

# آسیب‌شناسی کتاب از پدید آمدن تا خواندن از نگاه ناشران

احسان کرمی

کتابدار کتابخانه عمومی علامه طباطبایی کرمانشاه، کارشناس نرم‌افزار کامپیوتر

[ehsank@chmail.com](mailto:ehsank@chmail.com)

رضوان اجاقی

کتابدار کتابخانه عمومی الغدیر کرمانشاه، نویسنده مسئول، کارشناس ارشد

اطلاع‌رسانی پزشکی

[rezvan.ojaqhy@gmail.com](mailto:rezvan.ojaqhy@gmail.com)

Archive of SID

## چکیده

در حال حاضر، به‌رغم توسعه گسترده فناوری‌های جدید ارتباطی و شبکه ارتباطات مجازی در جهان، تألیف و انتشار کتاب و کتاب‌خوانی همچنان جایگاه و اهمیت و نقش خود را دارد. اما، با وجود این، فرهنگ کتاب و خلق کتاب، از پدیدآوردن تا خواندن، دچار مشکلاتی است که سرانۀ مطالعه مفید را در کشور دچار نقص کرده است. بنابراین، پژوهشگران در این تحقیق، با هدف شناخت تجربه‌های ناشران استان کرمانشاه در زمینه آسیب‌شناسی کتاب، از پدید آوردن تا خواندن، با تفکیک ناشران تک‌بنیاد و چندبنیاد، به مطالعه پرداخته‌اند.

مطالعه کیفی به روش مصاحبه عمیق است. مشارکت‌کنندگان 27 نفر از ناشران استان کرمانشاه در سال 1394 را شامل می‌شود. نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام گرفت و تا اشباع اطلاعات ادامه یافت. تحلیل داده‌ها هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات با رویکرد تحلیل موضوعی انجام گرفت.

تحلیل داده‌ها با توجه به سه سؤال اساسی مطالعه در سه موضوع آسیب‌شناسی ناشر، آسیب‌شناسی نویسنده و آسیب‌شناسی خواننده به دسته‌بندی یافته‌ها در 20 موضوع انتزاعی از مفاهیم منجر شد. همچنین، سه موضوع و ده زیرموضوع نیز طبق هدف فرعی انتزاع شد.

در یک دهه گذشته، تحولات چشمگیری را در زمینه نشر کتاب شاهد بوده‌ایم. اما یافته‌ها نشان می‌دهد با وجود چنین پیشرفت‌هایی در زمینه ناشران و کتاب، همچنان معضل مربوط به خوانندگان وجود دارد. اهمیت نشر در جهت تأثیر عمیق بر فرهنگ، نیازمند توجه برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران این عرصه است تا با حرکتی سنجیده در جهت اصلاح نواقص برآیند. هماهنگی نهادها و سازمان‌هایی همچون نهاد کتابخانه‌های

عمومی، آموزش و پرورش، آموزش عالی، رسانه‌های جمعی و ارتباطی بزرگ با دولت، به همراه طراحی برنامه‌ای مدون با اهداف طولانی‌مدت برای افزایش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی به منظور شناسایی و بسترسازی لازم است.

لازم به ذکر است که مقاله حاضر در اولین همایش ملی کتاب و نشر با موضوع سیاستگذاری فرهنگی در صنعت نشر کتاب که با حمایت مادی و معنوی انتشارات سوره مهر در آبان ماه سال 94 برگزار گردید، ارائه شده و برای اولین بار در شماره‌های نوزدهم و بیستم فصلنامه کتاب مهر منتشر می‌گردد.

**کلیدواژگان:** آسیب‌شناسی، پدید آوردن کتاب، تک‌بنیاد، چندبنیاد، خواندن کتاب، کرمانشاه، ناشران.

## مقدمه

هیچ دولت و ملتی از اینکه فرهنگ کتاب‌خوانی و درک معارف بیشتر و فهم افزون‌تر علوم و آشنایی با پیشرفت‌ها در جامعه‌اش توسعه و گسترش کمی و کیفی بیابد لطمه نمی‌بیند، بلکه بی‌تردید نفع آن متوجه جامعه خواهد بود. اداره یک جامعه اهل مطالعه و فهیم و بافرهنگ به طریق اولی آسان‌تر از جامعه‌ای است که از علم و دانش فاصله دارد و قطعاً به صرفه و صلاح نیز نزدیک‌تر است (گلزاده، 1389). در حال حاضر، به‌رغم توسعه گسترده فناوری‌های جدید ارتباطی و شبکه ارتباطات مجازی در جهان، تألیف و انتشار کتاب و کتاب‌خوانی، همانند روزنامه و روزنامه‌خوانی، همچنان جایگاه و اهمیت و نقش خود را دارد و روش سنتی کتاب و کتاب‌خوانی با وجود شیوه‌های جدید اطلاع‌رسانی و کسب آگاهی، همچنان علاقه‌مندان خود را دارد. هرچند که روش‌های سنتی نیز برای همگام کردن خود با نیاز و علایق مخاطب و افزایش سرانه مطالعه به تولید منابع خواندنی در قالب تکنولوژی‌های جدید پرداخته‌اند. (یاری، 1394).

اگرچه کتابداران و کتابخانه‌ها از عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی‌اند و ذکاوت و خلاقیت آن‌ها (امرای و دیگران، 1390) در کنار صرف زمان و هزینه، راه‌گشای جذب مخاطب به سوی کتاب است، تنها راه‌حل نیست. معضل مهجوریت کتاب در جامعه ما به بررسی همه ابعاد در فرایندها و زیرساختارهای تولید کتاب از محتوا تا نشر نیاز دارد. سه بعد مؤلف، خواننده و ناشر، در یک مثلث، سه بخش تأثیرپذیری هستند (حاج رستم‌گلو، 1394) که رشد و تشویق آن‌ها دلیلی بر رشد و ارزش یافتن فرهنگ مطالعه و بی‌توجهی نیز به نتیجه‌ای عکس در جامعه منجر خواهد شد. از طرفی، در این مثلث، ناشران ضلع عبوری دوسویه نویسنده و مخاطب‌اند و به دلیل اینکه با هر دو گروه رابطه مستقیم دارند، حتی بیشتر از نویسنده

می‌دانند که نیاز خواننده چیست. از طرف دیگر نیز، به‌خوبی آگاه‌اند مخاطب هر نویسنده از نظر سطح، جنس، سن، زمان و مکان جغرافیایی در کجا قرار دارند و در عین حال قابل اعتمادترین عامل برای رساندن محصول نهایی مثلث یادشده به سمت هدف‌اند. بنابراین، مشکلات و موانع آن‌ها جزء لاینفک آسیب‌شناسی کتاب و جذب مخاطب خواهد بود. از طرف دیگر، در ضلع دوسویۀ نویسنده و مخاطب، قدرت و توانایی نویسنده برای جذب مخاطب و ایجاد انگیزۀ کتاب‌خوانی گواهی است بر این ادعا که ذهن‌های فعال و پرسشگر مخاطب اگر نیاز و علایق خود را در کتاب (در هر قالبی) بیابند، دیگر بی‌تفاوت نخواهند بود، بلکه به سبب داشتن اصالت و غنای اطلاعاتی قدرت‌میزی خواهند داشت و در جهت پیشرفت و توسعهٔ جامعه حرکت خواهند کرد. پیمودن چنین مسیر بسیار حساسی فقط با شناخت نقاط آسیب‌پذیر در زمینۀ تألیف، انتشار کتاب و کتاب‌خوانی ممکن خواهد شد. در نتیجه، پژوهش حاضر با هدف شناخت آسیب‌های کتاب، از پدید آوردن تا خواندن، با استفاده از تجربه‌های ناشران تک‌بنیاد و چندبنیاد سطح شهر کرمانشاه انجام شده است.

### مبانی نظری

واژهٔ چاپ احتمالاً از کلمهٔ چاپنا<sup>۱</sup>، که کلمه‌ای هندی است، گرفته شده است. ولی عده‌ای معتقدند که از «چاو» مغولی گرفته شده است. چاو، نام نوعی پول بوده است. از لغات دیگری که برای چاپ به کار رفته می‌توان به «طبع» و «باسعه» اشاره کرد. چاپ<sup>۲</sup> به معنای اعم، فن و صنعت تکثیر صورت نقوش دوبعدی حروف، ارقام، خطوط و تصاویر به وسیلهٔ انداختن اثر این نقوش روی کاغذ، پارچه یا مواد دیگر و بالاخص چاپ مواد خواندنی روی کاغذ است. نشر<sup>۳</sup> یا عمل چاپ ارائهٔ یک کتاب یا مدرک به عموم است که به آن انتشار نیز گویند. نشر در واقع تلاقی‌گاه پدیدآورندگان و خوانندگان است.

صنعت نشر کتاب، به معنای تولید صنعتی، کالایی فرهنگی به نام کتاب است. امروزه، شیوه‌هایی که در روند تولید کتاب و تکثیر آن به کار می‌رود، کاملاً صنعتی است. از این رو، نشر کتاب صنعتی است در کنار صنایع دیگر و نه کمتر از آنها. صنعت نشر کتاب در حال گسترش است. البته به شرطی که کتاب رسانه‌ی اطلاعاتی و ارتباطی کارآمدی باشد. به طور کلی، انتشار کتاب اشاعه‌ی گسترده‌ی یکی از رسانه‌های مؤثر و سهل است. به استناد مدارک موجود، اختراع چاپ به قرن پنجم قبل از میلاد بازمی‌گردد (زمان هخامنشیان). در این زمان، برای امضای اسناد مهرهایی از چوب تهیه می‌کردند و به کار می‌بردند که می‌توان آن را ابتدایی‌ترین نوع چاپ دانست. عده‌ای ابداع چاپ را به چینیان نسبت می‌دهند؛ گویا چاپ در دو قرن پیش از میلاد به صورت تجربی در تمدن چین کشف شده است. البته عده‌ای دیگر معتقدند چاپ به وسیله‌ی یوهانس گوتنبرگ، زرگر نابغه‌ی آلمانی، در سال 1448 اختراع شده است. (رضوی، 1387)

از سده‌ی هفدهم به بعد، انقلاب صنعتی باعث و بانی پیشرفت‌های عظیمی در متون چاپ شد. در سده‌ی هجدهم، چاپ به رشد تدریجی خود ادامه داد و در این قرن امریکا به منزله‌ی کانونی تازه واردِ صحنه‌ی نشر جهان شد و تأثیر بسزایی در پیشرفت و نوآوری‌های نشر گذاشت. در قرن نوزدهم، تحولات چاپ و نشر کتاب به حدی سرعت و کیفیت چاپ را افزایش داد که این قرن را عصر جدید کتاب نامیدند. در قرن بیستم، عواملی بر چاپ تأثیر گذاشتند که مهم‌ترین آن‌ها بدین شرح‌اند:

1. سرمایه‌ی کافی ناشران؛
2. دانش فنی و مهارت‌های تخصصی؛
3. علاقه و دلبستگی فرهنگی؛
4. آرمان‌ها و اهداف؛

5. مناسبات خوب؛

6. مخاطره‌پذیری.

عامل بسیار مهم دیگر در این سده، رواج رایانه و ظهور پدیده نشر رومیزی و همین‌طور انقلاب الکترونیک است. (شبکه ملی مدارس، رشد، 1394)

### دسته‌بندی ناشران

ناشران را به اعتبار بنیاد یا هرگونه اصل دیگری که نشر خود را با آن استوار می‌کنند می‌توان به دو دسته اصلی تقسیم کرد: ناشران تک‌بنیاد و ناشران چندبنیاد. اگر قلمروی نشر را محدوده‌ای در نظر بگیریم که سه فعالیت اصلی (الف) پدید آوردن، (ب) منتشر کردن و (ج) خواندن، شاخص آن باشد، ناشر از این قلمرو بخش منتشر کردن را، که وظیفه اصلی وی است، به همراه بخش یا بخش‌های دیگر انتخاب می‌کند و آن را مبنای فعالیت خود قرار می‌دهد. اگر ناشر فقط یک فعالیت را انجام دهد - بخش ب - و در دو زمینه دیگر فعالیتی نداشته باشد، به آن ناشر تک‌بنیاد گفته می‌شود. اما اگر ناشر قلمروی خود را گسترده‌تر کند و مرحله دیگری از مراحل نام‌برده را جزء خدمات خود بداند و انجام دهد، چندبنیاد است. از دیدگاه ناشر تک‌بنیاد، نشر چیزی جز تکثیر نیست و خدمات و امکانات نشر ماهیتاً تکثیری است. از دیدگاه ناشر چندبنیاد، نشر فقط محدود به تکثیر نیست، بلکه نگرش، گستره و فعالیتی تولیدی است و در زمینه الف و ج نیز حضور خود را عملی می‌کند (آذرنگ، 1380)؛ مثلاً، در شاخص الف، در زمینه شناسایی موضوع مناسب برای تولید کتاب به نویسنده‌ای خاص سفارش نوشتن می‌دهد یا در شاخص ج، برای ترویج خواندن در جامعه دست به فعالیت می‌زند.

پیشینه پژوهش

با توجه به مطالعات پیشین انجام شده در داخل و خارج کشور، تا زمان پژوهش حاضر، پژوهش مشابهی که به آسیب شناسی کتاب از پدید آوردن تا خواندن، با استفاده از تجربه های ناشران با چنین روش تحقیقی، پردازد یافت نشد. اما مقالاتی به دست آمد که نتایج هریک از آن ها در جهت یکی از یافته های مطالعه حاضر انجام شده بود. بنابراین، تعدادی از نزدیک ترین پژوهش های انجام شده به اهداف مقاله حاضر، انتخاب و ارائه شدند.

پژوهش های پیشین، با توجه به نتایج مطالعه حاضر، در سه گروه قابل دسته بندی اند. گروه اول، مربوط به آن دسته نتایجی است که مشارکت کنندگان در مصاحبه اظهار می داشتند که امروزه با توجه به تغییرات فناوری و ذائقه خواننده، مسائل مربوط به چاپ و نشر علاوه بر کتاب های چاپی، کتاب ها و آثار الکترونیک و برخط را نیز در بر می گیرد. گروه دوم، مربوط به نظریه ارزشیابی کتاب و صنعت چاپ و نشر به عنوان یک تولیدکننده خدمات با در نظر گرفتن کمیت و کیفیت محتوایی و ظاهری کتاب به منزله یک کالا در جامعه است و گروه سوم نیز به طور مستقیم به مسائل چاپ و نشر اشاره دارد.

### گروه اول: چاپ و نشر؛ کتاب های سنتی و الکترونیکی

گودوین<sup>۴</sup> (2014) در کتابخانه دانشگاهی کیمبل<sup>۵</sup> (کارولینای جنوبی) به بررسی میزان امانت کتاب های چاپی و الکترونیکی در مجموعه علمی دوک<sup>۶</sup> پرداخت. نتایج وی نشان داد که درخواست منابع الکترونیکی بیش از چاپی است. این به معنای آن است که صنعت چاپ و نشر برای اینکه بتواند نیاز اطلاعاتی جامعه را با حفظ منافع خود برآورده کند باید به علایق مشتریان (خواننده) توجه و کتاب را در قالب های همگام با تکنولوژی ارائه کند. اسلاتر<sup>۷</sup> (2009) با همین هدف پژوهش خود را با دو بحث انجام داد. اول اینکه وی تفاوت در میزان امانت کتاب های الکترونیک و چاپی را در کتابخانه



دانشگاهی اوکلند<sup>۸</sup> بررسی کرد و دوم به بررسی تفاوت در میزان امانت کتاب‌های خریداری شده به صورت محلی و کنسرسیومی پرداخت. نتایج وی نشان داد که بین کتاب‌های چاپی و الکترونیکی و عنوان رابطه معناداری وجود نداشت، اما چرخه امانت نشان داد که بین میزان امانت و فرمت و عنوان رابطه وجود دارد. کتاب‌های خریداری شده به شیوه محلی خوانندگان بیشتری نسبت به کتاب‌های کنسرسیومی داشتند. شیوه محلی به معنای خریداری کتاب و منابع از سوی کتابدار یا هیئت امنای شهر است. شایان ذکر است یکی از مسائل مهمی که ناشران کرمانشاهی اظهار داشتند عدم خرید کتابخانه‌های عمومی از ناشران شهر بود.

### گروه دوم: چاپ و نشر؛ ارزشیابی کیفی و کمی کتاب با شاخص‌های یک کالا

فهم‌نیا و منطوق (1392) در زمینه رابطه بین کیفیت خدمات (کالای) ارائه شده در کتابخانه و افزایش اعتماد کاربران دریافتند که کیفیت و رضایت‌مندی و اثربخشی ارزشیابی رابطه معناداری با اعتماد نهادی دارد. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که میزان کیفیت با میزان جذب مخاطب تناسب دارد. این مسئله نیز از مواردی بود که ناشران کرمانشاهی اذعان داشتند برای جذب خواننده به کتاب باید همچون یک کالا در کیفیت و کمیت محتوایی و ظاهری آن وسواس به خرج داد، زیرا در مطالعات اثبات شده است بین جذب مشتری و میزان کیفیت کالا رابطه وجود دارد. (کرچی، 1392).

### گروه سوم: چاپ و نشر؛ مسائل و مشکلات

بث تور<sup>۹</sup> (2007) مقاله‌ای با هدف بررسی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نقش ناشران مدرن بر افزایش یا کاهش خوانندگان انجام داد. یافته‌های وی نشان داد که ناشران به دلیل اینکه به خواسته مردم برای کتاب‌های راحت‌خوان

واکنش مثبت نشان می‌دهند، موجب فقدان نوآوری و تنوع در ارائه و تولید کتاب می‌شوند و به بازده سریع سود اهمیت می‌دهند. همچنین، کار مؤلفان رقابتی شده است و به برخورداری از صرفاً فروش بیشتر کمتر اهمیت داده می‌شود. آینا<sup>۱</sup> (1999) با هدف بررسی مشکلات چاپ و نشر دانشگاهی در افریقا و آثار این امر در آموزش و پرورش به مطالعه پرداخت. از مشکلاتی که در نتایج خود به آن دست یافت، فقدان تیم نویسندگان برای کشف مفاهیم و مطالب مورد نیاز و خواسته کاربران، همکاری دولت برای برطرف کردن موانع نشر، رعایت استانداردهای چاپ و نشر و نیز بومی‌سازی کتاب‌های ترجمه با توجه به نیازهای داخل کشور است.

نیک‌پیام (1393) با هدف بررسی مدل کسب و کار ناشران دیجیتال در یافته‌های خود چنین بیان می‌کند که تغییر در روند سلیق مشتریان به علاوه تغییرات فناوری باعث شده ناشران مجبور شوند تأکید از ارائه محصول را به تأکید بر ارائه خدمات تغییر دهند. خلعتبری (1393) نیز در مطالعه خود در زمینه مسائل مربوط به چاپ و نشر چنین اظهار می‌دارد که از وظایف دولت برای ارتقای سطح فرهنگ کتاب‌خوانی در کشور ایجاد تسهیلات در زمینه امکانات و اقتصاد تولید و عرضه کتاب است. توفانی و منتظر (2011) نیز در نتایج مطالعه خود نیاز ناشران ایرانی در نشر الکترونیک را به تغییر در ساختارهای اقتصادی و وابسته به تکنولوژی جدید اظهار داشتند.

اجاقی، کیوان‌آرا، چشمه‌سهرابی و پایی (1390) در مطالعه‌ای با هدف آسیب‌شناسی مطالعات علمی دریافتند که وجود اجبار، کسب شهرت و امتیاز، عوامل اقتصادی و آموزشی از زمینه‌های بروز آسیب در محتوای نشر مطالب علمی است که بی‌اعتمادی خواننده به آثار منتشر شده در کشور را به ارمغان دارد. مفتخری نظری و میرحسینی (1387) با هدف بررسی مشکلات ناشران در استان تهران مطالعه‌ای انجام دادند. نتایج آن‌ها نشان داد که مشکلات نشر

سال‌های 1376 - 1386 از این قرار است: غیر اقتصادی بودن حرفه ناشران، فقدان فرهنگ عمومی مطالعه، مشکلات پخش و توزیع، عدم همکاری رسانه‌های جمعی و یارانه دولتی. رحمانی (1385) در مطالعه خود با عنوان سیر ایجاد انگیزه در فرهنگ مطالعه بیان می‌کند که توجه خاص به هریک از احتیاجات با توجه به گروه‌های سنی از سوی افراد خبره و ماهر می‌تواند عامل مفیدی در میزان ایجاد انگیزه و گرایش افراد به مطالعه باشد.

مطالعات پیشین نشان می‌دهند که با شکل‌گیری فناوری‌های جدید، ذائقه جامعه تغییر کرده است، اما در کنار این تغییرات همچنان علاقه و استفاده از کتاب‌های نشر سنتی پابرجاست. از طرف دیگر، صاحب‌نظران معتقدند که امروزه کتاب باید تعریفی همچون کالا داشته و صنعت چاپ و نشر نیز مانند تولیدکنندگان محصول، برای رقابت، جذب و فروش با برطرف کردن مسائل و مشکلات چاپ و نشر از تولید تا مصرف (از پدید آمدن تا خواندن) به کیفیت و کمیت بپردازند. اما در دهه اخیر، آنچه مهم است پاسخیابی چرایی این مسائل و مشکلات است و اینکه چگونه می‌توان به راه‌های بالا بردن کیفیت و کمیت کتاب دست یافت. شناسایی و دسته‌بندی آسیب‌ها و نیز شناسایی بستر عامل برای برطرف کردن این آن‌ها، شاه‌رگ صنعت چاپ و نشر است که می‌تواند اطلاعات لازم را در جهت رشد و توسعه در اختیار نهادها و مسئولان امر قرار دهد. با توجه به فقدان چنین پژوهش گسترده و جامعی در همه ابعاد، مطالعه حاضر به یافتن پاسخ این مسائل پرداخته است.

### اهداف مطالعه

هدف کلی: شناسایی تجربیات ناشران استان کرمانشاه در زمینه آسیب‌شناسی کتاب از پدید آوردن تا خواندن به تفکیک ناشران تک‌بنیاد و چندبنیاد.

### اهداف اختصاصی

1. شناسایی موانع و مشکلات کتاب در زمینه تولید محتوا (نویسندگی) با استفاده از تجربیات ناشران استان کرمانشاه؛
2. شناسایی موانع و مشکلات در زمینه چاپ و نشر (حرفه ناشران) با استفاده از تجربیات ناشران استان کرمانشاه؛
3. شناسایی موانع و مشکلات در زمینه مخاطب (خواننده) با استفاده از تجربیات ناشران استان کرمانشاه.

**هدف فرعی:** کشف تأثیر ناشران تک‌بنیاد و چندبنیاد بر آسیب‌های کتاب.

اهداف کاربردی:

1. افزایش اطلاعات سازمان‌ها و نهادهای مربوطه در زمینه چاپ و نشر برای افزایش جذب مخاطب؛
2. کمک به تدوین برنامه‌ای مدون با اهداف بلندمدت برای دولت به منظور برطرف کردن موانع و مشکلات کتاب در سه حوزه تربیت نویسنده، ناشر و خواننده.

### روش پژوهش

مطالعه حاضر به روش تحقیق کیفی<sup>۱۱</sup> است که با استفاده از مصاحبه عمیق<sup>۱۲</sup> انجام شده است. شرکت‌کنندگان در مطالعه افرادی بودند که اولاً نام شرکت آن‌ها در لیست ناشران اداره ارشاد اسلامی استان کرمانشاه به‌عنوان ناشر ثبت شده بود و دوم اینکه تمایل به شرکت در مطالعه و انگیزه لازم برای مصاحبه و همکاری را داشتند. در این مطالعه، از روش نمونه‌گیری هدفمند<sup>۱۳</sup> استفاده شد و حجم نمونه به اشباع اطلاعات<sup>۱۴</sup> بستگی داشت. مصاحبه‌ها به همین صورت ادامه یافت تا زمانی که به اطلاعات تکراری رسیدند و دیگر اطلاعات جدیدی از افراد به دست نمی‌آمد. در زمان اشباع اطلاعات نیز سه مصاحبه پی‌گیری شد. بر این اساس، 27 مصاحبه حضوری انجام شد. روش تجزیه و

تحلیل داده‌ها در این پژوهش بر مبنای روش تجزیه و تحلیل موضوعی<sup>۱۵</sup> است.

ابتدا متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده و مرور شدند، سپس به واحدهای معنایی (کد) در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شدند. واحدهای معنایی نیز به کدهای مناسب هر واحد معنایی تبدیل شدند. کدها براساس تشابه مفهومی و معنایی طبقه‌بندی و تا حد امکان کوچک و فشرده می‌شوند. روند تنزل در داده‌ها در همه واحدهای تحلیل و طبقات فرعی و اصلی باید جریان داشته باشد. در نهایت، داده‌ها در طبقه‌های اصلی، که کلی‌تر و مفهومی‌ترند، قرار گرفتند و سپس تم‌ها انتزاع و پیشنهادها ارائه شدند (کیوان‌آرا، اجاقی و چشمه‌سهرابی، 2013). اصل رضایت شرکت‌کنندگان و اصل محرمانگی در پژوهش در نظر گرفته شد.

طبق گزارش دریافتی از وزارت ارشاد اسلامی استان کرمانشاه، در شهریور 1394، تعداد 39 ناشر فعال در استان کرمانشاه وجود دارد. تعداد 4 ناشر متعلق به مراکز عالی و دانشگاه‌ها و دو ناشر متعلق به مؤسسه فرهنگی هنری و دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی نیروی انتظامی هستند که ناشرانی تخصصی محسوب می‌شوند. سی و سه ناشر دیگر نیز در بخش عمومی مشغول به فعالیت‌اند. نخستین ناشر کرمانشاهی در سال 1372 به ثبت رسیده است و آخرین ناشران نیز در سال 1394 (5 ناشر) ثبت شده‌اند.

### یافته‌های پژوهش

با توجه به اهداف اختصاصی و فرعی پژوهش، به طور کلی یافته‌ها در سه موضوع اساسی دسته‌بندی شدند: آسیب‌شناسی نویسنده، آسیب‌شناسی ناشر و آسیب‌شناسی خواننده. هریک از این موضوعات نیز زیرموضوعاتی دارند که در کل بیست زیرموضوع شناسایی و از متن مصاحبه‌ها انتزاع شدند. در رابطه با هدف اختصاصی اول پژوهش، که شناسایی آسیب‌های کتاب

در زمینه تولید محتوا (نویسندگی) با استفاده از تجربیات ناشران استان کرمانشاه است، شش زیرموضوع دسته‌بندی شد: نیاز، اجبار، سود، شهرت، خودناشری و کتاب‌سازی.

بنابر اظهارات مصاحبه‌شوندگان، بخشی از موانع و مشکلات کتاب در ناتوانی در جذب مخاطب در نوع انگیزه نویسندگان در تولید محتوایی اثر ریشه دارد. انگیزه نوشتن و خلق یک اثر ممکن است با کشف یک نیاز حقیقی در جامعه شکل گیرد و به دنبال ایجاد یک پرسش باشد. در این زمینه، مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند که خلق اثر بر مبنای نیاز می‌تواند در جذب مخاطب بسیار موفق باشد، زیرا برطرف‌کننده نیاز اطلاعاتی مخاطب است. فقدان چنین آثاری در جامعه باعث دل‌زدگی و آشفتگی خواننده می‌شود؛ به دلیل اینکه خواننده به پاسخ مطلوب خود در منابع دست نمی‌یابد. مشارکت‌کننده‌ای می‌گوید:

- برای ما برخی افراد کتاب‌هایی می‌آرن چاپ کنیم که وقتی نگاه می‌کنم، می‌گم کی آخه این رو می‌خونه؟ ... مثلاً مجموعه شعرهای دخترشه که حتی از نظر قواعد نظم هم محل اشکاله! قطعاً این توی بازار فروش نداره و از طرف دیگه کسی هم که می‌خواد شعر معاصر بخونه با خوندن این کتاب ناامید و دل‌زده می‌شه... چند تا کتاب بخره تا یه دونه خوب پیدا کنه؟ (مصاحبه شماره 11)

همچنین، در مقابل این انگیزه و نیاز، ناشران دانشگاهی به عامل دیگری با عنوان اجبار اشاره کردند. این عامل نیز نتیجه‌ای برابر با فقدان عامل نیاز خواهد داشت. عامل اجبار متوجه استادان دانشگاهی و دانشجویان دوره دکتری است که برای ارتقای تحصیلی به چاپ کتاب نیاز دارند. مشارکت‌کننده‌ای در این زمینه چنین می‌گوید:

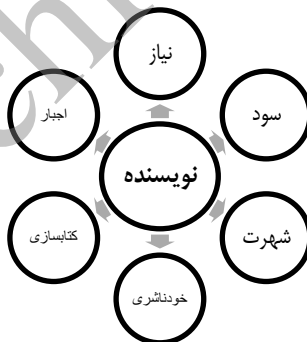
- چند تا کتاب رو جمع می‌کنن و چند تا هم ترجمه می‌کنن بعد به‌عنوان تألیف می‌آرن چاپ می‌کنن تا فقط امتیازش رو بگیرن. چون امتیاز

نداشته باشن، درجهٔ استادی شون بالا نمی‌ره. الان توی بعضی موضوع‌ها چندین کتاب چاپ کردیم، اما هیچ‌کدوم حرف جدیدی ندارن. دارن دور می‌زنن. (مصاحبه شماره 3)

انگیزهٔ دیگری که در اولویت‌های بعدی با توجه به تجربیات صاحب‌نظران دسته‌بندی شدند، نوشتن و خلق اثر بر مبنای دستیابی به شهرت یا سود است که دستهٔ اول ضربهٔ بیشتری به مخاطب خواهد زد. این کتاب‌ها به‌وضوح کتاب‌های فاقد مخاطب نام خواهند گرفت. در زمینهٔ نویسندگان سودجو نیز، مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند که کتب با عناوین تکراری، ترجمه‌های متعدد با کیفیت نامطلوب و ویراستاری فاقد صلاحیت از آسیب‌های کتاب است. مشارکت‌کننده‌ای می‌گوید:

- شخصی درخواست چاپ تصویر خودش بر روی جلد کتابش را داد. گفتم اگه طراحی مناسب با محتوا روی کتاب بزیند بهتره و بعد عکس شما پشت جلد با معرفی بیاد... گفت نه این‌جوری دیگه کسی من رو نمی‌شناسه که کتاب نوشتیم! (مصاحبه شماره 5).

زمینه‌های آسیب‌های نویسنده در شکل 1 نشان داده شده است.

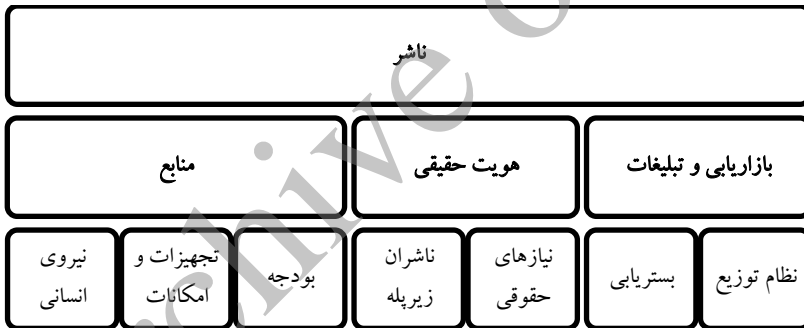


شکل 1. آسیب‌های نویسنده

دربارهٔ هدف اختصاصی دوم پژوهش، که شناسایی آسیب‌های کتاب در

زمینه چاپ و نشر (حرفه ناشران) با استفاده از تجربیات ناشران استان کرمانشاه است، مفاهیم به طور کلی در سه موضوع منابع، بازاریابی و تبلیغات و هویت حقیقی دسته‌بندی شدند. این موضوعات هر یک زیرموضوعاتی نیز دارند. منابع در سه گروه منابع نیروی انسانی، منابع تجهیزاتی و منابع مالی از مفاهیم اظهارات مصاحبه‌شوندگان انتزاع شدند. بازاریابی و تبلیغات نیز در دو گروه بستریابی و نظام توزیع دسته‌بندی شدند و نیز هویت حقیقی با استناد به تجربیات شرکت‌کنندگان در پژوهش در دو گروه ناشران زیرپله و نیازهای حقوقی دسته‌بندی شدند. زمینه‌های آسیب‌های ناشران در شکل 2 نشان داده شده است.

شکل 2. آسیب‌های ناشران



بنابر مفاهیم انتزاعی از تجربه‌های مصاحبه‌شوندگان، فقدان منابع ناکافی کتاب را از مرحله پدید آوردن تا خواندن دچار اختلال می‌کند؛ تا جایی که این اختلالات در پیشرفت کشور و دستیابی به اهداف مؤثر خواهد بود. منابع شامل نیروی انسانی، امکانات و تجهیزات و بودجه‌اند. فقدان نیروی انسانی ماهر در زمینه تخصصی نشر، توزیع و بسترشناسی و فقدان مدیریت کارآمد هم در سطوح کلان و هم سطوح میانی هر م نشر باعث فقدان برنامه‌ای منظم



و بدون برای از بین بردن موانع و مشکلات شده است. یکی از ناشرانی که در سال گذشته به گرفتن مجوز چاپ و نشر اقدام کرده است، در مصاحبه خود اظهار کرد:

– به مدت هشت ماه برای انجام دادن کارهای مجوز تلاش کردم. تحمل این زمان علیرغم ایجاد زحمت برایم مشکل نبود، اما اینکه از کلان‌شهری مثل کرمانشاه برای گرفتن مجوز باید هربار تا همدان می‌رفتم و برمی‌گشتم بسیار طاقت‌فرسا بود (مصاحبه شماره 14).

وقتی از علت طولانی شدن زمان دریافت مجوز پرسیده شد، اظهار داشت که به دلیل عوض شدن پی‌درپی مدیران، کارش مدام به تعلیق می‌افتاد. همچنین، مصاحبه‌شونده شماره 1 اذعان داشت که در کرمانشاه، مرکزی برای صدور و پیگیری مجوز وجود ندارد. این فقدان مدیریت کارآمد از آسیب‌های صنعت چاپ و نشر در استان کرمانشاه است.

از طرف دیگر، منابع تجهیزاتی، امکانات و قطعات با کیفیت داخلی و خارجی همراه با قیمت مناسب از دیگر موانع و مشکلات ناشران است. مصاحبه‌کننده شماره 17 اشاره می‌کند:

– در مورد تأمین کاغذ مرغوب داخلی همیشه دچار مشکل هستیم و با قیمت گران از خارج می‌خریم. باید دولت برای تولید کاغذ باکیفیت در داخل سرمایه‌گذاری کند. خود همین کیفیت ظاهر کتاب برای فروش (البته همراه با قیمت پایین) می‌تونه تأثیرگذار باشه.

هویت حقیقی موضوع اصلی دیگری در زیرموضوع ناشران است. به گفته ناشران، به‌عنوان هویتی حقوقی حقیقی، نبود اختیارات لازم در زمینه ایجاد اتحادیه و صنف، ایجاد نظام توزیع شبکه‌ای، ایجاد بانک اطلاعاتی شبکه‌ای بین ناشران و کتاب‌فروشان، مجوز چاپ کتاب در زمینه سانسور و ممیزی، دریافت یارانه دولتی و خرید دولت از ناشران به صورت مساوی باعث شده هویت ایشان آسیب‌پذیر شود. بیشتر شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار داشتند

که این موانع و مشکلات برای ناشران دور از مرکز پررنگ‌تر است.

- انگار اصلاً ناشران شهرستانی وجود ندارند. همه چیز برای تهران. بیشتر افراد، به دلیل اینکه اونجا باکیفیت‌تر و ارزون‌تر درمی‌آد، می‌رن تهران چاپ می‌کنن. (مصاحبه شماره 5)

در مقابل، ناشران زیرپله‌ای عنوانی است که ناشران به چاپخانه‌هایی می‌دهند که کتاب‌ها و جزوه‌ها را با هزینه پایین و کیفیت بد به دست مردم می‌رسانند و هویت حقیقی ناشران را پایمال می‌کنند. این ناشران فقط به دلیل پایین بودن هزینه چاپ مشتریان ناشران را کم‌رنگ می‌کنند.

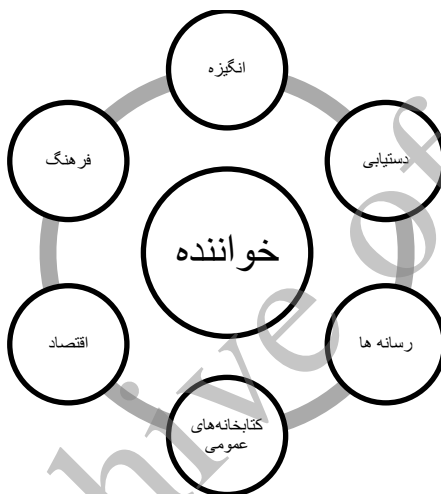
- طرف، حل تمرین کتاب درسی آماده کرده، نظرش اینه فقط فروش کنه. چون می‌دونه همه دانشجویها خواهان این حل تمرین‌ها هستن. پس اصلاً اهمیت نمی‌ده کیفیت چی باشه. می‌ده به این زیرپله‌ای‌ها ارزون قیمت دریاد، سود بیشتری ببره. (مصاحبه شماره 16)

سومین آسیب متحمل ناشران، بازاریابی و تبلیغات است. بنا بر مصاحبه‌های انجام‌شده، 90 درصد ناشران استان کرمانشاه فاقد بخش یا نیرو و صرف هزینه در زمینه بازاریابی و تبلیغات برای جذب مخاطب‌اند. ده درصد دیگر نیز، فقط تبلیغات انتشارات خود در وبلاگ یا وبسایتشان را دارند. در زمینه بستریابی فروش کتاب نیز ناشران اعلام کردند واسطه‌گران با درصد سود بسیار پایین (برای ناشر) و تخفیف بسیار بالا (برای واسطه‌گر) تنها راه فروش کتاب‌های ایشان است و کار بستریابی کتاب را برعهده دارند.

- من مگه چقدر سود کتاب دارم که پیام روی تبلیغات هم سرمایه‌گذاری کنم. ما از اول پولمون رو می‌گیریم، با فروش نویسنده کاری نداریم. (مصاحبه شماره 4)

این اظهارات چنین می‌رساند که ناشران کرمانشاهی از اهمیت بازاریابی و تبلیغات و جذب مشتری اطلاعات یا به آن علاقه‌ای ندارند. در صورتی که در کنار این فعالیت‌ها و با بستن قراردادهای درصد فروش کتاب می‌توانند سود

بیشتری عاید خود و از همه مهم‌تر عاید جامعه کنند. در رابطه با هدف اختصاصی سوم پژوهش، که شناسایی آسیب‌های کتاب در زمینه مخاطب (خواننده) با استفاده از تجربیات ناشران استان کرمانشاه است، یافته‌ها به شکل‌گیری شش عامل با عناوین: انگیزه، فرهنگ، اقتصاد، کتابخانه‌های عمومی، رسانه‌ها (ارتباطی و جمعی) و دستیابی منجر شد. آسیب‌های کتاب در شکل 3 آمده است.



شکل 3. آسیب‌های کتاب

مهم‌ترین نتیجه آسیب‌های کتاب در زمینه خواننده، جذب نکردن مخاطب است که به خوبی در یافته‌های مطالعه آشکار است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش اعلام داشتند که فقدان جذابیت محتوایی و ظاهری کتاب، انگیزه لازم را برای خواننده ایجاد نمی‌کند. خانواده، نظام آموزشی و آموزش عالی انگیزه لازم و کافی برای مطالعه به فرد القا نمی‌کنند. همچنین، تفریحات و سرگرمی‌های فناورانه، دیگر انگیزه‌ای برای فرد در پر کردن اوقات فراغتش

با کتاب باقی نگذاشته‌اند. مشارکت‌کننده شماره 18 اظهار داشت:

- شبکه‌های اجتماعی که الان توی گوشی هر کسی هست، هوش و حواسی برای کتاب خوندن جوان‌های ما نداشته.

در ادامه از ایشان سؤال شد آیا قبل از ورود شبکه‌های اجتماعی فروش

کتاب بیشتر از الان بود؟

- در واقع نه! روند تقاضای کتاب با همین سرعت و کیفیت بود و در

حال حاضر تغییر بسیار قابل توجهی در چاپ و فروش ایجاد نشده.

این اظهارات حاکی از آن است که مشکلات چاپ و نشر ریشه‌ای بسیار

کوتاه در مسائل امروزه دارد و البته ریشه‌های بلند آن در گذشته و انواع علل

مرتبط در زمینه فرهنگ‌سازی و اقتصاد است، زیرا در کنار این عوامل،

مشکلات اقتصادی نیز به این آسیب‌ها دامن می‌زنند.

مشارکت‌کننده شماره 7 می‌گوید:

- الان کتب دانشگاهی از کتب پرفروش ما هستن، اما فاصله رتبه این

فروش با کتب دیگه خیلی متفاوت نیست. به این دلیل که اغلب دانشجویها

به دلیل گران بودن کتاب در پی امانت و کپی گرفتن هستن.

فرهنگ حاکم بر غالب جامعه ما نشان می‌دهد خواندن و خرید کتاب در

آخرین اولویت نیازهای زندگی است و این به دلیل فشارهای مالی است. اما

چالش دیگری که در مصاحبه‌ها پیش آمد این بود که هزینه‌های ماهانه

اینترنت و خرید لوازم اصلی و جانبی ابزار فناورانه جدید چگونه توانسته

است خود را در اولویت‌های اولیه زندگی مردم در همه سطوح اقتصادی قرار

دهد؟ اظهارات مشارکت‌کنندگان نشان داد که این امر به سه موضوع ارجاع

داده می‌شود. موضوع اول و دوم، بحث‌های جذابیت و انگیزه (ذکرشده در

سطور پیشین) است و موضوع سوم عدم رقابت کتاب با تکنولوژی است که

در قالب رسانه‌های اجتماعی، جمعی و ارتباطی‌اند. ذائقه و محمل خواندن

جامعه تغییر کرده است. صنعت چاپ و نشر نیز باید همگام با این تغییر

سلیقه پیش رود تا مردم با نوشته‌های هرز و زرد به خواندن روی نبرند، بلکه مطالب مفید همراه با شأن و شعور مردم به جهت پیشرفت و آگاهی کشور، طبق ذائقه و محمل مورد علاقه ایشان، در اختیارشان قرار داده شود.

مشارکت‌کننده شماره 2 می‌گوید:

– شاید باور نکنید، اما خود من الان نسخه الکترونیکی حافظ روی

تلفن همراهم. این یعنی اینکه باید به چاپ کتاب‌های الکترونیکی اهمیت

بدیم. الان آگه امکانات باشه، باید رقابت بر سر ورود کتاب‌های مفید

الکترونیکی به دست جوان‌ها باشه تا به طرف هرز خواندن نرن.

عامل فرهنگی سومین عامل از آسیب‌های خواننده است. مفاهیم

مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که پایین بودن فرهنگ مطالعه در جامعه آسیب

درخور توجهی در پی دارد. بسترسازی‌های لازم از طریق دولت و نهادهای

مربوطه برای ایجاد فرهنگ مطالعه جامعه انجام نمی‌شود. رسانه‌های جمعی و

کتابخانه‌ها در جذب مخاطب چندان موفق نیستند و نظام تربیتی خانواده‌ها،

آموزش و پرورش و آموزش عالی در این زمینه نارسا هستند. اغلب

مشارکت‌کنندگان این جمله آشنا را در مصاحبه خود ایراد می‌کنند که:

«تلویزیون مدام برای چیپس و پفک تبلیغ می‌کنه، اما از هر صد تا، یکی ش

تبلیغ کتاب نیست.» یکی دیگر از نهادهای مرتبط که ناشران به آن توجهی

خاص دارند، کتابخانه‌های عمومی است. کتابخانه‌های عمومی به دلیل

پوشش‌دهی نامناسب از نظر تعداد و مکان در کشور و نیز کمبود منابع مناسب

همگام با نیاز مردم از دیگر آسیب‌هایی است که خواننده را تهدید می‌کند.

نیمی از ناشران شرکت‌کننده در مصاحبه اظهار کردند که «چرا کتابخانه‌های

عمومی استان از آن‌ها درخواست خرید کتاب ندارند؟» (مصاحبه شماره 16).

عامل دستیابی به کتاب نیز از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان معضل غیرقابل

چشم‌پوشی است، زیرا ممکن است در نقطه‌ای کتاب‌های تألیفی و ترجمه‌ای

مناسب در کشور به چاپ برسد، اما دستیابی خواننده به دلیل فقدان ارتباطات بین ناشر و کتابفروش در نقطه‌ای دورتر ممکن نیست. در هر زمینه، یک مورد از اظهارات مصاحبه‌شوندگان همراه تم‌های انتزاعی از مفاهیم در جدول 1 آمده است.

### جدول 1. مستندات اظهارات شرکت‌کنندگان در مصاحبه همراه موضوعات و زیرموضوعات انتزاع شده از مفاهیم

آسیب‌شناسی کتاب	موضوع	زیرموضوع	اظهارات مصاحبه‌شوندگان
	نیاز	نویسنده	خیلی کتاب‌ها دارن توی انبار خاک می‌خورن و هیچ خریداری ندارن. چرا؟ چون نویسنده وقتی می‌نویسه نمی‌ره بررسی کنه ببینه آیا تو این زمینه نیازی وجود داره؟ یا اینکه نویسندگان قبلی چی نوشتن حالا تو چی باید بنویسی؟ (مصاحبه شماره 26)
	اجبار		استادهای دانشگاه مجبورن برای ارتقای شغلی کتاب بنویسن. قطعاً زمانی که از روی اجبار اثری خلق می‌شه، کیفیت و جذابیت لازم رو نخواهد داشت (مصاحبه شماره 13).
		سود	بعضی نویسنده‌ها مثل نویسنده‌های کتاب‌های {...} می‌دونن تو این زمینه

<p>بازار وجود داره. صرفاً برای کسب درآمد نویسنده می‌شن و هیچ آگاهی از نویسندگی ندارن. نتیجه‌اش اینه که با یه عنوان مشخص چندین ده تا نویسنده داریم که عنوان اشباع می‌شه و باعث رکود بازار می‌شه. (مصاحبه شماره 11)</p>			
<p>نویسنده‌هایی هستند که حالا به خاطر سمت یا پستی که دارن به خاطر شهرت و کسب اسم و رسم کتاب می‌نویسن یا می‌دن دیگران برایشون می‌نویسن. در هر دو صورت، به دلیل اینکه اولی نویسنده نیست و دومی فقط به فکر گرفتن پولشه، کتاب دچار آسیب شده. (مصاحبه شماره 7)</p>	شهرت		
<p>برخی افراد حالا اندک‌فریحه‌ای برای نوشتن هم دارن، اما به دلیل کم‌مایه بودن محتوا هیچ ناشری برای چاپ نمی‌پذیره. اینجا خود نویسنده دست به چاپ می‌بره. (مصاحبه شماره 2)</p>	خودناشری		
<p>همین ماه پیش کتابی به دستم رسید که از شانس بد نویسنده‌ش در زمینه رشته تحصیلی خود من بود. با استفاده از اصول دقیق مستندنویسی و ارجاعات، کل کتاب گردآوری آثار دیگران بود. هیچ تالیفی صورت نگرفته بود. (مصاحبه شماره 27)</p>	کتاب‌سازی		
<p>الان طبق قانونی که وجود داره</p>	نیرو	منابع	ناشر

<p>هرکس با تألیف سه عنوان کتاب می‌تونه مجوز نشر بگیره. ناشر بودن تجربه و مهارت می‌خواد نه کتاب نوشتن! من نوعی که ده سال سابقه دارم باز هم کم می‌آرم. (مصاحبه شماره 9)</p>	<p>ی انسا نی</p>			
<p>نیروی کارآمد برای مدیریت صنعت نشر، چه توی استان چه توی کشور، کمبود داره. باید اینجا مدیریت بشه تا کتاب مخاطب خودش رو در بازار پیدا کنه. (مصاحبه شماره 1)</p>	<p>تجه یزا ت و امکا نات</p>	<p>هوی ت حقیقه ی</p>		
<p>مواد اولیه و خام چاپخانه همه یا از خارج خریده می‌شه یا با کیفیت بد از داخل. به دلیل اینکه داخل یا کمبود داریم یا تولید نداریم، وارد کردن هم با این سیاست‌ها خیلی گرون تموم می‌شه، ما هم مجبوریم بکشیم رو قیمت کتاب. (مصاحبه شماره 19)</p>	<p>بازار یابی و تبلیغات</p>	<p>بود جه</p>		
<p>هزینه‌های چاپ کتاب برای ناشر بالا رقم می‌خوره، اما مجبوریم برای اینکه با قیمت متعادل دست خواننده برسه سود کم دریافت کنیم. با این کار سرمایه ما در طولانی‌مدت رو به کاهش می‌ره (مصاحبه شماره 14).</p>	<p>نیاز ای حقو قی</p>			
<p>اتحادیه و صنف ناشران لازم داریم که در بخشی از تصمیمات تفویض اختیار داشته باشیم و وزارت ارشاد ناظر باشد. (مصاحبه شماره 5)</p>	<p>ناشر ان زیر پله</p>			



<p>فقدان شبکه ناشران و کتاب‌فروشان سراسر کشور از معضلاتی است که کل موضوع کتاب و کتاب‌خوانی رو تحت شعاع قرار می‌ده. (مصاحبه شماره 10)</p>	<p>نظام توزیع</p>			
<p>ناشران زیرپله به‌راحتی دارن جای ما رو می‌گیرن و ما در برابرشون هیچ کاری نمی‌تونیم بکنیم. چون دست ما نیست. (مصاحبه شماره 23)</p>	<p>بسم تیرا بی</p>			
<p>تنها راه فروش من، فروش با تخفیف 70 درصدی به واسطه‌های کتابه که می‌آن با تیراژ بالا و همچنین تخفیف زیاد می‌خرن و تهش برای من سود کمی می‌مونه. (مصاحبه شماره 18)</p>				
<p>کتاب در چاپخانه من تولید می‌شه، اما من وظیفه ندارم بفرستم کل استان‌ها رو برگرده تا فروش کنه. پس بعد از چاپ به خود نویسنده واگذار می‌کنم. (مصاحبه شماره 11)</p>				
<p>توی نظام آموزشی ما معلم‌ها فقط درس می‌دن و استادها جزوه. دیگه دانش‌آموز دلیلی برای مطالعه آزاد نداره. (مصاحبه شماره 20)</p>		<p>انگیزه</p>		
<p>من توی کرمانشاه کتاب مناسب دانشگاه برای فلان رشته رو دارم، اما چطوری به دست دانشجوی کرمانی برسونم؟ (مصاحبه شماره 22)</p>		<p>دستیابی</p>	<p>خواننده</p>	

<p>نظام تربیتی خانواده‌های ما نارساست. توی سبد کالای ما هیچ جایی برای کتاب نیست. حتی اگه لوازم خانه و خوراک خیلی هم پرهزینه باشه. (مصاحبه شماره 3)</p>	<p>فرهنگ</p>		
<p>قیمت تمام‌شده کتاب توی بازار از قدرت مالی خانواده‌های متوسط و متوسط به پایین بیشتره. من ترجیح می‌دم ماست بخرم تا کتاب! (مصاحبه شماره 14)</p>	<p>توان خرید</p>		
<p>واقعاً برام سؤاله رسانه‌های جمعی برای ایجاد فرهنگ مطالعه و آشنایی مردم با کتاب در صحنه نیستن. شاید دلیل این هم بحث سودنگری رسانه‌ها</p>	<p>اقتصاد</p>		

باشه! (مصاحبه شماره 21)			
شبکه‌های اجتماعی مردم رو راحت طلب کردن. مردم به کوتاه‌خوانی عادت کردن و حوصله خواندن کتاب ندارن. (مصاحبه شماره 17)	رسانه‌ها		
دولت باید کتاب‌های مناسبی رو که کم هم نیستن و در تمام چاپخانه‌ها منتشر می‌شن، برای اهدا به کتابخانه‌های عمومی بخره و از طرف دیگه هم نهاد کتابخانه‌ها باید به فکر افزایش تعداد کتابخانه‌ها باشه. این کار بخش بزرگی از آسیب‌های کتاب رو التیام می‌بخشه. (مصاحبه شماره 4)	کتابخانه‌های عمومی		

در رابطه با هدف فرعی پژوهش، که کشف تأثیر ناشران تک‌بنیاد و چندبنیاد در آسیب‌های کتاب است، یافت شد که بین 27 مصاحبه انجام شده، 8 ناشر به مسائل مربوط به مراحل انتشار کتاب، از پدید آوردن تا خواندن، اهمیت می‌دهند. به این معنا که این 8 ناشر علاوه بر انتشار، فعالیت‌های دیگری نیز انجام می‌دهند. در این مرحله، برای شناسایی ناشران تک‌بنیاد و چندبنیاد از مصاحبه‌شوندگان به‌منزله سؤال اول چنین پرسیده شد که روند پذیرش کتاب برای انتشار در انتشارات شما چگونه است؟ مشارکت‌کننده شماره 6 پاسخ داد:

- مترجم یا مؤلف بعد از اینکه انتشارات ما رو برای چاپ کتاب خودش انتخاب کرد، وارد فرایند کار برای گرفتن داوری، شابک و فیبا و...

طراحی و ویراستاری تا عقد قرارداد می‌شه.

مشارکت‌کننده دیگری نیز چنین بیان کردند:

- بستگی به خود نویسنده داره که چه حجمی از کار رو انجام داده باشه. ممکنه کارهای شابک و فیبا و تأیید وزارت ارشاد رو گرفته باشه و فقط برای چاپ بیاد. (مصاحبه شماره 12)

پاسخ 17 مصاحبه‌شونده دیگر نیز در برابر سؤال ذکرشده، جواب‌هایی از این قبیل بود. از این مفاهیم چنین انتزاع می‌شود که ناشران منتظر مراجعه نویسنده‌اند و در زمینه بسترشناسی و بستریابی کتاب فعالیت ندارند. از ناشران چندبند انتظار می‌رود به شناسایی کتاب‌های مورد نیاز جامعه بپردازند و حتی برای خلق اثر مورد نیاز به نویسندگان سفارش بدهند. برای اطمینان بیشتر در این زمینه، پس از سؤال اول، به صورت مستقیم از نحوه پدید آوردن کتاب نیز سؤال شد، اما جواب‌ها حاکی از آن بودند که در مرحله پدید آوردن ناشران فعالیت انجام نمی‌دادند.

مشارکت‌کننده شماره 27 نیز اظهار کرد:

- این کار هزینه و وقت زیادی صرف می‌کنه که برای ما سودآور نیست. اصلاً اینجا این کار جواب نمی‌ده، چون ما نویسنده کم داریم.

مشارکت‌کننده شماره 25 نیز چنین پاسخ داد:

- پیش اومده که بخشی از کتاب رو به نویسنده پیشنهاد دادم که طور دیگه‌ای بنویسه یا اصلاح کنه، اما اصرار کرده که همین‌طوری بهتره. خب چه می‌شه کرد؟ نباید ناراضی‌ش کنیم.

سؤال دومی که از ناشران پرسیده شد این بود که بعد از چاپ کتاب - به طور کلی برای کتاب‌هایی که تا کنون انتشار داده‌اید - چه برنامه‌ای دارید/ داشته‌اید؟ مشارکت‌کننده شماره 22 چنین پاسخ داد:

- فقط به نویسنده تحویل می‌دیم و می‌گیم به امید دیدار!

مشارکت‌کننده شماره 7 نیز پاسخ داد:

- انتشار کتاب دیگه آخرین مرحله کار ماست. امضای قرارداد رو

می‌گیریم و کار رو تحویل می‌دیم.

و مشارکت‌کننده شماره 10 نیز پاسخ داد:

- واقعاً کتاب‌ها برای فروش بیشتر و بهتر به بازاریابی نیاز داره، اما ما

برای این کار نیرو نداریم.

از مفاهیم چنین انتزاع می‌شود که ناشران پس از انتشار کتاب، فعالیتی در زمینه جذب خواننده به دلیل کمبود منابع انسانی و مالی (دو عاملی که در سطور قبل مفصلاً بحث شد) انجام نمی‌دهند.

در این زمینه نیز، پس از سؤال ذکرشده، باز هم به طور مستقیم سؤال شد که آیا برای دسترسی، تبلیغ کتاب و جذب مخاطب بیشتر یا حتی به بونه نقد گذاشتن کتاب برای اصلاح در چاپ‌های آتی برنامه‌ای ندارید؟ نوزده مشارکت‌کننده صراحتاً اعلام داشتند: «خیر».

و به عنوان سؤال سوم، از ناشران پرسیده شد که فعالیت‌های نام‌برده در کنار چاپ کتاب چه تأثیری بر آسیب‌های کتاب دارد؟ مشارکت‌کننده شماره 5 پاسخ داد:

- مطمئناً تأثیر مثبت داره.

سؤال شد که تأثیر مثبت چگونه و به چه معناست؟ پاسخ داده شد:

- یعنی اینکه کتابی توی بازار می‌آد که واقعاً خواننده خواسته و اگر هم

نخواسته، با دیده شدن کتاب خواننده خودش رو پیدا می‌کنه.

مصاحبه‌کننده شماره 4 هم پاسخ داد:

- با تبلیغات بین مردم فرهنگ کتاب‌خوانی رواج پیدا می‌کنه.

مشارکت‌کننده شماره 13 نیز پاسخ داد:

- با این کارها قطعاً فروش کتاب بیشتر می‌شه.

بیست و چهار مشارکت‌کننده دیگر نیز نظری مشابه نظر ایشان داشتند. از مفاهیم چنین انتزاع می‌شود که از دیدگاه ناشران استان کرمانشاه فعالیت

ناشران چندبنیاد در جهت برطرف کردن آسیب‌های کتاب، از پدید آوردن تا خواندن، تأثیر دارند.

طبق مباحث نظری ناشران چندبنیاد، ناشرانی که حداقل به یکی از سؤال‌های ما پاسخ مثبت دادند ناشر چندبنیاد به حساب آمدند. با توجه به پاسخ‌های دریافت‌شده از سؤال‌های اول و دوم، 8 ناشر به‌عنوان ناشران چندبنیاد شناخته شدند که این‌گونه فعالیت‌ها را در برطرف کردن آسیب‌های کتاب، از پدید آوردن تا خواندن، مؤثر دانسته‌اند. اظهارات ایشان در سه موضوع اصلی و ده زیرموضوع دسته‌بندی شد که در جدول 2 آمده است.

### جدول 2. نوع فعالیت ناشران چندبنیاد در استان کرمانشاه

نوع ناشران استان کرمانشاه	موضوعات	زیرموضوعات	اظهارات ناشران چندبنیاد
ناشران چندبنیاد	تبلیغ و اطلاع‌رسانی	تبلیغ در وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها	برای اینکه دیده بشیم، عضو سایت‌هایی مثل آدینه بوک یا سامانه نشر کتاب هستیم. خیلی پیش اوامده که اینترنتی کتاب ما رو دیدن و درخواست خرید دادن. (مصاحبه شماره 5)
ناشران چندبنیاد	تبلیغ و اطلاع‌رسانی	تبلیغ در رسانه‌های محلی	ماه پیش که کتاب خیلی ارزشمندی توسط نویسنده توانایی نوشته شد، با همکاری هفته‌نامه {...} تبلیغ کردیم. بعدش از طرف سازمان {...} با ما تماس گرفتن و سفارش چندین نسخه دادن. (مصاحبه شماره 3)
		توزیع پوستر و	هرچند هزینه‌بر هست، برای ما اما

<p>تو مراکزى مثل پاتوق كتاب و خانه فرهنگ كرمانشاه سعى مى كنيم هرچند وقت يك بار پوستر بنزيم. چون اونجا آدم هاى اهل كتاب مى آن. (مصاحبه شماره 11)</p>	<p>بروشور</p>		
<p>وقتي كتاب علمى چاپ مى كنيم براى همه استادا و كارشناس هاى دانشگاه ايميل مى زنيم و بهشون اطلاع مى ديم. (مصاحبه شماره 8)</p>	<p>ارسال ايميل</p>		
<p>سال هاى گذشته نهادهاى علمى مثل كتابخانه هاى عمومى استان خودشون اومدن و با ما همكارى كردن. هر كتاب جديدى رو براى كارمندان و اعضاشون پيامك مى زنيم. (مصاحبه شماره 23)</p>	<p>ارسال پيامك</p>		
<p>وقتي نويسنده مى آد اينجا بهش يه فرم مى ديم كه اطلاعات كامل كتاب رو بنويسه تا بررسى كنيم ببينيم چطور كتابيه. آيا واقعاً درخواست دانشجوها هست يا نه؟ (مصاحبه شماره 9)</p>	<p>دريافت اطلاعات كتاب</p>		
<p>فرم هاى داريم كه از نويسنده درباره مقايسه كتاب خودش با كتاب هاى ديگه اى كه تو اين زمينه نوشته شده سؤال مى كنيم. (مصاحبه شماره 8)</p>	<p>شناسايى موضوع</p>	<p>بستريابى</p>	
<p>تا حالا خيلى پيش اومده كه كتاب در مرحله داورى رد شده و ما</p>	<p>داورى</p>		

چاپش نکردیم. (مصاحبه شماره 21)			
کتاب که چاپ شد، ما علاوه بر اینکه به نویسنده نسخه‌هایی می‌دیم، نسخه‌هایی هم به مراکز فروش خودمون می‌بریم. چون مراکز ما به‌عنوان فروش کتاب‌های دانشگاهی و علمی شناخته‌شده هستن. (مصاحبه شماره 11)	ایجاد مراکز فروش	توزیع	
یکی دیگه از کارهای لازم اینه که کتاب‌هایی که چاپ می‌کنیم یکی دو نسخه هم برای کتابخانه مرکز ارسال می‌کنیم. (مصاحبه شماره 8)	ارسال به کتابخانه		

### نتیجه‌گیری

در یک دهه گذشته، تحولات چشمگیری در زمینه نشر کتاب شاهد بوده‌ایم. این تحول در شاخص‌های افزایش عناوین کتاب‌ها، سهولت در گرفتن پروانه نشر و شروع کار انتشاراتی، سهولت در صدور مجوز انتشار کتاب، رفتار مسئولانه‌تر مقامات در مقابل نشر و کتاب‌خوانی مشهود است. اما یافته‌ها نشان می‌دهد با وجود چنین پیشرفت‌هایی در زمینه ناشران و کتاب، همچنان معضل مربوط به خوانندگان وجود دارد. نتایج مقتضی نظری و میرحسینی (1387)، که مشکلات نشر سال‌های 1376-1386 را بیان می‌کند، فقدان فرهنگ عمومی مطالعه، مشکلات پخش و توزیع، همکاری نکردن رسانه‌های جمعی را از آسیب‌های یک دهه پیش می‌داند. با وجود این، نتایج مطالعه حاضر نیز همچنان یافته‌های ایشان را تأیید می‌کند. این نتایج به محل اشکال در روند کلی فرایند چاپ نشر بنا به دلایل کشف‌شده‌ای اشاره مستقیم دارد



که به آن می‌پردازیم. از طرف دیگر، به‌رغم اینکه فناوری‌های جدید مردم را به سمت راحت‌خوانی و کوتاه‌خوانی کشانیده‌اند و بیشتر این مطالعات در قالب الکترونیک انجام می‌شود، مطالعات گودوین (2014) و اسلاتر (2009) نشان می‌دهد که کتاب‌های چاپی همچنان متقاضی خود را در جامعه داشته‌اند. مطالعه حاضر نیز گواهی بر این مدعاست، اما به‌وضوح مشاهده می‌شود این حالت در جوامع علمی و دانشگاهی و نیز کتاب‌خوانان قدیمی بیشتر حاکم است و قشر نوجوان و جوان جامعه از کتاب و کتاب‌خوانی دورتر می‌شوند. نتایج مطالعه حاضر در این زمینه نیز نشان می‌دهد که این اتفاق ریشه در کمبود و فقدان فاکتورهای مانند نیروی متخصص و ماهر، امکانات و تجهیزات و بودجه کافی و مناسب دارد. حاصل چنین معضلاتی عدم کیفیت و کمیت لازم از پدید آوردن تا خواندن کتاب است. نتایج فهم‌نیا و منطق (1392) نیز اثبات کرده است میزان کیفیت با میزان جذب مخاطب تناسب دارد. در نتیجه، کیفیت محتوایی و ظاهری کتاب با کمک نیروی متخصص می‌تواند در ایجاد علاقه و انگیزه و آسیب‌زدایی خواننده مؤثر واقع شود. نتایج مطالعه حاضر در این زمینه با مطالعه رحمانی (1385) هم‌راستا است. رحمانی ادعا می‌کند توجه متخصصان در احتیاجات گروه‌های سنی متفاوت در تولید کتاب میزان گرایش افراد را به مطالعه افزایش می‌دهد.

عامل مهم دیگری که مطالعه حاضر در آسیب‌شناسی کتاب و خوانندگانش کشف کرد نخریدن کتابخانه‌های عمومی به صورت محلی است. مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند که کتابخانه‌های عمومی از ناشران استان خرید نمی‌کنند. مطالعه اسلاتر (2009) نشان می‌دهد که در کتابخانه‌های عمومی کتاب‌هایی که به صورت محلی خریداری شده‌اند مخاطب بیشتری نسبت به کتاب‌های کنسرسیومی داشته است. یافته‌ها در این زمینه نشان می‌دهد برای

افزایش جذب مخاطب و نیز آسیب‌زدایی ناشر و نویسنده حضور کتاب‌های محلی استان در کتابخانه‌های عمومی الزامی است. این فرایند نتیجه‌اثربخش دیگری نیز خواهد داشت و آن اینکه با به کار افتادن چرخه خرید و خواندن کتاب، ذهن نویسنده و محتوای کتاب‌ها نیز صیقل خواهد خورد، به این دلیل که دسترسی برابر با در معرض دید و نقد قرار گرفتن است. قدرت نقد و حمایت اندیشه خواننده می‌تواند در بالا بردن کیفیت و کمیت کتاب بسیار مؤثر واقع شود و مطابق مطالعهٔ بث تور (2007) به نوآوری و خلاقیت و در نتیجه رقابت سازنده بینجامد.

اهمیت نشر در جهت تأثیر عمیق بر فرهنگ، نیازمند توجه برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران این عرصه است تا با حرکتی سنجیده در جهت اصلاح نواقص برآیند ارگان‌ها و سازمان‌هایی همچون نهاد کتابخانه‌های عمومی، آموزش و پرورش، آموزش عالی، رسانه‌های جمعی و ارتباطی بزرگ به همراه دولت باید با ایجاد برنامه‌ای مدون و طولانی‌مدت با هدف افزایش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی در شناسایی و بسترسازی تلاش کنند. آموزش و پرورش و آموزش عالی با نهادینه کردن کتاب‌محوری و تحقیق و پژوهش اصولی و صحیح، نهاد کتابخانه‌های عمومی با افزایش سهولت دسترسی، رسانه‌های جمعی با تبلیغات گسترده و بازاریابی بی‌توقف و در نهایت دولت با در اختیار قرار دادن منابع و امکانات لازم برای تربیت و تولید نویسنده و نیروی متخصص می‌توانند در آسیب‌زدایی کتاب موفق و مؤثر واقع شوند. یافته‌های مطالعه حاضر در زمینه‌های یادشده با مطالعات آینا (1999)، نیک‌پیام (1393)، توفانی و منتظر (2011) و خلعتبری (1393) هم‌راستا است.

همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهد ناشران به‌منزله حلقه اتصال نویسنده و خواننده در شناسایی نوع نیاز و نیز سرمایه‌گذاری در پروراندن نویسندگان

ماهر تأثیر بسزایی دارند و انتشار تنها وظیفه آن‌ها نیست، بلکه رواج کتاب‌خوانی و فرهنگ مطالعه وابسته به میزان تبلیغات، اطلاع‌رسانی، بسترشناسی و جلوگیری از دل‌زدگی مخاطب و ورود کتاب‌های بی‌مخاطب است. انجام دادن چنین فعالیت‌هایی ناشران را از تک‌بنیاد به چندبنیاد بودن تغییر می‌دهد که در طولانی‌مدت با صرف هزینه و وقت به طور قطع به بازدهی مثبت و اثربخش در جامعه خواهد رسید. جامعه عمل پوشانیدن به این نتایج می‌تواند ما را به هدف کشور عزیزمان ایران، که رشد متعالی است، در قالب برنامه‌ای جامع با اهداف طولانی‌مدت برساند.

### پیشنهادها

- الف) براساس یافته‌های پژوهش، راهکارها و پیشنهادهایی برای آسیب‌شناسی کتاب از پدید آمدن تا خواندن بدین شرح ارائه می‌شود:
- فراهم کردن زمینه برای ایجاد وبلاگ و وبسایت روزآمد اختصاصی برای ناشران؛
  - ایجاد نظام توزیع یکپارچه کتاب؛
  - ایجاد شبکه کتاب‌های ناشران شهرستانی؛
  - ایجاد تسهیلات برای توزیع کتاب از سوی ناشران؛
  - افزایش بودجه و امکانات برای ناشران؛
  - افزایش همکاری نهادهای دولتی با صنعت چاپ و نشر؛
  - افزایش همکاری رسانه‌های ملی با صنعت چاپ و نشر؛
  - تربیت و پرورش نویسندگان؛
  - تربیت و پرورش نیروی متخصص در حوزه تبلیغات و اطلاع‌رسانی صنعت چاپ و نشر؛
  - فرهنگ‌سازی کتاب‌محوری از سوی آموزش و پرورش؛
  - انگیزه‌سازی در پژوهش از سوی آموزش عالی؛

- برگزاری همایش‌ها و گردهمایی‌های ناشران و پژوهشگران در استان‌های دیگر کشور؛

- حذف اجبار برای چاپ کتاب در ارتقای شغلی؛

- تولید لوازم و ملزومات چاپ و نشر در داخل کشور؛

- ایجاد مراکز بستریابی و شناسایی موضوعات مورد نیاز جامعه در مرکز انتشارات هر استان؛

- ایجاد اتحادیه یا صنف ناشران در هر استان؛

- ایجاد تسهیلات خرید کتاب برای مخاطبان.

ب) پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

- شناسایی فعالیت‌های اثرگذار ناشران در جذب مخاطب؛

- آسیب‌شناسی کتاب از پدید آوردن تا خواندن از دیدگاه نویسندگان؛

- آسیب‌شناسی کتاب از پدید آوردن تا خواندن از دیدگاه خوانندگان؛

- بررسی تأثیر تبلیغ بر جذب مخاطب؛

- بررسی تأثیر تولیدات داخلی ملزومات صنعت چاپ و نشر بر قیمت کتاب.

Archive

## منابع

آذرنگ، عبدالحسین (1380). *چون و چرایی در باب سیاست‌های نشر کتاب*، تهران: نشر کتابدار.

اجاقی، رضوان؛ کیوان‌آرا، محمود؛ چشمه‌سهرابی، مظفر؛ پاپی، احمد (1390). «تحلیل آسیب‌شناسی تقلب و سرقت علمی، آموزش در علوم پزشکی»، 11 (9): 1063 - 1073.

امری، مرتضی؛ اشرفی‌ریزی، حسن؛ پاپی، احمد؛ بهرامی، سوسن؛ سموعی، راحله (1390). «رابطه بین هوش هیجانی و مهارت‌های ارتباطی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه اصفهان و دانشگاه علوم پزشکی اصفهان»، 8 (5): 662 - 672.

حاج رستم‌گللو محمدرضا، آسیب‌شناسی نشر کتاب، نسخه شماره 3778. دانلود در تاریخ: 23/03/1394 قابل مشاهده در آدرس: <http://mardomsalari.com/Template1/News.aspx?NID=220430>

خلعتبری، فریده (1393). «نشر کتاب، دیروز، امروز، فردا»، فصل‌نامه *اطلاع‌رسانی و ارتباطات*، 1 و 2: 265 - 271.  
رحمانی، بتول (1385). «سیر ایجاد انگیزه فرهنگ مطالعه»، *فرهنگ آموزش*، 2 (5): 45 - 47.

رضوی، ابوالفضل (1387). «مروری بر تاریخچه چاپ و چاپخانه در ایران»، کتاب *ماه تاریخ و جغرافیا*، مهر، 22 - 27.

شبکه ملی مدارس، تاریخچه چاپ و نشر، دانلود در تاریخ: 22/07/1394 قابل مشاهده در آدرس: <http://daneshnameh.roshd.ir>

فهم‌نیا، فاطمه؛ منطق، حسن (1392). «بررسی نقش کیفیت خدمات ارائه‌شده به وسیله کتابخانه‌های دانشگاهی در افزایش اعتماد دانشجویان به آن»، *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*، 47 (2): 117 -

## .137

کرجی، میترا؛ اسفندیاری مقدم، علیرضا؛ زارع، امین (1393). «بررسی عوامل مؤثر بر جذب کاربران با استفاده از عناصر آمیخته بازاریابی در کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه» پایان‌نامه دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

گلزاده، بهرام (1389). «نقش کتاب و کتاب‌خوانی در فرهنگ»، *آفتاب‌نیوز*، دانلود در تاریخ 1394/8/20، قابل مشاهده در آدرس: <http://aftabnews.ir/vdcjtheh.uqevzsfu.htm>

مفتخری نظری‌پور، طاهره؛ میرحسینی، زهره (1387). «بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های 1376 - 1386»، فصل‌نامه *دانش‌شناسی*، 1 (2): 98 - 114.

نیک‌پیام، جواد (1393). چاپ و نشر دیجیتال: با نگاهی به مدل کسب و کار، فصل‌نامه *تحلیلی پژوهشی کتاب مهر*، 5 (15): 46 - 60.  
یاری، شیوا (1394). «خواندن در محیط دیجیتال (در همایش ملی خواندن)»، دانشگاه کردستان، 28 - 29 آبان.

Aina, L.O (1999). "The problems of tertiary publishing in Africa and implications for the training and education of library and information professionals", *Library Review*, 48 (8): 399-402.

Goodwin, C (2014). The e-Duke Scholarly Collection: e-book v. print use. *Collection Building*, 33 (4): 101-105.

Keyvanara M, Ojaghi R, Sohrabi MC, Papi A. (2013). Experiences of experts about the instances of plagiarism, *J. Edu Health Promot*, 2 (32).

Slater, R (2009). E-books or print books, "big deals" or local selections-What gets more use?, *Library Collections Acquisitions & Technical Services*, 33 (1): 31-41.

Toufani S, Montazer G, (2011) "E-publishing readiness assessment in Iranian publishing companies", *The Electronic Library*, 29 (4): 470-487.

Torr, Beth (2007). Commerce or culture? Is the role of the modern

publisher proactive or reactive? [Online], Available at <http://www.brookes.ac.uk/schools/apm/publishing/culture>.

---

1. chappn
2. impression
3. publication
4. Goodwin
5. Kimble library
6. E-duke
7. Slater
8. Oakland University
9. Beth Torr
10. Aina
11. qualitative method
12. in-deep interview
13. purposive sampling
14. data saturation
15. thematic analysis

Archive of SID