

مشکلات توزیع کتاب‌های چاپی کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران

سمیه پاک‌نهاد (نویسنده مسئول)

دانشجوی دکترای علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز
spaknahad68@gmail.com

محمدرضا وصفی

استادیار دانشکده علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران
mrvasfi@ut.ac.ir

فاطمه فهیم‌نیا

دانشیار دانشکده علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران
fahimnia@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۶/۰۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۹/۱۸

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، شناسایی و معرفی مشکلات توزیع کتاب‌های چاپی کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران این حوزه است.

روش: این پژوهش، با چارچوب آمیخته و با طرح اکتشافی انجام شده است. به منظور شناسایی مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان در ایران، نخست با ۱۱ ناشر کودک و نوجوان شهر تهران که به روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شده بودند، مصاحبه شد. سپس از طریق فن تحلیل محتوای کیفی، شاخص‌های اصلی حاصل از مصاحبه، استخراج شد و در قالب پرسشنامه، بین کلیه اعضای انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان که دارای ۵۵ عضو است، توزیع گردید. برای اعتبارسنجی بخش کیفی از معیارهای اعتبارپذیری و قابلیت اطمینان استفاده شد. روایی پرسشنامه بر اساس نظر خبرگان نشر و همچنین پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ تعیین گردید. تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی در نرم‌افزار SPSS انجام شد.

یافته‌ها: مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان از دیدگاه ناشران این حوزه در پنج مقوله اصلی و ۱۳ مقوله فرعی دسته‌بندی شد. از دیدگاه اعضای انجمن ناشران کتاب کودک و نوجوان، مقوله زیرساخت‌های فرهنگی با میانگین ۴/۱۹، مقوله مسائل مالی و اقتصادی با ۴/۰۷، مقوله مسائل تشکیلاتی و صنفی با میانگین ۴/۰۵، مقوله مسائل اطلاعاتی و ارتباطی با میانگین ۴/۰۰، و در نهایت مقوله سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی با میانگین ۳/۵۷ به ترتیب جزء مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان بود.

اصالت/ارزش: پژوهش حاضر به دسته‌بندی و معرفی مهم‌ترین مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان و نشان‌دادن سطح اهمیت آنها طبق نظرات متخصصان و کارشنان این حوزه پرداخته است که می‌تواند منبع مفیدی برای تصمیم‌گیران و سیاستگذاران فرهنگی باشد.

کلیدواژه‌ها: کتاب کودک و نوجوان، توزیع کتاب، ناشر کودک و نوجوان.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 22, No.2; Successive No. 85; Summer 2016; Pp. 291-308; Indexed in ISC, SID & MagIran.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی؛ فصلنامه علمی-پژوهشی؛ دوره ۲۲، شماره ۲، پیاپی ۸۵، تابستان ۱۳۹۵، ص ۲۹۱-۳۰۸، نمایه‌شده در ISC، SID و MagIran

مقدمه

کودکان و نوجوانان^۱ امروز، آینده‌سازان کشورند. لزوم توجه به دسترسی سریع، آسان و به موقع آن‌ها به کتاب که از نیازهای فرهنگی این قشر از جامعه محسوب می‌شود، مهم است و باعث صرفه‌جویی در هزینه‌ها و از همه مهم‌تر بالابردن فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی در کودکان و نوجوان می‌شود.

براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰ (جدیدترین آمار)، جمعیت کشور ۷۶ میلیون و ۱۰۰ هزار نفر گزارش شده است که از این تعداد حدود ۲۳/۴ درصد معادل ۱۷/۵ میلیون را کودکان و نوجوانان (زیر ۱۵ سال) تشکیل می‌دهند و نرخ رشد جمعیت حدود ۱/۳ درصد است؛ یعنی در حال حاضر سالانه حدود ۹۰۰ هزار نفر به جمعیت کشور افزوده می‌شود.^۲ بنا بر آمارهای خانه کتاب، تیراژ کتاب‌های کودک و نوجوان در طول چند سال اخیر روند نزولی داشته است؛ به‌طوری که تیراژ متوسط کتاب از ۶۳۲۶ عنوان در سال ۱۳۸۳ به ۳۴۰۸ عنوان در سال ۱۳۹۲ کاهش یافته است.^۳ این آمار حاکی از آن است که تیراژ کتاب‌های کودک و نوجوان در کشور با روند رشد جمعیت این قشر همخوانی ندارد؛ بنابراین جمعیت زیادی از کودکان و نوجوانان کشور از دسترسی به کتاب خود محروم شده و در صورت ادامه این روند محروم‌تر خواهند شد. این آمار لزوم اهمیت توجه به کتاب کودکان و نوجوان و شناخت مسائل و مشکلات این حوزه را یادآوری می‌نماید.

چرخه طبیعی کتاب شامل سه مرحله اصلی پدیدآوردن، منتشر کردن و خواندن است (رضایی، رشیدی و تنکابنی، ۱۳۸۱، ص ۹۸). این چرخه شامل ناشر، عمده‌فروش، خرده‌فروش و مصرف‌کننده است. عناصر موجود در این چرخه تحت تأثیر عوامل مختلف داخلی و خارجی قرار دارند که این عناصر گاه موجب تسریع و گاه موجب کندی یا توقف روند آن می‌شوند. عوامل فرهنگی، اقتصادی و سیاسی حاکم بر جامعه به‌عنوان سه عامل مهم خارجی هستند و توزیع کتاب نیز به عنوان یکی از عوامل داخلی تأثیرگذار بر چرخه کتاب محسوب می‌شود

۱. در این پژوهش منظور از کودک و نوجوان، فرد زیر ۱۵ سال است.

۲. سایت مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵/۵/۱۲، www.amar.org.ir.

۳. سایت خانه کتاب، ۱۳۹۵/۵/۱۲، www.ketab.ir.

(محسنی، ۱۳۸۷، ص ۱۰). بررسی صنعت نشر کتاب در ایران نشان می‌دهد که همواره مسئله توزیع کتاب یکی از مشکلات اصلی محسوب می‌شود (مطلبی، ۱۳۹۳). عدم توجه به مشکلات توزیع کتاب سبب بروز مشکلات متعددی از جمله: اختلال در تولید کتاب، عدم داشتن تمایل و انگیزه نویسندگان به تولید کتاب (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۷، ص ۱۶۴)، پنهان ماندن کتاب از دید مخاطبان و انباشت آن‌ها در انبارها و عدم رسیدن به سود مورد نظر توسط ناشر. توجه به این مطلب از این جهت حائز اهمیت است که توزیع مناسب به دسترسی بهتر، بهینه‌تر و کم‌هزینه‌تر منجر می‌شود.

مشکل توزیع، چرخه کتاب کودک و نوجوان را نیز تحت تأثیر قرار داده است. پدram (۱۳۸۲) توزیع کتاب کودک را از توزیع کتاب‌های بزرگسالان نیز مشکل‌تر می‌داند. وی در گزارشی به بیان مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان از دیدگاه ناشران شهرستانی می‌پردازد. ناشران شهرستانی، تأخیر در توزیع کتاب، مشکلات فروش کتاب، عدم اطلاع‌رسانی کتاب‌های چاپ شده و فعالیت مؤسساتی را که به‌طور متمرکز کتاب خریداری و در مدارس توزیع می‌کنند را از مشکلات خود در توزیع کتاب کودک و نوجوان بیان می‌کنند. با مرور شماره‌های مختلف نشریه کتاب ماه کودک و نوجوان، نشریه مهر و کتاب ماه کلیات می‌توان گزارشات و مصاحبه‌هایی را از ناشران و صاحب‌نظران مشاهده نمود که مسئله توزیع کتاب کودک و نوجوان و مشکلات آن را در ایران مطرح کرده‌اند. برای نمونه حمزه‌زاده (۱۳۹۱)، مسائل توزیع کتاب کودک در ایران را شامل غیرحرفه‌ای شدن صنعت نشر و وجود مافیای بخش توزیع، استاندارد نبودن نمایشگاه کتاب، کمبود مراکز توزیع و ناکافی بودن خریدهای نهادهای دولتی دانسته است. با مرور شماره‌های مختلف این سه نشریه مشاهده شد که مسئله توزیع کتاب کودک و نوجوان در ایران بارها توسط ناشران و صاحب‌نظران مطرح شده است که در ادامه نمونه‌هایی از اظهارات آن‌ها در خصوص مشکلات توزیع کتاب آمده است. نبود شبکه قدرتمند در توزیع کتاب و رقابت ناسالم در بازار و نبود قوانین در حوزه نشر و توزیع (حیدرزاده، ۱۳۹۰)؛ غیرحرفه‌ای شدن صنعت نشر، وجود مافیای بخش توزیع، استاندارد نبودن نمایشگاه کتاب، کمبود مراکز توزیع و ناکافی بودن خریدهای دولتی (حمزه‌زاده، ۱۳۹۱)؛ فراگیر نبودن سیاست‌های حمایتی دولت در حوزه نشر و نگاه صرف دولت به حوزه تولید و

نادیده گرفتن توزیع، نبود تمایز در سیاست‌های حمایتی دولت از نشر حرفه‌ای و آماتور، نبود آموزش‌های لازم برای کتاب‌فروشان و کم بودن تعداد کتاب‌فروشی‌ها و ابهام قواعد مالی، تجاری و حقوقی بین تولیدکننده و توزیع‌کننده (سمیعی، ۱۳۸۲)، از جمله مشکلاتی است که توسط صاحب‌نظران مطرح شده است. علاوه بر وجود متون و شاخص‌های مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان در گفتگوهای ناشران داخلی، تحقیقات چندی نیز در خصوص ابعاد، ویژگی‌ها، راهبردها، و برنامه‌های توزیع کتاب انجام شده است که جزو ادبیات تحقیقی موجود به حساب می‌آید. برای مثال حیاتی (۱۳۵۸) مشکلات ناشران در توزیع را شامل بالابودن قیمت تمام شده کتاب، عدم توزیع صحیح کتاب در کشور، عدم حمایت دولت، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری از ناشران، عدم تبلیغ برای کتاب و بالابودن قیمت کتاب نسبت به درآمد مردم معرفی کرد. حسنی (۱۳۷۸) نشان داد که عمده ناشران خراسان از کار خود رضایت کامل ندارند. از نظر هزینه‌های کتاب بیشترین هزینه را بعد از تولید، توزیع کتاب به خود اختصاص داده است که نشان‌دهنده نظام ناسالم بازار و فقدان تشکیل منظم و بزرگ پخش است. اصلانی‌ملایی (۱۳۷۹) نشان داد عوامل فرهنگی از نظر ناشران و عوامل اقتصادی از نظر اهل قلم، مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر وضعیت نشر در شهر اصفهان بوده‌اند. رضایی، رشیدی و تنکابنی (۱۳۸۱) در مقاله‌ای نشان دادند که سیستم توزیع فعلی کتاب در ایران ناکارآمد است و این سیستم باعث عدم دسترسی مخاطب به کتاب می‌شود. مکی‌زاده (۱۳۸۲) در مقاله‌ای نشان داد که وضعیت نشر کتاب در استان یزد طی دهه ۷۰ رشد مطلوبی نداشته است و بیش از ۵۰ درصد کتاب‌فروشان استان از وضعیت حرفه‌ای موجود ناراضی هستند. بنی‌اقبال و بیگم‌اوصیاء (۱۳۸۴) نشان دادند که اصلی‌ترین مشکل ناشران و کتاب‌فروشان مازندرانی غیراقتصادی بودن آن است که مهم‌ترین دلیل آن پایین بودن سرانه مطالعه کشور و وضعیت اقتصادی مردم است. از نظر ناشران این استان، مدت‌زمان فروش کتاب بستگی به جایگاه کتاب نزد مخاطبان و پخش کتاب دارد و فقدان ارتباط منظم و مستمر بین اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان با مراکز پژوهشی، علمی و فرهنگی و محافل فکر و اندیشه از دیگر مشکلات نشر در سطح استان مازندران است. بیگدلی، الهام‌پور و باجی (۱۳۸۶) نشان دادند که در بسیاری از موضوع‌های فرعی مربوط به ده موضوع اصلی بر اساس طرح دیوئی، میان خواسته‌های دانش‌آموزان دوره راهنمایی شهر اهواز و

کتاب‌های موجود برای دانش‌آموزان این دوره تناسب چندانی برقرار نیست. مفتخری نظری‌پور و میرحسینی (۱۳۸۷) نشان دادند عوامل و موانع مشکلات پخش و توزیع کتاب از نظر ناشران تهرانی عدم اطلاع‌رسانی رسانه‌های جمعی، عدم اطلاع‌رسانی خود ناشر و در آخر کمبود تعداد مراکز پخش کتاب است. احسانی، کوبی و فرج‌پهلوی (۱۳۸۸) نشان دادند که در بسیاری از موضوع‌های فرعی مربوط به ده موضوع اصلی با توجه به طرح دیوئی، میان خواسته‌های دانش‌آموزان دوره راهنمایی شهر اهواز و فراوانی کتاب‌های مناسب گروه سنی «د» در کتابخانه مرکزی کانون اهواز، تناسب چندانی وجود ندارد. حق‌پرست (۱۳۸۹) از موانع ایجاد خرده‌فروشی آنلاین کتاب را مسئله رقابت، هزینه‌بر بودن راه‌اندازی آن، نبود حامی مالی و مشکلات اقتصادی موجود در اقتصاد کتاب دانست. باب‌الحوائجی و همکارانش (۱۳۹۰) نشان دادند که ۷۷ درصد کتاب‌ها در تهران و تنها ۲۳ درصد در دیگر شهرستان‌ها منتشر شده است و میان میزان متوسط قیمت کتاب و میزان عرضه آن (شمارگان کل) و نیز میان تعداد ناشران فعال و میزان عرضه کتاب هر سال رابطه مثبت معناداری وجود دارد. قلعه‌نوی (۱۳۹۱) نشان داد که از کتاب‌فروشان مشهدی، موضوع و محتوای کتاب مهم‌ترین عامل در انتخاب و خرید کتاب بوده و قیمت و محتوای کتاب تأثیرگذارترین عامل در خرید کتاب از سوی مخاطب است. مطلبی و باب‌الحوائجی (۱۳۹۱) نشان دادند که فقر اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را در عرضه کتاب از دیدگاه ناشران داشته است و اطلاع‌رسانی کتاب از طریق مطبوعات و توزیع مطلوب کتاب بیشترین تأثیر مثبت را بر تقاضای کتاب دارد. التماسی (۱۳۹۴) نشان داد که دو مؤلفه درآمد و قیمت از جمله مهم‌ترین و پربسامدترین مؤلفه‌های مطلوبیت فروش کتاب و افزایش تقاضاست. صفوی (۱۳۹۴) نشان داد نسل امروز با حضور در بازار نشر از شاهکارهای ادبی مطلع می‌شوند لذا ضرورت تجدید چاپ و انتشار مجدد آثار فاخر و ماندگار ادبیات کودک امری ضروری است. فهیمی فر (۱۳۹۴) نشان داد محتوای ضعیف، نشر غیر روزآمد، نبود نظارت اصولی، نبود اشاعه و توزیع مناسب اطلاعات در مورد کتاب‌ها، بی‌توجهی نهادهای مسئول نشر و غیره از آسیب‌های اقتصاد نشر ایران است. کرمی و اجاقی (۱۳۹۴) نشان دادند که از نظر ناشران، با وجود پیشرفت‌هایی که در زمینه تکنولوژی نشر و توزیع کتاب به وجود آمده، همچنان معضل کتاب‌نخوانی مهم‌ترین مانع پیشرفت نشر به حساب می‌رود. مطلبی (۱۳۹۴) مافیای توزیع، کمبود

ویرترین عرضه کتاب، عدم توجه رسانه‌ها به تبلیغ و اطلاع‌رسانی، کمبود منابع نقد و بررسی و اطلاع‌رسانی، ممیزی و غیره را از مشکلات چرخه نشر معرفی کرد. نام‌آور و قدمی‌قلندری (۱۳۹۴) نشان دادند که تعداد کمی از ناشران، مراکز پخش و فروشگاه‌های کتاب نیاز به استفاده از ابزارهای نوین و به‌روز فناورانه را احساس کرده‌اند.

تحقیقاتی در خارج از کشور نیز انجام شده که به فهم و مقایسه معضلات نشر کمک می‌کند. برای مثال، لندسلی^۱ (۱۹۹۱) در مقاله‌ای نشان داد که زمان و تنوع به‌عنوان ابعاد استراتژیکی با اهمیت هستند. رینگستاد و لویلند^۲ (۲۰۰۶) در پژوهشی نشان دادند که با افزایش قیمت کتاب و کاهش درآمد، تقاضا برای کتاب پایین می‌آید و خانواده‌هایی با کودکان کمتر از ۷ سال تمایل بیشتری برای خرید کتاب دارند. کانوی، ون‌اورز و ون‌درپلاگ^۳ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای نشان دادند که دولت در بازار کتاب می‌تواند از طریق قوانین مربوط به قیمت کتاب، کمک‌های مالی به نویسندگان و ناشران، مالیات بر ارزش افزوده کم، ایجاد کتابخانه‌های عمومی و آموزش دخالت کند تا به تنوع عرضه کتاب و ترویج خواندن کمک نماید. لینگ^۴ (۲۰۰۶) در پژوهشی طرح‌های بازاریابی فروش را برشمرده که عبارت بودند از: تمرکز کردن روی استراتژی‌های فنون بازاریابی زنجیره‌ای و به‌طور خاص بر ملاحظات کتاب‌فروشی‌های زنجیره‌ای در زمینه خدمات‌رسانی گسترده‌تر به مشتریان دارند. نیومکس^۵ (۲۰۱۰) مشکلات توزیع کتاب در جهان عرب را به صورت زیر برشمرده است: نمایشگاه‌های سنتی کتاب، ساختار توزیع ناکارآمد و هزینه بالای کتاب، سیستم اطلاع‌رسانی و تبلیغ در زمینه کتاب، کمبود خرده‌فروشان و کتاب‌فروشی‌ها و پراکندگی نامتعادل آن‌ها، وجود مسائل مالی و نبود قوانینی در زمینه روابط مالی و تجاری در صادرات خارجی کتاب، عدم به‌کارگیری فناوری‌های نوین در سیستم توزیع (تبلیغات اینترنتی، خرید اینترنتی، پرداخت آنلاین و غیره) و مشکلات زیرساختی. جیمز^۵ (۲۰۱۱) مشکلات نشر کتاب در نیجریه را مسائل جدی زیرساختی (مانند عدم حمایت دولت و بی‌سوادی)، عدم شناخت بازار محلی، روشن نبودن اهداف نشر، نبود برنامه بازاریابی، عدم تعریف بودجه مشخص برای این حوزه، کارمندان ناکافی، کم بودن تعداد عناوین منتشر شده و عدم حمایت دولت از این صنعت و غیره معرفی کرده است.

1. Lindsley 2. Ringstad, Loyland 3. Canoy, Van der Ploeg, Van Ours

۴. شرکت مشاوره کسب و کار بین‌المللی که در زمینه الگوهای استراتژیک در اقتصاد جهانی فعالیت می‌کند.

5. James

با وجود این اظهارات و تحقیقات، تاکنون پژوهشی علمی که به شناسایی مشکلات توزیع کتاب «کودک و نوجوان» پرداخته باشد، در ایران انجام نشده است و عواملی که در این قبیل مصاحبه‌ها و گزارش‌ها توسط دست‌اندرکاران حوزه نشر و توزیع کتاب کودک و نوجوان بیان شده است، نمی‌تواند نشان‌دهنده مشکلات دقیق ناشران کتاب کودک و نوجوان در توزیع باشد. شناسایی چالش‌های موجود در توزیع کتاب کودک و نوجوان، می‌تواند مسئولان از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در برنامه‌ریزی بهتر برای آینده یاری نماید و به عاملان حوزه توزیع کتاب کودک و نوجوان کمک کند تا در اتخاذ تصمیم جدی برای توزیع، آگاهانه‌تر عمل نمایند. در نهایت شناسایی مشکلات حوزه توزیع کتاب کودک و نوجوان امکان می‌دهد تا تصویر نسبتاً جامع و دقیقی از مشکلات و راه‌های رفع آن‌ها به دست آید تا به بهینه‌سازی روند توزیع کتاب کودک و نوجوان در ایران بیانجامد. از این رو هدف پژوهش حاضر، شناسایی مشکلات توزیع کتاب‌های چاپی کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران کودک و نوجوان است.

روش پژوهش

چارچوب پژوهش حاضر، آمیخته اکتشافی بود که شامل بخش کیفی و کمی می‌شود. روش به کار رفته در بخش کیفی، تحلیل محتوای کیفی و روش به کار رفته در بخش کمی، پیمایش بود. در طرح‌های آمیخته، پژوهشگر درصدد زمینه‌یابی درباره موقعیت نامعین است. برای این منظور ابتدا به گردآوری داده‌های کیفی می‌پردازد. انجام این مرحله او را به توصیف جنبه‌های بی‌شماری از پدیده هدایت می‌کند. با استفاده از این شناسایی اولیه، امکان صورت‌بندی فرضیه(هایی) درباره پدیده مورد مطالعه فراهم می‌شود. پس از آن، در مرحله بعدی، پژوهشگر می‌تواند از طریق گردآوری داده‌های کمی، فرضیه(ها) را مورد آزمون قرار دهد (بازرگان، ۱۳۹۱، ص ۱۶۶)؛ بنابراین در این نوع چارچوب‌های تحقیقی، به داده‌های کیفی اهمیت بیشتری داده می‌شود. علاوه بر آن در توالی گردآوری داده‌ها ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی گردآوری می‌گردد.

از آنجا که تمرکز اکثر ناشران کتاب کودک و نوجوان در تهران است و دسترسی به آنها برای انجام مصاحبه امکان‌پذیر بود جامعه پژوهش در بخش کیفی شامل تمامی ناشران کودک

و نوجوان در شهر تهران بود. از فهرست ناشران کودک و نوجوان خانه کتاب، ۱۱ ناشر به روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند بدین ترتیب که کل ناشران کودک و نوجوان به ترتیب تعداد انتشارات در سال ۱۳۹۲ مرتب شدند و ناشران کم‌کار کنار گذاشته شدند و از میان ناشران پرکار (بیش از ۵۰ عنوان) و متوسط (۱۱ تا ۴۹ عنوان) ۱۱ نفر انتخاب گردید. از آنجایی که نمونه‌گیری نظری بود، معرفی ناشران مصاحبه‌شونده و روند مصاحبه‌ها در انتخاب ناشران بعدی نقش داشت. داده‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. سؤالات اولیه مصاحبه با استفاده از چارچوب نظری باب‌الحوائجی (۱۳۸۷، ص ۱۶۷-۱۶۸) تدوین شد و در جریان مصاحبه‌ها، سؤالات نهایی شکل گرفت. به دلیل ماهیت و هدف تحقیق که شناسایی مشکلات توزیع کتاب کودک از دیدگاه ناشران و لزوم کشف مقوله‌های مشترک از دل نظرات آن‌ها بود، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. ابتدا متن ضبط‌شده مصاحبه‌ها به دقت پیاده‌سازی شد و به دفعات مورد بازخوانی قرار گرفت و سپس با کدگذاری متن، مقوله‌ها مشخص شدند. برای اطمینان از پایایی، نسخه‌برداری بخش‌هایی از سه مصاحبه علاوه بر پژوهشگر توسط فرد دیگری نسخه‌برداری شد و با ردیف کردن و شمارش کلمات نسخه‌ها در برنامه واژه‌پرداز رایانه و بررسی تفاوت موجود در دو نسخه، پایایی نسخه‌برداری به صورت کمی مورد کنترل قرار گرفت. به منظور اعتبارسنجی بخش کیفی از معیارهای اعتبارپذیری و قابلیت اطمینان استفاده شد. اعتبارسنجی به این صورت بود که در پژوهش حاضر، پژوهشگران به منظور گردآوری اطلاعات اولیه و انجام مصاحبه، حضور نسبتاً طولانی و مستمر در محیط پژوهش داشتند. همچنین نویسنده مسئول به دلیل کار در شرکت انتشاراتی، آشنایی کافی با حوزه نشر داشت. بیان شفاف هدف پژوهش، در جلب اعتماد مصاحبه‌شوندگان و همکاری آنها تأثیر به‌سزایی داشت. برای ارزیابی قابلیت اطمینان در این پژوهش از روش تبادل نظر با هم‌تایان بهره گرفته شد که طی آن، مقوله‌ها و چارچوب نهایی با یک عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران و متخصص حوزه نشر و یک عضو هیئت علمی مجتمع آموزش عالی وزارت جهاد کشاورزی و ناشر و متخصص حوزه نشر به اشتراک گذاشته شد و از نظرات آنها برای بهبود نتایج پژوهش استفاده گردید.

در بخش کمی، با استفاده از مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه، پرسشنامه پژوهش با

طیف پنج سطحی لیکرت تنظیم گردید. پرسشنامه به صورت سرشماری در بین کلیه اعضای انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان توزیع شد. دلیل انتخاب ناشران انجمن به عنوان جامعه پژوهش، امکان آگاهی از نظرات ناشران حوزه کودک و نوجوان سرتاسر کشور و قابل تعمیم بودن نتایج بین آنها بود و انجمن، با داشتن اطلاعات آدرس اعضای خود، این امکان را برای پژوهشگران فراهم ساخت. پرسشنامه‌ها به دو شیوه حضوری و اینترنتی از طریق پست الکترونیکی برای ناشران ارسال شد و در نهایت با پی‌گیری‌های صورت گرفته، تعداد ۳۲ پرسشنامه دریافت گردید. برای سنجش اعتبار محتوایی پرسشنامه، از نظرات ۱۰ نفر از متخصصان حوزه نشر و توزیع کتاب استفاده شد. برای سنجش پایایی نیز، ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۲ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است. داده‌های پرسشنامه به دلیل سرشماری بودن جامعه پژوهش با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) در نرم‌افزار آماری SPSS تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا یافته‌های حاصل از تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌ها و سپس آماره‌های توصیفی حاصل از پیمایش را ارائه می‌کنیم. برای شناسایی مشکلات ناشران کتاب کودک و نوجوان در زمینه مسائل توزیع کتاب کودک، ابتدا مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و واژه‌ها و عبارت‌های کلیدی هر پاراگراف جداسازی گردید. سپس کد مصاحبه‌های مربوط به هر یک از واژه‌ها یا عبارت‌ها، مقابل آن‌ها نوشته شد. کد هر مصاحبه از دو بخش حرفی (P) ابتدای واژه مشارکت‌کننده در مصاحبه) و عددی (شماره مصاحبه) تشکیل شده است. برای کدگذاری تمام جملات، پاراگراف‌ها، یا بخش‌هایی از مصاحبه که باعث ایجاد یک مقوله مشترک شده، کنار هم جمع و سپس مفاهیم به دست آمده مقوله‌بندی شدند. هنگام نام‌گذاری مقوله‌ها، نام‌هایی انتخاب شد که از نظر منطقی بیشترین ارتباط را با داده‌ها داشته باشد. این نام‌ها از ذخیره مفاهیم پژوهشگران در حرفه و رشته خود و یا از متون تخصصی رشته خاص و یا از کلمات و عبارات مورد استعمال مصاحبه‌شوندگان اخذ شده‌اند. مقوله‌های حاصل ممکن است مقوله اصلی یا فرعی باشند. در طی فرایند تحلیل محتوای کیفی، پنج مقوله اصلی و ۱۳ مقوله فرعی برای مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان شناسایی شد (جدول ۱). چارچوب نظری

باب‌الحوائجی (۱۳۸۷، ص ۱۶۷-۱۶۸) دارای چهار مقوله اصلی مسائل ساختاری، مسائل اطلاعاتی و ارتباطی، مسائل اقتصادی و بازرگانی، و مسائل تشکیلاتی - صنفی است. در پژوهش حاضر، مسائل ساختاری چارچوب نظری به سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی تغییر کرده و زیرساخت‌های فرهنگی به چارچوب نظری اضافه شده است:

جدول ۱. مقوله‌های حاصل از تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌ها

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی
سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی	مدیریت و برنامه‌ریزی دولت و نهادهای دولتی نظام ملی اطلاع‌رسانی
مسائل اطلاعاتی و ارتباطی	ابزارهای اطلاع‌رسانی و تبلیغ کتاب دانش و مهارت بازاریابی کانال‌های ارتباطی زیرساخت‌های ارتباطی
مسائل مالی و اقتصادی	مسائل مالی توزیع اقتصاد کتاب
مسائل تشکیلاتی - صنفی	تخصیص نبودن حرفه نشر روحیه ضعیف همکاری در عناصر نشر عملکرد ضعیف تشکلهای حرفه‌ای
زیرساخت‌های فرهنگی	نقش خانواده نقش مدرسه

با کدگذاری مفاهیم مربوط به زیرمقوله‌ها، سؤالات پرسشنامه تدوین شد. در ادامه، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه ارائه می‌شود. در این بخش به دلیل سرشماری جامعه پژوهش به گزارش اطلاعات توصیفی شامل میانگین و انحراف استاندارد داده‌ها می‌پردازیم. مقوله سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی متشکل از ۱۲ سؤال است. میانگین هر یک از این ۱۲ عامل در جدول ۲ قابل مشاهده است. «ضعف برنامه‌ریزی جامع و کلان در حوزه توزیع» و «سیاست‌های وزارت فرهنگ و ارشاد در انتخاب کتاب برای نهادهای تحت پوشش خود» مهم‌ترین مشکلات مربوط به سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی بود:

جدول ۲. اطلاعات توصیفی سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی

ردیف	سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف استاندارد
۱	ضعف برنامه‌ریزی جامع و کلان در حوزه توزیع	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۳۸	۰,۷۰۲
۲	سیاست‌های وزارت فرهنگ و ارشاد در انتخاب کتاب برای نهادهای تحت پوشش خود	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۰۶	۰,۷۸۰
۳	توزیع نامتعادل و ناکافی بن کتاب	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۹۷	۰,۸۹۲
۴	عدم تشویق افراد و ارگان‌های دولتی و غیردولتی در امور کتاب‌خوانی	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۸۸	۰,۸۰۱
۵	موازی‌کاری و فعالیت‌های تکراری در امور نشر کودک	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۸۷	۰,۸۰۹
۶	نبود نهاد مسئول نیازسنجی از نیازهای مخاطبان سراسر کشور	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۷۲	۰,۹۱۲
۷	ضعف آمار و اطلاعات حوزه نشر (میزان فروش ناشران، آمار کتاب‌های پرفروش و غیره)	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۵۹	۰,۹۲۰
۸	تعریف نشدن روابط مالی و تجاری عناصر نشر و سلیقه‌ای عمل کردن آن‌ها	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۳۲	۰,۹۲۹
۹	ضعف دوره‌های آموزشی برای عاملان نشر	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۲۹	۰,۹۴۵
۱۰	نبود مرجع پیگیری شکایات	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۰۷	۰,۹۰۷
۱۱	سیاست‌های وزارت فرهنگ و ارشاد در دادن مجوز نشر	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۰۱	۱,۰۳۰
۱۲	ضعف قوانین قیمت‌گذاری	۱,۰۰	۵,۰۰	۲,۷۵	۰,۹۴۱
	سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی	۱,۸۶	۵,۰۰	۳,۵۷	۰,۷۷۶

از نظر اعضای انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان از بین پنج مشکل زیرساخت‌های فرهنگی، «نظام آموزشی با محوریت کتاب درسی» و «نقش کم‌رنگ معلم در تدریس و ترویج کتاب»، مهم‌ترین مشکلات توزیع کتاب دانسته شد (جدول ۳):

جدول ۳. اطلاعات توصیفی زیرساخت‌های فرهنگی

ردیف	زیرساخت‌های فرهنگی	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف استاندارد
۱	نظام آموزشی با محوریت کتاب درسی	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۵۷	۰,۶۸۳
۲	نقش کم‌رنگ معلم در تدریس و ترویج کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۵۳	۰,۶۴۳
۳	ضعف کتابخانه مدرسه	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۴۳	۰,۶۱۳
۴	ضعف فرهنگ مطالعه در خانواده	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۳۴	۰,۵۴۰
۵	اقتصاد خانواده (سطح پایین درآمد خانواده‌ها)	۲,۰۰	۵,۰۰	۳,۸۳	۰,۷۰۱
۶	عدم اختیار فرزندان در انتخاب کتاب	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۴۳	۰,۶۹۰
	زیرساخت‌های فرهنگی	۲,۶۶	۵,۰۰	۴,۱۹	۰,۴۰۳

«نقش کم‌رنگ رسانه‌های عمومی در معرفی کتاب» و «نداشتن فروشگاه شخصی برای عرضه انتشارات ناشران» دو مشکل مهم توزیع کتاب از نظر مسائل اطلاعاتی و ارتباطی عنوان شد (جدول ۴):

جدول ۴. اطلاعات توصیفی مسائل اطلاعاتی و ارتباطی

ردیف	مسائل اطلاعاتی و ارتباطی	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف استاندارد
۱	نقش کم‌رنگ رسانه‌های عمومی در معرفی کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۴۸	۰,۶۰۷
۲	نداشتن فروشگاه شخصی برای عرضه انتشارات خود	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۲۳	۰,۶۲۸
۳	استاندارد نبودن نمایشگاه‌های کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۱۹	۰,۶۴۳
۴	کمبود کتاب‌فروشی کودک در سراسر کشور	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۱۹	۰,۶۷۸
۵	کمبود کتابخانه در کشور	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۱۶	۰,۷۰۱
۶	بی‌توجهی ناشر به نیازسنجی قبل از تولید کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۳,۹۳	۰,۷۱۲
۷	گرانی پُست	۲,۰۰	۵,۰۰	۳,۹۰	۰,۶۸۹
۸	ضعف مهارت کتاب‌فروش در معرفی کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۳,۸۰	۰,۷۱۴
۹	فراگیر نبودن فروش اینترنتی کتاب	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۷۶	۰,۷۶۶
۱۰	به کارگیری ضعیف قابلیت فن آوری (تلفن، وب‌سایت، پیامک)	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۳۵	۰,۷۴۵
	مسائل اطلاعاتی و ارتباطی	۱,۸۰	۵,۰۰	۴,۰۰	۰,۵۶۱

«بالا بودن هزینه تبلیغات کتاب» و «نبود امنیت اقتصادی در توزیع کتاب» دو مشکل اصلی مالی و اقتصادی ناشران کتاب کودک و نوجوان معرفی شد (جدول ۵):

جدول ۵. اطلاعات توصیفی مسائل مالی و اقتصادی

ردیف	مسائل مالی و اقتصادی	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف استاندارد
۱	بالا بودن هزینه تبلیغات کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۵۵	۰,۶۱۲
۲	نبود امنیت اقتصادی در توزیع کتاب	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۱۹	۰,۵۸۹
۳	گرانی کتاب	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۸۰	۰,۶۹۱
۴	وجود کالاهای جانشین (تلویزیون، موبایل و غیره)	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۷۳	۰,۷۱۴
	مسائل مالی و اقتصادی	۱,۵۰	۵,۰۰	۴,۰۷	۰,۴۸۱

«همکاری ضعیف توزیع‌کننده‌های بزرگ با ناشران خرده‌پا» و «شبکه توزیع انحصاری ناشران فعال»، دو مشکل مهم تشکیلاتی و صنفی ناشران برای توزیع کتاب کودک و نوجوان بیان شد (جدول ۶):

جدول ۶. اطلاعات توصیفی مسائل تشکیلاتی و صنفی

ردیف	مسائل تشکیلاتی و صنفی	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف استاندارد
۱	همکاری ضعیف توزیع‌کننده‌های بزرگ با ناشران خرده‌پا	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۳۹	۰,۷۶۳
۲	شبکه توزیع انحصاری ناشران فعال	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۲۶	۰,۷۸۹
۳	همکاری ضعیف ناشران قوی با ناشران ضعیف	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۱۳	۰,۸۰۱
۴	همکاری ضعیف ناشران دولتی با ناشران خصوصی	۲,۰۰	۵,۰۰	۴,۱۰	۰,۸۰۹
۵	گرایش ناشران به تنوع حوزه کاری	۱,۰۰	۵,۰۰	۳,۷۱	۰,۸۷۲
۶	عملکرد ضعیف تشکل‌های صنفی	۲,۰۰	۵,۰۰	۳,۷۰	۰,۸۶۰
	مسائل تشکیلاتی و صنفی	۱,۸۳	۵,۰۰	۴,۰۵	۰,۶۰۹

نتیجه‌گیری

از دیدگاه ناشران کتاب کودک و نوجوان، یکی از مشکلات توزیع کتاب مقوله «سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی» است. این مقوله شامل دو مقوله فرعی «ضعف برنامه‌ریزی جامع و کلان در حوزه توزیع» و «سیاست‌های وزارت فرهنگ و ارشاد در انتخاب کتاب برای نهادهای تحت پوشش و غیره» است. پژوهش‌های پیشین به تأثیر سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی در نشر و توزیع کتاب (حیاتی، ۱۳۸۵؛ حق‌پرست، ۱۳۸۹؛ کرمی و اجاقی، ۱۳۹۴)، لزوم اجرای قانون حق مؤلف در کشور (صالحی، ۱۳۸۶؛ جیمز، ۲۰۱۱)، قوانین قیمت‌گذاری، کمک‌های مالی، کاهش مالیات (کانوی، وناورز و وندرپلاگ، ۲۰۰۶) اشاره شده است. مقوله سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی در چارچوب نظری باب‌الحوائجی (۱۳۸۷، ص ۱۶۷) با عنوان مسائل ساختاری آمده است که بر اساس نظر متخصصان در این پژوهش به مقوله سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی تغییر کرد.

مقوله دوم «زیرساخت‌های فرهنگی» شامل نقش خانواده و مدرسه است. عامل ضعف فرهنگ مطالعه در خانواده در پژوهش‌های پیشین نیز به‌عنوان زیرساخت فرهنگی مورد اشاره قرار گرفته است (بنی‌اقبال و بیگم‌اوصیا، ۱۳۸۴؛ اصلانی‌ملایری، ۱۳۷۹؛ کانوی، وناورز و وندرپلاگ، ۲۰۰۶).

مقوله سوم «مسائل اطلاعاتی و ارتباطی» شامل ابزارهای اطلاع‌رسانی و تبلیغ کتاب، دانش و مهارت بازاریابی، کانال‌های ارتباطی و زیرساخت‌های ارتباطی است. دو مشکل «نقش کم‌رنگ رسانه‌های عمومی در معرفی کتاب» و «نداشتن فروشگاه شخصی برای عرضه انتشارات خود»، دارای نقش مهمی در بین مشکلات اطلاعاتی و ارتباطی توزیع کتاب کودک در ایران از دیدگاه ناشران کودک و نوجوان است. ایجاد زیرساخت اطلاعاتی و ارتباطی مناسب و استفاده مناسب از آن می‌تواند برخی از مشکلات مربوط به بازاریابی و فروش را حل کند. از مشکلات موجود در زمینه زیرساخت‌های ارتباطی، نبود نظام پستی سریع و ارزان، نبود نظام ارتباطات الکترونیکی کارآمد، گسترده و پرسرعت و غیره است. توسعه شبکه‌های ارتباطی از جمله جاده‌ها، راه‌آهن، خطوط دریایی، خطوط هوایی و نیز توسعه مدارس و کتابخانه‌ها در کشور، روی تسهیل توزیع و دسترسی مردم به کتاب تأثیر به‌سزایی دارد. در صورت عملکرد بهینه این

شبکه‌ها، کتاب در کوتاه‌ترین زمان ممکن به دست مخاطبان خود حتی در دورترین نقاط کشور خواهد رسید. (محسنی، ۱۳۸۷، ۱۰۱-۱۰۳). از مؤلفه‌های مربوط به زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی در نشر و توزیع کتاب که در پژوهش‌ها ذکر شده است می‌توان به عدم به‌کارگیری رسانه‌های جمعی در تبلیغ کتاب (مطلبی و باب‌الحوائجی، ۱۳۹۱؛ کلانتری، ۱۳۸۹)، کمبود کتاب‌فروشی (رینگستاد و لویلند، ۲۰۱۳؛ مطلبی، ۱۳۹۴)، و ضعف به‌کارگیری فن‌آوری‌های نوین (نام‌آور و قدمی قلندری، ۱۳۹۴) اشاره کرد.

مقوله چهارم «مسائل مالی و اقتصادی» شامل نبود امنیت اقتصادی در توزیع کتاب و بالا بودن هزینه تبلیغات است. به گفته باب‌الحوائجی (۱۳۷۸) تأثیر قیمت روی کالای کتاب همچون سایر کالاها نیست و تأثیر قیمت روی اقبال به کتاب نسبت به سایر کالاها اندک است. در صورتی که براساس نظر ناشران کودک قیمت کتاب تأثیر زیادی در خرید آن دارد، به‌طوری که به اذعان برخی از ناشران در سال‌های اخیر با بالا رفتن قیمت کتاب، فروش کتاب‌ها کمتر شده است. از مسائل اقتصادی و بازرگانی توزیع کتاب گرانی تبلیغ و عدم حمایت دولت از تبلیغات فرهنگی است. به اعتقاد آذرنگ (۱۳۹۱) در واقع رسانه‌های همگانی در تبلیغ و ترویج کتاب و کتاب‌خوانی موفق نیستند. مؤلفه‌های مربوط به تأثیر مسائل مالی و اقتصادی در نشر و توزیع کتاب که در پژوهش‌ها بیان شده است عبارتند از گرانی تبلیغات در صدا و سیما (پژوهشی، ۱۳۸۲؛ حیاتی، ۱۳۵۸)، وجود کالاهای جان‌شین (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۷؛ مفتخری نظری‌پور و میرحسینی، ۱۳۸۷)، و گرانی کتاب (رینگستاد و لویلند، ۲۰۰۶؛ التماسی، ۱۳۹۴؛ قلعه‌نوی، ۱۳۹۱).

مقوله پنجم «مسائل تشکیلاتی و صنفی» شامل گرایش ناشران به تنوع حوزه کاری و همکاری ضعیف ناشران دولتی با ناشران خصوصی است. همکاری ضعیف توزیع‌کننده‌های بزرگ با ناشران خرده‌پا از بین عوامل مرتبط با مسائل تشکیلاتی و صنفی دارای نقش مهم‌تری در مشکل توزیع کتاب کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران این گروه سنی است. فقدان اتحادیه‌های نیرومند و کارآمد صنفی، زمینه مناسبی برای مشارکت اعضای صنف در پیشبرد هدف‌های آن از نظر مادی، معنوی، و تخصصی فراهم نمی‌کند و میان تخصص‌ها ارتباطی برقرار نمی‌نماید (آذرنگ، ۱۳۹۱). یکی از نکاتی که اکثر ناشران به آن اشاره داشتند، نبود همکاری در عناصر نشر و رقابت ناسالم در بین آن‌ها بود. برخی از ناشران این عدم

همکاری را ناشی از خصوصی بودن نشر و نیاز به رقابت در آن می‌دانستند. به عقیده تعدادی از ناشران کودک، وجود رقابت ناسالم در نشر باعث عقب ماندن ناشران خرده‌پا می‌شود. پژوهش‌های پیشین در مورد تأثیر مسائل تشکیلاتی و صنفی در نشر و توزیع کتاب عواملی همچون رقابت ناسالم در بین عناصر نشر و مهارت عناصر نشر (کلانتری، ۱۳۸۹) را ذکر کرده‌اند. آذرنگ (۱۳۷۹) نیز با مطالعه وضعیت کسب‌وکار ناشران نشان داد بیشتر ناشران کشور ناشران حرفه‌ای نیستند و نشر را شغل دوم و یا سوم خود می‌دانند.

از دیدگاه اعضای انجمن ناشران کتاب کودک و نوجوان مقولات زیرساخت‌های فرهنگی با میانگین ۴/۱۹، مسائل مالی و اقتصادی با میانگین ۴/۰۷، مسائل تشکیلاتی و صنفی با میانگین ۴/۰۵، مسائل اطلاعاتی و ارتباطی با میانگین ۴/۰۰، و در نهایت سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی با میانگین ۳/۵۷ به ترتیب جزء مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان قلمداد شد. مقوله زیرساخت‌های فرهنگی نیز با توجه به نتایج، به چارچوب نهایی اضافه شد. تفاوت مقوله‌های اصلی به‌دست آمده در پژوهش حاضر با چارچوب باب‌الحوائجی (۱۳۸۷، ص ۱۶۷-۱۶۸) در دو مورد است: در پژوهش حاضر زیرساخت‌های فرهنگی به چارچوب نظری اضافه شده است و مسائل ساختاری چارچوب نظری به سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی تغییر یافته است.

منابع

- احسانی، صبا؛ کوکی، مرتضی و فرج پهلوی، عبدالحسین (۱۳۸۸). مقایسه گرایش‌های موضوعی مطالعه گروه سنی «د» (مقطع راهنمایی) در شهر اهواز طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۷۵ با کتاب‌های موجود در کتابخانه مرکزی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در این شهر. *مطالعات کتابداری و علم اطلاعات*، ۴(۱)، ۳-۵۶.
- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۹۱). *مبانی نشر کتاب*. تهران: سمت.
- باب‌الحوائجی، فهیمه (۱۳۸۷). *آشنایی با مبانی چاپ و نشر با تأکید بر نشر الکترونیکی و اقتصاد نشر*. تهران: چاپار؛ سپهر سخن.
- بازرگان، عباس (۱۳۹۱). *مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهای متداول در علوم رفتاری*. تهران: دیدار.
- بیگدلی، زاهد؛ الهام‌پور، حسین و باجی، فاطمه (۱۳۸۶). بررسی گرایش‌های موضوعی مطالعه در دانش‌آموزان دوره راهنمایی شهر اهواز و مقایسه آن با توزیع موضوعی کتاب‌های مناسب دانش‌آموزان این دوره. *مطالعات تربیتی و روانشناسی*، ۸(۳)، ۷۴-۵۵.

- پدرام، نگار (۱۳۸۲). توزیع کتاب، از تولید آن سخت‌تر است: گزارشی از فعالیت ناشران شهرستانی کودک و نوجوان. کتاب ماه کودک و نوجوان، (۶۸)، ۱۲-۱۵.
- حسنی، محمدرضا (۱۳۷۸). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷) و ترسیم وضعیت مطلوب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- حق‌پرست، محبوبه (۱۳۸۹). بررسی نظرات کتاب‌فروشان در رابطه با ایجاد و راه‌اندازی یک سرویس آنلاین خرده کتاب در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.
- حمزه‌زاده، محمد (۱۳۹۱). توزیع کتاب در ایران سنتی است. مهر، (۱۵۱)، ۳. بازیابی شده در تاریخ ۲۵ آذر، ۱۳۹۳، از www.maaref.ir/view.asp?Type=pdf&ID=1031704&l=fa.
- حیاتی، زهیر (۱۳۵۸). توزیع کتاب در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، تهران.
- حیدرزاده، محمد (۱۳۹۰). واکاوی توزیع کتاب در ایران. مهر، (۱۲۹)، ۴. بازیابی شده در تاریخ ۲۵ آذر، ۱۳۹۳، از www.magiran.com/view.asp?Type=pdf&ID=904581&l=fa.
- رضایی، محسن؛ رشیدی، شهریار و تنکابنی، علی (۱۳۸۱). طراحی و بهینه‌سازی نظام توزیع کتاب. تهران: ملیکا.
- سمیعی، محمد (۱۳۸۲). بازار کتاب؛ رشد تولید و بحران توزیع. کتاب ماه کلیات، (۶)، ۱۲-۲۵.
- صالحی، جواد (۱۳۸۶). سیاست‌کنفیری ایران در قبال کپی‌رایت با رویکردی بر آساند بین‌المللی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مجتمع آموزش عالی قم، دانشگاه تهران، تهران.
- صفوی، زینب (۱۳۹۴). تأثیر پایدار: داشته‌ها و نداشته‌های بازار نشر کودک. در: چکیده مقالات اولین همایش ملی کتاب و نشر، تهران، کتابخانه ملی ج.ا.ا، ۲۶ آبان ماه، ۷۳.
- فهمی‌فر، سپیده (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی اقتصاد نشر کتاب در ایران. در: چکیده مقالات اولین همایش ملی کتاب و نشر، تهران، کتابخانه ملی ج.ا.ا، ۲۶ آبان ماه، ۴۳.
- قلعه‌نوی، آزاده (۱۳۹۱). بررسی وضعیت نشر، توزیع و فروش کتاب در شهر مشهد در فاصله سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام رضا، مشهد.
- کرمی، احسان و اجاقی، رضوان (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی کتاب از پدید آمدن تا خواندن از نگاه ناشران. در: چکیده مقالات اولین همایش ملی کتاب و نشر، تهران، کتابخانه ملی ج.ا.ا، ۲۶ آبان ماه، ۷۷ و ۷۸.
- کلانتری، شکوفه (۱۳۸۹). بازاریابی و نقش آن در مدیریت نشر و توزیع کتاب. عصر ارتباطات، (۳)، ۱-۴۰.
- محترمی، امیر (۱۳۸۲). تأثیرات فن‌آوری اطلاعات بر چرخه ارزش سازمانی. تدبیر، ۱ (۲۸)، ۲۸-۳۳.
- محسنی، حمید (۱۳۸۷). آشنایی با چاپ و نشر در روابط عمومی. تهران: کتابدار.

مطلبی، داریوش و باب‌الحوائجی، فاطمه (۱۳۹۱). عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی موثر بر اقتصاد نشر ایران: مطالعه موردی دیدگاه ناشران فعال بین سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷. *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*، ۴۶ (۲)، ۵۱-۷۶.

مطلبی، داریوش (۱۳۹۴). چرخه زیستی کتاب در ایران و مشکلات موجود. در: *چکیده مقالات اولین همایش ملی کتاب و نشر*. تهران، کتابخانه ملی ج.ا.ا. ۲۶ آبان ماه، ۱۱ و ۱۲.

مفتخری نظری‌پور و طاهره و میرحسینی، زهره (۱۳۸۷). بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۸۶. *دانش‌شناسی*، ۱ (۲)، ۹۷-۱۱۲.

مکتبی‌فرد، لیلا (۱۳۸۷). مروری بر بازاریابی کتاب در ایران و جهان با تأکید بر بازاریابی کتاب کودک. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۱ (۱)، ۱۸۵-۲۱۴.

مکی‌زاده، فاطمه (۱۳۸۲). بررسی وضعیت نشر و ناشران کتاب در استان یزد. *مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۱۴ (۴)، ۲۳-۳۴.

نام‌آور، امیر و قدمی قلندری، پروین (۱۳۹۴). تأثیر ابزارهای فن‌آوری اطلاعات بر اقتصاد صنعت نشر (مطالعه موردی مشتریان شرکت ایده‌گستران فرناد). در: *چکیده مقالات اولین همایش ملی کتاب و نشر*. تهران، کتابخانه ملی ج.ا.ا. ۲۶ آبان ماه، ۵۹.

References

- Canoy, M., Van Ours, J. C., & Van Der Ploeg, F. (2006). The Economics of Books. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 1, 721-761.
- Eschweiler, J. C. & Goehler, A. (2010). Book Distribution in the Arab World. *Publishing Research Quarterly*, 26 (3), 193-201.
- Iwu-James, J. (2011). Problems of the Book Publishing Industry in Nigeria: The Onibonje Publishers Experience after 50 Years. *PNLA Quarterly*, 75 (3), 105-111.
- Laing, A. & Royle, J. (2006). Marketing and the Bookselling Brand: Current Strategy and the Managers' Perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34 (3), 198-211.
- Laing, A. & Royle, J. (2013). Examining Chain Bookshops in the Context of "Third Place". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41 (1), 27-44.
- Lindsley, W. B.; Blackburn, J. D. & Elrod, T. (1991). Time and Product Variety Competition in the Book Distribution Industry. *Journal of Operations Management*, 10 (3), 344-362.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

پاک‌نهاد، سمیه؛ وصفی، محمدرضا و فهیم‌نیا، فاطمه (۱۳۹۵) مشکلات توزیع کتاب‌های چاپی کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۲ (۲)، ۲۹۱-۳۰۸.

Children and Adolescent Books Distribution Problems in Iran: Viewpoints of Professional Publishers of the Field

Somayeh Paknahad (Corresponding author)

PhD Student of KIS, University of Shiraz, Iran
spaknahad68@gmail.com

Mohammad-Reza Vasfi

Assistant Professor; Dept. of KIS, University of Tehran, Iran
mrvasfi@ut.ac.ir

Fatima Fahimnia

Associate Professor, Dept. of KIS, University of Tehran, Iran
fahimnia@ut.ac.ir

Received: 30th August 2014; Accepted: 9th December 2015

Abstract

Purpose: In this paper, we aimed at the identification of elements that causes problems in the way of effective distribution of children and adolescent books. We used publishers' viewpoints that are specialists in the field of children books publishing.

Methodology: mixed method design was used as a structure that consisted of qualitative and quantitative sections. In qualitative section, 11 children publishers were selected purposefully from Tehran city as a sample. By using semi-structured interviews, data were collected and were analyzed through qualitative content analysis. The extracted indicators from interviews, reduced as questionnaire questions. All members of the cultural association of children and adolescent book publishers (55 members) filled the questionnaires. Cronbach's alpha reliability coefficient was conceivably 0.82. Validity of questions approved through related professionals. Data were analyzed by descriptive statistics.

Findings: Children books distribution problems in Iran from professional publishers' viewpoints was categorized in the five main categories and 13 subcategories. The five main categories were: Cultural infrastructure (mean rate of 4.19), financial and economic barriers (mean rate of 4.07), organizational and trade barriers (mean rate of 4.05), information and communication barriers (mean rate of 4.00), and incompatibility in general policies of the government and state institutions (mean rate of 3.57).

Originality/Value: originality of the research specifiable through the identification of main and secondary elements of distribution barriers in children and adolescent book publishing field that can be a guide for problem solving.

Keywords: Children books, adolescent books, Book distribution, book publishing, Iran.