

دولت چرا و چگونه باید از نشر پشتیبانی کند؟

پیمایش دیدگاه کنشگران ایرانی

مدیریت

اطلاعات

دوره ۱۱، شماره ۱

بهار و تابستان ۱۴۰۴

ابراهیم حیدری*

دانشجوی دکتری، گروه فرهنگ و ارتباطات، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

مهرداد صادقی

استادیار، گروه فرهنگ و ارتباطات، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

علی رشیدپور

دانشیار، گروه فرهنگ و ارتباطات، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده: این پژوهش با هدف اعتبارسنجی کمی و تعمیم مدل پارادایمی حمایت‌های دولتی از صنعت نشر کتاب در ایران، تبیین گویه‌ها و مؤلفه‌های سازنده آن و اولویت‌بندی راهبردها و پیامدهای ناشی از توسعه‌نیافتگی این صنعت از دیدگاه ذینفعان انجام شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث روش، یک پیمایش توصیفی-تحلیلی مقطعی است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته مشتمل بر ۷۲ گویه بر مبنای مدل کیفی نظریه زمینه‌ای قبلی بود. روایی صوری و محتوایی ابزار توسط پنل ارزیابی خبرگان (۷ نفر) تأیید شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۸۶ محاسبه و مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه ذینفعان کلیدی صنعت نشر ایران (ناشران، سیاست‌گذاران، نویسندگان، موزیعین و کتابفروشان) بود که نمونه‌ای جامع به تعداد ۳۶۸ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون‌های رگرسیون چندگانه در نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. صورت پذیرفت. تحلیل عاملی اکتشافی منجر به شناسایی ۱۷ مؤلفه زیرمجموعه ابعاد پنج‌گانه مدل پارادایمی شد که در مجموع ۹۷.۱۴٪ از واریانس کل داده‌ها را تبیین کردند. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی، برازش عالی مدل کلی پژوهش را تأیید کردند ($P = 0.000$ ، $RMSEA = 0.000$ ، $P\text{-value} = 0.21$). نتایج آزمون فرضیات ساختاری نشان داد که ۳۸ فرضیه از ۴۲ فرضیه مستقیم و ۶۴ فرضیه از ۸۴ فرضیه میانجی در سطح خطای ۵ درصد از نظر آماری معنادار و تأیید شدند. عوامل اقتصادی و زیرساختی پیشران اصلی راهبردهای مالی، فناوری و مدیریتی هستند، اما رابطه مستقیم آن‌ها با راهبردهای بین‌المللی رد شد ($P = 0.144$). همچنین مشخص شد راهبردهای فرهنگی و ترویجی تأثیر معناداری بر پیامدهای اقتصادی ندارند ($P = 0.083$). مدل ساختاری پژوهش از اعتبار و قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است. حمایت‌های تک‌بعدی یا تمرکز صرف بر اقدامات ترویجی بدون حل زیرساخت‌های اقتصادی و مدیریتی، نمی‌تواند به پایداری زنجیره ارزش نشر منجر شود. راهبردهای فناوری و سازمانی کلید اصلی تحقق پیامدهای مثبت اقتصادی و فرهنگی در صنعت نشر ایران هستند.

کلیدواژه‌ها: حمایت دولتی، صنعت نشر کتاب، سیاست‌گذاری فرهنگی، مدل پارادایمی، تحلیل عاملی تأییدی، اقتصاد فرهنگ.

مقدمه

صنعت نشر به عنوان یکی از ارکان بنیادین صنایع فرهنگی، نقشی حیاتی در طراحی، تولید و توزیع محصولاتی ایفا می‌کند که بیش از نیازهای کاربردی، به سلیقه‌های زیبایی‌شناختی و بیان فرهنگی جامعه پاسخ می‌دهند (Jones & Thornton, 2005). بر اساس رویکردهای مدرن توسعه، رشد اقتصادی در سطوح خرد و کلان از طریق تمرکز بر صنایع با ارزش افزوده بالا، همچون صنایع فرهنگی، میسر است (Entezari & Derakhshan, 2022). در این میان، صنعت چاپ و نشر به دلیل پیوند با تمامی حوزه‌های صنعتی و تولیدی، یک «صنعت مادر» محسوب می‌شود که هرگونه غفلت از آن، پیامدهای پیش‌بینی‌ناپذیری بر بهره‌وری و قدرت رقابت ملی خواهد داشت (بهرامی کمیل، ۱۳۹۶). اقتصاد فرهنگ، به عنوان اصلی‌ترین محور توسعه اجتماعی-فرهنگی، فرآیند پیچیده‌ای از تعامل میان مولفان، ناشران، شبکه‌های توزیع و مخاطبان را در بر می‌گیرد که سیاست‌گذاری در آن از وظایف خطیر دولت‌ها در سراسر جهان است (Entezari & Derakhshan, 2022; Islamic Parliament Research Center, 2012).

علیرغم وجود منابع غنی فرهنگی در ایران، شواهد و آمارها نشان می‌دهند که این کشور در مسیر شکوفایی صنایع فرهنگی و کسب درآمد از این حوزه، همچنان با استانداردهای کشورهای توسعه‌یافته فاصله دارد (Entezari & Derakhshan, 2022). مطالعات موجود تأیید می‌کنند که صنعت نشر ایران با چالش‌های چندوجهی در ابعاد اقتصادی (مانند هزینه بالای نهاده‌های تولید)، فناورانه (تغییر پارادایم به سمت نشر الکترونیک)، سیاسی (مسائلی چون ممیزی و قوانین حق مولف) و اجتماعی (کاهش سرانه مطالعه) روبروست (Haji Zeinolabedini et al., 2019). این مسائل لزوم حمایت‌های دولتی از صنعت نشر ایران را بیش از پیش آشکار می‌سازند؛ رویکردی که در بیشتر کشورهای جهان - حتی کشورهای توسعه‌یافته، همانند آلمان، ژاپن، فرانسه، و غیره - حاکم است. به همین دلیل، در ایران به شیوه‌های گوناگونی کوشش شده تا از صنعت نشر پشتیبانی شود. با این حال، آنچه در این میان به عنوان یک شکاف پژوهشی باقی مانده، نبود یک مدل کمی و قدرت تعمیم الگوهای حمایتی مبتنی بر دیدگاه دینفعان در یک مقیاس ملی است.

درک دقیق روابط میان متغیرهای اثرگذار در حمایت از صنعت نشر از آن جهت اهمیت دارد که توسعه‌نیافتگی صنعت نشر نه تنها منجر به کاهش درآمد و سودآوری بنگاه‌ها شده، بلکه افت کیفیت محتوا و بی‌ثباتی در بازار فرهنگ را به دنبال داشته است. از سوی دیگر، وابستگی شدید به حمایت‌های سنتی دولتی و ناکارآمدی در زیرساخت‌های توزیع، لزوم بازنگری در راهبردهای حمایتی دولت را دوچندان می‌کند (Ebrahimi et al., 2022). بنابراین، ضرورت دارد تا مشخص شود کدام یک از راهبردهای مدیریتی، مالی، قانونی و زیرساختی از منظر کنشگران این صنعت، بیشترین تأثیر را بر بهبود وضعیت موجود و دستیابی به پیامدهای مثبت اقتصادی و فرهنگی دارند. این مطالعه با هدف ارائه یک چارچوب قابل سنجش، به دنبال آزمون کمی روابط میان ابعاد مختلف مدل پارادایمی حمایت‌های دولتی است.^۱ این مقاله با هدف پاسخ به

^۱ این مدل پارادایمی در این مقاله ارائه شده است: https://www.aimj.ir/article_232819.html

این پرسش کلیدی تدوین شده است که چگونه می‌توان مدل مفهومی استخراج شده از تجربیات زیسته خبرگان را به یک چارچوب قابل تعمیم و عملیاتی برای سیاست‌گذاران تبدیل کرد؟ یافته‌های این پژوهش از دو منظر علمی و کاربردی حیاتی است. از منظر علمی، این پژوهش به توسعه ادبیات اقتصاد صنایع خلاق در کشورهای در حال توسعه با ویژگی‌های خاص نهادی و تورمی کمک می‌کند. از منظر کاربردی، در شرایط بحران اقتصادی و محدودیت شدید بودجه‌های دولتی، تداوم سیاست‌های حمایتی کورکورانه و مستقیم، اتلاف منابع ملی خواهد بود. فروپاشی زنجیره ارزش نشر به معنای اضمحلال بخش بزرگی از تولید اندیشه، تضعیف شدید هویت ملی و فرهنگی و در نهایت کاهش سرمایه اجتماعی جامعه خواهد بود.

پیشینه پژوهش

مطالعه سیر تحول نشر کتاب در ایران نشان می‌دهد که مداخلات حمایتی دولت همواره ماهیتی نوسانی و متأثر از تغییرات مدیریت‌های سیاسی داشته است. باب‌الحوائجی و همکاران (۱۳۹۰) در تحلیل آماری سیر تحول نشر کتاب بین سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۷ نشان دادند که با وجود افزایش چشمگیر تعداد عناوین، شاخص‌های کیفی و شمارگان کل به شدت تحت تأثیر نرخ تورم و تغییرات ساختاری قیمت کتاب قرار داشته و رابطه معناداری میان عرضه کتاب و تعداد ناشران فعال وجود دارد. همچنین باب‌الحوائجی و همکاران (۱۳۹۰) با بررسی آمار کتاب‌سنجی نشان دادند که زنجیره نشر ایران با رشد کمی عناوین همراه بوده اما قیمت کل کتاب‌ها متوسط ۸۴ درصد رشد داشته و عدم توازن جغرافیایی شدیدی برقرار است.

از دیگر سو، بررسی مکتوبات پژوهشی در قلمرو مدیریت نشر و سیاست‌گذاری فرهنگی نشان می‌دهد که اقتصاد نشر ساختاری چندوجهی دارد. ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد به شناسایی مؤلفه‌های نشر حرفه‌ای و پیامدهای نشر غیرحرفه‌ای در ایران پرداختند؛ آن‌ها نشان دادند که درک صحیح از طبیعت نشر، تخصص‌گرایی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین زیربنای نشر حرفه‌ای است. در مطالعه‌ای تکمیلی، ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۳) با اجرای یک تحلیل کمی بر روی نمونه‌ای از جامعه ناشران، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی ۹ عامل کلیدی را به عنوان عوامل مؤثر بر نشر حرفه‌ای شناسایی کردند؛ این عوامل عبارت بودند از: اقتصاد نشر، عرضه و نمایش محصولات، حمایت و پشتیبانی دولت، رعایت کپی‌رایت، ارزیابی و ممیزی نشر، تبلیغات و برندسازی، مدیریت نشر، و خلق محتوا.

در بعد چالش‌های ساختاری، توزیع و پخش کتاب همواره به عنوان پاشنه آشیل صنعت نشر ایران مطرح بوده است. رضایی (۱۳۸۸) با نقد نظام توزیع سنتی، تمرکز شدید امکانات در تهران و محرومیت شهرستان‌ها را عامل اصلی عدم دسترسی عادلانه به کتاب و شکست اقتصادی ناشران استانی می‌داند. این مسئله در پژوهش‌های منطقه‌ای نیز مشهود است؛ به طوری که ارزیابی وضعیت نشر در استان آذربایجان شرقی نشان داد بیش از نیمی از ناشران به دلیل ضعف در سرمایه و عدم تعامل با مراکز پخش ملی، ناچار به دریافت

هزینه چاپ از خود مؤلف هستند و شمارگان کتاب‌های آنان عموماً کمتر از ۱۰۰۰ نسخه است (حسین زاده بیرامی، ۱۳۹۷).

یکی دیگر از ابعاد کلیدی و مغفول در ساختار اقتصاد نشر ایران، نظام حقوقی مالکیت فکری است. مطلبی و حسینی (۱۳۹۲) در تبیین دیدگاه ناشران تهرانی درباره کپی‌رایت دریافتند که ۸۱ درصد از ناشران، قوانین داخلی را منسوخ و ناکارآمد می‌دانند و ۵۴ درصد معتقدند این خلاء قانونی مانع رشد کیفی صنعت شده است. احمدی فصیح و حسینی نیک (۱۴۰۴) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که قوانین کنونی در حوزه کپی‌رایت ایرادهای اساسی دارند و در حوزه‌هایی نیز اصولاً قوانین مرتبط در دسترس نیستند.

حیدری و دیگران (۱۴۰۲) در مرور دامنه رویکردهای حمایتی دولت‌ها تأکید می‌کنند که تغییر پارادایم از حمایت‌های سنتی به سمت حمایت‌های غیرمستقیم فرآیندی الزامی در توسعه صنایع فرهنگی است. شش‌جوانی (۱۴۰۰) نیز با رویکرد اقتصاد هنر معتقد است سیاست‌های تنظیمی و تنبیهی دولت در بخش فرهنگ فاقد پایداری نهادی بوده و به جای تقویت انگیزه خلق اثر، به رفتارهای فرصت‌طلبانه در بازار دامن زده است.

در ادبیات بین‌المللی، پژوهش‌ها علاوه بر سیاست‌های حمایتی سنتی، بر چالش‌ها و فرصت‌های ناشی از تحولات دیجیتال و فناوری‌های نوظهور تمرکز دارند. دو پراتو و سیمون^۱ (۲۰۱۴) به بررسی سیاست‌های قیمت‌گذاری ثابت کتاب در برابر بازار آزاد و اختلافات مالیاتی پرداختند. بوگز^۲ (۲۰۱۰) با بررسی سیاست‌گذاری دولت کانادا از طریق صندوق کتاب کانادا^۳ نشان داد که مداخلات دولتی منسجم چگونه به تقویت ناشران بومی منجر می‌شود؛ این صندوق نمونه‌ای استاندارد از حمایت‌های ساختاریافته غیرمستقیم است که از طریق برنامه‌های توسعه کسب‌وکار، حمایت از کتابفروشی‌های محلی و تقویت زیرساخت‌های الکترونیک و کارآموزی، توانسته پایداری زنجیره ارزش نشر را در برابر تسلط شرکت‌های خارجی تضمین کند. همچنین دگینی^۴ (۲۰۲۳) با بررسی نظام‌های ارزیابی کتاب در کشورهای نروژ و اسپانیا بر ضرورت شفافیت در رتبه‌بندی ناشران تأکید کرد.

در همین راستا و با ورود به عصر دیجیتال، پارادایم‌های سنتی نشر دستخوش تغییرات بنیادین شده‌اند. چاپرچلو^۵ (۲۰۲۰) با به‌کارگیری ابزار بوم مدل کسب‌وکار نشان داد که دیجیتالی‌شدن، شیوه‌های خلق، ارائه و کسب ارزش را متحول کرده و مفهوم کتاب را به فرمت‌های متنوعی همچون کتاب‌های الکترونیک، صوتی و محتواهای شبکه‌های اجتماعی گسترش داده است؛ بنابراین ناشران ناگزیرند برای بقا در فضای رقابتی اوقات فراغت، به الگوهای نوآورانه روی آورند. کالمیکوف^۶ (۲۰۲۴) نیز با تحلیل این تحولات ساختاری، ظهور

^۱ de Prato & Simon

^۲ Boggs

^۳ Canada Book Fund

^۴ Dagiene

^۵ Ciarcelluti

^۶ Kalmykov

پلتفرم‌های دیجیتال، خودناشری و خدمات اشتراکی را به عنوان کاتالیزورهای تغییر فرآیندهای سنتی تولید، توزیع و درآمدزایی معرفی می‌کند. وی تأکید دارد که اگرچه فناوری مسیر پایداری را برای تعاملات شخصی‌سازی‌شده فراهم کرده، اما چالش‌های جدی نظیر اجرای قوانین کپی‌رایت و رقابت نابرابر با پلتفرم‌های غول‌آسا را برای ناشران به همراه داشته است.

علاوه بر پلتفرم‌های دیجیتال، ورود هوش مصنوعی ابعاد سیاستی جدیدی را گشوده است. هاروی^۱ (2026) به بررسی پیامدهای هوش مصنوعی بر صنعت نشر استرالیا پرداخت و نشان داد که چگونه ابزارهای خودکارسازی در تولید کتاب‌های صوتی و خلاصه‌سازی، فرآیندهای اصیل خلق دانش را تهدید می‌کنند. از سوی دیگر، شپاک^۲ (2025) با تمرکز بر تحولات بین‌المللی بخش نشر آموزشی، به پتانسیل بالای فناوری‌های آموزشی و مدل‌های مبتنی بر نرم‌افزار به عنوان در شخصی‌سازی یادگیری اشاره می‌کند. در مجموع، ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که صنعت نشر با چالش‌هایی ساختاری مواجه است که بازار به تنهایی قادر به حل آنها نیست و مداخله حاکمیت ضرورت دارد. اما شکل این مداخله موضوع اصلی مناقشه است. با نگاهی انتقادی بر ادبیات موجود، می‌توان دریافت که بخش عمده‌ای از پژوهش‌های داخلی در حوزه نشر کتاب دچار نوعی تک‌بعدی‌نگری ساختاری هستند. خلاء کلیدی که در این میان دیده می‌شود، عدم اتخاذ یک نگاه سیستمی و یکپارچه مبتنی بر نظریه ذینفعان است.

روش پژوهش

روش پژوهش در این مطالعه، نیمه تجربی است. برای سنجش وضعیت جامعه پژوهش از روش پیمایشی اس با هدف اعتبارسنجی و تعمیم کمی یافته‌های فاز کیفی (مدل پارادایمی حاصل از نظریه داده‌بنیاد)^۳، از روش پیمایش با رویکرد کمی استفاده شد. این فاز به دنبال آزمون روابط چندوجهی میان ابعاد مدل مفهومی شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای پدیده «توسعه‌نیافتگی صنعت نشر و ضرورت حمایت دولت» در مقیاسی وسیع‌تر بود. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی ذینفعان و کنشگران کلیدی صنعت نشر ایران (ناشران، نویسندگان، سیاست‌گذاران، کتابفروشان و موزعین) بود. با توجه به نامحدود بودن جامعه، حجم نمونه بر اساس جدول مورگان و ابزار «سروی سیستم»^۴ با سطح اطمینان ۹۵٪ و فاصله اطمینان ۵، تعداد ۳۸۵ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام گرفت. در نهایت، ۳۶۸ پرسشنامه کامل گردآوری شد که با توجه به ساختار متغیرهای نهفته و آشکار، برای اجرای مدل‌سازی معادلات ساختاری کفایت لازم را دارد.

ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته بر مبنای مقوله‌های استخراج‌شده از فاز کیفی بود که گویه‌های آن در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت تنظیم گردید. گردآوری داده‌ها از سوم آذر تا ۳۰ بهمن ۱۴۰۳

^۱ Harvey

^۲ Shpak

^۳ این مدل پارادایمی در این مقاله ارائه شده است: https://www.aimj.ir/article_232819.html

^۴ <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

به دو صورت الکترونیکی (از طریق پلتفرم آنلاین «اول فرم») و توزیع پرسشنامه چاپی در شبکه‌های صنفی انجام شد. تحلیل توصیفی نشان داد تنها ۱۶ درصد پاسخ‌ها خالی بوده‌اند. همچنین تجمعی معادل ۳۰۱ درصد گزینه «موافقم» و ۴۵۱ درصد گزینه «کاملاً موافقم» ثبت شد که حاکی از اجماع نسبی جامعه نمونه بر ضرورت حمایت‌های دولتی است.

برای تضمین روایی صوری و محتوایی، ابزار اولیه در اختیار پنلی از هفت نفر از اساتید و خبرگان حوزه علم اطلاعات، مدیریت فرهنگی و فعالان صنف نشر قرار گرفت. به پیشنهاد خبرگان، گویه‌های تکراری حذف گردید. سپس جهت ارزیابی کمی روایی محتوایی، از شاخص نسبت روایی محتوایی^۱ لاوشه بهره گرفته شد (Lawshe, 1975). متخصصان ضرورت هر گویه را در سه طیف ارزیابی کردند و با کمک فرمول مورد نظر^۲، روایی سنجش شد. با توجه به جدول لاوشه برای پنل ۷ نفره، ملاک پذیرش گویه‌ها، حداقل مقدار حد آستانه ۰.۹۹ تعیین شد (Ayre & Scally, 2013). گویه‌های واجد شرایط در ابزار نهایی ابقا شدند که این فرآیند به کاهش تعداد گویه‌ها به ۷۲ مورد انجامید. پایایی ابزار نیز از طریق همسانی درونی و آزمون آلفای کرونباخ ارزیابی شد. در مطالعه مقدماتی (پایلوت) با حضور ۳۱ شرکت‌کننده، ضریب آلفای کل پرسشنامه برابر با ۰.۸۲۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایداری اولیه ابزار بود. پس از جمع‌آوری داده‌های اصلی، محاسبه مجدد آلفای کرونباخ منجر به ضریب ۰.۸۸۶ گردید که فراتر از حد آستانه استاندارد (۰.۷) بوده و پایایی ابزار را تأیید کرد.

پس از بازبینی اولیه داده‌ها در محیط مایکروسافت اکسل و اطمینان از عدم وجود داده‌های پرت یا مفقود، داده‌ها به نرم‌افزار «اس.پی.اس.اس.» منتقل شدند. در این بخش، آمارهای توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) و تحلیل عاملی اکتشافی جهت شناسایی ساختار نهفته متغیرها استخراج گردید. در نهایت، هسته اصلی تحلیل کمی با استفاده از نرم‌افزار «لیزرل» و از طریق تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام گرفت تا برازش مدل اندازه‌گیری و ساختاری ارزیابی شده و شدت و جهت روابط ساختاری میان ابعاد مدل پارادایمی تعیین گردد.

یافته‌های پژوهش

آنگونه که گفته شد، روی هم ۳۶۸ نفر در پیمایش مشارکت کردند، که سن بیشتر آنان بین ۳۰ تا ۳۹ سال (۳۱٪)، مدرک تحصیلی ۳۸ درصد از آنان کارشناسی ارشد، و بیشترشان ناشر (۵۲٪) بودند. همچنین، تجربه کاری بیش از ۲۰ درصد آنان بین ۱۱ تا ۱۵ سال بود. آنگونه که در بخش روش‌شناسی توضیح داده شد، داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه برای سنجش مدل پژوهش، با روش تحلیل عاملی اکتشافی تجزیه و تحلیل شدند. پیش از انجام تحلیل عاملی اکتشافی، دو آزمون اصلی برای ارزیابی کفایت داده‌ها انجام شد. نتایج این آزمون‌ها نشان می‌دهد که داده‌ها برای این نوع تحلیل مناسب هستند (جدول ۱).

^۱ CVR: Content Validity Ratio

^۲ <https://doi.org/10.1007/s11135-026-02665-6>

جدول ۱. نتایج آزمون‌های پیش‌شرط تحلیل عاملی

کفایت نمونه‌گیری کایزر-مایر-اولکین	۰.۷۰۱
آزمون «کروی بودن بارتلت»	مقدار کای‌اسکوئر تقریبی ۱۶۴۱۸.۶۷۳
درجه آزادی	۲۵۵۶
سطح معناداری	۰.۰۰۰

بر پایه داده‌های جدول ۱، در آزمون کفایت نمونه‌گیری کایزر-مایر-اولکین، مقدار ۰.۷۰۱ به دست آمد که نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری است (مقدار بالای ۰.۶ قابل قبول است). علاوه بر این، آزمون «کروی بودن بارتلت» با مقدار کای‌اسکوئر تقریبی ۱۶۴۱۸.۶۷۳، درجه آزادی ۲۵۵۶ و سطح معناداری ۰.۰۰۰، فرضیه صفر مبنی بر عدم همبستگی متغیرها را رد کرد.

در ادامه، جدول «واریانس کل تبیین‌شده» محاسبه شد (پیوست یک) که یکی از جداول کلیدی در تحلیل عاملی اکتشافی است که سهم هر مؤلفه (عامل) را در تبیین واریانس کل متغیرها نشان داد. بر پایه این تحلیل، ۱۷ مؤلفه دارای مقادیر ویژه بزرگ‌تر از ۱ بودند که در مجموع ۹۷.۱۴۰٪ از واریانس کل داده‌ها را تبیین کردند. پس از شناسایی ۱۷ مؤلفه گسترده، نوبت آن رسید که گویه‌های زیرمجموعه هر یک از این مؤلفه‌ها شناسایی شوند. به این منظور از جدول ماتریس عوامل چرخش‌یافته بهره‌برداری شد. این جدول (پیوست دو)، حاصل اعمال روش چرخش «وریمکس» با نرمال‌سازی «کایزر» بر روی بارهای عاملی بود. این ماتریس، روابط آشکارتر و معنادارتری را بین گویه‌های پرسشنامه و ۱۷ مؤلفه استخراج شده فراهم آورد. در گام بعدی، برای هر یک از مؤلفه‌هایی که گفته شد، یک عنوان/ نام در نظر گرفته شد. این نام‌گذاری بر اساس بار عاملی هر گویه بر روی هر مؤلفه صورت گرفت (جدول ۲).

جدول ۲. نام‌گذاری مؤلفه‌های تحلیل‌شده به روش تحلیل عاملی اکتشافی

ابعاد مدل پارادایمی	کد قراردادی	شمار گویه‌ها	مؤلفه	کد قراردادی	شمار گویه‌ها	شماره گویه‌ها (پیوست سه)
شرایط علی	Ca	۱۳	عوامل سیاسی و دولتی	ASD	۶	۱، ۲، ۶، ۷، ۱۱، ۱۲
			عوامل اجتماعی و فرهنگی	AAF	۴	۳، ۸، ۹، ۱۳
			عوامل اقتصادی و زیرساختی	AAE	۳	۴، ۵، ۱۰
شرایط زمینه‌ای	Co	۱۴	عوامل کلان محیطی	AKM	۵	۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۲۰
			عوامل نهادی و ساختاری	ANA	۹	۱۷، ۱۹، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷
شرایط مداخله‌گر	In	۷	چالش‌های حرفه‌ای و اجرایی	CHA	۴	۲۸، ۳۰، ۳۲، ۳۳
			مداخلات دولتی و سیاسی	MDP	۳	۲۹، ۳۱، ۳۴
راهبردهای اقدام	St	۲۴	راهبردهای مدیریتی و سازمانی	RMS	۷	۳۵، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۵۰، ۵۲، ۵۷

ابعاد مدل پارادایمی	کد قراردادی	شمار گویه‌ها	مؤلفه	کد قراردادی	شمار گویه‌ها
			راهبردهای فرهنگی و ترویجی	RFT	۲
			راهبردهای مالی	RMA	۶
			راهبردهای فناوری	RFA	۲
			راهبردهای بین‌المللی	RBI	۳
			راهبردهای زیرساختی	RZI	۲
			راهبردهای سیاسی و قانونی	RSP	۲
پیامدها	Ou	۱۴	پیامدهای اقتصادی	PAE	۳
			پیامدهای اجتماعی و نهادی	PAN	۷
			پیامدهای فرهنگی	PAF	۴
					شماره گویه‌ها (پیوست سه)
					۴۵، ۳۶
					۵۱، ۴۸، ۴۷، ۴۶، ۳۸، ۳۷
					۵۴، ۴۲
					۵۶، ۵۳، ۴۳
					۵۵، ۴۴
					۵۸، ۴۹
					۷۰، ۶۰، ۵۹
					۶۹، ۶۸، ۶۷، ۶۵، ۶۴، ۶۱
					۷۱
					۷۲، ۶۶، ۶۳، ۶۲

پس از تحلیل عاملی اکتشافی که به شناسایی ساختار ابعادی متغیرهای پژوهش انجامید، به منظور تأیید ساختار به دست آمده و بررسی برازش مدل مفهومی با داده‌های گردآوری شده، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نخستین قدم برای انجام تحلیل عاملی تأییدی آماده‌سازی داده‌ها بود. با توجه به آنکه تنها ۱۱۰ نفر از مشارکت‌کنندگان به تمامی گویه‌های پرسشنامه پاسخ داده بودند و دیگران (دست‌کم) یک گویه را پاسخ ندادند بودند، به جای استفاده از روش متداول حذف موارد ناقص^۱، از روش پیشرفته حداکثرسازی درست‌نمایی با اطلاعات کامل^۲ برای مقابله با این مسئله استفاده شد. تمامی گویه‌های مشاهده‌شده به عوامل نهفته خود متصل شده و برازش کلی مدل با استفاده از نرم‌افزار «لیزرل» مورد آزمون قرار گرفته است. جدول ۳، شاخص‌های برازش کلی مدل را نمایش می‌دهد.

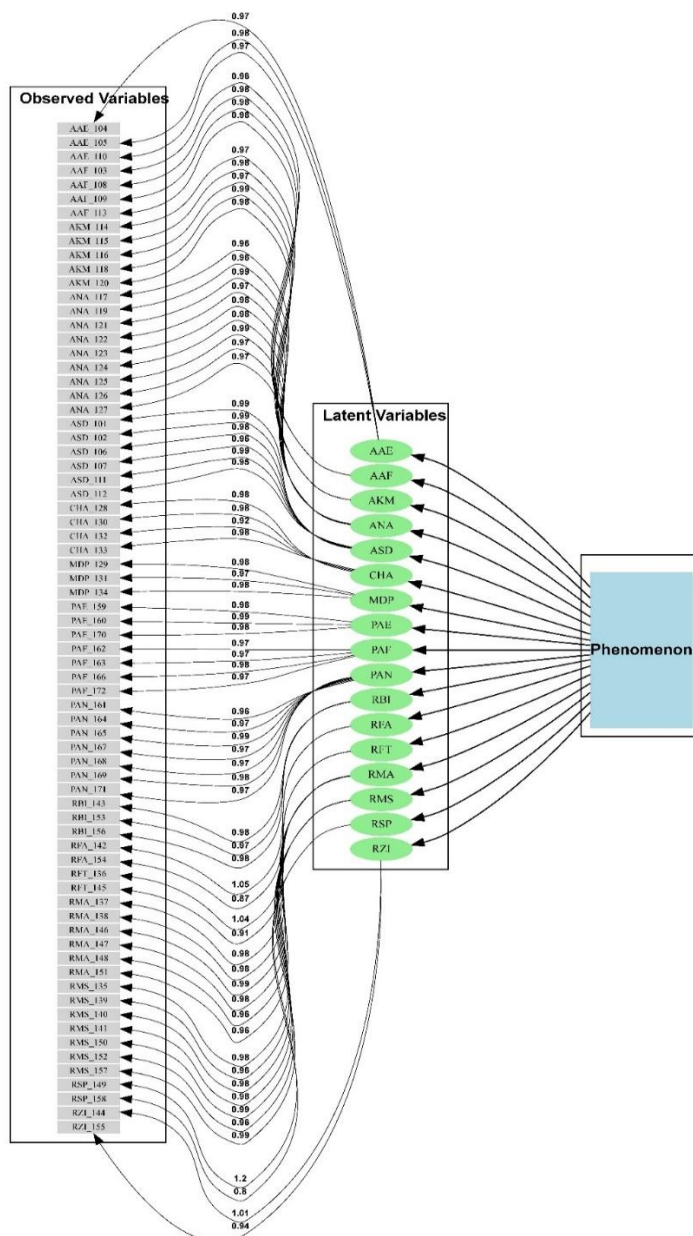
جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل کلی پژوهش

شاخص	مقدار
درجات آزادی (Degrees of Freedom)	۲۳۴۸
کای اسکوئر (Chi-Square)	۲۴۰۳.۵۶
سطح معناداری (P-Value)	۰.۲۱
ریشه میانگین مربعات خطای تقریب (RMSEA)	۰.۰۰۸۰
فاصله اطمینان ۹۰٪ برای RMSEA	(۰.۰۱۴ ; ۰.۰۰۰)
سطح معناداری برای آزمون برازش نزدیک ($RMSEA < ۰/۰۵$)	۱.۰۰

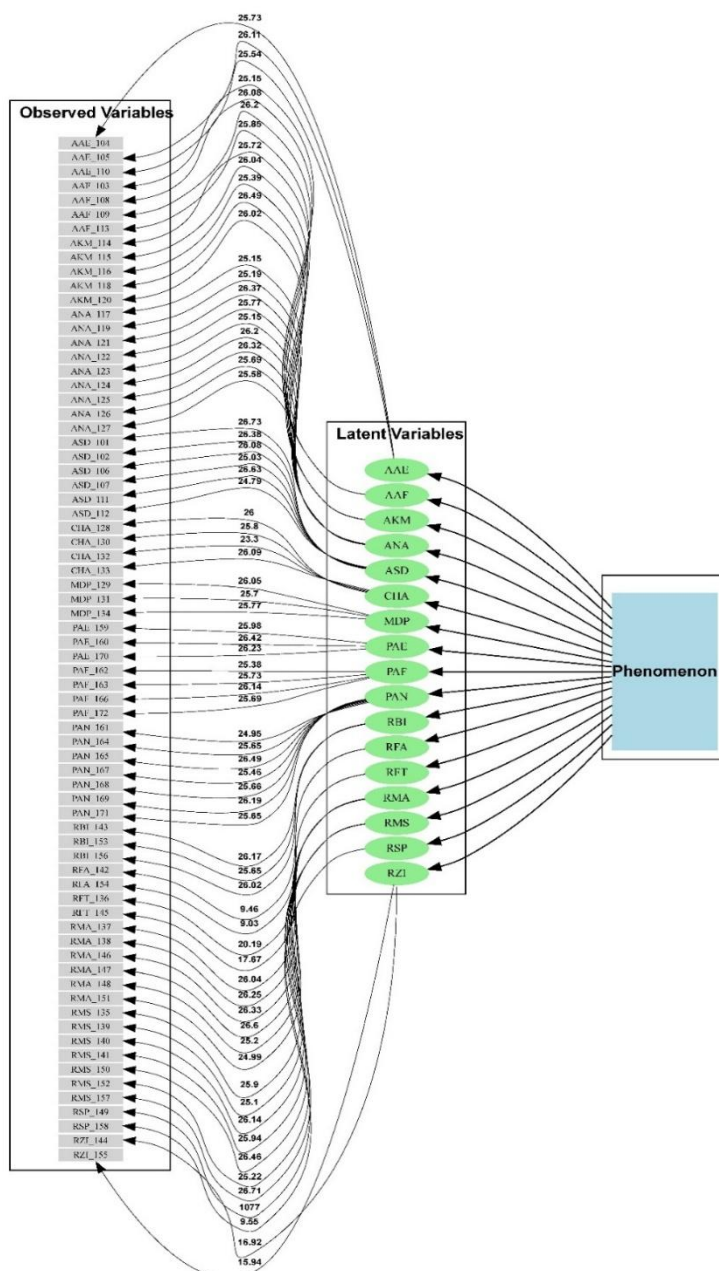
^۱ Listwise Deletion^۲ Full Information Maximum Likelihood

بر پایه داده‌های جدول ۳، مقدار کای اسکوئر برابر با ۲۴۰۳.۵۶ و با سطح معناداری برابر با ۰.۲۱ به دست آمده است. از آنجایی که سطح معناداری بزرگ‌تر از ۰.۰۵ است، فرضیه صفر مبنی بر عدم تفاوت بین ماتریس کواریانس مشاهده شده و ماتریس کواریانس مدل پذیرفته می‌شود که این امر، برازش بسیار خوب مدل را تأیید می‌کند. در ادامه، به بررسی روابط بین عوامل نهفته و گویه‌های مشاهده شده مدل کلی پرداخته شده است. نمودار مقادیر بارهای عاملی استاندارد شده را نمایش می‌دهد که قدرت و جهت ارتباط هر گویه با عوامل نهفته مربوط به خود را نشان می‌دهد.

تمامی گویه‌ها، بارهای عاملی استاندارد شده بالا و مثبتی بر روی عوامل نهفته خود دارند، به طوری که بارهای عاملی برای اکثر گویه‌ها در محدوده ۰.۹۵ تا ۰.۹۹ قرار گرفته‌اند. این بارهای عاملی استاندارد شده که نشان‌دهنده ارتباط بسیار قوی و معنادار بین هر گویه با عامل نهفته مرتبط خود است، اعتبار سازه تمامی ابعاد مدل را به خوبی تأیید می‌کند. برای اطمینان از معناداری آماری بارهای عاملی استاندارد شده، نمودار مقادیر «تی» مربوط به هر رابطه را ارائه می‌دهد. مقدار مطلق «تی» بزرگ‌تر از ۱.۹۶، نشان‌دهنده معناداری آماری در سطح ۰.۰۵ است.



نمودار ۱. نمودار مسیر با بارهای عاملی استاندارد شده برای مدل تحلیل عاملی تأییدی همه ابعاد و مؤلفه‌ها



نمودار ۲. نمودار مسیر با مقادیر «تی» بارهای عاملی برای مدل تحلیل عاملی تأییدی همه ابعاد و مؤلفه‌ها

اکثر ضرایب در محدوده -0.08 تا $+0.14$ قرار دارند. این مقادیر پایین، همراه با آماره‌های t ی که عمدتاً کمتر از $|1.96|$ هستند، نشان می‌دهد که اکثر روابط همبستگی بین عوامل نهفته از نظر آماری معنادار نیستند. این یک یافته بسیار مطلوب در تحلیل‌های چندمتغیره، به ویژه مدل‌سازی معادلات ساختاری، محسوب می‌شود. عدم وجود همبستگی‌های قوی و معنادار بین بخش عمده‌ای از عوامل پنهان، مؤید این نکته است که این سازه‌ها به صورت نسبتاً مستقل از یکدیگر عمل می‌کنند. در مجموع، ماتریس همبستگی متغیرهای مستقل نشان می‌دهد که داده‌ها از شرایط بسیار مطلوبی برای اجرای تحلیل مدل معادلات ساختاری برخوردار هستند. با توجه به این یافته‌ها، بررسی روابط علی بین این متغیرهای نهفته در مدل ساختاری (از طریق یک کد باتون) انجام شد (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج سطح معناداری روابط فرضی متغیرهای نهفته در مدل پیشنهادی

Relations	P-Value	Accept/Reject
AAE -> RBI	0.144	Reject
AAE -> RFA	0.018	Accept
AAE -> RFT	0.042	Accept
AAE -> RMA	0.040	Accept
AAE -> RMS	0.033	Accept
AAE -> RSP	0.046	Accept
AAE -> RZI	0.046	Accept
AAF -> RBI	0.044	Accept
AAF -> RFA	0.046	Accept
AAF -> RFT	0.046	Accept
AAF -> RMA	0.026	Accept
AAF -> RMS	0.012	Accept
AAF -> RSP	0.061	Reject
AAF -> RZI	0.011	Accept
ASD -> RBI	0.022	Accept
ASD -> RFA	0.047	Accept
ASD -> RFT	0.017	Accept
ASD -> RMA	0.027	Accept
ASD -> RMS	0.038	Accept
ASD -> RSP	0.021	Accept
ASD -> RZI	0.045	Accept
RBI -> PAE	0.032	Accept
RBI -> PAF	0.047	Accept
RBI -> PAN	0.035	Accept
RFA -> PAE	0.043	Accept
RFA -> PAF	0.021	Accept
RFA -> PAN	0.014	Accept
RFT -> PAE	0.083	Reject
RFT -> PAF	0.015	Accept
RFT -> PAN	0.028	Accept
RMA -> PAE	0.041	Accept
RMA -> PAF	0.035	Accept
RMA -> PAN	0.037	Accept
RMS -> PAE	0.016	Accept
RMS -> PAF	0.021	Accept
RMS -> PAN	0.014	Accept
RSP -> PAE	0.038	Accept
RSP -> PAF	0.024	Accept
RSP -> PAN	0.175	Reject
RZI -> PAE	0.028	Accept
RZI -> PAF	0.035	Accept
RZI -> PAN	0.031	Accept
AAE -> AKM -> RBI	0.024	Accept
AAE -> AKM -> RFA	0.045	Accept
AAE -> AKM -> RFT	0.126	Reject
AAE -> AKM -> RMA	0.141	Reject
AAE -> AKM -> RMS	0.037	Accept
AAE -> AKM -> RSP	0.041	Accept
AAE -> AKM -> RZI	0.046	Accept
AAE -> ANA -> RBI	0.047	Accept
AAE -> ANA -> RFA	0.038	Accept
AAE -> ANA -> RFT	0.026	Accept
AAE -> ANA -> RMA	0.179	Reject
AAE -> ANA -> RMS	0.012	Accept
AAE -> ANA -> RSP	0.041	Accept
AAE -> ANA -> RZI	0.023	Accept
AAF -> AKM -> RBI	0.014	Accept
AAF -> AKM -> RFA	0.080	Reject
AAF -> AKM -> RFT	0.034	Accept
AAF -> AKM -> RMA	0.029	Accept
AAF -> AKM -> RMS	0.030	Accept
AAF -> AKM -> RSP	0.023	Accept
AAF -> AKM -> RZI	0.046	Accept
AAF -> ANA -> RBI	0.090	Reject
AAF -> ANA -> RFA	0.024	Accept

Relations	P-Value	Accept/Reject
AAF -> ANA -> RFT	0.036	Accept
AAF -> ANA -> RMA	0.027	Accept
AAF -> ANA -> RMS	0.021	Accept
AAF -> ANA -> RSP	0.030	Accept
AAF -> ANA -> RZI	0.057	Reject
ASD -> AKM -> RBI	0.060	Reject
ASD -> AKM -> RFA	0.016	Accept
ASD -> AKM -> RFT	0.040	Accept
ASD -> AKM -> RMA	0.045	Accept
ASD -> AKM -> RMS	0.032	Accept
ASD -> AKM -> RSP	0.042	Accept
ASD -> AKM -> RZI	0.014	Accept
ASD -> ANA -> RBI	0.011	Accept
ASD -> ANA -> RFA	0.043	Accept
ASD -> ANA -> RFT	0.026	Accept
ASD -> ANA -> RMA	0.135	Reject
ASD -> ANA -> RMS	0.035	Accept
ASD -> ANA -> RSP	0.046	Accept
ASD -> ANA -> RZI	0.010	Accept
AAE -> CHA -> RBI	0.016	Accept
AAE -> CHA -> RFA	0.070	Reject
AAE -> CHA -> RFT	0.115	Reject
AAE -> CHA -> RMA	0.046	Accept
AAE -> CHA -> RMS	0.022	Accept
AAE -> CHA -> RSP	0.012	Accept
AAE -> CHA -> RZI	0.042	Accept
AAE -> MDP -> RBI	0.040	Accept
AAE -> MDP -> RFA	0.134	Reject
AAE -> MDP -> RFT	0.046	Accept
AAE -> MDP -> RMA	0.010	Accept
AAE -> MDP -> RMS	0.033	Accept
AAE -> MDP -> RSP	0.109	Reject
AAE -> MDP -> RZI	0.025	Accept
AAF -> CHA -> RBI	0.080	Reject
AAF -> CHA -> RFA	0.031	Accept
AAF -> CHA -> RFT	0.016	Accept
AAF -> CHA -> RMA	0.012	Accept
AAF -> CHA -> RMS	0.069	Reject
AAF -> CHA -> RSP	0.014	Accept
AAF -> CHA -> RZI	0.043	Accept
AAF -> MDP -> RBI	0.047	Accept
AAF -> MDP -> RFA	0.057	Reject
AAF -> MDP -> RFT	0.018	Accept
AAF -> MDP -> RMA	0.012	Accept
AAF -> MDP -> RMS	0.010	Accept
AAF -> MDP -> RSP	0.023	Accept
AAF -> MDP -> RZI	0.033	Accept
ASD -> CHA -> RBI	0.179	Reject
ASD -> CHA -> RFA	0.016	Accept
ASD -> CHA -> RFT	0.030	Accept
ASD -> CHA -> RMA	0.017	Accept
ASD -> CHA -> RMS	0.036	Accept
ASD -> CHA -> RSP	0.106	Reject
ASD -> CHA -> RZI	0.038	Accept
ASD -> MDP -> RBI	0.031	Accept
ASD -> MDP -> RFA	0.033	Accept
ASD -> MDP -> RFT	0.056	Reject
ASD -> MDP -> RMA	0.077	Reject
ASD -> MDP -> RMS	0.013	Accept
ASD -> MDP -> RSP	0.039	Accept
ASD -> MDP -> RZI	0.166	Reject

نتایج تحلیل روابط مستقیم نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از فرضیه‌ها از نظر آماری معنادار هستند. در مجموع، ۳۸ فرضیه از ۴۲ فرضیه مستقیم مورد بررسی، با سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ تأیید شده‌اند. این یافته بیانگر آن است که متغیرهای مستقل، تأثیر مستقیم و معناداری بر متغیرهای وابسته دارند. برای مثال، روابط میان عوامل اقتصادی و زیرساختی با تمام راهبردها به جز راهبردهای بین‌المللی معنادار بوده است. این نتایج نشان‌دهنده مناسب بودن مدل پژوهش در سطح روابط مستقیم است. تحلیل روابط میانجی (غیرمستقیم) نیز نشان می‌دهد که اکثر فرضیه‌ها معنادار هستند. از ۸۴ فرضیه میانجی مورد آزمون، ۶۴ مورد دارای سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ بوده و تأیید شده‌اند. این یافته کلیدی، نقش مهم متغیرهای عوامل کلان محیطی، عوامل نهادی و ساختاری، چالش‌های حرفه‌ای و اجرایی و مداخلات دولتی و سیاسی را به عنوان متغیرهای میانجی تأیید می‌کند. روابط رد شده می‌توانند دلایل متفاوتی داشته باشند، از جمله نبود تأثیر واقعی در جامعه مورد مطالعه، یا وجود متغیرهای دیگری که در مدل گنجانده نشده‌اند. با این حال، با توجه به تعداد بالای روابط تأیید شده، این نتایج به طور کلی اعتبار پیش‌بینی مدل پژوهش را به خوبی نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از پیمایش ۳۶۸ نفر از کنشگران کلیدی و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، ۱۷ مؤلفه اصلی را در قالب ابعاد پنج‌گانه (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) تأیید کرد. برازش مناسب مدل کلی پژوهش نشان داد که چارچوب نظری توسعه‌یافته، پویایی‌ها و نیازمندی‌های ساختاری صنعت نشر ایران را با دقت بالایی تبیین می‌کند. نتایج نشان داد که «عوامل اقتصادی و زیرساختی»، «عوامل اجتماعی و فرهنگی» و «عوامل سیاسی و دولتی» به عنوان پیشران‌ها و شرایط علی کلیدی، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری راهبردهای مختلف حمایتی دارند. تأیید تأثیر مستقیم عوامل اقتصادی بر راهبردهای فناوری، مالی، مدیریتی و زیرساختی نشان‌دهنده آن است که بحران‌های ساختاری اقتصاد نشر—نظیر نوسانات شدید قیمت کاغذ، کاهش شمارگان کتاب به زیر ۱۰۰۰ نسخه و وابستگی شدید به سرمایه مؤلفان (یافته‌های همسو با مطالعات تجربی گذشته در زمینه وضعیت نشر استان‌ها)—دولت را ملزم به اتخاذ راهبردهای حمایتی چندبعدی می‌کند.

نکته حائز اهمیت، رد شدن رابطه مستقیم عوامل اقتصادی با راهبردهای بین‌المللی است. این یافته بدان معناست که در شرایط توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های داخلی، ذینفعان اولویت نخست دولت را به جای توسعه بازارهای بین‌المللی، پایداری اقتصاد داخلی نشر می‌دانند. در مقابل، عوامل سیاسی و دولتی تأثیر معناداری بر تمام راهبردها از جمله راهبردهای بین‌المللی و قانونی داشته است که نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی و اصلاح قوانین کلان (مانند کپی‌رایت بین‌المللی) کاملاً وابسته به اراده و سیاست‌گذاری حاکمیتی است. یکی از کلیدی‌ترین دستاوردهای این پژوهش، تبیین نقش میانجی متغیرهای زمینه‌ای («عوامل کلان محیطی» و «عوامل نهادی و ساختاری») و مداخله‌گر («چالش‌های حرفه‌ای» و «مداخلات دولتی») بود. از ۸۴ فرضیه میانجی، ۶۴ مورد تأیید شد. برای نمونه، رابطه میانجی عوامل اقتصادی از طریق مداخلات دولتی

و سیاسی بر راهبردهای مالی با سطح معناداری بالا تأیید شد. این امر نشان می‌دهد که اثربخشی یارانه‌ها و حمایت‌های مالی مستقیماً تحت تأثیر نحوه مداخله دولت قرار دارد. چنانچه این مداخلات به سمت «حمایت از فعل نشر به جای فاعل نشر» و تغییر پارادایم از «مهندسی فرهنگی به معماری فرهنگی» حرکت کند (همان‌طور که در اسناد نظری پژوهش بر آن تأکید شده است)، زنجیره ارزش نشر به صورت ارگانیک رشد خواهد کرد.

با این حال، برخی روابط غیرمستقیم مانند مسیر عوامل اقتصادی، مداخلات دولتی، راهبردهای فناوری رد شد. این امر نشان می‌دهد که توسعه فناوری در صنعت نشر (مانند کتاب‌های الکترونیک و پلتفرم‌های توزیع دیجیتال) بیش از آنکه نیازمند دخالت و بوروکراسی دولتی باشد، به پویایی‌های بازار بخش خصوصی و خلاقیت ناشران وابسته است؛ چرا که مداخلات سنتی دولتی در ایران عمدتاً متمرکز بر نشر فیزیکی و زنجیره تأمین کاغذ بوده و ساختارهای حمایتی حاکمیت هنوز همگام با تحولات دیجیتال بازتعریف نشده‌اند. براساس نتایج، اعمال راهبردهای هفت‌گانه منجر به تحقق پیامدهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی-نهادی می‌شود. راهبردهای مدیریتی و سازمانی و راهبردهای فناوری بیشترین میزان معناداری را در تبیین هر سه دسته پیامد داشتند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که مدرن‌سازی زنجیره توزیع کتاب، تقویت ارتباط ناشران با مراکز پخش، و افزایش سطح مهارت‌های فنی و تعاملی کنشگران (که پیش از این در ادبیات پژوهش به عنوان نقاط ضعف جدی ناشران ایرانی ذکر شده بود) پایداری اقتصادی و ارتقای فرهنگ مطالعه را به دنبال خواهد داشت.

رد شدن رابطه میان راهبردهای فرهنگی-ترویجی با پیامدهای اقتصادی نشانگر یک واقعیت ساختاری در بازار نشر ایران است: اقدامات ترویجی صرف (مانند برگزاری نمایشگاه‌ها یا تبلیغات سطحی) بدون حل ریشه‌ای بحران‌های اقتصادی (نظیر قدرت خرید مصرف‌کننده و زنجیره توزیع ناکارآمد) نمی‌تواند به رونق اقتصادی و سودآوری پایدار ناشران منجر شود. حمایت‌ها باید بر تحریک تقاضای واقعی و تربیت کتاب‌خوان متمرکز شوند تا بازار به صورت خودکار به تعادل برسد.

همانند هر پژوهش پیمایشی، تحقیق حاضر نیز با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. به دلیل گستردگی پرسشنامه (۷۲ گویه نهایی)، تنها ۱۱۰ نفر به تمامی پرسش‌ها پاسخ کامل دادند. اگرچه این محدودیت با استفاده از روش پیشرفته آماری «حداکثرسازی درست‌نمایی با اطلاعات کامل» در نرم‌افزار لیزرل به بهترین شکل مدیریت شد تا سوگیری در برآوردها ایجاد نشود، اما همچنان طولانی بودن ابزار سنجش یکی از چالش‌های فرآیند گردآوری داده بود. همچنین، با وجود تنوع ذینفعان در فاز کمی، دسترسی به برخی از سیاست‌گذاران ارشد دولتی به دلیل بوروکراسی‌های اداری دشوار بود که این امر می‌تواند تا حدودی محافظه‌کاری در پاسخ‌های مربوط به بخش مداخلات دولتی را افزایش داده باشد. و سرانجام، داده‌های این پژوهش به صورت مقطعی گردآوری شده‌اند؛ در حالی که پدیده سیاست‌گذاری فرهنگی و تأثیرات راهبردهای حمایتی بر پیامدها، فرآیندی پویا و طولانی‌مدت است.

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به صورت طولی به سنجش اثرات میان‌مدت و بلندمدت تغییر سیاست‌های حمایتی دولت (مثلاً حذف یارانه‌های مستقیم کاغذ و تبدیل آن به بن‌های خرید الکترونیک

مصرف‌کننده) بر واریانس و پایداری اقتصادی ناشران بپردازند. با توجه به رد شدن برخی روابط مداخله‌گر در حوزه فناوری، پیشنهاد می‌شود پژوهش مستقل و متمرکزی بر روی «اکوسیستم نشر الکترونیک و صوتی در ایران» انجام شده و مدل حمایتی دولت صرفاً در این حوزه بازطراحی و آزمون شود. انجام پژوهش‌های تطبیقی میان مدل استخراج‌شده در ایران با کشورهای در حال توسعه‌ای که تجربه موفق‌تری در اصلاح نظام نشر داشته‌اند (مانند مالزی یا کشورهای حوزه غرب آسیا)، می‌تواند ابعاد جدیدی از راهبردهای بین‌المللی و قانونی را روشن سازد. با توجه به تأکید مدل بر شفافیت و ایجاد سامانه‌های جامع اطلاعاتی، پژوهش‌های آتی می‌توانند تأثیر به کارگیری کلان‌داده‌ها و تحلیل‌های هوش مصنوعی را در بهینه‌سازی زنجیره تأمین نشر و نیازسنجی مخاطبان به عنوان یک راهبرد نوین بررسی کنند.

منابع

ابراهیمی، هاجر، باب‌الحوائجی، فهیمه، مطلبی، داریوش، و حریری، نجلا. (۱۴۰۳). بررسی عوامل مؤثر بر نشر حرفه‌ای کتاب و ارائه الگو در ایران. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۳۰(۴)، ۴۶۶-۴۸۴.
<https://doi.org/10.61186/publi.30.4.466>

ابراهیمی، هاجر، مطلبی، داریوش، باب‌الحوائجی، فهیمه، و حریری، نجلا. (۱۴۰۱). مؤلفه‌های نشر حرفه‌ای و پیامدهای حرفه‌ای نبودن نشر ایران؛ با رویکرد نظریه داده‌بنیاد. *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۳(۶۰)، ۲۶۱-۲۸۶.
<https://doi.org/10.22083/jccs.2022.317803.3495>

احمدی فصیح، صدیقه، و حسینی نیک، عباس. (۱۴۰۴). قوانین و مقررات حقوق مالکیت ادبی و هنری (کپی رایت) در ایران و کشورهای پیشرو در حق مولف (آمریکا، استرالیا، انگلیس، فرانسه) با رویکرد به آرشیوها؛ مطالعه‌ای تطبیقی. *مطالعات کتابداری و علم اطلاعات*، ۱۷(۲)، ۱۹-۴۰.
<https://doi.org/10.22055/slis.2025.48037.1975>

باب‌الحوائجی، فهیمه، مطلبی، داریوش، حریری، نجلا، و مومنی، فرشاد. (۱۳۹۰). تحلیل آماری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب ایران میان سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷. *پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱(۱)، ۲۴۱-۲۶۴.

بهرامی کمیل، نظام. (۱۳۹۶). *آسیب‌شناسی ساختاری صنعت چاپ در ایران*. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

حسین‌زاده بیرامی، ملیحه. (۱۳۹۷). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان آذربایجان شرقی از دیدگاه ناشران و کتابفروشان در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵. *دانشگاه الزهرا (س)*.

حیدری، ابراهیم، صادقی، مهرداد، و رشیدپور، علی. (۱۴۰۲). مداخله دولت در صنعت نشر: مرور دامنه رویکردها و راهبردهای حمایتی. *مدیریت اطلاعات*، ۹(۲)، ۱-۲۷.
<https://doi.org/10.22034/aimj.2025.486911.1612>

رضایی، جمشید. (۱۳۸۸). *نگاهی به مشکلات پخش کتاب در ایران*. کتاب ماه کلیات، ۱۴۰، ۱۴-۲۳.

شش‌جوانی، حمیدرضا. (۱۴۰۰). سیاست‌گذاری اقتصادی بخش فرهنگ؛ بررسی اثر سیاست تنظیمی کپی‌رایت بر درآمد نویسندگان ادبی در ایران. *اقتصاد و تجارت نوین*، ۱۶(۳)، ۸۷-۱۰۳.
<https://www.doi.org/10.30465/jnet.2022.38387.1791>

مطلبی، داریوش، و حسینی، شهیمه السادات. (۱۳۹۲). دیدگاه ناشران شهر تهران درباره حق مؤلف در ایران. *مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۴(۲)، ۴۲-۵۶.

Ayre, C., & Scally, A. J. (2013). Critical Values for Lawshe's Content Validity Ratio: Revisiting the Original Methods of Calculation. *Measurement and Evaluation in*

- Counseling and Development*, 47(1), 79–86.
<https://doi.org/10.1177/0748175613513808>
- Boggs, J. (2010). An overview of canada's contemporary book trade in light of (nearly) four decades of policy interventions. *Publishing Research Quarterly*, 26(1), 24–45.
<https://doi.org/10.1007/s12109-010-9152-9>
- Ciarcelluti, D. (2020). *Evolution of the publishing industry's business model in the digital era: research of winning patterns and strategies* [Thesis, Luiss Guido Carli]. Italy. http://tesi.luiss.it/29051/1/712591_CIARCELLUTI_DOMENICO.pdf
- Dagiene, E. (2023). Prestige of scholarly book publishers—An investigation into criteria, processes, and practices across countries. *Research Evaluation*, 32(2), 356–370. <https://doi.org/10.1093/reseval/rvac044>
- de Prato, G., & Simon, J. P. (2014). Public policies and government interventions in the book publishing industry. *Info*, 16(2), 47–66. <https://doi.org/10.1108/info-04-2013-0014>
- Ebrahimi, H., Matlabi, D., Babalhavaeji, f., & Hariri, N. (2022). The Components of Professional Publishing and Consequences of Non-Professional Publishing in Iran; A Grounded Theory Approach. *Journal of Culture-Communication Studies*, 23(60), 261–286. <https://doi.org/10.22083/jccs.2022.317803.3495>
- Entezari, A., & Derakhshan, F. (2022). Analysis of Policy-Making in Cultural Economics. *Journal of Applied Sociology*, 33(1), 1–34. <https://doi.org/10.22108/jas.2021.128784.2111>
- Haji Zeinolabedini, M., Hemmat, M., Rahmani Katigari, M., Keshtkar, Z., & Talebi Azadboni, T. (2019). What Challenges Does the Publishing Industry Face in Iran? *Publishing Research Quarterly*, 35(3), 485–499. <https://doi.org/10.1007/s12109-019-09664-6>
- Harvey, F. (2026). AI and Australia's Trade Publishing Industry: A Digital Anti-Colonial Inquiry. *Book History*, 29(1), 156–179 .
- Islamic Parliament Research Center. (2012). *Examining the status of book publishing in Iran* <https://rc.majlis.ir/fa/news/show/822555>
- Jones, C., & Thornton, P. H. (2005). Transformation in Cultural Industries. *Research in the Sociology of Organizations*, 23, xi–xxi. [https://doi.org/10.1016/S0733-55^X\(05\)23009-4](https://doi.org/10.1016/S0733-55^X(05)23009-4)

- Kalmykov, A. (2024). Transforming the publishing industry in the digital age: challenges and opportunities. *Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law*, 28(3). <https://doi.org/10.19192/wsfig.sj3.2024.12>
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4). 563–575. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x>
- Shpak, V. (2025). Modern Trends in Global Book Publishing: Educational Aspect. *Integrated communications*, 20(2), 103–113. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.213>

پیوست یک: نتایج واریانس کل تبیین شده

مؤلفه	مقادیر ویژه اولیه			مجموع بارگذاری‌های مجذور شده پس از استخراج			مجموع بارگذاری‌های مجذور شده پس از چرخش		
	مجموع	درصد واریانس	درصد جمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد جمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد جمعی
۱	۱۰۰۰۵۷	۱۴۰۰۷	۱۴۰۰۷	۱۰۰۰۵۷	۱۴۰۰۷	۱۴۰۰۷	۸۰۷۹۳	۱۲۰۲۱۲	۱۲۰۲۱۲
۲	۸۰۲۹۷	۱۱۰۵۲۳	۲۵۰۶۳۰	۸۰۲۹۷	۱۱۰۵۲۳	۲۵۰۶۳۰	۶۰۸۸۴	۹۰۵۶۲	۲۱۰۷۷۴
۳	۶۰۹۵۴	۹۰۶۵۹	۳۵۰۲۸۹	۶۰۹۵۴	۹۰۶۵۹	۳۵۰۲۸۹	۶۰۷۷۱	۹۰۴۰۴	۳۱۰۱۷۸
۴	۶۰۳۲۱	۸۰۷۷۹	۴۴۰۰۶۸	۶۰۳۲۱	۸۰۷۷۹	۴۴۰۰۶۸	۵۰۹۴۲	۸۰۲۵۳	۳۹۰۴۳۱
۵	۵۰۴۱۶	۷۰۵۲۳	۵۱۰۵۹۰	۵۰۴۱۶	۷۰۵۲۳	۵۱۰۵۹۰	۵۰۸۸۹	۸۰۱۷۹	۴۷۰۶۱۱
۶	۵۰۲۲۱	۷۰۲۵۱	۵۸۰۸۴۲	۵۰۲۲۱	۷۰۲۵۱	۵۸۰۸۴۲	۴۰۹۰۹	۶۰۸۱۸	۵۴۰۴۳۹
۷	۳۰۹۸۷	۵۰۵۳۸	۶۴۰۳۸۰	۳۰۹۸۷	۵۰۵۳۸	۶۴۰۳۸۰	۳۰۸۸۸	۵۰۴۰۰	۵۹۰۸۲۹
۸	۳۰۶۵۴	۵۰۰۷۴	۶۹۰۴۵۴	۳۰۶۵۴	۵۰۰۷۴	۶۹۰۴۵۴	۳۰۸۵۹	۵۰۳۶۰	۶۵۰۱۸۹
۹	۳۰۳۰۶	۴۰۵۹۲	۷۴۰۰۴۵	۳۰۳۰۶	۴۰۵۹۲	۷۴۰۰۴۵	۳۰۷۱۸	۵۰۱۶۴	۷۰۰۳۵۳
۱۰	۳۰۱۴۷	۴۰۳۴۲	۷۸۰۳۸۷	۳۰۱۴۷	۴۰۳۴۲	۷۸۰۳۸۷	۲۰۹۸۳	۴۰۱۴۳	۷۴۰۴۹۷
۱۱	۳۰۱۴۷	۳۰۹۵۴	۸۴۰۴۴۱	۳۰۱۴۷	۳۰۹۵۴	۸۴۰۴۴۱	۲۰۹۶۶	۴۰۱۱۹	۷۸۰۶۱۶
۱۲	۲۰۴۴۷	۳۰۳۹۹	۸۵۰۷۴۰	۲۰۴۴۷	۳۰۳۹۹	۸۵۰۷۴۰	۲۰۹۱۵	۴۰۰۴۹	۸۲۰۶۶۵
۱۳	۲۰۲۹۸	۳۰۱۹۲	۸۸۰۹۳۲	۲۰۲۹۸	۳۰۱۹۲	۸۸۰۹۳۲	۲۰۸۹۳	۳۰۹۴۳	۸۶۰۶۰۸
۱۴	۱۰۸۷۵	۲۰۶۰۴	۹۱۰۸۳۶	۱۰۸۷۵	۲۰۶۰۴	۹۱۰۸۳۶	۱۰۹۴۰	۲۰۶۹۴	۸۹۰۳۰۲
۱۵	۱۰۶۵۳	۲۰۲۹۶	۹۳۰۸۳۲	۱۰۶۵۳	۲۰۲۹۶	۹۳۰۸۳۲	۱۰۹۲۱	۲۰۶۶۸	۹۱۰۹۷۱
۱۶	۱۰۲۱۴	۱۰۶۸۶	۹۵۰۵۱۹	۱۰۲۱۴	۱۰۶۸۶	۹۵۰۵۱۹	۱۰۸۸۹	۲۰۶۳۳	۹۴۰۵۹۴
۱۷	۱۰۱۶۷	۱۰۶۲۱	۹۷۰۱۴۰	۱۰۱۶۷	۱۰۶۲۱	۹۷۰۱۴۰	۱۰۸۲۳	۲۰۵۴۵	۹۷۰۱۴۰
۱۸	۰۲۲۴	۰۳۱۲	۹۷۰۴۵۱						
۱۹	۰۱۳۶	۰۱۸۹	۹۷۰۶۴۰						
۲۰	۰۱۲۵	۰۱۷۴	۹۷۰۸۱۵						
۲۱	۰۱۱۳	۰۱۵۶	۹۷۰۹۷۱						
۲۲	۰۰۹۶	۰۱۲۳	۹۸۰۱۰۴						
۲۳	۰۰۹۱	۰۱۲۷	۹۸۰۳۳۱						
۲۴	۰۰۸۴	۰۱۱۷	۹۸۰۳۳۸						
۲۵	۰۰۸۰	۰۱۱۱	۹۸۰۴۵۹						
۲۶	۰۰۷۲	۰۱۰۰	۹۸۰۵۵۹						
۲۷	۰۰۶۷	۰۰۹۳	۹۸۰۶۵۳						
۲۸	۰۰۶۳	۰۰۸۸	۹۸۰۷۴۱						
۲۹	۰۰۶۱	۰۰۸۴	۹۸۰۸۲۵						
۳۰	۰۰۵۶	۰۰۷۸	۹۸۰۹۰۳						
۳۱	۰۰۵۰	۰۰۶۹	۹۸۰۹۷۲						
۳۲	۰۰۴۸	۰۰۶۷	۹۹۰۰۳۹						
۳۳	۰۰۴۴	۰۰۶۲	۹۹۰۱۰۱						
۳۴	۰۰۴۳	۰۰۶۰	۹۹۰۱۶۰						
۳۵	۰۰۴۱	۰۰۵۶	۹۹۰۲۱۷						
۳۶	۰۰۴۰	۰۰۵۵	۹۹۰۲۷۲						
۳۷	۰۰۳۷	۰۰۵۲	۹۹۰۳۳۲						
۳۸	۰۰۳۶	۰۰۵۰	۹۹۰۳۷۳						
۳۹	۰۰۳۴	۰۰۴۷	۹۹۰۴۲۱						
۴۰	۰۰۳۳	۰۰۴۶	۹۹۰۴۶۷						
۴۱	۰۰۳۸	۰۰۳۹	۹۹۰۵۰۶						
۴۲	۰۰۳۸	۰۰۳۸	۹۹۰۵۴۵						
۴۳	۰۰۳۶	۰۰۳۶	۹۹۰۵۸۱						
۴۴	۰۰۳۵	۰۰۳۵	۹۹۰۶۱۶						
۴۵	۰۰۳۳	۰۰۳۲	۹۹۰۶۴۸						
۴۶	۰۰۳۲	۰۰۳۰	۹۹۰۶۹۹						
۴۷	۰۰۳۱	۰۰۲۹	۹۹۰۷۰۷						
۴۸	۰۰۱۹	۰۰۲۷	۹۹۰۷۳۴						
۴۹	۰۰۱۷	۰۰۲۴	۹۹۰۷۵۸						
۵۰	۰۰۱۵	۰۰۲۲	۹۹۰۷۷۹						
۵۱	۰۰۱۵	۰۰۲۰	۹۹۰۸۰۰						
۵۲	۰۰۱۴	۰۰۲۰	۹۹۰۸۲۰						
۵۳	۰۰۱۳	۰۰۱۸	۹۹۰۸۳۸						
۵۴	۰۰۱۳	۰۰۱۸	۹۹۰۸۵۶						
۵۵	۰۰۱۲	۰۰۱۶	۹۹۰۸۷۲						

مؤلفه	مجموع	مقادیر ویژه اولیه		مجموع بارگذاری‌های مجذور شده پس از استخراج			مجموع بارگذاری‌های مجذور شده پس از چرخش		
		درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی
۵۶	۰.۰۱۱	۰.۰۱۵	۹۹.۸۸۷						
۵۷	۰.۰۱۰	۰.۰۱۴	۹۹.۹۰۱						
۵۸	۰.۰۰۹	۰.۰۱۳	۹۹.۹۱۴						
۵۹	۰.۰۰۸	۰.۰۱۱	۹۹.۹۲۵						
۶۰	۰.۰۰۸	۰.۰۱۱	۹۹.۹۳۶						
۶۱	۰.۰۰۷	۰.۰۱۰	۹۹.۹۴۶						
۶۲	۰.۰۰۶	۰.۰۰۹	۹۹.۹۵۴						
۶۳	۰.۰۰۶	۰.۰۰۸	۹۹.۹۶۲						
۶۴	۰.۰۰۵	۰.۰۰۷	۹۹.۹۶۹						
۶۵	۰.۰۰۵	۰.۰۰۷	۹۹.۹۷۶						
۶۶	۰.۰۰۴	۰.۰۰۶	۹۹.۹۸۱						
۶۷	۰.۰۰۴	۰.۰۰۵	۹۹.۹۸۷						
۶۸	۰.۰۰۳	۰.۰۰۵	۹۹.۹۹۱						
۶۹	۰.۰۰۳	۰.۰۰۴	۹۹.۹۹۵						
۷۰	۰.۰۰۲	۰.۰۰۳	۹۹.۹۹۸						
۷۱	۰.۰۰۱	۰.۰۰۲	۹۹.۹۹۹						
۷۲	۰.۰۰۰	۰.۰۰۱	۱۰۰.۰۰۰						

پیوست دو: ماتریس عوامل چرخش یافته

کویه	مؤلفه																
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
۱	۰.۰۴۲	۰.۰۵۴	۰.۰۱۴	۰.۹۸۵	۰.۰۳۵	۰.۰۱۶	۰.۰۰۲	۰.۰۴۸	۰.۰۶۳	۰.۰۳۷	۰.۰۰۶	۰.۰۰۲	۰.۰۳۳	۰.۰۰۱	۰.۰۰۱	۰.۰۴۳	۰.۰۰۱
۲	۰.۰۳۳	۰.۰۰۵	۰.۰۰۵	۰.۹۸۵	۰.۰۰۲	۰.۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۶۷	۰.۰۲۸	۰.۰۵۳	۰.۰۰۶	۰.۰۰۱	۰.۰۰۵	۰.۰۰۱	۰.۰۰۱	۰.۰۳۴	۰.۰۰۱
۳	۰.۰۷۵	۰.۱۵۴	۰.۱۷۱	۰.۹۷۴	۰.۰۱۵	۰.۰۲۸	۰.۰۱۹	۰.۰۱۵	۰.۰۴۱	۰.۰۱۴	۰.۰۲۸	۰.۰۰۳	۰.۰۰۱	۰.۰۱۷	۰.۰۰۱	۰.۰۹۳	۰.۰۱۴
۴	۰.۱۸۷	۰.۰۱۷	۰.۰۰۱	۰.۰۸۱	۰.۰۱۸	۰.۰۰۸	۰.۰۱۵	۰.۰۰۶	۰.۰۸۶	۰.۰۷۵	۰.۰۱۶	۰.۰۰۴	۰.۰۰۴	۰.۰۶۵	۰.۰۰۴	۰.۰۴۳	۰.۰۰۸
۵	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۸	۰.۰۹۳	۰.۰۲۷	۰.۰۰۵	۰.۰۴۸	۰.۰۰۴	۰.۰۱۳	۰.۰۰۵	۰.۰۵۷	۰.۰۰۱	۰.۰۵۳	۰.۰۱۹	۰.۰۰۹	۰.۰۱۶	۰.۰۰۱
۶	۰.۰۲۶	۰.۰۲۹	۰.۰۱۴	۰.۰۰۷	۰.۰۱۹	۰.۰۱۱	۰.۰۲۹	۰.۰۲۵	۰.۰۱۸	۰.۰۰۴	۰.۰۵۲	۰.۰۲۶	۰.۰۶۱	۰.۰۰۴	۰.۰۰۴	۰.۰۱۸	۰.۰۲۳
۷	۰.۰۲۴	۰.۰۳۳	۰.۰۰۲	۰.۹۸۱	۰.۰۳۵	۰.۰۱۲	۰.۰۲۳	۰.۰۴۴	۰.۰۵۵	۰.۰۰۱	۰.۰۵۹	۰.۰۳۸	۰.۰۳۷	۰.۰۰۴	۰.۰۰۲	۰.۰۱۹	۰.۰۰۴
۸	۰.۰۰۵	۰.۱۱۱	۰.۱۲۲	۰.۰۳۱	۰.۰۳۷	۰.۰۲۶	۰.۰۰۵	۰.۰۹۵	۰.۰۳۳	۰.۰۰۸	۰.۰۷۵	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰	۰.۰۵۴	۰.۰۰۱	۰.۰۰۱
۹	۰.۰۲۹	۰.۰۱۲	۰.۰۱۲	۰.۰۵۱	۰.۰۰۶	۰.۰۲۵	۰.۰۲۵	۰.۰۰۶	۰.۰۱۷	۰.۰۰۵	۰.۰۰۲	۰.۰۰۲	۰.۰۰۷	۰.۰۱۳	۰.۰۰۹	۰.۰۰۸	۰.۰۰۷
۱۰	۰.۱۷۵	۰.۰۱۴	۰.۰۳۱	۰.۱۰۸	۰.۰۲۵	۰.۰۰۹	۰	۰.۰۱۳	۰.۰۰۸	۰.۰۱۳	۰.۰۰۶	۰.۰۰۱	۰.۰۲۳	۰.۰۰۵	۰.۰۲۸	۰.۰۴۶	۰.۰۰۲
۱۱	۰.۰۳۲	۰.۰۴۸	۰.۰۰۷	۰.۰۸۸	۰.۰۴۲	۰.۰۰۹	۰.۰۰۱	۰.۰۴۵	۰.۰۶۳	۰.۰۳۶	۰.۰۴۹	۰.۰۰۷	۰.۰۴۸	۰.۰۰۵	۰.۰۲۲	۰.۰۴۳	۰.۰۰۹
۱۲	۰.۰۵۲	۰.۰۴۱	۰.۰۰۲	۰.۹۷۵	۰.۰۲۲	۰.۰۲۸	۰.۰۲۶	۰.۰۳۱	۰.۰۲۷	۰.۰۵۱	۰.۰۰۷	۰.۰۳۵	۰.۰۵۲	۰.۰۰۱	۰.۰۰۳	۰.۰۵۳	۰.۰۰۴
۱۳	۰.۰۷۶	۰.۱۴۸	۰.۰۱۲	۰.۰۰۸	۰.۰۱۵	۰.۰۲۶	۰.۰۰۹	۰.۰۰۵	۰.۰۲۱	۰.۰۰۶	۰.۰۲۵	۰.۰۴۵	۰.۰۰۱	۰.۰۲۴	۰.۰۴۵	۰.۱۱۵	۰.۰۲۴
۱۴	۰.۰۶۳	۰.۰۱۴	۰.۰۴۹	۰.۰۰۶	۰.۰۰۱	۰.۰۱۱	۰.۰۰۵	۰.۰۰۵	۰.۰۱۶	۰.۰۲۲	۰.۰۰۸	۰.۰۸۲	۰.۰۰۱	۰.۰۱۱	۰.۰۱۵	۰.۰۵۴	۰.۰۷۱
۱۵	۰.۰۲۹	۰.۰۶۳	۰.۰۴۱	۰.۰۰۱	۰.۰۰۱	۰.۰۰۱	۰.۰۵۵	۰.۰۱۱	۰.۰۳۱	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۱۰۳	۰.۰۰۲	۰.۰۰۱	۰.۰۰۹	۰.۰۰۳	۰.۰۳۷
۱۶	۰.۰۲۴	۰.۰۲۴	۰.۰۴۱	۰.۰۲۴	۰.۰۱۴	۰.۰۲۶	۰.۰۲۶	۰.۰۱۸	۰.۰۳۵	۰.۰۳۹	۰.۰۴۴	۰.۰۵۲	۰.۰۰۶	۰.۰۰۲	۰.۰۰۱	۰.۰۱۸	۰.۰۳۵
۱۷	۰.۰۸۲	۰.۰۵۴	۰.۰۳۲	۰.۰۲۸	۰.۰۲۵	۰.۰۵۶	۰.۰۳۱	۰.۰۰۳	۰.۰۰۵	۰.۰۰۸	۰.۰۱۹	۰.۰۵۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۲۶	۰.۰۰۸	۰.۰۳۲
۱۸	۰.۰۴۹	۰.۰۱۶	۰.۰۰۸	۰.۰۲۶	۰.۰۳۷	۰.۰۲۷	۰.۰۰۲	۰.۰۱۱	۰.۰۰۷	۰.۰۲۴	۰.۰۴۸	۰.۰۳۵	۰.۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۰۲	۰.۰۰۳	۰.۰۴۱
۱۹	۰.۰۶۴	۰.۰۴۷	۰.۰۱۱	۰.۰۲۶	۰.۰۰۵	۰.۰۰۸	۰.۰۰۹	۰.۰۰۸	۰.۰۲۲	۰.۰۰۵	۰.۰۵۱	۰.۰۰۱	۰.۰۴۴	۰.۰۱۲	۰.۰۲۲	۰.۰۲۳	۰.۰۲۷
۲۰	۰.۰۰۵	۰.۰۱۲	۰.۰۵۹	۰.۰۱۵	۰.۰۲۵	۰.۰۳۱	۰.۰۰۱	۰.۰۲۳	۰.۰۱۴	۰.۰۰۸	۰.۰۶۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۴	۰.۰۱۳	۰.۰۱۲	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵
۲۱	۰.۰۸۵	۰.۰۳۳	۰.۰۱۱	۰.۰۴۷	۰.۰۰۱	۰.۰۰۴	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۴۳	۰.۰۰۷	۰.۰۰۷	۰.۰۰۷	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۳۵
۲۲	۰.۰۵۸	۰.۰۵۶	۰.۰۰۲	۰.۰۳۱	۰.۰۱۶	۰.۰۰۳	۰.۰۰۳	۰.۰۰۷	۰.۰۴۴	۰.۰۰۵	۰.۰۲۲	۰.۰۳۵	۰.۰۶۶	۰.۰۳۱	۰.۰۲۶	۰.۰۲۶	۰.۰۵۳
۲۳	۰.۰۶۹	۰.۰۶۴	۰.۰۰۱	۰.۰۱۹	۰.۰۶۴	۰.۰۰۴	۰.۰۵۴	۰.۰۶۸	۰.۰۴۹	۰.۰۰۶	۰.۰۴۴	۰.۰۰۶	۰.۰۵۶	۰.۰۰۵	۰.۰۲۱	۰.۰۰۴	۰.۰۳۳
۲۴	۰.۰۷۲	۰.۰۷۷	۰.۰۰۴	۰.۰۰۷	۰.۰۶۵	۰.۰۲۷	۰.۰۶۷	۰.۰۳۱	۰.۰۰۴	۰.۰۰۱	۰.۰۰۶	۰.۰۰۲	۰.۰۷۱	۰.۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۳۷	۰.۰۰۴
۲۵	۰.۰۷۳	۰.۰۵۸	۰.۰۰۶	۰.۰۰۷	۰.۰۴۵	۰.۰۲۲	۰.۰۴۴	۰.۰۴۷	۰.۰۳۵	۰.۰۱۳	۰.۰۱۲	۰.۰۱۲	۰.۰۴۲	۰.۰۱۳	۰.۰۱۶	۰.۰۴۱	۰.۰۸۲
۲۶	۰.۰۲۵	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۲۸	۰.۰۴۸	۰.۰۶۵	۰.۰۳۱	۰.۰۵۱	۰.۰۲۲	۰.۰۳۴	۰.۰۱۲	۰.۰۱۲	۰.۱۴۶	۰.۰۱۵	۰.۰۱۸	۰.۰۶۷	۰.۰۶۷
۲۷	۰.۰۷۳	۰.۰۲۷	۰.۰۲۲	۰.۰۰۶	۰.۰۴۷	۰.۰۰۲	۰.۰۰۲	۰.۰۵۷	۰.۰۱۹	۰.۰۰۴	۰.۰۰۴	۰.۰۰۴	۰.۰۰۵	۰.۰۰۲	۰.۰۰۲	۰.۰۰۳	۰.۰۲۳
۲۸	۰.۰۴۶	۰.۰۰۴	۰.۰۰۴	۰.۰۵۳	۰.۰۷۵	۰.۰۰۵	۰.۰۸۱	۰	۰.۰۶۷	۰.۰۰۲	۰.۰۰۲	۰.۰۰۳	۰.۰۰۵	۰.۰۱۵	۰.۰۱۸	۰.۰۵۴	۰.۰۵۴
۲۹	۰.۰۳۱	۰.۰۱۱	۰.۰۵۳	۰.۰۸۵	۰.۰۰۱	۰.۰۱۹	۰.۰۷۲	۰.۰۳۹	۰.۰۱۵	۰.۰۲۲	۰.۰۶۶	۰.۰۰۴	۰.۰۶۶	۰.۰۱۶	۰.۰۴۶	۰.۰۳۴	۰.۰۵۶

مؤلفه																	گويه
١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
٠٠٠٢٣	٠٠٠٢٧	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٨	٠٠٠٠٢	٠٠٠٠٤١	٠٠٠٠٩	٠٠٠٢٥	٠٠٠١٧	٠٠٠١٩	٠٠٠٨٥	٠٠٠٢١	٠٠٠٠٨	٠٠٠٢٢	٠٠٠٠٣	٠٠٠٤٣	٠٠٠٥٤	٣٠
٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٢	٠٠٠٠٣٤	٠٠٠١١	٠٠٠٠١	٠٠٠٠٤٥	٠٠٠١٦١	٠٠٠٠٥٢	٠٠٠٠٢	٠٠٠١٤	٠٠٠٥٢	٠٠٠٥٥	٠٠٠٠٢	٠٠٠٨٤	٠٠٠٩١	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٤	٣١
٠٠٠١٤	٠٠٠١٤	٠٠٠٠٣٤	٠٠٠٧٥	٠٠٠٢٣	٠٠٠٠٤٦	٠٠٠٧٢	٠٠٠٢٧	٠٠٠٨٢٢	٠٠٠١٢	٠٠٠١٨	٠٠٠٢١	٠٠٠١٥	٠٠٠١٣٨	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٨	٠٠٠٥٤	٣٢
٠٠٠٠٦	٠٠٠٢٨	٠٠٠١٩	٠٠٠٠٨	٠٠٠٠٢	٠٠٠٠٢٩	٠٠٠٠٦٦	٠٠٠٠٥٢	٠٠٠٤٦١	٠٠٠٢٤	٠٠٠١٧	٠٠٠١٩	٠٠٠٢٤	٠٠٠٧١	٠٠٠٢٧	٠٠٠٩٩	٠٠٠٧٨	٣٣
٠٠٠٢٣	٠٠٠٢٧	٠٠٠١٥	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٢٤	٠٠٠٩٧٨	٠٠٠١٥	٠٠٠٠٧	٠٠٠٢٩	٠٠٠١٧	٠٠٠٢٤	٠٠٠١٥	٠٠٠٩٢	٠٠٠٢٦	٠٠٠٠٧	٠٠٠٠٨	٣٤
٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٥	٠٠٠٢٢	٠٠٠١٨	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٧	٠٠٠٢١	٠٠٠٥٢	٠٠٠٠١	٠٠٠٨٢	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢١	٠٠٠١٢	٠٠٠٢١	٠٠٠٩٨	٠٠٠٥٤	٠٠٠٠٤	٣٥
٠٠٠٧٥	٠٠٠٢١	٠٠٠٢٢	٠٠٠١٨	٠٠٠٢٤	٠٠٠٧٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢١	٠٠٠٢٥	٠٠١٧٤	٠٠١٥	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٨	٠٠١٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٧١	٠٠٠٠٢	٣٦
٠٠٠٢٩	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٩	٠٠٠٥١	٠٠٠١٤	٠٠٠٢٢	٠٠٠١٧	٠٠٠٢١	٠٠٠٢٧	٠٠٠١٨	٠٠٠١٧	٠٠٠٢٥	٠٠٠٢٣	٠٠٠٢٩	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٤	٠٠٠٥٧	٣٧
٠٠٠٠٥	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٨	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٥	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢١	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٧	٠٠٠٢٣	٠٠٠٠٤	٠٠٠٢٨	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٤	٣٨
٠٠٠٠٤	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٠	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٨	٠٠٠٠٤	٠٠٠٠٧	٠٠٠٤٨	٠٠١٢	٠٠١٥	٠٠٠٠٢	٠٠٠٠٢	٠٠٠١٤	٠٠٠٢٣	٠٠٠٠٢	٠٠٠٠٢	٣٩
٠٠٠٢١	٠٠٠٢٥	٠٠٠٠١	٠٠٠٢٩	٠٠٠٢٩	٠٠٠٢٧	٠٠٠٢٥	٠٠٠٢٣	٠٠٠٠١	٠٠٠١٢	٠٠٠١١	٠٠٠٠٢	٠٠٠٠٩	٠٠٠٢٤	٠٠٠٩٧	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٢	٤٠
٠٠٠١٧	٠٠٠٠١	٠٠٠٠٥	٠٠٠٥١	٠	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٩	٠٠٠٢٤	٠٠٠٠٢	٠٠٠١٢	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٩	٠٠٠٢٥	٠٠٠٠٥	٠٠٠٩٧٢	٠٠٠١٢	٠٠٠٢٤	٤١
٠٠٠٢٣	٠٠٠٥٩	٠٠٠١٩	٠٠٠١١	٠٠٠٠٨	٠٠٠٢٣	٠٠١١٥	٠٠٠٠١	٠٠٠٢٨	٠٠٠٢٢	٠٠٠٨٤	٠٠١٢٧	٠٠٠١١	٠٠٠١٤	٠٠٠٥٤	٠٠٠٢٧	٠٠١٢٢	٤٢
٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٥	٠٠٠٢٤	٠٠٠٥٧	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٢	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢١	٠٠٠١٧	٠٠٠٥٤	٠٠١١٧	٠٠٠١١	٠٠٠٠٢	٠٠٠٢٨	٠٠٠٢٢	٠٠٠٠٤	٤٣
٠٠٠٢٧	٠٠٠٢٧	٠٠٠٤١	٠٠٠٤٣	٠٠٠٢٨	٠٠٠٢٤	٠٠٠٢٢	٠٠٠٠٢	٠٠٠٤٨	٠٠٠٠١	٠٠							

پیوست سه: نمونه پرسشنامه نهایی پژوهش

بخش نخست) اطلاعات جمعیت‌شناختی

(۱) سن:

(۲) نقش شما در صنعت نشر: (۱) ناشر ☐ (۲) توزیع‌کننده ☐ (۳) سیاست‌گذار ☐ (۴) پژوهشگر ☐ (۵) کتابفروش ☐ (۶) نویسنده ☐ (۷) سایر (لطفاً ذکر کنید:(۳) مدرک تحصیلی شما چیست؟* (۱) دیپلم دارم ☐ (۲) فوق دیپلم دارم ☐ (۳) لیسانس دارم ☐ (۴) فوق لیسانس دارم ☐ (۵) دکتری حرفه‌ای دارم ☐ (۶) دکتری تخصصی دارم ☐ (۷) سایر (نام ببرید) ☐

(۴) چند سال در صنعت نشر ایران تجربه دارید؟

(۵) انتشارات/ شرکت/ سازمان شما چند سال سابقه دارد؟

(۶) انتشارات/ شرکت/ سازمان شما سالانه چند اثر (شامل کتاب، نشریه، و غیره) منتشر/ توزیع می‌کند؟

بخش دوم) گویه‌های پرسشنامه

#	گویه	امتیاز (۱= کاملاً مخالفم و ۵= کاملاً موافقم)				
		۱	۲	۳	۴	۵
۱	عدم توازن موجود میان تعداد ناشران، موزعان، و کتابفروشان به صنعت نشر آسیب می‌زند.					
۲	حمایت‌های سلیقه‌ای و رانتی از صنعت نشر برای این صنعت مخرب است.					
۳	جامعه رسانه‌های صوتی و تصویری را به کتاب ترجیح می‌دهد و این امر بر فروش کتاب‌ها تأثیر می‌گذارد.					
۴	هزینه‌های بالای تولید و توزیع کتاب مانع رشد صنعت می‌شود.					
۵	سرمایه‌گذاری ناکافی در بخش نشر وجود دارد.					
۶	ناشران ایرانی دسترسی محدودی به بازارهای بین‌المللی دارند.					
۷	تحریم‌ها بر اقتصاد و نشر تأثیر منفی دارند.					
۸	شبکه‌های اجتماعی بر عادت خواندن تأثیر منفی دارند					
۹	آگاهی از اهمیت کتاب در جامعه کم است.					
۱۰	زیرساخت ضعیف توزیع کتاب بر دسترسی تأثیر می‌گذارد.					
۱۱	بی‌ثباتی سیاسی بر صنایع فرهنگی تأثیر منفی می‌گذارد.					
۱۲	همکاری بین مؤسسات آموزشی و ناشران وجود ندارد.					
۱۳	فرهنگ مطالعه قوی در ایران وجود ندارد.					
۱۴	شرایط اقتصادی کنونی در ایران بر صنعت نشر تأثیر می‌گذارد.					
۱۵	توزیع جغرافیایی ناشران در جامعه بر دسترسی به کتاب تأثیر منفی گذاشته است.					
۱۶	پروفاایل جمعیت‌شناختی خوانندگان بر روندهای بازار تأثیر دارد.					
۱۷	جوایز ادبی بر میزان اشتها و رؤیت‌پذیری نویسندگان تأثیر می‌گذارند.					
۱۸	تنوع فرهنگی در ایران بر روش‌های نشر تأثیر می‌گذارد.					
۱۹	وضعیت کتابخانه‌های عمومی بر فرهنگ خواندن تأثیر می‌گذارد.					
۲۰	روندهای جهانی نشر بر روش‌های محلی تأثیر می‌گذارند.					
۲۱	نمایشگاه‌های کتاب و جشنواره‌های ادبی به طور مؤثر خواندن را ترویج می‌کنند					
۲۲	نویسندگان محلی بر چشم‌انداز و آینده نشر تأثیر می‌گذارند.					
۲۳	فناوری به طور مثبت بر تولید، توزیع، و فروش کتاب تأثیر می‌گذارد.					
۲۴	رابطه بین ناشران، موزعان، و کتابفروشان مهم است.					
۲۵	باشگاه‌های کتاب و گروه‌های خواندن، فرهنگ خواندن را ترویج می‌کنند.					
۲۶	ترجمه، بازار نشر برای ناشران ایرانی را گسترش می‌دهد.					
۲۷	سانسور دولتی بر نشر تأثیر منفی دارد.					
۲۸	سطح پذیرش فناوری در بین ناشران بر رقابت‌پذیری صنعت نشر تأثیر می‌گذارد.					
۲۹	مدیریت و سیاست‌گذاری فرهنگی کارآمد برای توسعه صنعت نشر ضروری است.					
۳۰	آگاهی از حقوق و قوانین مربوط به کتاب و نشر ضروری است.					

#	گویه	امتیاز (۱= کاملاً مخالفم، و ۵= کاملاً موافقم)				
		۱	۲	۳	۴	۵
۳۱	دسترسی به فرصت‌های مالی و سرمایه‌گذاری توسعه صنعت نشر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.					
۳۲	تجربیات بازاریابی و ترویج موفقیت، صنعت نشر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.					
۳۳	سازگاری با شرایط متغیر بازار ضروری است.					
۳۴	ارزش‌های فرهنگی بر انتخاب آثار برای انتشار تأثیر می‌گذارد.					
۳۵	ایجاد سازوکار برای همکاری میان صنعت نشر و مؤسسات آموزشی ضروری است.					
۳۶	برگزاری رویدادهای خواندن و نمایشگاه‌های کتاب سودمند است.					
۳۷	خرید کتاب توسط دولت و نهادهای دولتی برای توسعه صنعت نشر سودمند است.					
۳۸	اعطای یارانه به صنعت نشر (همانند یارانه کاغذ) برای توسعه اثربخش است.					
۳۹	یکارگیری استراتژی‌های بازاریابی برای رسیدن به مخاطبان جدید مهم است.					
۴۰	تحقیق و توسعه برای مدل‌های جدید نشر ضروری است.					
۴۱	ارائه برنامه‌های آموزشی برای ناشران و کتاب‌فروشان جدید ضروری است.					
۴۲	ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای فروش کتاب اولویت دارد.					
۴۳	جستجوی مشارکت‌های بین‌المللی برای تبادل دانش سودمند است.					
۴۴	تأسیس کتابخانه‌های عمومی جدید و حمایت از کتابخانه‌های موجود مؤثر است.					
۴۵	مشارکت با رسانه‌های ملی و محلی برای ترویج کتاب‌ها مهم است.					
۴۶	بررسی گزینه‌های تأمین مالی جمعی برای پروژه‌های نشر ضروری است.					
۴۷	اعطای وام و دیگر تسهیلات مالی به ناشران، کتابفروشان، موزعان، و دیگر کنشگران صنعت نشر بر توسعه صنعت نشر اثرگذار است					
۴۸	برای توسعه صنعت نشر ناگزیر باید اعطای معافیت‌های مالیاتی در دستور کار باشد.					
۴۹	حمایت قانونی از حقوق نویسندگان ضروری است.					
۵۰	تغییر شیوه ممیزی و کم‌رنگ‌تر کردن آن در صنعت نشر باید پیگیری شود.					
۵۱	ارائه تخفیفات دولتی و بن‌های خرید کتاب سودمند است.					
۵۲	دولت باید بر قیمت‌گذاری کتاب نظارت داشته باشد تا صنعت نشر پیشرفت کند.					
۵۳	تسهیل ارتباط نشر با جهان و حمایت از صادرات کتاب به صنعت کشور کمک می‌کند.					
۵۴	ایجاد پایگاه داده‌ای از نویسندگان، ناشران، موزعان، کتابفروشان و ... سودمند است.					
۵۵	برای توسعه صنعت نشر زیرساخت‌های داخلی (برای نمونه، تولید کاغذ) باید بهبود یابند.					
۵۶	پیوستن ایران به کنوانسیون‌های بین‌المللی به سود صنعت نشر ایران است.					
۵۷	پشتیبانی مادی و معنوی از انجمن‌های صنفی می‌تواند صنعت نشر کشور را بهبود بخشد.					
۵۸	برای داشتن صنعت نشر بالنده، دولت باید از مداخله‌های ناعادلانه دست بردارد.					
۵۹	افزایش رؤیت‌پذیری نویسندگان و ناشران ایرانی محقق می‌شود.					
۶۰	بهبود ثبات مالی ناشران و حلقه‌های گوناگون صنعت نشر محقق می‌شود.					
۶۱	همکاری بیشتر بین ذینفعان صنعت نشر مشاهده می‌شود.					
۶۲	توسعه فرهنگی و ادبی محقق می‌شود.					
۶۳	بهبود کیفیت آثار منتشر شده دست‌یافتنی می‌شود.					
۶۴	حضور مؤثر ایران به شکل جدی‌تری در بازارهای بین‌المللی بهبود می‌یابد.					
۶۵	مشارکت در رویدادها و جشنواره‌های ادبی افزایش می‌یابد.					
۶۶	نوآوری بیشتر در روش‌های نشر به چشم می‌خورد.					
۶۷	توسعه یک زیست‌بوم نشر پایدار امکان‌پذیر می‌شود.					
۶۸	صنوف نشر در سیاست‌گذاری‌های دولتی درباره صنعت مشارکت بیشتری خواهند داشت.					
۶۹	افزایش سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه محقق می‌شود.					
۷۰	دسترسی به تأمین مالی برای پروژه‌های نشر بهبود می‌یابد.					
۷۱	میراث مکتوب و فرهنگی ایران حفظ و دسترس‌پذیر می‌شود.					
۷۲	افزایش تبادل فرهنگی با جهان از طریق ادبیات ممکن می‌شود.					

Why and How the Government Should it Support Publishing Industry? A Survey of Iranian Stakeholders' Perspectives

Ebrahim Heidari^{*1}

PhD Candidate, Department of Culture and Communication, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Mehrdad Sadeghi

Assistant Prof., Department of Culture and Communication, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Ali Rashidpoor

Associate Prof., Department of Culture and Communication, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Abstract

This study aims to identify, contextualize, and validate a comprehensive framework for governmental support of the book publishing industry in Iran based on a paradigmatic model (causal, contextual, and intervening conditions, strategies, and outcomes) to provide a synchronized roadmap for cultural policymakers. A mixed-methods (qualitative-quantitative) research design was employed. In this quantitative phase, a self-administered questionnaire based on the qualitative findings was distributed among key publishing stakeholders, yielding 368 valid respondents. Data were analyzed using Exploratory Factor Analysis (EFA) for component extraction, followed by Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Modeling (SEM) utilizing LISREL software. Missing data were handled using the Full Information Maximum Likelihood (FIML) estimation method. EFA identified 17 distinct components across the five dimensions of the paradigm model, accounting for 97.14% of the total variance. The CFA goodness-of-fit indices demonstrated an excellent fit for the overall model ($\chi^2 = 2403.56$, $df = 2348$, $P\text{-value} = 0.21$, $RMSEA = 0.0080$). Structural path analysis revealed that 38 out of 42 direct hypotheses and 64 out of 84 mediating paths were statistically significant ($P < 0.05$). Economic and infrastructural factors were found to be primary drivers of financial, technological, and managerial strategies; however, their direct relationship with international strategies was rejected ($P = 0.144$). Additionally, cultural-promotional strategies showed no significant impact on economic outcomes ($P = 0.083$). The structural model exhibits high validity and predictive power. Unidimensional interventions or an exclusive focus on promotional campaigns without resolving underlying economic and managerial barriers fail to sustain the publishing value chain. Technological and managerial strategies remain the cornerstone for achieving sustainable economic and cultural outcomes in Iran's publishing sector.

Keywords: Governmental Support, Book Publishing Industry, Cultural Policy, Paradigmatic Model, Confirmatory Factor Analysis, Economics of Culture.

¹ Corresponding Author: eb.heidari@iau.ac.ir