

## نمایشگاه ۳۵ام در آئینه

معرفی پروژه نظرسنجی ۳۶۰درجه از ذی نفعان  
سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران



به نام  
خداوند  
قلم

# سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

## شناسنامه



آزمایشگاه کتاب



سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران



سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
مدیریت اسناد و کتابخانه ملی

سیاوش صلواتیان (عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما)

مجری طرح

فاطمه سادات محمودیان

مدیر اجرایی

خانه کتاب و ادبیات ایران

به سفارش

BOOK-LAB.IR



فہرست

سچے سچے شکر کا پتہ  
دیکھ کر تیرے

۸

یادداشت

۱۵

پیشگفتار

۱۲

مقدمه

۱۷

معرفی پروژه

۲۹

داده‌نماهای روزانه

۶۷

گزارش‌های تحلیلی

## یادداشت

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بی‌تردید یکی از ارزشمندترین میراث‌های فرهنگی و ادبی کشورمان است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مسئولیت میراث‌داری و حفاظت و گسترش آن را بر عهده دارد. این نمایشگاه، به‌عنوان نمادی از فرهنگ، هنر، و اندیشه ایرانی، هر ساله پذیرای تعداد زیادی از علاقه‌مندان به کتاب و کتابخوانی است. این رویداد نه تنها محلی برای عرضه و تبادل تازه‌های نشر و ترویج فرهنگ مطالعه است، بلکه به‌عنوان یک نقطه عطف فرهنگی، بستری برای گفت‌وگوهای علمی، ادبی، و هنری فراهم می‌کند که تأثیرات آن در ارتقای سطح فرهنگی جامعه به‌وضوح دیده می‌شود.

با آغاز دولت سیزدهم و در پی همه‌گیری ویروس کرونا، این رویداد بزرگ فرهنگی با وقفه‌ای مواجه شد که از پویایی و نقش‌آفرینی اصلی آن کاست. احیای این نمایشگاه و بازگرداندن آن به دوران شکوه گذشته از اولویت‌های اصلی ما بود. از این رو، ایجاد تغییرات اساسی و بنیادین برای بازگرداندن نمایشگاه به یک رویداد پویا، خلاق، و اثرگذار ضروری به نظر می‌رسید. این تغییرات نه تنها در بعد فیزیکی و ساختاری نمایشگاه، بلکه در فرآیندها و رویکردهای مدیریتی و محتوایی نیز اعمال شد.



اما این تازه آغاز راه بود. در مرحله بعد، باید با نگاهی به آینده، نمایشگاه کتاب تهران را به سوی توسعه و ارتقا هدایت می‌کردیم. برای دستیابی به این هدف، نیاز بود تا نظرات و دیدگاه‌های تمامی ذی‌نفعان، از ناشران و بازدیدکنندگان تا مدیران اجرایی، به دقت بررسی و تحلیل شود. تنها از این طریق می‌توانستیم نیازها و انتظارات مختلف را در تصمیم‌گیری‌های آینده مدنظر قرار دهیم. در این راستا، پروژه «نمایشگاه در آینه» به عنوان یک ابزار پژوهشی برای جمع‌آوری و تحلیل نظرات و دیدگاه‌های ذی‌نفعان طراحی و اجرا شد. هدف این پروژه، ارائه تصویری جامع از نمایشگاه کتاب تهران از دیدگاه تمامی ذی‌نفعان بود تا بر اساس این نگاه همه‌جانبه، مبنایی علمی برای برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های آتی فراهم شود. اکنون با پایان این پروژه، به سکوی دانشی دست یافته‌ایم که با بهره‌گیری از آن و استفاده از نتایج به دست آمده، می‌توانیم با اطمینان بیشتری به سوی آینده‌ای روشن‌تر و افق‌های بالاتر برای نمایشگاه کتاب تهران گام برداریم. این سکوی دانشی نه تنها منبعی غنی از اطلاعات ارزشمند است، بلکه راهنمایی برای برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و آینده‌نگری‌های ما نیز به شمار می‌آید. با توجه به این داده‌های علمی و بهره‌گیری از نظرات تمامی ذی‌نفعان، بر آنیم که نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را به رویدادی فرهنگی، پویا، الهام‌بخش، و تأثیرگذار تبدیل کنیم که نه تنها پاسخگوی نیازهای امروز جامعه فرهنگی کشور باشد، بلکه نقشی مهم در شکل‌دهی به آینده فرهنگی ایران ایفا کند.

یاسر احمدوند

معاون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی

و رئیس نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در دوره‌های سی و سوم تا سی و پنجم



## پیشگفتار

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، یکی از بزرگ‌ترین و پربازدیدترین نمایشگاه‌های کتاب در جهان، در طی بیش از سه دهه فعالیت خود، به یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی کشور و حتی منطقه تبدیل شده است. این نمایشگاه نه تنها توانسته است در غرب آسیا به‌ویژه در میان فارسی‌زبانان جایگاهی معتبر پیدا کند، بلکه به بستری برای تبادل فرهنگی، ارتقای سطح فرهنگی جامعه و ایجاد نشاط اجتماعی بدل شده است. نمایشگاه کتاب تهران از ابتدا با هدف دسترسی به تازه‌های نشر، گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی، حمایت از صنعت نشر و ایجاد فضایی برای تعامل میان ناشران، نویسندگان و مخاطبان شکل گرفت. با گذشت زمان، این نمایشگاه نه تنها به محلی برای عرضه کتاب و محصولات فرهنگی تبدیل شد، بلکه به یک نقطه عطف در تقویم فرهنگی کشور بدل گشته است. حضور گسترده مردم، ناشران داخلی و خارجی و برنامه‌های جانبی متعدد، این نمایشگاه را به یک رویداد فرهنگی بزرگ تبدیل کرده که تأثیری فراتر از صنعت نشر بر جامعه دارد.

این نمایشگاه توانسته است با اقتضائات زمانی و نیازهای روز جامعه هماهنگ شود و حتی در شرایط بحرانی پس از دوران کرونا، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین اقدامات عمومی دولت پس از بازگشایی مدارس، نقش به‌سزایی در خروج جامعه از انزوای اجتماعی ایفا کند. نمایشگاه کتاب تهران در این دوران، نه تنها به حفظ ارتباط فرهنگی جامعه کمک کرد، بلکه به ایجاد آرامش و نشاط اجتماعی در میان مردم نیز یاری رساند. این نقش آرامش‌بخش و نشاط‌آفرین، به‌ویژه در مواجهه با چالش‌های سیاسی و اجتماعی کشور، اهمیت بیشتری پیدا کرد.



## مقدمه

### دانش، میراثی گران بهاست!

در دنیای امروز، دانش به عنوان ارزشمندترین میراثی که می‌توان به نسل‌های آینده انتقال داد، جایگاه ویژه‌ای یافته است. یک مدیر موفق، دانش و تجربیات خود را به مدیران آینده منتقل می‌کند و این میراث می‌تواند به عنوان سکویی برای تحول و بهبود مستمر به کار گرفته شود. در فرآیندهای مدیریتی و اجرای پروژه‌های مختلف، حجم زیادی از دانش ضمنی تولید می‌شود که برای انتقال مؤثر، نیازمند ثبت و مستندسازی است. میزان این دانش به عواملی همچون ابعاد و پیچیدگی پروژه بستگی دارد. در رویداد بزرگی مانند نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، حجم عظیمی از دانش ضمنی تولید می‌شود که متأسفانه اغلب به‌درستی مستندسازی و مکتوب نمی‌شود. شاید بتوان گفت بهترین میراث مدیران برگزاینده این نمایشگاه، انتقال دانش نحوه برگزاری آن است؛ میراثی که با انتقال از نسلی به نسل دیگر در مدیران، می‌تواند به بهبود مستمر این رویداد مهم فرهنگی منجر شود.

پروژه‌ای که تحت عنوان «نمایشگاه ۳۵ام در آئینه» به انجام رسید، به منظور ایجاد یک مرجع دانشی جامع از تجربیات و بازخوردهای ذی‌نفعان این رویداد بزرگ فرهنگی شکل گرفته است. هدف اصلی این پروژه، فراهم‌سازی بستری برای تحلیل و ارزیابی جامع نمایشگاه از دیدگاه‌های مختلف بود تا از این طریق، نقاط قوت و ضعف آن به‌طور دقیق شناسایی و مستندسازی شود.

این پروژه نظرسنجی گسترده، برای اولین بار به‌طور جامع از سه گروه اصلی ذی‌نفعان نمایشگاه شامل بازدیدکنندگان و خریداران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان و همچنین مجریان و برگزارکنندگان انجام شد. به کمک تیمی از پژوهشگران، داده‌های ارزشمندی از بیش از ۱۳ هزار نفر جمع‌آوری گردید که حاصل آن، پاسخ به بیش از ۲۸۰ هزار سؤال مرتبط با جنبه‌های مختلف نمایشگاه بوده است. این داده‌ها به‌طور روزانه تحلیل و نتایج آن در قالب داده‌نماهای روزانه در اختیار ستاد برگزاری قرار می‌گرفت و در نمایشگاه به نمایش درمی‌آمد که این رویکرد نوآورانه امکان اعمال بهبودهای فوری در روند برگزاری نمایشگاه را فراهم می‌آورد.



گزارش‌های نهایی این پروژه که در قالب یک مجموعه ۹ جلدی از کتابچه‌های تحلیلی تهیه شده است، میراث دانشی گران‌بهایی است که می‌تواند به‌عنوان مرجعی ارزشمند برای برگزارکنندگان دوره‌های آتی نمایشگاه مورد استفاده قرار گیرد. این مجموعه که حاصل بیش از ۴۶۰۰ نفر ساعت کار متمرکز طی چهار ماه است، با بیش از ۲۵۰۰ صفحه تحلیل و ارزیابی، راهگشای مسیر آینده خواهد بود و افقی بلندتر را برای مدیران آینده ترسیم خواهد کرد. در دنیای مدیریت و دانش، جمله معروف نیوتن که می‌گوید: «اگر توانسته‌ام دورتر را ببینم، به این دلیل است که بر شانه‌های غول‌ها ایستاده‌ام»، به خوبی اهمیت انتقال دانش و تجربیات گذشته را به نسل‌های آینده نشان می‌دهد. مدیران موفق آینده، با بهره‌گیری از این دانش انباشته، می‌توانند با دیدی بلندتر و گسترده‌تر، افق‌های دورتری را در عرصه‌های مختلف مشاهده کنند.

پروژه «نمایشگاه ۳۵ام در آینه» نیز به‌عنوان یک سکوی دانشی، میراثی ارزشمند برای مدیران آتی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران است. این مدیران، با ایستادن بر روی این سکوی مستحکم و بهره‌گیری از تحلیل‌ها و نتایج حاصل از این پروژه، قادر خواهند بود افقی بلندتر را دیده و نمایشگاه‌های دوره‌های بعدی را با نگرشی عمیق‌تر برگزار کنند و برپایه این دانش انباشته، تحولات مثبت و پایدار در روند برگزاری این رویداد بزرگ فرهنگی ایجاد کنند.



پروژه «نمایشگاه ۳۵ام در آینه» با حمایت و اعتماد بی‌دریغ مسئولان برگزاری سی و پنجمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، به ویژه جناب آقای دکتر احمدوند و جناب آقای دکتر رضوانی شکل گرفت و با همکاری تیم حرفه‌ای مجموعه دانش بنیان رسانیم با مدیریت خواهر بزرگوار سرکار خانم فاطمه سادات محمودیان به ثمر نشست که وظیفه دارم خاضعانه از آن تشکر کنم. امیدواریم که این میراث دانشی، نقشی مؤثر در ارتقای کیفیت بهبود مستمر «بهار کتاب» در دوره‌های بعدی داشته باشد.

شایسته است این مقدمه را با جملات امیرالمومنین علی<sup>(ع)</sup> خطاب به فرزندشان امام حسن<sup>(ع)</sup> به پایان بریم، آنجایی که در نامه ۳۱ در خصوص میراثی ارزشمند به ایشان فرمودند:

«پسرم! درست است که من به اندازه پیشینیان عمر نکرده‌ام، اما در کردار آن‌ها نظر افکندم و در اخبارشان اندیشیدم و در آثارشان سیر کردم تا آنجا که گویا یکی از آنان شده‌ام و با مطالعه تاریخ آنان، گویا از اول تا پایان عمرشان با آنان بوده‌ام... سپس از هر چیزی مهم و ارزشمند آن را و از هر حادثه‌ای، زیبا و شیرین آن را برای تو برگزیدم و ناشناخته‌های آنان را دور کردم، پس آن گونه که پدری مهربان نیکی‌ها را برای فرزندش می‌پسندد، من نیز بر آن شدم تو را با خوبی‌ها تربیت کنم...»

### سیاوش صلواتیان

عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما

و مجری پروژه پژوهشی «نمایشگاه ۳۵ام در آینه»



سچ و سچ کا پتہ ہے  
نہج سناں شکر کا پتہ ہے  
دل لیکر کا پتہ ہے  
بہتر ہے



معرفی پروژه



## چیستی...

### شاهد ما را نه هر چشمی چنان بیند که هست صنع را آئینه‌ای باید که بر وی زنگ نیست

(استاد سخن سعدی)

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، به‌عنوان ویرترین صنعت نشر کشور و قلب تپنده فرهنگ مکتوب، هر ساله میزبان میلیون‌ها بازدیدکننده از اقشار مختلف جامعه است. این رویداد بزرگ، علاوه بر تأثیر شگرف بر اقتصاد نشر و بازار کتاب، بستری برای گفتگوهای فرهنگی، تبادل اندیشه‌ها و تعاملات اجتماعی فراهم می‌کند. از این رو، اهمیت نمایشگاه فراتر از یک رویداد تجاری صرف بوده و ابعاد فرهنگی و اجتماعی آن بسیار قابل توجه است. با وجود اهمیت انکارناپذیر نمایشگاه، ارزیابی جامع و دقیق آن از زوایای مختلف، همواره یکی از چالش‌های اصلی برگزارکنندگان و سیاست‌گذاران بوده است.

این نمایشگاه با گرد هم آوردن طیف وسیع ذی‌نفعان، از ناشران و نویسندگان گرفته تا بازدیدکنندگان و فعالان فرهنگی، به یک عرصه پیچیده و چندلایه تبدیل می‌شود. هریک از این گروه‌ها، با توجه به نقش و جایگاه خود در نمایشگاه، انتظارات و نیازهای متفاوتی دارند. ناشران و کتاب‌فروشان به دنبال معرفی آثار خود و برقراری ارتباط با مخاطبان، نویسندگان به دنبال تعامل با خوانندگان و تبادل نظر با همکاران خود، بازدیدکنندگان در جست‌وجوی یافتن کتاب‌های مورد علاقه خود و شرکت در برنامه‌های فرهنگی و فعالان فرهنگی نیز در پی ترویج فرهنگ کتاب و کتابخوانی هستند. این تنوع ذی‌نفعان و پیچیدگی نیازها و انتظارات آن‌ها، ارزیابی جامع و دقیق نمایشگاه را به چالشی بزرگ تبدیل می‌کند.

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، به‌عنوان رویدادی چندوجهی و پیچیده، همواره مورد توجه پژوهشگران و محققان قرار داشته است. تاکنون پیمایش‌ها و مطالعات متعددی در خصوص این نمایشگاه انجام شده، اما هر یک از این پژوهش‌ها تنها به بررسی نظرات و دیدگاه‌های یکی از گروه‌های ذی‌نفعان پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال، برخی پژوهش‌ها به بررسی نظرات بازدیدکنندگان، برخی دیگر به بررسی نظرات ناشران و برخی نیز به بررسی نظرات مجریان و برگزارکنندگان پرداخته‌اند. این رویکرد تک‌بعدی، مانع از دستیابی به تصویری جامع و کامل از نمایشگاه شده است. درواقع، هر یک از این پژوهش‌ها تنها قطعه‌ای از پازل نمایشگاه را به تصویر کشیده‌اند و نتوانسته‌اند این پدیده چندبعدی را با ذی‌نفعان مختلف از تمامی زوایا ببینند.

در این راستا، کلان‌پروژه پژوهشی «نمایشگاه ۳۵ام در آئینه؛ نظرسنجی ۳۶۰ درجه از ذی‌نفعان سی‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران» با هدف پاسخگویی به این نیاز اساسی طراحی و اجرا شده است. این کلان‌پیمایش، به‌دنبال بازنمود تصویری جامع و واقع‌بینانه از نمایشگاه از نگاه گروه‌های اصلی ذی‌نفعان است. این پژوهش با جمع‌آوری و تحلیل نظرات ذی‌نفعان، به‌دنبال شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و چالش‌های نمایشگاه بود تا از این طریق چراغ راهی برای بهبود مستمر نمایشگاه و ارتقای آن به جایگاه شایسته در عرصه رویدادهای فرهنگی بین‌المللی فراهم نماید.



## چرایی...

این کلان پروژه قصد دارد همچون آینه‌ای تمام‌نما به بازنمود تصویری کامل و جامع از نمایشگاه بپردازد. تصویری که از طریق نظرسنجی از گروه‌های مختلف ذی‌نفعان حاصل شده است. **انعکاس تصویر نمایشگاه در آینه‌ای تمام‌نما**. دستاوردهایی ارزشمند و قابل توجه دارد:

۱. **انعکاس واقعیت**: همان‌گونه که آینه، تصویری صادقانه و بی‌طرفانه از واقعیت را به نمایش می‌گذارد، این پیمایش نیز با جمع‌آوری نظرات و دیدگاه‌های همه ذینفعان، تصویری جامع و بی‌واسطه از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و چالش‌های نمایشگاه را ارائه می‌دهد.
۲. **روشنایی بخشیدن**: آینه با انعکاس نور، به روشنایی فضا کمک می‌کند. این پیمایش نیز با آشکار ساختن زوایای پنهان و ناشناخته نمایشگاه، به درک بهتر و عمیق‌تر از این رویداد بزرگ فرهنگی کمک می‌کند.
۳. **بزرگ‌نمایی**: آینه می‌تواند با بزرگ‌نمایی جزئیات، به ما کمک کند تا آن‌ها را بهتر ببینیم و درک کنیم. این پیمایش نیز با تمرکز بر جزئیات و ریزه‌کاری‌های نمایشگاه، به شناسایی و تحلیل دقیق‌تر مسائل و مشکلات کمک می‌کند.

۴. ایجاد پرسپکتیو: آینه با ایجاد پرسپکتیو، به ما کمک می‌کند تا اشیاء را در جایگاه واقعی خود ببینیم. این پیمایش نیز با بررسی نمایشگاه از زوایای مختلف و دیدگاه‌های متفاوت، به ایجاد تصویری چندبعدی و واقع‌بینانه از آن کمک می‌کند.

۵. افزایش خودآگاهی: آینه به ما کمک می‌کند تا خود را بهتر بشناسیم و از نقاط قوت و ضعف خود آگاه شویم. این پیمایش نیز با جمع‌آوری نظرات و دیدگاه‌های ذی‌نفعان، به افزایش خودآگاهی برگزارکنندگان نمایشگاه و شناخت بهتر از جایگاه و عملکرد خود کمک می‌کند.

۶. اصلاح و بهبود: آینه به ما کمک می‌کند تا با دیدن مشکلات، ظاهر خود را اصلاح کنیم و بهبود بخشیم. این پیمایش نیز با ارائه بازخوردهای سازنده و پیشنهادهای کاربردی، به برگزارکنندگان نمایشگاه کمک می‌کند تا نقاط ضعف را برطرف کرده و نمایشگاه را در دوره‌های آتی بهبود بخشند.

۷. ایجاد حس تعلق: آینه با انعکاس تصویر ما، به ما احساس تعلق و هویت می‌دهد. این پیمایش نیز با مشارکت دادن ذی‌نفعان در فرآیند ارزیابی، به ایجاد حس تعلق و مشارکت در آن‌ها کمک کرده و آن‌ها را در بهبود و ارتقای نمایشگاه سهیم می‌کند.



## چگونگی...

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران که هر ساله به دو صورت حضوری و مجازی برگزار می‌شود، بازیگران و ذی‌نفعان متعددی دارد. هدف در کلان پروژه «نمایشگاه در آینه» دریافت نظرات گروه‌های مختلف ذی‌نفعان سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بود. ذی‌نفعان اصلی این نمایشگاه را می‌توان در سه گروه زیر دسته‌بندی کرد:

- بازدیدکنندگان و خریداران
- عرضه‌کنندگان و فروشندگان
- مجریان و برگزارکنندگان

برای اینکه بتوانیم یک پیمایش ۳۶۰ درجه از ذی‌نفعان اصلی نمایشگاه داشته باشیم، به سراغ گروه‌های اصلی این ذی‌نفعان رفتیم.

گروه اول شامل بازدیدکنندگان حضوری و خریداران مجازی بود. برای بازدیدکنندگان حضوری، داده‌های میدانی جمع‌آوری شد. پرسشنامه‌ای که به این منظور طراحی شده بود، طی حضور ۱۱ روزه پرسشگران در محل نمایشگاه، توسط ۲۰۰۹ نفر از بازدیدکنندگان تکمیل گردید. در بخش خریداران مجازی، پس از ارسال آخرین بسته کتاب‌ها توسط پست و دریافت آن توسط مشتری، لینک نظرسنجی از طریق سامانه پیامکی برای ایشان ارسال می‌شد. مشتریان فرم نظرسنجی را به صورت الکترونیکی تکمیل می‌کردند. در این بخش، ۹۶۵۳ پرسشنامه تکمیل شد.

در بخش عرضه و فروش، دو گروه ناشران و کتاب‌فروشان حضور داشتند. ناشران در هر دو بستر مجازی و حضوری به فروش کتاب مشغول بودند، در حالی که کتاب‌فروشان تنها در بخش مجازی حضور داشتند. به دلیل تراکم کاری این افراد در ایام نمایشگاه، پس از پایان نمایشگاه، داده‌ها از طریق تماس تلفنی جمع‌آوری شد. در گروه ناشران حضوری، نظرسنجی با نمونه ۶۹۱ نفری انجام و در گروه ناشران مجازی ۷۷۲ نفر و در گروه کتاب‌فروشان ۲۰۳ نفر پاسخگوی تماس پرسشگران بودند.



مجموعاً در پنج پیمایش صورت گرفته از ذی نفعان این دو گروه، از ۱۳۳۲۸ نفر نظرسنجی شد که خلاصه اطلاعات آن در جدول زیر قابل مشاهده است:

ردیف	جامعه آماری	حجم نمونه	نوع پرسشنامه
۱	بازدیدکنندگان نمایشگاه حضوری	۲۵۵۹	حضوری
۲	خریداران نمایشگاه مجازی	۹۶۵۳	الکترونیک
۳	ناشران بخش حضوری	۶۹۱	تلفنی
۴	ناشران بخش مجازی	۷۷۲	تلفنی
۵	کتاب فروشان بخش مجازی	۲۵۳	تلفنی
جمع		۱۳۳۲۸	

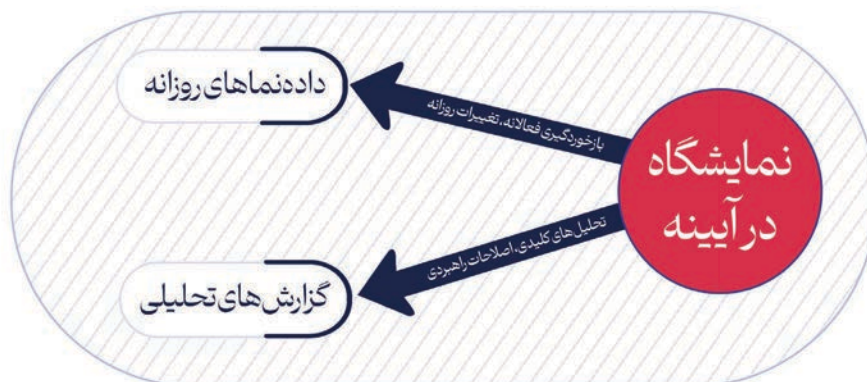
در بخش سوم ذی نفعان کلیدی، به سراغ کمیته‌های برگزاری نمایشگاه رفتیم و از آن‌ها به عنوان ارکان اصلی برگزاری نمایشگاه، نظراتشان را در خصوص نقاط قوت و ضعف برگزاری سی و پنجمین دوره نمایشگاه کتاب تهران به روش کیفی و از طریق برگزاری جلسات گروه کانونی تخصصی جویا شدیم.



مجموعه داده‌های جمع‌آوری شده، پس از پردازش و تحلیل با استفاده از روش‌های مختلف آماری برای داده‌های کمی و روش‌های تحلیل کیفی برای داده‌های کیفی، در دو قالب منتشر شدند:

قالب اول: نتایج نظرسنجی از بازدیدکنندگان حضوری به صورت روزانه منتشر می‌شد. هدف از این اقدام، نمایش تصویری آنی از وضعیت نمایشگاه از نظر مهم‌ترین گروه ذی‌نفعان و کمک به تصمیم‌گیری سریع توسط برگزارکنندگان بود.

قالب دوم: مجموعه‌ای از گزارش‌های تحلیلی نظرسنجی گروه‌های ذی‌نفعان در قالب کتابچه منتشر شد. هدف از این گزارش‌ها، فراتر رفتن از توصیف داده‌ها و ارائه تحلیل‌هایی دقیق و جامع بود.



در ادامه، ابتدا به مرور داده‌نماهای روزانه و سپس معرفی کتابچه‌های گزارش‌های تحلیلی منتشر شده خواهیم پرداخت.

## کلان پروژه‌ای در چهار ماه

سوالات  
پرسیده شده

۲۸۱۳۶  
پرسش

نمونه مورد  
مطالعه

۱۳۳۲۸  
نفر

ساعات پژوهش

بیش از ۴۶۰۰  
نفر ساعت

صفحات گزارش

بیش از ۲۵۰۰  
صفحه



سچو پتو  
نہج سنان شڪا پتو  
داليندڪا پتو  
پتو پتو

داده‌نماهای  
روزانه



## پایش روزانه داده‌ها

نتایج پیمایش‌های پیشین نمایشگاه کتاب، اغلب با فاصله زمانی حداقل یک ماه پس از اتمام نمایشگاه منتشر می‌شد. این موضوع، امکان رسیدگی و بهبود هم‌زمان با برگزاری نمایشگاه براساس نتایج پیمایش‌ها را از برگزارکنندگان سلب می‌کرد و اثربخشی این مطالعات را به شکل چشمگیری کاهش می‌داد.

به منظور رفع این آسیب، پیمایش حاضر به نحوی طراحی شد که علاوه بر اجرای نظرسنجی‌های گسترده از ذی‌نفعان مختلف، جمع‌آوری، تحلیل و انتشار داده‌ها به صورت روزانه انجام شود. یکی از تمایزهای پروژه «نمایشگاه در آئینه»، ابتکار عمل در بازخورددهی روزانه و کاهش فاصله بین نظرسنجی و تصمیم‌گیری مبتنی بر داده بود.

تصمیم‌گیری مبتنی بر داده (Data-Driven Decision Making)، فرآیند تصمیم‌گیری براساس تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌ها است. در این رویکرد، داده‌ها به‌عنوان منبع اصلی اطلاعات برای تصمیم‌گیری در نظر گرفته می‌شوند و تصمیمات براساس شواهد و حقایق اتخاذ می‌شوند. ستاد برگزاری و کمیته‌های مربوطه با رصد لحظه‌ای داده‌ها، می‌توانستند تصمیم‌های آگاهانه‌تری بگیرند و وضعیت نمایشگاه را بر اساس نظرات مخاطبان بهبود بخشند.



وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی چند روز پیش از افتتاح نمایشگاه:

**«روزانه از مراجعان نمایشگاه  
نظرسنجی کنید!»**

«نظرسنجی‌ها از مراجعان به نمایشگاه اگر روزانه صورت گیرد، مفیدتر است. این رویکرد باعث می‌شود نواقص روز اول در روز سوم نباشد و فضای پذیرش انتقاد را باز شود.»

برای پایش، جمع‌آوری، تحلیل و انتشار روزانه اطلاعات بازدیدکنندگان نمایشگاه در طول ۱۱ روز برگزاری، ابتدا زیرساخت‌ها و فرآیندهای لازم انسانی و تجهیزاتی طراحی و فراهم شد. یک گروه ۲۰ نفره از پرسش‌گران آموزش دیده با استفاده از رایانه‌های لوحی قابل حمل جمع‌آوری داده، روزانه در محل‌های مختلف نمایشگاه مستقر می‌شدند و با مراجعه به بازدیدکنندگان، پرسشنامه‌ها را تکمیل می‌کردند.

روز	تعداد نمونه روزانه
اول	۱۴۷
دوم	۱۹۲
سوم	۲۰۲
چهارم	۱۵۶
پنجم	۱۵۷
ششم	۱۶۱
هفتم	۱۹۷
هشتم	۱۸۳
نهم	۲۱۰
دهم	۲۲۱
یازدهم	۱۸۳
جمع	۲۰۰۹



داده‌ها به صورت لحظه‌ای در بانک اطلاعاتی ذخیره و هر شب پس از پایان نمایشگاه، شاخص‌های اصلی آن تحلیل می‌شدند. این شاخص‌ها شامل یک سؤال اصلی، نقاط قوت و نقاط ضعف از دیدگاه بازدیدکنندگان و درخواست‌های مردمی بود. پس از جمع‌بندی و تحلیل سریع داده‌ها، سه نقطه ضعف، سه نقطه قوت و سه درخواست پرتکرار به ستاد برگزاری نمایشگاه ارائه می‌شد. ستاد برگزاری در جلسات خود، این موارد را بررسی و سه تصمیم برای رفع مشکلات یا تقویت نقاط قوت اتخاذ می‌کرد. تیم پژوهشی نیز داده‌ها را در قالب داده‌نما طراحی می‌کرد تا قبل از آغاز به کار نمایشگاه صبح روز بعد در قالب بنرهای بزرگ چاپ و در مکان‌های مختلف نمایشگاه نصب شود. نتایج برش‌های روزانه پیمایش از بازدیدکنندگان حضوری، هرروز توسط سخنگوی نمایشگاه در اختیار خبرنگاران قرار داده شده و در رسانه‌های مختلف منتشر می‌گردید.

در ادامه، ۱۰ داده‌نمای روزانه منتشرشده به همراه داده‌نمای روز پایانی که بر اساس داده‌های فروش تهیه شده بود را مرور خواهیم کرد.





داده‌نمای  
روز اول

۷۳  
از ۱۰۰



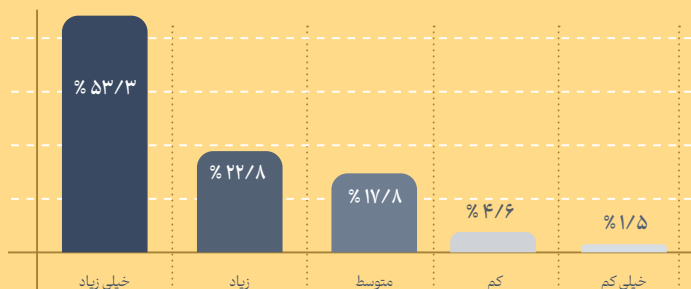
نمره مردم  
به روز اول

پرسش روز

مصلی تهران چقدر  
مکان مناسبی برای  
برگزاری نمایشگاه  
کتاب است؟

۷۵%+

از بازدیدکنندگان مصلی را خیلی زیاد و  
زیاد مکان مناسبی برای برگزاری نمایشگاه  
می دانستند.

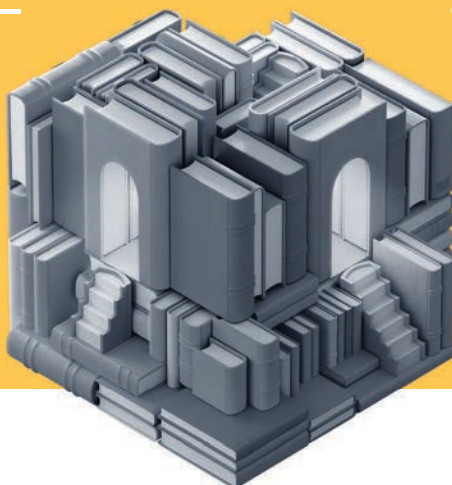


میزان رضایت بازدیدکنندگان از مکان برگزاری نمایشگاه

## اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- جایگزینی غرفه های غیرفعال
- تعبیه صندلی و مکان اضافی  
استراحت در فضاهای باز
- چاپ و توزیع گسترده نقشه  
راهنما



## سه درخواست مردمی

- فعال کردن فوری غرفه تمامی ناشران
- توزیع نقشه های راهنما در ورودی های  
نمایشگاه
- رفع نقص استندهای جست و جوی  
معیوب

## سه نقطه ضعف

- آماده نبودن و تأخیر در فعالیت برخی غرفه ها
- کم بودن صندلی ها و مکان های استراحت داخل  
سالن ها
- توزیع نامناسب و ناکافی نقشه راهنما

سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران

## سه نقطه قوت

- سرویس حمل و نقل داخلی
- تعدد ایستگاه های اطلاع رسانی و جستجوی کتاب
- تنوع ناشران و کتاب های حاضر در نمایشگاه

داده‌نمای  
روز دوم

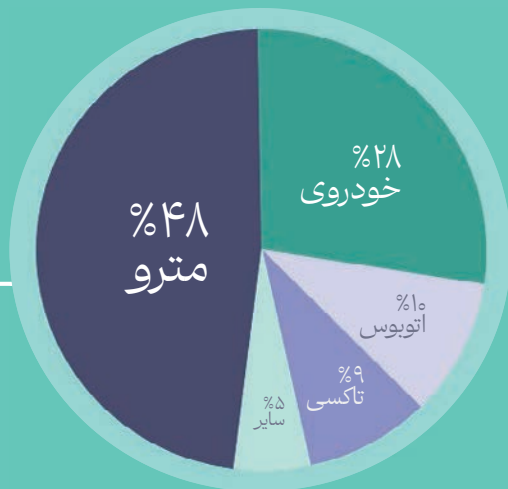
۷۲  
از ۱۰۰



نمره مردم  
به روز دوم

پرسش روز

با چه وسیله نقلیه‌ای به  
نمایشگاه آمدید؟

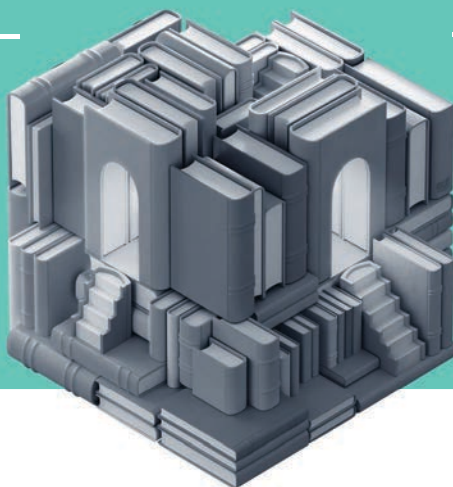


حدود  
نیمی از بازدیدکنندگان  
با مترو  
به نمایشگاه آمده‌اند.

### اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- تاکید بر تمدید ساعت کاری نمایشگاه در روزهای تعطیل
- تاکید بر اطلاع رسانی دقیق روزانه رویدادهای جانبی از بسترهای اطلاع رسانی
- تشکیل گروه بررسی و سرویس روزانه اسنندهای جستجو



### سه درخواست مردمی

- افزایش تعداد ایستگاه‌های شارژ موبایل
- نصب نوارهای رنگی راهنمایی در همه مسیرها
- تمهید فضاهایی برای تحویل امانات

### سه نقطه ضعف

- کم بودن ساعات بازدید بخصوص در روزهای تعطیل
- اطلاع رسانی ضعیف برنامه‌های جانبی
- خراب بودن برخی از اسنندهای جستجوی کتاب



### سه نقطه قوت

- تهویه مناسب و هوای خوب داخل سالن‌ها
- مکان مناسب‌تر سالن کودک و نوجوان نسبت به سال قبل
- برنامه‌های متنوع و جذاب کوشک کتاب



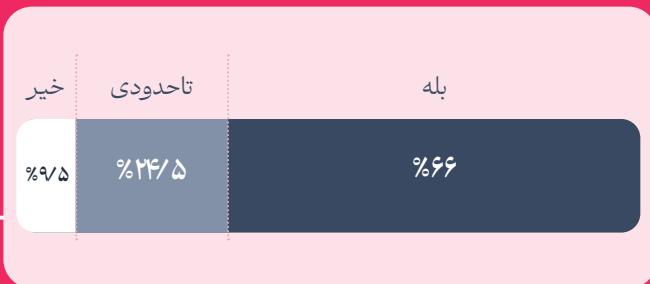
داده‌نمای  
روز سوم

۷۲  
از ۱۰۰



نمره مردم  
به روز سوم

## آیا ناشران مورد نظر شما در نمایشگاه حضور داشتند؟



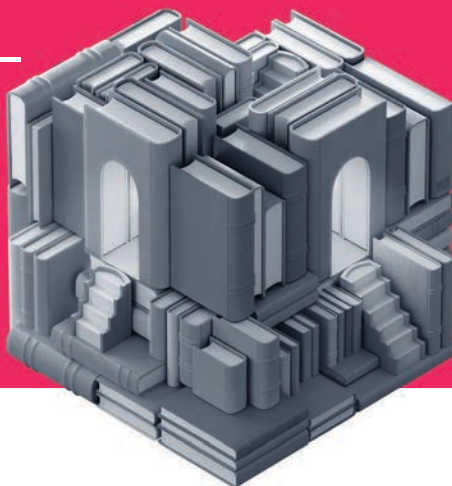
از هر ۱۰ نفر، حدود  
**۷ نفر**

تمام ناشران مدنظر خود را در  
نمایشگاه یافته‌اند.

## اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- پیگیری افزایش واحدهای فروش آب
- هماهنگی با پلیس راهور برای تخصیص بیشتر فضای پارک در خیابان‌های اطراف
- نظارت بر فعالیت واحدها و تذکر عدم ایجاد صداهای آزاردهنده



## سه درخواست مردمی

- ارسال پیامک لینک نقشه هنگام ورود به نمایشگاه
- افزایش تعداد پارکینگ‌های موتور
- احداث غرفه فروش آب داخل سالن‌ها

## سه نقطه ضعف

- در دسترس نبودن آب آشامیدنی
- مشکل پارک خودرو در روزهای تعطیل
- سروصدای زیاد داخل فضاهای نمایشگاه



## سه نقطه قوت

- وجود ایستگاه‌های شارژ موبایل
- استقرار باجه رأی‌گیری در نمایشگاه
- در اختیار گذاشتن سبدهای دستی خرید



داده‌نمای  
روز چهارم

۷۴  
از ۱۰۰



نمره مردم  
به روز چهارم



پرسش روز

دلایل بازدید شما از  
نمایشگاه کدام موارد  
است؟

## خرید کتاب

اولویت اصلی بازدید

نمایشگاه‌گردی و آشنایی با تازه‌های نشر  
با اختلاف در اولویت‌های بعدی

خرید کتاب  
%۸۵/۵

نمایشگاه‌گردی  
%۳۹/۷

آشنایی با تازه‌های نشر  
%۲۱/۸

ملاقات با پدیدآورندگان  
%۱۰/۶

اقدام در این پرسش می‌توانستند چند گزینه را انتخاب کنند؛ به همین جهت مجموع درصدها از ۱۰۰ درصد بیشتر است.

## اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- تأکید بر نظارت بیشتر مصلی بر واحدهای عرضه غذا
- نصب بنرهای راهنمای غرفه‌های حاضر در هر سالن
- برنامه‌ریزی برای تخصیص سایبان‌های بیشتر

## سه درخواست مردمی

- نظارت بر کیفیت و قیمت غذاهای عرضه شده
- نصب علائم راهنمایی غرفه‌های حاضر در هر سالن
- اختصاص تعداد سایبان‌های بیشتر در حیاط


## سه نقطه ضعف

- زیاد بودن تابلوهای تبلیغاتی برخی ناشران
- ضعف بخش بین الملل به خصوص ناشران کشورهای فارسی زبان
- تبلیغات محدود و کم در سطح شهر تهران



## سه نقطه قوت

- نظم اجرایی خوب نمایشگاه
- برگزاری نمایشگاه مجازی در کنار حضوری برای سایر شهرهای ایران
- نظافت و تمیزی شبستان اصلی



داده‌نمای  
روز پنجم

۷۲  
از ۱۰۰



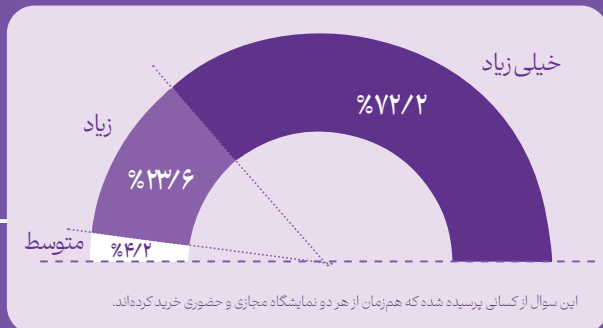
نمره مردم  
به روز پنجم

هم‌زمانی برگزاری نمایشگاه کتاب تهران به دو صورت مجازی و حضوری را چقدر مفید می‌دانید؟

حدود

سه چهارم مردم

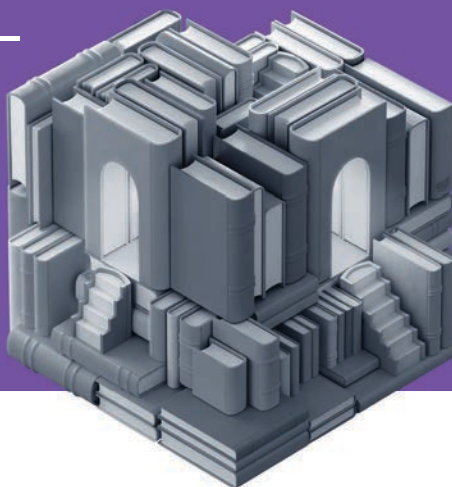
برگزاری هم‌زمان نمایشگاه مجازی و حضوری را بسیار مفید تلقی می‌کنند.



## اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- بررسی وضعیت تهویه نمازخانه‌ها
- افزایش تعداد مترجمان حاضر در سالن‌های مربوطه
- نظارت بیشتر بر نوع غذاهای عرضه شده



## سه درخواست مردمی

- معرفی و ارائه بیشتر کتاب‌های الکترونیکی و صوتی
- افزایش تعداد نمازخانه‌ها در نزدیکی سالن‌ها
- ارائه بیشتر غذاهای ایرانی به جای فست‌فود

## سه نقطه ضعف

- شلوغی سالن ناشران دانشگاهی
- نبود تهویه مناسب در نمازخانه‌ها
- کافی نبودن مترجم‌ها برای بازدیدکنندگان غیرفارسی‌زبان

نخستین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

## سه نقطه قوت

- برگزاری مراسم‌های رونمایی از کتاب
- حضور گسترده طیف‌های مختلف مردم
- برخورد محترمانه راهنماها و عوامل اجرایی



داده‌نمای

روز ششم

۷۲  
از ۱۰۰



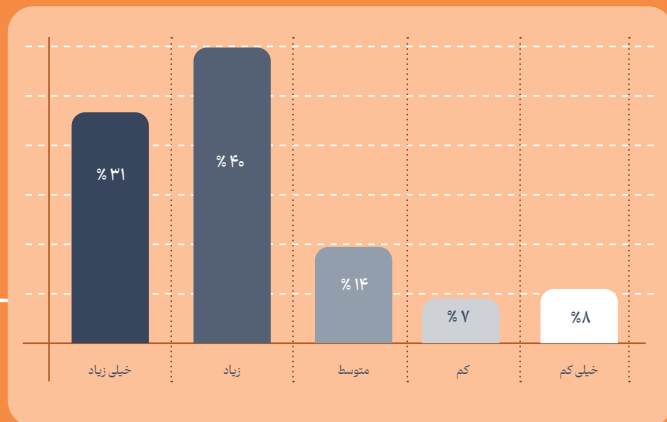
نمره مردم  
به روز ششم

پرسش روز

تنوع موضوعی کتاب‌های  
عرضه شده در نمایشگاه  
تا چه حد رضایت بخش بود؟

## تنوع رضایت بخش

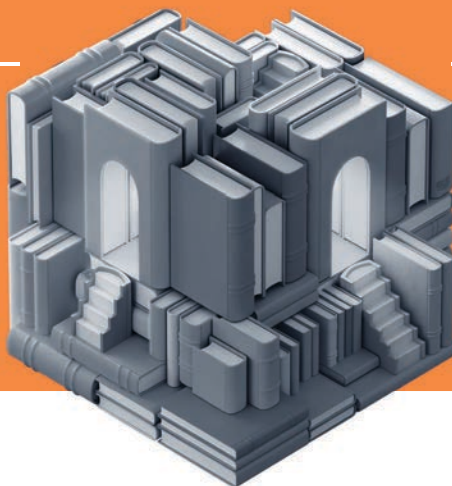
۷۱ درصد مردم، تنوع موضوعی کتاب‌های نمایشگاه  
را خیلی زیاد و زیاد دانسته بودند.



## اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- بازنگری چینش اسندهای جستجوی کتاب
- امکان سنجی استقرار ماشین‌های برقی
- بررسی به‌روز بودن اطلاعات جستجوگرهای کتاب



## سه درخواست مردمی

- افزایش پراکندگی اسندهای جستجوی کتاب
- اضافه شدن میز کتاب‌های پیشنهادی رهنبری
- در نظر گرفتن ماشین برقی برای جابجایی در حیاط

## سه نقطه ضعف

- به‌روز نبودن اسندهای جستجو برای کتاب‌های چاپ شده در نمایشگاه
- کم بودن مدت برگزاری نمایشگاه
- تنوع پایین کتاب‌های ناشرین خارجی و محدود بودن به برخی زبان‌ها

سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران

## سه نقطه قوت

- آب و هوای اردیبهشتی!
- بازتاب خوب رسانه‌ای نمایشگاه
- نظرسنجی از مردم و اعلام نتیجه روزانه آن



داده‌نمای  
روز هفتم

۷۲  
از ۱۰۰



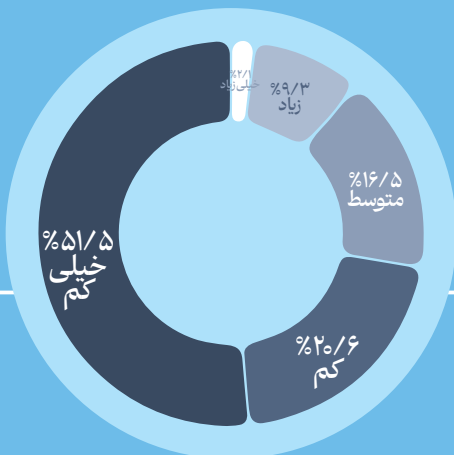
نمره مردم  
به روز هفتم

پدرش روز

قیمت کتاب‌ها را چقدر رضایت بخش می‌دانید؟

۷۲+ درصد

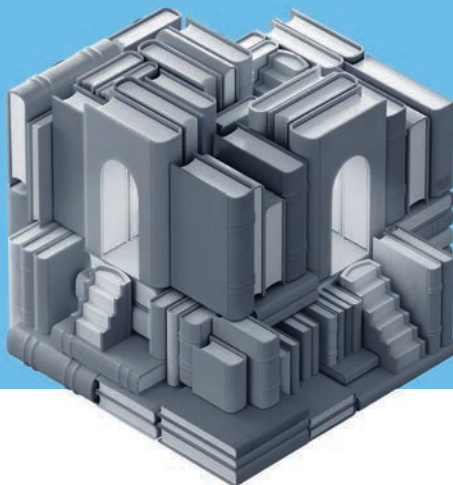
از مردم، قیمت کتاب‌های عرضه شده در نمایشگاه را خیلی کم و کم رضایت بخش می‌دانستند.



### اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- پیشنهاد کمیته ناشران داخلی به نشرها برای افزایش تخفیف‌های ارائه شده
- استقرار غرفه‌های سیار بیشتر ارائه خدمات در حیاط
- مدیریت شلوغی‌های موضعی برخی غرفه‌ها برای جلوگیری از ایجاد مشکل



### سه درخواست مردمی

- افزایش تخفیف ارائه شده توسط ناشران
- ارائه بروشور برای معرفی غرفه‌های هر سالن
- بیشتر شدن تعداد غرفه‌های ارائه خدمات رفاهی در حیاط

### سه نقطه ضعف

- محدودیت ساعات بازدید از نمایشگاه به خصوص در صبح
- قیمت بالای کتاب برخی ناشران
- شلوغی بیش از حد برخی غرفه‌ها



### سه نقطه قوت

- نصب رمزینه‌های بالای سردر هر غرفه
- سهولت دسترسی به محل نمایشگاه با مترو
- حضور غرفه‌های امانات در نزدیکی هر سالن



داده‌نمای

روز هشتم

۷۳  
از ۱۰۰



نمره مردم  
به روز هشتم







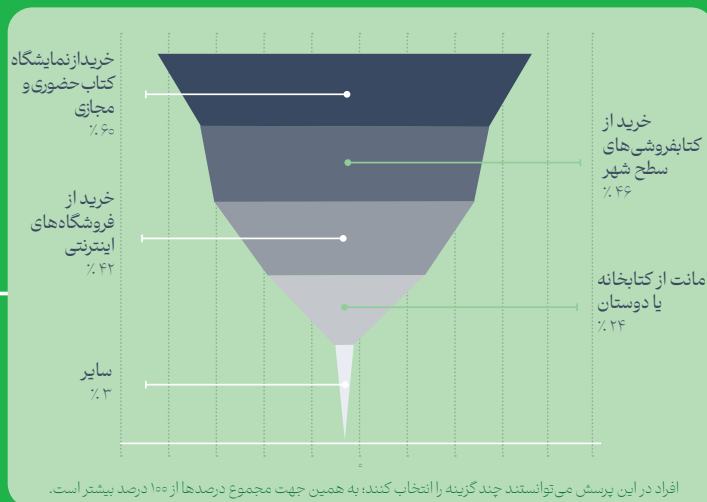
داده‌نمای  
روز نهم

۷۴  
از ۱۰۰



نمره مردم  
به روز نهم

در طول سال معمولاً کتاب‌های مورد نیازتان را از چه محلی تهیه می‌کنید؟



نمایشگاه حضوری و مجازی کتاب، محل اصلی خرید کتاب برای بازدیدکنندگان

## اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- اطلاع‌رسانی و دعوت از مردم برای استفاده از مترو در روز جمعه
- معرفی بیشتر برنامه‌های مربوط به نویسندگان ایرانی در رسانه‌های نمایشگاه
- استقرار عوامل اجرایی در محل‌های ازدحام جمعیت و مدیریت مسیرهای حرکتی بازدیدکنندگان



## سه درخواست مردمی

- دعوت از نویسندگان مطرح و ترویج کتاب‌های ایرانی
- نصب رمزینه خرید از صفحه نمایشگاه مجازی هر غرفه
- ایجاد محوطه بازی برای کودکان در حیاط

## سه نقطه ضعف

- برگزاری نمایشگاه در آخر ماه و توان اقتصادی کمتر برای خرید کتاب
- ازدحام زیاد جمعیت در سالن‌ها
- ترافیک در روزهای آخر هفته

## سه نقطه قوت

- اختصاص بن خرید کتاب به دانشجویان
- شور و هیجان و سرزندگی نمایشگاه
- برنامه‌های جالب غرفه فلسطین

سینما و نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران



داده‌نمای

روز دهم

۷۰  
از ۱۰۰



نمره مردم  
به روز دهم

پرسش روز

آیا تاریخ برگزاری نمایشگاه در اردیبهشت هر سال را مناسب می دانید؟

## آب و هوای اردیبهشتی!

رضایت از زمان برگزاری نمایشگاه

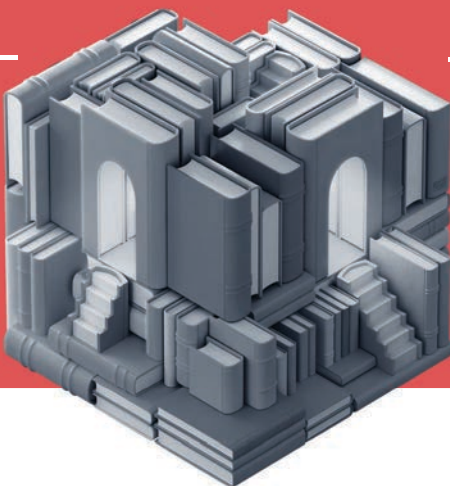


% ۷۵  
بله

### اقدامات ستاد برگزاری

برای رفع مشکلات

- طرح موضوع پوشش بهتر نمایشگاه توسط رسانه ها در نشست مطبوعاتی سخنگو
- مذاکره با اپراتورها برای بررسی مشکل آنتن دهی
- مدیریت دقیق تر سیستم حمل و نقل داخلی



### سه درخواست مردمی

- پوشش گسترده تر اتفاقات نمایشگاه در رسانه ها
- تقویت آنتن دهی موبایل
- افزایش تعداد سطل های زیاده

### سه نقطه ضعف

- اتمام موجودی برخی کتاب ها
- تهیه نامناسب شبستان
- ناکافی بودن ون های نمایشگاه در روزهای تعطیل

نخستین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

### سه نقطه قوت

- تخفیف های خوب ناشران
- جذابیت سالن کودک و نوجوان برای بچه ها
- قیمت های مناسب در بخش مجازی



گزارشی از  
داده‌های نهایی

## نسخه‌های میلیونی!

تعداد نسخه‌های  
خریداری شده،  
حدود **۳,۵ میلیون**  
نسخه تخمین زده  
می‌شود.

## جا افتادگی بخش مجازی

تعداد دقیق کتاب فروش رفته در  
بخش مجازی:

**۱,۳۶۲,۰۰۰ نسخه**

تعداد تخمینی کتاب فروش رفته در  
بخش حضوری:

**۲,۱۱۷,۰۰۰ نسخه**

(براساس میانگین قیمت نسخه‌های  
فروش رفته در بخش مجازی)



## نمره مردم به نمایشگاه

مردم با لطف بسیار به برگزاری نمایشگاه در دو بخش  
حضوری و مجازی، نمره ۷۵ از ۱۰۰ دادند.

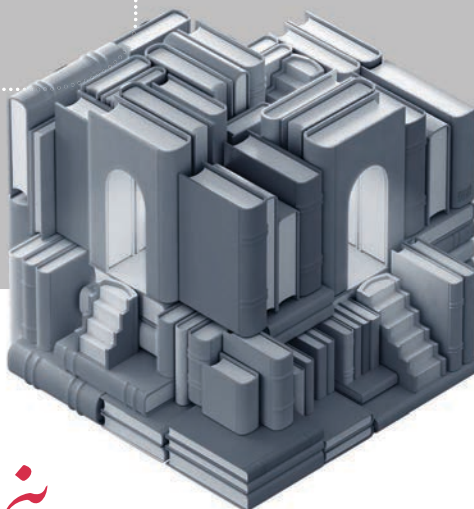
## فروش + نیم همتی!

مجموع فروش سی و پنجمین  
نمایشگاه کتاب تهران بالغ بر  
**۵۹۲ میلیارد تومان** شد.

مردم عزیز سراسر کشور در  
بخش **حضوری ۳۶۰ میلیارد**  
**تومان** و در **بخش مجازی**  
**۲۳۲ میلیارد تومان** کتاب خریدند.

## کودک و نوجوان پرمخاطب

سه ناشر پرفروش در بخش  
حضوری براساس مبلغ فروش،  
ناشران کودک و نوجوان هستند.



نخستین نمایشگاه کتاب تهران  
سه و پنجاه و دومین

## # بخوانیم - و بسازیم

خداقوت به ناشران و کتاب فروشان  
گرامی و دست‌میزاد به پستچی‌های  
عزیز که با سرعت بسته‌های کتاب را  
با مهربانی به مخاطبان می‌رسانند.

## انتشار روزانه داده‌ها

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، به‌عنوان بزرگترین رویداد فرهنگی کشور، همواره با شور و اشتیاق بی‌نظیر مردم همراه بوده است. امسال، در سی و پنجمین دوره این نمایشگاه، تلاشی بی‌سابقه برای بازتاب سنجش روزانه رضایت بازدیدکنندگان صورت گرفت. این اقدام نه تنها به‌عنوان یک نوآوری در حوزه اطلاع‌رسانی نمایشگاه، بلکه به‌عنوان یک کمپین رسانه‌ای، توانست ارتباطی پویا و دوسویه میان برگزارکنندگان و بازدیدکنندگان ایجاد کند.

در قلب این کمپین رسانه‌ای، دغدغه ما شنیدن صدای مردم و انعکاس نظرات و رضایت آن‌ها بود. بر همین اساس، نظرسنجی‌های روزانه در طول برگزاری نمایشگاه انجام و داده‌های جمع‌آوری شده با سرعت و دقت تحلیل و به داده‌نماهای قابل فهم تبدیل و نتایج هرروز در فردای آن روز منتشر می‌شدند.



این داده‌نماها به دو صورت در اختیار مردم قرار داده می‌شود. نخست، برای عموم بازدیدکنندگان در آگهی‌نماهای بزرگی در محوطه نمایشگاه نصب می‌شود تا اطلاعات به‌صورت بصری و قابل فهم در دسترس همگان قرار گیرد. دوم، در نشست‌های خبری روزانه، سخنگوی نمایشگاه به‌طور رسمی این گزارش‌ها را برای خبرنگاران و رسانه‌ها تشریح می‌کند. این اقدام، امکان پوشش خبری گسترده و اطلاع‌رسانی دقیق به جامعه رسانه‌ای و علاقه‌مندان را فراهم می‌کند.

پس از انتشار داده‌نمای هرروز، برای اطمینان از حداکثر دسترسی و تأثیرگذاری، یک کمپین رسانه‌ای جامع آغاز می‌شود. در این کمپین، گزارش‌ها از طریق کانال‌های ارتباطی و رسانه‌ای مختلفی به مخاطبان هدف عرضه می‌شود. برخی از مهم‌ترین آن‌ها به شرح موارد ذیل بودند:

- وبگاه نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران
- وبگاه خانه کتاب و ادبیات ایران
- خبرگزاری‌های و سایت‌های خبری
- شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما
- تلویزیون اینترنتی کتاب
- نشریه کتابینا (دورنامه اختصاصی نمایشگاه)
- صفحات، کانال‌ها و گروه‌های تخصصی و عمومی در شبکه‌های اجتماعی

در صفحات آتی، نمونه‌های از انتشار داده‌نماهای روزانه را در رسانه‌ها و بسترهای ارتباطی مختلف خواهیم دید.



# اعلام در نشست خبری



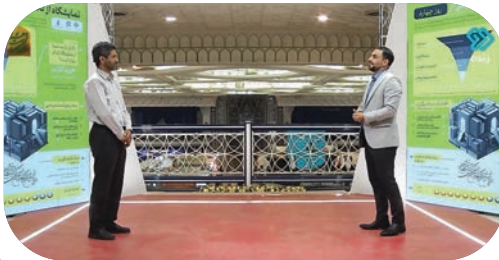


# انتشار در صداوسیما

## برنامه بیمار کتاب / شبکه خبر / روزانه



## گزارش روزانه / شبکه دو / ساعت ۱۲:۳۰



برنامه اردیبهشت کتاب / شبکه ۳ / روزانه



برنامه سلام تهران / شبکه پنج / ۲۶ اردیبهشت ساعت ۸ صبح

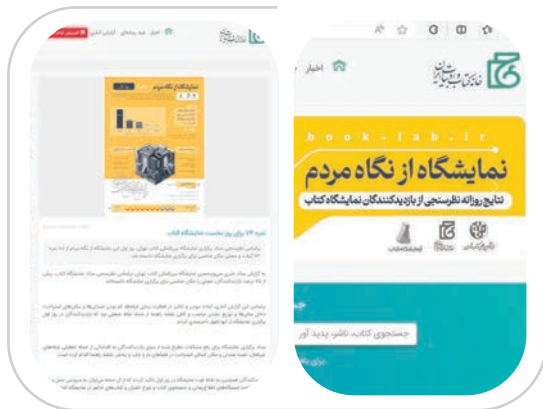


میز خبر نمایشگاه / تلویزیون اینترنتی کتاب و شبکه افق / روزانه



# انتشار در فضای مجازی

## سایت خانه کتاب و ادبیات



## صفحه اختصاصی نمایشگاه



## صفحه لندینگ نمایشگاه



## کانال های خانه کتاب و نمایشگاه



## خبرگزاری ها



## سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



# انتشار در فضای نمایشگاه

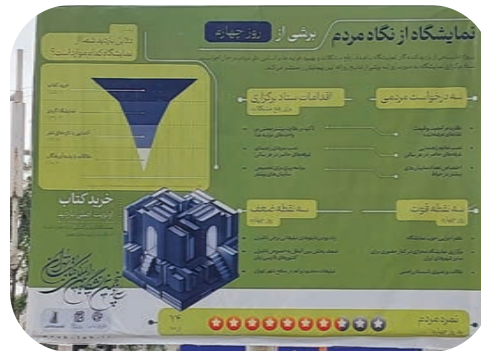
## نشریه کتابینا / هر دو روز

The image displays four panels of the 'Kتابینا' (Kتابینا) magazine layout, arranged in a 2x2 grid. Each panel features a header with the magazine's title and logo, followed by a main section titled 'نمایشگاه از نگاه مردم' (Exhibition from the people's perspective). The panels are color-coded: top-left is red, top-right is blue, bottom-left is green, and bottom-right is pink. Each panel includes a central graphic (a 3D cube or a chart) and several columns of text. The top-right panel also features a circular chart. The bottom panels include a 'خرید کتاب' (Buy books) section. The layout is clean and professional, with a focus on readability and visual appeal.





## آگهی‌نماهای محیطی / روبروی ورودی شماره ۱۴ شبستان / روزانه



سچ و سچ کا پتہ ہے  
نہج سائنس کا پتہ ہے  
دیکھو کائنات کی  
سچ و سچ کا پتہ ہے

# گزارش های تحلیلی



## معرفی و راهنما

همانطور که پیشتر اشاره شد، نتایج این پروژه جامع که به گردآوری و تحلیل نظرات ذی‌نفعان مختلف نمایشگاه می‌پرداخت، ابتدا به صورت محدود و در قالب برش‌های روزانه در طول زمان برگزاری نمایشگاه منتشر می‌گردید. پس از اتمام نمایشگاه، پردازش و فرآوری عمیق داده‌ها آغاز شد و گروه‌های تخصصی برای تحلیل داده‌های حاصل از پیمایش از ذی‌نفعان مختلف شکل گرفت و پس از حدود دو ماه فعالیت فشرده، نتایج در قالب ۱۰ جلد کتابچه گزارش تحلیلی که شامل داده‌های توصیفی، تحلیلی و تجویزی پیرامون این پیمایش‌ها بود، جمع‌بندی شد. این گزارش‌ها در مجموعه‌ای کامل با عنوان «نمایشگاه در آینه» ارائه گردیدند. ده کتابچه منتشرشده در این حوزه، دریایی از اطلاعات ارزشمند را پیش روی ما می‌گشایند. اطلاعاتی که می‌تواند چراغ راه تصمیم‌گیری‌های آگاهانه و بهبود مستمر نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران باشد.

فهرست کتابچه‌های مجموعه تحلیلی «نمایشگاه در آینه» در صفحه روبرو آمده است. برای دسترسی آسان‌تر و استفاده راحت‌تر از این کتابچه‌ها، از یک نظام رنگ‌بندی در طراحی آن‌ها بهره گرفته و با الهام از نمودار ستونی سه‌بعدی روی جلد گزارش‌ها، از چهار رنگ آبی، سبز، نارنجی و قرمز برای تمایز کتابچه‌ها استفاده شد. در ادامه، ضمن معرفی هر گزارش، راهنمای رنگ مربوطه نیز شرح داده می‌شود.

# فهرست گزارش‌ها

- معرفی پروژه نظرسنجی ۳۶۰ درجه از ذی‌نفعان نمایشگاه کتاب
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه مردم (بازدیدکنندگان حضوری)
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه مردم (خریداران مجازی)
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه ناشران (حضوری)
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه ناشران (مجازی)
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه کتاب‌فروشان (مجازی)
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه رسانه‌ها (بازنمایی)
- نمایشگاه ۱۳۵م در آئینه گزارش‌ها (کمیته‌های اجرایی)
- ادوار نمایشگاه در آئینه پیمایش‌ها (فرامطالعه)

کتابچه حاضر که اولین گزارش از این مجموعه ۹ جلدی است به معرفی پروژه نظرسنجی ۳۶۰ درجه از ذی نفعان نمایشگاه کتاب می پردازد. این گزارش به رنگ خاکستری ارائه شده است.



نتایج حاصل از پیمایش دو گروه بازدیدکنندگان حضوری و خریداران مجازی در دو کتابچه با رنگ آبی با عنوان «نمایشگاه ۳۵ام در آینه مردم» ارائه شده است.



در سه کتابچه با رنگ سبز و با نام‌های «نمایشگاه ۳۵ام در آیینہ ناشران و کتاب‌فروشان»، به سراغ عرضه‌کنندگان کتاب‌ها، یعنی ناشران حاضر در بخش حضوری و مجازی و همچنین کتابفروشان بخش مجازی رفته‌ایم تا از منظرگاه آن‌ها به نمایشگاه نگاه کنیم.



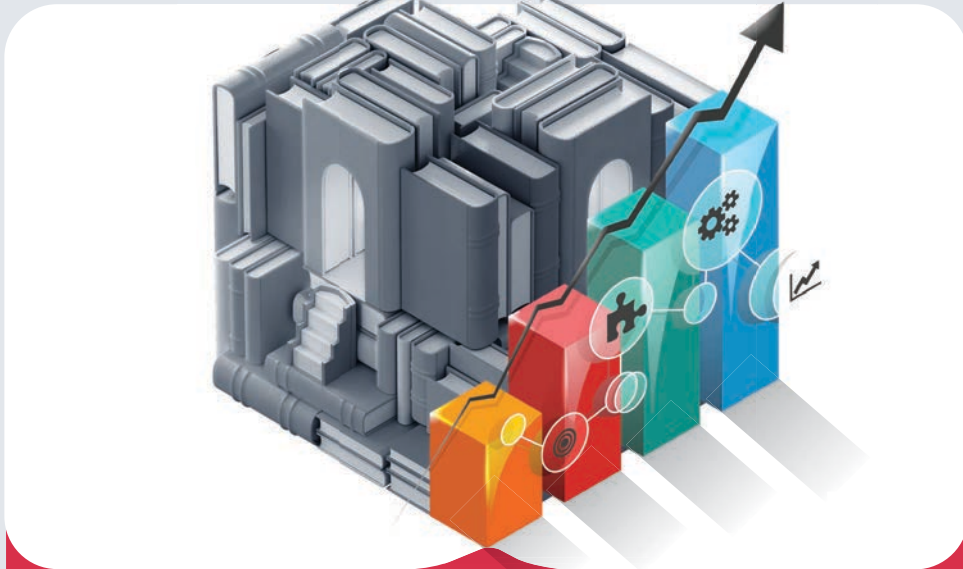


در کتابچه «نمایشگاه ۳۵ام در آینه رسانه‌ها» بازنمایی رسانه‌های مجازی به عنوان یک گروه از ذی‌نفعان کلیدی نمایشگاه را مورد واکاوی قرار گرفته است. در کتابچه «نمایشگاه ۳۵ام در آینه گزارش‌ها»، تجمیع گزارش‌های کمیته‌های اجرایی سی و پنجمین نمایشگاه ارائه شده است. این دو کتابچه با رنگ قرمز مشخص شده‌اند.



در کتابچه «ادوار نمایشگاه در آینه پیمایش‌ها» که با رنگ نازجی طراحی شده است، برای اولین بار به جمع‌آوری و مرور کلیه پیمایش‌های در دسترس در خصوص ادوار نمایشگاه به روش فرامطالعه پرداخته شده است.



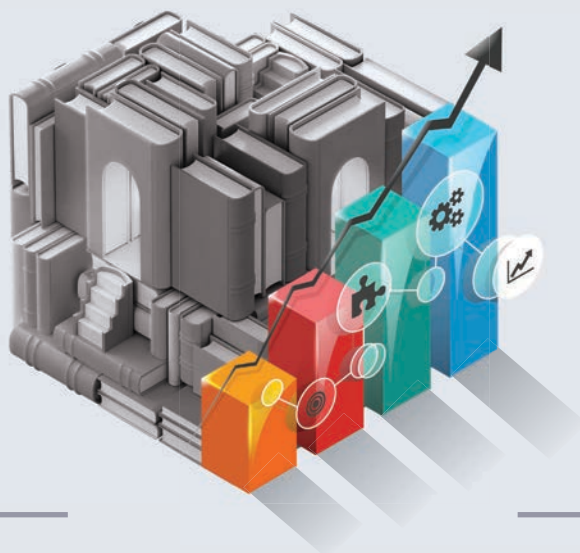


برای مشاهده و دریافت مجموعه کتابچه‌های نه‌گانه «نمایشگاه ۳۵ام در آیینه»  
رمزینه زیر را اسکن یا در نسخه الکترونیک بر روی آن کلیک کنید.









آزمایشگاه کتاب



خانه کتاب و اسناد ایران



نمایشگاه بین المللی کتاب تهران



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
معاونت امور فرهنگی

## نمایشگاه ۳۵ام در آینه

معرفی پروژه نظرسنجی ۳۶۰ درجه از ذی نفعان  
سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

طراحی و اجرا در  **کتابخانه**