

Content analysis of children's digital radio educational literature and its audience

Mohammad Hossein Ameri Mahabad¹

Received Date:27Nov2021

Fereshteh Sepehr²

Reception Date:16Mar2022

Zohreh Mir Hosseini³

Abstract:

The present study is dedicated to the analysis of the content of children's digital radio educational literature and its audience. The method of the present research has a qualitative approach that Maktabi Fard (2014) has also confirmed it and stated that it seems that the qualitative approach in content analysis is very close to literary criticism as one of the common approaches in literary research. It has been shown that a major part of the content of educational literature in children's digital radio programs is dedicated to mentioning religious, revolutionary, social, etc. teachings.

Findings showed that children's digital radio plays an important role in various aspects of children's educational literature. According to the results obtained for research questions, it should be considered that the realization of the educational goal depends to some extent on the understanding of the audience, so it is suggested that given the vastness of Iran and the cultural differences of children in each age group, Writers and programmers should prepare the necessary content taking into account the cultural differences in different provinces because the level of audience satisfaction is very different. Also, due to the greater access of the audience to cyberspace and the effect of parents' guidance in better understanding children from listening to children's radio's educational programs, it is suggested to writers and programmers that education be provided to parents through children's radio and schools so that they can produce radio programs. Appropriately use parenting programs as further assistance to influence the child and measure the effectiveness of parental guidance.

Keywords: media, educational literature, children's digital radio, audience studies.

¹PhD Student, Department of Information Science, Department of Information Science, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

²Assistant Professor, Department of Information Science, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) feresteh.sepehr@yahoo.com

³Associate Professor, Department of Information Science, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

<https://dx.doi.org/10.30510/PSI.2022.317029.2707>

تحلیل محتوای ادبیات تعلیمی رادیو دیجیتال کودک و مخاطب‌شناسی آن

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۶

محمدحسین عامری مهاباد^۱

فرشته سپهر^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۵

زهره میرحسینی^۳

چکیده

پژوهش حاضر به تحلیل محتوای ادبیات تعلیمی رادیو دیجیتال کودک و مخاطب‌شناسی آن اختصاص یافته است. روش تحقیق حاضر رویکردی کیفی داشته‌است چرا که رویکرد کیفی در تحلیل محتوا قرابت زیادی با نقد ادبی به عنوان یکی از رویکردهای رایج در پژوهش‌های ادبی دارد. تحقیق حاضر نشان داده که سهم عمده‌ای از محتوای ادبیات تعلیمی در برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک به ذکر آموزه‌های دینی، انقلابی، اجتماعی و ... اختصاص یافته است. یافته‌های تحقیق نشان داد که رادیو دیجیتال کودک به عنوان یک رسانه مهم در ابعاد مختلف ادبیات تعلیمی کودکان نقش ایفا می‌کند. با توجه به نتایج به دست آمده برای سوالات پژوهشی باید این امر را در نظر گرفت که تحقق هدف آموزشی تا حدی وابسته به درک مخاطبان است، لذا پیشنهاد گردید با توجه به گستردگی کشور ایران و تفاوت فرهنگی کودکان در هر یک از گروه‌های سنی، نویسندگان و برنامه‌ریزان محتوای لازم را با در نظر داشتن تفاوت‌های فرهنگی در استان‌های مختلف تهیه نمایند؛ چرا که سطح رضایتمندی مخاطبان بسیار متفاوت است.

کلید واژگان: رسانه، ادبیات تعلیمی، رادیو دیجیتال کودک، مخاطب‌شناسی

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی علم اطلاعات و دانش‌شناسی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲ استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. نویسنده مسئول (feresteh.sepehr@yahoo.com)

^۳ دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

امروزه در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که به اشکال مختلف مورد هجوم رسانه‌ها قرار دارد (نوکاریزی و ضیغمی، ۱۳۹۵: ۳۴۴) و اهمیت و تاثیر رسانه‌ها در دنیای امروز موضوعی ناشناخته نیست (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۱۱۵). این در حالی است که در جامعه فعلی، کودکان به عنوان یک رکن مهم در خانواده بوده و پرداختن به مسائل آموزشی و تربیتی کودکان اهمیت قابل توجهی دارد (حسن لی و پیرصوفی املشی، ۱۳۹۰: ۱). بسیاری از روانشناسان و دانشمندان تعلیم و تربیت نیز بر این باورند که سال‌های کودکی یکی از مهم‌ترین دوره‌های رشد انسان است. بیشتر آنچه در این دوران رخ می‌دهد، به طور اساسی بر رشد کودک اثرگذار است (ملیجی، علی عسگری، آقایی، جوادی پور، ۱۳۹۷: ۲۶). کودک در تحت سیطره تربیت چهارضلعی خانواده، مدرسه، اجتماع و رسانه‌ها قرار دارد (فاطمی، ۱۳۹۷: ۱۹). علاقه مفرط کودکان به رسانه‌ها، با توجه به تاثیر پذیری سریع و عمیق تر آنان و نیز اهتمام متقابل مالکان و مدیران بنگاه‌های عظیم رسانه‌ای برای سرمایه‌گذاری در تولیدات مربوط به سنین کودکی و نوجوانی، موجب بروز نگرانی‌هایی برای والدین و دیگر علاقمندان به سرنوشت بشر شده است (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۱۱۵). به عبارتی، تربیت در عصر اطلاعات نیز به خانواده و مدرسه و اجتماع ختم نمی‌شود و رسانه‌ها جایگاه ویژه‌ای را در زندگی کودکان و نوجوانان باز کرده‌اند (فاطمی، ۱۳۹۷: ۱۸). رسانه‌ها در جامعه کنونی رقیب گردن کلفتی در برابر تربیت خانواده و مدرسه و اجتماع خودنمایی می‌کنند و به عنوان معمار شخصیت کودکان ما میدان‌داری می‌کنند. کودکان بیش‌تر از آنچه که ما فکر آن را می‌کردیم و انتظار داشتیم تحت تاثیر تربیت رسانه‌ای قرار گرفته‌اند (همان: ۱۹). از سوی دیگر، امروزه برای تربیت کودکان در هر دو عرصه آموزش و رسانه مشکلات و رفتاری‌های فراوان وجود دارد. اگر دانش و مهارت درستی در مدارس آموزش داده نشود و رسانه‌ها هم نقش خود را به خوبی ایفا نکنند و کودکان خود درگیر فضای رسانه‌ای شوند از تربیت درست بهره‌ای نمی‌برند.

در میان انواع رسانه‌ها، استفاده از رادیو برای آموزش، در جهان سابقه‌ای طولانی دارد (همراز، غنی زاده سیدلر، ۱۳۹۳) و به ویژه از بعد آموزش غیررسمی، جایگاه ویژه‌ای دارد. رسانه‌ای همچون رادیو که سابقه کارکرد آموزشی آن تقریباً مقارن با ورودش به جامعه بشری بوده، امروزه به زمینه‌های مطالعاتی بیشتری برای انتقال مفاهیم تعلیمی و آموزشی خود نیازمند است (معتمدنژاد، ۱۳۸۶: ۵۲). تاثیر رسانه‌ها در امر آموزش را با توجه به گسترش علم و پراکندگی جمعیت و نیازها و سلیقه‌های مخاطبان، نمی‌توان نادیده گرفت؛ اما همچنان هنگام بحث درباره کارکرد رسانه‌ها در آموزش، مهم‌ترین نکته بعد از انتخاب محتوای مناسب انتخاب دقیق رسانه و شیوه آموزش است.

سازمان صداوسیما برای مقابله با «تهدید» رقیبان رسانه‌ای، به ویژه در رادیوها و تلویزیون‌های

بیگان

فارسی زبان که به سادگی در دسترس مخاطبان هستند، ایستگاه‌ها و کانال‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی ————— وینی راه‌اندازی کرده است. علیرغم آن، نتایج تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد در ایران به طور جدی از ظرفیت‌های آموزشی رادیو در دو حوزه آموزش رسمی و غیررسمی بهره‌برداری نشده است. علاوه بر آن با توجه به ویژگی‌های رادیو و نیازهای آموزشی کشور، باید متناسب با ویژگی‌های مخاطب، از شیوه‌های تعریف شده در برنامه سازی استفاده شود (همراز، غنی زاده سیدلر، ۱۳۹۳)؛ همچنین، عدم وجود الگوی مشخص برای تهیه‌کنندگان رادیو در ایران در انتقال پیام‌های آموزشی، آن‌ها را تنها متکی به حدس و گمان و تشخیص‌های تجربی و دوری از مبانی علمی تولید برنامه‌های آموزشی ساخته است. با توجه به این مسائل، سیاست‌گذاران رادیو تصمیم گرفتند که نقش مؤثری در حل مشکلات تعلیمی جامعه خصوصاً کودکان ایفا نمایند. بدین منظور، رادیو دیجیتال کودک با هدف آموزش و سرگرمی کودکان تأسیس شد و به عنوان مجموعه‌ای از راهبردها به منظور کمک به کودکان برای برقراری و حفظ تعاملات مثبت با دیگران عمل می‌نماید. اما بررسی این تحولات و دگرگونی‌ها و اصولاً نقش فرهنگی رادیو دیجیتال با اندازه‌گیری‌های کمی برنامه‌ها قابل انجام نیست. بلکه تجزیه و تحلیل کیفی و دقیقی را در گفتارها و محتوای برنامه‌ها می‌طلبد. این موضوع سؤالات متعددی در ذهن متبادر می‌نماید که بایستی پاسخ مناسبی برای آن یافت. به عنوان نمونه سیاستگذاری رادیو دیجیتال کودک در راستای تولید محتوای برنامه‌ها چگونه است؟ تا چه اندازه، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان این رادیو از دریچه ذهن کودکان به عنوان مخاطبان هدف رادیو را می‌شنوند و جهت تهیه محتوای برنامه‌ها و تکرار آن از آن استفاده می‌کنند؟ آیا در رادیو دیجیتال نیز محتوای ادبیات تعلیمی برای کودکان به صورتی اصولی و علمی انجام می‌شود و در آن اصول مخاطب‌شناسی رعایت می‌شود؟ بدین منظور در مقاله حاضر، سعی شده است به تحلیل محتوای ادبیات تعلیمی رادیو دیجیتال کودک و مخاطب‌شناسی آن پرداخته شود. بنابراین آنچه بیان شد، سؤال پژوهش این است که نقش ادبیات تعلیمی در برنامه‌های پخش شده از رادیو دیجیتال کودک طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۹ در ایستگاه‌های مختلف رادیویی صدای جمهوری اسلامی چیست؟ به عبارتی، چه برنامه‌هایی از رادیو دیجیتال کودک طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۹ در ایستگاه‌های مختلف رادیویی صدای جمهوری اسلامی پخش شده است؟ مخاطب این برنامه‌ها چه افرادی هستند و از نظر اهداف، مفاهیم و تکرار پخش برنامه چه محتوایی دارند؟

۲-۱ جامعه آماری تحقیق

جامعه آماری پژوهش در بخش مصاحبه، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک می‌باشند که ویژگی مشترک تمام این افراد دارا بودن بیش از ۲۰ سال سابقه کار مرتبط در این زمینه است.

جدول ۳-۱: اطلاعات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تحصیلات	سابقه کار	عنوان پست
۱	کارشناسی	۴۳	برنامه‌ریز و گوینده
۲	کارشناسی ارشد	۲۳	برنامه‌ریز، تهیه کننده، نویسنده
۳	کارشناسی ارشد	۱۵	نویسنده
۴	کارشناسی ارشد	۱۲	برنامه‌ریز، کارشناس برنامه کودک رادیو، مربی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۵	دکتر	۲۵	برنامه‌ریز و کارشناس روانشناس برنامه کودک
۶	دکتر	۸	برنامه‌ریز و کارشناس روانشناس برنامه کودک

جامعه آماری پژوهش در بخش برنامه‌های رادیو دیجیتال، برنامه‌های رادیویی مختص کودکان و نوجوانان در رادیو دیجیتال که در سال ۱۴۰۰ از شبکه‌های رادیو دیجیتال کودک قابل دریافت است. به تعداد ۳۶ عنوان برنامه کودک با مجموع تعداد ۴۶۴۴ برنامه پخش شده می‌باشد. سبک تولیدات این برنامه‌ها از نوع برنامه کودک آموزشی می‌باشد که بر اساس تولید برنامه متناسب با گروه‌های سنی، برنامه‌های گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» در این دسته از برنامه‌ها از آرشیو سامانه صدای جمهوری اسلامی ایران^۱ به عنوان جامعه آماری انتخاب گردید.

از این میان تعداد ۹ عنوان برنامه کودک و ۲۶۹۵ قسمت از برنامه پخش شده به گروه سنی «الف»، تعداد ۲۳ عنوان برنامه کودک با ۱۷۲۲ قسمت از برنامه پخش شده به گروه سنی «ب»، و تعداد ۴ عنوان برنامه کودک با ۲۲۷ قسمت از برنامه پخش شده به گروه سنی «ج» اختصاص یافته است.

جامعه آماری تحقیق در بخش کمی تحقیق (پرسشنامه مخاطب‌شناسی) شامل ۳۰ کودک از ۳ گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» به نسبت مساوی بودند.

۳-۱ نمونه آماری تحقیق

تعیین میزان نمونه و روش نمونه‌گیری از اهمیت زیادی برخوردار است می‌توان به شیوه‌هایی مانند تصادفی ساده، سیستماتیک و... اشاره داشت.

¹ <http://kids.iranseda.ir>

۱-۳-۱ نمونه آماری در بخش مصاحبه

نمونه آماری تحقیق در بخش مصاحبه به روش هدفمند گلوله برفی انجام شد که پس از مصاحبه با ۴ نفر از خبرگان اشباع نظری حاصل گردید ولی به دلیل اطمینان از جامعیت داده‌ها با ۲ نفر دیگر نیز مصاحبه انجام شد.

۲-۳-۱ نمونه آماری در برنامه‌ها

نمونه آماری تحقیق در بخش برنامه‌های رادیو دیجیتال به شیوه تصادفی طبقه‌ای صورت پذیرفت. به عبارت دیگر، از میان برنامه‌های پخش شده به صورت هدفمند با نظر خبرگان و تأیید استاد راهنما، برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک که حداقل شش ماه پخش شده‌اند، تعیین گردید.

به صورت میانگین هر برنامه ۶ روز در هفته، ۲۴ روز در هر ماه پخش می‌شود که با احتساب بازه زمانی ۶ ماه از هر برنامه ۱۴۴ پخش شده است. بدین صورت برنامه‌هایی که حداقل ۱۴۴ قسمت آن پخش شده است در نمونه آماری تحقیق قرار می‌گیرد که نتیجه آن انتخاب ۸ برنامه بود. شرح این ۸ برنامه، مطابق جدول ذیل می‌باشد:


جدول ۳-۲: نمونه آماری برنامه‌ها به تفکیک گروه سنی و به ترتیب تعداد برنامه پخش شده


ردیف	مخاطب (گروه سنی)	عنوان برنامه	تعداد برنامه پخش شده
۱	الف	قاصدک	۱۱۲۲
۲	الف	شب بخیر کوچولو	۱۱۱۵
۳	ب	دانستنی‌ها	۲۵۸
۴	الف	آیا می‌دانید	۲۳۶
۵	ب	یک قصه یک مثل	۲۲۶
۶	ج	آی قصه قصه	۱۷۵
۷	ب	پرسش‌های آسمانی	۱۵۸
۸	ب	ماجراهای فیل و مورچه	۱۴۴

برای هر یک از ۸ برنامه منتخب، یک برنامه از هر ماه در طی ۱۲ ماه (یک سال) به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شد. بنابراین تعداد ۹۶ قسمت (حاصلضرب تعداد ۸ برنامه نمونه در تعداد ۱۲ ماه) به صورت تصادفی ساده از برنامه‌های منتخب به عنوان نمونه تعیین شدند.

مشخصات نمونه آماری برنامه‌های رادیویی از نظر هویت برنامه در جدول زیر آمده است.

جدول ۳-۳: مشخصات برنامه‌های رادیویی از نظر هویت برنامه

ردیف	عنوان برنامه رادیویی	شبکه رادیویی	آرم رادیو	نوع فرستنده	طول موج با فرکانس پخش	نحوه پخش برنامه	
						تعداد روز پخش در هفته	مدت زمان
۱	قاصدک	رادیو سلامت		FM	ردیف ۱۰۲ مگاهرتز ^۲	۷ روز	۱۵ دقیقه
۲	شب بخیر کوچولو	رادیو ایران		FM	ردیف ۹۰ مگاهرتز	۷ روز	۱۰ دقیقه
۳	دانستنی‌ها	صدای کودک (ایران صدا)			http://kids.iranseda.ir/detailsprogram	۷ روز	۷ دقیقه
۴	آیا می‌دانید آشنا	رادیو صدای آشنا		FM	ردیف ۹۸.۹ مگاهرتز	۷ روز	۲-۰ دقیقه
۵	یک قصه یک مثل	صدای کودک (ایران صدا)			http://kids.iranseda.ir/detailsprogram	۷ روز	۷ دقیقه
۶	آی قصه قصه	صدای کودک (ایران صدا)			http://kids.iranseda.ir/detailsprogram	۷ روز	۱۵ دقیقه
۷	پرسش‌های آسمانی	صدای کودک (ایران صدا)			http://kids.iranseda.ir/detailsprogram	۷ روز	۱۵ دقیقه

ردیف	عنوان	شبکه	آرم	نوع فرستنده	طول موج با فرکانس	نحوه پخش برنامه
۸	ماجرای فیل و مورچه	رادیو ورزش		FM	ردیف ۹۲ مگاهرتز	۳ دقیقه

۳-۳-۱ نمونه آماری در بخش پرسشنامه

نمونه آماری تحقیق در بخش کمی تحقیق (پرسشنامه مخاطب‌شناسی) شامل ۳۰ کودک از ۳ گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» به نسبت مساوی بودند که به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس (به دلیل کرونا) این تعداد مشخص و محقق به منظور تکمیل پرسشنامه محقق ساخته مطابق جدول (۳-۴) به صورت تلفنی نظر کودک را با کمک والدین وی در خصوص برنامه کودک متناسب با گروه سنی کودک اخذ نمود. شرط اساسی انتخاب کودکان شنیدن مداوم برنامه مورد نظر به مدت شش ماه در نظر گرفته شد.

۴-۱ یافته‌های تحقیق

واحدهای تحلیل محتوای برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در دو دسته واحد تحقیق و واحد ثبت دسته‌بندی گردید. واحدهای تحقیق هر برنامه رادیو دیجیتال کودک به عنوان یک واحد مستقل در نظر گرفته شده است که واحد ثبت (مقوله‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان) به تفکیک در هر برنامه بررسی می‌گردد. به عبارت دیگر، خصوصیات و ویژگی‌های مطرح در هر برنامه برحسب مقوله‌های مورد نظر سنجش می‌شود. بدین منظور جهت شناخت مقولات در ابتدا نتایج حاصل از کدگذاری سؤالات مصاحبه ارائه شده است. و سپس برنامه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

۵-۱ تحلیل یافته‌های میزان دستیابی به هدف برنامه از نظر مخاطبان

برنامه‌های رادیویی از نظر هویت برنامه با توجه به هدف و موضوعات مورد بررسی در برنامه تعیین می‌گردد. بنابراین به منظور شناسایی میزان تحقق اهداف تهیه‌کنندگان برنامه از تولید برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در زمان مصاحبه با مخاطبان این سؤال مطرح گردید که «تا چه میزان برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک به اهداف تولید خود دست یافته است؟»

ابتدا اهداف تولید برنامه‌ها در برنامه‌های رادیویی منتخب مطابق نمونه آماری تحقیق، شناسایی گردید. این اهداف از سوی تولیدکنندگان برنامه‌ها معرفی شده است. پس از تحلیل محتوای برنامه‌ها، محقق اهداف هر برنامه را برای والدین کودکان (به تفکیک گروه سنی کودک) به تفسیر بیان نموده و از والدین درخواست کرده است که در زمان شرح هر یک از سؤالات پرسشنامه برای کودک خود، اهداف هر برنامه را متناسب با گروه سنی مخاطب برنامه، مدنظر قرار دهند.

جدول ۴-۱: اهداف برنامه‌های مورد بررسی در رادیودیتال کودک در گروه سنی

«الف»

عنوان برنامه	هدف برنامه
قاصدک	قصه‌گویی برای کودکان در قالب روایت و نمایش
شب بخیر کوچولو	قصه‌گویی در جهت آموزه‌های اخلاقی و اسلامی متناسب با روحیه کودکان و ترویج فرهنگ قصه‌گویی برای کودکان و والدین
آیا می‌دانید	ایجاد سؤال در ذهن به زبان کودکانه

جدول ۴-۲: اهداف برنامه‌های مورد بررسی در رادیودیتال کودک در گروه سنی «ب»

عنوان برنامه	هدف برنامه
دانستنی‌ها	بیان آموزه‌های علمی به زبان کودکانه
یک قصه یک مثل	بیان ضرب‌المثل‌ها، داستان و ریشه ضرب‌المثلها به روایت داستانی
پرسش‌های آسمانی	بیان آموزه‌های دینی به شیوه شعر و گفتمان و داستان همراه با موسیقی
ماجراهای فیل و مورچه	پرورش و ترویج ورزش در کودکان و نیازهای کودکان در این زمینه

جدول ۴-۳: اهداف برنامه‌های مورد بررسی در رادیودیتال کودک در گروه سنی «ج»

عنوان برنامه رادیویی	هدف برنامه
آی قصه قصه	بیان آموزه‌های اخلاقی، اجتماعی و ... به شیوه داستان و با زبانی ساده و روان

اطلاعات مرتبط از نظر کودکان با گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» دریافت گردیده است. در جدول زیر شاخص‌های توصیفی شامل کمینه، بیشینه، میانگین و انحراف معیار برای هر یک از مقوله‌های پژوهش مشخص است.

جدول ۴-۴: نظر مخاطبان برنامه‌های مورد بررسی در رادیو دیجیتال کودک در گروه

سنی «الف»

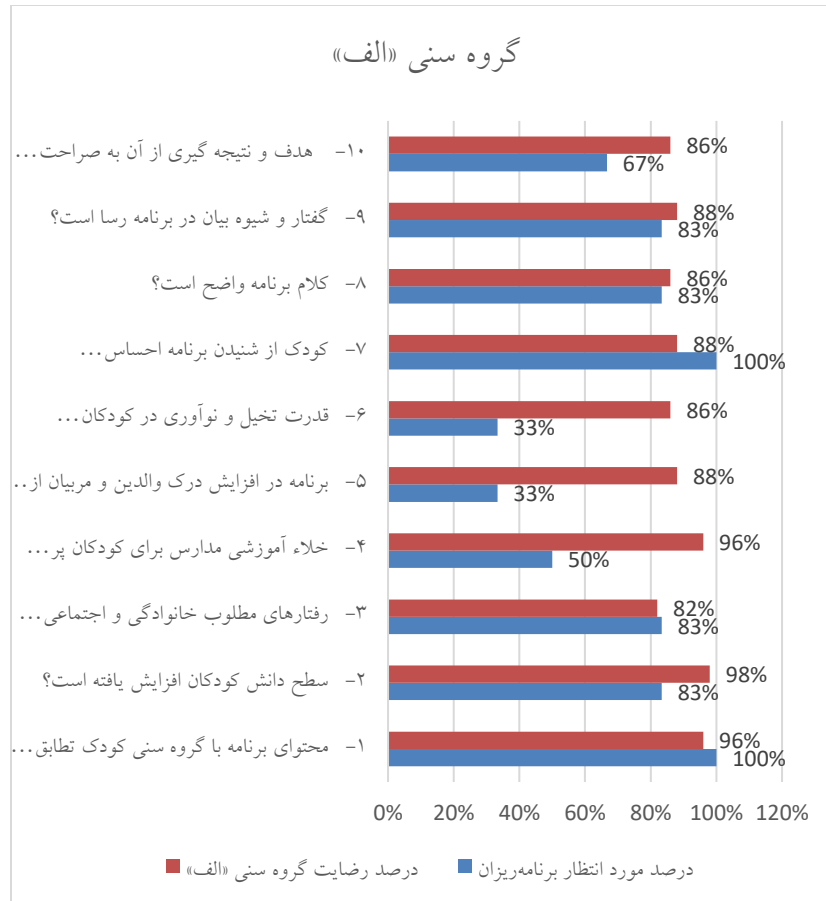
مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول	انحراف معیار
۱- محتوای	۴	۵	۴.۸۰	۱۰.۷۴	٪۹۶	۰.۴۲

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
برنامه با گروه سنی کودک تطابق دارد؟						
۲- سطح دانش کودکان افزایش یافته است؟	۴	۵	۴.۹۰	۱۰.۹۶	%۹۸	۰.۳۲
۳- رفتارهای مطلوب خانوادگی و اجتماعی در کودکان افزایش یافته است؟	۳	۵	۴.۱۰	۹.۱۷	%۸۲	۰.۹۹
۴- خلاء آموزشی مدارس برای کودکان پر شده است؟	۴	۵	۴.۸۰	۱۰.۷۴	%۹۶	۰.۴۲
۵- برنامه در افزایش درک والدین و مربیان از دنیای کودکان و پیامدهای آن نقش مؤثری داشته است؟	۳	۵	۴.۴۰	۹.۸۴	%۸۸	۰.۷۰
۶- قدرت تخیل و نوآوری در کودکان افزایش	۳	۵	۴.۳۰	۹.۶۲	%۸۶	۰.۸۲

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
یافته است؟						
۷- کودک از شنیدن برنامه احساس لذت‌جویی از شنیدن و یادگیری دارد؟	۳	۵	۴.۴۰	۹.۸۴	٪۸۸	۰.۷۰
۸- کلام برنامه واضح است؟	۳	۵	۴.۳۰	۹.۶۲	٪۸۶	۰.۸۲
۹- گفتار و شیوه بیان در برنامه رسا است؟	۳	۵	۴.۴۰	۹.۸۴	٪۸۸	۰.۸۴
۱۰- دف و نتیجه گیری از آن به صراحت در برنامه بیان می‌شود؟	۳	۵	۴.۳۰	۹.۶۲	٪۸۶	۰.۸۲
کل	۳.۳	۵	۴.۴۷	۱۰۰	٪۸۹	۰.۶۹

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می‌گردد، میانگین تمام سوالات پرسشنامه بیش از حد متوسط (۲/۵) است و با توجه به میانگین بالای تمامی سوالات (۴/۴۷)، این نتیجه حاصل می‌شود که رضایت مخاطبان در گروه سنی «الف» از برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در سطح بسیار بالایی (۸۹ درصد) قرار دارد.

همچنین نمودار مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان گروه سنی «الف» در ادامه آمده است. این نمودار بیانگر میزان دستیابی به اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان برنامه‌های مورد نظر است.



نمودار ۴- ۱: مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان در گروه سنی «الف»

جدول ۴- ۵: نظر مخاطبان برنامه‌های مورد بررسی در رادیو دیجیتال کودکان در گروه سنی «ب»

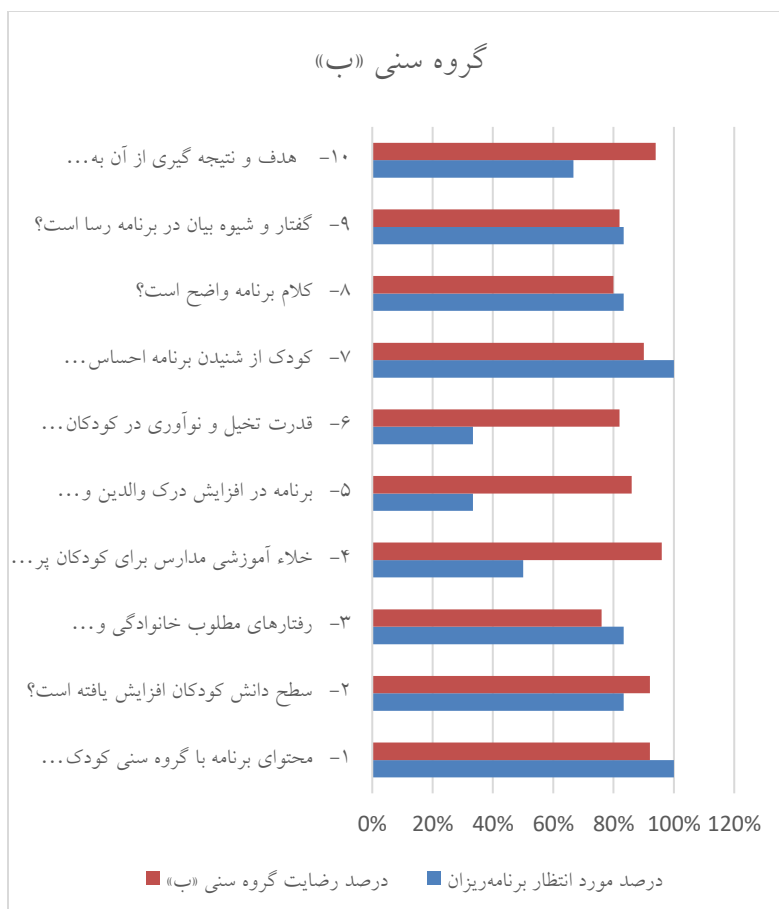
مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
۱- محتوای برنامه با گروه سنی کودک تطابق دارد؟	۳	۵	۴.۶۰	۱۰.۵۷	٪۹۲	۰.۷۰
۲- سطح دانش کودکان افزایش یافته است؟	۳	۵	۴.۶۰	۱۰.۵۷	٪۹۲	۰.۷۰

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
۳- رفتارهای مطلوب خانوادگی و اجتماعی در کودکان افزایش یافته است؟	۳	۴	۳.۸۰	۸.۷۴	%۷۶	۰.۴۲
۴- خلاء آموزشی مدارس برای کودکان پر شده است؟	۴	۵	۴.۸۰	۱۱.۰۳	%۹۶	۰.۴۲
۵- برنامه درک افزایش درک والدین و مربیان از دنیای کودکان و پیامدهای آن نقش مؤثری داشته است؟	۳	۵	۴.۳۰	۹.۸۹	%۸۶	۰.۶۷
۶- قدرت تخیل و نوآوری در کودکان افزایش یافته است؟	۲	۵	۴.۱۰	۹.۴۳	%۸۲	۱.۱۰
۷- کودک از شنیدن برنامه احساس لذت‌جویی از	۳	۵	۴.۵۰	۱۰.۳۴	%۹۰	۰.۷۱

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
شنیدن و یادگیری دارد؟						
۸- کلام برنامه واضح است؟	۳	۵	۴.۰۰	۹.۲۰	٪۸۰	۰.۹۴
۹- گفتار و شیوه بیان در برنامه رسا است؟	۳	۵	۴.۱۰	۹.۴۳	٪۸۲	۰.۹۹
۱۰- دفا و نتیجه گیری از آن به صراحت در برنامه بیان می‌شود؟	۴	۵	۴.۷۰	۱۰.۸۰	٪۹۴	۰.۴۸
کل	۳.۱۰	۴.۹۰	۴.۳۵	۱۰	٪۸۷	۰.۷۱

همانطور که ملاحظه می‌گردد، میانگین تمام سوالات پرسشنامه بیش از حد متوسط (۲/۵) است و با توجه به میانگین بالای تمامی سوالات (۴/۳۵)، این نتیجه حاصل می‌شود که رضایت مخاطبان در گروه سنی «ب» از برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در سطح بسیار بالایی (۸۷ درصد) قرار دارد.

همچنین نمودار مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان گروه سنی «الف» در ادامه آمده است. این نمودار بیانگر میزان دستیابی به اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان برنامه‌های مورد نظر است.



نمودار ۴-۲: مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان در گروه سنی

«ب»

جدول ۴-۶: نظر مخاطبان برنامه‌های مورد بررسی در رادیو دیجیتال کودک در گروه

سنی «ج»

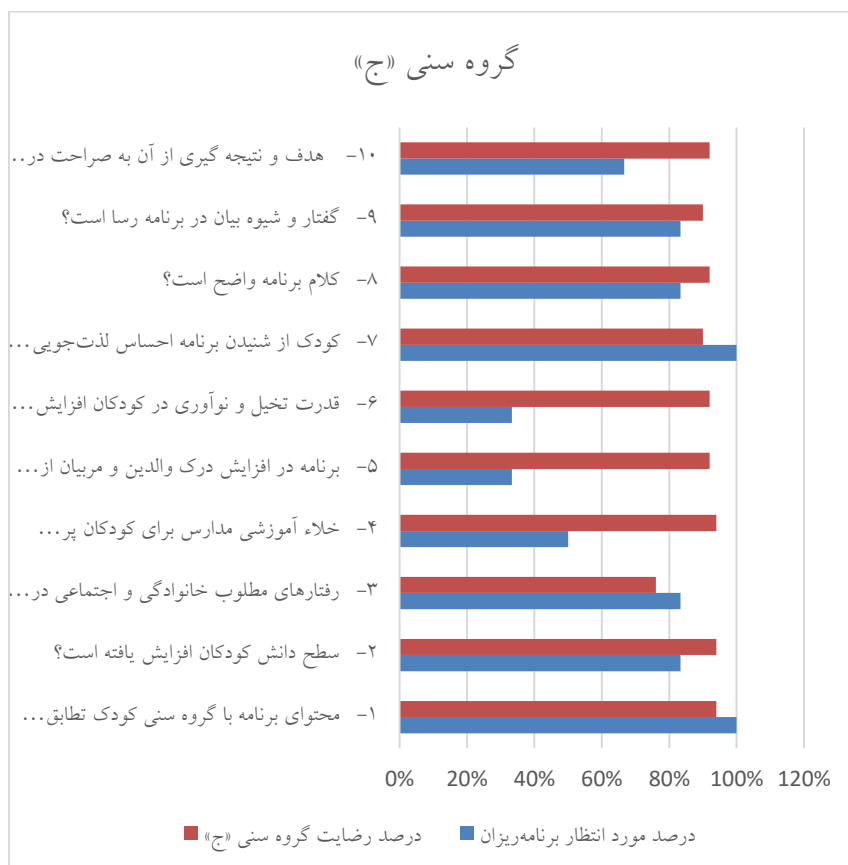
مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول هدف	انحراف معیار
۱- محتوای برنامه با گروه سنی کودک تطابق دارد؟	۴	۵	۴.۷۰	۱۰.۳۸	٪۹۴	۰.۴۸
۲- سطح دانش کودکان	۴	۵	۴.۷۰	۱۰.۳۸	٪۹۴	۰.۴۸

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
افزایش یافته است؟						
۳- رفتارهای مطلوب خانوادگی و اجتماعی در کودکان افزایش یافته است؟	۳	۴	۳.۸۰	۸.۳۹	٪۷۶	۰.۴۲
۴- خلاء آموزشی مدارس برای کودکان پر شده است؟	۴	۵	۴.۷۰	۱۰.۳۸	٪۹۴	۰.۴۸
۵- برنامه در افزایش درک والدین و مربیان از دنیای کودکان و پیامدهای آن نقش مؤثری داشته است؟	۴	۵	۴.۶۰	۱۰.۱۵	٪۹۲	۰.۵۲
۶- قدرت تخیل و نوآوری در کودکان افزایش یافته است؟	۴	۵	۴.۶۰	۱۰.۱۵	٪۹۲	۰.۵۲

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
۷- کودک از شنیدن برنامه احساس لذت‌جویی از شنیدن و یادگیری دارد؟	۳	۵	۴.۵۰	۹.۹۳	%۹۰	۰.۷۱
۸- کلام برنامه واضح است؟	۳	۵	۴.۶۰	۱۰.۱۵	%۹۲	۰.۷۰
۹- گفتار و شیوه بیان در برنامه رسا است؟	۳	۵	۴.۵۰	۹.۹۳	%۹۰	۰.۷۱
۱۰- دف و نتیجه‌گیری از آن به صراحت در برنامه بیان می‌شود؟	۴	۵	۴.۶۰	۱۰.۱۵	%۹۲	۰.۵۲
کل	۳.۶۰	۴.۹۰	۴.۵۳	۱۰	%۹۱	۰.۵۵

همانطور که ملاحظه می‌گردد، میانگین تمام سوالات پرسشنامه بیش از حد متوسط (۲/۵) است و با توجه به میانگین بالای تمامی سوالات (۴/۵۳)، این نتیجه حاصل می‌شود که رضایت مخاطبان در گروه سنی «ج» از برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در سطح بسیار بالایی (۹۱ درصد) قرار دارد.

همچنین نمودار مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان گروه سنی «الف» در ادامه آمده است. این نمودار بیانگر میزان دستیابی به اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان برنامه‌های مورد نظر است.



نمودار ۴-۳: مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان در گروه سنی «ج»

جدول ۴-۷: نظر مخاطبان برنامه‌های مورد بررسی در رادیو دیجیتال کودک در تمامی گروه‌های سنی

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول	انحراف معیار
۱- محتوای برنامه با گروه سنی کودک تطابق دارد؟	۳	۵	۴.۷۰	۱۰.۵۶	٪۹۴	۰.۵۳

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
۲- سطح دانش کودکان افزایش یافته است؟	۳	۵	۴.۷۳	۱۰.۶۴	٪۹۵	۰.۵۲
۳- رفتارهای مطلوب خانوادگی و اجتماعی در کودکان افزایش یافته است؟	۳	۵	۳.۹۰	۸.۷۶	٪۷۸	۰.۶۶
۴- خلاء آموزشی مدارس برای کودکان پر شده است؟	۴	۵	۴.۷۷	۱۰.۷۱	٪۹۵	۰.۴۳
۵- برنامه درک افزایش درک والدین و مربیان از دنیای کودکان و پیامدهای آن نقش مؤثری داشته است؟	۳	۵	۴.۴۳	۹.۹۶	٪۸۹	۰.۶۳
۶- قدرت تخیل و نوآوری در کودکان	۲	۵	۴.۳۳	۹.۷۴	٪۸۷	۰.۸۴

مقوله‌ها	کمینه	بیشینه	میانگین	درصد میانگین	درصد میزان مورد قبول دستیابی به هدف	انحراف معیار
افزایش یافته است؟						
۷- کودک از شنیدن برنامه احساس لذت‌جویی از شنیدن و یادگیری دارد؟	۳	۵	۴.۴۷	۱۰.۰۴	٪۸۹	۰.۶۸
۸- کلام برنامه واضح است؟	۳	۵	۴.۳۰	۹.۶۶	٪۸۶	۰.۸۴
۹- گفتار و شیوه بیان در برنامه رسا است؟	۳	۵	۴.۳۳	۹.۷۴	٪۸۷	۰.۸۴
۱۰- هدف و نتیجه‌گیری از آن به صراحت در برنامه بیان می‌شود؟	۳	۵	۴.۵۳	۱۰.۱۹	٪۹۱	۰.۶۳
کل	۳	۵	۴.۴۵	۱۰	٪۸۹	۰.۶۶

همانطور که ملاحظه می‌گردد، میانگین تمام سوالات پرسشنامه بیش از حد متوسط (۲/۵) است و با توجه به میانگین بالای تمامی سوالات (۴/۴۵)، این نتیجه حاصل می‌شود که رضایت مخاطبان از برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در سطح بسیار بالایی (۸۹ درصد) قرار دارد.

جدول ۴-۸: مقایسه تطبیقی اهداف و سطح دستیابی به آن از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان

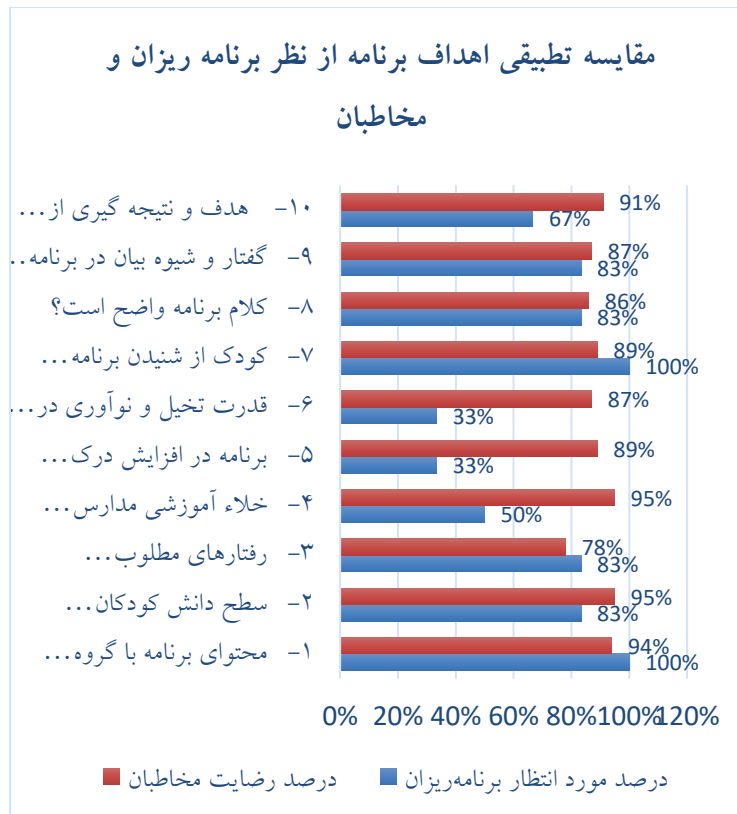
برنامه‌های مورد بررسی در رادیو دیجیتال کودک

مقوله‌ها	درصد مورد انتظار برنامه‌ریزان	درصد رضایت مخاطبان	درصد رضایت گروه سنی «الف»	درصد رضایت گروه سنی «ب»	درصد رضایت گروه سنی «ج»
۱- محتوای برنامه با گروه سنی کودک تطابق دارد؟	٪۱۰۰	٪۹۴	٪۹۶	٪۹۲	٪۹۴
۲- سطح دانش کودکان افزایش یافته است؟	٪۸۳	٪۹۵	٪۹۸	٪۹۲	٪۹۴
۳- رفتارهای مطلوب خانوادگی و اجتماعی در کودکان افزایش یافته است؟	٪۸۳	٪۷۸	٪۸۲	٪۷۶	٪۷۶
۴- خلاء آموزشی مدارس برای	٪۵۰	٪۹۵	٪۹۶	٪۹۶	٪۹۴

مقوله‌ها	درصد مورد انتظار برنامه‌ریزان	درصد رضایت مخاطبان	درصد رضایت گروه سنی «الف»	درصد رضایت گروه سنی «ب»	درصد رضایت گروه سنی «ج»
کودکان پر شده است؟					
۵- برنامه در افزایش درک والدین و مربیان از دنیای کودکان و پیامدهای آن نقش مؤثری داشته است؟	٪۳۳	٪۸۹	٪۸۸	٪۸۶	٪۹۲
۶- قدرت تخیل و نوآوری در کودکان افزایش یافته است؟	٪۳۳	٪۸۷	٪۸۶	٪۸۲	٪۹۲
۷- کودک از شنیدن برنامه احساس لذت‌جویی و از شنیدن و	٪۱۰۰	٪۸۹	٪۸۸	٪۹۰	٪۹۰

مقوله‌ها	درصد مورد انتظار برنامه‌ریزان	درصد رضایت مخاطبان	درصد رضایت گروه سنی «الف»	درصد رضایت گروه سنی «ب»	درصد رضایت گروه سنی «ج»
یادگیری دارد؟					
۸- کلام برنامه واضح است؟	٪۸۳	٪۸۶	٪۸۶	٪۸۰	٪۹۲
۹- گفتار و شیوه بیان در برنامه رسا است؟	٪۸۳	٪۸۷	٪۸۸	٪۸۲	٪۹۰
۱۰- هدف و نتیجه گیری از آن به صراحت در برنامه بیان می‌شود؟	٪۶۷	٪۹۱	٪۸۶	٪۹۴	٪۹۲
کل	٪۷۲	٪۸۹	٪۸۹	٪۸۷	٪۹۱

همانطور که ملاحظه می‌گردد، مقایسه نظرات برنامه‌ریزان و مخاطبان در خصوص سطح دستیابی به هدف برنامه‌های مورد بررسی در رادیو دیجیتال کودک نشان می‌دهد که به طور کلی رضایت مخاطبان (۸۹ درصد) از سطح مورد انتظار برنامه‌ریزان (۷۲ درصد) بالاتر می‌باشد. بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد بیان داشت که اهداف برنامه‌ها به طور کامل حاصل شده است اما در هر هدف تفاوت وجود دارد.



نمودار ۴-۴: مقایسه تطبیقی اهداف برنامه از نظر برنامه‌ریزان و مخاطبان

۷-۱- نتیجه‌گیری:

۷-۱-۱- خلاصه‌ای از اطلاعات دموگرافیک (جمعیت شناختی) برنامه ریزان و

مخاطبان

مصاحبه‌شوندگان شامل ۷ نفر از برنامه‌ریزان برنامه رادیو دیجیتال کودک را شامل شدند که ۱۶/۶۷ درصد دارای تحصیلات کارشناسی، ۵۰ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۳۳/۳۳ دارای تحصیلات دکترا و ۱۶/۶۷ درصد دارای حداکثر ۱۰ سال سابقه کار، ۳۳/۳۳ دارای ۱۰-۲۰ سال، ۳۳/۳۳ دارای ۲۰-۳۰ سال و ۱۶/۶۷ درصد بیش از ۴۰ سال سابقه کار داشتند.

مخاطبان از سه گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» به نسبت تعداد برابر (۳۳ درصد) و ۴۰ درصد پسر و ۶۰ درصد دختر بودند.

۷-۱-۲- پاسخ به پرسش اصلی تحقیق

نقش ادبیات تعلیمی در برنامه‌های پخش شده از رادیو دیجیتال کودک طی سال‌های ۱۴۰۰-

۱۳۹۹ در ایستگاه‌های مختلف رادیویی صدای جمهوری اسلامی چیست؟

قرن بیست و یکم در واقع دنیای برتری اطلاعات و تنوع رسانه‌های ارتباطی است و ادبیات تعلیمی جایگاه ویژه‌ای در رادیو دیجیتال کودک دارد و به طور یقین مرکز ثقل تغییرات، تحولات و توسعه برنامه کودک در این رسانه خواهد بود. همچنین ادبیات تعلیمی برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک را چه به لحاظ تجربه‌گرایی تاریخی و چه به لحاظ شرایط ویژه کنونی نمی‌توان منفک از نظام آموزش و پرورش کشور دانست. بنابراین اهمیت توجه به محتوای این ادبیات در سال‌های کنونی بیش از پیش نمایان شده است.

ادبیات تعلیمی مورد بررسی در تحقیق حاضر را آثاری که در قالب برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۹ برای مخاطبان کودک به منظور سرگرمی و آموزش آنها تهیه و پخش گردیده است، شامل شد. این برنامه‌ها در استودیو کودک صدای جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۹ تهیه گردید. همانطور که در فصول پیشین بیان شد منظور از کودک در این مطالعه، کودکان گروه سنی «الف»، «ب» و «ج»^۳ می‌باشند که داده‌های شنیداری را از طریق رادیو دیجیتال به منظور پر کردن اوقات فراغت یا رفع نیازشان دریافت کرده‌اند. از طریق این رسانه، ادبیات تعلیمی در قالب پیام‌ها، اشعار، داستان‌ها و ... به مخاطبان منتقل می‌شود و تمامی برنامه‌ها بایستی به اهداف خود دست یابند و رضایت مخاطبان را نیز کسب نمایند.

با توجه به بررسی صورت پذیرفته شواهد نشان داده است که رادیو دیجیتال کودک به عنوان رسانه‌ای در دسترس همگان، جایگاه خاصی در میان کودکان (مخاطبان) دارد. علاوه بر آن، نتیجه‌جانبی تحقیق نشان داد که والدین کودکان، برخی از مریبان مهدکودک و مقطع پیش دبستانی و معلمان دبستان و راهنمایی نیز از ادبیات تعلیمی این برنامه‌ها به منظور شناخت بهتر دنیای کودکان، افزایش قدرت ارتباط با کودک و آموزش کودکان استفاده می‌نمایند. بنابراین تمرکز بر ادبیات تعلیمی در برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک به عنوان پژوهشی کاربردی مطرح شده و از الزامات اجرا و تحقق شعار کلیدی «حفظ مخاطب فعلی و جذب مخاطب جدید» است. تحلیل محتوای دقیق ادبیات تعلیمی در این خصوص سبب کمک به آسیب‌شناسی وضع موجود و ترسیم چشم‌انداز مطلوب می‌شود. نتایج این پژوهش می‌تواند استراتژی‌های حفظ و بهبود کیفیت برنامه‌های رادیویی با مخاطب کودک را به دست‌اندرکاران نشان دهد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ادبیات تعلیمی با توجه به عناوین و محتوای برنامه‌های پخش شده از رادیو دیجیتال کودک طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۹ در برنامه‌ها مورد توجه بوده است. چنانچه توانسته است سهم بالایی از سطح دستیابی به اهداف برنامه را از دیدگاه مخاطبان داشته باشد و نظر مخاطبان را جلب نماید.

^۳ گروه الف: سال‌های قبل از دبستان. گروه ب: سال‌های آغاز دبستان (کلاس‌های اول، دوم و سوم)؛ گروه ج: سال‌های پایان دبستان (کلاس‌های چهارم، پنجم و ششم).

در گروه سنی «الف» به ترتیب برنامه قاصدک (۱۰۹ کد ثانویه)، برنامه شب بخیر کوچولو (۱۰۶ کد ثانویه) و برنامه آیا میدانید (۳۱ کد ثانویه)؛ در گروه سنی «ب» به ترتیب برنامه پرسشهای آسمانی (۲۶۹ کد ثانویه)، برنامه یک مثل یک قصه (۱۱۶ کد ثانویه)، برنامه ماجراهای فیل و مورچه (۸۲ کد ثانویه) و برنامه دانستنیها (۱۹ کد ثانویه) و در گروه سنی «ج» برنامه آی قصه قصه قصه (۱۹۴ کد ثانویه) در ادبیات تعلیمی نقش داشته‌اند.

در گروه سنی «الف» ۲۴۶ کد ثانویه به دست آمد که بیشترین محتوای ادبیات تعلیمی به ترتیب در مقولات زیر تولید و پخش شده است:

- ذکر آموزه های اجتماعی و اخلاقی (مشمول بر ۵۲ کد ثانویه)،
 - افزایش دقت و خلاقیت در جهت افزایش تفکر (مشمول بر ۴۹ کد ثانویه)،
 - ذکر رفتارهای روزمره مناسب (مشمول بر ۳۹ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه ها و ارزش‌های انقلابی، دینی و عرفانی (مشمول بر ۳۵ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه های علمی / منطقی (مشمول بر ۳۰ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه های طبیعت‌گرا (حیوانات، گیاهان، دریا و ...) (مشمول بر ۱۶ کد ثانویه)،
 - مسئولیت‌پذیری (مشمول بر ۱۳ کد ثانویه)،
 - ذکر / معرفی مکانها (مشمول بر ۴ کد ثانویه)،
 - ذکر ضرب‌المثل / شعر/متل ، افسانه و ... قدیمی (مشمول بر ۳ کد ثانویه)،
 - ذکر گفتارهای عامیانه (مشمول بر ۲ کد ثانویه)،
 - ذکر نام شعرا، ادبا، بزرگان و ... (مشمول بر ۲ کد ثانویه)،
 - واقع‌گرایی و برنامه‌ریزی درسی / شغلی (مشمول بر ۱ کد ثانویه)،
- شایان ذکر است در این گروه سنی به استفاده از عبارات شعرگونه در ادبیات تعلیمی توجهی نشده است.

در گروه سنی «ب» ۴۸۶ کد ثانویه به دست آمد که بیشترین محتوای ادبیات تعلیمی به ترتیب در مقولات زیر تولید و پخش شده است:

- ذکر گفتارهای عامیانه (مشمول بر ۸۸ کد ثانویه)،
- ذکر آموزه ها و ارزش‌های انقلابی، دینی و عرفانی (مشمول بر ۷۴ کد ثانویه)،
- ذکر آموزه های اجتماعی و اخلاقی (مشمول بر ۶۶ کد ثانویه)،
- افزایش دقت و خلاقیت در جهت افزایش تفکر (مشمول بر ۶۲ کد ثانویه)،

- ذکر آموزه های علمی / منطقی (مشمتمل بر ۵۳ کد ثانویه)،
 - استفاده از عبارات شعرگونه (مشمتمل بر ۴۶ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه های طبیعت گرا (حیوانات، گیاهان، دریا و ...) (مشمتمل بر ۳۷ کد ثانویه)،
 - واقع گرایی و برنامه ریزی درسی / شغلی (مشمتمل بر ۲۳ کد ثانویه)،
 - ذکر ضرب المثل / شعر/متل ، افسانه و ... قدیمی (مشمتمل بر ۱۵ کد ثانویه)،
 - ذکر رفتارهای روزمره مناسب (مشمتمل بر ۱۴ کد ثانویه)،
 - ذکر / معرفی مکانها (مشمتمل بر ۳ کد ثانویه)،
 - مسئولیت پذیری (مشمتمل بر ۴ کد ثانویه)،
 - و ذکر نام شعرا، ادبا، بزرگان و ... (مشمتمل بر ۱ کد ثانویه).
- در گروه سنی «ج» ۲۴۶ کد ثانویه به دست آمد که بیشترین محتوای ادبیات تعلیمی به ترتیب در مقولات زیر تولید و پخش شده است:
- ذکر آموزه های اجتماعی و اخلاقی (مشمتمل بر ۴۹ کد ثانویه)،
 - استفاده از عبارات شعرگونه (مشمتمل بر ۴۹ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه ها و ارزش های انقلابی، دینی و عرفانی (مشمتمل بر ۲۰ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه های طبیعت گرا (حیوانات، گیاهان، دریا و ...) (مشمتمل بر ۲۰ کد ثانویه)،
 - ذکر گفتارهای عامیانه (مشمتمل بر ۱۴ کد ثانویه)،
 - افزایش دقت و خلاقیت در جهت افزایش تفکر (مشمتمل بر ۱۱ کد ثانویه)،
 - ذکر آموزه های علمی / منطقی (مشمتمل بر ۹ کد ثانویه)،
 - مسئولیت پذیری (مشمتمل بر ۸ کد ثانویه)،
 - ذکر / معرفی مکانها (مشمتمل بر ۵ کد ثانویه)،
 - ذکر ضرب المثل / شعر/متل ، افسانه و ... قدیمی (مشمتمل بر ۵ کد ثانویه)،
 - ذکر رفتارهای روزمره مناسب (مشمتمل بر ۳ کد ثانویه)،
 - و واقع گرایی و برنامه ریزی درسی / شغلی (مشمتمل بر ۱ کد ثانویه)
- شایان ذکر است در این گروه سنی نسبت به ذکر نام شعرا، ادبا، بزرگان و ... در ادبیات تعلیمی توجهی نشده است.
- همچنین یافته های تحقیق در خصوص محتوای ادبیات تعلیمی رادیو دیجیتال کودک مبنی بر این بود که غالب محتوای ادبیات تعلیمی در برنامه های مورد بررسی دارای رویکردی پندآمیز

بوده است. این رویکرد سعی در نمایان ساختن راه نیکبختی و رستگاری بشر به وسیله تهذیب اخلاقی و رفتاری داشته و به طور کلی آموزنده و پرورش‌دهنده است. بنابراین می‌توان بیان داشت که ادبیات تعلیمی برنامه‌های پخش‌شده از رادیو دیجیتال کودک طی سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۹ در ایستگاه‌های مختلف رادیویی صدای جمهوری اسلامی نگرشی پندآمیز داشته‌اند. اما بررسی محتوای برنامه‌ها نشان داد که نویسندگان به طور جدی از ظرفیت‌های برنامه‌های رادیو دیجیتال کودک در حوزه ادبیات تعلیمی استفاده نمی‌کنند. در صورتی که ادبیات نظری تحقیق بیان داشته است که با توجه به این که تنها عنصر دریافتی در برنامه‌های رادیویی حس شنوایی است و حس شنوایی دومین حس برای یادگیری است، ضرورت دارد که ظرفیت‌های یادگیری شنیداری بررسی و شناسایی شوند. از سوی دیگر، بیشتر مجریان برنامه‌های مورد بررسی از روش تأکیدات کلامی به جای استفاده از اشعار و ... جهت این آموزه‌ها استفاده کرده است. این نتیجه می‌تواند یکی از دلایل پایین آمدن رتبه رشد شخصیتی کودکان به دلیل تأکید بیش از حد به افزایش آموزه‌های اجتماعی بدون توجه به مباحث توسعه فردی را تبیین نماید. اما در مجموع می‌توان گفت که نتایج تحقیق حاکی از نقش مثبت این برنامه‌ها در افزایش هوش هیجانی کودک، پرورش یا به وجود آوردن یک انگاره یا اندیشه جدید یا تحکیم ارزش‌ها از طریق افزایش سهم کودک در برنامه، فرصت پرسش و پاسخ با مخاطب، دریافت نظرات مخاطبان، ایجاد حس خوشنودی مخاطب از شنیدن برنامه، ایجاد فضای مناسب یادگیری کودک نظیر موسیقی، بکارگیری عبارات صمیمانه و ...، تشویق کودک به بازی با کلمات، القای درک تازه‌ای از جهان و ...، قراردادن کودک در موقعیت‌های مختلف و ... را داشته است.

۸-۱- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۸-۱-۱- پیشنهادات برخاسته از نتایج تحقیق

یافته‌های تحقیق نشان داد که رادیو دیجیتال کودک به عنوان یک رسانه مهم در ابعاد مختلف ادبیات تعلیمی کودکان نقش ایفا می‌کند. با توجه به نتایج به دست آمده برای سوالات پژوهشی باید این امر را در نظر گرفت که تحقق هدف آموزشی تا حدی وابسته به درک مخاطبان است، لذا موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

- با توجه به گستردگی کشور ایران و تفاوت فرهنگی کودکان در هر یک از گروه‌های سنی، پیشنهاد می‌شود نویسندگان و برنامه‌ریزان محتوای لازم را با در نظر داشتن تفاوت‌های فرهنگی در استان‌های مختلف تهیه نمایند چرا که سطح رضایتمندی مخاطبان بسیار متفاوت است. به عبارتی اگر برنامه‌ها به صورت غیرمتمرکز تهیه شوند، موفق‌تر عمل خواهند کرد.

- با توجه به دسترسی بیشتر مخاطبان به فضای مجازی و تأثیر راهنمایی والدین در درک بهتر کودکان از شنیدن برنامه‌های آموزشی رادیو دیجیتال کودک به نویسندگان و برنامه‌ریزان

پیشنهاد می‌شود که آموزش‌هایی از طریق رادیو دیجیتال کودک و مدارس در اختیار والدین قرار گیرد تا بتوان در کنار تولید برنامه رادیویی مناسب از والدین به عنوان کمک بیشتر برای تأثیر پذیری کودک از برنامه‌های آموزشی استفاده کرد و تأثیر راهنمایی‌های والدین سنجیده شود.

۱-۸-۲- پیشنهادات برای پژوهش‌های آینده

با توجه به وسیع بودن زمینه بررسی و تحلیل در ادبیات تعلیمی رادیو دیجیتال کودک و کمبود تحقیق در این زمینه پیشنهاد می‌شود که سایر محققان در ابعاد فنی رادیوی آموزشی، تحقیقات بیشتری انجام دهند.

با توجه به گستردگی کشور ایران و تفاوت فرهنگی کودکان در هر یک از گروه‌های سنی، پیشنهاد می‌شود سایر محققان تحقیق حاضر را در استان‌های مختلف انجام دهند چرا که تحلیل و ارزیابی کودکان هر استان با توجه به نوع مخاطب، تطبیق اهداف و محتوا متفاوت به نظر می‌رسد.

به محققان آتی پیشنهاد می‌شود بررسی اختصاصی و عمیق عناصر کلامی را در رادیو برای مخاطب کودک بررسی نمایند.

به محققان آتی پیشنهاد می‌شود نگرش سنجی مخاطبان را با سایر روش‌ها و ابزارها انجام دهند.

پیشنهاد می‌شود که تنوع محتوا و تعداد برنامه‌ها با همین موضوع تحقیق به صورت شبکه مفهومی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

اسماعیلی، محسن. (۱۳۸۹). "حقوق کودک در برابر رسانه‌ها". خانواده پژوهی، ۶(۲۱)، بهار: ۱۱۵-۱۲۹.

حسن لی، کاووس؛ پیرصوفی املشی، زهرا. (۱۳۹۰). "بررسی محیط شهری و عناصر آن در داستان‌های کودک و نوجوان از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۹ هجری شمسی". پژوهش‌های ادب عرفانی، ۵(۴)، پیاپی ۴: ۱-۳۰.

کرایسل، آندرو. (۱۳۸۱). درک رادیو. ترجمه معصومه عصام، تهران: تحقیق و توسعه صدا. محمدی، حمید. (۱۳۹۰). "مخاطب شناسی رادیوها و تلویزیون‌های ماهواره ای فارسی زبان".

صدای جمهوری اسلامی ایران، ۱۰(۵۷): ۱۱۸-۱۳۱.

معمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۶). وسایل ارتباط جمعی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

ملیجی، مرتضی؛ علی عسگری، مجید؛ آقای، نجف؛ جوادی پور، محمد. (۱۳۹۷). "تحلیل محتوای کتابهای دوره پیش دبستانی از نظر میزان توجه به فعالیت بدنی". تعلیم و تربیت، شماره ۲۴۱: ۲۵-۴۳.

همراز، ویدا؛ رمیم، سهیلا. (۱۳۹۹). "شیوه‌های مناسب تولید برنامه‌های آموزشی رادیو با تکیه بر سبک یادگیری «K.A.V»". رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۴(۴) (پیاپی ۳۶): ۹-۳۲.

همراز، ویدا؛ غنی زاده سیدلر، فرح. (۱۳۹۳). "ضرورت‌ها و کارکردهای رادیوی آموزشی در ایران". رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱(پیاپی ۷): ۱۰۷-۱۳۲.