پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

گزارش نظرسنجی
«فرهنگ کتابخوانی در ایران»

آبان ۱۴۰۵

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
عنوان: گزارش نظرسنجی «فرهنگ کتابخوانی در ایران» (۱۸ الی ۲۰ آبان ۱۴۰۵)
مجری طرح: مرکز طرحهای ملی
نوبت چاپ: اول - آبان ۱۴۰۵
شمارگان: برای مخاطبان خاص
همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.
نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴-۱۴۱۵۵ . تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳ . دورنگار: ۸۸۸۹۰۷۶ Email: nashr@ricac.ac.ir

خلاصه مدیریتی

- ✓ ۴۲.۸ درصد پاسخگویان در هفته کتاب غیردرسی مطالعه می‌کنند.
- ✓ به طور متوسط ۲۷۲ دقیقه در هفته کتاب غیردرسی می‌خوانند و به عبارتی ۲۶.۹ دقیقه در روز مطالعه می‌کنند. با احتساب افرادی که کتاب نمی‌خوانند (۵۷.۲ درصد نمونه موردمطالعه)، این میانگین برابر با ۱۱.۲ دقیقه در روز می‌باشد. در عین حال وقتی دقیق‌تر پرسیده می‌شود که مطالعه به معنای خواندن کتاب، متن، محتوا، پادکست و غیره به صورت چاپی یا فایل می‌باشد؛ پاسخهای متفاوتی دریافت می‌شود. به طوری که، از آنها پرسیده شد که «در طول ۲۴ ساعت شبانه روز، به طور متوسط چند ساعت در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف، متن علمی (اعم از مقاله، تحلیل و غیره) می‌خوانید یا مستند علمی نگاه می‌کنید؟»: به طور متوسط ۹۶ دقیقه در روز در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف، متن علمی (اعم از مقاله، تحلیل و غیره) می‌خوانند یا مستند علمی نگاه می‌کنند.
- ✓ همچنین ۳۸.۶ درصد پاسخگویان در یکسال گذشته، کتاب یا بخشی از کتابی را خوانده‌اند یا به کتاب صوتی گوش داده‌اند.
- ✓ پاسخگویانی که از طریق اپلیکیشن کتاب می‌خوانند، به طور متوسط ۹۸.۶ دقیقه در روز، مطالعه کتاب در اپلیکیشن دارند.
- ✓ رمان و داستان با ۲۳.۱ درصد بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است، کتب روانشناسی و تربیتی و آموزش با ۱۹.۳ درصد، کتابهای تاریخی با ۱۴.۹درصد و معارف دینی و معنویت با ۱۰.۵ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند.
- ✓ همچنین افراد به طور میانگین در طول یکسال گذشته، ۸.۶ عنوان کتاب (کاغذی و الکترونیکی، صوتی) خریده‌اند.
- ✓ ۵۷.۸ درصد افراد کتابهای چاپی و کاغذی، ۱۲.۷ درصد الکترونیکی، ۱۵.۲درصد صوتی و ۱۴.۲ درصد هر سه نوع کتاب را مطالعه می‌کنند.
- ✓ کسب دانش (۲۸.۹ درصد) و رشد شخصی (۲۳.۵ درصد) لذت‌بردن از خواندن (۲۶ درصد) و الزامات شغلی و تحصیلی (۱۱.۵ درصد)، عادت به کتابخوانی (۶.۷ درصد) و داشتن وجهه فرهنگی و علمی نزد دیگران (۳.۴ درصد) انگیزه اصلی افراد از مطالعه است.
- ✓ ۱۱.۷ درصد افراد بیش از ۵ میلیون تومان در سال برای خرید کتاب هزینه می‌کنند.
- ✓ ۴۵.۳ درصد افراد، کتاب را می‌خرند، ۲۳.۴ درصد از کتابخانه یا آشنایان امانت می‌گیرند.
- ✓ فقط ۱۲.۲ درصد عضو کتابخانه هستند.
- ✓ فقط ۱۸.۲ درصد (۸۷ نفر) عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستند.

- ✓ در یک سوال باز، از پاسخگویانی که عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستند پرسیده شد که عضو کدام پلتفرم هستید؟: طاقچه با اختلاف قابل توجه، شناخته‌شده‌ترین پلتفرم در میان پاسخ‌دهندگان است. ۳۶.۳ درصد کل پاسخ‌ها به‌صورت مستقیم یا ترکیبی به این پلتفرم اشاره کرده‌اند. کتابراه و فیدیبو در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.
- ✓ فقط ۸.۶ درصد (۴۱ نفر) عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستند.
- ✓ در یک سوال باز، از پاسخگویانی که کتاب الکترونیکی یا صوتی می‌خوانند، پرسیده شد که کتاب الکترونیکی و صوتی را روی چه اپلیکیشن‌ها، وب‌سایت‌ها یا بسترهایی استفاده می‌کنید؟: تلگرام با ۲۱ درصد، پرکاربردترین بستر در میان پاسخ‌های دسته‌بندی‌شده است. گوگل و وب‌سایت‌ها با ۱۹.۱ درصد در رتبه دوم قرار دارند. طاقچه با ۱۳ درصد و ایتا با ۱۲.۲ درصد در رتبه‌های بعدی هستند. پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی سهم قابل توجهی در دسترسی به کتاب‌های الکترونیکی و صوتی دارند.
- ✓ از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند پرسیده شد «دسترسی دیجیتال شما از طریق خرید، اشتراک یا استفاده رایگان است؟»؛ ۳۴.۱ درصد پاسخگویان، رایگان استفاده می‌کنند، ۱۷.۹ درصد خریداری می‌کنند و ۷.۵ درصد نیز اشتراک می‌خرند. ۴۰.۵ درصد هیچکدام از این روشها را استفاده نمی‌کنند.
- ✓ ۳۱.۳ درصد پاسخگویان اصلا گفتگو یا معرفی انجام نداده‌اند، ۴۵ درصد یک تا ۵ بار گفتگو یا معرفی کرده‌اند، ۱۱.۲ درصد ۶ تا ۱۰ بار، ۶.۹ درصد یازده تا ۳۰ بار و ۵.۶ درصد بالای سی بار در یکسال گذشته درباره کتاب گفتگو یا آن را معرفی کرده‌اند.
- ✓ ۲۸ درصد افراد، در طول یک ماه گذشته، یک کتاب را به صورت کامل مطالعه کرده‌اند.
- ✓ ۲۲.۵ درصد پاسخگویان معتقدند کتابخوانی به میزان زیاد و خیلی زیاد در خانواده و اطرافیان آنها رواج دارد و ۴۵.۵ درصد نیز اظهار کردند که به میزان کم و خیلی کم رایج است.
- ✓ ۸۳ درصد مردم با این انگاره که «مردم ما کمتر مطالعه می‌کنند» موافقند و تنها ۷.۷ درصد با این انگاره مخالفند.
- ✓ ۵۰.۷ درصد مردم با این انگاره که «جامعه ایران دارای فرهنگ کتاب‌خوانی است» موافقند.
- ✓ ۵۰.۲ درصد افراد، کمبود وقت را مانع مطالعه خودشان می‌دانند. خستگی ذهنی (۱۵.۵ درصد)، هزینه کتابها (۱۱.۴ درصد) و بیسوادی (۹.۲ درصد) گزاره‌های بعدی موانع مطالعه پاسخگویان می‌باشد.
- ✓ ۲۵.۸ درصد افراد، کمبود وقت را مهم‌ترین علت کتاب‌نخواندن بخشی از مردم می‌دانند. ترجیح سرگرمی‌ها و فعالیت‌های دیگر (۲۴.۷ درصد)، خستگی ذهنی (۲۲.۹ درصد)، هزینه کتابها (۱۱.۵ درصد) و نبود علاقه (۹.۵ درصد) گزاره‌های بعدی مهم‌ترین علت کتاب‌نخواندن بخشی از مردم عنوان شده‌اند.
- ✓ ۳۶.۶ درصد مردم معتقدند نداشتن دغدغه مالی و معیشتی می‌تواند باعث افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی شود و همچنین ۲۳.۹ درصد نیز فرهنگ سازی درست در مدارس برای کودکان و ۱۰.۱ نیز دسترسی آسان و ارزان به کتاب را راهکار افزایش فرهنگ کتابخوانی دانسته‌اند.

فهرست مطالب

مقدمه ٦
یافته‌های نظرسنجی ٧
مشخصات پاسخگویان ٧
کتابخوانی ٨
سرانه مطالعه ٨
موضوعات و کتابهای موردمطالعه ٩
نوع کتابهای موردمطالعه ١٠
انگیزه مطالعه ١١
هزینه برای خرید کتاب ١٢
طریق تهیه کتاب ١٣
عضویت در کتابخانه ١٣
عضویت در پلتفرم‌های کتابخوانی ١٤
عضویت در گروه‌های ترویج کتابخوانی و باشگاه‌های کتابخوانی ١٥
بستر مطالعه کتابهای الکترونیکی و صوتی ١٥
انواع دسترسی دیجیتال ١٦
گفتگو درباره کتاب یا معرفی آن در یکسال گذشته ١٦
زمان آخرین مطالعه کامل یک کتاب ١٧
میزان رواج کتاب‌خوانی در خانواده و اطرافیان ١٨
انگاره «مطالعه کمتر از سوی ایرانیان» ١٩
انگاره «فرهنگ کتابخوانی ایرانیان» ٢٠
بزرگ‌ترین مانع مطالعه ٢١
مهم‌ترین علل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم ٢٢
راههای افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی ٢٣
جمع‌بندی و تحلیل ٢٤

مقدمه

رصد وضعیت کنونی و آیندهٔ فرهنگ و ابعاد مختلف آن، برای نظام سیاست‌گذاری اهمیت حیاتی دارد و به همین دلیل همواره نیازمند تصویری نزدیک به واقعیت از وضعیت فرهنگی برای اتخاذ تصمیمات واقع‌بینانه هستیم؛ این تصویر ممکن است مربوط به کل جامعه، یک حوزهٔ فرهنگی یا یک برنامهٔ فرهنگی در حال اجرا باشد و رصد یا پایش فرهنگی به معنای توصیف و تحلیل این وضعیت‌ها به‌منظور سیاست‌گذاری و اقدام مناسب فرهنگی است. به‌عبارت‌دیگر، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی در جهت رشد و تعالی فرهنگی کشور، نیازمند شناسایی وضع موجود فرهنگ و روند تغییر و تحولات آن است.

مسائل و نیازهای روز جامعه همواره دغدغه مسئولین و برنامه‌ریزان فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در سطوح مختلف بوده است و پرداختن به آن به‌مثابه یک ضرورت به دو دلیل اصلی صورت می‌گیرد:

۱- آگاهی از نگرش‌های مردم در خصوص وضعیت‌های انضمامی و عینی جامعه ایران

۲- آینده‌نگری و برنامه‌ریزی مطلوب برای بهبود مسائل و مشکلات مردم

ازاین‌جهت سنجش مستمر مسائل و موضوعات روز جامعه اهمیت پیدا می‌کند.

مرکز طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در این پژوهش به روش نظرسنجی به بررسی فرهنگ مطالعه و کتابخوانی پرداخته که نوشتار حاضر گزارش نتایج این نظرسنجی است.

داده‌های این نظرسنجی با استفاده از پرسشنامه و به‌صورت تلفنی در آبان ماه سال ۱۴۰۵ گردآوری شده است. جامعه آماری را نیز شهروندان ۱۸ سال و بالاتر کشور تشکیل داده و ۱۲۴۳ نفر به شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای (ابتدا سهمیه‌ای و سپس به‌صورت تصادفی ساده) انتخاب‌شده و مورد پرسش قرار گرفته‌اند.

یافته‌های نظرسنجی

مشخصات پاسخگویان

جدول ۱. مشخصات پاسخگویان

مشخصات عمومی		فراوانی	درصد
نمونه موردمطالعه		۱۲۴۳	**۱۰۰**
جنس	مرد	۶۶۰	۵۳.۱
	زن	۵۸۳	۴۶.۹
سن	۱۸ تا ۲۹	۱۰۰	۸
	۳۰ تا ۴۹	۶۶۰	۵۳.۱
	۵۰ به بالا	۴۸۳	۳۸.۹
	میانگین سن	۴۶.۵ سال	
وضعیت تاهل	مجرد	۲۱۷	۱۷.۶
	متاهل	۱۰۱۹	۸۲.۴
تحصیلات	دیپلم و زیردیپلم	۷۱۹	۵۷.۸
	فوق دیپلم و لیسانس	۳۵۷	۲۸.۷
	فوق لیسانس و دکتری	۱۶۷	۱۳.۴
هزینه خانوار	زیر ۱۲ میلیون تومان	۷۸	۷.۲
	از ۱۳ تا ۲۰ میلیون تومان	۱۵۵	۱۴.۴
	از ۲۱ تا ۳۰ میلیون تومان	۲۳۴	۲۱.۷
	از ۳۱ تا ۴۰ میلیون تومان	۲۱۱	۱۹.۶
	از ۴۱ تا ۵۰ میلیون تومان	۱۳۹	۱۲.۹
	بیش از ۵۱ میلیون تومان	۲۶۰	۲۴.۱
محل سکونت	مرکز استان	۶۳۳	۵۰.۹
	شهر غیر از مرکز استان	۴۸۰	۳۸.۶
	روستا	۱۳۰	۱۰.۵

کتابخوانی

۴۲.۸ درصد پاسخگویان در هفته کتاب غیردرسی مطالعه می‌کنند و ۵۷.۲ درصد نمی‌خوانند.

جدول ۲. کتابخوانی

	فراوانی	درصد
بلی	۵۳۲	۴۲.۸
خیر	۷۱۱	۵۷.۲
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰

سرانه مطالعه

پاسخگویانی که به طور متوسط در هفته، کتابهای غیردرسی می‌خوانند:

به طور متوسط ۲۷۲ دقیقه در هفته کتاب غیردرسی می‌خوانند و به عبارتی ۲۶.۹ دقیقه در روز مطالعه می‌کنند. با احتساب افرادی که کتاب نمی‌خوانند (۵۷.۲ درصد نمونه موردمطالعه)، این میانگین برابر با ۱۱.۲ دقیقه در روز می‌باشد.

در عین حال وقتی دقیق‌تر پرسیده می‌شود که مطالعه به معنای خواندن کتاب، متن، محتوا، پادکست و غیره به صورت چاپی یا فایل می‌باشد؛ پاسخهای متفاوتی دریافت می‌شود. به طوری که، از آنها پرسیده شد که «در طول ۲۴ ساعت شبانه روز، به طور متوسط چند ساعت در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف، متن علمی (اعم از مقاله، تحلیل و غیره) می‌خوانید یا مستند علمی نگاه می‌کنید؟»: **به طور متوسط ۹۶ دقیقه در روز در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف، متن علمی (اعم از مقاله، تحلیل و غیره) می‌خوانند یا مستند علمی نگاه می‌کنند.**

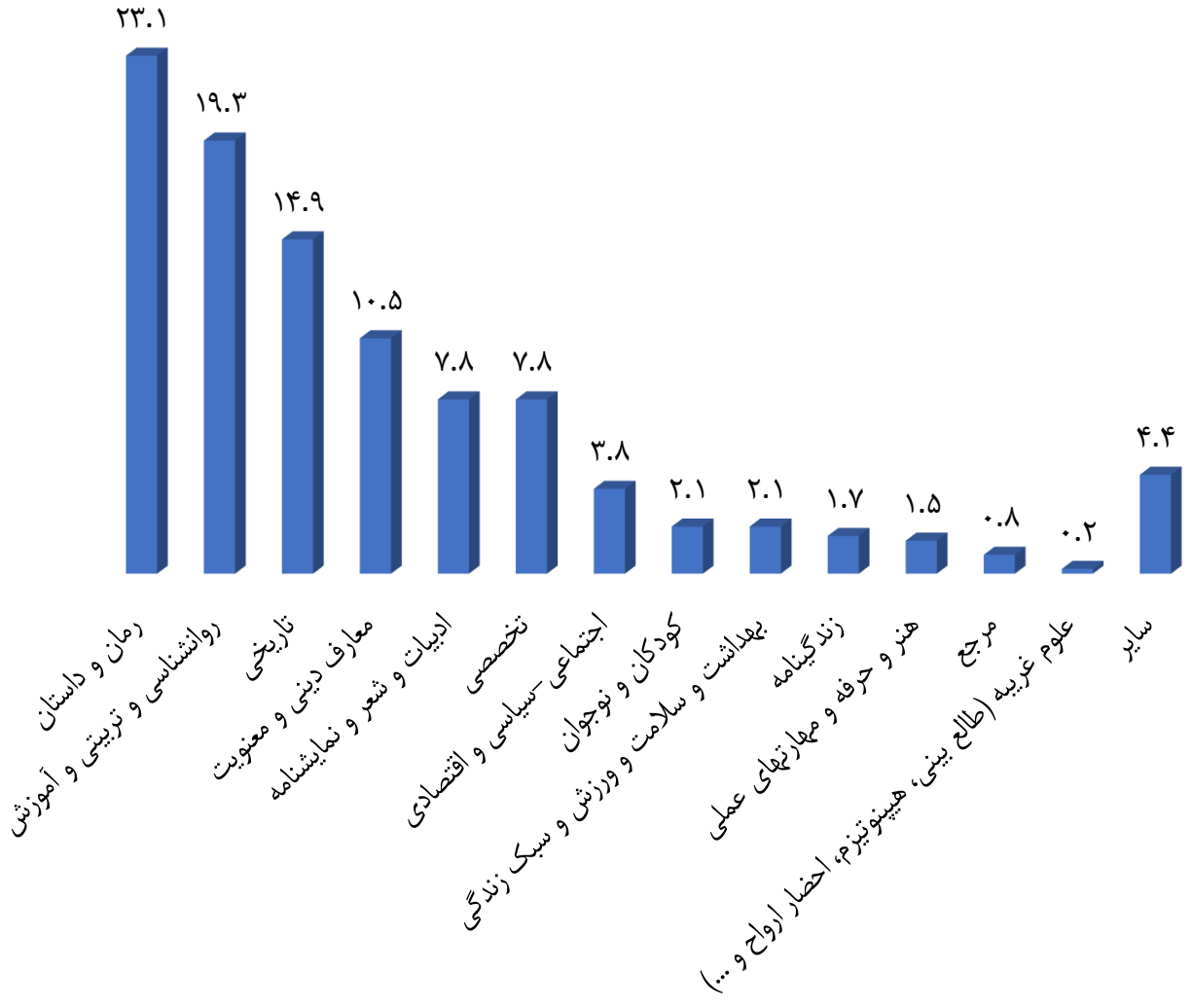
همچنین ۳۸.۶ درصد پاسخگویان در یکسال گذشته، کتاب یا بخشی از کتابی را خوانده‌اند یا به کتاب صوتی گوش داده‌اند.

پاسخگویانی که از طریق اپلیکیشن کتاب می‌خوانند، به طور متوسط ۹۸.۶ دقیقه در روز، مطالعه کتاب در اپلیکیشن دارند.

موضوعات و کتابهای موردمطالعه

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند، پرسیده شد «چه نوع کتاب‌هایی (موضوعات) را بیشتر مطالعه می‌کنید؟»؛ رمان و داستان با ۲۳.۱ درصد بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است، کتب روانشناسی و تربیتی و آموزش با ۱۹.۳ درصد، کتابهای تاریخی با ۱۴.۹درصد و معارف دینی و معنویت با ۱۰.۵ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند.

همچنین افراد به طور میانگین در طول یکسال گذشته، ۸.۶ عنوان کتاب (کاغذی و الکترونیکی، صوتی) خریده‌اند.



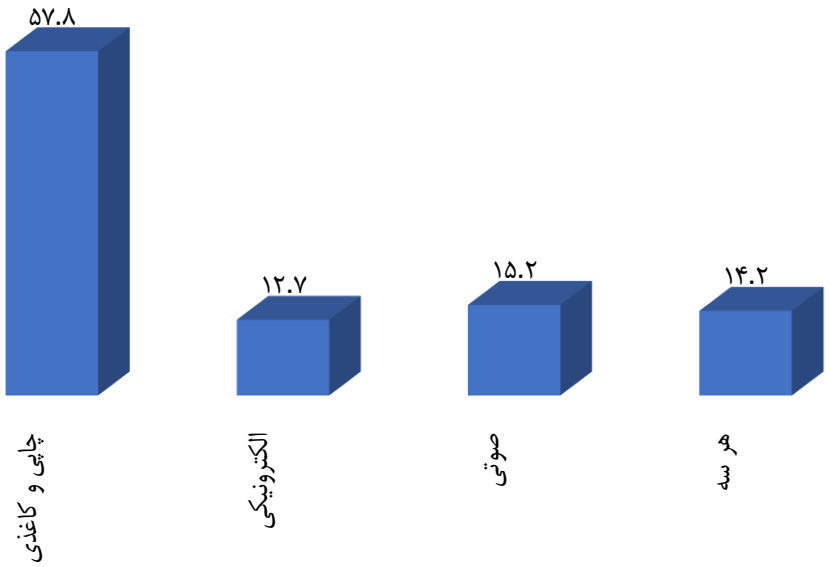
نمودار ۱. موضوعات و کتابهای موردمطالعه

نوع کتابهای موردمطالعه

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند، پرسیده شد «چه نوع کتاب‌هایی را بیشتر مطالعه می‌کنید؟»؛ ۵۷.۸ درصد افراد کتابهای چاپی و کاغذی، ۱۲.۷ درصد الکترونیکی، ۱۵.۲درصد صوتی و ۱۴.۲ درصد هر سه نوع کتاب را مطالعه می‌کنند.

جدول ۳. نوع کتابهای موردمطالعه

	فراوانی	درصد
چاپی و کاغذی	۲۷۷	۵۷.۸
الکترونیکی	۶۱	۱۲.۷
صوتی	۷۳	۱۵.۲
هر سه	۶۸	۱۴.۲
جمع	۴۷۹	۱۰۰



نمودار ۲. نوع کتابهای موردمطالعه

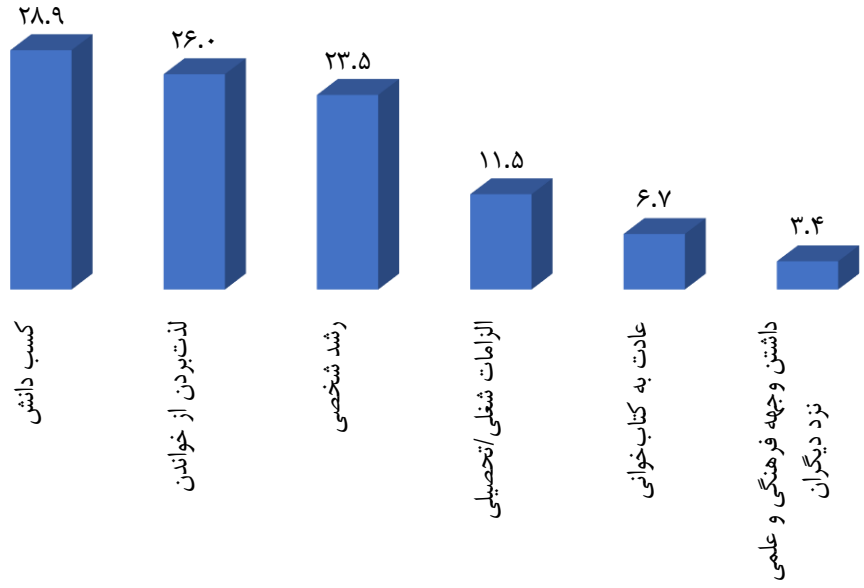
انگیزه مطالعه

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند، پرسیده شد «انگیزه اصلی شما از مطالعه چیست؟»؛

کسب دانش (۲۸.۹ درصد) و رشد شخصی (۲۳.۵ درصد) لذت‌بردن از خواندن (۲۶ درصد) و الزامات شغلی و تحصیلی (۱۱.۵ درصد)، عادت به کتابخوانی (۶.۷ درصد) و داشتن وجهه فرهنگی و علمی نزد دیگران (۳.۴ درصد) انگیزه اصلی افراد از مطالعه است.

جدول ۴. انگیزه مطالعه

	فراوانی	درصد
کسب دانش	۱۳۸	۲۸.۹
لذت‌بردن از خواندن	۱۲۴	۲۶
رشد شخصی	۱۱۲	۲۳.۵
الزامات شغلی/تحصیلی	۵۵	۱۱.۵
عادت به کتاب‌خوانی	۳۲	۶.۷
داشتن وجهه فرهنگی و علمی نزد دیگران	۱۶	۳.۴
جمع	۴۷۷	۱۰۰



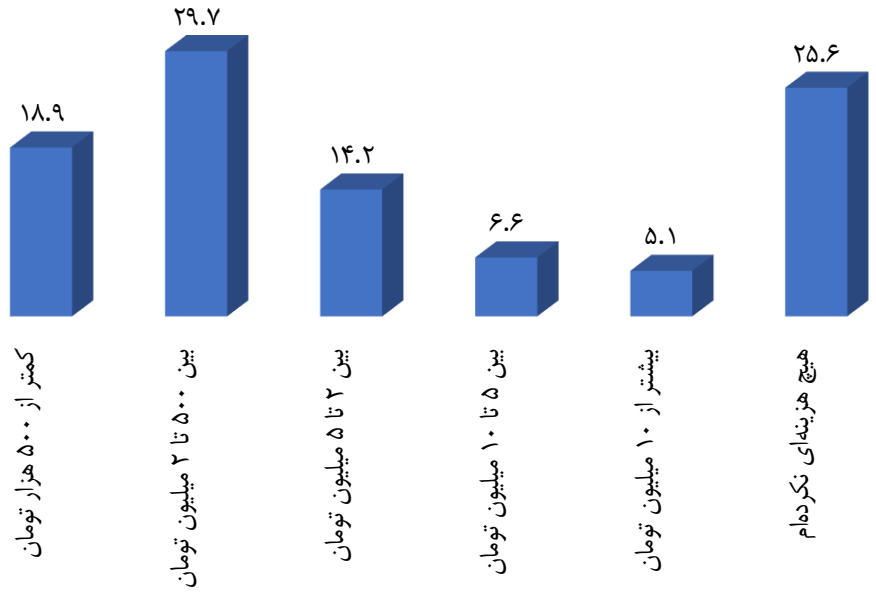
نمودار ۳. انگیزه مطالعه

هزینه برای خرید کتاب

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند، پرسیده شد «به طور میانگین چقدر از درآمدتان را صرف خرید کتاب در طول یکسال می‌کنید؟»؛ ۱۱.۷ درصد افراد بیش از ۵ میلیون تومان در سال برای خرید کتاب هزینه می‌کنند.

جدول ۵. هزینه برای خرید کتاب

	فراوانی	درصد
کمتر از ۵۰۰ هزار تومان	۸۹	۱۸.۹
بین ۵۰۰ تا ۲ میلیون تومان	۱۴۰	۲۹.۷
بین ۲ تا ۵ میلیون تومان	۶۷	۱۴.۲
بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان	۳۱	۶.۶
بیشتر از ۱۰ میلیون تومان	۲۴	۵.۱
هیچ هزینه‌ای نکرده‌ام	۱۲۱	۲۵.۶
جمع	۴۷۲	۱۰۰



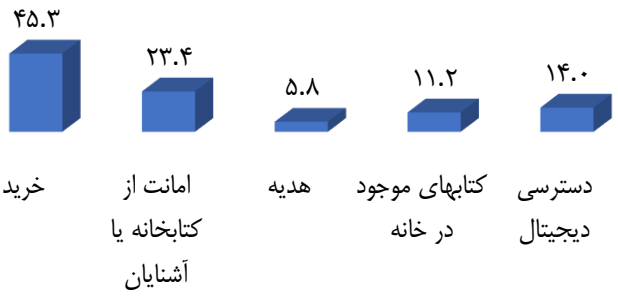
نمودار ۴. هزینه برای خرید کتاب

طریق تهیه کتاب

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند، پرسیده شد «کتاب‌ها را از چه راه‌هایی تهیه می‌کنید؟»؛ ۴۵.۳ درصد افراد، کتاب را می‌خرند، ۲۳.۴ درصد از کتابخانه یا آشنایان امانت می‌گیرند.

جدول ۶. طریق تهیه کتاب

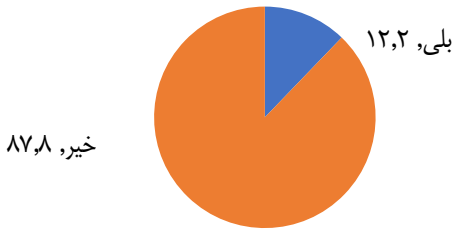
	فراوانی	درصد[1]
خرید	۲۷۰	۴۵.۳
امانت از کتابخانه یا آشنایان	۱۴۰	۲۳.۴
هدیه	۳۵	۵.۸
کتابهای موجود در خانه	۶۷	۱۱.۲
دسترسی دیجیتال	۸۴	۱۴
کل انتخابها	۵۹۶	۱۰۰



نمودار ۵. طریق تهیه کتاب

عضویت در کتابخانه

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند پرسیده شد «آیا عضو کتابخانه‌ای هستید؟»؛ فقط ۱۲.۲ درصد عضو کتابخانه هستند.

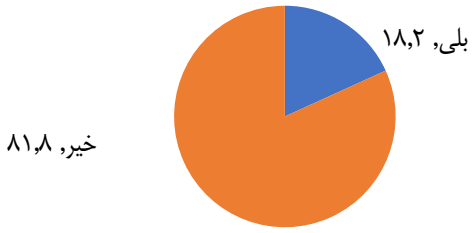


نمودار ۶. عضویت در کتابخانه

[1] پاسخگویان، امکان انتخاب چند گزینه را داشتند.

عضویت در پلتفرم‌های کتابخوانی

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند پرسیده شد «آیا عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستید؟»؛ فقط ۱۸.۲ درصد (۸۷ نفر) عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستند.



نمودار ۷. عضویت در پلتفرم‌های کتابخوانی

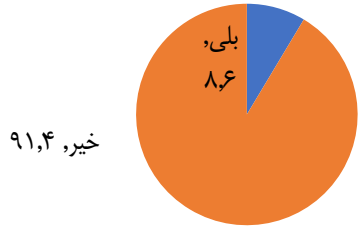
در یک سوال باز، از پاسخگویانی که عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستند پرسیده شد که عضو کدام پلتفرم هستید؟: طاقچه با اختلاف قابل توجه، شناخته‌شده‌ترین پلتفرم در میان پاسخ‌دهندگان است. ۳۶.۳ درصد کل پاسخ‌ها به‌صورت مستقیم یا ترکیبی به این پلتفرم اشاره کرده‌اند. کتابراه و فیدیبو در جایگاه‌های بعدی قرار دارند. این موضوع نشان‌دهنده شناخت نسبی پاسخ‌دهندگان از پلتفرم‌های تخصصی عرضه کتاب دیجیتال است. استفاده از پیام‌رسان‌ها نیز در پاسخ‌ها مشاهده می‌شود. تلگرام، ایتا، سروش و سایر پیام‌رسان‌ها در کنار پلتفرم‌های تخصصی کتاب‌خوانی ذکر شده‌اند.

جدول ۷. عضویت در پلتفرمهای کتابخوانی

نام پلتفرم	فراوانی	درصد
طاقچه	۲۹	۳۶.۳
کتابراه	۱۱	۱۳.۸
فیدیبو	۷	۸.۸
تلگرام	۴	۵
کست‌باکس	۴	۵
سروش	۲	۲.۵

عضویت در گروه‌های ترویج کتابخوانی و باشگاه‌های کتابخوانی

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند پرسیده شد «آیا عضو گروه‌های ترویج کتابخوانی و باشگاه‌های کتابخوانی هستید؟»؛ فقط ۸.۶ درصد (۴۱ نفر) عضو پلتفرم‌های کتابخوانی هستند.



نمودار ۸. عضویت در گروه‌های ترویج کتابخوانی و باشگاه‌های کتابخوانی

بستر مطالعه کتابهای الکترونیکی و صوتی

در یک سوال باز، از پاسخگویانی که کتاب الکترونیکی یا صوتی می‌خوانند، پرسیده شد که **کتاب الکترونیکی و صوتی را روی چه اپلیکیشن‌ها، وب‌سایت‌ها یا بسترهایی استفاده می‌کنید؟**: تلگرام با ۲۱ درصد، پرکاربردترین بستر در میان پاسخ‌های دسته‌بندی‌شده است. گوگل و وب‌سایت‌ها با ۱۹.۱ درصد در رتبه دوم قرار دارند. طاقچه با ۱۳ درصد و ایتا با ۱۲.۲ درصد در رتبه‌های بعدی هستند. پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی سهم قابل توجهی در دسترسی به کتاب‌های الکترونیکی و صوتی دارند.

جدول ۸. بستر مطالعه کتابهای الکترونیکی و صوتی

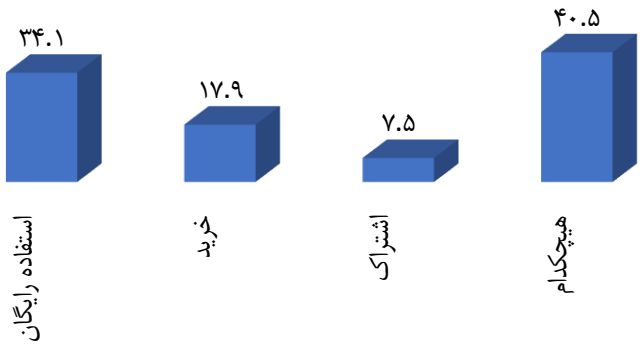
نام پلتفرم	فراوانی	درصد
تلگرام و کانال‌های تلگرامی	۵۵	۲۱
گوگل، جست‌وجوی اینترنتی و وب‌سایت‌ها	۵۰	۱۹.۱
طاقچه	۳۴	۱۳
ایتا	۳۲	۱۲.۲
سایر اپلیکیشن‌ها و بسترها	۲۴	۹.۲
کست‌باکس، پادکست و بسترهای صوتی	۱۶	۶.۱
روبیکا	۱۵	۵.۷
بله	۱۵	۵.۷
اینستاگرام	۱۰	۳.۸
کتابراه	۹	۳.۴
فیدیبو	۷	۲.۷
جمع	۲۷۷	۱۰۰

انواع دسترسی دیجیتال

از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند پرسیده شد «دسترسی دیجیتال شما از طریق خرید، اشتراک یا استفاده رایگان است؟»؛ ۳۴.۱ درصد پاسخگویان، رایگان استفاده می‌کنند، ۱۷.۹ درصد خریداری می‌کنند و ۷.۵ درصد نیز اشتراک می‌خرند. ۴۰.۵ درصد هیچکدام از این روشها را استفاده نمی‌کنند.

جدول ۹. انواع دسترسی دیجیتال

	فراوانی	درصد
خرید	۸۴	۱۷.۹
اشتراک	۳۵	۷.۵
استفاده رایگان	۱۶۰	۳۴.۱
هیچکدام	۱۹۰	۴۰.۵
جمع	۴۶۹	۱۰۰



نمودار ۹. انواع دسترسی دیجیتال

گفتگو درباره کتاب یا معرفی آن در یکسال گذشته

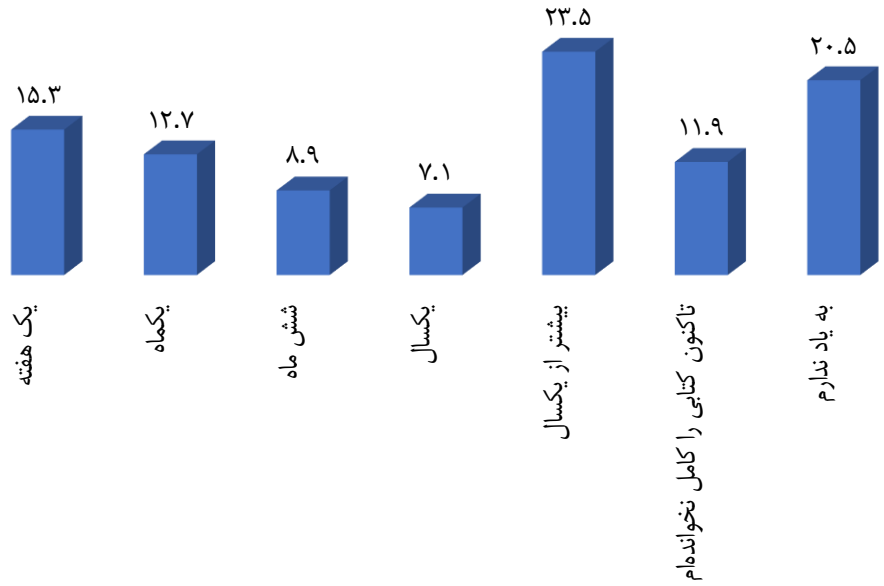
از پاسخگویانی که کتاب می‌خوانند پرسیده شد «در یکسال گذشته، چند بار درباره کتاب گفت‌وگو کرده‌اید یا کتابی را معرفی کرده‌اید؟»؛ ۳۱.۳ درصد پاسخگویان اصلا گفتگو یا معرفی انجام نداده‌اند، ۴۵ درصد یک تا ۵ بار گفتگو یا معرفی کرده‌اند، ۱۱.۲ درصد ۶ تا ۱۰ بار، ۶.۹ درصد یازده تا ۳۰ بار و ۵.۶ درصد بالای سی بار در یکسال گذشته درباره کتاب گفتگو یا آن را معرفی کرده‌اند.

زمان آخرین مطالعه کامل یک کتاب

از پاسخگویان، پرسیده شد «از زمان آخرین کتابی که به طور کامل مطالعه کرده‌اید چقدر می‌گذرد؟»؛ ۲۸ درصد افراد، در طول یک ماه گذشته، یک کتاب را به صورت کامل مطالعه کرده‌اند.

جدول ۱۰. زمان آخرین مطالعه کامل یک کتاب

	فراوانی	درصد
یک هفته	۱۸۹	۱۵.۳
یکماه	۱۵۶	۱۲.۷
شش ماه	۱۱۰	۸.۹
یکسال	۸۸	۷.۱
بیشتر از یکسال	۲۸۹	۲۳.۵
تاکنون کتابی را کامل نخوانده‌ام	۱۴۷	۱۱.۹
به یاد ندارم	۲۵۳	۲۰.۵
جمع	۱۲۳۲	۱۰۰



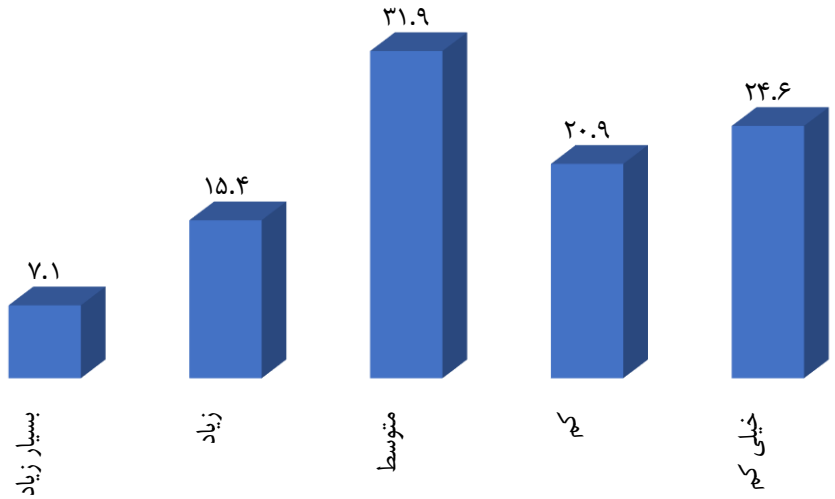
نمودار ۱۰. زمان آخرین مطالعه کامل یک کتاب

میزان رواج کتاب‌خوانی در خانواده و اطرافیان

از کل پاسخگویان پرسیده شد «در خانواده و اطرافیان شما، کتاب‌خوانی (اعم از درسی و غیردرسی) تا چه حد رایج است؟»؛ ۲۲.۵ درصد پاسخگویان معتقدند کتابخوانی به میزان زیاد و خیلی زیاد در خانواده و اطرافیان آنها رواج دارد و ۴۵.۵ درصد نیز اظهار کردند که به میزان کم و خیلی کم رایج است.

جدول ۱۱. میزان رواج کتاب‌خوانی در خانواده و اطرافیان

	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر
بسیار زیاد	۸۷	۷.۰	۷.۱
زیاد	۱۸۸	۱۵.۱	۱۵.۴
متوسط	۳۸۹	۳۱.۳	۳۱.۹
کم	۲۵۵	۲۰.۵	۲۰.۹
خیلی کم	۳۰۰	۲۴.۱	۲۴.۶
بی‌پاسخ	۱۲۱۹	۱.۹	–
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰	۱۰۰



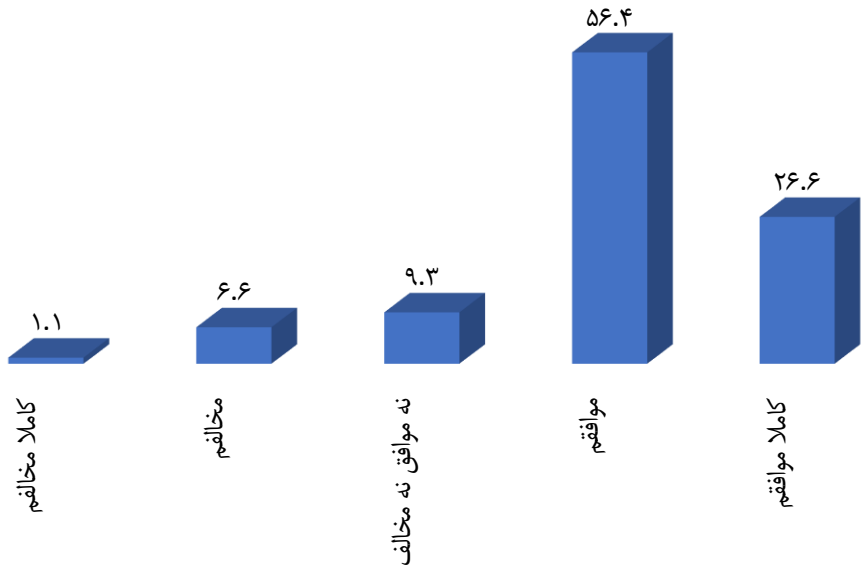
نمودار ۱۱. میزان رواج کتاب‌خوانی در خانواده و اطرافیان

انگاره «مطالعه کمتر از سوی ایرانیان»

از کل پاسخگویان پرسیده شد تا چه اندازه با این جمله موافق یا مخالفید؟: «مردم ما کمتر مطالعه می‌کنند»؛ ۸۳ درصد مردم با این انگاره که «مردم ما کمتر مطالعه می‌کنند» موافقند و تنها ۷.۷ درصد با این انگاره مخالفند.

جدول ۱۲. انگاره «مطالعه کمتر از سوی ایرانیان»

	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر
کاملا مخالفم	۱۳	۱	۱.۱
مخالفم	۸۱	۶.۵	۶.۶
نه موافق نه مخالف	۱۱۴	۹.۲	۹.۳
موافقم	۶۸۹	۵۵.۴	۵۶.۴
کاملا موافقم	۳۲۵	۲۶.۱	۲۶.۶
بی‌پاسخ	۲۱	۱.۷	–
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰	۱۰۰



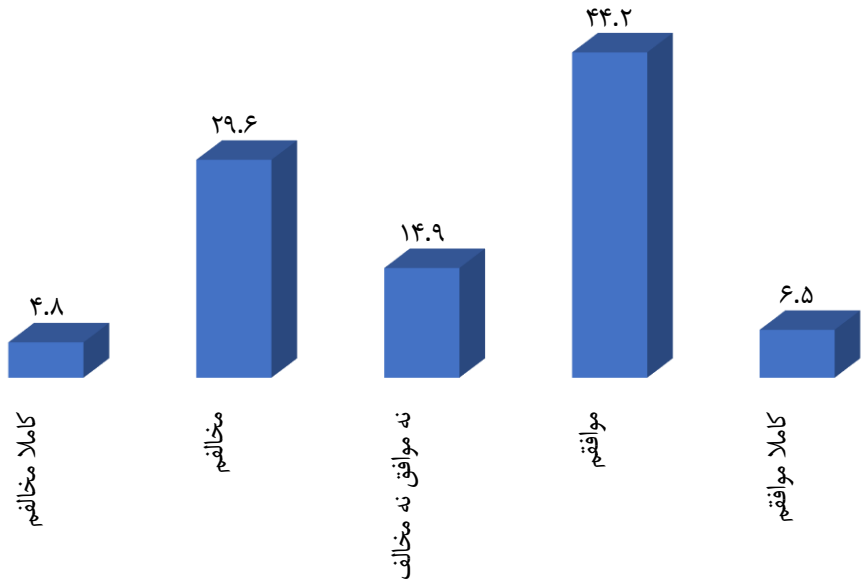
نمودار ۱۲. انگاره «مطالعه کمتر از سوی ایرانیان»

انگاره «فرهنگ کتابخوانی ایرانیان»

از کل پاسخگویان پرسیده شد تا چه اندازه با این جمله موافق یا مخالفید؟: «جامعه ایران دارای فرهنگ کتاب‌خوانی است»؛ ۵۰.۷ درصد مردم با این انگاره که «جامعه ایران دارای فرهنگ کتاب‌خوانی است» موافقند.

جدول ۱۳. انگاره «فرهنگ کتابخوانی ایرانیان»

	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر
کاملا مخالفم	۵۸	۴.۷	۴.۸
مخالفم	۳۶۱	۲۹	۲۹.۶
نه موافق نه مخالف	۱۸۲	۱۴.۶	۱۴.۹
موافقم	۵۳۸	۴۳.۳	۴۴.۲
کاملا موافقم	۷۹	۶.۴	۶.۵
بی‌پاسخ	۲۵	۲	–
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰	۱۰۰



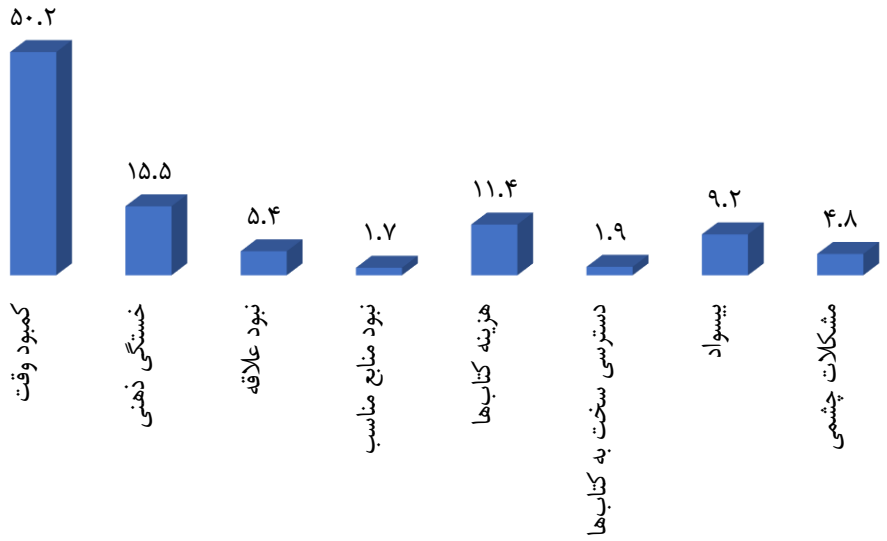
نمودار ۱۳. انگاره «فرهنگ کتابخوانی ایرانیان»

بزرگ‌ترین مانع مطالعه

از کل پاسخگویان پرسیده شد «بزرگ‌ترین مانع مطالعه برای شما چیست؟»: ۵۰.۲ درصد افراد، کمبود وقت را مانع مطالعه خودشان می‌دانند. خستگی ذهنی (۱۵.۵ درصد)، هزینه کتابها (۱۱.۴ درصد) و بیسوادی (۹.۲ درصد) گزاره‌های بعدی موانع مطالعه پاسخگویان می‌باشد.

جدول ۱۴. بزرگ‌ترین مانع مطالعه

	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر
کمبود وقت	۵۸۱	۴۶.۷	۵۰.۲
خستگی ذهنی	۱۷۹	۱۴.۴	۱۵.۵
نبود علاقه	۶۲	۵	۵.۴
نبود منابع مناسب	۲۰	۱.۶	۱.۷
هزینه کتاب‌ها	۱۳۲	۱۰.۶	۱۱.۴
دسترسی سخت به کتاب‌ها	۲۲	۱.۸	۱.۹
بیسواد	۱۰۶	۸.۵	۹.۲
مشکلات چشمی	۵۶	۴.۵	۴.۸
بی‌پاسخ	۸۵	۶.۸	–
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰	۱۰۰



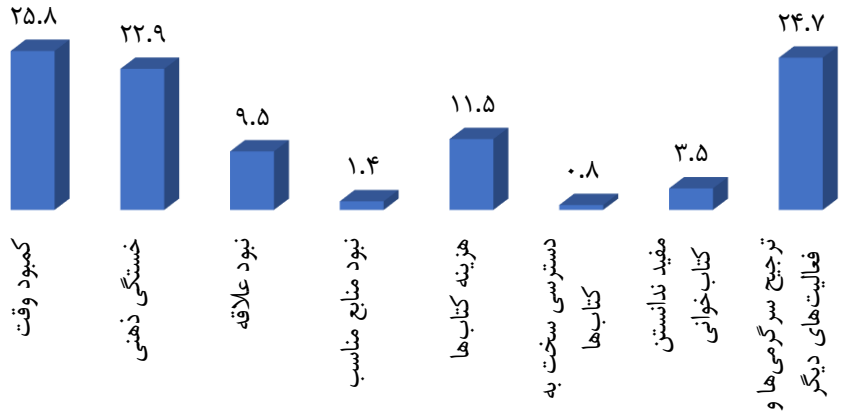
نمودار ۱۴. بزرگ‌ترین مانع مطالعه

مهم‌ترین علل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم

از کل پاسخگویان پرسیده شد «به نظر شما، مهم‌ترین علت‌های کتاب‌نخواندن بخشی از مردم چیست؟»: ۲۵.۸ درصد افراد، کمبود وقت را مهم‌ترین علت کتاب‌نخواندن بخشی از مردم می‌دانند. ترجیح سرگرمی‌ها و فعالیت‌های دیگر (۲۴.۷ درصد)، خستگی ذهنی (۲۲.۹ درصد)، هزینه کتابها (۱۱.۵ درصد) و نبود علاقه (۹.۵ درصد) گزاره‌های بعدی مهم‌ترین علت کتاب‌نخواندن بخشی از مردم عنوان شده‌اند.

جدول ۱۵. مهم‌ترین علل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم

	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر
کمبود وقت	۲۹۹	۲۴.۱	۲۵.۸
خستگی ذهنی	۲۶۶	۲۱.۴	۲۲.۹
نبود علاقه	۱۱۰	۸.۸	۹.۵
نبود منابع مناسب	۱۶	۱.۳	۱.۴
هزینه کتاب‌ها	۱۳۳	۱۰.۷	۱۱.۵
دسترسی سخت به کتاب‌ها	۹	۷.	۸.
مفید ندانستن کتاب‌خوانی	۴۱	۳.۳	۳.۵
ترجیح سرگرمی‌ها و فعالیت‌های دیگر	۲۸۶	۲۳	۲۴.۷
بی‌پاسخ	۸۳	۶.۷	–
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰	۱۰۰



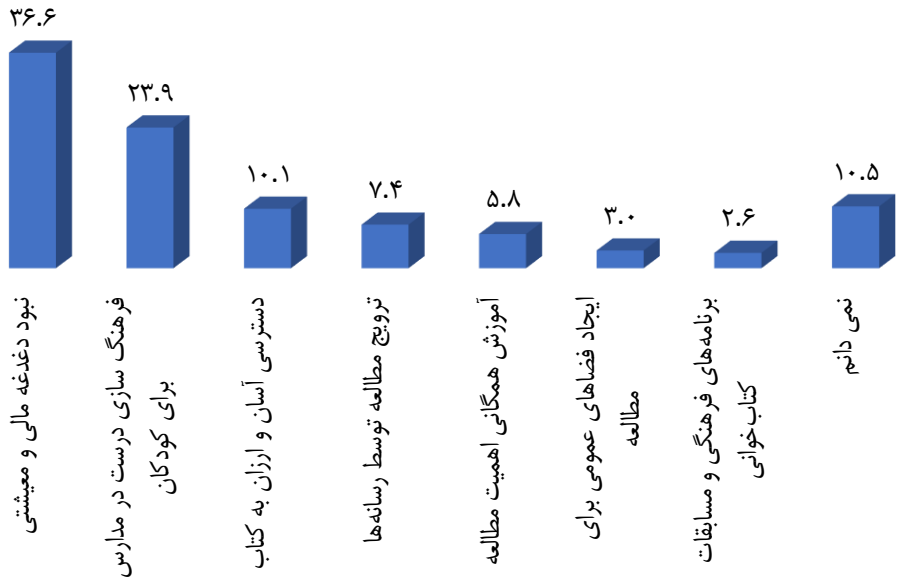
نمودار ۱۵. مهم‌ترین علل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم

راههای افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی

از کل پاسخگویان پرسیده شد «چه عواملی می‌تواند باعث افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی شود؟»: ۳۶.۶ درصد مردم معتقدند نداشتن دغدغه مالی و معیشتی می‌تواند باعث افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی شود و همچنین ۲۳.۹ درصد نیز فرهنگ سازی درست در مدارس برای کودکان و ۱۰.۱ نیز دسترسی آسان و ارزان به کتاب را راهکار افزایش فرهنگ کتابخوانی دانسته‌اند.

جدول ۱۶. عوامل افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی

	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر
ترویج مطالعه توسط رسانه‌ها	۹۰	۷.۲	۷.۴
دسترسی آسان و ارزان به کتاب	۱۲۳	۹.۹	۱۰.۱
برنامه‌های فرهنگی و مسابقات کتاب‌خوانی	۳۲	۲.۶	۲.۶
آموزش همگانی اهمیت مطالعه	۷۰	۵.۶	۵.۸
ایجاد فضاهای عمومی برای مطالعه	۳۷	۳	۳
نبود دغدغه مالی و معیشتی	۴۴۵	۳۵.۸	۳۶.۶
فرهنگ سازی درست در مدارس برای کودکان	۲۹۱	۲۳.۴	۲۳.۹
نمی دانم	۱۲۸	۱۰.۳	۱۰.۵
بی‌پاسخ	۲۷	۲.۲	–
جمع	۱۲۴۳	۱۰۰	۱۰۰



نمودار ۱۶. عوامل افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی

جمع‌بندی و تحلیل

نتایج این نظرسنجی تصویری چندبعدی از وضعیت مطالعه، کتاب‌خوانی، الگوهای مصرف محتوای مکتوب و شنیداری، انگیزه‌ها، موانع و نگرش مردم ایران نسبت به فرهنگ کتاب‌خوانی ارائه می‌دهد. اهمیت این پیمایش در آن است که موضوع مطالعه را صرفاً به میزان خواندن کتاب کاغذی محدود نمی‌کند، بلکه به شیوه‌های جدید دسترسی به محتوا، استفاده از کتاب‌های الکترونیکی و صوتی، حضور پلتفرم‌های دیجیتال و حتی تعاملات اجتماعی پیرامون کتاب نیز توجه دارد.

بررسی یافته‌ها نشان می‌دهد که وضعیت کتاب‌خوانی در ایران را نمی‌توان صرفاً با دوگانه «کتاب‌خوان» و «کتاب‌نخوان» توضیح داد. از یک‌سو، بخش قابل توجهی از مردم همچنان مطالعه را به‌عنوان فعالیتی ارزشمند برای کسب دانش، رشد فردی و لذت شخصی دنبال می‌کنند؛ از سوی دیگر، کتاب‌خوانی هنوز به یک عادت عمومی و فراگیر در زندگی روزمره تبدیل نشده و با موانعی نظیر کمبود وقت، خستگی ذهنی، محدودیت‌های اقتصادی و ضعف زیرساخت‌های ترویج مطالعه مواجه است.

یکی از نکات مهم نتایج، فاصله میان مفهوم عام مطالعه و کتاب‌خوانی به معنای متعارف آن است. مردم ممکن است در طول روز با حجم زیادی از اطلاعات، متن‌ها، محتوای علمی و رسانه‌ای مواجه باشند، اما این مواجهه لزوماً به معنای مطالعه مستمر کتاب نیست. بنابراین، برای تحلیل دقیق فرهنگ مطالعه باید هم میزان کتاب‌خوانی و هم الگوهای گسترده‌تر مصرف محتوا را در نظر گرفت.

در ادامه، یافته‌های پیمایش در محورهای اصلی تحلیل شده و سپس تصویری یکپارچه از وضعیت فرهنگ کتاب‌خوانی و الزامات سیاست‌گذاری برای ارتقای آن ارائه می‌شود.

۱. وضعیت عمومی مطالعه؛ فاصله میان مطالعه روزمره و کتاب‌خوانی مستمر

یکی از مهم‌ترین یافته‌های نظرسنجی این است که تنها ۴۲.۸ درصد پاسخ‌گویان اعلام کرده‌اند در طول هفته کتاب غیردرسی مطالعه می‌کنند. این رقم نشان می‌دهد که کمتر از نیمی از پاسخ‌گویان، مطالعه کتاب غیردرسی را در برنامه هفتگی خود دارند. در مقابل، ۵۷.۲ درصد افراد در این شاخص مطالعه هفتگی کتاب غیردرسی قرار نمی‌گیرند.

این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که کتاب‌خوانی مستمر، بیش از آنکه به مطالعه مقطعی و مناسبتی وابسته باشد، نیازمند شکل‌گیری یک عادت پایدار است. هنگامی که بیش از نیمی از افراد در طول هفته مطالعه کتاب غیردرسی ندارند، می‌توان نتیجه گرفت که کتاب هنوز برای بخش بزرگی از جامعه در زمره فعالیت‌های منظم و تثبیت‌شده روزمره قرار نگرفته است.

از نظر میزان مطالعه نیز پاسخ‌گویان کتاب‌خوان به‌طور متوسط ۲۷۲ دقیقه در هفته، معادل ۲۶.۹ دقیقه در روز، کتاب غیردرسی مطالعه می‌کنند. اما با احتساب افرادی که مطالعه نمی‌کنند، متوسط زمان مطالعه روزانه در کل نمونه به ۱۱.۲ دقیقه کاهش می‌یابد.

این تفاوت، نکته‌ای اساسی در تفسیر نتایج است. میانگین مطالعه در میان افراد کتاب‌خوان نشان‌دهنده ظرفیت و عمق مطالعه در بخشی از جامعه است، اما میانگین کل نمونه وضعیت عمومی‌تری از جامعه ارائه می‌دهد. در واقع، مسئله اصلی فقط میزان مطالعه افرادی که کتاب می‌خوانند نیست، بلکه گسترش دامنه مشارکت در کتاب‌خوانی و افزایش تعداد افرادی است که مطالعه را وارد زندگی روزمره خود می‌کنند.

در عین حال، وقتی مفهوم مطالعه به خواندن متن، مقاله، محتوای علمی و مشاهده مستند علمی در رسانه‌های مختلف و شبکه‌های اجتماعی گسترش پیدا می‌کند، میانگین مواجهه روزانه با این نوع محتوا به ۹۶ دقیقه می‌رسد. این رقم نشان می‌دهد که مردم الزاماً از مطالعه و دریافت محتوا فاصله نگرفته‌اند؛ بلکه بخش قابل توجهی از زمان مصرف محتوای آنان به بسترهای رسانه‌ای و دیجیتال منتقل شده است.

بنابراین، باید میان دو مفهوم تمایز قائل شد:

- **مواجهه با محتوا:** دریافت اطلاعات، خواندن مطالب کوتاه، مشاهده محتوای علمی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها.
- **مطالعه کتاب:** اختصاص زمان به خواندن یا شنیدن یک اثر نسبتاً منسجم و پیوسته، با هدف کسب دانش، تجربه ادبی، تفکر یا لذت.

یافته ۹۶ دقیقه مواجهه روزانه با محتوای علمی و رسانه‌ای در کنار ۱۱.۲ دقیقه مطالعه روزانه کتاب در کل نمونه، بیانگر شکافی مهم است: جامعه از نظر مصرف محتوا لزوماً غیرفعال نیست، اما این مصرف محتوا به همان نسبت به کتاب‌خوانی عمیق و مستمر تبدیل نمی‌شود.

از این منظر، یکی از مهم‌ترین مسائل سیاست‌گذاری فرهنگی، ایجاد پیوند میان عادت مصرف محتوای دیجیتال و مطالعه عمیق‌تر کتاب است.

۲. میزان مشارکت در مطالعه و استمرار رفتار کتاب‌خوانی

بر اساس نتایج پیمایش، ۳۸.۶ درصد پاسخ‌گویان در یک سال گذشته کتاب یا بخشی از کتابی را خوانده‌اند یا به کتاب صوتی گوش داده‌اند. همچنین ۲۸ درصد افراد در یک ماه گذشته دست‌کم یک کتاب را به‌صورت کامل مطالعه کرده‌اند.

این دو شاخص نشان می‌دهند که مشارکت در مطالعه، بسته به تعریف و بازه زمانی سنجش، متفاوت است. خواندن بخشی از کتاب یا گوش دادن به کتاب صوتی در طول یک سال، دامنه گسترده‌تری از رفتارهای مطالعه را در بر می‌گیرد؛ در حالی که مطالعه کامل یک کتاب در یک ماه، شاخص محدودتر و دقیق‌تری از استمرار مطالعه محسوب می‌شود.

فاصله میان این دو شاخص را می‌توان نشانه‌ای از آن دانست که بخشی از افراد با کتاب ارتباط دارند، اما این ارتباط الزاماً به مطالعه کامل و پیوسته آثار منجر نمی‌شود.

به بیان دیگر، مواجهه با کتاب و شروع مطالعه لزوماً به معنای استمرار و تکمیل آن نیست. این مسئله می‌تواند به عواملی مانند کمبود زمان، تعدد سرگرمی‌های رقیب، خستگی ذهنی، دشواری انتخاب کتاب مناسب یا نبود عادت مطالعاتی منظم مربوط باشد؛ البته داده‌های موجود به‌تنهایی سهم هر یک از این عوامل را مشخص نمی‌کنند.

از منظر فرهنگی، هدف سیاست‌های ترویج کتاب‌خوانی نباید صرفاً افزایش تعداد افرادی باشد که حداقل یک بار در سال کتابی را مطالعه می‌کنند؛ بلکه باید به افزایش استمرار مطالعه، تکمیل کتاب‌ها و تبدیل مطالعه به بخشی از برنامه هفتگی و روزانه افراد نیز توجه شود.

۳. الگوی مصرف کتاب؛ تداوم جایگاه کتاب کاغذی و گسترش قالب‌های دیجیتال

نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که کتاب کاغذی همچنان قالب غالب مطالعه است؛ به‌طوری که ۵۷.۸ درصد پاسخ‌گویان کتاب‌های چاپی و کاغذی را مطالعه می‌کنند. در مقابل، ۱۲.۷ درصد از کتاب‌های الکترونیکی، ۱۵.۲ درصد از کتاب‌های صوتی و ۱۴.۲ درصد از هر سه قالب استفاده می‌کنند.

این یافته بیانگر آن است که با وجود توسعه فناوری‌های دیجیتال و تغییر الگوهای مصرف محتوا، کتاب کاغذی همچنان جایگاه مهمی در تجربه کتاب‌خوانی مردم دارد. در عین حال، سهم کتاب‌های صوتی و الکترونیکی نشان می‌دهد که مطالعه دیجیتال نیز به بخشی از رفتار کتاب‌خوانی جامعه تبدیل شده است.

نکته مهم در این زمینه، ضرورت پرهیز از تصور جایگزینی کامل کتاب کاغذی با کتاب دیجیتال است. داده‌ها بیشتر از شکل‌گیری الگویی ترکیبی حکایت دارند؛ الگویی که در آن برخی افراد به کتاب چاپی وفادار مانده‌اند و گروهی دیگر از قالب‌های دیجیتال یا ترکیبی استفاده می‌کنند.

همچنین پاسخ‌گویانی که از طریق اپلیکیشن‌ها کتاب می‌خوانند، به‌طور متوسط ۹۸.۶ دقیقه در روز به مطالعه کتاب در این اپلیکیشن‌ها اختصاص می‌دهند. این رقم نشان‌دهنده اهمیت تجربه مطالعه دیجیتال در میان کاربران این ابزارهاست؛ هرچند این میانگین صرفاً مربوط به کاربران اپلیکیشن‌هاست و نباید به کل جامعه تعمیم داده شود.

در مجموع، توسعه کتاب‌خوانی دیجیتال می‌تواند یکی از مسیرهای مهم گسترش دسترسی به کتاب باشد؛ اما این توسعه باید در کنار حفظ و تقویت ظرفیت‌های نشر و کتاب‌خوانی کاغذی دنبال شود.

۴. علایق و ترجیحات موضوعی؛ غلبه ادبیات داستانی و محتوای مرتبط با رشد فردی

بررسی ترجیحات موضوعی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که رمان و داستان با ۲۳.۱ درصد در جایگاه نخست قرار دارد. پس از آن، کتاب‌های روان‌شناسی، تربیتی و آموزشی با ۱۹.۳ درصد، کتاب‌های تاریخی با ۱۴.۹ درصد و کتاب‌های معارف دینی و معنویت با ۱۰.۵ درصد قرار گرفته‌اند.

این ترکیب موضوعی چند نکته مهم درباره علایق مطالعاتی جامعه ایران آشکار می‌کند.

نخست آنکه رمان و داستان همچنان یکی از مهم‌ترین گونه‌های کتاب‌خوانی است. قرار گرفتن این گروه در رتبه نخست نشان می‌دهد که کارکرد سرگرم‌کننده، تجربه عاطفی، تخیل و روایت‌محور کتاب همچنان در جلب مخاطب اهمیت دارد. بنابراین، نمی‌توان کتاب‌خوانی را صرفاً فعالیتی آموزشی یا ابزاری برای افزایش دانش تخصصی تلقی کرد. لذت خواندن و تجربه جهان‌های داستانی نیز از عوامل مهم ارتباط مردم با کتاب است.

دوم آنکه سهم بالای کتاب‌های روان‌شناسی، تربیتی و آموزشی می‌تواند نشان‌دهنده توجه قابل توجه بخشی از جامعه به موضوعاتی مانند خودشناسی، بهبود روابط، تربیت، یادگیری و ارتقای مهارت‌های فردی باشد. این یافته در کنار سهم ۲۳.۵ درصدی انگیزه رشد شخصی، نشان می‌دهد که کتاب برای بخشی از مردم ابزاری برای مواجهه با مسائل زندگی و بهبود کیفیت فردی نیز محسوب می‌شود.

سوم آنکه سهم ۱۴.۹ درصدی کتاب‌های تاریخی بیانگر علاقه قابل توجه به شناخت گذشته، تحولات اجتماعی و تاریخی و فهم ریشه‌های مسائل جامعه است. همچنین حضور کتاب‌های دینی و معنوی در رتبه‌های بعدی نشان‌دهنده استمرار جایگاه این حوزه در سبد مطالعاتی بخشی از مردم است.

در مجموع، الگوی ترجیحات موضوعی نشان می‌دهد که سبد مطالعاتی جامعه ترکیبی از سه کارکرد مهم کتاب است:

- کارکرد لذت‌بخش و سرگرم‌کننده، با محوریت ادبیات داستانی؛
- کارکرد فردی و مهارتی، با محوریت روان‌شناسی و آموزش؛
- کارکرد شناختی و هویتی، با محوریت تاریخ و معارف دینی.

این تنوع موضوعی می‌تواند مبنای مناسبی برای طراحی برنامه‌های ترویج کتاب‌خوانی باشد. به جای تمرکز صرف بر معرفی کتاب‌های عمومی یا آثار خاص، لازم است برنامه‌های ترویجی متناسب با علایق و نیازهای موضوعی گروه‌های مختلف اجتماعی طراحی شوند.

۵. انگیزه‌های مطالعه؛ ترکیب انگیزه‌های شناختی، فردی و لذت‌محور

یکی از یافته‌های مهم نظرسنجی، تنوع انگیزه‌های مردم برای مطالعه است. بر اساس نتایج، کسب دانش با ۲۸.۹ درصد در رتبه نخست قرار دارد. لذت بردن از خواندن با ۲۶ درصد و رشد شخصی با ۲۳.۵ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. همچنین ۱۱.۵ درصد پاسخ‌گویان الزامات شغلی و تحصیلی، ۶.۷ درصد عادت به کتاب‌خوانی و ۳.۴ درصد داشتن وجهه فرهنگی و علمی نزد دیگران را از انگیزه‌های خود برای مطالعه عنوان کرده‌اند.

این نتایج نشان می‌دهد که کتاب‌خوانی در میان مطالعه‌کنندگان، بیش از هر چیز با انگیزه‌های درونی و کارکردهای شخصی ارتباط دارد. کسب دانش، رشد فردی و لذت خواندن در مجموع سهم بسیار بالایی از انگیزه‌های اعلام‌شده را تشکیل می‌دهند.

این موضوع از دو جهت اهمیت دارد:

اول؛ کتاب‌خوانی برای بخش قابل توجهی از مردم یک فعالیت هدفمند است. افراد به دنبال کسب اطلاعات، افزایش آگاهی، حل مسائل شخصی، توسعه توانمندی‌ها و شناخت بهتر جهان پیرامون خود هستند. بنابراین، کتاب در زندگی این افراد صرفاً یک کالای فرهنگی یا وسیله سرگرمی نیست، بلکه ابزاری برای یادگیری و ارتقای کیفیت زندگی است.

دوم؛ لذت خواندن جایگاه مستقلی در رفتار مطالعاتی دارد. سهم ۲۶ درصدی این انگیزه نشان می‌دهد که کتاب‌خوانی نباید فقط با اهداف آموزشی و افزایش اطلاعات تبلیغ شود. اگر کتاب به‌عنوان فعالیتی لذت‌بخش و جذاب معرفی شود، امکان تبدیل آن به یک عادت پایدار بیشتر خواهد بود.

نکته قابل تأمل، سهم نسبتاً پایین عادت به کتاب‌خوانی به‌عنوان انگیزه مستقل است. تنها ۶.۷ درصد افراد این گزینه را انتخاب کرده‌اند. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده آن باشد که مطالعه برای بسیاری از افراد هنوز به یک رفتار خودکار و تثبیت‌شده در برنامه زندگی تبدیل نشده است و بیشتر در پاسخ به نیاز، علاقه یا هدف مشخص انجام می‌شود.

البته این نتیجه به معنای فقدان عادت مطالعه در میان تمام پاسخ‌گویان نیست؛ بلکه نشان می‌دهد عادت به کتاب‌خوانی در مقایسه با سایر انگیزه‌های اعلام‌شده، سهم کمتری داشته است.

از منظر سیاست‌گذاری فرهنگی، یکی از اهداف اصلی باید حرکت از مطالعه هدف‌محور و مقطعی به سمت مطالعه عادت‌محور و مستمر باشد؛ به‌گونه‌ای که افراد علاوه بر نیازهای آموزشی و شغلی، برای لذت، کنجکاوی و تجربه شخصی نیز به‌طور منظم کتاب بخوانند.

۶. اقتصاد کتاب و الگوی تأمین منابع مطالعاتی

یافته‌های نظرسنجی نشان می‌دهد که افراد در طول یک سال گذشته به‌طور متوسط ۸.۶ عنوان کتاب کاغذی، الکترونیکی یا صوتی خریداری کرده‌اند. همچنین ۴۵.۳ درصد افراد کتاب را از طریق خرید تهیه می‌کنند و ۲۳.۴ درصد از کتابخانه یا آشنایان امانت می‌گیرند.

از سوی دیگر، ۱۱.۷ درصد پاسخ‌گویان بیش از پنج میلیون تومان در سال برای خرید کتاب هزینه می‌کنند.

این نتایج نشان می‌دهد که خرید کتاب همچنان یکی از مسیرهای اصلی تأمین منابع مطالعاتی است؛ با این حال، امانت گرفتن از کتابخانه‌ها و آشنایان نیز سهم قابل توجهی دارد.

می‌توان از این یافته‌ها سه نکته را استخراج کرد:

الف. کتاب در سبد مصرف فرهنگی بخشی از جامعه جایگاه اقتصادی دارد.

میانگین ۸.۶ عنوان خرید در سال نشان‌دهنده وجود تقاضای خرید کتاب در میان پاسخ‌گویان است. البته این میانگین به‌تنهایی مشخص نمی‌کند که خرید کتاب در میان افراد چگونه توزیع شده و چه میزان از خریدها مربوط به تعداد محدودی از خریداران پرمصرف است.

ب. دسترسی به کتاب فقط از مسیر بازار خرید تأمین نمی‌شود.

سهم ۲۳.۴ درصدی امانت گرفتن کتاب نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی غیررسمی و نهادهای کتابخانه‌ای همچنان در دسترسی مردم به کتاب اهمیت دارند. این مسئله ضرورت تقویت کتابخانه‌های عمومی، کتابخانه‌های مدارس، دانشگاه‌ها و سایر مراکز دسترسی به کتاب را برجسته می‌کند.

ج. هزینه کتاب می‌تواند یکی از عوامل محدودکننده مطالعه باشد.

۱۱.۴ درصد افراد، هزینه کتاب‌ها را به‌عنوان مانع مطالعه خود و ۱۱.۵ درصد نیز آن را از مهم‌ترین علل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم معرفی کرده‌اند.

هرچند این درصدها نشان می‌دهد که هزینه کتاب در کنار سایر موانع قرار دارد و مهم‌ترین مانع اعلام‌شده نیست، اما نباید اثر آن را نادیده گرفت. افزایش هزینه‌های زندگی و محدودیت منابع مالی خانوار می‌تواند خرید کتاب را در اولویت‌های پایین‌تر مصرف قرار دهد.

در چنین شرایطی، سیاست توسعه کتاب‌خوانی نمی‌تواند صرفاً بر تبلیغ و ترویج مطالعه متکی باشد؛ بلکه باید به مسئله قدرت خرید، قیمت تمام‌شده کتاب و دسترسی ارزان و آسان نیز توجه کند.

۷. کتابخانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال؛ شکاف میان ظرفیت دسترسی و عضویت رسمی

یکی از یافته‌های قابل توجه نظرسنجی، پایین بودن میزان عضویت رسمی در نهادها و پلتفرم‌های دسترسی به کتاب است.

بر اساس نتایج، فقط ۱۲.۲ درصد افراد عضو کتابخانه هستند. همچنین در بخشی از نتایج، ۱۸.۲ درصد پاسخ‌گویان، معادل ۸۷ نفر، عضو پلتفرم‌های کتاب‌خوانی معرفی شده‌اند. در بخش دیگری نیز رقم ۸.۶ درصد، معادل ۴۱ نفر، برای عضویت در پلتفرم‌های کتاب‌خوانی گزارش شده است.

این دو رقم متفاوت در گزارش اولیه نیازمند بررسی تعریف دو سؤال و مخرج محاسبه است؛ بنابراین نباید بدون دسترسی به پرسش‌نامه و داده خام، آنها را یک شاخص واحد تلقی کرد.

با وجود این ملاحظه، پایین بودن سهم عضویت رسمی در کتابخانه‌ها و پلتفرم‌های تخصصی کتاب‌خوانی، موضوع مهمی در تحلیل وضعیت دسترسی نهادی به کتاب محسوب می‌شود.

این مسئله به‌ویژه هنگامی اهمیت پیدا می‌کند که بدانیم ۴۵.۳ درصد افراد کتاب را خریداری می‌کنند و ۲۳.۴ درصد نیز از کتابخانه یا آشنایان امانت می‌گیرند. بنابراین، بخشی از دسترسی به کتاب از مسیرهای فردی و غیرنهادی تأمین می‌شود و عضویت رسمی در کتابخانه‌ها هنوز فراگیری بالایی ندارد.

از منظر سیاست‌گذاری، کتابخانه‌ها باید از یک فضای صرفاً امانت‌دهنده کتاب به یک مرکز فعال خدمات فرهنگی، اجتماعی و آموزشی تبدیل شوند. برگزاری نشست‌های کتاب‌خوانی، معرفی آثار، فعالیت‌های ویژه کودکان و نوجوانان، دسترسی به منابع دیجیتال و ارائه خدمات متناسب با نیازهای محلی می‌تواند نقش کتابخانه‌ها را در زندگی روزمره مردم تقویت کند.

جایگاه پلتفرم‌های کتاب‌خوانی

در میان پلتفرم‌های تخصصی، طاقچه با اختلاف قابل توجهی شناخته‌شده‌ترین پلتفرم در میان پاسخ‌های ارائه‌شده بوده است. ۳۶.۳ درصد کل پاسخ‌ها به‌صورت مستقیم یا ترکیبی به این پلتفرم اشاره کرده‌اند. کتابراه و فیدیبو نیز در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

این یافته نشان می‌دهد که در میان پلتفرم‌های تخصصی، میزان شناخت و شهرت برندها یکسان نیست و برخی خدمات توانسته‌اند جایگاه برجسته‌تری در ذهن کاربران ایجاد کنند.

۸. نقش شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در دسترسی به کتاب

یکی از یافته‌های مهم و در عین حال قابل تأمل پیمایش، جایگاه شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در دسترسی به کتاب‌های الکترونیکی و صوتی است.

بر اساس پاسخ‌های دسته‌بندی‌شده، تلگرام با ۲۱ درصد بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. گوگل و وب‌سایت‌ها با ۱۹.۱ درصد در رتبه دوم، طاقچه با ۱۳ درصد و ایتا با ۱۲.۲ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

این نتایج نشان می‌دهد که دسترسی دیجیتال به کتاب در ایران صرفاً از طریق اپلیکیشن‌های تخصصی کتاب‌خوانی صورت نمی‌گیرد؛ بلکه شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها، موتورهای جست‌وجو و وب‌سایت‌ها نیز نقش مهمی در این زمینه دارند.

این موضوع از چند جهت اهمیت دارد:

نخست اینکه شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها به دلیل سهولت دسترسی، فراگیری و امکان تبادل سریع محتوا، به یکی از مسیرهای مهم دسترسی به منابع مطالعاتی تبدیل شده‌اند.

دوم اینکه بخشی از مصرف کتاب دیجیتال ممکن است خارج از اکوسیستم رسمی نشر و پلتفرم‌های تخصصی انجام شود. این مسئله می‌تواند چالش‌هایی در زمینه حقوق مالکیت فکری، کیفیت منابع، اعتبار نسخه‌های منتشرشده و پایداری اقتصادی تولید و انتشار کتاب ایجاد کند.

سوم اینکه حضور پررنگ این بسترها نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران و فعالان حوزه کتاب نمی‌توانند از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در ترویج مطالعه غفلت کنند.

در واقع، به جای تقابل ساده میان کتاب‌خوانی و شبکه‌های اجتماعی، باید به دنبال استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای هدایت مخاطبان به سمت مطالعه عمیق‌تر و منابع معتبر بود.

یکی از راهبردهای قابل توجه می‌تواند طراحی نظام معرفی و دسترسی به کتاب در بسترهایی باشد که مردم از قبل در آنها حضور دارند. معرفی کتاب، انتشار بخش‌هایی از آثار با رعایت حقوق ناشر، برگزاری نشست‌های آنلاین، تشکیل گروه‌های مطالعاتی و پیوند دادن محتوای کوتاه به منابع کامل، از جمله اقداماتی است که می‌تواند این ظرفیت را به فرصت تبدیل کند.

۹. اقتصاد دسترسی دیجیتال؛ غلبه استفاده رایگان بر خرید و اشتراک

بر اساس نتایج نظرسنجی، در میان پاسخ‌گویان، ۳۴.۱ درصد از دسترسی رایگان به محتوای دیجیتال استفاده می‌کنند، ۱۷.۹ درصد کتاب دیجیتال خریداری می‌کنند و ۷.۵ درصد نیز اشتراک می‌خرند. همچنین ۴۰.۵ درصد هیچ‌یک از این روش‌ها را استفاده نمی‌کنند.

این نتایج نشان می‌دهد که الگوی دسترسی دیجیتال به کتاب با چالش مهمی مواجه است. سهم استفاده رایگان به‌مراتب بیشتر از خرید و اشتراک است و سهم خرید اشتراک نیز نسبتاً پایین گزارش شده است.

البته استفاده رایگان لزوماً به معنای دسترسی غیرقانونی نیست و می‌تواند شامل کتاب‌های رایگان مجاز، منابع عمومی، نمونه‌های رایگان یا محتوای دارای مجوز باشد. بنابراین، از این داده‌ها نمی‌توان مستقیماً میزان نقض حقوق مالکیت فکری را استخراج کرد.

با این حال، غلبه دسترسی رایگان بر مدل‌های پرداخت، پرسش مهمی درباره پایداری اقتصادی بازار کتاب دیجیتال مطرح می‌کند: چگونه می‌توان میان دسترسی آسان و کم‌هزینه مردم به کتاب از یک‌سو و تأمین منافع اقتصادی نویسندگان، ناشران و پلتفرم‌ها از سوی دیگر تعادل برقرار کرد؟

این مسئله به‌ویژه در شرایطی اهمیت دارد که پلتفرم‌های تخصصی برای توسعه خدمات خود به منابع مالی پایدار نیاز دارند و تولید محتوای باکیفیت نیز مستلزم حمایت اقتصادی از زنجیره تولید و انتشار کتاب است.

بنابراین، راهبرد مناسب نه محدود کردن دسترسی مردم به کتاب، بلکه توسعه مدل‌های متنوع و مقرون‌به‌صرفه دسترسی است؛ از جمله اشتراک‌های خانوادگی و دانشجویی، طرح‌های حمایتی، کتابخانه‌های دیجیتال عمومی و دسترسی رایگان به منابع منتخب با مجوزهای معتبر.

۱۰. تعاملات اجتماعی پیرامون کتاب؛ ضعف در تبدیل مطالعه فردی به کنش جمعی

یکی دیگر از شاخص‌های مهم پیمایش، میزان گفت‌وگو و معرفی کتاب در میان افراد است.

بر اساس نتایج، ۳۱.۳ درصد پاسخ‌گویان در طول یک سال گذشته هیچ گفت‌وگو یا معرفی کتابی نداشته‌اند. ۴۵ درصد یک تا پنج بار، ۱۱.۲ درصد شش تا ده بار، ۶.۹ درصد یازده تا سی بار و ۵.۶ درصد بیش از سی بار درباره کتاب گفت‌وگو یا معرفی انجام داده‌اند.

این یافته نشان می‌دهد که در بخش قابل توجهی از جامعه، کتاب هنوز به موضوعی برای تعامل و گفت‌وگوی اجتماعی تبدیل نشده است.

در واقع، کتاب‌خوانی در بسیاری از موارد یک فعالیت فردی باقی می‌ماند و کمتر به شکل گفت‌وگو، تبادل تجربه، معرفی آثار و مشارکت در فعالیت‌های جمعی بروز پیدا می‌کند.

این مسئله از نظر ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی اهمیت زیادی دارد؛ زیرا مطالعه زمانی می‌تواند به یک رفتار فرهنگی فراگیر تبدیل شود که از سطح علاقه فردی فراتر رود و در محیط خانواده، دوستان، محیط کار، مدرسه، دانشگاه و فضای عمومی جریان پیدا کند.

معرفی کتاب و گفت‌وگو درباره آن، علاوه بر افزایش انگیزه مطالعه، به افراد کمک می‌کند کتاب‌های مناسب‌تری انتخاب کنند و تجربه مطالعاتی خود را با دیگران به اشتراک بگذارند.

از این منظر، یکی از ضعف‌های احتمالی فرهنگ کتاب‌خوانی، محدود بودن بسترهای اجتماعی برای گفت‌وگو و مشارکت پیرامون کتاب است.

توسعه باشگاه‌های کتاب‌خوانی، نشست‌های معرفی کتاب، حلقه‌های مطالعاتی محلی، برنامه‌های کتاب‌خوانی در محیط‌های کاری و فعالیت‌های گروهی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تبدیل مطالعه از یک فعالیت فردی به یک رفتار اجتماعی کمک کند.

۱۱. خانواده و محیط اجتماعی؛ ضعف در نهادینه شدن فرهنگ کتاب‌خوانی

یکی از یافته‌های مهم نظرسنجی، ارزیابی افراد از میزان رواج کتاب‌خوانی در خانواده و اطرافیان است.

بر اساس نتایج، تنها ۲۲.۵ درصد پاسخ‌گویان معتقدند کتاب‌خوانی در خانواده و اطرافیان آنها به میزان زیاد و خیلی زیاد رواج دارد؛ در مقابل، ۴۵.۵ درصد این رواج را کم یا خیلی کم ارزیابی کرده‌اند.

این تفاوت نشان‌دهنده آن است که از نگاه بخش قابل توجهی از مردم، مطالعه هنوز در محیط نزدیک زندگی آنان یک رفتار عمومی و رایج نیست.

اهمیت این مسئله از آن جهت است که خانواده یکی از نخستین محیط‌های شکل‌گیری عادت‌های فرهنگی است. کودکانی که از دوران کودکی با کتاب، کتاب‌خوانی والدین، قصه‌گویی و محیط‌های غنی از منابع مطالعاتی مواجه می‌شوند، فرصت بیشتری برای شکل دادن به رابطه مثبت با مطالعه دارند.

البته نتایج این نظرسنجی به‌تنهایی رابطه علّی میان رفتار مطالعاتی خانواده و رفتار افراد را اثبات نمی‌کند، اما نشان می‌دهد که تقویت محیط‌های خانوادگی و اجتماعی کتاب‌خوانی باید یکی از محورهای اصلی سیاست‌های فرهنگی باشد.

در این میان، برنامه‌های ترویجی خانواده‌محور، کتاب‌خوانی والدین با کودکان، اختصاص زمان مشخص برای مطالعه خانوادگی و ایجاد دسترسی آسان به کتاب‌های متناسب با سنین مختلف می‌تواند اهمیت ویژه‌ای داشته باشد.

۱۲. نگرش عمومی جامعه؛ تناقض میان احساس ضعف کتاب‌خوانی و باور به وجود فرهنگ کتاب‌خوانی

یکی از جالب‌ترین یافته‌های پیمایش، تفاوت میان دو نگرش عمومی درباره وضعیت کتاب‌خوانی در جامعه ایران است.

۸۳ درصد مردم با این گزاره که «مردم ما کمتر مطالعه می‌کنند» موافق‌اند و تنها ۷.۷ درصد با آن مخالف‌اند. در مقابل، ۵۰.۷ درصد مردم با این گزاره که «جامعه ایران دارای فرهنگ کتاب‌خوانی است» موافق‌اند.

این دو یافته در نگاه نخست ممکن است متناقض به نظر برسند؛ اما در واقع می‌توانند دو سطح متفاوت از نگرش اجتماعی را بازتاب دهند.

گزاره نخست به ارزیابی میزان و فراگیری رفتار مطالعه در جامعه اشاره دارد؛ در حالی که گزاره دوم می‌تواند ناظر بر ارزش فرهنگی کتاب، جایگاه تاریخی و اجتماعی آن و تصور عمومی از اهمیت مطالعه باشد.

به عبارت دیگر، ممکن است مردم از یک‌سو معتقد باشند که جامعه در عمل به اندازه کافی مطالعه نمی‌کند، اما از سوی دیگر کتاب‌خوانی را همچنان یکی از ارزش‌های فرهنگی جامعه بدانند.

این تفاوت بسیار مهم است؛ زیرا نشان می‌دهد مسئله کتاب‌خوانی در ایران لزوماً فقدان ارزش‌گذاری فرهنگی نسبت به کتاب نیست، بلکه فاصله میان ارزش‌گذاری ذهنی و تحقق عملی رفتار کتاب‌خوانی است.

جامعه ممکن است کتاب و دانش را ارزشمند بداند، اما این ارزش در برنامه روزمره، عادت‌های فردی و تعاملات اجتماعی به اندازه کافی متجلی نشود.

از این منظر، سیاست‌های ترویج کتاب‌خوانی باید از مرحله تأکید بر اهمیت کتاب فراتر بروند. مردم تا حد زیادی از ارزش مطالعه آگاه‌اند؛ مسئله مهم‌تر فراهم کردن شرایطی است که این ارزش به رفتار واقعی و مستمر تبدیل شود.

این یافته همچنین ضرورت توجه به الگوهای موفق کتاب‌خوانی در خانواده‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها، محیط‌های کاری و رسانه‌ها را برجسته می‌کند.

۱۳. موانع فردی مطالعه؛ کمبود وقت، خستگی ذهنی و محدودیت اقتصادی

در بخش مربوط به موانع مطالعه، کمبود وقت با ۵۰.۲ درصد در جایگاه نخست قرار دارد. پس از آن خستگی ذهنی با ۱۵.۵ درصد، هزینه کتاب‌ها با ۱۱.۴ درصد و بی‌سوادی با ۹.۲ درصد قرار گرفته‌اند.

این نتایج نشان می‌دهد که موانع کتاب‌خوانی صرفاً به نبود علاقه یا فقدان آگاهی مربوط نیستند، بلکه با شرایط زندگی روزمره و محدودیت‌های فردی و اجتماعی نیز ارتباط دارند.

کمبود وقت؛ مهم‌ترین مانع مطالعه

قرار گرفتن کمبود وقت در رتبه نخست با فاصله قابل توجه نسبت به سایر موانع، نشان‌دهنده اهمیت مدیریت زمان در رفتار مطالعاتی مردم است.

این مسئله می‌تواند با اشتغال، مسئولیت‌های خانوادگی، رفت‌وآمد، فشارهای روزمره و تعدد فعالیت‌های رقیب مرتبط باشد. البته پیمایش مشخص نمی‌کند که کدام‌یک از این عوامل سهم بیشتری در کمبود وقت دارند.

نکته مهم این است که حتی افرادی که به مطالعه علاقه دارند، ممکن است نتوانند زمان مشخص و منظمی را به آن اختصاص دهند.

بنابراین، ترویج مطالعه باید به سمت الگوهای انعطاف‌پذیرتر حرکت کند؛ الگوهایی که امکان مطالعه در زمان‌های کوتاه، استفاده از کتاب صوتی، مطالعه در مسیر رفت‌وآمد و ایجاد فرصت‌های کوچک اما مستمر را فراهم کنند.

خستگی ذهنی؛ مانعی فراتر از زمان

۱۵.۵ درصد افراد خستگی ذهنی را مانع مطالعه خود دانسته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که حتی در صورت وجود زمان آزاد، افراد ممکن است توان یا آمادگی ذهنی لازم برای مطالعه را نداشته باشند.

این موضوع به‌ویژه در شرایطی اهمیت دارد که بخش قابل توجهی از زندگی روزمره افراد با فعالیت‌های فکری، فشارهای شغلی و مواجهه مداوم با اطلاعات و محرک‌های رسانه‌ای همراه است.

از این منظر، مسئله کتاب‌خوانی تنها ایجاد فرصت زمانی نیست؛ بلکه باید به کیفیت اوقات فراغت، آرامش ذهنی و امکان تمرکز نیز توجه کرد.

هزینه کتاب؛ محدودیت دسترسی اقتصادی

۱۱.۴ درصد پاسخ‌گویان هزینه کتاب‌ها را از موانع مطالعه خود معرفی کرده‌اند. این مسئله نشان می‌دهد که قدرت خرید و دسترسی اقتصادی همچنان از عوامل مؤثر بر امکان مطالعه است.

توسعه کتابخانه‌ها، کتاب‌های دیجیتال با قیمت مناسب، طرح‌های تخفیف هدفمند و دسترسی رایگان به منابع منتخب می‌تواند بخشی از این محدودیت را کاهش دهد.

بی‌سوادی؛ ضرورت توجه به زیرساخت‌های سواد پایه

اعلام بی‌سوادی توسط ۹.۲ درصد پاسخ‌گویان به‌عنوان مانع مطالعه، نشان می‌دهد که مسئله سواد پایه نیز در بخشی از جامعه همچنان مطرح است.

این یافته ضرورت پیوند سیاست‌های ترویج کتاب‌خوانی با برنامه‌های سوادآموزی، تقویت مهارت خواندن و توسعه سواد اطلاعاتی را یادآور می‌شود.

در واقع، کتاب‌خوانی پایدار به مهارت‌های پایه خواندن، درک مطلب و توانایی استفاده از اطلاعات وابسته است و بدون توجه به این زیرساخت‌ها نمی‌توان انتظار گسترش فراگیر مطالعه را داشت.

۱۴. چرا مردم کتاب نمی‌خوانند؟ تفاوت میان موانع شخصی و برداشت از رفتار دیگران

در پیمایش، علاوه بر موانع مطالعه شخصی، از پاسخ‌گویان درباره مهم‌ترین دلایل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم نیز سؤال شده است.

نتایج نشان می‌دهد که ۲۵.۸ درصد افراد کمبود وقت، ۲۴.۷ درصد ترجیح سرگرمی‌ها و فعالیت‌های دیگر، ۲۲.۹ درصد خستگی ذهنی، ۱۱.۵ درصد هزینه کتاب‌ها و ۹.۵ درصد نبود علاقه را از مهم‌ترین دلایل کتاب‌نخواندن بخشی از مردم می‌دانند.

مقایسه این نتایج با موانع شخصی مطالعه، نکته تحلیلی مهمی را آشکار می‌کند.

در ارزیابی موانع شخصی، کمبود وقت با ۵۰.۲ درصد سهم بسیار بالایی دارد؛ اما در ارزیابی علل کتاب‌نخواندن دیگران، کمبود وقت و ترجیح فعالیت‌های دیگر تقریباً در یک سطح قرار گرفته‌اند.

این تفاوت می‌تواند نشان‌دهنده تمایز میان تجربه فردی و برداشت افراد از رفتار عمومی جامعه باشد.

افراد هنگام توضیح رفتار خود بیشتر بر محدودیت‌های زمانی تأکید می‌کنند، اما هنگام توضیح رفتار دیگران، علاوه بر زمان، به جذابیت سرگرمی‌های جایگزین و خستگی ذهنی نیز توجه دارند.

این یافته اهمیت رقابت میان کتاب و سایر فعالیت‌های فراغتی را برجسته می‌کند.

در شرایطی که افراد با گزینه‌های متنوعی مانند شبکه‌های اجتماعی، فیلم، سریال، بازی‌های دیجیتال و سایر سرگرمی‌ها مواجه‌اند، کتاب‌خوانی برای تبدیل شدن به یک انتخاب پایدار باید بتواند جذابیت، سهولت دسترسی و تناسب بیشتری با سبک زندگی مخاطبان ایجاد کند.

بنابراین، ترویج مطالعه صرفاً از طریق توصیه اخلاقی و تأکید بر فواید کتاب کافی نیست؛ بلکه باید تجربه کتاب‌خوانی از نظر جذابیت و دسترسی نیز بهبود یابد.

۱۵. راهکارهای مورد تأکید مردم برای توسعه فرهنگ کتاب‌خوانی

در پاسخ به پرسش مربوط به راهکارهای افزایش فرهنگ کتاب‌خوانی، ۳۶.۶ درصد افراد نداشتن دغدغه مالی و معیشتی را عامل مؤثر در افزایش کتاب‌خوانی دانسته‌اند. همچنین ۲۳.۹ درصد بر فرهنگ‌سازی صحیح در مدارس برای کودکان و ۱۰.۱ درصد بر دسترسی آسان و ارزان به کتاب تأکید کرده‌اند.

این نتایج نشان می‌دهد که از نگاه مردم، توسعه کتاب‌خوانی به مجموعه‌ای از شرایط اقتصادی، آموزشی و زیرساختی وابسته است.

الف) بهبود شرایط اقتصادی و کاهش دغدغه‌های معیشتی

بالاترین سهم مربوط به کاهش دغدغه‌های مالی و معیشتی است. این یافته نشان می‌دهد که مردم رابطه میان وضعیت اقتصادی و رفتار فرهنگی را مهم می‌دانند.

هنگامی که بخش قابل توجهی از انرژی و منابع خانوار صرف تأمین نیازهای اساسی می‌شود، ممکن است فعالیت‌هایی مانند خرید کتاب و اختصاص زمان به مطالعه در اولویت پایین‌تری قرار گیرند.

بنابراین، توسعه فرهنگ مطالعه را نمی‌توان کاملاً مستقل از شرایط اقتصادی و کیفیت زندگی مردم در نظر گرفت.

البته این پاسخ بیانگر برداشت مردم از عوامل مؤثر بر کتاب‌خوانی است و به‌تنهایی رابطه علّی میان وضعیت معیشتی و میزان مطالعه را اثبات نمی‌کند.

ب) فرهنگ‌سازی در مدارس و دوران کودکی

قرار گرفتن فرهنگ‌سازی در مدارس با ۲۳.۹ درصد در رتبه دوم، اهمیت نظام آموزشی در شکل‌گیری عادت مطالعه را نشان می‌دهد.

مدرسه یکی از مهم‌ترین محیط‌های اجتماعی برای ایجاد رابطه پایدار کودکان و نوجوانان با کتاب است. اگر مطالعه صرفاً به‌عنوان تکلیف درسی و ابزاری برای امتحان معرفی شود، ممکن است نتواند علاقه پایدار به کتاب ایجاد کند.

در مقابل، ایجاد تجربه‌های لذت‌بخش از مطالعه، قصه‌خوانی، معرفی کتاب، فعالیت‌های گروهی، کتابخانه‌های فعال و فرصت انتخاب آزادانه آثار می‌تواند به شکل‌گیری علاقه به خواندن کمک کند.

نکته مهم آن است که فرهنگ‌سازی در مدارس نباید صرفاً به برگزاری مناسبت‌های نمادین یا مسابقات مقطعی محدود شود؛ بلکه باید به بخشی از تجربه روزمره آموزشی تبدیل شود.

ج) دسترسی آسان و ارزان به کتاب

۱۰.۱ درصد پاسخ‌گویان دسترسی آسان و ارزان را یکی از راهکارهای مهم توسعه کتاب‌خوانی دانسته‌اند.

این موضوع در کنار سهم ۱۱.۴ درصدی هزینه کتاب به‌عنوان مانع مطالعه، نشان می‌دهد که مسئله دسترسی اقتصادی و فیزیکی به منابع مطالعاتی در ذهن بخشی از جامعه حضور دارد.

گسترش کتابخانه‌های عمومی، تقویت کتابخانه‌های مدارس و دانشگاه‌ها، توسعه کتابخانه‌های سیار، ایجاد کتابخانه‌های دیجیتال و حمایت از طرح‌های خرید و امانت کتاب می‌تواند به کاهش این محدودیت کمک کند.

۱۶. جمع‌بندی تحلیلی؛ مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگ کتاب‌خوانی در ایران

با کنار هم قرار دادن یافته‌های نظرسنجی، می‌توان چند ویژگی اساسی را برای وضعیت مطالعه و فرهنگ کتاب‌خوانی در ایران شناسایی کرد.

۱-۱۶. جامعه با کمبود مواجهه با محتوا روبه‌رو نیست، بلکه با ضعف تبدیل مصرف محتوا به مطالعه عمیق مواجه است.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های پیمایش، تفاوت میان ۹۶ دقیقه مواجهه روزانه با متن‌ها و محتوای علمی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و ۱۱.۲ دقیقه مطالعه روزانه کتاب در کل نمونه است.

این تفاوت نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از مردم زمان زیادی را صرف دریافت اطلاعات و محتوا می‌کنند، اما این زمان الزاماً به مطالعه کتاب منجر نمی‌شود.

بنابراین، مسئله اصلی را نباید صرفاً بی‌علاقگی مردم به خواندن دانست. بلکه باید به تغییر ماهیت مصرف فرهنگی، کوتاه شدن قالب‌های محتوایی، گسترش رسانه‌های دیجیتال و کاهش سهم مطالعه پیوسته در زندگی روزمره توجه کرد.

یکی از جهت‌گیری‌های مهم سیاست فرهنگی باید تبدیل ظرفیت موجود در مصرف محتوای دیجیتال به فرصت‌هایی برای ترویج مطالعه عمیق و کتاب‌خوانی مستمر باشد.

۲-۱۶. کتاب‌خوانی هنوز رفتار عمومی و فراگیر جامعه نیست.

اینکه ۴۲.۸ درصد افراد مطالعه هفتگی کتاب غیردرسی دارند و ۵۷.۲ درصد در این گروه قرار نمی‌گیرند، نشان می‌دهد که مطالعه منظم کتاب هنوز به رفتار غالب جامعه تبدیل نشده است.

همچنین میانگین ۱۱.۲ دقیقه مطالعه روزانه در کل نمونه و مطالعه کامل یک کتاب در ماه گذشته توسط ۲۸ درصد پاسخ‌گویان، نشان‌دهنده محدودیت در استمرار و فراگیری رفتار کتاب‌خوانی است.

در نتیجه، سیاست‌های ترویج کتاب‌خوانی باید بیش از آنکه بر افزایش تعداد کتاب‌های خوانده‌شده توسط کتاب‌خوانان فعلی متمرکز باشند، بر گسترش جمعیت کتاب‌خوان و وارد کردن مطالعه به برنامه روزمره افرادی که مطالعه منظم ندارند، تأکید کنند.

۳-۱۶. انگیزه کتاب‌خوانی وجود دارد، اما عادت مطالعه هنوز به اندازه کافی نهادینه نشده است.

کسب دانش، لذت بردن از خواندن و رشد شخصی در مجموع ۷۸.۴ درصد انگیزه‌های اعلام‌شده را تشکیل می‌دهند.

این موضوع نشان می‌دهد که کتاب برای بسیاری از افراد همچنان دارای کارکرد و ارزش مشخص است. مسئله اصلی فقدان کامل انگیزه نیست، بلکه تبدیل انگیزه به رفتار پایدار است.

از سوی دیگر، سهم ۶.۷ درصدی عادت به کتاب‌خوانی در میان انگیزه‌های اعلام‌شده نشان می‌دهد که مطالعه به‌عنوان یک رفتار روزمره و خودجوش، در مقایسه با انگیزه‌های هدف‌محور جایگاه محدودتری دارد.

بنابراین، یکی از مهم‌ترین اهداف برنامه‌های ترویجی باید ایجاد عادت مطالعه از سنین کودکی و استمرار آن در دوره‌های مختلف زندگی باشد.

۱۶-۴. فرهنگ کتاب‌خوانی بیش از آنکه با مسئله بی‌ارزشی کتاب مواجه باشد، با مسئله ضعف تحقق عملی ارزش‌های فرهنگی روبه‌روست.

موافقت ۸۳ درصدی مردم با گزاره «مردم ما کمتر مطالعه می‌کنند» در کنار موافقت ۵۰.۷ درصدی با گزاره «جامعه ایران دارای فرهنگ کتاب‌خوانی است»، یک شکاف نگرشی قابل توجه را نشان می‌دهد.

این یافته می‌تواند بیانگر آن باشد که کتاب و مطالعه همچنان در سطح نگرش و ارزش‌گذاری اجتماعی جایگاه مثبتی دارند، اما این جایگاه الزاماً به رفتار فراگیر و مستمر تبدیل نشده است.

به بیان دیگر، جامعه ممکن است کتاب‌خوانی را ارزشمند بداند، اما شرایط و سازوکارهای لازم برای تبدیل این ارزش به رفتار روزمره به اندازه کافی فراهم نباشد.

از این رو، تأکید صرف بر اهمیت کتاب و توصیه به مطالعه نمی‌تواند پاسخگوی مسئله باشد. باید سازوکارهای اجتماعی، اقتصادی و نهادی شکل‌گیری عادت مطالعه تقویت شوند.

۱۶-۵. شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های دیجیتال هم فرصت هستند و هم چالش.

جایگاه تلگرام، گوگل، وب‌سایت‌ها و سایر پیام‌رسان‌ها در دسترسی به کتاب‌های الکترونیکی و صوتی نشان می‌دهد که فضای دیجیتال بخش مهمی از زیست مطالعاتی مردم را تشکیل می‌دهد.

این تحول از یک‌سو امکان دسترسی سریع‌تر و آسان‌تر به منابع را فراهم کرده و از سوی دیگر، پرسش‌هایی درباره کیفیت محتوا، حقوق مالکیت فکری و پایداری اقتصادی نشر دیجیتال ایجاد می‌کند.

سیاست فرهنگی مناسب باید به جای نادیده گرفتن این تحولات یا تقابل با آنها، از ظرفیت رسانه‌های جدید برای توسعه کتاب‌خوانی استفاده کند.

۱۶-۶. موانع اقتصادی و معیشتی در کنار موانع فرهنگی و رفتاری قرار دارند.

کمبود وقت با ۵۰.۲ درصد مهم‌ترین مانع شخصی مطالعه است. خستگی ذهنی و هزینه کتاب نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

از سوی دیگر، ۳۶.۶ درصد پاسخ‌گویان بهبود شرایط مالی و معیشتی را از عوامل افزایش کتاب‌خوانی دانسته‌اند.

این یافته‌ها نشان می‌دهد که کتاب‌خوانی را نمی‌توان صرفاً مسئله‌ای فرهنگی و مستقل از شرایط عمومی زندگی مردم در نظر گرفت.

توسعه فرهنگ مطالعه نیازمند توجه هم‌زمان به وضعیت اقتصادی خانوارها، قدرت خرید کتاب، کیفیت اوقات فراغت، دسترسی به منابع و جذابیت تجربه مطالعه است.

۱۶-۷. فرهنگ کتاب‌خوانی نیازمند تقویت بسترهای اجتماعی است.

اینکه ۳۱.۳ درصد افراد در طول یک سال گذشته هیچ گفت‌وگو یا معرفی کتابی نداشته‌اند و تنها ۲۲.۵ درصد رواج زیاد یا خیلی زیاد کتاب‌خوانی را در خانواده و اطرافیان خود گزارش کرده‌اند، نشان می‌دهد که مطالعه هنوز به اندازه کافی در تعاملات اجتماعی حضور ندارد.

کتاب‌خوانی برای تبدیل شدن به یک رفتار عمومی، باید از سطح فردی فراتر برود و در خانواده، مدرسه، دانشگاه، محیط کار، گروه‌های دوستانه و شبکه‌های اجتماعی جریان پیدا کند.

به همین دلیل، توسعه اجتماعات کتاب‌خوانی و ایجاد فرصت‌های گفت‌وگو و مشارکت پیرامون کتاب باید در کنار توسعه دسترسی به منابع مورد توجه قرار گیرد.

۱۷. دلالت‌های سیاستی و پیشنهادهای اجرایی برای توسعه فرهنگ کتاب‌خوانی

بر اساس یافته‌های پیمایش، می‌توان مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌های سیاستی و اجرایی را پیشنهاد کرد.

محور سیاستی	پیشنهادهای اجرایی
نهادینه‌سازی عادت مطالعه	طراحی برنامه‌های مستمر کتاب‌خوانی از دوران کودکی و تقویت مطالعه خانوادگی
اصلاح الگوی مصرف محتوا	پیوند دادن شبکه‌های اجتماعی و محتوای کوتاه با کتاب‌ها و منابع مطالعاتی عمیق
دسترسی اقتصادی	توسعه کتابخانه‌های عمومی، کتاب‌های ارزان‌قیمت، تخفیف‌های هدفمند و طرح‌های حمایتی
توسعه نشر دیجیتال	تقویت پلتفرم‌های تخصصی، کتاب‌های صوتی و الکترونیکی و مدل‌های مقرون‌به‌صرفه اشتراک
تقویت مدارس	تبدیل کتاب‌خوانی به فعالیتی جذاب، آزادانه و مستمر در مدارس

تقویت مشارکت اجتماعی	توسعه باشگاه‌های کتاب‌خوانی، نشست‌های معرفی کتاب و گروه‌های مطالعاتی
تقویت کتابخانه‌ها	ارتقای کتابخانه‌ها از مراکز امانت کتاب به مراکز فعال فرهنگی و اجتماعی
توسعه تنوع موضوعی	تولید و معرفی آثار متناسب با علایق مردم در حوزه‌های داستان، روان‌شناسی، تاریخ و آموزش
توجه به گروه‌های کم‌مطالعه	طراحی برنامه‌های اختصاصی برای افرادی که مطالعه منظم ندارند
کاهش موانع زمانی و ذهنی	ترویج الگوهای انعطاف‌پذیر مطالعه و استفاده از قالب‌های صوتی و دیجیتال

پیشنهاد اول: تمرکز بر گروه‌های فاقد عادت مطالعه

یکی از مهم‌ترین اشتباهات احتمالی در برنامه‌های ترویج کتاب‌خوانی، تمرکز بیش از اندازه بر افرادی است که از قبل کتاب‌خوان هستند.

با توجه به اینکه ۵۷.۲ درصد افراد مطالعه هفتگی کتاب غیردرسی ندارند، لازم است برنامه‌های ترویجی به‌طور ویژه برای این گروه طراحی شوند.

برای این منظور، باید کتاب‌های کوتاه‌تر و متناسب با علایق مخاطبان، برنامه‌های معرفی کتاب، دسترسی رایگان یا ارزان و فعالیت‌های تشویقی مورد توجه قرار گیرد.

هدف اولیه نباید الزاماً افزایش تعداد کتاب‌های خوانده‌شده باشد، بلکه باید ایجاد نخستین تجربه‌های مثبت و تکرارپذیر مطالعه باشد.

پیشنهاد دوم: پیوند دادن کتاب‌خوانی با زندگی روزمره

با توجه به اینکه کمبود وقت مهم‌ترین مانع اعلام‌شده است، باید مطالعه از فعالیتی که صرفاً به اوقات فراغت طولانی نیاز دارد، به فعالیتی قابل انجام در بخش‌های مختلف زندگی روزمره تبدیل شود.

توسعه کتاب‌های صوتی، کتاب‌های الکترونیکی، برنامه‌های مطالعه کوتاه‌مدت و امکان دسترسی آسان به منابع می‌تواند در این زمینه مؤثر باشد.

البته هدف نباید صرفاً جایگزینی کتاب کاغذی با قالب‌های دیجیتال باشد، بلکه باید افزایش فرصت‌های واقعی مطالعه در زندگی روزمره باشد.

پیشنهاد سوم: بازتعریف نقش مدارس در ترویج کتاب‌خوانی

با توجه به تأکید ۲۳.۹ درصد پاسخ‌گویان بر فرهنگ‌سازی در مدارس، نظام آموزشی باید یکی از کانون‌های اصلی برنامه ملی کتاب‌خوانی باشد.

برای این منظور پیشنهاد می‌شود:

- اختصاص زمان مشخص و مستمر برای مطالعه آزاد در مدارس؛
- تقویت کتابخانه‌های مدارس و به‌روزرسانی منابع آنها؛
- ایجاد باشگاه‌های کتاب‌خوانی دانش‌آموزی؛
- مشارکت والدین در فعالیت‌های مطالعاتی کودکان؛
- آموزش مهارت انتخاب، خواندن و نقد کتاب؛
- فاصله گرفتن از نگاه صرفاً امتحان‌محور و تکلیف‌محور به مطالعه.

پیشنهاد چهارم: استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی

با توجه به جایگاه شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در دسترسی به کتاب، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های ملی ترویج کتاب‌خوانی از این ظرفیت به شکل نظام‌مند استفاده کنند.

ایجاد شبکه‌های معرفی کتاب، تولید محتوای جذاب درباره آثار، برگزاری نشست‌های آنلاین و پیوند دادن کاربران به نسخه‌های معتبر و قانونی کتاب می‌تواند به افزایش مشارکت مطالعاتی کمک کند.

پیشنهاد پنجم: تقویت کتابخانه‌های عمومی و دسترسی محلی

با توجه به اینکه تنها ۱۲.۲ درصد افراد عضو کتابخانه هستند، لازم است درباره میزان تناسب خدمات کتابخانه‌ای با نیازهای واقعی مردم بازنگری شود.

کتابخانه‌ها باید علاوه بر تأمین منابع، به محل تعامل اجتماعی، فعالیت‌های فرهنگی، آموزش و مشارکت گروه‌های مختلف تبدیل شوند.

توسعه خدمات سیار، کتابخانه‌های محلی، دسترسی دیجیتال و برنامه‌های ویژه خانواده‌ها نیز می‌تواند به افزایش مراجعه و عضویت کمک کند.

پیشنهاد ششم: توسعه نظام پایش مستمر فرهنگ مطالعه

یکی از ضرورت‌های سیاست‌گذاری در این حوزه، ایجاد نظام سنجش مستمر و قابل مقایسه وضعیت کتاب‌خوانی است.

به‌جای اتکا به یک شاخص کلی مانند میانگین دقایق مطالعه، باید مجموعه‌ای از شاخص‌ها به‌صورت منظم اندازه‌گیری شوند:

- درصد افراد دارای مطالعه هفتگی؛
- متوسط زمان مطالعه روزانه در کل جامعه؛
- متوسط زمان مطالعه در میان کتاب‌خوانان؛
- درصد افراد دارای مطالعه کامل کتاب در ماه؛
- تعداد کتاب‌های خوانده‌شده در سال؛
- سهم کتاب‌های کاغذی، الکترونیکی و صوتی؛
- میزان عضویت و استفاده فعال از کتابخانه‌ها و پلتفرم‌ها؛
- میزان مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی مرتبط با کتاب؛
- موانع اقتصادی، زمانی و فرهنگی مطالعه؛
- میزان دسترسی گروه‌های اجتماعی مختلف به منابع مطالعاتی.

این شاخص‌ها باید به تفکیک متغیرهایی مانند سن، جنسیت، سطح تحصیلات، وضعیت اشتغال، محل سکونت و وضعیت اقتصادی تحلیل شوند تا بتوان گروه‌های دارای نیازهای متفاوت را شناسایی کرد.

۱۸. نتیجه‌گیری نهایی

تصویر کلی نظرسنجی: جامعه‌ای با ظرفیت بالقوه برای کتاب‌خوانی، اما با ضعف در نهادینه‌سازی رفتار مطالعه

نتایج نظرسنجی مطالعه و فرهنگ کتاب‌خوانی در ایران نشان می‌دهد که مسئله اصلی کتاب‌خوانی در کشور را نمی‌توان صرفاً به بی‌علاقگی مردم یا کاهش ارزش کتاب در جامعه تقلیل داد. شواهد به‌دست‌آمده تصویری پیچیده‌تر ارائه می‌کنند که در آن، ارزش‌گذاری مثبت نسبت به کتاب در کنار ضعف رفتار مطالعاتی مستمر، مصرف گسترده محتوای دیجیتال در کنار محدود بودن مطالعه عمیق، و وجود انگیزه‌های فردی در کنار موانع اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است.

از یک‌سو، کسب دانش، رشد شخصی و لذت بردن از خواندن، انگیزه‌های اصلی مطالعه هستند. رمان و داستان، کتاب‌های روان‌شناسی و تربیتی و آثار تاریخی نیز در میان ترجیحات موضوعی جایگاه برجسته‌ای دارند. این موضوع نشان می‌دهد که کتاب همچنان برای بخش قابل توجهی از جامعه دارای کارکردهای شناختی، فردی، فرهنگی و سرگرم‌کننده است.

از سوی دیگر، تنها ۴۲.۸ درصد افراد مطالعه هفتگی کتاب غیردرسی دارند و با احتساب افراد فاقد مطالعه، میانگین مطالعه روزانه کتاب به ۱۱.۲ دقیقه می‌رسد. همچنین سهم نسبتاً پایین عضویت در کتابخانه‌ها و پلتفرم‌های تخصصی، محدود بودن گفت‌وگوهای اجتماعی درباره کتاب و پایین بودن میزان رواج کتاب‌خوانی در محیط خانواده و اطرافیان، نشان می‌دهد که مطالعه هنوز به یک رفتار فراگیر و نهادینه‌شده در جامعه تبدیل نشده است.

نکته مهم دیگر، تغییر الگوی مصرف فرهنگی مردم است. میانگین ۹۶ دقیقه مواجهه روزانه با محتوای علمی و رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف نشان می‌دهد که مردم در معرض حجم قابل توجهی از اطلاعات و محتوا قرار دارند. بنابراین، مسئله فقط کمبود مواجهه با محتوا نیست، بلکه چگونگی تبدیل این مواجهه به مطالعه هدفمند، عمیق و مستمر اهمیت دارد. در این میان، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها می‌توانند به‌جای آنکه صرفاً به‌عنوان رقیب کتاب تلقی شوند، به ابزارهایی برای معرفی، دسترسی و ترویج مطالعه تبدیل شوند.

از منظر موانع نیز یافته‌ها نشان می‌دهد که کمبود وقت، خستگی ذهنی و هزینه کتاب از مهم‌ترین محدودیت‌های مطالعه هستند. همچنین تأکید ۳۶.۶ درصد پاسخ‌گویان بر کاهش دغدغه‌های مالی و معیشتی و ۲۳.۹ درصد بر فرهنگ‌سازی در مدارس، نشان می‌دهد که مردم توسعه کتاب‌خوانی را مستلزم تغییر در شرایط عمومی زندگی و تقویت زیرساخت‌های فرهنگی و آموزشی می‌دانند.

در این چارچوب، مهم‌ترین نتیجه‌ای که از مجموع یافته‌ها می‌توان گرفت این است که **توسعه فرهنگ کتاب‌خوانی در ایران بیش از آنکه به تبلیغ اهمیت کتاب نیاز داشته باشد، به ایجاد شرایط و سازوکارهای تبدیل ارزش مطالعه به رفتار روزمره نیازمند است.**

به بیان دیگر، جامعه برای افزایش کتاب‌خوانی صرفاً به توصیه‌های فرهنگی بیشتر احتیاج ندارد؛ بلکه باید فرصت مطالعه، امکان دسترسی اقتصادی، جذابیت منابع، زیرساخت‌های مناسب، الگوهای اجتماعی و عادت‌های مطالعاتی در آن تقویت شود.

از این منظر، سیاست توسعه فرهنگ کتاب‌خوانی باید از رویکردهای مناسبتی، تبلیغاتی و صرفاً مبتنی بر برگزاری نمایشگاه‌ها و رویدادهای مقطعی فراتر رود و به سمت یک برنامه جامع، مستمر و چندبخشی حرکت کند.

چنین برنامه‌ای باید هم‌زمان خانواده، مدرسه، دانشگاه، کتابخانه، بازار نشر، پلتفرم‌های دیجیتال، رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی را دربرگیرد و برای گروه‌های مختلف جامعه راهکارهای متناسب طراحی کند.

در نهایت، موفقیت سیاست‌های کتاب‌خوانی را نباید صرفاً با تعداد کتاب‌های چاپ‌شده، نمایشگاه‌های برگزارشده، برنامه‌های معرفی کتاب یا میزان هزینه‌کرد نهادهای فرهنگی سنجید. معیار اصلی باید این باشد که چه تعداد از مردم مطالعه را به بخشی

از زندگی روزمره خود تبدیل کرده‌اند، چه میزان از زمان و توجه آنان به مطالعه عمیق اختصاص یافته و تا چه اندازه کتاب به موضوعی برای گفت‌وگو، یادگیری و مشارکت اجتماعی تبدیل شده است.

بنابراین، هدف نهایی سیاست فرهنگی در این حوزه باید گذار از جامعه‌ای که کتاب را ارزشمند می‌داند اما کمتر به‌طور مستمر مطالعه می‌کند، به جامعه‌ای باشد که کتاب‌خوانی در آن به یک عادت عمومی، یک رفتار اجتماعی و بخشی از سبک زندگی تبدیل شده است.