

پژوهش

تحلیل آوران

بررسی و مقایسه میزان مشارکت فرهنگیان در
مجلات رشد

○ فریبا کیا

کارشناس ارشد علوم اجتماعی



مقدمه

از پیدایش، تولید و انتشار پیک دانش‌آموزی در سال‌های پیش از انقلاب و مجلات رشد در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی، سال‌های زیادی می‌گذرد. برای بهبود کیفیت، گسترش دسترسی و قابلیت نفوذ این رسانه نیز تاکنون بررسی‌ها و گزارش‌های قابل ملاحظه‌ای انجام و تهیه شده است.

به طوری که این مجلات در مقایسه با سال‌های نه چندان دور تنوع کمی و ارتقای محتوایی قابل توجهی یافته‌اند. مجلات رشد هم اکنون در ۳۱ عنوان و در شمارگانی بیش از ۳۶ میلیون نسخه در سال تولید و منتشر می‌شوند. در حال حاضر نقش این رسانه در بستن آموزشی و تربیتی و فرایند یاددهی - یادگیری بسیار چشم‌گیر است و گستردگی، تأثیرپذیری و علاقه مخاطبان به این رسانه روز به روز فزونی می‌یابد. فراوانی چند ده میلیونی شمارگان و هزینه‌های مادی و معنوی معتناهی که برای تولید این نشریات انجام می‌شود، اقدامات پژوهشی و دقت در محتوای آن را دو چندان می‌سازد، هم‌چنین ضرورت دارد تا در تدوین این رسانه آموزشی مهم، از همه ظرفیت‌ها و توانایی‌های معلمان و صاحبان اندیشه و تجربه در سراسر کشور استفاده شود. نشریات رشد باید از اندیشه‌ها و تجربیات نوین بهره‌گیری نماید تا بتواند هم‌چنان به‌عنوان یک رسانه مؤثر و در رقابت با دیگر رقبای آموزشی و فرهنگی مورد توجه قرار گیرد. معلمان اندیشه‌ورز و علاقه‌مند بسیاری در سراسر کشور هستند که در صورت جلب نظر و اشتیاق آنان برای همراهی و مشارکت در تولید محتوای مجلات رشد، این رسانه از جامعیت و کیفیت بالاتری برخوردار خواهد شد. بی‌شک ورود رویکردهای پژوهشگرانه و استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های مختلف حل مسئله، دست‌اندرکاران را به ارتقای کیفی این رسانه رهنمون خواهد کرد. در این مسیر آسیب‌شناسی، شناخت خالها و موانع مشارکت و تمایل معلمان به ویژه همکاران شهرستانی به همراهی در تهیه مجلات رشد، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران مجلات رشد است.

کلید واژه‌ها: مشارکت، مشارکت فرهنگیان، مجلات رشد، توزیع و تحلیل کنترل



مشارکت، رویکرد علوم رسانه‌ای

پیش از ورود به بحث اصلی که «سهم مشارکت و همراهی معلمان در تولید محتوای مجلات رشد چیست؟» باید این مهم یادآوری شود که مشارکت یکی از رویکردهای نسبتاً جدید در حوزه‌های مختلف، از جمله علوم ارتباطات است که تاکنون از آن تعاریف متعددی ارائه شده؛ به عبارتی هر اندیشمندی از زاویه‌ای خاص تعریفی از مشارکت ارائه داده که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: «مشارکت عبارت از پیوند دوسویه، سازنده و سودمند میان دو یا بیشتر از دو تن است.» یا مشارکت «یک درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی، یکدیگر را یاری دهند و مسئولیت‌پذیر شوند.» «با پذیرش اصل مشارکت به همه افراد سازمان فرصت بروز خلاقیت‌ها، ایده‌ها و نو اندیشی‌ها داده می‌شود.» هم‌چنین در تعریف دیگری از مشارکت، سایمون می‌گوید: «مشارکت یعنی کلیه اقداماتی که میزان نفوذ و مسئولیت کارکنان را در فرایند تصمیم‌گیری از طریق نمایندگی مناسب در سطح متفاوت سازمان افزایش می‌دهد و از این راه تحقق مشارکت همگانی را تسهیل می‌کند.»

رویکرد مشارکت جویانه می‌کوشد با تکیه بر سرمایه انسانی، راهکارهایی را برای حضور مؤثر و فعال تمام همکاران و عوامل بیرونی برای ارتقای کارایی و بهره‌وری سازمان و یا رسانه بیابد. این رویکرد در دستگاه‌های آموزشی و فرهنگی مانند آموزش و پرورش به دلیل ماهیت تعلیم و تربیت از اهمیت و ضرورت مضاعفی برخوردار می‌شود. با توجه به گستردگی جغرافیایی، تنوع اکولوژیکی و فرهنگی کشور ما، ظرفیت‌ها و زمینه‌های بیکرانی برای مشارکت مخاطبان دستگاه آموزش کشور وجود دارد. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی به‌عنوان مهم‌ترین متولی تولید بسته‌های آموزشی لزوماً و باید از

ایده‌ها و نظرات و مشارکت معلمان به خصوص در زمینه‌های گوناگون بهره‌گیری نماید. خوشبختانه با تصویب سند تحول بنیادین که مشارکت فکری و معنوی معلمان در آن به درستی مورد تأکید قرار گرفته، این ظرفیت و زمینه بسیار عمیق‌تر و برجسته‌تر شده است. یکی از بارزترین جلوه‌های مشارکت، همراهی مخاطبان مختلف مجلات رشد در تهیه مطالب و کیفیت بخشی به آن است. بی‌شک نقش دفتر انتشارات کمک آموزشی در این راستا قابل توجه و مهم‌تر است. در حال حاضر و هم‌زمان با تصویب آیین‌نامه سامان‌دهی مواد و رسانه‌های آموزشی و تربیتی در شورای عالی آموزش و پرورش، بخشی از توجهات لزوماً باید به استفاده از ایده‌ها و ابتکارات مخاطبان به‌ویژه معلمان در حل مسائل و اجرای اهداف آموزش و پرورش معطوف شود. یافتن راه‌هایی برای توسعه و گسترش پوشش مخاطبان، شیوه‌های تبادل تجارب آموزشی و تربیتی، نظرات کارکنان در برنامه‌های اصلاحی و تکمیلی آموزش و پرورش، پرورش استعداد‌های نگارشی و تألیفی معلمان و کارکنان، توسعه سواد و مهارت‌های پژوهشی و افزایش آگاهی و مهارت شغلی، از حوزه‌های مد نظر است.

دفتر انتشارات کمک آموزشی برای افزایش مشارکت کارکنان، تاکنون روش‌های مختلفی را آزموده و خوشبختانه نتایج مفید و پربومی به دنبال داشته است. بسط و گسترش و پرورش فرهنگ نقد در زمینه‌های گوناگون ادبی، هنری، اجتماعی، علمی، پاسخ به پرسش‌های معلمان و دانش‌آموزان انتقال تجارب مفید به دانش‌آموزان؛ از اهداف مشارکت جویانه‌ای است که در سال‌های اخیر مورد توجه بوده و در اولویت برنامه‌های دفتر قرار گرفته است. برنامه‌ریزی و اجرای سفرهای استانی برای توسعه همراهی مشارکت فکری کارکنان، ارتباط رودررو و برگزاری نشست‌های آزاد اطلاع‌یابی از دیدگاه‌ها و نیز

**تحلیل کنترل و یا
بررسی و شناخت فرستنده
پیام یا نویسندگان مقالات، یا
کسی که فرایند ارتباط را به
منظور انتقال پیام آغاز می کند،
از بسیاری جهات می تواند
مفید باشد**

اجتماعی و شغلی آنان چیست و یا تمایل آنان به استفاده از کدام یک از قالب‌ها و سبک‌های مطبوعاتی است و سؤالاتی از این دست، از نظر صاحب‌نظران علوم ارتباطی در حیطه تحلیل کنترل مطرح می‌شود. [ساروخانی، ۱۳۶۸]

تحلیل کنترل و یا بررسی و شناخت فرستنده پیام یا نویسندگان مقالات، یا کسی که فرایند ارتباط را به منظور انتقال پیام آغاز می‌کند، از بسیاری جهات می‌تواند مفید باشد. زیرا این افراد در واقع عقیده‌سازان واقعی به شمار می‌روند. شناخت ویژگی‌ها، طرز تلقی‌ها و جهان بینی آنان از آن رو دارای اهمیت است که عقاید و نظراتشان را به مخاطبان منتقل می‌کنند. سؤالاتی مانند این که نویسنده یا نویسندگان مقالات و مطالب دارای چه ویژگی‌ها، دیدگاه، یا تعصب و منافع خاصی هستند در جذب پیام بسیار مؤثر است. بنابراین مطالعات موردی (case study) و بررسی خاستگاه‌های اقتصادی، اجتماعی، خانوادگی و آموزشی نویسندگان، موجب فهم مناسب‌تر اندیشه‌ها و طرز فکر آنان میشود و به درک مناسب‌تر و تحلیل بخشی از فرایند ارتباطی مجلات کمک می‌کند.

این مقاله در پی بررسی و مقایسه ویژگی‌های تولیدکنندگان مجلات

ارزیابی سلاقی و دیدگاه‌های مخاطبان درباره مجلات با هدف بهبود تولیدات از دیگر اقدامات این دفتر است. بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف پژوهشی مانند اجرای پیمایش‌ها و نظرسنجی‌های زمان‌بندی شده، مصاحبه با دست‌اندرکاران و صاحب‌نظران، متولیان، مدیران و سردبیران و تحلیل محتوای مجلات از منظرهای مختلف، از دیگر رویکردهای محوری دفتر است.

بدین ترتیب، یکی از مهم‌ترین اهداف و رویکردهای دفتر افزایش مشارکت کارکنان در فرایند تولید محتوای مجلات است که تاکنون علیرغم توسعه قابل توجه نسبت به سال‌های گذشته، هنوز جایگاه کمی و کیفی شایسته خود را نیافته است. به طوری که در حال حاضر سهم و میزان مشارکت معلمان شهرستانی در تهیه مجلات رشد در مقایسه با همکاران تهرانی اندک و قابل تأمل است. با توجه به جهت‌گیری سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی و دفتر انتشارات کمک آموزشی برای تقویت مشارکت؛ این نقصان نیازمند بازنگری و رفع آسیب‌ها و موانع موجود است. بی‌شک شناخت دقیق‌تر دلایل این امر ابتدا با توصیف وضع موجود آغاز می‌شود. این توصیف برای دستیابی به تحلیل‌های علت‌جویانه و رفع چالش‌های موجود کمک خواهد کرد. در علوم ارتباطات و رسانه‌ها، این نوع بررسی‌ها که بررسی ویژگی‌های کمی و کیفی دست‌اندرکاران و تولیدکنندگان محتوا و پیام‌ها را مد نظر دارد، عموماً با عنوان تحلیل کنترل مطرح می‌شود.

تحلیل کنترل چیست؟

نگریستن به این مسئله و پاسخ به سؤالاتی مانند این که: فرستندگان پیام و یا تولیدکنندگان محتوا دارای چه ویژگی‌های سنی، جنسیتی و تحصیلی هستند، یا توزیع جغرافیایی، خصوصیات اقتصادی،

الف: توزیع پدیدآورندگان مجلات عمومی رشد بر اساس جنسیت

پدیدآورندگان استانی ماهنامه‌های عمومی رشد بزرگسال به تفکیک جنسیت در سال ۱۳۸۹-۹۰									
جنسیت	مجله	آموزش ابتدایی	آموزش راهنمایی	معلم	مدیریت مدرسه	مدرسه فردا	تکنولوژی آموزشی	جمع	درصد
زن	۸۸	۸	۱۰	۷	۱۷	۱۲	۱۴۲	۶۱/۲	
مرد	۴۷	۴	۸	۳	۶	۲۲	۹۰	۳۸/۸	
جمع	۱۳۵	۱۲	۱۸	۱۰	۲۳	۳۴	۲۳۲	۱۰۰	

که ملاحظه می‌شود، بیشتر (بیش از ۶۱ درصد) پدیدآورندگان استانی ماهنامه‌های عمومی رشد بزرگسال زن هستند. این برتری و تفوق در همه مجلات به جز مجله رشد تکنولوژی آموزشی به چشم می‌خورد. (احتمالاً افزایش نسبت مردان در پدید آورندگان مجله رشد تکنولوژی به دلیل ماهیت این مجله و وجود موضوعات سخت‌افزاری و علاقه بیشتر همکاران مرد در این حوزه است.) این برتری نشان دهنده استقبال بیشتر همکاران زن در استان‌ها برای مشارکت در تهیه مطالب اغلب مجلات رشد است. نکته آموزنده جدول این است که باید ساز و کار و مشوق‌های لازم را جهت افزایش مشارکت همکاران مرد استان‌ها برای همراهی در تدوین مجلات رشد فراهم کرد.

ب: توزیع پدیدآورندگان بر حسب سازمانی و غیر سازمانی

جدول روبه‌رو برخی ویژگی‌های پدیدآورندگان مجلات عمومی رشد بزرگسال و مجلات دانش‌آموزی را در سال ۱۳۸۹ از منظر توزیع آن‌ها بر حسب کارکنان سازمانی (کارکنان و یا حقوق‌بگیران از سازمان پژوهش) و کارکنان غیر سازمانی (افراد داوطلب و علاقه‌مند) نشان می‌دهد:

از منظر جنسیت، توزیع جغرافیایی و در گستره استانی و هم‌چنین تولید کنندگان درون و برون سازمانی است. به بیانی دیگر پاسخ به این سؤال که همکاران شهرستانی در مقایسه با معلمان تهرانی چه بخش و سهمی از تولید مجلات رشد را بر عهده دارند؛ و هم‌چنین چه بخشی از محتوای تولید شده از سوی کارکنان یا کارشناسان موظف درون سازمان است و چه سهمی از این مطالب از سوی معلمان علاقه‌مند و یا افراد برون سازمانی ارسال می‌شود، مهم‌ترین سؤالات این بررسی است. هدف این است تا با توصیف وضع فعلی و مقایسه استان‌ها بتوان راه‌های کارآمدتری را برای افزایش مشارکت کارکنان و توزیع متعادل آن در استان‌های مختلف به دست آورد و با رفع محدودیت‌ها از همفکری همه کارکنان در اقصی نقاط کشور و ظرفیت‌های درون و بیرون سازمان استفاده نمود.

با این پیش فرض‌ها به مرور اجمالی بررسی‌هایی که تاکنون در حوزه هر یک از مجلات رشد، از منظر تحلیل کنترل یا ویژگی‌های تولید کنندگان پیام از زاویه توزیع جنسیتی، جغرافیایی آنان (تهرانی و یا شهرستانی بودن) و یا داخل و بیرون سازمان بودن آنان انجام شده، می‌پردازیم.

جدول فوق بر اساس بررسی هشت شماره از مجلات رشد در که در سال تحصیلی ۱۳۸۹-۹۰ منتشر شده‌اند، تنظیم شده است. همان‌طور

ویژگی‌های پدید آورندگان ماهنامه‌های عمومی رشد بزرگسال به تفکیک استان در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹

ردیف	عنوان مجله	پدیدآورنده سازمانی		پدیدآورنده غیر سازمانی		جمع فراوانی
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
۱	رشد کودک	۲۰	۴۳,۵	۲۶	۵۶,۵	۴۶
۲	رشد نوآموز	۲۳	۳۶	۴۱	۶۴	۶۴
۳	رشد دانش آموز	۵	۹,۶	۴۷	۹۰,۴	۵۲
۴	رشد نوجوان	۲۵	۴۲,۴	۳۴	۵۷,۶	۵۹
۵	رشد جوان	۳۲	۵۷,۱	۲۴	۴۲,۹	۵۶
۶	رشد آموزش ابتدایی	۳۳	۳۱,۹	۴۹	۶۸,۱	۷۲
۷	رشد آموزش راهنمایی	۳۱	۴۷	۳۵	۵۳	۶۶
۸	رشد تکنولوژی آموزشی	۲۲	۳۴,۴	۴۲	۶۵,۶	۶۴
۹	رشد مدیریت مدرسه	۳۱	۶۹	۱۴	۳۱	۴۵
۱۰	رشد مدرسه فردا	۱۳	۲۷,۷	۳۴	۷۲,۳	۴۷
۱۱	رشد معلم	۲۲	۴۵,۸	۲۶	۵۴,۲	۴۸
۱۲	جمع	۲۴۷	۳۹,۹	۳۷۲	۶۰,۱	۶۱۹

چنان‌که جدول ۱ نشان می‌دهد: بیش از ۶۰ درصد مطالب مجلات از سوی نویسندگان و پدیدآورندگان غیر سازمانی تهیه شده‌اند. بدین ترتیب به نظر می‌رسد با عنایت به رویکرد مجلات رشد مبنی بر توسعه پدیدآورندگان در گستره وسیع‌تر و استفاده از همه ظرفیت‌های درون و برون سازمانی کم و بیش موفق بوده است. ولی فرصت و ظرفیت بیشتری در خارج از سازمان برای ارتقای این امر وجود دارد.

ج: توزیع پدید آورندگان استانی ماهنامه‌های عمومی رشد

در مجموع ماهنامه‌های عمومی بزرگسال رشد در یک دوره انتشار از مشارکت ۱۹۸ نفر از پدیدآورندگان از ۲۶ استان در تولید محتوای مجلات رشد بهره جستند که در این بین، مجله رشد آموزش ابتدایی با جلب و جذب ۱۲۷ نفر از مخاطبین بیشترین تلاش و توفیق را



داشته، رتبه دوم را مجله رشد تکنولوژی آموزشی کسب کرده است. بر اساس این ارزیابی میزان مشارکت استان‌ها، شهر تهران با اختصاص ۳۲٫۷ درصد از کل پدیدآورندگان استانی در ردیف نخست، استان‌های مازندران، خراسان رضوی، اصفهان، به ترتیب در رتبه ۲، ۳ و ۴ مشارکت قرار گرفته‌اند. بر اساس این یافته به نظر می‌رسد در مجموع ماهنامه‌های بزرگسال توفیق قابل ملاحظه‌ای در مشارکت مخاطبان در تولید محتوا داشته‌اند؛ گرچه هنوز ظرفیت زیادی برای توسعه در این زمینه وجود دارد.

متولیان مجلات تخصصی رشد در یک دوره انتشار یک ساله (سال تحصیلی ۹۰-۸۹) در راستای بهره‌گیری از مشارکت استانی پدیدآورندگان توانسته‌اند ۴۸۶ نفر از مخاطبان را در تولید فصل‌نامه‌های تخصصی با خود همراه سازند در این بین شهر تهران با ۱۸۶ پدیدآورنده رتبه اول و اردبیل با ۲۶ پدیدآورنده رتبه دوم فصل‌نامه‌های تخصصی را کسب کرده‌اند.

۶۶/۰۶ درصد از پدیدآورندگان استانی فصل‌نامه‌های تخصصی دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و دکتری و ۳۰/۹ درصد از آن‌ها لیسانس و فقط ۱/۸ دیپلم و فوق دیپلم بوده‌اند.

با توجه به نتایج این بررسی، لزوم اتخاذ رویکرد افزایش مشارکت معلمان و فرهنگیان استانی در تولید محتوای مجلات رشد، به‌ویژه مجلات دانش‌آموزی بیش از پیش احساس می‌شود. اختلاف میزان مشارکت همکاران فرهنگی شهر تهران با سایر استان‌ها ایجاد می‌کند با شناسایی موانع و رفع آن‌ها زمینه توسعه متعادل مشارکت سایر شهرستان‌ها در این حیطه فراهم شود.

ما بدان مقصد عالی نتوانیم رسید
هم مگر پیش نهد لطف شما گامی چند

منابع

۱. ساروخانی، باقر: جامعه‌شناسی ارتباطات، انتشارات اطلاعات، ۱۳۶۸.
۲. ال. آر. هولستی: تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه نادر سالزاده، دانشگاه علامه، ۱۳۸۰.
۳. دفتر انتشارات کمک آموزشی، منشور مجلات رشد، تابستان ۱۳۸۵.
۴. صبری، حمید: دانش ارتباطات، انتشارات قلم، ۱۳۸۱.
۵. لورسن بارون: تحلیل محتوا، ترجمه ملیحه آشتیانی و محمد عینی، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۵.
۶. مسعودی، احمدرضا: تحلیل محتوای رشد آموزش ابتدایی، دفتر انتشارات کمک آموزشی، سال تحصیلی ۸۶-۸۵.
۷. عابدینی منش، انسیه: تحلیل محتوای رشد دانش آموز، دفتر انتشارات کمک آموزشی، سال تحصیلی ۸۶-۸۵.

پدیداورندگان ماهنامه‌های عمومی رشد بزرگسال به تفکیک استان در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹

ردیف	استان مجله	آموزش ابتدایی	آموزش راهنمایی	معلم	مدیریت مدرسه	مدرسه فردا	تکنولوژی آموزشی	جمع
۱	یزد	۲						۲
۲	خراسان رضوی	۱۱				۱	۷	۱۹
۳	مازندران	۲۷		۱				۲۸
۴	لرستان	۲					۱	۳
۵	آذربایجان شرقی	۷					۱	۸
۶	شهر تهران	۳۰		۵	۵	۱۴	۱۳	۶۷
۷	فارس	۴		۳		۱	۱	۹
۸	مرکزی	۱					۱	۲
۹	کردستان	۱		۲			۱	۴
۱۰	اصفهان	۱۰			۳	۱		۱۴
۱۱	شهرستان‌های تهران	۱۳		۱		۱		۱۵
۱۲	زنجان	۱						۱
۱۳	خوزستان	۶		۱				۷
۱۴	کرمان	۲						۲
۱۵	همدان	۱			۱		۳	۵
۱۶	بوشهر	۲						۲
۱۷	آذربایجان غربی	۱				۲		۳
۱۸	گلستان	۱					۱	۱
۱۹	ایلام	۲						۲
۲۰	قم	۱						۱
۲۱	گیلان	۱					۱	۲
۲۲	خراسان جنوبی					۱	۲	۳
۲۳	اردبیل			۱			۱	۲
۲۴	سمنان				۱			۱
۲۵	کرمانشاه			۱				۱
۲۶	البرز			۳				۳
	جمع	۱۲۷		۱۸	۹	۲۲	۳۲	۱۹۸