

# بررسی جایگاه کودک در مطبوعات ایران

چه ترتیب و چه نحوی بوده است؟ آیا توجه این نشریات به کودک، بیشتر از جنبه تربیتی، روان‌شناسی، آموزشی و یا بهداشتی و درمانی و غیره بوده؟ و به تبع آن، مخاطبین آنها را والدین و مربیان نیز تشکیل می‌دهند یا خیر؟ آیا این نشریات با اختصاص بخشی از روزنامه خود به مطالب مورد علاقه کودکان، سعی در جلب این گروه خاص کرده‌اند؟ و...

مورد دوم: بررسی کیفی نشریات ویژه کودکان است. این ارزیابی در مورد نشریات مورد نظر، کلی بوده و دستیابی به پاسخ این پرسشها را مد نظر دارد که آیا این نشریات جوابگوی نیازمندیهای مختلف کودکان هستند یا خیر؟ و آیا هر کدام از این نشریات تنها بر اساس مصالح سازمانهای تأمین‌کننده بوده خود و برحسب سلیقه‌های شخصی، دست به انتشار نشریه‌ای خاص کودکان زده‌اند یا خیر؟

## روش تحقیق

با توجه به موضوع تحقیق «بررسی جایگاه کودک در مطبوعات» روشهای مورد استفاده در این مطالعه عبارتند از: روش علی (Explanaiton) و روش توصیفی (Description). روش علی به این دلیل استفاده شده است که به بررسی علل ضعف نشریات کودکان و آمار توصیفی این مسئله آن‌گونه که هست می‌پردازد.

## جامعه آماری

با توجه به گستردگی موضوع تحقیق و بررسی مسئله از دو زاویه متفاوت، قطعاً باید دو جامعه را انتخاب می‌کردیم. در ارتباط با بخش اول (بررسی جایگاه کودک در روزنامه‌های رسمی کشور) مورد نمونه برای تحقیق، با کمک روش نمونه‌گیری خوشه‌ای

- پایان‌نامه تحصیلی جهت اخذ درجه کارشناسی رشته ارتباطات اجتماعی
- دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
- موضوع: کودک و مطبوعات، بررسی جایگاه کودک در مطبوعات ایران
- استاد راهنما: سرکار خانم مینو بدیعی
- نگارش آنامیتا مغففری کاکاوندی
- سال ۷۶ - ۱۳۷۵

## اهداف تحقیق

همان‌طور که از عنوان تحقیق برمی‌آید، بررسی جایگاه کودک در مطبوعات، مد نظر این تحقیق است. در این بررسی، سعی شده است کودک و مطبوعات کودکان را از دو جنبه مختلف مورد مطالعه قرار دهیم.

مورد اول: بررسی جایگاه کودک در روزنامه‌های رسمی کشور است. در این بخش نقش و جایگاه کودک در مطبوعات رسمی کشور مورد سؤال قرار گرفته است و اینکه آیا اساساً توجه‌ای به این قشر شده است؟ و اگر شده به

نیستند.

بخش اول:

## بررسی کیفی نشریات کودکان

فرض: به نظر می‌رسد نشریات کودکان نمی‌توانند به طور کامل پاسخگوی نیازهای واقعی آنها باشند.

مورد نمونه: روزنامه «آفتابگردان» و مجله «کیهان بچه‌ها».

برای یافتن پاسخی مناسب به این فرضیه، پرسشنامه‌ای تدوین گردید و به مربیان کودکان داده شده تا نظرات خود را در ارتباط با وضعیت نشریات کودکان و نوجوانان ابراز دارند. ابتدا از آنها خواسته شد تعداد و نام نشریاتی را که می‌شناسند، ذکر کنند. بر اساس نتایج به دست آمده، باید گفت از ۶۰ کارشناس کودک، ۲۷ نفر با فراوانی ۴۵ درصد با یک تا سه نشریه، ۱۶ نفر با فراوانی ۲۶/۷ درصد با چهار تا هفت نشریه و ۷ نفر با فراوانی ۱۱/۷ درصد با هشت تا ده نشریه آشنایی داشتند. ده نفر از این افراد، هیچ‌یک از نشریات کودکان را نمی‌شناختند (رقمی برابر با ۱۰٪ کل جامعه آماری) که این مسئله جای بسی تأسف و تأمل دارد.

مربیان بالاترین درصد آشنایی را با نشریه «سروش کودک» (با فراوانی ۲۵/۸ درصد) و پایین‌ترین میزان شناخت را نسبت به مجله «پوپک» (با فراوانی ۵/۵ درصد) دارند.

بر اساس نظر کارشناسان، میزان استقبال کودکان از نشریات ویژه خودشان، عبارت بود از: اکثریت کودکان (حدود ۵۵ درصد) از نشریات ویژه خودشان استقبال چندانی نمی‌کنند. تنها ۵ درصد از بچه‌ها نظر خوب و ۳۰ درصد از آنها نظری مساعد در مورد نشریات

انتخاب شده است. به این ترتیب که از کل روزنامه‌های صبح و عصر تهران، دو روزنامه ایران و اطلاعات در فاصله زمانی سه ماهه اول سال ۷۵ انتخاب شده‌اند.

در بخش دوم (بررسی کیفی نشریات کودکان) از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای از چهار منطقه شهر تهران (شمال، جنوب، شرق و غرب) مربیان یک دبستان از هر منطقه به طور تصادفی، به منظور پاسخگویی به پرسشنامه‌ها انتخاب شده‌اند.

## روش جمع‌آوری اطلاعات

در این تحقیق، برای جمع‌آوری اطلاعات از سه روش: کتابخانه‌ای، میدانی، و تحلیل محتوا، استفاده شده است. در بیان و تشریح مسئله، تا حد امکان سعی شده است که با مطالعه منابع مختلف از جمله کتابها، مقاله‌ها و رساله‌ها و نیز فیش‌برداری و خلاصه‌نویسی آنها، بتوان توضیحی کافی درباره این مسئله ارائه داد. سپس برای آشنایی بیشتر و روشنتر شدن موضوع، کوشش شده است از طریق تحقیق میدانی و تحلیل محتوای روزنامه‌ها، به مطالعه و بررسی دقیقتر این موضوع پرداخت.

## فرضیه‌ها

### الف - از لحاظ کمی

۱. الف - به نظر می‌رسد مطالب درج شده درباره کودکان در روزنامه‌های رسمی کشور، بیشتر خطاب به والدین و مربیان کودکان باشد.
۲. الف - به نظر می‌رسد نشریات رسمی کشور توجه چندانی به مطالب ویژه کودکان ندارند.

### ب - از لحاظ کیفی

۱. به نظر می‌رسد نشریات ویژه کودکان، به طور کامل پاسخگوی نیازهای واقعی آنها

خود دارند. مربیان، بیشترین عامل تأثیرگذاری در جلب بچه‌ها به نشریات کودک را، درج مطالب سرگرم‌کننده و کیفیت ظاهری نشریات و ذکر مطالب علمی البته در قالب داستان، دانسته‌اند. همچنین بیشترین علت بی‌توجهی کودکان نسبت به نشریات خودشان را ابتدا در قیمت به نسبت بالای این مجلات و سپس پاسخگو نبودن این نشریات به نیازهای کودکان، دانسته‌اند.

باتوجه به نتایج به دست آمده، مشهود است که مجله «کیهان بچه‌ها» با توجه به مطالبی که منتشر می‌کند، بیشترین هدف خود را ابتدا در پاسخگویی به نیاز دانستن (۲۶/۴ درصد) و سپس پاسخگویی نیاز به زیبایی (۲۳ درصد) دنبال می‌کند و با اختلاف به نسبت بالایی، سعی در پاسخگویی به نیاز مورد علاقه بودن (۱۲/۶ درصد) دارد. جالب اینکه توجه به ارزشها و آداب و رسوم تنها ۹/۲ درصد از کل حجم مطالب این نشریه را به خود اختصاص داده است. گفتنی است که بر اساس نظرسنجی انجام شده، ۹ نفر از کارشناسان معتقدند مطالب این نشریه پاسخگوی هیچ‌یک از نیازهای کودکان نیست و به طور کلی نظر مساعدی نسبت به آن نداشتند.

در مقایسه با «کیهان بچه‌ها»، مهمترین هدف مطالب مندرج در روزنامه «آفتابگردان» نیز بر اساس نظر کارشناسان مربوطه، پاسخگویی به نیاز لذت و سرگرمی در کودکان (با ۲۴/۳ درصد) و سپس نیاز به دانستن (با ۲۲/۳ درصد) است. توجه به مطالبی که بتواند برآورنده نیاز دوست داشتن باشد، در مقام سوم (با ۱۲/۶٪) قرار دارد. گفتنی است که کمترین توجه این روزنامه به ذکر مطالبی است که نیاز به موفقیت و رسیدن به هدف و ارزشها و آداب و رسوم را دنبال می‌کند هر کدام (با ۲/۹

درصد). در ارتباط با این نشریه نیز به طور کلی پنج نفر از مربیان بر این عقیده بودند که روزنامه مورد بحث پاسخگوی هیچ‌کدام از نیازهای کودکان نیست.

در نهایت، طی مقایسه‌ای که بین این دو نشریه صورت گرفت، در پاسخ به این سؤال که کدام‌یک در زمینه کاری خود موفق بوده‌اند، از کل ۶۰ نفر کارشناس ۴۰ درصد نظر خوب و ۲۰ درصد نسبتاً خوب و ۲۰ درصد نظری کاملاً منفی نسبت به روند کاری مجله «کیهان بچه‌ها» داشتند. از همین عده، ۴۱/۶۷ درصد موافق، ۲۰ درصد نسبتاً موافق و ۱۸/۲۳ درصد کاملاً مخالف روند فعالیتی روزنامه «آفتابگردان» بودند. نتایج حاصله بیانگر این است که مهمترین عوامل بی‌توجهی یا کم‌توجهی کودکان به نشریات، نوع کیفیت آنها، نبود تنوع در مطالب و پاسخگو نبودن آنها به خواسته‌های کودکان، است.

پیشنهادهای مطرح شده از سوی عده‌ای از مربیان، عبارتست از:

۱. دقت در کیفیت کاغذ و رنگهای به کار رفته در نقاشی‌ها، بویژه در مورد «کیهان بچه‌ها».
۲. استفاده از متخصصان فن و افرادی که در مورد کودکان تجربیات قابل توجهی داشته باشند.
۳. تنوع دوره‌ای، چه به لحاظ متن و چه به لحاظ ساختار تصاویر.
۴. آموزش‌دهی به صورت غیرمستقیم.
۵. استفاده بیشتر از مطالب مطابق با سن کودکان.
۶. آگاه کردن و آموزش دادن بچه‌ها به منظور آشنایی آنها با نشریات از طریق رسانه‌های گروهی.
۷. تعیین قیمت مناسب برای مداومت در

خرید این نشریات.

۸. آموزش کاردستی‌هایی که با وسایل راحت و قابل دسترسی ساخته می‌شوند.

بخش دوم:

## بررسی جایگاه کودک در مطبوعات رسمی ایران

فرض ۱: به نظر می‌رسد مطالب درج شده دربارهٔ کودکان در روزنامه‌های رسمی کشور، بیشتر خطاب به والدین و مربیان کودکان باشد.  
فرض ۲: به نظر می‌رسد نشریات رسمی کشور توجه چندانی به مطالب ویژهٔ کودکان ندارند.

به طور کلی، در سه ماههٔ اول سال ۹۴، ۷۵ مقاله در ارتباط با مسائل مختلف کودکان در دو روزنامهٔ اطلاعات و ایران ارائه شده است که دسته‌بندی آنها عبارتست از: مقالات آموزشی، تربیتی، روان‌شناسی، بهداشت و درمان، ادبیات کودکان، اجتماعی فرهنگی و هنری (جمعاً ۹ گروه مقاله). از ۹۴ مقالهٔ درج شده در این دو روزنامه، ۴۵ مقاله در روزنامهٔ اطلاعات و ۴۹ مقاله در روزنامهٔ ایران به چاپ رسیده‌اند. بالاترین تعداد مقالات ارائه شده در اردیبهشت ماه سال ۷۵ و در روزنامهٔ اطلاعات صورت گرفته و پایین‌ترین تعداد مقالات ارائه شده نیز در فروردین ماه سال ۷۵ و متعلق به همان روزنامه است.

در این سه ماهه، هیچ یک از دو روزنامهٔ مورد بحث، صفحه یا مطالبی را برای کودکان چاپ نکرده‌اند.

### نتیجه‌گیری

نشریات کودکان، جزئی از خواندنیهای کودکان به شمار می‌آیند و چون خواندنیهای

کودکان باید واجد یک سری ویژگی‌ها باشند، مطبوعات کودکان نیز از این مقوله استثناء نیستند.

این نشریات چون مخاطبان، قطع، صفحه‌بندی، شیوه نگارش خاص، زبان، نویسندگان و برنامه‌ریزی ویژه‌ای دارند، تخصصهای ویژه‌ای را می‌طلبند.

با پیروزی انقلاب اسلامی، انتظار می‌رفت نشریات کودکان همانند دیگر نشریات، دچار تحول و دگرگونی شوند، اما اگرچه فرهنگ غربی به مفهوم دورهٔ قبل در آنها دیده نمی‌شود، ولی از لحاظ کیفی و محتوای مطالب نیز بهبود چندانی در آنها صورت نگرفته است. بر اساس نظر نویسندگان کودک و نوجوان، حداکثر کاری که صورت گرفته است، تغییر نامهای افراد و مکانها از خارجی به ایرانی و دستکاری سطحی نوشته‌ها و دادن حال و هوای ایرانی به آنها بود که حدوداً ۹۵ درصد مطالب را تشکیل می‌داد و ۵ درصد باقی‌مانده نیز تولید داخلی است که شامل مطالب غیرهنری مانند گزارش و خبر و چیزهایی از این دست می‌شود.

از نظر محقق، مهمترین مسئله‌ای که هر نشریهٔ کودک قبل از هر چیزی باید آن را در دستور کار خود قرار دهد، استفاده از افرادی است که در زمینهٔ کودکان کار کرده‌اند؛ افرادی که خود الزماً باید تحت نظارت دقیق حداقل یک کارشناس کودک عمل کنند.

مسئلهٔ بعدی، ترویج فرهنگ روزنامه‌خوانی و ایجاد علاقه در کودکان نسبت به نشریات خاص خودشان است. این وظیفه را در درجهٔ اول والدین و مربیان کودکان، از طریق خرید و معرفی نشریات به آنها و در درجهٔ بعدی، دیگر رسانه‌های گروهی باید برعهده بگیرند. البته توجه به مورد اخیر، نیاز به حمایت دولت دارد.