

یک کار خوب در شبکه کودک و چند پرسش

# حذف تبلیغات به نفع کودکان



**سید مهدی موسوی نثار**  
روزنامه‌نگار

براساس خبری که محمد سرشار، مدیر شبکه کودک در صفحه اینستاگرامی اش منتشر کرده، از امروز، شبکه کودک بدون تبلیغات بازرگانی به حیات خود ادامه می‌دهد؛ اتفاق مبارکی که سال‌ها از طرف والدین و معلمان و حتی مجریان تلویزیونی مطالبه می‌شد و سرانجام تحقق پیدا کرد. «دیشب به دفتر دکتر میرباقری رفتم و از ایشان بابت صدور این دستور مهم تشکر کردم. در اینجا هم در گرماگرم این شادی بزرگ از تک‌تک عزیزانی که در فضای حقیقی و مجازی پیگیر حذف آگهی‌های بازرگانی از شبکه کودک بودند، تشکر می‌کنم. مخصوصاً قردان زحمات مادران دغدغه‌مندی هستیم که با هشتگ #پویا\_بدون\_تبلیغات به میدان آمدند؛ هر روز با سامانه ۱۶۲ روابط عمومی صداوسیما تماس گرفتند و در هسر فرصتی، صدای مطالبه بحق خود را به گوش مسئولان رساندند. شبکه کودک تلاش می‌کند مهم‌ترین دستیار رسانه‌ای خانواده در تربیت آینده‌سازان تمدن نوین اسلامی باشد. ما برای بهتر شدن، برنامه داریم و ان‌شاءالله با حمایت‌ها و دعا‌های خیر خانواده‌ها، روزه‌روز این پیشرفت را مشاهده خواهید کرد.» این جملات را سرشار در انتهای پست اینستاگرامی اش منتشر کرده بود. البته تاثیر تبلیغات روی کودکان را باید به صورت کلی و فراتر از یک شبکه ارزیابی کرد، اما همین قدم بزرگ را باید قدر دانست و حفظ کرد. در زمانه‌ای که سازمان صداوسیما (به هر دلیل) از نبود یا کاهش بودجه می‌نالند، چشم‌پوشی از درآمد‌های تبلیغاتی یک شبکه (هرچند کودک) کار باارزشی است.

## قانون تبلیغاتی که عمل نمی‌شود

پیشنهاد می‌شود در ابتدای این گزارش به بعضی موارد قانونی تبلیغات کودکان در کتاب قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور نگاهی بیندازیم؛ قوانینی که شاید به برخی از آنها به وضوح و به کرات عمل نشده است. مثلاً در قانون تبلیغات آمده که در تبلیغات، استفاده از کودکان برای معرفی کالا و خدماتی که انتظار مصرف کالا یا بهره‌مندی از خدمت یا خرید آن توسط ایشان نمی‌رود، ممنوع است و آگهی نباید موجب بدآموزی در کودکان شود و از زودباوری، حس عاطفی و کم‌تجربگی آنان در تشخیص واقعیت‌ها سوءاستفاده شود. به‌عنوان مثال یکی از شبکه‌های تلویزیونی را انتخاب کنید و ببینید که همین مورد دوم چقدر در تبلیغات رعایت می‌شود؟ در آگهی نباید از کودکان با صراحت درخواست شود محصولی را خریداری کنند یا از والدین خود دیدگان چنین درخواستی کنند و نباید خرید مرسوم آگهی برای کودکان یا تریک دیدگان را به این امر به‌عنوان انجام یک وظیفه مطرح شود یا در آگهی‌های تلویزیونی نباید کودکان به تنهایی هنگام خرید یا مذاکره با فروشنده برای خرید یا مبادله پول با فروشنده نشان داده شوند. بدنیست به یکی

از مهم‌ترین قوانین این کتاب توجه بیشتری شود: «آگهی‌ها نباید به کودکان القا کنند چنانچه کالای موضوع آگهی را نداشته باشند یا خریداری نکنند، از دیگر کودکان پایین‌تر هستند یا حتی مورد تمسخر و استهزا واقع می‌شوند.» این مورد در سال‌های اخیر محل نزاع خانواده‌ها بوده است؛ تبلیغاتی که باعث چالش و کشمکش شده و کسی انگار حواسش نیست که همین احساس خلأ، چه تاثیری در شکل‌گیری شخصیت او خواهد داشت.»

## تبلیغاتی که ضربه می‌زند

شاید کودکان متولد اواخر دهه ۵۰ یا اوایل دهه ۶۰، خوشبخت‌تر از کودکان دهه‌های بعدی بودند که ترانه‌هایی که زمزمه می‌کردند از دل برنامه‌های کودک بیرون می‌آمد و نه تبلیغات، ترانه‌هایی مانند «هادی و هدی»، «کار و اندیشه» یا «علی کوچولو» که مفاهیم اخلاقی را توصیه می‌کردند و به واسطه ملودی جذاب‌شان سریع در خاطر می‌ماندند. اما بعدها سهم تبلیغات از این ترانه‌های محفوظ بیشتر شد. «بابا برقی»، «میخوام سالاد درست کنم»، «بیک» و «مهندس چرا بنزین تموم شد» نمونه‌هایی بودند که از کشوی تبلیغات وارد خانه‌های ذهن کودکان دهه شصتی شد و احتمالاً تا الان هم مانده است. بعدها برای متولدین دهه ۷۰ و ۸۰، این سهم، بالاترین حد خودش را دید و در دهه ۹۰ به اوجش رسید. فارغ از تاثیرات این ترانه‌ها روی ذهن و زبان کودکان اما روانشناسان

از زاویه دیگری به مضرات تبلیغات روی کودکان ورود کرده‌اند.

## تاثیر تبلیغات روی کودکان

سیدمحسن اصغری نکاح، روانشناس و استادیار دانشگاه فردوسی مشهد تبلیغات مرتبط با کودک را دارای دووجه می‌داند: «یکی تبلیغاتی که مخاطب آن کودک است و دیگری تبلیغاتی که با وجود موضوع پیام بودن کودکان، آنها گروه هدف تبلیغ به حساب نمی‌آیند. برای مثال در تبلیغ شیرخشک بچه، مخاطب والدین او هستند، اما وقتی تنقلات مورد توجه کودکان با مثال شهرسازی تبلیغ می‌شود، خود کودک، مخاطب قرار می‌گیرد.» محققان معتقدند تبلیغات به صورت ناخودآگاه از جهت روانی روی کودکان تاثیرات زیادی دارد؛ اثراتی که شاید به ظاهر به چشم نیاید و متوجه آن نشویم. ولی این تاثیرات روی شخصیت کودک که در حال شکل‌گیری است جای پیدا می‌کند و در نتیجه عوارض آن در بزرگسالی خود را نشان می‌دهد. تبلیغات تلویزیونی روی سلیقه کودکان تا ۱۱ ساله و رضایت‌مندی آنها از زندگی تاثیر می‌گذارد. کودکان ناراضی از شرایط زندگی، نسبت به تبلیغات آسیب‌پذیر هستند و تصور می‌کنند داشتن آنچه تبلیغ می‌شود، باعث خوشبختی آنها خواهد شد. محمود سلیمان، از برنامه‌سازان کودک در گفت‌وگو با ایسنا درباره تاثیر تبلیغات روی مخاطبان کودک و نوجوان ضمن اشاره به یکی از تبلیغات

دست مدیران شبکه نیست و کمترین دخل و تصرفی در آنها هم با جریمه مواجه می‌شود. در این شرایط باید از نمایندگان مجلس بخواهیم که در زمان تعیین بودجه سالانه برای سازمان صداوسیما حتماً پخش آگهی‌های بازرگانی را از شبکه‌هایی که مختص گروه سنی کودک و نوجوان است ممنوع کنند، چرا که صداوسیما طبق قانونی که مجلس مصوب کرده برای تأمین هزینه‌های خود ناگزیر از پخش آگهی‌های تبلیغاتی است.» سرشار در این برنامه با اشاره به انتقادات در زمینه پخش تبلیغات تاکید کرده بود که اساساً ملاحظات تربیتی جدی در این زمینه وجود دارد و گفته بود: «کودکان زیر ۶ سال اساساً تفاوت میان برنامه‌های عادی و تبلیغات بازرگانی در حال پخش از شبکه را متوجه نمی‌شوند و به نوعی همه چیز را باور می‌کنند و هر آنچه را که نمایش داده می‌شود، از والدین خود می‌خواهند. بر همین اساس هم در خیلی از کشورها برای گروه سنی زیر ۶ سال آگهی تبلیغاتی پخش نمی‌شود. برای گروه سنی ۶ تا ۱۲ سال هم ملاحظات بسیاری باید لحاظ شود، به‌عنوان مثال از تبلیغ مستقیم یا تشویق کودک به استفاده از تلفن همراه و ارسال مستقیم پیامک باید جلوگیری به عمل آید.» حالا پس از گذشت سه ماه از آن برنامه این اتفاق افتاده و ظاهراً نیازی به ورود مجلس هم نبوده است.

## چند سوال

باتگاهی به جدول پخش برنامه‌های شبکه نهال و پویا متوجه نکات جالبی درباره تبلیغات می‌شویم. اگر مبنای پخش تبلیغات را روز گذشته در نظر بگیریم، بررسی‌ها نشان می‌دهد در این روز ۴۸ دقیقه آگهی از شبکه کودک پخش شده است. اما تمام اعتراضات خانواده‌ها به خاطر همین مدت زمان نزدیک به ۵۰ نبوده است. در سی ام تیرماه ۹۸ مدت زمانی که آگهی از شبکه کودک پخش شده نزدیک به ۸۹ دقیقه بوده است. جدا از اینکه چنین زمانی برای شبکه کودک زیاد بوده، سوال اینجاست که با حذف این تبلیغات چه اتفاقی برای این شبکه می‌افتد. اگر فرض بگیریم که بخشی از هزینه‌های این شبکه از طریق آگهی‌ها تأمین می‌شود، با حذف آنها، کسری بودجه از کجا تأمین می‌شود؟ منابع مالی شبکه کودک چقدر بوده و حالا به چه عددی رسیده است؟ در سایت بازرگانی صداوسیما برای آبان ماه شبکه پویا، جدول پخش تبلیغات (جدول زیر) دیده می‌شود. آیا این یک ناهماهنگی ساده است یا قرار است جابه‌جایی در تبلیغات انجام شود؟

شبکه پویا آبان ماه ۹۸			
عنوان برنامه	گروه یک	گروه دو	گروه سه
برنامه‌ها از ساعت ۷:۰۰ تا قبل از ۱۳:۰۰	۲۳	۲۵	۱۷
برنامه‌ها از ساعت ۱۳:۰۰ تا انتهای شب	۲۴	۲۱	۱۸

جدول تبلیغات آبان ماه شبکه پویا براساس آنچه در سایت تبلیغات بازرگانی صدا و سیما آمده است

### آگهی مناقصه

دستگاه مناقصه‌گذار: **دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس**  
موضوع مناقصه: خرید دستگاه کروماتوگرافی مایع (HPLC) واجدین شرایط: اشخاص حقوقی  
مهلت مراجعه برای اطلاع از شرایط مناقصه و دریافت اسناد: از مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۱۹ لغایت ۱۳۹۸/۰۸/۱۹ عصر مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۱۹  
تاریخ تحویل پاکت: از ساعت ۸ صبح لغایت ۱۶ عصر مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۱۹  
بابت دریافت اسناد به سایت یا حضور به آدرس زیر مراجعه فرمایید: تهران، بزرگراه فتح، کیلومتر ۲۰، شهر قدس، انتهای بلوار شهید کلهر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس، کمیسیون معاملات، شماره تماس ۰۲۱-۴۶۸۹۶۰۰۰ داخلی ۸۰۱۱  
مدارک مورد نیاز برای دریافت اسناد: اصل کارت ملی، اصل معرفی نامه و فیش واریزی خرید اسناد مناقصه به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال به حساب شماره ۰۱۰۹۱۸۹۸۲۰۰ و شناسه واریز ۰۱۰۹۱۸۹۸۲۰۰ بانک ملی شعبه دانشگاه آزاد اسلامی شهر قدس کد ۲۴۱۶ به نام دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس  
مدارک مورد نیاز در زمان تحویل پاکت: اصل کارت ملی - اصل معرفی نامه دانشگاه در رد یا قبول یک یا همه پیشنهادات مختار می‌باشد.  
پرداخت هزینه‌های آگهی به عهده برنده می‌باشد.  
شرکت در مناقصه به منزله پذیرفتن کلیه شرایط آیین نامه معاملات دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد.  
مبلغ ضمانتنامه شرکت در مناقصه ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال می‌باشد.  
پیمانکار با ایستای دارای برنده طراحی و مونتاژ معتبر از وزارت صنعت، معدن و تجارت باشد.  
پیمانکار با ایستای عضو سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران باشد.  
سایر شرایط و مشخصات موضوع مناقصه در فرم‌های مناقصه مندرج می‌باشد.

### صدای نخبگان، نگاه جوانان FARHIKHTEGAN

روزنامه فرهیختگان WWW.FDN.IR

@farhikhtegandaily

دانشگاهی تیریز با شماره ۲۹۲۰۹۴ مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می‌باشد. از یابنده برگ سبزی و کارت خودرو پژو پارس دوگانه‌سوز مدل ۹۰ به رنگ سفید به شماره موتور ۱۲۴۹۰۲۰۷۹۱۴ و به شماره شاسی NAAN۲۱CAYBK1۳۱۰۲۷ به شماره پلاک پاسداران، دانشگاه آزاد اسلامی ارسال نماید.

مدارک فارغ التحصیلی اینجانب زینب شیخ‌زایی فرزند موسی به شماره شناسنامه ۱۴۳۰ صادره از اهواز در مقطع کارشناسی رشته روانشناسی صادره از واحد دانشگاهی اهواز با شماره ۹۲/۴۳ - ۱۲/۹۲۲۴۴۳ مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می‌باشد. از یابنده تقاضای می‌شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز به نشانی اهواز فلکه کارگر (فرهنگ شهر) خیابان کارگر جنوبی کد پستی ۶۸۸۷۵ - ۶۱۳۴۹ و صندوق پستی ۱۹۱۵ ارسال نماید.

مدارک فارغ التحصیلی اینجانب سروش زبیری فرزند سلیمان به شماره شناسنامه ۳۰۹۳ و کد ملی ۲۸۷۲۲۴۹۰۸۷ صادره از مهاباد در مقطع کارشناسی رشته معماری صادره از واحد

### آگهی تجدید مزایده عمومی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دامغان در نظر دارد ساختمان مجموعه هتل دانش خود شامل هتل، رستوران و یک باب مغازه موجود آن را هر کدام به صورت جداگانه و از طریق برگزاری مزایده عمومی و انعقاد قرارداد اجاره به اشخاص واجد شرایط واگذار نماید. بدین منظور، متقاضیان اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی می‌توانند ظرف مدت ۱۰ روز کاری از تاریخ انتشار آگهی یا واریز مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال بابت دریافت اوراق مزایده هر یک از مکان‌های فوق به حساب شماره ۰۲۱۸۷۶۰۱۸۲۰۰۶ این دانشگاه (قابل واریز در کلیه شعب بانک ملی ایران) و ارائه رسید آن به واحد حقوقی دانشگاه، نسبت به دریافت اوراق مزایده و همچنین بازدید از مکان‌های یاد شده اقدام نمایند. ضمناً شرکت کنندگان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۲۳-۳۵۲۲۵۰۰۱ تماس حاصل نمایند.  
روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دامغان

### آگهی مزایده

دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد در نظر دارد نسبت به انتخاب پیمانکار بوفه و فروشگاه مواد غذایی خود در سال تحصیلی ۹۹-۹۸ طبق شرایط اعلامی از طریق مزایده عمومی اقدام نماید. متقاضیان واجد شرایط و دارای مجوز رسمی و مورد تأیید می‌توانند پس از واریز مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال (غیرقابل استرداد) به حساب شماره ۰۱۰۵۳۷۰۵۳۷۰۰۹ بانک ملی به نام دانشگاه آزاد اسلامی بروجرد نسبت به دریافت اسناد شرکت در مزایده اقدام نمایند و حداکثر به مدت ۷ روز کاری بعد از این آگهی نسبت به تحویل اسناد پیشنهادی خود در دو پاکت «الف» و «ب» به آدرس: بروجرد- میدان نواب- کیلومتر ۳ خیابان یادگار امام- دانشگاه آزاد اسلامی- کدپستی ۶۹۱۵۱۳۶۱۱۱- صندوق پستی ۵۲۸- ساختمان اداری- دفتر حراست دانشگاه اقدام یا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۰۶۶-۴۲۵۱۸۰۱۱ تماس حاصل نمایند.  
میزان سپرده شرکت در مزایده ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب دفتر ذکر می‌باشد. ضمناً هزینه چاپ این آگهی برعهده برنده مزایده است و کمیسیون معاملات نیز در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.  
روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد

### آگهی مزایده

دانشگاه آزاد اسلامی واحد فریدن در نظر دارد بوفه دانشجویی خود را با مشخصات ذیل از طریق برگزاری مزایده عمومی به صورت اجاره به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط واگذار نماید. متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۹۸/۸/۱۱ لغایت ۹۸/۸/۱۱ به مدت ۱۰ روز در ساعات اداری یا مراجعه به دبیرخانه این دانشگاه به نشانی اصفهان، شهرستان فریدن، بلوار دانشگاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فریدن مراجعه و اسناد مزایده را دریافت نمایند.  
\* قیمت پایه اجاره ماهیانه ۲۰۰ هزار تومان به صورت ماهیانه می‌باشد.  
\* دانشگاه در رد یا قبول پیشنهادات واصله دارای اختیارات تام می‌باشد.  
\* پرداخت هزینه‌های آگهی در روزنامه کشوری و استانی برعهده برنده مزایده خواهد بود.  
تلفن تماس: ۰۹۱۳۲۷۱۶۵۸۱۰۰۳۱۵۷۲۲۵۳۳۰  
روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فریدن

### آگهی مناقصه

موضوع: واگذاری انجام امور باغبانی و نگهداری محوطه فضای سبز دانشگاه بدین وسیله به اطلاع می‌رساند **دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان** قصد دارد انجام امور باغبانی و نگهداری محوطه فضای سبز دانشگاه را از طریق مناقصه به اشخاص حقیقی یا حقوقی واجد شرایط واگذار نماید. لذا از کلیه متقاضیان دعوت می‌شود جهت کسب اطلاعات و دریافت مدارک همه‌روزه (به جز ایام تعطیل و پنجشنبه‌ها) به شرح ذیل اقدام یا به دانشگاه مراجعه نمایند  
**مکان و مهلت دریافت مدارک:** مراجعه به سایت دانشگاه به نشانی www.lauk.ac.ir و یا دبیرخانه کمیسیون معاملات دانشگاه واقع در ساختمان اداری شماره یک- از تاریخ درج آگهی لغایت سه شنبه ۹۸/۸/۱۴  
**مهلت و مکان تسلیم پیشنهادات:** تا پایان وقت سه شنبه ۹۸/۸/۱۴- دفتر حراست دانشگاه - ساختمان اداری شماره ۳  
سایر شرایط در اسناد مناقصه مندرج است. دانشگاه در قبول پیشنهادات و انعقاد قرارداد یا رد آنها دارای اختیارات تام می‌باشد و هزینه درج آگهی منتشره در روزنامه سراسری و محلی برعهده برنده مناقصه است.  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان