

بررسی تناسب حوزه نشر کتب دینی

با انتظارات افراد در سطح شهر قم

محمد جواد نجفی

استادیار گروه قرآن و علوم حدیث دانشگاه قم

najafi_m_j@yahoo.com

رضا کریمی (نویسنده مسئول)

مربی گروه کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه قم

karimi@qom.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۱۲/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۰۳/۱۶

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش، بررسی تناسب حوزه نشر کتب دینی با انتظارات افراد در سطح جامعه است. **روش:** روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایشی است. جهت گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه، دیدگاه‌های ۸۰۷ نفر از مراجعان به کتابخانه‌ها و کتابفروشی‌ها جمع‌آوری شده است. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که اولویت اول انتخاب ۵۵/۵ درصد از پاسخگویان، کتاب‌هایی با موضوع عقیدتی و دینی بوده است. ۴۸/۷ درصد از جامعه پژوهش بیش از نصف مطالعات خود را در حوزه کتاب‌های دینی و عقیدتی ابراز کردند. بیشترین مکان‌های دسترسی افراد به کتب دینی کتابفروشی با ۵۰/۴ درصد و کتابخانه با ۳۲/۱ درصد بود. میزان استفاده از اینترنت در تمامی سطوح تحصیلات پایین، و میزان استفاده از کتابفروشی‌ها در تمامی سطوح تحصیلات بالا بود. اکثریت پاسخ‌دهندگان با ۸۷/۶ درصد تأکید کردند که مهمترین مشخصه ظاهری کتاب، عنوان کتاب است. ۹۰/۸ درصد از جامعه آماری نام نویسنده و مترجم را مهمترین عامل نشر کتاب‌های دینی دانستند. همچنین کتاب‌های استاد مرتضی مطهری، شخصیت‌های مذهبی، ائمه، مسائل اعتقادی، حدیثی و ادعیه جزء اثرگذارترین موضوعات معرفی شدند. از نظر مخاطبان تکراری بودن، مستند نبودن، واژه‌های ثقیل عربی و متناسب نبودن با نیاز کاربر مهمترین دلایل ضعف کتاب‌های دینی است. از دیدگاه پاسخگویان مهمترین راهکارهای تبلیغ کتب دینی، تبلیغ از طریق رسانه، کاهش قیمت، متناسب‌سازی با نیاز روز و افزایش کتابخانه‌های عمومی و رایگان می‌باشد. مهمترین انتظارات پاسخگویان از کتاب‌های دینی آشنایی با سرگذشت بزرگان دین، آشنایی با مهمترین موضوعات دین اسلام، مفاهیم ارزشمند نهج البلاغه و نهضت کربلا بود. مهمترین انتظارات پاسخگویان از کتب دینی پاسخگویی به سؤالات مخاطب، آشنایی با مسائل ظریف دینی، بر شمردن شرایط انسان کامل در جهان امروز، توانایی زدودن ابهامات دینی برای نوجوانان و جوانان اظهار شد.

اصالت/ارزش: با توجه به اینکه کتاب‌های دینی و عقیدتی جزو بیشترین انتشارات در سطح کشور هستند، لازم است با شناخت کافی برنامه‌ریزی دقیق نسبت به مخاطب کتاب‌های دینی و نیازهای آن‌ها داشته باشیم. پژوهش حاضر با بررسی نظرات پاسخ‌گویان، می‌تواند به دست‌اندرکاران نشر کتب مذهبی در برنامه‌ریزی بهتر مولفه‌های نشر کمک کند.

کلیدواژه‌ها: نشر و انتشار، کتب دینی، انتظارات جامعه، استان قم.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی

فصلنامه علمی - پژوهشی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، (شایا): ۷۸۳۸-۱۰۲۷ نمایه شده در ISC

دوره ۱۶، شماره ۲، پیاپی ۶۱، تابستان ۱۳۸۹ از صفحه ۷۱ تا صفحه ۹۴

مقدمه

نقش کتاب در گسترش تمدن بشری بر هیچ کس پوشیده نیست. نوشته‌های بشر در طول هزاران سال (اعم از سنگ‌نوشته‌ها، الواح فلزی، پاپیروس، کاغذ، الواح الکترونیک و غیره) پیام‌آور دانش و بینش برای آدمیان بوده و هست (آذرننگ، ۱۳۸۱، ص ۷-۱۱).

کتاب مذهبی در ایران، به‌طور عمده در کتاب‌های اسلامی جلوه می‌کند. اسلام دینی است که بزرگ‌ترین معجزه پیامبرش کتاب است؛ کتابی که با آیه «اقرأ...» آغاز می‌شود و در همان نخستین آیات در وصف خدایش، از تعلیم با ابزار قلم یاد می‌کند^۱. اهمیت کتاب و کتابت به حدی است که قرآن به پیروان خود امر می‌کند که تمام تعهدات مالی خود را بنویسند^۲ و بدین‌سان، به تدریج فرهنگ کتبی را جایگزین فرهنگ شفاهی می‌سازد. پیامبر و امامان معصوم (ع) نیز به امر نگارش و نشر اهتمام ورزیدند (آقا بزرگ‌طهرانی، ۱۳۶۱). این امر سبب شد تا آموزه‌های اسلامی و غیراسلامی در قالب آثار بزرگانی از جمله ابن‌سینا، ابوریحان، رازی و صدها دانشمند دیگر در حوزه‌های مختلف علوم انتشار یابد.

اگر میزان مطالعه، که از شاخص‌های سنجش توسعه علمی است، در کشور ما کمتر از حد انتظار باشد شایسته جامعه فرهیخته ما نیست. می‌دانیم که بیش‌تر کتاب‌های دینی با نیازهای مخاطبان تناسب ندارد. دست‌اندرکاران نشر دینی، اعم از نویسندگان، ناشران و کتاب‌فروشان که به‌گرایش اندک کتابخوانی در این زمینه در کشور پی برده‌اند، چه کرده‌اند و چه کاری از آن‌ها ساخته است؟ بدون درک درست از عناصر گوناگونی که در تولید آثار مکتوب نقش دارند نمی‌توان آشکارا به تحلیل عوامل پیدایش چنین کاستی فرهنگی پرداخت. البته عوامل کاهش نرخ رشد مطالعه در پدیدآوردندگان و توزیع‌کنندگان کتاب خلاصه نمی‌شود ولی دست‌کم می‌توان پاره‌ای از عوامل مربوط به این حوزه را بازشناسی کرد و احتمالاً با دستیابی به آراء مصرف‌کنندگان، صاحب‌نظران و ناشران، اهم عوامل مانع را بازشناخت.

اهمیت و ضرورت پژوهش

پژوهش حاضر از آن روی اهمیت می‌یابد که:

۱. قرآن کریم، علق، ۱-۵

۲. قرآن کریم، بقره، ۲۸۲

- ۱- کتاب‌های رده دین، اغلب درصد بالایی از نشر را به خود اختصاص داده‌اند؛
- ۲- جمعیت کشور ما، جمعیت جوان است لذا به شدت در برابر شبهات و امواج جهانی آسیب‌پذیر است؛
- ۳- لازمه برنامه‌ریزی، شناخت دقیق مخاطب و نیازهای واقعی اوست که خود نیازمند تشخیص نیازهای واقعی از نیازهای کاذب است؛
- ۴- باید بدرستی بدانیم که آیا جریان توزیع کتاب، جریانی طبیعی و واقعی است- یعنی بدست مخاطب واقعی می‌رسد- یا به صورت سفارشی و حمایتی و کاذب رشد می‌کند؛
- ۵- ضرورت آینده‌نگری در حوزه تولید و توزیع کتب دینی ما را بر آن می‌دارد که گذشته خود را در این زمینه درست بشناسیم؛
- ۶- راهکارهای اجرایی برای رسیدن به معیارهای مناسب حوزه نشر کتب دینی که باید بر اساس پژوهش‌های علمی ارائه شود.

تعاریف عملیاتی

نشر: نشر در این تحقیق به کوشش‌هایی اشاره دارد که برای توزیع کتاب‌های دینی از سوی دست‌اندرکاران چاپ و انتشار ایجاد می‌شود و به نشر الکترونیک و دیگر جنبه‌های نشر پیوند ندارد. هدف ما در این تحقیق این است که تأثیر فرایند نشر را بر کاهش یا افزایش مطالعه کتاب‌های دینی بررسی کنیم و اثرگذاری ساز و کار نشر را در سطح مطالعه مصرف‌کنندگان بسنجیم.

کتب دینی: در پژوهش حاضر منظور از کتب دینی، کتاب‌هایی است که پیرامون معرفی ابعاد گوناگون دین اسلام، اصول، فروع، اخلاق، فرهنگ و تمدن، ادبیات، تاریخ، هنر و آنچه با هدف تبلیغ دین اسلام از سوی نویسندگان دین‌شناس در جامعه منتشر می‌شود.

تناسب: تناسب در این پژوهش، به همخوانی آثار انتشاریافته با نیازهای مخاطبان در قشرهای گوناگون و برآوردن نیازهای فکری و خواسته‌ها و پرسش‌های دینی امروز آنان اشاره دارد. در این پژوهش ملاک تشخیص تناسب میزان صرف زمانی است که برای مطالعه کتاب‌های حوزه دین اختصاص می‌یابد.

انتظارات: در این پژوهش منظور از انتظارات، توقعاتی است که مطالعه‌کنندگان کتاب‌های دینی از نویسندگان دین‌پژوه در پاسخ‌گویی به پرسش‌های آنان و اقتناع روح جست‌وجوگر آنها دارند.

روش پژوهش

در پژوهش حاضر برای کسب نظرات مردم از روش پیمایشی بر اساس یک پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شده است.

جامعه آماری این پژوهش را عموم مردم شامل مراجعه‌کنندگان به کتاب‌فروشی‌های قم تشکیل می‌دهند. نمونه آماری شامل ۱۰۰۰ نفر از مراجعه‌کنندگان به کتاب‌فروشی‌ها است که به روش تصادفی ساده مورد پرسش قرار گرفتند که ۸۰۷ نفر از آنان پاسخگوی پرسش‌ها بودند. سطح علمی مراجعه‌کنندگان، گروه‌های سنی و موقعیت‌های شغلی پاسخگویان گوناگون و متفاوت است. محدوده این پژوهش شهر قم است که البته با توجه به اطلاعات به‌دست آمده از پرسشنامه‌ها بیشتر پاسخ‌گویان را زائران تشکیل دادند؛ لذا نتایج پژوهش صرفاً بیانگر علایق و انتظارات جامعه مورد پژوهش است. پرسش‌ها در شهریور ماه ۱۳۸۷ مطرح شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات، بر اساس شاخص‌های آمار توصیفی-تحلیلی و استفاده از نرم‌افزار آماری Sps انجام گرفت. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون معنادار بودن درصد دو نمونه (آزمون مربع کای، آزمون تفاوت نسبت‌ها) در سطح معنی‌داری $\alpha = 0.05$ انجام شد (دیانی، ۱۳۶۹).

در این تحقیق، برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) داده‌ها از روش اعتبار محتوا استفاده شد و پرسشنامه مورد قضاوت استادان و تعدادی از کارشناسان دینی و استادان کتابداری خبره قرار گرفت و بر این اساس اصلاحات لازم در پرسش‌نامه اعمال گردید. برای آزمون پایایی (ثبات نتایج اندازه‌گیری در شرایط یکسان) از روش معروف آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۷۵ درصد به دست آمد که مقدار مناسبی است.

پرسش‌های اساسی

- ۱- چند درصد از پاسخگویان کتاب‌های دینی و عقیدتی را به‌عنوان اولویت اول و دوم مطالعه ذکر کرده‌اند؟
- ۲- چه میزان از مطالعه پاسخگویان به کتب دینی و عقیدتی اختصاص داشته و رابطه آن با جنسیت، سن، سطح تحصیلات و شغل چگونه است؟
- ۳- نحوه دسترسی افراد به کتب دینی و عقیدتی از چه طریقی صورت می‌گیرد؟
- ۴- از دیدگاه پاسخگویان، وضعیت مطالعه کتب دینی در میان اطرافیان آن‌ها (خانواده، فامیل، دوستان، همسایگان و سایر کسانی که با آن‌ها به نوعی ارتباط دارند) چگونه است؟

- ۵- نظر پاسخگویان درباره ظواهر کتاب‌های دینی چیست و رابطه این نظرات با جنسیت چگونه است؟
- ۶- نظر پاسخگویان درباره نشر کتاب‌های دینی چیست و رابطه این نظرات با جنسیت چگونه است؟
- ۷- اثرگذارترین موضوعات کتاب‌های دینی از دیدگاه پاسخگویان شامل چه مواردی است؟
- ۸- از دیدگاه پاسخگویان نقاط ضعف کتب دینی شامل چه مواردی است؟
- ۹- پاسخ‌گویان چه راهکارهایی را برای افزایش مطالعه کتب دینی پیشنهاد می‌دهند؟
- ۱۰- از نظر پاسخ‌گویان، کتب دینی چه انتظاراتی از مخاطبان را برآورده کرده‌اند؟
- ۱۱- پاسخ‌گویان در آینده چه انتظاراتی از کتاب‌های دینی دارند؟

پیشینه پژوهش

با جست‌وجویی که در منابع اطلاعاتی صورت گرفت پژوهشی در حوزه نشر از دیدگاه جامعه یافت نشد اما به تعدادی از موارد مشابه، در حوزه وضعیت نشر اشاره می‌شود.

در سال ۱۹۹۸، ۳۹ ناشر انگلیسی و ۴۵ ناشر امریکایی در موضوع دسترسی به اطلاعات، فناوری، مجراهای توزیع و موارد مشابه پژوهشی به روش پیمایشی انجام دادند. براساس این پژوهش، ۶۶ درصد از ناشران امریکایی و ۶۴ درصد از ناشران انگلیسی معتقد بودند که اطلاعات موجود در موقع نیاز در دسترس نیست. ۱۵ درصد از ناشران انگلیسی و ۱۸ درصد از ناشران امریکایی معتقد به تأثیر مستقیم کتاب‌های الکترونیکی بر آینده بازار خود بودند. در پایان این تحقیق، به استفاده صحیح از فراداده در جست‌وجوی منابع اطلاعاتی برای کسب و رونق بازار نشر تأکید شده است (پیمایش ناشران در خصوص مسائل و فرصت‌ها، ۱۹۹۸، ص ۵).

مومنی مرادی در سال (۱۳۶۶) به بررسی و مقایسه انتشار کتاب در ایران در سال‌های ۱۳۵۴-۵۶ و ۱۳۶۰-۶۳ می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که بعد از انقلاب اسلامی، ناشران دولتی فعالیت کمتری نسبت به سابق داشته‌اند. کمبود بودجه انتشاراتی سازمان‌های دولتی، گرانیو کمبود کاغذ و مواد لازم برای چاپ و صحافی، عدم استفاده از تجربه و تخصص در زمینه چاپ و نشر و موارد مشابه در این رکود تأثیر داشته است. (مومنی مرادی، ۱۳۶۶)

در تحقیقی در سال (۱۹۹۷) با عنوان "بررسی انتشار کتاب در ایرلند" به مقایسه وضعیت نشر ایرلند در سال‌های ۱۹۹۴ و ۱۹۹۷ می‌پردازد. در سال ۱۹۹۷، ۳۹۶ نفر در صنعت نشر

1. Survey of publishers looks at issues and opportunities

فعالیت می‌کردند در حالی که در ۱۹۹۴، ۴۲۴ نفر در صنعت نشر کار می‌کردند. عنوان‌های جدید در سالهای ۱۹۹۷ و ۱۹۹۴ به ترتیب ۸۴۱ و ۷۹۰ عنوان‌های در دست چاپ ۷۳۷۵ و ۶۵۴۰ بوده است. ارزش انواع کتاب‌های به فروش رفته در سال‌های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۴ به ترتیب عبارتند از: کتاب‌های عمومی ۱۳/۸ و ۱۰/۳ میلیون پوند، کتاب‌های دبیرستانی ۱۸ و ۱۵/۵ میلیون پوند است. (انجمن ناشران کتاب ایرلند، ۱۹۹۷).

مکی‌زاده (۱۳۸۷) در پژوهشی وضعیت نشر را طی دهه ۷۰ در استان یزد بررسی کرد. بر مبنای این پژوهش، رشد انتشارات به استثنای دو سال ۱۳۷۱ و ۱۳۷۵ سیر صعودی داشته، ولی نسبت به کل کشور در وضعیت مطلوبی نبوده است اما با این حال بیشتر ناشران از وضعیت نشر رضایت داشته‌اند. مهدیانی و مرتضوی (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر» به بررسی و تحلیل وضعیت نشر در ایران پرداختند. این پژوهش از نوع مطالعات سندی است که منابع ثانویه داده‌های مربوط به تولید و نشر کتاب (مانند کارنامه نشر و سالنامه آماری یونسکو) را مبنای بررسی و تحلیل خود قرار داده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که طی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۱ جمعاً ۲۴۹۵۳۳ عنوان کتاب در ایران منتشر شده و نشر کتاب در این مدت میانگین نرخ رشدی حدود ۲۲ درصد داشته است. در این دوره، رده «دین» با ۵۲۶۳۴ عنوان کتاب و ۲۱/۱ درصد سهم از کل کتاب‌های منتشر شده در ردیف نخست و ادبیات و علوم عملی به ترتیب با ۲۰/۶ درصد و ۱۲/۱ درصد سهم، در ردیف‌های دوم و سوم قرار گرفته‌اند. رده‌های کلیات، فلسفه، روانشناسی و هنر با برخورداری از کمترین سهم، مرتبه‌های پایانی این مقایسه را احراز نموده‌اند. از لحاظ نرخ رشد آمار نشر، طی این دوره، دو رده دین و علوم عملی بیشترین و رده تاریخ و جغرافیا کمترین نرخ رشد را داشته‌اند.

دیانی و تجدد (۱۳۸۵) در پژوهشی مهم‌ترین متغیر اثرگذار بر افت و خیزها و تحولات آمار نشر کتاب در ایران را تحولات اجتماعی ذکر کردند که پس از انقلاب اسلامی رخ داده است. در سال‌های نخستین پس از انقلاب، بالاترین نرخ رشد در نشر کتاب دیده می‌شود (میانگین ۵۲ درصد) و پس از آن، همزمان با دوران جنگ تحمیلی دوره رکود فرا می‌رسد (میانگین نرخ رشد ۵ درصد). در فاصله سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۵ شاهد بهبود در آمار نشر کتاب هستیم که این آمار با میانگین نرخ رشد ۱۰ درصد دوباره به رونق می‌افتد و در سال‌های ۱۳۷۶ تا

۱۳۸۱ نرخ رشد تولید کتاب (میانگین ۱۲ درصد) آهنگی تندتر به خود می‌گیرد. در بخش پایانی این پژوهش روند آمار نشر کتاب در ایران با کشورهای مصر، ترکیه، مالزی، فرانسه و انگلیس مقایسه شده است. این مقایسه نشان داد که طی سال‌های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۵ میلادی (۷۴-۱۳۷۱)، ایران با متوسط آمار نشر ۹۲۲۱ عنوان همواره بعد از کشورهای انگلیس (۱۰۵۰۱۵ عنوان) و فرانسه (۵۰۴۵۷ عنوان) در رتبه سوم قرار داشته است.

حسینی (۱۳۷۸) در تحقیقی با عنوان «وضعیت نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷) و ترسیم وضعیت مطلوب» چنین نتیجه گرفت که در سال ۱۳۷۷ حدود ۳/۹ درصد از عناوین کشور در استان خراسان تولید شده‌اند و میزان رشد از سال ۷۳ تا ۷۷ روند نزولی داشته اما بیشتر ناشران و کتابفروشان تا حدودی از کار خود راضی بوده‌اند. به‌علاوه کتاب‌های درسی و کمک‌درسی، قرآن و ادعیه و زبان انگلیسی بیشترین میزان فروش را به خود اختصاص دادند.

«هنری چاکاوا» (۱۹۹۲) در کتابی با عنوان «صنعت نشر کنیا: بی‌نیازی و وابستگی» به بازنمایی و شرح ریشه‌ها، موفقیت‌ها، ضعف‌ها، مشکلات و چالش‌های صنعت نشر کتاب در کنیا پرداخته است. بررسی زمینه‌های موضوعی منتشر شده در این کشور نشان می‌دهد که کتاب‌های مذهبی بیشترین و کتاب‌هایی با موضوع کلیات کمترین حجم انتشار را تشکیل داده‌اند. انتشار کتاب‌های کودکان و نوجوانان در حال گسترش و افزایش بوده و کتاب‌های علمی و تحقیقاتی کمتر در خود کشور منتشر شده و بیشتر از سایر کشورها به کنیا وارد شده‌اند (نقل از: دیانی، محمد حسین؛ تجدد، نسرين، ۱۳۸۵، ص ۳۹).

یافته‌های پژوهش

در پاسخ به سؤال اول پژوهش که اولویت اول و دوم چند درصد از پاسخگویان کتاب‌های دینی و عقیدتی بوده است، جدول شماره ۱ و ۲ تنظیم شده است.

همان‌گونه که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، ۴۴ نفر (معادل ۵۵/۵ درصد) از جامعه آماری اولویت اول خود را انتخاب کتاب با موضوع عقیدتی و دینی می‌دانند و بعد از آن علوم و فن‌آوری با ۱۳/۱ درصد دارای بیشترین فراوانی در رتبه دوم بوده است. سایر درصدهای فراوانی با موضوع کتب مورد علاقه در جدول بالا قابل ملاحظه می‌باشد.

جدول ۱. توزیع نظرات پاسخگویان به تفکیک انواع موضوعات مورد علاقه آن‌ها (اولویت اول)

نوع کتاب	فراوانی	درصد فراوانی
دینی و عقیدتی	۴۴۷	۵۵/۵
علوم و فن آوری	۱۰۶	۱۳/۱
سیاسی و اجتماعی	۹۶	۱۱/۹
داستان و سرگرمی	۸۵	۱۰/۵
بی‌پاسخ	۷۳	۹
جمع	۸۰۷	۱۰۰

جدول ۲. توزیع نظرات پاسخگویان به تفکیک انواع موضوعات مورد علاقه آن‌ها (اولویت دوم)

نوع کتاب	فراوانی	درصد فراوانی
سیاسی و اجتماعی	۲۰۱	۲۴/۹
علوم و فن آوری	۱۴۵	۱۸
داستان و سرگرمی	۱۲۷	۱۵/۷
دینی و عقیدتی	۱۶۰	۱۹/۸
بی‌پاسخ	۱۷۴	۲۱/۶
جمع	۸۰۷	۱۰۰

در پرسش درباره اولویت دوم، بیشترین درصد فراوانی متعلق به کتب با موضوعات سیاسی و اجتماعی است که ۲۴/۹ درصد را به خود اختصاص داده است و بعد از آن گزینه کتب با موضوع عقیدتی و دینی با ۱۹/۸ درصد است. سایر درصدهای مربوط به کتب مورد علاقه در جدول بالا قابل ملاحظه است.

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش که چقدر از مطالعه پاسخگویان به مطالعه کتب دینی و عقیدتی اختصاص دارد، جدول شماره ۳ تنظیم شده است.

جدول ۳. توزیع جامعه آماری بر حسب میزان اختصاص زمان مطالعه به کتب دینی و عقیدتی

کتب عقیدتی و دینی	فراوانی	درصد فراوانی
هیچکدام	۳۶	۴/۵
کمتر از نصف	۲۳۰	۲۸/۵
بیشتر از نصف	۳۹۳	۴۸/۷
همه	۱۳۰	۱۶/۱
بی پاسخ	۱۸	۲
جمع	۸۰۷	۱۰۰

همانطور که در جدول بالا ملاحظه می شود، ۴۸/۷ درصد از جامعه آماری عنوان کردند که بیشتر از نصف مطالعاتشان در حوزه کتاب های دینی و عقیدتی است و همچنین، ۲۸/۵ درصد افراد نیز عنوان کردند که کمتر از نصف زمان مطالعه شان به کتاب های دینی و عقیدتی اختصاص می یابد. سایر درصدها در جدول بالا قابل ملاحظه است. جدول شماره ۴ در پاسخ به قسمت دوم سوال دوم که چه رابطه ای بین جنسیت و مطالعه متون دینی برقرار است، تنظیم شده است.

جدول ۴. توزیع پاسخگویان بر حسب میزان اختصاص زمان مطالعه به متون دینی طی ده ماه اخیر به تفکیک جنسیت

کل	مرد	زن	جنسیت
			کتب دینی (زمان)
۱۶/۵	۱۸/۱	۱۰/۹	همه
۴۹/۸	۴۸/۴	۵۴/۹	بیش از نصف
۲۹/۲	۲۹	۲۹/۷	کمتر از نصف
۴/۶	۴/۶	۴/۶	هیچ کدام
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد

$$\chi^2 = 5/484 \quad d.f = 3 \quad Sig = 0/14 \quad V = 0/083$$

از پاسخگویان سؤال شد که طی ده ماه گذشته به طور تقریبی چند درصد از صفحات

کتاب‌های مورد مطالعه شما به موضوعات دینی و عقیدتی اختصاص داشته است. آراء پاسخگویان مطابق اطلاعات جدول چندان تفاوتی را در بین جنسیت و مطالعه کتب عقیدتی و دینی نشان نمی‌دهد. برای مثال کسانی که اظهار داشته‌اند کمتر از نصف مطالعاتشان طی ده ماهه اخیر به متون دینی اختصاص داشته است بین زن و مرد با درصدهای (۲۹/۷ و ۲۹) تقریباً برابر است. آزمون مربع کا نیز بین جنس پاسخگویان و میزان مطالعات دینی و عقیدتی آن‌ها ارتباط معناداری را تأیید نمی‌کند. این بدان معناست که میزان مطالعه کتب دینی بین مردان و زنان تقریباً در یک سطح مشابه و نسبتاً هم‌مطراز است.

در قسمت سوم سوال دوم بررسی شده که چه رابطه‌ای بین سن و مطالعه متون دینی برقرار است. جدول شماره ۵ برای تبیین این موضوع تنظیم شده است:

جدول ۵. توزیع جامعه پاسخگویان برحسب میزان اختصاص زمان مطالعه به کتب دینی به تفکیک سن (درصد)^۱

سن	۲۰-۱۵	۲۰-۳۰	۳۰-۴۵	۴۵-۶۵	کل
کتب دینی (زمان)					
همه	۱۲/۵	۱۹/۲	۱۴/۸	۲۹/۴	۱۶/۵
بیش از نصف	۴۵/۹	۴۸/۷	۵۶/۲	۵۸/۸	۴۹/۹
کمتر از نصف	۳۷/۴	۲۷/۷	۲۴/۳	۸/۸	۲۹/۳
هیچ کدام	۴/۳	۴/۴	۴/۷	۲/۹	۴/۴
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 23.01 \quad d.f = 9 \quad d = 0.108 \quad Sig = 0.006 \quad V = 0.099$$

محاسبات آماری دیگری که برای تعیین ارتباط میان میزان مطالعات دینی و سن پاسخگویان انجام گرفته و در جدول ۵ منعکس شده است گویای آن است که برخلاف محل سکونت پاسخگویان، سن آنها متغیر تعیین کننده‌ای است و با افزایش سن، میزان مطالعات دینی پاسخگویان افزایش می‌یابد. اگرچه این ارتباط براساس آزمون‌های χ^2 کرامر و D سامرز، چندان شدت و جهت قابل اعتنایی را نشان نمی‌دهد، اما جهت افزایش داده‌های جدول (میزان مطالعه) با افزایش سن در حد بسیار کم قابل ملاحظه است.

۱. تعداد ۲۹ نفر از پاسخگویان در این مورد اظهار نظری نکرده‌اند.

در پاسخ به قسمت چهارم سؤال دوم که چه رابطه‌ای بین تحصیلات و مطالعه متون دینی برقرار است، جدول شماره ۶ تنظیم شده است.

جدول ۶. توزیع پاسخگویان برحسب میزان اختصاص زمان مطالعه به کتب دینی و عقیدتی طی ده ماه پیش از مصاحبه به تفکیک تحصیلات (درصد)^۱

تحصیلات کتب دینی (زمان)	زیر دیپلم	دیپلم	دانشجو و کارشناسی	حوزوی	ارشد و بالا تر	خارج حوزوی	کل
همه	۱۶/۶	۱۳/۶	۱۵/۴	۳۲/۹	۱۱/۹	۱۵/۴	۱۶/۶
بیش از نصف	۵۲/۶	۴۳/۲	۴۶/۲	۵۷/۵	۶۶/۷	۷۳/۱	۵۰
کمتر از نصف	۲۷	۳۷/۲	۳۳/۵	۸/۲	۱۴/۳	۱۱/۵	۲۲/۶
هیچ کدام	۳/۸	۶	۴/۹	۱/۴	۷/۱	۰	۴/۶
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 51.9 \quad d.f = 15 \quad Sig = 0.000 \quad d = 0.070 \quad V = 0.149$$

آزمون آماری χ^2 (مربع کا) D سامرز و V کرامر، ارتباط معنی دار بین متغیرها را با شدت نامحسوسی تأیید می‌کند. به‌طور کلی ۵۰ درصد پاسخگویان اظهار داشتند که بیش از نصف مطالعات آن‌ها مربوط به موضوعات دینی و عقیدتی است و اکثریت این افراد دارای سطح تحصیلات عالی هستند (اعم از دانشگاهی یا حوزوی) و از جمع محدود (۴ درصد) پاسخگویان که گزینه هیچ‌کدام را، که دال بر عدم توجه به مطالعات دینی و عقیدتی است، انتخاب کرده‌اند تقریباً به یک نسبت (سطح حداقل) بین همه سطوح تحصیلات تقسیم شده است.

قسمت پنجم سؤال دوم به این مسأله پرداخته است که چه رابطه‌ای بین شغل و مطالعه متون دینی برقرار است. جدول شماره ۷ در پاسخ به این سؤال تنظیم شده است:

۱. در جمع فراوانی کل ۸۰۷ نفر و ۹ نفر در این زمینه هیچ پاسخی نداده‌اند.

جدول ۷. توزیع پاسخگویان برحسب میزان اختصاص زمان مطالعه به موضوعات دینی و عقیدتی به تفکیک شغل (درصد)

شغل	بیکار	خانه‌دار	آزاد	دانشجو	طلبه	دبیر و استاد	کارمند	جمع کل
کتاب دینی (زمان)	۱۰/۳	۱۰/۹	۲۱/۱	۱۵/۹	۲۶/۹	۱۵/۶	۱۱/۲	۱۲۴
همه	۴۶/۷	۵۴/۷	۴۳/۷	۵۰/۸	۶۳/۱	۴۰/۶	۴۹/۴	۳۷۷
بیش از نصف	۳۸/۲	۲۹/۷	۳۱	۳۰/۲	۹/۱	۳۱/۳	۳۲/۶	۲۱۵
کمتر از نصف	۴/۸	۴/۷	۴/۲	۳/۲	۰/۸	۱۲/۵	۶/۷	۳۲
هیچ کدام	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	—
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	—

$$\chi^2 = 57/42 \quad d.f = 18 \quad Sig = 0/000 \quad d = 0/088 \quad V = 0/160$$

همانطور که جدول ۷ نشان می‌دهد، طلاب، مدرسان و دانشجویان بیشترین زمان را به مطالعه کتب دینی اختصاص می‌دهند. در واقع ارتباط معناداری بین مشاغل پاسخگویان و میزان مطالعات آن‌ها وجود دارد که آزمون تعیین ارتباط متغیرها (کای اسکور و کرامر) نیز مؤید آن است. اگرچه سوابق مطالعاتی پیمایشی در بین مردم نشان داده است که عموماً پاسخگویان گزینه‌های حد متوسط را برمی‌گزینند، اما رتبه‌ها یا گزینه‌های مورد سؤال در این پژوهش، مخصوصاً گزینه اول که تابعیت تام و تمام مطالعات به ضرورت شغل را نشان می‌دهد، بیانگر نزدیک بودن داده‌های حاصله با شرایط عمومی جامعه است.

سؤال سوم پژوهش به این مسأله می‌پردازد که نحوه دسترسی افراد به کتب دینی و عقیدتی از طریق چه مکان‌هایی صورت می‌گیرد و رابطه آن با سطح تحصیلات و سن چگونه است؟

جدول ۸. توزیع جامعه آماری برحسب مکان تهیه کتب دینی

محل تهیه	فراوانی	درصد
کتابفروشی	۴۰۷	۵۰/۴
کتابخانه	۲۵۹	۳۲/۲
دوستان	۸۴	۱۰/۴
اینترنت	۶	۰/۷
روش‌های دیگر	۵۱	۶/۳
جمع	۸۰۷	۱۰۰

یافته‌ها نشان داد که بیشترین درصد کتب مورد تهیه به وسیله جامعه آماری از طریق کتابفروشی و کتابخانه صورت می‌گیرد. دو گزینه فوق دارای رتبه اول و دوم به لحاظ فراوانی هستند که به ترتیب ۵۰/۴ درصد و ۳۲/۱ درصد از جامعه آماری را به خود اختصاص دادند و سایر درصدهای فراوانی در جدول فوق قابل ملاحظه می‌باشد.

جدول ۹. توزیع پاسخگویان بر حسب محل انتخاب کتاب مورد علاقه به تفکیک تحصیلات (درصد)

محل انتخاب	تحصیلات	سیکل	دیپلم	کارشناسی	حوزوی	ارشد و بالاتر	خارج حوزوی	جمع درصد
اینترنت	۰/۰۵	۱/۳	۰/۶	۰	۰	۰	۰	۰/۷
دوستان	۱۳/۹	۱۳	۱۱/۶	۲/۷	۲/۵	۳/۸	۱۱/۴	۱۱/۴
کتابخانه	۳۶/۶	۲۹/۶	۳۷/۶	۴۲/۵	۲۵	۳۰/۸	۳۴/۴	۳۴/۴
کتابفروشی	۴۹	۵۶/۱	۵۰/۳	۵۴/۸	۷۲/۵	۶۵/۴	۵۳/۹	۵۳/۹
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 22/87 \quad d.f = 15 \quad Sig = 0/087$$

مطابق آزمون آماری «مربع کا» و پراکنندگی داده‌ها در جدول، هیچگونه ارتباطی بین متغیر تحصیلات پاسخگویان و محل‌های تهیه کتاب آنها وجود ندارد. میزان استفاده از اینترنت در تمامی سطوح تحصیلات، پایین و میزان استفاده از کتابفروشی‌ها در تمامی سطوح تحصیلات پاسخگویان بالا است.

جدول ۱۰. محل انتخاب کتاب مورد علاقه به تفکیک سن (درصد)

محل انتخاب	سن	۲۰-۱۵	۲۰-۳۰	۳۰-۴۵	۴۵-۶۵	جمع کل
اینترنت	۱/۷	۰/۶	۰	۰	۰	۰/۸
دوستان	۱۴	۱۲/۱	۶/۹	۳/۲	۱۱/۳	۱۱/۳
کتابخانه	۴۰/۵	۳۲/۶	۲۸/۱	۳۵/۵	۳۴/۳	۳۴/۳
کتابفروشی	۴۳/۸	۵۴/۶	۶۵	۶۱/۳	۵۳/۶	۵۳/۶
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 23/587 \quad d.f = 9 \quad Sig = 0/005 \quad V = 0/103$$

همانگونه که ملاحظه می‌شود، ارتباط معناداری بین سن پاسخگویان و محل‌هایی که برای انتخاب و خرید کتاب در نظر می‌گیرند، وجود دارد. افراد با سنین بالاتر بیشتر از کتابخانه‌ها و کتابفروشی‌ها کتاب تهیه می‌کنند، اما افراد با سن پایین‌تر دارای تنوع بیشتری در محل انتخاب کتاب هستند. سوال چهارم پژوهش به این مسأله می‌پردازد که از دیدگاه پاسخگویان مطالعه کتب دینی و عقیدتی در میان اطرافیان (خانواده، فامیل، دوستان، همسایگان و سایر کسانی که با آنها به نوعی ارتباط دارند) چگونه است.

جدول ۱۱. توزیع نظرات پاسخگویان درباره میزان اختصاص زمان مطالعه به کتب دینی در میان اطرافیان

میزان مطالعه	فراوانی	درصد
خیلی کم	۱۳۶	۱۶/۹
کم	۲۰۶	۲۵/۵
متوسط	۳۴۲	۴۲/۴
زیاد	۱۱۴	۱۴/۱
بی‌پاسخ	۹	۱/۱
جمع	۸۰۷	۱۰۰

مطابق اطلاعات جدول ۱۱، قریب به ۴۲ درصد از پاسخگویان اظهار داشتند که در محیط اطراف آنها (خانواده، فامیل، دوستان، همسایگان و سایر کسانی که با آنها به نوعی ارتباط دارند) میزان مطالعه کتب دینی در حد کم و خیلی کم انجام می‌شود و بیش از ۴۲ درصد حد متوسط مطالعه را در بین اطرافیان خود بیان کردند. آنچه که از داده‌های جدول فوق مبتنی بر قضاوت پاسخگویان استنباط می‌شود آن است که میزان مطالعه کتب دینی در خانواده‌ها و افراد جامعه چندان مقبول و تشویق‌کننده نیست.

سؤال پنجم پژوهش به بررسی این مسأله می‌پردازد که نظر پاسخگویان درباره طواهر کتاب‌های دینی و رابطه آن به تفکیک با جنسیت، تحصیلات و سن چگونه است.

جدول ۱۲. توزیع نظرات پاسخگویان درباره ظاهر کتاب‌های دینی به تفکیک جنسیت (درصد)

ظواهر کتاب	جنسیت	زن	مرد	جمع کل
قطع کتاب		۴/۲	۴/۴	۴/۴
طراحی جلد		۷/۲	۸/۳	۸
عنوان کتاب		۸۸/۶	۸۷/۳	۸۷/۶
درصد		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 0.213 > 0.05 \quad d.f = 2 \quad \text{Sig} = 0.899$$

آزمون‌های آماری مربع کا رابطه معناداری بین دو متغیر جنس پاسخگویان و اظهارات آن‌ها درباره ظاهر کتب دینی نشان نمی‌دهد، لذا تفاوت چندانی بین آراء و تمایلات زنان و مردان پاسخگو وجود ندارد. عنوان کتاب تقریباً به یک نسبت برای آن‌ها اهمیت دارد و به همین طور در مورد قطع کتاب و طراحی جلد کتاب، بین آراء تفاوت معناداری دیده نمی‌شود. اما آنچه که نکته حائز اهمیت داده‌های این جدول تقاطعی است، تأیید همگانی و تقریباً اکثریت پاسخگویان (۸۷/۶ درصد) بر عنوان کتاب به عنوان یک عامل مهم در عناصر ظاهری کتاب است.

جدول ۱۳. توزیع پاسخگویان بر حسب موارد ظاهری جهت انتخاب کتاب به تفکیک تحصیلات (درصد)

ظواهر کتاب	تحصیلات	سیکل	دیپلم	کارشناسی	حوزوی	ارشد و بالاتر	خارج حوزوی	کل
قطع کتاب		۲	۴/۳	۴/۷	۶/۲	۷/۱	۱۵/۸	۴/۴
طراحی جلد		۱۱/۵	۶/۱	۷/۶	۹/۲	۴/۸	۵/۳	۸/۱
عنوان کتاب		۸۶/۵	۸۹/۶	۸۷/۸	۸۴/۶	۸۸/۱	۷۸/۹	۸۷/۵
درصد		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 14.721 \quad d.f = 10 \quad \text{Sig} = 0.143$$

آنچه از اطلاعات جدول بر می‌آید، متغیر تحصیلات پاسخگویان و نظرات آنان درباره ظاهر کتاب، مطابق اطلاعات جدول ۱۳ و بر اساس آزمون آماری مربع کا، ارتباط معناداری با یکدیگر ندارند.

جدول ۱۴- موارد ظاهری جهت انتخاب کتاب به تفکیک سن (درصد)

سن / ظواهر کتاب	۲۰-۱۵	۲۰-۳۰	۳۰-۴۵	۴۵-۶۵	جمع کل
قطع کتاب	۲/۴	۵/۸	۱/۹	۱۶	۴/۲
طراحی جلد	۱۰/۸	۷/۲	۵/۲	۴	۷/۹
عنوان کتاب	۸۶/۹	۸۶/۹	۹۲/۹	۸۰	۸۸
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$\chi^2 = 19/55 \quad d.f = 6 \quad Sig = 0/003 \quad V = 0/116$$

مطابق اطلاعات جدول ۱۴ و تأیید آزمون آماری χ^2 ، رابطه معنی‌دار ضعیفی بین متغیر سن پاسخگویان و اهمیتی که برای ظواهر کتاب قائل‌اند، وجود دارد به طوری که بر اساس آنچه در یافته‌ها مشاهده می‌شود، به نظر می‌رسد افراد در سنین پایین‌تر به ظواهر کتاب، توجه بیشتری نشان می‌دهند. سوال ششم پژوهش به این مسئله می‌پردازد که نظر پاسخگویان درباره‌ی نشر کتاب‌های دینی چیست و رابطه‌ی آن با جنسیت افراد چگونه است.

جدول ۱۵- توزیع نظرات پاسخگویان درباره‌ی عوامل نشر کتاب‌های دینی به تفکیک جنسیت (درصد)

عوامل نشر / جنسیت	زن	مرد	درصد
نام ویراستار	۱/۲	۲/۸	۲/۴
نام ناشر	۴/۲	۷/۵	۶/۸
نام نویسنده یا مترجم	۹۴/۵	۸۹/۷	۹۰/۸
درصد	۱۰۰	۱۰۰	---

$$\chi^2 = 3/675 \quad d.f = 2 \quad Sig = 0/159$$

عدم ارتباط متغیر جنس با اظهارات و تمایلات پاسخگویان درباره‌ی عوامل مؤثر در نشر کتب دینی از اطلاعات جدول ۱۵ مشهود است؛ ضمن آن که آزمون آماری χ^2 نیز این موضوع را تأیید می‌کند. در واقع جنسیت پاسخگویان مداخله‌ای در قضاوت آن‌ها درباره‌ی عوامل

مؤثر در نشر کتب دینی ندارد و گرچه تعداد پاسخگویان زن، یک پنجم پاسخگویان مرد بود، اما نام نویسنده کتب دینی برای هر دو جنس از فراوانی و درصد بیشتری برخوردار بود و پاسخگویان برای نام ناشر و ویراستار چندان اعتباری قائل نبودند. سوال هفتم پژوهش به این مسئله می‌پردازد که اثرگذارترین موضوعات در حوزه کتب‌های دینی و عقیدتی از دیدگاه پاسخگویان شامل چه مواردی است.

جدول ۱۶. فهرست موضوعات حوزه کتب دینی و عقیدتی که پاسخگویان آن‌ها را اثرگذار دانسته‌اند

ردیف	کتب‌های دینی اثرگذار	فراوانی
۱	کتب‌های استاد شهید مرتضی مطهری	۱۱۰
۲	کتب‌های مربوط به سرگذشت انبیاء، ائمه و شخصیت‌های مذهبی	۱۰۵
۳	نهج‌البلاغه و شرح و تفسیرهای نهج‌البلاغه	۵۴
۴	کتب‌های مربوط به نهضت کربلا	۵۴
۵	کتب‌های مربوط به امام عصر و مهدویت	۴۸
۶	کتب‌های مربوط به احکام و رسالات عملیه	۴۷
۷	کتب‌های مربوط به اصول و مبانی دین	۳۵
۸	کتب‌های مربوط به احادیث مانند اصول کافی	۳۴
۹	کتب‌های مربوط به ادعیه و زیارت‌نامه‌ها	۳۲
۱۰	کتب‌های آموزشی دینی ویژه جوانان و نوجوانان	۳۲
۱۱	معاد و آخرت	۳۲
۱۲	قرآن و تفسیر و انواع تفاسیر قرآن کریم	۳۲
۱۳	اخلاق	۱۸
۱۴	فلسفه دین	۱۵
۱۵	تاریخ ادیان	۱۲
۱۶	عرفانی	۱۰
۱۷	آثار شخصیت‌های دینی مثل شریعتی، طباطبایی، امام خمینی	۶۴
۱۸	کتب‌های متفرقه دینی شامل اشعار دینی	۸۲
۱۹	جمع	۸۱۶

سؤال هشتم پژوهش به این مسئله می‌پردازد که از دیدگاه پاسخگویان دلایل ضعف کتب دینی و عقیدتی شامل چه مواردی است.

جدول ۱۷. نظرات پاسخگویان درباره ضعف‌های کتب دینی

ردیف	ضعف کتب دینی از نظر پاسخگویان	فراوانی
۱	تکراری بودن محتوای کتب دینی - کپی برداری	۱۷۰
۲	نداشتن پشتوانه تحقیقی و علمی	۱۱۰
۳	وجود اصطلاحات و عبارات مکرر عربی در متون کتب دینی	۱۰۵
۴	روزآمد نبودن محتوای آنها و عدم تناسب با نیازهای امروز	۹۹
۵	عدم خلاقیت و نوآوری در تولید کتب دینی	۹۰
۶	قیمت گزاف کتب دینی	۷۵
۷	کیفیت پایین کاغذ و چاپ	۶۰
۸	نداشتن تحلیل و استنتاج بعضی کتب دینی	۶۰
۹	یکسویه بودن نظر نویسنده، عدم جامعیت محتوا	۵۹
۱۰	عدم توانایی برای تحول در نگاه مخاطب	۵۹
۱۱	تکراری بودن موضوعات با روش انشاء نویسی	۵۸
۱۲	مطالب بعضی از کتب یا بسیار جزئی و حقیرند یا بسیار کلی و نامفهوم	۵۵
۱۳	در بعضی از کتب دینی بی‌محتوایی و بی‌سوادی نگارندگان مشهود است	۵۰
۱۴	افراط در فلسفی کردن مطالب	۵۰
۱۵	سخت‌گیری در بیان احکام و مسائل دینی	۵۰
۱۶	نداشتن تصاویر جذاب برای جوانان و نوجوانان	۴۹
۱۷	کار نبودن جواب‌ها و استدلال‌ها در کتب پرسش و پاسخ	۴۵
۱۸	عدم نظارت کارشناسی بر محتوای کتب دینی	۴۰
۱۹	تناقض‌گویی که باعث سردرگمی مخاطب می‌شود	۳۹
۲۰	تجاری بودن اکثر کتب دینی (شیوه چاپ و فروش)	۳۸
۲۱	عدم توجه به نیاز و سطح شناخت مخاطبان	۳۷
۲۲	نداشتن منابع محکم و ارجاعات متقن	۳۶
۲۳	در بعضی کتب تحریفات زیاد و فلسفه‌بافی افراطی وجود دارد	۳۰
۲۴	وابسته بودن نویسندگان و سفارش نوشتن کتب دینی	۲۵
جمع		۱۴۸۹ ^۱

۱. از آنجا که پاسخگویان می‌توانستند به موارد عدیده و مشابهی اشاره کنند، جمع فراوانی‌ها از تعداد پاسخگویان بیشتر است.

سؤال نهم پژوهش به این امر می‌پردازد که پاسخگویان چه راه کارهایی برای افزایش مطالعه کتب دینی و عقیدتی در جامعه پیشنهاد می‌دهند؟

جدول ۱۸. پیشنهادهای پاسخگویان برای افزایش مطالعه کتب دینی در جامعه

ردیف	پیشنهادات	فراوانی
۱	تبلیغات از طریق انواع رسانه‌ها	۲۴۰
۲	کاهش قیمت کتب	۱۸۰
۳	فرهنگ‌سازی و علاقه‌مندسازی مردم به مفاهیم دینی روز	۱۲۵
۴	افزایش کتب دینی متناسب با ویژگی‌های روز	۹۵
۵	افزایش کتابخانه‌های عمومی و رایگان	۹۴
۶	تخصیص پارانه برای کتاب	۶۸
۷	ایجاد جذابیت بیشتر در ظواهر و محتوای کتب دینی	۶۵
۸	تولید بیشتر کتب ویژه جوانان و نوجوانان	۶۱
۹	برنامه‌ریزی برای تولید کتب آموزشی دینی	۵۵
۱۰	افزایش مراکز فروش و نشر کتاب	۵۱
۱۱	استفاده از ابزارهای نوین رسانه‌ای مثل CD، DVD، و مولتی‌مدیا	۴۸
۱۲	نیازسنجی از مردم درباره منابع دینی و کتب دینی	۳۷
۱۳	ساخت برنامه‌های تلویزیونی برای ارزش هدیه کتاب	۳۶
۱۴	معرفی آثاری که بر دیگران مؤثر بوده است	۳۵
۱۵	ایجاد نشریات ویژه‌ای که کتب دینی را معرفی می‌کند	۳۵
۱۶	آموزش معلمان و دبیران و تدریس کتابخوانی و فنون آن	۳۵
۱۷	آشنا ساختن عمومی با شیوه بهره‌گیری از کتابخانه‌های مجازی	۳۴
۱۸	معرفی کتب دینی در معابر عمومی به جای تبلیغ خوراکی‌ها و لوازم مصرفی	۳۳
۱۹	برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و مصاحبه با نویسندگان کتب دینی	۲۲
۲۰	ایجاد مراکز انتشاراتی دینی و شورای مشاوران و محققان دینی	۲۱
۲۱	تبدیل مفاهیم غامض دینی به قالب‌های نمایشی و تصویری	۱۸
۲۲	تبلیغ و فروش کتب دینی در میان سایر کتب و نه فقط در مراکز دینی	۱۶
۲۳	افزایش مسابقات کتابخوانی دینی در تمام مناطق و اهداء جوایز شایسته	۱۰
۲۴	آموزش مطالعه و نقد کتب دینی در فرهنگسراها	۸
۲۵	مسابقه نقد کتاب دینی در هر شهر برگزار شود	۸
۲۶	معرفی نوجوانان و جوانان کتابخوان در مطبوعات و نشریه‌های محلی	۷
۲۷	پیشنهادهاى متفرقه که چندان با موضوع مرتبط نبوده‌اند	۲۷
جمع		۱۴۶۴ ^۱

۱. از آنجا که پاسخگویان می‌توانستند به موارد عدیده و مشابهی اشاره کنند، جمع فراوانی‌ها از تعداد پاسخگویان بیشتر است.

سؤال دهم پژوهش به این مسئله می‌پردازد که از نظر پاسخگویان، کتب دینی و عقیدتی تاکنون چه انتظاراتی از مخاطبان را برآورده کرده‌اند. با توجه به آنچه در جدول ۱۹ مشاهده می‌شود، متناسب با نوع و موضوع و محتوای کتاب مورد مطالعه آن‌ها به نکات عدیده‌ای اشاره شد که با ملاحظه مشترکات موضوعی کتاب‌ها، مجموعه پاسخ‌ها و یا انتظارات آن‌ها دسته‌بندی و فهرست شده است.

جدول ۱۹. انتظارات پاسخگویان از کتب دینی که برآورده شده است

ردیف	انتظارات مخاطبان از کتب دینی	فراوانی
۲	آشنایی با سرگذشت بزرگان دین	۱۰۵
۱	آشنایی به مهمترین موضوعات دین اسلام از کتاب‌های مختلف شهید مطهری	۹۵
۳	آشنایی هر چه بیشتر با مفاهیم ارزشمند نهج‌البلاغه	۵۴
۴	آشنایی عمیق‌تر با مسائل و ویژگی‌های نهضت کربلا و شخصیت امام حسین (ع)	۵۴
۵	آشنایی با موضوع غیبت امام زمان (عج) و مباحث مهدویت	۴۸
۶	آشنایی بیشتر با احکام دین و موضوعات رسالات عملیه	۴۷
۷	آشنایی عمیق‌تر با مبانی و اصول دین	۳۵
۸	آشنایی و بهره‌گیری عمیق‌تر از ادعیه و زیارت‌نامه‌ها	۳۴
۹	آشنایی هر چه بیشتر با مفاهیم و ارزش‌های احادیث	۳۲
۱۰	آشنایی با مفاهیم دین ویژه نوجوانان و جوانان	۳۲
۱۱	آشنایی و بهره‌مندی از تفاسیر مختلف قرآن	۳۲
۱۲	آشنایی بیشتر با تاریخ ادیان مختلف	۱۸
۱۳	آشنایی بیشتر با مفاهیم اخلاقی دین و مذهب	۱۷
۱۴	آشنایی با موضوعات مربوط به سیر و سلوک و عرفان	۱۳
۱۵	آشنایی با موضوعات مربوط به معاد و آخرت	۱۳
۱۶	دریافت اطلاعات ویژه مباحث فلسفی دینی	۸
جمع		۶۳۷ ^۱

سؤال یازدهم پژوهش به این مسئله می‌پردازد که پاسخگویان در آینده چه انتظاراتی از کتاب‌های دینی دارند؟ موارد زیر گزینه‌ای از مجموعه پاسخ‌های قابل تأملی است که پاسخگویان درباره انتظارات خود از کتب دینی ذکر کرده‌اند که در جدول ۲۰ تنظیم شده است.

۱. از سوی تعداد ۱۷۰ نفر از پاسخ‌گویان به این سوال پاسخ داده نشد.

جدول ۲۰. انتظارات پاسخگویان از کتب دینی

ردیف	انتظارات پاسخگویان	فراوانی
۱	توان پاسخگویی به سؤالات مخاطب را در زمینه‌های مختلف داشته باشند	۱۳۸
۲	مخاطبان را با مسائل ظریف تربیت دینی آشنا کنند	۱۱۸
۳	ویژگی‌های یک انسان کامل در شرایط امروز را ترسیم کنند	۱۱۲
۴	توانایی زدودن ابهامات دینی را برای نوجوانان و جوانان داشته باشند	۱۰۰
۵	توانایی آشناسازی مخاطب را با انواع ادیان داشته باشند	۹۷
۶	نقایص و یا نقاط قوت مسلک‌های مختلف را تحلیل کنند	۹۰
۷	توان تبیین ثواب و عقاب را داشته باشند	۸۸
۸	مخاطبان را به اهدافی که دارند نزدیک و انتظارات دینی آن‌ها را فراهم کنند	۸۰
۹	دسترسی به اطلاعات مورد نیاز ساده و ممکن باشد (مثلاً از طریق CD)	۷۸
۱۰	علاقه‌مندان را با مباحث ماوراء طبیعت به صورت ساده و روشن آشنا کنند	۷۵
۱۱	دلایل مظلومیت تاریخی ائمه هدی(ع) را شفاف و ساده بازگو کنند	۷۵
۱۲	نوجوانان و جوانان را با دلایل روشن به سمت علم‌آموزی و تلاش‌های روز تشویق کنند	۷۴
۱۳	دلایل نیاز مخاطبان به توحید، نبوت و امامت را بازگو کنند	۷۳
۱۴	به زبان ساده برای نوجوانان موضوع انتظار برای امام زمان (عج) را تشریح کنند	۷۰
۱۵	فلسفه احکام و نیاز انسان به رعایت احکام دینی را به زبان ساده بازگو کنند	۶۸
۱۶	دیدگاه دین اسلام را درباره آینده‌نگری و ضرورت توجه به آن بازگو کنند	۶۵
۱۷	هر چه بیشتر درباره نیاز انسان به اخلاق اسلامی استدلال نمایند	۶۵
۱۸	سبک‌های جدیدی برای آشنایی با قرآن و نهج‌البلاغه ارائه دهند	۶۴
۱۹	در کتب دینی باید موضوع نماز به گونه آورده شود که ایجاد رغبت کند	۶۰
۲۰	منزلت، شخصیت و مظلومیت امام حسین(ع) را بازگو و مسئولیت امروز بشر در قبال آنرا گوشزد کنند	۵۹
۲۱	در کتاب‌های دینی بازگو شود که چگونه اقتصاد اسلامی اجرا و عدالت اقتصادی محقق می‌شود	۵۸
۲۲	با محتوا و تأثیرات خود مخاطب را به مطالعه بیشتر ترغیب کنند	۵۷
۲۳	با دلایل روشن خطاها و انحرافات نحله‌های دیگر را بازگو نمایند	۵۰
۲۴	بگونه‌ای ارائه شوند که مخاطبان تشویق شوند تا آن را به دیگران معرفی کنند	۳۰
۲۵	مسائل سیاسی دین را بیان کنند	۱۴
۲۶	خطرات اجتماعی و اقتصادی ربا، رشوه و رانت‌خواری را بازگو کنند	۸
۲۷	موضوعات متفرقه دیگر که مستقیماً به کتب دینی مرتبط نبوده‌اند	۶۶
جمع		۲۰۳۲ ^۱

۱. از آنجا که پاسخگویان می‌توانستند به موارد عدیده و مشابهی اشاره کنند، جمع فراوانی‌ها از تعداد پاسخگویان بیشتر است.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به بررسی تناسب حوزه نشر (توزیع و اشاعه) کتب دینی با انتظارات افراد در سطح جامعه می‌پردازد و موضوعات مورد علاقه، میزان مطالعه، مکان‌های مورد تهیه، ظواهر، کتاب‌های اثرگذار، انتظارات برآورده شده، و انتظارات مورد توقع درباره کتاب‌های دینی و عقیدتی می‌پردازد. روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایشی است برای گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه، دیدگاه‌های ۸۰۷ نفر از مراجعان به کتابخانه‌ها و کتابفروشی‌ها جمع‌آوری شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اولویت اول ۵۵/۵ درصد جامعه آماری و اولویت دوم ۱۹/۸ درصد جامعه آماری به کتب دینی عقیدتی اختصاص دارد. خوشبختانه همانطور که موضوع دینی و عقیدتی اولویت اول جامعه پژوهش هستند کتاب‌های با موضوع دینی نیز بنا بر آمار خانه کتاب دارای بیشترین انتشار در کشور و به‌خصوص شهر قم می‌باشد.

با توجه به یافته‌های مربوط به سوال دوم پژوهش، بیش از نصف مطالعه ۴۸/۷ درصد از جامعه آماری در حوزه کتاب‌های دینی و عقیدتی است و با افزایش سن و تحصیلات (اعم از دانشگاهی و حوزوی) بر میزان مطالعات دینی افزوده می‌شود. البته میزان مطالعه کتب دینی با شغل افراد رابطه مستقیم دارد و دلیل آن این است که بیشترین میزان مطالعه کتب دینی خاص طلاب، مدرسین و دانشجویان است. البته این می‌تواند دلایل دیگری نیز داشته باشد از جمله این که افراد با سطح سواد پایین بیشتر مطالعات دینی‌شان را به صورت شفاهی دریافت می‌کنند. البته احتمال دارد اگر کتاب‌ها بیشتر تخصصی شود و از جذابیت‌های هنری بیشتر استفاده شود کتاب‌های دینی این جذابیت را دارند که حتی بیشتر از این استفاده شوند.

با توجه به یافته‌های سؤال سوم پژوهش، بیشترین مکان‌های دسترسی افراد به کتب دینی از کتابفروشی (۵۰/۴ درصد) و کتابخانه (۳۲/۱ درصد) می‌باشد. میزان استفاده از اینترنت در تمامی سطوح تحصیلات پایین و میزان استفاده از کتابفروشی‌ها در تمامی سطوح تحصیلات بالا است. به‌علاوه یافته‌ها نشان داد که افراد با سنین بالاتر بیشتر از کتابفروشی‌ها و کتابخانه‌ها کتاب تهیه می‌کنند و افراد با سنین پایین‌تر دارای تنوع بیشتری در محل انتخاب خود هستند. متأسفانه به تناسب پیشرفت روزافزون فن‌آوری‌های اطلاعاتی به‌ویژه در زمینه پایگاه‌های اسلامی در قم، استفاده از اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی در پایین‌ترین سطح خود قرار دارد. بنابراین به‌جاست

که سازمان‌های اسلامی به‌جای تأکید صرف بر ذخیره و سازماندهی منابع اسلامی به ترویج و تبلیغ آثار خود و افزایش سطح سواد اطلاعاتی بیشتر همت بگمارند.

همچنین، با توجه به سایر یافته‌های پژوهش، ۴۲ درصد میزان مطالعه کتب دینی در بین اطرافیان در حد کم یا خیلی کم بوده است. ۴۲ درصد حد متوسط را بیان کرده اند که به طور وضعیت خوبی را نشان نمی‌دهد. اکثریت پاسخ دهندگان (۸۷/۶ درصد) تأکید کردند که مهمترین مشخصه ظاهری کتاب، عنوان کتاب می‌باشد. همچنین، با توجه به یافته‌ها به نظر می‌رسد که افراد در سنین پایین‌تر به ظواهر کتاب توجه بیشتری دارند. ۹۰/۸ درصد از جامعه آماری نام نویسنده و مترجم را مهمترین عامل نشر کتاب‌های دینی دانستند. همانطور که مشخص است در ایران انتخاب کتب دینی به‌جای اینکه موضوع محور باشد شهرت محور است و جا برای حضور نویسندگان نو قلم در عرصه کتب دینی بسیار سخت است که البته با تأسیس و حمایت کانون‌های نویسندگان نو قلم و تبلیغ آثار این نویسندگان از طریق رسانه‌ها می‌توان به پیشرفت قابل توجهی دست یافت.

یافته‌ها همچنین نشان داد که کتاب‌های استاد شهید مرتضی مطهری، شخصیت‌های مذهبی، ائمه، کتب اعتقادی، حدیثی و ادعیه از دیدگاه پاسخگویان جزء اثرگذارترین موضوعات معرفی هستند. از نظر مخاطبان تکراری بودن، مستند نبودن، واژه‌های ثقیل عربی و متناسب نبودن با نیاز کاربر مهم‌ترین دلایل ضعف کتاب‌های دینی است. به نظر می‌رسد جهت رفع مشکل تکراری بودن، داشتن بانکی جامع و روزآمد از اطلاعات کتب که بتواند تمامی منابع اسلامی را در خود جمع‌آوری کند ضروری به نظر می‌رسد. لازم است نخبگان حوزوی مطابق با نیازسنجی مطالعات دینی نسبت به پیشنهاد و پذیرش پروژه‌ها و برنامه‌های پژوهشی اقدام کنند و در نگارش کتاب‌های دینی هم ناشر و هم نویسنده از ویراستار کمک بگیرند.

همچنین از نظر پاسخگویان مهم‌ترین راهکارهای تبلیغ کتب دینی تبلیغ از طریق رسانه، کاهش قیمت، متناسب‌سازی با نیاز روز و افزایش کتابخانه‌های عمومی و رایگان می‌باشد. مهم‌ترین انتظارات برآورده شده پاسخگویان از کتاب‌های دینی شامل آشنایی با سرگذشت بزرگان دین، آشنایی با مهمترین موضوعات دین اسلام، مفاهیم ارزشمند نهج‌البلاغه و نهضت کربلا است. در نهایت، مهمترین انتظارات پاسخگویان از کتب دینی پاسخگویی به سؤالات

مخاطب، آشنایی با مسائل ظریف دینی، برشمردن شرایط انسان کامل در جهان امروز و توانایی زدودن ابهامات دینی برای نوجوانان و جوانان استنباط شد.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۱). *شماره‌ای از انتشار کتاب در ایران*. تهران: کتابدار.
- آقا بزرگ تهرانی، محمدحسن (۱۳۶۱). *الذریعه*. جلد بیستم، بیروت: دارالاضواء.
- حسینی، محمدرضا (۱۳۷۸). *بررسی وضعیت نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷)* و ترسیم وضعیت مطلوب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- دیانی، محمدحسین (۱۳۶۹). *روش‌های تحقیق در کتابداری*. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- مهدیانی، علیرضا؛ مرتضوی، حسن (۱۳۸۲). "سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر"، *رهیافت*، شماره ۳۱، پاییز و زمستان ۳۱-۲۴.
- دیانی، محمدحسین؛ تجدد، نسترن (۱۳۸۵). *دیدگاه ناشران درباره ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم بر نشر کتاب طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۷۰*. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، شماره اول جلد ۹ (شماره ۳۳)، ص. ۳۹-۴۲.
- مکی‌زاده، فاطمه (۱۳۸۷). *بررسی وضعیت نشر و ناشران کتاب در استان یزد*. *فصلنامه کتاب*، شماره ۵۶، ۲۳-۳۴.
- مومنی مرادی، فرزانه (۱۳۶۶). *بررسی و مقایسه انتشار کتاب در ایران، سال‌های ۱۳۵۴-۱۳۶۰ و ۱۳۶۰-۶۲*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، تهران.

References

- "Irish book publishing survey 1998-concerning Republic of Ireland only". Irish: The Irish book publishers Association, Retrieved 21/september/2010 From: <http://www.irelandseys.com/cle/report.htm-22k>.
- Survey of publishers looks at issues and opportunities (1998). Information today, 15(6), Retrieved 21/september/2010 From: <http://www.findarticles.com/m33336/n6-V15/issue.jhtml-26k>
- Chakava, H. (1992). *Kenyan Publishing: Independence and Dependence*. London: H. Zell.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

نجفی، محمدجواد؛ کریمی، رضا (۱۳۸۹). *بررسی تناسب حوزه نشر کتب دینی با انتظارات افراد در سطح شهر قم*. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۶ (۲)، ۷۱-۹۴.