

مطالعه نشانه‌شناختی برنامه کلاه قرمزی، از منظر رویکرد آموزش اخلاقی

فاطمه نوری‌راد^۱، سیده بهار زند رضوی^۲

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۱/۲۸ تاریخ تایید: ۹۴/۳/۱۸

چکیده

برنامه کلاه قرمزی از جمله پرمخاطب‌ترین برنامه‌های کودک سیماست که مورد استقبال همه اعضای خانواده در گروه‌های سنی مختلف قرار گرفته است. این برنامه در رده تئاتر نمایشی کودک قرار دارد و انتظار می‌رود برای کودک محتوای آموزشی داشته باشد. این مقاله در صدد مطالعه رویکرد آموزش اخلاقی در برنامه کلاه قرمزی است. در این راستا چارچوب نظری مقاله از رویکرد سازنده‌گرایی در علوم تربیتی بهره گرفته است. با توجه به سؤال اصلی، تمامی قسمت‌های برنامه مشاهده و سه سکانس به صورت هدفمند برای تحلیل محتوای کیفی با تکنیک نشانه‌شناسی انتخاب شد که محتوای آنها شامل آموزش امر اخلاقی راستگویی و مسئولیت‌پذیری است. نشانه‌شناسی در این مقاله با توجه به الگوی سلبی و ران کاودری انجام شد. نتایج مقاله حاضر نشان می‌دهد رویکرد آموزشی دریافت شده از روابط بین شخصیت‌ها، زمانی که به عروسک‌های نمایش آموزش داده می‌شود، عمدتاً به رویکرد سازنده‌گرایی نزدیک است. این رویکرد، یادگیرنده محور محسوب می‌شود و به ارتباط و تجربه مستقیم یادگیرنده با جریان آموزش نیاز دارد. اما از آنجایی که تلویزیون رسانه‌ای تعاملی نیست، مسلماً نمی‌تواند از طریق رویکردهای یادگیرنده محور به مخاطبان آموزش اخلاقی دهد. لذا وقتی مخاطبان کلاه قرمزی، «بچه‌های نوی خونه»، مورد خطاب قرار می‌گیرند از توضیح مستقیم استفاده می‌شود. علاوه بر این، مخاطبان مشاهده می‌کنند که در خلال برنامه، برخی رفتارهای شخصیت‌های نمایش تشویق یا تقبیح می‌شود؛ لذا می‌توان گفت در زمینه آموزش به مخاطبان کودک، برنامه به رویکرد یادگیری شناختی - اجتماعی آلبرت باندورا نزدیک‌تر است.

واژگان کلیدی: آموزش ارزش‌های اخلاقی، برنامه تلویزیونی کودک، برنامه کلاه قرمزی، نشانه‌شناسی، سازنده‌گرایی، یادگیری شناختی - اجتماعی.

fateme.noorirad@yahoo.com

B.zandrazavi@hotmail.com

1. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی.

2. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

تلویزیون رسانه بزرگ عصر ما، جامع‌ترین و جذاب‌ترین وسیله ارتباطی به شمار می‌رود. قابلیت تکنولوژیک تلویزیون، چنان است که می‌تواند در مقایسه با سایر رسانه‌ها، محتوایی نزدیک‌تر به زندگی واقعی ارائه کند و اثر بسزایی در شکل‌گیری رفتار اجتماعی و انفرادی انسان‌ها و افزایش آگاهی‌های اجتماعی و دامنه اطلاعات داشته باشد.

کودکان در مقایسه با دیگر مخاطبان تلویزیون، وقت بیشتری صرف دیدن برنامه‌های آن می‌کنند. تعامل کودکان با تلویزیون صرفاً در اختصاص وقت بیشتر برای دیدن برنامه‌های آن منحصر نمی‌شود، بلکه اثرپذیری آنان از تلویزیون، دغدغه‌ای است که ذهن مسئولان و محققان را به خود مشغول کرده است. توسعه تحقیقات علمی پیرامون کودکان و تلویزیون نیز بیشتر مدیون تداوم همین اضطراب عمومی در مورد عوارض جانبی تلویزیون و نفوذ آن در کودکان است؛ به خصوص مجادلات درباره اثرات خشونت تلویزیونی در دوران کودکی که به عنوان دوران بی‌گناهی و آسیب‌پذیری نیاز به مراقبت و حفاظت ویژه دارد (ژائو، ۲۰۱۳: ۱۵-۱).

نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما از کودکان ۳۱ شهر درباره برنامه‌های سیما در بهار ۱۳۹۱ نشان می‌دهد؛ در فصل بهار بینندگان کودک در شهرهای مورد بررسی به طور متوسط سه ساعت و ۱۳ دقیقه در شبانه‌روز برنامه‌های سیما را تماشا کرده‌اند. بر اساس این نظرسنجی؛ «انجام دادن کارهای خوب» (مانند گوش دادن به حرف پدر و مادر، کمک کردن به پدر و مادر و دیگران، احترام گذاشتن به پدر و مادر و بزرگ‌ترها و...) (۳۶٪)، «انجام ندادن رفتارهای ناپسند» (مانند دروغ نگفتن، دزدی نکردن، خیرچینی نکردن، تهمت نزدن و...) (۲۹٪)، «ادب و خوش اخلاقی» (۲۸٪)، «یاد گرفتن شعر و قصه» (۲۵٪)، «رعایت بهداشت شخصی» (۱۹٪)، «یاد گرفتن بازی و کاردستی و ورزش» (۱۸٪)، «نظم و ترتیب در کارها» (۱۱٪)، «سلام کردن به بزرگ‌ترها»، «آداب غذا خوردن»، «زیبا و درست صحبت کردن» (هرکدام ۷٪)، «درست کردن کاردستی» (۶٪)، «شجاع بودن» (۴٪) و «نقاشی کشیدن» (۳٪) از عمده‌ترین آموزه‌هایی هستند که بینندگان کودک در شهرهای مورد بررسی از برنامه‌های کودک سیما در فصل بهار یاد گرفته‌اند. چهار درصد نیز گفته‌اند که از برنامه‌های کودک سیما چیزی نیاموخته‌اند و نه درصد نیز پاسخ «نمی‌دانم» داده‌اند (فلاح نژاد، ۱۳۹۱).

علاوه بر این یکی از محورهای اولویت‌های برنامه‌سازی سازمان صداوسیما که در قالب منشور «افق رسانه» بیان شده است؛ تبیین و ترویج فضیلت‌های اخلاقی در جامعه نظیر: انضباط اجتماعی، وجدان کاری، نظم و برنامه‌ریزی، ادب اجتماعی، ادب در محیط خانواده، احترام به والدین، احترام به معلم، احترام به حق دیگران، امانت‌داری، درستکاری، احساس مسئولیت، اعتماد به نفس ملی، حفظ کرامت انسانی، حق‌طلبی، زیبایی‌طلبی، نفی مصرف‌زدگی، حیا و

عفت فردی و اجتماعی می‌باشد (سایت حوزه ریاست صدا و سیما).
 براین اساس می‌توان گفت برنامه‌های کودک صدا و سیما ایران مخاطبان فراگیر دارد. همچنین آموزش فضائل اخلاقی را در اولویت برنامه‌سازی خود قرار داده است. لکن باید مد نظر داشت صرف اولویت قرار دادن آموزش اخلاقی، در ترویج و کاربست فضائل اخلاقی در مخاطبان مؤثر نمی‌باشد چراکه «اگر رعایت اصول اخلاقی تنها با دانستن قوانین و اطلاع از آنها عملی می‌شد، آن وقت آموزش‌های اخلاقی شامل رشد خودآگاهی و وجدان در کودکان بود تا این امکان را برایشان فراهم کند که قوانین اخلاقی را به خوبی و بدون چون و چرا به کار بندند. اما آموزش اخلاقیات امر چندان ساده‌ای نیست. نه به‌طور روشن برای تمام موقعیت‌ها قانون وجود دارد و نه روشن است به کار بستن بدون چون و چرای آن قوانین نقشی در رشد کودک داشته باشد. در نتیجه کودک باید مجهز به سلاح تطبیق با موقعیت‌های فاقد رهنمود مشخص باشد. موقعیت‌هایی که در هر حال انتخاب فرد را می‌طلبد و فرد در مقابل انتخاب خود مسئول است» (شلیفر و مارتینی، ۱۳۸۸: ۵۳). این موضوع اهمیت پرداختن به چگونگی این آموزش‌ها در برنامه‌های تلویزیون را برجسته می‌کند. تقویت رشد اخلاقی در کودکان، بهترین فرصت برای قرار دادن آنان در مسیر درست است اما نمی‌شود خوب بودن را به آنان تحمیل کرد. بنابراین، بهتر است به کودکان درک صحیحی از مفاهیم و ارزش‌های اخلاقی داد و به ایشان برای داشتن یک قضاوت و تشخیص صحیح کمک کرد و انتخاب را به خودشان سپرد.
 بری گونتر و جیل مک‌آلر معتقدند، گزارش‌های والدین درباره تماشای تلویزیون توسط کودکان نشان می‌دهد که تماشای مداوم تلویزیون در کودکان، بین سنین ۲ و ۳ شروع می‌شود (گونتر و مک‌آلیر، ۲۰۰۵: ۴). کودکان معمولاً از دوسالگی تماشای برنامه کودک را شروع می‌کنند، در سن شش سالگی اغلب آنها؛ یعنی ۹۰ درصد به تلویزیون عادت کرده‌اند. انگیزه کودکان از نشستن پای تلویزیون با خواست بزرگترها متفاوت است، کودکان ضمن اینکه طالب سرگرمی هستند غالباً برای فهمیدن دنیای اطراف به تماشای تلویزیون می‌نشینند (کندری، ۱۳۷۴: ۳۴). کودکان در سال‌های نخستین زندگی خود این آمادگی را دارند تا مطالب بسیاری درباره زندگی و جهان پیرامون خود بیاموزند. تلویزیون با ویژگی‌های خاصی مانند جذابیت‌های تصویری و جاذبه‌های حرکتی و ... منبعی مهم برای یادگیری است (گونتر و مک‌آلیر، ۲۰۰۵: ۱۹).

اخلاقیات و ارزش‌های مثبت اجتماعی از جمله مهم‌ترین مواردی است که بایستی کودکان بیاموزند چرا که کودکان امروز در شکل‌گیری جامعه فردا، نقش کلیدی ایفا می‌کنند و می‌توانند هنجارها و ناهنجاری‌های اخلاقی و رفتاری اجتماعی را از تلویزیون آموخته و آن را در نهادهایی چون خانواده و مدرسه به کار برند و با رسیدن به سن تشکیل خانواده اینگونه رفتارها را در نهاد

خانواده خود باز تولید کنند. عموماً از جمله اهداف برنامه تلویزیون براساس سیاست‌گذاری و الویت برنامه‌های آن تربیت اخلاقی، کمک به کودکان برای درک امر اخلاقی به شکلی دقیق و رسیدن به یک قضاوت اخلاقی صحیح است. دستیابی به این مهم، دقت و حساسیت بسیار می‌طلبد چرا که اتخاذ رویکرد نامناسب آموزشی، آسیب‌زاتر از عدم آموزش آن اصول است. «صرف گفتن بایدها و نبایدهای اخلاقی بدون توجه به شرایط وقوع، توانایی درک کودک و پیچیدگی‌های امر اخلاقی، برای کودک سردرگمی ایجاد می‌کند در نتیجه آموزش اخلاقی که مد نظر سیاست‌گذاران امر تولید است محقق نمی‌شود. صرف اصرار بر «رفتار درست» اکثر اوقات اشتباه است، اگر در زمان کودکی به بچه‌ها توضیح کافی برای نوع رفتارشان داده نشود دیر یا زود کودک ظاهراً مؤدب تبدیل به نوجوانی بی‌ادب می‌شود» (شلیفر و مارتینی، ۱۳۸۸: ۱۲۰).

در این راستا، برنامه کلاه قرمزی در نوروز ۹۲ به عنوان برنامه برگزیده صدا و سیما انتخاب شد و همچنین در زمره پر بیننده‌ترین برنامه کودک قرار داشته است و طبق نظر سنجی مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما، در مجموع ۸۷ درصد از پاسخگویان کودک و نوجوان به نحوی بیننده برنامه‌های سیما در ایام نوروز بوده‌اند (رضا اسمی، ۱۳۹۱). از آنجا که در ایام تعطیل نوروز کودکان زمان بیشتری را برای تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند، بر آن شدیم که این برنامه را به عنوان نمونه‌ای از برنامه‌های کودک تلویزیون از منظر شیوه‌های آموزش امر اخلاقی تحلیل کنیم. اصول و مبانی اخلاقی با مفاهیمی چون احترام به پدر و مادر، مهربانی، همدلی، شجاعت، راستگویی و مسئولیت‌پذیری پیوند جدایی‌ناپذیری دارد؛ و فراگیری این اصول در رشد و تحول اخلاقی و سلامت جوامع مؤثر است. تحلیل شیوه‌های آموزش امر اخلاقی هرچند ممکن است ما را به بهترین شیوه آموزش رهنمون نسازد اما می‌تواند ناکارایی و نادرستی برخی روش‌ها را نشان دهد.

اغلب پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، محتوای برنامه‌های کودک را تحلیل و میزان پرداختن آنها به فضائل اخلاقی را بررسی کرده‌اند. لذا وجه نوآورانه این مقاله مطالعه و تحلیل رویکرد آموزشی در محتوای برنامه کودک می‌باشد؛ اینکه برنامه چگونه امر اخلاقی را آموزش می‌دهد و روش تربیتی آن چگونه است، نه اینکه محتوای برنامه تا چه میزان بر کودکان اثر گذاشته است. لذا هدف اصلی این مقاله، مطالعه شیوه‌های آموزش امر اخلاقی آموزش در روابط میان شخصیت‌های برنامه کلاه قرمزی است.

مروری بر ادبیات و مفاهیم

تعریف مفاهیم

اخلاق و چگونگی زیست اخلاقی از مهم‌ترین، مناقشه برانگیزترین و زنده‌ترین حوزه‌های بحث معاصر است. به دلیل اهمیت و نقش غیرقابل انکار اخلاق در رفتارهای فردی، مناسبات اجتماعی و حتی روابط بین‌المللی، رشته‌ها و تخصص‌های گوناگونی به پژوهش درباره آن مشغول‌اند. آنچه امروز از اخلاق مراد می‌شود، بسیار متفاوت از دیدگاه‌های سنتی است که مطابق با آن نقش و کارکرد اخلاق محدود به دستور العمل‌ها و اوامری خشک و غیر قابل چون و چرا بود. همچنین عالمان علم اخلاق، دیگر از نقش مرشد و راهنما خارج شده و وظیفه خود را صرفاً ارائه توصیه‌های اخلاقی نمی‌دانند. بر این اساس، مسئله اساسی مقاله که نیاز به شفاف‌سازی دارد این است که: با اخلاق بودن یعنی چه؟ «اخلاق درمعنای حداقلی عبارت است از تلاش برای قرار دادن رفتار خود تحت هدایت عقل، یعنی کاری را انجام دهیم که مناسب‌ترین دلایل برای انجام آن وجود دارد» (ریچلز، ۱۳۸۷: ۳۰). افراد مختلف اخلاقی بودن را به اشکال مختلف می‌بینند؛ برای عده‌ای عمل اخلاقی به هیچ‌وجه موضوعی فکری یا تأملی نیست؛ به نظر ایشان اخلاق مسئله وجدان، تکلیف یا عشق است. از سوی دیگر، عده‌ای به شدت منطلق را ارج می‌نهند و می‌خواهند همه تصمیمات اخلاقی را به منزله نتیجه از مقدمات استنتاج کنند. مربی که موضع اول را اتخاذ می‌کند به این نتیجه می‌رسد که مسائل بسیاری برای آموزش ندارد، او فقط می‌تواند تلقین کند، نمونه‌هایی ارائه دهد یا موعظه کند. ایشان از قبل پاسخ‌ها را می‌دانند و می‌خواهند کودکان به آنچه آنها باور دارند، ایمان بیاورند. مربی که سعی می‌کند مسائل اخلاقی را با برهان منطقی حل کند ممکن است بیشتر موجه باشد، چراکه از نظر او همه مسائل اخلاقی جنبه‌هایی دارند که به تحلیل منطقی ختم می‌شود و هدف تربیت اخلاقی کمک به کودکان برای درک صحیح موقعیت‌ها و صدور احکام اخلاقی مناسب است (لیپمن، ۱۳۹۴: ۲۰-۱۸).

فلاسفه در قالب رویکردهایی چون خودگرایی اخلاقی^۱، فایده‌گرایی^۲، رویکرد اصول اخلاقی^۳،

1. با اخلاق در این رویکرد به این معنا است که هر شخص باید هر لحظه کاری را که به بهترین وجه منافع او را تأمین می‌کند، انجام دهد.

2. عمل اخلاقی را کاری می‌دانند که بیشترین خشنودی را برای حداکثر تعداد افراد تأمین کند.

3. عمل اخلاقی را پیروی از قواعدی می‌دانند که جهان شمول‌اند یعنی همه کس در هر زمان و هر شرایط از آن پیروی می‌کند.

نظریه قرارداد اجتماعی^۱، اخلاق متکی بر دین و اخلاق فضیلت‌گرا به این سؤال که با اخلاق بودن یعنی چه پاسخ داده‌اند (ریچلز، ۱۳۸۷: ۲۴۱).

آنچه در این تحقیق مبنای کار قرار گرفته رویکرد اخلاق فضیلت‌گرا است؛ اخلاق به عنوان فضائل و ارزش‌های اخلاقی که رابطه نزدیکی با احساسات نیز دارند. در این رویکرد برای درک اخلاق باید فهمید چه چیزهایی شخص را با فضیلت می‌کند، از این رو فضائل را مواد موضوع بحث اخلاقی می‌داند. این دیدگاه برگرفته از نظر ارسطو و پیروانش است که سعی دارند ویژگی‌های انسان با اخلاق را تعریف کنند. بر اساس نظر آنها، فضیلت خصوصیتی از شخصیت است که در اعمال مادی و معمولی تجلی می‌یابد و داشتن آن برای شخص خوب است. پس این رویکرد، اخلاقیات را پرورش فضائل اخلاقی می‌داند که مشخصه انسان خوب هستند. تعلیم و تربیت اخلاقی نیز همان پرورش گرایش‌ها و فضائل اخلاقی به شمار می‌آید. رویکرد فضیلت به اخلاق بر این پیش فرض استوار است که ویژگی‌های آرمانی خاصی وجود دارد که باید در راه تحقق آن کوشید چرا که رشد کمالات انسانی را ممکن می‌سازد. در این رویکرد عقل سلیم اخلاق را تعریف می‌کند، افراد فضائل را اخلاقی می‌دانند که حس مشترک^۲ درباره آنها وجود دارد. فضائل، نگرش و یا ویژگی‌های شخصیتی است که ما را قادر می‌سازد به شیوه‌ای عمل کنیم که راه دستیابی به بالاترین پتانسیل وجودیمان را توسعه دهیم. صداقت، شجاعت، محبت، سخاوت، وفاداری، امانت، انصاف، خود کنترلی، مسئولیت‌پذیری و... همه نمونه‌هایی از فضائل است. فضائل مانند عادات هستند؛ زمانی به دست آورده شوند، به جزئی از ویژگی‌های یک فرد تبدیل می‌شوند (ولاسکوئیز و همکاران، ۱۹۹۶: ۵-۲).

در این مقاله صرفاً آموزش امور اخلاقی چون مسئولیت‌پذیری و راست‌گویی محور بررسی قرار می‌گیرند که از جمله فضائل اخلاقی محسوب می‌شوند و در این برنامه با مثال‌های عینی و ملموس مورد توجه بوده‌اند و در بین قسمت‌های مشاهده شده به نحوی بر آنها تأکید شده و از منابع مرجع آموزش اخلاقی در برنامه بوده است. افزون بر این مسئولیت‌پذیری و راست‌گویی از جمله فضائل اخلاقی اجتماعی است و برای شهروندی اخلاقی بودن لازم است. «هرکدام از این فضائل ارزش‌ها و ضدارزش‌های مرتبط را در برمی‌گیرد. برای مثال راست‌گویی شامل اطمینان، حقیقت، دروغ‌گویی، تقلب، دزدی، وفای به عهد، تدبیر، ریاکاری، طعنه و کنایه، و شوخ طبعی می‌شود. و مسئولیت‌پذیری شامل موضوعاتی چون مسئول دانستن و ملامت کردن، تحسین کردن، پاداش دادن، تنبیه کردن، استقلال عمل و اطاعت و فرمانبرداری می‌شود» (شلیفر و

1. کار اخلاقی آن است که از قواعدی پیروی کنیم که افراد متعلق علاقه‌مند به منافع خود بتوانند جهت تأمین منافع متقابل بر سر وضع آنها توافق کنند.

2. common sense

مارتینی، ۱۳۸۸: ۱۲۰). که در برنامه شاهد مدلول‌های بسیاری از این موارد بوده‌ایم.

مبانی نظری

در این بخش قصد داریم از خلال مرور اجمالی رویکرد شناختی- اجتماعی و سازنده‌گرایی درباره اخلاق، نحوه شکل‌گیری و رشد قوای اخلاقی به مؤلفه‌ها و ویژگی‌های هرکدام از این رویکردها برای آموزش اخلاقی برسیم و بر اساس آن بتوانیم تحلیل نهایی از برنامه را ارائه دهیم.

الف) نظریه یادگیری شناختی- اجتماعی^۱ باندورا^۲

نظریه باندورا در ابتدا جزء نظریه‌های روانشناسی رفتاری محسوب می‌شد اما با گذشت زمان به تدریج صورت شناختی به خود گرفت.

از شباهت‌های باندورا و نظریه‌های رفتاری این است که هر دو مفاهیم تقویت و تنبیه را مورد استفاده قرار می‌دهند و در ضمن هر دو به عوامل کنترل کننده رفتار باور دارند. ولی از نظر وی کنترل رفتار به صورت الگویی از سه عامل است؛ عوامل شخصی (باورها، انتظارات، نگرش‌ها، دانش، راهبردها)، رویداد محیطی (فیزیکی و اجتماعی) و رفتارهای (عملی و کلامی) فرد با یکدیگر تأثیر متقابل دارند (سیف، ۱۳۸۸: ۱۶۶ و ۱۶۷).

در نظریه یادگیری اجتماعی باندورا یادگیرنده از طریق مشاهده رفتار دیگران به یادگیری می‌پردازد. کودک وقتی رفتار کسی را مشاهده می‌کند که برای انجام رفتار پاداش یا تقویت دریافت می‌نماید، آن رفتار توسط کودک آموخته می‌شود. به این نوع پاداش یا تقویت؛ تقویت‌ جانشین^۳ می‌گویند. علاوه بر این در یادگیری از راه مشاهده، تنبیه جانشین هم مؤثر است. بنابراین کودک بسیاری از کنش‌های اخلاقی خود را از مشاهده رفتار سرمشق‌های موجود و تقلید آن یاد می‌گیرد (شیخ رضایی، ۱۳۸۹: ۴۳).

ب) رویکرد سازنده‌گرایی^۴

دیدگاه‌های سازنده‌گرایی از پژوهش‌های پیاژه^۵، ویگوستکی، روانشناسان گشتالت و نیز فلسفه پرورشی جان دیویی سرچشمه می‌گیرد؛ که همه آنها بر نقش فعال یادگیرنده در درک و فهم و ساختن دانش تأکید کرده‌اند. در این رویکرد، آموزش، فرصت‌هایی را در اختیار یادگیرندگان

1. social-cognitive
2. Bandura
3. vicarious reinforcement
4. constructivism
5. Piaget

می‌گذارد تا خود آنان به طور فعال و از طریق تجارب دست اول به درک و فهم برسند و دانش را بسازند (سیف، ۱۳۹۰: ۲۱۱). در ادامه مقاله به رویکرد سازنده‌گرایی شناختی (پیاژه) و سازنده‌گرایی اجتماعی (ویگوستکی) می‌پردازد که درباره شکل‌گیری قوای اخلاقی سخن گفته‌اند.

سازنده‌گرایی شناختی

از مهم‌ترین نظریات مطرح در حوزه رشد اخلاقی، دیدگاه سازنده‌گرایی شناختی پیاژه است، از نظر وی رشد شناختی/ اخلاقی از طریق تعامل فعال فرد با محیط اطرافش و از طریق مواجهه با چالش‌هایی که محیط برای او فراهم می‌آورد، حاصل می‌شود. ژان پیاژه تحقیقات خود را در فرایند رشد اخلاقی بر تبیین نحوه قبول و توسعه معیارهای اخلاقی متمرکز ساخت. وی معتقد بود رشد اخلاقی یا هوش انسان در جریان زنجیره‌ای از مراحل کیفی ممتاز از یکدیگر تحقق می‌یابد. قضاوت‌های اخلاقی نیز بر مبنای مراحل تکامل می‌یابد که متناسب با تحولات «شناختی» است (اسناری، ۲۰۰۸: ۵۶-۵۵). پیروان نظریه سازنده‌گرایی وابسته به پیاژه هدف آموزش و پرورش را حمایت از نیازها و علاقه‌های کودکان می‌دانند، زیرا بر این باورند که یادگیری عمدتاً یک اقدام فردی است (سیف، ۱۳۹۰: ۲۱۳).

از نظر پیاژه رشد مفاهیم اخلاقی در کودکان دارای توالی ثابت و نامتغیر است که از یک مرحله اولیه که مرحله واقع‌نگری اخلاقی نام دارد آغاز می‌شود و پس از چند سال به یک مرحله کامل‌تر به نام اخلاق توافقی و یا اخلاق خودگردان منتقل می‌شود و هیچ‌کس قادر نیست بدون طی مرحله اول به مرحله کامل‌تر یا پس از آن راه یابد. شیوع مرحله اول، اندیشه اخلاقی در کودکانی است که در سنین بین چهار تا هفت سال قرار دارند. مرحله بعدی بیشتر در کودکان نه سال به بالا آغاز می‌شود. کودکان هفت تا ۱۰ ساله در یک مرحله انتقالی بین دو مرحله قرار دارند و اشکالی از تفکر دو مرحله را از خود بروز می‌دهند (محمدزاده وحدتی، ۱۳۸۹: ۱۲۰).

در این رویکرد، مواجهه مستقیم و شخصی کودک با موقعیت‌هایی که در آن مسئله اخلاقی طرح شده یا فردی به خاطر رفتار خود مستوجب پاداش یا تنبیه گردیده، به عنوان یکی از راه‌های مؤثر در شکل‌گیری شخصیت اخلاقی کودک است. این مواجهه کردن کودک با موقعیت‌ها و اتفاقات به رشد روانی کودک یاری می‌کند. کار مستقیم با اشیاء (بگذار کودک خود انجام دهد حتی اگر بد انجام دهد)؛ کمک می‌کند تا مفاهیم در ذهنش شکل بگیرد. بازتاب کنش کودک نشان‌دهنده رشد کودک است (یوسفی، ۱۳۸۹: ۱۷۸).

سازنده‌گرایی اجتماعی

ویگوتسکی^۱ برخلاف پیازه، یادگیری را مقدم بر رشد می‌داندست و معتقد بود که چنانچه افراد دانیایی مانند پدر، مادر، معلم، همکلاسی، کودک را در یادگیری همراهی و یاری کنند توانایی یادگیری در کودک بیشتر می‌شود (فیشر، ۱۳۸۶: ۱۴۰). وی در شرح تفاوت دیدگاه خود با پیازه می‌گوید: «اختلاف نظر ما با پیازه تنها در پیرامون یک نکته بس مهم دور می‌زند. پیازه چنین فرض می‌کند که رشد و آموزش دو فرایند نامتجانس و کاملاً جدا هستند و وظیفه آموزش صرفاً آشنا ساختن کودک با روش‌های تفکر بزرگسالان است که با روش‌های تفکر کودک در ستیز بوده و سرانجام جایگزین آن‌ها می‌شوند. بررسی تفکر کودک، جدا از تأثیر آموزش، هم چنان که پیازه این کار را انجام داده، موجب می‌شود که منشاء بسیار مهمی از تغییر نادیده گرفته شود و مانع از آن می‌گردد پژوهشگر موضوع تأثیر متقابل رشد و آموزش ویژه هر مقطع سنی را مطرح سازد. ما در برخورد با این مسئله توجه خود را به این تأثیر متقابل (رشد و آموزش) معطوف داشتیم و با کسب آگاهی از پیوندهای پیچیده درونی بین مفاهیم خودبه‌خودی و علمی، امید داریم که پژوهش‌های تطبیقی در آینده، وابستگی متقابل این دو فرایند را بیشتر روشن سازد و انتظار داریم دامنه این پژوهش‌ها در رابطه با رشد و آموزش به سطوح پایین‌تر سنی نیز کشیده شود» (ویگوتسکی، ۱۳۸۱: ۱۷۹). درحالی که پیازه کودک را به صورت یک دانشمند کوچک توصیف می‌کند که عمدتاً به تنهایی جهان هستی را می‌سازد و می‌فهمد. ویگوتسکی بر این باور است که رشد شناختی کودک عموماً به مردمی که در دنیای او زندگی می‌کنند وابسته است. دانش‌ها، اندیشه‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های فرد در تعامل با دیگران تحول می‌یابند (ولفلک به نقل از سیف، ۱۳۹۰: ۹۴).

ویگوتسکی بر نحوه‌ای که فرهنگ و ارزش به نسل بعد انتقال می‌یابد تمرکز می‌کند. برای آنکه کودکان شیوه‌های رفتار را یاد بگیرند ضروری است با اعضای آگاه‌تر جامعه گفت و گو کنند. در این دیدگاه جامعه و فرهنگ در تولید و انتقال ارزش اخلاقی اهمیت بسیاری دارند و نقش واسطه برای آموزش اخلاقی دارند (شیخ رضایی، ۱۳۸۹: ۴۴).

ویگوتسکی نسبت به تأثیر آموزش بر رشد شناختی، نظری خوشبینانه دارد. اندیشه حوزه تقریبی رشد مشوق این تصور است که آموزش باید پیش از رشد بیاید؛ زیرا اگر آموزش بر مرحله فراتر از مرحله کنونی رشد تأکید کند، موفق است. با توجه به نظریه ویگوتسکی در رابطه با آموزش می‌توان به آموزش‌دهندگان سفارش کرد که کودکان را به حرف زدن با خود تشویق کنند (سیف، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

از نگاه ویگوتسکی یکی از راه‌های ایده‌آل برای تقویت رشد شناختی و اخلاقی کودک، استفاده از بازی وانمودی^۱ است یعنی کودک در نقش خاصی فرو می‌رود و چنان عمل می‌کند که گویی واقعا صاحب آن نقش است. برای مثال کودکی که وانمود می‌کند در حال شیر دادن به عروسکش است بازی وانمودی انجام می‌دهد زیرا چنین وانمود می‌کند که گویی او مادر است و عروسک فرزندش، از طریق این بازی‌های وانمودی است که کودک در موقعیت‌های خیالی قرار می‌گیرد و از طریق فرو رفتن در نقش‌های مختلف قواعد، هنجارها و اصول اجتماعی را می‌آموزد و به آنها عمل می‌کند (شیخ رضایی، ۱۳۸۹: ۴۴).

در بازی‌های اولیه دوران کودکی هویت اخلاقی شکل می‌گیرد؛ در بازی کودک-والد^۲، بازی قهرمانانه^۳، ادمیستون در کتاب «شکل‌گیری هویت اخلاقی در بازی‌های دوران کودکی» از طریق مثال‌های قانع‌کننده نشان می‌دهد که چرا و چگونه بزرگسالان باید با فرزندان خود بازی کنند تا برای آنها یک کارگاه زندگی پدید آید. ادمیسون بسیاری از فرضیه‌های رایج در مورد بازی و پیشرفت روانی را ارائه می‌دهد تا نشان دهد چگونه بازی وانمودی کودک-والد می‌تواند چیزی که او «هویت اخلاقی» می‌نامد، شکل دهد. بازی وانمودی می‌تواند فضای زیبای اجتماعی خلق کند. فضایی که در آن کودکان و والدین درک متقابلی بسازند و در گذر زمان هویت اخلاقی را ساخته و شکل دهند. این رویکرد، بزرگسالان را تشویق می‌کند که هم علاقه کودکان را به تجربه‌کردن مرزهای زندگی و مرگ در تخیل تشویق کنند و هم با کودکان در سفر متحول‌کننده‌شان به مناطق ناشناخته همراه شوند. بازی با کودکان فضاهایی را برای گوش دادن و گفت‌وگو جدی بر سر موضوعات اخلاقی که کودک در برخورد با دیگرانی که کودک می‌تواند تصور کند فراهم می‌کند (یعنی بازی با کودکان فرصت گفت‌وگو و شنود فعال را فراهم می‌کند، به طوری که می‌توان در این فضاها بر سر موضوعات که کودک اغلب در تخیل خود با آنها مواجه می‌شود بر پایه اصول اخلاقی گفت‌وگو کرد) (ادمیستون، ۲۰۰۸: ۱۷۵).

بر این اساس، یکی از روش‌های یادگیرنده محور در دیدگاه سازنده‌گرایی، آموزش به کمک بحث گروهی است؛ یعنی فراهم آوردن موقعیتی که در آن یادگیرندگان با همدیگر یا یادگیرندگان با معلم به گفت‌وگو می‌پردازند تا اندیشه و عقاید را با هم مبادله کنند یا به کمک هم به حل مسئله بپردازند. بنابراین بحث گروهی روشی است برای تحریک اندیشیدن، به چالش کشیدن نگرش‌ها، باورها و پرورش مهارت‌های بین فردی (سیف، ۱۳۹۰: ۵۲۵). که از این روش برای آموزش ارزش‌های اخلاقی به کودکان می‌توان بهره گرفت.

1. pretend play
2. child-adult play
3. superhero play

در نهایت می‌توان گفت از عوامل مؤثر در رشد شناختی/ اخلاقی کودکان در این نظریه، تعامل اجتماعی و راهنمایی و کمک بزرگترها می‌باشد.

بنابراین، در رویکرد یادگیری اجتماعی باندورا، هدف آموزش اخلاقی بازآفرینی رفتار مشاهده شده می‌باشد، بر اساس این رویکرد، دو مؤلفه سرمشق‌دهی اخلاقی و تقویت رفتار اخلاقی بیش از همه در یادگیری رفتارهای اخلاقی مؤثراند. مهم‌ترین روش یادگیری در این الگو مشاهده و به یاد سپاری و بازآفرینی رفتار اخلاقی است. آموزش‌دهندگان به عنوان سرمشق‌های اخلاقی برای کودکان مطرح می‌شوند. و کودکی که یادگیرنده آموزش اخلاقی است، تقلیدکننده سرمشق‌ها و الگوهای آموخته شده می‌باشد.

در رویکرد سازنده‌گرایی شناختی پیاز، مواجهه کودک با محیط پیرامون چالش اخلاقی برای او ایجاد می‌کند و تلاش کودک برای درگیری با این چالش‌ها و دوراهی‌های اخلاقی موجب رشد اخلاقی و آموزش امر اخلاقی به وی می‌شود (چالش می‌ان کودک با خودش، کودک با سایر افراد، کودک و محیط پیرامون). آموزش‌دهندگان در این رویکرد صرفاً کودکان را راهنمایی می‌کنند و تسهیل‌کننده یادگیریشان‌اند. و کودکی که یادگیرنده آموزش اخلاقی است، سازنده فعال (در درون ذهن) اندیشه‌ورز، توضیح‌دهنده، تفسیرکننده، پرسشگر می‌باشد.

در رویکرد سازنده‌گرایی ویگوستکی، آموزش امر اخلاقی با کمک یادگیرندگان صورت می‌گیرد، در این رویکرد از موقعیت‌های فرضی و بازی‌های وانمودی استفاده می‌شود تا از طریق آن کودک در موقعیت‌های اخلاقی قرار گیرد و درباره خوب و بد رفتارهای خود و دیگران و یا پاداش و تنبیه مناسب برای رفتارها نظر دهد. آموزش‌دهندگان در این رویکرد تسهیل‌کننده و راهنمای یادگیری کودکان و با او به گفت‌وگو می‌نشینند. کودکی که یادگیرنده آموزش اخلاقی است، سازنده فعال با خود و دیگران، اندیشه‌ورز فعال، توضیح‌دهنده، تفسیرکننده، مشارکت‌کننده فعال اجتماعی می‌باشد.

روش پژوهش

نشانه‌شناسی از جمله روش‌های کیفی است که در پی فهم معنای یک پدیده است نه یافتن روابط علی- معلولی و اثبات ادعا. در تحلیل نشانه‌شناسی، تفکیک موقتی و اختیاری بین محتوا و نشانه قائل می‌شویم و سپس تمام توجه خود را معطوف به نظام نشانه‌هایی می‌کنیم که متن ما را می‌سازد (آسابرگر، ۱۳۸: ۲۲). در واقع ما در این مقاله به دنبال بررسی مدلول (ارجاعات اخلاقی) دال‌هایی که در برنامه کلاه قرمزی مشاهده کرده‌ایم، می‌باشیم. در این تحقیق ۱۸ قسمت برنامه نوروز ۹۲ کلاه قرمزی مشاهده و بررسی شد و سه قسمت به عنوان نمونه مرتبط که حاوی ارزش‌های اخلاقی صداقت و مسئولیت‌پذیری بود، شناسایی شد. سپس سکانس‌های

مد نظر با الگوی سلبی و کاودری نشانه‌شناسی شد. در تحلیل نشانه‌شناسی با الگوی سلبی و کاودری پنج عرصه راهگشا وجود دارد که ضروری است برای آمادگی جهت تحلیل هر متن رسانه‌ای بررسی شوند، این عرصه‌ها عبارتند از: سازه، مخاطب، روایت، رده بندی، عوامل تولید.

یافته‌ها

از آنجایی که مخاطب، رده‌بندی و عوامل تولید در سکانس‌های انتخاب شده یکسان می‌باشند، به ذکر توضیحات کلی در خصوص آنان در ابتدای تحلیل اکتفا می‌شود.

مخاطب: یکی از ویژگی‌های مهم کودکان شناخت محدود آنها از کلیه جنبه‌های مادی و اجتماعی است که در آن زندگی می‌کنند. مهم‌ترین بخش فراگیری در دوران کودکی اتفاق می‌افتد. زیرا کودکی دورانی است که افراد باید چیزهایی را که عمل به آنها در حیطه فرهنگشان لازم است، یاد بگیرند. این احتمال که شناخت ناقص کودکان از جهان مادی و اجتماعی بتواند کودکان را به برداشت نادرست، ارزیابی نابجا و فراگیری غلط از تلویزیون سوق دهد به دلیل آمادگی آنان برای فراگیری تشدید می‌شود. کودکان آشکارا کنجکاو و مشتاق فراگیری‌اند. بچه‌ها اساساً در برابر تلویزیون نقشی پذیرا دارند، تلویزیون را همچون فردی می‌دانند که هر لحظه می‌تواند برایشان داستانی نقل نماید، آنها را سرگرم کند. حال آنکه والدینشان همواره در اختیار آنها نیستند (کازنو، ۱۳۸۷: ۱۳۶). همه این‌ها حاکی از اهمیت و تأثیرگذاری بیشتر برنامه کلاه قرمزی بر گروه مخاطبان هدفش است. البته شایان ذکر است که این برنامه صرفاً برای مخاطب کودک طراحی نشده و با توجه به زمان پخش و بعضی از شخصیت‌پردازی‌ها و دیالوگ‌ها مثل گفت‌وگوهای دو نفره آقای مجری و فامیل دور قسمت ششم، سکانس چهارم دقیقه ۲۰ و ۴۵ ثانیه (در انتقاد به صحبت‌های پخش شده از رادیو در مورد واژه «دور» صحبت می‌کنند) یا قسمت ۱۶ سکانس چهارم دقیقه ۲۶ و ۵۵ ثانیه که آقای مجری، والدین را تشویق به کتاب‌خوانی می‌کند و در زمانی که همه خواب هستند، نامزد فامیل دور تماس می‌گیرد و صحبت‌هایی که بینشان رد و بدل می‌شود. این نوع موضوعات و مخاطب قرار دادن والدین در بسیاری از قسمت‌های برنامه باعث شده این نکته آشکار شود که نه تنها طیف گسترده‌ای از بزرگسالان به این برنامه علاقه‌مند هستند بلکه برنامه کاملاً مخاطب بزرگسال را خطاب قرار می‌دهد.

البته باید به نوع محتوای این برنامه نیز دقت داشت چرا که این برنامه با تأکید بر همین مخاطبان غیرکودک، سعی بر آموزش رابطه والدین و کودکان دارد. آقای مجری در نقش یک والد هم مستقیم و هم غیرمستقیم والدین در خانه را خطاب قرار می‌دهد و به آنها توصیه می‌کند با کودکان خود چگونه رفتار کنند، برای مثال در سکانس اول قسمت ۹ دقیقه

۳۷ ثانیه آقای مجری در مورد نحوه صحبت کردن با کودکان حتی کودکان بسیار خردسال نظراتش را بیان می‌کند و بزرگسالانی را که با کودکان خوب و جدی صحبت می‌کنند، تحسین می‌نماید.

رده‌بندی: بخش مهمی از برنامه‌های تلویزیون به طور اخص برای کودکان طراحی می‌شوند. از نظر محتوایی برنامه‌های کودک غالباً شخصیت‌های حیوانات، یا شخصیت‌های کارتونی و عروسکی دارند. اما بعضی اوقات کودکان نقش کمکی را بازی می‌کنند. این برنامه‌ها اغلب شکل داستانی دارند، پر از تحرک و موسیقی هستند و دارای جزء متشکله طنز می‌باشند (شرام، ۱۳۷۷: ۳۲). نمایش در تلویزیون توسط ابزار واسطه‌ای از جمله پر طرفدارترین قالب‌های برنامه‌ای در میان کودکان و نوجوانان است که جاندار پنداری اشیاء، ذهنیت فانتزی، تخیل موجود در این نمایش‌ها با نیازها و میزان درک کودکان به خصوص در رده‌های سنی پیش از دبستان و خود دبستان تطابق و تناسب دارد. علاقه کودک به بازی از همان ابتدای تولد با اوست و وجود همبازی عروسکی به او کمک می‌کند تا با مضامینی از این دست ارتباط برقرار کند. به همین دلیل کارتون‌های تلویزیون و برنامه‌های عروسکی مناسب‌ترین قالب‌های برنامه‌سازی برای کودکان شناخته می‌شوند. به طوری که حتی در برنامه‌هایی که مجری در آن حضور دارد عروسک به مثابه پنجره‌ای برای ورود به دنیای کودکان حضور می‌یابد. برنامه کلاه قرمزی نیز در قالب تئاتر نمایشی و با حضور عروسک- مجری تولید شده است. تلویزیون می‌تواند از طریق برنامه‌های نمایشی و سرگرم‌کننده، تأثیر بیشتری بر کودکان بگذارد. در این نوع برنامه‌ها، موقعیت‌ها و یا تجربیاتی ملموس مطرح می‌شوند که برای کودک شناخته شده است. بنابراین، این برنامه‌ها می‌توانند تجربیاتی ارزشمند در اختیار قرار دهند که به کودک این امکان را بدهد تا با مشکلات زندگی به‌طور منطقی روبرو شود (گونترو و مک‌آلیر، ۲۰۰۵: ۸۳). از این رو برنامه کلاه قرمزی نیز که در زمره تئاتر نمایشی کودک قرار دارد در سکانس‌های آموزش اخلاقی و شهروندی خود این هدف را دنبال می‌کند.

عوامل تولید: این برنامه توسط شبکه دوم صدا و سیما در عید نوروز ۹۲ بخش شده است. در میان شبکه‌های تلویزیون جمهوری اسلامی ایران شبکه دو، شبکه کودک و خانواده نام‌گذاری شده و توجه به آموزش‌های شهروندی و اخلاقی در سیاست‌گذاری‌های این شبکه برای برنامه‌های کودک ذکر شده است.

شخصیت‌های اصلی فعال در عید ۹۲ که قطعاً در تأثیرگذاری برنامه مؤثر بودند شامل کلاه قرمزی، فامیل دور، ببعی، جیگر، و پسر عمه‌ها بودند.

شخصیت «کلاه قرمزی» که سابقاً نقش اول این برنامه بود، هم‌اکنون بیشتر یک شخصیت حاشیه‌ای شناخته می‌شود و همچنان نقش یک کودک شهری فقیر را بازی می‌کند که مدرسه

می‌رود اما از مدرسه و مشق‌هایش گریزان است.

«فامیل دور» که سال ۸۸ به این برنامه وارد شد. نقش دربان به ظاهر میان‌سال را بازی می‌کند که از روستایی به نام دور آمده است. براساس توضیحات طراح این عروسک، فامیل دور شبیه بسیاری از جوانان دوران فعلی است که در ۳۰ سالگی هم ظاهری پیر دارند، در واقع جوانی است که با همه روحیات کودکانه به ظاهر بسیار پیر شده است. عموماً مضطرب است، آرزوهای زیادی در کودکی داشته که دوست دارد محقق شوند و نسبت به نظر دیگران در مورد خودش حساس است. با اضافه شدن شخصیت نامزد فامیل دور به نام دوره خانم که از روستای دور با وی در ارتباط است، بیشتر بار طنز این برنامه را به دوش این شخصیت می‌افتد. شخصیتی بزرگسال که حتی بسیاری از حرف‌هایی که می‌زند برای کودکان نامفهوم است و در واقع مخاطب بزرگسال دارد و می‌توان آن را به عنوان مهمترین عامل جذب مخاطب بزرگسال برنامه به حساب آورد. شخصیتی که کمترین بار آموزش اخلاقی برنامه را نیز با خود دارد.

شخصیت دیگر این مجموعه عروسک «ببعی» است که براساس آمارهای صدا و سیما بالاترین محبوبیت را در بین مخاطبین خود دارد. ببعی با پستانک دور گردنش بیشتر تداعی کننده یک کودک یکی، دوساله است ولی صدای کلفتش و تسلطش به زبان انگلیسی و ذهن موسیقیایی‌اش نقشش را با استقبال بسیاری رو به رو کرده است.

«جیگر»، نماینده گروهی از افراد زورمند و خالی از تفکر در جامعه ماست اما در عین حال کاملاً احساساتی و زحمتکش و نسبت به هویت خود ساخته خویش برخلاف کلیشه رایج حساس است؛ (با استناد به دیالوگ خود این شخصیت که وقتی خر صدایش می‌زنند می‌گوید «من جیگرم»).

«پسرعمه‌زا»، پسرعمه کلاه قرمزی است که ساکن روستای دور بوده است، نوجوانی که چندسال است به شهر آمده است. لباس و ظاهرش به استثنای لهجه و جلیقه‌اش شبیه کلاه قرمزی است، بی‌سواد است اما به شدت منتقد، کنجکاو و باهوش. بسیاری از نقدهایش برای مخاطب کودک قابل فهم نیست، برای مثال در قسمت چهاردهم که مجری عینکش را گم کرده از او می‌پرسد: «آدم از این عینک‌ها که بزند سواد یاد نمی‌گیرد؟» (قسمت ۵، سکانس ۱، دقیقه ۱:۱۸) یا در سکانس چهارم، قسمت ۱۲ دقیقه ۳۶:۱۳ در جواب داستان پیرزن و کدو قل قله زن می‌گوید: «مگه می‌شه، دختر تحصیل نکرده بعد شوهر کند، بعد آگه تحصیل کرده شوهر کرده، چه طوری برگرد ده؟ حتماً می‌خواد بیاد شهر، نمی‌شه دیگه آقای مجری» این دیالوگ دغدغه بسیاری از بزرگسالان ایرانی را در بر می‌گیرد که باعث می‌شود این شخصیت نیز از مجموعه شخصیت‌های خطاب‌دهنده کودکان تا حدی دور شود.

در نهایت شخصیت اصلی برنامه کلاه قرمزی از ابتدا تا کنون آقای مجری یا همان ایرج

طهماسب است که با تأکید ظاهر و رفتار کاملاً شخصیت یک والد بزرگسال را بازی می‌کند برخلاف سایر برنامه‌های کودک تلویزیون اصلاً سعی نمی‌کند با پوشیدن لباس‌های رنگارنگ یا نازک کردن صدا و آواز کودکانه خواندن به نقش کودک نزدیک شود بلکه با کت و شلوار تیره و سبیل، کاملاً وضعیت یک پدر کارمند جدی، مسئول و نگران را بازی می‌کند، اما در عین حال شوخی‌ها، خلاقیت‌ها و خیالات کودکانه را می‌پذیرد و بزرگترهای خانه را نیز ترغیب می‌کند که خیال بافی کودکان را بپذیرند با آنها (در بازی وانمودی) همراه شوند و اجازه اظهار نظر، بحث و مخالفت را دهند. این مورد نیز یکی از عوامل مهم جذب مخاطب بزرگسال به این برنامه است که در واقع نکته‌های آموزشی فراوانی در رابطه بین والدین و فرزندان در خود دارد و کل بار آموزش اخلاق در برنامه را به دوش می‌کشد در واقع شاید یکی از مهمترین دلایلی که این برنامه را به یک آموزش اخلاقی برای کودکان تبدیل می‌کند حضور یک شخصیت بزرگسال است که با طرح پرسش‌هایی، چالش ایجاد کرده و در حل بسیاری مسائل نقش هدایت‌کننده را به عهده می‌گیرد.

عرصه سازه: تمام متون رسانه‌ای با استفاده از زبان خاص رسانه شناخته می‌شوند و رمزهایی که انتخاب می‌گردند نیز اطلاعات فرهنگی خاصی را منتقل می‌سازند.

سازه دو وجه دارد که ضروری است آنها را در نظر بگیریم: ۱. میزانسن ۲. رمزهای فنی سازه. تحلیل میزانسن صرفاً مشتمل بر ابعادی است که با تئاتر (صحنه‌پردازی، وسایل صحنه، رفتار بازیگران یا شخصیت‌ها، لباس‌ها و چهره‌آرایی) تداخل می‌یابد. رمزهای فنی ترکیب‌بندی شامل زاویه دوربین، نورپردازی و ... هستند. برای کنترل این عناصر کارگردان فیلم یا اثر رسانه‌ای روی داد را مقابل دوربین ش‌کل می‌دهد. برای تحلیل لازم است بدانیم چگونه این فنون گوناگون برای ایجاد تأثیرهای خاص به کار می‌روند. سازه از بعد میزانسن زیر مجموعه‌هایی دارد که شامل صحنه‌پردازی، وسایل صحنه، رمزهای ارتباط غیر کلامی و رمزهای لباس می‌باشد. رمزهای فنی هم شامل اندازه نما، زاویه دوربین، نوع عدسی ترکیب بندی، وضوح، رمزهای نورپردازی، رمزهای رنگ و فیلم خام است (سلیبی و کاودری، ۱۳۸۸: ۲۸).

در برنامه کلاه قرمزی صحنه در تمام قسمت‌ها فضای خانه آقای مجری است، که در همه قسمت‌های بررسی شده (۳- ۵- ۱۸) فضا پذیرایی و قسمتی از آشپزخانه بود که عروسک‌ها در پشت پیشخوان پذیرایی و آشپزخانه قرار می‌گرفتند. در برنامه کلاه قرمزی ویژگی مشترک همه قسمت‌ها زاویه مستقیم دوربین است که عموماً ثابت قرار گرفته و برابری مخاطب و شخصیت برنامه را نشان می‌دهد و نما گاهی درشت گرفته می‌شود که نشان دهنده صمیمیت با شخصیت است. مایه نور اغلب روشن است که تداعی‌کننده خوشبختی می‌باشد. بیشتر رنگ‌های گرم مثل زرد، نارنجی، قرمز، قهوه‌ای و... به کار رفته است که خوش‌بینی، شوق و انگیزش را

نشان می‌دهد و این امیدواری و شوق متناسب با برنامه‌های کودک می‌باشد. هرچند باید در نظر داشت قسمت‌هایی که موضوع بیشتر برای مخاطب بزرگسال طراحی شده است، نور صحنه کم می‌شود و عموماً در سکانس‌های آخر در دیالوگ‌های بین فامیل دور یا همساده این وضعیت رخ می‌دهد که به نوعی حاکی از دور شدن از فضای شوق و شور کودکانه است. سایر رمزهای فنی که در فهم رویکرد اخلاقی برنامه کمک می‌کند، در هر سکانس جدا توضیح داده خواهد شد.

سکانس انتخابی اول: قسمت سوم _ سکانس دوم

توصیف: مجری برنامه به مناسبت عید برای بچه‌ها (عروسک‌ها) هدیه تهیه کرده است که در اثر اشتباه شخصیت (جیگر) هدیه‌ها نادرست به دست بچه‌ها (شخصیت‌های) دیگر می‌رسد. بچه‌ها با هم درگیر می‌شوند. دخالت مجری در ابتدا محدود است ولی مشکل حل نمی‌شود.

میزانسن

در این سکانس سفره هفت‌سین قرار دارد که نمادی از نوروز است و تعدادی جعبه کاغذ کادو شده، عیدی‌هایی که نماد نوروز هستند. مجری که کت و شلوار پوشیده نماینده رسمیت فضا در ارتباط با عید است. همگی این موارد در ارتباط با نوروز و مهمانی و عیدی دادن می‌باشد و متناسب با سکانس‌های به نمایش درآمده در این قسمت است. صحنه‌ای که سکانس نمایشی در آن اجرا شده آشپزخانه می‌باشد که نماد خانه و خانواده است. ترکیب‌بندی این سکانس نامتعارف است که زندگی روزمره را به تصویر می‌کشد.

رمزهای غیر کلامی

از آنجا که شخصیت‌های این سکانس قریب به اتفاق عروسک هستند و امکان نمایش حرکت‌های غیر کلامی آنان با دشواری رو به رو است، تحلیل رمزهای غیر کلامی امکان‌پذیر نیست. شخصیت‌های حاضر در این صحنه: آقای مجری، کلاه قرمزی، فامیل دور، پسر عمه ز، بعی و جیگر می‌باشند.

تأویل روایت

جیگر قرار بود اسم‌ها را روی کادوها بنویسد که این کار را به درستی انجام نداد؛ اشتباه شخصیت جگر در انجام مسئولیت خود منجر به اختلاف بین بچه‌های دیگر می‌شود. بچه‌ها به خاطر عدم دریافت هدیه دلخواه خودشان ناسپاسی می‌کنند. مجری به بچه‌ها می‌گوید که

مشکلشان را خودشان حل کنند و هدیه‌ها را با هم جابجا کنند اما عدم اعتماد بچه‌ها به یکدیگر، منجر به عدم همکاری و دستی‌ابی به هدیه خودشان می‌شود. بچه‌ها برای رسیدن به هدف مورد نظر خود معامله و لابی‌گری می‌کنند. مجری صرفاً راهنمایی می‌کند و دخالتی برای حل مشکل بچه‌ها نمی‌کند تا بچه‌ها خودشان آن را حل کنند. بچه‌ها به مجری اعتماد دارند و برای اثبات این مدعا می‌توان به این نکته تکیه کرد که وقتی مجری راه حلی داد توسط همه گروه پذیرفته شد. در انتها این پیام منتقل می‌شود که آرامش و اطمینان داشته باشیم که هرکس به حق خود می‌رسد، با استناد به حرف مجری که می‌گوید: «حرص نزنیم، اگر چیزی مال ماست به ما می‌رسد.»

تفسیر روایت

اشتباه جیگر موجب اختلاف و بی‌اعتمادی بین بچه‌ها می‌شود؛ این وضعیت فرهنگی، در این سکانس به طرز جالبی به نمایش در می‌آید. از آغاز این قسمت اختلاف و بی‌اعتمادی در میان شخصیت‌های عروسکی به خاطر عدم تفاهم در خرید هدیه برای آقای مجری به وجود می‌آید، در سکانس دوم هر کدام قرار است هدیه‌ای از آقای مجری بگیرند که هدایا اشتباه از آب در می‌آید و در نهایت هر کدام از شخصیت‌ها به خاطر اشتباه و کم سواد جیگر در نوشتن نام صاحب هدیه دچار اختلاف می‌شوند و مجری آنها را هدایت می‌کند تا بتوانند هدیه خود را از عروسک دیگر پس بگیرند ولی به خاطر عدم دخالت مستقیم مجری دائماً دچار درگیری می‌شوند. در نتیجه، یک اتفاق ساده که با جابجایی کوچکی حل می‌شود تبدیل به یک جدال غیر قابل حل می‌شود. این سکانس با هوشمندی به فرهنگ جامعه ما اشاره می‌کند که در آن همه چیز محدود است و باید برای رسیدن به هر چیزی حتی اگر متعلق به خودت باشد، جنگید، حيله زد و زرنگی کرد. چرا که این احساس وجود دارد که حق را به صاحب حق نمی‌دهند. لذا اعضای این جامعه نمی‌توانند از راه مسالمت آمیز مشکل خود را حل کنند. در نتیجه، فضای بی‌اعتمادی پدید می‌آید. افراد به هم مشکوک هستند و هرکس دیگری را دشمن خود می‌پندارد؛ دشمنی که نمی‌توان برای رسیدن به منافع مشخص به او اعتماد کرد.

از ویژگی‌های اصلی این سکانس «اعتبار» و «اعتماد کردن» است که مجری به عنوان بزرگسال آگاه، دارای این اعتبار و قابلیت اعتماد می‌باشد. لذا در این فضای بی‌اعتمادی نقش مجری، ریش سفیدی است که اعتبارش بالاست در نتیجه شخصیت‌ها به راه حل‌های او گوش می‌دهند و آنها را می‌پذیرند ولی درعین حال حاضر به اعتماد به یکدیگر نیستند. در اینجا مجری خواهان آن است که شخصیت‌ها خودشان مشکلشان را حل کنند. در این وضعیت مجری فقط نقش راهنما را به خود می‌گیرد و این شخصیت‌ها هستند که در فرایند پیشنهاد شده توسط

مجری باید مشکل خود را حل کنند. اما در نهایت ماجرا، شخصیت‌ها از حل چالشی که درگیر آن هستند، ناتوان می‌شوند و مجری مجبور به دخالت و کمک به آنها می‌شود. پایان این سکانس نشان می‌دهد، افراد جامعه نمی‌توانند خودشان مشکلشان را حل کنند و فاقد استقلال عمل که از ویژگی‌های مهم مسئولیت‌پذیری است، می‌باشند. در چنین شرایطی همیشه نیازمند و وابسته افراد ریش سفید، قوی یا دارای اعتبار بالا هستند تا مشکلاتشان را برآورده سازند. براساس رویکرد سازنده‌گرایی شناختی پیازه شخصیت‌های نمایش در مواجهه مستقیم با مسئله قرار گرفته‌اند و سعی شده که از این راه در شناخت و شکل‌گیری شخصیت اخلاقی کودک استفاده شود. براساس این رویکرد، کودکان اگر در مواجهه مستقیم با امر اخلاقی قرار بگیرند توانایی رویارویی آنها در موقعیت‌های مشابه تقویت می‌شود. در این رویکرد یاد دهنده، به عنوان راهنما جریان آموزش را هدایت می‌کند و خود مستقیماً دخالتی ندارد، همان طور که در این سکانس نیز دیده شد.

سکانس انتخابی دوم: قسمت پنجم _ سکانس دوم

توصیف: آقای مجری مریض است از کلاه قرمزی می‌خواهد به پسرخاله بگوید برایش پرتقال بگیرد. کلاه قرمزی به جای آنکه خودش به پسرخاله بگوید، به پسرعمه‌ها می‌گوید که پیام را برساند. پسرعمه‌ها هم به فامیل دور می‌گویند، فامیل دور به گاو، اما چون این پیام به درستی ارائه نمی‌شود منجر به درگیری می‌شود. در نهایت آقای مجری ناراحت شده و تصمیم می‌گیرد خودش مشکلش را حل کند.

میزانسن

پتو، نماد خوابیدن می‌باشد. جعبه دستمال کاغذی، نماد سرما خوردگی است. مجری با شلووار راحتی خانه؛ غیررسمی و حالت بیماری را تداعی می‌کند. صحنه نمایش آشپزخانه و پذیرایی می‌باشد که نمادی از خانه و خانواده است. ترکیب‌بندی نامتقارن که نماد زندگی روزمره می‌باشد. زاویه دوربین مستقیم که برابری با سوژه‌ها را نشان می‌دهد. اندازه نما، بین نمای متوسط و درشت تغییر می‌کند و نشانه رابطه شخصی و صمیمی با سوژه است. رنگ و نورپردازی روشن، گرم، متناسب با فضای کودکانه است که نماینده خوشبینی، شوق و شادی است.

رمزهای فنی‌های غیر کلامی

مجری زیر پتو خوابیده و روی سرش کیسه آبگرم گذاشته و حالت چهره نالان دارد که این عناصر نشان‌دهنده مریضی است.

شخصیت‌های در صحنه: آقای مجری، کلاه قرمزی، پسرخاله، فامیل دور، پسرعمه‌زا، گاو هستند.

تأویل روایت

مجری از کلاه قرمزی خواسته بود به پسرخاله بگوید، برایش پرتقال بگیرد. عدم رعایت مسئولیت توسط خود کلاه قرمزی و واگذاری آن به فرد دیگر منجر به بدفهمی شده و بدفهمی کدورت به وجود آورد. در اینجا بدفهمی منجر به دروغ‌گویی می‌شود، زیرا بچه‌ها (عروسک‌ها) جمله‌ای را که نفهمیده‌اند، بدون سؤال کردن برای فهم دقیق منتقل می‌کنند؛ در نتیجه جمله اشتباه یا اساسا چیز دیگری منتقل می‌شود.

شخصیت‌ها قضاوت شخصی خود را در انتقال صحبتی که فقط وظیفه انتقالش را دارند دخالت می‌دهند، برای مثال در دیالوگی که کلاه قرمزی صحبت آقای مجری را به پسرعمه‌زا منتقل می‌کند تا پسرعمه‌زا به پسرخاله بگوید برای لحظه‌ای پسرعمه‌زا با خود می‌گوید: «حتما آقای مجری ناراحت شد» با حالت دعوا نسبت به پسرخاله می‌گوید: «چه طوری جرات می‌کنی با آقای مجری این طوری صحبت کنی.» شخصیت‌ها بدون آنکه نسبت به شنیده‌هایشان فکر کنند، بسته به احساس درونی خود پاسخ می‌دهند.

پیام کلی که در این سکانس منتقل می‌شود این است که اگر به شما چیزی می‌گویند خودتان مسئولیتتان را انجام دهید و آن را به دیگران واگذار نکنید. به استناد دیالوگ آقای مجری که با ناراحتی و شکایت بینندگان برنامه را خطاب قرار می‌دهد و می‌گوید: «کاری را بهتان می‌سپارند خودتان انجام دهید.»

نکته دیگری که در این سکانس جالب توجه است؛ همانطور که پیش‌تر گفته شد مجری در این برنامه در نقش بزرگسال آگاه است که با همان لحن بزرگسالانه و جدی با کودکان صحبت می‌کند و همین موجب بسط مفهومی کلمات برای کودکان (استفاده از معانی دو پهلو) می‌شود. برای مثال دیالوگ بین مجری و کلاه قرمزی: مجری «بدنم کوفته است» کلاه قرمزی: «یعنی من هم دلمه‌ام؟»

تفسیر روایت

در این سکانس پیامد منفی عدم پیگیری مسئولیت توسط شخصیت عروسکی نمایش داده شده است، در واقع تکیه اصلی این سکانس بر آموزش ارزش اخلاقی مسئولیت‌پذیری است. براساس نظریه یادگیری شناختی اجتماعی باندورا کودکان با مشاهده رفتار درست که تقویت می‌شود و یا رفتار نادرستی که تنبیه می‌شود، می‌آموزند آن رفتار را در شرایط مشابه تکرار

کنند یا نکنند. کودکان می‌آموزند که به سادگی با انجام ندادن مسئولیت خود و واگذار کردن آن به فردی دیگر می‌توانند در گروه تنش ایجاد کنند. همانطور که فیچ^۱ در کتاب یادگیری کودکان از تلویزیون بیان می‌کند: «تعامل اجتماعی میان شخصیت‌ها و بینندگان به عنوان یک متغییر میانجی در یادگیری کودکان از تلویزیون به کار می‌رود»، کودکانی که حس تعامل اجتماعی را در تلویزیون می‌بینند آن را در ذهنشان پردازش می‌کنند و در موقعیت مشابه در زندگی واقعی به کار می‌گیرند (فیچ، ۲۰۰۴: ۱۹۱).

سکانس انتخابی سوم: قسمت هجدهم _ سکانس اول

توصیف

مجری تصمیم دارد تنها شیرینی باقی مانده از عید را به کسی جایزه دهد که منقطی‌ترین دلیل برای اثبات خوب بودنش در طول عید ارائه کند. از بین مصداق‌های کار خوب که بچه‌ها (عروسک‌ها) معرفی می‌کنند، کلاه قرمزی که درس خوانده و مشق‌هایش را نوشته انتخاب می‌کنند اما در همین حین معلوم می‌شود، گاوی مشق‌های کلاه قرمزی را خورده و بچه‌ها دوباره با همکاری هم مشق‌های او را نوشته‌اند. سرانجام مجری شیرینی را بین همه بچه‌ها تقسیم می‌کند.

میزانسن

ظرف شیرینی، جایزه‌ای که قرار است به بچه‌ها تعلق گیرد. پاک کن، تراش، دفتر مشق که نمادهای ثابت مدرسه‌اند. صحنه در فضای خانه با ترکیب‌بندی نامتقارن تصویر برداری شده که نماد زندگی روزمره است. زاویه دوربین مستقیم است که برابری با سوژه‌ها را نشان می‌دهد. اندازه نما بین نمای متوسط و درشت تغییر می‌کند که نشانه رابطه شخصی و صمیمی با سوژه است. رنگ‌پردازی روشن با مایه گرم، نماد خوشبینی و شوق و شادی است و متناسب با برنامه کودک می‌باشد.

رمزهای غیر کلامی

کلاه قرمزی با کیفی که بر شانه‌اش دارد فضای رفتن به مدرسه و تمام شدن تعطیلات را تداعی می‌کند. مدرسه در این فضا چیزی اجباری، ناخواسته و ناخوشایند است که برای حل شدن نیاز به اجبار و جایزه دارد.

شخصیت‌های حاضر در صحنه آقای مجری، کلاه قرمزی، پسر عمه زهرا، فامیل دور، بعبعی و گاوی هستند.

تأویل روایت

مجری از بچه‌ها می‌پرسد، چه کسی بهترین کار خوب را انجام داده است و چرا فکر می‌کند این کار خوب است. و بچه‌ها (عروسک‌ها) را به تفکر و پیدا کردن دلیل مناسب وادار می‌کنند و در قبال آن به بهترین فکر جایزه می‌دهد. پس بچه‌ها برای یافتن مصداق‌های یک کار خوب تشویق می‌شوند. بچه‌ها کارهای بدی که کرده‌اند را بازگو نمی‌کنند. (پنهان کردن کار بد توسط بچه‌ها در برابر مجری و دروغ‌گویی برای درامان ماندن از مجازات) همانطور که گفته شد گاوی مشق‌های کلاه قرمزی را خورده است و بچه‌ها به او کمک کردند تا دوباره آنها را بنویسد. که نشان از همکاری برای جبران اشتباه یک نفر دیگر و کمک کردن به دوست می‌باشد. تشویق به راست‌گویی و همکاری در این سکانس برجسته است. وقتی به اعتراف به اشتباهات هم جایزه داده می‌شود در واقع راست‌گویی تشویق می‌شود.

تفسیر روایت

در این سکانس محوریت بر آموزش ارزش اخلاقی راست‌گویی است. شخصیت‌ها در این سکانس برای گرفتن شیرینی سعی می‌کنند اثبات کنند که در طول عید کارهای خوبی انجام داده‌اند. در این میان کلاه قرمزی به خاطر انجام مسئولیت خودش که نوشتن مشق‌های مدرسه‌اش بود شایسته گرفتن پاداش شناخته می‌شود. در ابتدای سکانس مجری کودکان را وادار به تأمل در رفتارهای گذشته‌شان می‌کند و آنها را به تفکر و گفت و گو تشویق می‌کند. همین نکته نقش او را به عنوان تسهیل‌کننده روند گفت‌وگوی شخصیت‌ها پررنگ می‌کند. بر اساس رویکرد سازنده‌گرایی اجتماعی گفت و گوی با کودکان سهم بزرگی در آموزش اخلاقی به ایشان دارد اما با تمام تلاشی که برنامه برای کاربست این الگو دارد موفق نمی‌شود چراکه در نهایت عاملی که باعث انجام عمل اخلاقی و یا بازداری از امری ناپسند می‌شود، تشویق و تنبیه است؛ در واقع تشویق کلاه قرمزی برای انجام مسئولیت خویش. رفتار مثبت از نگاه مجری به عنوان آموزش‌دهنده تقویت می‌شود تا سایر عروسک‌ها نیز این رفتار را بیاموزند. اما گرچه از آنجا ایجاد می‌شود که کلاه قرمزی به تنهایی مسئولیت خود را انجام نداده بود و سایر عروسک‌ها نیز تلاش خود را برای کمک به او کرده بودند. در اینجا شیرینی به خاطر کمک دوستانه و همکاری سایر عروسک‌ها به همگی داده می‌شود و جنبه پاداشی آن با تقسیم شدن بین همه اعضا کم‌رنگ می‌شود و مجدداً بعد یادگیری به کمک همسالان و آموزش به طریق سازنده‌گرایی اجتماعی

برجسته می‌شود.

در این سکانس شخصیت‌های عروسکی به عنوان یادگیرندگان فعال، خلاق و پرسشگرانی هستند که برای نظرات خود استدلال هم می‌آورند.

بحث و نتیجه‌گیری

در تحلیل کلی این برنامه می‌توان گفت، به خوبی بافت فرهنگی ایران تنوع قومی، سنی، شخصیتی را به نمایش می‌گذارد و در قالب آن مشکلات فرهنگی را نیز بیان می‌کند. در مورد شخصیت‌های برنامه کلاه قرمزی، این نکته حائز اهمیت است که اغلب شخصیت‌ها باهوش، درست کارند و با شجاعت مطالب بسیاری را مطرح می‌کنند یا به عبارت بهتر بسیاری حرف‌های انتقادی نسبت به فرهنگ جامعه یا سیاست‌های کلی را می‌توان در این برنامه از زبان کودکان شنید.

این برنامه از معدود برنامه‌هایی است که با قاعده شکنی، مناسبات تلویزیونی را کمتر جدی گرفته و در واقع یک تئاتر عروسکی را از طریق رسانه تلویزیون به نمایش می‌گذارد؛ در نتیجه خلاقیت‌ها و قاعده‌شکنی‌های تئاتر را با خود دارد و برنامه را از سطح یک شوی نمایشی برای کودکان ارتقا می‌دهد و در عین حال بر خلاف بسیاری از برنامه‌های رایج صدا و سیما که با تکیه بر کلیشه قومی و جنسیتی خنده‌آور می‌شوند با کلیشه شکنی در وضعیت رایج شخصیت‌ها طنز می‌سازد مثلاً نقش فامیل دور که بزرگسالی با تخیل کودکان است و همه چیز را از منظر علاقه به کار خود که دربانی است تعریف می‌کند یا ببعی که باید براساس فرهنگ عامیانه ما یک شخصیت احمق باشد و با ظاهر کودکانه، کودک باشد. یک شخصیت به نسبت باهوش‌تر از بقیه عروسک‌هاست و تسلط کامل به زبان انگلیسی و موسیقی دارد.

اما در خصوص آموزش امر اخلاقی و رویکرد تربیتی برنامه کلاه قرمزی باید اشاره کنیم این برنامه چون بسیاری از برنامه‌های کودک تلویزیون گاهی شامل آموزش مستقیم اطلاعات است که گرچند مفید است، اما هدف اکثر طرح‌های آموزش اخلاقی توانمندسازی کودکان می‌باشد تا بتوانند آنچه آموخته‌اند را در مشکلات زندگی واقعی به کار برند. بنابراین کودکان باید بتوانند آنچه از زمینه رسانه‌ها آموختند به دنیای واقعی منتقل کنند. در بحث از شرایط ایده‌آل برای یادگیری از تلویزیون بر اساس انتقال یادگیری و استدلال قیاسی در کودکان این نکته وجود داد که یادگیری اخلاقیات تنها با تکرار پیام‌های اخلاقی به حداکثر نمی‌رسد بلکه پیام باید در زمینه‌های مختلف ارائه شود (کیورکورین و همکاران، ۲۰۰۸: ۵۲).

از این رو ما در برنامه کلاه قرمزی شاهد سبک دیگری از آموزش به غیر از ارائه مستقیم اطلاعات نیز هستیم و طور کلی می‌توان گفت در این برنامه مجری در نقش بزرگسال آگاهی

قرار گرفته است که وقتی قصد دارد مفهوم خاصی را به عروسک‌های برنامه آموزش دهد، عمدتاً از رویکرد سازنده‌گرایی استفاده می‌کند که یادگیرنده محور است؛ اعم از درگیری عروسک‌ها با چالش‌های اخلاقی و حل آنها، بازی وانمودی و گفت‌وگو با عروسک‌ها.

شایان ذکر است این رویکرد تربیتی نه تنها در آموزش امر اخلاقی بلکه در سایر آموزش‌هایی که عروسک‌های برنامه می‌بند، جریان دارد. برای مثال، وقتی کودکان در قسمت‌هایی از این برنامه راجع به استفاده از چراغ راهنما و یا چگونگی آمادگی برای سفر در موقعیتی فرضی قرار می‌گیرند و با یکدیگر بازی وانمودی می‌کنند. مجری نیز به عنوان تسهیل‌کننده فرایند یادگیری با عروسک‌ها همراه می‌شود. البته ما همیشه کاربرد این رویکردها را در برنامه مؤثر نمی‌بینیم چرا که در نهایت عروسک‌ها با توسل مجری به زور (استفاده از دمپایی برای ترساندن عروسک‌ها) و یا پاداش‌دهی به رفتارهای مثبت تحت تأثیر قرار می‌گیرند و خود را ملزم به انجام کار خوب یا ترک کار بد می‌بینند. در واقع به طور کلی مجری قصد دارد به‌عنوان بزرگسال «قاطع و اطمینان‌بخش» حاضر شود، بزرگسالی که به فردیت کودک بها می‌دهد اما بر محدودیت‌های اجتماعی نیز تأکید می‌کند. او به توانایی‌های خودش در هدایت کودکان اطمینان دارد اما برای تصمیمات، علایق، عقاید و شخصیت مستقل کودک نیز احترام قائل است و در عین حال از کودکان توقع رفتار مناسب دارد. وی در حفظ معیارها قاطعیت دارد و در صورت لزوم، در بافت رابطه صمیمانه و حمایتی، به بازدارنده‌های محدود و معقول متوسل می‌شود. او دلیل موضع‌گیری‌های خود را به کودک توضیح می‌دهد و تبادل کلامی را تشویق می‌کند. با این روش، کودک می‌داند در عین راهنمایی شدن، محبوب است و در نتیجه احساس امنیت می‌کند. چنین کودکی، اعتماد به نفس، عزت نفس، خویشتن‌داری، جسارت، کاوشگری و خشنودی بیشتری از خود نشان می‌دهد (پاپالیا، الدوز و فلدمن، ۱۳۹۱: ۳۳۰). مجری به این نقش بسیار نزدیک می‌شود، لکن از آنجایی که خود در یک فرهنگ آمریت-تابعیت بزرگ شده گاهی از ابزارهای سرکوب‌گرانه استفاده می‌کند، چراکه در این فرهنگ انتظار از بزرگسال، مطیع‌سازی حساب شده و دقیق کودک به عنوان فردی تابع است، فردی که می‌بایست پیرو برنامه‌هایی باشد که بزرگسالان برای او تعیین می‌کنند. در اینجا است که به تنبیه به عنوان جایگزین^۱ روی می‌آورد و این در صورتی است که «رفتار تنبیه شده پس از تنبیه نیز در خزانه رفتاری فرد باقی می‌ماند و تا زمانی که عامل تنبیه‌کننده، حاضر و ناظر است به صورت پنهانی حفظ می‌شود ولی به محض اینکه عامل تنبیه‌کننده تضعیف شود یا از میان رود، آن رفتار مجدداً ظاهر می‌گردد» (پاپالیا، الدوز و فلدمن، ۱۳۹۱: ۳۲۶). در واقع وقتی کودکان در فرهنگ

آمریت-تابعیت بزرگ شوند، مشارکتشان دست کم گرفته می‌شود و مسئولیت‌پذیری را نخواهند آموخت زیرا ابتکار عمل در دست ایشان نیست.

رویکرد تربیتی برنامه کلاه قرمزی وقتی مخاطبان برنامه «بچه‌های توی خونه» را مورد خطاب قرار می‌دهد. استفاده از توضیح مستقیم است چرا که رویکرد یادگیرنده محور به ارتباط و تجربه مستقیم یادگیرنده با جریان آموزش نیاز دارد؛ از آنجایی که تلویزیون رسانه‌ای تعاملی نیست، مسلماً نمی‌تواند از این طریق به مخاطبان آموزش اخلاقی دهد. البته به طور کلی می‌توان گفت کودکان مخاطب مشاهده می‌کنند که در خلال برنامه، برخی رفتارهای شخصیت‌های نمایش تقویت یا تنبیه می‌شود. لذا در زمینه آموزش به مخاطبان کودک، برنامه به رویکرد یادگیری شناختی-اجتماعی آلبرت باندورا نزدیک‌تر است. در واقع «کودکان با مشاهده نحوه انجام کارها و اینکه آیا آن مناسب است، امور اخلاقی را از تلویزیون یاد می‌گیرند علاوه بر این واکنش‌های عاطفی در حال تماشای تلویزیون در تکرار این واکنش‌ها در رویدادهای مشابه زندگی واقعی تأثیرگذار است» (استارسبرگر و هوگان، ۲۰۰۸: ۵۴۱).

و در نهایت می‌توان گفت آموزش اخلاقی ارائه شده در این برنامه بازتابی از زمینه‌های اجتماعی فرهنگی ایرانی است که هنوز کلیشه کودک ناقص‌العقل و بزرگسال عاقل در آن وجود دارد.

منابع

- آسابرگر، آرتور (۱۳۸۹) روش‌های تحلیل رسانه، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- اسمی، رضا (۱۳۹۲) «نظرسنجی از نوجوانان ۱۱ تا ۱۷ ساله تهرانی درباره برنامه‌های سیما در تابستان ۱۳۹۲»، مرکز پژوهش‌های صدا و سی‌ما، بازیابی از:
http://web.archive.org/web/20140412003519/http://www.rcirib.ir/koodak/ejra_a_preview.aspx?id=282.
- پاپالیا، د، الدوز، س و فلدمن (۱۳۹۱) روانشناسی رشد و تحول انسان، ترجمه داوود عرب قهستانی و دیگران، تهران: رشد.
- پوپر، کارل و کندری، جان (۱۳۷۴) تلویزیون خطری برای دموکراسی، ترجمه جمشید شهیدی، تهران: اطلاعات.
- ریچلز، جیمز (۱۳۸۷) فلسفه اخلاق، ترجمه آرش اخگری، تهران: حکمت.
- سلبی، کیت و کاودری، ران (۱۳۸۸) راهنمای بررسی تلویزیون، ترجمه علی عامری، تهران: سروش.
- سیف، علی اکبر (۱۳۹۰) روانشناسی پرورشی نوین؛ روانشناسی یادگیری و آموزش، تهران: نشر دوران.
- شرام، ویلبر و همکاران (۱۳۷۷) تلویزیون در زندگی کودکان ما، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران: مرکز مطالعات و سنجش صدا و سیما.
- شلیفر و مارتینی (۱۳۸۸) آشنایی کودکان با مفاهیم احساسات و ارزش‌ها، ترجمه خلیلی، تهران: نشر قطره.
- شیخ رضایی، حسین و دیگران (۱۳۸۹) «رشد اخلاقی کودک و ادبیات داستانی، به همراه بررسی آثار داستانی جمشیدخانیان از منظر رشد اخلاقی»، فصلنامه علمی تخصصی تفکر و کودک، سال اول، بهار و تابستان، صص ۳۳-۵۷.
- فلاح نژاد، زهرا (۱۳۹۱) «نظرسنجی از کودکان ۳۱ شهر دارای مرکز صداوسیما درباره برنامه‌های سیما در بهار ۱۳۹۱»، مرکز پژوهش‌های صدا و سی‌ما، بازیابی از:
http://web.archive.org/web/20121023234240/http://rcirib.ir/koodak/ejra_preview.aspx?id=257.
- فیشر، رابرت (۱۳۸۶) آموزش تفکر به کودکان، ترجمه مسعود صفایی مقدم و افسانه نجاریان، اهواز: رسش.
- کازنو، ژان (۱۳۸۷) جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: اطلاعات.
- لی‌پمن، متیو (۱۳۹۴) غایب بزرگ مدرسه؛ کندوکاو اخلاقی، ترجمه روح‌الله کریمی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، جلد اول.

- محمدزاده وحدتی، لیلا (۱۳۸۹) «رویکردهای اخلاقی در برنامه کودک: مطالعه نشانه‌شناسی فتیله»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما عبدا... گیویان، استاد مشاور هادی بهرامی‌احسان، تهران: دانشکده صدا و سیما.
- ویگوتسکی، لیبیف سمینوویچ (۱۳۸۱) زبان و تفکر، ترجمه ترجمه بهروز عزبدفتری، تهران: فروزش.
- یوسفی، ناصر (۱۳۸۸) رویکردهای آموزشی در کار با کودکان خردسال، تهران: موسسه پژوهشی کودکان دنیا.
- Edmiston, Brian (2008) *Forming Ethical Identities in Early Childhood Play*, New York :Routledge
- Fisch, Shalom M (2004) *Children's Learning from Educational Television*, New jersey: Mahwah.
- Gunter, Barrie & Jill McAleer (2005) *Children and Television*, New Fetter Lane, London: Routledge.
- Hogan, Marjorie J. & Victor C. Strasburger (2008) *Media and Prosocial Behavior in Children and Adolescents*, Handbook of Moral and Character Education, New York :Routledge.
- Kirkorian, Heather L, Ellen A. Wartella, and Daniel R. Anderson (2008) "Media and Young Children's Learning" *The Future of Children*. International Affairs at Princeton University and the Brookings Institution. Volume 18, Number 1, Spring, pp 39-61.
- Snarey, John & Peter Samuelson (2008) *Moral Education in the Cognitive Developmental Tradition: Lawrence Kohlberg's Revolutionary Ideas*. Handbook of Moral and Character Education, New York :Routledge.
- Velasquez, Manuel, Claire Andre, Thomas Shanks, S.J., and Michael J. Meyer (1996) "Thinking Ethically: A Framework for Moral Decision Making" *Issues in Ethics*. Volume 7, Number 1, Winter, pp 2-5.
- Zhao Bin (2013) *The Little Emperors' New Toys : A Critical Inquiry into Children and Television in China*, Berlin Heidelberg :Springer.