



پژوهش «آسیب‌شناسی»، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان»

«ارزیابی و نیازسنجی حوزه تولید» و «عرضه محصولات قرآنی» حاصل شده است. در بخش دیگری از پژوهش «آسیب‌شناسی، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان» و در تعریف مفهوم «محصول قرآنی» آمده است: محصول قرآنی محصولی است که در یک فرآیند خلاقانه با استفاده از منابع قرآنی و به‌کارگیری فناوری تولید، به منظور رفع نیازهای اطلاع‌رسانی، آموزشی و سرگرمی در حوزه قرآن، تولید و روانه بازار می‌شود و ذیل قوانین حاکم بر بازار با محصولات مشابه به رقابت می‌پردازد. در خصوص اهمیت و ضرورت موضوع نیز پژوهشگران چنین نگاشته‌اند: در حال حاضر در کشور، محصولات قرآنی با مضامین مختلف

به گزارش شورای عالی انقلاب فرهنگی، در این پژوهش که توسط شورای توسعه فرهنگ قرآنی با هدف آسیب‌شناسی، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان با استفاده از رویکرد پژوهش کیفی انجام شده، در تشریح روش انجام این پژوهش آمده است: مصاحبه یکی از اساسی‌ترین روش‌ها برای گردآوری داده‌های این پژوهش است و به همین دلیل از مصاحبه باز و نیم‌ساخت یافته استفاده شده است. در ادامه نیز آمده است: نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت هدفمند بوده و پس از انجام ۲۵ مصاحبه با سیاستگذاران، کارشناسان و تولیدکنندگان محصولات قرآنی کودک و نوجوان، اشباع نظری در سه حوزه مورد بررسی که عبارتند از «آسیب‌شناسی»،

و در قالب‌های متنوع به مخاطب کودک و نوجوان عرضه می‌شود و این در حالی است که توصیف دقیقی از فرایندی که در درون تولید و عرضه این سنخ از محصولات رخ می‌دهد وجود ندارد.

در ادامه نیز آمده است: در حال حاضر برای بسیاری از نیازهای معرفتی و عاطفی کودکان و نوجوانان، محصولات قرآنی مناسب وجود ندارد و از سوی دیگر هیچ‌گونه معیاری برای ارزیابی این محصولات و آسیب‌شناسی آن‌ها در دسترس نیست و این در حالی است که توجه به چنین مسئله‌ای در نگاه کلی رهبر معظم انقلاب اسلامی «مدظله العالی» نیز به چشم می‌خورد.

در ادامه پژوهشگران، با بررسی برخی بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی «مدظله العالی» در حوزه کودک و نوجوان چنین نگاشته‌اند: از ترکیب سه موضوع مهم و اساسی یعنی «اهتمام به امر کودک و نوجوان به مثابه یک امر ضروری و قوی»، «تربیت کودک براساس اصول اسلامی و قرآنی» و «دانش‌افزایی درست» می‌توان به اهمیت و ضرورت مقوله محصولات فرهنگی به خصوص تولید محصول قرآنی برای کودکان و نوجوانان در اندیشه و نگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی «مدظله العالی» پی برد.

در بخش دیگری از این پژوهش آمده است: امروز به تناسب تغییراتی که در تولید و توزیع محصولات فرهنگی در جهان به‌وجود آمده، این تغییرات موجب تغییراتی در تولید و توزیع محصولات فرهنگی و به‌طور خاص محصولات قرآنی شده فلذا توجه به روند آن نیز مورد توجه بیشتری از سوی متولیان امر در ایران قرار گرفته است.

پژوهشگران در ادامه چنین آورده‌اند: از بخش‌های مهم مرتبط با محصولات قرآنی، محصولاتی است که در حوزه کودک و نوجوان در پس از پیروزی انقلاب اسلامی تولید شده است و این محصولات به دلیل ارتباط با دین، از یک سو نقش انتقال‌دهندگی مفاهیم و آموزه‌های قرآنی به کودک و نوجوان را ایفا می‌کنند و از سوی دیگر موجب ایجاد یک سامانه مرتبط با افکار، ایده‌ها، نیازها و جذابیت‌های نگرشی نسل نو به بحث قرآن شده‌اند.

در بخش دیگری از «آسیب‌شناسی، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع

محصولات قرآنی کودک و نوجوان» و در تشریح منابع پژوهش آمده است: پژوهش در بخش تولید و توزیع محصولات قرآنی تاکنون حوزه‌ای ناشناخته به لحاظ اسناد پژوهشی و همچنین اسناد سیاستی بوده است و آنچه تاکنون مدنظر بوده فعالیت‌های قرآنی به‌طور اعم و آموزش‌های قرآنی به‌طور اخص است که در راستای آن اسناد بالادستی سیاستی وجود دارد.

در ادامه این بخش نیز چنین نگاشته شده است: بررسی اسناد بالادستی فعالیت‌های قرآنی نیز نشان می‌دهد، تاکنون هیچ سند سیاست‌گذاری یا سند پژوهشی ویژه کودک و نوجوان در این حوزه تدوین نشده است.

در بخش مربوط به تشریح برخی مفاهیم دیگری به کار رفته در پژوهش نیز چنین آمده است: نکته قابل توجه دیگر عدم تفکیک میان محصولات و خدمات قرآنی است، چون تاکنون محصولات و خدمات قرآنی از یک نوع تصور می‌شد و در اسناد سیاستی نیز در رابطه با آن‌ها یک رویکرد وجود داشته است.

در تشریح تفاوت این دو مفهوم چنین آمده است: محصول، برخلاف خدمات که بدون مداخله انسانی قابل اجرا نیست، می‌تواند به‌طور مستقل وارد بازار شود و تأثیرگذاری داشته باشد البته البته تبدیل محتوای قرآنی به محصولات ملموس و قابل فروش در بازار، رویکرد جدید و پذیرفته شده در توسعه مفاهیم قرآنی در جامعه امروز است، لذا این پژوهش رویکردی متفاوت به حوزه محصولات قرآنی دارد و محصول قرآنی را جدا از خدمات در نظر گرفته است.

در ادامه «پژوهش آسیب‌شناسی، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان» آمده است: این تحقیق با استفاده از چهار منبع پشتیبان یعنی «مطالعه مبانی نظری و تطبیقی حوزه محصولات فرهنگی - رسانه‌ای»، «تشکیل جلسات تخصصی تحلیل رویکردهای موجود به تولید محصولات قرآنی»، «تحلیل اسناد بالادستی در حوزه محصولات و خدمات قرآنی» و «مصاحبه با خبرگان»، سامان یافته است.

در تشریح این چهار مرحله نیز آمده است: در مرحله اول پژوهش، با تحلیل داده‌های موجود میدانی و براساس مدل سه شاخگی ۸ تم اصلی در سه بعد فرایندی، ساختاری

بررسی اسناد بالادستی فعالیت‌های قرآنی نیز نشان می‌دهد، تاکنون هیچ سند سیاست‌گذاری یا سند پژوهشی ویژه کودک و نوجوان در این حوزه تدوین نشده است

۱ به منظور تعیین اولویت‌ها و برجسته کردن مهم‌ترین نیازهای مرتبط با ارتقای کیفی فرآیند تولید و عرضه محصولات قرآنی پرسش‌نامه‌ای براساس تم‌های ۶ گانه و زیرشاخه‌های آن تدوین و در دسترس مصرف‌کنندگان قرار گرفته و نتایج حاصل از این بخش حاکی از آن بود که از نگاه مصرف‌کننده توجه به خلاقیت و نوآوری در تولید و برنامه‌ریزی در جهت تدوین قوانین و مقررات مناسب، از بالاترین و پایین‌ترین اولویت احساس نیاز برخوردارند

و زمینه‌های به‌عنوان آسیب‌های این حوزه شناخته شد که به ترتیب اولویت عبارتند از:

۱. ضعف در تدوین اسناد بالادستی و آیین‌نامه‌های رسمی،
۲. ضعف در سازوکار حمایت‌های مالی و بودجه‌ای،
۳. ضعف در تدوین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های راهبردمحور،
۴. ضعف در نظام‌سازی تولید،
۵. ضعف در خلق دانش، خلاقیت و نوآوری،
۶. ضعف در بازاریابی و توزیع محصول،
۷. ضعف در شبکه‌سازی،
۸. ضعف در نگرش‌های ناظر به محصولات.

در ادامه نیز چنین آمده است: در مرحله دوم پژوهش، علاوه بر استخراج شاخص‌های ارزیابی محصولات قرآنی، دو نتیجه مهم در حوزه مفهوم‌پردازی محصول قرآنی برجسته شده: نخست مفهوم‌سازی درک نخبگان از محصول قرآنی با این پیش‌فرض که براساس توافق خبرگان ممکن است تمامی محتوای محصول قرآنی از قرآن اخذ شده باشد یا بخشی از محتوای محصول برگرفته از مفاهیم قرآنی باشد و یا محتوای محصول به مضامین قرآنی اشاره کرده باشد.

در بخش دیگری هم چنین نگاشته شده است: دوم، سه کارکرد اساسی برای محصولات قرآنی تعریف و مفهوم‌سازی شده که عبارتند از: کارکرد آموزشی، کارکرد تبلیغی - ترویجی و کارکرد سرگرمی؛ سپس با تحلیل داده‌های میدانی و استفاده از اسناد پشتیبان، در مجموع ۱۳۸ شاخص ارزیابی در حوزه محصولات قرآنی کودک و نوجوان کشف و بر ساخته شده که ۶۸ شاخص در حوزه کودک و ۷۰ شاخص ارزیابی مربوط به نوجوانان می‌باشد.

در مرحله سوم پژوهش براساس تحلیل داده‌های کیفی ۶ تم اصلی به‌عنوان نیازهای اصلی در حوزه محصولات قرآنی کودک و نوجوان بر ساخته شده‌اند که عناوین این نیازها عبارت است از:

۱. سیاست‌گذاری و ترویج خط‌مشی‌های راهبردی،
۲. تدوین قوانین و مقررات مناسب،
۳. نظام‌سازی و ساماندهی تعاملات نهادی،
۴. حمایت‌های مالی و بودجه،
۵. توجه به خلاقیت و نوآوری در تولید،

۶. تجاری‌سازی محصولات قرآنی.

پژوهشگران «آسیب‌شناسی، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان» آورده‌اند: به منظور تعیین اولویت‌ها و برجسته کردن مهم‌ترین نیازهای مرتبط با ارتقای کیفی و کیفی فرآیند تولید و عرضه محصولات قرآنی پرسش‌نامه‌ای براساس تم‌های ۶ گانه و زیرشاخه‌های آن تدوین و در دسترس مصرف‌کنندگان قرار گرفته و نتایج حاصل از این بخش حاکی از آن بود که از نگاه مصرف‌کننده توجه به خلاقیت و نوآوری در تولید و برنامه‌ریزی در جهت تدوین قوانین و مقررات مناسب، از بالاترین و پایین‌ترین اولویت احساس نیاز برخوردارند.

در ادامه نیز چنین آمده است: پژوهش پیش رو نشان داد که در حوزه محصولات قرآنی کودک و نوجوان، چه آسیب‌هایی وجود دارد و با چه شاخص‌هایی می‌توان به ارزیابی و برآورد این سنخ از محصولات اقدام کرد و اساساً چه نیازهایی در پیش روی سیاست‌گذاران و تولیدکنندگان می‌باشد.

به گزارش مرکز خبر شورای عالی انقلاب فرهنگی، در پایان، راهکارها و پیشنهادهایی که شورای توسعه فرهنگ قرآنی می‌تواند در عرصه‌های مختلف، برای بهبود وضع موجود اتخاذ کند، به شرح زیر است:

- طراحی الگوی جامع ارزیابی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان،
- تشکیل اتحادیه تولیدکنندگان محصولات قرآنی،
- ایجاد خوشه صنعتی محصولات قرآنی با تمرکز بر حوزه کودک و نوجوان،
- تمرکز بر طراحی، بازاریابی و برون‌سپاری تولید،
- ایجاد نشانم (برند) و سرمایه‌گذاری برای آن،
- پای‌بندی به حق مالکیت معنوی یا کپی‌رایت در تولید محصولات قرآنی،
- توجه به بازارهای کشورهای منطقه و مطالعه نیازهای برآورده نشده بازار محصولات قرآنی آن‌ها،
- تدوین قوانین و خط‌مشی‌های راهبردی،
- لزوم تدوین قوانین و مقررات مناسب،
- توجه به خلاقیت و نوآوری در تولید،
- تجاری‌سازی محصولات قرآنی.