

دانش

شگفتانگیز
ترینها
رازهای علم - ۲



دانشتניה
کتاب

www.ketab.ir

شناسنامه

عنوان و نام پدیدآور: شگفت‌انگیزترین‌ها، ترین‌های دنیای انسان‌ها، حیوانات و طبیعت
 مشخصات نشر: تهران: مؤسسه نشر شهر و لیسه به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، ۱۳۹۲
 مشخصات ظاهری: ۹۶ ص.
 فروست: کتاب دانستنیها، رازهای علم، ۲؛ دبیر مجموعه محمد جباری.
 شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۸۶۲-۲؛ دوره: ۲-۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۸۶۲-۲
 وضعیت فهرست نویسی: فبیای مختصر
 یادداشت: این مدرک در آدرس <http://opac.nli.ir> قابل دسترسی است.
 یادداشت: نویسندگان و مترجمان مجید جویا، محمد حاج‌زمان، عباس خارا باق، بهنوش خرم‌روز، عرفان خسروی، ...
 شناسه افزوده: جویا، مجید
 شناسه افزوده: جباری، محمد، ۱۳۶۰
 شناسه افزوده: حاج‌زمان، محمود، ۱۳۴۲
 شناسه افزوده: مؤسسه نشر شهر، معاونت کتاب
 شناسه افزوده: مؤسسه نشر شهر
 شماره کتابشناسی ملی: ۳۷۶۴۹۱۹

کتاب دانستنیها

مجموعه کتابی از نشر شهر و گروه مجلات همشهری

شگفت‌انگیزترین‌ها

ترین‌های دنیای انسان‌ها، حیوانات و طبیعت

طراحی و تولید: معاونت تولید مؤسسه نشر شهر

دبیر مجموعه کتاب دانستنیها: محمد جباری

دبیر کتاب ترین‌ها: محمود حاج‌زمان

مدیر هنری: سید اسماعیل جعفری

صفحه آرایی: محسن روحانیون

نویسندگان و مترجمان: مجید جویا، محمد حاج‌زمان، عباس خارا باق، بهنوش خرم‌روز، عرفان خسروی، حسین رحمانی، علی اکبر رضوی، علی رنجبران، سامرا قلی‌زاده، علیرضا کیوانی‌نژاد، آرمن منتظری، مهدی میرزایی، محمد رضا نوروزی، لیلا هادی، زینب همتی

با تشکر از: مصطفی لشری، سیامک رحمانی، مهدی صامی، فریاد افکار دانشی،

علی هاشمی شهرکی، غیرضامیر از مصطفی، روح‌الله گیتی‌نژاد، ایمان شاسمند، محمد تاش،

آرش جهانگیری، منیر فلاحتی، محمدرضا کیلیان، یکتا فراهانی، غزله تقی‌زاده، زینب زوفی

نوبت و تاریخ چاپ: اول - بهار ۱۳۹۴

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۸۶۲-۲

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

آماده‌سازی و چاپ: مؤسسه نشر شهر

قیمت: ۱۵۰۰ تومان

نشانی ناشر

تهران، بلوار آفریقا، ترسیده به میدان آرژانتین

روبه روی پارک سوار بیهقی، شماره ۶،

مؤسسه نشر شهر

تلفن: ۸۸۱۹۳۳۰۱-۲ و ۸۸۱۹۳۳۰۴

فروشگاه مرکزی: ضلع شمالی میدان فلسطین

شماره ۹، تلفن: ۸۸۹۵۲۵۴۴

مرکز چاپ تهران، خیابان مطهری، بعد از

تقاطع سهروردی، شماره ۵۱، تلفن: ۸۸۴۲۱۹۰۶

www.nashreshahr.com

E-mail: info@nashreshahr.com



همه حقوق برای ناشر محفوظ است.

مقدمه مجموعه کتاب دانستنیها

قرار می‌دهند تا نیاز آرزویی او برای مراجعه به شماره‌های مختلف رفع شود.

۵- «کتاب-مجله»هایی در دسرترا از مجلات هستند

مخطبی که دوست ندار فقط برای خواندن مطالب مرتبط با موضوع مورد علاقه‌اش هر ماه هزینه‌ای برای خرید یک نشریه بدهد، می‌تواند هر سال فقط یک بار با هزینه کمتر (مثلاً نسبت به خرید ۱۲ شماره یک نشریه) «کتاب-مجله» مربوط به آن موضوع را بخرد. ضمن این که نگه داشتن یک کتاب، در دسرترا کم‌تری نسبت به نگه داشتن همه شماره‌های یک نشریه دارد.

۶- «کتاب-مجله»ها با کیفیت‌تر از مجلات هستند

نشریات معمولاً به خاطر ذات مصرفی بودن و کاهش هزینه‌های چاپ، با کاغذ و جلد از آن‌تری به دست مخاطب می‌رسند. ولی در زمان انتشار «کتاب-مجله»ها به دلیل نبود هزینه‌های سرسام‌آور برای تولید محتوا، ناشر می‌تواند محتوای قبلی را با کیفیت کاغذ و جلد و چاپ بهتری در اختیار مخاطب بگذارد تا او با خیال راحت‌تری «کتاب-مجله»ها را در قفسه کتابخانه‌اش بگذارد و برای استفاده‌های بعدی نگران کیفیت کاغذ و پاره شدن و... نباشد. به این فهرست ویژگی‌هایی می‌توان موارد دیگری را نیز اضافه کرد: مثلاً نبود تاریخ انتشار روی جلد «کتاب-مجله»ها آن را برای عرضه در زمان‌های مختلف بدون نگرانی برای به اصطلاح «گذشتن تاریخ مصرف»-ایده‌آل می‌کند؛ یا عرضه همزمان «کتاب-مجله»ها در کتابفروشی‌ها و کیوسک‌های مطبوعاتی، فرصت بالقوه‌ای را برای جذب مخاطبان جدید از هر دو دنیای کتاب و نشریات فراهم می‌کند.

همه این دلایل باعث شد تا مؤسسه نشر شهر و گروه مجلات همشهری نیز برای ورود به این دنیای جدید مصمم شوند. اولین نتیجه این تصمیم نیز طراحی و تولید مجموعه کتاب دانستنیها بر اساس محتوای تولید شده در دوره جدید انتشار مجله «دانستنیها» (به عنوان یکی از نشریات گروه مجلات همشهری) بود؛ مجله دانستنیها با شعار «اولین مجله دایره‌المعارفی و تمام‌رنگی ایران» در سال ۱۳۵۸ پایه میدان مطبوعات ایرانی گذاشت و به یکی از پرخواننده‌ترین نشریات کشور تبدیل شد. حالا «اولین مجموعه کتاب-مجله دایره‌المعارفی و تمام‌رنگی ایران» پایه دنیای جدید «Bookazine»ها گذاشته است.

در پایان لازم است از سردبیران و دبیران تحریریه و دیگر اعضای تحریریه و فنی و مدیریتی نشریه دانستنیها طی پنج سال گذشته تشکر کنم که بدون کمک آن‌ها، نشریه دانستنیها در دوره انتشار جدید خود، نمی‌توانست هر دو هفته یکبار به دست مخاطب برسد و در نتیجه مجموعه «کتاب-مجله» آن هم تولید شود. تشکر ویژه‌ای هم از مدیران محترم «مؤسسه همشهری» و «مؤسسه نشر شهر» دارم که بدون حمایت‌های آن‌ها، پروژه‌ای انتشار اولین مجموعه «کتاب-مجله» ایرانی مطمئناً به ثمر نمی‌رسید.

امیدوارم این تلاش جمعی برای تولید اولین مجموعه «کتاب-مجله» ایرانی بتواند نقش کوچکی در افزایش آگاهی و سرنوشت مطالعه و پر کردن خلأ منابع علمی روز در کشور عزیزمان داشته باشد.

محمد جباری

دبیر مجموعه «کتاب-مجله» دانستنیها

Bookazine (که از تلفیق دو کلمه Book و Magazine شکل گرفته است) جدیدترین

استراتژی دنیای نشر و مطبوعات برای مقابله با کاهش علاقه خوانندگان به خرید نشریات جدید و کاهش تیراژ مطبوعات است. این استراتژی فعلاً پاسخ مناسبی نیز گرفته است و با این که تعداد عناوین و تیراژ نشریات در جهان در حال کاهش است، تعداد و استقبال از «کتاب-مجله»ها رو به افزایش است. به عنوان مثال بر اساس مطالعات انجام شده در دانشگاه سی‌سی‌سی‌پی، در نه ماهه اول سال ۲۰۱۳، تعداد نشریات جدید در آمریکا از ۶۱۴ عنوان (در سال ۲۰۱۲) به ۵۹۱ عنوان رسیده بود؛ در حالی که تعداد «کتاب-مجله»ها با ۲۰۴۴ درصد افزایش از ۴۴۶ عنوان به ۴۵۷ عنوان رسیده بود.

اما «کتاب-مجله» اصلاً چیست؟ همان‌طور که از کلمه «کتاب-مجله» مشخص است، این محصول جدید تلاشی است برای تلفیق ویژگی‌های دنیای کتاب‌ها و دنیای نشریات در یک قالب مشترک. در «کتاب-مجله»ها معمولاً مطالب یک نشریه با موضوع مشترک استخراج و با انجام اصلاحات لازم در قالب یک کتاب گردآوری می‌شود. «کتاب-مجله»ها معمولاً ویژگی‌های متمایز زیر را نسبت به یک کتاب یا یک مجله صرف دارند:

۱- «کتاب-مجله»ها معمولاً به روزتر از کتاب‌ها هستند
 محتوای «کتاب-مجله»ها از مطالب ماندگار نشریات انتخاب می‌شوند، ولی با توجه به ذات ژورنالیستی نشریات که معمولاً به موضوعات روز پرداخته می‌شود یا حداقل رویکردی به روزتری نسبت به موضوعات مختلف دارند، «کتاب-مجله»ها هم حسن تازه‌تری را به مخاطب منتقل می‌کنند به دلیل فرآیند زمان‌بر تولید یک کتاب؛ بخشی از مطالب «کتاب-مجله»ها را همزمان در کتاب‌های مشابه نمی‌توان پیدا کرد.

۲- «کتاب-مجله»ها از کتاب‌ها جذاب‌تر به نظر می‌رسند
 نشریات به خاطر پرداختن به موضوعات مختلف در یک شماره، از ابزارهای متنوع محتوایی و گرافیکی برای جذب مخاطب و جلوگیری از خستگی خواننده استفاده می‌کنند. معمولاً این ابزارها در کتاب‌ها کم‌تر استفاده می‌شود؛ حداقل در کتاب‌های ویژه بزرگسالان کم‌تر از فرم‌های مختلف ژورنالیستی استفاده می‌شود. همین اتفاق در نگاه اول ظاهر صفحات «کتاب-مجله»ها را جذاب‌تر و خواندنی‌تر از کتاب‌های می‌کند.

۳- «کتاب-مجله»ها نسبت به کتاب‌های هم‌رده از آن‌تر به دست مخاطب می‌رسند

تولید یک کتاب دایره‌المعارفی اینفوگرافیک، تصویرسازی و... به صرف هزینه زیاد و همچنین زمان زیادی نیاز دارد. در حالی که در «کتاب-مجله»ها هزینه و زمان اصلی تولید، قبلاً صرف شده است و ناشر از سرمایه‌گذاری قبلی استفاده می‌کند و با انتخاب مطالب و بازآرایی مناسب، آن را در شکل‌های مختلف و از آن‌تر (نسبت به کتاب‌های هم‌رده) به مخاطب عرضه می‌کند.

۴- «کتاب-مجله»ها جامع‌تر از مجلات هستند
 اگر شما به یک موضوع خاص در یک نشریه علاقه‌مند باشید، دوست ندارید همه آن مطالب را که در شماره‌های مختلف منتشر شده، در کنار هم در کتابخانه خودتان داشته باشید؛ این را از موفقیت «کتاب-مجله»ها در جذب مخاطبان نشریات است. در واقع «کتاب-مجله»ها یک نسخه کامل از یک موضوع را در اختیار مخاطب