باغ کتاب تهران:

اندیشه‌های راهبردی و طرح‌های مفهومی

اردیبهشت ۹۶

باغ کتاب تهران
TEHRAN BOOK GARDEN

بسم الله الرحمن الرحيم

باغ کتاب تهران
TEHRAN BOOK GARDEN

باغ کتاب تهران؛ اندیشه‌های راهبردی و طرح‌های مفهومی

تحقیق و تدوین: موسسه هم نوای آوای رویش

با تشکر از مدارس و دانش آموزانی که ما را در این پروژه همیاری کردند.

هم‌نوا
آوای رویش، هم‌نوایی با طبیعت

فهرست

۱ مقدمه
۴ مشارکت فعال در تحقیق چشم انداز های کشور
۱۲ چشم انداز، ماموریت، ارزش
۲۲ مخاطبان باغ کتاب
۳۵ انتظارات مخاطبان باغ کتاب
۴۳ جذب طیف های مختلف مخاطبان
۴۹ ایده مرکزی باغ کتاب
۶۰ کودکان در مراکز علم
۸۰ کتاب فروشی باغ کتاب

مقدمه

باغ کتاب تهران یکی از مجموعه‌های فرهنگی اراضی عباس‌آباد با مجموع فضاهای قابل بهره‌برداری بالغ بر ۵۶۰۰۰ متر مربع است. ساختمان باغ کتاب در همجواری فرهنگستان زبان و ادب فارسی، کتابخانهٔ ملی و باغ‌موزهٔ دفاع مقدس قرار گرفته است. احداث این ساختمان در سال ۱۳۸۳ و با تعریف محل دائمی نمایشگاه کتاب تهران انجام شد. کاربری پروژه بعدها به بزرگ‌ترین کتابفروشی جهان و بعد از آن به یک مرکز تفریحی/پرورشی برای نسل آینده‌ساز کشور تغییر کرد.

سیر تغییر طرح بهره‌برداری باغ کتاب

طرح بهره‌برداری باغ کتاب تهران از آغاز پروژه در سال ۱۳۹۲ تا کنون دو بار تغییر کرده است. تعریف اولیهٔ پروژه، که طراحی معماری ساختمان نیز بر مبنای آن انجام شد، اختصاص مکانی دائمی برای نمایشگاه کتاب تهران بود که مشکلات برگزاری نمایشگاه کتاب در محل دائمی نمایشگاه‌های تهران را نداشته باشد. این طرح بعد از مدتی تغییر کرد چرا که اولاً نمایشگاه کتاب فقط ۱۰ روز در سال برگزار می‌شد و تکلیف این بنای عظیم در روزهای باقیماندهٔ سال مشخص نبود. ثانیاً اگر قرار بود نمایشگاه کتاب در کل سال برگزار شود دیگر از تعاریف رویدادهای نمایشگاهی و ویژگی‌های آن خارج می‌شد و شکل کتابفروشی پیدا می‌کرد. بنابراین طرح بهره‌برداری پروژه به ایجاد «بزرگ‌ترین کتابفروشی جهان» (به عنوان مزیت رقابتی آن) تغییر کرد. اما این طرح نیز به دلایل متعدد اجرا نشد و از سال ۴۹ طرح بهره‌برداری جدید و فعلی با عنوان مرکزی برای نسل آینده‌ساز کشور در دست اجرا قرار گرفت.

کاربری اول	کاربری دوم	کاربری سوم
۱۳۸۳-۸۵	۱۳۸۶-۸۹	۱۳۹۰-۹۳
جایگزین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران	جایگزین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران	جایگزین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران
	+	+
	نمایشگاه دائمی کتاب با سفارش در محل و دریافت در منزل	نمایشگاه دائمی کتاب با سفارش در محل و دریافت در محل
		۱۳۹۴-...
		مرکز چندمنظوره علم و سرگرمی با محوریت کتاب و دانش
		+
		بزرگترین فروشگاه کالاهای فرهنگی
		+
		محیطی هیجان انگیز و شگفت‌آور

دستاوردهای توجه به مخاطب در طرح بهره‌برداری فعلی

علت تغییر تعریف پروژهٔ باغ کتاب از بزرگ‌ترین کتابفروشی جهان به مرکزی برای نسل آینده‌ساز کشور را باید در دیدگاه‌های مدیریت جدید آن جستجو کرد. مدیر بهره برداری باغ کتاب، از زمانی که در سال ۹۴ مدیریت این پروژه را به عهده گرفت، طرح بهره‌برداری پروژه به عنوان بزرگ‌ترین کتابفروشی جهان را به چالش کشید. در آن طرح مساحتی بالغ بر ۲۰۰۰ متر مربع به کتابفروشی اختصاص داده شده بود. از نظر مدیریت جدید، اختصاص فضای اصلی به عرضهٔ کتاب در این حجم به دلایل زیر غیراقتصادی، فاقد بازده فرهنگی، مانع حضور پرشور و علاقه‌مند مردم و از نظر مدیریتی دشوار و ناممکن بود:

- روند رو به رشد تعطیلی کتابفروشی‌های متمرکز جهان
- روند رو به رشد خرید کتاب‌های الکترونیکی در جهان
- پایین‌بودن درصد کتاب‌های باکیفیت و خواندنی برای مردم نسبت به تعداد عناوین تولیدی
- تغییرات ناگزیر اقتصاد نشر
- تغییر کاربری بسیاری از فروشگاه‌های کتاب کشور به سوپرمارکت‌های فرهنگی یا مراکز عرضهٔ کتب کمک‌آموزشی و کنکور
- تجربهٔ ناموفق فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب در کشور (ترنجستان، بوستان کتاب، سوره)
- عدم‌امکان عرضهٔ بخش قابل‌توجهی از آثار خواندنی که ناشران دگراندیش منتشر می‌کنند

یکی از ویژگی‌های طرح بهره‌برداری فعلی باغ کتاب را باید توجه به مخاطبان پروژه دانست. جای چنین توجهی در طرح‌های قبلی خالی بود. توجه به مخاطبان پروژه چندین دستاورد برای آن داشته است:

احیای چشم‌انداز باغ کتاب از مکانی ایستا به فضایی پویا

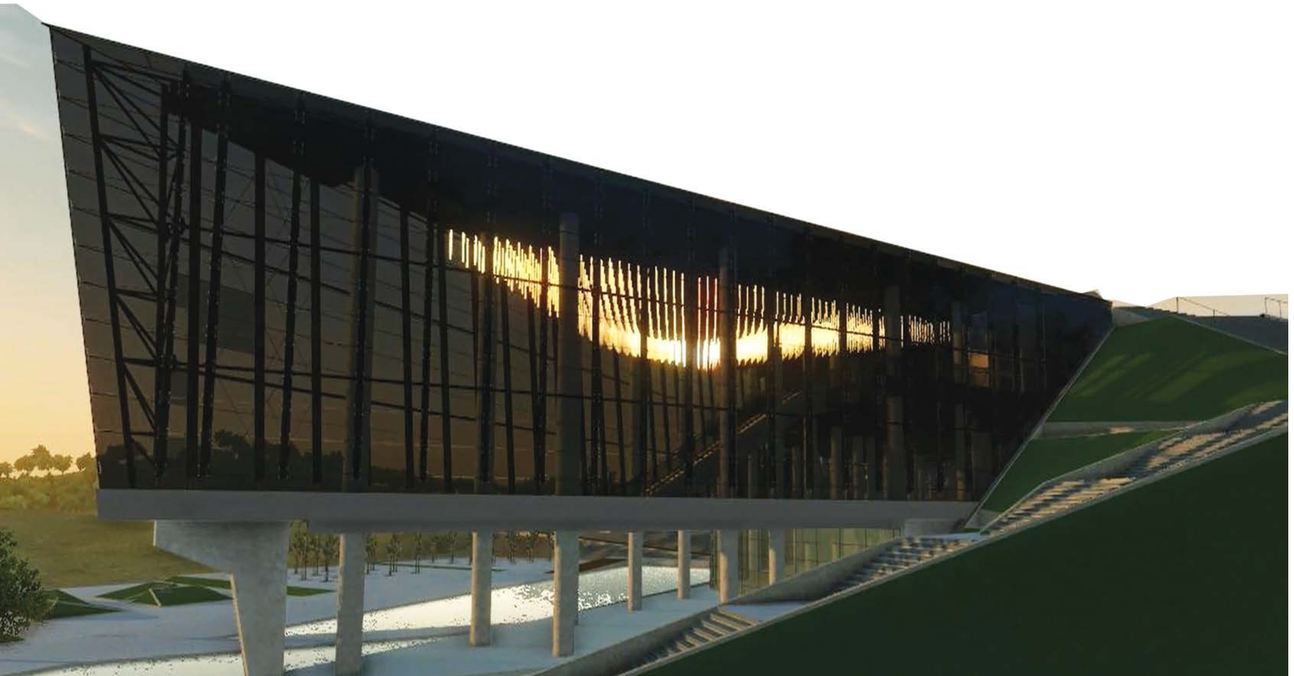
طرح بهره‌برداری به عنوان کتابفروشی با توجه به دلایل متعدد از جمله کتابخوان نبودن بخش بزرگی از مردم، نتیجه‌ای جز صرف سرمایهٔ عظیم و بازده و تأثیری ناچیز نداشت. اما وقتی مخاطبان و نیازهای آنان در سرلوحهٔ کار قرار گیرد، امکان ایده‌پردازی مداوم برای برآوردن نیازهای آنان فراهم می‌شود و این دیدگاه را می‌توان در کل مجموعه جاری کرد.

امکان تعریف کاربری‌های متنوع‌تر در مجموعه

توجه به مخاطبان به مجموعه امکان می‌دهد در راستای مأموریت خود کاربری‌ها و خدمات متنوعی را برای جذب و جلب رضایت مخاطبان فراهم کند، که از یک سو به پایداری مجموعه و از سوی دیگر به بهبود گردش اقتصادی آن کمک می‌کند.

امکان مشارکت فعال‌تر مجموعه در تحقق چشم‌اندازهای کشور

کشور برای نسل‌های آیندهٔ خود چشم‌اندازهای بلندی دارد که در اسناد راهبردی به آن اشاره شده است. باغ کتاب با طرح بهره‌برداری فعلی می‌تواند در تحقق این چشم‌اندازها نقشی ایفا کند.



باغ کتاب تهران مشارکت فعالی در تحقق چشم‌انداز های کشور خواهد داشت

مشارکت فعال در تحقق چشم‌اندازهای کشور

کشور برای نسل‌های آیندهٔ خود چشم‌اندازهای بلندی دارد که در اسناد راهبردی به آن اشاره شده است. باغ کتاب با طرح بهره‌برداری فعلی می‌تواند در تحقق این چشم‌اندازها نقشی فعال‌تر ایفا کند. در ادامه بر اساس اسناد بالادستی کشور این نقش در سه حوزهٔ هویت و فرهنگ، آموزش و علم و فناوری تبیین شده است.

باغ کتاب تهران پژوهش‌ها، مطالعات و مصاحبه‌های مفصلی نیز در زمینهٔ مخاطبان خود انجام داده است (سند ب۰۱) تا شناختی از وضعیت موجود به دست آورد. یافته‌ها در هر سه حوزه بیانگر آن است که برای رسیدن به اهداف ترسیم‌شده در سندهای کلان کشور، همچنان لازم است تدابیری اندیشیده شود و فاصله‌هایی پر شود.

مقام معظم رهبری همواره بر لزوم برنامه‌ریزی و استفاده از امکانات کشور در جهت تعلیم‌وتربیت شایستهٔ نسل جوان و آینده‌ساز تأکید داشته‌اند.

مقام معظم رهبری:

فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد. حفظ‌محوری از جمله عیوب آموزش است، بنابراین فکرمحوری در آموزش اصل قرار گیرد تا زمینهٔ شکوفایی استعدادها فراهم شود.

سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران

در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی سندی است که در سال ۱۳۸۲ توسط مقام معظم رهبری به قوای سه‌گانه ابلاغ شد و از سال ۱۳۸۴ در قالب چهار برنامهٔ توسعهٔ پنج‌ساله اجرا شده است. افق این چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ است و راهبردهایی را برای تدوین سیاست‌های افقی برای توسعهٔ ایران در زمینه‌های مختلف فرهنگی، علمی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی تعیین کرده است.

سند چشم‌انداز ایران در افق ۱۴۰۴، امور فرهنگی، علمی و فناوری

- سالم‌سازی فضای فرهنگی، رشد آگاهی‌ها و فضایل اخلاقی و اهتمام به امربه‌معروف و نهی از منکر

براساس این سند، ایران کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل.

نقشهٔ جامع علمی کشور نقشهٔ راهی است که با هدف طراحی راهبردهای مشخص برای اهداف علمی و فناوری، اقتصاد و صنعت در افق ۲۰ سالهٔ چشم‌انداز کشور با همکاری دبیرخانهٔ شورای عالی انقلاب فرهنگی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت آموزش و پرورش و مجلس شورای اسلامی تدوین شده است.

نقشهٔ جامع علمی کشور

اهداف بخشی نظام علم، فناوری و نوآوری کشور

- **تقویت قدرت تفکر و خردورزی**
- **پرورش استعدادهای شغلی**
- **حضور مسؤولانه و مؤثر در نظام اجتماعی**

مشارکت فعال‌تر مجموعه در تحقق چشم‌اندازهای کشور

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش با هدف تدوین راهکارها برای تقویت زیرساخت‌های انسانی کشور و ارتقای شایستگی سرمایهٔ انسانی آن در شورای عالی انقلاب فرهنگی و با همکاری وزارت آموزش و پرورش و شورای عالی آموزش و پرورش تدوین شده است.

سند راهبردی کشور در امـور نخـبگان

- ایجاد و گسترش پارک‌های آموزشی و تقویت و ساماندهی فرایند طراحی، تولید و توزیع وسایل بازی کودکان به منظور پرورش خلاقیت و مهارت حل‌مسأله در کودکان با تکیه بر فرهنگ اسلامی-ایرانی

سـند تـحول بنیادین آمـوزش و پرورش

- ایجاد موزه و نمایشگاه علم و فناوری به منظور فراهم‌آوردن زمینهٔ مشاهده و تجربهٔ فزون‌تر دانش‌آموزان و عینی‌کردن محتوای آموزشی کتب درسی

- سرمایه‌گذاری فرهنگی برای تقویت حس تعلق شهروندان
(گذار از شهرنشینی به شهروندی)
- حمایت از ایجاد اماکن و فضاهای فرهنگی در تهران مناسب با شأن یک جهان شهرفرهنگی
- ارتقاء جایگاه بین‌المللي دانشی و فرهنگی تهران با میزبانی جشنواره‌ها وهمایش‌های علمي و فرهنگی بین‌المللی متناسب با مزیت‌ها و هویت ایرانی واسلامی تهران

تهران: جهان‌شهری فرهنگی، دانـش‌بنیـان و مـعیار در دنیای اسلام

سند چشم انداز شهرداری تهران ۱۴۰۴

چشم‌انداز باغ کتاب تهران

ما می‌خواهیم پیشگام
توسعه تفکر و دانش
کودکان و نوجوانان و الگوی
پرورش استعداد های نسل
آینده ساز ایران باشیم

“

ماموریت باغ کتاب تهران

ما تلاش می کنیم در جهت ایجاد پل ارتباطی میان «کودک و نوجوان»، «علم و فناوری» و «فرهنگ و نوآوری» پیشرو باشیم

با توجه به این که باغ کتاب می‌خواهد در تحقق چشم‌اندازهای کشور نقشی ایفا کند، هدف خود را ایجاد فرصت‌هایی برای ارتقای نسل آینده‌ساز کشور قرار داده است.

نسل آینده‌ساز کشور نیاز به موقعیت‌ها و حمایت‌های آموزشی، پرورشی و مهارتی مختلفی دارد که بخشی از آنها با نهادهای رسمی و غیررسمی موجود اعم از مدارس، بسیج و انواع کانون‌ها، کلاس‌های فوق‌برنامه و سایر محیط‌ها فراهم شده است، اما مشاهده و مطالعهٔ وضعیت موجود نشان می‌دهد ایجاد محیط‌های مکمل به‌ویژه در زمینهٔ بُعد پرورشی نسل آینده‌ساز کشور همچنان موردنیاز است.

ارزش‌های باغ کتاب تهران

شفاف‌کردن ارزش‌های سازمان دستاوردهای زیر را برای آن دارد:

- فراهم‌کردن سمت‌سوی فعالیت‌ها نمایانگر چه ارزشی باشند یا چه ارزشی را در مخاطبان‌شان تقویت کنند.
- فراهم‌کردن معیار ارزیابی فعالیت‌ها، بخش‌ها، روش‌ها و اثربخشی آنها در ارتباط با مخاطب
- بخشیدن انسجام به تجربهٔ مخاطب (به دلیل ایجاد همسویی در بخش‌های متنوع سازمان)

ارزش‌های باغ کتاب با توجه به مأموریت آن عبارت است از:

- سرزندگی و پویایی
- مشارکت جمعی
- گفتگو و تعامل
- تحمل و مدارا
- تجربهٔ عملی
- یادگیری غیرمستقیم لذت‌بخش
- خلاقیت و تولید
- تفکر علمی
- انس با کتاب و فرهنگ
- تیزهوشی انقلابی و شیعی: تولا و تبرا

سرزندگی و پویایی

منظور از سرزندگی وجود انرژی و نشاط برای زیستن و درگیرشدن با انواع تجربه‌های زندگی است. پویایی یعنی ایستانبودن، راکدنبودن و تغییرکردن در اثر تجربه، فکر و بینش.

باغ کتاب فضایی است با کاربری‌های متنوع و مخاطبان اصلی آن خردسالان، کودکان، نوجوانان و جوانان هستند. آنها در سنین رشد و بالندگی قرار دارند و تغییر در آنها مشهود است. باغ کتاب فضایی است که همراه با مخاطبان‌اش در آن انرژی و سرزندگی برای کار و تلاش و فعالیت و انگیزه برای ایجاد تغییر به سمت بهبود جاری است. سرزندگی و پویایی را می‌توان در فضای فیزیکی باغ کتاب، کارکنان باغ کتاب، خدمات و بخش‌های باغ کتاب، و بازدیدکنندگان‌اش دید. کسی که وارد باغ کتاب می‌شود، این انرژی را حس می‌کند و در درون او نیز همین انرژی ایجاد می‌شود.

مشارکت جمعی

مشارکت جمعی به معنای نقش‌داشتن آگاهانه و عاملیت افراد در خلق یا حفظ یک محصول، اثر، محیط، ارزش، یا هدف مشترک است.

باغ کتاب جایی است برای تمرین مشارکت جمعی و مشاهدهٔ اثرات خوشایند آن برای فرد و جامعه. این مشارکت جمعی، هم در سطح مدیریت و کارکنان باغ کتاب و هم در انواع فعالیت‌ها و خدماتی که برای مخاطبان تدارک دیده شده است مشهود است؛ در خلق آثار و محصولات، در رعایت قوانین، در نظافت محیط، در ایجاد فضایی مطلوب و خوشایند برای همگان، در رویدادها و جشنواره‌ها. مشارکت جمعی یکی از ارزش‌های گمشدهٔ جامعهٔ امروز است و باغ کتاب می‌خواهد با ایجاد یک نمونهٔ عملی مروج آن باشد. در باغ کتاب، مشارکت جمعی یک خواست جمعی است زیرا قدرت آن در ارتقای کیفیت تجربهٔ افراد در کنار هم مشهود است.

گفتگو و تعامل

منظور از گفتگو و تعامل در اینجا ارتباطی گفتاری-شنیداری و خوشایند برای طرفین است که هدف‌اش کسب یا تبادل اطلاعات، تجربه (از جمله حال‌وهوا و حس)، ایده، بینش یا سایر مطالب مورد علاقه یا صرفاً لذت‌بردن از هم‌صحبتی باشد. در گفتگو و تعامل، گوش‌دادن و فهمیدن منظور طرف مقابل، احترام به او، به تعلیق درآوردن باورها و قضاوت‌ها، و عاملیت در ابراز صادقانهٔ خود نقش حیاتی دارند.

در باغ کتاب گفتگو و تعامل بی‌واسطه و رودررو در کنار انواع دیگر تعامل فراوان است. کارکنان باغ کتاب اهل تعامل و برقرارکردن ارتباط مؤثرند، و این خصوصیت آنها در کل فضا و مخاطبان نیز جاری می‌شود. در باغ کتاب فرصت‌های بسیاری وجود دارد تا بازدیدکنندگان تعامل مثبت را تجربه کنند و اثر خوشایند آن را در تجربهٔ خود و در نتایجی که به دست می‌آورند ببینند. در باغ کتاب افراد خواهند دید که گفتگو و تعامل می‌تواند یک راه‌حل مسالمت‌آمیز و خوشایند برای مسائل، سؤالات و ابهامات باشد.

تحمل و مدارا

تحمل و مدارا یعنی پذیرش تنوع انسان‌ها و تفاوت‌هایشان در زمینه‌ها و عرصه‌های مختلف. جوهرهٔ تحمل و مدارا را برخی از عناصر گفتگو تشکیل می‌دهد، مانند احترام به دیگران (از جمله به طرز بیان و نظرات‌شان)، پرهیز از شتاب در نشان‌دادن واکنش نسبت به آنچه در درجهٔ اول برایمان مطلوب نیست، جویایی (به معنای پرسیدن علت‌ها و ندانسته‌ها)، و یادگیرندگی (یعنی فضای ذهن و فکرمان را به روی روش‌ها و افکار جدید باز کنیم).

باغ کتاب جایی است برای تمرین تحمل و مدارا در یک فضای جمعی و اجتماعی. در باغ کتاب نوع تعاملات به گونه‌ای است که افراد نوعاً در سطح جامعه تجربه نمی‌کنند. انرژی اصلی تحمل و مدارا از کارکنان باغ کتاب در کل آن جاری می‌شود و هر کس وارد باغ کتاب می‌شود طعم جدیدی از یک فضای اجتماعی را می‌چشد، فضایی که در آن احترام به نظرات و انتخاب‌های افراد و نشان‌دادن سعهٔ صدر در برابر گزینه‌هایی که انتخاب اول‌مان نیست وجود دارد. باغ کتاب همچنین نسبت به طیف گستردهٔ مخاطبان‌اش آگاه است، ویژگی‌های آنها را می‌شناسد، با هر کسی با زبان خودش وارد تعامل می‌شود، برای افراد مختلف و نیازهای مختلف تدارک دیده است، و اهل حذف افراد نیست.

یادگیری غیرمستقیم لذت‌بخش

در یادگیری غیرمستقیم هدف اصلی فرد از تجربه‌ای که در آن شرکت دارد یادگیری نیست، بلکه ممکن است لذت، هیجان، کنجکاوی و غیره باشد. تجربه‌هایی که در آن یادگیری غیرمستقیم اتفاق می‌افتد فرم کلاسی یا آموزشی ندارند، بلکه محتوایی که مدنظر است در قالب آن تجربه گنجانده می‌شود تا فرد بدون آن که احساس کند قرار است به او چیزی تعلیم دهند از راه آن تجربه یادگیری نیز برایش اتفاق بیفتد.

در باغ کتاب مخاطبان بدون آن که سر کلاس یا پای سخنرانی کسی بنشینند در معرض یادگیری‌های مختلفی قرار می‌گیرند: یادگیری تعامل اجتماعی، یادگیری تحمل و مدارا، یادگیری مشارکت، یادگیری نظم و نظافت، یادگیری تفکر و استدلال، و یادگیری زندگی اجتماعی از نوعی دیگر؛ و از این یادگیری تازه احساس لذت می‌کنند. ارزش‌هایی که باغ کتاب می‌خواهد به مخاطبان و بازدیدکنندگان‌اش منتقل کند در فضای فیزیکی، نوع تعاملات، و خدمات و بخش‌های آن جاری است و لمس می‌شود. کیفیت لذت‌بخش است، و آموختنی است. مخاطبان با لمس این کیفیت در باغ کتاب ارزشی را که در پسِ آن است می‌آموزند.

تجربهٔ عملی

تجربهٔ عملی یعنی دست به کار شدن و امتحان کردن، نه صرفاً مشاهده‌کردن و پردازش ذهنی آنچه مشاهده می‌کنیم.

در باغ کتاب مخاطبان می‌توانند تجربه‌های متنوعی را به صورت عملی بیازمایند.

تأکید باغ کتاب در انواع خدمات و تجربه‌هایی که برای مخاطبان‌اش تدارک می‌بیند این است که «دست به کار شو! خودت امتحان کن!» این ترغیب به تجربهٔ عملی را در فضاهای مختلف کارکردی باغ کتاب، از فضاهای کتاب تا مراکز علم می‌توان دید.

تفکر علمی

تفکر علمی مکانیسمی از علمکرد فکر است که طی آن فرد یاد می‌گیرد چگونه میان احساسات، قضاوت‌ها و خوشایند و ناخوشایندهایش و میان آنچه واقعاً وجود دارد تفکیک ایجاد کند تا قدرت او در مواجهه با پدیده‌های مختلف افزایش یابد. تفکر علمی توانایی استدلال و یافتن دلیل و برهان ایجاد می‌کند. بنابراین تفکر علمی با این که در علوم پایه از زمینه‌های دیگر مشهودتر است، اما می‌توان آن را آموخت و در هر زمینه‌ای از زندگی به کار برد.

مخاطبان کلیدی باغ کتاب تفکر علمی و روابط علی و معلولی، استدلال، استنتاج و سایر روش‌های علمی را در محیط‌های مختلفی می‌آموزند. مخاطبان مراحل تفکر علمی را در باغ کتاب تجربه می‌کنند: مشاهدهٔ دقیق و بدون قضاوت، فرضیه‌سازی، آزمایش، و نتیجه‌گیری.

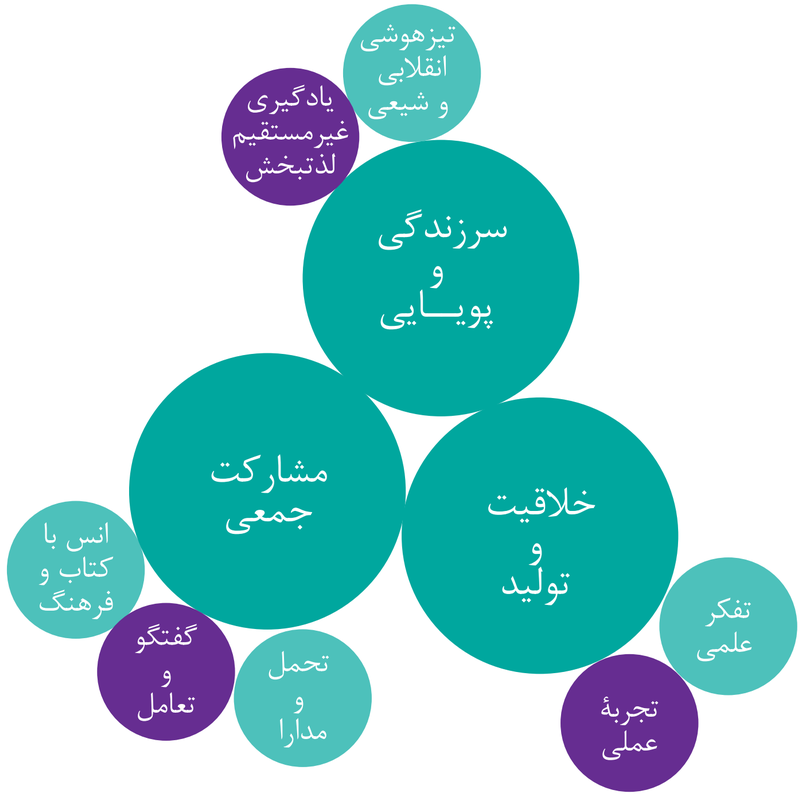
انس با کتاب و فرهنگ

منظور از انس با کتاب و فرهنگ دقیقاً متضاد بیگانگی و قهر با کتاب، مطالعه و استفاده از محصولات فرهنگی و ادبی فاخر است. انس با هر چیزی نمایانگر نوعی ذائقه است که در فرایندی پیچیده در بلندمدت شکل می‌گیرد.

باغ کتاب ویژگی‌های مخاطبان‌اش را می‌شناسد و از راه تدارک تجربه‌های نو، مناسب و کارشناسی‌شده برای مخاطبان کلیدی‌اش، مواجههٔ آنها با کتاب و فراورده‌های فرهنگی را متفاوت و لذت‌بخش می‌کند. باغ کتاب همچنین طیف وسیعی از محصولات فاخر فرهنگی را به شکل‌های گوناگون عرضه می‌کند تا مخاطبان و بازدیدکنندگان را در معرض انتخاب‌های باکیفیت متعددی قرار دهد.

تیزهوشی انقلابی و شیعی: تولا و تبرا

تیزهوشی انقلابی و شیعی تفسیری است از حدیثی که می‌فرماید المؤمنُ کَیِّس: مؤمن تیزهوش است. یکی از جلوه‌های تیزهوشی را می‌توان در اصل تولا و تبرا دید که در معارف اهل‌بیت به عنوان ابزاری برای سنجش عملکرد و انتخاب‌هایمان به ما داده شده است. همهٔ ارزش‌های باغ کتاب در بستر تیزهوشی انقلابی و شیعی متجلی می‌شوند، نوعی تیزهوشی که از مفهوم تولا و تبرا سرچشمه گرفته است. تولا و تبرا، که به ما یاد می‌دهد با دوستان اهل‌بیت دوست و با دشمنان‌شان دشمن باشیم، در واقع معیار و محکی است که با آن اعمال و انتخاب‌هایمان را در لحظه‌های مختلف زندگی‌مان بسنجیم. کسی که معیار و محک کارامد و قدرتمندی در اختیار داشته باشد و آن را به کار گیرد، به فردی تیزهوش در عرصه‌های مختلف تبدیل می‌شود چرا که قدرت تشخیص و در پی آن قدرت انتخاب پیدا می‌کند. باغ کتاب از مفاهیم محک، تشخیص، و قدرت انتخاب صحیح در موقعیت‌های مختلف برای مخاطبان‌اش استفاده می‌کند تا آنها آهسته‌آهسته مکانیسم تولا و تبرا را در درون‌شان جذب کنند. وجود این مکانیسم در درون افراد کمک می‌کند در کنار سایر ارزش‌ها از جمله تحمل و مدارا، گفتگو و تعامل، و تفکر علمی، آنها مسیر درست هدایت را بیابند.



مخاطب اصلی برند «باغ کتاب تهران» کودکان و نوجوانان هستند

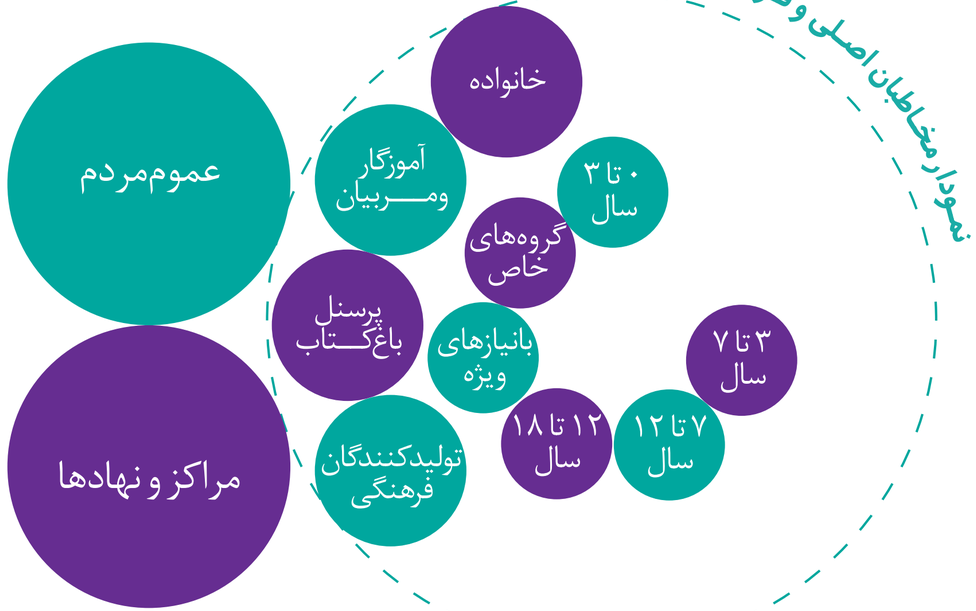
شناخت مخاطبان باغ کتاب

نتایج بررسی تحقیقات و مرور مطالعات مرتبط

بخشی از شناخت مخاطبان باغ کتاب از طریق مراجعه به منابع و کتبی که گروه‌ها و جوامع را از منظرهای گوناگون مطالعه کرده‌اند انجام شد. این بررسی در پی پاسخ‌دادن به پرسش‌های زیر بود:

- ویژگی‌های نسل آینده‌ساز کشور که مخاطبان کلیدی باغ کتاب محسوب می‌شوند از لحاظ شخصیتی چیست؟
- ویژگی‌های مخاطبان کلیدی باغ کتاب از لحاظ مهارت‌های خواندن و علوم چیست؟
- وضعیت موجود کتاب و کتابخوانی در میان مخاطبان بالقوهٔ باغ کتاب و عوامل مؤثر بر آن چیست؟
- وضعیت مخاطبان بالقوهٔ باغ کتاب از نظر برخورداری از سرمایه‌های مختلف که بر رفتارها و عادت‌هایشان اثر بگذارد چیست؟
- مخاطبان بالقوهٔ باغ کتاب اوقات فراغت خود را چگونه می‌گذرانند و چه عواملی در آن دخیل است؟
- آیا می‌توان در عادات و وضعیت موجود تغییر آگاهانه‌ای ایجاد کرد؟ اگر بله، چگونه؟

نمودار مخاطبان اصلی و فرعی باغ کتاب



ویژگی‌های نسل

شناخت ویژگی‌های غالب نسل و خلق‌وخو و عادت‌های آن از دو جهت راهگشاست:

۱. آگاهی از ضعف‌هایی که باید برایشان چاره‌اندیشی کرد

۲. آگاهی از نقاط قوتی که می‌توان با تکیه بر آنها برنامه‌ریزی‌ها را انجام داد

نسلی که در اواخر دههٔ هفتاد، دههٔ هشتاد و دههٔ نود به دنیا آمده است، با نسل پدران و مادران‌اش که دوران انقلاب یا دوران جنگ را تجربه کرده است جهان‌بینی و خصوصیات بسیار متفاوتی دارد. در زمینهٔ ویژگی نسل‌های مختلف کشور مطالعهٔ منسجمی انجام نشده است، اما برخی پژوهش‌ها کوشیده‌اند ویژگی‌های نسل دو دههٔ اخیر ایران را با نسل Y و نسل Z در آمریکا تطبیق دهند. علت معقول‌بودن چنین تطبیقی این است که این تقسیم‌بندیِ نسلی بر اساس شرایطی قابل‌قیاس با دوره‌های تاریخی اخیر ایران انجام گرفته است، یعنی دوران جنگ و رکود پس از آن، دوران شکوفایی اقتصادی و آموزشی، و دوران انفجار فناوری‌های ارتباطی و اینترنت. به علاوه، به گفتهٔ کارشناسان، امروزه به دلیل گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و کم‌اثرشدن مرزهای منطقه‌ای و جغرافیایی در دسترسی به اطلاعات و ایده‌ها، نوعی یکدستی و همگنی در خرده‌فرهنگ جوانان و نوجوانان سراسر جهان در حال شکل‌گیری است. این نکته تعمیم پژوهش‌ها را تا حدی توجیه‌پذیر می‌سازد.

مهم ترین ویژگی های مخاطبان اصلی باغ کتاب

مخاطبان کلیدی باغ کتاب را می‌توان آخرین متولدان نسل وای (اوایل دههٔ هشتاد) و متولدان نسل زِد (دههٔ هشتاد و نود) دانست.
این نسل‌ها در دنیایی متولد شده‌اند که یکسره و با سرعت بسیار زیادی در حال تغییر است.
مهم‌ترین ویژگی‌های آنها عبارت است از:

- بومی دنیای دیجیتال هستند: به انواع تکنولوژی‌های ارتباطی مسلط‌اند، شبکهٔ ارتباطی بسیار گسترده‌ای دارند، از پاتوق‌های گپ و گفت و معاشرت‌های گذرا خوش‌شان می‌آید.
- نسبت به نسل‌های قبل دربارهٔ نقش زن و مرد دیدگاهی متفاوت و برابرنگرتر دارند. بسیاری از باید و نبایدهای سنت در این زمینه برایشان بی‌معناست.
- در خانواده‌هایی کم‌جمعیت به دنیا آمده و بزرگ شده‌اند. حتی تعداد اقوام و خویشان‌شان نیز از نسل‌های قبل کمتر است.
- والدین‌شان سرویس‌های زیادی به آنها می‌دهند. در مواردی زندگی این نسل پروژهٔ والدین‌شان است که باید به سرمنزل مقصود برسد.
- از مد و برند آگاه‌اند و آن را دوست دارند.
- لذت به مفهومی جدی در زندگی‌شان تبدیل شده است.
- پر از اطلاعات‌اند و در دسترسی به اطلاعات مختلف مهارت دارند.

در زمینهٔ آسیب‌ها و ضعف‌های نسل امروز نیز بررسی‌هایی صورت گرفته است. بر اساس مطالعات، ۳ تا ۴۲ ساله‌های امروز :

- مهارت پردازش و تحلیل اطلاعات در آنها پایین است. سطحی هستند .
- با عناصر و شخصیت‌های فرهنگ غربی مأنوس‌ترند تا فرهنگ ایرانی و اسلامی. این آسیب را در زمینه‌های مختلفی از جمله در مصرف انیمیشن و موسیقی می‌توان مشاهده کرد.
- از نظر مهارت‌های اجتماعی و تجربهٔ واقعی زندگی ضعیف‌اند.
- پشتکار و مداومت در آنها کم است. عجول‌اند و دوستدار میانبر هستند .
- ترجیح می‌دهند هر چیزی را به صورت آماده تهیه کنند تا بسازند، چرا که از تجربهٔ نداشتن و فقدان محروم بوده‌اند.
- آرزو و چشم‌انداز بلندمدت ندارند.
- از نظر اجتماعی قابل و توانمند نیستند زیرا بابت انتخاب‌های اشتباه و رفتارهای نامطلوب‌شان هزینه نداده‌اند.

آسیب ها

آسیب دیگری که متوجه این نسل است

شکافی است که میان خود و نسل‌های گذشته و حتی والدین‌شان می‌بینند. نسل جدید نسل‌های گذشته را تقریباً قبول ندارد و عملکرد و طرزفکر آنها را دائماً زیر سؤال می‌برد.

به علاوه، بسیاری از اعضای نسل جدید از ایدئولوژی فراری‌اند. این نکته به‌ویژه از نظر تحقق مأموریت باغ کتاب اهمیت دارد. برای آن که مخاطب به باغ کتاب بیاید و تأثیر مطلوب را بپذیرد، در درجهٔ اول نباید احساس کند وارد محیطی شده است که قرار است ایدئولوژی به او تزریق شود. بلکه می‌بایست از ویژگی لذت‌جویی او برای ایجاد جذابیت استفاده کرد.

وضعیت دانش‌آموزان از نظر مهارت‌های خواندن و علوم

مطالعات تیمز و پرلز بزرگ‌ترین مطالعات تطبیقی است که وزارت آموزش و پرورش ایران در آن شرکت داشته است. این مطالعات عملکرد دانش‌آموزان سه پایهٔ تحصیلی را در سه درس ریاضی، علوم و خواندن به صورت فواصل زمانی منظم مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد. در این مطالعات، اطلاعات مختلفی از دانش‌آموز، معلم، والدین و مدیران مدرسه گردآوری می‌شود. با توجه به شرکت حدود ۸۰ کشور و گردآوری اطلاعات گسترده، فرصت مناسبی در اختیار سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، پژوهشگران و مدیران برای بررسی مسائل درون‌کشوری، موضوعات تطبیقی، بررسی‌های طولی و روندی قرار خواهد گرفت.

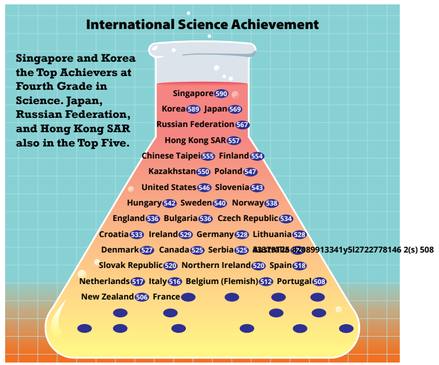
با توجه به این که باغ کتاب در بخش کتابفروشی با کتاب و خواندن و در بخش تالارهای علم با علم و مفاهیم علمی برای مخاطبان‌اش سروکار دارد، نتایج تیمز در مهارت‌های علوم و نتایج پرلز در مهارت‌های خواندن مرور می‌شود تا تصویری از وضع موجود در این زمینه به دست آید. تفصیل این گزارش‌ها در پیوست آمده است.

در این زمینه نتایج آزمون تیمز۲۰۱۵ در مهارت‌های علوم و آزمون پرلز۲۰۱۱ در مهارت‌های خواندن مورد بررسی قرار گرفته است. لازم به ذکر است در زمان نگارش این گزارش (زمستان ۹۵) آزمون پرلز ۲۰۱۶ برگزار شده بود اما نتایج آن هنوز انتشار نیافته بود.

آزمون تیمز پایهٔ چهارم

چهار سطح امتیازی آزمون تیمز در مهارت‌های علوم پایهٔ چهارم عبارت است از:

- ۱. سطح ضعیف، امتیاز ۴۰۰: دانش‌آموزان در زمینهٔ فهم زندگی و علوم فیزیکی دانش پایه نشان می‌دهند.
- ۲. سطح متوسط، امتیاز ۴۷۵: دانش‌آموزان در زمینهٔ فهم زندگی، علوم فیزیکی و علوم زمین دانش پایه نشان می‌دهند.
- ۳. سطح خوب، امتیاز ۵۵۰: دانش‌آموزان دانش خود از فهم زندگی و علوم فیزیکی و زمین را وارد بسترهای روزمره و بسترهای انتزاعی می‌کنند و به کار می‌برند.
- ۴. سطح پیشرفته، امتیاز ۶۲۵: دانش‌آموزان دانش خود از فهم زندگی و علوم فیزیکی و زمین را وارد بسترهای روزمره و بسترهای انتزاعی می‌کنند و به کار می‌برند و در فهم فرایندهای تحقیق علمی تا حدی دانش نشان می‌دهند.



یافته‌های آزمون تیمز ۲۰۱۵ در مهارت‌های علوم پایهٔ چهارم نشان می‌دهد ایران با کسب امتیاز ۱۲۴ توانسته است در میان ۴۷ کشور رتبهٔ ۴۳ را به دست آورد. این امتیاز از سطح ضعیف فقط کمی بالاتر است، و نشان می‌دهد دانش‌آموزان پایهٔ چهارم صرفاً از نظر دانشی و حفظی عملکرد متوسطی دارند و در سطح کاربرد دانش و درک فرایندهای تحقیق علمی ضعیف هستند. این یافته برای کشور و آموزش و پرورش آن زنگ خطر است و خلأ بزرگی را در کاربرد و تحقیق علم نشان می‌دهد.

مخاطبان علاقه‌مند بودند در فضای باغ کتاب فرصت‌های مختلف و متنوعی از تعامل با کتاب را تجربه کنند، یعنی تجربه‌هایی ویژه، متفاوت و جدید با کتاب داشته باشند.

انواع تجـربه‌های تعـاملی با کـتاب

به عنوان مثال وقتی مخاطب می گوید:

«تو باغ کتاب شخصیت‌های کتاب‌ها برات کتاب‌شون رو می‌خونن»، به این نکته اشاره می‌کند که تجربهٔ مواجهه و زنده‌شدن شخصیت‌های کتاب‌ها در باغ کتاب برای او تجربهٔ ارتباطی‌اش با کتاب را تغییر می‌دهد. یا هنگامی که مخاطب می‌گوید: «تو باغ کتاب پرده‌خوانی و نقاشی در حوزهٔ ادبیات کهن وجود داره»، دارد درخواستی مبتنی بر ارائهٔ کتاب در قالب‌های مختلف هنری را مطرح می‌کند. این دو نکته حاکی از آن است که مخاطب در فضاسازی و همچنین در نوع ارتباطی که با کتاب برقرار می‌کند علاقه‌مند است کتاب به شیوه‌های متفاوتی عرضه شود. برخی دیگر از ایده‌های مخاطبان عبارت بود از «می‌تونه یک درخت مصنوعی باشه که ازش کتاب آویزون هست و میوه‌هاش کتابه» یا «یه چیزی توی مایه‌های کتاب صوتی هم میشه تهیه کرد که در حین پیاده‌روی گوش بدیم».

فضایی برای همهٔ اعضای خانواده

در میان نکات و نظرات مخاطبان، اهمیت حضور در باغ کتاب به صورت خانوادگی به چشم می خورَد. آنها علاقه‌مندند همراه با خانوادهٔ خود در فضایی بزرگ، زیبا و مفرح حضور داشته باشند. مثلاً مخاطب می‌گوید: «آدم‌ها برای پارک و دورهمی میرن باغ کتاب و اونجا می‌تونن فعالیت‌های مختلفی هم انجام بدن». برای برخی دیگر از مخاطبان مهم است که هم بتوانند لحظاتی را به صورت جمعی و خانوادگی در باغ کتاب بگذرانند و هم به صورت انفرادی کاری برای انجام دادن داشته باشند.

مثلاً یکی از آنها گفت: «تو باغ کتاب مامان و بچه هر کدوم یه کاری برای انجام دادن دارن». ضمناً تعدادی از کودکان به این موضوع اشاره داشتند که «یه جایی باشه که برادر یا خواهر کوچکترم رو بتونیم یه مدت اونجا بذاریم و با مامان‌ام در میان کتابا گشت بزنیم». اینها همه نشان می‌دهد مخاطب باغ کتاب نیازمند فرصت‌هایی است که هم بتواند همراه خانواده باشد و هم بتواند زمانی را به طور مستقل یا با همراهی یکی از اعضای خانواده از خدمات استفاده کند.

پویایی و تجربه‌های ادامه‌دار

مخاطبان علاقه‌مند بودند در فضای باغ کتاب فرصت‌های مختلف و متنوعی از تعامل با تنوع و پویایی یکی از موضوعات پرطرفدار مخاطبان در گفتگو از باغ کتاب بود. آنها با اشاره به این که «هر بار که به باغ کتاب می‌آیی خبری تازه می‌بینی» در واقع درخواست می‌کردند که در باغ کتاب محیطی پویا برایشان فراهم باشد. ضمنا در میان گفته ها موارد زیادی می توان یافت که اشاره به حضور مکرر و مداوم در باغ کتاب داشت،

مانند: «تو باغ کتاب می‌تونی کتاب درست کنی و هر هفته بیای یه بخشی از کار رو انجام بدی»، یا «تو باغ کتاب می‌تونی درخت بکاری و اون درخت به اسم تو اونجا بمونه». اینها به خواست مخاطب برای ارتباط مستمر اشاره می‌کند. مخاطبان گاهی با ایده‌هایی مانند امانت کتاب به وجود دلیلی برای بازگشتن به باغ کتاب اشاره می‌کردند کتاب را تجربه کنند، یعنی تجربه‌هایی ویژه، متفاوت و جدید با کتاب داشته باشند.

تجربه‌های خاص و شگفت‌انگیز

گروه‌هایی از مخاطبان انتظار داشتند در تجربهٔ حضورشان در باغ کتاب تجربه‌هایی خاص و متفاوت داشته باشند. اگرچه فضای بزرگ و دیواره‌های شیشه‌ای و تالارهای علم برای مخاطبان از گروه‌های اجتماعی کمتر برخوردار به اندازهٔ کافی هیجان‌انگیز بود و برخی از آنها اعلام می‌کردند اینجا عالی است و هیچ چیزی نمی‌خواهد، ولی گروه‌های دیگری نیز بودند که به تجربه‌های خاص و متفاوت در بخش‌های مختلف باغ کتاب اشاره می‌کردند، مانند: «تو کافی‌شاپ باغ کتاب برگه‌های شکلاتی سرو میشه که می‌تونی قبل از خوردن‌شون قصه‌ای رو که روشون نوشته شده بخونی» یا «مثلاً اونجا یه زبان خاصی داشته باشه، یعنی مثلاً میریم اونجا فارسی دری حرف بزنیم». افرادی که در فضاهای مرتبط با کتاب و فرهنگ مانند مراکز شهرکتاب حضور مکرر داشتند اعلام می‌کردند برای آن که به باغ کتاب بیایند لازم است آنجا بتوانند تجربیات متفاوتی داشته باشند. برخی ایده‌های مخاطبان به فضاسازی‌های خاص اشاره داشت،

مانند: «تزئینات فضاهای مختلف باغ کتاب خیلی خاص و جذابه». برخی دیگر از مخاطبان به اسم‌گذاری بخش‌ها به عنوان عاملی اشاره داشتند که می‌تواند در خاص‌کردن تجربهٔ حضورشان نقش داشته باشد، مانند: « تو باغ کتاب یه فودکورت هست که رستوران‌هاش اسم معمولی ندارن، مثلاً کافی‌شاپ جنگ و صلح، کافی‌شاپ غرور و تعصب، رستوران آلیس در سرزمین عجایب، قهوه‌خانهٔ سیمرغ».

فرصت مشارکت و همدستی در فعالیت‌ها

علاقـه بـه مشارکت و سـهیم شـدن در فعالیت‌هـا موضوعـی اسـت کـه در میـان مخاطبـان مختلـف بـه شـیوه‌های متفاوتـی خـودش را نشـان داد. برخـی از آنهـا خواسـتار تجربه‌هـای همـکاری بیـن اعضـای خانـواده بودنـد، ماننـد «تـو باغ کتـاب پـدر و مـادر و بچه‌هـا می تونـن بـا هـم نمایـش کتابـی رو کـه خونـدن بـازی کنـن»، کـه نشـان‌دهندۀ علاقـۀ کـودکان بـه تجربـۀ فرصت‌هـای خوشـایند در ارتبـاط بـا کتـاب بـا خانـواده هایشـان اسـت. برخـی دیگـر از مشـارکت در فعالیت‌هـای گروهـی و جمـع شـدن آثـار افـراد و مخاطبـان مختلـف در کنـار هـم و تأثیرفوق‌العـادۀ آن صحبـت می‌کردنـد، ماننـد «تـو باغ کتـاب تصویرسـازی‌های بچه‌هـا از کتابـا و شـخصیت‌ها بـه صـورت مجموعـه در میـاد تـا همـه ببینـن».

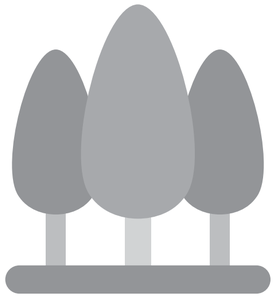
مثلاً تصویرسازی همۀ بچه‌ها از کلیله. نکتۀ قابل‌توجه در این میان این است که مخاطبان علاقه‌مندند با سایر مخاطبان باغ کتاب ارتباط داشته باشند و به‌نوعی به آنها خدمت دهند و از آنها خدمت بگیرند، مانند «تو باغ کتاب می تونی نمایش کتابی رو که خودتی برای دیگران اجرا کنی» یا «تو باغ کتاب یه کسایی هستن که می تونن عصارۀ یه کتاب رو تو نیم‌ساعت برات بگن و بعد تو هم این وقت رو برای دیگران بذاری».

محیـط امـن و آرام

امنیت و آرامش از دغدغه‌ها ونیازهای گروه‌های مختلف مخاطبان باغ کتاب است، هرچند که شیوۀ پرداختن به این موضوع در گروه‌هایی با وضعیت اقتصادی و اجتماعی متفاوت یکسان نیست. برای کودکان و نوجوان از مناطق کمتر برخوردار شهر تهران، این که نظارت‌های خوبی وجود داشته باشد یا از ایجاد مزاحمت در لمکده‌ها و محل‌های بازی جلوگیری شود اهمیت زیادی دارد، و برای آن هم راهکارهایی مانند دوربین‌دار بودن فضاهای استراحت به منظور ایجاد امنیت را پیشنهاد می‌دهند. ولی در گروه‌هایی از مناطق برخوردارتر شهر، مخاطبان نیاز خود به امنیت را به صورت‌های دیگری اعلام می‌کردند،

مانند «باغ کتاب یه جای امنی هست که به بچه‌ها خوش می‌گذره و توش کارهای مرتبط با کتاب انجام میشه». وقتی موضوع آرامش مطرح می‌شود جملاتی مانند «تو باغ کتاب آرامش وجود داره و خبری از هجوم موبایل و رسانه و انبوهی از مردم نیست» و «تو باغ کتاب می‌تونی برگردی به بچگی‌هات و تو آرامش و لذت کتاب بخونی» بیانگر این نکته است که آرامش و احساس خوشایند جزو اولویت های مخاطبان باغ کتاب است. این نیاز را به‌ویژه در راهکارهایی مانند «کارکنان باغ کتاب با نهایت احترام و خوشرویی باهات رفتار می کنن» می‌توان به‌وضوح دید.

محیط آرامش‌بخشی مانند باغ



«این‌که صندلی و میزهایی که اونجا طراحی شده و قفسه‌های کتاب همه یا فُرم تنه درخت داشته باشن یا چوبی باشن و یک فضایی دنجی ایجاد کنه که آدم بشینه و کتاب بخونه. حالا می‌تونه در این بین یک پذیرایی‌هایی هم باشه، مثلاً شربت و عرقیات سرو بشه.»

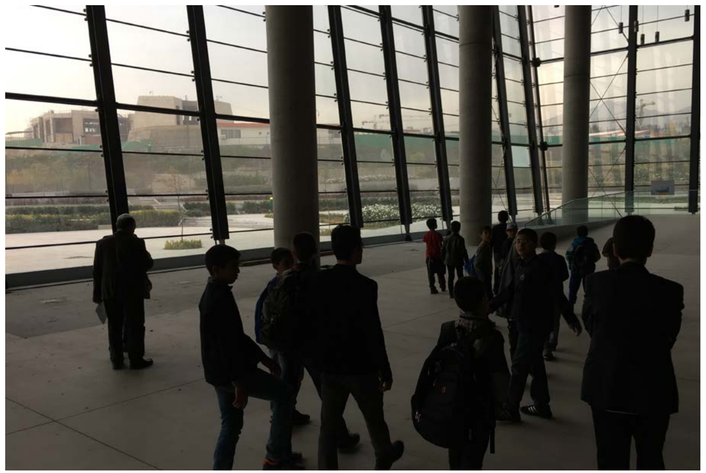
کلمهٔ باغ کتاب برای مخاطبان تصاویر خاصی را تداعی می کند و وقتی با اسم باغ کتاب مواجه می شوند سرسبزی و باغ بودن و فضای باز برای آنها زنده می‌شود. این نکته را در چنین جملاتی می‌توان دید: «باغ کتاب باید حتماً باغ باشه نه این که همه‌ش در و دیوار باشه و بعد بهش بگن باغ». این گزاره حاکی از درخواست مخاطب است که آرامش‌بخشی باغ را در آن فضا تجربه کند. مخاطبان در این راستا ایده‌هایی مانند «پرنده و اینا هم باشه که یک صدایی باشه، یا مثلاً یک حوض باشه که صدای آب باشه» و «صدای پرنده و رودخونه و جویبار به صورت پس‌زمینه تو باغ کتاب وجود داره» را نیز مطرح کردند. ایده‌های مخاطبان گاهی به سوی طراحی فضا هم قدم برمی‌دارد و در قالب چنین جملاتی نمایان می‌شود:

جذب طیف‌های مختلف مخاطبان به باغ کتاب

مخاطبان کلیدی باغ کتاب کل جامعه از اقشار اجتماعی-اقتصادی مختلفی هستند.

این مخاطبان را از نظر سرمایهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

- برخوردار یا مرفه
- متوسط
- ضعیف یا کم‌برخوردار

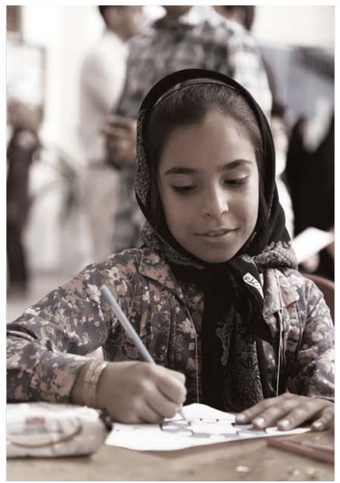


وقتی مخاطبی از قشر برخوردار یا متوسط می‌شنود جایی به نام باغ کتاب وجود دارد، سؤالاتی از این دست در ذهن‌اش شکل می‌گیرد:

- باغ کتاب کجاست؟
- چه کارهایی می‌توان در آن انجام داد؟
- با چه کسانی بروم؟
- آیا خوش می‌گذرد؟
- برای چه باید به آنجا بروم؟

جذب مخاطبان برخوردار یا متوسط به باغ کتاب نیازمند تمهید غیرمعمول یا ویژه‌ای نیست و با یک برنامهٔ برندینگ منسجم یا راهکارهای دیگری که در مزیت‌های رقابتی باغ کتاب به آن اشاره شده است می‌توان مخاطبان را به باغ کتاب آورد، چرا که ویژگی‌های آنها با توجه به آمار و سایر مطالعات حاکی از آن است که سفر به مقصدی به نام باغ کتاب با توجه به کارکردهایش در سبد هزینه و مصرف آنها تعریف‌شده است. از طرف دیگر، برنامه‌های برندینگ معمولاً مخاطبان متوسط را در نظر می‌گیرند.

اما وضعیت اقشار ضعیف، اعم از ساکنان مناطق فرسوده یا محروم شهر، کودکان بی‌سرپرست یا بدسرپرست، فرزندان خانواده‌های تحت‌پوشش کمیتهٔ امداد، کودکان کار و کودکان اتباع بیگانه (به‌ویژه افغان) متفاوت است. وقتی مخاطب بالقوه‌ای (چه مخاطب لایهٔ اول و چه خانواده یا سرپرست او) از اقشار ضعیف می‌شنود که جایی به نام باغ کتاب وجود دارد، نگرانی‌هایی از این دست در ذهن او شکل می‌گیرد:



برای مثال، در مصاحبه‌ای که با تعدادی از کودکان کار در محل باغ کتاب انجام شد، به جزیک نفر همهٔ آنها برای اولین‌بار بود که به منطقهٔ ونک می‌آمدند. بیش از نیمی از آنها بیان کردند که پارک آب و آتش و پل طبیعت را نمی‌شناسند. (کودکان‌کار)

- چه قدر دور است!
- حتماً گران است!
- حتماً مال آدم‌های باکلاس است!
- من بلد نیستم آنجا چه طور رفتار کنم.
- با من رفتار خوبی نخواهد شد.
- مسخره می‌شوم.
- نکند ناشی و نادان به نظر بیاییم.
- این جور جاها مال امثال ما نیست.
- وقت این جور چیزها را ندارم.

دسته بندی نـــگرانی‌ها و مـــوانع:

- مانع آگاهی
- مانع بودجه
- مانع وقت
- مانع انگیزشی-عاطفی

مانع آگاهی

کمبود آگاهی فرد از این که باغ کتاب برای چه هدفی و چه کسانی طراحی شده است با توجه به سایر تجربه‌های او از زندگی در کلانشهر تهران می‌تواند منجر به این تصمیم شود که آنجا احتمالاً جای من نیست.

مانع بودجه

بُعد اول این نگرانی به هزینهٔ دسترسی به محل باغ کتاب و هزینهٔ حضور در آن و استفاده از خدمات اصلی و جانبی آن مربوط می‌شود. بعد دوم نگرانی مربوط به کسانی است که اصولاً تفریح و سرگرمی یا یادگیری همراه با کشف و لذت به شیوهٔ مراکز علم در سبد هزینه‌هایشان جایی ندارد.

مانع وقت

ممکن است وظایف کودک و نوجوان یا مشغله‌های خانوادهٔ او، به خصوص در افرادی که محل زندگی و استقرارشان به باغ کتاب دور است، اجازه ندهد سفر درونشهری به مقصد باغ کتاب را بر خود هموار کنند.

مانع انگیزشی-عاطفی

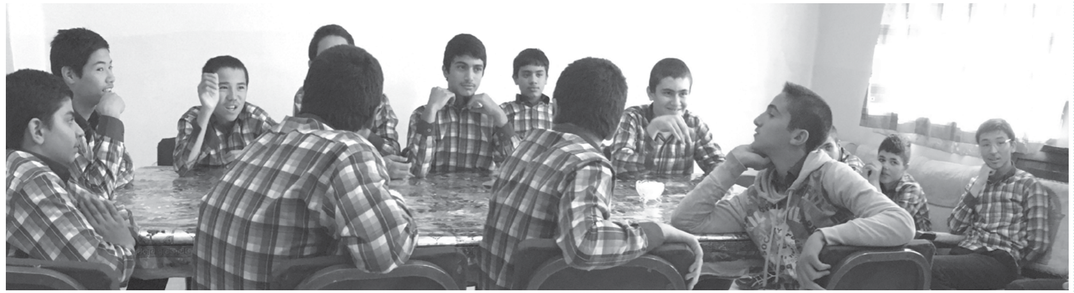
این مانع جدی‌ترین مانع اقشار ضعیف برای حضور در باغ کتاب و بسیاری دیگر از اماکن شهر است. یک بُعد آن به ترس از واکنش ناخوشایند دیگران (از جمله کارکنان محل) نسبت به حضور آنان در آنجا برمی‌گردد، واکنش‌های ناخوشایندی از جنس طرد، سردی رفتار، تمسخر و تحقیر. بُعد دیگر به ترس از ندانستن یا نداشتن استانداردها و هنجارهای پوشش و رفتار در آن محل و نگرانی از ناشی و نابلد بودن مربوط است.

راهـــــــــــــــــــــکارها

برای رفع موانع حضور اقشار ضعیف در باغ کتاب راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- برندینگ و اطلاع‌رسانی و تبلیغات ویژهٔ اقشار ضعیف، شامل اطلاع‌رسانی دقیق‌تر از خدمات باغ کتاب، هزینهٔ آن و ارزش هر کدام، و راه‌های مختلف (و به خصوص ارزان‌قیمت) دسترسی به باغ کتاب
- تدارک خدمات کم‌هزینه یا طراحی گزینهٔ کم‌هزینه برای پاره‌ای از خدمات
- فراهم‌کردن تسهیلات و ترغیب بازدید مدارس و مؤسسات مرتبط با کودکان و نوجوانان اقشار ضعیف برای بازدید گروهی از باغ کتاب
- آموزش کارکنان باغ کتاب در زمینهٔ شیوه‌های مثبت و مؤثر برخورد با مخاطبان از اقشار مختلف
- تمهیداتی برای راحت‌تر شدن یادگیری نحوهٔ استفاده از خدمات و امکانات موجود در باغ کتاب

ایده مـــــرکزی باغ کتاب



با توجه به ماموریت باغ کتاب که به توسعه توانمندی های نسل آینده امروز می اندیشد، ایده سفر از زوایای مختلف بررسی شد، ایده ای که مفاهیم مختلف را از سفر درونی، رشد انسان و سفرهای بیرونی را شامل می شود.

ایده سفر فرصت های مختلفی را برای مسافران باغ کتاب ایجاد می کند که در ادامه آمده است و در این مجلد خود را در نقشه و ملحقاتش نمایان می کند.

ایدهٔ مرکزی باغ کتاب

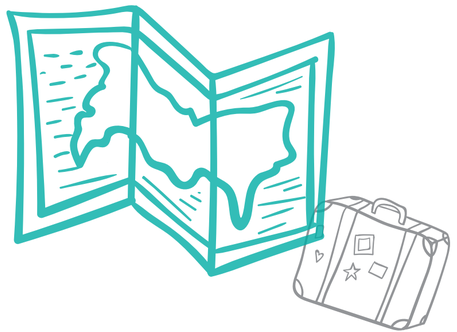
سفر

بسیار سفر باید، تا پخته شود خامی!

باغ کتاب

آنچه باغ کتاب برای مخاطبان اش می خواهد با ایدهٔ سفر امکان پذیر است

در باغ کتاب
کتاب انسان را به سفر می‌برد



- سفر به سرزمین‌های ناشناخته
- سفر به دنیای تخیل
- سفر به زمان‌های گذشته و آینده
- سفر به میان اقوام مختلف
- سفر به اعماق پدیده‌ها

باغ کتاب
در سفر امکان تجربه و کشف فراوان است

باغ کتاب

وسعت و تنوع به کیفیت سفر می‌افزاید

- چشم‌اندازهای زیبا
- کارکردهای متنوع
- معماری متنوع

نقشه در باغ کتاب

باغ کتاب فضایی بسیار بزرگ با تعدادی ورودی و خروجی و کارکردهای فضاهای متنوع است. بنابراین وجود نقشه برای راهنمایی مخاطبان ضروری است. به علاوه، نقشه در باغ کتاب کارکردهای بیشتری نیز دارد. این کارکردها متناسب با تم/مفهوم مرکزی یعنی هم‌آفرینی و ایدهٔ مرکزی یعنی سفر تنظیم شده است. ضمنا گروه اصلی در باغ کتاب کودکان و نوجوانان هستند، حمایت از رشدهای همه جانبه از این گروه جزو ماموریت های باغ کتاب است لذا باغ کتاب با بهره مندی از ظرفیت های خود برای رشد آنها برنامه ریزی می کند. رشد درک فضایی در کودکان و نوجوانان یکی از موضوعات مهم است، به همین جهت در باغ کتاب روی موضوع جهت یابی ها، نسبت ها و ارتباط بین بخش ها با استفاده از نقشه کار می شود. افزایش قابلیت درک فضایی و جهت یابی در کودکان و نوجوانان به آنها احساس امنیت و تسلط بیشتری را در محیط می دهد. همچنین استفاده از نقشه به آنها کمک می کند تا یاد بگیرند چگونه با خواندن علامت ها و راهنمای نقشه می توانند اطلاعات مفیدی بدست آورند.

نقشه‌های باغ کتاب تنوعی از کارکرد را در خود جای می‌دهند. یعنی به عنوان محصولی که در اختیار تمامی بازدید کنندگان قرار می گیرد می تواند کارکردهای مختلفی را برای آنها داشته باشد.

راهنـما: اطلاعات و راهنمایی در زمینهٔ محل‌ها و موقعیت‌های مـختلف

اولین کارکرد نقشه این است که کل فضای باغ کتاب و نحوه قرار گیری بخش های مختلف باغ را برای بازدید کنندگان تبیین می کند. در نقشه نحوه قرارگیری محل های مورد نیاز بازدیدکنندگان مانند سرویس های بهداشتی، خدمات مرتبط با کودکان، مراکز تهیه خوردنی و نوشیدنی ها و همچنین کارکردهای اصلی باغ کتاب مانند کتاب فروشی ها و باغ های علم به خوبی نمایان است. ضمنا در بخش های مختلف با اشاره به المان ها علاقه را در مخاطب برای بازدید از هر محل افزایش می دهد. به عنوان مثال در بخش هایی به محل قرارگیری مجسمه ها، یا فضاهای باز برای کتاب خوانی کودکان اشاره می کند.

سرگرمی: بازی و بازی‌گونگی در نقشه‌ها

در نقشه باغ کتاب المان هایی طراحی شده که حس بازیگونگی را در مخاطب تقویت می کند. گاه ممکن است این اتفاق در خود نقشه بیفتد و گاه از طریق تعامل با اجزای فیزیکی در باغ کتاب این بازی گونگی عینی شود، به عنوان مثال ممکن است سوالی در بخشی از نقشه درباره مجسمه ای وجود داشته باشد که کودکان و نوجوانان به کشف بیشتر وا دارد (مانند: اگر بین گربه نره و روباه بیاستی چه مجسمه هایی را خواهی دید؟)

کارکـــردهای نقـــشه در بـــاغ کتـــــاب

شـروع سـفرنامه:

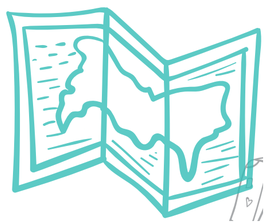
در بخش هایی از نقشه باغ کتاب مخاطب اطلاعات لازم برای نگارش سفرنامه اش را می تواند ثبت و ضبط کند، عناصر مهمی مانند زمان و مسیر حرکت، اتفاقات و حس و حالی که در هر بخش تجربه کرده است. در بخش هایی از نقشه فضاهای خالی وجود دارد که مخاطب می تواند این موضوعات را در آنها ثبت کند و بعدا در نگارش سفرنامه خود به باغ کتاب از آنها استفاده نماید.

بـازخـورد:

مخاطبان باغ کتاب از بخش‌ها و محل های مختلف برچسب هایی را دریافت می‌کنند و با چسباندن تنوعی از حس و حال‌ها در بخش های مختلف باغ کتاب بازخورد می‌دهند که در هر محل چه حسی را تجربه کرده‌اند. با تجمیع این اطلاعات می‌توان از آن برای تصمیم‌گیری‌های بعدی استفاده کرد.

تبلیـــغات:

از آنجا که فضای باغ کتاب به عملکردهای مختلفی اختصاص یافته است ، بخش های مختلف می تواند برای جذب مخاطب به خود از بخش های تبلیغاتی موجود در نقشه استفاده کنند لذا روی نقشه جاهایی برای تبلیغ و اطلاع‌رسانی بخش‌ها تعبیه شده است. ضمنا از آن رو که برنامه های مختلفی در روزهای مختلف برگزار می گردد. می توان از نقشه برای اطلاع رسانی رخدادهای متنوع باغ کتاب نیز استفاده کرد.



کـــودکان در مـــراکز علـــم

مراکز علم فرصتی مناسب برای کودکان و نوجوانان ایجاد می کند که ارتباط تازه ای با علم و تجربه برقرار کنند، در باغ کتـاب تـهران برای سـه گروه خـردسال (زیـر ۷ سال) ، کودک (۷ تا ۱۲ سال) و نوجوان (۱۲ تا ۱۸ سال) مراکز علم مجزایی طراحی و اجرا گردیده است که به نیازهای همه گروه های مخاطب باغ کتاب پاسخ مناسب داده شود.

یادگیـــــــری در مــراکز علــم

بسیاری از مردم ادعا می کنند که مراکز علم محلی برای کودکان برای لذت بردن است، در عین حال محققان بازدید کننده مراکز علم به خوبی آگاه هستند که تجربه سرگرم کننده اغلب به نتایج یادگیری منجر می باشد. آموزش مرز نمی شناسد، و مراکز علم را می توان به عنوان یک نوع چشم انداز یادگیری برای همه بازدید کنندگان در نظر گرفت. اگر یادگیری به عنوان یک فرایند تغییر در دانش، نگرش ها و ارزش در نظر گرفته شود، بنابراین مراکز علم یک محیط یادگیری ایده آل و تشویق کننده را ارائه می دهد. یادگیری در مراکز علم زمانی اتفاق می افتد که کودکان با یک شی جالب و یا تجربه ارتباط برقرار کنند. دانش قبلی و ویژگی های شخصی کودک مشخص خواهد کرد که کدام موارد و تجارب قوی ترین جذابیت را دارند. هنگامی که کودکان با یک مفهوم، شیء یا یک تجربه در یک مراکز علم ارتباط برقرار می کنند، فرایند یادگیری آغاز می شود. تماس اولیه با مراکز علم تنها آغاز راه است - یادگیری و تفکر شامل یک دوره طولانی از زمان است و رویدادهای مراکز علم لایه مهمی به روند یادگیری اضافه می کند.

کـــودکان خردســـال به عنـــوان یادگـــیرنده

مراکز علم فرصت هایی را برای یادگیری در مورد جهان و کشف ایده های جدید برای کودکان فراهم می کند. آنها مکان هایی هستند که کودکان را تشویق به یادگیری به روش طبیعی می کنند فرصت هایی را برایشان فراهم می کند تا به طور فعال معنا را ایجاد کنند، به تحریک محیط پاسخ دهند، در تعامل اجتماعی شرکت کنند، ایجاد ارتباط کنند، بر حسب آنچه که می دانند ارتباط ایجاد کنند، سوال بپرسند، علایق خود را دنبال کنند و مشکلات خود را حل و فصل کنند. کودکان ساخت دانش و درک خود در مورد جهان را از طریق تجربه شخصی، اجتماعی و فرهنگی با واسطه ایجاد می کنند، به طوری که مراکز علم می تواند نقش مهمی در ایجاد این نوع از یادگیری ایفا کند. کودکان خردسال به مراکز علم با طیف گسترده ای از منافع و اولویت های یادگیری نگاه می کنند، بنابراین کارکنان مراکز علم باید راهکارهای متنوعی را برای ایجاد تجربه های معنی دار و شرایط مطلوب برای یادگیری به کار گیرند.

خصوصـیات کـودکان به عنـوان یادگیرنده

در دنیای مراکزعلم، کودکان طیف وسیعی از ویژگی ها را نشان می دهند که آنها را تبدیل به یادگیرندگان مشتاق و پاسخگو می کند. کودکان دارای مشخصات زیر هستند:

- پرانرژی
- توانمند
- کنجکاو
- فعال
- چند حسی
- اکتشافگر
- بازیگوش
- پر از سوال
- پر از ایده
- آگاه
- علاقمند له برقراری ارتباط
- خلاق
- مستقل

پاسـخ به نیـازهای یادگـیری کـودکان

کودک محور

راهنمای بزرگسالان مشخص می کند که یادگیرندگان تا چه اندازه می دانند و یادگیری را بر اساس دانش موجود آنها ایجاد می کنند.

متناسب

زمینه های فرهنگی کودکان، سن و تفاوت های فردی در نظر گرفته می شود.

پاسخگو

آموزش و یادگیری با مشخصات پویا، دو طرفه، تبادل احترام بین بزرگسالان وکودکان رخ می دهد.

برای ارائه تجارب یادگیری مطلوب برای کودکان، بزرگسالانی که کودکان را در مراکزعلم هدایت می کنند می توانند اصول یادگیری آموزش را به روش زیر اعمال کنند:

برنامه ها را می توان به روش زیر اعمال کرد:

قابل انعطاف

تنوع محتوا و ارائه شرایط به کودکان با تمام توانایی ها و سطح مهارتهای متفاوت اجازه می دهد تا به روشی خاص در این گفت و گوها شرکت کنند.

بازی محور

کودکان برای شرکت در وضعیت های بازی دستی، ذهنی، مستقیم و لذت بخش تشویق می شوند.

توانمند سازی

فرصت ها برای کودکان برای انتخاب کردن فراهم می شود.

کـــودکان خـــردسال به عنـوان بازدیـــد کننـــده

علاقـه وافری بـه بازدیـد ازمراکزعلـم توسط مخاطبان در اوایل دوران کودکی وجـود دارد. در نتیجـه، مراکزعلم شروع به مشاهده بازدیدکنندگان خردسال به عنوان مخاطب مهم می کنند. در گذشته، تحقیقات کمی برروی تجربه مراکزعلم کودک خردسال انجام شده است. با این حال، در تحقیقات اخیر، بینش هایی در مورد اینکه چگونه کودکان خردسال در مراکزعلم شرکت کرده و یاد می گیرند را فراهم کرده است. بخش زیر خلاصه ای از درک فعلی در مورد کودکان خردسال و بازدید کنندگان مراکزعلم را فراهم می کند.

کودکان خردسال در مراکزعلم

مراکزعلم محیط جدیدی است که می تواند بسیار جذاب و موثر با بخش های زیاد، شکاف های دیوار، دیوارهای داخلی بزرگ و ویژگی های معماری غیرمعمول باشد. معماری فضای مراکزعلم به خودی خود جذاب است، و برای بازدید کنندگان جوان به دلیل فرصت غیرمعمول برای کشف اشیاء و دخیل شدن در فعالیت ها برخلاف کسانی که در خانه یا مدرسه هستند هیجان انگیزتر است. کودکان به روش های مختلف به جدید بودن نمایشگاه های مراکزعلم و تجارب با تعجب، لذت، شگفتی، و کنجکاوی پاسخ می دهند:

نگـــــــاشت شـــــــناختی

کودکان اغلب بازدید ازمراکزعلم خود را با دویدن به اطراف و موقعیت های فضای مراکزعلم شروع می کنند. فازاول هدایت، می تواند به مستقرشدن کمک کند: درطول چرخه فعالیت، کودکان در حال انجام یک فرایند «نگاشت شناختی» هستند که آن را به یک روش تصادفی کشف می کنند- بازدید ازنمایشگاه دریک سفرعلمی (وورتینگتون و پاول، ۱۹۸۷، ص ۳۰.). پس از حدود سی دقیقه، کودکان سرعت خود را کم می کنند و با انتخاب بیشتر، هدفمند و ساکت مراکزعلم را بازدید می کنند. به نظرمی رسد تجربه نقشه جنبه مهمی از دیدن مراکزعلم کودکان است، مانند تمایل به استفاده ازشیوه شروع - توقف درهنگام حضوردر نمایشگاه. کودکان به معنای واقعی کلمه توقف و شروع می کنند، و دوباره مناطق نمایشگاه که آنها را علاقه می کند را بازدید می کنند (رنی و مک کلافری، ۱۹۹۵). کودکان همیشه به روشی که مورد دلخواه طراحان وکارمندان مراکزعلم است، با مرکزتعامل ندارند، بلکه علائق و برنامه های خود را دنبال می کنند.

پرانـــــرژی، فعـــال و یادگیـــرنده

مشاهده کودکان که جذب بازی شده اند، و بدن شان که به طور کامل درگیر شده است، ما را به جستجوی اطلاعات آنچه اتفاق می افتد زمانی که کودکان به این روش رفتار می کنند رهنمون کرد. با تحقیقات انجام شده در این حوزه، متوجه شدیم که بسیاری از محققان پدیده یادگیری فعال را بررسی می کنند، و همه توافق دارند که حرکات بدن فرایند یادگیری را افزایش می دهد. اهمیت تعامل ذهن و دست به خوبی مستند شده است (آنزباچر، ۱۹۹۸؛ دیویی، ۱۹۶۳؛ داک ورث، ایزلی، هاوکینز، و هنریکز، ۱۹۹۰؛ گاردنر، ۱۹۸۳؛ هین، ۱۹۹۶).

رنی و مک کلافرتی (۱۹۹۶) خاطر نشان کردند که، در حالی که فعالیت های حرکتی و فعالیت های ذهنی برای تبدیل شدن به تجربه معنادار لازم اند.

هین و الکساندر (۱۹۹۸) مدلی را برای بررسی یادگیری به هنگامی که کودکان در فعالیت های داغ و عرق کننده در مراکز علم هستند را ارائه کرد. تعاریف آنها از یادگیری سازنده و فعال، اهمیت ارتباطات ذهن و بدن در طول فرآیند را برجسته می سازد. در حالی که کودکان در فعالیت های فیزیکی مرتبط با یادگیری دخیل می شوند، کودکان از دست و ذهن خود برای استفاده از تعامل با جهان استفاده میکنند.

آنها اشیاء را کنترل و استفاده می کنند و مسائل را حل و فصل می کنند و نتیجه گیری می کنند، – آنها ملزم به «تلاش با استفاده از ایده ها...، برای فکر کردن هستند» (هین و الکساندر، ۱۹۹۸، ص ۳۸). مفهوم «تفکر جنبشی فرایندی را توصیف می کند که در طول فعالیت های یادگیری فیزیکی رخ می دهد، زمانی که کودکان از دست، بدن و ذهن شان استفاده می کنند (مک کین – ذکر شده در ویلیامز، ۱۹۸۳، ص ۱۵۲.). برای کودکان که بسیار یادگیرندگان ملموس و حسی هستند، تفکر جنبشی دارای مزایای متمایزی است. ابتدا، اطلاعات اخذ شده از طریق حواس افکار در مورد تجربه را تحریک می کند. همچنین دستکاری اشیاء اجازه می دهد اکتشافات غیر منتظره انجام شود، و یک حس بی واسطه، فعلیت و عمل را بوجود می آورد. مراکز علم که باعث تعامل بدن، از طریق لمس کردن و دستکاری می شود، سطوح بالاتر رفتار معطوف به توجه مانند سوال و توضیح را ایجاد می کند، – رفتارهایی که به وضوح با یادگیری مرتبط است (دیرکینگ، به نقل از بروورون، کلیگورن، و گارفیلد، ۱۹۹۵). کودکان در مورد چیزهایی که می توانند لمس کنند استدلال می کنند و می توانند خود را به طور فیزیکی برجسته سازند. با توجه به گفته های پترسون (۱۹۹۷)، درجه بالایی از اطلاعات حسی ارائه شده توسط تجارب لمسی و جنبشی توجه کودکان را حفظ می کند، و یک تصویر کامل تری از موضوع فراهم و به نگهداری اطلاعات کمک می کند. همچنین جنبه عاطفی تجربه جنبشی بر حفظ ایده های ارائه شده در مراکز علم تاثیر می گذارد. همانطور که کودکان در فعالیت های فیزیکی دخیل می شوند، احساساتی مانند هیجان، پیش بینی، شادی، سرخوردگی، توانمندسازی، موفقیت و لذت را تجربه می کنند. اقدام بدن آنها نقش همه جانبه، با مرتبط کردن تفکر با ورودی های حسی و احساس به خود می گیرد(رایت، ۲۰۰۰). ارتباط فیزیکی و احساسی با موضوع تجربه یادگیری را افزایش می دهد. شرایط یادگیری مشارکتی به طرز محسوسی در طول فعالیت بازی داغ و عرق کننده در مراکز علم حضور دارند. بررسی کودکان در گروه های کوچک نشان می دهد که کودکان برای رسیدن به یک نتیجه موفقیت آمیز با یکدیگر همکاری می کنند- آنها به صحبت های یکدیگر گوش می دهند، سوال می پرسند، پیشنهاداتی ارائه می دهند، و برای حل مشکلات با یکدیگر همکاری می کنند (پیستلی، ویبر، و اورت، ۲۰۰۳). هر یک از اعضای گروه مسئول رفتار خود، و همچنین کمک به دیگران در صورت لزوم هستند. در یک فضای همکاری، کودکان به یک وضعیت بازی فعال به روشی وارد می شوند که به بهترین وجه مناسب رویکرد یادگیری مورد نظر شان و نقاط قوت خاص آنها می باشد. سپس، با حمایت و کمک از همسالان ماهرتر و بزرگسالان، قادر به داشتن نقش چالشی بیشتر در گروه هستند. چنین بازی فعال و مشترکی کودک را وادار به مشارکت می کند. مان (۱۹۹۶) بازی فعال در زمینه «فرضیه مشارکت»که در آن مالکیت یک فعالیت با افزایش مشارکت، مواجه با ایده های جدید و نوآوری پیوند می خورد (P . ۴۴۹). هر چه کودکان در تعیین و جذب یادگیری خود فعال تر باشند، یادگیری آنها بیشتر می شود.

ایجـاد عـلاقه و انگیـــزه در کـــودکان در مـــراکز علـــم

در مراکز علم، کودکان یاد می گیرند که علایق و انگیزه خود را درگیر کنند (Csikszentmihalyi و هرمانسون، ۱۹۹۵). عوامل متعددی بر سطح علاقه و انگیزه کودکان در طول بازدید از مراکز علم تاثیر میگذارد: دانش قبلی و تجربیات شخصی، انتخاب و کنترل، همکاری و ارتباطات، و عواطف و لذت.

انتـــــخاب و کنتـــــرل

هنگامی که فرصت ها برای انتخاب و کنترل در دیدن مراکز علم گنجانیده می شود، کودکان به روش های مختلف سود می برند. زمانی کودکان سطح بالاتری از انگیزه را نشان می دهند، که بر یادگیری شان در مراکز علم انتخاب و کنترل دارند. (سایکس، ۱۹۹۲، پاریس، ۱۹۹۷). هنگامی که بچه ها می توانند تصمیم بگیرند که چه می خواهند انجام دهند و چـه مـدت آن را انجـام مـی دهنـد، احسـاس مالکیـت فرایند یادگیری را بدست می آورند. (فالک و دیرکینگ، ۲۰۰۰). کودکان جوان احساس «موفق بودن و شایسته بودن» می کنند که در کارهایی دخیل شوند که آنها را برای خودشان تعریف کننـد (سایکس، ۱۹۹۲، ص ۲۲۸). احسـاس «مـن آن را انجـام دادم» حـس اعتمـاد به نفس را ایجاد می کند- تجربه مثبتی است که کودک می خواهد آن را به دیگران منتقل کند. بسیاری از کودکان از داشتن نقش رهبری در تعیین محتوا و مسیر بازدید از مراکز علم لذت می برند. پس از بازدید، یک کودک ۱۰ ساله اعلام کرد: «سرگرمی خوبی داشتم. خوب است برای یک بار هم که شده، مسئول کاری شدم »(جفرز، ۱۹۹۹، ص ۴۷). اینکه کودکان بگویند در طول بازدید از مراکز علم چه کاری می خواهند انجام دهند و چه چیزی را می خواهند ببینند به سطوح بالاتری از شور و شوق منجر می شود و فرصتی برای کودکان برای تصمیم گیری فراهم می کند. حتی می توان، جلساتی برای بازدید از مراکز علم ایجادکردکه کودکان ۴-۶ ساله راهنمای گردش باشند، اشیاء مورد علاقه خود را بازدید کردند و فعالیت های مورد نظر خود را دنبال کنند. این تجربیات برای کودکان بسیار جذاب، به یاد ماندنی و معنی دار بودند.

دانـــش قبـــلی و تـــجربه شخـــصی

دانش و تجارب قبلی کودکان بر سطح علاقه و انگیزه شان در طول بازدید از مراکز علم تاثیر میگذارد. کودکان خردسال سطح بالاتری از علاقه به چیزهایی که به زندگی شخصی شان مربوط است نشان می دهند (پیسیتلی و اندرسون، ۲۰۰۰؛ وولینز، جنسن، و اولزیمر، ۱۹۹۲ اندرسون، پیسیتلی، ویبر، اورت، و تایلر، ۲۰۰۲).

برای ادغام دانش قبلی و تجربه شخصی با بازدید از مراکز علم ، ضروری است ارتباطی بین بازدید از خانه و یا شرایط مدرسه ایجاد کنیم. این را می توان با طراحی بازدید در مورد موضوعاتی ایجاد کرد که به زندگی کودکان مربوط است، به طوری که آنها می تواند درک جدیدی بر اساس آنچه در حال حاضر ایجاد می شود به دست آورند. به منظور افزایش یادگیری، برای تجربه مراکز علم لازم است در یک زمینه گسترده تر قرار می گیرد. کودکان خردسال باید تشویق شوند تا بازدید از مراکز علم را به عنوان بخشی از زندگی روزانه خود ، نه به عنوان یک تجربه اتفاقی، داشته باشند.

همـــــکاری و ارتـــــباط

کودکان به عنوان بخشی از گروه خانواده و مدرسه از مراکزعلم ها بازدید می کنند. تحقیقات نشان می دهد که ارائه فرصت هایی برای کودکان به منظور شرکت در گفتگو با همسالان و بزرگسالان بر سـطح عـلاقه و لـذت بردن، و همـچنین درجـه ای که تجـربه مراکزعلـم حفـظ می شود تـاثیرمی گذارد (جنسن، ۱۹۹۴. سایکس، ۱۹۹۲؛ وولینس و همکاران، ۱۹۹۲). مراکزعلم باید منجربه طراحی تجربه ای از به اشتراک گذاشتن ایده ها گردد و تمایل کودکان را به نشان دادن گفتن افزایش دهد. هنگامی که کودکان ایده ها را به اشتراک میگذارند، قادر به بازسازی و اصلاح نظریات خود می باشند. بحث از ایده نیزمی تواند به شکل گیری تصورات دیگری کمک کند (پاریس، ۱۷۹۱). در طول بحث، بزرگسالان می توانند سطح علاقه کودکان را با پرسیدن سوال های باز که اکتشاف بیشتر را باعث می شود بالا ببرند.

فرصت های عملی در گروه ها می توانند سطح انگیزه کودکان را با ارائه اعضای گروه با «هدف مشترک یادگیری در کنار یکدیگر» بالا ببرند. معلمان و کارکنان مراکزعلم می توانند تجاربی را در مراکز علم ایجاد کنند که اجازه می دهد کودکان ایده ها را به اشتراک بگذارند و با یکدیگر کار/ بازی کنند و از این طریق به رشد اجتماعی کودکان کمک کنند. در یک گروه اجتماعی کوچک، بزرگسالان باید هدایت و یادگیری مدل را با درگیر کردن کودکان در مکالمه که حس کنجکاوی شان را تحریک می کند برعهده بگیرند.

احساســـــات و لـــــذت بـــــردن

نگرش ها و احساسات می توانند بر سطح علاقه و انگیزه کودکان در طول بازدید از مراکزعلم تاثیرگذار باشد. بازدید از مراکزعلم با انگیزه بسیار بالا موقعی ایجاد می شودکه به بازدیدکننده های جوان اجازه می دهد تا طیف وسیعی از احساسات را تجربه کنند (فالک و دیرکینگ، ۲۰۰۰). کودکان ذاتا در طول بازدید از مراکزعلم و زمانی که این تجربه لذت بخش و سرگرم کننـده ای برای آنها می شود، انگیزه پیدا می کنند. ارائه فرصتی برای بازی کودکان می‌تواند بازدید از مراکزعلم را لذت بخش می کند. برای کودکان، «اغلب اولین قدم در یادگیری یک نمایشگاه تجربه بازیگوشی با یک شیء یا پدیده» است (پری، ۱۹۹۴، ص ۲۸). کارکنان مراکزعلم می توانند تجربیات شادی در بازدید از مراکزعلم با به کارگیری استراتژی های مانند شکارگنج، نقش بازی و سایرفعالیت های بازی داشته باشند. در طول این قسمت، کودکان، احساس هیجان، پیش بینی، تعجب، کشف، اعتماد به نفس و موفقیت را تجربه می کنند.

حافظــه کـودکان و یـادآوری تجـارب مراکز علـم

کودکان به راحتی تجربه مراکز علم خود را به یاد می آورند ، و بسیاری از تحقیقات قدرت یادآوری کودکان را ثبت کرده اند (کو، ۱۹۸۸؛ هین، ۱۹۹۸؛ جنسن، ۱۹۹۴؛ پیستلی و اندرسون، ۲۰۰۰، ۲۰۰۲؛ وولینز و همکاران، ۱۹۹۲). عوامل متعددی به یادآوری قوی کودکان کمک می کند، از جمله زمینه عاطفی و هیجانی بازدید، علاقه‌های شخصی، تعداد بازدیدکننده و ارتباط با برنامه درسی مدرسه و روزانه آنها. قدرتمند ترین یادآوری کودکان از نمایشگاه های مراکز علم و تجربیات آنها مواردی است که به زندگی واقعی آنها مربوط می شود (پیستلی و اندرسون، ۲۰۰۰). در مطالعه QUTMCدر مورد یادگیری کودکان ۴-۶ ساله در مراکز علم، احساسات عمیق کودکان نقطه شروع و نقاط اتصال در مراکز علم بود. کودکان مراکز علم را برای مشخص کردن اطلاعات، کشف ایده ها، به دست آوردن دانش و حس کنجکاوی خود در مورد موضوعات مختلف کنکاش می کنند. هنگامی که آنها با اشیاء جالب و تجربیات روبرو می شوند، تجربه بسیار به یاد ماندنی خواهند داشت. در حالی که تحقیقات نشان می دهد کودکان اشیاء بزرگ را به ذهن میسپارند، اندازه تنها یکی از اجزای مختلفی است که در به یاد سپاری برای کودکان خردسال تفاوت ایجاد می کند. (پیستلی و اندرسون، ۲۰۰۰ کیندلر و داراس، ۱۹۹۷). همچنین کودکان اجزای نمایشگاه را نیز که شامل مشارکت فعال، مانند حوزه های تعاملی همراه با ارتباط با اشیاء است و همچنین اطلاعات ارائه شده به شکل داستان را به یاد می آورند.

ویژگی های تجارب معنادار مراکز علم

مراکز علم مکان های منحصر به فرد و جالبی برای یادگیری هستند. محلی ایده آل برای پاسخگویی به ذات مشتاق و کنجکاو کودکان. چیزی که کارکنان مراکز علم را به چالش می کشد این است که برای مخاطبان جوانشان، این مکان های منحصر به فرد را تجاربی ارزشمند کنند و به آن تداوم بخشند.

تجـــربه با اشیـــای واقـــعی

کودکان از تجاربی که نیازهای عینی و حس های چندگانه شان را به عنوان نوآموز، فراهم میکند لذت می برند و هم بهره مند می شوند.

محیط مراکز علم ، یا مجموعه ای از اشیای جالب ،نادر و گوناگون به کودکان فرصت داشتن تجاربی دست اول با «چیزهای واقعی» را می دهد .تماشای اشیای واقعی از نزدیک ،به کودکان این فرصت را می دهد که به شناخت دست یابند، شناختی که تنها از طریق شنیدن درباره آنها به دور از بافت، و یا دیدن نسخه ی بازآفرینی شده ی آنها در کتاب ها یا کارت پستال ها ممکن نیست.

آن دسته از اشیای مراکز علم که می توان آن ها را لمس کرد، منابعی عالی برای عینی کردن مفاهیم برای کودکان هستند. لمس کردن اشیا ممکن است به کودکان کمک کند تا نسبت به مفاهیم چالش برانگیز یا ناآشنا ترغیب شوند.

بعضی وقت ها، مراکز علم از نسخه های بدل استفاده می کنند تا کودکان بتوانند اشیاء را لمس کنند. در این صورت، کارکنان مراکز علم باید تفاوت این دو را به کودکان توضیح دهند و از این فرصت برای توضیح اهمیت حفاظت از اشیای دست ساز اصل برای نسل های آینده استفاده کنند. خواه اشیای اصل، از نزدیک به نمایش گذاشته شده باشند و یا نسخه های بدل یا واقعی شان برای دست زدن ارائه شوند، کودکان اطلاعات زیادی بدست می آورند آن هم با استفاده از روش های رسمی «زیر سوال بردن اشیا» درست مثل همان کاری که کارکنان و مسئولان مراکز علم موقع شناسایی و فهرست برداری از آثار مجموعه انجام می دهند.

وقتی کودکان اشیا را در مراکز علم زیر سوال می برند، ممکن است اندازه، قالب، رنگ، بافت، وزن، وضعیت، بو، مواد و نحوه ی ساخت آن را مشاهده، بررسی و مورد بحث قرار دهند.

بهبـــود یادگیـــری تلفیـــقی

بازدید از مراکز علم با کودکان یکی از بهترین راه های ایجاد انگیزه انجام کار گروهی در کلاس است که در بهبود یادگیری تلفیقی نقش بسزایی دارد . نمایشگاه های ویژه، موضوع ها و مفاهیمی را دربرمی گیرند که کودکان می خواهند در کنار گستره ای از برنامه های آموزشی شان، آنها را عمیقا مورد بررسی قرار دهند.

اگر پروژه ها پیش از بازدید از مراکز علم شروع شده باشند، مراکز علم بافت واقعی برای آموزش هدفمند و معنا دارعرضه می دارد تا کودکان بتوانند پاسخ پرسش های خود در موضوع پروژه شان را پیدا کنند. مراکز علم همچنین هنگام کار کردن کودکان بر روی تکمیل "تکالیف ارزشمند و معنی دار ، می تواند منابعی ارزشمندی را در اختیار آنها قرار دهد

بوجود آوردن تجارب چندگانه زیباشناختی

همان طور که کودکان بخش های مختلف را بررسی می کنند، به طور طبیعی هر نوع حسی را که برای پردازش اطلاعات در مورد کیفیت اشیاء مناسب به نظر برسد، به کار می برند. مراکز علم فرصت های بیشماری را برای کودکان عرضه می دارند تا آنها توسط حواس خود، کسب تجربه کنند. بنابراین همان طورکه آنها محیط مراکز علم و اشیای آن را ستایش و درک می کنند و از آن لذت می برند، آگاهی زیباشناختی آنها افزایش می یابد.

دست کاری و آزمایش گری شیطنت وار با اجسام، به کودکان اجازه می دهد تا از حواس و بدن خود به عنوان ابزار یادگیری استفاده کنند. از طریق ارتباط با مراکز علم و اشیای آن، کودکان از حواس خود به عنوان روشی برای درک ایده های موجود در مراکز علم استفاده می کنند. برای مثال، مراکز علم با گستره ای از پدیده های جذاب شنوایی، جنبشی و بصری برای بررسی و تجزیه و تحلیل کودکان، پا برجا هستند. تمامی انواع مراکز علم ، کالاهای چندحسی به کار می برند و شرایطی را فراهم می کنند تا کودکان بتوانند در درک مفاهیم اصلی اجسام، سهم بیشتری از آن خود بکنند.

فرصـت هایی بـرای توانـمندسازی و ابـراز وجـود

برای کودکان، مراکزعلم نمایانگرمکانی است پرازاشیا و تجارب جالب که درموردشان نظرات و سوالات زیادی خواهند داشت.بزرگسالان،اغلب احساس می کنند باید اشیاء و اطلاعات را تفسیرو نتیجه گیری کنند و تمام پرسش هایی را که در حین بازدید از مراکزعلم ایجاد می شود پاسخ دهند.در حالیکه،کودکان خود فیلسوفانی قریهی هستند که اگربه آنها زمان وانگیزه داده شود و حمایت شوند،قدرت معناسازی از مواجهه با جهان خواهند داشت. کودکان می توانند به عنوان راهنمای مراکزعلم نقش رهبری را برعهده گیرند؛ این روند آنها را توانا می سازد و به آنها امکان ابرازوجود می دهد (Sloan، ۲۰۰۱).به جای آماده کردن کنفرانس در ارتباط با آن شی، بزرگسالان می خواهند گرایش کودکان را دنبال کنند، به تعابیرآنها گوش دهند و به تفکراتشان با مشغول کردن ذهنشان در بحث های عمیق ترنسبت به اشیا،تجارب و کارهای هنری در مراکزعلم ، وسعت بخشند.

کودکان با شیوه های متفاوت یادگیری به مراکزعلم می آیند.برای مثـال ، یـک کـودک با تمرین های زبان شناسی بیشترین بازده یادگیری را دارد، دیگری ممکن است تکالیف کیهانی را ترجیح دهد و همچنان دیگری با تجارب جنبشی، بیشترین یادگیری را داشته باشد(Gardner، ۱۹۸۳).مراکزعلم برای این تفاوت ها جای مناسبی هستند، چون گزینه های متفاوت بسیاری برای مشغول کردن ذهن و یادگیری ارائه می دهند.فرصت برای دیدن،صحبت کردن،ضبط کردن،بررسی کردن،مقایسه کردن،سوال پرسیدن،حل مسئله و نظریه دادن وجود دارد.در بسیاری از مراکزعلم امکان دست زدن به اشیا، نمایش های دراماتیک، آزمایش،ساختن و ایجاد نمایه های هنری وجود دارد.

رویکـردهای یادگیـری مختـلف

هنگام تشویق کردن کودکان به عکس العمل نشان دادن آنها به اشیای مراکزعلم و نمایه های نمایشگاه و آگاهی از سبک ترجیحی یادگیری شان اهمیت دارد. داویس و گاردنر(۱۹۹۳) استراتژی ها یا «دریچه ها»ی مختلفی را شرح می دهند که ممکن است کودکان را یاری دهد تا وارد بحثی معنی دار در سطح شخصی بشوند. دریچه ی تجربی یا رویکرد تماس دستی، کودکان را به لمس کردن،دست کاری یا عکس العمل نشان دادن با استفاده از حرکات بدن؛ دریچه ی روایی به کودکان این اجازه را می دهد که یک شی را با ابزار داستان تجربه کنند؛ و دریچه ی زیباشناختی بر توصیف کیفیت های بصری و زیبایی شناختی شیی که کودکان با آن مواجه شده اند متمرکزاست.

ترغیـب به همـکاری و کار گروهـی

مراکزعلم ، مکان هایی پویا برای یادگیری هستند، جایی که کودکان و بزرگسالان افکار،احساسات، مشاهدات و ادراک خود در مورد ایده هایی که نمایه ها و اشیا را شامل می شوند، در میان می گذارند. کودکان در حین تماشا وگوش دادن به دیگران یاد می گیرند، با همکاری برای حل مشکل مشارکت می کنند،ایده های خود را به بحث می گذارند و سوال می پرسند.

به ویژه بزرگسالان آشنا وعلاقه مند،برای آماده سازی کودکان در زمینه ی یادگیری در موقعیت های همکاری گروهی، از اهمیت برخوردارند، چون می توانند فضایی آرام بخش و حمایتی برای بازی تجربی و بررسی عمیق تر ایجاد کنند.

بزرگسالان آشنا (مثل والدین و معلم ها) نقش مهمی را در الگو شدن برای رفتارهای آموزشی مناسب و استراتژی های حل مسئله ایفا می کنند. در سال های اخیر،نوآوری ها ی بسیاری در طراحی موثرنمایشگاه و نمایش های تعاملی برای سازگاری با کاربران مختلف در حلقه های آموزشی چند نسله صورت گرفته است.کار کردن در گروه های کوچک با بزرگسالان آشنا به عنوان هم صحبت، کودکان را قادر به یادگیری و به زبان آوردن ایده هایشان می کند و مهارت های یادگیری شراکتی شان را به عنوان بازجویان مشترک جهان رشد می دهد.

کتاب فروشی باغ کتاب

ماموریت ها و رسالت های کتاب فروشی باغ کتاب

آشنایی و انس کودکان با کتاب

در کشوری که سرانه مطالعه با اغماض و با احتساب روخوانی روزنامه‌ها به کمتر از ۱۵ دقیقه در روز می‌رسد، بررسی میزان کتاب‌خوانی کودکان آن اندکی نامتعارف خواهد بود. اما اگر بدانیم که کتاب‌خوانی کودکان یا والدین برای کودکان چه تاثیری در روند تربیتی و شکل‌گیری شخصیت آن‌ها دارد، در این باره اندکی بیشتر تامّل و تعمّق خواهیم کرد.

عادت به مطالعه و تاثیر آن در کودکی و نوجوانی پایدار است. بسیاری از دانشمندان و روانشناسان معتقدند که اساس و زیربنای شخصیت انسان در سال‌های اول زندگی پایه‌گذاری می‌شود و آموخته‌های این دوران، تاثیر عمیقی بر آینده زندگی فرد دارد. بنابراین اگر مطالب خواندنی مفید و سازنده در اختیار کودکان و نوجوانان قرار گیرد و آن‌ها از همان سنین کودکی به مطالعه عادت کنند، راه و رسم زندگی را خواهند آموخت و تحت تاثیر داستان‌ها و کتاب‌های آموزنده، به رشد و تعالی خواهند رسید و در آینده نیز برای حل مشکلات خود از کتاب کمک خواهند گرفت.

الگویی برای کتاب فروشی اختصاصی کودکان و نوجوانان

از آن جایی که کتاب فروشی باغ کتاب در نوع خود، بی نظیر است می تواند نمونه و الگوی خوبی در ابعاد مختلف برای سایر دغدغه مندان و علاقه مندان حوزه کودک و نوجوان باشد. گفتنی است در حال حاضر تنها کتابفروشی و مرکز پخش اختصاصی کودک و نوجوان، خانه کتاب شفق واقع در شهرک غرب می باشد که در مقایسه با باغ کتاب نسبت یک به ده را به خود اختصاص داده است.

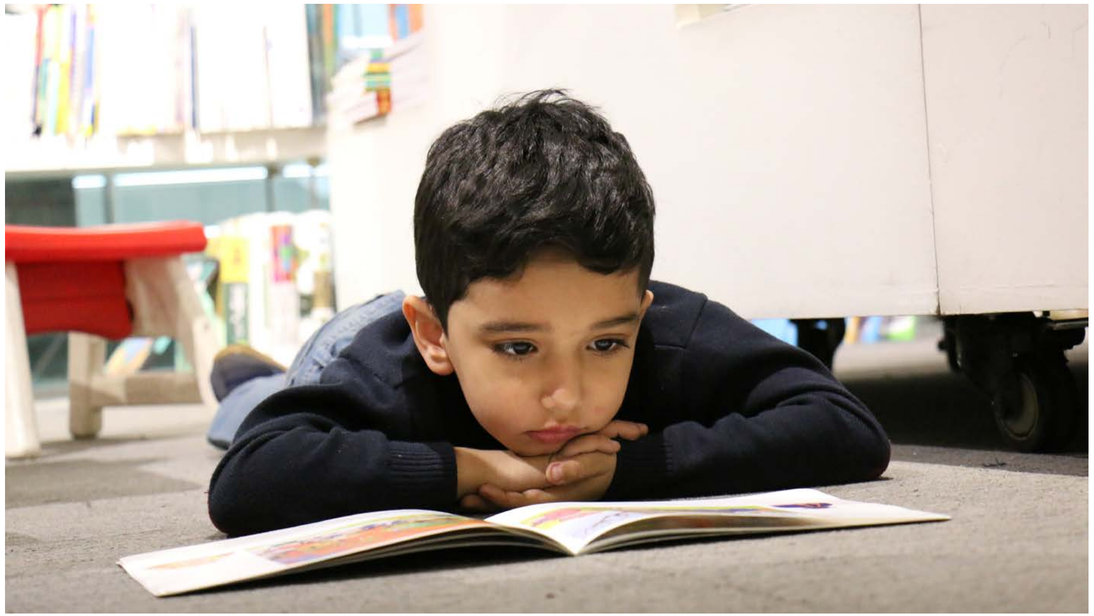
تقویت و تجمیع فرصت عرضه و فروش سازمان یافته محصولات فرهنگی کودک و نوجوان

این فرصت بی نظیر فقط در چنین مجموعه هایی که تمام محصولات مرتبط با یک حوزه را در یک جا جمع آوری کرده اند پدید می آید. این کار، امکان مقایسه دقیق بین محصولات مختلف و متنوع مرتبط با یک حوزه را به مخاطب می دهد. در این بین، تولیدکنندگان با مشاهده تولیدات مختلف پی به نقاط ضعف و قوت برده و ظرفیت های تولید را از نزدیک مشاهده خواهند کرد.

چهره کردن نویسندگان و تصویرگران حوزه کودک و نوجوان در بین مخاطبان

متاسفانه نه تنها کودکان و نوجوانان ما بلکه بسیاری از بزرگسالان ما با چهره های ادبی و هنری این مرز و بوم به میزان کافی آشنا نیستند .شناساندن این چهره ها و سرمایه های ارزشمند با ابزارهای هنری و جذاب تاثیر به سزایی در معرفی آنان به جامعه خواهد داشت .اگر کودکان و نوجوانان ما بتوانند ارتباط خوبی با این چهره ها برقرار کنند قطعا شاهد پیشرفت و الگوگیری روزافزون آنها خواهیم بود.

ویژگی ها و مزایای کتابفروشی باغ کتاب



فضـــای بـــــزرگ

باغ کتاب از لحاظ متراژ به هیچ وجه با نمونه های داخلی قابل قیاس نیست حتی با کتابفروشی های بزرگی مثل شهر کتاب که زیربنای آن ۱۲۰۰ متر است .این فضا بهترین امکانات را در اختیار شما قرار خواهد داد تا در کنار مطالعه و خرید کتاب از خدماتی مثل سالن سینما ،تالار علم و ...بهره مند گردید. ۴۰۰۰ متر فرصت های متنوعی برای برگزاری رخداد می دهد. گشت و گذار و کتاب گردی، نشستن در لم کده ها و شرکت در گعده های مطالعاتی ،استفاده از امکانات آموزشی، رفاهی، تفریحی و... فقط بخشی از این فرصت هاست.

تعـداد کتـــــب

شاید بتوان ادعا کرد بیشتر یا تمام کتاب های موجود در حوزه کودک و نوجوان در باغ کتاب تهیه و جمع آوری و برای فروش عرضه شده است(حدود ۲۲۰۰۰) .با توجه به این حجم از کتاب ، امکان جست و جوی الکترونیکی و سایر امکانات درنظرگرفته شده ،کار را برای مخاطبان تا حد امکان ساده خواهد کرد .هرچند در هربخش افرادی شما را برای دستیابی هرچه سریعتر به کتاب مورد نظر،راهنمائی خواهند کرد.

تنـــوع محـــصولات مرتبـــــط

تنوع محصولات جنبی به قدری زیاد است که شما را از مراجعه به سایر مراکز و فروشگاهها بی نیاز خواهد کرد. هرچند این تنوع ممکن است شما را در تصمیم گیری به سختی بیاندازد اما امکان مقایسه محصولات گوناگون در ابعاد مختلف را به شما خواهد داد.

این اقلام شامل موارد ذیل خواهند بود:

لوازم التحریر(حدود ۱۶ الی ۱۷ هزار)،بازی های فکری (بالای ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰)،نشریات کودک (حدود ۸۰ الی ۹۰)،اسباب بازی های علمی و آموزشی (نوع داخلی آن ،کم ولی انواع خارجی بسیار زیاد) و اقلام مرتبط با جشن تولد کودک مثل کادو (حدود ۳۰۰۰ تا ۳۵۰۰ عنوان داخلی و ۵ الی ۶ هزار عنوان خارجی)

ارائه تمام کتاب های موجود در حوزه کودک و نوجوان

شاید اینکه گزینش خاصی در انتخاب کتابها صورت نگرفته است امتیاز ویژه ای محسوب شود(از این جهت که تمامی کتب حوزه کودک و نوجوان عرضه می شود) اما قطعا محتوا و ظاهر کتابها و گزینش هایی از جنس روانشناختی را هیچ گاه نباید از نظر دور داشت.

بررسی تمامی کتابفروشی های جهان و استفاده از تجارب آنها

تجربه ها گنجینه های ارزشمندی هستند که می توانند به راحتی در اختیار ما قرار گیرند. مسلح شدن به سِلاح تجربه از جهات مختلف ما را به وضعیت مطلوب نزدیک تر خواهد کرد. اگر در این راه تجربه های دیگران را به تجارب خود بیفزاییم قطعا موفقیت ما چندین و چندبرابر خواهد شد. باغ کتاب مجموعه خوبی از برآیند این تجربه هاست که البته فکر و فرهنگ ایرانی-اسلامی نیز در آن دخیل بوده است.

بهره گیری از روانشناسان و مشاوران

در جوامع کنونی کمتر جائی پیدا می شود که از وجود روانشناسان و مشاوران بی بهره باشد. از دادگاهها و مراکز حقوقی گرفته تا صنایع و کارخانه ها هرکدام به نحوی از این نعمت برخوردارند. ارتباط با بعضی از گروههای سنی از جمله کودکان و نوجوانان از حساسیت ها و ظرافت های خاصی برخوردار است که این کار را بسیار حساس و پراهمیت کرده است که جز با بهره گیری از روانشناسان و مشاورانی مجرب و کارآزموده از شخص دیگری ساخته نیست.

ارائــه خــاص کتـــاب ها

ظاهر جذاب کتاب قطعا نقش مهمی در اقبال یا عدم اقبال مخاطبان در تهیه و خرید کتاب خواهد داشت. مخصوصا اگر مخاطب شما از جنس کودک و نوجوان باشد این حساسیت بیشتر خواهد شد. البته در این بین باید سعی شود تا مسائل زیست محیطی نیز مدنظر قرار گیرد مثلا ارائه چند کتاب با روبانی که دور آنها پیچیده شده است، مخاطب را به گرفتن این هدیه ارزشمند ترغیب می کند.

توجه ویژه به کتاب های برگزیده در حوزه کودک و نوجوان

کتابهای متنوعی در طول سال چاپ می شود و سازمانها و بخش های مختلفی وجود دارند که کتابهای برگزیده را انتخاب می کنند. در باغ کتاب، فرصتی به وجود خواهد آمد که این کتابها معرفی شوند.
در بخش پیوست به توضیح مختصری از سازمانها و مراکزی که کتابها را برمی گزینند می پردازیم.

- **جشنواره رشد**
- **جشنواره سپیدار**
- **لاک پشت پرنده**
- **جشنواره کانون**
- **جشنواره کتاب برتر انجمن**
- **شورای کتاب کودک**
- **شهید حبیب غنی پور**

نیازهای مخاطبان کتاب فروشی باغ کتاب و چگونگی پاسخگویی به آنها

نیازهـــای اولیـــه

بسیاری از مخاطبان در مواجهه اولیه با کتابفروشی باغ کتاب سوالاتی غیر مرتبط با موضوع کتاب دارند سوالاتی که بیشتر به نیازهای اولیه برمی گردد. نیازهایی مثل غذا خوردن ،استراحت کردن و انجام فعالیت های بهداشتی برای کودکان .لازم است مسئولین کتابفروشی توجه ویژه ای به نیازهای اولیه که مخاطبین با آن به کتابفروشی وارد می شوند داشته باشد .مثلا خانواده‌ای با فرزندش وارد کتابفروشی می شود و به دنبال محلی برای تعویض فرزند خردسالش می گردد .بنابراین لازم است تمام کارکنان کتابفروشی از محل های مرتبط برای خرید مواد غذایی ،تعویض و نگهداری کودک ،آشامیدن آب و سرویس های بهداشتی مطلع باشند و با رویی گشاده مخاطب را برای برطرف کردن نیازهای خود راهنمایی کنند.

نیـــاز های مرتبـــط با کـــــودک

بسیاری از خانواده ها هنگامی که وارد فضای کتابفروشی می شوند پی می‌برند که این بخش ،مرتبط با کودک است و علاقمندند تا سوالاتی راجع به کودکانشان بپرسند ، سوالاتی مانند اینکه کودک من دیر میخوابد یا کودکم با دیگر کودکان بازی نمی کند یا در دوران بلوغ ، ارتباط با فرزندم کم شده است .سوالاتی از این جنس نشان می‌دهد که خانواده ها علاقمندند سوالاتی از جنس روانشناسی و ارتباط با کودک را از کتاب دار یا کتابفروش بپرسند؛ گاه آنها نیازهای خود را برای مراجعه به مشاور می‌خواهند در کتابفروشی برطرف کنند؛ لذا لازم است تا کتابفروشان نیاز مخاطب را در این زمینه درک کنند و آشنایی و اطلاعات اولیه را در این زمینه داشته باشد ، ولی مهمترین وظیفه آنها این است که رویکردهای مختلف کار با والدین را بشناسند و متناسب با آن به خانواده ها کتاب های مرتبط را معرفی کنند .پس لازم است کتاب فروشان با بخش کتابهای مرتبط با والدین آشنایی کامل داشته باشند و بدانند کدام ناشرین برای چه موضوعاتی چه کتابهایی را تولید کرده اند .مثلا باید بدانند اگر مخاطب به دنبال راهکارهایی برای موضوع خواب و تغذیه کودکان است چه کتابهایی را به او معرفی کنند و اگر به دنبال بهبود رابطه خود با کودک است او را به بخش دیگری ارجاع دهند .

پیشنهاد می‌شود برای آشنایی کتابفروشان با موضوعات مرتبط با سوالات و دغدغه های والدین جلساتی با حضور کارشناسان ، روانشناسان و مشاورین برای آنها برگزار شود تا با رویکردهای مختلف و سبک های والدگری و کتابهای مرتبط با آنها آشنا شوند ، ضمنا پیشنهاد می شود در بخش کتابفروشی مکانی برای گرفتن مشاوره در ساعاتی خاص وجود داشته باشد هرچند که ممکن است در بخشی از سایت کتاب فروشی به تعدادی از سوالات پاسخ داده شده باشد .

بخش دیگری از نیازهای مخاطبان در هنگام مراجعه به کتاب فروشی کاملا مرتبط با موضوعات کتاب است ، آنها ممکن است درباره موضوع خاصی سوال داشته باشند مانند فرزندم به موضوع نجوم خیلی علاقمند است کجا می توانم کتاب های مرتبط با این حوزه را پیدا کنم یا می گویند برای فرزند کوچکم کجا می‌توانم کتاب مناسب را پیدا کنم ، این سوالات مستقیماً با موضوع کتاب کودک مرتبط است . در چنین مواقعی ارتباط مستقیم کتابفروش با مادر و همچنین کودکان بسیار مهم و ضروری است .لازم است در رابطه با نیاز آنها سوالات مرتبطی پرسیده شود مثلاً به دنبال کتاب‌های خاصی می گردید مانند کتاب‌های پازلی ، کتاب‌های حمام یا دائره المعارف؟ کتاب داستان می خواهید یا به دنبال کتاب هایی برای تقویت تخیّل هستید؟ با پرسیدن چنین سوالاتی ، کتاب فروش می تواند نیاز دقیق تر مخاطب را شناسایی کرده و او را به محل مورد نظر راهنمایی کند؛ ضمنا برخی از سوالات می توانند زمینه جدیدی برای مخاطب ایجاد کنند تا بیشتر در کتاب فروشی به دنبال چیزهای تازه باشد .

نیـــاز های مرتبـــط با کتـــــاب

در چنین مواقعی لازم است به حریم والدین و کودکان توجه کنیم اگر با اولین سوال احساس کردید که کودک یا مادر و پدر علاقه‌ای به گفتگو ندارند اجازه بدهید آرام در محیط کتاب فروشی به گشت زدن بپردازند ، ولی اگر نشانی از علاقه یافتید ، می توانید گفتگو را ادامه دهید .برای ارتباط با کودکان خردسال ، هم قد شدن و یا استفاده از عروسک ها برای شروع گفتگو می‌تواند کارآمد باشد ، هنگامی که می خواهید با یک نوجوان ارتباط برقرار کنید شاید پرسش از آخرین کتابی که خوانده و موضوعی که برایش جذاب بوده کمک کند تا کتاب‌ها و بخش های مرتبط را به او نشان دهید .

گاه سوال ها مرتبط با سن کودک یا نوع خاصی از کتاب هستند مثلاً مادری از شما می پرسد آیا این کتاب برای سن کودک من مناسب است؟ بهتر است در چنین مواقعی به جای دادن یک ماهی ، ماهیگیری را به او یاد دهید ، یعنی کتاب را باز کرده و بخش گروه بندی سنی را در کتاب به او نشان دهید یا می‌توانید به او سایت ها و موسساتی که کتاب های مناسب برای گروه های سنی را مشخص می کنند معرفی کنید ، حتما توجه داشته باشید که لازم است در آن موقعیت ،نیاز مخاطب را برطرف کنید . در مواردی خانواده ها نگرانی های خودشان را از نوعی از کتاب نشان می دهند به عنوان مثال می‌گویند نکند لبه های این کتاب دست فرزندم را ببرند! لازم است در چنین مواردی خصوصا در مورد کتاب های خاص ،تذکّرات و الزامات را برای استفاده بهتر از این کتاب ها گوشزد کنید .

باغ کتاب تهران
TEHRAN BOOK GARDEN