

گزارشی از نشست نقد و بررسی مجله توسط دست‌اندرکاران آینه‌ای در برابر خود!

گزارشگر: سمانه آزاد

اشاره

پیش‌دبستانی، آموزش‌های آن‌ها و نیز ارتقای سطح دانش و اعتلای خانواده‌ها نسبت به کودکان است. من معتقدم مجله در حال حرکت برای رسیدن به این اهداف است. «دکتر مفیدی با بیان اینکه دو موضوع مهم در این جلسه قابل بررسی است، گفت: «نخستین هدف بررسی محتوای علمی مجله و مقالاتی است که در آن به چاپ می‌رسد. باید دید محتوا تا چه حد اهداف مجله را تأمین می‌کند و به چه میزان می‌تواند به اهداف عالی اطلاع‌رسانی و رشد و توسعه دانش مخاطبان کمک کند. از سوی دیگر، باید به گرافیک مجله هم توجه داشت. در واقع، هدف اساسی آن است که گرافیک، طراحی و عکس‌ها به درک بهتر مطالب، زیباسازی و عمق بخشیدن به نگاه مخاطبان کمک کند اما اگر از این ظرفیت به درستی استفاده نشود، تفاسیر ناهمگونی از مطالب ایجاد می‌شود.» وی خطاب به هیئت تحریریه نشریه افزود: «نظرات و پیشنهادهای شما در این دو محور می‌تواند تصمیم‌گیرندگان را در کاهش ضعف‌ها و پررنگ کردن نقاط قوت یاری کند.»

توازن محتوای مجله

در ادامه نشست، مرتضی مجدفر درباره مخاطب‌شناسی مجله گفت: «ما مخاطبان این مجله را میان مراکز پیش‌دبستانی، دانشجویان، کارشناسان و والدین پیش‌بینی کرده‌ایم. در واقع، والدین آخرین گروه از مخاطبان مجله در نظر گرفته شده‌اند

فصلنامه رشد آموزش پیش‌دبستانی از پاییز ۱۳۸۷ ابتدا به صورت ضمیمه مجله رشد آموزش ابتدایی و در مرحله بعدی به صورت فصلنامه‌ای مستقل انتشار یافته است. کمک به ارتقای دانش مربیان در زمینه اصول و مبانی آموزش و پرورش، معرفی راهبردها، رویکردها و روش‌های آموزش پیش از دبستان، ایجاد زمینه مناسب برای هم‌اندیشی و تبادل نظر بین دست‌اندرکاران آموزش پیش از دبستان، بهبود یا رفع تنگناهای موجود؛ افزایش آگاهی‌های مربیان درباره رخدادهای علمی - آموزشی پیش‌دبستانی در جهان از جمله اهداف اساسی این نشریه است. سردبیر و اعضای هیئت تحریریه این مجله برای بررسی میزان دستیابی به این اهداف در دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی به تاریخ ۹۴/۱۰/۲۸ دور هم جمع شدند و به نقد مجله - به ویژه چند شماره اخیر - پرداختند. تغییر در گرافیک، محتوا و حتی مخاطبان از جمله موضوعاتی بود که در این میزگرد به آن اشاره شد.

در ابتدای این نشست دکتر فرخنده مفیدی، سردبیر، درباره اهداف مجله گفت: «هدف اساسی مجله رشد آموزش پیش‌دبستانی رشد و توسعه فرهنگ مخاطبان پیرامون کودکان



مکث ز چاپ‌پرسی



جز این نبود اما اکنون تناسب متوازی در محتوا دیده می‌شود؛ به طوری که در مجله هم از دانشگاهیان - اعضای هیئت علمی و دانشجویان هم از شاغلان آموزش و پرورش، هم از مربیان و هم از دست‌اندرکاران اجرا، یعنی دفتر پیش‌دبستانی، مطالبی دیده می‌شود. باید سعی کنیم این تناسب را حفظ کنیم و نگذاریم کاهش پیدا کند.»

وی با بیان اینکه گرافیک مجله در شماره‌های اخیر مطلوب‌تر شده است، افزود: «به نظر شماره‌های ۲۸ و ۲۹ مجله گرافیک مطلوب‌تر و چشم‌نوازتری دارد. در واقع، جاذبه بصری خوبی برای مخاطب ایجاد شده است؛ چرا که توازن خوبی میان استفاده از عکس و گرافیک در آن دیده می‌شود.»

ظرفیت فضای مجازی در خدمت مجله

کاهش شمارگان مجله موضوع دیگری بود که مجدفر به آن اشاره داشت. وی در این باره گفت: «موضوع چالش‌برانگیز درباره مجله آن است که نشریه‌ای که زمانی شمارگان ۲۰ هزار داشته است نباید به ۶۷۰۰ برسد. محتوای مجله در این مدت افت نکرده است. پس به نظر می‌رسد این یک مسئله اداری و مربوط به حوزه توزیع است. ما باید این موضوع را جدی بگیریم و حتی اگر لازم باشد با دفتر پیش‌دبستانی وارد مذاکره شویم. از سوی دیگر، با توجه به گسترش رسانه‌های جدید

• ما باید با ارگان‌های مختلف ارتباط برقرار کنیم و راه‌های ارتباط را افزایش دهیم

و فضای مجازی ما هم باید از این ظرفیت استفاده کنیم؛ به طوری که مجله را به شکل بسته آموزشی ببینیم و برای اجزای دیگر آن تعاریفی داشته باشیم.» وی در ادامه گفت: «نشریه رشد آموزش پیش‌دبستانی فصلنامه است و ما باید طی سه ماه، مطالب فصلنامه را تازه نگه داریم. این کار را می‌توان از طریق فضای مجازی، برنامه‌های پیام‌رسان، ارتباط بیشتر با برخی سایت‌هایی که فضای فعالیتشان با مجله همخوانی دارد، انجام داد. همچنین می‌توانیم برخی کانال‌ها و فضاها را با گزینش انتخاب و معرفی کنیم و به این ترتیب، همکاری متقابلی با آن‌ها داشته باشیم.»

مفیدی، ضمن تأیید گفته‌های دکتر مجدفر اظهار داشت: «ما همیشه سعی کرده‌ایم برای همکاران تصمیم‌گیرنده استدلال‌هایی داشته باشیم و تا حدود زیادی هم قانع شده‌اند که دست ما برای انجام برخی امور باز باشد. درباره همکاری بیشتر با

اما در چند شماره اخیر مجله، میزان مطالبی که می‌تواند برای والدین مناسب باشد بهتر و بیشتر شده است. بنابراین، در دوره جدیدی که مجله پیش‌رو دارد می‌توان بر این گروه از مخاطبان تمرکز بیشتری داشت؛ به خصوص که کتاب و مجلات مناسب اولیای مدارس در زمینه آموزش پیش‌دبستانی بسیار اندک‌اند.» وی با بیان اینکه باید بیشتر به مبانی پیش‌دبستانی پرداخته شود، افزود: «در شماره‌های نخست مجله رشد آموزش پیش‌دبستانی، مطالبی درباره مبانی پیش‌دبستانی منتشر می‌شد، اما پس از مدتی، دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی تأکید کرد که به نظریه‌پردازان و دانشمندان این حوزه کمتر پرداخته شود. واقعیت این است که اگر مربی پیش‌دبستانی با مبانی این حوزه آشنایی نداشته باشد، موفق نخواهد بود. ما حتماً باید در هر شماره از زوایای گوناگون به مبانی علمی، مبانی تربیت‌اسلامی و مبانی آموزش فطرت‌گرا در دوره پیش‌دبستانی اشاره کنیم. حتی می‌توان میان این موضوعات پلی ایجاد کرد که مطالب تلفیقی از مبانی و روش باشد.»

توازن میان محتوای مجله از دیگر نکاتی بود که مجدفر به آن اشاره کرد: «به نظر می‌رسد محتوای مجله در شماره‌های اخیر مطلوب‌تر شده است. ما زمانی متهم بودیم که عمده مطالب مجله، از سوی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی است و شاید برای شروع کار چاره‌ای



• مجدفر: ما حتماً باید در هر شماره از زوایای گوناگون به مبانی علمی، مبانی تربیت اسلامی و مبانی آموزش فطرت‌گرا در دورهٔ پیش‌دبستانی اشاره کنیم

کارشناسان استان‌ها و مناطق، که در ارتباط با آن‌ها ضعیف هستیم و باید تلاشمان را برای تعامل بیشتر کنیم؛ ۴. انجمن اولیا و مربیان. وی افزود: «ما باید ارتباط بیشتر با این چهار ارگان را در دستور کارمان قرار دهیم و راه‌های ارتباط بیشتر را بررسی کنیم. در این زمینه می‌توانیم از روابط عمومی مجله و امور مشترکین راهکار بخواهیم. البته در این زمینه باید به یاد داشته باشیم که بیشتر مخاطبان برای دریافت مجله به سایت مراجعه می‌کنند و حتی نیازهایشان را از شماره‌های قبل هم برطرف می‌کنند.»

ارتباط با دانشگاه‌ها و استفاده از ظرفیت آن‌ها از دیگر نکاتی بود که تهرانی به آن اشاره کرد: «علاوه بر ارگان مهمی مانند بهزیستی باید از طرق مختلف ارتباط با دانشگاه‌ها را هم ایجاد کنیم. از جمله دانشگاه فرهنگیان که مدتی است تدوین سرفصل‌های رشته‌های مرتبط با پیش‌دبستانی را آغاز کرده است. علاوه بر این، می‌توان بارکدی و تراکنشی کردن مجله را هم مدنظر داشته باشیم. از این طریق می‌توان رسانه‌های دیگری مانند فیلم را هم در اختیار مخاطبان قرار داد.»

تهرانی در ادامه به سه شماره‌ای شدن فصلنامه‌های رشد اشاره کرد و افزود: «مجلهٔ ما مخالف سه شماره‌ای شدن فصلنامه است و سردبیر محترم نیز قبلاً مطرح کرده‌اند. گرچه حجم مجله کم نشده و شمارهٔ تابستان به صفحات دیگر شماره‌ها اضافه شده است اما این وقفه مخاطب را سرد می‌کند. تابستان بهترین زمانی است که مربیان می‌توانند به بازآفرینی خود بپردازند.»

مفیدی نیز در ادامه گفت: «در زمینهٔ تبلیغات جا دارد که پیشنهادها را شما دنبال شود. در دنیای کنونی لزوماً هر چیز خوبی راهش را پیدا نمی‌کند؛ مگر اینکه راه شناساندن آن را پیدا کنیم. شبکه‌های ارتباطی آموزش و پرورش می‌تواند در این زمینه تأثیرگذار باشد.»

وی افزود: «من قشر مربیان را محروم و مظلوم می‌دانم و می‌دانم که همه آن‌ها تشنه دریافت اطلاعات از هر زاویه‌ای هستند. مجله هم راهی است برای اینکه دانش و آگاهی مربیان زیاد شود و هم نسبت به شغل خود نگرش مثبت و احساس غرور پیدا کنند. البته راه‌های گوناگونی برای رسیدن به این هدف هست و مجله هم ادعا ندارد که می‌تواند همهٔ مشکلات را حل کند اما به سهم خود و در مدت کمی که از فعالیت آن گذشته، توانسته است کارهایی را صورت دهد. من معتقدم باید شرایطی را فراهم کنیم که مربیان هم تجارب و علم خود را در قالب مقالاتی در اختیارمان بگذارند و هم حضور بیشتری در مجله داشته باشند.»

دفتر آموزش پیش‌دبستانی هم مجله پیش‌قدم ایجاد این ارتباط شد. ما حتی صفحاتی از مجله را هم به مطالب دفتر اختصاص دادیم اما به دلیل مشغله‌ای که آن‌ها دارند این همکاری صورت نمی‌گیرد.»

سردبیر مجلهٔ رشد آموزش پیش‌دبستانی دربارهٔ تغییرات گرافیک مجله افزود: «آنچه به یک مجله ضربه می‌زند این است که افراد به دلیل مشغله نتوانند کار خوبی ارائه دهند. اعتقاد دارم با تجربهٔ خوبی که گرافیست‌های مجلات رشد دارند، نباید وقت مردهٔ خود را به مجلات ما اختصاص دهند. وقت مرده برای انجام دادن کاری که هدفش زیباسازی و عمق بخشیدن به محتواست نمی‌تواند خوشایند باشد و در طولانی مدت اشکال ایجاد می‌کند. ما انتظار داریم که علاقه و انرژی خوبی برای گرافیک مجله صرف شود.»

مجله شناخته شده نیست

فریده عصاره، عضو هیئت تحریریهٔ فصلنامه رشد آموزش پیش‌دبستانی، نیز با تأکید بر تبلیغات برای شناساندن مجله گفت: «تبلیغات برای مجله بسیار کم است و هنوز مجله آن طور که باید و شاید، شناخته شده نیست. به نظر می‌رسد معرفی مجله از سوی دفتر پیش‌دبستانی می‌تواند در این زمینه تأثیرگذار باشد. از سوی دیگر این روزها همه سرگرم فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی هستند. بنابراین، ما هم باید به شکل هدفمندی از این ظرفیت‌ها استفاده کنیم.»

وی افزود: «انجمن اولیا و مربیان هم می‌تواند کانال ارتباطی خوبی در زمینه معرفی مجله باشد تا به این ترتیب مجله به دست اولیا هم برسد. علاوه بر این، بهزیستی را هم نباید فراموش کنیم؛ چون بیشتر مربیان زیر نظر بهزیستی هستند. بنابراین، کانال ارتباطی ما با سازمان بهزیستی هم می‌تواند در شناساندن مجله مؤثر باشد. همچنین باید مربیان را به نوشتن مقاله تشویق کنیم تا حضور پررنگ‌تری در مجله داشته باشند.»

• فلسفی: ذائقهٔ مخاطبان از سوی وبلاگ به سمت نرم‌افزارهای پیام‌رسان تلفن‌های همراه رفته است. بنابراین، ما هم باید به سمت ابزارهای جدیدتر حرکت و به کمک آن‌ها به تبلیغ مجله کمک کنیم

وقفه‌ای که مخاطب را سرد می‌کند

مسعود تهرانی فرجاد، دیگر عضو هیئت تحریریهٔ مجله نیز بر موضوع اطلاع‌رسانی تأکید کرد و گفت: «به نظر می‌رسد در حوزهٔ اطلاع‌رسانی باید با چهار ارگان ارتباط بیشتری برقرار کنیم: ۱. سازمان بهزیستی که اهمیت بسیاری دارد و باید تعامل با آن را در دستور کارمان قرار دهیم؛ ۲. دفتر آموزش پیش‌دبستانی که گرچه تلاش‌هایی در این زمینه داشته‌ایم اما باز هم باید راهکارهایی برای تعامل بیشتر پیدا کنیم؛ ۳.

نگاهی دیگر به توزیع مجلات

سید غلامرضا فلسفی، دیگر عضو هیئت تحریریه فصلنامه رشد آموزش پیش‌دبستانی با بیان اینکه سه جنبه تولید، توزیع و تبلیغ در مجله اهمیت دارد، گفت: «دربارۀ تولید باید گفت دو شماره اخیر مجله از هر نظر گام بلندی رو به جلو بوده‌اند. شاید اضافه شدن تعداد صفحات مجله و نیز چهار رنگ شدن آن به این موضوع کمک کرده باشد. در حوزه گرافیک هم تفاوت‌هایی نسبت به قبل ایجاد شده است. درباره این موضوع باید نکاتی مشخص شود. از جمله اینکه ما باید در این زمینه تکلیف خودمان را روشن و مشخص کنیم که سیاست ما غلبه متن است یا تصویر. همچنین آیا برای عکس شأن مستقلی قائل هستیم یا خیر؟ وجود سیاست مشخص در این زمینه در سامان دادن به تولید نشریه تأثیرگذار است.»

وی درباره تبلیغ مجله نیز گفت: «این موضوع درد کهنه‌ای است و البته فقط شامل مجله رشد آموزش پیش‌دبستانی نیست. اغلب تولیدات سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی و دفتر تألیف، غیر از کتاب درسی، با این مشکل روبه‌رو هستند. بقیه اجزای بسته آموزشی و از جمله مجله‌ها با مشکل توزیع روبه‌رو هستند.»

این موضوع به نوع عملکرد توزیع‌کنندگان و البته فضای استان‌ها مربوط است. بنابراین، باید نگاه مجددی به مقوله توزیع مجلات وجود داشته باشد و در سیستم توزیع آن‌ها بازنگری جدی صورت گیرد. البته اکنون دفتر چاپ و نشر سایتی را راه‌اندازی کرده‌اند که در آن اقلام آموزشی و کمک آموزشی فروخته می‌شود. این سایت به نشانی irtwxtbook.ir و irtwxtbook.com کتاب درسی، کتاب کار، سی دی‌های آموزشی را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد و به نظر می‌رسد مجلات رشد هم می‌توانند در این سایت جایگاهی داشته باشند. در واقع، از طریق عرضه مجله در سایت می‌توان نگاه جدی‌تری به توزیع آن داشت. متأسفانه توزیع‌کنندگان استانی کمترین همکاری را با معاونت‌ها دارند. می‌دانید که موزعین استانی زیر نظر معاونت پشتیبانی هر استان هستند و هیچ ارتباط ارگانیکی با بخش‌های آموزشی استان‌ها ندارند.»

حوزه تبلیغ موضوع دیگری بود که فلسفی به اشاره کرد. وی گفت: «راه‌ها و ابزارهای جدیدی برای تبلیغ مجله هست. اکنون ذائقه مخاطبان از سوی وبلاگ به سمت نرم‌افزارهای پیام‌رسان تلفن‌های همراه رفته

است. بنابراین، ما هم باید به سمت ابزارهای جدیدتر حرکت و به تبلیغ مجله کمک کنیم. متأسفانه ما از ظرفیت‌های معاونت‌های پژوهشی - که به نوعی چشم و عقبه سازمان

● مفیدی: هدف اساسی مجله رشد آموزش پیش‌دبستانی، رشد و توسعه فرهنگ مخاطبان درباره کودکان پیش‌دبستانی، آموزش‌های آن‌ها و نیز ارتقای سطح دانش خانواده نسبت به کودکان است

در استان‌ها هستند - کمترین بهره را می‌بریم. در عین حال که یکی از وظایف رؤسای گروه بررسی محتوای استان‌ها نظارت بر تولید، توزیع محتواهای آموزشی است. این مجله هم یک محتوای آموزشی است. بنابراین، ما در کنار معاون ابتدایی و رئیس گروه پیش‌دبستانی می‌توانیم به کمک معاونان پژوهشی و رؤسای گروه بررسی محتوای استان‌ها در این مسیر حرکت کنیم.»

در انتهای این میزگرد دکتر مفیدی، سردبیر مجله رشد آموزش پیش‌دبستانی، گفت: «هدف ما این است که مقاله‌ها ضمن افزایش دانش، مهارت و نگرش‌های خوبی را ایجاد کنند. برخی مقاله‌ها این هدف را دنبال می‌کنند اما هنوز نیاز به کار دارند. در واقع، دغدغه ما باید این باشد که به کیفیت توجه داشته باشیم. از سوی دیگر، باید نگاه جهانی و مبانی جهانی به موضوع پیش‌دبستانی را هم جدی بگیریم. توجه به این موضوعات و نیز کارهایی که در کشورهای دیگر انجام می‌شود، می‌تواند در مجله تازگی ایجاد کند و همچنین افق دید مخاطبان را گسترش دهد.»



وی درباره مخاطبان مجله نیز گفت: «مجله باید برای مخاطب جذاب باشد و ما باید برای رسیدن به این هدف مسیر را به درستی طی کنیم. علاوه بر مربیان و خانواده‌ها، دانشجویان هم مخاطبان مجله ما هستند و وجود محتوای علمی می‌تواند شکل جدیدی به مجله ببخشد. علاوه بر این، باید از افراد تأثیرگذار این حوزه هم دعوت کنیم تا در جلسات و نشست‌هایمان حضور داشته باشند. همچنین باید از فعالیت‌های اثرگذار شهرها و استان‌ها گزارش‌هایی تهیه کنیم. این گزارش‌ها علاوه بر اینکه در پر انرژی کردن مجله نقش دارند، می‌توانند مورد استفاده مربیان نیز قرار بگیرند.»