

Reading Preferences of Children and Adolescents in Book Selection: A Survey Study of the 34th Tehran International Book Fair

Shakiba Ahmadi, MSc.In School Counseling, University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: shakibaahmadi@ut.ac.ir

Seyed Mohammad Mahdi Raeis Karami, Doctoral Candidate in Counselling, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: mathronmahdi@gmail.com

Majid Majidi, MSc.In School Counseling, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author)
Email: majid.majidi@ut.ac.ir

Extended Abstract

Introduction: Understanding the reading preferences of children and adolescents is a fundamental prerequisite for bridging the gap between formal cultural policymaking and the actual interests of young readers. Moving beyond traditional adult-centered and prescriptive perspectives, contemporary reader-response theories emphasize that reading is a transactional process shaped by readers' lived experiences. Despite the proliferation of digital media, adolescent reading practices have persisted and evolved in diverse ways. However, reading promotion programs often fail to adequately incorporate the authentic voices of young audiences. A review of the existing literature reveals a significant research gap: previous studies have primarily relied on either textual analyses or limited school-based surveys. Consequently, there is a lack of a comprehensive perspective that simultaneously examines genre preferences, the relative influence of new media and traditional institutions, and readers' meaning-making processes within a real-world and unmediated setting. Accordingly, drawing on an audience-oriented discourse, the present study aims to empirically investigate the reading preferences, favorite genres, book discovery channels, and thematic interests of children and adolescents in an authentic book-selection environment, namely the 34th Tehran International Book Fair (TIBF).

Methods: This study employed a mixed-methods embedded design using a cross-sectional survey strategy. The study population consisted of children and adolescents attending the 34th Tehran International Book Fair. A valid sample of 1,517 participants aged 9–18 years (with the largest proportion belonging to the 11–13 age group) was recruited through convenience sampling. To maximize participation and broaden data collection, an integrated electronic questionnaire was administered through two channels: on-site distribution via tablets at the physical book fair and online dissemination through social media platforms. The questionnaire collected demographic information, quantitative indicators of reading habits, and qualitative open-ended responses concerning memorable book quotations and reading experiences. As part of the quality-control process, incomplete questionnaires and responses completed in less than three minutes were excluded. Quanti-

tative data were analyzed using descriptive statistics in Microsoft Excel. In parallel, qualitative textual data were examined through a standard five-stage thematic analysis procedure in MAXQDA to identify underlying patterns of meaning and enrich the interpretation of the quantitative findings.

Findings: The demographic analysis showed that girls constituted 76% of the sample ($N = 1,157$), indicating a substantially higher level of participation in book selection activities than boys. More than half of the participants (56%) were primary school students. One notable finding was the strong preference for printed books, which were favored by 92.5% of respondents, while e-books and audiobooks accounted for only 4.5% and 3%, respectively. This finding challenges assumptions regarding the predominance of digital reading formats among younger generations. Regarding content preferences, science fiction (50.3%) and fantasy (41.4%) emerged as the most popular genres. In addition, a shift in book discovery patterns was observed, with social media and digital platforms (18%) surpassing traditional institutions such as libraries (17.3%) and book fairs (16.2%) as sources of book recommendations. In the qualitative phase, thematic analysis of participants' favorite books—including adaptations of the *Shahnameh*, international classics such as *The Little Prince*, and contemporary novels such as *Purple Marshmallows*—revealed that purposefulness, resilience, positive social relationships, and spirituality constitute central themes in adolescents' reading experiences. Furthermore, the analysis of purchasing behavior demonstrated a high degree of intentionality, with 83% of participants searching for specific titles. Private publishers specializing in translated fantasy literature, such as Porteghal and Houpa, were considerably more popular than traditional or state-affiliated publishers, suggesting a structural gap between official cultural production and audience preferences.

Conclusion: The findings indicate that the reading preferences of Iranian children and adolescents do not necessarily correspond to the prescriptive patterns promoted by formal cultural institutions. The strong interest in imaginative genres reflects a need for excitement, creativity, and identity exploration, while the enduring preference for printed books suggests the continued value of tangible and aesthetically engaging reading experiences. The popularity of literary works addressing identity-related and emotional concerns further indicates that contemporary young readers engage with literature as a space for reflection and self-understanding rather than as passive consumers of content. Based on these findings, the study argues that sustainable development of reading culture in Iran requires reducing the gap between institutional cultural policies and the lived experiences of younger generations. Greater alignment between reading-promotion strategies and interactive digital platforms, alongside the production of high-quality indigenous literature responsive to the psychological and cultural needs of young audiences, appears essential. Ensuring that the voices and preferences of readers are meaningfully incorporated into literary production and promotion processes is a key prerequisite for effective cultural engagement.

Keywords: Reading preferences; children's and young adult literature; audience-oriented discourse; mixed-methods study; Tehran International Book Fair.

ترجیحات کودکان و نوجوانان در کتاب‌گزینی؛ مطالعه پیمایشی سی و چهارمین دوره نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

شکیبا احمدی^۱، سید محمد مهدی رئیس کرمی^۲، مجید مجیدی^۳

چکیده

مسئله شناخت ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان، پیش‌نیازی بنیادین برای پر کردن شکاف میان سیاست‌گذاری‌های رسمی و سلیقه واقعی مخاطب است. پژوهش حاضر باهدف بررسی داده‌محور این ترجیحات و با تکیه بر «گفتمان مخاطب‌محور»، در بستر سی و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران انجام شد. این مطالعه آمیخته از نوع طرح تنیده (لانه‌گزیده)، روی نمونه‌ای شامل ۱۵۱۷ نفر (در بازه سنی ۹ تا ۱۸ سال) اجرا گردید. داده‌های کمی از طریق پرسشنامه الکترونیکی (تحلیل با نرم‌افزار Excel) و داده‌های متنی مکمل، با روش «تحلیل مضمون» (در نرم‌افزار MAXQDA) بررسی شدند. یافته‌ها بر اساس توزیع جمعیت‌شناختی نشان داد که دختران (با ۷۶ درصد) مشارکت بسیار بالاتری در رفتار کتاب‌گزینی دارند و ژانرهای علمی‌تخیلی (۵۰٫۳ درصد) و فانتزی در صدر انتخاب‌ها قرار دارند. یکی از مهم‌ترین یافته‌ها، ترجیح قاطع ۹۲٫۵ درصدی این نسل به مطالعه نسخه کاغذی است؛ درحالی‌که هم‌زمان، فضای مجازی (با ۱۸ درصد) جایگزین نهادهای سنتی در کشف و معرفی کتاب شده است. تحلیل کیفی آثاری چون شاهنامه فردوسی و شازده کوچولو ثابت کرد که مضامینی نظیر تاب‌آوری، هدفمندی و معنویت، هسته معنایی تجربه خواندن را شکل می‌دهند. افزون‌براین، بررسی اولویت‌ها نشان داد که ناشران خصوصی متمرکز بر ادبیات فانتزی، اقبال بیشتری نسبت به نهادهای سنتی یافته‌اند. در نتیجه، سیاست‌گذاری کارآمد در ترویج ادبیات کودک، مستلزم گذار از رویکردهای تجویزی بزرگسال‌محور و ایجاد پیوندی تعاملی با تجربه زیسته و نیازهای روان‌شناختی مخاطب واقعی است.

واژگان کلیدی

ترجیحات مطالعاتی، ادبیات کودک و نوجوان، گفتمان مخاطب‌محور، مطالعه آمیخته، نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران.

مسئله انتخاب کتاب و شناخت ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان، امروزه به یکی از چالش‌های بنیادین و داده‌محور در عرصه سیاست‌گذاری نشر و ادبیات تبدیل شده است. برخلاف رویکردهای تجویزی گذشته، نظریه‌های نوین پاسخ‌خواننده تأکید دارند که مطالعه فرایندی تبادلی است و معنا در تقاطع تجربه زیسته مخاطب و متن شکل می‌گیرد (Nodelman, 2008؛ Rosenblatt, 1978). با وجود گسترش روزافزون فناوری‌های دیجیتال و تحولات رسانه‌ای، شواهد نشان می‌دهد که الگوهای مطالعه این گروه سنی در شرایط خاصی چون دوران همه‌گیری کرونا نه تنها متوقف نشده، بلکه تداوم و حتی رشد داشته است (آسایش و همکاران، ۱۴۰۳). با این حال، برنامه‌های ترویج کتاب‌خوانی اغلب بدون در نظر گرفتن صدای مخاطب واقعی تدوین می‌شوند؛ درحالی‌که ترجیحات مطالعاتی نوجوانان متغیری فردی نیست، بلکه در تعامل مستقیم با نهادهای ترویج کتاب، نظام آموزشی و بستر فرهنگی جامعه شکل می‌گیرد (عابدی، ۱۴۰۱؛ فرهنگی، ۱۳۹۹). از این رو، شناخت دقیق الگوهای مصرف و ذائقه واقعی کودکان و نوجوانان بر پایه داده‌های میدانی، مبنای ضروری برای پر کردن شکاف میان تولید آثار ادبی و سلیقه مخاطب فراهم می‌آورد و سیاست‌گذاری‌های این حوزه را واقع‌بینانه‌تر می‌سازد (آقاجانی مرسا و همکاران، ۱۴۰۲).

در مطالعات ادبیات کودک و نوجوان، ترجیحات مطالعاتی به مجموعه گرایش‌ها، انتخاب‌ها و الگوهای رفتاری خوانندگان در مواجهه با متون مختلف اطلاق می‌شود؛ الگویی که نشان می‌دهد کودکان و نوجوانان چه نوع کتاب‌ها، ژانرها، شخصیت‌ها و مضامینی را برای خواندن انتخاب می‌کنند (آقاجانی مرسا و همکاران، ۱۴۰۲؛ Clark & Foster, 2005). این ترجیحات صرفاً به علاقه‌مندی‌های فردی محدود نمی‌شود، بلکه در ارتباط با تجربه زیسته، جنسیت، سن، محیط آموزشی و زمینه‌های فرهنگی شکل می‌گیرد و در طول زمان نیز تطور می‌یابد (Nikolajeva, 2014؛ Clark & Foster, 2005). از منظر نظریه‌های نوین پاسخ‌خواننده و به‌ویژه رویکرد تبادلی روزنبلات (Rosenblatt, 1978)، فرایند مطالعه کنشی یک‌سویه نیست، بلکه رویدادی تبادلی میان متن و مخاطب است که در آن، معنا بر اساس پیش‌دانسته‌ها، نیازها و افق انتظارات خواننده ساخته می‌شود (Iser, 1978). از این رو، شناخت ترجیحات مطالعاتی مخاطبان، بخشی بنیادین از فهم تجربه واقعی خواندن به شمار می‌رود (Woodruff & Griffin, 2017). در حوزه ادبیات کودک و نوجوان نیز پژوهش‌ها نشان می‌دهند که نوع ژانر، شیوه شخصیت‌پردازی، میزان ماجراجویی و امکان هم‌ذات‌پنداری با قهرمانان داستان از مهم‌ترین عواملی است که در

ترجیحات کودکان و نوجوانان در کتابگزینی [...] |

شکل‌گیری علاقه کودکان و نوجوانان به یک اثر نقش دارد (حجوانی و پورجعفر، ۱۳۸۳؛ حجوانی و زمانی، ۱۳۹۸). به همین دلیل، مطالعات معاصر در حوزه ترویج کتاب‌خوانی تأکید می‌کنند که برنامه‌های انتخاب، معرفی و تولید کتاب برای این گروه سنی تنها زمانی اثربخش خواهند بود که بر شناخت دقیق ترجیحات مطالعاتی و تجربه خواندن خود مخاطبان استوار باشند، نه صرفاً بر معیارهای تجویزی و از پیش تعیین‌شده بزرگسالان (Nodelman, 2008؛ عابدی، ۱۴۰۱؛ فرهنگی، ۱۳۹۹).

با وجود تأکید نظری بر نقش مخاطب در ادبیات کودک و نوجوان، پژوهش‌های میدانی بین‌المللی نشان می‌دهند که الگوهای انتخاب کتاب به‌شدت وابسته به بستر فرهنگی، جنسیت و رسانه‌های دیجیتال است و تعمیم‌های کلی بدون تکیه بر داده‌های میدانی می‌تواند گمراه‌کننده باشد (Clark & Foster, 2005؛ Sia et al 2022). در داخل کشور نیز، مقایسه میان کتاب‌های «پرخواننده» نزد نوجوانان با آثار «برگزیده» از سوی نهادهای تخصصی و داوران بزرگسال، حاکی از وجود فاصله‌ای معنادار میان ذائقه واقعی مخاطب و ارزش‌گذاری‌های نهادی است (دهقانی، ۱۳۹۸؛ نیکوبخت و رضایی، ۱۴۰۱). چنین یافته‌هایی این پرسش بنیادین را مطرح می‌کند که در فرآیند تولید و ترویج کتاب تا چه اندازه صدای مخاطب واقعی بازتاب می‌یابد و تا چه حد معیارهای تجویزی و بزرگسالانه جهت‌دهنده این انتخاب‌هاست؟ از این‌رو، بررسی تجربی ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان در موقعیت‌های واقعی انتخاب کتاب، مانند نمایشگاه‌های کتاب که امکان مشاهده بدون واسطه این رفتار را فراهم می‌کنند (Kovalova & Shalman, 2024)، می‌تواند به روشن‌تر شدن میزان هم‌سویی یا ناهم‌خوانی سلیقه مخاطبان و الگوهای رسمی کمک کند (فرهنگی، ۱۳۹۹؛ عابدی، ۱۴۰۱).

در پژوهش‌های داخلی ایران، کمتر مطالعه‌ای به‌صورت نظام‌مند ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان را در چنین موقعیت‌های واقعی انتخاب کتاب بررسی کرده و آن را با منطق انتخاب و معرفی کتاب در نهادهای رسمی مقایسه نموده است (آقاجانی مرسا، ناظم و باصری، ۱۴۰۲). از این‌رو، پژوهش حاضر می‌کوشد با تمرکز بر سی‌وچهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، این خلأ پژوهشی را از طریق تحلیل داده‌محور ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان در یک بستر واقعی برطرف سازد (فرهنگی، ۱۳۹۹). در راستای این هدف، سؤالات اصلی پژوهش عبارت‌اند از:

۱. الگوهای واقعی انتخاب کتاب و ژانرهای محبوب در میان کودکان و نوجوانان کدام‌اند؟

۲. مجاری اصلی آشنایی این گروه سنی با آثار چیست؟

۳. چه مضامینی بیشترین ماندگاری را در تجربه خواندن آنان برجای می‌گذارند؟

در همین چارچوب، تأکید می‌شود که هدف از بررسی داده‌محور ترجیحات مطالعاتی نوجوانان در موقعیت‌های واقعی، تقابل‌سازی میان سلیقه مخاطب و الگوهای رسمی نیست؛ بلکه تلاش برای ایجاد پیوندی دیالکتیک و تلفیقی کارآمد میان «نگاه نخبه‌گرایانه و تربیتی سیاست‌گذاران» و «تجربه زیسته و علایق واقعی نوجوانان» است. مطالعات نقد ادبی تأکید می‌کنند که بدون وجود داده‌های میدانی و شناخت مستقیم از واکنش‌ها و انتخاب‌های خوانندگان واقعی، ارزیابی کارآمدی آثار و برنامه‌های ترویج کتاب‌خوانی با عدم قطعیت همراه خواهد بود (O'Sullivan, 2005؛ جلالی و فرهنگی، ۱۳۹۸). از این رو، این پژوهش می‌کوشد تا با پرهیز از مطلق‌گرایی و از طریق ترکیب این دو نگاه، به الگوهای جامع‌تری برای تولید و ترویج ادبیات کودک و نوجوان در ایران دست یابد تا این ادبیات به مخاطب واقعی خود نزدیک‌تر شود.

پیشینه پژوهش

رویکردها و مطالعات مرتبط با ادبیات کودک و نوجوان و مسئله انتخاب و ترویج کتاب در این حوزه را می‌توان در قالب سه گفتمان اصلی صورت‌بندی کرد: گفتمان تخصصی، گفتمان سیاست‌محور و گفتمان مخاطب‌محور.

گفتمان تخصصی (مبتنی بر منتقدان و متخصصان تربیتی): این رویکرد بر ارزش‌های ادبی، روان‌شناختی و شناختی متن تمرکز دارد. در این گفتمان، منتقدان و متخصصان به‌عنوان میانجی میان کودک و ادبیات عمل می‌کنند. همان‌طور که خسرو نژاد (۱۳۸۲) بیان می‌دارد، نقد اثر نیازمند شناخت کودک، فرآیندهای خلق و ظرفیت‌های ادبی است. از منظر روان‌شناسی تخصصی نیز، ادبیات کودک بناست گره‌های وجودی نوجوان را بازتاب دهد؛ چنان‌که یداللهی و همکاران (۱۳۹۹) با رویکرد روان‌شناسی اگزیستانسیال، مسئله اصلی ادبیات نوجوان را کشاکش میان «خود» و «دیگری/جهان» و تجربه آزادی و مسئولیت می‌دانند. در این گفتمان، متخصصان تلاش می‌کنند آثاری را برجسته کنند که مهارت‌هایی چون تفکر انتقادی را در کودک پرورش دهند.

گفتمان سیاست‌محور (مبتنی بر نهادها و الگوهای کلان): این رویکرد ادبیات کودک را ابزاری برای انتقال ارزش‌ها، فرهنگ‌سازی و هدایت ایدئولوژیک می‌بیند. مطالعات نشان می‌دهند که متون کودک و نوجوان، به‌ویژه در دوره‌های حساس، تحت تأثیر نهادهای

سیاست‌گذار جهت‌دهی شده و حامل پیام‌های مدنظر آن‌ها بوده‌اند (غضنفری‌مقدم، هاشمی و قربان‌صباغ، ۱۳۹۹). در این گفتمان، نهادهای رسمی (مانند کانون پرورش فکری یا نهادهای متولی آموزش) با تدوین فهرست‌های برگزیده، تلاش می‌کنند الگوهای مصرف فرهنگی خاصی را ترویج دهند که لزوماً بازتاب‌دهنده نیازهای درونی کودک نیست، بلکه معطوف به اهداف کلان فرهنگی است.

گفتمان مخاطب‌محور (مبتنی بر ترجیحات و تجربه زیسته کودک): نقطه عزیمت نظری پژوهش حاضر، این گفتمان است. این رویکرد در برابر سنت‌های مؤلف‌محور و متن‌محور، بر نقش فعال مخاطب، واکنش‌ها و تجربه خواندن او تکیه می‌کند (Nodelman, 2008؛ O'Sullivan, 2005). در این چارچوب، عنصر متمایزکننده ادبیات کودک، خود «کودک-مخاطب» است (صغیر و همکاران، ۱۴۰۱). گفتمان مخاطب‌محور تأکید دارد که برنامه‌های ترویج کتاب‌خوانی زمانی اثربخش‌اند که بر شناخت دقیق مخاطب، نیازهای واقعی او و مسیرهای بالفعل دسترسی‌اش به متن تکیه کنند (عابدی، ۱۴۰۱؛ فرهنگی، ۱۳۹۹). براین اساس، منتقد و برنامه‌ریز پیش از هر چیز باید با شیوه مواجهه کودک با متن آشنا باشند تا شکاف میان فهرست‌های رسمی نهادهای و سلیقه واقعی مخاطب کاهش یابد. پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه ادبیات کودک و نوجوان و ترجیحات مطالعاتی را می‌توان به دو دسته عمده مطالعات «تحلیل متن و محتوا» و مطالعات «پیمایشی و مخاطب‌محور» تقسیم کرد.

الف) مطالعات تحلیل متن و محتوا: بخش قابل توجهی از پژوهش‌های داخلی بر تحلیل درون‌متنی و تطبیقی آثار متمرکز بوده‌اند. برای نمونه، مطالعاتی نظیر پژوهش فرزین و همکاران (۱۴۰۰) و نجفی بهزادی (۱۳۹۵؛ ۱۳۹۹)، ظرفیت روایت‌های کلاسیک فارسی و شیوه‌های بازآفرینی خلاق آن‌ها را برای کودکان بررسی کرده‌اند. همچنین، عرب‌شیبانی و همکاران (۱۳۹۷) در تحلیل محتوای رمان‌های پرفروش نوجوان نشان دادند که این آثار از نظر نوع قهرمان و مضامین، الگوهای مشترکی دارند، اما اغلب از واقعیت‌های فرهنگی جامعه فاصله دارند. کوبی، حرّی و مکتبی‌فرد (۱۳۸۹) نیز با ارزیابی داستان‌های منتخب شورای کتاب کودک دریافتند که مؤلفه‌های پرورش «تفکر انتقادی» در این آثار به قدر کافی تعبیه نشده است و مداخله مستقیم راوی ظرفیت درگیری انتقادی را محدود می‌کند. در سطح بین‌المللی نیز مطالعات موردی مانند بررسی مجموعه «هری پاتر» (حجوانی و پورجعفر، ۱۳۸۳؛ حجوانی و زمانی، ۱۳۹۸) نشان داده‌اند که طراحی تعلیق و

هم‌سن بودن قهرمان با مخاطب، در اقبال به اثر نقشی کلیدی دارد.

ب) مطالعات پیمایشی و مخاطب‌محور (بررسی شکاف نهاد و مخاطب): دسته دوم پژوهش‌ها، به بررسی میدانی و ترجیحات واقعی خوانندگان پرداخته‌اند. مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهند که متغیرهایی چون جنسیت و تجربه زیسته، ترجیحات خواندن را به شدت متنوع می‌کنند و نادیده گرفتن این تفاوت‌ها به فاصله‌گرفتن مخاطب از کتاب منجر می‌شود (Clark&Foster, 2005). در داخل کشور نیز، پژوهش‌های پیمایشی حاکی از وجود فاصله معنادار میان ذائقه واقعی نوجوانان و فهرست‌های رسمی نهادهای ادبی است. برای نمونه، بررسی‌های میدانی ثابت کرده‌اند که نوجوانان (به‌ویژه با گرایش به رمان‌های معاصر و ماجراجویانه) انتخاب‌هایی دارند که لزوماً با کتاب‌های منتخب نهادهایی چون شورای کتاب کودک هم‌خوانی ندارد و سلیقه آنان همواره تأییدکننده‌آثاری نیست که منتقدان بزرگسال آن‌ها را «بهترین» می‌دانند (دهقانی، ۱۳۹۸؛ نیکوبخت و رضایی، ۱۴۰۱).

مرور انتقادی ادبیات نشان می‌دهد که مطالعات پیشین یا به تحلیل محتوای صرف متون پرداخته‌اند و یا به پیمایش‌های محدود بسنده کرده‌اند. باوجوداینکه این مطالعات به‌درستی به اهمیت فاصله گرفتن از رویکردهای تجویزی اشاره کرده‌اند، اما شکاف پژوهشی عمده این است که خلأ یک ارزیابی جامع که نقش ناشران خصوصی، بستر شبکه‌های اجتماعی و شیوه‌های معناسازی درونی نوجوانان را به‌طور هم‌زمان در یک «موقعیت واقعی و بی‌واسطه» بکاود، به شدت احساس می‌شود. مقاله حاضر با عبور از رویکرد صرفاً گزارشی، ارزش افزوده‌ای دوچندان ایجاد می‌کند: نخست آنکه با استفاده از یک طرح آمیخته، صدای بی‌واسطه مخاطب را در بستر واقعی انتخاب (نمایشگاه کتاب) منعکس می‌کند و دوم آنکه نشان می‌دهد در عصر جدید، چگونه نیازهای روان‌شناختی و رسانه‌های نوین جایگزین نهادهای سنتی در فرآیند کتاب‌گزینی شده‌اند؛ موضوعی که در مطالعات پیشین کمتر به انسجام تحلیلی رسیده بود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر رویکرد، یک مطالعه آمیخته^۱ از نوع طرح تنیده یا لانه‌گزیده^۲ و از نظر استراتژی اجرا، یک مطالعه پیمایشی مقطعی در بستر سی‌وچهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران است. منطق استفاده از این طرح آن است که پژوهشگر برای

ترجیحات کودکان و نوجوانان در کتابگزینی [...] |

غنا بخشیدن به بخش غالب کُتی، به‌طور هم‌زمان اقدام به جمع‌آوری داده‌های متنی در یک بستر پیمایشی کرده است؛ به‌طوری‌که بخش کُتی بر داده‌های حاصل از سؤالات بسته (برای توصیف الگوهای ترجیحات مطالعاتی) و بخش کیفی مکمل، بر داده‌های متنی حاصل از سؤالات بازپاسخ استوار است. در این راستا، ضمن تحلیل یکپارچه داده‌ها، برای تحلیل بخش کیفی از روش «تحلیل مضمون» استفاده شده است تا معناها و تجربه انتخاب کتاب از زبان خود مخاطب استخراج گردد و از این طریق، یافته‌های پیمایش از غنای مفهومی و دقت در پردازش جزئیات برخوردار شود (Majidi et al, 2025).

جامعه آماری پژوهش حاضر، کودکان و نوجوانان بازدیدکننده از سی‌وچهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران هستند. واحد تحلیل در این مطالعه، «پاسخ‌دهنده (کودک/نوجوان)» و داده‌های حاصل از پرسشنامه تکمیل‌شده توسط وی است. به عبارت دیگر، هر پرسشنامه صرفاً یک «واحد مشاهده آماری»^۱ محسوب می‌شود و تحلیل‌ها بر مبنای پاسخ‌های فردی انجام پذیرفته است.

روش نمونه‌گیری و ابزار گردآوری داده‌ها

با توجه به ماهیت اجرایی پژوهش در یک رویداد واقعی (نمایشگاه کتاب) و هدف مطالعه مبنی بر شناخت الگوهای انتخاب در موقعیت طبیعی کتابگزینی، نمونه‌گیری به شیوه در دسترس انجام شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این مطالعه پیمایشی، یک «پرسشنامه الکترونیکی یکپارچه» بود. باین حال، به منظور پوشش حداکثری جامعه هدف و جلوگیری از محدود شدن داده‌ها، توزیع این ابزار واحد از طریق دو کانال متمایز اجرایی^۲ صورت پذیرفت: ۱. کانال توزیع حضوری (در محیط نمایشگاه): پرسشگران با استقرار در محیط فیزیکی نمایشگاه، پس از تشریح اهداف مطالعه و اخذ رضایت آگاهانه، پرسشنامه الکترونیکی را از طریق تبلت جهت تکمیل در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار دادند. ۲. کانال توزیع برخط (تحت وب): هم‌زمان با اجرای حضوری، لینک همان پرسشنامه از طریق سامانه پرس‌لاین در بسترهای مجازی منتشر گردید تا امکان مشارکت افرادی که در زمان اجرا امکان حضور فیزیکی نداشتند نیز فراهم گردد. در هر دو کانال، مشارکت کاملاً داوطلبانه بود و اصل محرمانگی داده‌ها به دقت رعایت شد.

معیارهای ورود و خروج از تحلیل

معیارهای ورود شامل کودک یا نوجوان بودن پاسخ‌دهنده (بر اساس خوداظهاری) و اعلام

1. Statistical Observation
2. Modes of Administration

رضایت برای مشارکت در تکمیل پرسشنامه بود. به منظور کنترل کیفیت داده‌ها و اطمینان از اعتبار پاسخ‌ها، دو معیار خروج اعمال گردید: نخست، پرسشنامه‌های ناقص و دارای داده‌های گمشده حذف شدند؛ دوم، مواردی که زمان پاسخ‌گویی به آن‌ها کمتر از ۳ دقیقه بود (به عنوان گزینه‌ای از پاسخ‌دهی شتاب‌زده و غیرجدی)، از فرایند تحلیل کنار گذاشته شدند. پس از اعمال این معیارها، در نهایت ۱۵۱۷ پرسشنامه معتبر جهت تحلیل استخراج گردید.

ابزار پژوهش (پرسشنامه) و ساختار آن

ابزار گردآوری داده‌ها در این مطالعه، یک پرسشنامه پژوهشگر ساخته بود که به گونه‌ای طراحی شد تا هم داده‌های قابل تحلیل کمی تولید کند و هم امکان دریافت بیان‌های کیفی پاسخ‌دهندگان را فراهم سازد. این پرسشنامه شامل سه بخش اصلی بود:

(الف) اطلاعات جمعیت‌شناختی: سن، جنسیت، پایه/مقطع تحصیلی و...

(ب) شاخص‌های ترجیحات و الگوهای مصرف: در این بخش، مفاهیم نظری پژوهش (نظیر ذائقه و مصرف فرهنگی) عملیاتی‌سازی شدند. سنجش متغیرهایی چون ژانر، ساعات مطالعه و مجاری تهیه کتاب، صرفاً توصیفی نیستند؛ بلکه باهدف ترسیم «نقشه رفتار مطالعاتی» نوجوانان و فراهم کردن زیرساخت کمی-تحلیلی برای شناخت بستر رفتار مخاطب طراحی شده‌اند.

(ج) پرسش‌های بازپاسخ درباره تجربه خواندن: از جمله ثبت جمله/نکته ماندگار از کتاب و بیان تجربه خواندن از زبان خود مخاطب.

آماده‌سازی داده‌ها و مدیریت کیفیت

پس از جمع‌آوری، داده‌ها از نظر کامل بودن، زمان پاسخ‌گویی و قابلیت استفاده در تحلیل، بررسی شدند. داده‌های معتبر به دو بخش تحلیلی کمی و کیفی تفکیک گردیدند: برای بخش کمی، داده‌های پرسش‌های بسته پس از حذف موارد نامعتبر (ناقص/زمان پاسخ‌گویی کمتر از ۳ دقیقه)، وارد فایل تحلیل شدند. برای بخش کیفی، پاسخ‌های تشریحی حاصل از سؤالات باز پرسشنامه، به عنوان «داده‌های متنی» استخراج شدند. از منظر متدولوژی طرح‌های آمیخته، این متون منابعی معتبر برای استخراج مقولات محسوب می‌شوند. پس از پالایش داده‌های نامرتب (پاسخ‌های تهی، تک‌کلمه‌ای یا فاقد محتوای تحلیلی)، متون باقی‌مانده مبنای اجرای روش «تحلیل مضمون» قرار گرفتند.

روش تحلیل داده‌ها (کمی)

در بخش کمی، داده‌های پرسش‌های بسته با استفاده از آمار توصیفی شامل فراوانی و

درصد تحلیل شد. همچنین برای نشان دادن تفاوت‌های الگوهای ترجیحی در گروه‌های مختلف، مقایسه‌های ساده برحسب سن، جنسیت و مقطع تحصیلی انجام پذیرفت. تحلیل کمی در نرم‌افزار اکسل صورت گرفت و نتایج به‌صورت جدول‌ها و نمودارهای توصیفی گزارش شد.

روش تحلیل داده‌ها (بخش کیفی و مکمل)

متون حاصل از پرسش‌های باز، به‌عنوان داده‌های معتبر متنی وارد نرم‌افزار مکس کیودا^۱ شد. در راستای منطق طرح آمیخته تنیده (لانه‌گزیده)، این تحلیل کیفی به‌عنوان «بخش فرعی و تعمیق‌کننده» در دل طرح غالب کمی قرار گرفته است تا یافته‌های پیمایش را غنا بخشد. بر این اساس، فرایند استاندارد «تحلیل مضمون» به‌صورت گام‌به‌گام و به شرح زیر اجرا گردید: ۱. آشنایی با داده‌ها: خوانش مکرر پاسخ‌های متنی برای درک کلی و شناسایی الگوهای اولیه؛ ۲. کدگذاری اولیه: برچسب‌گذاری واحدهای معنایی (عبارت/جمله/بخش متن) متناسب با محتوای بیان‌شده؛ ۳. تجمیع کدها و ساخت خرده‌مضامین: گروه‌بندی کدهای هم‌خانواده و صورت‌بندی مقولات و مضامین سطح میانی (مضامین فرعی)؛ ۴. انتزاع و کشف مضامین اصلی: ترکیب خرده‌مقولات و مضامین فرعی در قالب مضامین کلان‌تر برای کشف و توضیح الگوهای معنایی غالب؛ ۵. بازبینی و پالایش نهایی: مرور سازگاری مضامین کشف‌شده با داده‌های خام و انتخاب نمونه‌هایی از گفته‌های پاسخ‌دهندگان (شواهد متنی) برای گزارش نتایج.

یافته‌های پژوهش

توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد که جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۵۱۷ نفر در بازه سنی ۹ تا ۱۸ سال (با تمرکز بر گروه سنی ۱۱ تا ۱۳ سال) است. از این میان، ۷۶ درصد را دختران و ۲۴ درصد را پسران تشکیل داده‌اند؛ همچنین بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان (۵۶ درصد) در مقطع ابتدایی مشغول به تحصیل بوده‌اند. یافته‌ها در خصوص عادات مطالعه نشان می‌دهد که علیرغم گسترش رسانه‌های دیجیتال، اکثریت قاطع مخاطبان (۹۲/۵ درصد) همچنان قالب چاپی و کاغذی را برای کتاب‌خوانی ترجیح می‌دهند. جزئیات توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و عادات مطالعه در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. پروفایل جمعیت‌شناختی و الگوهای کلی مطالعه شرکت‌کنندگان ($N=1517$)

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی (نفر)	درصد
جنسیت	دختر	۱۱۵۷	۷۶
	پسر	۳۶۰	۲۴
مقطع تحصیلی	ابتدایی	۸۵۰	۵۶
	متوسطه اول	۴۰۹	۲۷
	متوسطه دوم	۱۸۲	۱۲
	سایر	۷۶	۵
قالب ترجیحی کتاب	کاغذی (چاپی)	۱۴۰۳	۹۲/۵
	الکترونیکی	۶۸	۴/۵
	صوتی	۴۶	۳
ساعات مطالعه (هفتگی)	کمتر از یک ساعت	۴۴۳	۲۹,۲
	بین یک تا دو ساعت	۴۷۱	۳۱
	بین دو تا پنج ساعت	۴۴۹	۲۹/۶
	بیش از پنج ساعت	۱۵۴	۱۰/۲

ترجیحات محتوایی و بسترهای دسترسی به اطلاعات تحلیل علایق موضوعی نشان می‌دهد که بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان (۵۰/۳ درصد) به ژانر علمی-تخیلی و ۴۱/۴ درصد به آثار فانتزی گرایش دارند. این ترجیحات با نوع مجاری اطلاع‌رسانی پیوند معناداری دارد؛ به‌طوری‌که «فضای مجازی» با ۱۸ درصد، مهم‌ترین نقش را در معرفی کتاب به نسل جدید ایفا می‌کند و پس‌از آن نهادهای سنتی نظیر کتابخانه‌ها (۱۷/۳ درصد) و نمایشگاه‌های کتاب (۱۶/۲ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. جزئیات اولویت‌های موضوعی و کانال‌های اطلاع‌یابی در جدول ۲ تلفیق شده است.

ترجیحات کودکان و نوجوانان در کتابگزینی [...] |

جدول ۲. توزیع ترجیحات موضوعی و مجاری آشنایی با آثار (سؤالات چندگزینهای)

شاخص تحلیلی	گزینه‌ها (اولویت‌های برتر)	درصد فراوانی
ژانر و موضوعات محبوب	علمی - تخیلی	۵۰/۳
	فانتزی	۴۱/۴
	کمدی و طنز	۳۰/۳
	تاریخی	۲۶/۸
مجاری اصلی آشنایی با کتاب	فضای مجازی (شبکه‌های اجتماعی)	۱۸
	کتابخانه‌ها	۱۷/۳
	کتاب‌فروشی و نمایشگاه کتاب	۱۶/۲
	گروه همسالان (دوستان و همکلاسی)	۱۶

آثار محبوب و مضامین ماندگار در ذهن مخاطب بررسی آثار موردعلاقه شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد که آثار برتر انتخابی، پیوندی وثیق با نیازهای روانی و مضامین اخلاقی ماندگار در ذهن آن‌ها دارد. یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون جملات انتخابی مخاطبان، در ۵ دسته اصلی «هدفمندی (تلاش و تاب‌آوری)»، «روابط اجتماعی»، «معنویت»، «شادی» و «ارزش‌های اخلاقی» دسته‌بندی شد. جدول ۳، آثار پراقبال را در کنار مضامین محوری که مخاطبان از این آثار استخراج کرده‌اند، نشان می‌دهد.

جدول ۳. تلفیق آثار محبوب و مضامین استخراج‌شده از تجربه زیسته مخاطبان

نام اثر (اولویت‌های برتر)	درصد فراوانی	مضمون محوری ماندگار در ذهن مخاطب	نمونه گزاره استخراج‌شده (کد کیفی)
شاهنامه فردوسی (اقتباسی)	۲/۷	هدفمندی و شجاعت	برای رسیدن به موفقیت بزرگ باید جنگید.
شازده کوچولو	۲/۲	روابط انسانی و خوداتکایی	همه چیز به خودت بستگی دارد.
پاستیل‌های بنفش	۱/۷	تاب‌آوری و حل تعارض	مبارزه با شکست و چشیدن دوباره موفقیت.
هری پاتر	۱/۲	تلاش و مقابله با خیر و شر	نترسیدن از ماجراجویی و شجاع بودن.
سلام بر ابراهیم	۰/۹	ایثار و معنویت	ایمان زن با حفظ یادگار حضرت زهرا کامل می‌شود.

بررسی هدفمند مخاطبان در انتخاب کتاب نشان می‌دهد که ۸۳ درصد از شرکت‌کنندگان به‌صورت مشخص به دنبال کتاب یا موضوعات خاصی در نمایشگاه بوده‌اند و ۱۷ درصد عنوان مشخصی در ذهن نداشتند. جدول ۴، توزیع فراوانی موضوعات موردعلاقه

شرکت‌کنندگان را در تلفیق با مقطع تحصیلی آنان نشان می‌دهد:

جدول ۴. توزیع فراوانی موضوعات انتخابی کتاب‌ها برای افراد بدون عنوان از پیش تعیین‌شده
(N = 257)

ردیف	موضوع کتاب	فراوانی	درصد از کل	سهم ابتدایی	سهم متوسطه اول	سهم متوسطه دوم
۱	علمی	۶۷	۲۶	۸۵	۱۰	۵
۲	مذهبی	۳۷	۱۴/۳	۶۲	۱۶	۲۲
۳	ترسناک	۳۳	۱۲/۸	۷۶	۲۱	۳
۴	تاریخی	۲۸	۱۰/۸	۵۰	۳۹	۱۱
۵	طنز و کمدی	۲۴	۹/۳	۸۳	۱۷	۰
۶	علمی تخیلی	۱۶	۶/۲	۶۹	۳۱	۰
۷	رمان	۱۵	۵/۸	۲۷	۴۰	۳۳
۸	ادبی	۱۲	۴/۶	۳۳	۲۵	۴۲
۹	فانتزی	۱۱	۴/۲	۶۴	۲۷	۹
۱۰	عاشقانه	۸	۳/۱	۳۸	۵۰	۱۲
۱۱	درسی و کمک‌درسی	۶	۲/۳	۳۳	۵۰	۱۷

در بخش ارزیابی ناشران محبوب، از مخاطبان خواسته شد تا انتشارات موردپسند خود را به ترتیب اولویت بیان کنند. بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که میزان محبوبیت کلی یک ناشر لزوماً با جایگاه آن در «اولویت اول» خوانندگان یکسان نیست. جدول ۵، وضعیت محبوبیت ناشران برتر، میزان قرارگیری آن‌ها در اولویت نخست و توزیع مخاطبان آن‌ها در مقاطع تحصیلی را به صورت یکپارچه به تصویر می‌کشد:

جدول ۵. جایگاه ناشران برگزیده، توزیع اولویت نخست و تفکیک مخاطبان (N = 957)

ردیف	نام ناشر	فراوانی کل (محبوبیت)	درصد از کل	انتخاب در اولویت اول	سهم ابتدایی	سهم متوسطه اول	سهم متوسطه دوم
۱	پرتهال	۳۶۵	۲۸/۱	۲۲۹ مورد	۴۹/۵	۳۸/۵	۱۲
۲	هوپا	۱۶۰	۱۲/۳	۶۲ مورد	۶۰/۵	۳۳/۵	۵
۳	افق	۱۲۶	۹/۷	۲۰ مورد	۵۳	۳۰	۱۷
۴	قدیانی	۹۹	۷/۶	۲۷ مورد	۶۹	۱۹	۱۲
۵	خیلی سبز	۴۴	۳/۳	۱۳ مورد	۵۰	۴۳	۷
۶	جمکران	۴۱	۳/۱	۱۹ مورد	۷۶	۱۷	۷

ترجیحات کودکان و نوجوانان در کتابگزینی [...] |

۷	سوره مهر	۳۸	۲/۹	۱۹ مورد	۲۵	۲۸/۵	۴۶/۵
۸	ابراهیم هادی	۳۱	۲/۳	-	۳۲	۴۵	۲۳
۹	امیرکبیر	۲۸	۲/۱	-	۶۴	۲۹	۷
۱۰	گاج	۲۵	۱/۹	-	۴۸	۴۰	۱۲

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تلفیق متغیرها نشان‌دهنده یک الگوی معنادار است؛ برای مثال، نشر «پرتقال» نه تنها از نظر فراوانی کل محبوب‌ترین ناشر است، بلکه با قاطعیت اولین اولویت افراد نیز محسوب می‌شود. در مقابل، انتشاراتی مانند «افق» با وجود فراوانی بالا (۱۲۶ نفر)، تنها برای ۲۰ نفر در اولویت نخست قرار داشته است که این تفاوت، سطح ارجحیت ناشران مختلف را نزد خوانندگان روشن می‌سازد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف بررسی داده‌محور ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان در بستر موقعیت واقعی کتابگزینی (سی و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران) انجام شد تا با گذر از رویکردهای صرفاً تجویزی و بزرگسال‌محور، فهمی عمیق‌تر و مستندتر از «گفتمان مخاطب‌محور» ارائه دهد. یافته‌های این مطالعه آمیخته، گزاره‌های بنیادین «نظریه تبادلی خواندن» روزنبالات (۱۹۷۸) و مفهوم «افق انتظارات» آیزر (۱۹۷۸) را در بستر بومی ایران به‌خوبی تأیید می‌کند؛ به‌گونه‌ای که نشان می‌دهد کودک و نوجوان ایرانی نه یک دریافت‌کننده منفعل، بلکه کنشگری فعال است که تجربه خواندن و انتخاب کتاب را در تقاطع نیازهای روان‌شناختی، اقتضات سنی و بسترهای رسانه‌ای عصر خود معنا می‌کند. مقایسه نتایج کلان این پیمایش با مطالعات پیشین نشان می‌دهد که الگوهای واقعی انتخاب کتاب در میان این گروه سنی، تفاوت‌های معناداری با الگوهای رسمی برخی نهادهای ادبی دارد. این نتیجه دقیقاً هم‌سو با یافته‌های دهقانی (۱۳۹۸) و نیکوبخت و رضایی (۱۴۰۱) است که بر وجود شکاف میان ذائقه واقعی مخاطب و ارزش‌گذاری‌های نهادی تأکید داشتند. با این حال، همان‌طور که در بیان مسئله پژوهش نیز تصریح شد، هدف از آشکار ساختن این شکاف در تحلیل داده‌ها، تقابل‌سازی میان سلیقه مخاطب و نهادهای رسمی نیست؛ بلکه تلاشی علمی برای ایجاد پیوندی دیالکتیک و تلفیقی کارآمد میان نگاه تربیتی سیاست‌گذاران و تجربه زیسته نوجوانان است. در ادامه، مهم‌ترین یافته‌های کمی و کیفی پژوهش در چهارچوب این نگاه تعاملی به بحث گذاشته می‌شود. نخستین یافته کلیدی پژوهش که درک ما را از رفتار مطالعاتی جامعه هدف عمیق‌تر می‌سازد،

مربوط به الگوی ساعات مطالعه و قالب ترجیحی کتاب است. تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی (جدول ۱) نشان می‌دهد که دختران نه تنها مشارکت فعال‌تری در موقعیت‌های کتاب‌گزینی دارند، بلکه ساعات مطالعه بالاتری را نیز نسبت به پسران ثبت کرده‌اند. این الگو که در آن متغیر جنسیت به عنوان یکی از پیش‌ران‌های اصلی گرایش به مطالعه آزاد عمل می‌کند، با یافته‌های کلارک و فاستر (۲۰۰۵) و دهقانی (۱۳۹۸) هم‌خوانی کامل دارد؛ پژوهشگرانی که نشان دادند دختران به طور کلی نگرش مثبت‌تر و تمایل بیشتری به مطالعه داستان دارند و در مقابل، پسران نیازمند محرک‌های متفاوتی برای جذب شدن به خواندن هستند.

علاوه بر این، یکی از شگفت‌انگیزترین یافته‌های این بخش، ترجیح قاطع ۹۲٫۵ درصدی کودکان و نوجوانان به مطالعه «کتاب چاپی (کاغذی)» در برابر نسخه‌های الکترونیکی و صوتی است. در زمانه‌ای که تصور می‌شود نسل جدید (بومیان دیجیتال) کاملاً در رسانه‌های نوین غرق شده‌اند، این داده‌ها ثابت می‌کنند که شیء فیزیکی کتاب همچنان جایگاه بی‌بدیل خود را حفظ کرده است. از منظر «گفتمان مخاطب‌محور»، می‌توان استدلال کرد که وفاداری مخاطب نوجوان به نسخه کاغذی، ریشه در نیاز او به برقراری یک ارتباط ملموس برای خلق «تجربه تبادلی و زیبایی‌شناختی» با متن دارد. این ترجیح که پیش‌تر در مطالعه دهقانی (۱۳۹۸) نیز بازتاب یافته بود، حامل پیامی روشن و نویدبخش برای ناشران و سیاست‌گذاران فرهنگی است: توسعه پلتفرم‌های دیجیتال هرچند برای معرفی آثار ضروری است، اما نباید به قیمت تضعیف چرخه تولید و توزیع کتاب‌های چاپی تمام شود؛ چراکه مخاطب واقعی، همچنان در دست گرفتن کتاب را بخش جدایی‌ناپذیری از لذت خواندن و تجربه زیسته خود می‌داند.

داده‌ها نشان می‌دهند که ژانرهای «علمی‌تخیلی» (۵۰/۳ درصد) و «فانتزی» (۴۱/۴ درصد) در صدر انتخاب‌های این گروه سنی قرار دارند. اگرچه در نگاه نخست ممکن است این گرایش به مثابه نوعی گریز از واقعیت تفسیر شود، اما از منظر رویکردهای نوین روان‌شناختی و مخاطب‌محور، این ژانرها با خلق جهان‌های جایگزین و رویارویی نمادین با مفاهیم خیر و شر، به نوجوانان که در مرحله حساس گذار و بلوغ قرار دارند، امکان می‌دهند تا گره‌های هویتی خود را در یک بستر امن خیالی واکاوی کنند. این یافته با استدلال‌های حخوانی و زمانی (۱۳۹۸) و همچنین آقاجانی مرسا، ناظم و باصری (۱۴۰۲) هم‌خوانی دارد که معتقدند گرایش نسل جدید به ژانرهای هیجان‌انگیز و فانتزی، بازتابی از نیاز آنان به پویایی، پرسشگری و تجربه استقلال در جهانی پرتعارض است.

از سوی دیگر و در پیوندی تنگاتنگ با این ترجیحات، داده‌های مربوط به کانال‌های اطلاع‌یابی

نشان از یک چرخش پارادایماتیک دارد؛ به طوری که «فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی» (با ۱۸ درصد) از نهادهای سنتی و رسمی نظیر کتابخانه‌ها (۱۷/۳ درصد) پیشی گرفته و به مهم‌ترین مجرای کشف و آشنایی با کتاب تبدیل شده است. این یافته میدانی بسیار مهم، گزاره‌های نظری سیا، تان و لیم (۲۰۲۲) و کوالوا و شالمن (۲۰۲۴) را در بستر جامعه ایران به خوبی اثبات می‌کند؛ پژوهشگرانی که تأکید داشتند ترجیحات نوجوانان عصر حاضر در تعاملی بی‌واسطه با رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های همسالان شکل می‌گیرد. درواقع، این داده‌ها نشان می‌دهند که «افق انتظارات» نسل جدید دیگر صرفاً توسط کتاب‌های درسی، نظام آموزشی یا فهرست‌های رسمی تجویزی تعیین نمی‌شود؛ بلکه نوجوانان به عنوان کنشگرانی فعال، در حال ساختن اجتماعات مطالعاتی خود در بستر رسانه‌های نوین هستند. نادیده گرفتن این واقعیت از سوی نهادهای متولی، همان‌گونه که آسایش و همکاران (۱۴۰۳) نیز هشدار داده‌اند، به تعمیق شکاف میان تولیدات رسمی و نیازهای واقعی این گروه سنی منجر خواهد شد.

در پاسخ به سومین سؤال اصلی پژوهش که به واکاوی «مضامین ماندگار در تجربه خواندن مخاطبان» اختصاص داشت، داده‌های استخراج شده در جدول ۳ نشان‌دهنده تکراری معنادار در الگوهای معناسازی این گروه سنی است. تحلیل کیفی گزاره‌های متنی نشان می‌دهد که فارغ از نوع ژانر، هسته مرکزی تجربه خواندن در میان نوجوانان، پیرامون مفاهیمی چون هدفمندی، تاب‌آوری، روابط مثبت اجتماعی و معنویت شکل گرفته است. حضور هم‌زمان متون کهن و حماسی (مانند بازآفرینی‌های شاهنامه فردوسی) در کنار آثار کلاسیک جهانی (شازده کوچولو)، رمان‌های معاصر (پاستیل‌های بنفش و هری پاتر) و متون دینی بومی (سلام بر ابراهیم)، حاکی از آن است که نوجوانان در فرایند معناسازی، مرزهای تجویزی گونه‌های ادبی را درمی‌نوردند. این یافته با نتایج مطالعه فرزین و همکاران (۱۴۰۰) همسو است که بر ظرفیت داستان‌های واقع‌گرایانه و حماسی شاهنامه در ایجاد حس هم‌ذات‌پنداری و پاسخ به نیازهای ماجراجویانه کودکان تأکید داشتند. از سوی دیگر، تمایز در کارکرد روان‌شناختی خواندن نیز در این انتخاب‌ها مشهود است؛ درحالی‌که آثاری چون هری پاتر با تکیه بر سرعت عمل و حادثه‌محوری، نیاز مخاطب به پویایی را برآورده می‌سازند، آثاری چون شازده کوچولو خواننده را به تأمل فلسفی در باب مناسبات انسانی فرامی‌خواند (حجوانی و پورجعفر، ۱۳۸۳). از منظر گفتمان مخاطب‌محور، این درهم‌آمیختگی مضمونی ثابت می‌کند که خواننده نوجوان، با اتخاذ رویکردی انتقادی و تبادلی به متون گوناگون چنگ می‌اندازد تا ابزارهای شناختی لازم برای مقابله با بحران‌های هویتی و فهم پیچیدگی‌های جهان پیرامون خود را استخراج نماید (نجفی بهزادی، ۱۳۹۵).

درنهایت، ارزیابی رفتار خرید و هدفمندی مخاطبان (جدول ۴ و ۵)، تکمیل‌کننده پاسخ

به پرسش نخست پژوهش در زمینه الگوهای واقعی انتخاب کتاب است. داده‌ها حاکی از آن است که ۸۳ درصد از مخاطبان باهدف و عنوان مشخصی وارد موقعیت کتاب‌گزینی (نمایشگاه) شده‌اند. این سطح از استقلال در انتخاب، مؤید آن است که کودکان و نوجوانان امروز مصرف‌کنندگانی منفعل نیستند، بلکه تحت تأثیر شبکه‌های ارتباطی و رسانه‌ای خود دست به گزینش می‌زنند. همچنین، توزیع فراوانی در اولویت‌های نخست ناشران نشان می‌دهد که نهادهای انتشاراتی خصوصی (نظیر پرتقال و هوپا) که تمرکز اصلی خود را بر ادبیات ترجمه، فانتزی و کمیک معطوف ساخته‌اند، با اختلاف معناداری بر ناشران سنتی و دولتی پیشی گرفته‌اند. این یافته که پیش‌تر در مشاهدات دهقانی (۱۳۹۸) نیز بازتاب یافته بود، بار دیگر شکاف ساختاری میان «نیاز زیبایی‌شناختی مخاطب» و «تولیدات رسمی» را عیان می‌سازد؛ شکافی که نشان می‌دهد رویکردهای ارزش‌گذارانه در نهادهای رسمی، بدون ارتقای فرم روایی و شناخت دقیق ذائقه نسل جدید، به حاشیه‌رانده شدن تولیدات داخلی در سبد مصرف فرهنگی نوجوانان منجر خواهد شد.

پژوهش حاضر با اتکا به «گفتمان مخاطب‌محور»، نشان داد که ترجیحات مطالعاتی کودکان و نوجوانان ایرانی لزوماً با الگوهای تجویزی و سیاست‌گذاری‌های ازپیش‌تعیین‌شده نهادهای رسمی هم‌خوانی ندارد. تلفیق داده‌های کمی و کیفی حاکی از آن است که نیاز به تخیل، هیجان و ماجراجویی (که در گرایش بالا به ژانرهای علمی‌تخیلی و فانتزی تجلی یافته است)، به یکی از نیازهای بنیادین این نسل در انتخاب کتاب تبدیل شده است. با این حال، یکی از ارزشمندترین یافته‌های این مطالعه نشان داد که در عصر تسلط بی‌چون‌وچرای رسانه‌های دیجیتال، وفاداری قاطع و ۹۲٫۵ درصدی این گروه سنی به مطالعه نسخه کاغذی همچنان پابرجا است؛ امری که گواه روشنی بر جستجوی آنان برای خلق یک تجربه اصیل و ملموس زیبایی‌شناختی با شیء فیزیکی کتاب است.

از سوی دیگر، اقبال گسترده نوجوانان به آثاری که جسورانه به چالش‌های هویتی، نیاز به تاب‌آوری و دغدغه‌های عاطفی و اجتماعی می‌پردازند، نشان‌دهنده آن است که آنان خوانندگانی منفعل نیستند؛ بلکه به نظر می‌رسد ادبیات را به‌عنوان فضایی امن برای تأمل و واکاوی گره‌های ذهنی خویش در نظر می‌گیرند. بر این اساس، داده‌های این پژوهش پیشنهاد می‌کند که سیاست‌گذاری، ترویج و تولید ادبیات کودک و نوجوان در ایران در صورتی می‌تواند به توسعه پایدار فرهنگ مطالعه و تعمیق ارزش‌های تربیتی منجر شود که فاصله میان «نگاه نخبگانی سیاست‌گذاران» و «تجربه زیسته نسل جدید» کاهش یابد و صدای مخاطب واقعی، در فرآیند تولید و معرفی آثار به‌وضوح شنیده شود.

پیشنهادهای کاربردی و پژوهشی

با توجه به یافته‌های میدانی و در راستای ارتقای چرخه تولید و ترویج ادبیات کودک و نوجوان، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد: ۱. **تطبیق تولیدات با تنوع مخاطب:** با توجه به تفاوت‌های معنادار به‌دست‌آمده، به نویسندگان و ناشران توصیه می‌شود در خلق آثار، به اقتضائات متغیر جنسیت و مقاطع سنی در ترجیح ژانرها و شیوه شخصیت‌پردازی‌ها توجه ویژه‌ای مبذول دارند. ۲. **غنی‌سازی و تنوع‌بخشی به ژانرهای بومی:** با عنایت به ظرفیت بالای متون کهن (مانند بازآفرینی‌های شاهنامه فردوسی) در جذب مخاطب، پیشنهاد می‌شود تولید آثار بومی باکیفیت در ژانرهای تاریخی، علمی و مذهبی با رویکردی غیرمستقیم و پرجاذبه تقویت شود تا توازن منطقه‌ای در برابر سلطه آثار ترجمه‌ای ایجاد گردد و ارزش‌های اجتماعی و معنوی به‌خوبی منتقل شود. ۳. **تغییر استراتژی شبکه‌های ترویج:** نظر به نقش ۱۸ درصدی فضای مجازی به‌عنوان اصلی‌ترین مجرای کشف و آشنایی با کتاب، نهادهای فرهنگی و ناشران باید بخش عمده‌ای از استراتژی تبلیغاتی و معرفی آثار خود را هم‌گام با ذائقه نسل جدید، بر پلتفرم‌های تعاملی دیجیتال متمرکز سازند. ۴. **توسعه شبکه‌های دسترسی فیزیکی:** برگزاری مداوم رویدادهای محلی و نمایشگاه‌های مدرسه‌محور، برای تداوم ارتباط بی‌واسطه کودکان با کتاب (به‌عنوان قالب فیزیکی محبوب آنان) در دستور کار نهادهای متولی آموزش قرار گیرد.

محدودیت‌های پژوهش

در مسیر انجام این مطالعه، محدودیت‌هایی نیز وجود داشت؛ ازجمله تمرکز جامعه آماری بر بازدیدکنندگان نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران که ایجاب می‌کند تعمیم نتایج به‌تمامی بافت‌های فرهنگی و حاشیه‌ای با احتیاط صورت پذیرد. همچنین، ایجاز و اختصار در پاسخ‌های متنی برخی شرکت‌کنندگان در بخش کیفی، نیازمند تأویل و دقت مضاعف در فرآیند تحلیل مضمون بود که پژوهشگران تلاش کردند با رویکردی نظام‌مند، از سوگیری در تفسیر داده‌ها جلوگیری نمایند.

تشکر و قدردانی

از اندیشکده امید که ما را در اجرای این پژوهش یاری کردند، تشکر و قدردانی می‌کنیم.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

- آشایش، محمدحسن؛ مجیدی، مجید؛ جلالی جواران، رحمان و الهه گلپاشا (۱۴۰۳). واکاوی تجارب زیسته نوجوانان پسر از اوقات فراغت و فضای مجازی در دوران همه‌گیری کرونا. پژوهشنامه فرهنگی و اجتماعی کودک و نوجوان، ۱۳۳(۱)، ۱۶۶-۱۳۳. Doi: 10.22083/cssca.2024.460373.1020
- آقاجانی مرسا، حسین؛ ناظم، نازفر و علی باصری (۱۴۰۲). بررسی چگونگی تأثیرگذاری ادبیات در شکل‌گیری باورهای اخلاقی کودکان و نوجوانان. پژوهش‌های اخلاقی، ۱۳(۵۱)، ۲۳۷-۲۶۲. Doi:20.1001.1.23833279.1402.13.51.13.0
- جلالی، مریم و محبوبه فرهنگی (۱۳۹۸). ادبیات تطبیقی کودکان. تهران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- حجوانی، مهدی و محمدرضا پورجعفر (۱۳۸۳). هری پاتر: ادبیاتی معطوف به مخاطب. پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان، ۳۶(۹)، ۹۱-۶۰.
- حجوانی، مهدی و فاطمه زمانی (۱۳۹۸). درآمدی بر رویکردهای زیبایی‌شناختی به ادبیات کودک. تهران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- خسرونژاد، مرتضی (۱۳۸۲). ویژگی‌ها و مسائل فلسفه ادبیات کودک. مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز، ۲۰(۱)، ۱۲۲-۱۳۵.
- دهقانی، لیلا (۱۳۹۸). بررسی سلیقه و میزان اقبال نوجوانان مدارس متوسطه اول شهر شیراز نسبت به آثار داستانی. مطالعات ادبیات کودک، ۱۰(۲)، ۴۰-۲۱. <https://doi.org/10.22099/jcls.2017.4062>
- صغیر، علیرضا؛ فیروزی مقدم، محمود؛ جلالی، مریم و مهیار علوی مقدم (۱۴۰۱). نظریه «مخاطب‌محوری» رویکردی در نقد ادبیات کودکان. مطالعات زبان فارسی، ۵(۱۱)، ۷۱-۸۸. Doi:10.22034/jmzf.2022.364853.1128
- عابدی، یوسف (۱۴۰۱). ترویج کتاب، راهنمای عملی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- عرب‌شیبانی، زکیه؛ محمدی، مهدی؛ فلسفین، سکینه و سمانه خویذکی (۱۳۹۷). بررسی ویژگی محتوایی و شخصیت‌پردازی رمان‌های پرفروش نوجوان منتشرشده بین سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۸۰. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۴(۱)، ۱۲۵-۱۴۷.
- غضنفری‌مقدم، نادیا؛ هاشمی، محمدرضا و محمدرضا قربان‌صباغ (۱۳۹۹). بررسی تأثیر نهادهای قدرت بر ترجمه و تألیف آثار کودک و نوجوان ایران: مطالعه موردی آثار برگزیده دوره ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۷. پژوهش‌های ادبیات کودک، ۱۱(۲)، ۷۹-۱۰۰. <https://doi.org/10.22099/jcls.2019.30352.1627>
- فرزین، فاطمه؛ طاووسی، محمود؛ جلالی، مریم و مهدی ماحوزی (۱۴۰۰). بررسی ظرفیت‌های داستان‌های واقع‌گرای شاهنامه برای ارائه به کودکان. پژوهشنامه ادب حماسی، ۱۳(۳۲)، ۳۸-۶۵. Doi: ۲۰/۱۰۰/۱/۲۳۲۵۷۹۳/۱. <https://doi.org/10.22099/jcls.2019.34283.1717>
- فرهنگی، محبوبه (۱۳۹۹). مطالعات ادبیات کودک: راهنمای روش پژوهش. تهران: مدرسه.
- کوکبی، مرتضی؛ حری، عباس و لیلا مکتبی‌فرد (۱۳۸۹). بررسی مهارت تفکر انتقادی در داستان‌های تألیفی کودکان و نوجوانان. پژوهش‌های ادبیات کودک، ۱(۲)، ۱-۲۰. Doi: 10.22099/jcls.2012.441
- نجفی بهزادی، سجاد (۱۳۹۵). بررسی تطبیقی درون‌مایه داستان‌های نویسندگان برجسته کودک ایران و جهان پایانه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد.
- نجفی بهزادی، سجاد (۱۳۹۹). روایتی خلاق از متن کهن (نقد و بررسی داستان بازنویسی شده بیژن و منیژه). مطالعات ادبیات کودک، ۱۱(۲)، ۲۰۹-۲۳۲. <https://doi.org/10.22099/jcls.2019.34283.1717>
- نیکوبخت، ناصر و سمیه رضایی (۱۴۰۱). بررسی میزان همسانی و ناهمسانی سلیقه کودکان و سلیقه داوران و منتقدان بزرگسال کودک در گزینش کتاب‌های برتر. مطالعات ادبیات کودک، ۱۳(۲)، ۲۷۳-۲۹۸.

ترجیحات کودکان و نوجوانان در کتابگزینی [...] |

<https://doi.org/10.22099/jcls.2021.41026.1886>

یداللهی شاهراه، رؤیا؛ مهدوی، محمدجواد؛ صالح‌نیا، مریم و امیر امین‌زیدی (۱۳۹۹). فهم مسئله اصلی ادبیات نوجوان بر مبنای رویکرد روان‌شناسی اگزستانسیال (ارنستو اسپینلی). *مطالعات ادبیات کودک*، ۱۱(۱)، ۱۸۶-۲۱۶.

<https://doi.org/10.22099/jcls.2019.29453.1607>

Abedi, Y. (2022). *Book promotion: A practical guide*. Tehran: ACECR Publications. [In Persian]

Abimbola, M. O., Shabi, I., & Aramide, K. A. (2021). Pressured or pleasure reading: A survey of reading preferences of secondary school students during COVID-19 lockdown. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 11(2), 7-21. DOI:10.5865/IJKCT.2021.11.2.007

Aghajani Mersa, H., Nazem, N., & Baseri, A. (2023). Investigating how literature affects the formation of moral beliefs in children and adolescents. *Ethical Research*, 13(51), 237-262. Doi:20.1001.1.2383 3279.1402.13.51.13.0 [In Persian]

Arab Sheibani, Z., Mohammadi, M., Falsafin, S., & Khoiydaki, S. (2018). Investigating the content features and characterization of bestselling adolescent novels published between 2001-2010. *Research on Information Science & Public Libraries*, 24(1), 125-147. [In Persian]

Asayesh, M. H., Majidi, M., Jalali Javaran, R., & Golpasha, E. (2024). Analyzing the lived experiences of adolescent boys regarding leisure time and cyberspace during the Corona pandemic. *Journal of Socio-cultural Research of Children and Adolescents*, 2(1), 133-166. Doi: 10.22083/cssca.2024.460373.1020 [In Persian]

Clark, C., & Foster, A. (2005). *Children's and young people's reading habits and preferences: The who, what, why, where and when*. London: National Literacy Trust.

Dehghani, L. (2019). Survey of junior high school students' taste and interest in fiction in Shiraz. *Journal of Children's Literature Studies*, 10(2), 21-40. <https://doi.org/10.22099/jcls.2017.4062> [In Persian]

Farhangi, M. (2020). *Children's literature studies: A research methodology guide*. Tehran: Madresch. [In Persian]

Farzin, F., Tavousi, M., Jalali, M., & Mahouzi, M. (2021). Investigating the capacities of Shahnameh's realistic stories for presentation to children. *Epic Literature Research*, 13(32), 38-65. Doi: 20.1001.1. 23225793.1400.17.2.9.2 [In Persian]

Ghazanfari Moghadam, N., Hashemi, M. R., & Ghorban Sabbagh, M. R. (2020). Investigating the influence of power institutions on the translation and authorship of Iranian children's and young adult works: A case study of selected works from 1961 to 1978. *Children's Literature Research*, 11(2), 79-100. <https://doi.org/10.22099/jcls.2019.30352.1627>. [In Persian]

Hajvani, M., & Pourjafar, M. R. (2004). Harry Potter: Audience-oriented literature. *Children and Young Adult Literature Research Quarterly*, 9(36), 60-91. [In Persian]

Hajvani, M., & Zamani, F. (2019). *An introduction to aesthetic approaches to children's literature*. Tehran: Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults. [In Persian]

Iser, W. (1978). *The act of reading: A theory of aesthetic response*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. <https://doi.org/10.56021/9780801821011>

Jalali, M., & Farhangi, M. (2019). *Comparative children's literature*. Tehran: Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults. [In Persian]

- Khosronejad, M. (2003). Characteristics and issues of children's literature philosophy. *Journal of Social Sciences and Humanities of Shiraz University*, 20(1), 122-135. [In Persian]
- Kokabi, M., Horri, A., & Maktabifard, L. (2010). Investigating critical thinking skills in authored children's and young adult stories. *Children's Literature Research*, 1(2), 1-20. Doi: 10.22099/jcls.2012.441. [In Persian]
- Kovalova, O., & Shalman, T. (2024). Reading culture of teenagers in social media: A study of reading habits and perception of online literary and educational content by teenagers. *Studies in Media and Communication*, 12(2), 26-36. DOI:https://doi.org/10.11114/smc.v12i2.6720
- Majidi, V., Mehdizadeh Saradj, F., Salehi, K., & Seddighkhavidak, S. (2025). The simultaneous application of flipped classroom and group discussion to improve the quality of learning the history of world architecture course: An intervention mixed methods design. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 21(140), 17-32. https://doi.org/10.22034/bagh.2024.472786.5646
- Najafi Behzadi, S. (2016). *A comparative study of the themes of stories by prominent Iranian and world children's writers*. (Master's thesis). Shahrekord University, Shahrekord. [In Persian]
- Najafi Behzadi, S. (2020). A creator's narrative of an ancient text (A review of the rewritten story of Bijan and Manijeh). *Journal of Children's Literature Studies*, 11(2), 209-232. https://doi.org/10.22099/jcls.2019.34283.1717 [In Persian]
- Nikolajeva, M. (2014). *Reading for learning: Cognitive approaches to children's literature*. Amsterdam: John Benjamins Publishing. https://doi.org/10.1075/clcc.3
- Nikoubakht, N., & Rezaei, S. (2022). Investigating the degree of consistency and inconsistency between children's tastes and the tastes of adult judges and critics in selecting top books. *Journal of Children's Literature Studies*, 13(2), 273-298. https://doi.org/10.22099/jcls.2021.41026.1886. [In Persian]
- Nodelman, P. (2008). *The hidden adult: Defining children's literature*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. ISBN: 0801889804, 9780801889806
- O'Sullivan, E. (2005). *Comparative children's literature*. London: Routledge.
- Rosenblatt, L. M. (1978). *The reader, the text, the poem: The transactional theory of the literary work*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Saghir, A., Firouzi Moghadam, M., Jalali, M., & Alavi Moghadam, M. (2022). The "audience-oriented" theory: An approach in children's literature criticism. *International Journal of Persian Language Studies*, 5(11), 71-88. Doi:10.22034/jmzf.2022.364853.1128. [In Persian]
- Sia, C., Tan, J., & Lim, R. (2022). Adolescents' reading preferences in the digital age: Identity, media, and motivation. *Literacy Research and Instruction*, 61(4), 357-374. DOI:10.29333/ejecs/347
- Woodruff, A., & Griffin, R. A. (2017). Reader response theory and the study of children's literature. *Children's Literature in Education*, 48(1), 1-15.
- Yadollahi Shahrah, R., Mahdavi, M. J., Salehiniya, M., & Amin Yazdi, A. (2020). Understanding the main issue of adolescent literature based on the existential psychology approach (Ernesto Spinelli). *Journal of Children's Literature Studies*, 11(1), 186-216.https://doi.org/10.22099/jcls.2019.29453.1607 . [In Persian]

