

ویژگی‌ها و بایدها و نبایدهای روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان

■ زهرا جعفری

خبرنگار

ویژگی‌ها و بایدها و نبایدهای روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان در سلسله نشست‌های همایش یک‌روزه بررسی مسائل مطبوعات کودک و نوجوان که هفدهم آذر ماه در مرکز آفرینش‌های فرهنگی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برگزار شد، مورد بررسی اهالی رسانه، نویسندگان و شاعران کودک و نوجوان قرار گرفت.

تاریخچه روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان

نیمی از کارها دیده نمی‌شود، زیرا در نیمی از مجلات که الآن چاپ می‌شوند، سیاست‌های ناشران دخیل است و این سیاست‌ها بر این اساس است که تصویرسازی به واقعیت نزدیک باشد، درحالی که برای این گروه سنی باید عنصر تخیل را وارد کرد.

اما به اعتقاد دالوند، گرافیست مطبوعاتی، تا زمانی که به این حرفه به صورت هنری توجه نشود، چنین تصویرگری دوام نخواهد آورد، زیرا پروژه‌های فرهنگی و هنری باید در جهان امروز توجیه اقتصادی نیز داشته باشد در غیر این صورت نمودی نمی‌کند و خاموش می‌شود. وی با بیان اینکه ایرانی‌ها در زمینه تصویرگری دارای سابقه تاریخی هستند، تأکید کرد: در حال حاضر در این زمینه بسیار ضعیف هستیم و استفاده از صفحه‌آرایی کامپیوتری که منجر به تولید انبوه در این زمینه شده است، مشکلی را حل نمی‌کند.

ندا عظیمی، تصویرگر کتاب کودک و نوجوان نیز بر لزوم فراهم کردن محیط آزاد برای مدیران هنری تأکید کرد و گفت: ارتباط با تشکل‌ها، انجمن‌های موجود و شاخه‌های دیگر هنری به مراتب بهتر از استفاده از تصاویر اینترنتی است.

ویژگی اخلاق‌مدار درباره روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان

پتریشا دی جووانی، نماینده یونیسف در ایران در سلسله نشست‌های برگزار شده در این جشنواره در گزارشی به بیان شش ویژگی اخلاق‌مدار یونیسف درباره کودکان پرداخت. وی گفت: تهیه گزارشی درباره کودکان و نوجوانان چالش‌های ویژه‌ای دارد، زیرا تنها مهم نیست که هدف خوبی داشته باشیم، گاهی اوقات گزارش‌هایی که تهیه می‌کنیم ممکن است باعث انگ‌زدن یا ضربه به کودکان شود، و مطالبی که نوشته می‌شود ممکن است شامل تصاویر و اطلاعاتی باشد که اثرات نامطلوبی در درازمدت درباره کودکان داشته باشد. وی تصریح کرد: براساس اصول اعلام‌شده یونیسف، حق کودک مهم‌تر از فروش روزنامه است، بنابراین در تهیه گزارش و مصاحبه کودک باید توجه ویژه‌ای به حق کودک و حفظ حریم خصوصی و مسائل محرمانه‌اش داشت و این قضیه باید خیلی جدی گرفته شود. اگر چه در برخی از

علی‌اکبر قاضی‌زاده، مدرس روزنامه‌نگاری، درباره تاریخچه پیدایش نشریات کودک و نوجوان گفت: اولین نشریات کودکان در انگلستان و در سال ۱۷۱۵ منتشر شدند که مصادف با دوره قبل از ناصرالدین شاه در ایران بوده است، درحالی که در ایران ۱۲۱۶ ش. ما صاحب نشریات چاپی شدیم که در یک دوره هفتادساله در انحصار دولت بود. وی افزود: اولین مجله کودکان در ایران شیپور نام داشت که انجمن ایران و انگلیس منتشر کرد. همچنین در سال ۱۳۳۳ ش. عباس یمینی شریف و ابراهیم بنی‌احمد مجله بازی کودکان را منتشر کردند. قاضی‌زاده، همچنین به تلاش‌های جبار باغچه‌بان در زمینه نشریات کودکان و نوجوانان اشاره کرد و گفت: وی در سال ۱۳۳۴ نشریه آلبوم را که به کودکان اختصاص داشت، منتشر کرد. ضمن آنکه کیهان بچه‌ها و اطلاعات کودکان در سال ۱۳۳۵ منتشر شدند که البته اکثریت مطالب آن ترجمه از نشریات خارجی بود. نشریه پیک نیز در دهه سی در شش رده سنی منتشر شد. وی همچنین ابراهیم خواجه‌نوری، جعفر خواجه‌نوری و نعیم بدیعی را فعالان این حوزه عنوان کرد.

صفحه‌آرایی نشریات کودک و نوجوان

ملیکا سعیدآ، فارغ‌التحصیل دانشگاه تربیت مدرس، در بیان نتایج پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد خود با موضوع «بررسی طراحی گرافیک در مطبوعات کودک و نوجوان در کشورهای پیشرفته غربی و ایران» گفت: استفاده از خطوط نرم و مهربان با کودک، عدم استفاده از خطوط تیره و استفاده از انواع دسته‌های رنگی در مطبوعات غربی دیده می‌شود. همچنین غلبه بر استفاده از تکنیک‌های دستی نسبت به تکنیک‌های رایانه‌ای است و اگر از رایانه استفاده شده است، چندان محسوس نیست. وی افزود: مقایسه مجلات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که هدفی برای انتخاب جلد نشریات وجود ندارد و استفاده از تکنیک رایانه‌ای بسیار محسوس است. ضمن آنکه ایده و خلاقیت در



علی‌اکبر قاضی‌زاده:
اولین نشریات کودکان در انگلستان و در سال ۱۷۱۵ منتشر شدند که مصادف با دوره قبل از ناصرالدین شاه در ایران بوده است، درحالی که در ایران ۱۲۱۶ ش. ما صاحب نشریات چاپی شدیم که در یک دوره هفتادساله در انحصار دولت بود

دکتر محمدحسین ساعی:
متأسفانه در تولید محصولات فرهنگی دچار نوعی نخبه‌گرایی شده‌ایم که این موضوع اجازه فعالیت‌ها در حوزه‌هایی چون کودک و نوجوان را نمی‌دهد

دکتر یونس شکرخواه:
الگوهای خطی و یک‌طرفه ارتباطات درباره نشریات کودک و نوجوان مصداق ندارد



نمکدوست: در این دنیای پرتحول و در حرفه روزنامه‌نگاری، قطعاً مخاطب شرکت‌کننده فعال محسوب می‌شود و همه ما بازیگران این عرصه هستیم

استفاده فراوان کودکان و نوجوانان از اینترنت، نسل جدید تفاوت‌هایی با نسل‌های قبل دارد که باید در انتشار نشریات به آنها توجه کرد در حالی که گردانندگان رسانه‌ها درباره گروه‌های هدف مطالعه نمی‌کنند. دکتر یونس شکرخواه، استاد دانشگاه و روزنامه‌نگار، در ادامه این نشست گفت: الگوهای خطی و یک‌طرفه ارتباطات درباره نشریات کودک و نوجوان مصداق ندارد. وی با اشاره به ورود جریان بینامتن به حوزه ادبیات کودک و نوجوان اظهار داشت: بدون تکیه به دانش مدرن نمی‌توانیم به پای کودکان امروزی برسیم و تا زمانی که سواد رسانه‌ای را بالا نبریم و در این حوزه حکاکی نکنیم، آسیب خواهیم دید. دکتر هدیه شریفی، نویسنده و روزنامه‌نگار کودک و نوجوان، از دیگر سخنرانان این نشست، گفت: آنچه مطبوعات کودک و نوجوان در قرن ۲۱ به آن نیاز دارند، این است که به مخاطبان‌شان امکان دهند که از توانایی ذهنی‌شان در کدگذاری بهره بگیرند و در عین حال باسواد باشند، به این مفهوم که قادر به دریافت و پردازش اطلاعات باشند. وی تصریح کرد: مطبوعات کودک و نوجوان نیازمند نگاه جدیدی است، زیرا دیگر همه چیز بر روی کاغذ نمی‌آید و پردازش اطلاعات تنها روی کاغذ صورت نمی‌گیرد. بلکه ما به دنیای الکترونیکی نیز باید برسیم.

این نویسنده کودک و نوجوان اضافه کرد: اگر در رسانه به تصویرگری پرداخته نشود، عملاً پردازش اطلاعات برای زیرساخت‌های موردانتظار کودک صورت نمی‌گیرد و کودک نمی‌تواند بازی‌های ذهنی و مفاهیم موردعلاقه‌اش را دنبال کند. وی گفت: تا زمانی که با آغوش باز به سمت ادبیات کودک و نوجوان نرویم، نمی‌توان گفت که این ارتباط برقرار و شناختی حاصل شده است. نمکدوست، مدرس روزنامه‌نگاری، نیز با تأکید بر اینکه مخاطب موضوع پیچیده‌ای است، اظهار داشت: در این دنیای پرتحول و در حرفه روزنامه‌نگاری، قطعاً مخاطب شرکت‌کننده فعال محسوب می‌شود و همه ما بازیگران این عرصه هستیم. وی افزود: در جامعه امروز هم مخاطبانمان و هم کسانی که پیامی را به اشتراک می‌گذارند، در حال تغییر هستند و رسانه‌ها باید به آن توجه کنند. این استاد دانشگاه افزود: تجربه روزنامه‌نگاری برای کودکان و

کشورها اسم پدر و مادرها به جای کودکان ذکر می‌شود، با این کار نیز ممکن است به حریم خانوادگی آنها تجاوز شود، زیرا ممکن است آسیب و تلافی‌جویی داشته باشد و کودک در معرض خطر قرار گیرد. نماینده یونسف در ایران، یکی دیگر از اصول یونسف درباره کودکان را متناسب کردن گزارش‌ها با سن و درک جامعه مخاطب عنوان کرد و گفت: گزارش‌های نشریات کودکان باید براساس سن آنها متفاوت باشد. وی افزود: این نهاد به کسانی که در زمینه نشریات کودکان فعالیت می‌کنند، مشاوره می‌دهد تا نحوه گزارش مطالب مربوط به کودکان باعث لطمات و اثرات نامطلوب در زمینه‌های مختلف اجتماعی، محلی یا فرهنگی نشود.

دی‌جووانی تأکید کرد: هیچ‌وقت نباید گزارش یا عکسی منتشر کرد که همسالان کودک را در معرض خطر قرار دهد حتی زمانی که مشخصات آنها تغییر داده شود. وی تأکید کرد: کودکان فقط مخاطب رسانه نیستند و خودشان هم می‌توانند تولیدات رسانه‌ای داشته باشند. براین اساس رویکرد یونسف یک رویکرد همه‌جانبه‌نگر است تا کودکان نیز به‌عنوان بخشی از جامعه بتوانند صحبت کنند.

مخاطب‌شناسی نشریات کودک و نوجوان

دکتر محمدحسین ساعی، معاون پژوهشی دفتر مطالعات رسانه‌ها، در نشست مخاطب‌شناسی نشریات کودکان و نوجوان با اشاره به کم‌توجهی به مطبوعات کودک و نوجوان در سال‌های اخیر گفت: متأسفانه در تولید محصولات فرهنگی دچار نوعی نخبه‌گرایی شده‌ایم که این موضوع اجازه فعالیت‌ها در حوزه‌هایی چون کودک و نوجوان را نمی‌دهد.

معاون پژوهشی دفتر مطالعات رسانه‌ها، عدم ارتباط مناسب نشریات با والدین را یکی از دلایل عدم استقبال مطلوب از نشریات کودک و نوجوان عنوان کرد و گفت: نشریات کشور دچار ضعف ارتباطی با والدین هستند.

حسین انتظامی، نماینده مدیران مسئول نشریات در هیئت نظارت، گفت: به دلیل تحولات صورت‌گرفته در عصر ارتباطات و



پتريشا دی جوانی:
تهیه گزارش درباره کودکان و نوجوانان
چالش‌های ویژه‌ای دارد، زیرا تنها مهم
نیست که هدف خوبی داشته باشیم، گاهی
اوقات گزارش‌هایی که تهیه می‌کنیم ممکن
است باعث انگ‌زدن یا ضربه به کودکان
شود، و مطالبی که نوشته می‌شود ممکن
است شامل تصاویر و اطلاعاتی باشد که
اثرات نامطلوبی در درازمدت درباره کودک
داشته باشد

دکتر محمدعلی شادمانی، نویسنده کودک و نوجوان، از دیگر کسانی بود که در میحث مخاطب‌شناسی نشریات کودک و نوجوان سخن گفت. وی با بیان اینکه مطبوعات کودکان و نوجوانان هم‌اندازه آنها رشد نکردند و قندکشیدند، تأکید کرد: دریافت‌ها، تجربه‌ها، واژه‌های کودکان عوض شده، اما سطح نشریات آنها تغییر نکرده است، زیرا ما با تجربه، احساسات و دریافت‌های خود به سراغ کودکان می‌رویم و می‌خواهیم دید استراتژیک‌مان را به آنها تعمیم دهیم در حالی که در دنیای کودکی امروز بسیار متفاوت از گذشته شده است. وی افزود: نگاه ما به کودک مانند نگاه به یک مصرف‌کننده است و هیچ‌گاه حاضر نیستیم او را از یک کاربر به تولیدکننده ارتقا دهیم، در حالی که باید انگاره‌های خود را از مخاطب تصحیح کنیم. وی تصریح کرد: مطبوعات ما مخاطب را به رسمیت نمی‌شناسد و سهمی برای خواسته‌های کودکان و مطبوعات و متن‌های آنها قائل نیست، زیرا از وجود مخاطب مطمئن هستیم، اما اگر مخاطب قدرت انتخاب داشته باشد مطمئن نیستیم که این نوع مطبوعات را انتخاب کنند. شادمانی همچنین از فاصله‌گرفتن ادبیات کودک و نوجوان از زبان فاخر و نازل شدن زبان رسانه‌ای انتقاد کرد.

علی خلیل، عضو سازمان دانش‌آموزی لبنان، در پایان این نشست درباره وضع ادبیات کودکان و نوجوانان در لبنان گفت: سازمان دانش‌آموزی لبنان، به‌عنوان مسئول کشف استعدادها پرورش‌دهنده کودکان و نوجوانان، مجله مهدی را به مدت ۲۵ سال منتشر کرده است. وی افزود: در این مجله که برای رده‌های مختلف سنی کودک و نوجوان منتشر می‌شود، برخی از صفحات به انعکاس دیدگاه‌های کودکان و نوجوانان اختصاص دارد و این موضوع باعث شده تا کودکان‌مان احساس کنند که در ایجاد نشریات سهمی هستند. وی افزود: ما همچنین سعی کردیم که موضوعات مختلف اجتماعی، سیاسی و پیشرفت‌های علمی صورت‌گرفته را در دسترس مخاطبان‌مان قرار دهیم تا نشریه حالت رقابتی با سایر رسانه‌ها پیدا کند، زیرا در کشورهای عربی فرهنگ مطالعه وجود ندارد، ولی ما سعی کردیم آن را ترویج کنیم.

عضو سازمان دانش‌آموزی لبنان تأکید کرد: کسانی که مسئول برنامه‌ریزی کودک و نوجوانان هستند، باید در سطحی قرار گیرند که بتوانند نیازهای کودک را شناسایی کنند و باید به‌گونه‌ای رفتار شود که کودکان خود به‌دنبال این نشریات بروند نه اینکه خانواده برایشان نشریه بخرد.

نوجوانان نشان داده است در حالی که نشریه برای کودکان طراحی می‌شود، ولی از بزرگسالان درباره آن نظرسنجی می‌شود.

رحمان دوست، شاعر و نویسنده کودکان، در این نشست تأکید کرد: اصل کار، مخاطب است و اینکه آیا مخاطب جایگاه خود را دارد یا خیر. وی افزود: من سعی کردم مخاطب را به تغییر و تردید در آنچه می‌دانستم وادار کنم تا بدین صورت پنجره جدیدی رویه‌روی خودم باز کنم.

امینی، شاعر و روزنامه‌نگار کودک و نوجوان، با بیان اینکه حلقه ارتباطی بین متن و کودک، مربی است که متن را برای کودکان بازخوانی می‌کند، پیشنهاد کرد: روزنامه‌نگاران، تصویرگران و شاعران از این زمینه بکر استفاده و با کودکان ارتباط برقرار کنند.

حمیده جمالی که «ویژگی‌های روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان از دیدگاه متخصصان» عنوان پایان‌نامه‌اش بوده است، درباره ضرورت وجود نشریات کودک و نوجوان گفت: اگر مطالعه در سن کودکی شکل بگیرد، در بزرگسالی نیز ادامه می‌یابد، ضمن اینکه شکل‌گیری علائق رسانه‌ای افراد در کودکی باعث پایداری آن در بزرگسالی می‌گردد. وی افزود: نشریات کودک و نوجوان یک ابزار آموزشی نیز محسوب می‌شوند، در حالی که با در نظر گرفتن ۲۵ میلیون مخاطب در رده‌های مختلف سنی با بی‌توجهی کارشناسان، متخصصان روزنامه‌نگاری مواجه شده‌اند.

این پژوهشگر با بیان اینکه نشریات کودک و نوجوان مخاطب‌محورند، اضافه کرد: مخاطب این نشریات، جمعی ثابت با ویژگی‌های یکسان نیستند و نباید ادعای شناخت کامل و یک‌باره آنها را برای همیشه داشت. وی افزود: مخاطب مفهومی ثابت نیست و بسته به شرایط زمانی و مکانی متفاوت است، زیرا مخاطب تنها نقش شنونده، مصرف‌کننده یا منفعل را ندارد، بلکه جست‌وجوگر، مشورت‌خواه و پاسخ‌گوست و پرسه می‌زند. در واقع «دوره من منتشر می‌کنم» گذشته است.

جمالی در بیان نتایج پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود گفت: روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان، زمینه‌ای بین‌رشته‌ای است و فقط مختص به روزنامه‌نگاری نیست و در این زمینه باید از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مانند آن نیز بهره گرفت. وی جمع‌آوری ادبیات شفاهی، توجه به مخاطب، تمایز قائل شدن بین نشریات کودکان و نشریات نوجوانان و اجرای پژوهش‌های بین‌رشته‌ای را از جمله راهکارهای بهبود و ارتقای سطح روزنامه‌نگاری کودک و نوجوان ذکر کرد.

دکتر هدیه شریفی:

آنچه مطبوعات

کودک و نوجوان در

قرن ۲۱ به آن نیاز

دارند، این است

که به مخاطبان‌شان

امکان دهند که از

توانایی ذهنی‌شان در

کدگذاری بهره بگیرند

و در عین حال باسواد

باشند، به این مفهوم

که قادر به دریافت

و پردازش اطلاعات

باشند