

به دنبال دارد، متوجه کتابفروشی هاست، کتاب در این نمایشگاه‌ها معمولاً با تخفیف‌هایی عرضه می‌شود، تخفیف ۲۰ درصدی بن کتاب در کنار تخفیف ۲۰ درصدی پشت جلد کتاب که ناشر موظف به رعایت آن است، تخفیف ۴۰ درصدی را شامل می‌شود که موجب شده تا مخاطب کتاب در استان‌ها تمایلی به خرید کتاب از کتابفروشی نداشته و معمولاً صبر کنند تا نمایشگاه کتاب برگزار شده و اقدام به تهیه کتاب کنند. این مهم موجب شد تا از زمانی که بحث تخفیف ۲۰ درصدی در نمایشگاه کتاب استانی مطرح شد، بسیاری از تشکل‌ها مخالف این اقدام باشند. وی ادامه می‌دهد: کاهش آسیب‌ها به شکل‌های مختلفی می‌تواند باشد، یک راه می‌تواند این باشد که ما در شهرهای بزرگی که اتحادیه‌های صنفی وجود دارد، برگزاری نمایشگاه را به اتحادیه صنفی آن استان یا شهر واگذار کنیم، برای نمونه در استان‌های قم، مشهد یا اصفهان خود کتابفروشان بیایند کتاب‌ها را عرضه کنند، تا هم از مزایای نمایشگاه که حضور مردم و جذب مخاطب به سمت کتاب است استفاده کنند، هم کتاب‌های خود را فروخته و به لحاظ اقتصادی نیز درآمدزایی داشته باشند. اگر نمایشگاه‌های کتاب استانی این‌گونه ساماندهی شود، خوب است اما اگر مستقل از صنف بخواهیم عمل کنیم، در کار کتابفروشی تأثیر منفی برجای خواهد گذاشت.

مهدی فیروزان مدیرعامل مؤسسه شهر کتاب نیز می‌گوید: باید بررسی شود که آیا برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب به توسعه کتاب و کتاب‌خوانی در آن استان منجر شده است یا خیر. اگر این اقدام انجام شده باشد، برگزاری نمایشگاه‌های استانی کتاب اقدامی معقول و موجه است.

مجید رهبانی سردبیر ماهنامه جهان کتاب: نمایشگاه استانی کتاب به سازوکار طبیعی فروش کتاب آسیب می‌زند. وی نیز با تأکید بر نبود پژوهشی جامع در مورد تأثیرات اقتصادی و اجتماعی این نمایشگاه‌ها می‌گوید: یکی از نقاط منفی نمایشگاه‌های استانی، به‌ظاهر آسیبی است که به سازوکار طبیعی فروش کتاب می‌زند. کتابفروشی‌های مراکز استان و شهرستان‌ها اغلب از این نمایشگاه‌ها گله‌مندند. چون باعث افت شدید فروش آن‌ها (حتی برای چند ماه) می‌شود. اگر چنین ادعایی صحت داشته باشد، باید دستکم در چگونگی برگزاری نمایشگاه‌های استانی بازبینی کرد. چراکه در روال عادی چرخه نشر اخلاص ایجاد می‌کنند و به شبکه توزیع و فروش کتاب آسیب می‌رسانند. کتابفروشی در ایران به خودی خود کسب و کار پرسودی نیست و برای همین کم‌تر شاهد رشد و توسعه آن هستیم. ممکن است نمایشگاه‌های استانی این وضعیت را تشدید کنند. تجربه بازدید و فروش نمایشگاه‌های استانی کتاب تجربه موفقی بوده است، بنابراین برای استفاده از این ظرفیت و تجربه موفق باید جهت مسیر را به‌درستی مشخص کرد و نواقص و آسیب‌ها را برطرف کرد، وزارت ارشاد و مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی سال گذشته نخستین گام در

این مسیر را با برداشتن قانون تخفیف اجباری و تنظیم آیین‌نامه حضور برداشته است. (۹۴/۱/۲۶ خبرگزاری تسنیم).

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی معاونت امور فرهنگی در گزارش توصیفی و تحلیلی باعنوان «بازنگری در وضعیت یارانه‌های معاونت امور فرهنگی که براساس دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران گردآوری شده، در صفحات ۳۱ تا ۴۱ این گزارش درباره نمایشگاه استانی ارزیابی‌ای ارائه داده است که مهم‌ترین نکات آن به این شرح است:

### مزایای نمایشگاه‌های کتاب استانی

۱. خوانندگان کتاب علاوه بر مشاهده کتاب‌های متنوع و مختلف، کتاب‌های مورد علاقه خود را با تخفیف مناسب و به‌صورت مستقیم از ناشران خریداری کنند؛
۲. فروش نقدی کتاب؛
۳. کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل؛
۴. امکان فروش کتاب‌های قدیمی.

از مزایای برشمرده شده موارد ۲ و ۳ و ۴ در شرایط عادی هم محقق شده است و خریداران کتاب بابت حمل‌ونقل کتاب با امکان خرید کتاب‌های قدیمی مزیتی برای نمایشگاه استانی نیست مگر تخفیف خاص. خرید مستقیم از ناشر هم جای تردید است، زیرا در بیشتر غرفه‌ها خود ناشران حضور ندارند بلکه نهاد واسط یا نمایندگان آن‌ها هستند.

### معایب نمایشگاه‌های کتاب استانی

۱. تضعیف نظام توزیع کتاب در کشور. در نمایشگاه‌های استانی کتاب، حدود ۲۸ تا ۴۲ درصد قیمت پشت جلد کتاب به خریداران تخفیف داده می‌شود که نیمی از مبلغ تخفیف از سوی ناشر و نیم دیگر آن از سوی دولت تأمین می‌شود. درحالی‌که مطابق عرف بازار، کتاب با ۲۰ درصد تخفیف در اختیار کتابفروشی‌های شهرستانی قرار می‌گیرد. افزون بر اینکه هزینه حمل‌ونقل و هزینه نگهداری نیز برعهده کتابفروش است و آنان نیز طبق روال معمول کتاب را به قیمت پشت جلد به مخاطبان عرضه می‌کنند؛
۲. بازار کتاب در آن منطقه دچار رکود می‌شود؛ زیرا بخش عمده‌ای از تقاضا اشباع شده است و همچنین برخی تقاضاها انباشته می‌شوند تا در فرصت نمایشگاه بعدی به‌صورت ارزان‌تر خرید کتاب کنند؛
۳. هزینه بالا نسبت به فروش کتاب؛
۴. عدم استقبال همه ناشران.

به‌رغم ۱۴۳ میلیارد ریال حمایت معاونت امور فرهنگی در بخش «کمک به

مصرف‌کنندگان کتاب از طریق تخفیف در بهای کتاب در زمان برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی و تخصصی» از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۴، آمار شمارگان کتاب‌ها و وضعیت کتاب و کتاب‌خوانی نشان می‌دهد که این حمایت‌ها، آثار جدی و قابل توجهی در پی نداشته و اهداف اولیه تحقق پیدا نکرده است.

همچنین در بخش «کمک به برگزاری نمایشگاه‌های کتاب استانی»، معاونت امور فرهنگی از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۴، نزدیک به ۱۷۱ میلیارد ریال یارانه پرداخت کرده است که به نظر می‌رسد اگر این نمایشگاه‌ها به شکل‌های حوزه نشر فعال در استان مربوطه واگذار شود، بخش عمده‌ای از این هزینه‌ها کاهش پیدا خواهد کرد و بخش‌های خصوصی و شکل‌های شهرستانی نیز از امکانات و شرایط بهتری برای رقابت و رشد پیدا خواهند کرد.

### جمع‌بندی ارزیابی دیدگاه ناشران و صاحب‌نظران درباره برگزاری نمایشگاه استانی

از موارد یادشده می‌توان نکات زیر را نتیجه‌گیری کرد:

۱. اصل برگزاری نمایشگاه در گذشته کارساز و کارکرد داشته و مفید بوده است؛
  ۲. روند مدیریت و اجرای نمایشگاه منجر به مسائلی شده است که جنبه منفی نمایشگاه استانی بر جنبه مثبت آن می‌چربد؛
  ۳. ناشران در برگزاری نمایشگاه، آن‌را ناکارآمد و کم یا بی‌بازده و غیراقتصادی می‌دانند؛
  ۴. برگزاری نمایشگاه استانی با منافع درازمدت و منافع ملی کتابفروشان تعارض پیدا کرده است؛
  ۵. تحول و تغییر در سیاست‌گذاری نمایشگاه کتاب استانی متناسب با مقتضیات زمانی ضرورت دارد.
- داده و یافته‌های دیدگاه ناشران و کارشناسان با یافته‌های تحقیق آماری سازگاری و تجانس معناداری دارد.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری نهایی

ارزیابی برگزاری نمایشگاه کتاب استانی بر مبنای اثربخشی و عدالت ارزیابی اثربخشی نمایشگاه بر مبنای اهداف اعلام‌شده آن به این شرح است:

## جدول شماره ۲۰. ارزیابی نهایی نمایشگاه‌های کتاب استانی

اهداف نمایشگاه کتاب استانی	اثربخشی	عدالت
۱. ترویج کتاب و کتاب‌خوانی	نسبتاً مؤثر بوده است.	نسبتاً رعایت شده است.
۲. توسعه فعالیت فرهنگی استان‌ها	در دوره کوتاه‌مدت ایام نمایشگاه برآورده شده، اما در درازمدت تأثیری نداشته است.	به نفع شرکت‌کنندگان و مؤسسه نمایشگاه و مصرف‌کننده و به زبان کتابفروش بوده است.
۳. دسترسی مردم استان‌ها به تازه‌های تولید کتاب	نسبتاً مؤثر بوده است.	رعایت شده است.
۴. تعامل بی‌واسطه میان ناشر با مخاطب در استان‌ها	به دلیل مدیریت یکپارچه و متمرکز و عدم حضور ناشران مؤثر نبوده است.	رعایت نشده است.
۵. تمرکززدایی در فعالیت‌های فرهنگی	اختیارات نهادهایی مانند ناشران و مسئولان استانی کم‌تر از مؤسسه نمایشگاه‌هاست.	به دلیل مدیریت متمرکز رعایت نشده است.

در مجموع برگزاری نمایشگاه کتاب استانی با احتساب هزینه - فایده فرهنگی آن بالقوه می‌تواند اثربخش باشد اما در وضعیت کنونی سازمان و ساختار آن از اثربخشی آن به‌مرور زمان کاسته شده که بازنگری در روش‌ها و شیوه‌ها و هدف‌گذاری آن را ضروری کرده است.

## طراحی سیاست نوین نمایشگاه کتاب و پیشنهادها

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از: اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم، میزان بروکراتیک‌بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) در جدول زیر ارائه شده است. در این تحلیل شاخص‌های شش‌گانه برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه‌بودن، به علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره‌گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بنیادی و بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست یابند. روش نمره‌گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و

کم، عادلانه بین سه وضعیت؛ عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند. در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است:

### جدول شماره ۲۱. روش نمره‌گذاری سیاست حمایتی نمایشگاه استانی از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تأحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تأحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تأحدی	غیرمستقیم
میزان بروکراتیک بودن			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تأحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تأحدی	فعل محور

براساس روش نمره‌گذاری شاخص‌های شش‌گانه می‌توان نتیجه سیاست حمایتی برگزارکننده نمایشگاه استانی کتاب را به‌دست آورد:

### جدول شماره ۲۲. تحلیل برنامه‌های حمایتی مهم معاونت امور فرهنگی از منظر مسائل استراتژیک

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم یا غیرمستقیم	بروکراتیک	فناوری	فاعل محور یا جمع نمرات
نمایشگاه کتاب استانی	کم (۱)	نسبتاً عادلانه (۱)	مستقیم (۰)	زیاد (۰)	کم (۱)	نسبتاً فعل محور (۱) ۴

باتوجه به نمره ۴، سیاست حمایتی نمایشگاه استانی نیازمند تغییرات اساسی در ساختار و سازمان و هدف‌گذاری است. ملاحظات این تغییرات به شرح زیر است:

۱. در سازمان این سیاست باید اصلاحاتی با رویکرد تغییر از وضعیت و نقش مجری بودن معاونت امور فرهنگی به وضعیت و نقش نظارت و ارزشیابی است.

۲. مدیریت اجرایی نمایشگاه استانی باید به کنسرسیوم و شورایی مرکب از نمایندگان ناشران و کتابفروشان و کتابخانه‌های استانی واگذار شود و ستاد مرکزی ارشاد و اداره کل

استانی باید نقش حمایت غیرمستقیم و پشتیبان‌کننده را ایفا کنند. مؤسسه نمایشگاه‌های ایران می‌تواند مسئولیت نظارت بر این طرح را برعهده گیرد و ضمن انتقال تجربیات خود به نهادهای استانی و برگزاری آموزش‌های لازم، آن‌ها را در اجرای این امر یاری کند.

۳. طراحی نرم‌افزار اطلاعاتی در این رویکرد اهمیت مضاعفی دارد. معاونت امور فرهنگی با طراحی نرم‌افزار تخصصی می‌تواند در سه حوزه گردآوری، پردازش و تحلیل داده‌ها و انتقال آن، اولاً ضعف‌ها و کمبود اطلاعاتی را مدیریت و ساماندهی کند و سپس با استفاده از داشبوردهای مدیریت اطلاعات می‌تواند با نظارت و برنامه‌ریزی دقیق‌تر و به‌روز شده تغییرات لازم را در خلال زمان اعمال کند.

۴. طرح صندوق نمایشگاه هم می‌تواند در استان‌ها اجرا شود و با جذب منابع مالی استانی تخفیف مناسب را از محل این صندوق به خریداران پرداخت کرد.

بر مبنای نتایج ارزیابی دامنه و نوع و فازبندی تغییرات ساختاری به شرح جدول شماره ۲۳ است:

**جدول شماره ۲۳. دامنه و نوع و فازبندی تغییرات و اصلاحات در سیاست‌های موجود نمایشگاه استانی**

تغییر در فناوری		تغییر در روش		تغییر در سازمان		تغییر در هدف‌گذاری		موضوع
کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	فازبندی
بهره‌گیری از نظام مالی الکترونیک و تخفیف مدرن و مدیریت اطلاعات هوشمند	برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب استان‌ها در کنار نمایشگاه	نظارت و ارزشیابی به‌جای مدیریت اجرایی	مدیریت ناشران و کتابفروشان	واگذاری به اتحادیه ناشران و کتابفروشان	اعطای اختیارات مالی و اجرایی به استان‌ها	استان محوری و واگذاری مطلق به نهادهای استانی	تقویت ناشران و کتابفروشان و خریداران	نمایشگاه کتاب استانی

## فصل هفتم

---

ارزیابی سیاست حمایتی

توسعه نشر بین الملل

---



## درآمد نظری

توسعه نشر بین‌الملل نگاهی است از داخل به خارج و چشم‌داشتی است به بازارهای جهانی. این دغدغه که بتوان نشر را به قلمروهای فرامرزی توسعه و بسط داد، فی‌نفسه هدف والایی است. زمانی یک فرهنگ به شکوفایی و رشد کامل دست می‌یابد که درون مرزهای فرهنگی و جغرافیایی خود باقی نماند و مخاطبان فرهنگ و آثار و محصولات خود را در اقصی نقاط جهان شناسایی و نیازهای آن‌ها را برآورده کند.

پیشینه فرهنگی ایران و جهانی شدن برخی از آثار ایرانی یا استقبال از برخی اندیشه‌ها و متفکران و مشاهیر ایرانی و اسلامی این نگاه را تقویت کرده است. شهرت مولانا، حافظ و خیام و ابن‌سینا و زکریای رازی و... امروزه شهرتی جهانی و فراملی است. ایران با پشتوانه قوی و غنی ادبی، علمی و فلسفی زمینه‌های تاریخی چنین نگاهی را به جهان به‌خوبی در اختیار دارد. شهره‌شدن برخی از آثار هنری در حوزه سینما و هنر تجسمی به تقویت نگاه و رویکرد صادراتی کتاب هم افزوده است. اما نکته مهم پاسخ دادن به این پرسش است که چه عواملی سبب می‌شود تا کتاب هم در کنار آثار هنری دیگر مانند سینما و هنر تجسمی و نقاشی یا گرافیک بتواند به بازارهای جهانی راه پیدا کند؟ تمایز میان هنر تصویری و دیداری مانند فیلم و نقاشی و گرافیک با متن به زبان فارسی آیا در این زمینه تفاوتی بارز و تعیین‌کننده است یا خیر؟ به‌نظر می‌آید محصولات و آثار فرهنگی‌ای که به زبان جهانی و قابل درک تصویر و دیدار بیان و عرضه می‌شوند با آثاری که متکی بر انتقال پیام از طریق ابزار زبان محلی فارسی یعنی متون فارسی باشند، در دو وضعیت کاملاً متفاوت قرار دارند و قابل تشبیه و مقایسه نباشند، مگر اینکه به زبان مقصد ترجمه شوند که در این صورت هم باز کنش ارتباطی مقابل میان ذهن ایرانی با ذهن بیگانه پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. اینکه جهان به ادبیات عرفانی ایرانی - اسلامی چهره گشاده‌تری نشان می‌دهد، شاید به‌دلیل همین مزیت نسبی فرهنگ ایرانی - اسلامی باشد. اما معلوم نیست این وضعیت در مورد دیگر رشته‌های علوم انسانی صادق باشد.

## پرسش تحقیق

۱. آیا اقدامات و فعالیت‌ها در حوزه توسعه فرهنگی نشر بین‌الملل اثربخش بوده است؟
۲. آیا اقدامات و فعالیت‌ها در حوزه توسعه فرهنگی نشر بین‌الملل عادلانه بوده است؟

## روش تحقیق

این تحقیق مبتنی بر روش مطالعات اسنادی است که در نتیجه‌گیری داده‌ها با شاخص‌های ارزیابی تقاطع داده شده است.

## اهداف توسعه نشر بین‌الملل

نگاه وارونه وارداتی و رویکرد صادراتی و از داخل به خارج همواره دغدغه‌ای بوده که می‌کوشیده است تا سهمی برای ایران از تولیدات و محصولات فرهنگی در بازار جهانی فراهم آورد. این سهم در حوزه نشر چشم‌داشت به بازار تولید و مصرف کتاب و نمایشگاه‌های کتاب بوده است. این رویکرد در بخش خصوصی با انگیزه درآمد و توسعه بازار فروش و برای مدیران دولتی با انگیزه توسعه فرهنگ و اندیشه ایرانی - اسلامی صورت می‌گرفته است. این دو انگیزه در بسی موارد و مصادیق قابل جمع و تلفیق است و در برخی موارد متفاوت. بر همین اساس در بند د و ه ماده ۱۱۶ لایحه برنامه چهارم توسعه برای این منظور هدف و بودجه‌ای پیش‌بینی شد که بر «کمک و ترغیب ناشران و پدیدآورندگان کتاب ایرانی برای حضور هدفمند در بازارهای جهانی» تأکید می‌کرد.

با این منظور در معاونت امور فرهنگی از دهه ۷۰ اقدامات در این زمینه شکل گرفت که به تدریج برای آن دفتری در اداره کل مجامع و فعالیت‌های فرهنگی به‌عنوان دبیرخانه آن طراحی و راه‌اندازی شد. در تاریخ ۸۳/۷/۱۵ نخستین اقدام برای نظام‌مند کردن آن صورت گرفت و آیین‌نامه‌ای هم به‌همین منظور تهیه شد و معاونت امور فرهنگی آن را تصویب کرد. بر مبنای این مصوبه داخلی، اهداف از توسعه نشر بین‌الملل به این شرح است:

۱. شناساندن فرهنگ مکتوب ایران به جهان؛
۲. کمک به ورود و حضور صنعت نشر ایران در بازارهای جهانی؛
۳. کمک به توسعه صادرات فرهنگی کشور؛
۴. کمک به حرفه‌ای و تخصصی کردن نشر کشور در هماهنگی با جریان جهانی نشر کتاب؛
۵. کمک به ایجاد اشتغال مانا برای پدیدآورندگان آثار ایرانی؛
۶. کمک به دریافت ویژگی‌های فرهنگی جهان توسط پدیدآورندگان ایرانی در زمینه کتاب و نشر.

در ماده دوم این آیین نامه ذیل عنوان موضوع حمایت آمده است:

حمایت از ناشران و پدیدآورندگان کتاب ایرانی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب و سایر رویدادهای فرهنگی - بین‌المللی به منظور معرفی کتب تولیدشده صنعت نشر ایران در جهان و برقراری روابط حرفه‌ای با ناشران و پدیدآورندگان کتاب در سایر کشورها. در بندهای بعدی این ماده ذیل عنوان نوع و میزان حمایت به این موارد اشاره شده است:

۱. کمک به هزینه ترجمه کتاب‌های ایرانی که حق نشر آن‌ها توسط ناشران خارجی خریداری شده‌اند یا خریداری می‌شوند. این حمایت مشمول ناشر ایرانی صاحب امتیاز کتاب می‌شود؛

۲. کمک به هزینه کاتالوگ یا بروشور تهیه‌شده توسط ناشر ایرانی برای عرضه در نمایشگاه‌های بین‌المللی؛

۳. کمک به هزینه ایجاد سایت‌های تبلیغ کتاب ایرانی به زبان‌های خارجی؛

۴. پرداخت هزینه اجاره غرفه (حداکثر تا ۴ متر) به آن دسته از ناشران ایرانی شرکت‌کننده در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب که در سال تقاضای حمایت، موفق به فروش حق نشر حداقل یک عنوان کتاب ایرانی به ناشر خارجی شده باشد؛

۵. پرداخت هزینه غرفه (حداکثر ۱۲ متر) به آن دسته از مؤسسات ایرانی که به بازاریابی جهت فروش حق نشر کتاب ایرانی می‌پردازد. مؤسسه باید مجوز بازاریابی حداقل ۵۰ عنوان کتاب از ۲۰ ناشر ایرانی در قالب تفاهم‌نامه ارائه نماید؛

۶. پرداخت هزینه رفت‌وآمد به یکی از نمایشگاه‌های کتاب یا جشنواره‌های فرهنگی بین‌المللی آن دسته از نویسندگان و تصویرگران ایرانی که در یکی از جشنواره‌های فرهنگی کتاب مربوط به معاونت امور فرهنگی موفق به دریافت جایزه می‌شوند؛

۷. پرداخت هزینه رفت‌وآمد و اقامت نویسندگان و تصویرگران ایرانی که در یکی از مسابقات فرهنگی خارجی معتبر موفق به دریافت جایزه می‌شوند.

در این آیین نامه تصریح شده که میزان کمک‌هزینه در کمیته تخصصی معاونت امور فرهنگی بررسی می‌شود.

برای اجرایی شدن این نوع از حمایت‌ها در معاونت امور فرهنگی و دفتر مجامع به‌طور کلی دو گونه اقدامات صورت می‌گرفته است:

۱. کمک به حضور ناشران یا نویسندگان به نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های فرهنگی؛

۲. کمک به تولید و تألیف و ترجمه آثار ایرانی‌ای که مترجمان یا مؤلفان یا ناشران اقدام کرده‌اند.

دسته اول بیش از دسته دوم مورد حمایت واقع شده، درمورد دسته دوم فعالیت‌ها آثار چندانی تولید و منتشر نشده مگر اندک آثار منتشره از سوی نشر الهدی. به نظر می‌رسد

در عمل اقدام به ترجمه و تألیف آثار ایرانی در خارج از کشور و در بازارهای جهانی موفقیتی در پی نداشته است. این در حالی است که برخی ناشران بخش خصوصی بدون کمک دولتی موفق شده‌اند آثاری را با عقد قرارداد و با همکاری ناشران خارجی ترجمه و منتشر کنند و بعضاً درآمدزا و سودآور هم بوده است، هرچند در مورد تعداد این عناوین و کمیت و تنوع آن اطلاعات چندانی در دست نیست.

توسعه نشر بین‌الملل کتاب هیچ مصوبه‌ای در سطح وزارتخانه یا فراتر ندارد و آنچه تاکنون مبنای اقدام بوده، یا توافق شفاهی و دانش تجربی یا مصوبه‌هایی در سطح معاونت امور فرهنگی بوده است که با تغییرات مدیران میانی و عالی در این سطح به‌طور طبیعی این مصوبات هم بلاموضوع می‌شده است. در زمینه حمایت از نشر و ناشران فعال در این زمینه هم پیش‌نویس‌هایی آماده شده که معمولاً مبنای عمل هم واقع می‌شده اما هیچ‌گاه رسمیت نیافت.

به‌همین دلیل موضوع توسعه نشر بین‌الملل هم بودجه و ردیف مشخصی نداشته و ندارد و معمولاً معاونت از ردیف‌های دیگری در این زمینه هزینه می‌کرده است.

## ارزیابی عملکرد

### حضور در نمایشگاه‌های خارجی

در مورد عملکرد این بخش از فعالیت‌ها آمار و اطلاعات دقیقی در دست نیست. اطلاعات شفاهی از کارشناسان این حوزه بیانگر جابه‌جایی متعدد در مدیریت و فقدان شکل‌گیری نظام اطلاعاتی منسجم و یکپارچه و کامل است.

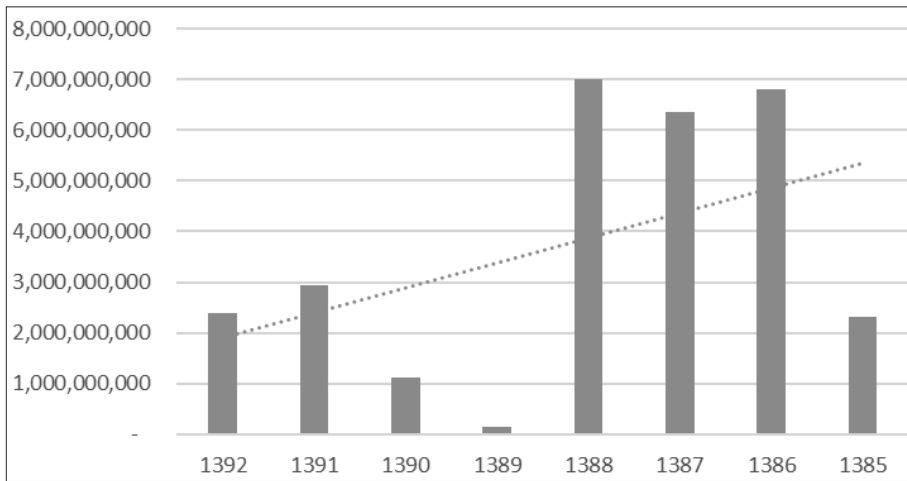
در مورد هزینه‌های این بخش بیشتر اطلاعات درباره حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارج از کشور است. اما گزارشی از چگونگی حضور ناشران و بازخوردها و فواید آن وجود ندارد. در سال‌های اخیر هزینه‌های این بخش نیز افت و خیز زیادی داشته است. از سال ۸۵ تا ۹۲ به‌طور میانگین در حدود ۳/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال هزینه شده است. جدول زیر جزئیات و نوسانات این هزینه را مشخص می‌کند.

### جدول شماره ۱. هزینه‌های حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارج از

#### کشور از سال ۸۵ تا ۹۲ (ریال)

موضوع	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲
حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارج	۲۳۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۶,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۷,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۱,۶۹۹,۰۰۰	۱,۱۱۷,۵۰۰,۰۰۰	۲,۹۲۶,۵۵۵,۰۰۰	۲,۳۹۴,۸۶۰,۰۰۰
درصد نسبت به کل هزینه‌ها از ۸۵ تا ۹۲	۷,۹۵%	۲۳,۴۱%	۲۱,۸۶%	۲۴,۱۰%	۰,۵۲%	۳,۸۵%	۱۰,۰۷%	۸,۲۴%

نمودار شماره ۱. مقایسه هزینه حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارج



همان گونه که این جدول و نمودار نشان می‌دهند، روند هزینه‌های عملکرد توسعه نشر بین‌الملل روندی نزولی بوده است. هزینه سال ۸۵ با سال ۹۲ مشابه و تقریباً یکسان است. سال‌های ۸۶ تا ۸۸ اوج این هزینه‌هاست که به نظر می‌رسد بیشتر تابعی از منطق اراده و تصمیم و نیاز نظام بروکراتیک و اداری است تا نیاز درونی و منطقی توسعه نشر به کشورهای دیگر. به عبارت دیگر اگر این گونه اقدامات متضمن نیاز عینی و منافع واقعی ناشران بود روند عملکرد آن به این شدت نزولی نمی‌شد.

### بررسی کمی و کیفی حضور در نمایشگاه‌های خارجی

اهداف توسعه نشر بین‌الملل مشتمل بر توسعه روابط و تجربیات و دانش فرهنگی و تخصصی نشر در تعامل با کشورهای جهان هم هست. در این اهداف به مواردی چون:

- کمک به ورود و حضور صنعت نشر ایران در بازارهای جهانی؛
- کمک به حرفه‌ای و تخصصی کردن نشر کشور در هماهنگی با جریان جهانی نشر کتاب؛
- کمک به ایجاد اشتغال مانا برای پدیدآورندگان آثار ایرانی؛
- کمک به دریافت ویژگی‌های فرهنگی جهان توسط پدیدآورندگان ایرانی در زمینه کتاب و نشر تصریح و تأکید شده است. راه کار و سیاستی که تاکنون برای تحقق این موضوعات و موارد تدبیر و اتخاذ شده است، تأکید بر حضور در نمایشگاه‌های خارجی است. در کنار این اقدام به ترجمه آثار فارسی هم کمک می‌شده است که نیازمند ارزیابی مستقل و جامعی است که به دلیل فقدان نظام اطلاعاتی منسجم و موثق در این تحقیق ممکن نشده است.

### ارزیابی عملکرد حضور در نمایشگاه‌های جهانی کتاب

در جداول زیر تعداد دفعات حضور در نمایشگاه‌های جهانی کتاب از سال ۸۵ تا ۹۴ بررسی شده است. در ستون ناشر تعداد ناشران شرکت‌کننده در نمایشگاه آورده شده است تا شاخصی باشد برای اهمیت و اعتبار نمایشگاه که مهم‌ترین آن‌ها، نمایشگاه فرانکفورت است با حضور بیش از ۷ هزار ناشر از سراسر کشور. در ستون عنوان تعداد عناوین کتاب ارائه شده در نمایشگاه آورده شده به‌عنوان نشانه‌ای از میزان کمی آثار و فعالیت فرهنگی در نمایشگاه که بیشتر این تعداد مربوط به عناوینی است که از سوی مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران وابسته به معاونت امور فرهنگی در نمایشگاه عرضه شده است. در ستون عامل، نام نهادهایی که به‌عنوان مجری در نمایشگاه حضور داشته‌اند، ذکر شده است:

جدول شماره ۲. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۸۵					
عناوین	عامل	تعداد ناشران	زمان	نمایشگاه	
۱۵۰	مؤسسه	۱۲۰۰	فروردین	پاریس	۱
۸۰	مؤسسه	۴۴۳	فروردین	ابوظبی	۲
۱۴۸	مؤسسه	۲۰۰۰	فروردین	لندن	۳
۵۶	مؤسسه، امیرکبیر، کانون پرورش فکری، علمی و فرهنگی، شباویز	۱۲۰۰	اردیبهشت	بلونیا	۴
۳۰	مؤسسه	۴۰۰	اردیبهشت	یونان	۵
۹۲.۸	میانگین کتاب‌های ارائه شده				

در سال ۸۵ در پنج نمایشگاه خارجی مؤسسه حضور داشته که به‌طور متوسط ۹۳ عنوان کتاب عرضه کرده است. در این سال مؤسسه بیشتر عامل و مجری حضور در نمایشگاه بوده است.

## جدول شماره ۳. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۸۶

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	سئول	خرداد	۴۶۶	مؤسسه	۳۸
۲	توکیو	تیر	۷۷۰	مؤسسه، حافظ، کانون پرورش فکری	
۳	پکن	مرداد	۱۳۶۳	مؤسسه و رایزن فرهنگی	۷۵
۴	مسکو	شهریور	۲۵۰۰	مؤسسه	۳۳۰
۵	ترکیه	آبان	۵۲۶	مؤسسه و الهدی	۳۶
۶	اندونزی	آبان	۱۰۰	مؤسسه	۸۰
۷	مراکش	بهمن		مؤسسه	۱۵۰
۸	شارجه	آذر	۶۹۸	مؤسسه	۱۰۶
۹	لبنان	دی	۱۵۰	مؤسسه، الهدی و رایزنی	۳۰۰
۱۰	دهلی نو	بهمن	۲۵۰۰	مؤسسه، مجمع جهانی اهل‌البیت، خانه فرهنگ ایران	۳۵۰

۱۶۳

میانگین کتاب‌های ارائه‌شده

میانگین تعداد کتاب‌های عرضه‌شده در ۹ نمایشگاه (به‌استثنای نمایشگاه پکن که آمار آن اعلام نشده) در سال ۸۶ حدود ۱۶۳ عنوان کتاب است.

## جدول شماره ۴. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۸۷

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	بلونیا	فروردین	۱۲۰۰	انجمن تصویرگران	؟
۲	یونان	خرداد	۳۱۳	مؤسسه	۶۷
۳	توکیو	تیر	۷۷۰	مؤسسه، حافظ، کانون پرورش فکری	۱۵۰
۴	مسکو	شهریور	۲۵۰۰	مؤسسه، الهدی و رایزنی فرهنگی و مجمع جهانی اهل‌البیت	۲۰۰
۵	شارجه	آبان	۳۱۹	مؤسسه، دارالشریف و معارف اسلامی قم، احسان و رایزنی	۳۰۰
۶	اندونزی	آبان	۱۵۰	مؤسسه	۲۵۰
۷	فرانکفورت	مهر	۸۳۷۲	مؤسسه	۱۶۵۰

۳۲۹

میانگین کتاب‌های ارائه‌شده

در سال ۸۷ عوامل حضور و مجری در نمایشگاه خارجی کتاب تنوع بیشتری می‌یابد و ناشران دولتی مانند کانون و الهدی (وابسته به سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی) و رایزنی‌های فرهنگی وابسته به سفارتخانه هم نقش فعال‌تری می‌یابند. در این سال میانگین کتاب‌های عرضه‌شده به ۳۲۹ عنوان افزایش دارد.

### جدول شماره ۵. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۸۸

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	سئول	خرداد	۸۰۰	مؤسسه	۸۷
۲	توکیو	تیر	۶۰۰	مؤسسه	۳۵۰
۳	پکن	مرداد		مؤسسه	۲۵۰
۴	مسکو	شهریور	۸۰۰	مؤسسه	۱۵۰
۵	ترکیه	آبان	۱۴۰۰	مؤسسه	۳۵۰
۶	اندونزی	آبان	۸۰۰	مؤسسه	۸۰
۷	مراکش	بهمن	۷۰۰۰	مؤسسه	۱۵۰۰
۸	شارجه	آذر	۵۵۰	مؤسسه	۱۰۰
۹	لبنان	دی	۷۵۰	مؤسسه	۳۰۰
۱۰	دهلی نو	بهمن	۱۳۴۳۳	مؤسسه	۱۵۰
			۸۰۰	مؤسسه	۳۰۰
			میانگین کتاب‌های ارائه‌شده		
			۱۶۳		

در سال ۸۸، مجدداً مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی وابسته به معاونت امور فرهنگی نقش یگانه و محوری دارد و تجربه حضور عوامل دیگر تکرار نمی‌شود. نوع نمایشگاه‌های خارجی غیراروپایی است و در نمایشگاه بلونیا و فرانکفورت و لندن و پاریس شرکت ندارد که ظاهراً بیشتر اقدامی سیاسی است تا فرهنگی.

### جدول شماره ۶. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۹۰

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	تاجیکستان	فروردین	-	هفته فرهنگی ایران	۲۰۰۰
۲	آذربایجان	مهر	-	هفته فرهنگی ایران	۶۰۰
۳	قطر		۴۵۶	مؤسسه و ۱۰ ناشر	۱۳۰۰
۴	بلونیا	اسفند	۱۲۰۰	مؤسسه، امیرکبیر، کانون پرورش فکری، علمی و فرهنگی، شباویز	۱۰۰
			میانگین کتاب‌های ارائه‌شده		
			؟		



در سال ۸۹، بر مبنای گزارش منتشر شده مؤسسه نمایشگاه، این مؤسسه فقط در یک نمایشگاه حضور دارد که گزارشی از آن اعلام نشده است. حضور در نمایشگاه خارجی در سال ۹۰ دچار تغییر اساسی می شود هم از نظر کمی و هم کیفی. در این سال به جای حضور فعال در نمایشگاه های مشهور جهانی، به غیر از بلونیا، به برگزاری هفته فرهنگی ایران در تاجیکستان و آذربایجان اقدام می شود. انتشارات امیر کبیر هم به جمع ناشران شرکت کننده در بلونیا می پیوندد. میانگین کتاب های ارائه شده معنای متعارف ندارد، زیرا شمار عناوین کتاب ارائه شده در هفته های فرهنگی ایران جنبه نمایشی دارد و در پایان نمایشگاه به کتابخانه ها اهدا شدند.

جدول شماره ۷. حضور در نمایشگاه های بین المللی سال ۹۱

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	بلونیا	فروردین	۱۲۰۰	مؤسسه، امیر کبیر، کانون پرورش فکری، علمی و فرهنگی، شباویز	۴۰۰
۲	مسکو	شهریور	۱۰۰	مؤسسه، رایزنی فرهنگی و انجمن آثار و مفاخر فرهنگی	۵۰۰
۳	فرانکفورت	مهر	۷۱۰۰	مؤسسه، امیر کبیر، کانون پرورش فکری، علمی و فرهنگی، باغ کتاب، مثلث، شباویز	۱۳۵۰
۴	دهلی نو	بهمن	۲۲۰	مؤسسه	۶۰۰

۴۰۰ میانگین کتاب های ارائه شده

سال ۹۱، سال مشارکت بیشتر عواملی به غیر از مؤسسه نمایشگاه های فرهنگی است. اما بیشتر ناشران دولتی اند. میانگین عناوین کتاب به ۴۰۰ عنوان افزایش دارد که بیشتر آن ها سهم مؤسسه است.

جدول شماره ۸. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۹۲

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	پاریس	فروردین	۱۲۰۰	مؤسسه	۵۰۰
۲	بلونیا	فروردین	۱۲۰۰	مؤسسه، امیرکبیر، کانون پرورش فکری، علمی و فرهنگی، شباویز	۴۰۰
۳	مسکو	شهریور	۱۲۰۰	مؤسسه	۳۰۰
۴	فرانکفورت	مهر	۷۳۰۰	مؤسسه، اتحادیه ناشران، انجمن فرهنگی ناشران و...	۱۶۰۰
۵	استانبول	آبان	۵۶۰	مؤسسه، خانه کتاب، گیتی پویان آذر	۳۰۰
۶	دهلی نو	بهمن	۲۲۰۰	مؤسسه	۵۰۰

میانگین کتاب‌های ارائه‌شده

۶۰۰

جدول شماره ۹. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۹۳

ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	گرجستان	خرداد	۴۰	مؤسسه	۲۵۰
۲	روسیه	شهریور	۱۲۰۰	مؤسسه	۳۰۰
۳	چین	شهریور	۲۱۶۲	مؤسسه	۲۵۰
۴	فرانکفورت	مهر	۷۳۰۰	مؤسسه، اتحادیه ناشران، انجمن فرهنگی ناشران و...	۱۲۰۰
۵	تاجیکستان	مهر	۵۹	مؤسسه	۱۰۰
۶	داغستان	مهر		مؤسسه	۱۰۰
۷	بلغراد	آبان	۸۹۷	مؤسسه	۳۰۰
۸	استانبول	آبان	۸۵۰	مؤسسه	۲۵۰
۹	کویت	آبان	۵۱۹	مؤسسه	؟
۱۰	مالزی	آبان	۱۲۰۰	مؤسسه	؟
۱۱	قطر	دی	۵۰۶	مؤسسه	۲۵۰
۱۲	دهلی نو	بهمن	۱۰۰۰	مؤسسه	۲۰۰
۱۳	عمان	اسفند	۸۷۲	مؤسسه	۱۵۰

میانگین کتاب‌های ارائه‌شده

۳۱۰

سال ۹۳، تعداد حضور در نمایشگاه خارجی کتاب نسبت به سال پیش، بیش از دو برابر می‌شود. اما مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی وابسته به معاونت امور فرهنگی نقشی یگانه دارد و حضور ناشران دولتی و عمومی و خصوصی کم‌رنگ و بلکه ناچیز می‌شود. تراکم برنامه‌ها در ماه‌هایی مانند مهر و آبان چشم‌گیر است تا حدی که در گزارش مؤسسه نمایشگاه‌ها برای نمایشگاه‌های کویت و مالزی تعداد عناوین مشخص نشده است. معلوم نیست به دلیل تراکم برنامه‌ها مؤسسه در این نمایشگاه‌ها نتوانسته کتاب‌هایی را عرضه و به‌نمایش بگذارد یا در گزارش غفلت شده است. میانگین تعداد کتاب‌ها در هر نمایشگاه ۳۱۰ عنوان است که بیشترین آن مانند هر سال به نمایشگاه فرانکفورت و کم‌ترین آن به نمایشگاه‌های تاجیکستان و داغستان با ۱۰۰ عنوان مربوط است.

جدول شماره ۱۰. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۹۴

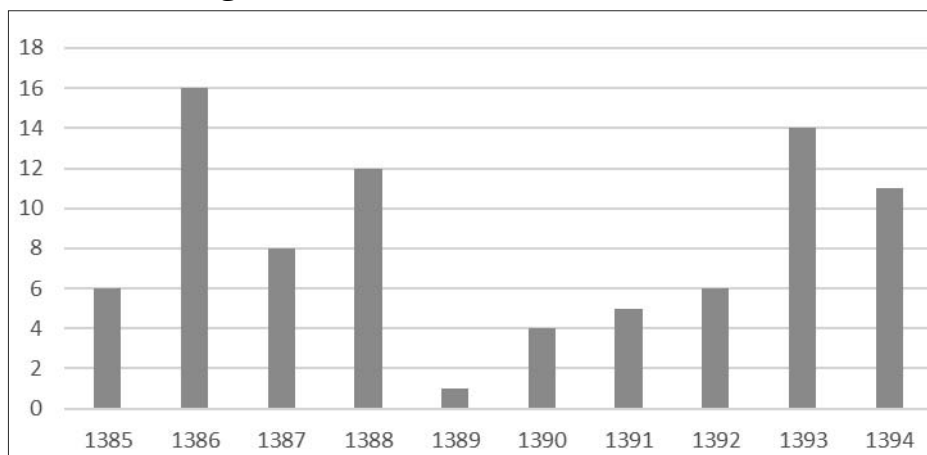
ردیف	نمایشگاه	زمان	تعداد ناشران	عامل	عناوین
۱	پاریس	فروردین	۱۰۴۸	مؤسسه	۶۰۰
۲	بلونیا	فروردین	۱۲۰۰	مؤسسه، امیرکبیر، کانون پرورش فکری، علمی و فرهنگی، شاپوویز	۳۰۰
۳	پکن	شهریور	۲۲۷۰	مؤسسه	۳۰۰
۴	مسکو	شهریور	۱۲۰۰	مؤسسه	۱۰۰۰
۵	تاجیکستان	شهریور	۳۰	مؤسسه	۱۰۰
۶	صربستان	آبان	۸۹۷	مؤسسه	۳۰۰
۷	اتریش	آبان	۳۰۰	مؤسسه	۱۵۰
۸	استانبول	آبان	۷۰۰	مؤسسه	۳۵۰
۹	قطر	آذر	۴۳۲	مؤسسه	۲۵۰
۱۰	دهلی نو	دی	۱۱۰۰	مؤسسه	۴۰۰
۱۱	عمان	اسفند	۹۰۰	مؤسسه	۴۰۰
میانگین کتاب‌های ارائه‌شده					۳۷۷

سال ۹۴ وضعیتی کم‌وبیش مشابه سال ۹۳ دارد. حضور مؤسسه نمایشگاه غالب و انحصاری است و تعداد میانگین عناوین ۳۷۷ است.

جدول شماره ۱۱. شمار کمی حضور در نمایشگاه‌های خارجی

تعداد نمایشگاه	سال
۶	۱۳۸۵
۱۶	۱۳۸۶
۸	۱۳۸۷
۱۲	۱۳۸۸
۱	۱۳۸۹
۴	۱۳۹۰
۵	۱۳۹۱
۶	۱۳۹۲
۱۴	۱۳۹۳
۱۱	۱۳۹۴
۸.۳	میانگین در سال

نمودار شماره ۲. مقایسه تعداد حضور در نمایشگاه‌های خارجی از ۸۵ تا ۹۴



## ارزیابی دیدگاه ناشران و کارشناسان

ارزیابی ناشران و کارشناسان از حضور مؤسسه و برخی از ناشران در نمایشگاه‌های خارجی کتاب طیف گسترده‌ای را دربر می‌گیرد. متأسفانه ربط مستقیم و مؤثر برگزاری نمایشگاه به معاونت امور فرهنگی و نهاد وابسته به آن (مؤسسه)، فقدان انتشار اطلاعات دقیق و جامع و شفاف درباره کارنامه حضور ایران در نمایشگاه‌ها، سازوکار انتخاب ناشران و کتاب و... سبب شده است که نقد کارشناسی و منصفانه به نقد یا توجیه ناسازنده مبدل شود.

باین حال برخی از نقدها به حضور یا چگونگی حضور ایران در نمایشگاه‌های خارجی کتاب یا دفاع از وضع موجود در زیر ارائه می‌شود:

آقای مجید جعفری‌اقدم، کارشناس نشر بین‌المللی و مدیر خانه ترجمه و آژانس ادبی پل که در سال‌های ۸۰ تا ۸۵ مدیر کلی دفتر برنامه‌ریز و کتاب‌خوانی وزارت ارشاد را نیز برعهده داشته و بیش از ۲۰ نوبت در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب از جمله در فرانکفورت، استانبول، پاریس، ابوظبی و... شرکت کرده است، در مقاله‌ای که به تاریخ ۹۴/۷/۳ خبرگزاری مهر منتشر کرد، می‌نویسد:

«حضور مستقیم ناشران ایرانی در بازارهای بین‌المللی نشر، از جمله نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب، به‌ویژه نمایشگاه کتاب فرانکفورت، به تاریخ چندان دوری بر نمی‌گردد. از اواخر دهه هفتاد مدیران معدودی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آن زمان که اشرافی به بازارهای بین‌المللی و وقوفی به غنای نشر ایران اسلامی داشتند، سعی نمودند زمینه‌ها و بسترهایی را جهت تسهیل در حضور ناشران ایرانی در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب ایجاد کنند. از طرف دیگر مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی، وابسته به معاونت امور فرهنگی نیز مأموریت یافته بود تا در این حوزه فعال شود.

متأسفانه آنچه مؤسسه نمایشگاه‌ها از آن زمان تاکنون در خصوص حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب داشته است، کارنامه‌ای ضعیف و در بیشتر موارد منفی بوده است. به‌راحتی می‌توان گفت در بیش از ۱۵ سال سابقه حضور این مؤسسه در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب با هزینه‌های گزاف، به‌جز مواردی خاص، کتاب ایرانی توفیق حضور در نشر هیچ کشوری را پیدا نکرده است.

همچنین حضور مستقیم ناشران ایرانی در نمایشگاه‌ها به‌جز مواردی خیلی کم حاصل و نتیجه قابل قبولی نداشته است، چرا که بازارهای بین‌المللی نشر قواعد بازی خود را دارند و کسانی که قصد ورود به این بازارها را داشته باشند باید با مقدمات آن آشنا باشند و از سواد لازم برای حضور موفق در این عرصه مهم برخوردار باشند که متأسفانه در طول این سالیان این امر اتفاق نیفتاده است. حاصل عمده‌ای که بیشتر ناشران از شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی

کتاب برده‌اند، دسترسی آسان آن‌ها به منابع خارجی و دست اول، جهت انتخاب، ترجمه و چاپ در ایران بوده است و شاید تغییر ذائقه به جهت مسافرت خارجی و صد البته در مواردی کسب آشنایی و تجربه و گسترش دید نسبت به حوزه نشر در سطح جهانی شده است.

حضور ناشران دولتی نیز چندان با مطالعه و هدفمند نبوده است و منتج به نتیجه قابل لمسی نشده است. نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نیز که می‌توانست نقش مهمی در جلب توجه عوامل نشر خارجی برای حضور در این نمایشگاه را داشته باشد، توفیق چندانی نداشته است که پرداختن به علل آن خود مقال دیگری را می‌طلبد.»

نویسنده در بخش آسیب‌شناسی به‌عنوان علل این همه ناکامی از حضور در بازارهای بین‌المللی نشر، مواردی را برشمرده و شرح داده که فهرست عناوین آن‌ها عبارتند از:

۱. عدم تجهیز به الزامات حضور در بازارهای بین‌المللی نشر؛
  ۲. عدم عضویت ایران در کنوانسیون برن و سایر معاهدات مربوط به کپی‌رایت؛
  ۳. عدم حمایت تعریف‌شده دولت از توسعه نشر بین‌المللی ایران؛
  ۴. پرهزینه و زمان‌بر بودن شرکت و حضور در بازارهای بین‌المللی نشر؛
  ۵. نبود مطابقت کیفیت چاپ و قالب بعضی کتاب‌های ناشران ایرانی با استانداردهای جهانی.
- در بخش راهکار پیشنهادی نیز نویسنده با تأکید بر با ایجاد و تأسیس دفتری مستقل با‌عنوان دفتر توسعه نشر بین‌المللی ایران مواردی را به‌عنوان وظایف آن ذکر می‌کند:

۱. اطلاع‌رسانی؛
  ۲. حمایت از ناشران خارجی
- با تدوین آیین‌نامه‌ای مشخص می‌توان از ناشران و مترجمان خارجی که کپی‌رایت کتاب ایرانی را خریداری می‌کنند و به زبان‌های مختلف در سایر کشورها ترجمه و چاپ می‌نمایند حمایت کرد. در بیشتر کشورها این حمایت در قالب پرداخت حق‌الزحمه ترجمه و کمک به هزینه کپی‌رایت انجام می‌گیرد.

۳. حمایت از ناشران داخلی
- با اجاره غرفه‌ای مناسب در بعضی نمایشگاه‌های معروف می‌توان در قالب آئین‌نامه مشخصی از ناشران، نویسندگان، مترجمان و تصویرگران و همچنین آژانس‌های ادبی داخلی خواست که به‌صورت رایگان از این غرفه استفاده کنند و خود به معرفی آثارشان بپردازند نه مؤسسه نمایشگاه‌ها یا سایر نهاد دولتی.

۴. تحقیقات و مطالعات کارشناسی
- این دفتر می‌تواند با مطالعه و تحقیق در بازارهای بین‌المللی نشر و بازارهای نشر کشورهای مختلف اطلاعات لازم درخصوص این بازارها را در اختیار علاقه‌مندان به حضور در بازارهای بین‌المللی نشر قرار دهد.

## ۵. آموزش

با برگزاری کلاس‌های آموزشی نشر بین‌الملل می‌توان نحوه و ادبیات گفت‌وگو و حضور در بازارهای بین‌المللی نشر را به ناشران آموزش داد و همچنین با قراردادهای مختلف خرید و فروش کپی‌رایت آشنا کرد.

## ۶. تسهیل‌سازی

با همکاری با نمایشگاه‌های مختلف و همچنین در تعامل با عوامل داخلی می‌توان در ثبت‌نام، گرفتن غرفه، گرفتن هتل و ویزا و همچنین دادن مشاوره‌های لازم در داخل و خارج ضمن ترغیب ناشران ایرانی به حضور در بازارهای خارجی، کار را برای آن‌ها آسان ساخت. در جلسه نقد و ارزیابی حضور ایران در نمایشگاه فرانکفورت در سال ۹۴، ناشران و کارگزاران و فعالان به‌نوبت از این نمایشگاه موضوعاتی را مطرح کردند که ضمن تأکید بر اهمیت و ضرورت حضور در این‌گونه نمایشگاه‌ها اظهار داشتند:

- علیرضا ربانی مدیر آژانس غزال:

در سال‌های قبل ایران در نمایشگاه کتاب فرانکفورت صرفاً برای حضور شرکت می‌کرد و برنامه‌هایی از این قبیل تنظیم نشده بود، بیشتر منتظر مراجعان گذری بودند و کار خاصی در غرفه ایران انجام نمی‌شد. سال گذشته این جرعه در دولت زده شده که با همت اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران اولین حضور ناشران حمایت شود. امسال نیز ما توانستیم با ۱۲۰ شرکت خارجی قرارداد داشته و آن‌ها را به‌صورت هدفمند به غرفه ایران بکشانیم. این حرکت مثبت و رو به جلویی بود که می‌تواند ما را به سمت حرکتی حرفه‌ای سوق دهد؛ البته این حرکت به‌شرطی می‌تواند منشاء اثر باشد که تداوم داشته باشد.

ربانی ادامه داد: به‌نظر من باید در جهت افزایش کیفیت حضور قدم برداریم؛ امسال بنده پیشنهاد کردم که ۶۰ متر از وسعت غرفه را کاهش دهیم و در عوض هزینه آن را صرف بالا بردن کیفیت کار کنیم. در این دوره برگزاری نشست‌های خالی از فایده یکی از مواردی بود که با آن مواجه بودیم که جلسات ما با ناشران خارجی با مشکل روبه‌رو شود. تعداد عناوینی که در نمایشگاه عرضه می‌شود، بسیار است؛ آنقدر که کیفیت عرضه را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. اینکه ما چه محتوایی را به مخاطبان خارجی معرفی می‌کنیم، بسیار مهم است. امسال اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران تعداد محدودی از کاتالوگ‌هایی را عرضه کرده بود؛ ضمن اینکه این تعداد باید افزایش یابد و کیفیت کاتالوگ‌ها نیز باید ارتقا پیدا کند.

ربانی با اشاره به لوح توجه به ترجمه مناسب از چکیده کتاب‌ها، گفت: پیشنهاد من این است که بودجه درست و منطقی برای ترجمه کتاب‌ها اختصاص دهیم؛ چراکه آنچه کتاب ما را به ناشران و نویسندگان بین‌المللی معرفی می‌کند، همان چکیده انگلیسی آن است.

- هوشنگ مرادی کرمانی: اینکه نویسندگان و دست‌اندرکاران کتاب بتوانند در نمایشگاه حضور داشته باشند، بسیار مهم است و باید اینگونه رخدادها را در حوزه نشر بیشتر شاهد باشیم.

- افشین شحنه‌تبار مدیر انتشارات ایرانی و انگلیسی «شمع و مه»: ما همیشه فراموش می‌کنیم که در چنین نمایشگاه‌هایی با هر کیفیتی که حضور داشته باشیم بدون داشتن کتاب به زبان انگلیسی حضورمان ارزشی نخواهد داشت و حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی دارا بودن کتاب به زبان انگلیسی است. همچنین حضور آژانس‌های ادبی نیز بسیار مهم است.

وی با اشاره به لزوم حمایت دولت از صنعت نشر گفت: ناشران خصوصی بدون حمایت دولت نمی‌تواند فعالیت کنند؛ این مهم نه‌تنها در ایران بلکه در اغلب کشورها ضرورت دارد. در آلمان و ترکیه دولت به‌شدت حامی بخش خصوصی در صنعت نشر است اما در ایران کم‌تر چنین اتفاقی دیده می‌شود.

ترهنده، تصویرگر کتاب کودک و نوجوان نیز در این مراسم با اشاره به ضرورت سلیقه‌یابی در عرضه کتاب‌ها در محیط‌های بین‌المللی گفت: هدف‌گذاری ما در صنعت نشر کودکان و نوجوانان مشخص نیست؛ گاهی ما بدون اینکه سلیقه بازار را در نظر گرفته باشیم آثار را عرضه می‌کنیم. همچنین برگزاری نشست‌ها آن‌هم برای فارسی‌زبانان در نمایشگاه فرانکفورت چندان معنایی ندارد (خبرگزاری، تسنیم، ۲۶ آبان ۱۳۹۳).

روابط عمومی مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران در گزارشی درباره این جلسات نقد و ارزیابی حضور ایران در نمایشگاه فرانکفورت گزارش داد:

- ضرورت پیگیری امور نمایشگاه‌ها به‌صورت مستمر از اکنون تا سال آینده؛
- بودجه‌بندی مناسب و حذف هزینه‌های غیرضروری؛
- هدف‌گذاری بودجه برای فعالیت‌های ضروری؛
- کاهش مترای غرفه و اختصاص هزینه آن به فعالیت‌های ضروری و محتوایی؛
- حذف نشست‌های غیرضروری؛
- انتخاب عناوین کتاب با کیفیت و تهیه کاتالوگ‌های مناسب و ترجمه‌شده؛
- بازنگری در نحوه برگزاری ضیافت؛
- حمایت از حضور آژانس‌های ادبی به‌عنوان حلقه واسط؛
- حمایت دولت از ناشران مستقل که در حوزه تألیف کار می‌کنند؛
- ضرورت دانش زبان برای افراد اعزامی؛
- اهمیت بیشتر به حضور بانوان در تیم اعزامی؛
- غرفه ایران در سال جاری آینه تمام‌نمای ظرفیت نشر ایران نبود؛



- توجه بیشتر به حضور اهالی رسانه به‌ویژه اهالی رسانه که زبان‌دان هستند؛
- سلیقه‌یابی کردن برای کتاب‌های ایرانی و دیگر کشورها؛
- برگزاری نشست‌های هدفمند؛
- توجه بیشتر به نویسندگان برای حضور در نمایشگاه؛
- توجه بیشتر به غرفه کودک؛
- تجمیع غرفه کودک و بزرگسال در یک سالن؛
- برنامه‌ریزی مناسب از قبل؛
- راه‌اندازی تور بازدید از مراکز فرهنگی فرانکفورت برای حاضران در نمایشگاه؛
- توجه به ابعاد آموزشی نمایشگاه فرانکفورت؛
- حضور در نشست‌ها و جلسات و سمینارهای آموزشی فرانکفورت.

- سیدمهدی شجاعی که از وی در گزارش‌های رسمی به‌عنوان نویسنده ادبی شرکت‌کننده در نمایشگاه کتاب فرانکفورت سال ۹۳ با مساعدت وزارت ارشاد نام برده شده بود، در ارزیابی خود از حضور ایران در نمایشگاه فرانکفورت در یادداشتی می‌نویسد: (خبرگزاری مهر، ۹۳/۳/۲۰)

«این داستان یعنی، مساعدت نکردن ولی گزارش مساعدت دادن، در مورد چند تن دیگر از دوستان اهل قلم و کتاب هم واقع شده که به این دلیل ناگزیرم به بیان کامل‌تر مسئله. مراسم اصلی «روز ایران» در غرفه جمهوری اسلامی ایران، در نمایشگاه فرانکفورت، عبارت بود از رونمایی ترجمه چند کتاب از ایران با حضور نویسندگان کتاب‌ها، مترجم این آثار، ناشرشان و مدیر آژانس ادبی مربوطه. خالقان این آثار آقای هوشنگ مرادی کرمانی بودند و خانم کتایون ریاحی و سیدمهدی شجاعی. مترجم آثار خانم کارولین کراسگری از آمریکا و ناشر آقای افشین شحنه‌تبار و مدیر آژانس ادبی خانم لیلی حائری.

علاوه بر حقیر، هیچ‌یک از این عزیزان نیز از کم‌ترین مساعدت وزارت ارشاد برای حضور در نمایشگاه کتاب، برخوردار نبوده‌اند و همگی با هزینه شخصی در نمایشگاه کتاب و مراسم روز ایران در غرفه جمهوری اسلامی ایران، شرکت کرده‌اند. [به نظر می‌رسد که معنی کلمه «به عکس» تا حدودی روشن شده باشد...]

حالا و بعد از روشن شدن مسئله، ممکن است این سؤال در ذهن مخاطبان پدید بیاید که: اگر برای حضور در نمایشگاه فرانکفورت و امثال آن، عناصر اصلی و محوری مثل کتاب، نویسنده، ناشر و مترجم، حمایت و مساعدت نمی‌شوند، بودجه‌های ارزی و ریالی غیرقابل انکار، صرف هزینه سفر و حق مأموریت چه کسانی می‌شود؟ و اساساً توزیع چنین بودجه‌هایی براساس چه قواعد و ضوابطی صورت می‌گیرد؟! درست مثل اینکه برای حضور در مسابقات جام جهانی، به همه چیز پرداخته شود، جز بازیکنان تیم ملی که باید در

زمین بازی کنند!

به دوستان عالی رتبه‌مان در وزارت ارشاد پیشنهاد کنیم که گزارش دقیق و شفافی از مسئولان مربوطه طلب کنند و آن‌را در مرئی و منظر پرسشگران قرار دهند تا روشن شود که آیا کیفیت حضور امسال ایران در نمایشگاه کتاب فرانکفورت، به‌واقع تحقق آرزوی چندساله از صاحب‌نظران بوده است یا صرفاً کسانی که بودجه نمایشگاه را در اختیار داشته‌اند و به این سفر مأموریت یافته‌اند؟! فایده مهم‌تر گزارش می‌تواند این باشد که صاحب‌نظران، کیفیت حضور امسال را ارزیابی و نقد و بررسی کنند و برای ارتقای سطح حضور و رفع نواقص و اشکالات و برنامه‌ها، پیشنهادها و راه‌کارهایشان را ارائه دهند.»

- محمود آموزگار، رئیس اتحادیه ناشران تهران در نشست بررسی حضور ایران در شصت‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت در خبرگزاری فارس (۹۲/۸/۴) با تأکید بر اینکه یکی از مهم‌ترین نکات بحث این است که ورود به بازار بین‌المللی نشر مثل ورود به هر بازاری مستلزم رعایت قواعد آن بازار است، توضیح داد: یعنی تا قواعد آن بازار رعایت نشود نمی‌تواند جایی برای خود باز کند، در بازار نشر مهم‌ترین شرطی که وجود دارد بحث کپی‌رایت و حقوق مؤلف است... وی با ارزیابی اینکه حضور ایران انعکاس خوبی در فرانکفورت داشته است، تأکید کرد: قاعداً باید برنامه‌ای وجود داشته باشد که نحوه حضور هر یک از تشکل‌ها در غرفه ایران سنجیده شود. وی ضمن بیان اینکه اتحادیه متبوعش خود را در جایگاهی نمی‌بیند که نسبت به عرضه یا فروش رایت کتاب‌ها در نمایشگاه‌هایی مانند فرانکفورت اقدام کنند، این مسئله را امری تخصصی خواند و اظهار کرد: این کار باید توسط آژانس‌های ادبی انجام شود، اما متأسفانه تجربه آژانس‌های ادبی در کشور ما تجربه گوارا و شیرینی نیست. رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران در توضیح بیشتر گفت: آژانس‌های ادبی را دیده‌ایم که بعضاً از حمایت‌های دولت هم بهره‌مند شده‌اند و بعضاً بهره‌مند هم نشده‌اند ولی به این دلیل که برنامه مشخص و واضحی از سوی وزارت ارشاد در رابطه با چرایی حضور نشر ایران در بازارهای جهانی تدوین نشده است، آژانس‌های ادبی هم در انجام فعالیت‌های خود با موانع و مشکلات زیادی روبه‌رو بوده‌اند... وی ادامه داد: یکی از موضوعات دیگری که به آن‌ها توجه شده است، موضوع «گرنٹ» یا تقبل حق‌الترجمه کتاب‌های فارسی به زبان‌های خارجی این مطالب باعث می‌شود که ناشران خارجی نسبت به خرید رایت این کتاب‌ها رغبت پیدا کنند. در این خصوص جلسات متعددی در وزارت ارشاد برگزار شده، اما به عقیده من هنوز تا رسیدن به چارچوبی پخته و مشخص فاصله داریم با این وجود باید اذعان کرد که موضوع گرنٹ می‌تواند در جهانی‌شدن نشر یک کشور، نقش مهمی ایفا کند

- همایون امیرزاده، مشاور معاون فرهنگی وزیر ارشاد در گفت‌وگو با خبرنگار کتاب

و ادبیات خبرگزاری فارس (۹۲/۷/۲۱) درباره حضور جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه فرانکفورت سال ۹۲ اظهار داشت: حضور ایران را در شصت و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت در چند بخش می‌توانیم مورد بررسی قرار دهیم. اول اینکه ضرورت یک بازنگری جدی در خصوص چگونگی حضور ما در این رخداد مهم که حول محور اقتصاد نشر در دنیا متمرکز است حس می‌شود و باید هرچه سریع‌تر بازنگری صورت گیرد.

این فضا بسیار حرفه‌ای و به نوعی نیازمند یک نگاه تخصصی است، موضوع دیگر اینکه چون در اینگونه نمایشگاه‌ها رقابت برسر قرارهای اقتصادی در حوزه نشر است اگر ما به علم روز و حرفه مورد نیاز در این زمینه آگاه نباشیم دستاورد چندانی نمی‌توانیم از این بستر خوب ایجاد شده به دست آوریم. بنابراین باید نوع حضورمان در نمایشگاه فرانکفورت صرفاً اختصاص به یک موعده مشخص نداشته باشد بلکه در طول سال برنامه‌ریزی کنیم، باید دبیرخانه مستقلی که هدف‌گذاری زیربنایی داشته باشد مهیا شود و در ادامه برنامه‌ها از سوی آن‌ها پیگیری شود، البته باید از نظر متخصصان امر و تجربه‌های حاضران و شرکت کنندگان در این نمایشگاه که حتی برخی از آن‌ها بدون حمایت‌های دولتی حضور پیدا کرده‌اند استفاده کنیم.

موضوع دیگر اینکه ما باید در خصوص جلب مشتریان و معرفی نشر کشورمان به سایر ملل و مخاطبان خود در سطح دنیا دست به یک اقدام و جریان‌سازی عمیق بزنیم، به نظر می‌رسد تولید انبوه می‌تواند در این زمینه به ما کمک کند، همچنین انتخاب درست آثاری که علاقه‌مندیم در فرانکفورت معرفی و برایش مشتری جذب کنیم باید یک انتخاب دقیق، عالمانه داشته و با یک تولید انبوه ورود کنیم.

کشوری مثل مالزی که در کنار غرفه جمهوری اسلامی ایران دارای غرفه است، امسال فقط روی ۵۰ عنوان کتاب خود کار تبلیغاتی و تبادل رأیت انجام می‌دهد، محوریت فعالیت آن‌ها تنها روی ۵۰ اثر فایز است، قطعاً با نگاه‌های صنفی که در کشور ما وجود دارد تصور این موضوع که ما برای سال آینده تعداد معدودی کتاب و حدود ۲۰۰ عنوان بیابوریم شاید براساس این نگاه صنفی درست نباشد، اما معتقدم ما باید نگاه‌های فرهنگی، اقتصاد نشر و نگاه‌های موردی را به نگاه‌های فرهنگی تبدیل کنیم.

وی در خصوص سپردن امور برای نخستین بار به شکل‌های نشر اضافه کرد: مجموعه کشورهای که در این نمایشگاه حضور دارند از دو ترکیب متولیان و دست‌اندرکاران فرهنگی هستند که عمدتاً نقش حمایتی و نظارتی خود را ایفا می‌کنند و بخش دیگر ناشران مستقل و خصوصی هستند؛ این ترکیب در همه کشورها تقریباً وجود دارد، البته این موضوع نافی این مطلب نیست که آژانس‌های ادبی یکی از پایه‌های اصلی هستند، به نظر می‌رسد اقدام خوبی که امسال انجام شد و بخشی از کارهای اجرایی به اتحادیه ناشران و کتابفروشان

تهران واسپاری شد، باید بررسی دقیق شود تا براساس این بررسی بدانیم به اهداف خود رسیده‌ایم یا نه.

وی ابراز داشت: به نظر می‌رسد که امسال سال اول بود، شاید تجربه کافی در این زمینه وجود نداشت، باید برای سال‌های آتی علاوه بر اینکه این چتر واسپاری‌ها گسترده‌تر بشود و نتیجه یقیناً خوب خواهد بود. علاوه بر محتوا و کتاب‌محوری، ناشرمحوری هم یکی از پدیده‌های مثبت فرانکفورت است که در اینجا هم بحث کتاب و هم ناشران مطرح است، چرا که اگر کتاب خوب داشته باشیم ولی نتوانیم یک معرفی درستی از ناشر داشته باشیم مطلوب نخواهد بود، بسیاری از نویسندگان گمنام به‌واسطه ناشر ممکن است شناخته شوند که برای این موارد باید مطالعه خوب و تخصصی صورت بگیرد.

### نتیجه ارزیابی ناشران و کارشناسان

۱. حضور نشر کشور در نمایشگاه‌هایی مانند فرانکفورت ضروری و بدیهی است.
۲. بنابر اظهارات ناشران و مدیران پس از گذشت دو دهه از حضور ایران در نمایشگاه‌های خارجی هنوز تبیین اهداف و شناخت روش‌های کارشناسی و تخصصی درباره چگونگی حضور تردیدها و انتقادهایی وجود دارد. به‌قول مشاور معاونت امور فرهنگی در سال ۹۲، هنوز «تجربه کافی در این زمینه وجود ندارد.»
۳. دلیل کم یا بی‌تجربگی در مدیریت و برنامه‌ریزی حضور در نمایشگاه‌های انباشت تجربه در نهادهای بخش پایدار خصوصی صورت نمی‌گیرد.
۴. رویکرد اقتصادمحور یا فرهنگ‌محور اهداف حضور در نمایشگاه‌های خارجی دقیقاً مشخص نیست. مؤسسه نمایشگاه‌ها و وزارت ارشاد بنا بر اهداف ذاتی و جایگاه رسمی خود به رویکرد اول تمایل دارد اما نمایشگاه کتاب در جهان تجارت‌محور است و هدف ذاتی آن عقد قرارداد کتاب و نشر است.
۵. میان سه وظیفه متفاوت حضور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب؛ یعنی وظیفه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت و ارزشیابی تفکیک نشده و مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران در بیشتر نمایشگاه‌ها هر سه وظیفه را برعهده دارد. هر چند در سال‌های اخیر این تفکیک‌سازی نه براساس مطالعه و تدوین راهبرد مبتنی بر تحقیق بلکه به روش تجربی و به‌صورت نامدون به‌کار بسته شده است.
۶. سازمان و تشکیلات حضور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب، به‌دلیل ابهام در اهداف و روش‌ها، هنوز به‌طور علمی و کارشناسی تدوین و طراحی نشده است. نقش سنتی مؤسسه در این زمینه قابل نقد و بازتعریف و نوسازی با رویکرد واسپاری عمده وظایف به نهادها و ناشران بخش خصوصی است.

### نتیجه سیاست حمایتی حضور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب

۱. مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران وابسته به معاونت امور فرهنگی تقریباً عامل اصلی حضور در نمایشگاه‌های خارجی یا بین‌المللی کتاب است و حضوری منحصر به فرد و فعال دارد. اما با یادآوری اهداف حضور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب که عبارتند از:

- کمک به ورود و حضور صنعت نشر ایران در بازارهای جهانی؛

- کمک به حرفه‌ای و تخصصی کردن نشر کشور در هماهنگی با جریان جهانی نشر کتاب؛

- کمک به ایجاد اشتغال مانا برای پدیدآورندگان آثار ایرانی؛

- کمک به دریافت ویژگی‌های فرهنگی جهان توسط پدیدآورندگان ایرانی در زمینه کتاب و نشر. حضور مؤسسه کمک‌چندانی به حضور صنعت نشر ایران در بازارهای جهانی و حرفه‌ای و تخصصی کردن نشر کشور و ایجاد شغل مانا و دریافت تجربه و ویژگی‌های فرهنگی جهان نکرده است؛ زیرا انباشت تجربه حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب بیشتر در مؤسسه نمایشگاه‌ها و در میان مدیران مؤسسه رخ داده و این انباشت تجربه با تغییرات مدیران مؤسسه و معاونت امور فرهنگی هدر رفته است.

۲. بنابر محتوای جدول شماره یک، که به هزینه کمک به حضور ناشران در نمایشگاه‌های خارجی اختصاص دارد، از سال ۸۵ تا ۹۲، در مجموع ۲۹/۰۵۰/۶۳۴/۰۰۰ ریال هزینه شده است. تقریباً در حدود ۳ میلیارد تومان و به‌طور میانگین هر سال (برای هشت سال) در حدود ۳۶۰ میلیون تومان. معلوم نیست هزینه‌های حضور مؤسسه در نمایشگاه هم به این ارقام محدود و محصور شده باشد. به عبارت دیگر، حدود ۳ میلیارد تومان هزینه تجربه‌ای شده است که ماحصل و ثمره آن امروز چندان روشن نیست. معلوم نیست آموزه‌های این تجربه و دست‌آورد حضور در نمایشگاه‌های خارجی، به چرخه دانش و تجربه نشر و ناشران کشور وارد شده یا نه؟ آیا این تجربه به تخصصی شدن نشر ایران کمک کرده یا فقط ناشران خاصی که در این نمایشگاه با هزینه دولت شرکت داشته‌اند، از آن بهره‌مند شده‌اند؟ کدام سازوکار و آموزشی برای انتقال این تجربه به نشر کشور صورت گرفته است؟ آیا امروز دانش و معلومات مدیران دولتی مؤسسه از دانش و معلومات متعارف ناشران حرفه‌ای بیشتر و کارشناسی‌تر است؟

۳. حضور ناشران و چگونگی شرکت و حضور آن‌ها در نمایشگاه‌های کتاب از سازوکار و نظام‌گزینشی روشن و شفاف تبعیت نمی‌کند. بیشتر این انتخاب‌ها تابع سلیقه و گرایش فرهنگی مدیران معاونت امور فرهنگی است.

۴. در کارنامه مؤسسه نمایشگاه درمورد حضور ناشرانی در نمایشگاه فرانکفورت در سال‌های ۹۳ و ۹۴ نام برده شده که برخی از آن‌ها به هزینه شخصی در این نمایشگاه حضور داشتند

و نام آن‌ها در کارنامه مؤسسه برده شده است.

۵. به‌طور میانگین در هر نمایشگاه در حدود ۲۰۰ عنوان کتاب عرضه شده است. این عناوین چگونگی و با استفاده از چه روش انتخابی برگزیده شده‌اند، چندان روشن و شفاف نیست. طبیعی است که مدیران به اتکاء سلیقه و گرایش فرهنگی خود و تعریفی که از کتاب‌های برگزیده دارند، دست به انتخاب بزنند.

۶. ارائه میانگین حدود ۲۰۰ عنوان کتاب در نمایشگاه‌های جهان می‌تواند جنبه نمادین داشته باشد، اما بی‌شک نمی‌تواند بیانگر و نشانه وضعیت نشر ایران باشد. در سال حدود ده‌ها هزار کتاب چاپ اول منتشر می‌شود که ۲۰۰ یا ۴۰۰ عنوان کتاب نمی‌تواند تصویر و چهره درستی از این کتاب‌ها را عرضه کند.

۷. بنابر گزارش مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی درباره عملکرد و فعالیت مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی در هر زمان برگزاری نمایشگاه‌های خارجی کتاب، بیشترین فعالیت مدیران مؤسسه در نمایشگاه‌ها اولاً صرف جذب مشتری برای حضور در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و سپس صرف گفت‌وگو با مدیران نمایشگاه و رؤسای اتحادیه‌ها درباره همکاری مشترک و... و توزیع انواع بروشور و کاتالوگ کاغذی یا غیر کاغذی به زبان‌های مختلف درباره نشر ایران یا معرفی برخی چهره‌های ادبی و فرهنگی و اسلامی می‌شده است. صورت و محتوای این روابط و مناسبات و گفت‌وگوها هم مانند مناسبات رسمی مقامات دولتی است و به‌طور طبیعی مدیران حاضر در نمایشگاه خود را بیشتر نماینده فرهنگی دولت و نظام ایران تلقی می‌کنند. تقریباً این موقعیت را نمایندگان رسمی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و رایزن‌ها دارند که گاهی در نمایشگاه‌ها حضور دارند و به همین منوال مدیران مؤسسه عمل می‌کنند. درواقع، مشخص نیست چه تفاوتی میان وظیفه و شان و مناسبات مدیران مؤسسه با رایزن‌های فرهنگی در نمایشگاه‌ها وجود دارد. به‌عبارت دیگر، کارکرد مؤسسه در نمایشگاه‌ها را رایزن‌های فرهنگی هم می‌توانند ایفا کنند. از فرصت و ظرفیت نمایشگاه‌های خارجی کتاب باید بیشتر به‌نفع ناشران بخش خصوصی بهره گرفت تا انباشت تجربه درون نشر کشور جریان یابد و کتاب‌های عرضه‌شده خود را از موضع منافع بنگاه‌داری خود و با انگیزه‌های بخش خصوصی، نه با زبان و رفتار دیپلماتیک فرهنگی، تبلیغ و ترویج کنند. البته ناشران حرفه‌ای بخش خصوصی با گسترش ارتباطات فضای اینترنتی از این فرصت و ظرفیت خارج از زمان و مکان نمایشگاهی به‌خوبی استفاده کرده و می‌کنند و منتظر زمان و مکان نمایشگاه نیستند.

۸. کارکرد و نتیجه عملی نمایشگاه مبتنی بر اهداف کلان آن نیازمند اطلاعات دقیق و موثق درباره این پرسش است که نفس حضور در نمایشگاه برای مؤسسه و ناشرانی که از امکان حمایت معاونت امور فرهنگی بهره برده‌اند، به چند قرارداد کتاب منجر شده که خارج از

زمان و مکان نمایشگاه امکان پذیر نبوده است.

۹. حضور فرهنگی و نشر کشور در نمایشگاه‌های خارجی کتاب بدیهی و ضروری است. مسئله اصلی نه درباره اصل این حضور بلکه درباره سازمان و سازوکار و روش حضور است. نقد موجود بیشتر بر روش‌ها و سازمان آن (مؤسسه نمایشگاه به‌عنوان هم سیاست‌گذار، هم مجری و هم ناظر) است.

### ارزیابی طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران در بازارهای جهانی

از جمله اقدامات زیرمجموعه فعالیت‌های توسعه نشر بین‌الملل طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران در بازارهای جهانی است. این اقدام که در گذشته هم به‌صورت جسته و گریخته هم صورت می‌گرفته است، گزارش و کارنامه مدون و روشنی ندارد و در سال ۹۴ به همت اداره کل تشکل‌ها و فعالیت‌های فرهنگی معاونت امور فرهنگی آغاز به کار کرده است. در سایت این اداره کل تا تاریخ شهریور ۱۳۹۵؛ درباره آیین‌نامه و ضوابط حمایت از ترجمه و انتشار آثار اصالتاً به‌زبان فارسی چنین آمده است:

معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در راستای کمک به توسعه بین‌المللی نشر ایران و به‌منظور حضور هر چه پربارتر کتاب‌های ایرانی در بازارهای جهانی، براساس ضوابط ذیل، اقدام به حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران در بازارهای جهانی می‌نماید.

### اهداف

۱. گسترش زبان، فرهنگ و ادبیات ایران؛
۲. تسهیل روابط فرهنگی با جهان از طریق نخبگان فرهنگی و هنری.

### موضوعات

۱. ادبیات داستانی و غیرداستانی معاصر؛
۲. هنر؛
۳. اسلام و ایران‌شناسی؛
۴. کودک و نوجوان.

### مشمولان طرح

۱. ناشران خصوصی؛
۲. مؤلفان؛

۳. مترجمان؛

۴. تصویرگران.

### نوع حمایت

۱. پرداخت تمام یا بخشی از حق الزحمه برای ترجمه آثار مناسب و شایسته ایرانی که قابلیت انتشار جهانی دارد به یکی از زبان‌های خارجی؛
۲. پرداخت تمام یا بخشی از حق انتشار کتاب‌های ایرانی به زبان‌های مختلف در کشورهای دیگر؛
۳. خرید تعدادی از نسخه‌هایی از کتاب‌های ایرانی که بدون حمایت ترجمه و در کشورهای دیگر منتشر شده باشند.

### اولویت‌ها در حمایت

۱. حمایت از آثار ترجمه‌شده به زبان‌هایی که از ضریب نفوذ فرهنگی و جمعیتی بالایی برخوردارند؛
۲. حمایت از کتاب‌هایی که پیش‌تر مورد حمایت مالی قرار نگرفته‌اند؛
۳. کتاب‌هایی که برای دفعات دوم و سوم تقاضای حمایت دارند در صورتی مشمول و... می‌شوند که به زبانی غیر از ترجمه اول منتشر شوند، در این صورت برای بار دوم تا ۷۵ درصد و برای بار سوم و بیشتر فقط تا ۵۰ درصد حمایت از انتشار آن‌ها به عمل می‌آید.

### شرایط حمایت

۱. اثر مورد نظر از سوی نهادهای دیگر مورد حمایت قرار نگرفته باشد؛
۲. کتاب‌های مورد نظر به زبان فارسی، با مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتشر شده باشند؛
۳. میزان حمایت براساس عرف صنعت نشر هر کشور تعیین می‌گردد؛
۴. در کتاب‌های تصویری اعطای حمایت مخصوص حق نشر خواهد بود و از ترجمه آن حمایت نمی‌شود؛
۵. مبلغ حمایتی به نیابت از طرف خارجی در ایران به طرف ایرانی پرداخت خواهد شد؛
۶. میزان حمایت از آثار بستگی به بودجه مصوب سالانه دارد؛
۷. حمایت خرید و انتشار شامل کتاب‌هایی می‌شود که در یک سال اخیر ترجمه و چاپ شده‌اند.



## شرایط قرارداد

۱. اعمال حمایت‌های مصوب مستلزم ارائه قرارداد با ناشر یا آژانس خارجی است؛
  ۲. حصول اطمینان از چاپ و توزیع اثر در کشورهای دیگر الزامی است؛
  ۳. در صورت خرید کتاب‌ها از ناشر خارجی یا نماینده رسمی آن در ایران به قیمت تجاری و احتساب هزینه‌های انتقال خریداری خواهد شد؛
  ۴. ناشر خارجی و مترجم باید از اعتبار کافی برخوردار باشند که برای این منظور اعتبارسنجی لازم به عمل خواهد آمد؛
  ۵. ناشر یا آژانس ادبی ایرانی که آثارش مشمول حمایت شده موظف به رعایت حقوق پدیدآورندگان، ویراستاران و کلیه عوامل خواهد بود.
- تبصره: ارائه هرگونه اطلاعات خلاف واقع در شرایط حمایت و شرایط قرارداد، تخلف محسوب می‌شود.

## نحوه پرداخت

۱. ۲۵ درصد مبلغ پس از ارائه قرارداد معتبر با ناشر یا آژانس خارجی؛
  ۲. ۷۵ درصد مبلغ پس از ارائه نسخه چاپ‌شده اثر تعلق می‌گیرد.
- تبصره: در صورتی که حمایت انجام‌شده در قالب خرید تعدادی از نسخه‌های کتاب باشد، از قاعده فوق مستثنی است.

## شیوه ارائه آثار

۱. ارسال فرم درخواست از سوی متقاضی (آژانس ادبی، ناشر ایرانی، ناشر خارجی، مؤلف یا تصویرگر ایرانی) به صورت الکترونیکی یا مکتوب.
۲. در صورت تقاضا برای خرید، ارائه یک نسخه از کتاب به دبیرخانه به منزله ثبت تقاضا خواهد بود.

## ارزیابی آیین‌نامه

۱. متن یادشده به‌عنوان «فراخوان حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران در بازارهای جهانی» در سایت اعلام شده است که بعید به نظر می‌رسد آیین‌نامه یا شیوه‌نامه یا دستورالعمل مصوب و رسمی باشد؛
۲. این شیوه‌نامه بیشتر بر جنبه‌های صوری و شکلی آثار ارجاع دارد و ضوابط و شرایط محتوایی به موضوعاتی مانند داشتن قرارداد با ناشر خارجی یا انتشار در خارج از کشور

بسند شده است؛

۳. شورا یا چگونگی داوری و انتخاب اثر مشخص نیست. بنا بر شواهد و قرائن شورای اداری و سیاست‌گذاری اداره کل نقش داوری و انتخاب اثر را هم برعهده دارد؛

۴. دو هدف؛ گسترش زبان، فرهنگ و ادبیات ایران و تسهیل روابط فرهنگی با جهان از طریق نخبگان فرهنگی و هنری در متن فراخوان بیش از حد کلی هستند. مورد دوم؛ تسهیل روابط فرهنگی با جهان از طریق نخبگان فرهنگی و هنری با اهداف و وظایف رایزنی‌های فرهنگی ایران در سراسر جهان هم‌پوشانی دارد. در حالی که این هدف‌گذاری می‌توانست در حوزه نشر و کتاب صریح‌تر و روشن‌تر باشد. حوزه فرهنگ و هنر حوزه موسعی است که می‌تواند بسیاری از اقدامات را فراگیرد؛

۵. تسهیل در روابط فرهنگی با جهان می‌تواند معنایی فراتر از حمایت از ترجمه و انتشار آثار ایرانی داشته باشد و روابط فرهنگی با نهادهای نشر و اتحادیه‌ها را هم در برمی‌گیرد که با فلسفه حمایتی خاص این طرح سازگاری ندارد و البته از وظایف اداره کل تشکل‌ها و فعالیت‌های فرهنگی است؛

۶. در این متن تشخیص اثرگذاری و کیفیت کتاب به قرارداد کتاب یا اعتبارسنجی ناشر موکول شده است که این شاخص‌ها می‌تواند در عمل ناسودمند باشد.

### ارزیابی عملکرد

بنابر شواهد و اظهارات کارشناسان، برای این اقدام به‌تازگی در معاونت امور فرهنگی و اداره کل تشکل‌ها برنامه‌ریزی شده و به جزء سیاست‌گذاری و داوری به‌منظور انتخاب آثار ارسال شده، هنوز بودجه آن مشخص و هزینه‌ای در این مورد صورت نگرفته است. قرار است از محل بودجه خرید کتاب معاونت آثار مصوب که به جلسه شورای طرح در مورخ ۹۴/۱۲/۱۸ مربوط است، خریداری یا هزینه مربوط پرداخت شود.

بنابر متن فرخوان و مصوبات این جلسه شورای طرح دو نوع اقدام تاکنون صورت گرفته که در حد اطلاعات و اقدامات این طرح جدید قابل ارزیابی است:

#### ۱. خرید کتاب

برمبنای این اقدام، کتاب‌هایی که در خارج از کشور منتشر شده‌اند، نسخه‌هایی خریداری می‌شود که در فهرست کتاب‌های مصوب برای خرید قمیت کتاب که علی‌القاعده باید ارزی باشد، منظور نشده و به اعلام تعداد نسخه اکتفا شده است. تعداد آثار خریداری شده در حدود ۵۰ تا ۱۰۰ نسخه نوسان دارد. معیار انتخاب کتاب‌ها همان ضوابط و شرایط صوری است. در جلسه شورای طرح در مورخ ۹۴/۱۲/۱۸ حدود ۷۹ اثر برای خرید تصویب شده

است که ۷۶ اثر در حوزه کتاب کودک و نوجوان و سه اثر در حوزه بزرگسال جای دارند. ناشران پیشنهاددهنده که به طور طبیعی در مرحله نخست اجرای این طرح محدود هستند، عبارتند از:

### جدول شماره ۱۲. ناشران و تعداد آثار خریداری شده در طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران / ۱۳۹۴

ردیف	ناشر	تعداد عنوان کتاب	کل نسخه‌ها
۱	انتشارات شبابویز	۲۰	۱۰۰۰
۲	شمع و مه	۶	۵۵۰
۳	شهر کتاب	۱۳	۱۰۰۰
۴	فانوس دریایی	۲۷	۱۳۵۰
۵	انتشارات ال امین مالزی	۱۰	۵۰۰
۶	آژانس ادبی کیا	۲	۱۰۰
	جمع کل	۷۹	۴۵۰۰

کتاب‌های مصوب اکثراً منوط به اعتبارسنجی ناشر خارجی توسط دبیرخانه شده است. ملاک و معیار این اعتبارسنجی و تعیین شاخص‌های آن نیازمند بانک اطلاعات و نظام ارزیابی و کارشناسی دقیقی است که خود به معضلات این طرح می‌افزاید. معمولاً در این موارد به کارشناسی ناشران و پیشنهاددهندگان اکتفا می‌شود.

برخی از مشهورترین نویسندگان آثار مصوب عبارتند از: نیما یوشیج، سیدمهدی شجاعی، هوشنگ مرادی کرمانی، مهدی حجواری، مصطفی رحماندوست، فریبا کلهر، سوسن طاق‌دیس، فیروزه گل‌محمدی، پرویز کلانتری، محمدرضا یوسفی، مژگان شیخی و... این کتاب‌ها به زبان‌های ترکی، انگلیسی، ایتالیایی و اسپانیایی ترجمه شده‌اند.

### ۲. حمایت از ترجمه

یکی دیگر از روش‌های این سیاست حمایتی طرح حمایت از ترجمه آثار به زبان‌های خارجی است. در این روش پیشنهادهای ناشران یا مؤلفان بررسی و در صورت تصویب، مبالغی دلاری از کتاب حمایت می‌شود. بنا بر متن فراخوان این مبالغ معادل کل هزینه ترجمه یا بخشی از آن خواهد بود. در جلسه مورخ ۹۴/۱۲/۱۸ شورای طرح حمایت، از ۳۵ اثر حمایت شده که ظاهراً تا شهریور ۹۵ هنوز در مورد تأمین منابع مالی آن امکانی فراهم نشده است. از این

تعداد، ۲۹ اثر در حوزه کودک و نوجوان و ۶ اثر در حوزه بزرگسال است. حداقل این حمایت ۱۵۰ و حداکثر ۲ هزار دلار بوده است. این آثار کلاً از سه ناشر به شرح زیر است:

**جدول شماره ۱۳. ناشران و تعداد آثار حمایت‌شده در طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران / ۱۳۹۴**

ردیف	ناشر یا آژانس	تعداد اثر	هزینه دلاری
۱	آژانس ادبی غزال	۱۵	۳۰/۰۰۰
۲	نشر دماوند ترکیه	۸	۱۳/۴۰۰
۳	انتشارات دانش‌نگار	۱۲	۵/۸۰۰
جمع کل	۳	۳۵	۴۹۲۰۰

برخی از مشهورترین نویسندگان این آثار عبارتند از: هوشنگ مرادی کرمانی، محمدرضا یوسفی، محمدرضا بایرامی، نادر ابراهیمی، مهدی حجوانی، فرهاد حسن‌زاده و... درمورد دلایل انتخاب این آثار تعریف مشخصی را نمی‌توان ارائه داد. برخی از این آثار مشهورند و بیش از ۴۰ نوبت مانند کتاب دالان بهشت، و برخی مانند قصه‌های مجید؛ ۲۷ نوبت، شما که غریبه نیستی؛ ۱۷ نوبت تجدید چاپ شده‌اند اما آثاری که فقط یک نوبت منتشر شده‌اند هم در بین این آثار کم نیستند. آثار یکی از ناشران از همین قسم است. اما نکته مهم این است که معیار انتخاب اثر حتی اگر از نویسندگانی مشهور ایرانی یا اثری معروف به فارسی باشد، در کشور دیگر هم همین اعتبار و مقبولیت را دارد؟ به‌عنوان مثال بارز؛ قصه‌های مجید که در بافتار فرهنگ ایرانی و اصفهانی معنادار و مفهوم‌پذیر است و به‌همین دلیل در ایران اثری معتبر و مقبول شناخته شده، آیا در زبان‌ها و فرهنگ‌های دیگر هم همان تأثیر و اقبال را در پی خواهد داشت؟ کتاب در سیاق فرهنگی خود معنادار و قابل درک است. به‌همین دلیل برخی داستان‌ها و رمان‌های خارجی که نگاه جهانی دارند، در ایران موفق‌تر بوده‌اند تا آن‌هایی که نگاه بومی و محلی دارند. البته مخاطب در اینجا عامه مردم‌اند نه اهل ادب و رمان.

به‌عبارت دیگر تعریف مخاطب در حمایت از آثار ایرانی بسیار مهم است. آیا معیار در انتخاب اثر قشر فرهیخته و اهل قلم مدنظر است یا جامعه و مردم کتاب‌خوان؟ طرح حمایت از ترجمه و انتشار کتاب ایران در بازارهای جهان که به‌درستی نگاهی به بازارهای جهان دارد و نه نگاهی که نهایتاً به انتشار کتاب برای کتابخانه‌های جهان منجر می‌شود، طرحی در آغاز راه است و در این دوره کوتاه‌مدت یک‌ساله نمی‌توان ارزیابی دقیق و منصفانه‌ای ارائه داد و به‌طور طبیعی اشکالاتی به‌همراه دارد.

اما شاید برای این طرح نوپا، توصیه کرد که بهتر است در همین ابتدای راه، به جای تکیه کردن صرف بر تجربیات و نظرها، این طرح به پیوست‌های تحقیق و پژوهشی مستند شود و با شناخت دقیق تری این طرح را برنامه‌ریزی کرد تا روش آزمون و خطای متعارف دستگاه‌های اداری.

### ۱. ارزیابی عملکرد صادرات فرهنگی کشور

یکی از اهداف مطرح در توسعه نشر بین‌الملل کمک به توسعه صادرات فرهنگی به‌خصوص کتاب است. به‌عبارت دیگر، این پرسش مطرح است که آیا در خلال دهه‌های گذشته صادرات فرهنگی باتوجه به سیاست‌ها و اقداماتی مانند برگزاری نمایشگاه‌ها، کمک به ترجمه و انتشار آثار ایرانی و صادرات آن و... در سویه صادرات چه اتفاقی رخ داده است؟ آیا آمارهای صادرات فرهنگی و کتاب و روند آن موید اثربخش و موفق بودن سیاست‌ها و اقدامات در این زمینه بوده است یا خیر؟ زیرا برگزاری طرح‌ها و اقدامات فرهنگی مانند نمایشگاه کتاب در خارج از کشور، باید نتیجه عملی خود را در صادرات فرهنگی نشان دهد. اگر این روند فزاینده باشد می‌توان نتیجه گرفت که سیاست‌ها موفق و اثربخش بوده است. در غیر این صورت صرف حضور فرهنگی یا افزایش فعالیت‌های رسمی و تولید کتاب نمی‌تواند به‌تنهایی شاخص ارزیابی اثربخشی این نوع سیاست‌های حمایتی باشد. به‌عبارت دیگر، شاخص اصلی ارزیابی عملکرد توسعه نشر که بیشتر جنبه صادراتی دارد، توسعه صادرات کتاب است. به‌عبارت دیگر، اگر سیاست‌های توسعه نشر بین‌الملل واجد اثربخشی یا بهره‌وری باشد، باید بتوان تأثیر آن را بر میزان توسعه صادرات کتاب اندازه‌گیری کرد. زیرا یکی از اهداف مطرح در آیین‌نامه این نوع فعالیت کمک به توسعه صادرات فرهنگی کشور است. منظور از توسعه صادرات تنها صادرات بخش دولتی نباید منظور باشد.

برای این منظور و دست‌یافتن به وضعیت و روند صادرات کتاب باز مشکل اصلی فقدان نظام و بانک اطلاعاتی قابل اعتماد و دقیق است. در نظام اطلاعاتی کشور درمورد وضعیت صادرات و واردات کتاب به‌طور مشخص سرفصل و تعرفه مستقلاً وجود ندارد و کتاب به‌دلیل حجم و میزان غیرقابل چشم‌گیر آن در تعرفه بروشور و جزوه و نشریات و مطبوعاتی و سایر اقلام مشابه منظور می‌شود.

تنها دو تعرفه مشخص با شماره ۴۹۰۳ مربوط به «کتاب‌های تصویر نقاشی یا رنگ‌آمیزی برای کودکان» و ۴۹۰۴ مربوط به «کتاب نت موسیقی خطی یا چاپی با یا بدون تصویر، حتی صحافی‌شده» وجود دارد که در تعرفه ۴۹۰۳ فقط اطلاعات مربوط به سال ۸۸ اعلام شده که در این سال کلاً کالای صادرشده به وزن ۷۵ کیلو و به ارزش ریالی ۳۵۳/۵۲۴/۶۸۰ و به ارزش دلاری ۳۵/۴۴۶ است. درمورد سال‌های پیش و پس آماری وجود ندارد. (آمارها

به‌نقل از سایت اتاق بازرگانی صنایع، بازرگانی و کشاورزی تهران است. دیگر سایت‌های نهادها و مراکز اقتصادی و بازرگانی مانند گمرک ایران فاقد این اطلاعات دسته‌بندی شده هستند). کتاب در تعرفه اصلی ۴۹۰۱ جای دارد که در آن کالاهای مشابه مانند جزوات و مطبوعات و سایر نیز منظور شده است.

بنابراین به‌ناچار باید وضعیت کل کالاهای زیرمجموعه این تعرفه را بررسی کرد تا شاید، نه به‌طور دقیق، بلکه بر مبنای وضعیت کل این محصولات زیرمجموعه این تعرفه بتوان وضعیت صادرات کتاب را تخمین زد و ارزیابی کلی کرد.

در زیر جداول صادرات کتاب و جزوات و مطبوعات به تفصیل آمده است. در جدول سال ۹۳، شهر مبدأ، یا به عبارت دقیق‌تر، محل گمرک مشخص شده تا بتوان به‌طور کلی حدس زد کدام شهرها در صادرات محصولات فرهنگی کاغذی از جمله کتاب فعال‌تر هستند.

### جدول شماره ۱۴. صادرات کتاب و جزوه و مطبوعات در سال ۹۳

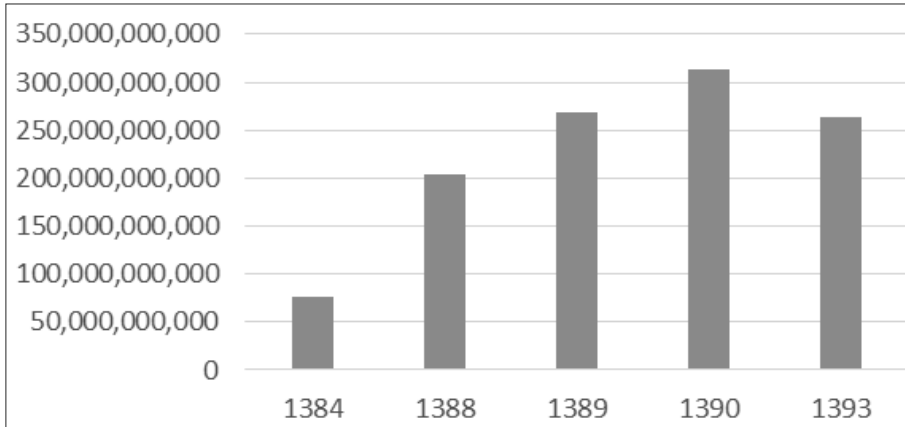
گمرک	کشور	وزن (کیلوگرم)	ارزش ریالی	ارزش دلاری
۱	غرب تهران	۱۷۰	۱۸,۱۱۷,۵۶۰	۶۸۰
۲	بازارچه میرجاوه	۱,۴۸۴	۱۵۱,۵۷۵,۷۶۰	۵,۹۳۶
۳	قم	۱۷۴	۱,۰۰۸,۳۹۲,۳۸۵	۳۹,۴۳۵
۴	فرودگاه امام خمینی	۱,۸۰۰	۱۳۸,۰۸۳,۴۰۰	۵,۴۰۰
۵	اینچه برون	۴,۲۰۰	۴۳۰,۱۶۴,۰۰۰	۱۶,۸۰۰
۶	غرب تهران	۹۰۰	۲۱,۵۴۶,۴۰۰	۸۰۰
۷	مشهد	۸۰	۸,۷۲۴,۱۶۰	۳۲۰
۸	منطقه ویژه دوغارون	۱۴,۰۰۰	۱,۵۳۹,۷۲۰,۰۰۰	۵۶,۰۰۰
۹	مشهد	۱۲۰	۱۲,۸۰۳,۵۲۰	۴۸۰
۱۰	قم	۱۷,۵۹۵	۱,۸۶۸,۶۵۹,۳۸۰	۷۰,۲۱۹
۱۱	غرب تهران	۲۶,۶۰۰	۲,۹۶۸,۲۲۸,۰۰۰	۱۰۹,۵۷۰
۱۲	میرجاوه	۱۳,۱۸۰	۹۶۹,۷۴۹,۳۳۷	۳۶,۵۵۷
۱۳	قم	۱,۰۳۲,۵۰۵	۱۳۴,۵۶۲,۸۰۴,۹۰۰	۵,۰۱۷,۲۱۸
۱۴	مشهد	۴۰	۴,۴۴۸,۶۴۰	۱۶۰
۱۵	مشهد	۲۰۰	۲۲,۲۴۳,۲۰۰	۸۰۰
۱۶	باشماق	۳۶۷,۰۸۴	۳۹,۰۱۳,۰۶۴,۷۲۴	۱,۴۶۸,۴۰۶
۱۷	قم	۱۰,۲۳۳	۱,۱۲۸,۰۰۴,۰۵۶	۴۰,۹۳۲
۱۸	دوغارون	۱۱,۴۲۵	۱,۲۱۳,۲۹۵,۰۰۰	۴۵,۵۳۵
۱۹	فرودگاه امام خمینی	۸۰	۴,۴۰۹,۲۸۰	۱۶۰
۲۰	فرودگاه امام خمینی	۸۶۰	۹۱,۵۹۶,۸۸۰	۳,۴۴۰
۲۱	غرب تهران	۱۴,۰۴۰	۱,۵۵۱,۶۲۳,۸۴۰	۵۶,۱۶۰
۲۲	تبریز	۱,۵۰۰	۱۶۰,۰۴۴,۰۰۰	۶,۰۰۰
۲۳	غرب تهران	۱۱۱,۰۹۸	۱۱,۷۹۶,۰۶۱,۱۱۱	۴۲۸,۲۶۳
۲۴	فرودگاه امام خمینی	۳۰۰	۵۳,۳۵۰,۰۰۰	۲,۰۰۰
۲۵	غرب تهران	۷۰۱	۷۸,۸۶۹,۷۶۳	۳,۰۸۱
۲۶	امور نمایندگانی تهران	۲۱,۶۳۸	۵۵۲,۵۲۶,۳۳۰	۲۱,۶۳۸
۲۷	غرب تهران	۳۲	۳,۲۶۵,۶۶۴	۱۲۸
۲۸	دوغارون	۸,۳۳۰	۸۷۷,۱۶۵,۹۲۰	۳۳,۳۲۰
۲۹	شهید رجایی	۱۲,۸۵۲	۱,۳۱۰,۹۵۵,۴۰۸	۵۱,۴۰۸
۳۰	مشهد	۱۷۹	۱۸,۹۳۲,۵۳۶	۷۱۰
۳۱	تبریز	۲۸,۷۸۰	۲,۹۷۶,۴۳۰,۶۰۰	۱۱۵,۱۲۰

ادامه جدول شماره ۱۴. صادرات کتاب و جزوه و مطبوعات در سال ۹۳

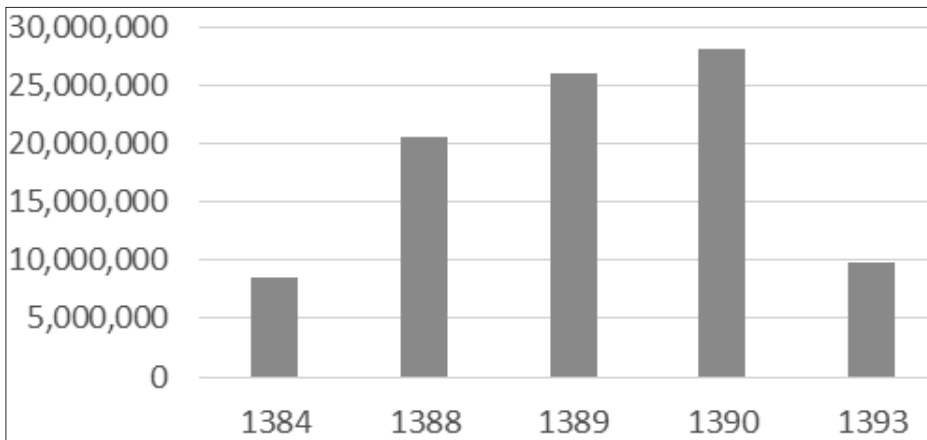
گمرک	کشور	وزن (کیلوگرم)	ارزش ریالی	ارزش دلاری
۳۲	تبریز	گرجستان	۹۹,۷۱۷	۴۰۰,۷۶۰
۳۳	قم	ماداگاسکار	۴,۳۶۵	۱۷,۴۶۰
۳۴	سهلان	ترکیه	۵,۱۰۴	۱۷,۷۵۴
۳۵	غرب تهران	نیوزیلند	۱۴	۵۶
۳۶	مشهد	افغانستان	۲۴۸,۶۵۳	۸۷۵,۲۶۳
۳۷	غرب تهران	استرالیا	۵۸۰	۲,۳۲۰
۳۸	فرودگاه امام خمینی	بحرین	۶,۲۵۰	۲۰,۲۰۰
۳۹	فرودگاه امام خمینی	عمان	۶۲۰	۱,۲۴۰
۴۰	فرودگاه امام خمینی	عمان	۶۲۰	۱,۲۴۰
۴۱	فرودگاه امام خمینی	دانمارک	۶۴۸	۲,۶۲۰
۴۲	امور نمایشگاهی تهران	عراق	۶۷	۲
۴۳	مشهد	افغانستان	۲۴,۰۴۹	۶۰,۲۱۱
۴۴	منطقه ویژه دوغانرون	افغانستان	۵۷,۵۸۰	۲۳۰,۳۲۰
۴۵	ایلام	عراق	۵۵,۳۱۹	۲۱۸,۱۱۸
۴۶	فرودگاه امام خمینی	امارات عربی	۶,۰۳۲	۲۴,۱۲۸
۴۷	فرودگاه امام خمینی	تونس	۶۲۰	۲,۴۸۰
۴۸	مشهد	قرقیزستان	۱۳,۳۳۸	۵۳,۳۵۲
۴۹	سمنان	ترکمنستان	۱۴,۶۰۰	۵۸,۴۰۰
۵۰	مشهد	لبنان	۴۵۴	۱,۸۱۶
۵۱	مشهد	استرالیا	۱۹۵	۷۸۰
۵۲	فرودگاه امام خمینی	لبنان	۲,۵۸۰	۱۰,۳۲۰
۵۳	غرب تهران	سوئد	۱,۷۵۰	۷,۰۰۰
۵۴	منطقه ویژه اقتصادی شیراز	امارات عربی	۳۵	۱۴۰
۵۵	شهید باهنر	امارات عربی	۵,۱۶۰	۲۰,۶۴۰
۵۶	پیرانشهر	عراق	۱,۷۵۷	۷,۰۲۸
۵۷	امور نمایشگاهی تهران	انگلستان	۱,۴۰۴	۱,۴۰۴
۵۸	بانه	عراق	۵۸۹	۲,۳۵۶
۵۹	مشهد	آلمان	۲۱۸	۸۷۲
۶۰	فرودگاه شیراز	امارات عربی	۶۴۵	۲,۵۸۰
۶۱	آبادان	امارات عربی	۴۹۶	۶,۹۴۴
۶۲	فرودگاه امام خمینی	تاجیکستان	۱,۳۰۰	۲,۶۰۰
۶۳	مشهد	امارات عربی	۲۴	۹۶
۶۴	فرودگاه امام خمینی	انگلستان	۸۲۱	۳,۲۸۴
جمع کل			۲,۲۵۷,۷۸۴	۹۶۹۰۴۶۰



نمودار شماره ۳. ارزش ریالی مقایسه‌ای صادرات کتاب و سایر



نمودار شماره ۴. ارزش دلاری مقایسه‌ای صادرات کتاب و سایر



در این جدول سه شهر زیر به ترتیب جزء فعال‌ترین شهرهای صادرکننده محصولات فرهنگی در سال ۹۳ محسوب می‌شوند:

جدول شماره ۱۵. فعال‌ترین شهرها در صادرات محصولات فرهنگی

شهر	ارزش ریالی صادرات
قم	۱۳۹,۰۳۴,۷۹۳,۵۰۱
مشهد	۲۶,۳۷۷,۲۲۴,۷۴۵
تهران	۱۹,۳۸۶,۶۶۱,۰۹۸

جدول و نمودار بالا بیانگر آن است که محصولات مذهبی به کشورهای اسلامی رویکرد اصلی صادرات محصولات فرهنگی است. این رویکرد فرصت مناسبی برای ایران و کالاهای فرهنگی ایرانی است تا بتواند به تدریج جایگاه مطلوب خود را به دست آورد. البته معلوم نیست چه مقدار از این محصولات با هدف تبلیغی و چه میزان با هدف اقتصادی صورت می‌گیرد. در زیر جداول و نمودارهای صادرات کتاب و جزوه و بروشور در سال‌های ۸۴، ۸۸، ۹۰ و ۹۳ ارائه و باهم مقایسه شده‌اند.

**جدول شماره ۱۶. صادرات کتاب و بروشور و ... در سال ۸۴**

نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
۱ عراق	۱,۴۸۵,۶۷۶	۵۲,۴۶۵,۹۳۷,۶۲۶	۵,۸۱۰,۷۶۱
۲ لبنان	۱۷۴,۱۵۴	۶,۲۱۷,۹۱۰,۰۰۳	۶۸۸,۲۰۸
۳ افغانستان	۲۰۹,۵۴۳	۵,۳۰۵,۰۵۲,۳۶۶	۵۸۷,۷۶۸
۴ بحرین	۱۰۵,۵۹۶	۳,۸۱۹,۲۶۴,۶۴۰	۴۲۱,۶۳۰
۵ جمهوری عربی سوریه	۳۲,۵۴۰	۱,۸۰۵,۰۱۳,۵۶۴	۱۹۸,۰۳۶
۶ پاکستان	۲۸,۴۲۹	۷۲۱,۰۶۴,۳۵۷	۸۰,۳۷۴
۷ آذربایجان	۱۸,۳۸۸	۶۴۸,۴۴۵,۸۵۷	۷۱,۵۲۴
۸ تاجیکستان	۲۲,۲۸۵	۵۵۶,۶۷۳,۶۷۳	۶۱,۶۶۷
۹ قرقیزستان	۱۹,۲۷۹	۴۸۷,۸۹۱,۲۲۳	۵۳,۹۸۲
۱۰ ایالات متحده آمریکا	۱۷,۶۵۰	۴۴۹,۹۹۸,۳۴۰	۴۹,۷۰۶
۱۱ گرجستان	۱۰,۲۹۹	۴۲۲,۶۲۵,۵۶۵	۴۶,۹۵۹
۱۲ انگلستان	۱۲,۲۱۸	۴۰۹,۲۹۷,۸۲۹	۴۵,۵۳۵
۱۳ مراکش	۱۳,۱۱۳	۳۶۳,۰۲۸,۲۰۷	۳۹,۹۳۹
۱۴ ارمنستان	۵,۳۰۵	۳۶۱,۵۱۲,۹۰۰	۴۰,۳۳۲
۱۵ عراق	۱۳,۲۵۰	۳۲۰,۷۲۲,۸۷۵	۳۵,۸۸۷
۱۶ آلمان	۸,۷۶۹	۲۹۶,۴۵۳,۳۳۷	۳۲,۷۶۰
۱۷ امارات متحده عربی	۷,۵۳۶	۲۵۳,۹۸۵,۶۵۰	۲۸,۰۹۷
۱۸ منطقه آزاد سلفچگان	۱۳,۱۲۴	۲۳۹,۸۲۷,۹۷۶	۲۶,۲۴۸
۱۹ عمان	۶,۲۴۲	۲۲۴,۶۲۳,۲۵۶	۲۴,۹۶۸
۲۰ قطر	۵,۵۵۲	۲۰۱,۶۲۶,۴۳۲	۲۲,۲۰۸
۲۱ عربستان سعودی	۵,۳۹۸	۱۹۲,۱۴۳,۵۲۰	۲۱,۱۰۰
۲۲ ترکمنستان	۳,۷۸۰	۱۶۴,۸۸۳,۰۱۶	۱۸,۱۸۴
۲۳ گرجستان	۳,۸۷۲	۱۵۹,۹۷۳,۳۵۰	۱۷,۶۵۵
۲۴ سوئد	۵,۳۵۲	۱۳۴,۶۳۶,۰۵۶	۱۴,۹۹۰
۲۵ افغانستان	۴,۰۰۰	۱۰۸,۲۶۴,۰۰۰	۱۱,۹۵۲

جدول شماره ۱۶. صادرات کتاب و بروشور و... در سال ۸۴

نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
ایالات متحده آمریکا	۳,۴۰۷	۸۶,۳۵۹,۱۸۱	۹,۵۳۹
کانادا	۳,۱۶۸	۸۴,۸۰۸,۹۱۵	۹,۳۸۰
کویت	۲,۴۴۴	۷۷,۶۸۹,۶۹۸	۸,۶۰۲
ازبکستان	۱,۹۵۷	۴۹,۴۲۴,۹۷۴	۵,۴۷۹
عراق	۳,۶۸۰	۴۵,۱۰۰,۹۷۸	۴,۹۶۴
آلمان	۹۹۹	۲۵,۳۷۷,۱۸۱	۲,۷۹۷
سوئد	۱,۰۰۰	۲۲,۶۵۳,۳۹۰	۲,۵۰۵
ایتالیا	۷۹۰	۱۹,۴۶۹,۴۳۲	۲,۱۴۴
اوکراین	۶۶۰	۱۸,۰۷۷,۴۰۰	۱,۹۸۰
انگلستان	۶۳۵	۱۶,۱۰۵,۱۲۴	۱,۷۷۸
استرالیا	۱۰۳	۱۴,۶۹۶,۴۳۴	۱,۶۲۲
کانادا	۴۸۴	۱۲,۲۷۳,۵۹۰	۱,۳۵۵
امارات متحده عربی	۲۳۹	۸,۶۰۲,۰۸۸	۹۵۶
قرقیزستان	۳۱۵	۷,۹۷۵,۰۴۴	۸۸۲
سنگال	۲۱۷	۵,۴۱۱,۴۰۵	۶۰۷
کویت	۳۴۰	۴,۸۹۹,۴۲۰	۵۴۰
اسپانیا	۱۵۵	۳,۹۳۷,۶۸۲	۴۳۴
ژاپن	۱۱۰	۲,۷۳۴,۱۱۶	۳۰۸
بوسنی و هرزگوین	۸۰	۲,۷۱۲,۶۰۰	۳۰۰
چین	۸۸	۲,۲۱۳,۵۰۸	۲۴۶
دانمارک	۴۸	۱,۷۲۷,۶۱۶	۱۹۲
نیوزیلند	۶۵	۱,۶۲۶,۵۳۴	۱۸۲
اتریش	۱۰	۲۱۹,۰۰۰	۲۴
آفریقای جنوبی	۵	۱۰۷,۹۷۶	۱۲
<b>جمع کل</b>		<b>۷۶,۸۴۵,۰۵۸,۹</b>	<b>۸,۵۰۷,۳۰۰</b>

جدول شماره ۱۷. صادرات کتاب و بروشور و... در سال ۸۸

ردیف	نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
۱	عراق	۲,۰۰۷,۰۱۶	۱۴۶,۹۹۳,۹۴۲,۸۰۳	۱۴,۸۱۹,۹۷۰
۲	افغانستان	۱۹۹,۰۴۰	۲۰,۴۳۰,۵۶۱,۷۷۹	۲,۰۷۹,۷۱۹
۳	لبنان	۱۰۸,۱۶۷	۵,۲۲۷,۲۳۳,۱۰۶	۵۳۱,۵۰۴
۴	جمهوری عربی سوریه	۹۴,۶۱۱	۴,۳۵۱,۰۹۶,۶۵۸	۴۳۷,۹۳۹
۵	ترکمنستان	۴۷,۱۵۰	۴,۲۹۲,۸۸۶,۴۶۲	۴۴۱,۲۸۶
۶	ایالات متحده آمریکا	۳۲,۸۴۰	۴,۱۰۹,۰۷۱,۲۶۶	۴۱۵,۰۵۹
۷	امارات متحده عربی	۵۱,۰۴۶	۲,۴۰۳,۷۳۶,۶۳۱	۲۴۲,۲۶۸
۸	بحرین	۴۴,۳۸۷	۱,۹۹۸,۰۴۱,۳۰۳	۲۰۱,۲۴۲
۹	پاکستان	۱۸,۵۷۷	۱,۵۳۸,۷۲۷,۳۷۶	۱۵۵,۹۵۶
۱۰	آلمان	۱۴,۹۱۰	۱,۴۸۰,۱۲۳,۱۹۶	۱۵۰,۷۴۷
۱۱	ترکیه	۱۲,۲۳۴	۱,۱۳۷,۷۳۶,۳۶۸	۱۱۴,۰۶۴
۱۲	گرجستان	۲۶,۳۷۹	۱,۰۵۴,۰۸۰,۱۹۲	۱۰۶,۳۹۲
۱۳	انگلستان	۱۰,۹۴۴	۹۰۳,۷۵۸,۳۷۳	۹۱,۰۱۳
۱۴	کویت	۷,۲۴۲	۸۵۱,۸۴۱,۰۶۴	۸۵,۶۷۰
۱۵	استرالیا	۳,۳۱۶	۷۵۰,۰۲۹,۶۲۶	۷۶,۶۵۵
۱۶	ساحل عاج	۲۴,۱۲۷	۷۲۲,۸۶۹,۰۴۷	۷۲,۳۸۱
۱۷	کانادا	۲۷,۰۵۸	۶۹۴,۳۱۸,۰۳۹	۶۹,۸۳۴
۱۸	تاجیکستان	۱۹,۲۶۶	۶۹۱,۶۵۳,۱۷۲	۶۹,۸۵۶
۱۹	قرقیزستان	۱۶,۲۶۷	۶۴۸,۶۴۸,۸۲۸	۶۵,۳۶۹
۲۰	آذربایجان	۱۱,۴۰۷	۴۷۲,۷۲۱,۴۰۰	۴۷,۶۶۳
۲۱	بوسنی و هرزگوین	۱,۰۰۰	۴۷۰,۴۹۸,۰۰۰	۴۹,۰۰۰
۲۲	قطر	۴,۹۸۰	۳۹۳,۴۰۸,۲۰۰	۳۹,۶۱۰
۲۳	نیجریه	۳,۹۰۸	۳۶۲,۸۶۰,۷۲۸	۳۶,۴۳۶
۲۴	سوئد	۲,۲۲۲	۳۰۸,۷۰۳,۸۲۸	۳۱,۰۱۲
۲۵	فدراسیون روسیه	۱,۶۱۰	۲۹۶,۴۷۵,۹۶۰	۳۰,۳۶۰
۲۶	ترکمنستان	۷,۱۷۱	۲۸۶,۸۴۰,۰۰۰	۲۹,۰۷۴
۲۷	عربستان سعودی	۴,۷۰۴	۱۸۶,۶۳۴,۷۵۲	۱۸,۸۱۶
۲۸	ارمنستان	۴,۴۲۰	۱۵۴,۱۶۷,۱۵۰	۱۵,۴۷۰

ادامه جدول شماره ۱۷. صادرات کتاب و بروشور و... در سال ۸۸

نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
سنگال	۲,۷۳۰	۱۱۹,۱۸۳,۹۲۰	۱۲,۰۵۲
عمان	۳,۰۳۴	۱۱۸,۱۲۷,۰۶۴	۱۱,۸۰۰
(جمهوری مقدونیه) یوگسلاوی	۳۳۰	۱۰۸,۴۲۴,۶۸۰	۱۰,۹۲۰
سوئیس	۱,۶۷۰	۶۷,۰۵۷,۲۸۰	۶,۷۳۴
نروژ	۱,۴۷۷	۵۸,۲۵۰,۱۰۴	۵,۸۴۸
ازبکستان	۱,۴۴۹	۵۷,۴۰۷,۰۲۰	۵,۷۹۶
چین	۱,۳۵۰	۵۳,۵۸۴,۲۰۰	۵,۴۰۰
هند	۱,۲۰۵	۵۲,۴۳۴,۴۵۰	۵,۲۷۰
مالزی	۱,۲۵۰	۴۹,۷۸۵,۰۰۰	۵,۰۰۰
بلژیک	۱,۱۰۰	۴۳,۵۹۹,۶۰۰	۴,۴۰۰
تونس	۹۵۴	۳۷,۸۶۹,۹۸۴	۳,۸۱۶
نیجر	۹۴۰	۳۷,۷۱۶,۵۶۰	۳,۷۶۰
ایتالیا	۸۲۲	۳۲,۸۸۳,۲۸۸	۳,۲۸۸
ماداگاسکار	۷۸۴	۳۱,۰۱۱,۹۰۴	۳,۱۳۶
کنیا	۷۸۲	۳۰,۹۳۲,۷۹۲	۳,۱۲۸
اندونزی	۵۰۰	۱۹,۷۸۶,۰۰۰	۲,۰۰۰
(بلوروس) روسیه سفید	۴۷۰	۱۸,۸۵۴,۵۲۰	۱,۸۸۰
مالی	۳۶۳	۱۸,۷۸۹,۱۰۰	۱,۹۰۰
تایلند	۴۵۰	۱۸,۰۰۰,۰۰۰	۱,۸۰۰
مصر	۲۹۰	۱۱,۴۷۵,۸۸۰	۱,۱۶۰
هلند	۲۲۰	۸,۷۸۸,۵۶۰	۸۸۰
قزاقستان	۲۱۷	۸,۵۳۰,۷۰۴	۸۶۸
دانمارک	۱۶۸	۶,۶۳۳,۹۸۴	۶۷۲
بولیوی	۱۶۰	۶,۳۳۴,۰۸۰	۶۴۲
یونان	۹۸	۳,۹۳۸,۲۲۰	۳۹۹
نیوزیلند	۱۵	۵۹۶,۷۰۰	۶۰
کوبا	۲۶	۴۰۶,۰۶۴	۴۱

۲۰,۶۲۷,۰۱۵

۲۰۴,۲۳۳,۰۶۶,۹۶۵

جمع کل

جدول شماره ۱۸. صادرات کتاب و بروشور و... در سال ۹۰

نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
عراق	۱,۹۱۹,۷۹۹	۲۶۷,۶۲۶,۴۳۵,۳۰۰	۲۴,۰۰۰,۳۵۷
افغانستان	۲۹۹,۸۷۷	۲۱,۴۶۴,۷۳۶,۹۲۵	۱,۸۹۴,۶۷۲
لبنان	۵۸,۱۵۲	۵,۱۷۹,۷۵۹,۹۶۴	۴۸۱,۶۰۷
گرجستان	۹۱,۴۷۲	۳,۹۳۰,۸۹۹,۵۲۸	۳۶۵,۸۸۸
امارات متحده عربی	۳۱,۷۹۵	۲,۸۷۲,۲۹۲,۱۱۶	۲۶۳,۹۱۲
ایالات متحده آمریکا	۲۷,۶۵۳	۱,۹۶۹,۳۹۹,۰۹۱	۱۷۸,۲۲۶
تاجیکستان	۳۸,۹۴۳	۱,۶۲۰,۶۲۳,۱۵۰	۱۵۰,۱۲۵
ایرلند	۱۹,۷۱۰	۱,۵۰۱,۱۲۳,۴۵۵	۱۲۸,۱۱۵
جمهوری عربی سوریه	۳,۱۸۰	۱,۰۷۸,۲۷۳,۰۰۰	۹۹,۳۸۰
کانادا	۹,۰۵۹	۹۶۲,۷۳۵,۷۱۱	۸۶,۶۹۹
ترکمنستان	۱۳,۰۴۵	۵۶۵,۸۵۳,۳۰۰	۵۲,۱۸۰
آلمان	۶,۶۴۲	۵۰۲,۹۰۰,۹۱۵	۴۵,۱۵۶
گرجستان	۹,۷۰۲	۴۵۹,۶۰۱,۲۹۶	۳۸,۸۰۸
انگلستان	۸,۲۶۴	۳۷۳,۱۶۴,۵۶۳	۳۴,۰۰۵
سوئد	۶,۸۴۱	۳۱۳,۲۳۱,۷۳۶	۲۷,۴۰۴
نیجریه	۶,۷۹۰	۲۸۹,۳۱۵,۲۸۰	۲۶,۱۶۰
پاکستان	۷,۷۴۲	۲۶۴,۸۸۱,۶۹۰	۲۴,۳۸۲
هند	۲,۶۴۲	۲۴۵,۳۴۸,۶۰۰	۲۰,۸۶۰
ارمنستان	۴,۹۷۲	۲۱۲,۴۸۲,۴۸۰	۱۸,۰۸۸
استرالیا	۴,۵۸۷	۲۰۴,۳۶۷,۷۲۶	۱۸,۰۱۹
کویت	۳,۰۶۷	۱۳۳,۲۸۲,۵۷۵	۱۲,۲۶۱
آلمان	۳,۰۹۱	۱۳۲,۸۰۲,۸۱۰	۱۲,۰۸۵
قطر	۲,۴۷۲	۱۰۷,۱۱۶,۳۳۳	۹,۹۱۹
ژاپن	۲,۳۳۰	۱۰۶,۰۸۴,۳۶۰	۹,۳۲۰
تاجیکستان	۲,۵۰۰	۱۰۵,۴۱۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰
نیجر	۲,۰۰۰	۹۸,۰۸۰,۰۰۰	۸,۰۰۰

ادامه جدول شماره ۱۸. صادرات کتاب و بروشور و... در سال ۹۰

نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
عربستان سعودی	۲,۰۰۵	۹۴,۴۶۳,۵۸۰	۷,۹۸۴
کنگو	۶۶۵	۸۵,۷۰۶,۱۰۰	۸,۱۰۰
(بلوروس) روسیه سفید	۱,۷۵۰	۷۶,۷۴۲,۷۵۰	۷,۰۱۰
کانادا	۳۹۰	۶۱,۳۷۴,۴۸۰	۵,۶۴۰
سنگال	۱,۳۷۲	۵۸,۹۳۲,۲۷۲	۵,۲۷۲
عمان	۱,۴۷۷	۵۷,۳۲۰,۳۸۰	۵,۲۴۸
ترکیه	۱,۳۰۰	۵۵,۴۵۸,۰۰۰	۵,۲۰۰
قرقیزستان	۹۶۸	۴۶,۳۶۷,۳۲۰	۳,۷۸۲
بلژیک	۹۴۰	۳۹,۶۳۴,۱۶۰	۳,۷۶۰
نروژ	۷۵۰	۳۳,۷۵۲,۶۸۰	۳,۰۰۰
اندونزی	۶۷۵	۳۳,۱۵۰,۲۷۲	۲,۷۵۲
دانمارک	۷۴۱	۳۱,۰۸۶,۴۳۲	۲,۹۶۴
فرانسه	۵۸۰	۲۷,۷۳۲,۰۰۰	۲,۴۰۰
فدراسیون روسیه	۵۰۰	۲۱,۱۶۶,۰۰۰	۲,۰۰۰
بلژیک	۴۷۵	۲۰,۲۹۲,۴۸۰	۱,۹۰۰
قزاقستان	۳۵۰	۱۴,۷۵۷,۴۰۰	۱,۴۰۰
کنیا	۳۵۰	۱۴,۶۳۱,۴۰۰	۱,۴۰۰
بحرین	۳۳۰	۱۴,۰۷۵,۱۶۰	۱,۳۲۰
تونس	۳۰۰	۱۲,۴۸۰,۰۰۰	۱,۲۰۰
قزاقستان	۲۸۰	۱۱,۹۹۰,۷۲۰	۱,۱۲۰
اتریش	۴۰۰	۱۱,۶۴۸,۰۰۰	۱,۱۲۰
نیوزیلند	۱۶۰	۷,۴۹۸,۸۸۰	۶۴۰
افغانستان	۵۲	۲,۲۱۳,۱۸۴	۲۰۸
فیلیپین	۱۹	۸۰۱,۱۱۶	۷۶
مالزی	۱۰	۴۳۰,۴۴۰	۴۰
فنلاند	۵	۲۱۰,۸۲۰	۲۰
جمع کل		۳۱۳,۱۵۴,۱۱۷,۹۳۰	۲۸,۰۹۱,۱۸۴

جدول شماره ۱۹. صادرات کتاب و بروشور و... در سال ۹۳

نام کشور	وزن - کیلوگرم	ارزش - ریال	ارزش - دلار
۱ عراق	۱,۴۵۷,۳۲۱	۱۷۹,۵۲۲,۱۱۰,۰۰۲	۶,۷۱۳,۱۲۸
۲ افغانستان	۳۸۵,۱۷۶	۳۷,۸۱۴,۹۷۱,۵۲۴	۱,۴۰۵,۰۶۱
۳ گرجستان	۹۹,۷۱۷	۱۰,۶۴۸,۶۳۶,۲۰۰	۴۰۰,۷۶۰
۴ افغانستان	۸۹,۹۹۱	۸,۱۰۳,۲۴۱,۶۱۶	۳۲۳,۹۷۹
۵ لبنان	۷۱,۰۴۷	۵,۷۳۰,۷۱۵,۴۱۴	۲۱۹,۱۱۳
۶ عراق	۴۱,۷۹۶	۴,۴۳۸,۹۰۲,۳۸۴	۱۶۷,۱۸۴
۷ نیجریه	۲۶,۶۰۰	۲,۹۶۸,۲۲۸,۰۰۰	۱۰۹,۵۷۰
۸ ترکمنستان	۱۸,۸۰۰	۲,۰۱۲,۸۲۰,۸۰۰	۷۵,۲۰۰
۹ انگلستان	۱۵,۵۶۴	۱,۶۰۰,۲۸۲,۲۸۰	۵۸,۰۴۴
۱۰ قرقیزستان	۱۳,۳۳۸	۱,۳۶۱,۱۶۹,۵۷۶	۵۳,۳۵۲
۱۱ نیجریه	۱۲,۸۵۲	۱,۳۱۰,۹۵۵,۴۰۸	۵۱,۴۰۸
۱۲ آلمان	۲,۱۹۲	۱,۱۷۰,۵۱۵,۳۶۱	۴۵,۷۰۷
۱۳ هند	۱۰,۲۳۳	۱,۱۲۸,۰۰۴,۰۵۶	۴۰,۹۳۲
۱۴ پاکستان	۱۴,۶۶۴	۱,۱۲۱,۳۲۵,۰۹۷	۴۲,۴۹۳
۱۵ امارات متحده عربی	۵,۷۱۵	۷۴۵,۹۶۷,۲۶۰	۲۷,۸۲۰
۱۶ امارات متحده عربی	۶,۶۷۷	۷۰۰,۷۸۵,۴۰۴	۲۶,۷۰۸
۱۷ بحرین	۶,۴۲۹	۵۷۵,۵۹۹,۷۳۶	۲۰,۹۱۰
۱۸ ترکیه	۵,۲۷۴	۴۹۰,۹۹۵,۳۵۰	۱۸,۴۳۴
۱۹ ماداگاسکار	۴,۳۶۵	۴۶۶,۹۳۲,۷۸۰	۱۷,۴۶۰
۲۰ سوئد	۱,۷۵۰	۱۷۸,۵۰۷,۰۰۰	۷,۰۰۰
۲۱ ارمنستان	۱,۵۰۰	۱۶۰,۰۴۴,۰۰۰	۶,۰۰۰
۲۲ تاجیکستان	۱,۵۰۰	۹۳,۷۴۰,۶۰۰	۳,۴۰۰
۲۳ اسپانیا	۸۶۰	۹۱,۵۹۶,۸۸۰	۳,۴۴۰
۲۴ انگلستان	۸۲۱	۸۴,۰۸۶,۸۲۰	۳,۲۸۴
۲۵ استرالیا	۷۷۵	۸۱,۰۰۱,۸۲۰	۳,۱۰۰
۲۶ ژاپن	۷۰۱	۷۸,۸۶۹,۷۶۳	۳,۰۸۱
۲۷ تونس	۶۲۰	۶۸,۹۵۳,۹۲۰	۲,۴۸۰
۲۸ دانمارک	۶۴۸	۶۶,۸۱۲,۶۲۰	۲,۶۲۰
۲۹ کانادا	۳۰۰	۵۳,۳۵۰,۰۰۰	۲,۰۰۰
۳۰ عمان	۶۲۰	۳۴,۰۹۸,۷۶۰	۱,۲۴۰
۳۱ اتریش	۳۰۰	۳۰,۶۲۱,۶۰۰	۱,۲۰۰
۳۲ آلمان	۹۰۰	۲۱,۵۴۶,۴۰۰	۸۰۰
۳۳ کویت	۸۰	۸,۷۲۴,۱۶۰	۳۲۰
۳۴ هلند	۴۰	۴,۴۴۸,۶۴۰	۱۶۰
۳۵ نروژ	۸۰	۴,۴۰۹,۲۸۰	۱۶۰
۳۶ نیوزیلند	۱۴	۱,۴۳۳,۸۸۰	۵۶
جمع کل		۲۶۳,۶۷۴,۴۰۴,۳۹۱	۹,۸۵۷,۶۰۴

(منبع جداول: اتاق بازرگانی ایران)

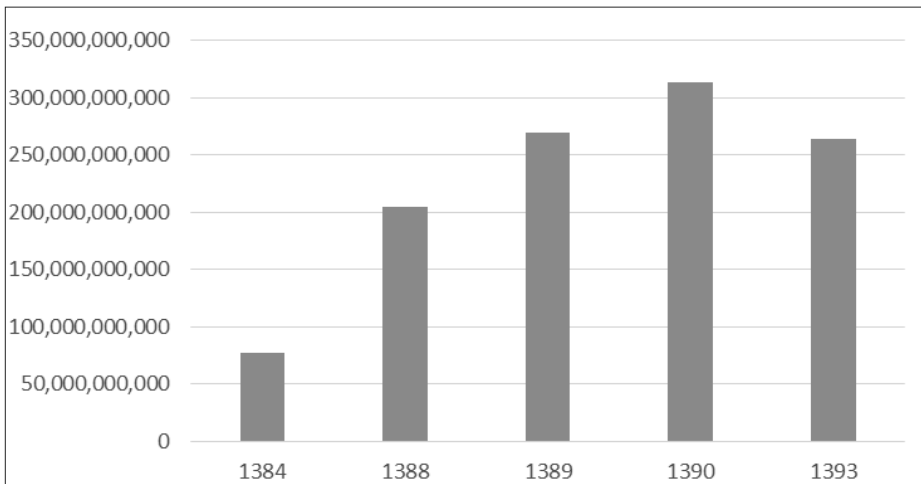


جدول شماره ۲۰. مقایسه صادرات محصولات فرهنگی در سال‌های مورد ارزیابی

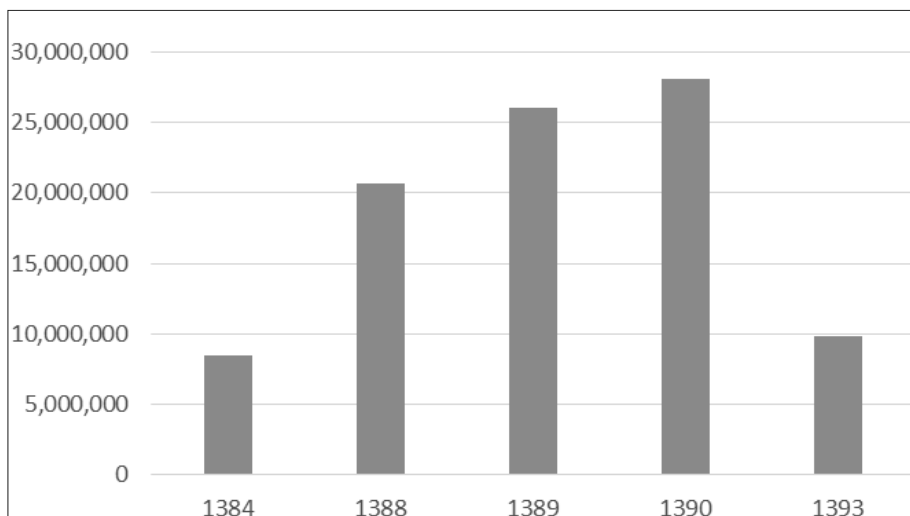
سال	ارزش ریالی صادرات	ارزش دلاری صادرات
۱۳۸۴	۷۶,۸۴۵,۰۵۸,۹۰۴	۸,۵۰۷,۳۰۰
۱۳۸۸	۲۰۴,۲۳۳,۰۶۶,۹۶۵	۲۰,۶۲۷,۰۱۵
۱۳۹۰	۳۱۳,۱۵۴,۱۱۷,۹۳۰	۲۸,۰۹۱,۱۸۴
۱۳۹۳	۲۶۳,۶۷۴,۴۰۴,۳۹۱	۹,۸۵۷,۶۰۴

به‌طور میانگین ارزش ریالی صادرات محصولات فرهنگی در این سال‌ها، در حدود ۲۰ میلیارد تومان در سال است که در مقایسه با ارزش اسمی سرمایه در گردش نشر کتاب (اگر ۷۰۰ میلیارد تومان فرض شود) خیلی ناچیز است. این در حالی است که سهم ارزش ریالی صادرات کتاب نسبت به سایر اقلام و کالاهای فرهنگی نمی‌تواند سهم بالایی باشد. بنابراین ارزش ریالی صادرات کتاب نسبت به سرمایه در گردش نشر کتاب عدد قابل توجهی نیست.

نمودار شماره ۵. ارزش ریالی مقایسه‌ای صادرات کتاب و سایر



نمودار شماره ۶. ارزش دلاری مقایسه‌ای صادرات کتاب و سایر



بررسی جداول و نمودارها نشان می‌دهد درحالی‌که از سال ۹۰ با افزایش نرخ ارز و کاهش ۳۰۰ درصدی ارزش ریال شرایط برای صادرات محصولات مناسب‌تر شده است، اما صادرات روند نزولی دارد. دلیل آن نیازمند اطلاعات دقیق‌تری از بازار هدف و نوع محصولات و البته تأثیر تدریجی تحریم‌هاست که در این زمینه اطلاعات لازم در دست نیست. مقایسه این نمودار با نمودار وضعیت صادرات کل کشور به خوبی نشان می‌دهد که صادرات محصولات فرهنگی هم تاحدی تابعی از وضعیت کلی صادرات کشور در این سال‌ها بوده است.

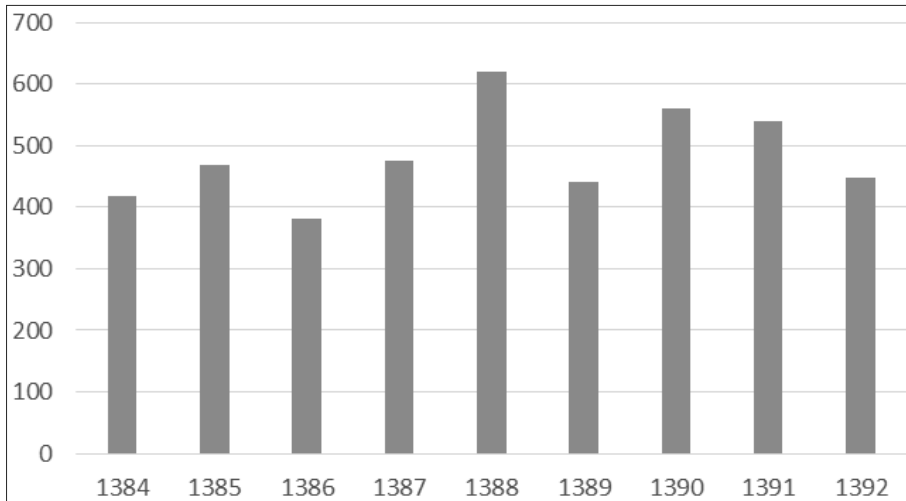
جدول شماره ۲۱. مقایسه وضعیت صادرات کل کشور در سال‌های ۸۴ تا ۹۲

۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴	(واحد دلار در تن)
۴۴۸	۵۴۰	۵۶۰	۴۴۰	۶۲۱	۴۷۶	۳۸۲	۴۶۸	۴۱۹/۲	ارزش واحد صادرات

درصد رشد نسبت به دور قبل

۱۳/۸۴	-۷/۱	۲۷/۲۷	-۲۹/۱۴	۳۰/۴	-۱/۲۴	۲/۹	۱۱/۶	۱۰/۶
-------	------	-------	--------	------	-------	-----	------	------

نمودار شماره ۷. مقایسه ارزش واحد صادرات



در سال ۹۳ ارزش ریالی صادرات فرهنگی کتاب و سایر در حدود ۲۷ و در سال ۹۰ در حدود ۳۰ میلیارد تومان بوده است. این رقم در عین اینکه قابل توجه است اما به معنای صادرات محض کتاب نیست. سهم کتاب در این ارقام چقدر است به اطلاعات و بررسی دقیق تری نیاز است. اما در فرض اینکه این ارقام به کتاب اختصاص دارد، مقایسه آن با گردش مالی نشر در این سالها که واقع بینانه در حدود ۷۰۰ میلیارد تومان است، چیزی در حدود ۵ درصد است.

## ۲. نتیجه ارزیابی توسعه نشر بین الملل

باتوجه به اهداف مورد نظر در بخش توسعه نشر بین الملل می توان نتایج ارزیابی این مطالعه موردی را در جدول زیر خلاصه کرد:

## جدول شماره ۲۲. ارزیابی نهایی توسعه نشر بین‌الملل

هدف	ارزیابی از حیث اثربخشی	ارزیابی از حیث عدالت فرهنگی
۱ شناساندن فرهنگ مکتوب ایران به جهان	نمایشگاه‌های کتاب خارجی	بیشتر دولت‌محور و رسمی بوده است و ناشران خصوصی در ذیل آن فعالیت داشته‌اند. شناسایی در صرف حضور معنا دارد.
	ترجمه و انتشار کتاب	رویکرد دولت‌محور نیست و مجال برای ناشران و همه آن‌ها نبوده است.
	صادرات کتاب	تاکنون در حد برخی ناشران است و همه ناشران تاکنون استقبال نکرده‌اند و سازوکار آن عادلانه نیست، زیرا مستقیم است.
۲ کمک به ورود و حضور صنعت نشر ایران در بازارهای جهانی	نمایشگاه‌های کتاب خارجی	در حد رسمی و دولتی صورت گرفته است اما درمورد تأثیر عملی آن به ورود و حضور همه کتاب‌ها در بازارهای جهانی از جنبه بخش خصوصی اطلاعات کافی وجود ندارد. در این‌گونه فعالیت‌ها، عرضه به تقاضا ترجیح داده شده که فاقد صرفه اقتصادی است.
	ترجمه و انتشار کتاب	در حد رسمی و دولتی صورت گرفته است اما درمورد تأثیر عملی آن به ورود و حضور همه کتاب‌ها در بازارهای جهانی از جنبه بخش خصوصی اطلاعات کافی وجود ندارد. در این‌گونه فعالیت‌ها، عرضه به تقاضا ترجیح داده شده که فاقد صرفه اقتصادی است.
۳ کمک به توسعه صادرات فرهنگی کشور	صادرات کتاب	در حد رسمی و دولتی صورت گرفته است اما درمورد تأثیر عملی آن به ورود و حضور همه کتاب‌ها در بازارهای جهانی از جنبه بخش خصوصی اطلاعات کافی وجود ندارد. در این‌گونه فعالیت‌ها، عرضه به تقاضا ترجیح داده شده که فاقد صرفه اقتصادی است.
	ترجمه و انتشار کتاب	در حد رسمی و دولتی صورت گرفته است اما درمورد تأثیر عملی آن به ورود و حضور همه کتاب‌ها در بازارهای جهانی از جنبه بخش خصوصی اطلاعات کافی وجود ندارد. در این‌گونه فعالیت‌ها، عرضه به تقاضا ترجیح داده شده که فاقد صرفه اقتصادی است.
۴ کمک به توسعه صادرات فرهنگی کشور	صادرات کتاب	در حد رسمی و دولتی صورت گرفته است اما درمورد تأثیر عملی آن به ورود و حضور همه کتاب‌ها در بازارهای جهانی از جنبه بخش خصوصی اطلاعات کافی وجود ندارد. در این‌گونه فعالیت‌ها، عرضه به تقاضا ترجیح داده شده که فاقد صرفه اقتصادی است.
	ترجمه و انتشار کتاب	در حد رسمی و دولتی صورت گرفته است اما درمورد تأثیر عملی آن به ورود و حضور همه کتاب‌ها در بازارهای جهانی از جنبه بخش خصوصی اطلاعات کافی وجود ندارد. در این‌گونه فعالیت‌ها، عرضه به تقاضا ترجیح داده شده که فاقد صرفه اقتصادی است.

## ادامه جدول شماره ۲۲. ارزیابی نهایی توسعه نشر بین الملل

هدف	ارزیابی از حیث اثربخشی	ارزیابی از حیث عدالت فرهنگی
کمک به حرفه‌ای و تخصصی کردن نشر کشور در هماهنگی با جریان جهانی نشر کتاب	نمایشگاه‌های کتاب خارجی	گردش و چرخش دانش و تجربه حاصل شده در مؤسسه نمایشگاه‌ها محصور مانده و نشر بهره کمی از آن برده است.
۴	ترجمه و انتشار کتاب	روابط و مناسبات صادرات متعارف تابعی از نیازسنجی و امکان‌سنجی ناشران و کارگزاران صادراتی بوده، نه حمایت و کمک و برنامه‌ریزی دولت.
۵	نمایشگاه‌های کتاب خارجی	عادلانه نیست زیرا همه ناشران از چنین امکانی بهره نمی‌برند، مگر ناشران خاص و معدود.
کمک به ایجاد اشتغال مانا برای پدیدآورندگان آثار ایرانی	ترجمه و انتشار کتاب	به دلیل فقدان بازخورد مثبت اصل رعایت عدالت منتفی است.
۶	نمایشگاه‌های کتاب خارجی	در شرایط موجود ارزیابی مقدور نیست.
کمک به دریافت ویژگی‌های فرهنگی جهان توسط پدیدآورندگان ایرانی در زمینه کتاب و نشر	ترجمه و انتشار کتاب	در شرایط موجود ارزیابی مقدور نیست.
۶	نمایشگاه‌های کتاب خارجی	چنین هدفی اجرایی نشده مگر تماس‌ها و گفت‌وگوهای رسمی در نمایشگاه‌ها
۶	ترجمه و انتشار کتاب	چنین هدفی از طریق حمایت دولت در حدی محدود برای برخی نویسندگان محقق شده است.

از مجموع بحث‌ها و ارزیابی‌های ارائه شده می‌توان این نتیجه را استنباط کرد که:

۱. فعالیت توسعه نشر بین الملل هنوز تعریف دقیق علمی ندارد؛
۲. هدف‌گذاری برای چنین فعالیتی غیرقابل اندازه‌گیری و بیشتر اهداف کیفی است تا کمی؛
۳. اسناد بالادستی این نوع از فعالیت همچنان غیررسمی، غیرشفاف و ناآشکار است؛
۴. نظام ارزیابی و ارزشیابی برای چنین فعالیت و اهداف آن پیش‌بینی نشده و معلوم نیست که هزینه‌ها به‌درستی و در چارچوب اهداف صرف می‌شود یا خیر؟

۵. تلفیق و تجمیع این سه وظیفه در یک نهاد نتیجه مطلوبی در پی ندارد. مؤسسه به‌عنوان نهاد سیاست‌گذار باید به شیوه نظارت و ارزشیابی عمل کند؛

۶. نظام و بانک اطلاعات و گردآوری داده‌ها پراکنده و نابسامان است و فراگیر نیست و همه عوامل و موضوعات مرتبط با نشر بین‌الملل را دربر نمی‌گیرد و بیشتر متکی بر گردآوری و پردازش اطلاعات به‌شیوه دستی و متکی بر عوامل انسانی است.

### طراحی سیاست نوین توسعه نشر بین‌الملل کتاب و پیشنهادها

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به‌تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از: اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم، میزان بروکراتیک‌بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) که در جدول زیر ارائه شده است، تحلیل شاخص‌های شش‌گانه برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه‌بودن، به‌علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره‌گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات، سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بنیادی بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست‌یابند. روش نمره‌گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و کم، عادلانه بین سه وضعیت؛ عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند. در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است:

### جدول شماره ۲۳. روش نمره‌گذاری سیاست حمایت از توسعه نشر بین‌الملل از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تاحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تاحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تاحدی	غیرمستقیم
میزان بروکراتیک‌بودن			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تاحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تاحدی	فعل محور

براساس روش نمره‌گذاری شاخص‌های شش‌گانه می‌توان نتیجه سیاست حمایت از توسعه نشر بین‌الملل را به‌دست آورد:

### جدول شماره ۲۴. تحلیل برنامه‌های حمایتی مهم معاونت امور فرهنگی از منظر مسائل استراتژیک

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم یا غیر مستقیم	بروکراتیک	فناوری اطلاعات	فاعل محور یا فعل محور	جمع نمرات
توسعه نشر بین‌الملل	متوسط (۲)	ناعادلانه (۰)	مستقیم (۰)	زیاد (۰)	کم (۱)	فاعل محور (۰)	۳

#### نتیجه‌گیری

۱. با توجه به جمع نمره ۳، سیاست حمایتی توسعه نشر بین‌الملل در مرتبت تغییر ساختاری و سازمانی بنیادی جای می‌گیرد. این وظیفه که قانون برعهده دولت نهاده تاکنون دولت محور و مستقیم و فاعل محور و بروکراتیک بوده است که باید به سمت ناشر محور، غیرمستقیم، فعل محور و غیربروکراتیک سازماندهی و ساماندهی شود؛
۲. نظام گردآوری اطلاعات در حد ضعیف و متکی بر عوامل انسانی بوده است. باید این نظام در سه حوزه گردآوری فراگیر و همه‌جانبه، پردازش و تحلیل و تفسیر اطلاعات و داده‌ها به نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های هوشمند متکی باشد؛
۳. آیین‌نامه و شیوه‌نامه‌ها با رویکرد جدید باید بازتعریف شوند؛
۴. مؤسسه‌نمایشگاه‌ها و معاونت امور فرهنگی باید از نقش سه‌گانه سیاست‌گذار، مجری و ناظر بودن عقب‌نشینی کند و بر حوزه سوم یعنی نظارت و ارزشیابی، متمرکز شود و نقش‌آفرینی کند.

## فصل هشتم

---

ارزیابی سیاست حمایتی  
اعطای تسهیلات وام بانکی

---



## درآمد نظری

تأمین منابع مالی، رکن اساسی نظام تصمیم‌سازی و مدیریت بنگاه‌های اقتصادی از جمله بنگاه‌های انتشاراتی است. هرگونه فعالیت اقتصادی و تولید کالا و خدمات نیازمند منابع مالی مطلوب است. از این رو، منابع مالی را به شریان حیاتی بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های کوچک و بزرگ تشبیه کرده‌اند. هدف از تأمین مالی، سرمایه‌گذاری، سودآوری، کاهش ریسک و برطرف کردن نیازهای اقتصادی و اجتماعی بنگاه است (شجاع و شوشاد، محسن. ۱۳۹۴).

## پرسش‌های تحقیق

۱. آیا سیاست حمایتی ارائه تسهیلات بانکی به ناشران اثربخشی دارد؟
۲. آیا سیاست حمایتی ارائه تسهیلات بانکی به ناشران عادلانه است؟

## روش تحقیق

در این تحقیق به روش اسنادی و کتابخانه‌ای عمل می‌شود و تحلیل داده‌ها براساس شاخص‌های ارزیابی بررسی می‌شود.

## بررسی اهمیت و انواع تسهیلات بانکی

براساس پژوهش‌های انجام‌شده درخصوص ساختار سرمایه بنگاه‌ها که شامل سرمایه سهامداران و بدهی است، این عوامل را می‌توان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تأمین منابع مالی نامید:

- میزان دارایی‌ها و وضعیت نقدینگی شرکت‌ها؛

- سیاست‌ها و فرصت‌های رشد و توسعه اقتصادی بنگاه‌های اقتصادی و سطح تولید آن‌ها؛

- میزان نرخ بهره؛

- نوع صنعت و اندازه بنگاه؛
- ساختار مالکیت (دولتی یا خصوصی بودن)؛
- راهبرد حضور یا عدم حضور در بازارهای رقابتی داخلی یا جهانی؛
- شرایط سیاسی و اقتصادی (میزان رکود، بحران حاکم بر بنگاه، صنعت یا بازار)؛
- سطح قابل پذیرش ریسک‌های عملیاتی، تجاری و مالی و بازده مورد انتظار؛
- میزان سپرده‌های مالیاتی ناشی از نرخ بهره و معافیت‌های مالیاتی برای طرح‌های توسعه؛
- راهبرد و برنامه‌ریزی بنگاه با تأکید بر ساختار سرمایه آن (بهرام غنی‌زاد و زینب بارانی، بی‌تا).

به‌طور کلی دو نوع تأمین منابع در بنگاه‌ها وجود دارد: منابع درونی و منابع بیرونی. منابع درونی شامل افزایش سهام و سرمایه، قرض از سهامداران، عدم توزیع سود است. اما در بسیاری مواقع این افزایش سرمایه از طریق منابع داخلی تکافوی نیازهای بنگاه و حفظ یا توسعه روند تولید را نمی‌دهد و به‌ناچار از منابع خارجی مانند وام و تسهیلات بانکی، فروش سهام در بورس و مانند آن‌ها تأمین می‌شود.

بانک‌های تجاری بیشترین تعداد و تنوع وام‌های کسب‌وکارهای کوچک را ارائه می‌کنند. مالکان کسب‌وکارها، بانک‌ها را به‌عنوان اولین قرض‌دهندگان مدنظر قرار می‌دهند. بانک‌ها غالباً در فعالیت‌های اعطای وام خود محافظه‌کارانه عمل می‌کنند و ترجیح می‌دهند تا در هنگام تخصیص وام‌های خود به کسب‌وکارهای کوچک، آن‌ها را به شرکت‌های درحال فعالیت اعطا کنند تا به یک شرکت نوپای با ریسک بالا.

مسئله اصلی بانک‌ها توان بازپرداخت وام‌گیرنده است. اگرچه بانک‌ها درقبال وثیقه ملکی و اسنادی وام را پرداخت می‌کنند، اما در شرایط و وضعیت نامناسب مالی و اقتصادی، قدرت ریسک‌پذیری بانک‌ها به‌شدت کاهش یافته و فقط به مشتریان خاص و معتبر خود وام می‌دهند.

از سوی دیگر، وام‌ها را به چند دسته می‌توان تقسیم کرد:

#### ۱. وام‌های کوتاه‌مدت

وام‌های کوتاه‌مدت که برای کم‌تر از یک‌سال در نظر گرفته شده‌اند، رایج‌ترین نوع وام‌های تجاری اعطاشده به بنگاه‌های کوچک است. این وجوه نوعاً برای پرکردن حساب سرمایه در گردش برای تأمین مالی خرید موجودی بیشتر، بالا بردن برون‌داد (محصول)، تأمین مالی فروش اعتباری یا بهره‌گیری از کاهش نقدینگی به‌کار می‌رود. این وام هنگامی پرداخت می‌شود که موجودی به وجوه نقد تبدیل شود.

#### ۲. وام‌های میان‌مدت و بلندمدت:

وام‌های میان‌مدت و بلندمدت برای مدت یک‌سال یا بیشتر ارائه می‌گردد و معمولاً

در افزایش سرمایه ثابت به کار می‌رود. بانک‌ها این وام‌ها را برای راه‌اندازی و آغاز به کار یک کسب‌وکار، ساخت یک کارخانه، خرید املاک و تجهیزات و تأمین وجوه برای دیگر سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت اعطا می‌کنند. بازپرداخت این وام معمولاً ماهیانه یا فصلی تعیین می‌شود.

### ۳. خط‌های اعتباری و اعتبارات اسنادی:

یک خط اعتباری به‌منظور حفظ جریان نقدی مثبت، وجوه کوتاه‌مدتی را به شرکت ارائه می‌کند، سپس هنگامی که در مراحل بعد شرکت توانست مبالغ موردنظر را به‌دست آورد، این وام بازپرداخت می‌گردد. یک مزیت خط اعتباری این است که تا زمانی که وجه، بازپس گرفته نشود، بهره‌ای به آن تعلق نمی‌گیرد، درحالی‌که در زمان نیاز جریان نقدی این خط فوراً در دسترس واقع می‌گردد. اعتبار اسنادی نیز می‌تواند در هنگام معامله با یک توزیع‌کننده جدید که ممکن است از نظر اعتباری شرکت دارای تضمین کافی نباشد، به کار گرفته شود. در چنین زمانی بانک می‌تواند با ارائه یک اعتبار اسنادی، پرداخت به شرکت را ضمانت کند.

### ۴. وام‌دهندگان به پشتوانه دارایی (وام رهنی):

وام‌دهندگان به پشتوانه دارایی، این امکان را برای کسب‌وکارهای کوچک فراهم می‌سازند تا وجوهی را از طریق وثیقه گذاردن دارایی‌های بعضاً بیکار خود (حساب‌های دریافتی، موجودی‌ها، تجهیزات ثابت و...) قرض بگیرند. حتی شرکت‌های غیرسود ده که صورت‌های مالی آن‌ها نمی‌تواند متصدیان وام را برای پرداخت وام‌های رایج متقاعد کند، می‌توانند وام‌های با پشتوانه دارایی را دریافت کنند. چنین شرکت‌هایی که جریان نقدی ضعیف دارند اما از لحاظ دارایی غنی هستند از این طریق می‌توانند از دارایی‌های نابه‌رور خود برای تأمین مالی توسعه شرکت یا عبور از بحران‌های مالی استفاده کنند.

### ۵. اعتبار تجاری:

فروشنندگان تجهیزات از طریق ارائه تسهیلات خرید، مالکان کسب‌وکارها را تشویق می‌کنند تا تجهیزات مورد نیاز خود را از آنان خریداری کنند. این روش تأمین مالی تا حدود زیادی مشابه اعتبار تجاری است. معمولاً فروشنندگان تجهیزات، یک شرایط اعتباری منطقی با پرداخت منصفانه که در طول عمر تجهیزات به‌طور متعادل تقسیم شده باشد را پیشنهاد می‌کنند.

### ۶. شرکت‌های تأمین مالی تجاری:

شرکت‌های تأمین مالی تجاری انواع مشابهی از وام‌های بانکی را در اختیار می‌گذارند و معمولاً ریسک بیشتری را نیز نسبت به رقیبان محافظه‌کارشان، در پرتفوی وام‌هایشان تقبل می‌کنند. این شرکت‌ها معمولاً گزینه‌های اعتباری بسیاری را همانند بانک‌های تجاری

پیشنهاد می‌کنند، با وجود این به دلیل اینکه وام‌های آن‌ها در بردارنده ریسک بیشتری است، شرکت‌های تأمین مالی تجاری نرخ بهره بیشتری را نسبت به بانک‌های تجاری درخواست می‌کنند.

۷. مؤسسات وام و پس‌انداز:

تخصص مؤسسات وام و پس‌انداز در ارائه وام‌هایی برای دارایی‌های واقعی است. علاوه بر نقش سنتی آن‌ها در ارائه وام‌های رهنی برای مسکن، این مؤسسات منابع مالی را برای دارایی‌های تجاری و صنعتی نیز ارائه می‌کنند. در یک وام نوعی تجاری یا صنعتی، مؤسسات وام و پس‌انداز تا ۸۰ درصد از ارزش دارایی را با برنامه زمانی بازپرداخت تا ۳۰ سال قرض خواهند داد.

۸. کارگزاری‌ها:

در برخی کشورها کارگزاری‌ها نیز در زمره شرکت‌های وام‌دهنده جای می‌گیرند و بسیاری از آن‌ها وام‌هایی را با نرخ‌های کم‌تر از نرخ بهره بانکی به مشتریانشان ارائه می‌دهند. این وام‌های پوششی، نرخ‌های بهره کم‌تری دارند، چراکه از پشتیبانی وثیقه‌هایی - سهام و اوراق قرضه موجود در پرتفولیوی مشتری - برخوردار بودند که با کیفیت و با توان نقدشوندگی بالا هستند. نرخ بهره تعیین شده بستگی به نرخ‌ی دارد که کارگزار خود برای وام‌گرفتن آن مبالغ پرداخته است.

۹. شرکت‌های بیمه:

در دیگر کشورها برای بسیاری از کارآفرینان، شرکت‌های بیمه عمر می‌توانند منبع مهم دستیابی به سرمایه کسب‌وکار تلقی شوند. شرکت‌های بیمه دو نوع اساسی وام را ارائه می‌کنند. وام‌های بیمه‌نامه‌ای و وام‌های رهنی. وام‌های بیمه‌نامه‌ای بر پایه مبالغی ایجاد شده است که از طریق حق بیمه پرداخت می‌شود. این وام‌ها توسط بهترین نوع وثیقه‌ها تضمین می‌شوند (پول نقدی که مالک کسب‌وکار قبلاً و از طریق حق بیمه پرداخته است). اساساً شرکت بیمه پول شخص کارآفرین را به خود او قرض می‌دهد و به دلیل آنکه قاعدتاً با هیچ ریسک نکولی مواجه نمی‌شود، این وام‌ها در نرخ بهره‌های مطلوب ارائه می‌شوند. شرکت‌های بیمه همچنین وام‌های رهنی بلندمدتی را برای خرید دارایی‌های واقعی ارائه کرده‌اند. این نوع وام‌ها بر پایه ارزش دارایی واقعی خریداری شده، قرار گرفته‌اند. شرکت‌های بیمه تا ۷۵ یا ۸۰ درصد از ارزش املاک و مستغلات را پوشش می‌دهند و به شرکت اجازه می‌دهند تا جدول زمانی بازپرداخت بیش از ۲۵ یا ۳۰ سال را بر عهده گیرد.

۱۰. اتحادیه‌های اعتباری:

اتحادیه‌های اعتباری که تحت مالکیت اعضای خود قرار دارند، شناخته‌شده‌ترین مؤسسات برای ارائه وام‌های مصرفی و خودرو به‌شمار می‌روند. با وجود این اکنون بسیاری از آن‌ها

خواهان آن هستند که جوهری را برای راه‌اندازی کسب‌وکارها به اعضای خود قرض دهند. اتحادیه‌های اعتباری وام خود را به هر شخصی ارائه نمی‌دهند، بلکه به‌منظور واجدالشرایط شدن برای دریافت وام، یک کارآفرین باید به‌عضویت یک اتحادیه اعتباری درآید.

#### ۱۱. اوراق قرضه:

اوراق قرضه غالباً به‌عنوان منبع شناخته‌شده تأمین مالی برای شرکت‌های بزرگ محسوب می‌شوند. گرچه کسب‌وکارهای کوچک‌تر کاندیدای مناسبی برای صدور اوراق قرضه نیستند، باوجود این برخی از شرکت‌های کوچک هنگامی که با پاسخ منفی دیگر قرض‌دهندگان مواجه می‌شوند، اوراق قرضه را منبعی مناسب برای تأمین وجوه مورد نیاز خود تلقی می‌کنند.

#### ۱۲. عرضه‌های خصوصی:

فرایندی است که طی آن شرکت برای استقراض و صدور اسناد تعهدآور تنها به معدودی از وام‌دهندگان معمولاً شرکت‌های بیمه یا صندوق‌های بازنشستگی، روی می‌آورد و استقراض از طریق انتشار عام اوراق انجام نمی‌گیرد. بدهی عرضه خصوصی پیوندی است میان یک وام معمولی و اوراق قرضه، چرا که به‌صورت بالذات یک اوراق قرضه محسوب می‌شود، اما شرایط آن مانند وام به نیازهای فردی قرض‌گیرنده بستگی دارد. اوراق بهاداری که به عرضه خصوصی تبدیل شده است، چندین مزیت را نسبت به وام‌های عادی بانکی داراست که ازجمله آن‌ها می‌توان به نرخ بهره ثابت، سررسید بلندمدت‌تر، محدودیت‌های کم‌تر و نهایتاً ریسک‌پذیری بیشتر سرمایه‌گذاران خصوصی اشاره کرد.

#### ۱۳. کمک‌های دولتی:

در بسیاری از کشورها، دولت‌ها برای کمک به کارآفرینان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا یا در حال رشدشان، تسهیلاتی را با نرخ بهره پایین یا بازپرداخت بلندمدت اعطا می‌کنند. بنا به مقتضیات مکانی، در این بخش به سازمان‌ها و نهادهای گوناگونی که در ایران، گزینه‌هایی از این نوع منابع مالی را در اختیار کارآفرینان می‌گذارند، اشاره می‌شود.

۱. صندوق حمایت از فرصت‌های شغلی؛

۲. صندوق تعاون کشور؛

۳. دفتر همکاری‌های ریاست جمهوری؛

۴. بانک کشاورزی؛

۵. سازمان همیاری اشتغال جهاد دانشگاهی؛

۶. سازمان صنایع کوچک؛

۷. سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران؛

۸. شرکت شهرک‌های صنعتی ایران؛
۹. سازمان ملی جوانان؛
۱۰. وزارت صنایع؛
۱۱. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی؛
۱۲. منابع تأمین مالی از طریق سرمایه (حقوق صاحبان سهام) (همان؛ ۶۱).

## تجربه جهانی

از یافته‌های تحقیقی در زمینه گرایش و تمایل بنگاه‌های کشورها به تأمین منابع مالی برحسب اندازه آن‌ها نتایج زیر حاصل شد.

۱. سود انباشته مهم‌ترین منبع تأمین مالی همه کشورهاست؛
۲. شرکت‌ها برای تأمین مالی از بازار اوراق بهادار زیاد استفاده نکرده‌اند؛
۳. بانک‌ها مهم‌ترین منبع خارجی تأمین مالی در همه کشورها، به‌ویژه در قاره اروپا و ژاپن هستند؛

۴. بین تأمین مالی از طریق استفاده از سود انباشته و اعتبارات بانکی ارتباط معنی‌دار منفی وجود دارد. به عبارت دیگر هر قدر سود انباشته شرکت وضع مطلوبی داشته باشد، تمایل به کسب منابع بانکی کاهش می‌یابد؛

۵. در دوره بعد از جنگ جهانی از اهمیت بازارهای اوراق بهادار کاسته شده و بر اهمیت اعتبارات تجاری افزوده شده است؛

۶. شرکت‌های کوچک و متوسط نسبت به شرکت‌های بزرگ از منابع خارجی تأمین مالی بیشتر استفاده کرده و همچنین بیشتر از بانک‌های تجاری استفاده و کم‌تر از بازار اوراق بهادار تأمین مالی می‌کنند.

تأمین مالی از بانک در بیشتر کشورها به‌خصوص فرانسه و ژاپن از اهمیت نسبی برخوردار است. تأمین مالی از طریق اوراق قرضه در کشور آمریکا و کانادا منبع مهمی محسوب می‌شود. تأمین مالی از طریق حقوق صاحبان سهام ناچیز است.

نتایج اصلی این مطالعه به‌صورت موارد زیر خلاصه می‌شود:

در کشورهای در حال توسعه بیشتر شرکت‌ها در تأمین مالی از منابع خارجی استفاده می‌کنند. شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه برای افزایش خالص دارایی‌هایشان، بیشتر از انتشار سهام جدید استفاده می‌کنند. (علی رجب‌زاده و دیگران؛ ۱۳۸۵).

براساس این تحقیق استفاده از منابع بانکی یکی از شاخص‌های کشورهای توسعه‌یافته است. در واقع نقش و کارکرد اصلی بانک‌ها تأمین منابع مالی بنگاه‌ها به‌خصوص بنگاه‌های در اندازه کوچک و متوسط است.

## ملاحظه‌ای درباره‌ی تعریف وام بانکی

بنا بر ضرورت این تحقیق، ارائه تسهیلات وام بانکی، تسهیلاتی است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اجرا و اعطای آن به ناشران امتیازها و کمک‌هایی را فراهم یا تأمین می‌کند. بنابراین تسهیلات متعارف وام بانکی که بنگاه‌ها می‌توانند از بانک‌ها اخذ کنند؛ در این جا مورد نظر نیست. براین اساس، فایده و زیان اعطای تسهیلات بانکی از منظر وزارت ارشاد است نه وام‌گیرنده یا وام‌دهنده متعارف.

### سابقه

از اواخر دهه ۷۰ برای چند سالی معاونت امور فرهنگی با همکاری بانک رفاه کارگران، به‌منظور کمک به ناشران برای خرید مکان دفتر انتشاراتی و کتابفروشی اقدام به ارائه تسهیلات وام بانکی با بهره کم‌تر از شرایط متعارف (حدود ۱۴ درصد) کرد. از این منبع برخی ناشران استفاده کرده و در قالب اجاره به‌شرط تملیک توانستند مکان‌هایی را برای دفتر نشر یا کتابفروشی خریداری کنند.

جدول شماره ۱. روند تغییرات در تأسیس کتابفروشی‌های کشور از ابتدا تا ۱۳۸۲

تعداد کل	تا ۱۳۵۰	۵۱ تا ۶۰	۶۱ تا ۷۰	۷۱ تا ۷۵	۷۶ تا ۸۲
۳۶۶۳	۳۱۲	۴۷۳	۱۰۰۶	۸۸۱	۹۹۱

(منبع: نشریه جهان کتاب، شماره ۱۷۷، دی ۱۳۸۲)

بنابر مفاد جدول شماره ۱، در سال دوره اعطای وام و کمک به توسعه مکان‌های اداری و کتابفروشی در سراسر کشور از سال ۷۵ تا ۸۲، در حدود ۱۱۰ واحد کتابفروشی افزایش پیدا کرده است.

درمورد سوابق این طرح اطلاعات دقیقی در معاونت امور فرهنگی و دیگر منابع وجود ندارد و از سال ۸۴ به‌بعد هم معاونان امور فرهنگی چندان تمایلی به این روش حمایتی نداشته‌اند. به‌همین دلایل اطلاعات و آماری در این زمینه وجود ندارد و دلایل عدم توجه و کاربست این روش معلوم نیست. به‌همین دلیل رویکرد این ارزیابی بیشتر کیفی است تا کمی و مشابه سایر ارزیابی‌های این تحقیق.

در سال‌های اواخر دهه ۸۰ نیز بنا بر اظهارات ناشران معاونت امور فرهنگی وام کم‌بهره‌ای را برای ناشران توسط بانک رفاه فراهم و ناشرانی را نیز معرفی کرده است. اما میزان و نوع ناشران معرفی و اعلام نشدند که همین امر موجب انتقاد برخی ناشران شد.

رضا حاجی‌آبادی مدیر انتشارات هزار ققنوس در گفت‌وگویی که با خبرنگار مهر داشت، گفت: در دولت آقای احمدی‌نژاد برای گرفتن وام ۱۶ درصدی راضی نشدیم و قرار شد با دادن بخشی از هزینه کار، آن وام ۹ درصدی شود. اما آن را هم یکسری از ناشران دریافت کردند. (خبرگزاری مهر، ۹۳/۶/۱)

در سال ۹۳ مشاور علمی، فرهنگی و مدیریتی معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از اعطای وام یک تا دو میلیارد ریالی (۱۰۰ تا ۲۰۰ میلیون تومانی) به ناشران خبرداد و گفت: از این پس فعالان این صنعت می‌توانند از این صندوق تسهیلات دریافت کنند. سقف این تسهیلات که به‌منظور اجرای طرح توسعه ناشران با کارگزاری بانک صادرات صورت گرفته بود، برای هر متقاضی (که سقف آن ۸۰۰ متقاضی پیش‌بینی شده بود) یک تا دو میلیارد ریال برنامه‌ریزی شده بود. (ایرنا، ۹۳/۶/۱) اما به دو دلیل ظاهراً موفق نبود. اولاً سال‌های نخست دهه ۹۰ سال‌های رکود نشر بود که تزریق سرمایه نمی‌توانست مشکل رکود و تا حدی بحران نشر را برطرف سازد.

ثانیاً بهره وام ۲۴ درصد و بازه زمانی آن یک‌سال اعلام شده بود، نمی‌توانست برای ناشران مزیتی داشته و مشکل‌گشا باشد، زیرا درصد بهره با بهره بانکی متعارف بانک‌ها تفاوت چشمگیری نداشت. بهره بانکی زمانی می‌توانست تشویقی محسوب شود که از سود خالص متعارف نشر کم‌تر باشد. سود خالص متعارف نشر بنا بر اظهارات ناشران در مصاحبه با محقق این تحقیق کم‌تر از ۱۰ درصد است. سود ۲۴ درصد در یک‌سال به‌معنای آن است که ناشر باید در حدود ۳۴ درصد سود خالص داشته باشد تا هم اصل و فرع وام را بازگرداند و هم حاشیه سودی حداقل در حدود ۱۰ درصد کسب کند که چنین سرمایه‌گذاری در واقعیت نشر امروز خوش‌بینانه و ناممکن است مگر اینکه این وام‌ها در کسب‌وکارهایی مانند بساز و بفروشی سرمایه‌گذاری شود.

در مورد بازخورد این اقدام خبرگزاری مهر در گزارشی می‌نویسد: (۹۳/۶/۱)

علی جواهری مدیر انتشارات مجید گفت: ما یک‌سال است که برای گرفتن این وام تقاضا دادیم، اما هیچ خبری نشده است... ظاهراً همیشه یک فهرست وجود دارد که درباره اشخاص و ناشرانی است که درباره‌شان تصمیم‌گیری نشده و همین فهرست باعث می‌شود که دیگران همیشه در نوبت باقی بمانند.

وی افزود: بالاخره نقدینگی در حساب ما ناشران مهم است. من برای این وام، به‌اندازه کافی معطل شده‌ام و چون موعد پرداختنش یک‌ساله است، شاید از دریافتنش انصراف بدهم. یعنی اگر روزی خبرم کنند که دارای شرایط گرفتن این وام هستیم، از دریافتش انصراف می‌دهم چون به‌کار من نمی‌آید. یعنی وامی با ۲۴ درصد و مهلت پرداخت یک‌ساله، مشکلاتم را بیشتر می‌کند. در ضمن حدود ۵ یا ۶ بار برای گرفتنش مراجعه کردم و دیگر



انگیزه‌ای برای گرفتنش ندارم.

رضا حاجی‌آبادی مدیر انتشارات هزار ققنوس نیز درباره این وام گفت: اگر قرار باشد وامی با چنین شرایطی بگیریم، هیچ کمکی به بهبود شرایطمان نخواهد شد. چون اگر بخواهیم چنین وامی بگیریم، می‌توانیم آن را از بانک‌های خصوصی بگیریم و در مجموع، دادن چنین وامی هنر نیست. در دولت آقای احمدی‌نژاد برای گرفتن وام ۱۶ درصدی راضی نشدیم و قرار شد با دادن بخشی از هزینه کار، آن وام ۹ درصدی شود. اما آن را هم یک‌سری از ناشران دریافت کردند. ما از وام ۱۶ درصدی استقبال نکردیم، چه برسد به وام ۲۴ درصدی. مگر اینکه ناشران قصد کنند این وام ۲۴ درصدی را بگیرند که در این صورت باید کار نشر را رها کرده و به دلالتی پردازند.

حاجی‌آبادی گفت: چند باری که برای گرفتن این گونه وام‌ها اقدام کردم، به سراغم آمدند و گفتند مشمول گرفتن وام هستی. در آن زمان هم برای وام بانک صادرات اقدام کردم و هم صندوق توسعه ملی ولی کار به جایی نرسید. درباره این وام هم بعید می‌دانم سرانجامی داشته باشد ولی در هر صورت آن را دریافت نخواهم کرد.

علی‌اکبر تورانیان مدیر انتشارات شهرآب نیز در همین راستا گفت: اگر بخواهیم برای نشر کاری اساسی انجام بدهیم، اعطای وام ۲۴ درصدی برای تولید، اصلاً قابل توجه نیست. من پیش‌تر هم به دوستان گفتم که تصور کنید یک تولیدکننده بخواهد کارش را با وامی ۲۴ درصدی با یک‌سال مهلت پرداخت، ادامه بدهد. خب طبیعی است که از همان ماه اول باید قسط بدهد. اگر هر کاری را در زمینه تولید بخواهد انجام بدهد، با سرعت مطلوب هم یک‌سال به‌طول خواهد انجامید. پس چگونه می‌تواند هزینه‌هایش را به‌علاوه قسط چنین وامی پرداخت کند؟

وی گفت: بنابراین چنین وامی به ناشر کمک نکرده و بدتر، باری را به دوش او خواهد گذاشت. ندادن اقساط وام هم جرم سنگینی است و این ۲۴ درصد در واقع برای یک ناشر تبدیل به ۳۰ درصد خواهد شد. بنابراین کار قابل دفاعی نیست. صحبت اصلی این است که یک چنین وامی، باید وامی در جهت تولید باشد یعنی وام‌های تکریمی؛ آن‌هم در جایی که بحث کتاب در میان است. چون فرایند تولید کتاب سنگین و زمان‌بر است. یک کتاب علاوه بر تولیدش، ماه‌ها و شاید چند سال طول بکشد که به فروش برود و هزینه‌اش برگردد.

مدیر نشر شهرآب ادامه داد: بنابراین چنین وامی بیشتر به کار کسانی می‌آید که می‌خواهند کار واسطه‌گری یا دلالتی کنند. دادن این وام هیچ‌گونه کمکی به نشر کشور نمی‌کند و هر ناشری هم که آلوده دریافت آن شود، باری به دوشش اضافه خواهد شد. سعی کنیم به نشر و تولید کتاب، به چشم واقعی نگاه کنیم یعنی تسهیلاتی مانند تسهیلاتی

که برای شکوفایی کشاورزی کشور اعطا می‌کنیم، برای آن در نظر بگیریم. تورانیان گفت: خبر اعطای چنین وامی، نه تنها ناشران را خوشحال نمی‌کند، بلکه موجب ناراحتی آن‌ها هم خواهد شد و مطرح کردنش هم به دلیل اینکه بحثی غیر کارشناسی است، جای تأسف دارد.

### ارزیابی دیدگاه ناشران درباره فواید و مضرات تسهیلات بانکی

در گفت‌وگوی حضوری با ناشرانی چون مرکز، چشمه، نی، ثالث، کویر و... دو دیدگاه مشهود است که البته تأیید و حمایت از تجربه مثبت وام بانکی در اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ برجسته بود. از این منظر ناشران معتقدند که وام بانکی موجب افزایش قدرت مالی ناشران برای توسعه کسب‌وکار خود به خصوص کتابفروشی و توسعه و پتیرین کتاب در شهرها می‌شود. عمده دلیل مثبت بودن اعطای تسهیلات را به کار بستن سرمایه جدید برای تأسیس کتابفروشی‌های بزرگ می‌دانستند که در شهرهایی مانند تهران بیش از کتابفروشی‌های کوچک تلقی می‌کنند.

برخی دیگر از ناشران باتوجه به روش‌های قبلی و تجربه پیشین ارائه تسهیلات به ناشران معتقدند روش بروکراتیک و اداری روشی تبعیض‌آمیز بوده و ناشرانی که ارتباطات خوبی با مدیران حوزه کتاب دارند، نفع بیشتری از این یارانه فرهنگی می‌برند. از سوی دیگر، احتمال می‌دهند این وام‌های کم‌بهره به مواردی غیر از نشر و کتاب صرف شود.

### فواید و مزیت‌های اعطای وام کم‌بهره به ناشران

۱. وام بانکی یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی و بانک رکن توسعه مالی و اقتصادی است. هر قدر حوزه اقتصادی یا صنعتی یا خدماتی با بانک‌ها دادوستد و مناسبات و روابط گسترده‌تری داشته باشند، بیانگر توسعه و پیشرفت آن است. اگرچه روابط صنعت نشر در ایران با بانک‌ها فعال و گسترده است و بدون آن تداوم و استمرار کسب‌وکار و تولید نشر دچار مشکلاتی عدیده می‌شده است، اما به این روابط و مناسبات کم‌تر به‌عنوان ابزار حمایتی خاص فرهنگی پرداخته شده و در خلال زمان‌ها و دوران گذشته به‌صورت پایدار و نظام‌مند به آن توجه نشده است. بانک‌ها یک رکن توسعه اقتصادی و رشد محسوب می‌شوند و از این نظر برای توسعه‌یافتگی نشر باید روابط و مناسبات و سازوکارهای بانک و صنعت نشر را توسعه و تقویت کرد. صرف‌نظر مناسبات و روابط متعارف نشر به‌مثابه یک کسب‌وکار با بانک در مورد ظرفیت‌های حمایتی خاص و یارانه‌های بانک‌ها در تعامل با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به‌خصوص معاونت امور فرهنگی باید از نقش افرون‌تر و گسترده‌تر بانک‌ها در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری حمایتی نشر بهره گرفت.

۲. وام بانکی برخلاف یارانه‌هایی مانند خرید کتاب، به‌جای کمک به محصول کمک به فرایند تولید کتاب است. در یارانه‌هایی مانند خرید کتاب، نوع حمایتی نقطه‌ای و حمایت از نقطه تولید و محصول نهایی یعنی کتاب است. در حالی که در یارانه‌هایی مانند تسهیلات بانکی یارانه به فرایند و خط تولید تعلق دارد و نقطه خاصی مدنظر نیست، مگر نتیجه کار که تولید کتاب است. مبنا و معیار در خرید کتاب شمارگان و ارزش متن کتاب است. اما در وام بانکی مبنا و شاخص‌های دیگری هم مانند اندازه سازمان و حرفه‌ای بودن مدیریت سازمان یا نشر و ظرفیت‌های آن هم موضوعیت دارند.

۳. وام بانکی بنا بر طبیعت ذاتی‌اش به کیفیت و ارزش‌گذاری اثر و کتاب منوط و مشروط نیست و بیشتر متکی بر ارزیابی کمی سرمایه و دارایی ثابت و در گردش سازمان نشر است. به‌همین دلیل امکان برنامه‌ریزی آن به‌روش غیربروکراتیک و اداری میسر است و نیازمند داوری و کارشناسی کیفی و ممیزی متن کتاب نیست و می‌تواند در چارچوب و تعاریف و ملاک‌های متعارف بانکی صورت گیرد بدون آنکه معاونت امور فرهنگی بخواهد دخالت مستقیم کند.

۴. وام بانکی به‌دلیل افزایش سرمایه کلان بیشتر جذب کالاهای سرمایه‌ای مانند ملک یا سازمان تولید می‌شود تا کالاهای مصرفی. در تسهیلات وام بانکی هدف نهایی تقویت قدرت مالی و سرمایه‌ای و دارایی‌های ثابت نشر است. به‌عبارت دیگر، تسهیلات بانکی می‌تواند مشروط به خرید دفتر نشر یا کتابفروشی باشد یا بسته محصولات (مجموعه‌ای از کتاب‌ها) باشد. در یارانه‌هایی مانند خرید کتاب، به سرمایه و سازمان و حرفه‌ای بودن یا نبودن توجهی نمی‌شود و در واقع آن‌ها ملاک داوری و ارزش‌گذاری نیستند. به‌همین دلیل هم از ناشر مؤلف همان‌گونه خرید می‌شود که از یک ناشر حرفه‌ای با قدمت ده‌ها سال سابقه و برخوردار از سازمان و نهاد حرفه‌ای.

۵. وام بانکی برخلاف یارانه‌های مستقیم می‌تواند یارانه غیرمستقیم و غیربروکراتیک محسوب شود و از گزند تغییر و تحولات مدیران و کارشناسان کم‌تر مصون بماند. در صورت تنظیم و تدوین آیین‌نامه شفاف و روشن، معاونت امور فرهنگی می‌تواند ضوابط و شرایط و قواعد اعطای وام بانکی را تصویب و به بانک‌های عامل اعلام و ابلاغ کند، و خود در مسیر صفر تا صد این فرایند هیچ نقشی نداشته باشد مگر نقش نظارت و ارزشیابی و بررسی خطاها و شناسایی انحرافات به‌منظور اصلاح روش‌ها و قواعد. در واقع نقش معاونت امور فرهنگی و وزارت ارشاد در مورد تسهیلات وام کم‌بهره به ناشران همانند نقش بانک مرکزی است که ضوابط و قواعد را تعیین و ابلاغ می‌کند و بر اجرای آن نظارت می‌کند. اما در صورتی که معاونت امور فرهنگی همانند تجربیات پیشین خود را هم سیاست‌گذار، هم مجری و هم داور و هم ناظر بداند، در این صورت این یارانه هم گرفتار همان مسائل و معضلات گذشته

می‌شود و موجب انتقادهایی خواهد شد، زیرا در این صورت معاونت امور فرهنگی به‌ناچار باید به انتخاب و گزینش دست زند که این خود موجب تبعیض و بی‌عدالتی خواهد شد و به گسترده‌شدن نظام بورکراسی و اعمال سلیقه‌های کارشناسی و مدیران می‌انجامد.

۶. وام بانکی برخلاف یارانه‌های مستقیم، اگر اصولی طراحی شود، بیشتر به فعل ناشران تعلق می‌گیرد تا فاعل. هر قدر عملکرد ناشران بیشتر باشد از امتیاز و بهره بیشتری از وام برخوردار می‌شوند، زیرا میزان اعطای تسهیلات به میزان تولید کتاب ناشران در سال‌های گذشته متکی است. در واقع، در این روش، قدرت چانه‌زنی و ارتباطات شخصی میان ناشر و مدیران و کارشناسان به حداقل می‌رسد و ملاک‌های ارتباطی جای خود را به ملاک‌های عینی و قابل اندازه‌گیری می‌دهد که توسط نرم‌افزارها هم قابل ارزیابی و سنجش است و به عوامل انسانی نیازی ندارد، ملاک‌هایی مانند تعداد عناوین، کمیت آثار از حیث صفحه، قیمت پشت جلد، شمارگان کتاب و... در این صورت ملاک کارنامه ثبت‌شده حتی از نظر ملک استیجاری و تملک، تجاری و مسکونی و تعداد کارکنان و... خواهد بود نه نوع و کم و کیف ارتباط ناشران با مدیران. در این صورت توزیع عادلانه یارانه در سراسر جغرافیای کشور هم اعمال شود. یعنی ناشری در سیستان و بلوچستان از این امتیاز برخوردار شود که ناشری در تهران و البته با رعایت تفاوت معیارها و شاخص‌های تورم و قیمت و دستمزد در محیط‌های گوناگون.

۷. مهم‌ترین مزیت وام بانکی استفاده از منابع بانکی غیرفرهنگی و مدیریت آن در جهت افزایش تولید محصولات فرهنگی یا تقویت توان مالی و نقدینگی ناشران است.

یارانه تسهیلات وام بانکی نه‌تنها از ظرفیت‌ها و امکانات سازمانی بانک‌ها در سراسر کشور برخوردار می‌شود، به‌جای توسعه و رشد سازمانی و اداری خود، بلکه از ظرفیت‌های مالی بانک در جهت توسعه نشر کشور بهره گرفته می‌شود. وزارت ارشاد با مشارکت با بانک عامل و پذیرش بخشی از بهره وام تسهیلاتی به ناشران، عملاً سرمایه بانک را هم در این زمینه به کار می‌گیرد.

۸. در تسهیلات بانکی، یارانه‌ها با ارزش افزوده و نرخ بازدهی بیشتری به کار بسته می‌شوند. به‌عبارت دیگر، پرداخت هر تومان در یارانه مستقیم حمایتی با ارزشی معادل همان مقدار صورت می‌گیرد و یک تومان یارانه خرید کتاب مابه‌ازایی معادل یک تومان خرید کتاب دارد. در حالی که یک تومان کمک به کاهش بهره وام بانکی مابه‌ازایی چند تومانی پدید می‌آورد. برای نمونه با یک میلیارد تومان یارانه فرهنگی می‌توان به همین مقدار کتاب خریداری کرد یا به همین مقدار هزینه فعالیت‌های فرهنگی حوزه کتاب را پرداخت کرد. اما همین مقدار یارانه به‌عنوان ۵۰ درصد سود بانکی برای اعطای وام ۱۴ درصدی در مدت ۵ سال، حدود ۱٫۵ میلیارد تومان نقدینگی را به حوزه نشر تزریق می‌کند. در واقع ارزش افزوده هر واحد یارانه به میزان ۵۰ درصد ارزش افزوده است. افزون بر اینکه مسائل و مشکلات اداری

و فرایند خرید و انبارداری و توزیع و... خرید کتاب را هم ندارد که اگر هزینه‌های این فرایند هم محاسبه و منظور شود، مزیت ریالی هر تومان وام بانکی ده‌ها برابر مزیت یارانه‌های مستقیم است.

## زیان‌ها

۱. وام بانکی می‌تواند مستقیماً در حوزه افزایش سرمایه و دارایی‌های ثابت نهاد نشر و تولید و افزایش کتاب آن مصرف نشود. باتوجه به تجربیات گذشته ممکن است وام بانکی کم‌بهره به حوزه‌های پردرآمدتر و پرسودتری مانند ساخت‌وساز تمایل پیدا کند. این فرایند با طراحی نظام نظارت و ارزشیابی قابل مدیریت و برنامه‌ریزی است.

۲. به‌دلیل وضع نامناسب اقتصادی بانک‌ها به‌سادگی با این روش همکاری نمی‌کنند. برخی از بانک‌ها در شرایط بد مالی خود ترجیح می‌دهند که به‌جای اینکه خود را گرفتار مشتریان کثیر و با تسهیلات کم کنند، سرمایه خود را در پروژه‌های بزرگ چندصد میلیاردی صرف کنند. نقش رایزنی بانک عامل و استفاده از ظرفیت بانک‌های بخش خصوصی در مقایسه با بانک‌های دولتی بروکراتیک و کم‌انگیزه بسیار مهم است.

۳. شرایط و مشکلات بورکراسی بانک‌ها برای اعطای وام در برخی مواقع از ارزش وام و بهره آن بیشتر است و پردردسرت‌تر است. این وضعیت که بیشتر در بانک‌های بخش دولتی حاکم است، موجب می‌شود تا ناشران با مواجه‌شدن با روابط و مناسبات سفت‌وسخت نظام دولتی و گرفتارشدن در نظام پیچیده اداری آن‌ها، کم‌تر به نتیجه مطلوب برسند و در نیمه راه به‌دلیل دردسرهای اداری از خیر وام کم‌بهره بگذرند و عطای آن را به لقاءش ببخشند.

۴. تمرکز و انحصار بانکی در یک بانک به مشکلات ناشران و اعتبارسنجی آن‌ها می‌افزاید. رقابت بانک‌ها در کسب بازارهای جدید مزیت و فرصتی است که باید از آن هم در مرحله انتخاب بانک عامل و هم در تعداد بانک‌های عامل بهره برد. شاید نباید تمامی این فرصت را در اختیار یک بانک قرار داد و از مزیت کثرت بانک‌ها در سراسر کشور باید بهره گرفت. شاید بانکی به‌همان خوبی که در تهران عمل می‌کند در شهرستان‌ها موفق نباشد. انتخاب بانک یا بانک‌های عامل نیازمند تعیین شاخص‌ها و ملاک‌هایی است.

## نتیجه ارزیابی اعطای تسهیلات وام بانکی

وام بانکی یکی از تسهیلات مترقیانه در کشورهای توسعه‌یافته است که به‌نظر می‌رسد در هر صورت مهم‌ترین منبع تأمین منابع مالی ناشران در آینده خواهد بود. در این روش کمک به تقویت بنیه مالی ناشران اگر شرایط اعطای وام به‌درستی و اصولی صورت گیرد و بانک عامل از وضعیت مطلوب‌تر و نظام بروکراتیک کم‌تری برخوردار باشد، می‌تواند جایگزین مناسبی

برای برخی یارانه‌های مستقیم و بروکراتیک باشد.

## جدول شماره ۲. ارزیابی نهایی تسهیلات وام بانکی

عدالت	اثربخشی	تسهیلات وام بانکی
باتوجه به اینکه اصل و میزان بهره‌مندی به کارنامه واقعی و عینی ناشر بستگی دارد، عادلانه است. هرچند اعطای وام در گذشته شفاف و عادلانه نبوده است.	باتوجه به پیشینه محدود آن و نیز فقدان هدف‌گذاری مشخص و مدون، بنابر کارکرد و عملکرد و نتایج آن می‌توان گفت در عمل مؤثر بوده است.	

### طراحی سیاست نوین نمایشگاه کتاب و پیشنهادها

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از:

**اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم، میزان بروکراتیک بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) که در جدول زیر ارائه شده است، تحلیل شاخص‌های شش‌گانه برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه بودن، به علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بنیادی و بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست یابند. روش نمره‌گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و کم، عادلانه بین سه وضعیت: عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند.**

در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است:

### جدول شماره ۳. روش نمره‌گذاری سیاست حمایتی اعطای تسهیلات بانکی از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تاحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تاحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تاحدی	غیرمستقیم
میزان بروکراتیک بودن			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تاحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تاحدی	فعل محور

براساس روش نمره‌گذاری شاخص‌های شش‌گانه می‌توان نتیجه سیاست حمایتی اعطای تسهیلات بانکی را به دست آورد:

### جدول شماره ۴. تحلیل برنامه‌های حمایتی اعطای تسهیلات بانکی معاونت امور فرهنگی از منظر مسائل استراتژیک

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم یا غیرمستقیم	بروکراتیک	فناوری اطلاعات	فاعل محور یا فعل محور	جمع نمرات
تسهیلات بانکی	زیاد (۲)	عادلانه (۲)	نسبتاً غیرمستقیم (۱)	متوسط (۱)	کم (۱)	فعل محور (۲)	۹

باتوجه به نمره ۹ سیاست تسهیلات بانکی از نظر راهبردی می‌تواند سیاست موفق و کارآمد و کارایی باشد. به شرط آنکه ضوابط و شرایط آن در آیین‌نامه‌ای دقیق و شفاف تدوین شود و معاونت امور فرهنگی بیشتر به نقش سیاست‌گذاری و نظارت و ارزشیابی بپردازد.

نقش نظام مدیریت اطلاعات و دانش در این زمینه بسیار اساسی و مهم است. وضعیت موجود در مورد این نوع از حمایت‌ها بسیار عقب‌مانده است. نظام و آرشو اطلاعاتی قابل موثق و حتی اولیه‌ای وجود ندارد، اما در مدیریت اطلاعات و دانش فقط نظام گردآوری اطلاعات نقش اساسی ندارد بلکه نظام پردازش و تحلیل و انتقال اطلاعات هم مهم و شاید

مهم‌تر است که طراحی نرم‌افزارهای تخصصی و داشبوردهای مدیریتی تحلیل و گزارش و حتی تفسیر اطلاعات می‌توان در این زمینه به کار بسته شود.

تغییر در فناوری		تغییر در روش		تغییر در سازمان		تغییر در هدف‌گذاری		موضوع
کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	کوتاه‌مدت	درازمدت	فازبندی
گردآوری و شناسایی اطلاعات	گردآوری و شناسایی اطلاعات	اعطای وام با نرخ بهره ۱۲ درصد	اعطای وام با نرخ بهره ۱۲ درصد	معیار کمی تولید کتاب	معیار کمی تولید کتاب	تقویت فرایند نشر	تقویت فرایند نشر	اعطای وام

وام بانکی به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه اقتصادی و بنگاهداری می‌تواند به رویکرد و ساختاری غیربروکراتیک و فعل‌محور کمک شایانی کند. این سیاست حمایتی می‌تواند به آمارهای کمی اطلاعات نشر ناشران طراحی شود و ناشران برای اخذ وام به مراجعه مستقیم به معاونت امور فرهنگی نیازی ندارد. معاونت با حمایت از کم‌شدن بهره بانکی، سیاست نظارت و ارزشیابی را متکی بر نرم‌افزارهای تخصصی اعمال می‌کند و در وضعیت‌های گوناگون و با تغییر محیطی اصلاحات لازم را برنامه‌ریزی می‌کند.

## منابع

۱. غنی‌زاد، بهرام و زینب بارانی (بی‌تا). «روش‌های تأمین مالی در بنگاه‌های اقتصادی»، حسابدار رسمی، ص ۵۹.
۲. رجب‌زاده، علی، غلامحسین خورشیدی و علی قلی‌پور (۱۳۸۵). «بررسی و تجزیه و تحلیل نقش بازار پول و بازار سرمایه در هزینه سرمایه شرکت‌ها (تحلیل نتایج تطبیقی و بخش صنعت ایران)»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، - س ۶، ش ۱، بهار.
۳. شجاع و شوشاد، محسن (۱۳۸۴). «نقش تسهیلات بانکی در چرخه حیات شرکت‌ها»، تدبیر، ش ۲۶۱، ص ۱۳.
۴. ماهنامه علمی - آموزشی در زمینه مدیریت.



فصل نهم

---

ارزیابی سیاست حمایتی

جوایز ادبی

---

## درآمد نظری

حوزه ادبیات جذاب‌ترین و پررونق‌ترین در میان رشته‌های کتاب است. بی‌شک رکورد فروش‌ترین کتاب‌ها به حوزه ادبیات و داستان و رمان اختصاص دارد و این‌گونه از کتاب‌ها در ترویج کتاب و کتاب‌خوانی سهم مهم و عمده‌ای را بر دوش دارند. به‌طور طبیعی این اهمیت سبب شده است تا نهادها و مراکز دولتی و عمومی و خصوصی به این حوزه و مسائل پیرامونی آن توجه خاصی داشته باشند. یکی از این توجهات و علاقه‌مندی‌ها موضوع جایزه‌های ادبی است که اگرچه در ایران سابقه چندانی ندارد و بیشتر به دوره پس از انقلاب اسلامی مربوط است، اما در جهان از دیرباز مورد توجه جدی بوده و نهادها و مراکز در این زمینه فعال و نام‌آور و تأثیرگذار شده‌اند، مانند جایزه ادبی نوبل که بیش از صد سال پیشینه دارد و معمولاً انتخاب‌های هر ساله آن بحث‌های ادبی را به‌دنبال دارد و به‌خبر مهم و تأثیر جهانی مبدل می‌شود و معمولاً انتخاب هر کتابی از سوی این نهاد به فروش کتاب به زبان‌های مختلف کمک می‌کند.

## پرسش‌های تحقیق

۱. آیا فرایند برگزاری جوایز ادبی اثربخشی داشته است؟
۲. آیا فرایند اجرای جوایز ادبی عادلانه بوده است؟
۳. ملاحظات کلی در مورد نوسازی یا اصلاح روش‌های جوایز ادبی چیستند؟

## روش تحقیق

روش این تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای است که با گردآوری داده‌ها و ارزیابی آن از دو منظر اثربخشی و عادلانه‌بودن به پرسش تحقیق پاسخ داده می‌شود.

### پیشینه جهانی برگزاری جوایز ادبی

جایزه کتاب به‌خصوص در حوزه ادبیات دارای پیشینه گسترده و گوناگونی در جهان است. این تجربه جهانی از برخی جهات می‌تواند برای ارزیابی عملکرد جوایز ادبی مانند جلال آل‌احمد، پروین اعتصامی و... مفید باشد، به‌ویژه از حیث سازمانی و سازوکارهای آن که در این جا به برخی از مشهورترین آن‌ها اشاره می‌شود.

### جایزه ادبی پن فاکنر

جایزه ادبی «پن فاکنر» جایزه ۱۵ هزار دلاری خود را از سوی بنیاد فاکنر - که به نام ویلیام فاکنر، نویسنده نوبلیست، نام‌گذاری شده است - به اثر بهترین نویسنده سال که تبعه آمریکاست، می‌دهد. چهار نویسنده‌ای هم که به مرحله نهایی این جایزه رسیده‌اند، هر یک ۵ هزار دلار جایزه نقدی دریافت می‌کنند. این جایزه برای اولین بار در سال ۱۹۸۱ اعطا شده است. جایزه «پن فاکنر» که بخشی از جوایز بنیاد پن محسوب می‌شد، در سال ۲۰۱۲ به جولی اتسوکا برای کتاب بودای زیر شیروانی داده شده است. دبوراً ایزن‌برگ، شرم‌النکسی، جوزف اونیل و کریستین سن از برگزیدگان سال‌های پیش این جایزه ادبی آمریکایی هستند.

### جایزه کتاب کاستا

جایزه «کاستا» یکی از معتبرترین و مشهورترین جایزه‌های ادبی در انگلستان است که کتاب‌ها و نویسندگان مطرح در انگلستان و ایرلند براساس این جایزه شناخته می‌شوند. این جایزه در شش بخش رمان اول، رمان، زندگی‌نامه، داستان کوتاه، شعر و کتاب کودکان برگزیدگان خود را معرفی می‌کند. جایزه برگزیدگان هر بخش، ۵ هزار پوند است و یک کتاب از این میان به‌عنوان کتاب برتر معرفی می‌شود که ۳۰ هزار پوند به‌عنوان جایزه دریافت می‌کند. جایزه کتاب «کاستا» از سال ۱۹۷۱ کار خود را به‌عنوان جایزه ادبی «وایت برد» آغاز کرده و سپس در سال ۲۰۰۶ به جایزه کتاب «کاستا» تغییر نام داده است. امسال این جایزه در ۲۱ نوامبر فهرست راه‌یافتگان به مرحله نهایی خود را اعلام می‌کند.

### جایزه کتاب اول گاردین

جایزه «کتاب اول گاردین» هر سال آثار کتاب اولی‌های انگلیسی‌زبان یا آثار نویسندگان نو‌قلم دیگر زبان‌ها را که به انگلیسی ترجمه شده باشند، بررسی می‌کند. هدف این جایزه که کتاب‌هایی را در همه ژانرها در نظر دارد، معرفی استعداد‌های تازه در ادبیات

است. این جایزه از سوی گروهی از نویسندگان و خوانندگان کتاب‌ها بررسی می‌شود و برنده جایزه کتاب اول گاردین، ۱۰ هزار دلار به‌همراه تبلیغ کتابش در روزنامه گاردین دریافت می‌کند.

### جایزه ملی کتاب آمریکا

جایزه ملی کتاب آمریکا هر سال نوامبر جایزه ۱۰ هزار دلاری و نشان برنز خود را به برگزیدگانی از چهار بخش ادبیات داستانی، ادبیات غیرداستانی، شعر و نویسندگان جوان اعطا می‌کند.

این جایزه از سال ۱۹۳۶ پایه‌گذاری شده و هدفش تجلیل از بهترین آثار ادبی آمریکا برای گسترش مخاطبان آن‌ها به‌منظور ارتقا دادن ارزش خوب نوشتن در آمریکاست.

### جایزه ادبی من بوکر

جایزه ادبی «من بوکر» که به آثار داستانی تعلق می‌گیرد، با نام کوتاه «بوکر» شناخته می‌شود. این جایزه هر سال به بهترین رمان انگلیسی‌زبان که از سوی شهروندان انگلیسی‌زبان یا همسو با بریتانیا و جمهوری ایرلند نوشته شده باشد، اعطا می‌شود. این جایزه تأثیر بسیار زیادی بر فروش و ترجمه کتاب در سطح جهان دارد و جایزه‌ای ۵۰ هزار پوندی برای برنده آن به‌همراه می‌آورد.

به این جایزه از سال ۲۰۰۵ بخش بین‌الملل نیز اضافه شده است و هر دو سال یک جایزه ۶۰ هزار پوندی به بهترین نویسنده در جهان که کتابش به انگلیسی ترجمه شده باشد، داده می‌شود.

از سال ۱۹۹۲ بخش روسی به این جایزه اضافه شده است. در جایزه «بوکر آسیایی» نیز در آغاز تنها کشورهای آسیای شرقی در نظر گرفته می‌شدند، اما از سال ۲۰۱۱ آثار ادبی کشورهای ایران، قزاقستان، قرقیزستان، ترکیه و تاجیکستان نیز که به انگلیسی ترجمه شده باشند، داوری خواهند شد. «بوکر عربی» هم تابستان امسال از سوی امارات و با حمایت جایزه «من بوکر» آغاز به کار کرد.

سال گذشته، کتاب زوال کلنل نوشته محمود دولت‌آبادی کاندیدای جایزه «بوکر آسیایی» بود، اما به فهرست نهایی راه پیدا نکرد. سال ۹۴، هیلاری مانتل با کتاب جسدها را بالا بیایید» برنده جایزه «من بوکر» شد. او در سال ۲۰۰۹ هم برای کتاب تالار گرگ‌ها این جایزه را دریافت کرده بود. در واقع جسدها را بالا بیایید» به نوعی ادامه رمان تالار گرگ‌هاست.

### جایزه ادبی نوبل

جایزه ادبی «نوبل» یکی از پنج جایزه نوبل (فیزیک، شیمی، فیزیولوژی و پزشکی، ادبیات و صلح) است که هر سال به کارنامه کاری یک نویسنده تعلق می‌گیرد. این جایزه از سال ۱۸۹۵ در حال برگزاری است و به کتاب‌های انگلیسی یا ترجمه‌شده به زبان انگلیسی داده می‌شود.

برنده جایزه نوبل یک مدال طلا، دیپلم افتخار و یک جایزه نقدی دریافت می‌کند که میزان جایزه نقدی به درآمد بنیاد نوبل در آن سال بستگی دارد. سال ۹۴، این جایزه بعد از سال‌ها به نویسنده‌ای از آسیا رسید و مویان چینی این جایزه را دریافت کرد. سال پیش این جایزه به توماس ترانسترومر رسید و ماریو بارگاس یوسا و هرتا مولر برندگان سال‌های پیش این جایزه ادبی بودند.

### جایزه ادبی سروانتس

جایزه ادبی «سروانتس» ۱۲۵ هزار یورویی که از سوی وزارت فرهنگ اسپانیا و به یاد میگل دو سروانتس به نویسندگان اسپانیایی‌زبان داده می‌شود، در سال ۱۹۷۶ بنیان نهاده شده است. این جایزه به منظور ارج نهادن به زبان اسپانیایی از سوی آکادمی زبان اسپانیا داده می‌شود. بورخس، اکتاویو پاز، ماریو بارگاس یوسا و کارلوس فوئنتس از برگزیدگان این جایزه بوده‌اند.

### جایزه ادبی پولیتزر

جایزه ادبی «پولیتزر» که در روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاری آنلاین، ادبیات و موسیقی اعطا می‌شود، در سال ۱۹۱۷ در آمریکا پایه‌گذاری شده است و به یاد جوزف پولیتزر و از سوی دانشگاه کلمبیا در نیویورک برگزار می‌شود. این جایزه در ۲۱ بخش اعطا می‌شود که در ۲۰ بخش هر برگزیده ۱۰ هزار دلار دریافت می‌کند و برگزیده بخش روزنامه‌نگاری یک مدال طلا نیز دریافت می‌کند.

### جایزه ادبی گنکور

جایزه ادبی «گنکور» جایزه‌ای است که براساس وصیت ادmond دو گنکور - نویسنده و منتقد فرانسوی - در سال ۱۸۹۶ بنا شده است. این جایزه هر سال به بهترین کتاب داستانی فرانسوی که همان سال منتشر شده باشد، داده می‌شود. هر نویسنده در زندگی ادبی خود تنها یک‌بار برنده این جایزه می‌شود. در این میان، رومن گاری یک استثنا به‌شمار می‌آید که یک‌بار این جایزه را در سال ۱۹۵۶ برای رمان ریشه‌های آسمان و یک‌بار با نام امیل

آژار در سال ۱۹۷۵ برای رمان زندگی در برابر خود» دریافت می‌کند. علاوه بر اعطای این جایزه به رمان، آکادمی این جایزه چهار برگزیده نیز در بخش رمان اول، داستان کوتاه، زندگی‌نامه و شعر هم معرفی می‌کنند. جایزه گنکور مبلغ ناچیزی را به برگزیده خود اهدا می‌کند، اما علاوه بر شهرت نویسنده، این جایزه بر فروش آثار نیز مؤثر است.

### جایزه ادبی فمینا

جایزه ادبی «فمینا» در سال ۱۹۰۴ از سوی ۲۲ نویسنده مجله زندگی زیبا که بعد «فمینا» نام گرفت، بنیان نهاده شد. داوران این جایزه زن هستند، اما لزوماً برگزیدگان آن از زنان نیستند.

امسال «جولی اوتسوکا»، نویسنده آمریکایی، با رمان بودا زیر شیروانی جایزه بخش رمان خارجی «فمینا»ی فرانسه را از آن خود کرد. همچنین «پاتریک دوویل» با رمان طاعون و وبا جایزه بخش رمان داخلی «فمینا» را گرفت. «آنتوان دوستت اگزوپری» سرشناس‌ترین نویسنده برنده این جایزه است که در سال ۱۹۳۰ برای پرواز شبانه موفق به دریافت آن شد.

### جایزه آسترید لیندگرن

جایزه «آسترید لیندگرن» که یکی از معتبرترین جایزه‌های ادبی در حوزه کتاب کودک است، پس از مرگ آسترید لیندگرن - نویسنده سوئدی کتاب‌های کودکان و نوجوانان - به بهترین برنامه یا برترین افراد در حوزه ادبیات کودک و نوجوان اهدا می‌شود. این جایزه یکی از گران‌ترین جایزه‌های ادبیات کودک محسوب می‌شود و ۵ هزار کرون سوئد به برگزیده خود اعطا می‌کند.

در ایران شورای کتاب کودک، مؤسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودکان و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان سه نهادی هستند که می‌توانند نامزدهای خود را برای دریافت این جایزه اعلام کنند.

### جایزه ادبی اورنج

جایزه ادبی «اورنج» که در واقع جایزه ادبیات داستانی زنان است، یکی از جایزه‌های مطرح انگلیسی است که به نویسندگانی از هر ملیت اعطا می‌شود که رمانشان را به انگلیسی نوشته و آن را در انگلیس منتشر کرده باشند. کمپانی اورنج برگزارکننده این جایزه ۳۰ هزار پوندی است.

### جایزه ادبی هانس کریستین آندرسن

جایزه ادبی «هانس کریستین آندرسن» تقریباً مهم‌ترین جایزه ادبی در حوزه ادبیات کودک و نوجوان است که گاه «نوبل کوچک» خوانده می‌شود. این جایزه که هر دو سال یک‌بار از سوی دفتر بین‌المللی کتاب برای نسل جوان در دو بخش به نویسندگان و تصویرگران اهدا می‌شود، به نام هانس کریستین آندرسن - نویسنده افسانه‌های کودکانه دانمارکی - نام‌گذاری شده است و برگزیدگان آن جایزه خود را از دست ملکه دانمارک دریافت می‌کنند. هیئتی از نویسندگان و تصویرگران این جایزه را داوری می‌کنند که از ایران تاکنون چهار دوره توران میرهادی، یک دوره ثریا قزل‌ایاغ، دو دوره زهره قایینی و دو دوره نیز منصوره راعی این جایزه را داوری کرده‌اند.

از تصویرگران ایرانی، فرشید مثقالی برنده این جایزه شد و هوشنگ مرادی کرمانی مورد تشویق هیئت داوران این جایزه قرار گرفته است.

### تحلیل جوایز ادبی خارجی

جوایز ادبی خارجی از نیازهای درونی و مستقلى برخاسته‌اند که اگرچه این نیازها از برجسته‌کردن نام یک چهره ادبی سرچشمه می‌گیرد اما تابع نیازها و سلیقه و خواست دولت‌ها نبوده است. به‌طور طبیعی این جوایز به سبک ادبی یا نوع و ژانر ادبی یا حوزه مخاطب خاصی مانند کودک و نوجوان یا زنان اختصاص دارند، که کم‌تر به ارزش‌های عقیدتی و ایدئولوژیک خاصی وابسته‌اند یا اگر هم باشند، در ظاهر چنین نمی‌نمایانند. منابع مالی جوایز کم‌تر و بیشتر به منابع دولتی تعلق ندارند و معمولاً حامیان و اسپانسرهای غیردولتی هستند که برای برندسازی و شهرت‌آفرینی یا علایق شخصی تأمین منابع این جوایز را برعهده دارند. ثبات و دوام این نهادها در خلال زمان خود به برندسازی مبدل شده است و برخی از این نام‌ها مانند هانس کریستین آندرسن، نوبل و... اعتبار و شهرتی جهانی را کسب کرده‌اند که برای نویسندگان و خالقان اثر ادبی برنده‌شدن این جوایز اعتبار و مزیت مادی و معنوی را به‌همراه دارد و به فروش آثار آن‌ها کمک چشمگیری می‌کند. منشاء اعتبار این جوایز صرفاً به نام و عنوان آن‌ها نیست بلکه فرایند اجرا و توجه به آثار مهم و برجسته و شایسته نیز خود به اعتبار آن‌ها افزوده است.

از سوی دیگر؛ با تأملی در جایگاه و ماهیت حقوقی این نهادها به‌خوبی مشهود است که کم‌تر نهاد ادبی و فرهنگی در حوزه کتاب در کشورهای توسعه‌یافته و پیشرفته ماهیت دولتی دارند و عموماً این اقدام از سوی نهادهای مستقل و البته با گرایش فرهنگی و علمی خاص خود صورت می‌گیرد.

درمورد هیئت داوری نیز هیئت داوری منصوب عوامل و ارکانی بیرون از این نهاد نیستند و معمولاً برندگان جوایز خودبه‌خود به هیئت داوری راه می‌یابند. در برخی موارد مانند جایزه نوبل هیئت مؤسس اولیه هیئت داوری تاکنون هستند و هیئت داوری نهاد بسته‌ای نیست.

### جایزه‌های ادبی در ایران

در ایران بعد از انقلاب، نخستین جایزه ادبی، جایزه مجله گردون بود که پس از دو دوره برگزاری متوقف شد. بعدها جمعی از ناشران عضو مؤسسه پخش و توسعه کتاب ایران «پکا» در سال ۱۳۷۹ نخستین جایزه جدی در حوزه کتاب و از جمله آثار ادبی را با حمایت مالی چند بانوی فرهنگ‌دوست (شکوه فرگاه، اکرم طاهرپور و سودابه سلگی) بنیاد نهاده و بعدها با انحلال این مؤسسه توزیع به‌کار خود همچنان ادامه داده است.

### جایزه مهرگان

در این میان شاید مهم‌ترین ویژگی جایزه «مهرگان» گذشته از احیای سنت اهدای جوایز ادبی، اکتفا نکردن بنیانگذاران آن به داوری و اهدای جایزه در حوزه ادبیات داستانی بزرگسال بوده است. با وجود فرازونشیب‌های متعددی که جایزه مهرگان تا به امروز پشت‌سر گذاشته، نه تنها تا به امروز بر قوت خود باقی مانده بلکه به حوزه‌های مغفول مانده‌ای مانند ادبیات داستانی برای کودک و نوجوان، محیط‌زیست و علم نیز توجه داشته و جوایزی را اهدا کرده است.

از سال ۱۳۷۹ تا امروز جمعی از برجسته‌ترین چهره‌های ادبی کشور داوری آثار مهرگان را برعهده داشته‌اند. از مرحوم کریم امامی و کامران فانی و دکتر علی محمد حق شناس گرفته تا کامیار عابدی، فرخ امیرفریار، حسن میرعابدینی، ثریا قزل‌ایاق، پروین سلاجقه، هوشنگ مرادی کرمانی، رضی هیرمندی، عنایت سمیعی، مژده دقیقی و گلی امامی در شکل‌گیری و تداوم جایزه ادبی مهرگان نقش داشته‌اند.



## جدول شماره ۱. نویسندگان و آثار برگزیده جایزه مهرگان از سال ۷۸ تا ۹۳

سال	پدید آورنده	نام اثر
۱۳۷۸	حسین سناپور	نیمه غایب
۱۳۷۹	ابوتراب خسروی	اسفار کاتبان
۱۳۸۰	اسکندر فیروز	حیات وحش در ایران
۱۳۸۱	زویا پیرزاد	چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم
۱۳۸۳	محمد رحیم اخوت	نام‌ها و سایه‌ها
۱۳۸۴	محمد حسینی	آبی تر از گناه
۱۳۸۴	سودابه اشرفی	ماهی‌ها در شب نمی‌خوابند
۱۳۸۵	بلقیس سلیمانی	بازی آخر بانو
۱۳۸۶	حسین مرتضاییان آبکنار	عقرب روی پله‌های راه‌آهن اندیمشک یا از این قطار خون می‌چکد قربان
۱۳۸۹	شاهرخ گیوا	مونالیزای منتشر
۹۰-۱۳۸۹	بهناز علیپور گسگری	بگذریم...
۱۳۹۳	فرهاد کشوری	مردگان جزیره موریس
۱۳۹۳	شاهرخ گیوا	

## جایزه ادبی گلشیری

پس از درگذشت هوشنگ گلشیری در خرداد ۱۳۷۹، به‌همت فرزانه طاهری، همسر هوشنگ گلشیری و تنی‌چند از دوستان و دوست‌داران وی این جایزه پایه‌گذاری شد و شکل گرفت. این جایزه در پاییز هر سال به آثار برتر در حوزه‌های مختلف ادبیات داستانی جایزه می‌دهد. جایزه هوشنگ گلشیری در چهار بخش به آثار منتشرشده در سال قبل اهدا می‌شود؛ بهترین رمان؛ بهترین مجموعه‌داستان؛ بهترین رمان اول و بهترین مجموعه‌داستان اول. جایزه هوشنگ گلشیری شامل تندیس، لوح تقدیر و جایزه نقدی است که در مراسمی به برندگان اهدا می‌شود. مبلغ نقدی بهترین رمان و بهترین مجموعه‌داستان هر یک ده میلیون ریال، و جایزه نقدی بهترین رمان اول و بهترین مجموعه‌داستان اول هر یک پنج میلیون ریال است.

در جداول زیر نمونه‌هایی از نوع انتخاب کتاب‌ها در سال‌های ۸۰، ۸۱ و ۹۲ نشان داده شده است:

### جدول شماره ۲. برگزیده‌های جایزه ادبی گلشیری در سال ۸۰

سال	بخش	نام کتاب	نویسنده
۱۳۸۰	رمان	درخت انجیر معابد	احمد محمود
	رمان اول	انگار گفته بودی لیلی	سپیده شاملو
	مجموعه داستان	تمام زمستان مرا گرم کن	علی خدایی
	مجموعه داستان اول	در گریز گم می‌شویم	محمد آصف سلطانزاده

### جدول شماره ۳. برگزیده‌های جایزه ادبی گلشیری در سال ۸۱

سال	بخش	نام کتاب	نویسنده
۱۳۸۱	رمان	چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم	زویا پیرزاد
	رمان اول	هم‌نوایی شبانه ارکستر چوب‌ها	رضا قاسمی
	مجموعه داستان	نیمه سرگردان ما	محمد رحیم اخوت
	مجموعه داستان اول	مادمازل کتی	میترا الیاتی

### جدول شماره ۴. برگزیده‌های جایزه ادبی گلشیری در سال ۹۲

سال	بخش	نام کتاب	نویسنده
۱۳۹۲	رمان	هیچ اثری برنده اعلام نشد	
	رمان اول	قلعه مرغی، روزگار هر می	سلمان امین
	مجموعه داستان	هیچ اثری برنده اعلام نشد	
	مجموعه داستان اول	فارسی بخند	سپیده سیاوشی
		من زانت نیستم	محمد طلوعی

در سال ۹۳ بنیاد گلشیری اعلام کرد به دلیل محدودیت منابع انسانی و مالی از ادامه برگزاری این جایزه صرف نظر می‌کند. در متن بیانیه این بنیاد که در تیرماه ۱۳۸۳ منتشر شده آمده است:

«بیش از چهارده سال از گام اول برای تأسیس و برگزاری جایزه هوشنگ گلشیری می‌گذرد؛ یعنی از آن هفتمین روز پس از رفتنش که بر سر مزارش عهد کردیم جایزه‌ای به نامش پایه‌گذاری و به این ترتیب به یکی از آخرین خواسته‌های عمر پرثمر و سرشار از خلق و تلاش و تکاپویش برای اعتلای ادبیات داستانی ایران عمل کنیم و توانستیم سیزده دوره جایزه را به سرانجام برسانیم، آزمایش و خطاها و تغییر روش‌هایمان برای غلبه بر مشکلات را همواره با همگان در میان گذاشتیم، چون هدفمان جز این نبود که جایزه‌ای باشد سالم و شفاف و چنین نیز بماند و سهمی در شکوفاتر شدن حیات ادبیات داستانی کشورمان برعهده بگیرد. امروز اما به این نتیجه رسیده‌ایم که بهتر است در وضع کنونی آن نیرو و منابع اندکی را که برای بنیاد گلشیری باقی مانده وقف بخشی دیگر از هدف‌های مندرج در اساسنامه بنیاد کنیم که به دلیل مشغله نفس‌گیر جایزه تاحدی مغفول مانده است».

### تحلیل جوایز ادبی ایرانی

۱. جوایز ادبی دیگری هم در ایران شکل گرفت اما دوامی نیافت مانند یلدا، یا کم رمق و بی‌تأثیر در حوزه ادبیات به کار خود ادامه می‌دهند و هم‌چنان و سوسه‌برگزاری چنین جوایز و رخدادهای ادبی هنوز زنده است؛
۲. نهادهای جوایز ادبی در ایران به منابع مالی مستمر و بادوامی متکی نبوده‌اند. برخلاف جهان توسعه‌یافته فرهنگی که ربط و پیوند نهادین میان فرهنگ و بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی وجود دارد در ایران تحت تأثیر فضاهای منفک‌شده میان صنعت و فرهنگ، هنوز انگیزه‌های تشویقی نظیر معافیت مالیاتی و... برای تحریص بخش صنعت و بنگاه‌های مالی و خدماتی در کمک به فرهنگ شکل نگرفته است؛
۳. انگیزه‌های ادبی در تأسیس جوایز ادبی در ایران از گرایش‌های سیاسی و فرهنگی متأثر است و هیئت داوران به‌نوعی نماد جریان عقیدتی و ایدئولوژیک خاصی هستند. این رویکرد اگرچه نمی‌تواند ملاک درستی و نادرستی کیفیت و انگیزه جوایز ادبی باشد و همه جریان‌های فرهنگی باید بتوانند از منش فکری و فرهنگی خود در تأسیس و تشویق آثار ادبی خاصی برخوردار باشند، اما در کوتاه‌مدت سایه این گرایش فرهنگی بر کارنامه و بقای جوایز ادبی تأثیر گذاشته است؛
۴. برخی از جوایز ادبی واکنشی به جوایز ادبی دولتی‌اند و عدم امکان و ملاحظات رسمی و اداری جوایز ادبی دولتی یا متکی بر حمایت دولت سبب شکل‌گیری ناموفق جوایز ادبی غیردولتی بوده است که به اتکای منابع مالی خود توانسته جوایز فرهنگی را تداوم بخشد.

## جایزه‌های ادبی معاونت امور فرهنگی

معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بنا بر وظایف تکلیفی خود، دو جایزه ادبی مشخص به نام جایزه ادبی جلال آل احمد و جایزه ادبی پروین اعتصامی را همه‌ساله برگزار می‌کند. جایزه دوم نخستین بار در سال ۱۳۸۱ در دو رده سنی بزرگسال و کودک و نوجوان برگزار شد و جایزه نخست، برمبنای مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۸۵ آغاز به کار کرد.

در این جا به‌طور مستقل به بررسی و ارزیابی عملکرد این دو جایزه پرداخته می‌شود:

### بخش اول: جایزه ادبی پروین اعتصامی

شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۸۶/۱۱/۲ اساسنامه جایزه پروین اعتصامی را تصویب کرد. در این اساسنامه آمده است:

باتوجه به جایگاه والای زنان در فرهنگ و ادبیات ایران و لزوم ایجاد زمینه‌های مناسب رشد و اعتلای آن از یکسو و تأثیر برگزاری جشنواره‌ای با گستره ملی و بین‌المللی در این عرصه، از سوی دیگر. جشنواره پروین اعتصامی هر دو سال یکبار طبق این اساسنامه برگزار می‌شود:

ماده ۱. اهداف

۱. بزرگداشت مقام و شخصیت شاعر نامدار ایران پروین اعتصامی؛
۲. رشد و اعتلای خلاقیت‌ها و آفرینش‌های ادبی بانوان؛
۳. ترویج و تقویت زبان فارسی در خارج از کشور؛
۴. ایجاد پیوند بین ادبیات ملل به‌ویژه در حوزه جهان اسلام؛
۵. معرفی چهره‌های شاخص زنان ادیب و پژوهنده؛
۶. تقدیر از زنان در عرصه زبان و ادب فارسی.

ماده ۲. دایره شمول ترجمه و تألیف

۱. شعر؛

۲. ادبیات داستانی؛

۳. ادبیات نمایشی؛

۴. ادبیات کودکان؛

۵. پژوهش‌های ادبی.

ماده ۳. ارکان جشنواره

۱. هیئت امنا؛

۲. هیئت علمی؛

۳. دبیرخانه.

ماده ۴. اعضای هیئت امنای

۱. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (رئیس هیئت امنای)؛

۲. یک نفر از اعضای فرهنگستان زبان و ادب فارسی به انتخاب این فرهنگستان؛

۳. نمایندگان وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، علوم، تحقیقات و فناوری، آموزش و پرورش و سازمان صدا و سیما در شورای فرهنگی، اجتماعی زنان.

تبصره: معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان دبیر، بدون حق رأی در جلسات حق حضور خواهد داشت.

ماده ۵: وظایف هیئت امنای

۱. تعیین خط‌مشی و سیاست‌های کلی؛

۲. تعیین اعضای هیئت علمی؛

۳. تصویب آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی ارائه شده توسط هیئت علمی؛

۴. بررسی و ارزیابی گزارشات هیئت علمی؛

۵. ارائه گزارش مکتوب هر دوره به شورای عالی انقلاب فرهنگی.

ماده ۶. هیئت علمی

هیئت علمی متشکل از یک نفر از استادان، متخصصان و یا صاحب‌نظران در هر یک از شاخه‌های اصلی جشنواره بوده و مجموعاً ۵ نفر خواهد بود که توسط هیئت امنای انتخاب می‌شوند.

تبصره: دبیر هیئت علمی، دبیر علمی کتاب سال جمهوری اسلامی ایران خواهد بود.

ماده ۷. وظایف هیئت علمی

۱. پیشنهاد معیارهای ارزیابی و تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی بررسی آثار

به‌منظور تصویب در هیئت امنای؛

۲. تعیین و تصویب هیئت‌های داوری در هر یک از شاخه‌های اصلی جشنواره از بین استادان،

متخصصان و صاحب‌نظران مربوطه.

ماده ۸. دبیرخانه

دبیرخانه جشنواره به‌منظور انجام کلیه امور اداری، اجرایی و پشتیبانی در معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل و مستقر خواهد شد.

ماده ۹. وظایف دبیرخانه

وظایف دبیرخانه در هر دوره به تصویب هیئت امنای خواهد رسید.

ماده ۱۰. اعتبارات

اعتبارات لازم در ردیف خاص به‌عنوان جشنواره پروین اعتصامی در بودجه سالانه معاونت امور

فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منظور خواهد شد.

ماده ۱۱. جوایز

میزان جوایز جشنواره با در نظر گرفتن سقف جوایز ملی مشابه، به پیشنهاد دبیر هیئت امناء و تصویب این هیئت در هر دوره تعیین خواهد شد.

### بررسی عملکرد جایزه ادبی پروین اعتصامی

تا سال ۱۳۹۴ شش دوره این جایزه برگزار شد و طی چهار دوره (از دور دوم تا پنجم) هزار و ۱۶۰ سکه بهار آزادی اهدا شده است. در روند این برگزاری قلمروها و موضوعات این جایزه به ۹ موضوع بسط و تفصیل یافت. این موضوعات عبارتند از:

۱. شعر؛

۲. ادبیات داستانی؛

۳. ادبیات نمایشی؛

۴. ادبیات پژوهشی؛

۵. شعر کودک؛

۶. شعر نوجوان؛

۷. داستان کودک؛

۸. داستان نوجوان؛

۹. داستان ترجمه کودک و نوجوان.

در این جا نتایج شش دوره از برگزاری جایزه پروین ارائه می شود:

### نخستین دوره جایزه ادبی پروین اعتصامی

در نخستین دوره این جایزه که در سال ۱۳۸۳ برگزار شد، آثار زیر انتخاب شدند:

#### جدول شماره ۵. آثار و نویسندگان جایزه پروین اعتصامی سال ۱۳۸۳

موضوع	نویسنده	نام اثر
۱ ادبیات بزرگسال	منصوره شریف زاده	چنار دالتی
۲ نمایشنامه	چیستا یثربی	زنان مهتابی، مردان آفتابی
۳ شعر بزرگسال	فرشته ساری	روز و نامه ها
۴ شعر بزرگسال	نغمه رضایی	فریاد
۵ پژوهش	رویا صدر	۲۰ سال با طنز
۶ ادبیات کودک و نوجوان	فریبا کلهر، فروزنده خداجو، سوسن طاقدیس، افسانه شعبان نژاد و عرفان نظر آهاری	

### دومین دوره جایزه پروین اعتصامی

دومین دوره جایزه در سال ۸۵ برگزار شد که در بخش بزرگسال ۴ اثر و در بخش کودک و نوجوان ۶ اثر انتخاب شدند، اطلاعات موثق و افزون تری وجود ندارد. دو دوره قبلی را دفتر مجامع و فعالیت‌های فرهنگی معاونت امور فرهنگی برگزار کرد و از دوره سوم دبیرخانه این جایزه به خانه کتاب منتقل شد.

### سومین دوره جایزه پروین اعتصامی

سومین دوره جایزه پروین در سال ۸۷ برگزار شد. در این دوره ۴۷۰۷ اثر به دبیرخانه ارسال شد که از این تعداد ۲۸۳ عنوان به مرحله داوری راه یافت. در جداول زیر تعداد کتاب‌ها به تفکیک حوزه‌ها و اسامی نویسندگان و عناوین کتاب‌های منتخب به جزئیات آورده شده است.

جدول شماره ۶. آمار کتاب‌های بررسی شده به تفکیک حوزه‌ها در سومین جایزه پروین اعتصامی

تعداد آثار راه یافته به مرحله دوم داوری	تعداد آثار	حوزه داوری	
۵۵	۵۷۵	۱. شعر	
۳	۵۰	شعر (تألیف)	
۱۲	۶۶۷	شعر (ترجمه)	
۱۸	۲۳۰	۲. ادبیات داستانی	
۹	۴۱۶	داستان بلند	
۱۳	۳۰	داستان کوتاه	
۱۸	۲۶	داستان (ترجمه)	
۱۳	۱۶۰	۳. ادبیات نمایشی	
۴	۳۰	نمایشنامه (تألیف)	
۲	۶	نمایشنامه (ترجمه)	
۴	۶۵۰	۴. ادبیات پژوهشی	
۳۰	۷۲۰	نقد و پژوهش ادبی (تألیف)	
۴۸	۴۸۷	نقد و پژوهش ادبی (ترجمه)	
۴۸	۶۲۰	نقد و پژوهش ادبی (تصحیح)	
۶	۴۰	پایان نامه	
۲۸۳	۴۷۰۷	۵. ادبیات کودکان	
		داستان کودک و نوجوان	
		شعر کودک و نوجوان	
		داستان کودک و نوجوان (ترجمه)	
		بخش جنبی ( آثار نویسندگان خارجی )	
		جمع کل آثار	



اسامی برگزیدگان سومین دوره جایزه پروین به شرح زیر است:

### جدول شماره ۷. آثار و نویسندگان جایزه پروین اعتصامی سال ۱۳۸۷

ناشر	نام اثر	نویسنده	موضوع	
کاروان	فصل آخر	گیتی گرکانی	ادبیات بزرگسال	۱
قطره	مردی برای تمام فصول	رابرت بولت، ترجمه فرزانه طاهری	نمایشنامه	۲
مجنون	پیانو	مریم جعفری آذرمانی	شعر بزرگسال	۳
آهنگ دیگر	به وقت البرز	مهرنوش قربانعلی	شعر بزرگسال	۴
انجمن شاعران ایران	گزیده شعر معاصر ایران	فریبت گورگین	شعر ترجمه	۵
کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	از این باغ شرقی	پروین سلاجقه	پژوهش	۶
اختران	نظریه ادبیات (متن‌هایی از فرمالیست‌های روس)	ترجمه عاطفه طاهایی	پژوهش	۷
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	شرفنامه منیری یا فرهنگ ابراهیمی	حکیمه دبیران	پژوهش	۸
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	تذکره الشعرا	فاطمه علاقه	پژوهش	۹
دانشگاه علامه طباطبایی	مدرنیسم و پسامدرنیسم در ادبیات داستانی معاصر فارسی	منصوره تدینی	پایان‌نامه ادبی	۱۰
قدیانی	۳۶۵ قصه برای شب‌های سال	مژگان شیخی	ادبیات کودک و نوجوان	۱۱
منادی تربیت	خانوم کوچیک	سهیلا علوی‌زاده	ادبیات کودک و نوجوان	۱۲
مدرسه	ستاره‌ات گم شد	کبری بابایی	شهر کودک	۱۳
به نشر	آی زنگوله آی زنگوله	افسانه شعبان‌نژاد	شعر کودک	۱۴
کتاب‌های ارغوانی	کفشای پولکی	شکوه فاسم‌نیا	شعر کودک	۱۵
پیدایش	دل‌م برای تو تنگ است	آتوسا صالحی	شعر نوجوان	۱۶
علمی و فرهنگی	به سوی زندگی، به سوی ...	ترجمه نیلوفر باقرزاده اکبری	داستان کودک	۱۷
چشمه	با کفش‌های دیگران راه برو	کیوان عبیدی آشتیانی	داستان کودک	۱۸

در این مراسم از زنده‌یاد طاهر صفارزاده به‌عنوان پیشکسوت و از دکتر ندی حسون در ترویج زبان و ادبیات فارسی تجلیل شد.

### چهارمین دوره جایزه پروین اعتصامی

در این دوره که در سال ۱۳۸۹ برگزار شد، از میان ۵۴۷۶ اثر ۱۳۶ کتاب به‌مرحله دوم داوری راه یافتند که در نهایت ۲۱ اثر به‌عنوان برگزیده یا شایسته تقدیر انتخاب شدند.

جدول شماره ۸. آمار کتاب‌های بررسی شده به تفکیک حوزه‌ها در

#### چهارمین دوره جایزه پروین اعتصامی

ردیف	موضوع		تعداد کتاب‌های داوری شده	تعداد کتاب‌های راه یافته به مرحله دوم داوری
	۱	شعر	تألیف	۷۱۰
ترجمه			۵۵	۴
۲	ادبیات داستانی	تألیف	۱۱۶۲	۱۹
		ترجمه	۴۲۰	۷
۳	ادبیات نمایشی (نمایشنامه)	تألیف	۳۲	۳
		ترجمه	۵۰	۳
۴	ادبیات پژوهشی	نقد و پژوهش	۲۶۵	۴
		پژوهش	۳۵	۲
		پایان نامه	۷۱۲	۴
۵	ادبیات کودک و نوجوان	داستان	۷۳۵	۲۴
		ترجمه	۷۹۰	۲۶
		شعر	۵۱۰	۲۸
		مجموع کل آثار	۵۴۷۶	۱۳۶

## جدول شماره ۹. آثار و نویسندگان جایزه پروین اعتصامی سال ۱۳۸۹

موضوع	نویسنده	نام اثر	ناشر
۱ شعر سنتی	فربیا یوسفی	حالا تو	تکا
۲ شعر سنتی	مژگان عباسلو	شاید مرا دوباره به خاطر بیاوری	هنر رسانه
۳ شعر نو (تألیف)	سودابه امینی	سیب حوا	هنر رسانه
۴ شعر نو (تألیف)	شراره کامرانی	خاطرات بی‌تأویل	فصل پنجم
۵ شعر ترجمه	محمدرضا شفیعی کدکنی، ترجمه پری آزرم معتمدی	در آیینه رود	سخن
۶ ادبیات داستانی	مریم مقامی	عشق آبی	انجمن قلم ایران
۷ نقد و پژوهش ادبی (تألیف)	زهره زرشناس	دستنامه سعدی	پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۸ نقد و پژوهش ادبی (ترجمه)	میخائیل باختین، ترجمه رؤیا پورآذر	تخیل مکالمه‌ای (جستارهایی در باره رمان)	نشر نی
۹ پایان‌نامه	نرگس انصاری	تحلیل و مقایسه اشعار برجسته عاشورایی فارسی و عربی	دانشگاه تهران
۱۰ شعر کودک (تألیف)	شکوه قاسم‌نیا	سفید سیاه راه راه	کتاب‌های ارغوانی
۱۱ شعر کودک (تألیف)	بنفشه رسولیان بروجنی	مجموعه نی نی	آمیس
۱۲ شعر کودک (تألیف)	مریم هاشم‌پور	گنجشک پر... جوراب پر	فصل پنجم
۱۳ شعر نوجوان (تألیف)	کبری بابایی	من آدم آهنی شدم	امیر کبیر
۱۴ شعر نوجوان (تألیف)	مهدیه نظری	برسد به دست تو ای پادشاه جهان	پیدایش
۱۵ داستان کودک (تألیف)	سرور کتبی	خانم‌غوله به عروسی می‌رود	به نشر
۱۶ داستان کودک (تألیف)	کلر ژوبرت	خداحافظ راکون پیر	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۱۷ داستان کودک (ترجمه)	ویلیام استیگ، ترجمه کلر ژوبرت	زرد و صورتی	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۱۸ داستان کودک (ترجمه)	جانی روداری به ترجمه مرضیه شجاعی دیندارلو	ماجراهای پیازچه	نشر شهر
۱۹ داستان نوجوان (تألیف)	مهناز فتاحی	طعم تلخ خرما	پالیزان
۲۰ داستان نوجوان (ترجمه)	دیوید آلموند، ترجمه نسرین وکیلی	چشم بهشتی	آفرینگان
۲۱ داستان نوجوان (ترجمه)	کنت اپل، ترجمه ملیحه محمدی	مجموعه خفاش کوچولو (بال آفتابی، بال آنتشین و بال نقره‌ای)»	پژواک کیوان

## پنجمین دوره جایزه پروین اعتصامی

سال ۱۳۹۱ پنجمین دوره جایزه پروین اعتصامی برگزار شد. در این دوره که به آثار سال‌های ۸۹ و ۹۰ اختصاص داشت، در کل ۶۷۰۱ اثر به دبیرخانه ارسال شدند که از این تعداد ۹۰ اثر به مرحله داوری برگزیده شدند. جدول زیر اطلاعات مربوط به آثار حوزه‌های مختلف را نشان می‌دهد:

جدول شماره ۱۰. آمار کتاب‌های بررسی شده به تفکیک حوزه‌ها در

### پنجمین جایزه پروین اعتصامی

ردیف	موضوع		تعداد کتاب‌های داوری شده	تعداد کتاب‌های راه یافته به مرحله دوم داوری
۱	شعر	تألیف	۸۵۶	۸
		ترجمه	۶۶	۱
۲	ادبیات داستانی	تألیف	۹۸۱	۱۲
		ترجمه	۵۱۱	۴
۳	ادبیات نمایشی (نمایشنامه)	تألیف	۳۳	۳
		ترجمه	۶۰	۳
۴	ادبیات- پژوهشی	نقد و پژوهش	تألیف	۳۸۲
			ترجمه و تصحیح	۵۸
		پایان نامه	۷۵۲	۶
۵	ادبیات کودک و نوجوان	داستان	تألیف	۱۲۷۳
			ترجمه	۸۴۹
		شعر	۸۸۱	۱۹
		مجموع کل آثار	۶۷۰۱	۹۰

## جدول شماره ۱۱. آثار و نویسندگان جایزه پروین اعتصامی سال ۱۳۹۱

موضوع	نویسنده	نام اثر	ناشر
۱ شعر	سیده فاطمه موسوی	جمهوری غزل	فصل پنجم
۲ شعر	راحله معماریان	آتش نوشته‌های مداد شمعی	دفتر شعر جوان
۳ ادبیات داستانی (تألیف)	طلا نژادحسن	شهریور هزارو سیصد و نمی دانم چند	قطره
۴ ادبیات داستانی (ترجمه)	آلیس مونرو، ترجمه ترانه علیدوستی	رؤیای مادرم	نشر مرکز
۵ ادبیات داستانی (ترجمه)	اریک امانوئل اشمیت، ترجمه شهلا حائری	فردریک یا تئاتر بولوار	قطره.
۶ ادبیات نمایشی (تألیف)	هنگامه مفید	دختران باغ‌های قالی	نمایش
۷ ادبیات پژوهشی (تألیف)	آزاده شاه‌میری	نظریه و نقد پسااستعماری	علم
۸ ادبیات پژوهشی (تصحیح)	میرزا خسرو بیگ گرجی، تصحیح فائزه زهرا میرزا	محک خسروی	میراث مکتوب
۹ پایان‌نامه	فاطمه ماهوان	تحلیل ادبی نگاره‌های شاهنامه	دانشگاه فردوسی مشهد
۱۰ شعر کودک (تألیف)	الهام حسینی‌زاوه	فقط یک بستنی قیفی	آستان قدس رضوی (به‌نشر)
۱۱ شعر کودک (تألیف)	مریم هاشم‌پور	میو میو تشکر	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۱۲ شعر نوجوان (تألیف)	مریم زندی	دفتر گل باز شد	فصل پنجم
۱۳ شعر نوجوان (تألیف)	فاطمه کاوندی	برو جلو بوق نزن	نشر نظر
۱۴ داستان کودک (تألیف)	فریبا کلهر، فروزنده خداجو و سرور کتبی	مجموعه کتاب‌های نارنجی (۵۲ قصه برای ۵۲ هفته سال)	قدیانی
۱۵ داستان نوجوان (تألیف)	فریبا کلهر	بازگشت هرداد	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۱۶ داستان کودک و نوجوان (ترجمه)	کورنلیا فونکه، ترجمه کتایون سلطانی	سیاه قلب	افق

## ششمین دوره جایزه پروین اعتصامی

در این نوبت دبیرخانه جایزه پروین از خانه کتاب به بنیاد ادبیات داستانی انتقال یافت. این جابه‌جایی باز امکان دسترسی به اطلاعات مربوط را با مشکل مواجه کرد و تا این تاریخ (آبان ۹۴) نشانه جایزه پروین اعتصامی در سایت خانه کتاب از کار افتاده است.

ششمین دوره جایزه که با مشارکت معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در خرداد ۱۳۹۴ برگزار شد، به آثار برگزیده این دوره جوایزی اعطا شد. جوایزی که تا تیرماه به‌علت مشکلات بودجه جوایز پرداخت نشده بود.

### جدول شماره ۱۲. تعداد آثار ارائه‌شده به دبیرخانه و داوری نهایی

ردیف	موضوع	تعداد آثار بررسی شده	تعداد آثار نهایی
۱	پژوهش	۱۰۰۰	۲۹
۲	ترجمه	۹۰۰	۱۲۲
۳	داستان	۱۴۰۰	۹۵
۴	شعر	۱۰۰۰	۱۴۲
۵	ادبیات نمایشی	۱۴۷	۲۳
۶	کودک و نوجوان	۲۱۰۰	۲۰۰
	جمع کل	۶۵۴۷	۶۱۱

### جدول شماره ۱۳. آثار و نویسندگان جایزه پروین ادبی اعتصامی سال ۱۳۹۴

ردیف	موضوع	نویسنده	نام اثر	ناشر
۱	ادبیات کودک و نوجوان	سودابه فرضی‌پور	بهتر از شکلات مجانی	امیرکبیر
۲	ادبیات کودک و نوجوان	فروزنده خداجوی	من و عجیب‌وغریب	کانون پرورش فکری
۳	ادبیات کودک و نوجوان	مریم هاشم‌پور	هم روزنامه هم کلوچه	امیرکبیر
۴	پژوهش‌های ادبی	طلا به رویایی	حرکت تئاتر به شعر	قطره
۵	پژوهش‌های ادبی	فروغ صهبا	کارکرد ابهام در فرایند خوانش متن	نشر آگه
۶	ترجمه ادبی	مهشید میرمعزی	قطار شبانه لیسبون	افق
۷	ترجمه ادبی	سعیده بُویری	وداع با ملکه	البرز
۸	ادبیات نمایشی	هاله مشتاقی‌نیا	این‌گرید برگمن با بوی قرمه‌سبزی	نشر افراز
۹	ادبیات داستانی	مریم فردوسی	هزار گره	نیستان
۱۰	شعر بزرگسال	پونه نیکوی	جاری‌تر از ونیز	نشر هزاره
۱۱	شعر بزرگسال	سودابه مهیجی	سکوت گفتنی	سوره مهر

## ارزیابی عملکرد جایزه پروین اعتصامی

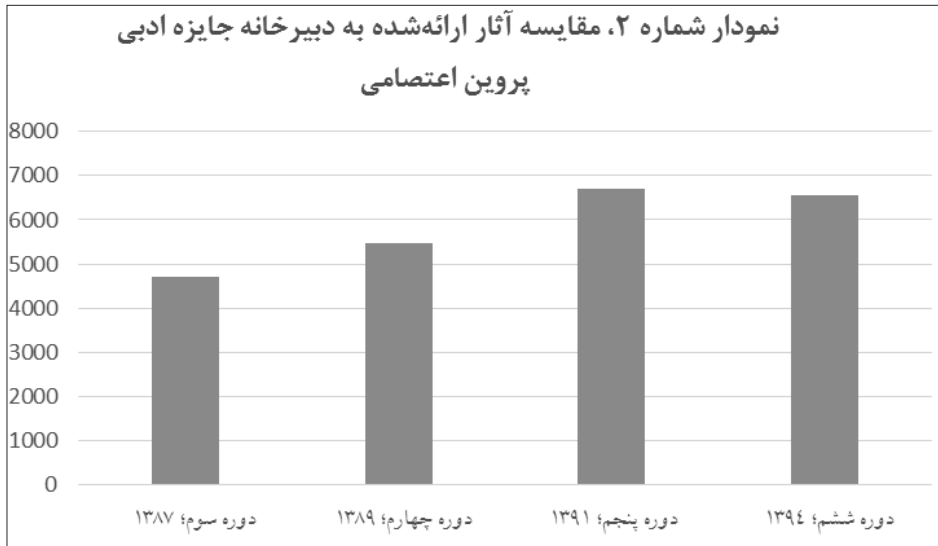
جدول زیر بیانگر روند میزان آثار ارائه‌شده به دبیرخانه جایزه پروین اعتصامی و تعداد برگزیده‌هاست:

جدول شماره ۱۴. بررسی کمی عملکرد جایزه پروین اعتصامی از ۸۳ تا ۹۴

دوره و سال	تعداد آثار ارائه‌شده	تعداد آثار بررسی‌شده	تعداد آثار برگزیده
دوره اول؛ ۱۳۸۳			۱۲
دوره دوم؛ ۱۳۸۵			
دوره سوم؛ ۱۳۸۷	۴۷۰۷	۲۷۳	۱۷
دوره چهارم؛ ۱۳۸۹	۵۴۷۶	۱۳۶	۲۱
دوره پنجم؛ ۱۳۹۱	۶۷۰۱	۹۰	۱۶
دوره ششم؛ ۱۳۹۴	۶۵۴۷	۶۱۱	۱۱

توضیح: درمورد تعداد آثار ارائه‌شده و بررسی‌شده سال‌های ۸۳ و ۸۵





### تحلیل عملکرد جایزه ادبی پروین اعتصامی

۱. روند کمی آثار ارائه‌شده به دبیرخانه از سال ۸۷ تا کنون روند فزاینده بوده است. هرچند دوره ششم نسبت به دوره پنجم کمی کاهش داشته است. داده‌های جدول شماره ۱۳ بیانگر آن است که در سال‌های ۸۳ و ۹۴، یعنی دوره اول و آخر کم‌ترین جوایز، به ترتیب ۱۱ و ۱۲ عنوان انتخاب شده‌اند و بیشترین آثار برگزیده به سال ۸۹ با ۲۱ عنوان اختصاص دارد. به عبارت دیگر، از سال ۸۷ تا ۹۱ روند داوری اولیه شدیدتر شده یا محتوای آثار تنزل داشته است. در دوره سوم، ۵/۸ درصد آثار از میان آثار ارائه‌شده به دبیرخانه انتخاب شده‌اند، در حالی که در دوره چهارم این درصد ۲/۵ و در دوره پنجم ۳/۱ است. به عبارت دیگر سال به سال داوری در مرحله اول سخت‌گیرانه‌تر شده است یا شاید به دلیل روند کاهنده کیفیت آثار ارائه‌شده باشد.

۲. در بین ناشران در پنج دوره انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با هفت فراوانی پرجایزه‌ترین ناشر است که بعد از آن، قطره و فصل پنجم با چهاربار و امیرکبیر با سه بار بیشترین جایزه را نصیب خود کرده‌اند که بیشتر مربوط به حوزه کودک و نوجوان و حوزه شعر است.

۳. در بین نویسندگان مریم هاشم‌پور با سه نوبت و فریبا کلهر، افسانه شعبانی و شکوه قاسم‌نیا با دو نوبت بیشترین جایزه پروین اعتصامی را به خود اختصاص داده‌اند.

۴. شاید یک معیار برای ارزیابی کیفی عملکرد این جایزه ادبی، استقبال مردم از کتاب‌های



برگزیده باشد. به عبارت دیگر، میزان موفقیت اثری را زمانی می‌توان ارزیابی کرد که برای نوبت‌های متعدد تجدیدچاپ شوند. این تجدیدچاپ هم به معنای نگاه نزدیک داوران به مخاطبان و هم بیانگر اعتبار برگزیده‌ها نزد مردم کتاب‌خوان است. اگر اثری بین داوران مقبول و معتبر باشد، اما جامعه واکنش مثبتی به آن نداشته باشد، در این صورت نمی‌توان نسبت به اثربخش بودن این گونه اقدامات ارزیابی مثبتی داشت.

از ۲۱ اثر برگزیده چهارمین دوره در سال ۸۹ به غیر از ۷ اثر هیچ‌کدام تجدیدچاپ نشدند. در واقع در حدود ۳۳ درصد کتاب‌ها تجدیدچاپ شدند که از این تعداد پنج اثر مربوط به حوزه کودک و نوجوان و سه اثر از همین آثار مربوط به کانون و نشرشهر است. دو اثر از این تعداد چهار نوبت (کتاب‌های تخیل مکالمه‌دار و خداحافظ راکوپل کور) و دو اثر سه نوبت و بقیه دو نوبت تجدیدچاپ شده‌اند.

در سال ۹۱ و دوره پنجم جایزه پروین از ۱۶ اثر برگزیده فقط در حوزه ادبیات داستانی کتاب شهر یور هزار و سیصد و نمی‌دانم چند با شمارگان ۳۳۰ نسخه تجدیدچاپ شده که احتمالاً برای تأمین نیاز خرید کتاب ارشاد بوده و سه عنوان کتاب حوزه کودک و نوجوان با عناوین: میومیو تشکر، بازگشت هرداد و سیاه‌قلب در سال ۹۳ تجدیدچاپ شدند. دیگر کتاب‌ها بنا بر آمار خانه کتاب، به مرحله چاپ دوم نرسیدند. به عبارت دیگر، از بررسی تجدیدچاپ عناوین برگزیده شده شاید بتوان نتیجه گرفت که کم‌تر کتابی که داوران جایزه پروین اعتصامی برگزیده‌اند، با استقبال همگانی مواجه شده است. فراوانی انتخاب کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان هم بیانگر آن است که نگاه و معیار داوران به انتخاب این‌گونه نهادها نزدیک‌تر است. استقبال نسبتاً اندک خریداران کتاب از کتاب‌های برگزیده را شاید بتوان به معنای فاصله فرهنگی بین انتخاب و سلیقه داوران جایزه پروین با مردم کتاب‌خوان تصور کرد. بر این اساس، پرسش مهم این است که مخاطب اصلی این‌گونه مراسم ادبی و جایزه‌ها چه کسانی هستند؟

در این مورد لازم به ذکر است که بیشتر آثار منتخب جایزه‌های گلشیری و مهرگان بارها و برخی مانند چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم بیش از ۴۶ بار تجدیدچاپ شده‌اند. برای نمونه به برخی از این نوع آثار اشاره می‌شود:

### جدول شماره ۱۵. تعداد تجدید چاپ کتاب‌های برگزیده جایزه ادبی گلشیری

نام اثر	پدیدآورنده	تعداد تجدید چاپ
درخت انجیر معابد	احمد محمود	۸
انگار گفته بودی لیلی	سپیده شاملو	۱۷
تمام زمستان مرا گرم کن	علی خدایی	۹
در گریز گم می‌شویم	محمد آصف سلطانزاده	۲ تا سال ۸۱
چراغ‌ها را من خاموش می‌کنم	زویا پیرزاد	۴۶
هم‌نوایی شبانه ارکستر چوب‌ها	رضا قاسمی	۱۲
نیمه سرگردان ما	محمد رحیم اخوت	۲
مادمازل کتی	میترا الیاتی	۵
قلعه مرغی، روزگار هرمی	سلمان امین	۳
فارسی بخند	سپیده سیاوشی	۴
من ژانت نیستم	محمد طلوعی	۳

جواد محقق نماینده دبیر علمی ششمین دوره جایزه ادبی پروین اعتصامی، درباره انتقادهای به چگونگی برگزاری این جایزه ادبی اظهار داشت: جایزه جلال آل احمد و پروین اعتصامی، از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب شده و اگر قرار باشد تغییراتی رخ دهد، از طریق همین شورا امکان پذیر است. انتقاداتی به برگزاری این جایزه شده که فکر می‌کنم در جایزه پروین اعتصامی باید تغییراتی انجام شود و بعد از این دوره این تغییرات مورد بررسی قرار خواهد گرفت... یکی از بحث‌هایی که در برگزاری جایزه پروین اعتصامی می‌شود، این است که اگر خانم‌ها در این جایزه حضور دارند، چرا باید در جایزه ادبی جلال و کتاب سال، آثارشان حضور داشته باشد.

این جایزه ضرورت دوره خود بود که بانوان حضور داشته باشند، در صورتی که جایزه‌ای برای آقایان نداریم. برخی از نویسندگان مرد این اعتراض را داشتند و باید به این مسئله رسیدگی شود.

وی به سطح کیفی آثار حاضر در این دوره از جایزه ادبی پروین اعتصامی اشاره کرد و اظهار داشت: سطح آثار در دوره‌های مختلف، متفاوت است و این در آثار خانم‌ها نیز قابل مشاهده است. چون ذهنیتی از دوره‌های گذشته ندارم، نمی‌توانم پاسخگو باشم، اما آنچه

مشخص است در برخی حوزه‌ها آثار خوبی را شاهد بودیم. (سایت بنیاد شعر و ادبیات داستانی ایرانیان، بی‌تاریخ).

در مصوبه اخیر گروه کارشناسی معاونت امور فرهنگی آمده است که بنیاد ادبیات داستانی با تجدیدنظر در روش‌های این جایزه و کار کارشناسی پیشنهادها خود را به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه خواهد داد.

### ارزیابی نهایی جایزه ادبی پروین اعتصامی

۱. نهاد اجرایی و داوران این جایزه ادبی به اقتضای تغییرات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ثابت نبوده و دچار تغییراتی شده است.

۲. نظام اطلاع‌رسانی درباره چگونگی برگزاری این جایزه ادبی دارای مشکلات و ضعف‌هایی است و تا مرداد ۹۵ هنوز اطلاعات مربوط به کم و کیف تمامی اطلاعات هفت دوره برگزاری و حتی خود دوره هفتم در سایت خاص پروین اعتصامی منتشر نشده است.

۳. شاخص‌های داوری و چگونگی فرایند داوری شفاف و روشن و آشکار نیست و دبیرخانه به اعلام برخی آمارهای کمی بسنده کرده‌اند.

۴. نگرش و معیارهای داوری کتاب بیشتر به گرایش رسمی نزدیک است و رویکرد فاخرگرایی در انتخاب کتاب به جذابیت همگانی ترجیح دارد که این امر طبیعی است و نهادهای رسمی و وابسته به دولت نمی‌توانند غیراز این عمل کنند.

۵. در بررسی عملکرد دو نوبت چهار و پنجم جایزه ادبی پروین تجدیدآثار برگزیده اندک بوده است.

با توجه به اهداف مدنظر برای جایزه پروین اعتصامی و شاخص‌های اثربخشی و عدالت این تحقیق بهتر می‌توان این ارزیابی را صورت داد. در تقاطع دادن اهداف با شاخص‌ها و نتایج این بررسی موارد زیر استخراج می‌شود:

### تحلیل شاخص‌های عملیاتی در مورد جایزه ادبی پروین اعتصامی

بر اساس یافته‌های بخش نظری این تحقیق، دو شاخص عملیاتی اثربخشی و عدالت مبنای داوری و ارزیابی عملکرد این نهاد است. اثربخشی به معنای آن است که آیا عملکرد جایزه ادبی پروین اعتصامی توانسته است اهداف مورد نظر و رسمی خود را محقق سازد یا در عمل انحراف از اهداف صورت گرفته است؟ اهداف جایزه پروین اعتصامی در آیین‌نامه آن عبارتند از:

- بزرگداشت مقام و شخصیت شاعر نامدار ایران پروین اعتصامی؛

- رشد و اعتلای خلاقیت‌ها و آفرینش‌های ادبی بانوان؛

- ترویج و تقویت زبان فارسی در خارج از کشور؛
- ایجاد پیوند بین ادبیات ملل به‌ویژه در حوزه جهان اسلام؛
- معرفی چهره‌های شاخص زنان ادیب و پژوهنده؛
- تقدیر از زنان در عرصه زبان و ادب فارسی.

بر اساس شاخص ارزیابی اثربخشی باید نشان داده شود که این اهداف در روند اجرایی شش دوره این جایزه ادبی محقق شده یا به تحقق کامل آن نزدیک‌تر شده است. برای این منظور تک تک اهداف از حیث اثربخشی با یافته‌های بررسی کمی و کیفی این بخش تقاطع داده می‌شود و اثربخش بودن با نبودن آن سنجیده می‌شود.

بر اساس شاخص عدالت که از اسناد بالادستی و به‌خصوص اسناد بالادستی دولت یازدهم نتیجه گرفته شده است، پرسش تحقیق این است که آیا روند اجرایی و عملکرد جایزه ادبی عادلانه بوده است؟ منظور از این شاخص در جایزه ادبی این است که آیا نسبت به همه اقشار و صاحبان قلم به عدالت رفتار و داوری شده است یا گرایش فرهنگی خاص مبنای داوری بوده است نه گرایش به عدالت. به‌طور طبیعی تطبیق دادن برخی اهداف جایزه ادبی پروین اعتصامی با شاخص عدالت نفیاً یا اثباتاً در روش تحقیق اسنادی دشوار است. به‌عنوان نمونه؛ اهداف مفهومی و کلی‌ای مانند، «ترویج و تقویت زبان فارسی در خارج از کشور» یا «ایجاد پیوند بین ادبیات ملل به‌ویژه در حوزه جهان اسلام» در ربط با عدالت نیازمند سنجش میدانی و پیمایشی از کشورهای هدف است که نه تنها این داوری سخت است بلکه شاید بتوان گفت ناممکن است. این دشواری و ناممکنی به ضعف شاخص عدالت به‌عنوان معیار داوری و ارزیابی مربوط نیست، بلکه چنین اهدافی برای نهاد ادبی و جایزه ادبی پروین اعتصامی نادرست است. در واقع اهداف یادشده به‌معنای آرمان باید تلقی شوند نه اهداف مدیریتی و اجرایی. اهداف اجرایی و مدیریتی باید زمان و مکان داشته باشند و از حیث اثربخشی و عدالت باید سنجش‌پذیر و ابطال‌پذیر باشند. اهدافی که به محک اثربخشی و عدالت تن در ندهند، اهداف نیستند و از این حیث ضعفی و نقصانی به این شاخص‌ها مترتب نیست، بلکه باید در هدف‌گذاری تجدیدنظر شوند. مدیران در هر دوره چهارساله باید مبتنی بر اهداف کلان و آرمانی، هدف‌های زمانی خود را تدوین و اعلام کنند. مشکل اساسی این‌گونه نهادها و جایزه‌های ادبی این است که مدیران اجرایی تصور می‌کنند اهداف روشن است فقط باید در اجرا سازوکارهایی را به‌کاربندند. یکی از وظایف مدیران چنین نهادها یا اقداماتی، ارائه خوانش و تفسیر خود از حیث اهداف اجرایی مبتنی بر تجربه گذشته و دستاوردهای آن و نیز مبتنی بر اسناد بالادستی در هر دوره زمانی و مدیریتی مشخص است و نه فقط صرف اجرا.

براین اساس تا حد امکان و داده‌های موجود ناشی از مطالعات اسنادی ارزیابی عملکرد

جایزه ادبی پروین اعتصامی در جدول شماره ۱۶ ترسیم می‌شود:

**جدول شماره ۱۶. ارزیابی نهایی عملکرد جایزه پروین اعتصامی از  
حیث دو شاخص اثربخشی و عدالت**

اهداف	اثربخشی	عدالت فرهنگی
۱	بزرگداشت مقام و شخصیت شاعر نامدار ایران پروین اعتصامی	در حد سخنرانی‌های مراسم و تندیس جوایز
۲	رشد و اعتلای خلاقیت‌ها و آفرینش‌های ادبی بانوان	توجه به آثار موجه و فاخر مورد تأیید دولت بیشتر است که از این حیث عادلانه نیست.
۳	ترویج و تقویت زبان فارسی در خارج از کشور	چنین هدفی تحقق نیافته است.
۴	ایجاد پیوند بین ادبیات ملل به‌ویژه در حوزه جهان اسلام	چنین هدفی تحقق نیافته است.
۵	معرفی چهره‌های شاخص زنان ادیب و پژوهنده	شاخص ارزیابی داورها به دلیل فقدان شفافیت وجود ندارد و قابل تأیید یا رد نیست.
۶	تقدیر از زنان در عرصه زبان و ادب فارسی	مؤثر بوده است. هیئت داوران مثبت است در حد گرایش

**بخش دوم: جایزه جلال آل احمد**

در اواخر دولت هشتم شورای عالی انقلاب فرهنگی جایزه جلال آل احمد را تصویب کرد که اجرای آن به دولت نهم واگذار شد.

براساس مصوبه شماره ۵۶۵ مورخ ۸۴/۴/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی اهداف این جایزه به این شرح است:

ماده ۱. هدف:

هدف از اهدای جایزه ملی جلال آل احمد «ارتقای زبان و ادبیات ملی - دینی» از رهگذر بزرگداشت پدیدآورندگان آثار ادبی برجسته، بدیع و پیشرو است.

تبصره: تنظیم ضوابط و ارائه مشوق‌های مربوط به جایزه مزبور باید در راستای تولید فکر ادبی - هنری اسلام‌گرا و تقویت روحیه انتقادی - علمی نسبت به ترجمه‌های موجود ادبی و هنری باشد.

بنابر همین مصوبه قلمرو آثار مورد نظر آثاری است که «در حوزه بررسی و انتخاب

هیئت علمی و هیئت داوران قرار خواهد گرفت و شامل داستان بلند و کوتاه، نقد ادبی و کتب مستندنگاری و تاریخ‌نگاری خواهد بود.»

ارکان اجرایی این نهاد را هیئت امنا، هیئت علمی و دبیرخانه با وظایف معین تشکیل می‌دهد.

وظایف هیئت امنا عبارتند از:

۱. ترسیم و تعیین خط‌مشی و سیاست‌های کلی طرح جایزه ادبی جلال آل‌احمد؛
  ۲. رسیدگی و اظهار نظر نسبت به گزارش‌های هیئت علمی طرح؛
  ۳. تعیین اعضای هیئت علمی طرح که متشکل از دو کمیته اصلی داستان و مستندنگاری و تاریخ‌نگاری خواهد بود؛
  ۴. تصویب آیین‌نامه‌های داخلی و اجرایی و نیز معیارهای ارزیابی آثار که توسط هیئت علمی طرح، تدوین و تنظیم شده است.
- هیئت علمی متشکل از نه نفر از نویسندگان و صاحب‌نظران در زمینه داستان، نقد ادبی، مستندنگاری و تاریخ‌نگاری است که توسط معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انتخاب و برای تأیید به هیئت امنا معرفی می‌شوند. دبیر هیئت علمی، دبیر علمی کتاب سال جمهوری اسلامی ایران خواهد بود.

وظایف هیئت علمی عبارتند از:

۱. تدوین آیین‌نامه‌های داخلی و اجرایی و نیز معیارهای ارزیابی آثار و ارسال آن برای تصویب به هیئت امنا؛
۲. تعیین و نصب هیئت سه‌نفره داوری در هر یک از حوزه‌های داستان، نقد ادبی، مستندنگاری و تاریخ‌نگاری مرکب از متخصصان، صاحب‌نظران و استادان حوزه و دانشگاه؛
۳. بررسی، تفکیک و طبقه‌بندی آثار رسیده به دبیرخانه. بدین صورت که در صورت انطباق آثار با معیارهای پیش‌بینی‌شده بررسی‌های اولیه انجام گرفته و سپس برای داوری نهایی به هیئت داوران ارجاع می‌گردد؛
- تبصره: هرگونه اختلاف نظر میان اعضای هیئت علمی با رأی حداقل سه‌نفر از اعضاء تعیین تکلیف می‌شود.
۴. تصمیم‌گیری درمورد جوایز ویژه و بخش‌های جانبی.

زمان و مکان برگزاری مراسم:

مراسم اهدای جایزه ملی جلال آل‌احمد هر سال مقارن با ایام تولد این نویسنده توانا و صاحب‌سبک برگزار می‌شود.

براساس ماده ۱۲ آیین‌نامه این نهاد، ارزش جوایز نفرات اول هر کدام از رشته‌های این طرح، نشان ادبی جلال آل‌احمد به‌علاوه ۱۱۰ سکه بهار آزادی خواهد بود.

## عملکرد جایزه جلال آل احمد

تا تابستان سال ۹۴ هشت دوره از جایزه جلال آل احمد برگزار شده است. در زیر به‌طور مستقل به بررسی عملکرد این جایزه پرداخته می‌شود:

### نخستین دوره جایزه جلال آل احمد

در این دوره که در سال ۸۷ برگزار شد و مربوط به آثار سال ۸۵ و ۸۶ است، ۳۵۱۷ اثر به دبیرخانه ارسال شد که از این تعداد ۳۴۴۱ در مرحله نخست داوری انتخاب شدند و نهایتاً ۷۶ اثر به‌عنوان آثار واجد شرایط و امتیاز به‌مرحله آخرین راه یافتند. داوران این نوبت سرانجام پنج اثر را به‌عنوان اثر برگزیده معرفی کردند.

آثار برگزیده اولین دوره:

### جدول شماره ۱۷. برگزیدگان نخستین جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	ازدهاکشان،	یوسف علیخانی،	نگاه،	داستان	ادبی	برگزیده
۲	قاعده بازی	فیروز زنوزی جلالی	نشر علم	داستان	ادبی	برگزیده
۳	آیین آینه؛ سیر تحول نمادپردازی در فرهنگ ایرانی و ادبیات فارسی	دکتر حسینعلی قبادی و محمد بیرانوندی	تربیت مدرس	نقد ادبی	ادبیات ملی	برگزیده
۴	از اسطوره تا حماسه؛ هفت گفتار در شاهنامه پژوهی	سجاد آیدنلو	جهاد دانشگاهی (مشهد)	نقد ادبی	ادبیات ملی	برگزیده
۵	سازمان مجاهدین خلق؛ (۱۳۴۴ - ۱۳۸۴) پیدایی تا فرجام	پژوهشگران مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی	مطالعات و پژوهش‌های سیاسی	تاریخ‌نگاری و مستندسازی	سیاسی	برگزیده

### دومین دوره جایزه جلال آل احمد

در دومین جایزه جلال در سال ۱۳۸۸، ۱۸۵۰ اثر به دبیرخانه ارائه شد که در جدول فراوانی آثار به‌تفکیک موضوعی و درصد آثار نسبت به کل را نشان می‌دهد:

### جدول شماره ۱۸. فراوانی آثار به تفکیک حوزه‌ها در جایزه جلال آل احمد سال ۱۳۸۸

حوزه اثر	تعداد اثر	درصد از کل
داستان بلند و کوتاه	۷۰۳	۳۸ درصد
نقد ادبی	۳۴۰	۱۸٫۳ درصد
تاریخ‌نگاری و مستندنگاری	۸۰۹	۴۳٫۷ درصد
جمع کل	۱۸۵۰	۱۰۰ درصد

در دوره نخست تاریخ‌نگاری با حدود ۴۴ درصد آثار بیشترین فراوانی و به عبارتی بیشترین و نقد ادبی کم‌ترین استقبال را داشته است.

نکته مهم در این دوره سه تن از نویسندگان که آثارشان به مرحله نهایی راه یافته بود، از نامزدی خودداری کردند. به گزارش روزنامه دنیای اقتصاد (۱۳۸۸/۹/۲) مصطفی مستور، قباد آذرایین و مجید قیصری از نامزدی جایزه جلال انصراف داده‌اند. مراسم پایانی دومین دوره جایزه ادبی جلال آل احمد که از امسال، برگزیده آن در بخش داستان به‌منزله برگزیده جایزه «کتاب سال» نیز معرفی می‌شود، در حالی در تالار وحدت برگزار می‌شود، که رمان‌های بیوتن نوشته رضا امیرخانی و صورتک‌های تسلیم نوشته محمد ایوبی و همچنین مجموعه داستان آوای زهنگ نوشته احمد بیگدلی دیگر نامزدهای بخش داستان آن هستند. مصطفی مستور اواخر مهرماه از نامزدی دومین دوره جایزه ادبی جلال آل احمد و بیست‌وهفتمین دوره جایزه کتاب سال کناره‌گیری کرد. این داستان‌نویس در یادداشتی آورده است: «ضمن سپاس از داورانی که این اثر را شایسته حضور در این مرحله دانسته‌اند، یادآور می‌شوم که به‌دلیل تأثیرات شدید روحی ناشی از رویدادهای اخیر، تمایلی به شرکت‌دادن کتابم در این‌گونه جوایز رسمی ندارم».

### جدول شماره ۱۹. برگزیدگان دومین جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	زبان عرفان	علیرضا فولادی	آفرینه	نقد ادبی	گفتمان‌شناسی عرفان	برگزیده
۲	تماشاخانه اساطیر؛ اسطوره و کهن نمونه در ادبیات نمایشی ایران	نغمه ثمینی	نشرنی	نقد ادبی	ادبیات نمایشی	برگزیده
۳	دا	سیده زهرا حسینی	سوره مهر	مستندنگاری	خاطرات و جنگ	برگزیده
۴	اطلس شیعه	به‌اهتمام رسول جعفریان	جغرافیای نیروهای مسلح	تاریخ	تشیع	تقدیر



### سومین دوره جایزه جلال آل احمد

در این دوره که در سال ۱۳۸۹ برگزار شد، در سه بخش در مجموع ۲۹۷۰ اثر بررسی اولیه شدند که در نهایت چهار اثر به‌طور مشترک در دو حوزه نقد ادبی و داستان معرفی شدند. جدول زیر فراوانی آثار از حیث تفکیکی موضوعات را بیان می‌کند:

#### جدول شماره ۲۰. فراوانی آثار به تفکیک حوزه‌ها در جایزه جلال آل احمد سال ۱۳۸۸

حوزه اثر	تعداد اثر	درصد از کل
داستان بلند و کوتاه	۱۱۷۴	۴۰ درصد
نقد ادبی	۷۶۶	۲۵٫۸ درصد
تاریخ‌نگاری و مستندنگاری	۱۰۳۰	۳۴٫۲ درصد
جمع کل	۲۹۷۰	۱۰۰ درصد

برابر مفاد جدول شماره ۳، داستان نسبت به تاریخ‌نگاری و نقد ادبی بیشترین فراوانی آثار ارائه‌شده را دارد.  
آثار برگزیده سومین دوره:

#### جدول شماره ۲۱. برگزیدگان سومین جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	از معنا تا صورت؛ طبقه‌بندی و تحلیل ریشه‌ها، زمینه‌ها، نظریه‌ها، جریان‌ها، رویکردها، اندیشه‌ها و آثار مهم نقد ادبی در ایران و ادبیات فارسی	مهدی محبتی	سخن	نقد ادبی	ادبیات ملی	تقدیر
۲	تاریخ ادبی ایران و قلمرو زبان فارسی؛ تطور و دگردیسی ژانرها تا میانه سده پنجم؛ به انضمام نظریه تاریخ ادبیات	سید مهدی زرقانی	سخن	نقد ادبی	ادبیات ملی	تقدیر
۳	تالار پذیرایی پایتخت	محمدعلی گودینی	سوره مهر	داستان	ادبی	تقدیر
۴	نامیرا	صادق گرمیاری	نیستان	داستان	ادبی	تقدیر

## چهارمین دوره جایزه جلال آل احمد

در آذر ۱۳۹۰ چهارمین دوره جایزه ادبی جلال آل احمد برگزار شد. در محله نخست داوری کتاب‌های تألیفی ۱۳۸۹ در چهار موضوع داستان، نقد ادبی، تاریخ‌نگاری و مستندسازی ارزیابی شد و از میان ۴۸۵۴ اثر تعداد ۳۴ عنوان به مرحله بعد راه یافت که در نهایت شش اثر به عنوان اثر برگزیده و شایسته تقدیر معرفی شدند. در این دوره موضوع مستندنگاری از تاریخ‌نگاری تفکیک شد.

جدول زیر فراوانی آثار به تفکیک موضوعی را بیان می‌کند:

### جدول شماره ۲۲. فراوانی آثار به تفکیک حوزه‌ها در جایزه جلال آل احمد سال ۱۳۸۹

حوزه اثر	تعداد اثر	درصد از کل
داستان بلند و کوتاه	۱۹۳۲	۴۰ درصد
نقد ادبی	۱۰۷۵	۲۲ درصد
تاریخ‌نگاری	۱۲۱۶	۲۵ درصد
مستندنگاری	۶۳۱	۱۳ درصد
جمع کل	۴۸۵۴	۱۰۰ درصد

### جدول شماره ۲۳. برگزیدگان چهارمین جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	جاده جنگ (۵ مجلد)	منصور انوری	سوره مهر	داستان	جنگ	برگزیده
۲	از اشارت‌های دریا (بوطیقای روایت در مثنوی)	حمیدرضا توکلی	مروارید	نقد ادبی	ادبی	برگزیده
۳	نبرد سمیرم (انگلیسی‌ها، قشقایی‌ها و جنگ دوم جهانی)	کاوه بیات	خجسته	تاریخ	تاریخ ایران	برگزیده
۴	علل و عوامل جابه‌جایی کانون‌های تجاری در خلیج فارس	محمدباقر وثوقی	پژوهشکده تاریخ اسلام	تاریخ	تاریخ ایران	برگزیده
۵	تا خمینی شهر (روایت زندگی مجاهدانه حاج عبدالله والی)	مؤسسه ایمان جهادی	مؤسسه ایمان جهادی	تاریخ	زندگینامه	تقدیر

در دوره چهارم، هم‌چنان داستان بیشترین فراوانی و استقبال را دارد و نقد ادبی و تاریخ‌نگاری در مرتبه بعدی قرار دارند.

### پنجمین دوره جایزه جلال آل احمد

پنجمین دوره جایزه جلال آل احمد در آذر ۱۳۹۱ برگزار شد. در این دوره ۴۷۰۲ اثر مربوط به سال ۱۳۹۰ بررسی شد که از این تعداد ۲۱ عنوان به مرحله داوری بعد راه یافت و در نهایت پنج اثر به‌عنوان شایسته تقدیر معرفی شدند. در این دوره هیچ اثری جایزه برگزیده را به‌دست نیاورد و در حوزه تاریخ‌نگاری هم هیچ کتابی شایسته تقدیر شناخته نشد. فراوانی آثار به‌تفکیک حوزه‌ها در چهار موضوع مشخص در جدول زیر گزارش شده است:

#### جدول شماره ۲۴. فراوانی آثار به‌تفکیک حوزه‌ها در جایزه جلال آل احمد سال ۱۳۹۰

حوزه اثر	تعداد اثر	درصد از کل
داستان بلند و کوتاه	۱۶۰۱	۳۴ درصد
نقد ادبی	۱۰۲۰	۲۱٫۸ درصد
تاریخ‌نگاری	۱۲۰۱	۲۵٫۵ درصد
مستندنگاری	۸۸۰	۱۸٫۷ درصد
جمع کل	۴۷۰۲	۱۰۰ درصد

در نوبت پنجم، تغییر محسوسی در فراوانی حوزه‌ها نسبت به سال قبل رخ نمی‌دهد و داستان بیشترین استقبال را دارد.

آثار برگزیده پنجمین دوره جایزه جلال آل احمد:

#### جدول شماره ۲۵. برگزیدگان پنجمین جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	حافظ هفت	اکبر صحرایی	سوره مهر	داستان	سفرنامه	تقدیر
۲	عقل سرخ	تقی پورنامداریان	سخن	نقد ادبی	ادبی	تقدیر
۳	مولوی و اسرار خاموشی (فلسفه، عرفان و بوطیقای خاموشی)	علی محمدی آسیابادی	سخن	نقد ادبی	فلسفه و عرفان	تقدیر
۴	نورالدین پسر ایران (خاطرات سیدنورالدین عافی)	معصومه سپهری	سوره مهر	داستان	جنگ	تقدیر
۵	شرح اسم (زندگینامه آیت‌الله سیدعلی خامنه‌ای)	هدایت‌الله بهبودی	مطالعات و پژوهش‌های سیاسی	تاریخ	زندگینامه	تقدیر

### ششمین دوره جایزه ادبی جلال آل احمد

در آذر سال ۹۲ ششمین دوره جایزه جلال آل احمد برگزار شد. در این دوره ۴۱۳۸ اثر به دبیرخانه ارسال شد که داوران ۳۹ اثر را واجد داوری تشخیص دادند و در نهایت چهار اثر به عنوان شایسته تقدیر معرفی شدند. در این دوره در هیچ بخشی برگزیده‌ای شناخته نشد و در موضوع داستان هم اثر برگزیده یا تقدیری معرفی نشد و شایستگان تقدیر پنجمین دوره جایزه جلال آل احمد به شرح زیر است:

#### جدول شماره ۲۶. برگزیدگان ششمین جایزه جلال آل احمد

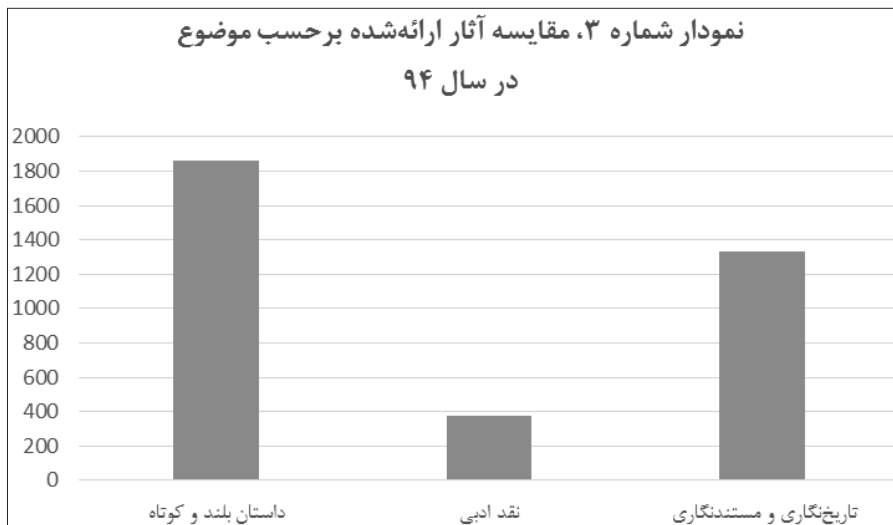
ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	سبک‌شناسی	محمود فتوحی	سخن	نقد ادبی	ادبیات	تقدیر
۲	اجتماعیون عامیون	سهراب یزدانی	نی	تاریخ	تاریخ ایران	تقدیر
۳	انتفاضة شعبانیه	ضیاءالدین تیرائیان	مرکز اسناد انقلاب اسلامی	تاریخ	عراق	تقدیر
۴	نبرد طریق القدس	امیر رزاق زاده	مرکز اسناد انقلاب اسلامی	مستندنگاری	جنگ	تقدیر

### هفتمین دوره جایزه جلال آل احمد

هفتمین دوره جایزه جلال در سال ۹۳ برگزار شد. در این سال ۳۵۴۴ اثر به دبیرخانه هفتمین دوره جایزه ادبی جلال آل احمد ارسال شد. در جدول زیر فراوانی آثار به تفکیک مشخص است:

#### جدول شماره ۲۷. فراوانی آثار به تفکیک حوزه‌ها در جایزه جلال آل احمد سال ۱۳۹۳

حوزه اثر	تعداد اثر	درصد از کل
داستان بلند و کوتاه	۱۸۶۳	۵۲٫۶ درصد
نقد ادبی	۳۷۵	۱۰ درصد
تاریخ‌نگاری و مستندنگاری	۱۳۳۳	۳۷٫۴ درصد
جمع کل	۳۵۴۴	۱۰۰ درصد



در هفتمین دوره وضعیت میزان استقبال از حوزه‌های جوایز جلال همانند سال‌های گذشته است و البته حوزه داستان از ۳۴ درصد دوره قبل به حدود ۵۳ درصد افزایش یافته است.

### جدول شماره ۲۸. برگزیدگان هفتمین جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	آه با شین	محمد کاظم مزینانی	سوره مهر	داستان	ادبی	برگزیده
۲	ملکان عذاب	ابوتراب خسروی	ثالث	داستان	ادبی	برگزیده
۳	رازهای سانتی‌متری	مردعلی مرادی	روزنه	داستان	ادبی	تقدیر
۴	گشودن رمان	حسین پاینده	مروارید	نقد ادبی	ادبیات	برگزیده
۵	زندان الرشید	محمد مهدی بهداروند	سوره مهر	مستندنگاری	تاریخی	برگزیده
۶	سفر برگزشتنی	محمد رضا توکلی صابری	قطره	مستندنگاری	تاریخی	برگزیده

هشت عضو هیئت علمی هفتمین دوره این جایزه عبارتند از: محمد حنیف، محمد رضا جوادی یگانه، حسین پاینده، بلقیس سلیمانی، احمد دهقان، صادق کریمیار، محسن کاظمی، حجت الاسلام محمد رضا زائری.

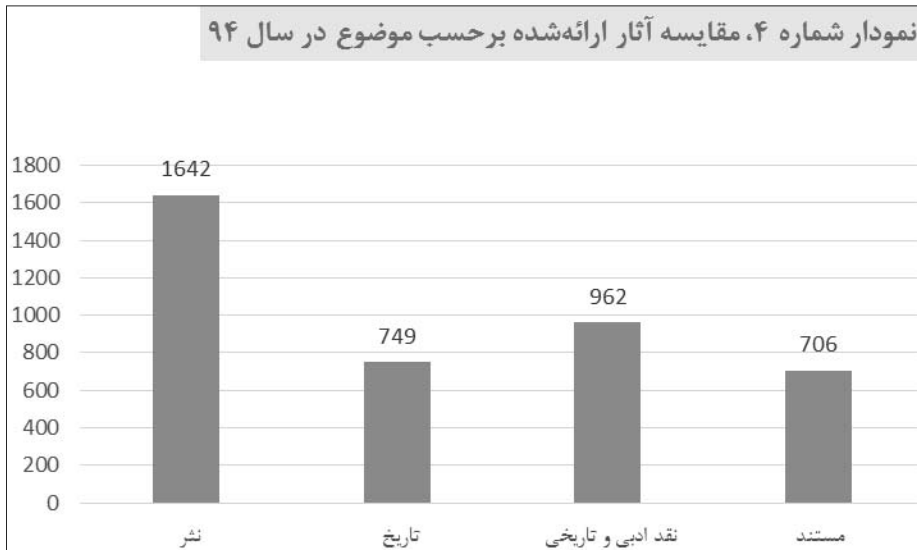
## هشتمین دوره جایزه جلال آل احمد

در آبان سال ۹۴ هشتمین دوره جایزه ادبی جلال برگزار شد. تعداد آثار ارائه شده به دبیرخانه به تفکیک موضوعات به شرح زیر است:

جدول شماره ۲۹. فراوانی آثار به تفکیک حوزه‌ها در جایزه جلال آل احمد سال ۱۳۹۴

حوزه اثر	تعداد اثر	درصد از کل
نثر و داستان	۱۶۴۲	۴۰ درصد
نقد ادبی و تاریخی	۹۶۲	۱۸ درصد
مستندنگاری	۷۰۶	۲۴ درصد
تاریخ	۷۴۹	۱۷ درصد
جمع کل	۴۰۵۹	۱۰۰ درصد

در دوره هشتمین، حوزه داستان نسبت به سال قبل کمتر شده و مستندنگاری به رتبه دوم ارتقا یافته است.



## برگزیدگان دوره هشتم

### جدول شماره ۳۰. برگزیدگان هشتمین جایزه جلال آل احمد

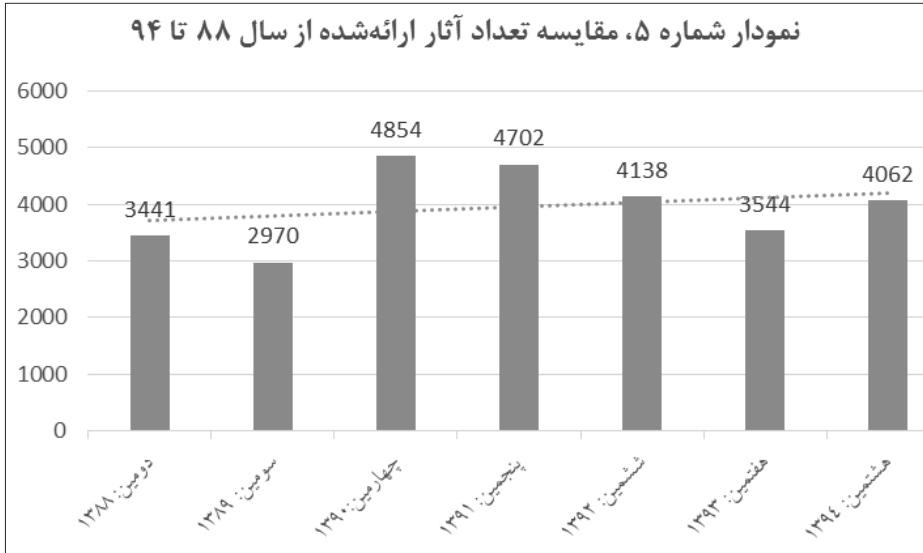
ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	رویکرد محتوایی	نوع جایزه
۱	آب هرگز نمی‌میرد	حمید حسام	صریر	مستندنگاری	خاطرات جنگ	تقدیر
۲	تو در قاهره خواهی مرد	حمیدرضا صدر	چشمه	داستان	شاه ایران	تقدیر
۳	دختر لوتی	شهریار عباسی	مرورید	داستان	ادبی	برگزیده
۴	پاییز فصل آخر سال است	نسیم مرعشی	چشمه	داستان	ادبی	برگزیده
۵	آیا بچه‌های خزانه رستگار می‌شوند؟	مهدی اسدزاده	پیدایش	داستان	ادبی	تقدیر
۶	نگهبان تاریکی	مجید قیصری	افق	داستان	ادبی	تقدیر
۷	روایت‌شناسی کاربردی	علی عباسی	شهید بهشتی	نقد ادبی	ادبیات	تقدیر
۸	کلک خیال‌انگیز، بوطیقای ادبیات وهمناک، کرامات و معجزات	ابوالفضل حرّی	نشر نی	نقد ادبی	ادبیات	تقدیر

## ارزیابی جایزه ادبی جلال آل احمد

در جدول زیر میان آثار هشت دوره جایزه جلال بررسی تطبیقی شده است:

### جدول شماره ۳۱. آمار کمی بررسی آثار جایزه ادبی جلال آل احمد از سال ۸۷ تا ۹۳

دوره جایزه جلال	تعداد آثار ارسال شده	تعداد آثار بررسی شده	تعداد آثار برگزیده
نخستین: ۱۳۸۷			
دومین: ۱۳۸۸	۳۴۴۱	۷۶	۵
سومین: ۱۳۸۹	۲۹۷۰		۴
چهارمین: ۱۳۹۰	۴۸۵۴	۳۴	۶
پنجمین: ۱۳۹۱	۴۷۰۲	۲۱	۵
ششمین: ۱۳۹۲	۴۱۳۸	۳۹	۴
هفتمین: ۱۳۹۳	۳۵۴۴		۶
هشتمین: ۱۳۹۴	۴۰۶۲	۲۰	۸



اطلاعات این جدول بیانگر روند نزولی معرفی کتاب در سال‌های ۸۸ و ۸۹ و سپس افزایش آن در سال‌های ۹۰ تا ۹۱ و در نهایت کاهش آن در سال ۹۳ است. معلوم نیست در سال‌های ۹۰ تا ۹۱ آثار اعلام‌شده به دبیرخانه ارسال شده یا خود دبیرخانه به گردآوری آن اقدام کرده است.

روند کیفی جوایز هم نشان می‌دهد که در سال‌های ۹۰ به بعد از تعداد آثار برگزیده کم‌تر شده و در بخش داستان که موضوع مرتبط‌تری با جایزه ادبی جلال دارد، در برخی سال‌ها یا برگزیده نداشته یا حداکثر شایسته تقدیر بوده است.

### بررسی کمی آثار انتخاب‌شده

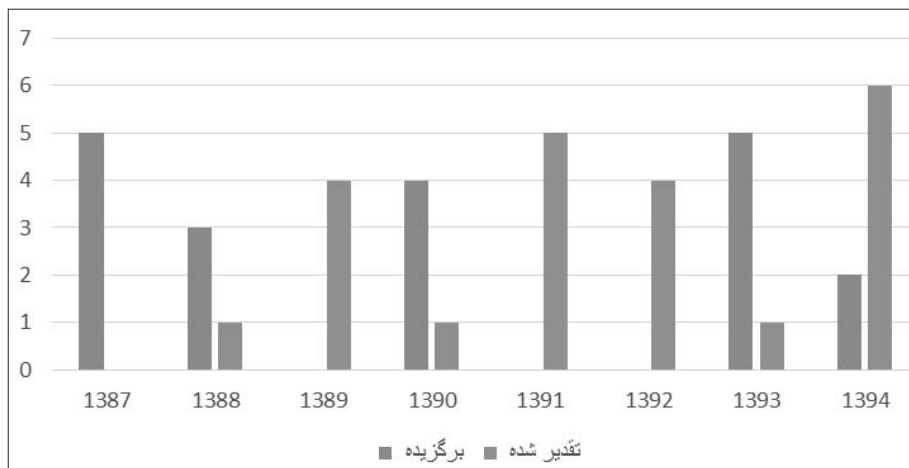
آثار برگزیده از زوایای گوناگون قابل بررسی است. در این جا گزارشی از وضعیت این آثار از حیث تعداد برگزیده و تقدیرشدگان و همچنین از حیث حوزه و موضوع آن‌ها در جدول زیر ترسیم می‌شود:



جدول شماره ۲۲. وضعیت آثار انتخاب‌شده در ۸ دوره جایزه جلال آل‌احمد از حیث نوع جوایز و موضوع آن‌ها

نوبت جایزه	برگزیده	تقدیرشده	بخش موضوعی		
			داستان	نقد ادبی	مستندنگاری
اول	۵		۲	۲	۱
دوم	۳	۱		۲	۱
سوم		۴	۲	۲	
چهارم	۴	۱	۱	۱	۳
پنجم		۵	۲	۲	۱
ششم		۴		۱	۱
هفتم	۵	۱	۳	۱	۲
هشتم	۲	۶	۵	۲	۱
جمع کل	۱۹	۲۲	۱۵	۱۳	۶

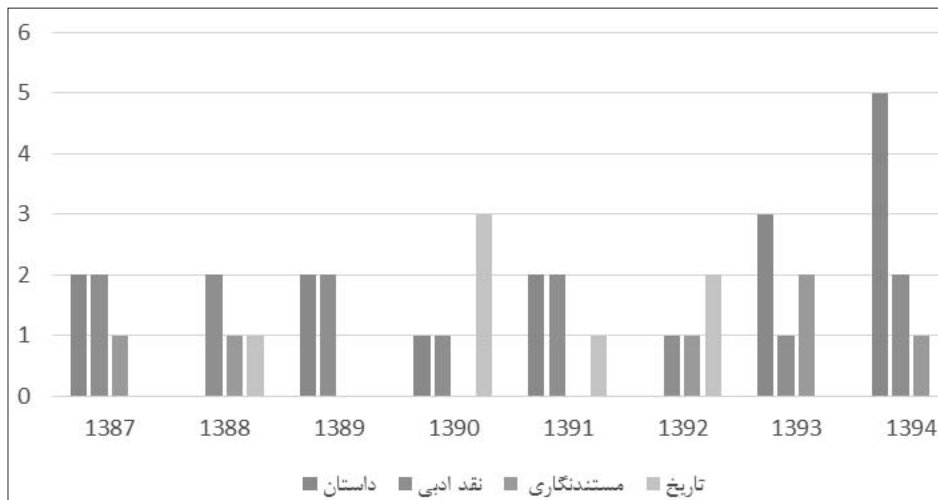
نمودار شماره ۶. مقایسه آثار برگزیده و تقدیرشده از ۸۷ تا ۹۴



کل آثار برگزیده‌شده در هشت دوره ۴۱ عنوان است که از این تعداد، بخش داستان ۱۵

عنوان، نقد ادبی ۱۳ عنوان، مستندنگاری ۶ عنوان و تاریخ ۷ عنوان را شامل می‌شوند. در مجموع هشت دوره برگزاری جایزه جلال ۵۴ درصد آثار انتخاب شده تقدیری و ۴۶ درصد برگزیده بوده‌اند. در سال‌های ۸۹ و ۹۱ و ۹۲ تمامی آثار برگزیده و در سال‌های ۸۸ و ۹۰ و ۹۳ کم‌ترین انتخاب آثار برگزیده انتخاب شده‌اند. این وضع می‌تواند بیانگر وضعیت آثار ادبی و فرهنگی جامعه و هم می‌تواند بیانگر نگرش داوران و سخت‌گیری آن‌ها باشد. بخش داستان و نقد ادبی دو بخش مهم این جایزه در خلال سال‌های ۸۷ تا ۹۴ فرازونشیب داشته است. سال ۹۴ بیشترین انتخاب را دارد و سال ۹۲ هیچ اثری انتخاب نشد. نقد ادبی نسبت به داستان وضع باثبات‌تری داشته است.

نمودار شماره ۷. مقایسه بخش‌های آثار برگزیده از ۸۷ تا ۹۴



نوسانات بخش‌های اثر انتخاب شده هم تابعی است از وضع فرهنگی و ادبی کشور و هم متأثر از نگرش داوران. بخش تاریخ در این میان بیشترین نوسان را داشته است که در سال‌های اخیر حذف شده است.



جدول شماره ۳۳. مقایسه موضوعی کل آثار ۸ دوره جایزه جلال آل احمد

بخش	تعداد	درصد از کل
داستان	۱۵	۳۷
نقد ادبی	۱۳	۳۱
مستندنگاری	۶	۱۵
تاریخ	۷	۱۷
جمع کل	۴۱	۱۰۰

باتوجه با اهداف برگزاری جایزه جلال آل احمد که به جایزه ادبی شهرت و اعتبار دارد، در مجموع ۳۲ درصد آثار انتخاب شده چندان به فلسفه وجود و ذاتی این جایزه ارتباطی ندارد.

### ارزیابی جایزه جلال آل احمد از نگاه کارشناسان

جایزه جلال به دلیل اعطای ویژه ۱۱۰ سکه به برگزیدگان توجه افکار عمومی را به خود معطوف کرده است و موافقان و مخالفان جدی دارد. در زیر به برخی از این انتقادات و موافقان اشاره می‌شود:

۱. محمود دولت‌آبادی: «امکان آن هست که جایزه‌ای از سوی دولت برگزار شود و نتیجه خوبی هم در پی داشته باشد. می‌توان بدون ایجاد هیچ‌گونه خللی در استقلال جایزه‌ها آن‌ها را با حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌های دولتی برگزار کرد. خط‌کشی‌هایی که برمبنای

آن نویسنده‌های این طرفی و آن طرفی مطرح می‌شود هم مانع اعتلای جایزه‌ها می‌شود و هم دست داورانی که بررسی آثار را برعهده دارند، می‌بندد. اعمال این خط‌کشی‌ها حتی از سوی نویسنده‌ها نیز صحیح نیست. نباید بگردیم و ببینیم که فلان جایزه را کدام سازمان برگزار می‌کند و بعد به سبب دولتی‌بودنش آن را فاقد اعتبار لازم بدانیم.»

محمود دولت‌آبادی درباره جایزه ادبی جلال و میزان اثرگذاری آن در جریان ادبی دوران معاصر کشورمان می‌گوید: «افراد حاضر در هیئت علمی جایزه فعلی را چندان نمی‌شناسم که بتوانم نظری بدهم، اما معتقدم هر جایزه‌ای که فرمایشی باشد، از اثرگذاری چندانی برخوردار نخواهد بود. نباید اجازه بدهیم کارهای فرهنگی گرفتار فرمایش افرادی شوند که به نوعی نقشی در برگزاری آن‌ها دارند.»

وی معتقد است که وقتی جایزه‌ای گرفتار چنین موانعی شود، حتی در نظر گرفتن مقدار بالایی جایزه برای اهدا به نفرات برگزیده هم نمی‌تواند تأثیری در افزایش اعتبار آن نزد مخاطبان مورد نظرش داشته باشد. وی می‌گوید: «۱۱۰ سکه که هیچ، حتی ۲ هزار سکه هم نمی‌تواند برای جایزه‌ای که احتمالاً با اما و اگرهایی روبه‌رو است، اعتبار کسب کند و تأثیری روی مخاطبان بگذارد.» (سایت جایزه جلال آل‌احمد).

۲. صادق کرمیار، (نویسنده و کارگردان و عضو هیئت علمی هفتمین دوره از جایزه): «هم‌اکنون نمی‌توانم با قطعیت بگویم که عدالت در جایزه جلال تا چه اندازه رعایت می‌شود چرا که هنوز زمان چندانی از برگزاری نخستین دوره آن نمی‌گذرد. البته سال قبل که به‌طور مستقیم در جریان آن حضور داشتم، با دیدگاه‌های مثبتی از سوی اهالی ادبیات مواجه شدم که معتقد بودند داوری‌های سال مذکور عادلانه‌تر انجام شده‌اند. تلاش داوران و اعضای هیئت علمی در دوره قبل بر این بود که آثار را در شرایط منصفانه‌ای مطالعه کنند. از همین رو هم اهالی رسانه و هم اهالی قلم نظرات مثبتی در ارتباط با دوره قبل داشتند.» کرمیار معتقد است که این جایزه حتی در شرایط فعلی هم قدرت اثرگذاری در جریان‌های ادبی کشورمان را دارد و می‌گوید: «به‌عنوان نمونه کتاب گشودن رمان نوشته استاد پاینده که در یکی از دوره‌ها جایزه جلال به آن تعلق گرفت، دور تازه‌ای از نقد ادبی را در ادبیات کشورمان آغاز کرد. از همین رو به اثرگذاری این جایزه معتقد هستم. برای ارتقای این جایزه نباید هیچ ابایی از گرفتاری آن به حاشیه‌هایی که گاه‌وبی‌گاه از آن‌ها می‌شنویم، داشته باشیم. زمانی که جایزه‌ای با حاشیه و اما و اگرها روبه‌رو می‌شود، به این معناست که در جلب توجه اهالی ادبیات به خود موفق عمل کرده است. در این شرایط فرقی هم ندارد که این توجه به سبب ارزش ریالی جایزه آن باشد یا از اعتبار آن برخاسته باشد. شاید حتی بتوان گفت حاشیه‌های حول این جایزه می‌توانند جریان‌ساز شده و آنرا هدایت کنند.»

۳. فرزانه طاهری (مترجم و مدیر بنیاد گلشیری) در پاسخ به اینکه چرا جایزه‌های ادبی در

برخی از کشورها به چنان جایگاهی دست پیدا می‌کنند که حتی فراتر از مرزهای جغرافیایی آن‌ها مطرح می‌شوند اما در کشور خودمان کم‌تر شاهد چنین اتفاقی هستیم، می‌گویید: «اینکه کشورمان را از این منظر با کشورهای دیگر مقایسه کنیم، کار صحیحی نیست. ادبیات فارسی به واسطه مسائل و مشکلات مختلفی که در حوزه کتاب به آن گرفتار شده با مجموعه خاصی روبه‌رو شده است. جایزه جلال و دیگر جایزه‌های ادبی نیز از این امر مستثنی نیستند. آن‌ها هم در همین دایره رشد و نمو می‌کنند و نمی‌توان انتظار چندانی از آن‌ها داشت. متأسفانه شرایط به‌گونه‌ای شده که تا یک فعالیت ادبی آغاز می‌شود لبه تیز انتقاد از همه طرف متوجه آن می‌شود. دولتی یا خصوصی بودن این جایزه‌ها هم از این منظر تأثیر چندانی در آن‌ها ندارد. تا زمانی که برای حل مشکلات فعلی چاره‌ای اندیشیده نشود نمی‌توان از جایزه‌ها نیز توقعی داشت.»

با وجود نقدهایی که طاهری به شرایطی که ادبیات طی ۱۰ سال اخیر به آن گرفتار شده دارد، باز هم نمی‌توان به‌طور کامل منکر اثرگذاری این قبیل رویدادهای فرهنگی شد. به‌عنوان نمونه زمانی که آثار برگزیده در هر یک از جایزه‌های ادبی معرفی می‌شوند، می‌توان علاقه مخاطبان را حتی در سطح اندک به خرید و مطالعه این آثار مشاهده کرد. مدیر بنیاد گلشیری در ادامه تصریح می‌کند: «البته تمام تقصیرها را هم نمی‌توان به گردن سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی نظیر وزارت فرهنگ و ارشاد انداخت، چراکه خود ما هم در وضعیت فعلی مقصر هستیم و همه مشکلات از بالا نیست. نه تنها مردم بلکه حتی خود اهالی کتاب هم از کتاب و کتاب‌خوانی فاصله گرفته‌اند. خود ما هم آن‌طور که باید و شاید کتاب نمی‌خوانیم. از سویی در گذشته آرزوی اغلب ما این بود که فرصتی برای رونمایی آثارمان پیدا کنیم در حالی که در شرایط فعلی فعالیت‌های حوزه کتاب بیشتر به ظواهر آن و این قبیل رونمایی‌ها محدود شده است. به پیشنهاد من شاید بهتر باشد به جای هر اقدامی تلاش کنیم تا نگاه منصفانه‌تری به جایزه‌های ادبی داشته باشیم. تا جایزه‌ای برگزار شد تمام فکر و ذکرمان انتقاد از آن نباشد و اجازه بدهیم هر کسی کار خودش را انجام بدهد.» وی نگاه منفی به همه جایزه‌هایی که عنوان دولتی را یدک می‌کشند ندارد و معتقد است که حتی جایزه‌های دولتی تا زمانی که برگزارکنندگان آن‌ها به دنبال تحمیل خط فکری خود نباشند می‌توانند بدرخشند و به اعتلای ادبیات فارسی بینجامند. طاهری در ارتباط با برخی از نقدهایی که متوجه جایزه جلال است می‌افزاید: «توجه به نحوه انتخاب آثار منتخب از اهمیت بسیاری برخوردار است، در ارتباط با همین جایزه من گاه از برخی شنیده‌ام که می‌گویند چطور نویسنده‌ای که هیچ فردی او را نمی‌شناسد و کتابش را هم نخوانده‌اند جایزه جلال را برده است! جالب این است که در برخی موارد حتی عنوان برگزیده هم به صاحب‌اثر کمک نکرده و نوشته‌ی وی همچنان در خاموشی باقی می‌ماند.»

برخی از اهالی کتاب و حتی مخاطبان معتقدند که حتی اگر داوران جایزه‌هایی نظیر جلال بخواهند بررسی منصفانه‌ای داشته باشند به دلیل وجود گروه‌های فشار آن‌هم خارج از بدنه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نمی‌توانند این کار را انجام بدهند. طاهری هم معتقد به چنین مسئله‌ای است و می‌گوید: «در همین جایزه جلال به نظر من جای بسیاری از کتاب‌های خوب خالی است. حدس می‌زنم به دلیل فعالیت همان گروه‌های فشاری که اشاره شد، داوران به‌ناچار کتاب‌های قوی را کنار گذاشته و به‌سراغ آثاری می‌روند که مشکلی نداشته باشند. به‌همین دلیل امید چندانی به قضاوت عادلانه هیئت علمی و دوران جایزه مذکور ندارم. بازهم تأکید می‌کنم که برای نقد جایزه‌های ادبی باید آن‌ها را در بستر ادبیات و وضعیت حوزه کتاب بررسی کرد تا نتیجه قابل تأملی حاصل شود.»

۴. حسن میرعبدینی (نویسنده و منتقد ادبیات داستانی) در پاسخ به اینکه آیا جایزه جلال توانسته به جایگاهی که شایسته آن است دست پیدا کند، می‌گوید: «دولتی بودن این جایزه را شاید بتوان یکی از دلایلی دانست که منجر به بی‌توجهی برخی از اهالی قلم به این جایزه شده است. به‌هر حال اعتبار هر جایزه به عملکرد داوران آن و از سویی عملکردش است. یکی دیگر از دلایلی که می‌توان به آن اشاره کرد این است که زمان چندانی از برگزاری نخستین دوره آن نمی‌گذرد و برای کسب اعتبار بیشتر میان اهالی قلم و حتی مخاطبان شاید بهتر باشد که به آن زمان بیشتری بدهیم. از میان جایزه‌های ادبی که در این سال‌ها با استقبال به‌نسبت خوبی مواجه شده می‌توان به جایزه مهرگان اشاره کرد که متأسفانه ادامه موفق‌تری نداشت. وضعیت اغلب جایزه‌ها به‌همین صورت است یا ادامه آن‌ها متوقف می‌شود یا اینکه به بیراهه می‌روند و از شکل درست خارج می‌شوند. در کشورهای دیگر اغلب این جایزه‌ها، جایزه‌هایی هستند که به رمان‌ها داده می‌شوند. جایزه‌هایی نظیر بوکر از همین جمله هستند که به رمان اختصاص پیدا می‌کنند. زمانی که چنین سوآلی مطرح می‌شود به‌ناچار باید به‌سراغ زمینه‌های ایجاد آن نیز برویم. اینکه چرا ما رمان باکیفیتی که قابل درخشش در سطح جهانی باشد نداریم، از سوی دیگر به احتمال بسیار می‌دانید که شکل‌گیری رمان به مسائل اجتماعی مختلفی نظیر میزان نهادینه‌شدن مدرنیته در جامعه نیز بازمی‌گردد. صحبت درباره این موضوع فراتر از این مجال اندک است و تنها می‌توان به اشاره نکاتی هرچند مختصر بسنده کرد. با توجه به شرایطی که رمان به‌دلایل مختلف تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی در کشورمان پشت سر گذاشته، نمی‌توان انتظار شرایطی مشابه کشورهای دیگر را داشت.»

۵. فیروز زنوزی جلالی (نویسنده و مدرس داستان‌نویسی و برگزیده پیشین جایزه جلال): «به‌طور حتم اگر تعداد سکه‌های نفرات برگزیده جایزه جلال تنها پنج سکه بود هیچ کدام از حاشیه‌هایی که هم‌اکنون با آن مواجه هستیم، رخ نمی‌داد. اما در شرایط فعلی خیلی از

نگاه‌ها متوجه آن شده است. باین وجود نباید انتظار داشته باشیم که تنها نظرات مثبت متوجه این جایزه باشد، چرا که به هر حال هر فردی حق دارد که نظر خودش را ابراز کند. آثار برگزیده و معرفی شده از دریچه این جایزه چه ما آن‌ها را قبول داشته باشیم و چه قبول نداشته باشیم، به هر حال تأثیر خود را بر جای می‌گذارند. از سویی زمانی که در جوایز مهم ادبی به یک اثر عنوان برگزیده اعطا می‌شود خودبه‌خود آن اثر بر جریان‌های ادبی نیز تأثیر می‌گذارند چرا که به هر حال برخی از اهالی قلم به دنبال این می‌روند که چگونه بنویسند تا موفق به کسب جایزه‌های مذکور شوند» (سایت جایزه جلال آل احمد).

۶. به گزارش رجانویز «اگرچه اتخاذ برخی تصمیمات خلق الساعه توسط برگزارکنندگان هفتمین دوره جایزه ادبی جلال باعث بروز انتقادهایی شده بود، اما اعلام نامزدهای نهایی این دوره از جایزه در چهار بخش، موجب شد تا این انتقادات بالا بگیرد. گذشته از تخلفات آیین‌نامه‌ای متعددی که در مسیر برگزاری این دوره به چشم آمد (گزارشی از آن را در یادداشت محمدرضا سرشار بخوانید)، غلبه کتاب‌های جریان شبه‌روشنفکری در میان نامزدهای جایزه موجب شد تا بسیاری از چهره‌های ادبی و فرهنگی و رسانه‌ها نسبت به این موضوع واکنش نشان دهند. حضور نویسندگان و کتاب‌هایی که نه تنها از نظر ادبی قوت خاصی ندارند، بلکه از نظر محتوایی نیز با انقلاب زاویه داشته و حتی با معیارهای تأکید شده در اساسنامه جایزه جلال هم‌خوانی ندارند، در فهرست نامزدها از جمله دلایل این اعتراضات بود.

برای مثال خبرگزاری فارس در گزارشی به بررسی پنج نامزد بخش داستان کوتاه پرداخت تا مشخص شود که این پنج کتاب چقدر با آنچه در اساسنامه جایزه جلال آمده بیگانه‌اند، و البته نامزد کردن آن‌ها تا چه حد با تأکیدات بالادستی درباره لزوم عدم حمایت و چهره‌سازی و تبلیغ چهره‌های جناح غیرمومن فرهنگی در تضاد است.

البته همه این نقدها و اعتراضات بدون آنکه به شخصیت داوران یا برگزارکنندگان جایزه جلال متوجه باشد، مستند به محتوای کتاب‌ها و جهت‌گیری نویسنده‌هایی بود که به‌عنوان نامزد معرفی شده بودند. کتاب‌هایی که غالباً سرشار از ناامیدی، پوچی، تکه و کنایه به انقلاب و نظام، تصویرسازی‌های ارو تیک و مسائلی از این دست هستند، واقعاً چه نسبتی با جایزه ادبی جلال دارند که حالا زیر سؤال بردن آن‌ها دبیر علمی هفتمین دوره این جایزه را چنان به‌خشم بی‌آورد که این‌طور خارج از عرف فرهنگی و ادبی به منتقدان حمله کند. (پایگاه رسمی محمدرضا سرشار).

خبرگزاری فارس در گزارشی (۹۳/۹/۳) در مورد هفتمین جایزه جلال نوشت: «در این دوره از جایزه اگرچه دکتر محمدرضا سنگری، حمیدرضا شاه‌آبادی و جواد محقق نیز در جمع داوران بودند، اما شاید حضور بعضی از داوران که گرایش‌های آن‌ها نزدیک به جریان

روشنفکری بود موجب شد تا جایزه جلال به جای بهادادن به نیروهای انقلابی به مجموعه‌ای از انواع گرایش‌ها و سلاقی جایزه دهد. به نظر می‌رسد در صورت ادامه این روند جایزه جلال نیز به جوایزی مانند جایزه گلشیری و انواع جوایز شبه‌روشنفکری نزدیک شود».

مسئولان و برخی اعضای هیئت علمی جایزه جلال توضیحاتی در رد این انتقادات ارائه داده‌اند و به انتقادات هم جناح روشنفکری و هم اصول‌گرایی پاسخ داده‌اند.

در آذرماه سال ۹۴ دو تن از هیئت علمی جایزه جلال آل‌احمد؛ حجت‌الاسلام محمدرضا زائری و بلقیس سلیمانی در خبرگزاری مهر حاضر شدند تا به پرسش‌ها و انتقادات مطرح درباره جایزه جلال پاسخ دهند. از دیگر هیئت داوران هم دعوت شده بود، که در این جمع حاضر نشدند!

در اینجا برخی از پرسش‌ها و پاسخ‌ها به اختصار آورده می‌شود:

پرسش: در اساسنامه این جایزه به‌طور صریح ذکر شده که این جایزه با هدف ارتقای زبان و ادبیات ملی و دینی و تشویق نوشته‌ها با هویت و خاستگاه ایرانی باید اهدا شود. منتقدان معتقدند به‌رغم این صراحت، در دو سال گذشته این جایزه از این موضوع دور شده و به ادبیات متعهد روی خوشی نشان نداده است.

بلقیس سلیمانی: وقتی از ادبیات متعهد صحبت می‌کنیم باید به تاریخچه آن نیز نگاه کنیم. ادبیات متعهد در ایران اتفاقاً برخلاف منتقدان فعلی جایزه جلال، ادبیاتی است که عقبه دینی ندارد. نیروهای چپ در ایران قائل به خلق ادبیات متعهد بودند و تعهد ادبی را هم به تعهد به نیروها و طبقات فرودست جامعه تفسیر می‌کردند. آن‌ها می‌گفتند ادبیات متعهد است که درد و رنج مردم تحت ستم را بازتاب دهد.

اگر قرار باشد من ادبیات متعهد را تعریف کنم می‌گویم این ادبیات، ادبی است که بیش از هر چیز به خودش تعهد دارد، به خودش به‌عنوان یک گونه بیانی که عناصر و امکانات و ظرفیت‌هایی دارد که باید متجلی شود، ادبیاتی که در وهله اول ادبیتش بر فراز دیگر عناصر باشد، زبان و فرم و ساختار خوب داشته باشد و خلاقانه با سایر عناصر برخورد کند.

اگر ادبیات در وهله نخست به چیزی جز ادبیات، متعهد باشد مبدل به یک خدمت‌گزار می‌شود و قائم به ذات نخواهد بود... یعنی اینکه ادبیات اول باید به خودش متعهد باشد. اگر این اتفاق افتاد به ادبیات به‌عنوان امری عظیم و مبارک نگاه کرده‌ایم و گرنه امری متفاوت می‌شود. جدای از این ادبیات باید به اقلیم و فرهنگ زبانی که در آن متولد می‌شود نیز متعهد باشد. براین اساس ادبیات ایران متعهد است چیزی را خلق کند که چهره انسان ایرانی را در خود نمایش بدهد.

به‌همین خاطر وقتی می‌گویند ادب امروز انسان ایرانی را نشان نمی‌دهد نمی‌دانم منظورشان کدام انسان است. البته ما به همه نگاه‌ها احترام می‌گذاریم و کسی هم جلوی



کسی را نگرفته. دوستان دیگر هم می‌توانند تعریف خودشان از انسان ایرانی را داشته باشند و برنده این وسط کسی است که انسان ایرانی را طوری به تصویر بکشد که مخاطبان باور کنند. البته ما تکثر جوایز ادبی هم داریم. دوستان تصوراتشان را در دیگر جوایز به قضاوت بگذارند. حجت‌الاسلام محمدرضا زائری: اساسنامه جایزه جلال قبل از قید تعهد به دنبال ارتقای ادبیات است و تأکیدش ارتقای ادب فارسی است. شاید یکی از بزرگ‌ترین وظایف انقلابی و دینی ما که رهبر بزرگوار انقلاب نیز دائم به آن تأکید دارند، حفظ هویت فرهنگی و زبان فارسی و ترویج کتاب‌خوانی است. تهدیدی که امروز زبان و ادبیات فارسی را مورد توجه قرار داده بسیار بزرگ‌تر از آن چیزی است که می‌خواهند ما را در آن متوقف کنند.

الان اصل کتاب‌خوانی و مطالعه و زبان فارسی در معرض نابودی است. یعنی قبل از اینکه تصمیم بگیریم مردم چه بخوانند و چه نخوانند، اصل زبان فارسی در معرض تهدید است. شما ببینید که فضای مجازی چگونه در حال تیشه زدن به ریشه زبان فارسی است. این خطر اصلی است. به نظرم اساسنامه جایزه جلال هم انتظارش از برگزارکننده این است که قبل از هر چیزی به حفظ اصل زبان فارسی بیندیشد.

نکته دیگر اینکه جایزه جلال ابداع‌کننده و آفریننده چیزی نیست. این جایزه خلق شده برای رصد، دیدن و پالایش وضع موجود در ادبیات معاصر ما. اینکه ما چه کنیم که ادبیات متعهدی به وجود بیاید که بتواند مخاطب را به خود جلب کند و در ضمن در جایگاهی باشد که از آن استقبال شود بحث دیگری است.

من در این نقطه با دیگران هم عقیده‌ام. اگر جایزه جلال را کنار بگذاریم، اینکه آیا ما می‌توانیم برای خلق ادبیاتی وفادار به ارزش‌های انقلابی و دینی و ملی به تربیت نویسندگانی بپردازیم که سفارشی‌نویس نبوده و تنها کار خود را بر این مبانی به جلو ببرند، بحث دیگری است. شاید نهادهایی متولی آن باشند و حتی شاید نیاز امروز ما هم باشد اما در جایزه جلال توقع و وظیفه ما این نیست که به تربیت نویسندگان بپردازیم. آنجا وظیفه ما این است که آثار موجود در بازار را ارزیابی کنیم و در آنجا نیز معیار قبل از هر چیزی پخته‌بودن متن و معیاربودن لحن و بیان و بودن اثر در ژانر و گونه ادبی خاص خودش است که بتواند مورد داوری قرار بگیرد.

پرسش: ایراد اصلی به برگزیدگان دو سال اخیر جایزه جلال در برخی بخش‌ها محتوای آثار است که الزاماً تأییدکننده اهداف موجود در اساسنامه نیستند.

زائری: سلیقه‌های مختلف همیشه نظر مختلفی دارند. در هیچ جای دنیا چه برسد به جمهوری اسلامی، هیچگاه سلیقه‌های واحدی برای انتخاب یک اثر برگزیده در یک جایزه ادبی حاکم نبوده است. از طرف دیگر ما یک خط‌کش خیلی فیزیکی هم نداریم که با آن داوری کنیم. به‌طور طبیعی انسان‌ها براساس سلیقه‌شان داوری می‌کنند. به تعبیر شهید

آوینی سینما قبل از هر چیز باید سینما باشد تا بحث‌های ثانویه درباره‌اش شکل بگیرد. ادبیات هم باید قبل از هر چیز از نظر ادبی ارزش داشته باشد که بعد بشود درباره‌اش صحبت کرد. این نقطه اختلاف ما با برخی دیگر از دوستان است. من خودم شخصا اگر کاری ارزش ادبی نداشته باشد به چیز دیگری فکر نمی‌کنم. ممکن است کسی بگوید این کتاب مثلاً همین که درباره شهدا نوشته شده برای گرفتن جایزه کافی است ولو اینکه از نظر ادبی ضعیف باشد. این نقطه اختلاف نظر من با رفقای دیگر است.

نکته دیگر اینکه در همین دو دوره که من در جایزه جلال بوده‌ام از نتیجه حاصل شده دفاع می‌کنم. دفاع من به معنی این نیست که از همه جزئیات و انتخاب‌ها دفاع می‌کنم چون هیچ کس نمی‌تواند از همه آن‌ها دفاع کند و توانش را ندارد. در یک کار جمعی هم کسی نمی‌تواند بگوید با همه اتفاقات موافق است. در همین جایزه مواردی بود که نظری متفاوت با سایر دوستان داشتم اما وقتی پذیرفتم که در یک چارچوب دموکراتیک کار کنم باید الزاماتش را بپذیرم و این یعنی باید از کلیت کار دفاع کرد.

در کلیت جایزه جلال اتفاقاً در این دو سال ادبیات متعهد و ارزشی بوده که مورد توجه قرار گرفته است. ما پارسال و امسال در این دو حوزه انتخاب کردیم. وقتی کتاب زندان الرشید» یا آب هرگز نمی‌میرد در جایزه نه به شکل فرمایشی و تعارفی که به صورت جدی و حرفه‌ای انتخاب می‌شود، معنایش چیست؟ این دو کتاب کنار کتاب‌های دیگر بررسی شده است.

نگاه ما در مرحله قضاوت این بوده که آیا اثر چیزی توانسته به ادبیات معاصر اضافه کند و یک اتفاق بوده یا نه. اصلاً دنبال این نبودیم که تعارف کنیم و دل کسی را به دست بیاوریم. من روی این نکته می‌ایستم که در جایزه جلال کاملاً سلامت حرفه‌ای ادبیات رایج بوده و نگاه تخصصی و توأم با انصاف بوده است. البته همه ما انسانیم و کسی نمی‌تواند بگوید بهتر از این ممکن نبود. داوران انسان هستند و با سلیقه خود رأی داده‌اند اما حداکثر تلاش این بود که کاری منصفانه و براساس اهداف اساسنامه شکل بگیرد. (مهر؛ ۹۴/۹/۸).

### تحلیل و ارزیابی دیدگاه‌های کارشناسان و ناشران

تحلیل دیدگاه‌ها و انتقادات یادشده را می‌توان در نکات زیر خلاصه کرد:

۱. جایزه ادبی جلال در عمل همان مشکلاتی را دارد که بخش ادبی کتاب سال با آن روبه‌رو بوده است و ملاحظات رسمی عملاً موجب شد که بخش ادبی کتاب سال کم‌رنگ و به تدریج حذف شود؛

۲. تعداد ۱۱۰ سکه‌ای جایزه جلال موجب شده بیش از هر جایزه ادبی و فرهنگی به این جایزه ادبی توجه شود. مزیتی که در خلال زمان و هم به دلیل کمبود بودجه عملاً به

کاهش آن به ۳۰ سکه منجر شد؛

۳. هیئت علمی و داوری این نهاد به‌سختی توانسته است افکار عمومی جامعه را نسبت به روش‌ها و بزرگزیده‌های خود اقناع کند. اقناع‌سازی افکار عمومی بیش از آنکه از سوی هیئت علمی و داوران صورت گیرد، توسط مقامات رسمی مانند معاونان فرهنگی، مدیران مؤسسه نمایشگاه یا دبیران جایزه ادبی جلال در خلال هشت دوره گذشته صورت گرفته است. در این زمینه سکوت خبری و غیبت داوران و اعضای هیئت علمی جایزه ادبی جلال در عرصه و افکار عمومی شایان توجه است. به‌عنوان نمونه، حاضر نشدن اعضای هیئت علمی جایزه ادبی جلال به‌جز دو نفر (بلقیس سلیمانی و حجت‌الاسلام زائری) در سال ۹۴ در نشست نقد و ارزیابی این جایزه ادبی در خبرگزاری مهر تأیید نسبی این غیبت و سکوت خبری است. در جست‌وجویی در فضای اینترنتی از داوران و هیئت علمی دوره هشتم هیچ خبر و اظهار نظری درباره جایزه ادبی جلال یافت نشد؛

۴. جایگاه دولتی جایزه جلال امکان نقد از سوی تمامی دیدگاه‌ها با نگرش‌های مختلف و گاه متضاد را فراهم آورده است. جناح روشنفکری این جایزه را کلیشه‌ای و سفارشی و تبلیغاتی می‌خوانند و برخی از جناح انقلابی دوره‌ای از برگزاری این جایزه ادبی و گرایش هیئت داوران را روشنفکرانه و غیرانقلابی تلقی می‌کنند. کما اینکه در دوره‌های گذشته این جایزه و در دولت دهم، برخی نویسندگان به‌دلیل سیاسی و فرهنگی از این جایزه ادبی انصراف دادند؛

۵. برجسته‌ترین حسن جایزه جلال، برخلاف جایزه کتاب سال، اعلام اسامی هیئت داوران و علمی آن است. اما همین نقطه قوت به نقطه ضعف آن هم مبدل و موجب شده تا بر شدت انتقادهای یا تأییدهای منتقدان و موافقان افزوده شود. برخی از انتقادهای یا تأییدها به نهاد جایزه جلال نیست بلکه به اشخاص حقیقی داوری است.

### نقد اهداف و روش برگزاری جایزه جلال آل احمد

در مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی هدف از اهدای جایزه ملی جلال آل احمد را «ارتقای زبان و ادبیات ملی - دینی» از رهگذر بزرگداشت پدیدآورندگان آثار ادبی برجسته، بدیع و پیشرو اعلام شده است و البته در تبصره ذیل آن تأکید شده است: «تنظیم ضوابط و ارائه مشوق‌های مربوط به جایزه مزبور باید در راستای تولید فکر ادبی - هنری اسلام‌گرا و تقویت روحیه انتقادی - علمی نسبت به ترجمه‌های موجود ادبی و هنری باشد.» اما بنا بر همین مصوبه موضوعات و قلمرو آثار داستان بلند و کوتاه، نقد ادبی و کتب مستندنگاری و تاریخ‌نگاری ذکر شده است. معلوم نیست میان ارتقای زبان و ادبیات ملی و دینی با کتب مستندنگاری

و تاریخ‌نگاری محض چه نسبتی وجود دارد. نگاهی به آثار حوزه تاریخ و مستندسازی اثبات می‌کند که میان اهداف و موضوعات و حوزه‌ها ارتباط معناداری نیست. به نظر می‌رسد در روند اجرای این جایزه هیئت علمی و داوران آن تفسیر موسعی از عبارت ادبیات ملی و دینی را به کار بسته‌اند. زیرا در این عبارت واژه ادبیات به معنای موسع و جامع آن می‌تواند مشمول هر اثری در حوزه ملی و دینی باشد. به عنوان مثال کتب در زمینه خاطرات و زندگینامه مفاخر و رجال ملی و مذهبی هم می‌تواند نوعی ادبیات ملی و دینی تلقی شود.

برخی از این آثار حوزه تاریخ‌نگاری و مستندنگاری به شرح زیر است:

● سازمان مجاهدین خلق؛ (۱۳۴۴-۱۳۸۴) پیدایی تا فرجام، به کوشش جمعی از پژوهشگران مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی، تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی، ۱۳۸۵.

● نبرد سمیرم (انگلیسی‌ها، قشقایی‌ها و جنگ دوم جهانی)؛ تألیف: کاوه بیات، تهران: انتشارات خجسته.

● فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی دکن در دوره بهمنیان؛ تألیف: محسن معصومی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

● علل و عوامل جابه‌جایی کانون‌های تجاری در خلیج فارس؛ تألیف: محمدباقر وثوقی، تهران: انتشارات پژوهشکده تاریخ اسلام.

● تا خمینی شهر (روایت زندگی مجاهدانه حاج عبدالله والی)؛ به اهتمام مؤسسه جهادی، تهران: انتشارات مؤسسه ایمان جهادی.

● زندان الرشید، نوشته محمدمهدی بهداروند.

● سفر بر گذشتی، اثر محمدرضا توکلی صابری.

از سوی دیگر میان موضوعات جایزه جلال با جایزه کتاب سال هم‌پوشانی و قرابت وجود دارند. به نظر می‌رسد همین موضوع سبب شده است تا موضوع تاریخ‌نگاری از موضوعات جایزه جلال حذف شود.

### شاخص ارزیابی تجدیدچاپ آثار برگزیده

به منظور ارزیابی آثار برگزیده در جامعه و سنجش تأثیر آن بر ترویج زبان و ادبیات فارسی، آثار شش دوره برگزیده جلال از حیث آثار تجدیدچاپ‌شده بررسی شده است. با مراجعه به سایت خانه کتاب، بررسی داده‌ها از مجموع ۲۴ اثر برگزیده از دوره دوم تا ششم، ۹ اثر تجدیدچاپ شده‌اند. از این تعداد ۷ اثر در حوزه داستان، یک اثر از حوزه نقد ادبی و یک اثر در حوزه تاریخ‌نگاری است.

### جدول شماره ۳۴. آثار برگزیده تجدیدچاپ‌شده شش دوره جایزه جلال آل احمد

ردیف	عنوان	نویسنده	ناشر	حوزه	نوبت چاپ	جمع کل شمارگان
۱	دا	سیده زهرا حسینی	سوره مهر	مستندنگاری	۱۴۸	
۲	اژدهاکشان	یوسف علیخانی	نگاه	داستان	۲	۴۴۰۰
۳	قاعده بازی	فیروز زنوری جلالی	نشر علم	داستان	۳	۶۰۰۰
۴	از معنا تا صورت	مهدی محبتی	سخن	نقد ادبی	۲	۳۳۰۰
۵	تالار پذیرایی پایتخت	محمدعلی گودینی	سوره مهر	داستان	۶	۱۵۴۰۰
۶	نامیرا	صادق گرمیار	نیستان	داستان	۲۰	۱۵۰۰۰۰
۷	جاده جنگ	منصور انوری	سوره مهر	داستان	۶	۱۵۰۰۰
۸	حافظ هفت	اکبر صحرایی	سوره مهر	داستان	۵	۱۲۳۰۰
۹	عقل سرخ	تقی پورنامداریان	سخن	نقد ادبی	۴	۷۷۰۰
۱۰	اجتماع عامیون	سهراب یزدانی	نشر نی	تاریخ	۲	۱۷۰۰

به‌غیراز کتاب استثنایی نامیرا که ۲۰ نوبت و در شمارگان کل ۱۵۰ هزار نسخه تجدیدچاپ شده، کتاب‌های با بیش از ۵ نوبت چاپ به انتشارات سوره مهر و بقیه به ناشران بخش خصوصی تعلق دارند. کتاب عقل سرخ در حوزه نقد ادبی هم در چهار نوبت چاپ کل شمارگان آن ۷۷۰۰ نسخه است. حوزه مخاطبان و تأثیرگذار این داستان‌های پرشمارگان حوزه مشخصی است که سبک‌وسباق محتوای آثار ناشران آن، به‌خصوص سوره مهر، آن را دلالت می‌کند.

### تغییرات در روند اجرایی جایزه جلال آل احمد

هفت دوره برگزاری جایزه جلال و مسائل و مشکلات آن سبب شد تا به هماهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی تغییراتی در موضوعات و روند اجرایی این جایزه صورت گیرد. دبیر هیئت امنای جایزه جلال در آبان سال ۹۴ اعلام کرد که پس از برگزاری هفتمین دوره جایزه ادبی جلال آل احمد و در پی مکاتبات وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و رئیس هیئت

امنای جایزه با شورای عالی انقلاب فرهنگی تغییراتی صورت گرفت که مصوبه نخست شورا، مربوط به نحوه تعیین دبیر علمی جایزه است. پیش از این و باتوجه به آیین‌نامه فعلی، دبیر علمی جایزه کتاب سال به‌عنوان دبیر علمی جایزه جلال آل‌احمد شناخته می‌شد. اما طبق این مصوبه مقرر شد باتوجه به گستردگی جایزه کتاب سال و مشغله فراوان دبیر آن که معمولاً یکی از شخصیت‌های علمی و دانشگاهی بود، از سال آینده دبیر علمی جایزه جلال از میان چهره‌های ادبی به پیشنهاد دبیر و تصویب هیئت امنای جایزه تعیین شود تا میزان تأثیر و تأثر جایزه و دبیر علمی بیش از پیش باشد.

حذف شاخه تاریخ‌نگاری از جایزه ادبی جلال آل‌احمد، نیز به‌عنوان دیگر موضوع تصویب‌شده شورای عالی انقلاب فرهنگی درمورد این جایزه بود. پیش‌ازاین و در برخی دوره‌ها، تاریخ‌نگاری در کنار آثار مستندنگاری و گاه به‌طور مجزا یکی از بخش‌های جایزه را تشکیل می‌داد؛ اما براساس تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی باتوجه به ادبی‌بودن این جایزه از این پس کتاب‌های مربوط به تاریخ‌نگاری به‌طور کلی از جریان جایزه خارج می‌شوند. این شورا همچنین مصوب کرد بعد از این کتاب‌های «مجموعه‌داستان کوتاه» به‌عنوان یکی از بخش‌های جایزه جلال مورد بررسی و داوری قرار گیرند. با این وصف، طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، از این پس، چهار بخش جایزه ادبی جلال آل‌احمد عبارتند از: «رمان و داستان بلند»، «مجموعه‌داستان کوتاه»، «نقد ادبی» و «مستندنگاری». شورای عالی انقلاب فرهنگی آخرین مصوبه خود را به‌میزان جایزه در هر سال اختصاص داد. براساس مصوبه این شورا مقرر شد که میزان جایزه جلال آل‌احمد در هر سال در اختیار هیئت امنای جایزه ادبی جلال باشد تا باتوجه به شرایط و جوایز مشابه، تعیین شود.

برپایه این گزارش باتوجه به این مصوبه، هیئت امنای هشتمین دوره جایزه ادبی جلال نیز مقدار جایزه دوره هشتم جایزه ادبی جلال آل‌احمد را همسنگ جایزه کتاب سال ۱۳۹۴ تعیین کرد و رئیس هیئت امنای، اجرایی شدن آن را ابلاغ کرد.

در همین زمینه و به‌منظور تقویت کارکرد این جایزه و به تعبیر دبیر اجرایی هشتمین دوره، به‌منظور موج‌آفرینی ادبی، اقداماتی دیگر در کنار فعالیت جایزه اصلی صورت گرفته است؛ مهدی قزلی دوره متمرکز آموزش داستان‌نویسی آل‌جلال را از جمله دستاوردهای بنیاد شعر و ادبیات داستانی ایرانیان در برگزاری هشتمین دوره جایزه ادبی جلال آل‌احمد دانست و گفت: دوره متمرکز آموزش داستان‌نویسی آل‌جلال با حضور ۱۵۰ نفر از ۸ استان کشورمان برگزار شد و تقریباً هفتاد درصد اعضای هیئت علمی و داوران این دوره جایزه جلال نیز به‌عنوان مدرس و استاد در این دوره آموزشی ما را یاری کردند. دیگر اساتید و مدرسان دوره آل‌جلال هم یا از اعضای هیئت علمی دوره‌های قبل بودند یا اگر هم ارتباطی با جایزه جلال نداشته‌اند، افراد صاحب‌نظر و شناخته‌شده‌ای در عرصه ادبیات داستانی بودند،

مثل آقایان رضا امیرخانی و مهدی یزدانی خرم.

وی گفت: از آنجا که همواره تلاش کرده‌ایم تا جایزه ادبی جلال تنها در قباب یک اختتامیه و انتخاب کتاب و اهدای یک جایزه و یک لوح باقی نماند، بلکه ایجادکننده یک موج ادبی باشد، دوره آل جلال را برگزار کردیم. شرکت‌کنندگان در دوره آل جلال هر کدام با داستان آمدند، ما هم این داستان‌ها را بررسی می‌کنیم. داستان‌ها به اساتیدی ارائه خواهند شد و اساتید باتوجه به کیفیت کارها، امضای خود را پای آن‌ها خواهند گذاشت و بعد از آن، آثار به ناشرین حوزه ادبیات عرضه خواهد شد، این آثار حاصل خلاقیت و کوشش جوانان مستعدی هستند که ناشران می‌توانند به آن‌ها امید داشته باشند.

وی با اظهار امیدواری بر تکیه به تجربه برگزاری دوره متمرکز آموزش داستان‌نویسی آل جلال در جشنواره شعر فجر خاطر نشان کرد: امیدواریم بتوانیم تجربه «دوره آل جلال» را به‌شکلی وسیع‌تر و گسترده‌تر در جشنواره شعر فجر برای برگزاری «دوره متمرکز شعر» نیز به کار ببینیم. (۱۶ آذر ۱۳۹۴، سایت جایزه جلال آل احمد).

عباس صالحی، معاون امور فرهنگی در ارزیابی هشتمین دوره جلال در مراسم اختتامیه این دوره باتوجه به تغییرات صورت‌گرفته، اظهار داشت: سلیقه‌هایی در جامعه و نظام جمهوری اسلامی وجود دارند و فعالیت می‌کنند که ما باید آن‌ها را محترم شمرده و عرصه را برای فعالیت آن‌ها مهیا کنیم. سلیقه‌ها باید مکمل هم باشند و در کنار هم قرار گیرند و خود این به ظرفیت‌سازی در حوزه ادبیات ایران و انقلاب و نظام کمک می‌کند. با همین نگاه هیئت علمی این دوره جایزه ادبی جلال کنار هم قرار گرفتند. نگاه ما این بود که دایره بسته‌ای نداشته باشیم، تجربه‌های سال قبل را هم حفظ کنیم و تجربه‌های جدیدی نیز به این تجارب اضافه کنیم.

با این رویکرد به جمع حاضر رسیدیم. رویکردی که اگر نام جایزه دولتی یا هر عنوان دیگری روی آن گذاشته شود، اما بالاخره نمی‌توان از نظر دور داشت که به اخلاق حرفه‌ای وفادار بوده‌ایم. کار را باید به اهل آن سپرد.

صالحی در ادامه گفت: زمانی که کار به اهلش سپرده شد دیگر نباید شخصی خارج از چارچوب بر آن اعمال سلیقه کند. یعنی طرفی که کار به او واگذار شده است، شرعاً، اخلاقاً و قانوناً متولی شرعی و قانونی و حقوقی آن کار است، همه دغدغه ما در پیدا کردن اهل بود و وقتی که اهل را پیدا کردیم، دیگر خیالمان راحت بود.

وی در ادامه تصریح کرد: دوستانی که سال گذشته بودند و دوستانی که امسال در خدمت آن‌ها بودیم، حتماً تصدیق می‌کنند که از طرف وزارت ارشاد و معاونت فرهنگی توصیه‌ای یا پیشنهادی یا نظری دریافت نکرده‌اند. بنای ما بر این بود که کاملاً باز و بدون برخی حاشیه‌ها و حتی امر و نهی و توصیه، دست هیئت علمی و داوران را در جایزه جلال

باز بگذاریم و اجازه بدهیم افراد با تمام تعهد و تخصص خود وارد میدان شوند... در مجموع از نگاه بیرونی، جایزه جلال گام‌های رو به جلویی برداشته است و ما امیدواریم این روند مثبت رو به جلو را در دور بعدی برگزاری جایزه ادبی جلال نیز شاهد باشیم (همان).

معاون امور فرهنگی با توجه به مصوب‌بودن این جایزه در شورای انقلاب فرهنگی و رسمی‌بودن به تعبیر ایشان دولتی‌بودن این جایزه، افزایش تعداد داوران متخصص و پایبندی آن‌ها به اخلاق حرفه‌ای در داوری را راه‌کاری برای کسب اعتبار و مشروعیت این جایزه برشمرد که در هشتمین دوره افزایش تعداد آثار به‌طور نسبی هم این اعتماد را تأیید می‌کند. در واقع بیان معاون امور فرهنگی پاسخی است به ضعف‌های داوری گذشته.

تغییرات صورت‌گرفته از دو منظر قابل تحلیل است. تخصصی‌تر شدن حوزه آثار جلال آل‌احمد و محصورشدن آن به حوزه ادبی و داستان و حذف موضوع تاریخ که به‌طور طبیعی به انسجام و تقویت کارکرد آن می‌افزاید. دوم افزایش تعداد و گرایش فرهنگی و ادبی داوران. تغییر نخست احتمالاً پایدارتر از تغییر دوم است؛ زیرا این تغییر با هماهنگی با شورای عالی انقلاب فرهنگی صورت گرفته و مبتنی بر تجربه کارشناسی و عملکرد هفت دوره گذشته است و به‌همین دلیل هم احتمالاً در دولت‌های بعدی هم این تغییر محفوظ می‌ماند. درمورد تفکیک حوزه ادبی از کتاب سال و واسپاری آن به جایزه جلال هم نقد و ارزیابی‌ها متفاوت است. این تغییر که سبب تضعیف نهاد کتاب سال است ممکن است با سلیقه کارشناسی و مدیریتی معاونان بعدی چندان سازگار نباشد. مشکل کم‌توجهی به حوزه ادبیات و داستان و رمان در کتاب سال نه جایگاه آن در دبیرخانه کتاب سال بلکه جایگاه آن در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده است که ملاحظات دولتی‌بودن و تعهد آن به ادبیات رسمی، همواره سبب می‌شده است تا برخی از آثار ادبیات «دیگر» مورد توجه واقع نشود. براین‌اساس، چنین تغییری این مشکل ساختاری را حل و رفع نمی‌کند اما بیانگر نگرش مثبت این دولت و معاونت امور فرهنگی کنونی و اقدام در چارچوب و فضای دولتی است. درمورد تغییر دوم یعنی افزایش تعداد داوران به ۲۱ نفر و دقت در انتخاب داوران متخصص و مجرب اگرچه نقطه مثبت در کارنامه معاونت امور فرهنگی در دوره هفتم و هشتم است، اما تغییری ساختاری محسوب نمی‌شود زیرا تعداد و نوع داوران همواره تابعی از سلیقه و گرایش سیاسی و فرهنگی مدیران عالی وزارت ارشاد بوده است و با تغییر قهری مدیران، این تغییر هم بی‌اثر و خنثی خواهد شد.

نوسانات در کیفیت و کمیت اجرای هشت دوره جایزه جلال هم موید همین عامل ساختاری یعنی تغییرات مدیران عالی وزارت ارشاد است. براساس نگرش آینده‌نگرانه و شاخص‌های ارزیابی عادلانه و اثربخش‌بودن هم این تغییر چندان پایدار می‌توان نباشد هرچند تغییر مثبتی نسبت به دوره‌های گذشته تلقی می‌شود.



### تحلیل شاخص‌های عملیاتی در مورد جایزه ادبی جلال آل احمد

بر اساس یافته‌های بخش نظری این تحقیق، دو شاخص عملیاتی اثربخشی و عدالت مبنای داوری و ارزیابی عملکرد این نهاد است. اهداف جایزه جلال آل احمد در آیین‌نامه آن عبارتند از:

- ارتقای زبان؛

- ارتقای ادبیات ملی؛

- ارتقای ادبیات دینی.

در تبصره این ماده از آیین‌نامه مصوب سال ۸۵ تصریح شده است که «تنظیم ضوابط و ارائه مشوق‌های مربوط به جایزه مزبور باید در راستای تولید فکر ادبی - هنری اسلام‌گرا و تقویت روحیه انتقادی - علمی نسبت به ترجمه‌های موجود ادبی و هنری باشد.» تأکید خاص بر «اسلام‌گرایی» در حالی که اهداف این جایزه بر سه عنصر زبان، ملی و دینی تأکید دارد، تبصره‌های مضیق‌کننده است که انتخاب ادبیات ملی و حتی مطلق آثار تخصصی زبانی را محدود و مقید می‌کند. عبارت روحیه انتقادی نسبت به ترجمه آثار ادبی هم بیانگر نوعی داوری از پیش تعیین شده نسبت به کل این نوع از آثار ادبی است.

بر اساس شاخص ارزیابی **اثربخشی** باید نشان داده شود که این اهداف در روند اجرایی هشت دوره این جایزه ادبی محقق شده است. برای این منظور تک‌تک اهداف از حیث اثربخشی با یافته‌های بررسی کمی و کیفی این بخش بررسی و اثربخش بودن با نبودن آن‌ها سنجیده می‌شوند.

شاخص **عدالت** در مورد جایزه جلال آل احمد به این معناست که در روند اجرایی و داوری تمامی آثار منتخب یا داوری شده تابعی از نگرش محض و مطلق ادبی بوده است و برمبنای اصل عدالت تمامی آثار با گرایش‌ها و سلیقه‌های گوناگون و بعضاً مخالف ادبیات رسمی مدنظر قرار گرفته شده‌اند یا عامل دیگری، فراتر از اصل عدالت در داوری و مراحل اجرایی گزینش اثر منشأ اثر بوده است.

به‌طور طبیعی تطبیق دادن اهداف کیفی و آرمانی جایزه ادبی جلال با شاخص اثربخشی و عدالت، نفیاً یا اثباتاً، در روش تحقیق اسنادی دشوار است. اهداف مفهومی و کلی‌ای مانند، «ارتقای زبان یا ارتقای ادبیات ملی یا ارتقای ادبیات دینی» در ربط با اثربخشی با عدالت نیازمند سنجش میدانی و پیمایشی در سراسر کشور است که نه تنها این داوری سخت است بلکه شاید بتوان گفت ناممکن است. این دشواری و ناممکنی به ضعف شاخص اثربخشی و عدالت به‌عنوان معیارهای داوری و ارزیابی مربوط نیست، بلکه چنین اهدافی برای نهاد ادبی و جایزه ادبی جلال نادرست است. در واقع اهداف یادشده به‌معنای آرمان باید تلقی شوند نه اهداف مدیریتی و اجرایی. اهداف اجرایی و مدیریتی باید زمان و مکان داشته

باشند و از حیث اثربخشی و عدالت باید سنجش پذیر و ابطال پذیر باشند. اهدافی که به محک اثربخشی و عدالت تن در ندهند، اهداف نیستند و از این حیث ضعفی و نقصانی به این شاخص‌ها مترتب نیست، بلکه باید در هدف‌گذاری تجدیدنظر شوند و مدیران در هر دوره چهارساله باید مبتنی بر اهداف کلان و آرمانی، هدف‌های زمان‌مند و مشخص خود را تدوین و اعلام کنند.

اما در همین چارچوب می‌توان باتوجه به عملکرد هشت دوره و ارزیابی کارشناسان و حتی اظهارات غیرمستقیم مدیران به این نتیجه‌گیری دست‌یافت که دولتی‌بودن و ترکیب و تمایل داوران به معیارهای ادبی رسمی و حذف طبیعی آثار غیررسمی احتمال ناعادلانه‌بودن داوری را تقویت می‌کند. دولتی‌بودن این جایزه موضوعی جدی است که خود هیئت علمی هشتمین دوره هم به آن اذعان داشته‌اند. خانم دکتر سلیمانی از اعضای هیئت علمی این دوره در این مورد اظهار داشت: «به‌نظر من جوایز ادبی در نهایت باید به‌سمت واسپاری به بخش خصوصی بروند. هرچقدر جایزه‌ها از دولت دور شوند وجهه بهتری پیدا می‌کنند... مطلوب ما این است که دولت جایزه‌های را برگزار نکند. در همه‌جای دنیا هم همین است. سیاست‌گذاری و حمایت مالی با دولت است اما دولت نقشی در برگزاری ندارد. دولتی برگزار شدن منجر شده که خیلی‌ها بگویند فلان جایزه دولتی را نه می‌گیریم و نه در برگزاریش دخالت می‌کنیم. (خبرگزاری مهر، ۹ آذر ۱۳۹۴)

با توجه به اهداف مورد نظر از برگزاری جایزه جلال آل‌احمد و تقاطع آن با دو شاخص اثربخشی و عدالت در این تحقیق می‌توان نتایج ارزیابی را در جدول زیر دسته‌بندی کرد:

### جدول شماره ۳۵. ارزیابی نهایی جایزه جلال آل‌احمد

اهداف	اثربخشی	عدالت فرهنگی
۱	ارتقای زبان	در بخش رمان و تحقیقات ادبی آثاری با شمارگان زیاد منتشر شده‌اند اما اینکه این عامل چه تأثیری بر ارتقای زبان داشته است، مورد ابهام است.
۲	ارتقای ادبیات ملی	آثاری در این زمینه برگزیده و معرفی شده‌اند و بیشتر آثار متعلق به تجدیدچاپ بیش از ۵ نوبت به ناشران دولتی تعلق دارد.
۳	ارتقای ادبیات دینی	باتوجه به اینکه موضوع هیچ‌کدام از آثار ادبیات دینی نیست و اندک آثاری در قلمرو عرفان و فلسفه جای می‌گیرند، تحقق چنین هدفی مورد تردید است.
		از نظر افکار عمومی به‌سختی می‌توان اثبات کرد که عدالت داوری رعایت شده.
		عدالت در داوری رعایت نشده است.

## بخش سوم: جایزه شعر فجر

نخستین نوبت جایزه شعر فجر در سال ۱۳۸۵ در معاونت امور هنری برگزار و پس از این سال، مسئولیت آن به معاونت امور فرهنگی واگذار شد. این جایزه در این معاونت برگزار می‌شد تا اینکه در مراسم اختتامیه شعر فجر در سال ۸۹، رئیس جمهور وقت به درخواست مجری برنامه که اظهار داشت شعر فجر مظلوم است و متولی و اداره‌ای ندارد، گفت به جای اداره، قائم مقام شعر فجر منصوب می‌کنم. جایگاه اداری این جایزه بنا به دستور رئیس جمهور به مقام مقامی وزیر ارتقای یافت و به دفتر وزارتی منتقل شد. وزیر وقت درباره سرنوشت پست و جایگاه شعر فجر به‌عنوان قائم مقام وزیر در مصاحبه‌ای اعلام کرد: «به‌رحال این دستور آقای رئیس جمهور است و باید آن را اجرا کنیم. ساختار تشکیلاتی وزارت ارشاد در حال نهایی شدن است و ما سرگرم رایزنی با معاونت مدیریت منابع انسانی ریاست جمهوری هستیم و نیاز است که احکام جدیدی برای مسئولان جدید صادر شود.» (فرارو؛ ۶ اردیبهشت ۱۳۸۹).

در سال ۹۱ به حکم وزیر «دفتر شعر و ادب» مشتمل بر قائم مقام شعر، دبیرخانه شعر فجر و انجمن شعر آیینی ملی تأسیس شد و مدیر این دفتر اعلام کرد که در حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی برای من آمده است این دفتر برای تجمیع و سامان‌دهی کلیه فعالیت‌های شعر و ادب و جشنواره شعر فجر تشکیل شده است.

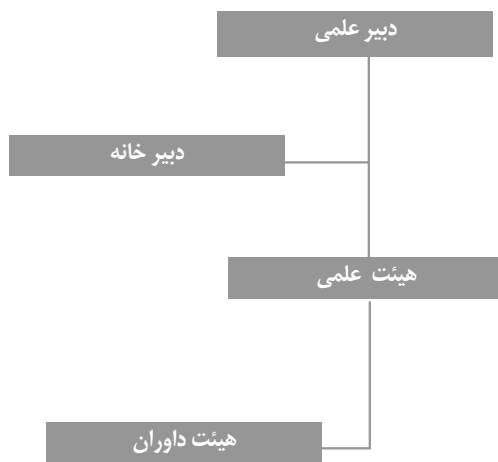
به این ترتیب تا پایان دوره ریاست جمهوری دهم همچنان این دفتر جدید شعر و ادب فعالیت داشت. سپس در سال ۹۲ دبیرخانه آن به معاونت امور فرهنگی بازگردانده شد و یک دوره در معاونت و دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و از سال ۹۳ به دفتر ادبیات داستانی به‌عنوان مسئول آن واگذار شد.

## ساختار سازمانی شعر فجر

تا سال ۹۳ این جایزه آیین‌نامه مشخص و مدونی نداشت و در سال ۹۴ نخستین آیین‌نامه آن به تصویب رسید. ساختار اجرایی آن تا این دوره جدید مرکب از شورای سیاست‌گذاری یا هیئت علمی منصوب وزیر و دبیرخانه آن در دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی یا اداره کل وزارتی و مدیرکل آن به‌عنوان دبیر جایزه شعر فجر بود و شورای داوری با هماهنگی شورای سیاست‌گذاری تعیین می‌شدند.

در هر سال دستورالعمل اجرایی و فراخوان آن را شورای سیاست‌گذاری تعیین و اعلام می‌کرد. در سال ۹۴ ساختار جدیدی طراحی شد که هیئت علمی منصوب وزیر مرکب از اعضای علمی و شعرا انتخاب می‌شوند و شورای داوری را این هیئت تعیین می‌کند.

در دوره جدید ساختار سازمانی این نهاد ادبی دارای مراتب اداری زیر است.



اعضای هیئت (حدود ۹ نفر) و دبیر علمی به پیشنهاد معاونت امور فرهنگی و حکم وزیر تعیین می‌شوند. هیئت داوران (حداقل سه نفر) توسط هیئت علمی و با حکم دبیر مشخص می‌گردند. در فرایند انتخاب و غربال اولیه کتاب، توسط دبیر علمی و در مراحل بعدی به‌عهده هیئت داوران است که باید با تأیید هیئت علمی یا نماینده آن قطعیت یابد. این مراتب اداری ظاهراً به‌منظور اطمینان از نتایج انتخاب آثار صورت گرفته است اما به‌نظر می‌رسد بیشتر پژوهاک بینش بروکراتیک حاکم بر دستگاه‌های دولتی است. زیرا کارکرد دو شورای هیئت علمی و داوری چندان توجیه علمی و کاربردی ندارد. اگر هیئت داوری صلاحیت انتخاب کتاب شعر را دارند، چرا نهاد فرادستی بر آن نظارت می‌کند و در مرحله‌ای از داوری دخالت دارد. به‌طور طبیعی، این نظام سلسله‌مراتب عمودی و تصمیم‌سازی و داوری در عمل به تداخل و اختلاف نظرها و گرایش‌ها منجر می‌شود. نکته جالب‌توجه این است که غربال نخست آثار زیر نظر دبیر علمی صورت می‌گیرد در حالی که علی‌القاعده این هیئت علمی باید نظارت کلان بر فرایند اجرایی و شأن سیاست‌گذاری داشته باشد اما در بخشی از فرایند اجرایی و داوری دخالت دارد. این نقش در مراحل اجرایی بررسی و داوری آثار در حوزه‌های مختلف نیز اعمال می‌شود.

به‌همین دلیل در هشتمین نوبت این جایزه این اختلاف‌نظرها و کندشدن روند داوری، خود را در بیانیه هیئت داوران این دوره نشان می‌دهد. در این بیانیه آمده است:

«لازم به یادآوری است که داوری کتاب تا مرحله ماقبل نهایی و گزینش ۴۰ کتاب پیش رفت اما با نظر شورای سیاست‌گذاری و لزوم تشکیل کمیته‌ای مشترک از سوی دبیر جشنواره و شورای سیاست‌گذاری برای دقت بیشتر در انتخاب آثار نهایی انتخاب اثر در این

حوزه حدود دوماه به تعویق افتاد و به بعد از جشنواره موکول شد.»  
 جایزه شعر فجر دارای سه بخش رقابتی به نام‌های **درباره شعر، شعر بزرگسال و شعر کودک و نوجوان** است. آثار بررسی شده صرفاً به آثار فارسی‌زبان اختصاص دارند که در سال پیش از برگزاری جایزه باید رسماً منتشر شده باشد.

### بخش‌ها و حوزه‌های شعر فجر

حوزه‌های شعر فجر نیز ثبات مشخصی نداشته است. در دوره‌های نخست شعر فجر مشتمل بر ۱۰ بخش بود که عبارتند از:

۱. امام و انقلاب؛
۲. آیینی؛
۳. جوان؛
۴. طنز؛
۵. شعر کلاسیک؛
۶. تصنیف و ترانه؛
۷. شعر نو (سپید و نیمایی)؛
۸. کودک و نوجوان؛
۹. فارسی‌زبانان؛
۱۰. ملی و میهنی.

در جایزه دوم این ۱۰ بخش به ۶ بخش تنزل و تغییر یافت که عبارت بودند از:

۱. امام و انقلاب؛
۲. آیینی؛
۳. پایداری و انتفاضه؛
۴. اجتماعی؛
۵. موضوع آزاد؛
۶. کودک و نوجوان.

در این دوره روش داوری به‌این ترتیب بوده که برای ۶ بخش یادشده در هر استانی شاعرانی انتخاب می‌شده‌اند. یعنی هر استان در هر ۶ بخش برگزیندگانی داشته است. در جایزه سوم این بخش‌ها بازهم محدودتر و نیز متحول‌تر شد و عبارت بودند از:

۱. بخش جوان استانی و کشوری؛
۲. شعر (کهن) سنتی؛
۳. شعر نو (نیمایی و سپید)؛

۴. شعر کودک و نوجوان؛

۵. تجلیل از پیش کسوتان؛

۶. بین الملل.

در این روش قبلی تغییر کرد و برای موضوعات شش گانه صرف نظر از محل استانی شاعرانی برگزیده شدند و شاعران برگزیده استانی هم به تفکیک معرفی شدند.

در نوبت سوم شورای سیاست گذاری شعر فجر فعالیت های جدیدی را برای نهادینه کردن شعر فجر تصویب کرد که عبارت بودند از:

۱. راه اندازی پایگاه اطلاع رسانی جشنواره شعر فجر [fajrpoetry.ir]؛

۲. راه اندازی بانک اطلاعات شاعران کشور حاوی ۳ هزار تشکل شعری در کشور و ۱۵۰۰ شاعر ایرانی؛

۳. انجام پژوهش شعر؛

۴. انتشار مجموعه اشعار برگزیدگان؛

۵. برگزاری همایش شاعران ایران و جهان؛

۶. برگزاری شب های شعر و همایش ادبی در استان ها؛

۷. در سال های نخست این جایزه بر بین المللی بودن آن تأکید می شده است و شعرهای فارسی برگزیده شاعرانی غیر ایرانی انتخاب می شدند.

این حوزه ها هم چنان دچار تغییراتی می شدند. در هفتمین دوره در سال ۱۳۹۱، بخش های شعر فجر عبارت بودند از:

۱. ویژه پیامبر اعظم (ص)؛

۲. نقد و پژوهش؛

۳. کلاسیک (سنتی)؛

۴. نو (سپید و نیمایی)؛

۵. سرود و ترانه؛

۶. کودک و نوجوان.

در دهمین دوره این جایزه بخش اعلام شده عبارتند از:

۱. درباره شعر؛

۲. شعر کودک و نوجوان؛

۳. شعر بزرگسال.

بخش بین الملل شعر فجر جز در دوره نخست دیگر تکرار نشد و حضور شاعران خارجی به مهمانان خارجی تغییر کرد. بخش استانی از دوره چهارم دیگر موضوعیتی نداشته است که به نظر می رسد حذف تدریجی این دو بخش به دلیل کیفیت آثار بوده است.

## ملاک‌های داوری

درباره ملاک‌های داوری در اسناد موجود دوره‌های مختلف شعر فجر اطلاعات چندانی وجود ندارد و به‌جز تأکید بر نام و تعداد شورای سیاست‌گذاری و هیئت علمی و داوران که از ۲۰ تا ۵۰ نفر نوسان داشته است در مورد ملاک‌های داوری نوبت دوم جایزه در گزارش فعالیت معاونت امور فرهنگی باعنوان گامی به جلو در سال ۱۳۸۸ آمده است:

بر اساس مصوبه شورای سیاست‌گذار ملاک‌های ذیل برای ارزیابی اشعار در اختیاران داوران قرار گرفت:

۱. کمیت آثار چاپ‌شده شاعر؛
  ۲. کیفیت آثار و اشعار چاپ‌شده؛
  ۳. حسن شهرت شاعر یا جایگاه شعری او در سطح استانی و ملی؛
  ۴. حضور در مجامع شعری کشور و میزان اثرگذاری شاعر در جریان‌های شعری؛
  ۵. ارجمندی معنا یا تجلی ارزش‌های والای انسانی - اسلامی در اشعار او.
- اگرچه این اقدام در معرفی ملاک‌های داوری پسندیده و در جهت درست شفاف‌سازی است و دیگر این رویه تکرار نشد و داوران و مدیران به مفاهیم کلی مانند ارزش‌های شعری و انصاف و... بسنده کرده‌اند، اما حاوی نکات مهمی است که بیانگر سوگیری غیرادبی و تخصصی شورای سیاست‌گذاری است؛ زیرا بر مبنای این ملاک‌ها نه تنها شعر بلکه شاعر و سوابق و فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی وی هم ارزیابی می‌شود که مهم‌ترین شاخص آن حسن شهرت است که امری نسبی است و معیار آن نگرش سیاسی و فرهنگی داوران و شورای سیاست‌گذاری و مدیران عالی وزارت ارشاد است.

## اهداف شعر فجر

در مورد اهداف و مقاصد ادبی این جایزه در ماده یک آیین‌نامه شعر فجر که توسط هیئت علمی تدوین و در تاریخ ۱۹ دی ماه ۱۳۹۴ به تصویب رسید، آمده است: «جشنواره شعر فجر با هدف جریان‌سازی ادبی و بالندگی گونه‌های شعر امروز و به‌منظور ایجاد انگیزه و رقابت بین شاعران برگزار می‌شود. این جشنواره که نامش برگرفته از دهه فجر انقلاب اسلامی ایران است، به تقویت و اعتلای شعر در جمهوری اسلامی ایران همت می‌گمارد.»

آیین‌نامه این جایزه چند هدف را به‌صورت کلی مشخص می‌کند:

۱. جریان‌سازی ادبی؛
۲. بالندگی گونه‌های شعر امروز؛
۳. ایجاد انگیزه و رقابت بین شاعران.

این اهداف کلی بر کلید واژه‌هایی تأکید دارند که به‌سختی می‌توان آن‌ها را سنجش پذیر کرد. واژه‌هایی مانند «جریان‌سازی»، «بالندگی» و «رقابت». داوری با چنین اهداف و مفاهیمی داوری با سلیقه و تفسیر داوران متغیر و متفاوت خواهد بود که شاید در وهله نخست اجتناب‌ناپذیر باشد اما در ساختار دولتی و تغییر مداوم نگرش و سلیقه مدیران عالی و میانی وزارت ارشاد این امر به ثباتی در اجرا و سردرگمی شاعران می‌انجامد.

### گزارش عملکرد جایزه شعر فجر از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴

#### نخستین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۸۵

##### برگزیدگان

در نخستین دوره برگزاری این جایزه در ده بخش برگزیدگان معرفی و به‌غیر از برگزیده‌های اصلی اسامی ۲۷ نفر منتخبین استان‌ها هم معرفی شدند. این ده بخش برای یک‌بار اجرا و برخی از آن‌ها دیگر تکرار نشد، مانند بخش‌های امام و انقلاب، فارسی‌زبانان و ملی و میهنی. ویژگی دیگر این دوره، عدم محدودیت زمانی آثار است و به شعر شعرای در قید حیات و درگذشتگان توأمان پرداخته شده است.

۱. بخش امام و انقلاب: مهرداد اوستا؛

۲. بخش آیینی: سیدحسن حسینی و قیصر امین‌پور؛

۳. بخش جوان: فاضل نظری و سعید میرزایی؛

۴. بخش طنز: ابوالفضل زرویی نصرآباد؛

۵. بخش تصنیف و ترانه: بیژن ترقی و علی معلم دامغانی؛

۶. بخش شعر کلاسیک: حسین منزوی و محمدعلی بهمنی؛

۷. بخش نو (سپید و نیمایی): طاهره صفارزاده؛

۸. بخش کودک و نوجوان: افشین علاء و افسانه شعبان‌نژاد؛

۹. بخش فارسی‌زبانان: محمدکاظم کاظمی و لطیف پدram (افغانستان)، محمدعلی عجمی

(تاجیکستان) و ظهیر احد صدیقی (پاکستان)؛

۱۰. بخش ملی و میهنی: مهدی اخوان ثالث.

#### دومین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۸۶

دبیر این دوره جایزه شعر فجر درباره روش شناسایی شاعران این دوره برای رقابت اظهار داشت: برای رصد همه شاعران از ۳۲ مرکز فعال شعری کشور که تقریباً همه طیف‌های مختلف شعری را دربر می‌گیرد، درخواست شد، شاعران اثرگذار را معرفی کنند. کمیته علمی ۳۵ نفره در هفت گروه پنج نفری به شناسایی افراد برتر در شش حوزه مختلف شعری



بر اساس ملاک‌های داوری اعلام‌شده و نیز به معرفی آثار برتر پرداختند. دبیر جشنواره همچنین افزود: ملاک‌های داوری عبارتند از: کمیت آثار چاپ‌شده، کیفیت آثار و اشعار چاپ‌شده، جایگاه شعری شاعر در سطح استانی و علمی، حضور شاعر در مجامع شعری کشور، اثرگذاری بر جریان‌های شعر استانی و کشوری و نیز بین‌المللی و ارجمندی معنا در شعر شاعر و تجلی ارزش‌های انسانی و اسلامی در آثار. محور بررسی آثار شامل شش محور «امام و انقلاب اسلامی»، «شعر اجتماعی»، «شعر آیینی»، «شعر پایداری و انتفاضه»، «شعر با موضوع آزاد» و «شعر کودک و نوجوان» است (جام‌جم، ۴/ ۱۲/ ۱۳۸۶). همان‌گونه که مشخص است روش و حوزه‌های انتخاب شاعران در این دوره با دوره دیگر متفاوت است و برای محتوای شعرها هم تعریفی مناسبی تعریف شد.

### برگزیدگان جشنواره

۱. بخش کودک و نوجوان: ناصر کشاورز، بیوک ملکی و شکوه قاسم‌نیا و برگزیده جوان این بخش منیره هاشمی از خراسان رضوی؛
۲. بخش آزاد؛ برگزیده: احمدرضا احمدی، مفتون امینی، حسین مهدوی (م مویید) و محمدباقر کلاهی اهری و برگزیده جوان؛ محمدسعید شاد از کردستان و گروس عبدالملکیان از تهران؛
۳. بخش اجتماعی؛ برگزیده: منوچهر احترامی، عبدالجبار کاکایی، ناصر فیض و برگزیده جوان این بخش مهدی فرجی از کاشان و میلاد عرفان‌پور از شیراز؛
۴. برگزیدگان بخش پایداری و انتفاضه؛ مجتبی مهدوی سعیدی، علیرضا قزوه، حسین اسرافیلی و محمدرضا عبدالملکیان. جوان برگزیده این بخش، امید مهدی‌نژاد؛
۵. بخش شعر آیینی، محمدعلی مجاهدی (پروانه)، سیدعلی موسوی گرمارودی، محمدجواد غفورزاده و قادر طهماسبی و برگزیده جوان این بخش آرش علیزاده از رشت و مرتضی حیدری آل کثیر از خوزستان؛
۶. برگزیده شعر امام و انقلاب، یوسفعلی میرشکاک، زکریا اخلاقی، احمد عزیزی، فاطمه راکعی و جوان برگزیده این بخش محمدحسین ابراهیمی.

### سومین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۸۷

بخش شعر کهن و سنتی:

۱. نفرات اول: حسین جنتی از استان تهران و محمد مهدی سیار از استان فارس؛
۲. نفرات دوم: علیرضا بدیع از استان خراسان رضوی و محمدجواد شاهمادی از استان اصفهان؛
۳. نفرات سوم: مهدی مظاهری خورزنی از استان تهران و مهدی فرجی از استان اصفهان؛  
بخش شعر نیمایی و سپید:

۴. نفرات برتر: ابراهیم اکبری دیزگاه از استان قم، مجید سعدآبادی از استان تهران و علیرضا لبش از استان قم؛

بخش شعر کودک و نوجوان:

۵. نفر برتر بخش نوجوان: حسین تولایی از استان تهران؛

۶. نفرات برتر بخش کودک: مریم زندی از استان همدان و مریم هاشم‌پور از استان تهران.

### چهارمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۸۸

۱. بخش شعر سنتی: محمود حبیبی کسبی از تهران اول، پانته‌آ صفایی از اصفهان و محمد مرادی از شیراز مشترکاً دوم و محمد سعید میرزایی از تهران رتبه سوم شدند. محمدرضا طاهری از تهران و محمدعلی جوشایی از کرمان شایسته تقدیر در این بخش شدند؛
۲. بخش شعر نو: سینا علی محمدی از تهران، محمدحسین نعمتی از تهران و امید مردانی بروجنی از بروجن رتبه‌های اول تا سوم را کسب کردند؛
۳. بخش کودک و نوجوان: کبری بابایی از تهران در جایگاه اول، حامد محقق‌ی از تهران در جایگاه دوم و غلامرضا بکتاش از ملایر در جایگاه سوم قرار گرفتند.

### پنجمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۸۹

- در این دوره هیچ کس در حوزه‌های جایزه شعر فجر برگزیده نشد. در بخش ترانه و تصنیف که امسال برای نخستین بار به جشنواره اضافه شده بود، هیچ برگزیده‌ای معرفی نشد و داوران تنها از چهار ترانه‌سرا تقدیر کردند.
۱. بخش کلاسیک: مریم آریان قره‌بلاغ از کرج و محمدجواد شاهمرادی از تهران، مشترکاً دوم و امیرحسین نیکزاد از کرج سوم شدند؛
  ۲. بخش سپید و نیمایی: علی هوشمند از بوشهر و مجید نظافت یزدی از مشهد و صدیقه مرادزاده از ورامین به‌طور مشترک سوم شدند؛
  ۳. بخش کودک و نوجوان: بابک نیک‌طلب، عصمت اسلامی و حسین تولایی هر سه از تهران، به‌ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به‌دست آوردند؛
  ۴. بخش ترانه و تصنیف، سامیه سلیمی از بندرعباس، سیدحسین متولیان، اسماعیل فرزانه و مهدی ایوبی از تهران، به‌عنوان نفرات تقدیری معرفی شدند.

### ششمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۹۰

به‌گزارش دبیر این نوبت از شعر در این سال ۱۴۵۱ شاعر در جشنواره شرکت کرده‌اند. سال گذشته حدود ۴۰۰۴۹ اثر از شاعران به دبیرخانه جشنواره رسیده بود و با رشد کمی

جشنواره، امسال حدود ۵۰ هزار اثر را دریافت کرده‌ایم. برخی از شاعران آثار خود را در قالب کتاب و برخی دیگر ۱۰ تا ۲۰ قطعه از نمونه اشعارشان را به دبیرخانه ارسال کرده‌اند. (خبرگزاری کتاب، ۹۰/۱۱/۱۰)

۱. بخش شعر غزل: شیما شاهسواران؛
۲. بخش کلاسیک: رضا نیکوکار؛
۳. بخش ترانه: یاسر قنبرلو؛
۴. بخش شعر سنتی: رضا نیکوکار از گیلان و شیما احمدی از تهران؛
۵. بخش شعر سپید و نیمایی: جایگاه سوم به‌طور مشترک میان قربان بهاری از تهران و سیدرسول پیره از کرج. تقدیرشدگان این بخش: حمیدرضا اقبال دوست از استان گیلان و تیمور آقامحمدی از تبریز؛
۶. بخش کودک و نوجوان: رتبه دوم؛ عباسعلی سپاهی یونسی از مشهد و رتبه سوم؛ فاضل ترکمن از تهران تقدیرشدگان این بخش: سیداحمد میرزاده از مشهد و حمید هنرجو از تهران؛
۷. بخش سرود و ترانه: امینه دریانورد از استان هرمزگان دوم و یاسر قنبرلو از استان قزوین سوم؛
۸. بخش پژوهش تقدیری: زهرا محدثی خراسانی از مشهد، محمد مرادی از شیراز و محمد گودرزی دهریزی از تهران.

### هفتمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۹۱

در این دوره نیز بدون ذکر آثار شاعران، اسامی آن‌ها معرفی شد:

۱. بخش شعرنو، نیمایی و سپید: مهرداد احمدی از استان کردستان رتبه نخست و الهه تاجیک‌زاده و محمدمهدی سیار از تهران به‌ترتیب رتبه‌های دوم و سوم؛
۲. برگزیده بخش سنتی: هیچ شاعری حائز کسب رتبه اول شناخته نشد اما ساجده جبارپور ماسوله از استان گیلان در رتبه دوم جای گرفت و حامد ابراهیم‌پور از استان تهران به رتبه سوم رسید. همچنین در این بخش از امید مهدی‌نژاد از استان تهران تقدیر شد؛
۳. بخش سرود و ترانه: احمدامیر خلیلی از استان تهران رتبه دوم و حامد عسگری از تهران و عالیه مهربابی مریم‌آبادی از استان یزد به‌طور مشترک به مقام سوم رسیدند؛
۴. بخش کودک و نوجوان نیز رتبه اول نداشت، اما رتبه دوم به طیبه شامانی از استان تهران و رتبه سوم به‌طور مشترک به محمد صارمی‌شهاب از همدان و منیره هاشمی از خراسان رضوی اختصاص یافت. مریم اسلامی در این بخش مورد تقدیر قرار گرفت؛
۵. بخش نقد و پژوهش: هیچ برگزیده‌ای نداشت و احسان شواربی‌مقدم از تهران رتبه دوم

و مهرداد نصرتی از کرمان رتبه سوم را اخذ کردند. از غلامرضا کافی از فارس نیز در بخش نقد و پژوهش تقدیر شد. همچنین در بخش ویژه پیامبر اعظم (ص) محمد حسین مهدویانی از اصفهان، محمدرضا طهماسبی از تهران و حسن محمدزاده از اصفهان رتبه اول تا سوم را کسب کردند؛

۶. در این دوره و در بخش افزوده شده به جشنواره و بر مبنای نظرسنجی صورت گرفته علیرضا قزوه و حمیدرضا برقی به عنوان برترین شاعران مردمی دهه اخیر براساس نظرسنجی عمومی معرفی شدند؛

۷. همچنین سه گانه فاضل نظری شامل «قلیت»، «گریه‌های امپراتور» و «آن‌ها» نیز به عنوان کتاب برگزیده مردمی انتخاب شد.

البته براساس نظر اعلام شده از سوی هیئت داوران، سروده‌های علی معلم دامغانی و محمدرضا شفیعی کدکنی نیز از نظر آرای مردمی در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. این انتخاب از سوی رسانه‌ها مورد انتقاد واقع شده و محمدعلی بهمنی دبیر علمی این دوره، در پاسخ به انتقادهای مطرح شده درباره معرفی «شاعران مردمی ۱۰ سال اخیر» در جشنواره شعر فجر تأکید کرد که: «در این انتخاب‌ها تردیدی وجود ندارد و اکنون جوان‌ها به شعر آیینی اقبال نشان می‌دهند.»

### هشتمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۹۲

در این سال بخش‌های جایزه کمی تغییر کرده و در بخش‌های زیر برگزیدگان بدون معرفی آثار آن‌ها در خبرگزاری‌ها اعلام و معرفی شدند:  
شعر آزاد:

۱. برگزیده: لیلا کردبچه، مجید سعدآبادی، رسول پیره؛

تقدیرشدگان شعر آزاد:

۲. قربان بهاری، شراره کامرانی؛

برگزیدگان بخش شعر سنتی:

۳. مهدی فرجی، کبری موسوی قهفرخی، صالح دروند، حامد ابراهیم پور، محمدحسین ملکیان؛

تقدیرشدگان بخش شعر سنتی:

۴. جلیل صفریگی، پانته‌آ صفایی؛

برگزیدگان شعر محاوره:

۵. مریم بهروزی، عبدالمحمد مقتدایی‌راد؛

برگزیدگان شعر بومی:

۶. ظاهر سارایی، حسین بهرامی، شبنم فرضی‌زاده؛

برگزیدگان بخش شعر کودک:

۷. اسدالله اسحاقی، زهرا موسوی، سعیده موسوی‌زاده؛

تقدیرشدگان بخش شعر کودک:

۸. حاجیه خاتون حسنی.

### نهمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۹۳

شعر بزرگسال:

۱. برگزیده: کتاب روی جاده ابریشم، سروده زنده‌یاد محمد قهرمان؛

درباره شعر

۲. برگزیده: کتاب فرهنگ شعر نوی فارسی، نوشته هیوا مسیح؛

۳. تقدیر: کتاب روایت سر دلبران، نوشته قدرت‌الله طاهری شایسته؛

شعر کودک و نوجوان

۴. برگزیده: مشترکاً به کتاب‌های هم روزنامه، هم کلوچه، سروده مریم هاشم‌پور و غم‌های قلابی،

سروده شاهین رهنما؛

۵. تقدیر: کیف پول من گرسنه است، سروده فاضل ترکمن.

### دهمین جایزه شعر فجر؛ ۱۳۹۴

بخش شعر بزرگسال:

۱. تقدیر از مجموعه غزل‌های پری‌خوانی، سروده امیرحسین اللهیاری و سکتة سوم، سروده زنده‌یاد غلامرضا بروسان. (داوران این بخش هیچ اثری را به‌عنوان کتاب برگزیده معرفی نکردند.)

بخش درباره شعر:

۲. برگزیده: کتاب نجوم قدیم و بازتاب آن در ادب پارسی، نوشته عباس ماهیار؛

۳. تقدیر: مکتب هرات و شعر فارسی، نوشته حسن نصیری جامی شایسته تقدیر؛

بخش شعر کودک و نوجوان:

۴. برگزیده: دو اثر هر گلابی یک چراغ، سروده کمال شفیععی و یک قوری پر از قور، سروده

مریم هاشم‌پور به‌صورت مشترک؛

۵. تقدیر: مجموعه هفت‌جلدی قصه‌نمایش کودکان، سروده مهری ماهوتی به‌عنوان اثر

قابل تقدیر شناخته شد.

لازم به توضیح است دو عنوان برگزیده و تقدیری در حوزه درباره شعر هیچ‌کدام شمارگان

آن‌ها از ۱۵۰۰ نسخه فراتر نرفته است. کتاب نجوم قدیم و بازتاب آن در ادب پارسی دوبار

تجدیدچاپ شده که مجموع شمارگان آن ۱۵۰۰ نسخه و کتاب مکتب هرات در ۵۵۰ نسخه یکبار منتشر شده است.

### ارزیابی کمی آثار برگزیده از حیث تجدیدچاپ

اطلاعات ناقص و پراکنده درباره ده دوره برگزاری شعر فجر امکان تحلیل و ارزیابی کمی و کیفی آن را دشوار و گاه ناممکن می‌کند. باتوجه به کمبود یا فقدان اطلاعات درخور توجه و جامع درباره آثار ارزیابی‌شده در ده دوره شعر فجر، به‌اجبار آثار دو دوره نهم و دهم بررسی می‌شوند که اطلاعات بیشتری درباره آن‌ها منتشر شده است.

در دوره نهم ۶ اثر و در دوره دهم ۷ اثر معرفی و شایسته برگزیده یا تقدیر اعلام شدند. از این تعداد تاکنون و بر مبنای اطلاعات خانه کتاب که اسامی برخی از عناوین شناسایی نشد، سه کتاب روی جاده ابریشم شعر (نشر جمهوری)، پری خوانی (نشر قطره) و نجوم قدیم و بازتاب آن در ادب پارسی (نشر اطلاعات) در دو نوبت تجدیدچاپ شدند. سایر کتاب‌ها به‌احتمال زیاد بیش از یکبار منتشر نشده‌اند. جمع کل شمارگان آن‌ها در دو نوبت چاپ از ۲۲ هزار نسخه بیش نیست. شمارگان کل کتاب در دو نوبت روی جاده ابریشم شعر ۲۲۰۰ نسخه، پری خوانی هزار نسخه و نجوم قدیم و بازتاب آن در ادب پارسی ۱۶۰۰ عنوان است.

#### جدول شماره ۲۶. بررسی تجدیدچاپ آثار برگزیده شعر فجر در ده دوره

ردیف	عنوان	سراینده	ناشر	نوبت چاپ	کل شمارگان
۱	روی جاده	محمد قهرمان	جمهوری	۲	۲۲۰۰
۲	پری خوانی	امیرحسین اللهیاری	قطره	۲	۱۰۰۰
۳	نجوم قدیم و بازتاب آن در ادب پارسی	عباس ماهیار	اطلاعات	۲	۱۶۰۰

### ارزیابی کیفی جایزه شعر فجر

درمورد ارزیابی جایزه شعر فجر باتوجه و تکیه بر گزارش توصیفی یادشده موارد زیر قابل اشاره است:

۱. چگونگی برگزاری ده دوره جایزه شعر فجر رویه و فرایندی منسجم و نظام‌مند نداشته است و در هر دوره حال‌وهوای بینش و گرایش خاص مدیران فرهنگی در وزارت فرهنگ بر آن چیرگی داشته است. بخش‌ها و زمان شعر شعرا در هر دوره بسته به تعریف هیئت داوری متفاوت بوده است. در یک جمع‌بندی کلی سلیقه شخصی مدیران فرهنگی و داوران بر خط‌مشی داوری تأثیرگذار شده است؛

۲. درمورد ارسال یا شناسایی شاعران هم رویه یگانه و یکپارچه‌ای وجود نداشته است. گاهی به فراخوان تکیه می‌شده است و گاهی به‌صورت فعالانه شاعرانی شناسایی و آثارشان بررسی می‌شده است، بدون اختیار و انتخاب شاعران. این روش از جایی آغاز شد که ظاهراً استقبال از فراخوان چندان دلگرم‌کننده نبوده است.

بیانیه داوران هشتمین دوره شعر فجر به این کاستی تصریح می‌کند:

«ضمن سپاس از سرایندگانی که برای شرکت در جشنواره آثار خود را فرستاده‌اند، باید یادآوری شود که جای آثار بسیاری از شاعران کودک و نوجوان خالی بود؛ این مشکل که از نخستین دوره جشنواره وجود داشته است نشان می‌دهد که برای گردآوری آثار، تمهیدی دیگر باید اندیشید و فقط به دعوت از شاعران برای ارسال آثارشان اکتفا نکرد. متأسفانه، هنوز قواعد مشخصی برای شرکت‌کنندگان بخش کودک و نوجوان و معیار ثابتی برای داوری آثار تدوین نشده است. امید است که در جشنواره‌های بعد، مرز داوری و انتخاب شعر فجر، کتاب فصل و کتاب سال مشخص شود.»

۳. معیارها و شاخص‌های داوری این ده دوره هم چندان روشن و مدون و شفاف نبوده است. در دوره دهم آیین‌نامه این جشنواره تدوین اعلام شد که بیشتر فرایند و روش اجرایی و اداری داوری را مشخص می‌سازد و درباره معیارهای داوری تصریح نشده است. بنابر اظهارات خانم راکعی، از داوران شعر فجر، می‌توان تعریفی از روند هفت دوره نخست برگزاری شعر فجر و چالش‌های آن را مطرح کرد. خانم راکعی درباره این نظر که شعر جشنواره‌پذیر نیست، می‌گوید:

«در طول این ۸ دوره از جشنواره مدل‌های مختلفی امتحان شد تا بتوانیم این موضوع را در قالب یک جشنواره وارد کنیم و درنهایت در این دوره به شعار چندصدایی رسیدیم. من معتقدم در روزگاری هستیم که شعر انقلاب و مفهومش نیاز به بازتعریف دارد. اگر در دهه ۶۰ شاعران حوزه هنری را به‌عنوان شاعران انقلاب می‌شناختند، اما الان تئوری‌هایی مطرح شده که با آن تعاریف متفاوت است و حتی می‌بینیم که گفتمان انقلاب در شعر تغزلی عاشقانه و شعر اجتماعی هم وارد شده، به‌همین خاطر معتقدم بهتر است از عنوان شعر عصر انقلاب و دوره انقلاب اسلامی استفاده کنیم.» او تأکید کرد: «می‌دانیم که گفتمان انقلاب و مستقل دو گفتمان مجزا از هم هستند. در هفت دوره گذشته جشنواره شعر فجر بیش از هر چیز به گفتمان انقلاب توجه شد و به خارج از این گفتمان توجهی نشد. سیاست امسال جشنواره بر این است که به گفتمان‌های مستقل بیشتر توجه کنیم و آن‌ها را در اتاق فکر و داوران جشنواره بیشتر وارد کنیم. «همه معتقدیم که یک معیار را برای حضور در تربیون‌های دولتی باید پذیرفت و آن قانون نشر در کشور است. اگر خیلی از آثار با این قانون مجوز گرفته‌اند و چاپ می‌شوند اینکه بگوییم نباید صاحبانش را و خود آن آثار

در جشنواره حضور داشته باشند یک نقض غرض است. از سوی دیگر معتقدم باید به سمت جدایی از بدنه دولت حرکت کنیم و شرایطی را فراهم کنیم تا لاقبل یک نهاد مستقل تر مانند دانشگاه‌ها به برگزاری این جشنواره بپردازد تا میل به حضور جریان‌های دیگر را نیز در آن به وجود آورد» (خبر آنلاین، ۹۳/۱/۲۴).

۴. هیچ سایت و مرکز اطلاعات مشخصی هم درباره سوابق و عملکرد این جایزه وجود ندارد. عمده‌ترین علت آن هم جابه‌جایی مداوم دبیرخانه آن است که اکنون در بنیاد شعر و ادبیات داستانی ایرانیان مستقر شده و فقط در مورد دهمین دوره شعر فجر اطلاعاتی را سایت آن اعلام شده است.

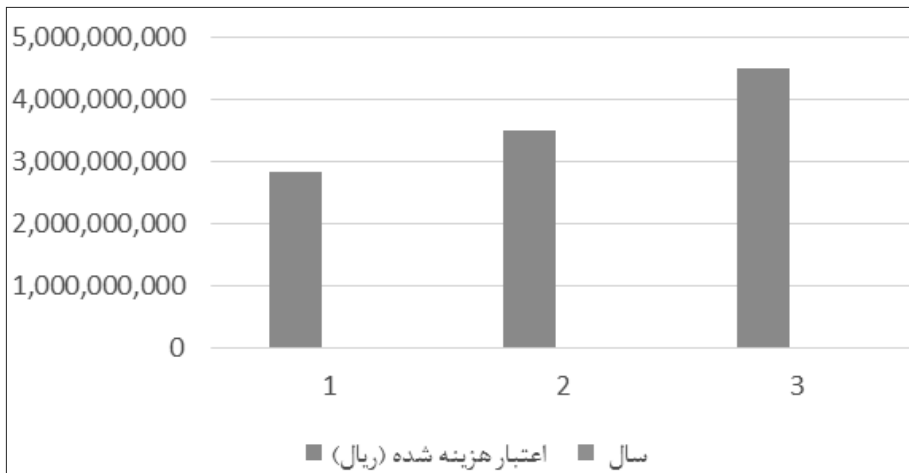
### بررسی هزینه‌های برگزاری شعر فجر

بر مبنای تنها اطلاعات قابل دسترسی در تحقیق دکتر علی‌رضا کرمانی هزینه‌های اجرای شعر فجر به شرح جدول و نمودار زیر است:

جدول شماره ۳۷. هزینه برگزاری شعر فجر از سال ۸۶ تا ۸۸

سال	اعتبار هزینه‌شده (ریال)
۱۳۸۶	۲,۸۳۳,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۸۷	۳,۴۸۲,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۸۸	۴,۴۹۶,۷۴۹,۵۴۷
جمع کل	۱۰/۸۱۱/۷۴۹/۵۴۷

نمودار شماره ۹. هزینه‌های برگزاری جایزه شعر فجر





در سال‌های ۹۲ تا ۹۴ تخصیص اعتبار برابر ۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بوده است. مطابق نمودار شماره یک، روند هزینه سال‌های اخیر نسبت به سال نخست در حدود ۱۰۰ درصد رشد داشته است.

براساس خبری بی‌منبع که خبرگزاری فارس (۹۳/۳/۳) منتشر کرد، بودجه جشنواره در دور هشتم حدود یک میلیارد تومان بوده است و بودجه دور هفتم جشنواره ۳۰ درصد کم‌تر از این میزان بوده است.

در مورد تعداد آثار ارسال شده به دبیرخانه اطلاعات موثق و مستندی وجود ندارد. در دهمین دوره ۲۱۴۷ اثر بررسی شده است. این تعداد در پنجمین دوره ۱۲۸۹ اثر بوده است که در سال ۹۴ افزایش چشمگیری داشته است.

### فعالیت‌های جنبی شعر فجر

شعر فجر در کنار انتخاب آثار و اعطای جوایز، فعالیت‌های دیگر از قبیل کارگاه‌های آموزشی برگزار می‌کند. مدیرعامل بنیاد شعر و ادبیات داستانی ایرانیان و دبیر اجرایی دهمین دوره شعر فجر در این باره گزارش داد:

بخش دیگر این جشنواره، برگزاری محافل ادبی در داخل و خارج از کشور بود. در این بخش همه ایران پوشانده شد و در آن نگاه ملی گنجانده شده بود. در داخل ایران، شهرهای قم، ری، تهران، ارومیه، ایلام، همدان، بجنورد، بم، اصفهان و شیراز و در خارج هم شهرهای ضاحیه، خجند، هرات، بیروت، کابل، دوشنبه، صور، صیدا، نبطیه و جونیه، میزبان محافل ادبی و شعری جشنواره شعر فجر بودند.

وی با اشاره به برگزاری دوره‌های متمرکز آموزش شعر با حضور حدود ۲۰۰ شاعر جوان زیر ۳۰ سال از سراسر ایران گفت: در این دوره‌ها شاعران جوان توانستند با تدریس پیشکسوتانی همچون سهیل محمودی، ساعد باقری، مصطفی علیپور، قربان ولیئی، محمدحسین جعفریان، اسماعیل امینی، ارمغان بهداروند، بهمن ساکی، علی محمد مؤدب، بهروز جلالی، حمیدرضا شکارسری، مصطفی محدثی، ناصر فیض، ابوالفضل زرویی نصرآباد، جواد محقق، غلامرضا طریقی، حسین آهی و عبدالجبار کاکایی، دوره‌ها و کلاس‌های آموزش شعر را بگذرانند.

در مورد کم و کیف این برنامه‌ها و فعالیت‌ها در ده دوره شعر فجر اطلاعات بیشتری در دست نیست تا بر مبنای آن بتوان ارزیابی روشنی را ارائه داد.

### فعالیت حمایتی معاونت امور فرهنگی از شعر

معاونت امور فرهنگی به منظور حمایت از آثار و فعالیت‌های آموزشی و کانون‌ها و انجمن‌های

شعری نیز اقداماتی صورت داده است که در زیر باتوجه به اسناد موجود برخی از فعالیتها از سال ۸۵ تا ۸۸ گزارش می‌شود:

### جدول شماره ۳۸. موضوعات و عناوین کتاب‌های مورد حمایت معاونت امور فرهنگی در حوزه شعر از ۸۵ تا ۸۸

سال	موضوع	مجرى	هزینه (ریال)
۱۳۸۵	اولین جشنواره شعر موسم گل	حبیب‌الله طالب	۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۲	جشنواره شب شعر مبعث (سیمای آفتاب)	علی موسوی گرماردی	۱۴۰/۰۰۰/۰۰۰
۳	شب شعر مقاومت در لبنان و فلسطین	علیرضا قزوه	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۴	چهارمین جشنواره ادبی قند پارسی	محمد رضا قاسمی	۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۵	یازدهمین کنگره شعر دفاع مقدس در ارومیه	حمید حسام (بنیاد نشر دفاع مقدس)	۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۶	کمک به سفر و حضور شاعران قونیه	علیرضا قزوه	۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۷	انتشار کتاب نوحه و مداحی عاشورایی	علیرضا بهرامی‌زاده	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۸	مراسم شعر و داستان و خاطره جانبازان	محمد صلواتی	۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۹	کنگره شعر و داستان جوان کشور	ذاکری‌نژاد و صدی‌راد	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۰	انتشار ۲۲ عنوان کتاب‌های شعر و درباره شعر و ترجمه	فاطمی راکعی انجمن شاعران ایران	۴۰۸/۰۰۰/۰۰۰
۱۱	کمک به برنامه‌های آموزشی	فاطمی راکعی انجمن شاعران ایران	۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۲	انتشار کتاب تاریخ عصر حافظ	لطفاله ساغروانی/ هرمس	۱۰۳/۶۰۰/۰۰۰
۱۳	کتاب شعر شکوفه‌های بی‌خزان	عبدالله رفیعی	۹۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۴	کتاب زندگینامه مشفق کاشانی	پرویز بیگی حبیب‌آبادی	۴۷/۰۰۰/۰۰۰
۱۵	کتاب گزیده شعرهای چین، یونان، ایتالیا پیرامون سلطنت	فریده مهدوی دامغانی	۴۸/۴۰۰/۰۰۰
۱۶	تدوین و انتشار دیوان شاعر انقلاب اسلامی	علیرضا قزوه	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۷	کتاب ترانه‌های عاشق لال	علی قنبری	۱۵/۰۰۰/۰۰۰
۱۸	شانزدهمین کنگره شعر دفاع مقدس (ایلام)	حمید حسام (بنیاد نشر ارزش‌های دفاع مقدس)	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۹	دیوان اشعار ۱۲۵ شاعر و ۱۰۰ داستان	مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران	۴/۲۱۸/۰۰۰/۰۰۰
۲۰	کتاب‌شناسی رودکی	قربان بهزادیان‌نژاد	۴۸/۰۰۰/۰۰۰
۲۱	مجموعه مقالات همایش رودکی	قربان بهزادیان‌نژاد	۱۴۶/۰۰۰/۰۰۰
۲۲	۱۰ عنوان کتاب شعر بانوان شاعر	سیمین دخت وحیدی	۷۰/۰۰۰/۰۰۰
۲۳	قرآن در مثنوی	زهره طوافی	۶۴/۰۰۰/۰۰۰
۲۴	۴۰ عنوان کتاب ۴۰ پیشکسوت شعر و داستان	محمد رضا سرشار/ انجمن قلم ایران	۱۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۲۵	کتاب تحلیل و بررسی شعر عاشورا از آغاز تاکنون	غلامرضا کافی	۱۰۸/۰۰۰/۰۰۰
۲۶	کتاب رودکی، شاعر روشن‌بین	مرتضی امیری اسفندیه	۵۱/۲۰۰/۰۰۰
۲۷	دیوان دوزبانه پروین اعتصامی	مهدی افشار	۲۰۸/۰۰۰/۰۰۰
۲۸	تاریخ اشعار کهگیلویه و بویراحمد از آغاز تاکنون	فریدون داوری	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۲۹	تذکره تربت شاعران	جواد هاشمی	۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۰	کمک به اطلاع‌رسانی و تبلیغات شعر فجر در هندوستان	علیرضا قزوه	۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۱	۲۰ عنوان کتاب ترجمه اشعار انقلاب اسلامی برگزیده به هندی و اردو و انگلیسی و فارسی	علیرضا قزوه	۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۲	۷ عنوان کتاب پیرامون شعر و ادب امروز	مرتضی امیری اسفندقه	

### ادامه جدول شماره ۳۸. موضوعات و عناوین کتاب‌های مورد حمایت

#### معاونت امور فرهنگی در حوزه شعر از ۸۵ تا ۸۸

سال	موضوع	مجری	هزینه (ریال)
۱۳۸۷	۲۰ کتاب اشعار ناب انقلاب اسلامی	مرتضی امیری اسفندقه	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۴	کتاب تذکره انجمن قدس (معرفی شاعران اواخر دوره قاجار)	سیدعباس لاجوردی/ مسجد جمکران	۱۰۰/۸۰۰/۰۰۰
۳۵	کتاب زندگینامه مشفق کاشانی	پرویز بیگی حبیبت‌آبادی	۸۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۶	کمک به جشنواره ملی شعر زاگرس	اداره کل استان بویراحمد	۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۷	زندگینامه مفاخر فرهنگی ایران	زهرا هاشمی/ نشر طاهر	۵۵۲/۰۰۰/۰۰۰
۳۸	شاهنامه ده جلدی	ساغروانی/ هرمس	۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۹	کمک به شانزدهمین جشنواره کتاب سال شعر جوان	محمدرضا عبدالملکیان/ دفتر شعر جوان	۱۷۵/۰۰۰/۰۰۰
۴۰	۲۴ کتاب سروده‌های شاعران جوان	پرویزبیگی حبیب‌آبادی	۴۱۷/۶۰۰/۰۰۰
۴۱	کشف‌الایات موضوعی مثنوی مولانا	معصومه اکبری	۱۲/۰۰۰/۰۰۰
۴۲	۳۰ عنوان مجموعه شعر و ۳۰ قصه	محمدودرضا برازش/ به نشر	۱/۰۸۰/۰۰۰/۰۰۰
۴۳	زندگینامه مشاهیر ایران اسلامی	علی اکبرولایتی/ انجمن قلم ایران	۱/۲۶۰/۰۰۰/۰۰۰
۴۴	زندگینامه و مجموعه اشعار محمدعلی مردانی	معصومه صدقی	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۴۵	دوره‌های آموزشی شعر	محمدرضا عبدالملکیان/ دفتر شعر جوان	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۴۶	زندگینامه و مجموعه شعر ترجمه زارع	امید مهدی‌نژاد	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۴۷	زندگینامه و مجموعه اشعار امیری فیروزکوهی	حسن احمدی‌فرد	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۴۸	زندگینامه و مجموعه اشعار سلمان هراتی	ضیالالدین شفیعی	۳۳/۰۰۰/۰۰۰
۴۹	زندگینامه و مجموعه اشعارسید حسن حسینی	مصطفی محمدی خراسانی	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۵۰	همایش صدسال شعر زنان ایران	فاطمه راکعی/ انجمن شاعران ایران	۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۵۱	زندگینامه و مجموعه اشعار منوچهر آتشی، اخوان ثالث	محمد اکرامی‌فر	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۵۲	زندگینامه و مجموعه اشعار کمال مشهدی، قدسی مشهدی	مسعود ظفر کارگریزدی	۳۳/۱۲۰/۰۰۰
۵۳	زندگینامه و مجموعه اشعار عمران صلاحی	سینا علی محمدی	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۵۴	زندگینامه و مجموعه اشعار سپیده کاشانی	حمید هنرجو	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۵۵	زندگینامه و مجموعه اشعار محمدحسین شهریار	حسین اسرافیلی	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۵۶	۵ عنوان ترجمه گزیده شعرهای معاصر به زبان‌های خارجی	فاطمه راکعی/ انجمن شاعران ایران	۳۸۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۳۸۸	برگزاری دوره‌های آموزشی شعر	محمدرضا عبدالملکیان	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۵۸	زندگینامه قیصر امین‌پور	علی محمد مودب	۱۶/۵۶۰/۰۰۰
۵۹	اشعار آیینی دیوان و مجموعه شعر	جواد هاشمی	۱۷۴/۲۴۰/۰۰۰
۶۰	تحقیق و تألیف اشعار عاشورایی	جواد هاشمی	۱۵۸/۴۰۰/۰۰۰
۶۱	فرهنگ دوزبانه ترکیبات شاعرانه	مهدی افشار	۱۴۵/۶۰۰/۰۰۰
۶۲	زندگینامه و مجموعه اشعار بهزاد کرمانشاهی	جواد محقق	۳۳/۱۲۰/۰۰۰
۶۳	دیوان اشعار ۲۵ شاعر انقلاب اسلامی	علیرضا قزوه	۶۲/۵۰۰/۰۰۰
۶۴	راهنمایی موضوعی حافظ‌شناسی	علی نویدگویی	۷۴/۸۸۰/۰۰۰
۶۵	۱۱ عنوان مجموعه سروده‌های شاعران جوان	پرویز بیگی حبیب‌آبادی	۲۹۷/۰۰۰/۰۰۰
۶۶	مراسم شیخ عطار نیشابوری	اداره کل خراسان	۵۰/۰۰۰/۰۰۰

براساس مفاد جدول شماره ۲، در سال ۸۵، ۱۱ و در سال ۸۶، ۱۹ و در سال ۸۷، ۲۶ و در سال ۸۸، ۲۰ فعالیت و عناوین کتاب حمایت شده است. در بررسی موضوعات و مجریان نکات زیر قابل توجه است.

۱. در موردی از یک عنوان کتاب (زندگینامه مشفق کاشانی، پرویز بیگی حبیب‌آبادی) دوبار حمایت شده است؛

۲. سازوکار و چگونگی اعلام و اطلاع‌رسانی این حمایت برای افکار عمومی و ناشران و شاعران و محققان نامعلوم است و همین روش سبب شده است تا برخی ناشران و نویسندگان و شعرا به‌طور خاص و بارها از این حمایت از شعر بهره ببرند و برخی از این آثار متعلق به خود داوران جایزه شعر فجر است که فی‌نفسه نه مذموم است نه ممدوح؛

۳. در مورد کیفیت و سرنوشت این فعالیت‌ها و کتاب‌ها دقیقاً نمی‌توان نظر داد. پایگاه خانه کتاب در مورد برخی از این کتاب‌های حمایت‌شده اطلاعاتی ارائه نمی‌دهد که به دلیل احتمال اشتباه در اطلاع‌رسانی از نامبردن آن‌ها خوداری می‌شود. ولی این احتمال که برخی از این کتاب‌های حمایتی منتشر نشده یا نشوند، تجربه نشان داده است که این احتمال می‌تواند قطعی باشد؛

۴. شاخص اثربخشی باتوجه به ابهام در مورد داوری آثار و فعالیت‌های حمایتی و شاخص عادلانه‌بودن روند اجرایی این نوع حمایت باتوجه به سازوکارهای اداری و غیرشفاف‌بودن و فقدان اطلاع‌رسانی قابل تأیید قطعی نیست.

### بررسی دیدگاه کارشناسان

جایزه ادبی شعر فجر بنا بر طبیعت ذاتی آن که با شاعران کثیر و متفاوت در عقیده و گاه مختلف در نظر و بینش سروکار دارد، دیدگاه‌های متضادی درباره آن ابراز می‌شود. برخی انتقادات گاه چنان تندوتیز می‌نماید که مرز میان شعر و ادبیات و سیاست فرومی‌ریزد. در اینجا به برخی از مهم‌ترین دیدگاه‌ها موافقان و منتقدان اشاره می‌شود:

۱. دکتر مرتضی کاخی، شاعر و استاد زبان و ادبیات فارسی نیز با بیان اینکه جشنواره شعر فجر نباید حتماً به یکی از مدعیان شاعری جایزه بدهد، بلکه باید به شعر خوب جایزه بدهد، گفت: کار جشنواره شعر تقویت شعر فارسی است، نه بزرگ کردن بی‌جهت کسانی که خود را به شعر و شاعری منصوب کرده‌اند، به‌همین دلیل باید شعرها را دقیق‌تر ارزیابی کنند.

من در ارزیابی شعر سعی کرده‌ام دو نکته را رعایت کنم، اول زبان شعری و دوم اندیشه شاعرانه شاعر. هیچ‌کسی با پناه بردن به سلک شاعران و بازی‌های فرمی و کلامی که هیچ معنایی ندارد، نمی‌تواند شاعر باشد، بلکه باید به خود شعر پناه ببرند.

کاخی در ادامه با بیان اینکه کار شعر شعار نیست، ولو اینکه بهترین شعار و زیباترین

شعار جهان باشد، تأکید کرد: شعر علاوه بر قدرت زبانی و با معنابودن، باید حاوی اندیشه باشد، چون کار شعر شعار نیست، ارائه یک اندیشه شاعرانه است... سیاست متولیان جشنواره باید شناسایی شاعران مستعد و تشویق آنان باشد، اما تقدیر از کسانی که آثارشان فاقد معیارهای فوق باشد یا دیدگاه یک گروه خاص را تبلیغ کند، فراموش کردن شعر فارسی است... در انتخاب اشعار برتر دقت زیادی داشته باشد، چراکه ایران کشوری است که بزرگ‌ترین هنر مردمانش شعر است و طبع علاقه‌مندان شعر در میان قدا به اشعار فردوسی، ناصر خسرو، سعدی، حافظ و در میان معاصران به اشعار نیما یوشیج، مهدی اخوان ثالث، احمد شاملو، فروغ فرخزاد و تا حدودی سهراب سپهری انس گرفته است، برای همین در انتخاب شعر سختگیر هستند و شاعر و ناشاعر را به خوبی از هم تشخیص می‌دهند. این پژوهشگر با بیان اینکه جشنواره شعر فجر، زمانی جشنواره خواهد بود که علاوه بر دعوت از شاعران متعلق به سلاقی و نحله‌های مختلف، به جای شاعر برگزیده، شاعر شایسته انتخاب کند. اگر متولیان جشنواره تنها به فکر این باشند که حتماً باید جشنواره برنده‌ای داشته باشد، کار عبثی می‌کنند، در حالی که اگر شاعر خوبی وجود ندارد، باید با شجاعت اعلام کنند که هیچ شاعری مستحق دریافت جایزه نیست. «کاخ» گردهمایی بزرگان شعر امروز فارسی را از دیگر معیارهای جشنواره شعر موفق خواند و تأکید کرد: برگزارکنندگان اگر بتوانند بزرگان شعر امروز را گردهم بیاورند و تنها به شایستگان شعر جایزه اهدا کنند، مانند انجمن‌های ادبی‌ای خواهد بود که روزگاری شاعران بزرگی چون امیری فیروز کوهی، رهی معیری، اخوان ثالث، عماد خراسانی عضو آن بوده‌اند و اگر در این محفل شاعر تازه‌کار مستعدی حضور داشت، شاعران بزرگ دستش را می‌گرفتند و به او کمک می‌کردند تا پیشرفت کند، در غیر این صورت ناشاعران را طرد می‌کردند. (روزنامه ایران، ۱۳۹۳/۲/۲۸).

۲. عبدالجبار کاکایی دبیر هشتمین جشنواره شعر فجر در پاسخ به سؤال خبرنگار مبنی بر ارزیابی او از این دوره هشتم جشنواره گفت: توقعی که از این دوره از جشنواره داشتیم به صورت کامل برآورده نشد. در این مورد نیاز به حرکت‌های بنیادی تری هست تا اعتماد چهره‌های شاخص جلب شود؛ کاری که خواسته درونی‌مان بود و در این جهت تلاش بسیاری نیز شد اما این موضوع منوط است به اقدامات اعتمادآور از جانب دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی... شرایط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در این دوره شرایط سختی بود چراکه به طرز جدی تحت فشار رسانه‌های داخلی تندرو بود... ما در چنین شرایط سختی کار را شروع کردیم، همراه با اضطراب زیادی که رسانه‌های تندرو به آن دامن می‌زدند. این در شرایطی بود که می‌خواستیم فاصله ایجادشده میان شعر فجر و بخشی از شاعران شاخص را نیز پر کنیم.

اما با این اوصاف به جرئت می‌توان گفت هشتمین جشنواره شعر فجر، جشنواره‌ای

متفاوت بود و این مسئله به گواه اسامی داوران و حاضران در این جشنواره غیر قابل انکار است. ... امتیاز دیگر این دوره از جشنواره فجر بارگذاری آثار شاعران روی سایت جشنواره در بخش رقابتی بود، در صورتی که چنین روندی در دوره‌های پیشین نبود و کسی از آثار ارسالی و نحوه داوری چیزی نمی‌دانست و همه چیز در خفا صورت می‌گرفت.

در این دوره از جشنواره همه چیز به صورت شفاف انجام شد و شعر شاعران همچون آینه تمام‌نمای جامعه منتشر و بارگذاری شد که البته عده‌ای به همین واسطه شعرها را با تعبیر سیاه‌نمایی توصیف کردند. ... باید گفت در این دوره شاعران به طرز بی‌سابقه‌ای شرکت کردند و این حضور پرشور و مسئله بارگذاری شعرها از اتفاقات خجسته‌ای بود که پیشتر تجربه نشده بود.

دبیر هشتمین جشنواره شعر فجر در ادامه گفت: شاعرانی که امسال در جشنواره شرکت کردند سال‌های پیش از غایبان شعر فجر بودند، از جمله شاعران دهه هفتادی که فارغ از بد یا خوب بودن شعرشان، پیشتر صاحب تریبون‌های رسمی نبودند و شعرخوانی این شاعران در این دوره اتفاق تازه‌ای به حساب می‌آید. ... یکی از ضعف‌های دولت نداشتن خبرگزاری‌های رسمی است. این مسئله موجب شد ما در مقابل آتش توپخانه مخالفانی که بی‌وقفه حمله می‌کردند قرار بگیریم؛ مخالفانی که حتی یک نقد منطقی ارائه ندادند. با گسترش فضای مجازی در مطبوعات، روزنامه‌ها هم دیگر قدرت سابق را ندارند. در همین چند روز برگزاری جشنواره، رسانه‌های مخالف با یک کپی‌پیست ساده تمامی مطالب همدیگر را بارگذاری می‌کردند، انگار که قرارگاهی دستور حمله دهد و همگی شروع به بمباران کنند (خبرآنلاین، ۱۳۹۳/۳/۳).

۳. خبرگزاری ایلنا درباره اقدام معاونت امور فرهنگی برای حذف بخش شعر و داستان از جایزه کتاب سال با مصاحبه با برخی کارشناسان گزارش داد: (۹۴/۱۰/۱۲)

طبق گفته‌های مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، قرار است بخش داستان به جایزه جلال و بخش شعر به جشنواره شعر فجر واگذار شود. این در حالی است که ایرادات و انتقادهای زیادی به برگزاری این جشنواره‌ها وارد است. بسیاری از شاعران مطرح و صاحب‌نام؛ جشنواره شعر فجر را به رسمیت نمی‌شناسند و به داوری‌های جناح‌بندی‌شده و سیاست‌های کلی این جشنواره انتقاد دارند. در واقع نمی‌توان جشنواره فجر را یک رویداد مهم فرهنگی در حوزه شعر به حساب آورد. این مسئله با جشنواره فیلم و البته تاثیر متفاوت است.

چیزی که در این سال‌ها دیدیم؛ این بود که جشنواره شعر فجر به صورت نمادین برگزار شده و آثاری را که به جشنواره رسیده و برگزیده شده‌اند، نمی‌توان حتی در دسته سوم اشعار به حساب آورد. این جشنواره هم مانند بسیاری از رویدادهایی که نام فرهنگی را با خود به یدک می‌کشند، بدون هیچ‌گونه دست‌آورد خاصی برگزار می‌شود و معمولاً

آثاری که برگزیده می‌شوند، به گفته بخش زیادی از اهل کتاب و کارشناسان حوزه ادبیات شایستگی لازم را ندارند.

در این میان دیگر شاعران می‌توانند امیدوار باشند شاید اثرشان بتواند در جایزه کتاب سال موفقیتی به دست آورد. البته که به دلیل دولتی بودن جایزه کتاب سال، به آن نیز انتقادهای و ایرادهایی وارد است اما نمی‌توان مهم بودن آن و سهمی که می‌تواند در معرفی نویسندگان و کتاب‌ها داشته باشد را نادیده گرفت.

از طرفی جایزه جلال هم با فراز و فرودهای زیادی همراه است. نقدهایی که از منظر داوری به این جایزه وارد است به کنار؛ همین مسئله شناور بودن سکه‌ها خود بحث مفصلی است. درست است که آیین‌نامه جایزه کتاب سال و جایزه جلال آل‌احمد به هم شبیه هستند اما الزاماً به معنای این نیست که بتوان این دو جایزه را با هم یکی دانست و بخش داستان را از جایزه کتاب سال حذف کرد.

کاو فولادی‌نسب (نویسنده، منتقد و مترجم) با اشاره به همین آیین‌نامه می‌گوید: شباهت اساسنامه‌ها و معیارها و ضوابط این جایزه‌ها باهم باعث می‌شود که در ظاهر به نظر برسد آقایانی که می‌گویند این‌ها به هم شبیه هستند، حق داشته باشند. اما مسئولان وقتی به چنین ایرادی برمی‌خورند به جای حذف آن باید به سراغ اصلاح بروند. جایزه جلال و جشنواره فجر و حضور دو بخش شعر و داستان در جایزه کتاب سال از نظر آقایان موازی کاری تلقی می‌شود. اینجا به جای نگاه حذفی، باید نگاه اصلاحی داشته باشند. علی‌رغم همه انتقادهایی که به بسیاری از آن‌ها وارد است، در همه جای دنیا جوایز دولتی وجود دارند و از اعتبار برخوردارند فارغ از اینکه دولت‌ها چه سیاست‌هایی دارند. کتاب سال جمهوری اسلامی هم یک جایزه دولتی است که البته مقیاس این جایزه‌ها باهم متفاوت است... مسئله‌ای که در جداسازی مطرح می‌شود، این است که در اساسنامه‌های جایزه جلال و کتاب سال چند نکته وجود دارد. شاید این کار در ظاهر موجه به نظر برسد چون در جایزه کتاب سال و جایزه جلال، معاون فرهنگی ارشاد، نقش کلیدی را ایفا می‌کند و اساسنامه‌های این دو جایزه بسیار شبیه به هم هستند، اما شکل و تعریف هیئت‌امنای و هیئت علمی از بیرون، یک چیز کاملاً متفاوت است اما در عمل این دو جایزه هم‌پوشانی دارند.

از سوی دیگر محمدعلی مهدوی‌راد (دبیر جایزه کتاب سال) از حذف این دو بخش از جایزه کتاب سال استقبال می‌کند و معتقد است که اتفاق خوبی است و نیازی نیست که یک کتاب دوبار بررسی شود و دوبار جایزه بگیرد.

البته در این بین بحث منابع مالی هم که باعث شناور شدن سکه‌های جایزه جلال شده نیز مطرح است و مجید غلامی جلیسه (رئیس خانه کتاب) در این باره می‌گوید: جایزه کتاب سال، جشنواره شعر فجر و جایزه جلال هر سه متعلق به وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی هستند. اگر با نگاهی دقیق‌تر به موضوع نگاه کنیم اتفاق خوبی است چراکه بودجه دولتی یک‌جا هزینه می‌شود. وقتی یک‌بار کتاب‌ها را در کتاب سال داوری کنیم و یک‌بار در جشنواره شعر فجر و جایزه جلال، نیاز به صرف هزینه بیشتری است. ما نمی‌توانیم از یک سمت، دم از اقتصاد مقاومتی بزنیم و از طرفی دیگر ریخت‌وپاش داشته باشیم. بحث اصلی این است که همه این جایزه‌ها از سوی یک معاونت برگزار می‌شود. وقتی جوایز یکسان و موضوعات نیز یکسان است، چرا وزارت ارشاد باید دوبار جایزه بدهد؟!

در دولت قبل شاهد اتفاقات ناگواری بودیم و فشاری که به نویسندگان و اهل قلم وارد شد بسیار دردناک بود. امید بر این بود که دولت اعتدال، ادبیات راستین را جدی بگیرد، از میزان فشار بکاهد و روی ادبیات سرمایه‌گذاری کند. اما متأسفانه این اتفاق نیفتاد. همین کم‌توجهی‌ها و جدی نگرفتن‌ها باعث شده بسیاری از نویسندگان و شاعران به‌نام کشور، جشنواره‌ها و جایزه‌های دولتی را به‌کل قبول نداشته باشند.

در این میان محمد آزرَم نیز معتقد است که وجود کتاب شعر در جشنواره کتاب سال، یا واگذاری آن به جشنواره شعر فجر، تفاوت چندانی ندارد چراکه به‌طور کلی نگاه دولتی به شعر و داستان نگاه نادرستی است... جایزه کتاب سال هم تا امروز، مثل جشنواره شعر فجر کارشناس و داور صاحب صلاحیت برای انتخاب شعر نداشته است و داوران هنوز درک درستی از زیبایی‌شناسی شعر امروز ندارند.

وی همچنین در اشاره به بحث مالی این جایزه‌ها ادامه می‌دهد: راه‌حل مسئله این است که بخش خصوصی به‌عنوان حامی فرهنگی شعر و داستان وارد عمل شود و در عوض این حمایت فرهنگی، از مالیاتی که باید پرداخت کند کاسته شود اما مسئله دیگر قضاوت نسبت به شعر و داستان است که باید از نگاه دولتی مصون باشد و فقط هم به‌عهده کارشناسان و منتقدان ادبی آگاه باشد.

فولادی‌نسب که این تصمیم را بی‌توجهی دولت به ادبیات می‌داند، می‌گوید: احساس می‌کنم بی‌توجهی ویژه‌ای در قبال شعر و داستان رخ می‌دهد. در دوره‌های قبل، فشارهای زیادی را از جانب دولت احساس می‌کردیم اما فکر نمی‌کردیم که در دولت جدید هم این روند ادامه داشته باشد.

فریبا خادمی (نویسنده) نیز نظرش در این باره منفی است و جداسازی بخش شعر و داستان را از جایزه کتاب سال، اتفاق خنده‌داری قلمداد می‌کند و می‌گوید: نمی‌دانم چرا و با چه کیفیت و انگیزه‌ای این کار انجام شده است. قطعاً انگیزه‌ای پشت آن نبوده و تنها به‌این خاطر است که کتاب دیده نمی‌شود و بانی ندارد اما در جشنواره‌ها قشر بندی می‌شود و لابی فرمی به‌وجود می‌آید. باتوجه به اینکه جایزه کتاب سال تا حدی وجهه بین‌المللی دارد، بخش ادبیات را از آن حذف کرده‌اند. حتماً فکر می‌کنند نیازی به ادبیات نیست.



در این بین هستند صاحب‌قلم‌هایی که جدایی شعر و داستان را از جایزه کتاب سال مفید می‌دانند، اما واگذاری آن به جایزه جلال و جشنواره شعر فجر را کار نادرستی می‌دانند. اکبر اکسیر در این باره می‌گوید: من با جدا شدن این دو بخش موافق هستم اما نه اینکه اداره آن توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نهادی دولتی باشد، بلکه باید برگزارکنندگان آن صاحبان اصلی شعر و داستان باشند. ... به نظر من شعر باید به صورت سازمانی و نهادی، در یک برنامه جدا، توسط خود شاعران بررسی شود. در جشنواره شعر فجر شاهد یکسری اعمال سلیقه بودیم. متأسفانه این جشنواره هم نتوانست استقلال خود را نشان دهد. امیدوارم برای شعر جایزه خاصی وجود داشته باشد. کار شعر را به شاعران و کار داستان را به داستان‌نویسان بسپارند.

مدیرعامل خانه کتاب این جداسازی را میمون و مبارک می‌داند و معتقد است: با این اتفاق نگاه حرفه‌ای‌تری به ادبیات شکل می‌گیرد. امروزه دنیا به سمت تخصصی شدن پیش می‌رود، بنابراین جداسازی و تخصصی تر شدن باعث می‌شود که شعر و ادبیات ما جایگاه خودش را پیدا کند. به جهت تخصصی‌تر و علمی‌تر شدن جایزه کتاب سال، بحث ادبیات خلاق کم‌تر مورد توجه قرار گرفته و در بسیاری از دوره‌ها در حوزه ادبیات برگزیده نداشتیم. این سازوکار باعث می‌شود نکات مثبت این حوزه از هم تفکیک شوند.

خوشبختانه جشنواره شعر فجر هم کتاب‌محور شده و تصمیم بر این شد که بخش شعر کتاب سال هم به جشنواره شعر فجر منتقل شود و این جشنواره به‌طور تخصصی‌تر به بررسی کتاب‌ها بپردازد. درست است که جایزه کتاب سال از نظر کیفیت و قدمت دارای ارزش بیشتری است اما باید به این نکته هم توجه داشته باشیم که این جایزه هم از ابتدا به این شکل نبوده و در طول زمان بر ارزش آن افزوده شده است.

سؤال اینجاست که ظرفیت‌های جشنواره شعر فجر به چه میزان است و شاعران چقدر به سیاست‌گذاری‌ها و داوری این جشنواره اعتماد دارند؟

فولادی‌نسب با اشاره به نقش کلیدی معاون فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد وقت در برگزاری این جوایز می‌گوید: معاون فرهنگی ارشاد وقت، نقش مهم و کلیدی در برگزاری این جوایز ایفا می‌کند و درک موازی‌کاری به‌ظاهر درست است اما حذف آن به هیچ عنوان کار درستی نیست. ما یک جشنواره فیلم فجر داریم که مثل چتر آثار را تحت پوشش قرار می‌دهد و ارزیابی می‌کند. در کنار جشنواره فیلم فجر، ما جشنواره فیلم رشد، جشنواره فیلم دفاع مقدس و... را داریم که هر کدام توسط نهادهای دولتی و حکومتی ساماندهی می‌شوند اما چون اساسنامه‌های آن باهم متفاوت است، کسی فکر نمی‌کند که در اینجا موازی‌کاری صورت گرفته باشد. ... اگر این موضوع تیتیر یک خبر باشد، دوستان خارجی ما، داستان‌نویسان و شاعران در سراسر دنیا که ما گاهی آثار آنان را ترجمه می‌کنیم یا با آن‌ها

دوستی داریم، چه فکر می‌کنند؟ دیدن این تیتراژ که تصمیم مدیران ارشاد این است که در جایزه رسمی جمهوری اسلامی آثار شعر و داستان مستقل را کنار بگذارد، بسیار بد است هم برای بخش رسمی و دولتی و هم برای بخش خصوصی و نویسندگان و شاعران ما که در مقابل این مسئله سکوت می‌کنند و تنها نظاره‌گرند. جای تعجب نیست که اهل قلم در این مورد سکوت کنند چرا که تاکنون آنچنان که باید به خواسته این قشر توجهی نشده و آن‌ها سعی می‌کنند خود را از این سیاست‌بازی‌ها کنار بکشند و در خلوت خود کار کنند.

### ارزیابی دیدگاه کارشناسان

ارزیابی و تحلیل دیدگاه کارشناسان درباره چگونگی برگزاری شعر فجر حاوی نکات اختلافی است که فصل مشترک و نقاط تفاهم نادری را می‌توان در آن‌ها به‌دست آورد. براساس این اظهارات و دیدگاه‌ها موضوعاتی را می‌توان برشمرد:

۱. تعدد نهادها و جوایز ادبی توسط یک نهاد فرهنگی مشخص یعنی معاونت امور فرهنگی بیش از آنکه به افزایش ظرفیت‌ها و امکانات بینجامد، به گسترش انتقادات منجر شده است. تعدد داوران و هیئت‌های علمی در جوایز کتاب سال، جلال آل‌احمد، پروین اعتصامی و شعر فجر دامنه ضربه‌پذیری را گسترده است و توجیه تخصصی کردن حوزه‌ها و تفکیک موضوعاتی مانند داستان و شعر از کتاب سال، توجیه دقیقی نیست؛ زیرا با این منطق تمامی رشته‌های علوم انسانی و غیر علوم انسانی باید به تدریج از هم تفکیک و به‌طور مستقل ارزیابی شوند. مانند رشته‌های فیزیک، ریاضی، هندسه، فلسفه، عرفان، علوم اجتماعی و...
۲. تعدد نهادها و جوایز ادبی از مشرب‌ها و بینش‌ها و مکاتب عقیدتی در بخش خصوصی کاملاً مقبول و معقول است، اما این تعدد در یک وزارتخانه و معاونت شاید چندان به صواب نباشد.
۳. از منظر افکار عمومی و فهم مشترک جامعه، سابقه و تجربه مورد انتقاد شعر فجر و نوسانات و فراز و فرودهای متعدد آن تجربه موفقی نبوده است که بتوان گزینه بدیلی برای کتاب سال باشد. تغییر در سازوکار و گستره کتاب سال زمانی توجیه پذیر است که ساختار و سازمان جدید تفاوت جدی داشته باشد و وظایفی از دولت بکاهد و بخش خصوصی واسپاری شود. تغییر اداری و شکلی این تغییرات اقدامی نیست که در شرایط فرهنگی دولت و شعارهای دولت یازدهم مفهوم و قابل پذیرش باشد.
۴. در هر صورت قدرت توجیه و اقناع افکار عمومی مسئله مهمی است که در فرایند اجرا و برگزاری ده دوره شعر فجر به‌درستی صورت نگرفته است.
۵. شعر فجر می‌توانست بر کمبودها و کاستی‌های کتاب سال چیره شود و به‌معنای گسترده و موسع شعر بپردازد. امروزه در فضای اینترنتی بسیاری شعرهایی وجود دارند که از نظر سبک و محتوا شایان توجه‌اند اما شعرای آن‌ها به دلایل گوناگون از جمله عدم استقبال

ناشران، از آن‌ها غفلت شده است. شعر فجر می‌توانست با بازتعریف شعر که شعر مکتوب و چاپ‌شده است، فضای وسیع‌تری را فراهم آورد و چتر حمایتی خود را بگستراند.

۶. تجربه ده دوره برگزاری شعر فجر و گستردگی و شدت انتقادات به آن نمی‌تواند موضوع کم‌ارزشی باشد. به‌نظر نمی‌رسد این روند به سرمنزل امن و آرامشی نایل گردد.

۷. ترکیب محدود و سیال و گوناگون هیئت داوران و علمی نقطه ضعف جدی شعر فجر است. شاید بتوان با تغییر در روش داوری و استفاده از هیئت داوران گسترده‌تری با استفاده از شمار کثیر اهل ادب و شعر در سراسر کشور و آرا و نظریات صدها شاعر و ادیب ساختار هیئت داوری را تغییر داد و با به‌کارگیری نرم‌افزارهای تخصصی هیئت داوران مجازی و فراگیر را ساماندهی کرد.

### تحلیل شاخص‌های عملیاتی اثربخشی و عدالت در مورد جایزه شعر فجر

شاخص اثربخشی در مورد جایزه شعر فجر باید بتواند عملکرد این نهاد را با توجه به اهداف مورد نظر تأیید یا تکذیب کند. در اثبات اثربخش بودن این جایزه، با توجه به اهداف مورد نظر یعنی؛ «جریان‌سازی ادبی، بالندگی گونه‌های شعر امروز و ایجاد انگیزه و رقابت بین شاعران، پس از ده دوره به‌سختی می‌توان آن را تأیید کرد. در دوره‌های نخست این جایزه بی‌نظمی و تغییر مداوم در بخش‌ها و حتی جایگاه اداری آن از اثربخشی آن کاسته است. از سوی دیگر پس از ده دوره برگزاری شعر فجر در دهمین دوره هیچ شعر شاعری در بخش بزرگسال شایسته برگزیدگی نبود. این فقدان شعر برگزیده پس از ۱۰ دوره به‌عنوان یک عامل می‌تواند اثبات کند که اثربخشی این جایزه از حیث جریان‌سازی و بالندگی و ایجاد رقابت موفق نبوده است. در نهمین دوره کتاب روی جاده ابریشم اثر زنده‌یاد محمد قهرمان که کتاب برگزیده شده بود، تا سال ۹۲ فقط دوبار با کل شمارگان ۲۲۰۰ نسخه منتشر شده است که نمی‌توان آن را هم اثر جریان‌ساز محسوب کرد. به‌عبارت دیگر، اگر موفق بودن اثر از حیث تجدیدچاپ یا شمارگان آن مورد نظر باشد، کم‌تر اثر و شعری را می‌توان جریان‌ساز یا مؤثر در ایجاد رقابت محسوب کرد. هرچند تقدیر و ارج‌گذاری به شعر و شاعران فی‌نفسه شایسته است اما به‌نظر نمی‌رسد جایزه شعر فجر در این راه کامیاب بوده باشد.

شاخص عدالت در مورد جایزه شعر فجر بستگی تام به داوران و چگونگی و ملاک‌های داوری و حس اعتماد شاعران به جایزه ادبی دارد که در این مورد، جایگاه دولتی آن، درست یا نادرست در پدیداری این حس اعتماد و عادلانه بودن نقش بازدارنده داشته و تلاطم‌ها در گرایش‌های سیاسی و فرهنگی مدیران وزارت ارشاد و جایزه شعر فجر این شایبه را تقویت می‌کند.

## ارزیابی نهایی

باتوجه به ارزیابی‌های صورت گرفته و نیز با تأکید بر اهداف برگزاری شعر فجر و سنجش آن از منظر دو شاخص اثربخشی و عدالت می‌توان نتایج ارزیابی نهایی را به شرح جدول شماره ۲۴ بیان کرد:

### جدول شماره ۲۹. ارزیابی نهایی جایزه شعر فجر

هدف	اثربخشی	عدالت
جریان‌سازی ادبی	روند برگزاری شعر فجر باتوجه به گرایش فرهنگی مدیران و تغییرات مداوم آن‌ها و تغییر در موضوعات نتوانسته در جریان‌سازی ادبی موفق باشد و ناموفق بودن نسبی آثار برگزیده هم مؤید آن است.	از منظر افکار عمومی و حتی برخی داوران ناعادلانه اجرا شده است.
بالندگی گونه‌های شعر امروز	تأثیر آثار برگزیده بر بالندگی شعر امروز مورد تردید است. این ادعا باتوجه به وضعیت کتاب‌های شعر در دهه اخیر و افت محسوس و کیفی و کمی کتب شعر اثربخش نبوده است.	بالندگی شاخص کمی و کیفی برای سنجش عادلانه بودن با نبودن ندارد.
ایجاد انگیزه و رقابت بین شاعران	باتوجه به مفاد گزارش هیئت داوران و تغییر از وضعیت فراخوان به شناسایی اشخاص این تشویق و انگیزه‌سازی اثربخش نبوده و برخلاف آن باتوجه به اعتراضات شعرا با گرایش‌های سیاسی متفاوت در دولت قبلی و کنونی انگیزه‌سازی بیشتر منفی بوده است.	داوری‌های سوگیرانه سبب تمایزگذاری میان شعرا و آثار شده و رقابت ادبی به رقابت سیاسی مبدل شده است که از حیث این هدف‌گذاری ناعادلانه بوده است.

## بخش چهارم کتاب سال جمهوری اسلامی

### درآمد نظری

انتخاب و معرفی کتاب‌های برگزیده در جهان رسمی متداول و پرسابقه است. این انتخاب که بیشتر از سوی نهادها و مراکز غیردولتی صورت می‌گیرد، حوزه‌های گوناگون و هدف‌گذاری متفاوتی دارد. این نهادها از نهادهای علمی تا نهادهای مطبوعاتی و سایت‌ها را در برمی‌گیرد. به‌عنوان مثال در زیر چند نهاد مشهور جهانی معرفی می‌شوند:

### رسانه گاردین

همه‌ساله پرفروش‌ترین رمان‌های سال را معرفی می‌کند. در سال ۲۰۱۵ ده رتبه نخست پرفروش‌ترین رمان‌ها عبارتند از:

۱. کتاب پنجاه سایه خاکستری، اثر ای‌ال جیمز؛
۲. فرار بزرگ پدربزرگ، اثر دیوید ویلیامز؛
۳. دختری در قطار، اثر پائولا هاوکینز؛
۴. قلمروی حیوانی میلی ماروتا، اثر میلی ماروتا؛
۵. فاجعه کریسمس ماگ، اثر جودیت کر؛
۶. الیزابت گم شده، اثر اما هیلی؛
۷. یک دیده‌بان بگذار، اثر هارپر لی؛
۸. مینیاتور، اثر جسی بارتون؛
۹. خاطرات یک بچه ضعیف: مدرسه قدیمی، اثر جف کینی؛
۱۰. کتاب رکوردهای گینس ۲۰۱۶، اثر مؤسسه رکوردهای گینس.

### شبکه اجتماعی گودریدز (Goodreads)

فهرست ده کتاب برتر سال ۲۰۱۴ به انتخاب شبکه اجتماعی گودریدز (Goodreads) که کاربران به کتاب‌هایی که خوانده‌اند، امتیاز می‌دهند و کتاب‌های محبوب آن‌هاست، عبارتند از:

- برو دیدبانی بگمار، هارپر لی؛
- من، پیش از تو، جو جو مویز؛
- دختری در قطار، پائولا هاوکینز؛
- شش سال، هارلن کوبن؛
- غول مدفون، کازوئو ایشی گورو.

### جایزه ادبی «جورج اورول»

جایزه «جورج اورول» که به‌عنوان معتبرترین جایزه کتاب سیاسی جهان شناخته می‌شود، در سال معتبرترین کتاب سیاسی را به‌همراه آثار در زمینه روزنامه‌نگاری و وبلاگ معرفی می‌کند. به‌عنوان مثال کتاب قیام مردان مرده نوشته، توبی هاردن از جمله این آثار است.

### جایزه نوبل ادبیات

جایزه نوبل ادبیات یکی از پنج جایزه نوبل است و هر سال به نویسنده‌ای داده می‌شود که به‌گفته آلفرد نوبل برجسته‌ترین اثر با گرایش آرمانخواهانه را نوشته باشد. منظور از «اثر» معمولاً مجموعه کارهای نویسنده است، اگرچه گاه در متن مربوط به جایزه از آثار مشخص نیز نام برده شده‌است. برگزیدگان این جوایز از سال ۲۰۰۱ به‌بعد به‌این ترتیب است:

سال	نویسنده
۲۰۰۱	وی. اس. ناپیل
۲۰۰۲	ایمره کرتس
۲۰۰۳	جان مکسول کوئتزه
۲۰۰۴	الفریده یلینک
۲۰۰۵	هارولد پینتر
۲۰۰۶	اورهان پاموک
۲۰۰۷	دوریس لسینگ
۲۰۰۸	ژان ماری گوستاو لو کلزیو
۲۰۰۹	هرتا مولر
۲۰۱۰	ماریو بارگاس یوسا
۲۰۱۱	توماس ترانسترومر
۲۰۱۲	مویان
۲۰۱۳	آلیس مونرو
۲۰۱۴	پاتریک مودیانو
۲۰۱۵	سوتلانا الکسیویچ

کارکرد این گونه نهادها جریان سازی در حوزه کتاب است و انتخاب این گونه نهادها مورد توجه ناشران، نویسندگان و خوانندگان واقع می شود و پیشنهادهای آن ها را معیاری برای ارزش گذاری ها و انتخاب کتاب خود تلقی می کنند.

### کتاب سال جمهوری اسلامی ایران

سابقه انتخاب کتاب سال در ایران به سال ۱۳۳۴ بازمی گردد که در آن سال به ۱۱ کتاب منتشرشده در سال ۳۲ جایزه داد. این جایزه که از ابتدا دولتی بوده است، تا سال ۱۳۵۷ در رشته های علوم و فنون، ادبی، علوم انسانی و علوم اجتماعی - تربیتی کودکان و نوجوانان ادامه یافت. در دوران پس از انقلاب اسلامی نخستین نوبت کتاب سال در سال ۱۳۶۱ برگزار شد و در سال ۱۳۶۲ آیین نامه نحوه انتخاب کتاب سال توسط سیدمحمد خاتمی، وزیر وقت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تصویب شد. از آن به بعد هر سال در دهه فجر مراسم اهدای جایزه کتاب سال برگزار می شود. کتاب سال از جمله یگانه ترین جایزه فرهنگی است که از ابتدا با نظم و قاعده معینی برگزار می شده است.

آیین نامه کتاب سال به این شرح است:

ماده ۱. هدف

هدف از اهدای جایزه کتاب سال جمهوری اسلامی ایران که پس از این به اختصار کتاب

سال نامیده خواهد شد، شناسایی و معرفی کتاب‌های برتر، کمک به اعتلای سطح دانش و فرهنگ مکتوب جامعه اسلامی، حفظ استقلال و هویت فرهنگی و حمایت و تشویق پدیدآورندگان متعهد و متخصص کتاب کشور براساس مواد زیر است.

#### ماده ۲. موضوع

آثار مورد ارزیابی در جایزه کتاب سال شامل کلیه کتاب‌هایی است که طی یک سال شمسی گذشته با مجوز رسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای نخستین بار منتشر شده باشند. این آثار در سه گروه تألیف، ترجمه و احیای متون تقسیم می‌شود و موضوع‌های اصلی هر گروه شامل همه شاخه‌های علوم و معارف براساس رده‌بندی کتابخانه‌ای مورد قبول وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خواهد بود.

تبصره ۱. ملاک سال انتشار، شناسنامه کتاب خواهد بود.

تبصره ۲. ویراست جدید کتاب‌های علمی، چنانچه به تشخیص گروه داوری حداقل ۴۰ درصد نسبت به ویراست قبلی تغییر کرده باشد، در صورت عدم برگزیده شدن، مجدداً قابل بررسی خواهد بود.

تبصره ۳. منظور از تألیف پدیدآوردن اثری است که محصول خلاقیت ذهن و هنر نویسنده یا نتیجه تحقیق و ابتکار او باشد و اقتباس از کار دیگران محسوب نشود. ترجمه، برگردان درست و دقیق کتاب از زبان‌های دیگر به فارسی است. احیای متون به معنای بازخوانی، بازنویسی و آماده‌سازی یک متن براساس نسخ معتبر و ارائه نزدیک‌ترین متن به نوشته مؤلف است.

تبصره ۴. هر مجلد از کتاب‌های دوره‌ای، در صورت استقلال محتوایی حکم یک کتاب مستقل را دارد؛ در غیر این صورت، بررسی کتاب منوط به انتشار بیش از نیمی از مجلدات است. مرجع تشخیص این امر داوران هر موضوع‌اند.

تبصره ۵. مجموعه مقالات یا سخنرانی‌هایی که به صورت کتاب چاپ شده‌اند در صورتی داوری می‌شوند که موضوع واحد یا نویسنده واحد داشته باشد.

تبصره ۶. کتاب‌های کمک‌آموزشی و افسس از دایره انتخاب و داوری جایزه کتاب سال خارج می‌شوند.

#### ماده ۳. ساختار

معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مسئول جایزه کتاب سال خواهد بود. هیئت علمی، دبیر علمی و دبیرخانه اجرایی از ارکان این جشنواره است.

تبصره ۷. اعضای هیئت علمی به تعداد ۸ نفر و دبیر علمی (دبیر هیئت علمی) از میان استادان و صاحب‌نظران طراز اول گروه‌های مختلف علمی، فرهنگی و دینی و مدیران کل امور کتاب و مؤسسه خانه کتاب (مجموعاً نه نفر) به پیشنهاد معاونت امور فرهنگی و با

حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به مدت یک سال به عضویت هیئت مذکور منصوب می‌شوند.

تبصره ۱-۷. وظایف هیئت علمی

۱. تدوین و تصویب آیین‌نامه‌های داخلی و اجرایی و نیز معیارهای ارزیابی آثار؛

۲. تعیین و نصب اعضای هیئت داوران در تمام گروه‌ها؛

۳. نظارت بر کلیه مراحل داوری و عملکرد گروه‌های داوری؛

۴. تصمیم‌گیری در مورد جوایز ویژه و بخش‌های جانبی؛

۵. بررسی و تصویب دستورالعمل اجرایی.

تبصره ۸. هیئت داوران

هیئت داوران از میان استادان و صاحب‌نظران با پیشنهاد دبیر علمی و تأیید هیئت علمی تعیین می‌شوند و با دعوت و حضور دبیر علمی آغاز به کار می‌نمایند. تعداد داوران هر گروه حداقل پنج نفر است که توسط دبیر علمی بر کلیه مراحل سه‌گانه داوری نظارت خواهند داشت.

تبصره ۹. دبیر علمی

دبیر علمی از میان شخصیت‌های علمی - فرهنگی با پیشنهاد معاونت فرهنگی و با حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی منصوب می‌شود و علاوه بر مسئولیت نهایی داوری‌ها عهده‌دار وظایف زیر می‌باشد:

- پیشنهاد اعضای هیئت علمی به معاون امور فرهنگی؛

- پیشنهاد هیئت داوران به هیئت علمی؛

- تشکیل جلسات هیئت علمی و داوری و نظارت بر روند داوری‌ها؛

- ارائه گزارش مکتوب و مستند روند داوری به هیئت علمی؛

- تنظیم بیانیه هیئت داوران؛

- هدایت و نظارت بر عملکرد دبیرخانه؛

- تهیه و پیشنهاد دستورالعمل اجرایی جایزه کتاب سال به هیئت علمی و بازبینی سالانه در صورت لزوم.

تبصره ۱۰. دبیرخانه

دبیرخانه دائمی کتاب سال متشکل از مسئول دبیرخانه و کارشناسان متخصص حوزه کتاب و مدیریت اجرایی است که زیر نظر دبیر علمی فعالیت خواهند کرد.

ماده ۴. روند داوری

داوری و انتخاب کتاب سال طی ۳ مرحله صورت می‌پذیرد:

**مرحله اول:** ابتدا تمام کتاب‌های ارسال شده هر گروه به دبیرخانه در جلسه‌ای مشترک توسط هیئت داوری ۵ نفر گروه مربوط ارزیابی می‌شود و آثار با رأی اکثریت اعضای هیئت



داوران به مرحله بعد راه می‌یابند.

**مرحله دوم:** کتاب‌های راه‌یافته به مرحله دوم داوری حداقل توسط چهارتن از داوران - که به انتخاب هیئت داوران خواهند بود - بررسی می‌شوند و نتایج ارزیابی در فرم‌های ویژه‌ای که توسط هیئت علمی بدین منظور تهیه می‌شود، درج می‌گردد. کتاب‌هایی که از ۱۰۰ امتیاز، میانگین ۸۰ امتیاز یا بیشتر را کسب کنند، به مرحله نهایی داوری راه می‌یابند. کتاب‌های راه‌یافته به مرحله دوم داوری حداقل توسط چهار تن از داورانی که به انتخاب هیئت داوران خواهد بود، بررسی می‌شوند.

تبصره ۱۱. استفاده از اعضای هیئت داوران در این مرحله بلامانع است.

**مرحله سوم:** هیئت داوران با بررسی نتایج ارزیابی، آثار برگزیده را انتخاب و جهت تأیید به هیئت علمی معرفی می‌نمایند. در این مرحله با رأی حداقل سه نفر از داوران، یک اثر از میان آثاری که میانگین ۹۰ امتیاز و بیش از آن را کسب کرده‌اند، به‌عنوان اثر برگزیده معرفی می‌شود.

تبصره ۱۲. در پایان داوری از بین واجدان ۸۰ تا ۹۰ امتیاز در هر رشته حداکثر تا ۳ اثر به‌عنوان تقدیری معرفی می‌شوند.

تبصره ۱۳. انتخاب مشترک چند اثر به‌عنوان اثر برگزیده یا شایسته تقدیر با تشخیص هیئت داوران بلامانع است.

ماده ۵. معیارهای داوری

معیارهای ارزیابی کتاب برگزیده یا شایسته تقدیر سال عبارتند از:

۱. تأثیرگذاری در ارتقای سطح علمی و فرهنگی کشور؛
۲. تازگی و نوآوری در موضوع، ساختار، پرداخت و نگاه کتاب؛
۳. رعایت استانداردها در ساخت، فصل‌بندی، نگارش، دستور زبان و واژگان؛
۴. رعایت استانداردها در ذکر منابع و مآخذ در آثار تحقیقی و پژوهشی؛
۵. بهره‌مندی از قدرت تحلیل و استنتاج منطقی؛
۶. ارزشمندی علمی و محتوایی کتاب؛
۷. استحکام و زیبایی زبان؛
۸. التزام به ارزش‌های فرهنگی، دینی و انسانی؛
۹. برخورداری از قدرت اقناع و تأثیرگذاری عمیق بر مخاطب؛
۱۰. رعایت استانداردهای تألیف، تصحیح و ترجمه؛
۱۱. پاکیزگی و آراستگی کتاب از حیث حروف‌چینی، صفحه‌بندی و چاپ.

ماده ۶. اعتبارات

هزینه‌های لازم در بودجه سالانه معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منظور

می شود.

ماده ۷. زمان بندی

دبیرخانه کتاب سال فروردین ماه هر سال، با اطلاع رسانی به نحو مقتضی، از تمام ناشران، مؤلفان، مترجمان و مصححان کشور دعوت می کند آثار خود را که طی سال شمسی گذشته برای نخستین بار منتشر کرده اند، تا پایان تیرماه به دبیرخانه ارسال نمایند. مراسم اهدای جوایز برگزیدگان کتاب سال در دهه فجر هر سال و جوایز شایستگان تقدیر در ایام هفته کتاب در سال بعد اهدا خواهد شد.

ماده ۸. جوایز

به برگزیدگان هر رشته، تندیس کتاب سال، لوح تقدیر به امضای رئیس جمهور و جایزه ویژه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۳۰ سکه تمام بهار آزادی) اهدا می گردد. همچنین به هر یک از شایستگان تقدیر، لوح تقدیر با امضای وزیر و ۱۰ سکه تمام بهار آزادی اهدا خواهد شد.

تبصره ۱۴. میزان جایزه به پیشنهاد هیئت علمی و تصویب معاون امور فرهنگی قابل افزایش خواهد بود.

تبصره ۱۵. در صورتی که پدیدآورندگان کتاب برگزیده یا شایسته تقدیر بیش از یک نفر باشند، متناسب با سهم هر فرد، جوایز بین افراد تقسیم می شود. مرجع تشخیص تقسیم جوایز، داوران هر حوزه خواهند بود.

تبصره ۱۶. در صورت انتخاب مشترک دو اثر به عنوان اثر برگزیده یا شایسته تقدیر جایزه مربوطه به صورت مساوی بین آن ها تقسیم می شود.

تبصره ۱۷. اصلاح یا تغییر مواد این آیین نامه منوط به پیشنهاد دبیر علمی و تصویب معاون امور فرهنگی است.

براساس مفاد این آیین نامه اهداف کتاب سال در محورهای زیر خلاصه می شود:

۱. شناسایی و معرفی کتاب های برتر؛

۲. کمک به اعتلای سطح دانش و فرهنگ مکتوب جامعه اسلامی؛

۳. حفظ استقلال و هویت فرهنگی؛

۴. حمایت و تشویق پدیدآورندگان متعهد و متخصص کتاب کشور.

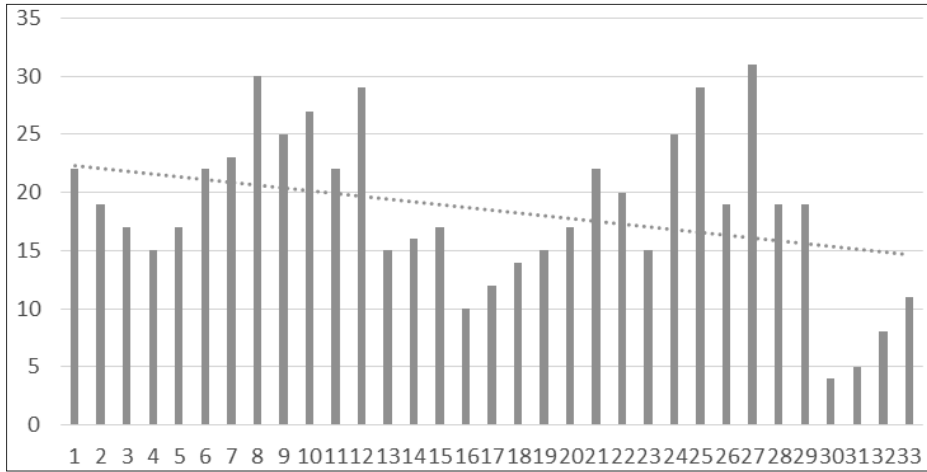
در جدول پیوست شماره به تفصیل و به طور جامع گزارش آثار برگزیده در ۳۳ دوره کتاب سال جمهوری اسلامی فهرست شده است.

بر مبنای مفاد این جدول ۶۱۰ کتاب در خلال ۳۳ سال برگزیده و ۸۳۷ عنوان کتاب به عنوان شایسته تقدیر معرفی شده اند. در مجموع به طور میانگین سالی ۱۸,۵ عنوان برگزیده و ۲۵,۴ عنوان به منزله شایسته تقدیر معرفی شده است.

جدول شماره ۴۰. تعداد جوایز در هر نوبت کتاب سال

تعداد جوایز	نوبت کتاب سال
۲۲	۱
۱۹	۲
۱۷	۳
۱۵	۴
۱۷	۵
۲۲	۶
۲۳	۷
۳۰	۸
۲۵	۹
۲۷	۱۰
۲۲	۱۱
۲۹	۱۲
۱۵	۱۳
۱۶	۱۴
۱۷	۱۵
۱۰	۱۶
۱۲	۱۷
۱۴	۱۸
۱۵	۱۹
۱۷	۲۰
۲۲	۲۱
۲۰	۲۲
۱۵	۲۳
۲۵	۲۴
۲۹	۲۵
۱۹	۲۶
۳۱	۲۷
۱۹	۲۸
۱۹	۲۹
۴	۳۰
۵	۳۱
۸	۳۲
۱۱	۳۳
۶۱۰	جمع کل

نمودار شماره ۱۰. مقایسه تعداد آثار برگزیده در ۲۳ دوره کتاب سال

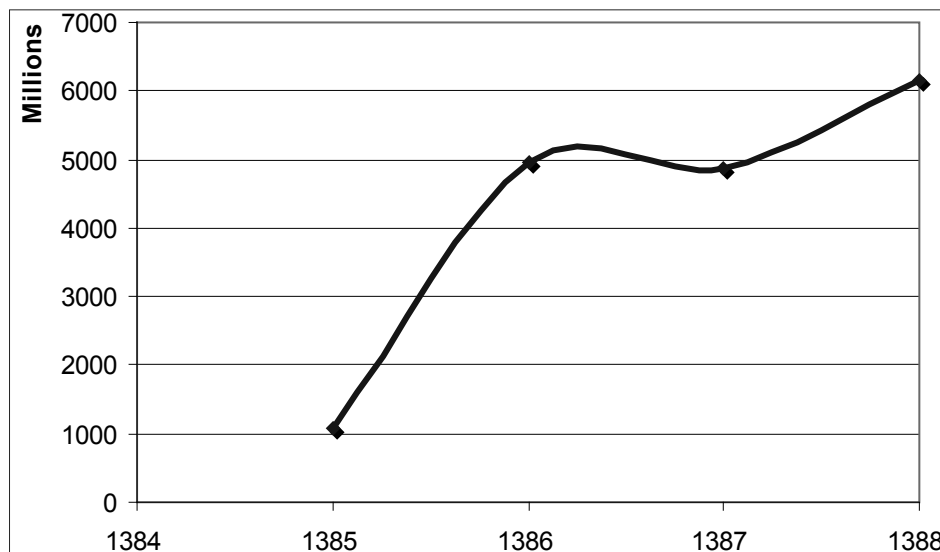


روند میانگین اعطای جوایز و انتخاب آثار برگزیده کاهنده بوده است. از سال ۷۸ تا ۸۴ یعنی از دوره ۱۳ تا ۱۹ سیر نزولی شدیدتر بوده که سال ۹۱ به پایین‌ترین نقطه در خلال ۳۳ دوره تنزل می‌کند. از این دوره به تدریج تعداد جوایز افزوده می‌شود و در سال ۹۱ به پایین‌ترین نقطه در خلال ۳۳ دوره بارز می‌کند. از این دوره به تدریج تعداد جوایز افزوده می‌شود. مهم‌ترین عامل کاهش بارز جوایز در دوره ۱۳ تا ۱۹ (۷۸ تا ۸۴) به نظر می‌رسد سخت‌گیری علمی بوده است، زیرا در این دوران وضعیت بهبود چشم‌گیری داشته است. عامل مالی و کمبود بودجه هم در این سال‌ها چندان جدی نبوده است. اما در دوره دوم نزول و کاهش جوایز، یعنی از سال ۹۱ به بعد می‌تواند هر دو عامل مالی و کاهش کیفیت کتاب‌ها موضوعیت داشته باشد.

جدول شماره ۴۱. هزینه‌های برگزاری کتاب سال جمهوری اسلامی ایران

سال مورد مطالعه	اعتبار هزینه‌شده (ریال)
۱۳۸۵	۱,۰۷۲,۵۰۰,۰۰۰
۱۳۸۶	۴,۹۶۷,۷۳۰,۰۰۰
۱۳۸۷	۴,۸۶۴,۲۰۰,۰۰۰
۱۳۸۸	۶,۱۶۰,۶۵۷,۰۰۰
جمع	۱۷,۰۶۵,۰۸۷,۰۰۰

نمودار شماره ۱۱. تغییرات هزینه‌های برگزاری کتاب سال جمهوری اسلامی ایران



(منبع تحقیق دکتر علی‌رضا کرمانی)

### بررسی مؤلفان و ناشران برحسب تعداد کتاب‌های برگزیده

براساس کتاب آمار نشر کتاب در ایران (۱۳۵۸-۱۳۹۳) خانه کتاب نکات زیر در مورد ۳۳ دوره کتاب سال قابل ارائه است:

۱. در حوزه تألیف جعفر ابراهیمی (شاهد) با ۵ جایزه، غلامحسین ابراهیمی دینانی ۴ جایزه و حسن ابراهیم‌زاده با ۳ جایزه در صدر نویسندگان و مؤلفانی هستند که بیشترین جوایز را از سال ۷۳ تاکنون نصیب خود کرده‌اند؛

۲. عبدالله کوثری با ۴ بار و حسین ابراهیمی الوند با ۳ بار در بین مترجمان بیشترین جوایز را برنده شدند؛

۳. در بین ناشران بزرگسال به ترتیب بیشترین به کم‌ترین تعداد از حیث برنده شدن جوایز کتاب سال به شرح جدول زیر است:

ردیف	ناشران بزرگسال به ترتیب بیشترین جایزه	تعداد دفعات
۱	انتشارات علمی و فرهنگی	۲۳
۲	سروش	۲۰
۳	امیرکبیر	۱۷
۴	سوره مهر (سازمان تبلیغات)	۱۶
۵	آستان قدس رضوی، به نشر	۱۳
۶	بوستان کتاب	۱۲

در بین ناشران کودک و نوجوان به ترتیب چنین است:

ردیف	ناشران کودک به ترتیب بیشترین جایزه	تعداد دفعات
۱	کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	۳۵
۲	مدرسه	۹
۳	بنفشه (امیرکبیر)	۵

ناشران دانشگاهی:

ردیف	ناشران دانشگاهی به ترتیب بیشترین جایزه	تعداد دفعات
۱	مرکز نشر دانشگاهی	۱۱۲
۲	دانشگاه تهران	۹۲
۳	امیرکبیر	۱۷
۴	سازمان سمت	۵۰
۵	پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۳

مقایسه تعداد دفعات برنده شدن ناشران دانشگاهی به بزرگسال دولتی به خوبی بیانگر آن است که گرایش داوری و فرایند اجرای کتاب سال در ۳۳ دوره به کتاب‌های تخصصی علمی و دانشگاهی است. از این منظر کتاب سال بیشتر به ترویج و توسعه دانش فنی و علمی کمک کرده است. ناشران خصوصی (بزرگسال):

ردیف	ناشران خصوصی (بزرگسال) به ترتیب بیشترین جایزه	تعداد دفعات
۱	نشر نی	۲۰
۲	سخن	۱۷
۳	هرمس	۱۲
۴	فرهنگ معاصر	۱۱
۵	نشر مرکز	۱۱

تلقی هرمس وابسته به شهر کتاب که یک نهاد عمومی است در بخش خصوصی شایان توجه است.

ناشران خصوصی (کودک و نوجوان):

ردیف	ناشران خصوصی (کودک) به ترتیب بیشترین جایزه	تعداد دفعات
۱	قدیانی	۷
۲	محراب قلم	۴
۳	افق	۳

مقایسه رتبه اول ناشر بخش خصوصی با رتبه اول ناشر دولتی در حوزه کتاب کودک و نوجوان بیانگر نسبت یک به ۵ است. اینکه سرمایه و دارایی‌های ثابت و جاری هم به همین میزان باشد، جای تردید است. اما در کتاب سال این مسئله مورد توجه نیست. صرف‌نظر از نشر دانشگاهی، رقابت ناشران بخش خصوصی با دولتی خیلی فاصله زیادی با هم ندارند و تقریباً برابرند و در حدود ۲۰ عنوان است. این درحالی است که از حیث برخورداری از منابع مالی و انسانی و تجهیزات و امکانات وضعیت بخش دولتی با خصوصی قابل مقایسه نیستند.

### بررسی کتاب‌های برگزیده برحسب موضوع

از حیث موضوعات فرعی کتاب‌ها، جدول زیر بیانگر گرایش داوران در انتخاب کتاب‌هاست:

جدول شماره ۴۲. تعداد جوایز برحسب موضوعات فرعی

موضوع	تعداد
پزشکی	۳۲
کلیات	۲۸
علوم قرآنی	۲۱
تاریخ	۲۰
فقه و اصول	۱۸
حدیث	۱۷
کشاورزی	۱۷
داستان کودک	۱۳
نقد ادبی	۱۳
جغرافیا	۱۲
فلسفه اسلامی	۱۲
فلسفه غرب	۱۲
ادبیات زبان‌های دیگر	۱۰
زیست‌شناسی	۱۰
فیزیک	۱۰
متون قدیم	۱۰
معماری	۱۰
علوم اجتماعی	۹
مهندسی برق	۹
ریاضیات	۸

ادامه جدول شماره ۴۲. تعداد جوایز بر حسب موضوعات فرعی

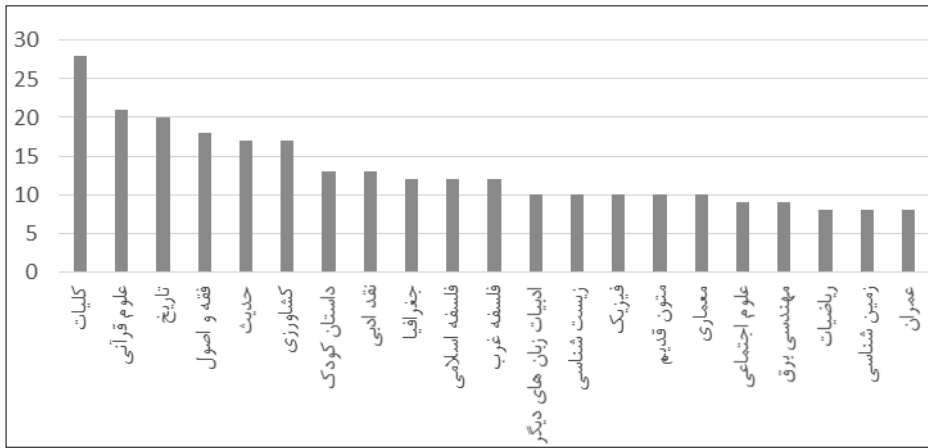
تعداد	موضوع
۸	زمین‌شناسی
۸	عمران
۷	حقوق
۷	سیره معصومین
۷	شعر کودک
۷	فلسفه
۷	مواد و معدن
۶	داستان تألیف نوجوان
۶	روان‌شناسی
۶	شیمی
۶	کلام
۶	مهندسی مکانیک
۶	موسیقی
۵	دامپزشکی
۵	زبان فارسی
۴	اقتصاد
۴	آمار
۴	تربیت‌بدنی
۴	حسابداری
۴	داستان تألیف کودک
۴	زبان‌شناسی
۴	شعر
۴	علوم و فنون کودک
۴	مهندسی
۳	اخلاق
۳	ادبیات عربی
۳	تاریخ و جغرافیا
۳	داستان
۳	داستان تألیفی نوجوان
۳	زبان عربی
۳	زبان‌های باستانی
۳	عرفان
۳	علوم سیاسی
۳	کامپیوتر



ادامه جدول شماره ۴۲. تعداد جوایز برحسب موضوعات فرعی

تعداد	موضوع
۳	کلیات هنر
۳	کودک
۳	مکانیک
۳	مهندسی عمران
۲	داستان کودک
۲	ادبیات
۲	ادبیات کودکان
۲	داستان نوجوان
۲	رجال
۲	کلیات کودک
۲	محیط زیست
۲	منطق
۲	هنر
۲	هنرهای نمایشی
۱	ادیان
۱	آموزش و پرورش
۱	بررسی‌های لهجه‌ای
۱	تاریخ ادبیات
۱	داروسازی
۱	داستان ترجمه کودک
۱	دین
۱	دین کودک
۱	زبان
۱	زبان‌های ایرانی
۱	زبان‌های دیگر
۱	صنایع
۱	علوم پزشکی
۱	کلیات اسلام
۱	مهندسی شیمی
۱	مهندسی کشاورزی
۱	نسخ خطی
۱	هنرهای تجسمی
۱	ادبیات فارسی

نمودار شماره ۱۲. ۲۰ موضوع فرعی نخست آثار به ترتیب تعداد در ۳۳ دوره کتاب سال



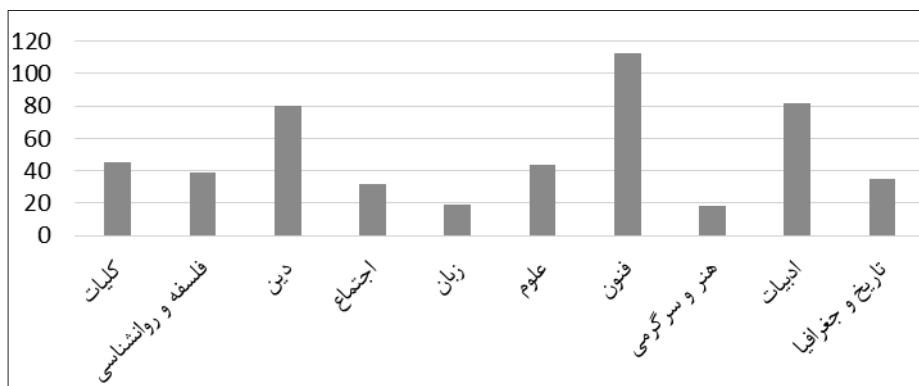
با تجميع موضوعات بر مبنای رده بندی ديويی نتیجه زیر حاصل می شود:

جدول شماره ۴۳. طبقه بندی کتاب های برگزیده بر اساس

رده بندی موضوعی ديويی

ردیف	رده بندی	تعداد
۱	کلیات	۴۵
۲	فلسفه و روان شناسی	۳۹
۳	دین	۸۰
۴	اجتماع	۳۲
۵	زبان	۱۹
۶	علوم	۴۴
۷	فنون	۱۱۳
۸	هنر و سرگرمی	۱۸
۹	ادبیات	۸۲
۱۰	تاریخ و جغرافیا	۳۵

نمودار شماره ۱۳. مقایسه آثار برگزیده از حیث رده‌بندی دیویی

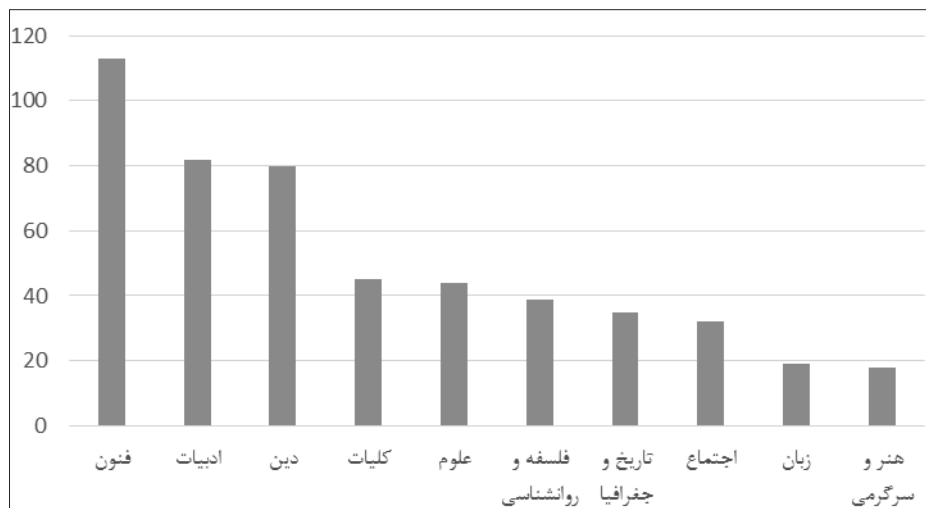


رده‌های دیویی فنون و ادبیات و دین به ترتیب بیشترین آثار را داشته‌اند. موضوعات اساسی دیویی به ترتیب تعداد آثار در هر موضوع به شرح جدول شماره ۴۴ است:

جدول شماره ۴۴. ترتیب موضوعات براساس تعداد کتاب‌های برگزیده

ردیف	موضوع	عنوان
۱	فنون	۱۱۳
۲	ادبیات	۸۲
۳	دین	۸۰
۴	کلیات	۴۵
۵	علوم	۴۴
۶	فلسفه و روان‌شناسی	۳۹
۷	تاریخ و جغرافیا	۳۵
۸	اجتماع	۳۲
۹	زبان	۱۹
۱۰	هنر و سرگرمی	۱۸

## نمودار شماره ۱۴. ترتیب موضوعات بر اساس تعداد عناوین برگزیده



نمودار شماره ۱۴ بیانگر آن است که گرایش کلی هیئت داوران به موضوعات فنون است. ادبیات در رتبه دوم جای دارد که بیشتر و عمده آن به ادبیات کودک و نوجوان و نقد ادبی اختصاص دارد و سهم آن‌ها از سایر موضوعات فرعی ادبیات مانند رمان و داستان بسیار برجسته‌تر است. با فاصله کمی دین همواره از موضوعات مهم و قابل توجه در انتخاب کتاب برگزیده بوده است. اختلاف میان ردیف سوم یعنی دین با چهارم یعنی کلیات تقریباً صددرصد است. موضوعاتی مانند علوم اجتماعی و سیاسی در رتبه هشتم و هنر در رتبه دهم جای دارد. قرار گرفتن فلسفه بعد از رتبه علوم هم معنادار است. به عبارت دیگر، مباحث فکری و اندیشه‌ساز در گرایش داوران نسبت به علوم عملی مانند پزشکی و مهندسی از اهمیت کم‌تری برخوردار است. این درحالی است که در موضوع اصلی فلسفه بخش قابل توجهی به آثار فلسفه اسلامی اختصاص دارد. تعداد آثار عرفانی در بین کل ۶۱۶ عنوان هم بیانگر آن است که گرایش داوران به کتب عرفانی متمایل به صفر است. این ترتیب‌بندی موضوعات اساسی بیانگر آن است که گرایش داوران به موضوعات علوم محض و ناب و کم‌تر چالشی بیشتر است.

### وضعیت کتاب‌های سال به نسبت کتاب‌های چاپ اول

افشین داورپناه، معاون فرهنگی و پژوهشی مؤسسه خانه کتاب درمورد نسبت کتاب‌های ارائه‌شده به کتاب‌های چاپ اول سال ۹۳ در گزارشی اعلام کرد: از مجموع ۴۳ هزار عنوان کتاب چاپ اول منتشرشده در سال ۱۳۹۳، ۵۳۸۵ عنوان کتاب در سایت جایزه کتاب سال

ثبت‌نام شد. به نظر می‌رسد علی‌رغم افزایش کمی کتاب‌ها، کیفیت کتاب‌های این دوره از جایزه کتاب سال نیز همچنان با افت همراه بوده است. یکی از برکات برگزاری این‌گونه جوایز به‌ویژه برای مؤسسه خانه کتاب این است که مجموع کتاب‌هایی که در طول سال منتشر شده‌اند، یکجا دیده می‌شوند و یک ارزیابی کلی نیز می‌تواند درباره وضعیت کمی و کیفی کتاب‌هایی که در یک سال منتشر شده است صورت گیرد؛ در این باره، با اظهار تأسف باید گفت که بسیاری از این کتاب‌ها، از مصادیق کتابسازی است. تأسف‌بارتر اینکه این معضل هم در کتاب‌های مطالعاتی و گردآوری‌شده و هم در کتاب‌های تحقیقاتی و پژوهشی دیده می‌شود (خبرگزاری کتاب ایران، ۹۴/۱۱/۱۳).

درواقع نسبت کتاب‌های ارائه‌شده یا شناسایی‌شده در دوره سی‌وسوم کتاب سال به چاپ اول در سال ۹۳، در حدود ۱۲/۵ درصد است. دلایل استقبال کم ناشران به ارائه کتاب‌های چاپ اول خود به دبیرخانه می‌تواند این موارد باشد:

۱. کیفیت ضعیف آثار؛
۲. اطمینان از برنده نشدن و معیارهای علمی داوری؛
۳. عدم اعتماد به داوری؛
۴. فقدان انگیزه برای شرکت در جایزه کتاب سال.

### ارزیابی جایزه کتاب سال جمهوری اسلامی ایران

۱. جایزه کتاب سال در ایران یکی از نادرترین جوایزی است که قدمت ۶۰ ساله دارد؛
۲. در افکار عمومی و نخبگان، کتاب سال از منزلت و اعتبار علمی برخوردار است و کم‌تر نقدی به آن زده شده است. به عبارت دیگر، نوعی تفاهم همگانی درمورد فلسفه و کارکرد آن به‌رغم دولتی‌بودن ساختار آن وجود دارد؛
۳. گرایش اصلی جوایز کتاب سال به‌جانب موضوعات فنی و مهندسی و علوم و فنون است. در این رقابت نابرابر سهم رمان و داستان و هنر و فلسفه و اجتماع که موضوعات اندیشه‌ساز و فرهنگ‌ساز هستند به‌شدت پایین است و این موضوعات سهم کمی در انتخاب کتاب سال دارند. این درحالی است که اقبال جامعه در بازار کتاب به موضوعات ادبی و فکری و فرهنگی بیشتر است و این نوع کتاب‌ها هستند که به فرهنگ کتاب‌خوانی و توسعه فرهنگ کمک می‌کنند؛
۴. تمایل هیئت داوران به آثار علمی بیشتر است تا آثار فرهنگی و فرهنگ‌ساز که مورد توجه و نیاز عمومی است؛
۵. ناشران بخش خصوصی به‌رغم کمبود منابع مالی و انسانی و دارایی‌های ثابت و جاری، به‌خوبی در تولید کتاب‌های برگزیده و معیار با بخش دولتی رقابت دارند؛

۶. اعتبار کتاب سال از دو منبع قدمت طولانی و داوری کم‌حاشیه و مسئله‌آفرین سرچشمه می‌گیرد.

## تحلیل شاخص عملیاتی اثربخشی و عدالت در مورد جایزه کتاب سال

اهداف جایزه کتاب سال جمهوری اسلامی عبارتند از:

۱. شناسایی و معرفی کتاب‌های برتر؛
۲. کمک به اعتلای سطح دانش و فرهنگ مکتوب جامعه اسلامی؛
۳. حفظ استقلال و هویت فرهنگی؛
۴. حمایت و تشویق پدیدآورندگان متعهد و متخصص کتاب کشور.

بررسی شاخص اثربخشی در مورد عملکرد ۳۳ دوره کتاب سال را باید باتوجه به وضعیت بازار کتاب و کیفیت و کمیت این آثار سنجیده شود. اینکه این جایزه «کمک به اعتلای سطح دانش و فرهنگ مکتوب جامعه اسلامی» را که بارزترین هدف در اهداف چهارگانه کتاب سال است، محقق کرده است یا خیر و اینکه آیا این جایزه از این حیث اثربخش بوده است، با شواهد و اظهار نظر محققان و اساتید و پژوهشگران مغایرت دارد. شاید گرایش عمده کتاب سال به کتاب‌های فنی و مهندسی و علوم محض هم موید همین نظر باشد که وضعیت کتاب‌های فرهنگ‌ساز و اندیشه‌پرور که به اعتلای سطح دانش و فرهنگ مکتوب می‌انجامد، در سال‌های اخیر به تنزل گرایده است. به‌خصوص عملکرد حوزه نظارتی کتاب در سال‌های گذشته هم به تشدید این وضع کمک کرده است. در این شرایط بهترین تألیف‌ها ترجمه‌اند و بهترین ترجمه‌ها تألیف‌اند. بررسی کتاب‌های تألیفی هم نشان می‌دهد که در برخی سال‌ها کتاب‌های درسی و کمک‌آموزشی از نظر تعداد عناوین بالاتر از کتاب‌های فلسفه و علوم اجتماعی قرار گرفته‌اند.

درواقع عوامل گوناگونی در رونق کتاب و کتاب‌خوانی دخالت دارند که از اثربخشی جوایزی مانند کتاب سال می‌کاهند. این عوامل هم به جنبه نظارتی کتاب و هم جنبه حمایتی سیاست‌گذاری حوزه کتاب بازمی‌گردد. در این میان عواملی مانند وضعیت اقتصادی جامعه و تحولات اجتماعی و رسانه‌ای هم موضوعیت و مدخلیت دارند. از سوی دیگر، تمایل و گرایش دیرپای وزارت ارشاد از گریز و دوری جستن از موضوعات اختلافی و شبهه‌برانگیز و مناقشه‌زا در حوزه‌های ادبی و تاریخی و فلسفی و سیاسی و عقیدتی و دینی هم سبب شده است تا داوری کتاب سال به گرایش رسمی و محافظه‌کارانه فرهنگی تمایل بیشتری نشان دهد. این روند که نتیجه طبیعی و ذاتی اقدامات و سیاست‌های دولتی است به کاهش کارکرد و اثربخشی جایزه کتاب سال کمک کرده است.

باتوجه به همین وضعیت، ارزیابی عملکرد نهاد فرهنگی کتاب سال از حیث عدالت و عادلانه‌بودن هم نتیجه مثبتی دربر ندارد. باتوجه به اهدافی چون؛ «شناسایی و معرفی

کتاب‌های برتر؛ حفظ استقلال و هویت فرهنگی» و به‌ویژه هدف حمایت و تشویق پدیدآورندگان متعهد و متخصص کتاب کشور شاخص عدالت عملی نشده است، زیرا فراوانی کتاب‌های ارزیابی شده فقط ۱۰ درصد کل کتاب‌های چاپ اول است که از این حیث ناعادلانه است و کل نویسندگان و ناشران را دربرنمی‌گیرد.

**ارزیابی نهایی جایزه کتاب سال جمهوری اسلامی از منظر دو معیار اثربخشی و عدالت**  
در جدول شماره ۴۵، با مراعات اهداف غایی از برگزاری جایزه کتاب سال و محتوای ارزیابی صورت گرفته و نیز توجه به دو معیار اثربخشی و عدالت نتیجه نهایی ارزیابی مشخص می‌شود:

**جدول شماره ۴۵. ارزیابی نهایی جایزه کتاب سال در ۳۳ دوره از منظر دو معیار اثربخشی و عدالت**

اهداف	اثربخشی	عدالت
شناسایی و معرفی کتاب‌های برتر	به‌معنای مطلق کتاب برتر این هدف محقق شده است، اما این هدف در موضوعات مهم فرهنگی و ادبی کم‌تر محقق شده است.	عدالت از حیث توجه به موضوعات علوم انسانی رعایت نشده است و گرایش به کتب فنی و مهندسی وزن بیشتری دارد. از سوی دیگر تمامی آثار داوری نشده‌اند.
کمک به اعتلای سطح دانش و فرهنگ مکتوب جامعه اسلامی	تمایل به سوی دانش فنی و علمی محض بیشتر بوده است.	تمایل به دانش و فرهنگ فنی و علمی با عدالت‌ورزی تناسب ندارد.
حفظ استقلال و هویت فرهنگی	در این زمینه گرایش کلی کتاب‌های برگزیده تحقق این هدف را اثبات نمی‌کند. به‌خصوص هویت فرهنگی در سمت‌وسوی کتاب‌های برگزیده در الویت قرار ندارد.	این هدف از منظر موضوع کتاب‌هایی که فرهنگ‌ساز و مخاطب آن جامعه هستند رعایت نشده و به جامعه دانشگاهی بیشتر التفات شده است.
حمایت و تشویق پدیدآورندگان متعهد و متخصص کتاب کشور	این هدف به‌طور کلی و مطلق محقق شده است.	با توجه به عدم عدالت برای همه نویسندگان و ناشران به‌خصوص در حوزه ادبیات و هنر این هدف محقق نشده است.

### طراحی سیاست نوین جایزه‌های ادبی و پیشنهادها

باتوجه به تدوین و تبیین مسائل استراتژیک نشر که در بخش نظری به‌تفصیل بیان شده است و معیارها و شاخص‌های شش‌گانه برای اصلاح و تدوین سیاست‌های نوین معاونت امور فرهنگی که عبارتند از: اثربخشی، عدالت، روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم،

میزان بروکراتیک بودن، میزان برخورداری از فناوری اطلاعات، فاعل محور (ناشر) یا فعل محور (نشر) که در جدول زیر ارائه شده است، تحلیل شاخص‌های شش‌گانه برای تبیین (دو شاخص ارزیابی یعنی اثربخشی و عادلانه بودن، به علاوه چهار شاخص مکمل تبیینی و تجویزی یعنی سایر شاخص‌ها) از یک تا سه نمره گذاری شده‌اند. براساس جمع نمرات سیاست‌های کنونی را به سه دسته عمده می‌توان تقسیم‌بندی کرد. سیاست‌هایی که واجد نمره حداقلی‌اند و باید حذف شوند، (بین صفر تا دو)، سیاست‌هایی که واجد نمره بین ۳ تا ۶ هستند، باید اصلاح و تغییرات بنیادی و بازسازی شوند و سیاست‌هایی که بین ۶ تا ۱۲ نمره کسب می‌کنند، باید روش‌های آن‌ها اصلاح شوند تا به بهره‌وری مطلوب دست یابند. روش نمره گذاری بین صفر تا دو است. به‌عنوان نمونه اثربخشی در سه سطح زیاد، متوسط و کم، عادلانه بین سه وضعیت؛ عادلانه، نسبتاً عادلانه و ناعادلانه رتبه‌بندی می‌شوند. در جدول زیر روش نمره‌گذاری مشخص شده است:

#### جدول شماره ۴۶. روش نمره‌گذاری سیاست حمایتی جایزه‌های ادبی از حیث شاخص‌های ارزیابی و توسعه‌ای

موضوع	کم (صفر)	متوسط (یک)	زیاد (۲)
اثربخشی	ندارد	تأحدی	دارد
عدالت	ناعادلانه	تأحدی	عادلانه
روش حمایتی مستقیم یا غیرمستقیم	مستقیم	تأحدی	غیرمستقیم
میزان بروکراتیک بودن			
برخورداری از فناوری اطلاعات	ندارد	تأحدی	دارد
فاعل محور (ناشر و مخاطب محور) یا فعل محور (نشر محور)	فاعل محور	تأحدی	فعل محور

براساس روش نمره‌گذاری شاخص‌های شش‌گانه می‌توان نتیجه سیاست حمایتی جایزه‌های ادبی را به‌دست آورد:

#### جدول شماره ۴۷. تحلیل برنامه‌های حمایتی جایزه‌های ادبی معاونت امور فرهنگی از منظر مسائل استراتژیک

موضوع	اثربخشی	عدالت	مستقیم یا غیرمستقیم	بروکراتیک	فناوری اطلاعات	فاعل محور یا فعل محور	جمع نمرات
جوایز ادبی	کم (۱)	ناعادلانه (۱)	مستقیم (۰)	زیاد (۰)	کم (۱)	*فاعل محور (۳)	۶



برای این نوع از سیاست‌های حمایتی فاعل محور بودن اجتناب‌ناپذیر است و لذا به‌منظور رعایت تأثیر ضرایب در نمره‌گذاری ۳ نمره منظور شده است.

باتوجه به نمره ۶، سیاست حمایتی جوایز ادبی در مرتبه اصلاح ساختار و روش‌ها جای می‌گیرد. برای بهبود روش و اصلاح ساختار باید واگذاری کامل این نوع نهادهای فرهنگی به تشکل‌ها و انجمن‌ها صورت گیرد و دولت از مراحل اجرایی و داوری صرف‌نظر کند و به‌جای مجری‌بودن به ناظربودن ارتقای نقش دهد. جزئیات این اصلاح به تمهیدهای اساسی نیازمند است که از جمله آن اصلاح قوانین و مقررات آن‌هاست.

توصیف جدول شماره ۴۷

۱. اهداف مورد نظر از جوایز ادبی کم‌تر محقق شده و عملکرد آن اثربخشی مطلوبی نشده، به‌غیر از کتاب سال جمهوری اسلامی ایران.
۲. عدالت در این جوایز به‌دلیل ملاحظات دولتی بودن آن‌ها هم از حیث موضوعات و هم از حیث انتخاب‌ها کم‌تر رعایت شده است.
۳. این شیوه‌های حمایتی مستقیم است که از طریق سازوکارهای دولتی ممکن و محقق می‌شوند و حمایت غیرمستقیم منظور نمی‌شود.
۴. به‌دلیل شماره ۳، سازوکارهای اداری و بروکراتیک در فرایند اجرای آن‌ها نقش اساسی دارد.

۵. فناوری اطلاعات در حد گردآوری و تجمیع اطلاعات است و پس از ارائه اطلاعات ناشران صورت می‌گیرد و هنوز این روش به ابزارهای پیشرفته و جدید مدیریت اطلاعات از مرحله دقیق‌تر در سه حوزه گردآوری، تحلیل و پردازش و انتقال به‌صورت هوشمند و بهره‌گیری از داشبوردهای مدیریتی و نرم‌افزارهای دانش اطلاعات مجهز نیست.
۶. فرایند اجرای سیاست حمایتی به‌صورت نقطه است و بر کارگزاران و فاعلان نشر به‌خصوص نویسندگان تأکید دارد که البته در هدف‌گذاری خاص این نوع از سیاست حمایتی اجتناب‌ناپذیر است.

#### منابع

ساعتی، توماس (۱۳۷۷). *تصمیم‌گیری برای مدیران*، ترجمه علی‌اصغر توفیق، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.