



ارزش‌یابی کتاب‌های کودک تولید شده در

معاونت تبلیغات آستان قدس رضوی از نگاه کودک^۱

دریافت: ۱۳۹۹/۸/۲۶ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

رها شکفته^۲، سیدمحمد نوعی^۳

چکیده

در این بررسی پنج کتاب از بین کتاب‌ها و تولیدات معاونت تبلیغات آستان قدس رضوی بررسی شد. در ارزش‌یابی کتاب‌های کودک سه هدف دنبال شد که عبارت است از ارزش‌یابی کتاب‌های مورد بررسی در زمینه «محتوا، ساخت و پرداخت و تصاویر» از نگاه کودک. جامعه آماری در این پژوهش کلیه کودکان ۶ تا ۱۱ ساله ساکن در شهر مشهد است که پاییز ۱۳۹۸ به حرم مطهر رضوی وارد شدند. حجم نمونه ۶۳ کودک بود که با روش هدفمند انتخاب شدند. رویکرد تحقیق ارزش‌یابانه و روش مورد بررسی تحلیل مضمون با ابزار مصاحبه نیمه ساخت یافته است. نتایج نشان داد که کتاب «من؛ شال سبز؛ بابا» بیشترین جذابیت را برای کودکان در ابعاد مختلف به همراه داشته است. به عبارت دیگر بهترین ارزش‌یابی از سوی کودکان به این کتاب تعلق دارد. پس از آن کتاب «ابریک و دختر دانا» به واسطه ساخت و پرداخت متفاوت و تصاویر رنگارنگ کمترین انتقادات را به خود اختصاص داده است. کتاب «مثل امام رضا باش» با وجودی که جذابیت‌های فراوانی برای کودکان داشت اما نقدهایی را نیز به همراه داشته است. عنوان دستوری و طولانی بودن کتاب مهم‌ترین آن‌هاست. مهم‌ترین نقدهایی که به کتاب «عماد و کاروان غول‌ها» وارد است از یک طرف تصاویری است که بیشتر رنگ‌های تیره در آن‌ها به کار رفته و از طرف دیگر عنوان کتاب است. بیشترین نقد و ضعیف‌ترین ارزش‌یابی را کتاب «خانه پدری» به خود اختصاص داده است که جذابیت پایینی برای کودکان به همراه داشته است.

کلیدواژه‌ها: ارزش‌یابی، کتاب‌های کودک، داستان‌های رضوی، سیره رضوی.

۱. این مقاله از پژوهش «ارزش‌یابی کتاب‌های کودک تولید شده در اداره تولیدات آستان قدس رضوی» استخراج شده است.

۲. دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول): Rshkofte78@gmail.com

۳. دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد: mmnoei@yahoo.com

بیان مسئله

تبدیل کتاب‌خوانی به یک فرهنگ گسترده و مستمر نیازمند پرورش نسلی است که از نخستین سال‌های زندگی با کتاب آشنا باشد. یکی از راهکارهای ترغیب کودکان برای همنشینی با کتاب ایجاد علاقه‌مندی است. این راهکار در دوران کودکی باید در قالب انتخاب کتاب‌هایی سازگار با روحیه کنجکاو و کودکانه آن‌ها صورت گیرد. افزایش سرانه مطالعه در کشور به برنامه جامع نیاز دارد که لازمه اجرایی شدن آن، ایجاد علاقه‌مندی به کتاب از دوران کودکی است. هر چند تاکنون برنامه و راهبردهای فراوانی برای افزایش سرانه مطالعه در کشور ارائه شده، اما متوسط سرانه مطالعه ایران نشانگر آن است که برای تحقق این مسئله مهم نیازمند برنامه بلند مدتی هستیم که علاقه‌مندی به کتاب از کودکی شروع و در بزرگسالی نهادینه شود. در یک نگاه کلی هدف اصلی آستان قدس رضوی به عنوان مجموعه‌ای فرهنگی اشاعه فرهنگ رضوی است. یکی از راه‌های این اشاعه توجه به دوران کودکی به عنوان شالوده بزرگسالی است. آنچه در کودکی در ذهن و روح افراد درونی می‌شود در بزرگسالی بسیاری از رفتارهای او را شکل می‌دهد؛ بنابراین می‌توان با راه یافتن به دنیای کودکی، وی را برای روزهای بزرگسالی با سبک زندگی رضوی آماده ساخت. اگر این مهم تحقق یابد در آینده با جامعه‌ای سالم و با اخلاق روبه‌رو خواهیم بود. برای نفوذ به دنیای کودکی باید کودک شد و از دریچه نگاه او به اطراف نگریم. کودک با ذهن خلاق و کنجکاو خود آماده است که به دنیاهای باور نکردنی و تخیلی سفر کند. این دنیای تخیلی و رویایی را می‌توان با کتاب‌های قصه و داستان برای کودک ترسیم کرد. کتاب‌هایی که در معاونت تبلیغات آستان قدس رضوی به چاپ می‌رسد اغلب دارای درون‌مایه مذهبی است. موضوعاتی که کتاب‌های کودکانه را تشکیل می‌دهد مربوط به زندگی ائمه، ویژگی‌ها و صفات ایشان، وقایع تاریخی اسلام و موارد مشابه است. سالیانه تعداد زیادی کتاب در رده‌های سنی مختلف الف، ب و ج برای استفاده کودکانی که به حرم مطهر می‌آیند به چاپ می‌رسد. برای تعیین محتوای کتاب‌ها، اتاق‌های فکر تخصصی برگزار و درباره محتوا، قالب، شاعر یا نویسندگان تصمیم‌گیری می‌شود. تمام این موارد مستلزم صرف هزینه‌های گزافی است. استفاده بجا از این هزینه‌ها مستلزم

شناخت است. شناخت از اینکه این کتاب‌ها تا چه میزان توانسته است کودک را به وقایع تاریخی دین حساس و کنجکاو کند؟ تا چه میزان علاقهٔ کودکان را به شخصیت‌های دینی برانگیخته است؟ این کتاب‌ها چقدر توانسته قوهٔ تخیل و خلاقیت او را پرورش دهد؟ مهارت‌های کلامی و نوشتاری او با خواندن این کتاب‌ها چقدر ارتقا یافته است؟ سبک نگارش این کتاب‌ها تا چه حد برای کودکان جذاب بوده است؟ چقدر او را به مطالعه ترغیب کرده؟ در مجموع این کتاب‌ها چه میزان از فایده‌مندی را با خود به همراه داشته است؟ این نوشتار در نظر دارد با روش علمی ارزش‌یابی، به سؤال‌هایی از این نوع پاسخ دهد. هدف اصلی در این بررسی، ارزش‌یابی پنج کتاب حوزه کودک تولید شده در ادارهٔ تولیدات فرهنگی آستان قدس رضوی بر مبنای ملاک‌های مشخصی از نگاه کودک است. این کتاب‌ها^۱ عبارت است از «مثل امام رضا باش»^۲، «ابریک و دختر دانا»^۳، «عماد و کاروان غول‌ها»^۴، «من؛ شال سبز؛ بابا»^۵ و «خانه پدری»^۶؛ بنابراین سؤال اصلی تحقیق این است که کودکان، کتاب‌های کودک تولید شده در ادارهٔ تولیدات آستان قدس رضوی را در هر یک از ملاک‌های ارزش‌یابی رایج چگونه ارزیابی می‌کنند؟

اهداف تحقیق

اهداف تحقیق در این پژوهش ارزش‌یابی کتاب‌های کودک در زمینه محتوا، ساخت و پرداخت و تصاویر کتاب‌های مورد بررسی است.

۱. کتاب‌های مورد بررسی جدیدترین و پرتیراژترین محصولات تولید شده در معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی است که توسط کارفرما به محقق معرفی شده است.
۲. این کتاب مناسب گروه سنی (ج) است که با بیان کودکانه و با استفاده از پرنده‌گان به بیان صفاتی از امام رضا (علیه السلام) در قالب داستان پرداخته است.
۳. در این کتاب دو داستان گنجانده شده که نام داستان دیگر «آقای خورشید مهربان» است.
۴. کتاب «عماد و کاروان غول‌ها» مناسب گروه سنی (ج) است که به داستانی می‌پردازد که شجاعت امام جواد (علیه السلام) در محور اصلی آن قرار دارد.
۵. این کتاب برای گروه سنی (ج) نوشته شده و داستان آن مربوط به سفر خیالی یک فرزند شهید دفاع حرم است که با استفاده از یک شال جادویی در طول تاریخ سفر می‌کند. این داستان به شکل شعر بیان شده است.
۶. خانهٔ پدری دربارهٔ زندگی امام زمان (عجل الله تعالی فرجه) است که این داستان از زبان سرداب بیان شده است.

مرور مفهومی

ارزش‌یابی

«ارزش‌یابی» فعالیت نظام‌داری است که طی آن ملاک‌هایی برای ارزش‌گذاری تعیین می‌شود، اطلاعاتی درباره‌ی وضعیت موضوع یا پدیده‌ی مد نظر فراهم می‌آید و با مقایسه‌ی این دو (وضع موجود و ملاک‌ها) از ارزش و سودمندی موضوع یا پدیده‌ی خبر می‌دهد (موسی‌پور، ۱۳۷۶ به نقل از موسی‌پور، ۱۳۸۱: ۱۲۰). بر این اساس، کسی که به کار ارزش‌یابی اقدام می‌کند نیازمند آن است که تصمیم بگیرد که از کدام منبع و با چه شیوه‌ای ملاک‌های ارزش‌گذاری را به دست آورد و تحلیل کند و در عین حال یافته‌های حاصل از فعالیت خود را چگونه و به چه مراجعی عرضه کنند تا در جهت اعتلای وضع مورد استفاده قرار بگیرند. در ارزش‌یابی کم و بیش سه چیز مقبول می‌افتد: نخست آنکه برای ارزش‌یابی ملاک‌ها و معیارهایی لازم است تا با محک زدن واقعیات با استفاده از آن‌ها ارزش واقعیات تعیین شود و دوم آنکه در ارزش‌یابی درک و شناخت پدیده یا موضوع ارزش‌یابی ضرورت دارد و سوم یافته‌های ارزش‌یابی را باید برای استفاده به مرجعی عرضه کرد (موسی‌پور، ۱۳۸۱: ۱۲۰).

ملاک‌های ارزش‌یابی

شورای کتاب کودک (۱۳۷۳) ملاک‌هایی را برای انتخاب کتاب مناسب کودک معرفی کرده است که می‌توان از آن‌ها به عنوان ملاک‌های رایج ارزیابی کتاب کودک نام برد. سال ۱۳۹۲ نوکاریزی و ضیغمی ملاک‌های انتخاب کتاب کودکان و والدین را بر حسب ملاک‌های شورای کتاب بررسی کرده و تعدادی از ملاک‌های جدید به آن‌ها افزوده‌اند. این ملاک‌ها عبارت است از:

محتوا،

ساخت و پرداخت،

زبان و شیوه نگارش،

تصاویر و نحوه ارائه (مشخصات ظاهری).

محتوا

درون مایه به درون مایه موجود (درون مایه آشکار و درون مایه پنهان) و درون مایه تهی (حذف شده) تقسیم می‌شود. درون مایه آشکار داستان در قالب یک جمله و به صورت روشن بیان می‌شود. گاهی نیز نویسندگان شیوه‌های غیر صریح را برای تصویر و تشریح درون مایه‌ها بر می‌گزینند. برای نمونه، درون مایه‌ها را در افکار و عواطف و تخیلات شخصیت‌های داستان می‌گنجانند تا خواننده از طریق تفسیر این افکار و تخیلات و برابند موضوع داستان به درون مایه آن پی ببرد. این درون مایه‌ها را که به طور ضمنی در لایه‌های پنهان داستان به کار می‌رود، درون مایه پنهان می‌گویند. درون مایه تهی، از ناگفته‌ها سخن می‌گوید؛ از آنچه باید باشد و نیست. این ناگفته‌ها، نادیده گرفته شده‌ها و این پیغام‌های از قلم افتاده درون مایه تهی یا پوچ یا حذف شده است. درون مایه‌ای که ممکن است زیر تأثیر ایدئولوژی نویسندگان بزرگسال در ادبیات داستانی کودک نادیده گرفته شود. موضوع داستان مفهوم یا مفاهیمی است که درون مایه و شکل داستان بر محور آن گسترش می‌یابد. هر داستان یک هسته یا گرانیگاه دارد که تمام مفاهیم گزاره‌ها و شگردهای شکل‌سازی را به طرف خود جذب می‌کند. موضوع داستان نیز به دو دسته موضوع موجود و موضوع تهی تقسیم می‌شود. موضوع موجود موضوعی است که اندیشه زیربنایی داستان است و هسته یا گرانیگاه داستان محسوب می‌شود، موضوع تهی موضوعی است که باید در ادبیات داستانی به کار گرفته شود؛ ولی نادیده گرفته شده است. آیزنر برنامه درسی مدارس را به سه دسته آشکار و پنهان و پوچ تقسیم کرده است. به نظر او آنچه در برنامه مدرسه از قلم افتاده دارای اهمیتی معادل آن چیزی است که در برنامه مدرسه‌ها گنجانده شده است. آیزنر این برنامه از قلم افتاده را برنامه درسی پوچ می‌نامد. بنا بر باور او آنچه نادیده گرفته می‌شود در حقیقت بی اثر و تهی نیست؛ زیرا تصمیم‌هایی که

افراد می‌گیرند و انتخاب‌ها و گزینش‌های آن‌ها فقط از آنچه می‌دانند اثر نمی‌پذیرد بلکه تحت تأثیر آنچه نمی‌دانند نیز است. کودکان نیز فقط از آنچه داستان به صورت آشکار یا پنهان بیان می‌کند اثر نمی‌پذیرند بلکه تحت تأثیر آنچه نمی‌گویند نیز هستند؛ از این رو لازم است که ناگفته‌ها، نادیده گرفته شده‌ها و پیغام‌های از قلم افتاده داستان نیز بررسی شود (مهرمحمدی و امین خندقی، ۱۳۸۸: ۳۰). در مجموع بر اساس موارد فوق می‌توان ابعاد مختلف محتوا را به صورت زیر معرفی کرد:

۱. برانگیختن حس کنجکاوی خواننده: انتظار است کتاب‌های کودک طوری طراحی شده باشد که پس از خواندن آن‌ها کودک به محیط اطرافش حساس‌تر شود و سؤالات جدیدی برایش به وجود آید. همچنین راغب شود تا کتاب‌های بیشتری را بخواند.

۲. دارا بودن مفاهیم و افکار ارزشمند: با توجه به این که اشاعه مفاهیم ارزشی چون صداقت، دوستی، درستکاری و موارد مشابه از اهداف انتشار کتاب‌های کودک است می‌باید کودک به یک یا چند مفهوم ارزشی در این کتاب‌ها دست یافته باشد.

۳. تناسب با تجربه‌ها، نیازها، علاقه و توانایی‌های کودکان: با توجه به این که کودکی زمینه‌ساز شخصیت فرد در بزرگسالی است، لازم است به این نکته توجه شود که کودک نیاز به یادگیری چه محتوایی دارد؟ همچنین چه داستان‌هایی برای او جذابیت بیشتری دارد؟ به عنوان مثال استفاده از حیوانات به عنوان شخصیت‌های اصلی در دوران کودکی می‌تواند بسیار اثرگذار باشد. همچنین با توجه به دایره لغات محدود در سنین کودکی، لازم است توانایی کودک در زمینه فهم داستان مورد توجه قرار گیرد (آقاگل زاده، ۱۳۷۹: ۷).

۴. جدا بودن از تعصب و پیش‌داوری: پیش‌داوری در معنای متعارف به مجموعه‌ای از آرا، باورها و تصورات اشاره دارد که از تاریخ به ارث برده ایم (شیرت، ۱۳۸۷: ۱۳۱) در زبان انگلیسی از واژه Prejudice برای اشاره به مفهوم پیش‌داوری استفاده می‌شود که ماخوذ از ریشه لاتینی Praejudicium و ناظر به داوری قبل از دلیل‌آوری است. پیش‌داوری در این معنا حکمی است که قبل از تایید کامل پذیرفته شود. یعنی حکمی که پیش از اقامه دلیل بر تایید آن، معتبر دانسته شود (Swayne, 1987:39) در اصطلاح دیگر پیش‌داوری به مثابه

خطایی تعریف می‌شود که شخص حتی پس از مشاهده شواهد کافی و آگاه شدن از خطا بودن آن همچنان در استدلال‌های خویش به آن چنگ می‌زند. در این معنا Prejudice در تقابل با prejudgetment قرار دارد. Prejudgment به آن دسته از خطاهای فکری گفته می‌شود که فرد پس از آگاه شدن از خطا بودن آن‌ها از اعتقاد به آن‌ها دست کشیده و امر بدیلی را جایگزین‌شان می‌کند. از این منظر، تفاوت بین Prejudice و prejudgetment به عمل اخلاقی فرد معتقد به یک پیش‌داوری باز می‌گردد. به گونه‌ای که اصرار و سماجت آگاهانه به امری اشتباه Prejudice و استفاده ناآگاهانه از باوری نادرست prejudgetment نام دارد (Gordon, 1954:9) با توجه به تعاریفی که از پیش‌داوری ارائه شد می‌توان نتیجه گرفت که رسالت کتاب‌های کودک این است بدون ارائه دلایل کافی و فقط از سر درگیر کردن احساسات کودک تفکر خاصی را به او القا نکند و او را به گونه‌ای تربیت نکند که در بزرگسالی با این تفکر القا شده در دوران کودکی بدون بررسی دلایل موجود در موضوع خاصی پیش‌داوری کند.

به دور بودن از نصیحت‌های مستقیم: کتاب کودک باید به گونه‌ای طراحی شود که بدون اشارات مستقیم کودک را به جهت اهداف کتاب هدایت کند.

جذابیت محتوا: موضوع طوری باشد که کودک برای خواندن آن رغبت نشان دهد. مثلاً بیش از یک بار آن را بخواند بتواند داستانش را تعریف کند. بعد از خواندن دوباره مراجعه و یک‌به‌یک مرورش کند.

دارا بودن آغازی جذاب و تأثیر گذار: شروع جذاب و هیجان‌انگیز یک کتاب زمینه‌ساز این است که خواننده با علاقه بیشتری به مطالعه ادامه کتاب بپردازد. در عین حال آغازی خسته‌کننده و کسل‌کننده احتمالاً به رها شدن کتاب خواهد انجامید.

قابل درک بودن ابعاد مختلف کتاب برای کودک: چپ‌نشد مطالب کتاب و انتخاب واژه‌ها باید به گونه‌ای باشد که کودک در درک آن‌ها دچار مشکل نشود.

ترویج نکردن آسان‌پسندی و تقویت تفکر مستقل: آسان‌پسند نبودن مخاطب و بالا

بودن توقع او، نویسنده کتاب را وادار می‌کند برای ارائه هر چه بهتر اثر فرهنگی خود زحمت بیشتری متقبل شود و دست به تولیدات فاخر تری بزند. به نقل از متخصصان دانشگاه آلاباما «تفکر مستقل به فرایند درک دنیای اطراف بر اساس مشاهدات و تجربیات شخصی افراد و فارغ از گفته‌های دیگران اطلاق می‌شود». فکر مستقل به نحوه تأمین و به کارگیری اطلاعات توسط ما بستگی دارد. تفکر مستقل یعنی به جای واکنش نشان دادن به دیدگاه‌های دیگران یا رد کردن آن‌ها قادر باشید ابتکار عمل را در دست بگیرید (آقا گل زاده، ۱۳۷۹: ۸).

ساخت و پرداخت

منظور از ساخت و پرداخت کتاب نحوه چینش مطالب و پردازش شخصیت‌های داستان است. طبق معیارهای رایج ارزیابی ابعاد این متغیر عبارت است از:

معرف محتوا بودن عنوان کتاب: عنوان باید به گونه‌ای انتخاب شود که مصرف‌کننده با دیدن این عنوان محتوای کلی داستان را حدس بزند و این نکته می‌تواند به انتخاب او بر اساس علائق اش کمک کند.

نحوه ارائه کتاب: منظور از نحوه ارائه کتاب در این بررسی شکل ظاهری کتاب مانند نوع ورقه‌های کتاب، جلد کتاب، کیفیت ظاهری کتاب، نوع فونت به کار رفته و موارد مشابه است.

زبان و شیوه نگارش

سبک توضیحی^۱ وقتی نویسنده کتاب سبک توضیحی را انتخاب می‌کند، سعی می‌کند به توضیح یک مفهوم بپردازد تا اطلاعات از خود وی به دامنه وسیعی از خوانندگان با

1. Expository

توانایی‌های مختلف انتقال یابد. نگارش توضیحی حاوی نظرات نویسنده نیست و بیشتر بر حقایقی تأکید دارد که مقبولیت عامه دارند. مثلاً توضیح یک مفهوم در ریاضی و آمار.

سبک توصیفی^۱: نگارش توصیفی را می‌توان در کتاب‌های داستان پیدا کرد. هر چند در مکتوبات غیرداستانی نیز این سبک استفاده شده است. برای مثال، خاطرات و کتاب راهنمای سفر. هنگامی که نویسنده‌ای به سبک توصیفی می‌نویسد، در حقیقت در حال نقاشی کردن با کلمات است تا بتواند فرد، مکان یا چیزی دیگر را برای مخاطبانش به تصویر بکشد. نویسنده احتمال دارد که از استعاره یا آرایه‌های ادبی دیگر استفاده کند تا از طریق حواس پنج‌گانه اصلی درک و تصویر ذهنی خود را به بهترین شکل ممکن نشان دهد؛ اما مولف سعی نمی‌کند که مخاطبان خود را با توصیف ساده هر آنچه دقیقاً می‌بیند متقاعد کند، بلکه رنگ و لعابی ادبی و زیبا نیز به آن می‌بخشد.

نگارش متقاعدکننده یا مجاب‌کننده^۲: نگارش متقاعدکننده یکی از سبک‌های نگارشی اصلی در مقالات دانشگاهی و علمی است. وقتی نویسنده‌ای از سبک نگارشی متقاعدکننده استفاده می‌کند، سعی در این دارد تا عقیده یا موقعیتی را چنان بیان کند تا مخاطب متقاعد شود. سبک متقاعدکننده شامل نظرات مولف و سوگیری‌های ذهنی او نیز می‌تواند باشد که خود می‌تواند شامل قضاوت‌ها و دلایلی باشد که مولف برای متقاعد کردن مخاطب از آن‌ها استفاده می‌کند.

سبک نگارش روایتی^۳: سبک نگارشی روایتی، تقریباً همیشه برای نگارش آثار طولانی خواه داستانی و خواه غیرداستانی استفاده می‌شود. هنگامی که مولف از این سبک استفاده می‌کند علاوه بر اینکه قصد انتقال اطلاعات را دارد بلکه سعی می‌کند داستانی را بسازد که در آن عناصری مانند شخصیت‌ها، تعارضات و مکان رخداد و امثالهم نیز باشد.

داستان‌هایی که برای کودکان نوشته می‌شود، دارای سبک خاصی است. کودکان هنگام به نمایش در آوردن داستان، جهان واقعی را که کلمات گوینده نمایندۀ آن است، بازسازی

1. Descriptive
2. Persuasive
3. Narrative

می‌کنند. در جریان این فرایند است که ناهماهنگی بین جهان و کلمات، به شیوه جدیدی آشکار می‌شود (تولان، ۱۳۸۶: ۳۲۷). کودکان طالب هنجارگریزی‌های خلاقانه از معیارهای رایج و بهره‌وری از آن‌ها هستند و در داستان‌های کودکان، روایتگری غلبه خیر بر شر به گونه‌ای آشکار دیده می‌شود (همان: ۳۵۴).

تصویر

تصویر در کتاب‌های داستان دروازه‌ای برای ورود کودک به قلمرو خیال‌انگیز داستان‌ها و شعرهایی است که کودک آن را ابتدا به کمک خط‌ها و رنگ‌ها در تصویر و سپس واژه‌ها جست‌وجو می‌کند و می‌آموزد که چگونه ارتباط میان خط‌ها به ایجاد شکل و ارتباط میان رنگ‌ها به ایجاد حجم و واقعی جلوه دادن پدیده‌ها در فرایند نقاشی می‌انجامد. همچنین می‌آموزد شناخت دنیای پیرامونش با چه ویژگی‌هایی همراه است. تصویر نخستین عامل و انگیزه کودک در انتخاب کتاب و پرورش سلیقه‌های او در فهم جلوه‌های دیداری هنر نقاشی است و به کودکان فرصت می‌دهد تا درباره خود و محیط پیرامون خود بیندیشند و محیط زندگی را بهتر بشناسند (نیکوسخن، ۱۳۹۱: ۱۷۹). در داستان‌های کودکان، تصاویر همراه متن هستند و در پیشبرد روایت نقش بسیاری ایفا می‌کنند. این تصاویر در پی اعتبار بخشیدن یا تأیید بصری بر آن چیزی هستند که متن بیان می‌کند و با بهره‌گیری از ابزار غیرکلامی، روایت را به پیش می‌برند. آثار ادبی در سنین کودکی بیشتر بر مبنای الگوهای آوایی بنا می‌شوند. صورت‌گراترین آثار ادبی مربوط به کودکان است و بار معنایی در آن‌ها کمترین سهم را دارد. همچنین استفاده از نقاشی در کتاب‌های کودکان به درک معنا و مفهوم نوشته کمک می‌کند و آنان را به خواندن کتاب برمی‌انگیزاند (آقاگل زاده، ۱۳۷۹: ۸).

تناسب تصویر با متن و درک خوانندگان: به باور بسیاری از منتقدان و هنرمندان، تصویرسازی مرز میان هنرهای نقاشی و گرافیک است. در این هنر ما در قید متن و مخاطب به صورت کاملاً جدی هستیم. به عبارتی تصویرگر باید بتواند با تصاویر خود

متن را توضیح دهد و تفسیر کند. حتی تصویرگر باید بتواند با تصاویر خود دانش‌هایی را به متن اضافه کند که نویسنده اشاره‌ای به آن‌ها نکرده است. همچنین این تصویرساز باید با آثار خود درک تصویری مخاطب را نیز بالا ببرد. برای اینکه تصویرسازها بتوانند در بخش ادبیات کودک به موفقیت برسند، نه تنها به مهارت بالایی در تصویرسازی و داستان‌سرایی بلکه به دانشی قوی در زمینه سلیقه مخاطب نیز نیاز دارند. تصویرسازها باید دانشی عمیق راجع به ادبیات کودک داشته باشند و بتوانند تشخیص دهند چه موضوعاتی برای هر گروه سنی مناسب است. تصویرگری کتاب کودک هم هیجان‌انگیز است و هم چالشی؛ زیرا به برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و سخت‌کوشی زیادی نیاز دارد.

روان‌شناسان کودک نیز بر این اعتقاد هستند که کودک در نقاشی کشیدن، خیالات خود را به تصویر نزدیک می‌کند. تصویرسازان حوزه کودک نیز خیال خود را به دنیای خیال کودکان نزدیک می‌کنند و با توانایی‌های خود آن خیالات را به تصویر می‌کشند. تصاویر کتاب‌های کودک باید به گونه‌ای باشد که خواننده قادر باشد با استفاده از آن‌ها تخیل کند و داستان‌های تازه‌ای خلق کند.

چارچوب مفهومی و مدل تحلیل

همچنان که در مقدمه ذکر شد ملاک‌های انتخاب کتاب کودک و والدین که توسط کاربیزی و ضیغمی در سال ۹۲ انجام شد، به عنوان محورهای ارزش‌یابی در این بررسی مورد استفاده قرار گرفت که به دلیل تلخیص محورها و شباهت محتوایی، بعد زبان و شیوه نگارش ذیل محور ساخت و پرداخت قرار گرفت و محورهای ارزش‌یابی به سه بعد تبدیل شد. از این رو محور ساخت و پرداخت خود دارای سه بعد است که عبارت است از: «معرف محتوا بودن عنوان کتاب، نحوه نگارش، نحوه ارائه».^۱ طبق تعاریف نظری محور محتوا دارای ابعاد «بر انگیختن حس کنجکاوی خواننده، دارا بودن مفاهیم و افکار

۱. منظور از نحوه ارائه کتاب در این بررسی شکل ظاهری کتاب مانند نوع صفحات کتاب، جلد کتاب، کیفیت ظاهری کتاب، نوع فونت به کار رفته و موارد مشابه است.

ارزشمند، تناسب با تجربه‌ها نیازها و علاقه و توانایی‌های کودکان، جدا بودن از تعصب و پیش‌داوری، به دور بودن از نصیحت‌های مستقیم، جذابیت محتوا» است؛ اما خاص بودن پاسخگویان (طیف کودک و سن پایین) بعد محتوا را به دو بعد اصلی جذابیت موضوع و نوع مواجهه کودک با کتاب محدود ساخت. همچنین در زمینه تصویر پس از تحلیل مصاحبه‌های اکتشافی در پاسخ به سؤالات تحقیق در نهایت موفق شدیم کتاب‌های مورد بررسی را از دیدگاه کودکان در سه بخش تحلیل کنیم که عبارت است از: «تناسب تصاویر با محتوا، جذابیت رنگ و جذابیت تصویر».

سؤالات تحقیق در ذیل ارائه شده است.

محتوای کتاب‌های مورد بررسی تا چه میزان برای کودکان جذابیت داشته است؟

نوع مواجهه کودکان با کتاب‌های مورد بررسی چگونه است؟

پاسخگویان نحوه ارائه کتاب‌های مورد بررسی را چگونه ارزیابی می‌کنند؟

پاسخگویان تناسب عنوان و محتوا را در کتاب‌های مورد بررسی چگونه ارزیابی می‌کنند؟

نحوه نگارش کتاب‌های مورد بررسی (قابلیت فهم) چگونه است؟

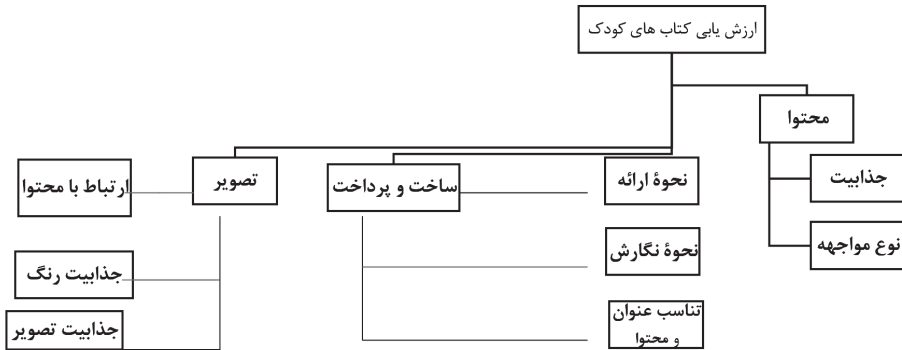
تصاویر کتاب‌های مورد بررسی از لحاظ ارتباط با محتوا چگونه اند؟

تصاویر کتاب‌های مورد بررسی از لحاظ جذابیت رنگ چگونه اند؟

تصاویر کتاب‌های مورد بررسی از لحاظ جذابیت تصویر چگونه اند؟

پس از تحلیل مصاحبه‌ها مدل نهایی تحقیق را می‌توان به شکل زیر ارائه نمود:

نمودار (۱) مدل مفهومی تحقیق



پیشینه تجربی تحقیق

مقاله‌ای با عنوان مقایسه میزان اهمیت ملاک‌های رایج در انتخاب کتاب کودک برای والدین و کودکان در شهر مشهد توسط نوکاریزی و ضیغمی در سال ۹۲ به چاپ رسید. روش تحقیق در این بررسی ارزیابانه و جامعه آماری شامل دو گروه کودک و والدین است. یافته‌ها نشان داد مهم‌ترین ملاک برای کودکان زبان و شیوه نگارش و برای والدین تصاویر بود. محقق دان (۱۹۲۱) در بررسی‌های خود دریافت آنچه بیش از همه انتخاب کودک را در خرید کتاب شکل می‌دهد، طرح داستان و ساخت و پرداختنی است که خواننده را غافلگیر کند (Dunn, 1921). همچنین انجمن کتاب کودک ایرلند^۱ (۲۰۰۲) "عنوان کتاب" و "توصیه یک دوست؛ معلم؛ خانواده یا کتابدار" را به عنوان عواملی که در انتخاب کتاب برای دانش‌آموزان دارای اهمیت است معرفی کرد. در بین عوامل آن انجمن، تنها عنوان کتاب با نتایج پژوهش فوق همخوانی داشته است. نویسندگان دلیل آن را وجود تفاوت‌های فرهنگی بین جوامع مختلف مخصوصاً جوامع غربی و شرقی می‌دانند. به طوری که شاید توجه به توصیه معلم دوست و خانواده در زمینه مطالعاتی در فرهنگ غربی جایگاه بسیار ارزشمندتری نسبت به فرهنگ ایرانی داشته باشد. به نظر می‌رسد آنچه برای والدین

1. Children's Books Ireland (2002). What's the story: the reading choices of Young People in Ireland. Dublin: Children's Books Ireland. Retrieved June 2011, 11, from: <http://lis.sagepub.com/content/239/4/40.full.pdf+html>.

بیش از همه در انتخاب کتاب کودک اهمیت دارد نقش آموزشی مطالعه برای کودکان است و هنوز هم درک والدین از مطالعه کودک در راستای مطالعه درسی است و ادبیات کودکان را بخشی از درس یا کمک به درس ایشان تلقی می‌کنند.

در بررسی تأثیر تصویرسازی بر جذب مخاطب کتاب‌های داستانی کودک گروه سنی ب و ج کودکان به عنوان بیننده و شنونده در پیوند با کتاب‌های تصویری در نظر گرفته شدند. واکنش آن‌ها فقط به ۱۵ کتاب داستانی بررسی شد نتایج نشان داد که شیوه تصویرسازی کتاب کودک در روند یادگیری کودکان در مطالب نقش اساسی دارد (نیکوسخن، ۱۳۹۱: ۱۹۳).

مرور پیشینه تجربی حوزه کتاب کودک نشان می‌دهد اگرچه به ملاک‌های انتخاب کتاب از سوی کودکان توجه شده؛ اما هنوز پژوهش جدی با نمونه قابل توجه در زمینه ارزش‌یابی از نگاه کودک انجام نشده است. البته پژوهش کاریزی و ضیغمی (۱۳۹۲) در زمینه بررسی نظرات کودکان در مقایسه با معیارهای رایج تا حدی به موضوع این پژوهش نزدیک است با این تفاوت که در بررسی مذکور کتاب خاصی مورد توجه قرار داده نشده و معیارهای ارزش‌یابی کتاب به طور کلی بررسی شده است. در این طرح پژوهشی کودکان به هر یک از معیارها رتبه‌ای داده‌اند و در نهایت رتبه بندی معیارها معرفی و معیارهای دیگری توسط کودکان و والدین به فهرست مد نظر افزوده شد. این بررسی در نظر دارد دیدگاه خود کودک را به طور مستقیم درباره کتاب‌های مورد بررسی جویا شود و بر اساس مدل تحلیل که در بالا ذکر شد، مورد تحلیل قرار دهد.

روش تحقیق

رویکرد پژوهش در این بررسی ارزش‌یابانه به صورت کیفی و روش تحقیق مورد بررسی تحلیل مضمون است. یکی از روش‌های کارآمد تحلیل کیفی، تحلیل مضمون است. این روش مهارت‌های اساسی مورد نیاز برای بسیاری از تحلیل‌های کیفی را فراهم می‌کند (Holloway & Todders, 2003:251) تحلیل مضمون یکی از مهارت‌های عام و مشترک در تحلیل‌های کیفی است. به همین دلیل بویاتزیس آن را نه روشی خاص بلکه

ابزاری مناسب برای روش‌های مختلف معرفی می‌کند (Boyatzis, 1998:4). در این نوشتار تحلیل مضمون بر روی متن مصاحبه‌های ساخت‌یافته‌ای انجام شد که حاصل مصاحبه عمیق با ۶۳ کودک بود. روش کار در این بررسی به صورت کدگذاری باز، محوری، گزینشی بوده است. مهم‌ترین هدف خرد کردن و فهم متن و پیوند اجزای به دست آمده با یکدیگر و تدوین مقوله‌ها و منظم کردن آن‌ها بر اساس محتوا بود. در کدگذاری باز مفاهیم اولیه شناسایی و بر اساس خصایص و ابعادشان بسط داده شد. بر این اساس ابتدا داده‌ها از هم مجزا و عبارات بر اساس واحدهای معنایی دسته‌بندی و کدها به آن‌ها ضمیمه شد. دوم دسته‌بندی کدها بر اساس پدیده‌های کشف شده در داده‌ها و سوم کدگذاری مجدد مقوله‌های به دست آمده در دستور کار قرار گرفت. در این مرحله می‌باید مقوله‌ها از کدهای مرحله اول انتزاعی‌تر بوده و به شکل بارزی نمایانگر محتوای مقوله باشد (فلیک، ۱۳۹۰: ۴۲۰). جامعه آماری در این پژوهش کلیه کودکان ۶ تا ۱۱ سال است که پاییز ۱۳۹۸ به حرم مطهر رضوی وارد شدند. برای تعیین نمونه در این بررسی ابتدا ۵۱۰ نمونه به صورت پرسشگری با نمونه‌گیری تصادفی در درب‌های پر رفت و آمد حرم مطهر شناسایی شدند. به این ترتیب که تعدادی سؤالات مربوط به ویژگی‌های زمینه‌ای آن‌ها پرسیده شد و یکی از کتاب‌های مورد بررسی که با سن کودک تناسب داشت به آن‌ها اهدا شد. در توصیف نمونه این بخش از تحقیق می‌توان گفت ۶۰ درصد دختر و ۴۰ درصد پسر هستند. ۳۶ درصد نمونه زیر ۸ سال ۳۴ درصد ۸ تا ۱۰ سال و ۳۰ درصد بالای ۱۰ تا ۱۲ سال داشتند. ۶۷ درصد از پاسخگویانی که به این بخش از تحقیق پاسخ دادند پدر یا مادر کودک هستند. ۶۰ درصد از پاسخگویان دارای خانواده‌های ۴ نفر و کمتر بوده و ۴۰ درصد بالای ۴ نفر جمعیت دارند. پدران و مادران کودکانی که کتاب را هدیه گرفته‌اند به ترتیب ۴۰ و ۳۲ درصد زیر دیپلم هستند. اکثریت پدران این کودکان دارای مشاغل رتبه‌های متوسط بوده و اکثر مادرانشان خانه‌دار هستند. ۴۷ درصد از آن‌ها ساکن منطقه ۲ و ۳ مشهد بوده و ۱۵ درصد ساکن منطقه ۴ و ۵ و تنها ۳/۲ درصد ساکن منطقه یک هستند. در مرحله بعد از نمونه‌های مربوط به هر کتاب ۱۵ تا ۲۰ مورد به صورت هدفمند، به شکلی که توزیع اجتماعی فرهنگی آن‌ها حفظ شود، انتخاب و برای مصاحبه دعوت شدند و در نهایت ۶۳

مصاحبه انجام شد. جدول زیر نمونه تحقیق را نشان می دهد.

جدول ۱- نمونه تحقیق

شماره ردیف	نام کودک	اسم کتاب	سن	شماره ردیف	نام کودک	اسم کتاب	سن
۱	ابوالفضل	عماد و کاروان گولها	۱۰	۳۳	حنانه	مثل امام رضا باش	۱۲
۲	ابوالفضل	عماد و کاروان گولها	۱۱	۳۴	زهرا	مثل امام رضا باش	۱۰
۳	پردیس	عماد و کاروان گولها	۱۱	۳۵	زهرا	مثل امام رضا باش	۱۰
۴	رقیه	عماد و کاروان گولها	۱۰	۳۶	سوگند	مثل امام رضا باش	۱۱
۵	روح الله	عماد و کاروان گولها	۱۱	۳۷	سیدمجتبی	مثل امام رضا باش	۱۰
۶	زینب	عماد و کاروان گولها	۱۱	۳۸	محمدمحسن	مثل امام رضا باش	۱۱
۷	زینب	عماد و کاروان گولها	۱۱	۳۳	فاطمه	مثل امام رضا باش	۱۱
۸	سجاد ا	عماد و کاروان گولها	۱۰	۳۹	ریحانه	خانه پدری	۸
۹	سجاد خ	عماد و کاروان گولها	۱۰	۴۰	سیده فاطمه	خانه پدری	۱۲
۱۰	سمیه	عماد و کاروان گولها	۱۲	۴۱	محمد مهدی	خانه پدری	۸
۱۱	فاطمه	عماد و کاروان گولها	-	۴۲	نازنین زهرا	خانه پدری	۸
۱۲	محمدحسین	عماد و کاروان گولها	۱۱	۴۳	یاسمین	خانه پدری	۹
۱۳	محمدسعید	عماد و کاروان گولها	۱۱	۴۴	یگانه	خانه پدری	۹
۱۴	فاطمه	عماد و کاروان گولها	۱۰	۴۵	امیرعلی	خانه پدری	۹
۱۵	فواد	عماد و کاروان گولها	۱۲	۴۶	زهرا سادات	خانه پدری	۹
۱۶	فاطمه	عماد و کاروان گولها	۸	۴۷	ریحانه	خانه پدری	۸
۱۷	فاطمه زهرا	شال سبز	۱۱	۴۸	سیده فاطمه	خانه پدری	۱۲
۱۸	ابوالفضل	شال سبز	۱۱	۴۹	محمد مهدی	خانه پدری	۸
۱۹	امیررضا	شال سبز	۱۰	۵۰	ابوالفضل	خانه پدری	۹

۲۰	امیررضا	شال سبز	۱۱	۵۱	ابوالفضل	خانه پدری	۱۱
۲۱	سید امیرحسین	شال سبز	۱۱	۵۲	محمد	خانه پدری	۱۰
۲۲	فاطمه	شال سبز	۱۲	۵۳	مبین	ابرک	۷
۲۳	محمدرضا	شال سبز	۱۰	۵۴	محمدحسین	ابرک	۷
۲۴	یاسین	شال سبز	۱۱	۵۵	زهرا	ابرک	۸
۲۵	مهدیه	شال سبز	۹	۵۶	معصومه	ابرک	۷
۲۶	مهلا	شال سبز	۱۰	۵۷	امیرحسین	ابرک	۷
۲۷	محدثه	شال سبز	-	۵۸	ایلیا	ابرک	۷
۲۸	سما	شال سبز	-	۵۹	پارسا	ابرک	۷
۲۹	فاطمه	شال سبز	۱۱	۶۰	ساره	ابرک	۷
۳۰	ابوالفضل	مثل امام رضا باش	۱۰	۶۱	فاطمه	ابرک	۷
۳۱	امیرحسین	مثل امام رضا باش	۱۱	۶۲	فاطمه	ابرک	۹
۳۲	امیرعلی	مثل امام رضا باش	۱۰	۶۳	فاطمه	ابرک	۷

یافته‌ها

ارزش‌یابی کتاب‌های مورد بررسی در بعد محتوا

محتوا در دو بعد بررسی شد: بعد جذابیت محتوا و نوع مواجهه پاسخگو. منظور از جذابیت محتوا این است که کتاب‌های مورد بررسی چه جایگاهی برای پاسخگو داشته و مخاطب این کتاب را نقد کرده یا مورد تمجید و ستایش قرار داده است. در زمینه جذابیت و پاسخ‌هایی که کودکان به سؤالات در این زمینه ارائه کرده‌اند می‌توان آن‌ها را به سه دسته تقسیم کرد که عبارت است از:

جذاب پندار مطلق،

غیر جذاب پندار مطلق،

جذاب پندار منتقد.

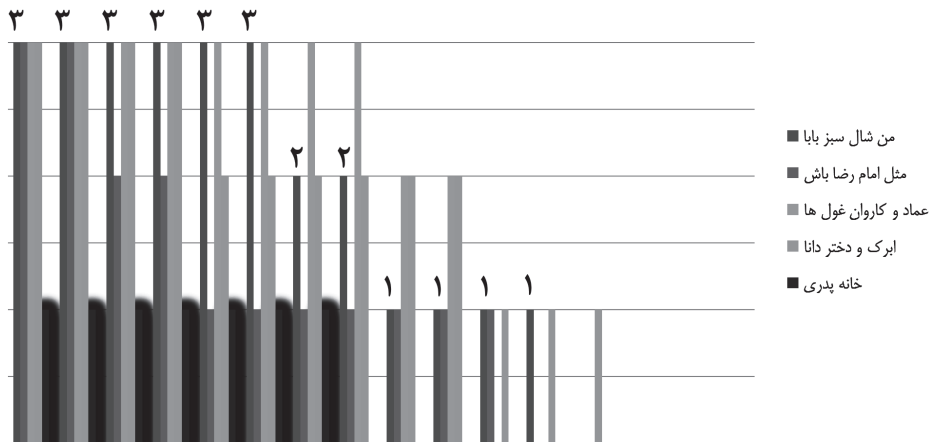
دسته اول کسانی هستند که کتاب را مطلقاً جذاب دانسته و تنها به تعریف و تمجید کتاب پرداخته‌اند و به هیچ عنوان حرفی از ایرادات کتاب به میان نیاورده‌اند. دسته دوم پاسخگویانی هستند که تنها به نقد کتاب پرداخته و از ایرادات آن سخن گفته‌اند و هیچ اشاره‌ای به جذابیت‌های کتاب نکرده‌اند. و دسته سوم افرادی هستند که در عین حال که به جذابیت‌های کتاب اشاره داشته‌اند به نقد آن هم پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که کتاب‌های «من شال سبز بابا و ابرک و دختر دانا» بیش از همه دارای مخاطبان جذاب پندار مطلق است. کتاب «عماد و کاروان غول‌ها و مثل امام رضا باش» دارای مخاطبان جذاب پندار منتقد و کتاب «خانه پدری» بیش از سایر کتاب‌ها دارای مخاطبان غیر جذاب پندار مطلق است. از سوی دیگر بخشی از پاسخگویان در مواجهه با محتوای بعضی کتاب‌ها به المان‌های ظاهری که در لایه‌های آشکار کتاب آمده است اشاره کرده‌اند؛ اما بخشی دیگر در این مواجهه از سطح لایه‌های ظاهری فراتر رفته و به مفاهیم انتزاعی اشاره کرده‌اند؛ بنابراین دو نوع مواجهه را در ارتباط با کتاب‌های مورد بررسی می‌توان شناسایی کرد: مواجهه تجربی، مواجهه انتزاعی. جدول زیر نمونه‌ای از تحلیل در بعد جذابیت و نمودار بعد از آن نوع مواجهه با کتاب را به تفکیک نشان می‌دهد.

جدول (۲) نمونه‌ای از تحلیل بعد جذابیت

نام کتاب	عبارت مرتبط	مقوله باز	مقوله محوری	مقوله گزینشی
مثل امام رضا باش	خوب بود. درباره امام رضاع بود. حدیث‌هایی که می‌گفتن به نظر من همه جاش خوب بود. واقعا خوب بود. چون خصوصیات امام رضا و حدیث مثلث و این‌ها داشت خوب بود. حسابان و تندر و دانا اینا همه‌شون اسم‌هایی بودن که خیلی مهم بود	محتوا	جذابیت	جذاب پندار مطلق
	خیلی حدیث‌های قشنگی یاد گرفتیم. مثلاً همین حدیث مثلث تا حالا نمی‌دونستم. اینکه مثل خدا را زدار باشیم مثل پیامبر ص با مردم مدارا کنیم مثل امام‌ها در روزهای سخت تحمل کنیم.	محتوا	نوع مواجهه	واقعی

جذاب پندار منتقد	جذابیت	محتوا	خیلی خوب بود. اسم به پسره عماد بود. هزار تا اسم داشت. بعد همه صدایش می‌کردن هزار اسمی اسمش عماد بود ولی عماد صدایش نمی‌کردن بهش می‌گفتن بچه هزار اسمی چون موقعی که بارون می‌اومد فرار می‌کرد مثل پشه ویز ویز می‌کرد. موقعی که رعد و برق می‌زد فرار می‌کرد می‌رفت به جا... از همین بچه‌هایی که عماد رو مسخره می‌کردن (خوشم نیومد)	عماد و کاروان غول‌ها
انتزاعی	نوع مواجهه	محتوا	فهمیدم که نترسیم. در برابر دشمن نترسیم. نتیجه: که مثلا ما بچه‌ها با هم یکدل باشیم می‌تونیم آمریکا رو شکست بدیم مثلا الان باید با هم باشیم یکی که بره گروه دیگه به درد نمی‌خوره	
جذاب پندار مطلق	جذابیت	محتوا	من سردار سلیمانی رو دقیقا نمی‌دونستم که داعش رو نابود کرده و تو جنگ هشت ساله دفاع مقدس بوده. من شال سبز بابا را انتخاب می‌کنم. آخر قصه‌اش شعری بود برای بچه‌ها عالی بود. تمام در مورد سردار سلیمانی و این‌ها خیلی خوب با زبون ساده توضیح داده بود	
انتزاعی	نوع مواجهه	محتوا	فهمیدم که باید آگه حتی تو سختی هم بودیم دینمون رو از دست ندیم. می‌خواست بگه از گذشته قبل از این که هنوز ما به دنیا نیومده بودیم چیزهایی رو که اتفاق افتاده برامون توضیح بده.	من شال سبز بابا
واقعی	نوع مواجهه	محتوا	فهمیدم که روز عصر عاشورا بود که اون رفتش اون جا توی حرم.. فهمیدم کربلا سید الشهداست. یعنی جایی که امام حسین شهید شدن اون جا.	
جذاب پندار مطلق	جذابیت	محتوا	خیلی خوب بود یعنی در مورد امام‌ها بود چیز می‌داد خیلی خوب بود. ابرک دانا با امام کاظم با دخترشون و آقای خورشید مهربان امام رضا بود خیلی خوب بود.	ابرک و دختر دانا
انتزاعی	نوع مواجهه	محتوا	فهمیدم که نباید نا امید بشم از خدا که بارون نمیاره باید امید داشته باشم. می‌خواست به بچه‌ها بگه که مثلا چی بشه نمی‌دونم یک امامی هست که مثلا مهر بونه هر کاری بخوای برات انجام می‌ده. نویسنده می‌خواست بگه دختری هست به نام معصومه که علمش از همه بالاتره. نتیجه گرفتم امید داشته باشم. به اسم خودم افتخار کنم.	(آقای خورشید مهربان)

<p>غیر جذاب پندار مطلق</p>	<p>جذابیت</p>	<p>محتوا</p>	<p>وقتی من داشتم این کتاب رو می خوندم سرداب که خودش داشت تعریف می کرد من اصلا نمی دونستم که سرداب رو چطوری داره تعریف می کنه چون این ها بیرون و چطوری داره این ها رو تعریف می کنه. از صفحه ۶ جای قلب ها اصلا نفهمیدم این جا منظورت چیه. اینی که الان کشیده من الان نمی دونم خود همین امام ها رو هم باید رنگ کنم یا نه. کتاب های سرگرم کننده مثلا کتاب نقاشی این ها برای بچه های هم سن و سال من خوبه ولی خب من کتاب های داستانی رو خیلی بیشتر دوست دارم. دوست دارم علمم افزایش پیدا کنه.</p>	<p>خانه پدری</p>
------------------------------------	---------------	--------------	---	------------------



نمودار ۲- نوع مواجهه با کتاب

در نمودار بالا نمره یک به معنای مواجهه صرفاً تجربی کودکان با کتاب، نمره ۲ نشانه مواجهه تجربی و انتزاعی با کتاب و نمره ۳ که بالاترین سطح یادگیری را می‌رساند نشانه مواجهه انتزاعی کودکان با کتاب است. کتاب‌هایی که بیش از همه مواجهه انتزاعی کودکان را برانگیخته است، کتاب «من شال سبز بابا» و همچنین «عماد و کاروان غول ها» است که ۵۰ درصد از پاسخگویان مواجهه انتزاعی با آن را از خود بروز داده‌اند. پس از آن «ابرك و دختر دانا» است که بیش از دو کتاب باقی مانده مواجهه انتزاعی با کتاب

را از سوی پاسخگویان بر انگیزخته است. به عبارت دیگر بیش از همه پاسخگویان در این کتاب‌ها به لایه‌های پنهان آن اشاره کرده‌اند. در نهایت کتاب مثل «امام رضا باش و خانه پدری» بیشترین مواجهه واقعی با کتاب را از سوی مخاطب با خود به همراه داشته است. می‌توان گفت در این زمینه پایین‌ترین سطح یادگیری را برای کودکان به همراه داشته است چرا که کودک در زمینه مواجهه یا یادگیری از کتاب به روایت داستان یا مطالبی که در کتاب به صورت مستقیم ارائه شده بسنده کرده و برداشت عمیق‌تری از آن نداشته است. این در حالی است که دو کتاب مذکور بیش از بقیه کتاب‌ها جنبه آموزش مستقیم داشته است. به عبارت دیگر با این تحلیل می‌توان گفت هرچه نویسنده سعی در ارائه مطالب به صورت مستقیم داشته باشد، کمتر به فهم عمیقی از کتاب از سوی مخاطب دست می‌یابد و بر عکس هرچه مطالب به صورت غیر مستقیم و داستانی به کودک منتقل شود، سطح عمیق‌تری از یادگیری را در وی شاهد خواهد بود.

ارزش‌یابی کتاب‌های مورد بررسی در بعد ساخت و پرداخت

ساخت و پرداخت کتاب‌های تحقیق در سه بعد (تناسب عنوان و محتوا، نحوه نگارش و نحوه ارائه) بررسی شد. تناسب عنوان و محتوا یکی از ابعاد مهمی است که می‌تواند ارزش‌یابی یک اثر را کامل کند. عنوان می‌تواند نقش بسیار مهمی در جذب شدن یا نشدن مخاطب به یک محصول فرهنگی باشد.^۱ واضح است که این موضوع مختص کتاب نیست بلکه یک فیلم، یک نقاشی و حتی یک نمایشگاه هنری نیز می‌تواند عنوانی را دارا باشد که مخاطبان زیادی را به خود جلب کند. این موضوع در مورد کودکان نیز صادق است. عنوان باید طوری طراحی شود که گویای محتوای اثر فرهنگی باشد در عین حال مخاطب را به خواندن داستان یا دیدن فیلم یا شرکت در نمایشگاه و... جذب کند.

عناوین کتاب‌های بررسی شده در این پژوهش عبارت است از: خانه پدری، عماد و کاروان غول‌ها، ابرک و دختر دانا (آقای خورشید مهربان)، من شال سبز، بابا و مثل امام رضا باش.

۱. انجمن کتاب کودک ایرلند (۲۰۰۲)

جدول (۳) نمونه‌ای از تحلیل کتاب‌های بررسی شده در بعد ساخت و پرداخت

مقوله بندی گزینشی	مقوله بندی محوری	مقوله بندی باز	عبارت	
متناسب	تناسب عنوان و محتوا	ساخت و پرداخت	بله چون امام رضا از کارهایی که انجام می‌داد داشت تعریف می‌کرد گفته‌اگه این کارها رو انجام بدی آدم خوبی می‌شی.	مثل امام رضا باش
سادگی	نوع نگارش	ساخت و پرداخت	من تو این کتاب اصلا گیج نشدم ولی به کتاب گرفته بودم ادبی بود و سطحش سخت بود اون معلوم بود تو سن من.	
تناسب تعداد صفحات	نحوه ارائه	ساخت و پرداخت	این کتاب به اندازه است نه اون قدر زیاده که آدم حوصله اش سر بره بگه چقدر زیاده نه اون قدر کمه.	
استحکام و مقاومت	نحوه ارائه	ساخت و پرداخت	صد نفر بخونن خراب نمی‌شه اگه خوب نگهداری کنن.	
عدم تناسب	تناسب عنوان و محتوا	ساخت و پرداخت	راجع به جنگ می‌خواد صحبت کنه چون وقتی عکسش رو دیدم یک مرد سوار اسب با شمشیر بود.	عمادو کاروان غول‌ها
پیچیدگی	نوع نگارش	ساخت و پرداخت	اینجا نوشته بود تنها روزی که با خیال راحت لباس‌هایم را پوشیدم و از خانه بیرون می‌آمدم آن روز هم غول‌ها بود. من یه چیز دیگش هم گیج شدم این پسر اول می‌ترسیده ولی وقتی دورش همه مردم باشن نمی‌ترسه. تناقض داره.	
عدم تناسب تصاویر و متن	نحوه ارائه	ساخت و پرداخت	دوست دارم ظاهر کتاب هم کارتونی نباشه. واقعی باشه. چون کارتونی زیاد دوست ندارم. چون وقتی کارتونی باشه فکر می‌کنی واقعی نیست.	
متناسب	تناسب عنوان و محتوا	ساخت و پرداخت	فکر می‌کردم در مورد مدافعان حرم باشه شال سبز بابا با این لباسی که روی جلد است شبیه رزمنده هاست.	من شال سبز بابا

متناسب	نوع نگارش و نحوه ارائه	ساخت و پرداخت	من گیج نشدم. جاهاش خیلی خوب بود. هر جایی که متن شعر بود نقاشش هم مال خودش بود.	ابرک و دختر دانا
متناسب	تناسب عنوان و محتوا	ساخت و پرداخت	فکر می‌کردم راجع به امام رضا است چونکه خیلی امام رضا رو دوست دارم.	
چالش برانگیز	نحوه ارائه	ساخت و پرداخت	اول گفتم خدایا این‌ها چرا این طوریه بعد به مامانم گفتم گفت این‌ها که چرخوندی یکی در میون شده باید یکی در میون بخونی	خانه پدری
عدم تناسب	تناسب عنوان و محتوا	ساخت و پرداخت	چون خانه پدری [یعنی] چون فکر کردم بچه های یتیم امام علی می‌رفت بهشون کمک می‌کرد فکر کردم در همون مورد	

در تحلیل بعد ساخت و پرداخت می‌توان گفت «خانه پدری» بیش از اینکه مفهوم اصلی داستان مانند «امام زمان» و «سرداب» و موارد دیگر را به ذهن متبادر سازد، ذهن کودکان را به سمت خانه، پدر، مادر، املاک و مال و اموال برده است. پس می‌توان گفت کمتر کسی است که با دیدن عنوان متوجه محتوای اصلی داستان شده باشد؛ مگر اینکه با کمک تصاویر فهمیده باشد که محتوای داستان مذهبی و دربارهٔ ائمه نوشته شده است. بنابراین با اطمینان می‌توان گفت خانه پدری عنوان مناسبی برای این کتاب نیست. این موضوع دربارهٔ کتاب عماد و کاروان غول‌ها نیز صادق است. مرور پاسخ‌های کودکان نشان می‌دهد که عنوان کتاب هر چیزی را به ذهن پاسخگویان نزدیک کرده است به جز داستان اصلی کتاب. بخش قابل توجهی از پاسخ‌ها از این عنوان «جنگ» را برداشت کرده‌اند در حالی که داستان کتاب دربارهٔ جنگ نیست. این نمی‌تواند یک نقطه قوت برای یک محصول فرهنگی باشد. کودک با دیدن عنوان باید تا حدی متوجه کلیات داستان بشود. اگر عنوانی چون «عماد و امام جواد» یا «امام جواد و کاروان غول‌ها» یا موارد مشابه به کار برده شده بود لااقل کودک می‌فهمید که داستان دربارهٔ یکی از ائمه است و محتوای مذهبی دارد. کتاب «مثل امام رضا باش» عنوانی جدی و دستوری است. گویی یک کتاب درسی است و به کودک می‌خواهد تکالیف درسی را القا کند.

چنین عنوانی نمی‌تواند او را به مطالعه کتاب برانگیزد. در عناوین پیشنهادی کودکان نیز می‌بینیم که به ذکر نام پرنده^۱ در عنوان تاکید کرده‌اند. شاید این پیشنهاد از سوی آنان به این دلیل باشد که به این طریق فانتزی بودن کتاب و بیان داستانی آن قبل از خواندن کتاب نمایانتر بوده و کودکان با دیدن عنوان می‌فهمیدند که با یک کتاب خشک درسی مواجه نیستند بلکه قرار است داستانی از زبان یک شخصیت خیالی برای آن‌ها نقل شود و برایشان جذاب تر می‌شد.

«شال سبز» نشان دهندهٔ مذهبی بودن داستانی است که کودک با آن مواجه است پس کودک تا حدی می‌داند که قرار است یک داستان مذهبی را بخواند. کلمه «بابا» در کنار شال سبز موضوع جنگ و شهادت، دفاع و وطن را به ذهن کودک متبادر ساخته است. البته تصاویر روی جلد هم همزمان با عنوان می‌تواند در جذب کودک مؤثر باشد. در این کتاب تصویر جلد یک کودک را نشان می‌دهد که شال سبز بر پیشانی بسته است؛ بنابراین با اطمینان نمی‌توان گفت این عنوان و تصویر، متناسب با محتواست اما حداقل می‌توان گفت موضوعاتی که کودکان در اولین برخورد با کتاب به ذهنشان رسیده است کاملاً متفاوت با محتوای کتاب نیست (در مقایسه با کتاب خانه پدري و عماد) بلکه موضوعات مشابه مانند حضرت زینب، مدافعين حرم و موارد مشابه را به یاد او آورده است. در عنوان «ابرك و دختر دانا» از یک طرف جنبه فانتزی^۲ کتاب را (در مقایسه با مثل امام رضا باش) می‌توان دید و از طرف دیگر به شخصیت اصلی داستان اشاره می‌کند که می‌تواند کودک را کنجکاو کند که منظور از دختر دانا کیست (در مقایسه با عماد و کاروان غول‌ها که هیچ اثری از امام جواد در عنوان دیده نمی‌شود). در زمینهٔ زبان و شیوهٔ نگارش می‌توان گفت استفاده از مفاهیم و واژه‌های سنگین بدون اشاره به معنی آن‌ها در پاورقی، از نقاط ضعف کتاب‌های بررسی شده است. مانند (مرو و جارچی) در داستان ابرک، استفاده از کلمهٔ عربی (حدیث مثلث) در کتاب مثل امام رضا باش و (صحن الغیبه) در داستان

۱. شخصیت اصلی کتاب پرنده‌ای به اسم «بغیغو» است.

۲. منظور از فانتزی بودن یعنی غیر واقعی منظور این است که بیان داستان از زبان یک ابر می‌تواند برای کودک جذاب باشد و چه بهتر که این موضوع در عنوان نمایان باشد.

خانه پدری. علاوه بر این در روند داستان بعضی جریاناتی که در داستان اتفاق افتاده است باعث ایجاد سردرگمی بین پاسخگویان شده است مانند روایت داستان از زبان سرداب در کتاب «خانه پدری». جان بخشیدن به اشیا یکی از روش‌هایی است که می‌تواند جذابیت کتاب را برای کودک افزایش دهد و تخیل او را تقویت کند. مثلاً در داستان ابرک یک ابر راوی داستان است و در پاسخ‌های کودکان نشانی از سردرگمی در این زمینه دیده نمی‌شود. به عبارت دیگر کودک به راحتی توانسته است با راوی داستان (ابرک) ارتباط برقرار کند و در این مورد اظهار سردرگمی نکرده است؛ اما در این کتاب بیان داستان از زبان سرداب برای کودکان تا حدی گیج کننده است در حالی که کتاب خانه پدری را کودکان بزرگ‌تری (از لحاظ سنی) مطالعه کرده‌اند؛ اما در این زمینه بیشتر از کتاب ابرک، اظهار سردرگمی کرده‌اند لذا در استفاده از اشیا بی‌جان برای روایت کتاب باید جنبه شفافیت و وضوح آن مد نظر نویسندگان قرار بگیرد تا به جای لذت بردن از متن از کتاب گیجی و کلافگی را برای کودک به همراه نداشته باشد. در نحوه ارائه، کودکان کتاب‌هایی با ورقه‌های روغنی و گلاسه را بیش از سایر کتاب‌ها مستحکم و با دوام و زیبا ارزیابی می‌کنند. کتاب مثل امام رضا باش، شال سبز و ابرک از نظر پاسخگویان دوام بیشتری دارد و کمتر به موضوع امانتداری اشاره شده است اما در مورد کتاب ابرک که کلاً متفاوت طراحی شده، نگرانی کودکان از خراب شدن آن در پاسخ‌هایشان دیده می‌شود. در مجموع می‌توان گفت از لحاظ ساخت و پرداخت کودکان کتاب‌هایی را می‌پسندند که اولاً عنوان جذابی داشته باشد یعنی محتوای داستان را منعکس و او را برای خواندن داستان کنجکاو کند، ساده و روان نوشته شده و از مفاهیم ثقیل و نامفهوم در آن‌ها استفاده نشده باشد و همچنین دارای ورقه‌های محکم و ضخیم باشد که به سرعت خراب نشود.

ارزش‌یابی کتاب‌های بررسی شده در بعد تصویر

این بخش از مقاله به تحلیل بعد تصویر از دیدگاه کودکان اختصاص دارد. در جدول زیر نمونه‌ای از عبارات مرتبط با این موضوع گنجانده و سعی شده است که به صورت باز محوری و گزینشی مقوله‌بندی شود.

جدول (۴) نمونه‌ای از تحلیل ارزش‌یابی کتاب‌ها از بعد تصویر

نام کتاب	عبارت	مقوله بندی باز	مقوله بندی محوری	مقوله بندی گزینشی
خانه پدری	بعضی از جاهاش کمی تیره بود. رنگ‌هاش مثلاً اینجا این دره سرداب می‌دونم قهوه‌ایه ولی آگه دورش رو یه کم روشن می‌کردن به نظر من قشنگ‌تر بود.	جذابیت تصویر	تناسب رنگ و تصویر	عدم تناسب رنگ‌ها با واقعیت
	خوب بود. من سفیده رونمی‌داشتم. نه این رو سفید نمی‌داشتم چون دشمن‌ها سفید نمی‌پوشن ولی سربازهای امام‌ها می‌پوشن. این رو قهوه‌ای می‌کردم یا سیاه اینجا این رو قرمز می‌کردم چون این دشمن امامه. بعضی‌هاشون ایراد داشتن.	جذابیت تصویر	تناسب رنگ و تصویر	تناسب نداشتن رنگ‌ها با دنیای ذهنی کودکان
ایرک و دختر دانا	خوب بود. وقتی که بارون میاد تیره می‌شه یه کوچولو زشت می‌شه همه جا سیاه می‌شه زشت می‌شه	جذابیت تصویر	جذابیت رنگ	استفاده از رنگ‌های تیره
	خوب بود. آگه من بودم باز همین رنگی می‌کردم چون بهشون میاد	جذابیت تصویر	جذابیت رنگ‌ها	تناسب
من شال سبز بابا	عالی مثل واقعیت بود. منم بودم باز از همین رنگ‌ها استفاده می‌کردم. لباسش با رزمنده‌ها جوره. چفیه می‌اندازه بعد این محاسن اش رو سیاه، بال‌ها سفید خیلی زیبا می‌شه لبیک یا زنبش سرمه ای است خیلی عالی	جذابیت تصویر	جذابیت تصویر	ترغیب به مطالعه

من شال سبز بابا	واقعا آدم دلش می‌خواست بدونه چه اتفاقی افتاد چی شده که پدر شهید بال درآورده	جذابیت تصویر	جذابیت تصویر	ترغیب به مطالعه
عماد و کاروان غول‌ها	این عکسش نه عکس صفحه اول. چون اصلا کاروان غول‌ها دیده نمی‌شد. با توجه به متن هم اینجا که می‌گه تنها کسی که من رو با اسم صدا می‌زد اضافه است. ولی بقیه‌اش خوبه.	جذابیت تصویر	ارتباط متن و تصویر	عدم استفاده از تصویر مناسب با سن
مثل امام رضا باش	رنگ‌هاش جذابیت داشت ولی بغوغو توی یه جا کرم آبی و یه جا کرم و بنفشه.	جذابیت رنگ	ناهماهنگی رنگ‌ها	عدم جذابیت

آنچه در مجموع درباره تصاویر کتاب‌های کودک می‌توان گفت این است که رنگ‌های تیره مورد پسند کودکان قرار نمی‌گیرد. آن‌ها رنگ‌های شاد و روشن را دوست دارند و تمایل دارند از این گونه رنگ‌ها در داستان‌های مربوط به آن‌ها استفاده شود. کودکان هماهنگی تصاویر با دنیای واقعی را دوست دارند. همچنین استفاده از رنگ‌های واقعی را به رنگ‌های غیر واقعی ترجیح می‌دهند مثلاً کبوتر را دوست دارند خاکستری یا سفید باشد چون در دنیای واقعی کبوتر سفید یا خاکستری است. همچنین دشمنان باید رنگ‌های تیره به تن کنند چون با فرهنگ‌سازی‌هایی که انجام شده است در ذهن کودک دشمن لباس سیاه به تن دارد. این تناسب برای کودکان دارای اهمیت است.

کودک دقت فراوانی دارد و به تمام بخش‌های کتاب توجه می‌کند. کودک دوست دارد یک شیء را که در کتاب یک رنگ مشخص دارد در سرتاسر کتاب همان رنگ را داشته باشد. اگر این گونه نباشد نظام ذهنی او به هم می‌ریزد و نمی‌تواند با داستان ارتباط برقرار کند. وی دلش می‌خواهد هر چیزی را که در داستان مورد اشاره قرار گرفت تصویرش را هم ببیند. حتی او دوست دارد صورت امام جواد را در داستان «عماد و کاروان غول‌ها» و صورت حضرت معصومه را در داستان «ابریک و دختر دانا» ببیند. تصویر ارتباط عمیقی بین ذهن کودک و داستان ایجاد می‌کند حتی این ارتباط را در ذهن بزرگسالان هم ممکن

است بتوان مشاهده کرد؛ اما کودک به دلیل بصری بودن بیشتر به تصویرسازی نیاز دارد. تصاویر زشت و ناهنجار برای کودکان جایگاهی ندارد. آن‌ها دوست دارند تصاویر زیبا را ببینند و با رنگ‌های شاد بیشتر ارتباط برقرار می‌کنند. از طرف دیگر، فرصت رنگ‌آمیزی دادن به کودکان در کتاب‌های کودک و اینکه اجازه دارند یک تصویر را طبق میل و سلیقه خودشان رنگ‌آمیزی کنند برایشان جذاب است و آن‌ها را به کتاب و داستان‌های آن بیشتر جذب می‌کند.

نتیجه‌گیری

کتاب «من شال سبز بابا» برای کودکان جذابیت‌های زیادی داشته است. مرور تاریخ اسلام و مواجه کردن مخاطب با شخصیت‌هایی چون بلال حبشی برای کودک جذاب است. در عین حال حرکت رویایی شخصیت داستان در طول تاریخ با استفاده از یک شال سبز و عبور کردن او از قسمت‌های مهم تاریخ چون واقعه عاشورا و رسیدن به زمان جنگ همه برای پاسخگویان جذاب است. جنبه تخیلی کتاب در عین حال پیوند آن با واقعیت توانسته است برای کودکان در عین جذاب بودن مفید باشد. همچنین حضور شخصیت‌های معاصر چون حسین فهمیده و قاسم سلیمانی در داستان نیز بر جذابیت کتاب افزوده است. استفاده از یک شال سبز واقعی بر روی کتاب و بیان شعری ساده، کودکان را بیش از پیش به مطالعه این کتاب برانگیخته و تصاویر کتاب نیز با رنگ‌های شاد و متنوع برای کودکان جذاب بوده است. «شال سبز» نشان دهنده مذهبی بودن داستانی است که کودک با آن مواجه است. پس کودک تا حدی می‌داند که قرار است یک داستان مذهبی را بخواند. کلمه «بابا» در کنار شال سبز ممکن است موضوع جنگ و شهادت، دفاع و وطن را به ذهن کودک برساند. البته تصاویر روی جلد نیز همزمان با عنوان می‌تواند کمک کننده باشد. در این کتاب تصویر جلد یک کودک را نشان می‌دهد که شال سبز بر پیشانی بسته است؛ بنابراین با اطمینان نمی‌توان گفت این عنوان و تصویر متناسب با محتواست؛ اما حداقل می‌توان گفت موضوعاتی که کودکان در اولین

برخورد با کتاب به ذهن‌شان رسیده است کاملاً متفاوت با محتوای کتاب نیست (در مقایسه با کتاب خانه پدری و عماد) بلکه موضوعات مشابه مانند حضرت زینب، مدافعین حرم و موارد مشابه را به یاد او آورده است. این کتاب از جمله مواردی است که مواجهه انتزاعی بالایی را بین کودکان برانگیخته است.

کتاب «ابریک و دختر دانا» دارای یک ارائه متفاوت و منحصر به فرد است. این کتاب به صورت ابر طراحی شده و حالت چرخشی دارد و در عین حال دارای دو داستان است. رنگ‌های شاد و تصاویر فانتزی زیبا با بیان معماگونه (دختر دانا و آقای خورشید مهربان) که کودک را کنجکاو می‌کند که بداند این افراد چه کسانی هستند به داستان جذابیت می‌بخشد. در عین حال بیان داستان از زبان یک ابر نیز آن را برای پاسخگویان جذاب‌تر می‌کند. به طور کلی می‌توان گفت این کتاب در عین حال که در بعد تصویر و ساخت و پرداخت خوب و مناسب عمل کرده است. در بعد محتوا نیز موفق بوده و توانسته است یک موضوع عمومی و تکراری (بارش باران با دعای امام علیه السلام) را با یک بیان داستان‌گونه جذاب دوباره برای کودکان نقل کند به طوری که باعث شگفتی آن‌ها در زمینه دعای باران شود. موضوعی که شاید کودکان قبلاً شنیده باشند اما بیان جذاب این کتاب توانسته است توجه آن‌ها را به این موضوع جلب کند.

کتاب «مثل امام رضا باش» برای کودکان جذابیت‌های زیادی داشته است. این کتاب با محوریت صفات و ویژگی‌های امام رضاع با بیانی متفاوت و به دور از نصیحت‌ها و آموزش‌های مستقیم به کودکان آموخته است که نماز اول وقت بخوانند، صبور باشند، صلح را داشته باشند، خوش اخلاق باشند و... به عبارت دیگر روایت داستان از زبان یک کبوتر، با تصاویر رنگارنگ و جذاب و کارتونی برای آن‌ها جنبه خشک و آموزشی را کم‌رنگ کرده و بیشتر به آن ویژگی مفرح و جذاب بخشیده و باعث شده است کودکان از مطالعه یک کتاب دینی مذهبی لذت ببرند و با صفت‌های امام علیه السلام آشنا شوند و سعی کنند ایشان را الگوی خود قرار دهند. با وجود این نقدهایی نیز به این کتاب وارد است از جمله اینکه در بعد نوع مواجهه با کتاب بیشترین مواجهه از نوع تجربی بوده است که این نکته نمی‌تواند نقطه قوتی برای یک محصول فرهنگی باشد چراکه معنای آن این

است که کتاب نتوانسته است مخاطب را به لایه‌های عمیق‌تری از سطح خود ببرد و او را در ظاهر کتاب و لایه‌های سطحی آن گیر انداخته است. همین موضوع باعث شده این نتیجه‌گیری حاصل شود که جنبه آموزش نسبتاً مستقیم این کتاب از تأثیرگذاری آن کاسته است. علاوه بر این انتقاداتی که از سوی خود مخاطب نیز مطرح شده به طولانی بودن کتاب مربوط است. در این کتاب ۱۰ صفت امام با بیان داستانی منتقل شده که همین موضوع باعث کسل‌کنندگی آن نزد کودکان شده است. علاوه بر این، نقد دیگری که به این کتاب می‌توان وارد کرد به بعد ساخت و پرداخت و عنوان آن مربوط است. «مثل امام رضا باش» عنوانی جدی و دستوری است. گویی یک کتاب درسی است و به کودک می‌خواهد تکالیف درسی را القا کند. چنین عنوانی نمی‌تواند او را به مطالعه کتاب برانگیزد. در عناوین پیشنهادی کودکان نیز می‌بینیم که به ذکر نام پرنده در عنوان تأکید کرده‌اند. شاید این پیشنهاد از سوی آنان به این دلیل باشد که به این طریق فانتزی بودن کتاب و بیان داستانی آن قبل از خواندن کتاب نمایان‌تر بوده و کودکان با دیدن عنوان می‌فهمیدند که با یک کتاب خشک درسی مواجه نیستند بلکه قرار است داستانی از زبان یک شخصیت خیالی برای آن‌ها نقل شود و برایشان جذاب‌تر می‌شد.

نتایج نشان می‌دهد که کتاب «عماد و کاروان غول‌ها» دارای جذابیت‌های فراوانی است. استفاده از شخصیت‌های متنوع و کاربرد تمثیل و تشبیه به این کتاب جذابیت بیشتری بخشیده است. نبود نتیجه‌گیری مستقیم و آزاد گذاشتن کودکان در برداشت از کتاب و همچنین استفاده از یک شخصیت دینی برای الگوسازی در راستای تبلیغ شهامت توانسته است تا حد زیادی مفهوم اصلی را منتقل کند و در عین حال که آن‌ها را برای مدتی سرگرم ساخته، به آن‌ها مفهوم مد نظر کتاب را بیاموزد. البته در بخش تحلیل تصویر و ساخت و پرداخت روشن می‌شود که این کتاب دارای اشکالاتی است اما نمی‌توان آن‌ها را مانعی در جهت جذابیت محتوای این کتاب برای کودکان دانست. مهم‌ترین نقدهایی که به این کتاب وارد است از یک طرف تصاویری است که بیشتر رنگ‌های تیره در آن‌ها به کار رفته و این نکته مورد پسند بیشتر پاسخگویان قرار نگرفته و از طرف دیگر عنوان کتاب است. مرور پاسخ‌های کودکان نشان می‌دهد که عنوان کتاب هر چیزی را به ذهن

پاسخگویان نزدیک کرده است به جز داستان اصلی کتاب. بخش قابل توجهی از پاسخ‌ها از این عنوان «جنگ» را برداشت کرده‌اند در حالی که داستان کتاب درباره جنگ نیست. کودک با دیدن عنوان باید تا حدی متوجه کلیات داستان بشود. اگر عنوانی چون «عماد و امام جواد» یا «امام جواد و کاروان غول‌ها» یا موارد مشابه به کار برده شده بود لاقلاً کودک می‌فهمید که داستان درباره یکی از ائمه است و محتوای مذهبی دارد.

نتایج نشان می‌دهد که کتاب خانه پدری بیش از اینکه جنبه داستانی داشته باشد، جنبه آموزشی دارد و سعی دارد به طور مستقیم به پاسخگویان اطلاعاتی منتقل کند. اطلاعاتی در زمینه زمان غیبت امام زمان، زمان تولد ایشان و محل غیبت و همچنین اطلاعاتی درباره مادر و پدر ایشان که در این کتاب گفته شده است، از جمله موارد تکراری است که معمولاً در کتاب‌های درسی نیز گفته می‌شود. لذا این کتاب نکته پیچیده غیر قابل فهمی نداشته و کودکان به راحتی به محتوای آن اشاره کرده‌اند. همچنان که قبلاً هم گفته شد عنوان «خانه پدری» بیش از اینکه مفهوم اصلی داستان مانند «امام زمان» و «سرداب» و موارد دیگر را به ذهن متبادر سازد، ذهن کودکان را به سمت خانه، پدر، مادر، املاک، و مال و اموال برده است. لذا می‌توان گفت کمتر کسی است که با دیدن عنوان متوجه محتوای اصلی داستان شده باشد مگر اینکه با کمک تصاویر فهمیده باشد که محتوای داستان مذهبی و درباره ائمه نوشته شده است؛ بنابراین می‌توان گفت خانه پدری عنوان مناسبی برای این کتاب نیست. خلاقیت‌هایی که نویسنده در کتاب به خرج داده، مانند رنگ‌آمیزی و سؤالاتی که در کتاب پرسیده شده زیاد نتوانسته جذابیت را برای خواننده افزایش دهد. کودکان به این کتاب نگاه آموزشی دارند و به خوبی آموخته‌های آن را فرا گرفته‌اند؛ اما لذت زیادی از خواندن کتاب در گفته‌های آن‌ها دیده نمی‌شود. در جدول زیر می‌توان ارزش‌یابی کتاب‌های بررسی شده را به صورت خلاصه مشاهده کرد.

جدول (۵) ارزش‌یابی کلی کتاب‌های بررسی شده بر اساس معیارهای ارزش‌یابی

تصویر		ساخت و پرداخت			محتوا				معیارهای ارزش‌یابی
					نوع مواجهه		جذابیت محتوا		
جذابیت رنگ و تصویر	تناسب با محتوا	نحوه ارائه	نوع نگارش	تناسب عنوان و محتوا	انتزاعی	واقعی	جذاب پندار منتقد	جذاب پندار مطلق	کتاب
✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	من، شال سبز، بابا
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	ایرک و دختر دانا/ آقای خورشید مهربان
✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	مثل امام رضا باش
-	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	-	عماد و کاروان غول‌ها
-	✓	-	✓	-	-	✓	-	-	خانه پدری

در نهایت می‌توان گفت کودکان در مواجهه با کتاب (من، شال سبز، بابا) جذاب پندار مطلق هستند. به این معنا که غالباً این کتاب را جذاب دانسته و نقدی به آن وارد نکرده‌اند. مواجهه با این کتاب بیش از اینکه تجربی باشد انتزاعی است. به این معنا که این کتاب توانسته است کودک را به لایه‌های زیرین محتوای خود ببرد و او را از محتوای سطحی خود جدا کند. به لحاظ نوع نگارش، تناسب عنوان و محتوا، نحوه ارائه و تصویر این کتاب بیشترین درجه تأیید را از سوی مخاطب به خود اختصاص داده است.

کودکان در برابر کتاب‌های (ابریک و دختر دانا)، (مثل امام رضا باش) و (عماد و کاروان غول‌ها) جذاب‌پندار منتقد هستند. به عبارت دیگر در عین حال که این کتاب‌ها را جذاب می‌دانند نقدهایی نیز بر آن‌ها وارد می‌کنند. نوع مواجهه با هر سه کتاب هم واقعی و هم انتزاعی است. با توجه به اینکه مخاطب کتاب (ابریک) کودکان گروه الف هستند، نمی‌توان این مواجهه واقعی را نقطه ضعفی برای کتاب در نظر گرفت؛ اما در دو کتاب دیگر که مخاطب آن کودکان با سنین بالاتر هستند، می‌باید مواجهه انتزاعی بر تجربی غلبه داشته باشد. لذا هرچه مواجهه تجربی در کتاب بیشتر باشد می‌تواند نقطه ضعف پررنگی برای یک محصول فرهنگی باشد. خانه پدری کتابی است که هیچ‌گونه جذابیتی برای کودکان به همراه نداشته در عین حال تنها مواجهه واقعی با محتوای کتاب را از سوی کودکان داشته است. تناسب نداشتن عنوان و محتوا و تصاویر با رنگ‌های ناهماهنگ نیز از دیگر نقاط ضعف این کتاب است.

در مجموع می‌توان گفت کتابی برای حوزه کودکان مناسب است که مخاطبان آن جذاب‌پندار مطلق و منتقد باشند، نوع مواجهه با محتوای کتاب انتزاعی باشد، تناسب عنوان و محتوا وجود داشته باشد و از تصاویر رنگی و یکسان در کتاب استفاده شده باشد.

منابع و مآخذ

- آقاگل زاده، فردوس. (۱۳۷۹). «ویژگی های متون ادبی از دیدگاه زبان شناسی». مجموعه مقالات دانشگاه علامه طباطبائی. شماره ۹۱. صص: ۱-۱۲.
- تولان، مایکل. (۱۳۸۶). *روایت شناسی (درآمدی زبان شناختی - انتقادی)*. ترجمه سبیده فاطمه علوی و فاطمه نعمتی. تهران: سمت.
- شرت، ایون. (۱۳۸۷). *فلسفه علوم/ اجتماعی قاره ای*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- فلیک، اووه. (۱۳۹۹). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- موسی پور، نعمت الله. (۱۳۸۱). «مبانی نظری الگوهای ارزش یابی آموزشی». *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*. شماره ۲۳ و ۲۴. صص: ۱۱۹-۱۴۳.
- مهر محمدی، محمود؛ امین خندقی، مسعود. (۱۳۸۸). «مقایسه ایدئولوژی های برنامه درسی آیزنر با میلر: نگاهی دیگر». *مطالعات تربیتی و روان شناسی*. دوره ۱۰. شماره ۱. صص: ۲۷-۴۵.
- نوکاریزی، محسن؛ ضیغمی، مجید. (۱۳۹۲). «مقایسه میزان اهمیت ملاک های رایج انتخاب کتاب کودک برای والدین و کودکان در شهر مشهد». *تحقیقات اطلاع رسانی و کتاب های عمومی*. دوره ۱۹. شماره ۳. صص: ۱۴۳-۳۶۱.
- نیکوسخن، سودابه. (۱۳۹۱). «فصلنامه تحلیلی پژوهشی کتاب مهر». شماره ۸. صص: ۱۷۸-۱۹۸.
- Boyatzis, R. E. (1998), *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*, Sage Publications, Inc.
- Dunn, F. W. (1921). *Interest Factors in Primary Reading Material*. *Contributions to Education*, 82-70, 113.
- Gordon W. Allport (1954), *The Nature of Prejudice*, Cambridge, Mass.: Addison-Wesley Publishing Co., Inc.
- Holloway, I. & Todres, L. (2003), "The Status of Method: Flexibility, Consistency and Coherence", *Qualitative Research*, Vol. 3, No. 3, Pp. 357-345.
- Swayne Barthold, Lauren, (1987) *Prejudice and understanding: Gadamer`s ontological hermeneutics*, George Washington University.