

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۲/۱۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۶/۲۲

سمیرا صفاری^۱، شهریار اسدی^۲، علی اکبر شریفی مهرجردی^۳

تحلیل عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان بر اساس معیارهای ناشران در ایران

چکیده

تصور می‌شود که با کاهش میانگین مطالعه در سطح کشور و همچنین سیر نزولی زمان مطالعه، علاقه مردم به خواندن کتاب در آینده نیز کاهش پیدا کرده و صنعت نشر را با چالش جدیدی روبرو می‌نماید. تنوع رسانه‌های دیداری و شنیداری و ضعف فرهنگ مطالعه نیز از علل نزول فروش کتاب است. یکی از راه‌های ایجاد جذابیت جهت افزایش مطالعه، ایجاد تغییراتی در ظاهر کتاب‌ها، به‌ویژه در بخش کودک و نوجوان می‌باشد که باعث جذابیت بصری گردیده و از عادت‌زدگی دیداری جلوگیری می‌نماید. در این پژوهش یافتن عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان، از دیدگاه ناشران به روش تحقیق کاربردی مورد بررسی قرار گرفته و جمع‌آوری اطلاعات با دو روش کتابخانه‌ای و میدانی، با فیش‌برداری و پرسشنامه انجام شده است. به جهت ساخت پرسشنامه استاندارد جهت روایی آن از تکنیک دلفی فازی استفاده گردید تا متغیرهای مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان حاصل شود. برای بررسی متغیرها و یافتن موضوعات مهم در قطع کتاب تصویری، آزمون‌های آماری آزمون کولمگروف-اسمیرنوف و آزمون t تک نمونه مستقل و آزمون فریدمن مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که از دیدگاه ناشران، مؤلفه‌های تأثیرگذار بر انتخاب قطع کتاب کودکان، به ترتیب، مدت زمان استفاده، شکل ظاهری، سبک بودن، کاربرد، هزینه‌های تولید، فضای داستان، تعداد صفحات و موضوع است و در تولید کتاب نوجوان، شاخص‌های مدت زمان استفاده، رنگ و طراحی، کاربرد، موضوع، هزینه‌های تولید و تعداد صفحات در اولویت قرار دارند.

کلیدواژه‌ها: قطع، کتاب تصویری کودک و نوجوان، ناشر، صنعت نشر

۱. گروه هنر و معماری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران (نویسنده مسئول)

Email: saffarisamira@gmail.com

۲. مربی، عضو هیات علمی دانشکده هنر و معماری دانشگاه شیراز، شیراز

Email: shahriar.asadi@gmail.com

۳. استادیار دانشکده هنر و معماری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

Email: sharifimehr@yazd.ac.ir

مقدمه

نشر، به عنوان یکی از شاخصه‌های توسعه در بستر زمان، فصل مشترک فرهنگ، اندیشه، اقتصاد، صنعت، هنر، ادبیات و بسیاری از زمینه‌های دیگر است. نشر کتاب، یکی از بزرگ‌ترین چرخه‌های فرهنگ و اقتصاد محسوب می‌گردد که مواردی چون اطلاع‌رسانی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی، همچنین نقش اقتصاد در اشتغال‌زایی، جذب سرمایه، عرضه و تقاضای بین‌المللی را شامل می‌شود (نظر بلند، ۱۳۸۲: ۴). نشر کتاب، همان تکثیر اثر به کمک شیوه‌های تولید چاپی بر روی کاغذ، توزیع و پخش آن به قصد انتقال اطلاعات است (آذرنگ، ۱۳۷۸: ۱۲۳). تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی هر کشور، بر صنعت فوق‌الذکر تأثیر بسزایی دارد (مطلبی، ۱۳۸۷: ۸۹-۸۸). امروزه، به علت تنوع رسانه‌های صوتی، تصویری و الکترونیکی، مطالعه کتاب رونق کمتری یافته است. البته همراهی انقلاب کتاب با انقلاب کامپیوتر، مسبب گسترش کتاب‌های الکترونیکی، با ویژگی‌هایی چون سهولت انتشار و تکثیر، راحتی و سرعت ویرایش، امکان روزآمدسازی دائمی و آسان، انجام نشر با شمارگان پایین و نیز قیمت نهایی پایین، می‌باشد (گارتون، ۱۳۷۷: ۳۱). لازم به ذکر است که تغییر رفتار اطلاع‌یابی افراد، فرآیند پیچیده‌ای داشته و جایگزینی کامل کتاب سنتی با نوع الکترونیکی آن به زمان و زیرساخت‌های اجتماعی-اقتصادی ویژه نیاز دارد (Cawell, 2003: 993, 998). شمار کتاب، مراجعه به کتابخانه‌ها و امانت گرفتن کتاب، شاخص عمده کتاب‌خوانی در جامعه می‌باشد. شمار با مواردی چون شهرنشینی، زندگی صنعتی، میزان سود و تحصیلات، مصرف اوقات فراغت، سطح و توسعه آموزشی، ارتباط مستقیم دارد؛ به همین دلیل در کشورهای جهان سوم با پایین بودن میزان نشر مواجه هستیم (آذرنگ، ۱۳۷۴: ۲۲) و کشور ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته و حتی سایر کشورهای جهان سوم، دارای پایین‌ترین سرانه مطالعه است (اصغر نژاد، ۱۳۸۰: ۶). پیش رفتن در این راه سبب کاهش سطح سواد فرهنگی جامعه و در امتداد آن شکست صنعت نشر در ایران می‌گردد. لزوم نهادینه شدن عادت به مطالعه از کودکی در شخصیت کودکان، مؤثر در بهبود اوضاع است (هتلاک، ۱۳۶۸: ۵۶). در این راستا، ناشرین کودک و نوجوان، با اصلاح آسیب‌های موجود در این حوزه، نقش مفیدی در رشد صنعت نشر، خواهند داشت. توجه به ظاهر کتاب، از جمله انتخاب درست قطع آن، سبب جذابیت محصول برای مخاطبین و توسعه صنعت نشر می‌گردد. اینکه چه عواملی مؤثر در انتخاب قطع کتاب کودک و نوجوان است، هنوز مورد اختلاف نظر ناشران است. عدم توجه به این موارد و گزینش نامناسب اندازه، کاهش توجه کودکان و نوجوانان به مطالعه را سبب شده و گرایش آنان به دیگر رسانه‌ها را می‌افزاید. اما کاربرد قالب‌های جدید، باعث ایجاد تنوع بصری در ظاهر کتاب بوده و دل‌زدگی از مطالعه را کاهش می‌دهد. این مسئله در کتاب‌های تصویری گروه‌های سنی مورد نظر، با حاکمیت تصویر بر متن، بیشتر صادق خواهد بود. هدف این تحقیق میدانی و مطالعه علمی-آماري، مشخص نمودن عوامل مؤثر در انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان و درجه اهمیت آن می‌باشد. ضرورت این پژوهش، ارائه راهکاری برای رشد صنعت نشر، جذب مخاطب و گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی، به طراحان، اساتید طراحی گرافیک، ناشران و متصدیان گسترش‌دهنده فرهنگ مطالعه است. در این راستا ضمن بیان روش تحقیق و پیشینه، ابتدا در بخش مبانی نظری به اهمیت توجه به زیبایی‌شناسی دریافت در نشر پرداخته و سپس در مطالعات و بررسی‌ها، علل استانداردسازی قطع کتاب مطرح می‌گردد و در نهایت، یافته‌های تحقیق میدانی نگارندگان درباره عوامل مؤثر در انتخاب قطع کتاب کودک و نوجوان از دید ناشران و نتایج آن ارائه می‌شود.

پیشینه پژوهش

تاکنون، تحقیقات منسجمی، در زمینه عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب، انجام نشده است، اما محققان، به طور پراکنده، در پژوهش‌هایی به آن اشاراتی داشته‌اند. فرانسوا دروش در مقاله *سطراندازی و صفحه‌آرایی* به علت صحافی‌های متفاوت و اثر آن بر ابعاد ورق، امکان برقراری نسبت ثابت میان نوشته و قطع را کم می‌داند. مجید سید اخلاقی در *راه و رسم تعیین حروف و انتخاب قطع کتاب* عواملی چون محتوا، سن و سال مخاطب و نحوه استفاده از کتاب را مؤثر بر این مسئله دانسته است. او ارتباط میان موضوع کتاب و قطع آن را بیان می‌کند. به عنوان مثال معمولاً در رمان سیاسی و اجتماعی از قطع رقی و کودکان رُقی، وزیری و رحلی، خشتی، پالتویی و جیبی استفاده می‌شود. نسرین بنیادی در *صفحه‌آرایی پلی بین نویسنده و خواننده* ضمن تعریف صفحه‌آرایی و بررسی تفاوت قطع مجله و روزنامه، قطع کتاب را از جمله موارد مهم گرته‌بندی قرار می‌دهد. بنابراین پژوهش حاضر را می‌توان اولین تحقیق اختصاصی در زمینه عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب کودک و نوجوان برشمرد.

روش پژوهش

روش تحقیق حاضر با توجه به هدف پژوهش که می‌تواند برای ناشران سودمند باشد، کاربردی است. چهار شیوه عمده در جمع‌آوری اطلاعات عبارت‌اند از روش مشاهده‌ای-مصاحبه‌ای، پیمایشی-پرسشنامه (غیرآزمایشی)، استنادی-تاریخی و روش تجربی (آزمایشی). در این پژوهش به جهت جمع‌آوری داده‌ها از روش پیمایشی-پرسشنامه (غیرآزمایشی) استفاده شده است (بیانی، ۱۳۷۴: ۵۲-۵۶). طبق اطلاعات خبرگزاری کتاب ایران^۱ در ایران ۳۲ ناشر معتبر و دارای رتبه‌بندی وجود دارند که در زمینه کتب تصویری جهت کودک و نوجوان فعال می‌باشند. از این تعداد ۳۰ نفر برابر با ۹۴ درصد از کل جامعه، حاضر به همکاری در زمینه این پژوهش شدند. با توجه به اینکه از ۹۴ درصد جامعه استفاده شد، لذا روش نمونه‌گیری در این پژوهش از روش غیر احتمالی-نمونه‌گیری آسان می‌باشد (حافظ نیا، ۱۳۸۰: ۴۰). در تهیه مبانی نظری و ادبیات تحقیق، منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های مرتبط و نیز از شبکه اینترنتی، با روش فیش‌برداری، استفاده شده است. به جهت دستیابی به اجماع گروهی برای تشکیل متغیرها و سؤالات تأثیرگذار در انتخاب قطع کتب کودک و نوجوان در پرسشنامه استاندارد، از تکنیک دلفی فاز۱ استفاده شد. تکنیک دلفی فاز۱ یکی از روش‌های کسب دانش گروهی مورد استفاده است که فرایندی دارای ساختار برای پیش‌بینی و کمک به تصمیم‌گیری در طی راندهای پیمایشی، جمع‌آوری اطلاعات و درنهایت، اجماع گروهی است (کارگرسورکی، ۱۳۸۲: ۶۸). روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به دو صورت توصیفی-استنباطی می‌باشد. آمار توصیفی شامل جداول فراوانی و نمودارهای مختلف می‌باشد. در آمار استنباطی از آزمون کولمگروف-اسمیرنوف و آزمون t تک نمونه مستقل و آزمون فریدمن در تحقیق مذکور استفاده شده است.

مبانی نظری: تأثیر مخاطب در انتخاب قطع کتاب

نشر بنا به طبیعتش که چالشگر، رویداد آفرین، فضا ساز و فرهنگ آور است، از مهم‌ترین و نیرومندترین مبناها و اصلی‌ترین فعالیت‌های فرهنگی می‌باشد. این صنعت بزرگ در تولید ماده‌ای است که سیاست آن در جنبه‌های حیات معنوی و افق آن ارتقاء اندیشه و فرهنگ جهان بشری است.

کمتر قلمرویی از فعالیت‌های آدمی است که مانند نشر تا بدین حد با عرصه آفرینشگرانه پیوندی عمیق داشته باشد (آذرنگ، ۱۳۸۸: ۹). برقراری ارتباط کتاب با مخاطب و تأثیرگذاری بر او، اهمیت بسزایی در پایداری آن دارد. در آثار ارتباط تصویری، از جمله طراحی کتاب، به علت کاربردشان، مخاطب و اثر هنری اهمیت بیشتری نسبت به هنرمند دارند. اما در صورتی که نوع رمزگذاری و پیام ارسالی با در نظر گرفتن فرهنگ و جامعه هنرمند ارزیابی شود. بنابراین میزان فروش کتاب، با استقبال مخاطبان، ارتباط مستقیم خواهد داشت. کتاب پس از چاپ توسط ناشران و پخش‌کنندگان آن به مراکز فروش و امانت جهت استفاده عموم ارسال می‌گردد. در حال حاضر تمدن بدون کتاب‌فروشان کوچک قابل تصور نیست. کتاب‌فروشی‌ها مانند زیارتگاه‌ها یا سایر اماکن مقدس، از مصنوعات لازم برای طبیعت بشر هستند. احساس در دست قرارگرفته کتابی که از قفسه برداشته می‌شود، تجربه‌ای جادویی است که سبب پیوند میان نویسنده و خواننده می‌گردد (اپستاین، ۱۳۸۸: ۷۱). البته امروزه بخشی از فروش توسط اینترنت انجام می‌گیرد. امتیاز آن بر خرده‌فروشان سنتی، توانایی آن در عرضه نامحدود موجودی‌های غیرمعمول است که در خدمت سلیقه‌های متفاوت است (همان: ۱۷۸).

از نظر فرانکاستن مخاطب برای فهمیدن اثر هنری باید مانند سایر رشته‌ها تربیت‌شده و رمز علائم بکار گرفته را بداند (راثی تهرانی، ۱۳۸۷: ۶۱). در صنعت نشر نیز این بازخورد^۲ مخاطب برای آگاهی از میزان درک خواننده اهمیت دارد. ارزیابی و ثبت مراحل که مخاطب از آغاز شنیدن خبر تا پذیرش آن و انجام رفتار موردنظر در پیام و تحلیل بازخورد، مشخص‌کننده موفقیت اثر است. سؤالاتی چون او «چگونه اثر را می‌فهمد؟»، «اثر موجب چه تحولاتی در او شده است؟»، «آیا احساسات او را برانگیخته است؟»، «آیا پرسشی عقلانی در مخاطب به وجود آورده است؟»، «آیا سلیقه بصری او تغییر و تکامل یافته است؟»، «آیا اثر موجب ایجاد خرید کالا و مصرف‌شده است؟» و «درمجموع پیام فرستنده پیام منتقل شده و تأثیر کافی داشته است؟» در بررسی تأثیر محصول بر مخاطب، موردنظر خواهد بود (رهبرنیا، ۱۳۸۳: ۷۲-۷۱). لذا در طراحی کتاب‌های نو، بازخورد خوانندگان، لازم است بررسی گردد. به علت ارتباطی تعاملی میان کاربر و طراحی، شناخت مخاطب اهمیت فراوان دارد و عدم توجه به این مسئله، شکست محصول را سبب می‌گردد. در طراحی کاربر محور، آشنایی با فرهنگ، نگرش‌ها، باورها، عادت‌ها، انتظارات و در حال کلی، آگاهی از سبک زندگی نیاز است. از دیدگاه برنور لاتور، محصول بعدی فرهنگی دارد. نیز نظریه فعالیت^۳، اثر دارای بعدی ایده‌آل است که از نسل به نسل دیگر به وسیله آموزش قابل انتقال می‌باشد (سهرابی نصیرآبادی، ۱۳۹۲: ۱۰۸). بنابراین در مورد انتخاب فرمت کتاب نیز، لازم است نظرات خوانندگان مورد سنجش قرار گیرد.

مطالعات و بررسی‌ها: علل استانداردسازی قطع کتاب

اینگاردن تفاوت عمده‌ای میان دو نوع خواندن پذیرا و خواندن سازنده قائل شد. در اولی صرفاً ادراک هر جمله به‌تنهایی مطرح است و در مورد دوم درک کلیت متن اهمیت دارد (Ingarden, 1973: 38-40). در خواندن سازنده حدس و آزمون‌های خواننده سبب برداشت متن می‌شود. این مسئله تا جایی پیش می‌رفت که آیزر و یاس دیگر در از بند نیت مؤلف خارج شدند. در طراحی کتاب ایجاد ارتباط با مخاطب همواره مطرح است، زیرا برای انتقال اطلاعات در وهله اول کتاب باید سبب جذب مخاطب گردد. البته امروزه افراد بیش بر اساس نقد و بررسی هم گنان، توصیه کاربران و رده‌بندی

کتاب می‌خرند (آمسترانگ، ۱۳۹۲: ۱۵۹). اما این مطلب زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که خواننده در کتاب‌فروشی بدون در نظر گرفتن نام مؤلف به دنبال کتابی نو می‌گردد. در شرایط ذکرشده، ظاهر کتاب مؤثر واقع خواهد بود. همچنین در هنگام مطالعه کتاب چگونگی صفحه‌آرایی در توجه مخاطب، شریک است. در این میان برهم زدن عادت از منظر فرمالیستی، می‌تواند نقش مثبتی را ایفا کند (صفاری، ۱۳۹۴: ۳۱). یکی از این موارد قطع کتاب است. امروزه، استانداردسازی قطع کتاب به این دلیل انجام می‌گیرد که امکان انتشار آن توسط ناشران مختلف باشد و زیرا برای ارسال به نقاط مختلف بخصوص در سطح بین‌المللی، نیاز به بسته‌بندی است که ابزارهای آن مشخص است. وجود قطع مخصوص نیاز دارد که جعبه خاص آن طراحی شود که به سفارش یک ناشر خواهد بود. اما اگر از استانداردهای ثابتی در انتخاب اندازه و قطع کتاب پیروی گردد، همه ناشران می‌توانند از کارتن و جعبه‌های یکسانی استفاده کنند و این سبب صرفه‌جویی در هزینه‌ها خواهد بود (میرزایی، ۱۳۸۱: ۳۴). در واقع قطع کتاب با اندازه‌های دستگاه چاپ و کاغذ مرتبط می‌باشد. همچنین برخی از کتاب‌های خارجی در فرمتی غیر از موارد رایج در ایران، وجود دارند. چنانچه با کاغذهای موجود در کشور، آن قطع‌ها را مورد استفاده قرار گیرد، پرت آن بسیار زیاد خواهد بود. در خارج از کشور بسیاری از ناشران با تولیدکنندگان کاغذ در تماس بوده و ابعاد کاغذ خود را سفارش می‌دهند، اما در ایران اگر قطعی خارج از استاندارد داخلی بخواهیم، لازمه آن هدر رفتن زیاد کاغذ است که کار پرهزینه‌ای خواهد بود. بنابراین به دلیل اینکه دو نوع کاغذ با ابعاد ۱۰۰ در ۷۰ و ۶۰ در ۹۰ سانتی‌متر در ایران موجود است، اندازه‌های استاندارد استخراج شده که با رعایت این ابعاد پرت کاغذ به حداقل می‌رسد (عفراوی، ۱۳۸۴: ۲۳-۲۲). اندازه کتاب در ایران گوناگون و متغیر ثبت شده است، به‌نحوی که نمی‌توان دریافت اندازه اصلی آنچه بوده است. عواملی چون قابلیت‌های چاپ و کاغذهای موجود در بازار توسط ناشرین و چاپخانه‌داران مؤثر بر ثابت نبودن این مقادارها است. (بختیاری فرد، ۱۳۸۵: ۵۷)

یافته‌ها: عوامل مؤثر در انتخاب قطع کتاب کودک و نوجوان از دید ناشران

عوامل متفاوتی مؤثر بر انتخاب قطع کتاب هست. همان‌طور که بیان شد اندازه کاغذهای استاندارد به‌منظور صرفه‌جویی و اجتناب از دور ریختن کنارها تعیین‌کننده است (بنیادی، ۱۳۶۹: ۴۶). به‌طورکلی مواردی چون موضوع، تکنیک و کیفیت اجرا، سن مخاطب، نحوه استفاده از کتاب که در چه مکان و موقعیتی استفاده می‌شود می‌تواند مؤثر بر این مسئله باشد (سید اخلاقی، ۱۳۸۵: ۴۴؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷: ۱۳). جهت یافتن این عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب کودک و نوجوان و اجرای موفق فرایند توسعه محصولات جدید بر اساس مهم‌ترین موارد تعیین‌شده، یک تحقیق میدانی توسط نگارندگان انجام‌گرفته است. ابتدا با نظر خبرگان و با تکنیک دلفی پرسشنامه‌ای طراحی و روایی و پایایی آن تصویب گردید. سپس این پرسشنامه میان نمونه‌های آماری نظرسنجی شد. جامعه آماری شامل ناشران و کارشناسان نشر کودک و نوجوان می‌شود که یک گروه ۳۰ نفر به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی در نظر گرفته شد. طبق اطلاعات خبرگزاری کتاب ایران (IBNA) در ایران ۳۲ ناشر معتبر و دارای رتبه‌بندی وجود دارند که در زمینه کتب تصویری جهت کودک و نوجوان فعال می‌باشند. از این تعداد ۳۰ نفر حاضر به همکاری در زمینه تحقیق حاضر شدند. در پژوهش فوق‌الذکر، فرضیات موجود در نمودار ۱، برای پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق تدوین گردید:

فرضیات تحقیق

- فرضیه ۱ انتخاب قطع کتاب کودک به سبک بودن کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۲ انتخاب قطع کتاب کودک به موضوع کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۳ انتخاب قطع کتاب کودک به فضای داستان کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۴ انتخاب قطع کتاب کودک به شکل ظاهری کتاب بستگی دارد (شبیه وسیله بازی و سرگرمی باشد).
- فرضیه ۵ انتخاب قطع کتاب کودک به هزینه های تولید کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۶ انتخاب قطع کتاب کودک به کاربرد کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۷ انتخاب قطع کتاب کودک به مدت زمان استفاده از کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۸ انتخاب قطع کتاب کودک به تعداد صفحات کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۹ انتخاب قطع کتاب کودک به رنگ و طراحی کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۱۰ انتخاب قطع کتاب نوجوان به موضوع کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۱۱ انتخاب قطع کتاب نوجوان به هزینه های تولید کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۱۲ انتخاب قطع کتاب نوجوان به کاربرد کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۱۳ انتخاب قطع کتاب نوجوان به مدت زمان استفاده از کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۱۴ انتخاب قطع کتاب نوجوان به تعداد صفحات کتاب بستگی دارد.
- فرضیه ۱۵ انتخاب قطع کتاب نوجوان به رنگ و طراحی کتاب بستگی دارد.

نمودار ۱: فرضیات تحقیق (مأخذ: نگارندگان)

به جهت بررسی روایی پرسشنامه از تکنیک اجماع نظرات یا تکنیک دلفی فازی استفاده گردید که باعث شد طی مراحل مختلف آزمون همه خبرگان، یک نظر جامع در ارتباط با متغیرهای تأثیرگذار بر انتخاب قطع کتاب کودک و نوجوان حاصل شود. به جهت آزمون پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج به صورت زیر است:

جدول ۱. نتایج آزمون آلفای کرونباخ (مأخذ: نگارندگان)

ردیف	متغیرهای تأثیرگذار در انتخاب قطع کتاب	مقدار آلفای کرونباخ
۱۰.	کل پرسشنامه	۰,۷۲۵
۲۰.	قطع کتاب کودکان	۰,۶۵۸
۳۰.	قطع کتاب نوجوانان	۰,۶۸۴

در صورتی یک پرسشنامه پایاست که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از مقدار ۰,۷ باشد؛ و هر چه این مقدار به عدد ۱ نزدیکتر باشد پرسشنامه از پایایی بالاتری برخوردار می باشد. در پرسشنامه تحقیق حاضر مقدار آلفا برای کل پرسشنامه می باشد که از مقدار ۰,۷ بزرگتر است پس پرسشنامه پایاست. در بخش محاسبه و تحلیل اطلاعات موجود در پرسشنامه، روش های آماری استنباطی، مورد استفاده قرار گرفت. در آمار استنباطی از آزمون کولمگروف-اسمیرنوف جهت بررسی وضعیت نرمال بودن جامعه استفاده شد و سپس آزمون t تک نمونه مستقل و آزمون فریدمن برای تشخیص دیدگاه های متفاوت جامعه در تحقیق مذکور استفاده شده است.

الف) آزمون کولمگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها برای بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق از آزمون کولمگروف-اسمیرنوف به شرح زیر استفاده شده است.

فرضیه: متغیر قطع کتاب کودکان و قطع کتاب نوجوان در انتخاب قطع کتاب برای آن‌ها از دیدگاه ناشران از جامعه نرمال برخوردار می‌باشد.

H0: متغیر قطع کتاب کودکان و قطع کتاب نوجوان در انتخاب قطع کتاب برای آن‌ها از دیدگاه ناشران از جامعه نرمال برخوردار می‌باشد.

H1: متغیر قطع کتاب کودکان و قطع کتاب نوجوان در انتخاب قطع کتاب برای آن‌ها از دیدگاه ناشران از جامعه نرمال برخوردار نمی‌باشد.

جدول ۲: (مأخذ: نگارندگان)

جدول ۲. آزمون کولمگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها (مأخذ: نگارندگان)

اعتبار آزمون	آماره آزمون	حداکثر تفاوت			متغیرهای نرمال		تعداد	دسته بندی طراحی کتاب
		منفی	مثبت	قدر مطلق	انحراف معیار	میانگین		
۰,۲۰۲	۱,۰۷۰	-۰,۱۹۵	۰,۱۲۱	۰,۱۹۵	۰,۳۲۴۲۵	۱,۳۳۷۰	۳۰	قطع کتاب کودکان
۰,۲۴۹	۱,۳۶۱	-۰,۲۴۸	۰,۱۹۰	۰,۲۴۸	۰,۳۳۵۲۹	۱,۳۷۲۲	۳۰	قطع کتاب نوجوان

با توجه به جدول ۲ از آنجایی که مقدار اعتبار آزمون در متغیرها از ۰,۰۵ بیشتر است، بنابراین متغیر قطع کتاب کودکان و قطع کتاب نوجوان در انتخاب قطع کتاب برای آن‌ها از دیدگاه ناشران از جامعه نرمال برخوردار می‌باشد.

ب) آزمون t برای آزمون فرضیه‌ها

برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از آزمون t تک نمونه مستقل به شرح زیر استفاده شده است.

جدول ۳. آزمون t برای آزمون فرضیه‌ها (مأخذ: نگارندگان)

اعتبار آزمون	تفاوت در سطح اطمینان ۹۵٪		t	میانگین	تعداد	عوامل مؤثر در طراحی کتاب	دسته بندی طراحی کتاب
	پایینی	بالایی					
۰,۰۶۲	-۰,۰۱۰۳	۰,۴۱۰۳	۱,۹۴۵	۱,۴۰۰۰	۳۰	سبک بودن	قطع کتاب کودک
۱,۰۰۰	-۰,۱۸۰۸	۰,۱۸۰۸	۰,۰۰۰	۱,۲۰۰۰	۳۰	موضوع کتاب	
۰,۷۲۰	-۰,۱۵۴۹	۰,۲۲۱۵	۰,۳۶۲	۱,۲۳۳۳	۳۰	فضای داستان کتاب	
۰,۰۵۱	-۰,۰۰۰۴	۰,۴۶۷۱	۲,۰۴۱	۱,۴۳۳۳	۳۰	شکل ظاهری کتاب	

ادامه جدول ۳. آزمون t برای آزمون فرضیه‌ها (مأخذ: نگارندگان)

اعتبار آزمون	تفاوت در سطح اطمینان ۹۵٪		t	میانگین	تعداد	عوامل مؤثر در طراحی کتاب	دسته‌بندی طراحی کتاب
	پایینی	بالایی					
۰,۳۱۴	-۰,۰۹۹۸	۰,۲۹۹۸	۱,۰۲۴	۱,۳۰۰۰	۳۰	هزینه‌های تولید کتاب	
۰,۱۱۱	-۰,۰۴۱۰	۰,۳۷۴۳	۱,۶۴۲	۱,۳۶۶۷	۳۰	کاربرد کتاب	
۰,۰۰۱	۰,۱۶۷۹	۰,۶۳۲۱	۳,۵۲۵	۱,۶۰۰۰	۳۰	مدت زمان استفاده از کتاب	
۱,۰۰۰	-۰,۲۰۵۷	۰,۲۰۵۷	۰,۰۰۰	۱,۲۰۰۰	۳۰	تعداد صفحات کتاب	
۰,۳۶۶	-۰,۱۲۲۵	۰,۳۲۲۵	۰,۹۱۹	۱,۳۰۰۰	۳۰	رنگ و طراحی کتاب	
۰,۱۱۱	-۰,۰۴۰۷	۰,۳۷۴۳	۱,۶۴۲	۱,۳۶۶۷	۳۰	موضوع کتاب نوجوان	قطع کتاب نوجوان
۰,۳۱۴	-۰,۰۹۹۸	۰,۲۹۹۸	۱,۰۲۴	۱,۳۰۰۰	۳۰	هزینه‌های تولید	
۰,۱۱۱	-۰,۰۴۰۷	۰,۳۷۴۳	۱,۶۴۲	۱,۳۶۶۷	۳۰	کاربرد کتاب	
۰,۰۰۷	۰,۰۹۸۵	۰,۵۶۸۱	۲,۹۰۳	۱,۳۶۶۷	۳۰	مدت زمان استفاده از کتاب	
۰,۶۹۵	-۰,۲۰۸۵	۰,۱۲۸۹	-۰,۳۹۶	۱,۵۳۳۳	۳۰	تعداد صفحات کتاب	
۰,۰۰۸	۰,۰۸۶۳	۰,۵۱۳۷	۲,۸۷۱	۱,۱۶۶۷	۳۰	رنگ و طراحی کتاب	

از آنجایی که مقدار اعتبار آزمون در آزمون t در مؤلفه‌های سبک بودن، موضوع کتاب، فضای داستان، شکل ظاهری کتاب، هزینه‌های تولید، کاربرد کتاب، تعداد صفحات کتاب، رنگ و طراحی کتاب، موضوع کتاب نوجوان، هزینه‌های تولید، کاربرد کتاب و تعداد صفحات کتاب از ۰,۰۵ بیشتر است و همچنین حد بالایی مثبت و حد پایینی منفی می‌باشد و میانگین‌های اعلام شده نیز در حد تأثیرگذاری زیاد و خیلی زیاد قرار دارند (طبق کدگذاری در پژوهش تأثیر خیلی زیاد شماره ۱ و تأثیر زیاد شماره ۲ می‌باشد) لذا می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای مذکور در انتخاب قطع کتاب نوجوان دارای تأثیرگذاری معناداری هست. با توجه به اینکه مقدار اعتبار آزمون در آزمون t در مؤلفه‌های مدت زمان استفاده از کتاب در کودک و مدت زمان استفاده از کتاب در کتاب نوجوان و رنگ و طراحی کتاب، کمتر از ۰,۰۵ است، لذا تفاوت معنادار بین ارزش اندازه‌گیری آزمون T و میانگین اعتبار آزمون قرار دارد اما با توجه به اینکه حد پایینی و بالایی هر دو مثبت هستند. لذا این سه متغیر از حد ارزش آزمون T که ۱,۲ در نظر گرفته شده است به سمت مثبت جامعه یعنی «تأثیرگذاری خیلی زیاد» در حرکت بوده است. پس سه متغیر مذکور دارای تأثیرگذاری مثبت‌تری به نسبت بقیه متغیرها دارا هستند.

ج) آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی مؤلفه‌ها

به‌منظور رتبه‌بندی مؤلفه‌های ممیزی قطع کتاب از آزمون فریدمن استفاده شده است.

جدول ۴. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی وضعیت مؤلفه‌ها (مأخذ: نگارندگان)

۳۰	تعداد
۴۲,۱۶۷	کای - مربع
۱۹	درجه آزادی
۰,۰۰۲	اعتبار آزمون

با توجه به اینکه مقدار اعتبار آزمون کوچک‌تر از ۰,۰۵ است، درنتیجه وضعیت طراحی کتاب در مؤلفه‌های مختلف عوامل مؤثر بر طراحی آن متفاوت است و اختلاف معناداری بین این بخش‌ها وجود دارد. به‌منظور رتبه‌بندی این عوامل از جدول میانگین رتبه‌ها استفاده شده است.

جدول ۵. میانگین رتبه‌ها و رتبه دهی آزمون فریدمن (مأخذ: نگارندگان)

رتبه عوامل	میانگین رتبه‌ها (فریدمن)	عوامل	دسته‌بندی طراحی کتاب
۵	۱۱,۲۵	سبک بودن	قطع کتاب کودک
۱۷	۹,۳۰	موضوع	
۱۵	۹,۶۳	فضای داستان	
۴	۱۱,۷۳	شکل ظاهری	
۱۲	۱۰,۲۸	هزینه‌های تولید	
۷	۱۰,۹۳	کاربرد	
۱	۱۳,۲۷	مدت‌زمان استفاده	
۱۶	۹,۴۷	تعداد صفحات	
۱۰	۱۰,۳۷	رنگ و طراحی	
۸	۱۰,۹۳	موضوع	قطع کتاب نوجوان
۱۱	۱۰,۲۸	هزینه‌های تولید	
۶	۱۰,۹۷	کاربرد	
۲	۱۲,۶۵	مدت‌زمان استفاده	
۱۸	۸,۹۸	تعداد صفحات	
۳	۱۲,۲۵	رنگ و طراحی	

پس مهم‌ترین مؤلفه‌های طراحی قطع کتاب از دید آزمون، به ترتیب اولویت زیر می‌باشد:

جدول ۶. رتبه‌بندی عوامل مؤثر در قطع کتاب از دید ناشران (مأخذ: نگارندگان)

عوامل	دسته‌بندی طراحی کتاب
مدت‌زمان استفاده	قطع کتاب کودک
شکل ظاهری	
سبک بودن	
کاربرد	
هزینه‌های تولید	
فضای داستان	
تعداد صفحات	
موضوع	قطع کتاب نوجوان
مدت‌زمان استفاده	
رنگ و طراحی	
کاربرد	
موضوع	
هزینه‌های تولید	
تعداد صفحات	

نتیجه‌گیری

یکی از دغدغه‌های متصدیان نشر، جذب مخاطب است. روش‌های متفاوتی برای اعتلای استقبال عموم مردم از خرید کتاب وجود دارد که یکی از این راه‌ها، عادت دادن کودکان به مطالعه است. این امر سبب می‌گردد تا فرهنگ کتاب‌خوانی رشد نموده و در نتیجه آن میزان فروش کتاب بیشتر گردد. ایجاد تنوع در ظاهر کتاب با روش‌های متفاوت از جمله استفاده از قالب‌های نامتعارف در جذب مخاطب مؤثر است. البته انتخاب قطع کتاب متأثر از عوامل متعددی می‌باشد. جهت یافتن عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان، دیدگاه ناشران و کارشناسان نشر این گروه‌های سنی، در ایران مورد تحلیل و بررسی قرارگرفت و از آزمون‌های آماری t تک نمونه مستقل، برای آزمون فرضیات پژوهش مبنی بر اولویت این شاخص‌ها استفاده گردید. نتایج نشان می‌دهد که ناشران، شاخص‌های سبک بودن، موضوع، فضای داستان، شکل ظاهری، هزینه‌های تولید، کاربرد و تعداد صفحات کتاب، رنگ و طراحی آن در انتخاب قطع کتاب کودک را بی‌شک در نظر خواهند گرفت. همچنین در تولید قطع کتاب نوجوان، متغیر مدت‌زمان استفاده از کتاب را به‌عنوان

عامل تأثیرگذار مدنظر خواهند داشت. همچنین با به کارگیری آزمون فریدمن، رتبه بندی مؤلفه های فوق الذکر انجام و نتایج بیانگر اهمیت عوامل مؤثر در کتاب کودک به شرح مدت زمان استفاده، شکل ظاهری، سبک بودن، کاربرد، هزینه های تولید، فضای داستان، تعداد صفحات و موضوع است. همچنین در تولید کتاب نوجوان، به ترتیب، مدت زمان استفاده، رنگ و طراحی، کاربرد، موضوع، هزینه های تولید و تعداد صفحات موردنظر می باشد. در این راستا پیشنهاد می شود در پژوهش های آینده تأثیر قطع های جدید، بر مخاطبین، مورد پژوهش قرار گیرد و همچنین در تحقیق های آینده از PLC به جای spss استفاده شود.

تشکر و قدردانی

از همکاری جناب آقایان نوید خالصی و دکتر احسان زرین آبادی سپاس گزاریم. همچنین از داوران محترم مقاله که با ارائه نکات ارزشمند خود، در ارتقاء کیفی مقاله نقش داشته اند، کمال تشکر را دارا می باشیم.

پی نوشت ها

۱. IBNA
۲. Feedback
۳. Activist theory

فهرست منابع

- اپستاین، جین. (۱۳۸۸). کار و کسب کتاب، گذشته، حال و آینده نشر: نیم قرن تجربه های ناشران بزرگ ترجمه نازنین قائم مقام فراهانی. تهران: قدیانی.
- احمدی، بابک. (۱۳۸۲). ساختار تئوریک متن. تهران: مرکز.
- ادیبی، فرزاد. (۱۳۸۰). «فرمالیسم در گرافیک امروز ایران». کتاب ماه هنر. (شماره ۳۷-۳۸)، ۲۴-۲۵.
- اصغر نژاد، حسین. (۱۳۸۰). «بررسی وضعیت کتاب و کتابخوانی در ایران». تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه های عمومی. (شماره ۴۰)، ۶-۱۳.
- افشار مهاجر، کامران. (۱۳۸۹). «کاربرد گرافیک در کتاب های درسی دانشگاهی». پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی. (شماره ۲۲)، ۳۷-۴۸.
- آذرنگ، عبدالحسین. (۱۳۷۴). «بحران نشر کتاب در جهان سوم». رسانه. (شماره ۲۱)، ۳۲-۳۵.
- آذرنگ، عبدالحسین. (۱۳۷۸). شمه ای از کتاب، کتابخانه و نشر. تهران: کتابدار.
- آذرنگ، عبدالحسین. (۱۳۸۸). شمه ای از انتشارات در ایران. تهران: کتابدار.
- آمستراک، هلن. (۱۳۹۲). تئوری های طراحی گرافیک. ترجمه مرجان زاهدی. تهران: مشکی.
- بختیاری فرد، حمیدرضا. (۱۳۸۵). استاندرد گرافیک و چاپ. تهران: فخرآکیا.
- بنیادی، نسرين. (۱۳۶۹). «صفحه آرای پلي بين نویسنده و خواننده». رسانه. (شماره ۱)، ۴۶-۴۸.
- بیانی، احمد. (۱۳۷۴). نگرش و روش در تحقیق. تهران: دنیای پژوهش.
- حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۸۰). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
- دروش، فرانسوا. (۱۳۸۳). «سپتراندازی و صفحه آرای». نامه بهارستان. (شماره ۹-۱۰)، ۸۴-۶۵.
- راثی تهرانی، حبیب. (۱۳۸۷). «نقد بر کتاب جامعه شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری». کتاب ماه علوم اجتماعی. (شماره ۸)، ۶۲-۶۰.
- رهبرنیا، زهرا. (۱۳۸۳). «پایگاه های ویژه تجزیه و تحلیل و نقد آثار ارتباط تصویری». هنرهای زیبا. (شماره ۱۷)، ۶۹-۷۸.
- سهرابی نصیرآبادی، مهین، و همکاران. (۱۳۹۲). «مقایسه رابطه دوسویه محصولات کاربردی و سبک زندگی (نمونه موردی: قیچی در سده های ۱۲ و ۱۳ ه.ق و دوره معاصر)». نامه هنرهای تجسمی و کاربردی. (شماره ۱۲)، ۱۰۷-۱۲۷.

- سید اخلاقی، مجید. (۱۳۸۵). «راه و رسم تعیین حروف و انتخاب قطع کتاب». *جهان کتاب*. (شماره ۱۳۳-۱۳۴)، ۴۴-۴۷.
- صفاری، سمیرا. (۱۳۹۴). «آشنایی‌زدایی در قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. یزد: دانشگاه آزاد اسلامی.
- عفرای، بهرام. (۱۳۸۴). *آنچه طراحان گرافیک و ناظران چاپ می‌دانند*. تهران: سی پال هنر.
- کارگشورکی، هدایت. (۱۳۸۲). *مروری بر مبانی و کاربرد روش تحقیق برای مدیران*. یزد: مهاجر.
- گارتون، آوارد. (۱۳۷۷). *سیاست ملی کتاب: راهنمای توسعه کتاب و کتابخوانی*. ترجمه محمدجعفر پوینده. تهران: کارنامه.
- گاردنر، هلن. (۱۳۸۷). *هنر در گذر زمان*. ترجمه محمدتقی فرامرزی. تهران: آگاه.
- مطلبی، داریوش. (۱۳۸۷). «سیمای نشر کتاب در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی». *کتاب ماه کلیات*. (شماره ۱۳۴)، ۸۸-۹۷.
- میرزایی، ناصر. (۱۳۸۱). «کاغذ، مهم‌ترین نیاز در صنعت نشر». *کتاب ماه کلیات*. (شماره ۵۱-۵۲)، ۳۳-۳۶.
- نظربند، آزاده. (۱۳۸۲). «بررسی تطبیقی وضعیت نشر کتاب در ایران طی برنامه‌های دوم و سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. ۱۳۷۷. «متن کامل ضوابط چاپ و نشر کتاب‌های کودکان و نوجوانان». *پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان*. (شماره ۱۴)، ۸-۱۶.
- هتلاک، آلن. (۱۳۶۸). *برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی*. ترجمه محبوبه مهاجر. تهران: سروش.
- Cawkell, Tony. (2003). *Encyclopedia of Library and Information Science*. Vol 2. New York: Marcel Dekker.
- Ingarden, Roman. (1973). *The cognition of the literary work of art*. Evanston: Northwestern University Press.