



## An Action Research on the Book and Child Innovative Event

**Ali Asghar Sadabadi** (Corresponding Author)

Assistant Prof., Science and Technology Policy Department, Institute for  
Science and Technology Studies, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran  
A\_sadabadi@sbu.ac.ir

**Sara Panahi**

MSc Student of Information Technology Management, Shahid Beheshti  
University, Tehran, Iran  
Panahi.sarah@yahoo.com

**Zohreh Rahimi Rad**

PhD in Science and Technology Policy, Mazandaran University, Babolsar,  
Iran  
Zrahimi.rad@gmail.com

### Abstract

**Purpose:** One of the most effective ways to promote a culture of reading around the world is to encourage reading in childhood. However, children's reading faces many challenges, including non-targeted educational policies, increasing children's attention to cyberspace, lack of special libraries, the expensiveness of books, and so on. Traditional measures have not been able to solve the problems in the field of promoting children's books. Therefore, the aim of the present study is to identify the challenges of previous actions as well as to help solve these challenges by fostering innovative ideas through holding innovation events. In order to achieve its goals, this research study the case of innovative book and child event as a reference for production process, collecting and promoting innovative ideas, standardization, value creation, and also prepare the ground for its implementation, and provide solutions for the relevant policy-making agencies.

**Method:** First, through systematic literature review and then through interviews with experts and application of content analysis method, the challenges of traditional actions in the field of children's books were identified. Reconciliation between children and reading and increasing the children's desire to read and development of creative ideas in this field was occurred in the form of a startup event. This event is a reference for guiding production process, collecting and promoting innovative ideas, team building, value creation and preparing the

ground for its implementation as well as providing solutions for the relevant policy makers.

**Findings:** At first, the existing challenges in the field of books and children were identified in 4 areas (infrastructure, cultural, content, economic). Then, the innovative book and child event, as a startup event in the form of action research that includes four phases of planning, action, observation and reflection, was examined.

**Originality/value:** The numerous challenges identified in the field of promoting children's books have clearly highlighted the need for innovative initiatives. Therefore, in addition to identifying and initially evaluating new applied plans, the innovative book and child event in a dynamic process, challenged these plans, strengthened them in terms of technicality, market and business as well as provided the necessary ground for commercialization of the plan. For example, in this event, an attempt was made to omit intermediaries by creating a direct connection between the publisher and the author, and thus preventing costly publishing, so that the publishers invested in the idea after seeing the initial idea. Another important occurrence in this event was the presence of experts in the field of books and children and their direct contact with the creators of ideas, which greatly helped to improve the quality of works and richness of content and was able to cut the hands of non-specialists

**Keywords:** Children's reading, Startup, Innovation event, Action research

**Conflicts of Interest:** None

**Funding:** None

**Citation:** Sadabadi, A. A., Panahi, S., & Rahimi Rad, Z. (2022). An Action Research on the Book and Child Innovative Event in Order to Improve the Perusal and Reading of Children in Iran. *Research on Information Science & Public Libraries*. 27(4), 739-770.

Research on Information Science and Public Libraries, 2022, Vol.27, No.4, pp. 739-770

[DOR: 20.1001.1.26455730.1400.27.4.3.5](https://doi.org/10.1001.1.26455730.1400.27.4.3.5)

Received: 12<sup>th</sup> December 2021; Accepted: 22<sup>th</sup> February 2022

Article Type: Research-based

© Iran Public Libraries Foundation



## اقدام پژوهی رویداد نوآورانه کتاب و کودک به منظور بهبود وضعیت مطالعه و کتاب‌خوانی کودکان در ایران

علی اصغر سعدآبادی (نویسنده مسئول)

استادیار، پژوهشکده مطالعات بنیادین علم و فناوری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

A\_sadabadi@sbu.ac.ir

سارا پناهی

دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

Panahi.sarah@yahoo.com

زهره رحیمی‌راد

دکتری، سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

Zrahimi.rad@gmail.com

### چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر آن است که علاوه بر شناسایی چالش‌های اقدامات پیشین، با پرورش ایده‌های نوآورانه از طریق برگزاری رویدادهای نوآوری به رفع این چالش‌ها کمک کند.

**روش:** نخست، از طریق مرور نظام‌مند ادبیات و سپس از طریق مصاحبه با افراد صاحب‌نظر و به‌کارگیری روش تحلیل مضمون، چالش‌های اقدامات سنتی در حوزه کتاب کودک شناسایی شد. در ادامه، با استفاده از راهبرد اقدام‌پژوهی، تلاشی متمرکز به‌منظور ایده‌پردازی در حوزه کتاب و کودک با هدف ایجاد آشتی میان کودکان و کتاب‌خوانی و افزایش رغبت به مطالعه در کودکان و رشد و پرورش ایده‌های خلاقانه در این حوزه در قالب یک رویداد استارت‌آپی صورت گرفت.

**یافته‌ها:** ابتدا چالش‌های موجود در حوزه کتاب و کودک در ۴ حوزه زیرساختی، فرهنگی، محتوایی، و اقتصادی شناسایی شد و سپس رویداد نوآورانه کتاب و کودک به‌عنوان رویداد استارت‌آپی در قالب اقدام‌پژوهی که شامل چهار فاز برنامه‌ریزی، اقدام، مشاهده و بازتاب است بررسی شد.

**اصالت/ارزش:** چالش‌های متعدد شناسایی شده در حوزه ترویج کتاب کودک لزوم ابتکارات نوآورانه را به‌وضوح آشکار کرد. ازاین‌رو، رویداد نوآورانه کتاب و کودک در فرایندی پویا ضمن شناسایی و ارزیابی اولیه طرح‌های نوین کاربردی، آن‌ها را به چالش کشیده است و ضمن توانمندسازی آن‌ها از بُعد فنی، بازار و کسب‌وکار، زمینه لازم برای تجاری‌سازی طرح را فراهم آورد. در این رویداد، سعی شد با ایجاد ارتباط

مستقیم بین ناشر و نویسنده، دست واسطه‌ها کوتاه و در نتیجه جلوی پرهزینه بودن نشر گرفته شود، به این صورت که ناشران بعد از مشاهده ایده اولیه روی آن سرمایه‌گذاری کردند.

**کلیدواژه‌ها:** کتاب‌خوانی کودک، استارت‌آپ، رویداد نوآوری، اقدام‌پژوهی

**تعارض منافع:** گزارش نشده است.

**منبع حمایت‌کننده:** گزارش نشده است.

**استناد:** سعدآبادی، علی‌اصغر؛ پناهی، سارا؛ و رحیمی‌راد، زهره (۱۴۰۰). اقدام‌پژوهی رویداد نوآوری کتاب و کودک به‌منظور بهبود وضعیت مطالعه و کتاب‌خوانی کودکان در ایران. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۷(۴)، ۷۳۹-۷۷۰.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی. دوره ۲۷، شماره ۴، صص ۷۳۹-۷۷۰

[DOR: 20.1001.1.26455730.1400.27.4.3.5](https://doi.org/10.1001.1.26455730.1400.27.4.3.5)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۳

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

## مقدمه

زبان به عنوان مهم‌ترین ابزار بیان و ایجاد ارتباط با کودکان بسیار حائز اهمیت بوده است؛ زیرا میزان آگاهی‌ها و شناخت کودکان و نوجوانان گستره کمتر و محدودیت بیشتری نسبت به بزرگسالان دارد. بنابراین، گفته‌ها، نوشته‌ها و سروده‌های کودکان و نوجوانان باید با توجه به فضای فکری و اندیشه و قدرت انتقال مفاهیم ذهن آنان باشد تا بتواند تأثیر لازم را بر ذهن و افکار کودک و نوجوان داشته باشد (دهقان دهنوی و جلالی پندری، ۱۳۹۲). واضح است که کودک برای اظهارنظر باید تفکر کند. مطالعه باعث تفکر خلاق در کودکان می‌شود و به آن‌ها کمک می‌کند که برای تغییر شرایط نظر خویش را اعلام کنند و با دیگران به گفت‌وگو بنشینند (پاشایی، ۱۳۸۸). از جمله پرتکرارترین راه‌حل‌هایی که در سراسر دنیا برای ارتقای فرهنگ کتاب‌خوانی از آن استفاده می‌کنند، تشویق به مطالعه در دوران کودکی است. آشنایی کودکان با کتاب و علاقه‌مندی آن‌ها به این حوزه سهمی بسزا در رشد این امر دارد. تولید کتاب برای کودکان به دلیل ملاحظات و حساسیت‌هایی که در محتوا وجود دارد شرایط خاصی دارد. بر اساس آمار، تقریباً همه کتابخانه‌های فعال در ایران دارای بخش کودک هستند و طبق آخرین آمار در سال ۱۳۹۸، بیش از ۷۸ درصد کل کتابخانه‌ها دارای بخش کودک مستقل هستند. در سال ۱۳۹۸، در ۲۳ میلیون نسخه کتاب کودک کتابخانه‌های کشور امانت داده شد و نکته جالب و البته قابل تأمل این است که از پرمخاطب‌ترین این کتاب‌ها قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب<sup>۱</sup> است (پایگاه اطلاع‌رسانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۳۹۹). این نکته نشان می‌دهد که محتوای فاخر در حوزه کودک بسیار اندک است. به طور کلی، سرانۀ مطالعه پایین در ایران است که یکی از دلایل آن را می‌توان سیاست‌گذاری‌های آموزشی و توجه بیش از اندازه به مطالعات درسی و چاپ متعدد کتاب‌های کمک آموزشی توأم با چاپ محدود و سانسورهای گسترده در زمینه چاپ کتاب‌های ادبی و هنری دانست (هنریست، ۱۳۹۹). برخی مشکلات مطالعه ادبیات کودک و نوجوان را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب مجموعه کتاب‌هایی است به قلم مهدی آذریزدی که در آن داستان‌های کهن را برای کودکان و به زبان کودکانه بازنویسی کرده است.

۱. کاهش نسبی عادت مطالعه در کودکان به سبب عواملی همچون گسترش برنامه‌های صداوسیما، بی‌توجهی یا کم‌توجهی معلمان به مطالعات آزاد در این زمینه، کمبود کتابخانه‌های عمومی تخصصی، گرانی کتاب‌ها و غیره؛
۲. ضعف عمومی مدارس در ایجاد علاقه به مطالعه در دانش‌آموزان؛
۳. نداشتن برنامه‌ریزی دقیق و صحیح انتشاراتی درمورد ادبیات کودک و نوجوان؛
۴. مشکل عدم عضویت کپی‌رایت که همواره یکی از مهم‌ترین اشکال‌هایی بوده که بر سر راه بین‌المللی شدن ادبیات کودک و نوجوان ایران همواره وجود داشته است (رئیزی و حسام‌زاده، ۱۳۹۴).

پاک‌نهاد و همکاران (۱۳۹۵) نیز به مشکلات توزیع کتاب‌های چاپی کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران پرداخته‌اند و این مشکلات را به ۵ دسته زیرساخت‌های فرهنگی، مسائل مالی و اقتصادی، مسائل تشکیلاتی و صنفی، مسائل ارتباطاتی و ارتباطی و همچنین سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی تقسیم کرده است. سپهر و میکایل‌زاده (۱۳۹۳) نیز از منظر نشر نمایشنامه برای کودکان و نوجوانان به این موضوع توجه کرده‌اند. آن‌ها مشکلات این بخش را عواملی همچون کمبود تقاضا از طرف تهیه‌کنندگان تئاتر کودک و نوجوان، کمبود تقاضا از سوی مخاطبان، پایین بودن سطح فرهنگ عمومی، عدم حمایت از کارگردانان تئاتر کودک و نوجوان، کمبود نمایشنامه خوب، عدم حمایت وزارت فرهنگ و ارشاد از تولید نشر نمایشنامه، عدم حمایت نظام آموزش و پرورش از نشر نمایشنامه و گرانی کتاب معرفی کرده‌اند. برازش و قلعه‌نوعی (۱۳۹۱) نیز با بررسی فعالیت ناشران سطح شهر مشهد طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ نشان دادند که ناشران این شهر اغلب در بخش عمومی و برای گروه سنی بزرگسالان فعال‌اند و تنها ۳ درصد از ناشران به صورت تخصصی ناشر کتب کودک و نوجوان هستند. این نتایج آماری نشانگر آن است که حوزه کودک و نوجوان به صورت تخصصی هنوز جایگاه خود را در حوزه نشر نیافته است. به‌طور کلی، پژوهش‌های این حوزه عموماً از یک منظر خاص به چالش‌های کتاب کودک از جمله توزیع یا نشر نگریسته‌اند. بدین‌سان، مطالعه‌هایی که به صورت جامع چالش‌های این حوزه را در کشور رصد کرده باشند مشاهده نمی‌شود. از سوی دیگر، تداوم این مشکل نشان می‌دهد اقدامات سنتی نتوانسته چالش‌های حوزه ترویج کتاب‌خوانی کودک را حل کند. برخی مطالعات

در سال‌های اخیر کوشیده‌اند به ارائه راهکار در این حوزه بپردازند. برای نمونه، صفاری و همکاران (۱۳۹۸) یکی از راهکارهای ارتقای مطالعه کودک و نوجوان را ایجاد تغییرات در ظاهر کتاب‌ها دانسته‌اند. در این راستا، آن‌ها به بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر انتخاب قطع کتاب کودکان همچون مدت زمان استفاده، شکل ظاهری، سبکی، کاربرد، هزینه‌های تولید، فضای داستان، تعداد صفحات و موضوع پرداخته‌اند. رضایی قمی و حمیدی (۱۳۹۵) نیز با این ادعا که کتابخانه‌های کودکان در ایران عموماً از استانداردهای کتابخانه عمومی استفاده می‌کنند به ارائه الگویی مناسب برای کتابخانه‌های کودک در محورهای مختلف همچون رفع نیازهای کودکان و خردسالان، مواد کتابخانه‌ای، خدمات، منابع انسانی، تبلیغات، مدیریت و ارزشیابی، فضا و وسایل تجهیزات پرداخته‌اند. قاضی‌زاده و ایلانلو (۱۳۹۶) تأثیر فعالیت‌های ترویج کتابخوانی اعضای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از جمله معرفی کتاب، شعرخوانی، نشریه، انجمن‌های کتابخوانی را بررسی کرده‌اند. نویسندگان معتقدند به دلیل ضعف فعالیت‌های ترویج کتابخوانی موجود به کارگیری شیوه‌های نوین کتابخوانی توسط مربیان ضروری است. به طور کلی، اغلب پژوهش‌های این حوزه راهکارهای ترویج کنونی را ناکارآمد دانسته و بر لزوم نوآوری در این بخش تأکید دارند. این امر نشان می‌دهد نیازمند راهکارهای نوآورانه برای حل این معضل هستیم (قاضی‌زاده و ایلانلو، ۱۳۹۶).

یکی از شیوه‌های تشویق پرورش این نوآوری‌ها، شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها از طریق برگزاری رویدادهای نوآوری است (سعدآبادی و همکاران، ۱۴۰۰). استارت‌آپ کسب‌وکاری است که بر اساس ایده‌های یک کارآفرین یا یک بنیان‌گذار به صورت فردی شکل گرفته و در جست‌وجوی یک مدل کسب‌وکار تکرارشونده و مقیاس‌پذیر است (کمالی و همکاران، ۱۳۹۹). رویداد نوآوری رویدادی آموزشی-تجربی<sup>۱</sup> است که عموماً هم به صورت یک مدل کسب‌وکار که قابل تکرار و مقیاس‌پذیر است شکل می‌گیرد. اولین رویداد استارت‌آپی در آمریکا در سال ۲۰۰۷ کار خود را آغاز کرد (سروانتس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). هدف از این رویدادها بازنمایی ذهن افراد و کارآفرینی آن‌ها از طریق ملاقات با کارآفرینان است. همچنین، اهمیت این رویدادها را می‌توان در برخورداری از چنین ویژگی‌هایی جست‌وجو کرد. برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

1. experiential-education      2. Cervantes

فراهم‌سازی فرصتی برای عرضه و ارزیابی ایده‌های ناب در حضور مربیان و کارآفرینان موفق، اجرایی کردن ایده‌های نوآور در کمترین زمان ممکن به‌واسطه تشکیل گروه‌هایی متشکل از سرمایه‌گذاران، توسعه‌دهندگان و دیگر ارکان موردنیاز شکل‌گیری یک کسب‌وکار نوآور (ندافی و احمدوند، ۱۳۹۶). این رویدادها عموماً در پنج دسته آموزشی-انگیزشی، توانمندسازی-مهارتی، مسابقات-نمایشگاه و سخنرانی تقسیم‌بندی می‌شوند که هر کدام برای راه‌اندازی کسب‌وکارها به‌نوعی کمک‌کننده هستند (پرنیا و کاظمی پور، ۱۳۹۸). این رویدادها با هدف ایجاد زمین‌هایی برای رشد و احصای نیازهای کارآفرینان و شرکت‌کنندگان در زمینه‌های مختلف برگزار می‌شوند.

در سراسر دنیا، رویدادهایی با هدف رفع چالش‌های حوزه کتاب و کودک برگزار شده است. از آن جمله می‌توان به رویداد WISE<sup>۱</sup> اشاره کرد که به‌طور سالانه شش جایزه به ابتکاری‌ترین پروژه‌های آموزشی جهان اهدا می‌کند. برای مثال، در سال ۲۰۲۱ پروژه‌هایی برگزیده شدند که راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای برخی چالش‌های پیشروی آموزش ارائه داده بودند. سطح پایین مطالعه یکی از این چالش‌ها بود. جایزه ملی راه‌حل‌های نوآورانه<sup>۲</sup> در ایران نیز ابتکاری مشترک توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و دفتر یونسف در ایران بود که برای چالش‌هایی که کودکان و نوجوانان در طول اپیدمی کرونا با آن روبرو شده بودند و به‌منظور ترویج فرهنگ نوآوری‌ها برای کودکان در ایران طراحی شد.

با این مقدمه پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به دو پرسش زیر است:

(۱) چالش‌های اقدامات سنتی در حوزه ترویج کتاب کودک کدام‌اند؟

(۲) یک رویداد نوآورانه چگونه می‌تواند به رفع مشکل کتاب‌خوانی کودکان کمک کند؟

پژوهش حاضر برای دستیابی به اهداف خود از راهبرد مطالعه موردی رویداد نوآورانه کتاب و کودک به انجام خواهد رسید. رویداد نوآورانه کتاب و کودک رویدادی چالش‌محور بود که در کنار تأکید بر دریافت ایده‌های نوآورانه توانست با مطرح ساختن چالش‌هایی مانند فرهنگ و ارزش‌های اخلاقی در محتوای دریافتی از رسانه‌ها، کتاب‌گزینی، آموزش و تربیت در

1. <https://profuturo.education/en/news/profuturo-finalist-wise-2021-educational-innovation-awards/>

2. <https://www.unicef.org/iran/en/press-releases/national-award-innovative-solutions-children-and-adolescents-challenges-during-covid>

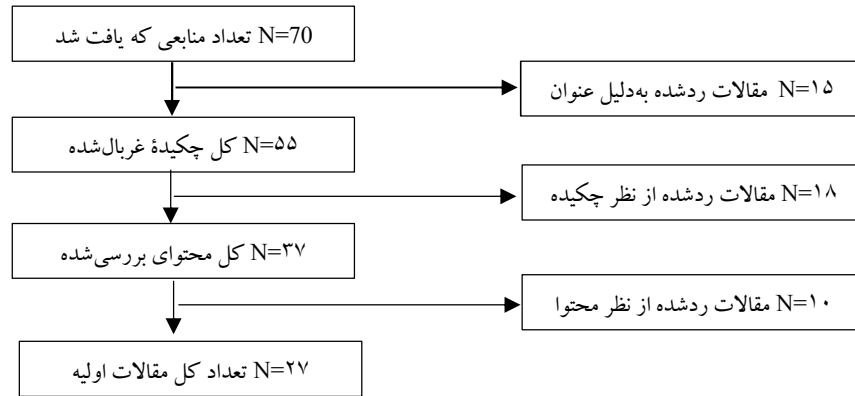
کتاب‌های کودک، کودک و کتابخوانی و مانند این‌ها در بطن خودش، ارائه راهکارها را نیز برای دستگاه‌های سیاست‌گذاری مربوطه داشته باشد. برای مثال، کار در حوزه کودک و چاپ و نشر کتاب هزینه‌هایی بالا دارد، و خروجی‌های این رویداد هزینه‌ها را کم می‌کند؛ چراکه افراد حاضر در رویداد دارای انگیزه هستند و می‌خواهند ثابت کنند که ایده‌شان قابلیت پیاده‌سازی دارد و با هزینه معقول می‌توانند از این ایده‌ها در سازمان‌های مختلف استفاده کنند. این رویداد با اعلام فراخوان پذیرش ایده، داوری اولیه ایده‌های دریافتی و یادگیری و آموزش آغاز شد. سپس، شرکت‌کنندگان با گذراندن دوره‌های آموزشی ایده خود را تکمیل کردند و سپس وارد ارائه آزمایشی ایده خود شدند و با فاصله کمتر از یک ماه و با نقد ارزیابی نهایی ایده‌های خود در گام چهارم وارد رویداد اصلی و فرایند انتخاب ایده‌های برتر شدند.

در ادامه، ابتدا جزئیات روش پژوهش را شرح می‌دهیم. سپس، با شناسایی چالش‌های حوزه کتابخوانی کودک، رویداد نوآورانه کتاب و کودک را در قالب روش اقدام پژوهی بررسی می‌کنیم. در انتها نیز نتیجه‌گیری ارائه خواهد شد.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر در دو گام انجام می‌شود:

۱. شناسایی چالش‌های حوزه کتاب کودک: ابتدا تلاش شد تا چالش‌های کتاب کودک بررسی شود تا بتوان به راه‌حلی نوآورانه در حوزه کتاب و کودک با نگاهی آسیب‌شناسانه رسید. برای شناسایی چالش‌ها، از روش تحلیل مضمون که روشی کیفی برای شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوی معانی داده‌های کیفی است استفاده شد؛ بدین طریق که ابتدا از طریق مرور نظام‌مند ادبیات این حوزه و بررسی مستندات به شکل کتابخانه‌ای، مؤلفه‌های اولیه به دست آمد. در مرور نظام‌مند ادبیات، سعی شد با غربالگری نتایج به دست آمده، پژوهش‌های معتبر و مرتبط انتخاب شود. معیار پذیرش و عدم پذیرش مطالعات شامل محتوای پژوهش، زبان پژوهش و نوع مطالعه بوده است که در نهایت ۲۷ مقاله برای بررسی عمیق انتخاب شد. در شکل ۱، فرایند انتخاب مقاله‌ها ارائه شده است.



شکل ۱. فرایند انتخاب مقاله‌ها

واژه‌های کلیدی مورد استفاده برای جست‌وجو در جدول ۱ ارائه شده است. پایگاه‌های داده مورد جست‌وجو نیز عبارت بودند از: ساینس دایرکت، گوگل اسکالر، نورمگز و پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی.

جدول ۱. واژگان کلیدی مورد جست‌وجو در پژوهش

| ردیف | فارسی                               | انگلیسی                                            |
|------|-------------------------------------|----------------------------------------------------|
| ۱    | چالش‌های کتاب کودک                  | Challenges of children's books                     |
| ۲    | نوآوری اجتماعی در بخش کودک و نوجوان | Social innovation in child and youth services      |
| ۳    | چالش‌های اقدامات سنتی کتاب و کودک   | Challenges of traditional book and child actions   |
| ۴    | رفتار کتاب‌خوانی والدین             | Family Reading Behavior                            |
| ۵    | خلاقیت و نوآوری در حوزه کودک        | Creativity and innovation in the field of children |
| ۶    | ادبیات کودک و نوجوان                | Children and adolescent literature                 |
| ۷    | مطالعه و کتاب‌خوانی کودکان          | Children's reading                                 |

در ادامه این گام، از طریق مصاحبه با ۱۴ خبره که از اساتید دانشگاه، فعالان و ناشران حوزه کودک بودند (شکل ۲) به مضامین و چالش‌ها دسته‌بندی شد. به دلیل دسترسی دشوار به افراد مناسب، برای نمونه‌گیری در این پژوهش از روش گلوله برفی استفاده شد. مصاحبه‌ها نیز به صورت نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. برخی از سؤالات مصاحبه عبارت بودند از: از نظر شما،

آیا کتاب کودک با چالش مواجه است؟ این چالش‌ها کدام‌اند؟ تاکنون اقدامات صورت گرفته در این حوزه مثمر ثمر بوده است؟ اگر مثمر ثمر نبوده است، چرا؟.

جدول ۲. اطلاعات افراد مصاحبه‌شونده

| جایگاه خبره                        | محل اشتغال         | تعداد نمونه | میزان تجربه | کد منبع           |
|------------------------------------|--------------------|-------------|-------------|-------------------|
| هیئت علمی دانشکده ادبیات           | دانشگاه شهید بهشتی | ۴           | ۷ سال       | مصاحبه‌شونده ۱-۴  |
| هیئت علمی دانشکده علوم تربیتی      | دانشگاه شهید بهشتی | ۴           | ۵ سال       | مصاحبه‌شونده ۵-۸  |
| هیئت علمی پژوهشکده مطالعات بنیادین | دانشگاه شهید بهشتی | ۲           | ۳ سال       | مصاحبه‌شونده ۹-۱۰ |
| سر دبیر                            |                    |             | ۲ سال       | مصاحبه‌شونده ۱۱   |
| ناشر                               | انتشارات حوزه      | ۴           | ۱۰ سال      | مصاحبه‌شونده ۱۲   |
| کارمند                             | کودک               |             | ۵ سال       | مصاحبه‌شونده ۱۳   |
| نویسنده                            |                    |             | ۱۱ سال      | مصاحبه‌شونده ۱۴   |

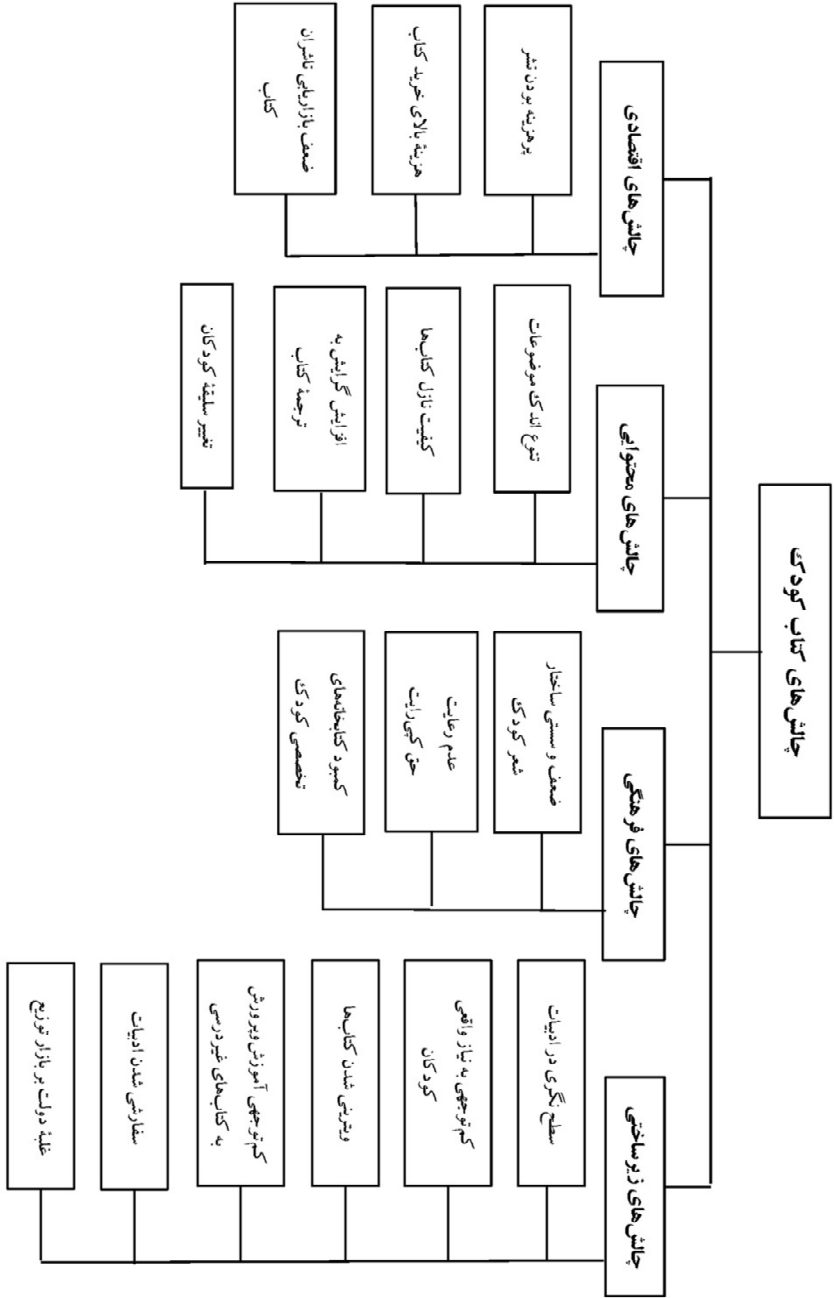
۲. فرایند اقدام پژوهی به منظور بهبود وضعیت مطالعه و کتابخوانی: اقدام پژوهی رویداد کتاب و کودک به مدت ۵ ماه از ابتدا تا انتها به طول انجامید که با فراخوان جذب ایده‌های متنوع شروع شد و با داوری و انتخاب ایده‌های برتر توسط داوران متخصص در این حوزه و حضور سرمایه‌گذاران به پایان رسید و به خروجی مطلوبی دست یافت. با توجه به روش انتخابی ما در این پژوهش که اقدام پژوهی و استفاده از تحلیل کیفی است، داده‌های ما از طریق جمع‌آوری اسناد و مدارک، مصاحبه با خبرگان و مشاهده و نهایتاً بررسی و تحلیل آن‌ها بوده است. در تحلیل توصیفی، جمع‌آوری داده و تحلیل داده هم‌زمان انجام می‌شود؛ زیرا داده‌ها حجیم هستند و نیاز به سازمان‌دهی دارند و چون داده‌ها بعضاً با یکدیگر هم‌پوشانی دارند مرتباً تقلیل پیدا کنند.

## یافته‌ها

### چالش‌های حوزه کتاب کودک

با توجه به تحلیل مضمون مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان، چالش‌ها در چهار حوزه زیرساختی، فرهنگی، محتوایی، اقتصادی دسته‌بندی شدند که در شکل ۲ مشخص شده است. در ادامه، توضیحات هریک از این چالش‌ها ارائه شده است.

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



## ۱. چالش‌های زیرساختی

۱-۱. سطحی‌نگری در ادبیات: با توجه به دسترسی آسان کودکان به فضای مجازی، آن‌ها دیگر حوصله کتاب خواندن به مدت طولانی را ندارند و این باعث شده است به سمت کوتاه‌خوانی حرکت کنند و به کتاب‌های عمیق‌تر رغبت نداشته باشند (مصاحبه‌شونده شماره ۲). یکی از مقوله‌های اصلی که بر مطالعه کودکان و نوجوانان تأثیرگذار بوده است، رشد و توسعه رسانه‌های نوین صوتی و تصویری به جای مکتوبات است که پاره‌ای از کارشناسان آن را در رقابت با کتاب، حتی کتاب‌های خوب، نیرومندتر می‌بینند (امیری میجانی، ۱۳۹۵). ابزارهای الکترونیکی همچون رایانه و تلویزیون جانشین مطالعه نمی‌شوند. این ابزارها با وجود نقش مهم در پیشرفت اجتماعی به هیچ وجه فرد را از فراگیری خواندن و نوشتن بی‌نیاز نمی‌کنند (قرل‌ایاغ، ۱۳۹۳).

۱-۲. کم‌توجهی به نیاز واقعی کودکان: امروزه، متأسفانه ناشران گرایش زیادی به ادبیات هیجانی پیدا کرده‌اند. بخش اعظمی از این ادبیات هیجانی هم کتاب‌های ترجمه هستند و چون در نشر کتاب یک مؤلفه مهم فروش است، بعضاً توجه به نیاز کودک فدای فروش می‌شود و بنابراین ناشرانی که به دنبال ادبیات ویژه و جدی و خاص کودک هستند کنار گذاشته می‌شوند و بری بقا در این حوزه مجبورند به ادبیات هیجانی روی بیاورند. این خود عاملی است که ادبیات کودک را به سمت تخریب و ضعف می‌برد (مصاحبه‌شونده شماره ۴).

۱-۳. ویرینی شدن کتاب‌ها: این روزها کتاب‌ها به سمت ویرینی شدن پیش می‌روند و نویسنده تحت فشار قرار می‌گیرد که داستان خود را تبدیل به یک مجموعه داستان می‌کند تا در ویرین به فروش برسد (مصاحبه‌شونده شماره ۱۰).

۱-۴. کم‌توجهی آموزش و پرورش به کتاب‌های غیردرسی: آموزش و پرورش جدی به کتابخوانی نگاه نمی‌کند، آن را نوعی تفریح و سرگرمی می‌داند در صورتی که بچه‌های کتابخوان از همه جهات به‌ویژه در درس موفق‌تر هستند؛ چون درک مطلب آن‌ها بالا می‌رود. وقتی آن‌ها اهل مطالعه می‌شوند می‌دانند چه می‌خوانند و با دنیایی وسیع‌تر آشنا می‌شوند و یاد می‌گیرند برای دانستن می‌توانند از منابع مختلفی استفاده کنند که خودش یک مهارت برای بچه‌ها است (مصاحبه‌شونده شماره ۱۰). یکی از اهداف عالی نظام رسمی آموزش و پرورش کشور اجتماعی کردن صحیح کودکان و نوجوانان است و این مهم در سایه سازگاری و برقراری ارتباط مطلوب با دیگران میسر و یکی از روش‌های اجتماعی کردن مطالعه و کتابخوانی است؛ زیرا بر

جهان‌بینی و شخصیت کودک تأثیر می‌گذارد و کودک از راه کتاب است که چهرهٔ اجتماع را می‌بیند و با نقش‌ها و روش‌هایی که باید در پیش بگیرد آشنا می‌شود (ظهیری ناو و رجبی، ۱۳۹۰).  
۱-۵. غلبهٔ دولت بر بازار توزیع: یکی از مسائلی که این روزها شاهدش هستیم پدیدهٔ دولتی شدن توزیع کتاب است و تا زمانی که این سلطه وجود داشته باشد نمی‌توان انتظار خلاقیت و رقابت در حوزه‌های مختلف از تألیف گرفته تا نشر داشت (مصاحبه‌شونده شمارهٔ ۱۲). تولید و نشر کتاب حالتی سفارشی شده پیدا کرده است و ادبیات غالبی که در بازار دیده می‌شود ادبیات رمانتیک و ملودرام در عرصهٔ کودک است. در نشر و توزیع کتاب، مؤلفه‌های مالی و اقتصادی زیادی دخیل هستند که از جملهٔ آن‌ها می‌توان به گرانی تبلیغات در صداوسیما، وجود کالای جانشین و گرانی کتاب اشاره کرد که بحث توزیع را حساس و سخت می‌کند (رینگستاد و لویلند، ۲۰۰۶). بنابراین، نهاد دولتی در اینجا ورود پیدا می‌کند و توزیع را دست می‌گیرد.

## ۲. چالش‌های فرهنگی

۲-۱. ضعف و سستی ساختار شعر کودک: در حوزهٔ ادبیات کودک، تنوعی از بلا تکلیفی و رهاشدگی دیده می‌شود، و در حوزهٔ تخصصی شعر کودک بیشتر شاهد این رهاشدگی هستیم. چیزی که دیده می‌شود این است که شعر کودک از حالت تخصصی خارج شده و هر کسی وارد این حوزه شده و دست به تولید محتوا زده است و این یعنی اینکه محتوای کودک و توجه تخصصی به آن نادیده گرفته شده است و کمیت تولید به کیفیت تولید متأسفانه الویت داده شده است (مصاحبه‌شونده شمارهٔ ۱۴). در واقع، شعر کودک یکی از ابزارهای انتقال فرهنگ به نسل بعد است، و بنابراین نمی‌تواند خالی از پیام و اندیشه باشد. این ادبیات برای کودکان به وجود می‌آید چون خوانندگان این آثار در سنین رشد فکری و عاطفی هستند به‌طور ویژه خالق اثر وظیفه دارد با پیام خود به رشد همه‌جانبهٔ کودک و نوجوان کمک کند (سلطان‌القزایی، ۱۳۸۴؛ سیدرضایی و حسنی، ۱۳۹۰).

۲-۲. عدم رعایت حق کپی‌رایت: در مبحث کتاب‌های ترجمه، ناشران برای سوددهی بیشتر به ترجمه روی آورده‌اند و با عدم رعایت کپی‌رایت، کتاب‌های بی کیفیت زیادی با ترجمه‌های ضعیف منتشر می‌شود (مصاحبه‌شونده شمارهٔ ۱۱).

۲-۳. کمبود کتابخانه‌های تخصصی کودک: کتابخانه‌ها در سراسر کشور به تساوی تقسیم نشده‌اند. برخی مناطق اصلاً کتابخانه ندارند. دانش‌آموزان باید بتوانند عضو کتابخانه‌های در دسترس محل سکونتشان باشند. باید تعداد کتابخانه‌ها زیاد شود و بر اساس رابطه‌ی علی و معلولی زمانی که تعداد کتابخانه‌ها افزایش می‌یابد نیاز است تا تعداد کتب هم تکثیر پیدا کند. این فرایند باعث می‌شود تا کودکان ترغیب به کتاب‌خوانی شوند و در پی آن باشند (مصاحبه‌شونده شماره ۸).

### ۳. چالش‌های محتوایی

۳-۱. کیفیت نازل کتاب‌ها: این روزها شاهد کتاب‌هایی هستیم که به دلیل ارزان بودن یا جذابیت بصری‌ای که برایشان ایجاد می‌کنند به فروش می‌رسند ولی کیفیت لازم را ندارند و کودکانی که برای اولین بار است با این آثار مواجه می‌شوند ممکن است میل و رغبت به کتاب‌خوانی را از دست بدهند و حتی دیگر سراغ کتاب نروند (مصاحبه‌شونده شماره ۷). ناشران کودک و نوجوان با اصلاح آسیب‌های موجود در این حوزه نقشی مفیدی در رشد صنعت نشر خواهند داشت. توجه به ظاهر کتاب از جمله انتخاب درست قطع آن سبب جذابیت محصول برای مخاطبان و توسعه صنعت نشر می‌شود (صفاری، اسدی و شریفی مهرجردی، ۱۳۹۶).

۳-۲. تنوع اندک موضوعات: یکی از الزامات صنعت چاپ این است که باید ویتیرینی از همه سلاقی و علاقی باشد و همه گروه‌های سنی مختلف باید محتوای خاص خود را داشته باشند. یکی از مصاحبه‌شوندگان اذعان داشت چیزی که شاهدش هستیم نوعی تقلید و کپی‌کاری علی‌رغم توجه به ابعاد مختلف ادبیات کودک و نوجوان است و نویسندگان اغلب وقت کافی برای کشف و ورود به بخش‌های یونیک و تازه ادبیات را ندارند (مصاحبه‌شونده شماره ۶). یک راهکار این است که دولت در بازار کتاب از طریق قانون‌گذاری در قیمت کتاب، کمک‌های مالی به نویسندگان و ناشران، مالیات بر ارزش افزوده کم، ایجاد کتابخانه‌های عمومی و آموزش دخالت کند تا به تنوع عرضه کتاب و ترویج خواندن کمک کند (پاک‌نهاد، صفی و فهیم‌نیا، ۱۳۹۴).

۳-۳. تغییر سلیقه کودکان: دسترسی بچه‌ها به اینترنت و رسانه‌های مختلف اینترنتی باعث شده است تا سلیقه آن‌ها تغییر کند. الان کودک و نوجوان به دنبال چیزی است که ضرب آهنگ تند و هیجانی داشته باشد. در این راستا، ناشران دست به نشر کتاب‌های ترجمه زیادی زده‌اند که در قالب بازی و هیجان داستان را پیش می‌برند، اما این پیش بردن داستان هیچ عمق و ریشه‌ای ندارد که کودک را به اندیشه وادارد (مصاحبه‌شونده شماره ۱). در کتاب‌های داستان باید ارتباط محتوای

کتاب با درک رشد ذهن کودک و وضعیت روانی وی متناسب باشد (دایر و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰)  
۳-۴. افزایش گرایش به ترجمه کتاب: متأسفانه گرایش به سمت نشر کتاب‌های ترجمه  
چندین برابر شده است؛ زیرا هم ارزان‌تر است و هم راحت‌تر و سریع‌تر انجام می‌گیرد. بنابراین،  
ترجیح ناشران به ترجمه کتاب بالا رفته است (مصاحبه‌شونده شماره ۵).

#### ۴. چالش‌های اقتصادی

۴-۱. پرهزینه بودن نشر: گرانی قیمت کاغذ و بی‌ثباتی آن در بازار یکی از مهم‌ترین دلایل  
پرهزینه بودن نشر است؛ زیرا ناشران صبر می‌کنند تا بازار به تعادل برسد و از آن طرف هم  
نمی‌توانند خطر کنند و به سمت چاپ اثر نویسندگان جدید بروند؛ زیرا می‌ترسند که با چاپ اثر  
جدید شکست بخورند. بنابراین، حاشیه امن برای آن‌ها بازنشر کتابی است که چندین بار  
چاپ شده است (مصاحبه‌شونده شماره ۱۳).

۴-۲. هزینه بالای خرید کتاب: در چالش مربوط به نبود کتابخانه و عضویت در آن، پیشنهاد  
می‌کنم تا کتابخانه‌هایی در تمامی مناطق از جمله مناطق محروم تأسیس شود. این روند موجب  
می‌شود کودک و نوجوان بدون نگرانی بابت گرانی و پرهزینه بودن کتاب و مطالعه در پی  
کتاب‌های جدید باشد و این توفیق اجباری برای خانواده‌ها ایجاد می‌کند تا برای کتاب خواندن  
فرزند خود هزینه کنند. از این رو، یکی از دلایل وجود مهم و تأثیرگذار کتابخانه‌ها این است  
بچه‌هایی که خانواده‌های آن‌ها امکانات مالی مناسبی ندارند با عضویت در آن‌ها به انواع کتاب‌ها  
دسترسی پیدا می‌کنند و با هزینه کم می‌توانند به کتاب‌های بی‌شماری دسترسی پیدا کنند  
(مصاحبه‌شونده شماره ۳). مطالعه‌ای نشان می‌دهد که انگیزه کودک برای خواندن که نقشی مهم  
در استمرار خواندن دارد لزوماً بر اساس سطح درآمد پیش‌بینی نمی‌شود (بیکر و شر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲).

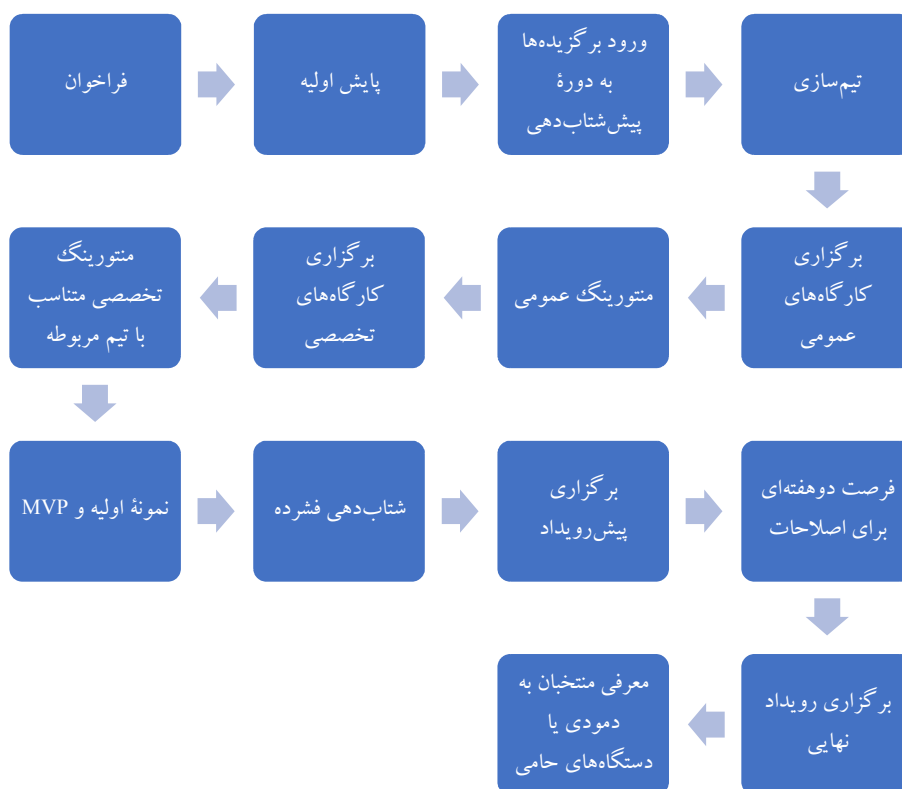
۴-۳. ضعف بازاریابی ناشران کتاب: یکی از اساتید این گونه توضیح داد که بخش مهم در  
چاپ و نشر کتاب، ناشران هستند که به کتاب از جنبه اقتصادی آن نگاه و بازاریابی می‌کنند و  
توجهشان نیز به کارهای پرفروش است، کتاب‌هایی که در ویرین دیده شوند. متأسفانه، این  
بازاریابی و فروش پردرآمد در قالب مجموعه داستان‌ها و کتاب‌های چندجلدی اتفاق می‌افتد و  
نویسنده هم به‌ناچار زیر بار این کار می‌رود (مصاحبه‌شونده شماره ۹).

1. Dyer, Shatz & Wellman

2. Baker & Scher

### چرخه اقدام پژوهی

از آنجا که گام‌های فرایند اقدام پژوهی یعنی مرحله مقدماتی، اقدام، مشاهده و بازتاب متناظر با مراحل طی شده در رویداد یعنی انتخاب موضوع رویداد، بازبینی و اصلاح ایده‌ها، تحلیل نقطه‌نظرها و تهیه گزارش و ارزیابی نهایی است، در این پژوهش اقدام پژوهی به عنوان روش استفاده شده است (جدول ۳ و شکل ۳).



شکل ۳. فرایند طی شده در رویداد نوآورانه کتاب و کودک

جدول ۳. فرایند اقدام پژوهی رویداد نوآورانه کتاب و کودک

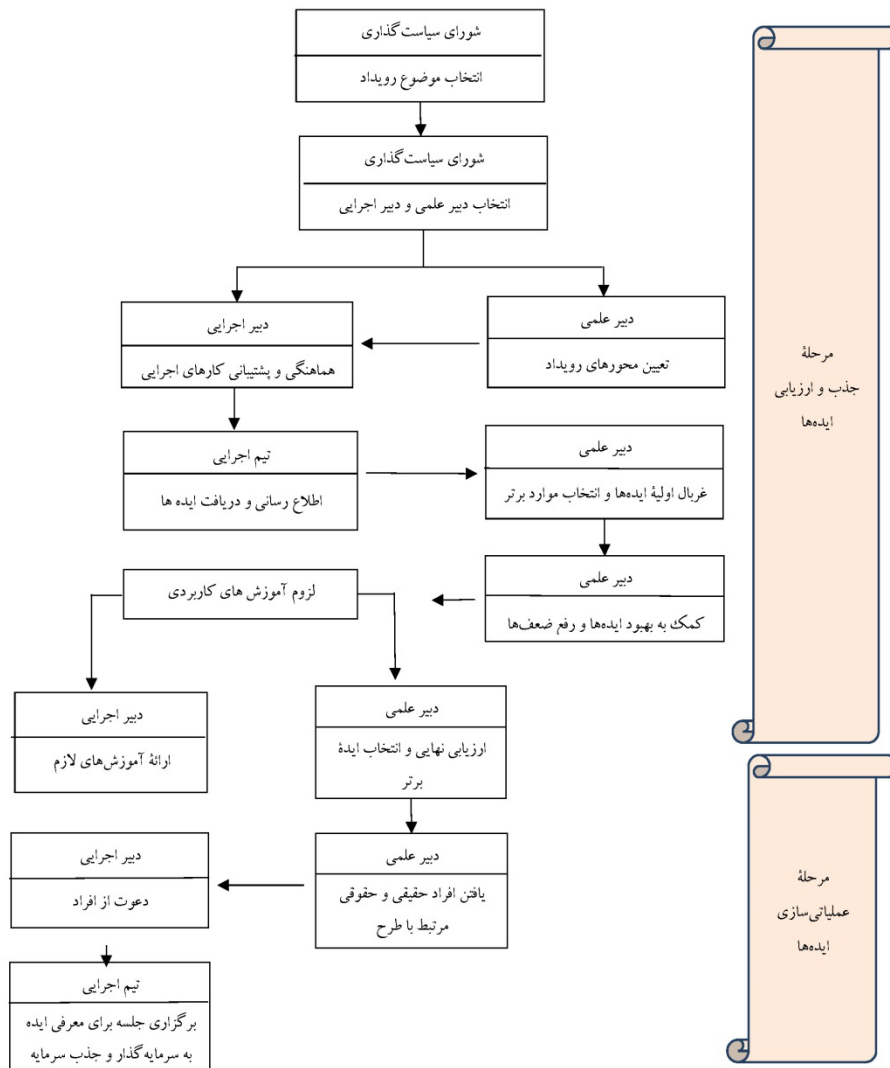
| گام‌ها                          | اقدامات                                                                  | اقدام پژوهی رویداد نوآورانه کتاب و کودک                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱. برنامه‌ریزی                  | ۱. انتخاب موضوع رویداد                                                   | ۱. تولید محتوا<br>۲. آغاز پویش کتاب و کودک<br>۳. اعلام فراخوان<br>۴. بارگذاری طرح‌ها در قالب فایل ورد ۱۰۰۰ کلمه‌ای و ویدئو سه دقیقه‌ای در سایت                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                 | ۲. تولید محتواهای موردنظر و فراخوانی توسط برگزارکنندگان                  | ۵. بررسی رویدادهای استارت‌آپی داخلی و بین‌المللی در حوزه کودک و یافتن کم‌وکاستی‌های آنان<br>۶. داوری اولیه ایده‌های دریافتی (گروه‌ها برای اثبات ایده‌هایشان به رقابت با هم پرداختند در روش نادرست (سنتی)، تمرکز اساسی بر «قانع کردن ارزیابان برای کارآمدی طرح» و «ارائه جزئیاتی از ایده پیشنهادی» است. در واقع، هدف اصلی انتخاب ایده‌ای بی‌نقص و منطقی از نظر اقتصادی است. در روش صحیح ارزیابی ایده‌ها، ارزیابان بر رشد و اصلاح طرح پیشنهاد شده تمرکز دارند و سعی می‌کنند با بررسی کاستی‌ها، نقاط ضعف و بخش‌هایی که نیاز به بهبود دارند موجب رشد و ارتقای طرح‌های پیشنهادی شوند. در اینجا، رویکرد غالب، رویکرد آموزشی و مربی‌گونه است. در نهایت، تیم‌های منتخب توسط داوران و شورای سیاست‌گذاری رویداد انتخاب شدند و به مرحله پیش‌رویداد راه یافتند. |
|                                 | ۳. تقویت مهارت‌های برقراری ارتباط و دعوت از شرکت‌کنندگان در اجرای رویداد |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                 | ۴. بازیابی و اصلاح ایده‌ها                                               | ۲. اقدام<br>برگزاری پیش‌رویداد، دوره‌های آموزشی و ارزیابی، گردهمایی پایش‌گرها و مشارکت‌کنندگان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ۳. مشاهده                       | ۵-تحلیل ایده‌ها و تهیه گزارش                                             | پایان پیش‌رویداد، و نقد و اولیه ایده‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ۴. بازتاب (تحلیل و تعدیل اقدام) | ۶-ارزیابی نهایی                                                          | رویداد اصلی، ایده پردازی و انتخاب ایده‌های برتر کارهایی که با شناسایی چالش‌ها و در راستای راهکارهای مطرح شده در این رویداد انجام شد:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| گام‌ها | اقدامات | اقدام پژوهی رویداد نوآورانه کتاب و کودک                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |         | <p>رویداد کتاب و کودک به آثاری توجه کرد و سعی بر انتخاب ایده‌هایی داشت که به لحاظ کیفی حرفی برای گفتن داشتند</p> <p>در این رویداد تلاش شد تا به تمام سلاقی و نیازهای قشر کودک نگاه مثبت و ویژه‌ای شود و حتی سعی شد کارهای هنری، کاردستی و خلاقانه در حوزه کتاب وارد شود</p> <p>رویداد کتاب کودک سعی کرد تا به ایده‌های خلاق در حوزه کتاب و کودک میدان دهد و فرصتی را فراهم سازد تا افراد فرصت بروز و ظهور در این حوزه داشته باشند و ظرفیت آن‌ها در این حوزه سنجیده شود</p> <p>رویداد کودک سعی کرد تا در طول فرآیند خود از افراد متخصص و ماهر در این حوزه چه در کارگاه‌های برگزار شده خود، چه در پایش‌های انجام شده استفاده کند که مشخصاً مرتبط با حوزه کتاب و کودک باشند همچنین در دعوت از سرمایه‌گذاران برای اختتامیه افرادی را به ایده‌ها و افراد متصل کند که بتوانند به شرکت‌کنندگان به‌طور تخصصی کمک کنند و دید مادی گرایانه به ایده نداشته باشند.</p> <p>رویداد کتاب و کودک در بطن دانشگاه شهید بهشتی با برگزاری رویداد خود سعی کرد تا توجه خود به بعد ادبی و هنری کتاب را بدون در نظر گرفتن بعد روان‌شناختی مطرح کند مثلاً تلاش شد تا کاردستی و هنرهای تجسمی هم در خلال بحث صرف ادبیات کودک مورد توجه قرار بگیرد.</p> |

#### الف. گام اول (شکل‌گیری ایده اولیه)

نخستین رویداد نوآورانه کتاب و کودک با هدف ایجاد آشتی بین کودکان و کتاب‌خوانی و افزایش رغبت به مطالعه در کودکان در بهمن سال ۱۳۹۹ به‌همت مرکز نوآوری علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی و شتاب‌دهنده گام دوم و با تشکیل شورای سیاست‌گذاری آن آغاز به کار کرد.

ساختار اجرایی و فرایندهای کلیدی این رویداد به شرح زیر است:



در اولین گام از رویداد نوآورانه کتاب و کودک، محتواهای موردنظر تولید شد و فراخوانی توسط برگزارکنندگان رویداد صورت گرفت که طی آن ۶۳ تیم طرح‌ها و ایده‌های نوآورانه خود را برای دبیرخانه رویداد ارسال و برای شرکت و حضور در این رویداد اعلام آمادگی کردند. موضوع اصلی رویداد کودک تولید محتوای کتاب کودک (داستان و داستانتک)، قصه‌گویی و

خانواده و کودک و کتاب بود. مخاطبان اصلی این رویداد نوآورانه-کارآفرینانه سه دسته کلی از افراد هستند که عبارت‌اند از:

- گروه الف: سال‌های قبل از دبستان
- گروه ب: سال‌های آغاز دبستان
- گروه ج: سال‌های پایان دبستان (کلاس‌های چهارم، پنجم و ششم)

#### ب. گام دوم (پیش‌رویداد)

در دومین گام، طرح‌ها و ایده‌های ارسال شده تحت نظر دبیران علمی و اجرایی رویداد مورد بررسی و ارزیابی و پایش قرار گرفتند که از میان آن‌ها ۱۵ طرح واجد شرایط حضور در این رویداد شناخته شدند. در این گام، در واقع فرایند جذب و ارزیابی ایده صورت گرفت. در مجموع، نیازهای اصلی درمورد ارائه‌دهندگان ایده‌ها و تجربیات موفق از نزدیک شناسایی شد و برای آن برنامه‌ریزی آموزشی صورت گرفت و دبیر علمی برگزاری رویداد دیدی بهتر از نظر اجرایی به موضوع برگزاری رویداد پیدا کرد. نهایتاً و پس از برگزاری پیش رویداد فرآیند ارزیابی انجام شد و تعداد ایده‌ها و تجربیاتی که قرار است حضور داشته باشند مشخص شد.

#### ج. گام سوم (افتتاحیه رویداد)

افتتاحیه اولین رویداد نوآورانه کتاب و کودک در تاریخ دهم اسفند سال ۱۳۹۹ و به دلیل شیوع ویروس کرونا به صورت مجازی و در بستر اسکای روم آغاز شد. در این برنامه، ۱۵ تیم منتخب هیئت داوران که پیش از این شرایط حضور در این رویداد را پیدا کرده بودند به معرفی طرح و ایده‌های خود پرداختند و مورد ارزیابی و نقد داوران قرار گرفتند تا برای جذب سرمایه و کسب عنوان برتر در رویداد، اصلاحات ضروری روی ایده‌هایشان صورت بگیرد. در این مرحله، کارگاه‌های مرتبط با فعالیت رویداد و همچنین جلسات منتورینگ برای تیم‌ها برگزار شد.

- برگزاری کارگاه‌ها

در این رویداد، برای ۱۵ تیم منتخب، کارگاه‌های آموزشی تدارک دیده شد تا با شرکت در آن‌ها بتوانند با استفاده از حمایت‌های مرکز و مشاوره‌های تخصصی (منتورینگ) محصول خود را توسعه دهند. کارگاه‌های برگزار شده عبارت‌اند از:

جدول ۴. کارگاه‌های برگزار شده در رویداد

| ردیف | عنوان کارگاه                                       | توضیح کارگاه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | ویرایش متون                                        | در این کارگاه، با بیان اهمیت مطالعه و کتاب‌خوانی در حوزه کودک، شاخص‌ها و ویژگی‌های یک کتاب خوب برای کودکان مطرح شد و نکاتی مهم درباره محتوا، نگارش و لحن کتاب‌های حوزه کودک در اختیار تیم‌ها قرار گرفت.                                                                                                                       |
| ۲    | ارائه مؤثر                                         | در این کارگاه، ضمن بیان اهمیت یک ارائه خوب در جذب سرمایه‌گذاران، تشکیل تیم و بعد از آن، فروش محصول یا خدمات، نکاتی مهم درباره اصول و نحوه یک ارائه موفق در اختیار شرکت‌کنندگان قرار داده شد. در این کارگاه، دو مدل ارائه یعنی ارائه آسانسوری و pitch deck به‌عنوان ابزارهای مهم ارائه مؤثر مطرح شد.                           |
| ۳    | روش‌های درآمدزایی از ادبیات کودک در حوزه بین‌الملل | در این کارگاه، در ابتدا تاریخچه‌ای کوتاه از ادبیات کودک و پیش‌تازان این عرصه بیان شد و سپس با بیان مصادیق مختلف، ادبیات کودک در حوزه بین‌الملل مورد بررسی و نقد قرار گرفت و روش‌های درآمدزایی و خلق ارزش در این حوزه مطرح شد.                                                                                                 |
| ۴    | عروسک‌سازی و نقالی                                 | این کارگاه به دو بخش نقالی و عروسک‌سازی تقسیم شد که در بخش نقالی به بیان تاریخچه نقالی در ایران و اهمیت و نکات مهم آن برای تیم‌های شرکت‌کننده به شیوه نقالی پرداخته شد و در بخش عروسک‌سازی نیز اصول اولیه عروسک‌سازی و جذاب کردن عروسک‌ها برای کودکان آموزش داده شد و در انتهای کارگاه نیز یک نمونه عروسک ساخته و پرداخته شد. |
| ۵    | دیجیتال مارکتینگ                                   | در این کارگاه، بر ضرورت شناخت مخاطبان و تولید محتوای مناسب برای آن‌ها تأکید شد.                                                                                                                                                                                                                                               |
| ۶    | مهارت‌های فروش                                     | در این کارگاه، با معطوف کردن توجه تیم‌های شرکت‌کننده به مخاطبان اصلی خود که کودکان و والدین آن‌ها هستند، درباره فروش محصول و خدمات حوزه کودک به تیم‌ها مطالبی بیان شد و از ظرفیت‌های کار در این حوزه برای شرکت‌کننده‌ها صحبت شد.                                                                                              |

#### ● جلسات منتورینگ

در اولین رویداد نوآورانه کتاب و کودک، تیم‌ها پس از برگزاری کارگاه‌ها و نیز در ایام نوروز ۱۴۰۰، با منتورها و مدرسان کارگاه‌ها به‌منظور مشورت درباره طرح‌ها و ایده‌های خود ارتباط داشتند.

۱. پیچ دک (Pitch Deck) روشی استاندارد برای ارائه یک استارت‌آپ است که کارآفرینان از آن به‌منظور جلب توجه سرمایه‌گذاران و تأمین بودجه موردنیاز شرکت خود بهره می‌برند.

#### د. گام چهارم (رویداد نهایی)

پیش‌اختتامیه اولین رویداد نوآورانه کتاب و کودک با هدف مشاهده نتیجه کار تیم‌ها در طول دوره و همچنین بررسی ایرادها و معایب تیم‌ها در ارائه ایده و فعالیت‌های مربوط به ایده و طرح‌شان در تاریخ ۲۸ فروردین ۱۴۰۰ برگزار شد. در این برنامه، تیم‌های شرکت‌کننده تحت نظر دبیران علمی و اجرایی رویداد، با توجه به اصول و شیوه‌های آموزش داده‌شده، به ارائه طرح‌ها و ایده‌های خود پرداختند. همچنین، دبیران علمی و اجرایی رویداد با دادن بازخورد به تیم‌ها، نکات مدنظرشان را با تیم‌ها در میان گذاشتند و آن‌ها را برای مراسم اختتامیه که در تاریخ دوم خرداد سال ۱۴۰۰ در پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد آماده و مهیا کردند.

آیین اختتامیه رویداد نوآورانه کتاب و کودک در دوم خرداد ۱۴۰۰ با معرفی طرح‌ها و ایده‌های برتر برگزار شد. با انتشار فراخوان این رویداد در آذر ۱۳۹۹، ۸۷ ایده به دبیرخانه ارسال شد که پس از غربالگری در سه مرحله، ۲۱ ایده برگزیده شدند. در این مدت، کارگاه‌های تخصصی حوزه کودک، کارگاه‌های کسب و کار و کارگاه‌های ترکیبی برگزار شد، و پس از پایش نهایی، ۱۵ تیم مجوز حضور در رویداد نهایی را به دست آوردند.

آموزش‌های رویداد نهایی شامل تدوین طرح نهایی ارائه ایده، ساخت نمونه اولیه محصول/خدمت<sup>۱</sup> بود. تیم‌ها به همراه منتورهای خود به تقویت ایده‌ها پرداختند. تیم‌ها ایده خود را برای کمیته علمی رویداد ارائه دادند. چند ایده در ایده‌های دیگر ادغام شد و مجدداً با همراهی منتورها و کمیته علمی روی ایده‌ها کار شد. در نهایت و با توجه به ارزیابی هیئت داوران (کمیته علمی)، تیم‌های برتر به انتخاب شد.

در جدول زیر، بخشی از ایده‌های برتر در این رویداد با توجه به دستاوردهای و اهداف آن بیان شده است.

1. MVP

جدول ۵. ایده‌های برتر رویداد

| عنوان ایده           | زمینه‌سازی                                                                                                                                                                                                                                | دست‌آورد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | قشر مخاطب                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱. ننه نخودی         | یک مکان کودک محور برای اجرای بازی و فعالیت و تعامل بر پایه محتوای کتاب و قصه‌ها                                                                                                                                                           | راه‌اندازی فروشگاه آنلاین ننه نخودی<br>اجرای پایلوت طرح در سال ۹۷<br>روی ۳۰۰ کودک در ۳ روز                                                                                                                                                                                                                                         | همه کودکان ۴-۶ سال<br>(۱۰۶،۲۴۶) نفر<br>در اصفهان و والدینشان                                                                                                                                                                     |
| ۲. اسکیل‌اس          | ۱. تقویت مهارت‌های پایه‌ی شناختی<br>۲. افزایش دقت و تمرکز کودکان<br>۳. ارتقای مهارت درک عمیق مطالب                                                                                                                                        | اپلیکیشن اسکیل‌اس (سامانه به سه فاز تقسیم شده است که فاز اول دانش‌آموزان مقطع دوم دبستان آن به‌طور کامل طراحی و طراحی‌شده و بازار اولیه آن برای پیاده‌سازی شده و در حال طی فروش مدارس غیرانتفاعی ابتدایی مسیر اثربخشی با کمک ۶۰ شهر تهران است.<br>دانش‌آموز مقطع دوم ابتدایی است. دو فاز دیگر به‌صورت موازی در حال پیاده‌سازی است) |                                                                                                                                                                                                                                  |
| ۳. نم‌بازی ایده‌گستر | ۱. ارائه خدمات مشاوره‌ای رایگان در زمینه انتخاب محصول مناسب نیاز مشتری<br>۲. قابل سفارش بودن کتاب‌ها با توجه به علایق و نیاز مشتری<br>۳. ارائه خدمات پس از فروش<br>۴. مورد استفاده برای افراد نابینا و کم‌بینا<br>۵. کمک به حفظ محیط زیست | تولید کتاب‌های سه‌بعدی (حسی-لمسی)<br>۴. مدارس استثنایی<br>۵. مراکز و مدارس نابینایان<br>۶. فروشگاه‌ها و مراکز توزیع کتاب و سرگرمی                                                                                                                                                                                                  | ۱. جامعه کودکان دختر و پسر<br>نرمال پیش دبستان و دبستان<br>۲. کودکان دچار اختلالات یادگیری پیش دبستان و دبستان<br>۳. مهدهای کودک<br>۴. مدارس استثنایی<br>۵. مراکز و مدارس نابینایان<br>۶. فروشگاه‌ها و مراکز توزیع کتاب و سرگرمی |

با توجه به چالش‌هایی که در شکل ۲ ارائه شد، در این رویداد سعی شد برخی از چالش‌های بررسی شده در قالب استارت‌آپ‌ها رفع شود. این راهکارها و برنامه‌ها در قالب جدول ۶ مشخص شده‌اند.

جدول ۶. چالش‌ها و راهکارهای پیشنهادی در حوزه کتاب و کودک

| ردیف | نام چالش                                     | موانع شناسایی شده در حوزه کتاب و کودک                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | راهکارها و برنامه‌های پیشنهادی                                                                                         |
|------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | چالش‌های محتوایی (بی کیفیتی کتاب‌ها)         | سهم عمده‌ای از کتاب‌های حوزه ادبیات کودک و نوجوان که این روزها در بازار به فروش می‌رسند کیفیت لازم را ندارند.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | کیفی سازی آثار (رویداد کتاب و کودک به آثاری توجه کرد و سعی بر انتخاب ایده‌هایی داشت که از کیفیت بالایی برخوردار بودند) |
| ۲    | چالش‌های محتوایی (نبود تنوع در ادبیات)       | گونه‌های نوشتن رمان در دنیا متنوع‌اند، اما توجه همه‌جانبه به ادبیات ادبیات ما محدود به یک یا دو گونه شده (در این رویداد تلاش شد تا به همه سلاقی و است، شاید به این دلیل که نویسندگان نیازهای قشر کودک نگاهی مثبت و ویژه حوصله کشف فضاهای تازه و قدم گذاشتن شود و حتی سعی شد کارهای هنری، در آن‌ها را ندارند.                                                                                                                                                                            | توجه به ظرفیت و خواسته روز کودکان                                                                                      |
| ۳    | چالش‌های فرهنگی (روی آوردن به ادبیات هیجانی) | طیفی وجود دارد که به سمت کتاب «هیجانی» گرایش دارند. ناشران امروز هم ایده‌های خلاق در حوزه کتاب و کودک به سمت آن هجوم بردند و عمدتاً هم این میدان دهد و فرصتی را فراهم سازد تا افراد به ادبیات هیجانی فانتزی ترجمه شده فرصت بروز و ظهور در این حوزه داشته باشند.                                                                                                                                                                                                                         | توجه به ظرفیت آن‌ها در این حوزه سنجیده شود                                                                             |
| ۴    | چالش‌های فرهنگی (ضعف و سستی ساختار شعر کودک) | ادبیات کودک که می‌توانست یکی از چه در کارگاه‌های برگزار شده خود چه در حیطه‌های مورد توجه و افتخار ما باشد متورینگ های انجام شده، استفاده کند که اکنون درگیر ابتدال، ضعف و سستی کلام مشخصاً مرتبط با حوزه کتاب و کودک شده است. متأسفانه، کتاب‌هایی که تولید باشند. همچنین، با دعوت از سرمایه‌گذاران می‌شود سری دوزی یا تولید انبوه هستند. برای اختتامیه، افرادی را به ایده‌ها و افراد متصل کند که بتوانند به شرکت کنندگان به طور تخصصی کمک کنند و دیدی مادی گرایانه به ایده نداشته باشند | تخصص گرایی در ادبیات (رویداد کودک سعی کرد تا در طول فرایند خود از افرادی متخصص و ماهر در این حوزه،                     |

| ردیف | نام چالش                                | موانع شناسایی شده در حوزه کتاب و کودک                                                                                                                                                                                  | راهکارها و برنامه‌های پیشنهادی                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۵    | چالش‌های زیرساختی (سطحی‌نگری در ادبیات) | دانشگاه‌ها ادبیات کودک را به رسمیت نشناختند؛ دانشگاه‌های معدودی ادبیات کودک تدریس می‌کنند که از منظر روان‌شناسی ادبیات کودک است، نه ادبیات محض. در واقع، بیشتر شناخت روان‌شناسانه به ادبیات کودک دارند تا ادبی و هنری. | توجه به بُعد ادبی-هنری (رویداد کتاب و کودک در بطن دانشگاه شهید بهشتی با برگزاری رویداد خود سعی کرد تا توجه خود به بُعد ادبی و هنری کتاب را بدون در نظر گرفتن بُعد روان‌شناختی ادبیات محض. مثلاً تلاش شد تا کاردستی و هنرهای تجسمی هم در خلال بحث درباره ادبیات کودک مورد توجه قرار بگیرد) |

پس از برگزاری اختتامیه رویداد نوآورانه کتاب و کودک در خرداد ۱۴۰۰، با به دست آمدن نتایج قابل ذکر زیر، هدف اصلی این رویداد که پرداختن به اهمیت کتاب و کتاب‌خوانی در حوزه کودک بود تا حدی زیاد محقق شد.

جدول ۷. خروجی‌های حاصل شده از رویداد نوآورانه کتاب و کودک

| ردیف | خروجی‌های رویداد                                                   |
|------|--------------------------------------------------------------------|
| ۱    | بانکی از ایده‌های مرتبط                                            |
| ۲    | استارت‌آپ‌های حوزه کودک                                            |
| ۳    | تیم‌سازی در حوزه نوآوری‌های فناورانه کتاب کودک                     |
| ۴    | بسترسازی برای رشد بیشتر این حوزه                                   |
| ۵    | تربیت افراد علاقه‌مند به کتاب کودک                                 |
| ۶    | حمایت از فعالان این حوزه                                           |
| ۷    | تغذیه سازمان‌های سیاست‌گذار این حوزه‌ها با ایده‌ها و تیم‌های ورودی |
| ۸    | تربیت منتورهای تخصصی استارت‌آپ‌های کتاب کودک                       |
| ۹    | رواج بیشتر استارت‌آپ‌های کتاب کودک                                 |
| ۱۰   | تربیت افراد توانمند در حوزه‌های ادبیات و کتاب کودک                 |

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تشریح اقدام پژوهی رویداد نوآورانه کتاب و کودک به منظور بهبود وضعیت مطالعه و کتاب‌خوانی کودکان در ایران صورت گرفت. با توجه به تحلیل مضمون

مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان، چالش‌هایی در چهار حوزه زیرساختی، فرهنگی، محتوایی، اقتصادی مطرح شده است که رویداد کتاب و کودک به اندازه سهم خود سعی داشت تا تعدادی از این مقولات را مرتفع سازد. برای مثال، در این رویداد سعی شد تا با مرتبط کردن مستقیم ناشر و نویسنده به یکدیگر هم دست واسطه‌ها کوتاه شده و هم از این طریق جلوی پرهزینه بودن نشر گرفته شود، به این صورت که ناشران بعد از مشاهده ایده اولیه روی آن سرمایه‌گذاری کردند. به علاوه، در این رویداد سعی شد تا ایده‌هایی انتخاب شود که پیرامون موضوعات متنوع می‌گشت و همچنین سعی شد تنوع موضوعی در انتخاب ایده‌ها وجود داشته باشد. تمرکز این رویداد بر این بود که نیاز روز کودکان مرتفع شده و به سلايق کودکان توجه شود، بدین شکل که ایده‌هایی به مرحله داوری رسیدند که می‌توانستند نیاز بازار را احصا کنند. از تیم‌های نهایی رویداد می‌توان به سه تیم برتر اشاره کرد که در جدول ۵ به تفصیل به فعالیت آن‌ها اشاره شده است، اما به اختصار می‌توان گفت تیم «ننه نخودی» تیم برتر رویداد شد؛ دستاورد این تیم راه‌اندازی فروشگاهي آنلاین بود که مکانی کودک محور برای اجرای بازی و فعالیت و تعامل بر پایه محتوای کودک بود. از دیگر تیم‌های نهایی که به عنوان برگزیده دوم انتخاب شد تیم اسکایلاس بود که اپلیکیشنی طراحی کرد که فاز اول آن که مربوط به دانش آموزان مقطع دوم دبستان است اجرا شده است؛ در این فاز از اپلیکیشن مزبور، به تقویت مهارت‌های پایه شناختی و درک مطلب و افزایش دقت و تمرکز کودک پرداخته شده است. تیم دیگر، تیم نمدبازی ایده گستر بود که به تولید کتاب‌های سه‌بعدی پرداخته و تمرکز آن بر کودکان استثنایی کودکان مبتلا به اختلالات یادگیری و کودکان نابینا است. از راهکارهای پیشنهادی و عملیاتی‌سازی شده رویداد کتاب و کودک می‌توان به این موارد اشاره کرد: انتخاب ایده‌هایی که از کیفیت بالایی برخوردار بوده‌اند، توجه به همه سلايق و نیازهای قشر کودک، استفاده از متخصصان حوزه کودک در طول فرایند رویداد برای برگزاری کارگاه‌ها، و منتورینگ تیم‌ها. به علاوه، حتی سعی شد به جای توجه صرف به بُعد روان‌شناختی و محتوای متنی، به کارهای دستی و هنرهای تجسمی نیز پرداخته شود، به طوری که ایده تیم برگزیده سوم رویداد ایده‌ای تجسمی و خلاق در حوزه کتاب کودک بود. در واقع، این رویداد با فراخوانی برای دریافت ایده در حوزه کتاب و کودک و انتخاب طرح‌هایی برای قرار گرفتن در فرایند رویداد توانست در واقع پلی ایجاد کند که از طریق آن گروه‌ها به سرمایه‌گذاران این حوزه وصل شده و از حمایت آن‌ها برخوردار شوند تا ایده خود را عملیاتی کنند و بتوانند در

بازار اعتماد به نفس بروز و ظهور پیدا کنند. همچنین، این رویداد کوشید فضایی ایجاد کند که افراد بتوانند طرح و ایده‌ای را که در ذهن خود داشتند و محلی برای ارائه و تجاری کردن آن و حتی اعتماد به نفس کافی برای پیاده‌سازی و پیشبرد آن نداشتند با کمک منتورها و متخصصان این حوزه بحث و بررسی کنند و در نهایت نکات کسب و کاری را روی طرحشان اعمال کنند، آن را به منصه ظهور برسانند، برایش سرمایه جذب کنند و آن را عملیاتی سازند. این رویداد کمک کرده است تا افراد بستری داشته باشند تا در حوزه کتاب و کودک به فکر طراحی و ساخت و پرداخت ایده‌های خلاقانه از طریق فراهم‌سازی بستر آموزشی و پژوهشی رایگان و در اختیار قرار دادن اطلاعات و تخصص‌های لازم در حوزه کسب و کار بیفتند. همچنین، از ابتدا تا انتهای طرح، دبیران علمی در کنار تیم‌ها بودند تا در تمام مراحل یاری‌رسان و همراه تیم‌ها باشند. در نهایت، رویداد توانست به هدف ابتدایی خود که ایجاد آشتی بین کودکان و کتاب‌خوانی و افزایش رغبت به مطالعه در کودکان بود تا حدی زیاد دست یابد و چراغی را در مسیر آگاهی و کتاب‌خوانی در حوزه کودک روشن کند

## منابع

- امیری میجانی، آذر (۱۳۹۵). اثرات سوء فضای مجازی بر فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی کودکان و نوجوانان [ارائه مقاله]. اولین همایش ملی آینده پژوهی، علوم انسانی و امنیت اجتماعی، دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان لرستان، خرم‌آباد، ایران. بازیابی شده از <https://civilica.com/doc/667642>
- برازش، محمودرضا؛ و قلعه‌نویی، آزاده (۱۳۹۲). نگاهی به تولید و فروش کتب کودک و نوجوان در مشهد. کتاب مهر، ۸: ۱۶۶-۱۷۷.
- پاشایی، روشنک (۱۳۸۸). فراداستان، زبان انگیزش تفکر در ادبیات کودک ایران: بررسی سه اثر از فرهاد حسن زاده. نقد زبان و ادبیات خارجی (پژوهشنامه علوم انسانی)، ۱۱(۲)، ۱۷-۱.
- پاک‌نهاد، سمیه؛ و صفی، محمدرضا؛ و فهیم‌نیا، فاطمه (۱۳۹۵). مشکلات توزیع کتاب‌های چاپی کودک و نوجوان در ایران از دیدگاه ناشران. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۲(۲): ۳۰۸-۲۹۱.
- پایگاه اطلاع‌رسانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (۱۳۹۹). امانت ۲۳ میلیون نسخه کتاب کودک در سال ۹۸/آذر یزدی همچنان پرمخاطب، بازیابی شده در ۲۰ دی ۱۴۰۰. [www.iranpl.ir/news/23241/](http://www.iranpl.ir/news/23241/)

پرنیا، آیدین؛ و کاظمی پور، فرشته. (۱۳۹۸). *رویدادهای کارآفرینی را بیشتر بشناسید*. بازیابی شده در ۱۹ دی ۱۴۰۰. <https://vrgl.ir/7U2YC>

قزلایاغ، ثریا (۱۳۹۳). *ادبیات کودکان و نوجوانان و ترویج خواندن*. تهران: سمت.  
دهقان دهنوی، زهرا؛ و جلالی پندری، یدالله (۱۳۹۲). بررسی عنصر زبان و ویژگی‌های آن در اشعار کودک و نوجوان "مهدی آذریزدی". *مطالعات ادبیات کودک*، ۴(۱)، ۶۹-۹۰.  
رضائی قمی، بتول؛ و حمیدی، محسن (۱۳۹۵). ارائه الگوی مناسب کتابخانه‌های کودکان از منظر کتابداران متخصص. *دانش‌شناسی*، ۹(۳۲)، ۵۴-۳۷.

رئیزی، مهوش؛ و حسامزاده، لیلا (۱۳۹۴). بررسی سیر تاریخی ادبیات کودکان و نوجوانان ایران. اولین همایش ملی ادبیات کودک و نوجوان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد انار، انار، ایران. بازیابی شده در <https://civilica.com/doc/512408/>

سپهر، فرشته؛ و میکائیل زاده، فرشته (۱۳۹۳). مشکلات نشر نمایشنامه برای کودکان و نوجوانان: دیدگاه صنعت نشر. *مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۵(۱)، ۱۲۳-۱۱۰.

سعدآبادی، علی اصغر؛ آزموده، فهیمه؛ و فرتاش، کیارش (۱۴۰۰). *زودآیند*. اقدام پژوهی رویداد استارت‌آپی (شتاب) خاتون: بررسی نقش‌های دوگانه خانوادگی و اجتماعی زنان. *سیاست‌نامه علم و فناوری*. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.24767220.1400.11.2.6.6>

صفاری، سمیرا؛ اسدی، شهریار؛ و شریفی مهرجردی، علی اکبر (۱۳۹۸). تحلیل عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان بر اساس معیارهای ناشران در ایران. *نامه هنرهای تجسمی و کاربردی*، ۱۲(۲۴)، ۴۸-۳۷.

ظهیری‌ناو، بیژن؛ و رجبی، سوران (۱۳۹۱). بررسی رابطه کتابخوانی و رشد اجتماعی در دانش‌آموزان. *مطالعات ادبیات کودک*، ۲(۱)، ۱۶۵-۱۴۵.

قاضی‌زاده، حمید؛ و ایلانلو، روشنگر (۱۳۹۷). بررسی تأثیر فعالیت‌های ترویج کتابخوانی اعضا کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در افزایش میزان انگیزه مطالعه. *مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی*، ۴(۲)، ۹۱-۹۸.

کمالی، مجید؛ کریمی، پریشان؛ صدیق، مسعود؛ و موسوی، زهراسادات (۱۳۹۹). رهبری کارآفرینانه در استارت‌آپ‌ها [ارائه مقاله]. ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی، شبکه دانشگاه‌های مجازی جهان اسلام، تفلیس، گرجستان. بازیابی شده از <https://civilica.com/doc/1192805>

ندافی، راضیه؛ و احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت آپ‌ها) با استفاده از روش شناسی کیو. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳)، ۵۱۷-۵۳۴.

هنریست (۱۳۹۹). بررسی وضعیت کتاب‌خوانی در ایران. بازیابی شده در تاریخ ۲۱ دی ۱۴۰۰.  
<https://www.honarist.com/2020/05/22/per-capita-reading>

## References

- Amiri Mijani, Azar (2016). The Effects of Cyberspace on Book Culture and Book Reading for Children and Adolescents [Paper presentation]. The First National Conference on Futurology, Humanities and Social Security, *Applied Research Office of Lorestan Police Command*, Khorramabad, Iran. Retrieved from <https://civilica.com/doc/667642>. (in persian)
- Baker, L., & Scher, D. (2002). Beginning readers' motivation for reading in relation to parental beliefs and home reading experiences. *Reading psychology*, 23(4), 239-269.
- Barazesh, M. R., GhalehNovi, A. (2012). A look at the production and sale of children and adolescent books in Mashhad. *Ketab Mehr*, 8, 166-177. (in persian)
- Cervantes, R., & Nardi, B. (2012, March). Building a Mexican startup culture over the weekends. In *Proceedings of the 4th international conference on Intercultural Collaboration* (pp. 11-20).
- Dehghan Dehnavi, Z., & Jalali Pendari, Y. (2013). A study of the element of language and its features in the poems of children and adolescents "Mehdi Azaryazdi". *Journal of Child Literature Studies*, 4 (1), 69-90. (in persian)
- Dyer, J. R., Shatz, M., & Wellman, H. M. (2000). Young children's storybooks as a source of mental state information. *Cognitive Development*, 15(1), 17-37.
- Ghazizadeh, H., Ilanloo, R. (2020). Investigating the Effects of Activities for Promoting Reading among Members of the Institute for the Intellectual Development of Children & Young Adults in Increasing the Mood Reading. *Quarterly Knowledge and Information Management Journal*, 4(2), 91-98. (in persian)
- Ghezel Ayagh, S. (2014). *Children's literature and reading promotion*. Tehran: Samat.
- Honarist (2020). *Investigating the situation of book reading in Iran*. Retrieved on 21 December 1400. <https://www.honarist.com/2020/05/22/per-capita-reading>. (in persian)
- Information base of the Public Libraries of the country (2018). Borrowing 23 million copies of children's books in 1998 / Azaryazdi is still popular. [www.iranpl.ir/news/23241/](http://www.iranpl.ir/news/23241/), retrieved on 20 December 1400. (in persian)

- Kamali, M., Karimi, P., Sediq, M., & Mousavi, Z. S. (2020), Entrepreneurial Leadership in Startups [Paper presentation]. *6th International Conference on Management, Accounting and Economic Development Network of Virtual Universities of the Islamic World*, Tbilisi, Georgia Retrieved from <https://civilica.com/doc/1192805> .(in persian)
- Laing, A., & Royle, J. (2006). Marketing and the bookselling brand: Current strategy and the managers' perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(3), 198-211.
- Nadafi, R., & Ahmadvand, M. (2017). Identification and Prioritization of Development Factors of Startups Using Q methodology. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(3), 517-534. (in persian)
- Paknahad, S., Vasfi, M., & Fahimnia, F. (2016). Children and Adolescent Books Distribution Problems in Iran: Viewpoints of Professional Publishers of the Field. *Research on Information Science & Public Libraries*. 22(2), 291-308. (in persian)
- Parnia, A., & Kazemipour, F. (1398). Learn more about entrepreneurship events. Retrieved on 19 December 1400. form <https://vrgl.ir/7U2YC> (in persian)
- Pashaei, R. (2010). Faradastan, The Language of Thinking Motivation in Iranian Children's Literature: A Study of Three Works by Farhad Hassanzadeh. *Critique of Foreign Language and Literature (Journal of Humanities)*, 1(2), 1-17. (in persian)
- Raisi, M; Hesamzadeh, L. (2015) A Study of the Historical Course of Iranian Children and Adolescent Literature [Paper presentation]. *First National Conference on Children and Adolescent Literature 2015*, Islamic Azad University Anar Branch, Anar, Iran. Retrieved from <https://civilica.com/doc/512408/> (in persian)
- Rezaei Qomi, B, & Hamidi, M. (2016). Provide a suitable model for children's libraries from the perspective of expert librarians. *Science*, 9(32), 37-54. (in persian)
- Ringstad, V., & Løyland, K. (2006). The demand for books estimated by means of consumer survey data. *Journal of Cultural Economics*, 30(2), 141-155.
- Roset, I. (1984). *The psychology of phantasy: an experimental and theoretical investigation into the intrinsic laws of productive mentality*. Progress Publishers.
- Saadabadi, A. A., Azmoudeh, F., & Fartash, K. (2022, in Print). Khatoon Startup Event Action Research: A Study of Dual Family and Social Plans of Women. *Science and Technology Policy*. <https://dori.net/dor/20.1001.1.24767220.1400.11.2.6.6>. (in persian)
- Saffari, S., Asadi, S., & Sharifi mehrjerdi, A. (2019). Analysis the Factors Affecting the Choice of Children and Teenagers Visual Book Format Based on Criteria of Publishers in Iran. *Journal of Visual and Applied Arts*, 12(24), 37-48. (in persian)

- Sepehr, F., & Mikaeelzadeh, F. (2014). Challenges Facing Publication of Plays for Children and Young Adults: Views from Publishing Industry. *Librarianship and Information Organization Studies*, 25(1), 110-123. (in persian)
- Zahirinav, B., Rajabi, S. (2012). Investigating the relationship between reading and social development in students. *Children's Literature Studies*, 2(1), 145-165. (in persian)