

کتاب، عمر دوباره است.  
متسیکو

# گزارشی از وضعیت کتاب‌های آموزشی در نمایشگاه جهانی کتاب فرانکفورت (۶ تا ۱۰ اکتبر ۲۰۰۴)

محمد علی شامانی  
سید امیر رون

## اشاره

در دوران مدرن، به دنبال حضور و گسترش رسانه‌های الکترونیکی، بر خلاف پیش‌بینی‌ها و نیز دغدغه‌ها و نگرانی‌ها، باز هم رقباتی تازه به‌دوران رسیده نتوانستند، از شأن و منزلت کتاب در زندگی بشر بکاهند.

همه‌ساله در سراسر جهان، صدها میلیون جلد کتاب در رشته‌های گوناگون منتشر می‌شوند و بر معرفت و دانایی بشر می‌افزایند. از این میان، بیش از ۷۰ درصد کتاب‌های جهان در کشورهای توسعه‌یافته که حدود ۲۰ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، تولید و منتشر می‌شوند. در حالی که کشورهای در حال توسعه، با نزدیک به ۸۰ درصد جمعیت جهان، کم‌تر از ۳۰ درصد کتاب‌های جهان را منتشر می‌کنند.

اروپا فقط ۱۵ درصد جمعیت جهان را دارد. حال آن‌که در سال ۱۹۹۰، بیش‌تر از نصف کتاب‌های جهان را تولید کرده است. این تفاوت‌ها به اندازه‌ی کافی گویا هستند. رشد و توسعه، پدیده‌ای است همه‌جانبه. رشد علمی و فرهنگی، بدون رشد فکری و معنوی تحقق نمی‌یابد و از شاخص‌های اصلی و عمده‌ی توسعه‌ی فرهنگی، انتشار کتاب است.

در کشور ما نیز به خصوص در سال‌های اخیر، بحث کتاب آموزشی و یادگیری، از مباحث جدی حوزه‌ی آموزش و پرورش است. هر چند، امروزه موانع بسیاری بر سر راه نشر کتاب‌های آموزشی است. استاندارد و توسعه‌ی یادگیری در کشور ما وجود دارد، نگاه بر نگرانی اهل تعلیم و تربیت کشور در باره‌ی سر نوشت آینده‌ی کتاب افزوده‌اند. گزارش حاضر، به انگیزه‌ی تقویت نگاه حرفه‌ای، تخصصی و آینده‌نگرانه در تولید کتاب آموزشی، فراهم آمده است. امید داریم این گزارش، به تغییر رویکرد و طرز تلقی کنونی از کتاب آموزشی، به سمت وضعیت مناسب و مطلوب، ترغیب کند.

اسلام، موفقیت‌های فرهنگی مؤسسه‌ی دنیای عرب در پاریس، تالارهای کنفرانس برای ناشران مسلمان، نمایشگاه اختصاصی کتاب‌های مسلمانان، فرهنگ عرب در عصر دیجیتال، صنعت و هنر سنتی عرب‌ها، هنر خوشنویسی، تالار کارهای گرافیکی و عکس از میراث فرهنگی به ثبت رسیده‌ی عرب‌ها، از جمله عکس‌های زیبایی از حرمین شریفین و بیت المقدس، مسجدهای متعدد و همین‌طور تئاتر و کنسرت‌های موسیقی سنتی اسلامی، اجرای نمایش‌های سنتی و رستوران سنتی تشکیل شده بود. جهان عرب، با شعار «چشم‌اندازی به آینده» با بیش از ۱۵۰ شرکت انتشاراتی معتبر بین‌المللی که نویسندگان مشهوری را معرفی کرده است، با هدف فراهم آوردن فرصت شناساندن فرهنگ عرب به دنیا، در سالن شماره‌ی ۶ نمایشگاه استقرار پیدا کرده بود. سالن‌های دیگر نمایشگاه عبارت بودند از:

● سالن شماره‌ی صفر، مخصوص نمایش، فناوری الکترونیکی، نقش دیجیتال در آموزش و تصویرگری و پخش مصور، و فیلم‌های تلویزیونی تبلیغاتی و انتشاراتی.

## ۱. اطلاعات عمومی و شرکت کنندگان در نمایشگاه

پنجاه و ششمین نمایشگاه جهانی کتاب فرانکفورت در آلمان، از تاریخ ۱۵ تا ۱۹ مهرماه ۱۳۸۳ با شرکت بیش از ۶ هزار دست‌اندرکار صنعت نشر کتاب از صد کشور جهان، از بعدازظهر چهارشنبه (افتتاح) تا بعدازظهر یکشنبه (اختتام) و هر روز از ساعت ۹ صبح تا ۶ بعدازظهر برگزار شد.

کشور ایران با یازده غرفه، از جمله: انتشارات مدرسه‌ی برهان، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و اتحادیه‌ی تعاونی ناشران ایران، در این نمایشگاه حضور داشت. شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی معروف و زیادی در نمایشگاه مستقر بودند که مشهورترین آن‌ها «ZDF» بود.

مهمان افتخاری و ویژه‌ی نمایشگاه، با عنوان «جهان عرب»، در حیاط نمایشگاه (فرم یک)، فضایی را زیر چادرهای سفید به خود اختصاص داده بود؛ به طوری که داخل آن، از غرفه‌های متعددی با عنوان‌های: پیشرفت فناوری و دانش در



Erste Hilfe  
First Aid



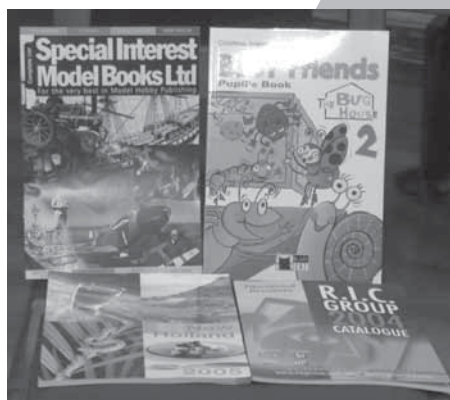
Kindergarten  
Crèche



Feuerwehr  
Fire Brigade



Polizei  
Police



بازدیدکنندگان، و مکانی بود برای تبادل نظر و تجربه و تشکیل جلساتی بین آلمانی‌ها و فروشندگان و تاجران بین‌المللی کتاب.

● سالن ۴/۱، مخصوص ارائه‌ی کتاب‌های داستانی و غیرداستانی، کتاب‌های حوزه‌ی هنر و هنرهای گرافیکی، ترسیمی و نقاشی. قسمتی از این سالن به تولیدکنندگان مطبوعات، نقاشان و تصویرگران کتاب اختصاص داشت که در مورد موضوعات هنر با یکدیگر گفت‌وگو و تبادل نظر داشتند و بخشی هم پیش‌بینی شده بود برای ارائه‌ی خدمات دستیابی سریع بازدیدکنندگان به کتاب‌های موضوع موردعلاقه‌شان و اطلاعات جامع راجع به ناشران و شرکت‌های انتشاراتی بین‌المللی کتاب و همین‌طور، ثبت نام برای حضور در نمایشگاه بعدی (۲۰۰۵).

● سالن ۴/۲، مخصوص کتاب‌های علمی و دانشگاهی، ناشران آموزشی و حرفه‌ای، کتابخانه‌های بین‌المللی (ILC) مانند کتابخانه‌ی مونیخ، و همین‌طور فضایی بود برای تشکیل جلساتی بین کتابداران بین‌المللی و آلمانی‌ها برای تبادل اطلاعات در رابطه با کتابداری، اطلاع‌رسانی، نحوه‌ی رده‌بندی و طبقه‌بندی کتاب‌ها، نحوه‌ی

● سالن شماره‌ی ۳/۰، مخصوص کتاب‌های داستانی و غیرداستانی کودکان و نوجوانان، کتاب‌های طنز، و انتشارات حوزه‌ی صنعت عکاسی و تصویرگری. قسمتی هم به کنفرانس‌ها و تشکیل جلساتی درخصوص نمایش طنز، دست‌نوشته‌ها و رقابت‌ها در هنر طنز، و گردهمایی گرافیک‌ها و تصویرگران اختصاص داشت و ناشران و نویسندگان می‌توانستند تا گرافیک‌ها و تصویرگران موضوعی مورد نیاز و علاقه‌ی خود را در آن پیدا کنند.

● سالن شماره ۳/۱، مخصوص کتاب‌های داستانی و غیرداستانی مذهبی، عرفانی و توریسم. ● سالن ۴/۰، مخصوص انجام مراحل اداری و راهبردهای انتشاراتی و خدمات خرید و فروش کتاب، خدمات توزیع و بازگانی کتاب برای

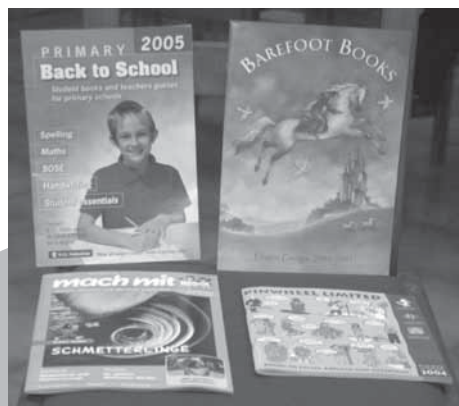
**پیش‌ترین کتاب‌های آموزشی بخش کودک و نوجوان کتاب‌های تصویری جذابی بودند که از طریق تصویرهای زیاد و متنی نسبتاً کم یا بدون متن، مفاهیم آموزشی را منتقل و یا پیام آموزشی را بازگو می‌کردند**

## ۲. مباحث و موضوع‌های اصلی کنفرانس‌ها

در جای جای سالن‌های نمایشگاه، محل‌هایی برای کنفرانس و نشست‌های هم‌اندیشی طراحی شده بود که موضوعات کلی آن‌ها از این قرار بودند: تجارت و دادوستدهای کتاب، نقش فیلم و تلویزیون، کتاب‌های کودک و نوجوان (سالن ۳/۰)، تولید کتاب‌های آموزشی (سالن ۳/۱)، کتاب‌های داستانی و قصه (سالن ۴/۱)، «کتاب‌های صوتی»<sup>۳</sup>، نوآوری و بدعت در زمینه‌ی کتابداری و اطلاع‌رسانی (سالن ۴/۲)، گفتمان‌های آزاد (سالن ۶)، و...

## ۳. بیش‌ترین نوع مؤسسه‌های انتشاراتی شرکت‌کننده در نمایشگاه

مؤسسه‌های انتشاراتی را بر اساس عامل‌های متفاوتی از جمله: الگو،



پاسخگویی به ارباب رجوع و محل‌های کتابخوانی و نوآوری‌های حوزه‌ی نشر و اطلاع‌رسانی.

● سالن‌های ۵ تا ۸ که ناشران بین‌المللی در سطح جهان، به خصوص اروپا و آمریکا، بیش‌ترین حضور را در آن‌ها داشتند. در این سالن‌ها، جای مخصوصی برای مترجمان کتاب‌های برتر سال ۲۰۰۳ پیش‌بینی شده بود، به طوری که مهمانان و بازدیدکنندگان، در این محل با هم به گفت‌وگو می‌نشستند و آثار را از نزدیک مشاهده می‌کردند. ضمناً کسانی که موضوعی پیشنهادی برای ترجمه داشتند، می‌توانستند در این محل ارائه کنند.

از دیگر قسمت‌هایی که در این محل به چشم می‌خورد، غرفه‌ای به نام «دهکده‌ی جهانی»<sup>۲</sup> بود که به گفت‌وگوهای آزاد و مشخص، و تبادل نظر، ایده و تجربه راجع به کتاب‌ها و مرزهای فرهنگی، و همچنین بحث‌های ویژه‌ای که کنجکاوی بازدیدکنندگان و مطالعه‌کنندگان را در زمینه‌ی ادبیات ناشناخته برمی‌انگیخت، اختصاص داشت.

● سالن ۶/۲، مخصوص کتاب‌های ادبی و مطبوعات و رسانه‌های خبری به طوری که برای حدود ۱۲ هزار روزنامه‌نگار خدمات اطلاع‌رسانی و پشتیبانی مهیا می‌کردند و در کنار آن، نشست‌های زنده‌ی مطبوعاتی در رابطه با کتاب‌های شرکت‌داده شده، با حضور صاحب‌نظران برگزار می‌شد.

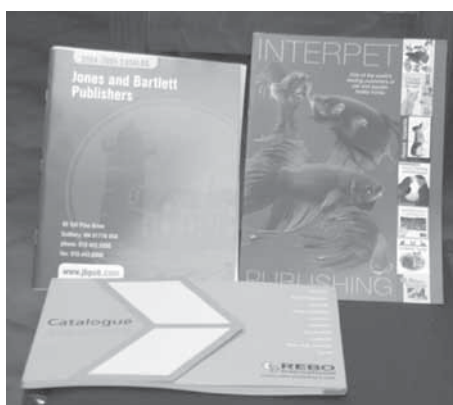
محدوده‌ی فعالیت، مقدار سرمایه، ساخت و تشکیلات، هدف و برنامه، نوع کتاب‌هایی که منتشر می‌کنند و چگونگی همکاری و مشارکت در نشر کتاب می‌توان دسته‌بندی کرد. در یک نگاه کلی، می‌توان حضور سه دسته از ناشران موفق در نمایشگاه بین‌المللی کتاب فرانکفورت را برجسته‌تر دانست که مشخصات آنان به قرار زیر است:

**۳-۱. مؤسسه‌های انتشاراتی مبتکر و تأثیرگذار:** این گروه با اندیشه، طرح و سیاست از پیش تعیین شده به سراغ پدیدآورندگان می‌روند. پیشنهادهای سرمایه‌گذاری‌های مادی و معنوی این گونه مؤسسات انتشاراتی می‌تواند رویداد فرهنگی به وجود آورد. این ناشران، اندیشه می‌دهند. سرمایه می‌گذارند، مخاطره می‌پذیرند و ممکن است در ازای کار خود، سودهای کلانی نیز ببرند و خود و دیگران را به شهرت و اعتبار برسانند. ناشران اصیل و برجسته در کشورهای پیشرفته تقریباً همگی در این

گروه جای می‌گیرند.

**۳-۲. مؤسسه‌های انتشاراتی مخاطب‌گرا:** این گروه از ناشران سعی دارند مخاطبان خود را خوب بشناسند، حفظ کنند و برشمار آن‌ها بیفزایند. تعیین مخاطب یا مخاطبان مشخص، در عین حال معین کردن ماده و موضوع کار نیز هست. برای مثال، ناشرانی که برای کودکان و نوجوانان، زنان، قشرهای خاصی از جامعه و... کتاب منتشر می‌کنند، هم مخاطبان‌شان و هم تا حدود زیادی منابعی که باید منتشر کنند، برایشان مشخص است. اگر ناشری نیاز مخاطبان خود را خوب و درست بشناسد موفق است، زیرا چنین شناختی مبنای مناسبی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مجموعه‌سازی است.

**۳-۳. مؤسسه‌های انتشاراتی تخصصی:** این گونه مؤسسات در یک یا چند حوزه‌ی به خصوص فعالیت می‌کنند. برای مثال، ناشران کتاب‌های آموزشی، علمی، فنی، پزشکی، ادبی و... ناشران تخصصی هستند. نمونه‌ی بارز این گونه ناشران را در کشورهای توسعه‌یافته که کتاب‌هایشان بازار و خریداران بسیاری دارند، می‌توان یافت. بعضی از ناشران تخصصی به حدی در حوزه‌ی فعالیت خود شهرت و اعتبار دارند که مخاطبان خاصشان با اعتماد کامل کتاب‌های تازه منتشرشده‌ی آن‌ها را می‌خرند.



#### ۴. بیشترین نوع کتاب‌های آموزشی شرکت‌کننده در نمایشگاه

بیشترین کتاب‌های آموزشی بخش کودک و نوجوان کتاب‌های تصویری جذابی بودند که از طریق تصویرهای زیاد و متنی نسبتاً کم یا بدون متن، مفاهیم آموزشی را منتقل و یا پیام آموزشی را بازگو می‌کردند. اغلب این کتاب‌ها، چنان‌با ظرافت بین متن و تصویر، تعادل به وجود آورده بودند، که هر یک بدون دیگری ناقص بود. طیف وسیعی از این گونه کتاب‌ها عرضه شده بود که ذکر برخی از مهم‌ترین آن‌ها و ویژگی‌هایشان خالی از لطف نیست.

۴-۱. کتاب‌های اسباب‌بازی: این کتاب‌ها شامل کتاب‌های مقوایی، زبانه‌ای متحرک، پارچه‌ای، پلاستیکی، عروسکی، و... کودکان را به سوی کتاب و درگیر شدن با مفاهیم آموزشی آن جلب می‌کنند و از این راه، دایره‌ی واژگانی، توانایی شمارش عددها و تشخیص رنگ‌ها در آن‌ها تقویت می‌شود. این گروه از کتاب‌ها

رشد زبانی، شناخت و رشد اجتماعی کودکان پیش‌دبستان را سرعت می‌دهند. همچنین، کودکان از کتاب تجربه و خاطره‌ی شیرینی کسب می‌کنند که سنین بالاتر و بزرگسالی در ذهنشان باقی می‌ماند. برخی از این گونه کتاب‌ها که در نمایشگاه موجود بودند، افرادی چون هلن آکسن بری<sup>۴</sup>، نانسی تافوری<sup>۵</sup>، باربرولیند گرن<sup>۶</sup>، سینتیاریلانت<sup>۷</sup> و... تدوین شده‌اند که کاتالوگ‌های آن در دفتر موجود است.

۴-۲. کتاب‌های آموزش الفبا: این الفباآموزها برای کودکان کم‌سن و سال و با هدف شناسایی اشیای آشنا، و حرف‌ها و صداها مورد استفاده قرار می‌گیرند. در الفباآموزها، از تصویر جسم‌هایی استفاده می‌شود که شناسایی آن‌ها برای کودکان کم‌سن و سال آسان است و بیش از یک اسم عام ندارد. چنین کتاب‌هایی به کودکان کمک می‌کند که مهارت‌های دیداری و گفتاری خود را تقویت کنند.

برای عنوان نمونه می‌توان به کتاب‌های آموزشی جولی کامینز<sup>۸</sup>، سلی کافاکوم<sup>۹</sup> و... اشاره کرد.

۴-۳. کتاب‌های آموزش عددها: هدف از انتشار کتاب‌های عددآموز این است که کودکان بتوانند دو چیز

می‌توان جامعه‌ی آلمان را از نظر کتاب‌خوانی، جامعه‌ای یک سومی دانست. قریب به یک سوم جمعیت، تقریباً مرتب کتاب می‌خوانند، یک سوم در ماه یک کتاب می‌خوانند و یک سوم آخر اصلاً کتاب نمی‌خوانند یا به ندرت کتاب می‌خوانند



همسان را به یکدیگر مربوط سازند و اعداد را به ترتیب از یک تا ده بشمارند. به این منظور، در عددآموزها باید عددها و اجسام مربوط به آنها قابل تشخیص باشند. این کتاب‌ها رشد زبانی کودکان را تقویت می‌کنند و آنها را در ایجاد رابطه با متن، توانا می‌سازند. به عنوان نمونه‌ی این گونه کتاب‌ها می‌توان به کتاب‌های آموزشی «بچرخ تا آن‌جا»، اثر مورديکال گراشتاین<sup>۱۰</sup> و کتاب «ده، نه، هشت»، مولی بنگ<sup>۱۱</sup> اشاره کرد.

۴-۴. کتاب‌های آموزشی مفهومی: بسیاری از کتاب‌هایی که برای رشدشناختی کودکان پیشنهاد می‌شوند کتاب‌های مفهومی هستند. این کتاب‌ها با تکیه بر تصویرهای جذاب و رنگی، فراگیران را در درک مفاهیم کمک می‌کنند؛ درک مفاهیم نسبتاً ساده‌ای همچون رنگ قرمز یا شکل دایره و مفاهیم مجردتری که درک آن‌ها برای مخاطب دشوارتر است؛ مانند حروف اضافه، متضادها و... از میان این گروه از کتاب‌ها می‌توان به اثر پت هاتچینز<sup>۱۲</sup> تحت عنوان «چه بازی بکنیم؟»، در کتاب «نگاه کن کجا می‌روی؟» اثر سالی نول<sup>۱۳</sup> اشاره کرد.

انواع دیگر کتاب‌های تصویری که می‌توان به آن‌ها اشاره کرد، کتاب‌های آسان‌خوان، کتاب‌های داستان تصویری، و کتاب‌های بدون کلام هستند که همه و همه با شمارگان بالا و طرح و فورمت جذاب و برانگیزنده‌ای به چاپ رسیده و در

معرض دید مخاطبان قرار گرفته بودند. ۴-۵. کتاب‌های جیبی<sup>۱۴</sup>: انتشار کتاب در قطع جیبی با شمارگان وسیع و قیمت ارزان سرفصل مهمی در تاریخ نشر کتاب است. کتاب‌های انگلیسی در مجموعه‌ی پنگوئن، نمونه‌ی بارزتر و چشم‌گیرتر در دنیای کتاب‌های جیبی است. استقبال از کتاب‌های جیبی سبب شده است که ناشران علاقه‌مند به نشر و ترویج فرهنگ از این نکته‌ی مثبت استفاده کنند و بسیاری از مباحث علمی، آموزشی، فلسفی و پیچیده و دشوار و کم‌خواننده را از طریق ویرایش‌های ساده‌تر و تحریرهای بهتر، در میان خوانندگان جدی‌تر و علاقه‌مندتر طرح کنند. این استفاده‌ی به‌جا تأثیرهای بسیار عمیق و گسترده‌ای بر جای گذاشته است.

## ۵. آلمان مرکز معتبر پژوهش در حوزه تولید کتاب‌های آموزشی

تجربیات باارزش آلمانی‌ها در عرصه‌ی تولید کتاب‌های آموزشی، به خصوص برای سنین کودک و نوجوان، جایگاه ویژه‌ای در سطح ملی و بین‌المللی پیدا کرده است. برپایی سالانه‌ی نمایشگاه جهانی کتاب فرانکفورت، وجود کتابخانه‌های بین‌المللی گوناگون همچون کتابخانه‌ی مونیخ و نیز وجود مراکز پژوهشی معتبر بین‌المللی چون بنیاد

روزمره‌ی نوجوانان حتی بیشتر از کودکان تحت سلطه رسانه‌های جدید قرار دارد: بیش از ۸۰ درصد نوجوانان، تلفن همراه و بیش از نیمی از آنان، رایانه دارند. یک چهارم به اینترنت دسترسی دارند و از هر ۳ نوجوان هم، یکی تلویزیون اختصاصی دارد. خواندن کتاب در ده سال گذشته در مجموع به میزان ده درصد کاهش یافته است. در زمینه‌ی محتوای کتاب‌هایی که خوانده می‌شوند نیز به طور کلی تغییر گرایش‌هایی دیده می‌شود: کتاب‌ها باید ابتدا جذاب و مهیج باشند و بعد از آن تفکر برانگیز. علاوه بر این که کتاب‌های طنز و کتاب‌هایی که به مسائل سیاسی و اجتماعی روز می‌پردازند، در مقایسه با سایر کتاب‌ها کم‌تر مورد توجه قرار می‌گیرند، می‌توان جامعه‌ی آلمان را از نظر کتاب‌خوانی، جامعه‌ای یک سومی دانست. قریب به یک سوم جمعیت، تقریباً مرتب کتاب می‌خوانند، یک سوم در ماه یک کتاب می‌خوانند و یک سوم آخر اصلاً کتاب نمی‌خوانند یا به ندرت کتاب می‌خوانند.

کتابخوانی آلمان، این کشور را به یک مرکز معتبر پژوهشی در حوزه‌ی تولید نشریات و کتاب‌های آموزشی تبدیل کرده است. برای نمونه و آشنایی بیش‌تر، در ادامه به معرفی بنیاد کتاب‌خوانی و خلاصه‌ای از یافته‌های یکی از پژوهش‌هایی که این بنیاد انجام داده است، می‌پردازیم.

این سازمان غیردولتی - غیرانتفاعی با هدف حمایت از کتابخوانی و پژوهش در مورد خواندن، در سال ۱۹۸۸ در آلمان تأسیس شد. اگرچه رئیس جمهوری آلمان ریاست افتخاری بنیاد را برعهده دارد، اما بنیاد سازمانی مستقل است که کمکی از دولت نمی‌گیرد و هر ساله ۹۰ درصد از بودجه‌ی ۴/۵ میلیون یورویی خود را از طریق شرکت‌های خصوصی تأمین می‌کند. این کار با تلفیق تعلیم و تربیت و بازاریابی از بخش خصوصی تأمین می‌شود.

خلاصه‌ای از یافته‌های پروژه‌ی مطالعاتی «رفتارها در آلمان در هزاره‌ی جدید، بنیاد کتابخوانی ۲۰۰۱» بدین قرار است: «کودکان و نوجوانان در آلمان تقریباً به اندازه‌ی والدین خود به یک رسانه‌ی جدید دسترسی دارند. بیش از نیمی از کودکان ۶ تا ۱۳ ساله در اتاق خود ضبط صوت دارند. از هر دو کودک، یکی دستگاه بازی رایانه‌ای «گیم‌بور»، از هر ۳ کودک، یکی تلویزیون اختصاصی، از هر ۷ کودک، یکی تلفن همراه، و از هر ۸ کودک، یکی رایانه در اختیار دارد. زندگی





نکته‌ی جالب دیگری در یافته‌های این پژوهش به چشم می‌خورد: «رایانه به هیچ وجه دشمن کتاب نیست، نوجوانانی که دائم از رایانه استفاده می‌کنند، همان کسانی هستند که کتاب نیز زیاد می‌خوانند. این دسته به طور منظم سه برابر بیش از کسانی از رایانه استفاده نمی‌کنند کتاب‌های موضوعی و دو برابر بیش از آنها ادبیات سرگرم‌کننده می‌خوانند. نوجوانانی که در سال بین ۱۰ تا ۲۰ کتاب می‌خوانند، به طور عمده گروه استفاده‌کنندگان از رایانه هستند.»

در قسمتی دیگر از نتایج پژوهش مزبور آمده است: «کودک همه‌ی آنچه را که با علاقه می‌آموزد، با هر دو قسمت مغز به ذهن می‌سپارد. از همین رو این آموخته‌ها عمیق‌ترند و با تأثیری بیش‌تر در سیستم عصبی ثبت می‌شوند. از این رو می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که اگر والدین و معلمان به کودکان پیام‌آموزند که کتاب‌خوانی لذت‌بخش است و اگر کودک از کتاب خواندن لذت نبرد، در نوجوانی و جوانی هم کتاب نخواهد خواند، زیرا در سنین بالاتر فقط آنچه را که لذت‌بخش باشد، مطالعه خواهد کرد.»

### ۶. ضرورت استفاده از بانک‌های اطلاعاتی حوزه‌ی کتاب و کتابداری در سطح جهان

بهره‌گیری از شبکه‌های جهانی و

در یافت اطلاعات از بانک‌های اطلاعاتی در سراسر جهان از طریق ماهواره، انتشار یافته‌های جدید بشری را سریع‌تر و سهل‌تر کرده است. امکان استفاده از اطلاعات به کمک ابزار دقیق و توانمند، ارتباط راه دور فناوری‌های رایانه‌ای و مدیریت نظام‌های اطلاع‌رسانی، تصمیم‌گیران، کارشناسان و پژوهشگران را در تهیه و تدوین برنامه‌ی مطالعاتی و چگونگی‌گزینش روش‌های دریافت اطلاعات دقیق و در نتیجه، تصمیم‌گیری صحیح یاری می‌دهد. به همین دلیل، علاقه‌مندان اکنون می‌توانند از اطلاعات بسیار ارزشمند تولید و ذخیره شده در بانک‌های اطلاعاتی تخصصی حوزه‌ی کتاب و کتابداری در سطح جهان استفاده کنند. برخی از آن‌ها از این‌ها قرارند: بانک اطلاعات انتشارات دایالوگ/ بانک اطلاعات آثار فهرست‌نویسی شده توسط کتابخانه‌ی گنگره‌ی آمریکا/ بانک اطلاعات اسناد فرانسه/ بانک اطلاعات انتشارات رسمی (دولتی) آمریکا/ بانک اطلاعات انتشارات رسمی (دولتی) انگلستان / بانک اطلاعات بررسی و نقد کتاب/ بانک اطلاعات علوم اطلاع‌رسانی / بانک اطلاعات علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی / بانک اطلاعات کتابخانه‌ها/ بانک اطلاعات کتابخانه‌ای آمریکا/ بانک اطلاعات کتاب‌شناسی ملی آلمان / بانک اطلاعات مجموعه‌ی کتابخانه‌های تخصصی مرکزی علوم و فناوری آلمان.



## ۷. منابع

علاوه بر وب سایت نمایشگاه به آدرس [www.book-fair.com](http://www.book-fair.com) در رابطه با موضوعات بیان شده در این گزارش، منابع و اطلاعات مفید و قابل توجهی برای کارشناسان و پژوهشگران در دفتر انتشارات کمک آموزشی موجود است که عبارتند از:

۷-۱. کتاب راهنمای نمایشگاه کتاب فرانکفورت<sup>۱۵</sup> در دو جلد به میزان ۱۵۰۰ صفحه به دو زبان آلمانی و انگلیسی می باشد. این کتاب حاوی اطلاعات کلی و عمومی در مورد نمایشگاه، تعداد شرکت کنندگان، محل قرارگیری سرویس ها، نحوه تفکیک غرفه ها، محل برگزاری جلسات و گردهمایی ها، ساعات شروع و خاتمه نمایشگاه، پلان کلی نمایشگاه و فهرست کل ناشران شرکت کننده به ترتیب الفبا و بر اساس کشور شرکت کننده، عنوان سالن ها و توضیح مختصر در مورد محتویات و سالن ... می باشد. آدرس وب سایت نمایشگاه به زبان آلمانی [www.buchmess.de](http://www.buchmess.de) است.

۷-۲. کاتالوگ تحت سی دی انتشارات «تی ولا»<sup>۱۶</sup> مربوط به کشور آلمان که در زمینه آموزش زبان انگلیسی و زبان های دیگر، برای کودکان ۵ تا ۱۲ سال نرم افزارهای مولتی مدیای جذاب با گرافیک خوبی ارائه کرده است ([www.Tivola.de](http://www.Tivola.de)).

۷-۳. سی دی معرفی کتاب الحرمین که

به معرفی مکان های مقدس در کشور عربستان، از جمله خانه ی خدا و مسجد حضرت رسول (ص) دست زده است.

۷-۴. شرکت جی نیونه<sup>۱۷</sup> از کشور کرواسی، روی یک صفحه کاغذگلاسه با گرافیک جذاب و در قطع حدود ۱۵۰×۱۰۰ سانتی متر، نقشه های جغرافیایی به زبان های گوناگون ارائه است؛ به طوری که می توان از آن برای آموزش همه ی سطوح آموزش استفاده کرد ([www.dinosmaps.com](http://www.dinosmaps.com)).

۷-۵. سی دی «Sample chapters»، مجموعه کاتالوگ های در دست انتشار برای سال ۲۰۰۵ و چکیده ی آن ها از انتشارات مطبوعات دانشگاهی سازمان ملل<sup>۱۸</sup> است. این سازمان از سال ۱۹۷۲ به جمع آوری تحقیقات و یافته های جدید در سراسر دنیا پرداخته و در زمینه های متفاوتی، از جمله سیاسی، محیط زیست، مشکلات زندگی مردم در جوامع، اقتصاد،

این مؤسسه نیز به موضوعات گوناگون مثل خانواده، تغذیه، زمین‌شناسی، موسیقی و زندگی‌نامه خوانندگان مربوط می‌شود. برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توان به آدرس اینترنتی [www.haynes-sutton.co.uk](http://www.haynes-sutton.co.uk) مراجعه کرد.

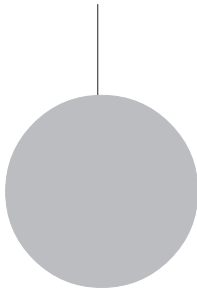
۷-۷. سی‌دی کاتالوگ «انتشارات سازمان زراعت و غذای سازمان ملل متحد»<sup>۲۰</sup> حاوی فهرست نشریات سازمان FAO است. موضوعات انتشاراتی این سازمان عبارتند از: کشت و زراعت، پرورش حیوانات، ژنتیک، توسعه و نگهداری از آب و زمین، جنگلداری، پرورش ماهی، تغذیه، معیارها و استانداردهای غذایی و خوراکی، و حفظ محیط زیست. همچنین، زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، تجارت و سرمایه‌گذاری نیز در فهرست این انتشارات دیده می‌شود. نحوه‌ی سفارش کاتالوگ‌ها و محصولات این انتشارات در سی‌دی به زبان‌های انگلیسی، اسپانیایی و فرانسوی آمده است ([www.fao.org](http://www.fao.org)).

۷-۸. مؤسسه‌های گوناگون انتشاراتی بین‌المللی، در انواع زمینه‌ها و حوزه‌های آموزشی دست به انتشار کتاب زده‌اند که بروشورها و کاتالوگ‌های آن‌ها در دفتر موجود است. ضمناً، تعدادی از مهم‌ترین آدرس‌های اینترنتی که می‌توان اطلاعات مفیدی از آن‌ها به دست آورد، از این قرارند:

بیوگرافی، طبیعت‌شناسی و عنوان‌های گوناگون دیگر، نشریه و کاتالوگ منتشر کرده است. این سی‌دی به معرفی برخی از این آثار و همچنین عنوان‌های در دست انتشار و نیز موضوعاتی که در سال ۲۰۰۵ منتشر می‌شوند، می‌پردازد. دفتر اصلی unupress در کشور ژاپن و در شهر توکیو است و در پاریس و نیویورک هم نمایندگی دارد. آدرس اعضای این سازمان از این قرار است: [www.unu.edu](http://www.unu.edu).

۷-۶. سی‌دی «انتشارات ساتن»<sup>۱۹</sup> از کشور انگلستان می‌باشد و در زمینه‌های ورزشی، کتاب‌های تاریخی، باستان‌شناسی، بیوگرافی شخصیت‌های بزرگ، تاریخچه‌ی کشفیات جهان و همچنین اطلاعات نظامی مربوط به نیروهای دریایی، هوانوردی و غیره‌ی کشورهای گوناگون و عوامل تأثیرگذار در جنگ‌های رخ داده در جهان است. شرکت ساتن انگلیسی است. بخشی از انتشارات





پنهان موجود بین عناصر متفاوت مفاهیم اساسی. چگونگی استفاده از جنبه‌های گوناگون نمایش همانند: جهت دار کردن اطلاعات و مفاهیم آموزشی، برجسته کردن رنگ‌ها (نوع، درجه روشنایی و...)؛ ابعاد و اندازه‌ها (تغییر در سایه‌ها، متناسب سازی فواصل، پرسپکتیو، تغییر بافت و عمق...)، پیکره بندی تصویرها؛ تکرار در یک فضا و... به گونه‌ای که مطابق با فرایند ادراکی انسان‌ها در انتقال و پردازش محتوا و مفاهیم آموزشی باشد باید مورد توجه همه‌ی دست اندرکاران و پدیدآورندگان کتاب‌های آموزشی قرار گیرد.

۸-۲. در مؤسسه‌های بزرگ و تخصصی نشر که انواع کتاب‌های عمومی و تخصصی تولید و آماده‌سازی می‌شود، به حجم عظیمی از اطلاعات، طرح‌ها، تصویرها، و شکل‌های و منابع نیاز هست. در این گونه مؤسسه‌ها، کتابخانه‌های تخصصی مجهز و بزرگ، مراکز اسناد، آرشیوهای فنی و هنری، بانک‌های اطلاعاتی، پایگاه‌های دسترسی به شبکه‌های اطلاع‌رسانی و مانند آن‌ها تشکیل می‌شود و از این رو، نهاد و فعالیت اطلاع‌رسانی در آن‌ها گسترده است. مجموعه‌های اطلاعاتی تخصصی برخی از ناشران بزرگ و موفق در نوع و در حوزه‌ی خود بی‌مانند یا کم‌مانند هستند. آن‌ها از این مجموعه‌ها در تولید کتاب استفاده می‌کنند. در حقیقت، این گونه ناشران به سرچشمه‌های تولید اطلاعات و به مرکز

[www.bookzone.com](http://www.bookzone.com)  
[www.dwsco.com](http://www.dwsco.com)  
[www.toledoblade.com](http://www.toledoblade.com)  
[www.worldpaper.com](http://www.worldpaper.com)  
[www.research.ibm.com](http://www.research.ibm.com)  
[www.amazon.com](http://www.amazon.com)  
[www.peanutpress.com](http://www.peanutpress.com)  
[www.peanutpress.com](http://www.peanutpress.com)  
[www.freep.com](http://www.freep.com)  
[www.openebook.org](http://www.openebook.org)  
[www.lis.uiuc.edu](http://www.lis.uiuc.edu)  
[www.egroups.com](http://www.egroups.com)

## ۸. نتایج و توصیه‌ها

۸-۱. به قول رز (۱۹۹۶)، زمانی نیاز بود که مردم خودشان را با فناوری هماهنگ کنند، ولی امروزه این قضیه برعکس شده است و زمان آن فرا رسیده که فناوری خود را با مردم هماهنگ کنند. امروزه، در طراحی و چاپ اغلب کتاب‌های آموزشی، «نمایش مفاهیم و محتوا جایگاه مهمی دارد و امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری موجود صنعت چاپ، تحول مهمی در ایجاد شرایط مطلوب یادگیری اثربخش به وجود آورده است. نمایش جذاب و گرافیکی محتوای آموزشی (متن و تصویر) عبارت است از محاسبه و انتقال علائم به شکل‌های گوناگون هندسی، به صورتی قابل درک و مشاهده برای فراگیر یک گروه سنی خاص، به منظور فهم و کشف روابط

بازآرایی اطلاعات تبدیل شده‌اند. ناشران اثرآفرین بیش از دیگران به فرایافته‌های اطلاعاتی متکی هستند. نماد اطلاع‌رسانی در نشر، اگر به گونه متناسب رشد کند، می‌تواند مسیر فعالیت‌های انتشاراتی را تغییر دهد. نماد اطلاع‌رسانی در این وضعیت، نمادی است کنشگر، نه کنش‌پذیر؛ نمادی که هدایتگر اطلاعات در حوزه‌ی نشر است. بدین ترتیب، با توجه به حجم تولیدات و نشریات دفتر انتشارات کمک‌آموزشی، وجود چنین نهادی که بتواند اطلاعات به روز سراسر جهان را به خصوص در حوزه‌ی بازار کتاب در اختیار کارشناسان و برنامه‌ریزان دفتر بگذارد بسیار ضروری است.

۸-۳. هر مؤسسه‌ی انتشاراتی باید دارای سیاست و برنامه‌ای شفاف و مدون و هم‌سو با سیاست‌های توسعه‌ی فرهنگی و تعلیم و تربیت کشورش باشد. از جمله عناصر تشکیل‌دهنده‌ی سیاست کلان نشر می‌توان به سیاست‌های کتاب‌گزینی، طراحی، قیمت‌گذاری، مجموعه‌سازی، مالی-اقتصادی، تولید فرهنگی، فنی و چاپی و سیاست همکاری و بازاریابی اشاره کرد.

۸-۴. معماری و مهندسی کتاب، به ویژه پس از پیشرفت فناوری رسانه‌های دیداری و اخیراً نیز رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی و کاربرد امکانات رایانه‌ای وارد مرحله‌ی جدیدی شده است. در بعضی آثار، نقش نویسنده دیگر اصلی‌ترین و مهم‌ترین نقش در پدید آمدن کتاب نیست. زیرا ممکن است نوشته‌ی او فقط در توضیح

چیزهایی مانند تصویر، نمودار، نقشه، طرح و مانند آن‌ها باشد و نقش ویراستار به پیراستن متن او محدود شود. در این‌گونه آثار، طراح، عکاس، نقشه‌نگار، تحلیل‌گر، محاسب مشاور و بسیاری از متخصصان دیگر هر کدام نقشی به عهده دارند که به هیچ روی از نقش نویسنده‌ی کتاب کم‌تر نیست. کسی که کار این متخصصان را در کنار هم قرار می‌دهد و از مجموع آن‌ها اثر را به وجود می‌آورد، در واقع یک پدیدآورنده‌ی موفق کتاب است. به عبارتی دیگر رعایت مؤلفه‌هایی چون محدود بودن حوزه فعالیت؛ معلوم بودن مخاطبان و نیازهای آن‌ها؛ استفاده از پدیدآورندگان سرشناس در حوزه‌ی تخصصی و موضوعی، مشارکت مشاوران متخصص، ویراستاران، هنرمندان و تولیدکنندگان با تجربه و متخصص و آگاهی از سابقه و سنت بازار فروش کتاب، از ملزومات و سیاست‌های یک ناشر موفق و متخصص است.

۸-۵. ایجاد نظام‌های نمادی شده و جدی تشویقی، ترغیبی و حمایتی از پدیدآورندگان کتاب آموزشی سبب می‌شود که آن‌ها امنیت شغلی احساس کنند، انگیزه‌های کافی و تازه بیابند، جامعه به اهمیت کار و نقش آن‌ها واقف شود و دیگران به ویژه جوانان، برای روی آوردن به پدیدآورندگان کتاب علاقه‌ای در خود حس کنند.

۸-۶. برای آموزش و تربیت متخصصان فنی، می‌باید دوره‌های آموزش



داخلی و خارجی در سطح دانشگاهی و آموزش عالی یا فنی و حرفه‌ای به اندازه‌ی کافی و با کیفیت لازم برگزار شود.

۸-۷. میزان و حجم سرمایه‌درکار نشر کتاب‌های آموزشی محدود است. در نتیجه، بانک‌ها و مؤسسات مالی باید برای سرمایه‌گذاری در امر کتاب‌آموزشی امکانات و تسهیلات متناسب عرضه کنند و سازمان‌های بیمه برای تأمین بیمه و ایجاد پشتوانه‌های اطمینان بخش در این زمینه اقدام جدی و مؤثری به عمل آورند.

۸-۸. نهادهایی مانند انجمن‌ها، باشگاه‌های کتاب و کتابفروشی‌های بزرگ که در کشورهای توسعه‌یافته نقش بسیار با اهمیتی در معرفی، ترویج و فروش کتاب‌های آموزش دارند، به صورت فعال راه‌اندازی شود.

۸-۹. برای نشر کتاب آموزشی، داشتن سیاست جامع، مدون و سنجیده ضروری است. سیاست‌های مناسب وضعیت موجود را به سوی وضعیت مطلوب هدایت می‌کنند و تلاش‌ها در محدوده‌ی این حرکت سمت و سو می‌یابند. سیاست نشر بنابر سرشتش باید با سیاست‌های دیگر، به ویژه سیاست‌های فرهنگی، علمی، ارتباطی، اطلاع‌رسانی، پژوهشی، اداره‌ی کتابخانه‌ها، آموزشی، هنری و غیره پیوند داشته باشد.

۸-۱۰. با توجه به اهمیت و گستردگی نمایشگاه فرانکفورت و حضور گسترده‌ی اهل قلم، ناشران و کتاب‌های آموزشی از

سراسر جهان، حضور کارشناسان و کتاب‌های آموزشی دفتر انتشارات کمک آموزشی در این نمایشگاه امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. حضور در نمایشگاه مزبور فرصت بسیار خوبی است تا کارشناسان و دست‌اندرکاران امر سامان‌بخشی کتاب‌های آموزشی با آخرین دستاوردهای نشر آموزش جهان آشنا شوند، به تبادل نظر با هم‌تایان خارجی خود پردازند و از نزدیک با مبادله اطلاعات، سبک‌های تألیف و ارائه‌ی محتوای آموزشی، مفاهیم علمی روز و مطرح آموزشی در دنیا، نیازهای آموزشی سایر ملل و... آشنا شوند.

بدیهی است، ایرانیان مقیم آلمان و دیگر کشورهای اروپایی، و نیز علاقه‌مندان نشر آموزشی ایران از سایر کشورها از غرفه‌های ایرانی بازدید می‌کنند. بنابراین، اطلاع‌رسانی رایانه‌ای، آشنا نمودن آن‌ها با سایت سامان کتاب و ارائه‌ی محصولات چاپی، دیدی درست در اذهان



بازدیدکنندگان ایجاد خواهد کرد؛ چرا که در گفته‌هایی که تیم اعزامی با تعدادی از آن‌ها داشت، متأسفانه آن‌ها تصور نادرست و ناآشنایی از وضعیت کتاب‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی در ایران داشتند.

۸-۱۱. بازتاب عدم عضویت ایران در نظام جهانی «حق مؤلف»<sup>۲۱</sup> در نمایشگاه کاملاً ملموس بود. در صحبت‌هایی که با تعدادی از ناشران خارجی شرکت‌کننده در نمایشگاه داشتیم متوجه شدیم، یکی از عمده‌ترین دلایل عدم همکاری و موفقیت پدیدآورندگان کتاب‌های آموزشی ایرانی در نمایشگاه‌های بین‌المللی، عدم عضویت ایران در نظام حق مؤلف است که باعث می‌شود، اکثر مذاکرات به نتیجه‌ی مطلوبی نرسند. به نظر می‌رسد برای جلوگیری از بازتاب‌های منفی آن در بلندمدت، دست‌اندرکاران امر نشر کتاب در ایران باید چاره‌ای بیندیشند.

۸-۱۲. یکی از برنامه‌های جانبی و بسیار مفید نمایشگاه، حضور نویسندگان و اهل قلم حوزه‌ی آموزشی معروف دنیا در نمایشگاه و تبادل نظر مستقیم مردم با آن‌ها بود. نمایشگاه کتاب تهران نیز جایی برای اهل نظر و نویسندگان داشت به نام سالن اهل قلم، نمایشگاه می‌تواند با تشویق نویسندگان و نیز دعوت از نویسندگان داخلی و خارجی برای حضور در بین مردم و دانش‌آموزان و پرسش و پاسخ با آن‌ها، شرایط مناسبی برای ارزیابی و نقد آثار نویسندگان فراهم آورد.

۸-۱۳. برگزاری کلاس آموزشی<sup>۲۲</sup> در غرفه‌های ناشران، به خصوص سالن نشر الکترونیک، اهمیت ویژه‌ای به نمایشگاه داده بود. این تجربه، الگوی مناسبی است برای برپایی نمایشگاه اطلاع‌رسانی و کتاب و جشنواره‌های آموزشی در ایران، و بی‌شک موجب شور و حال و نشاط فرهنگی بازدیدکنندگان، به خصوص نسل میلیونی دانش‌آموزان کشورمان خواهد شد و با استقبال آن‌ها مواجه می‌شود.

### زیرنویس

1. Visions of the future
2. Global VILLage
3. audi, o books
4. Helen oxenbura
5. Nancy tafuri
6. Barbro Lindgren
7. Cynthia Rylant
8. Julic cummins
9. Leslie Cafakum
10. Mordical Gerstein
11. Moly Bany
12. pat Hutchins
13. Sally Noll
14. paper back
15. pocket guide
16. Tivola
17. GENUINE conPANY
18. united nations university press (UNYPRESS)
19. fure organization
20. food and Agricul
21. copy right
22. work shop

