

مقایسه تغییرات تاریخی گفتمان انقلاب اسلامی در تولیدات سیمای جمهوری اسلامی در دو دهه ۶۰ و ۹۰ شمسی

فاطمه ایزدی رقیچه^۱

مرضیه قاسمی^۲

چکیده

انقلاب اسلامی در جریان نهضت‌سازی و نظام‌سازی خود گفتمانی داشته که بر اساس آن به تولیدات نرم‌افزار تمدنی پرداخت. این گفتمان در تلویزیون نیز تجلیاتی داشته است. با این حال می‌توان از یک بررسی مقایسه‌ای در طول تولیدات تلویزیونی در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تفاوت‌ها و تغییراتی را در انعکاس گفتمان انقلابی در رسانه ملی یافت. از این‌رو هدف و پرسش اصلی تحقیق حاضر بررسی میزان توجه به شاخص‌های گفتمان انقلاب در حوزه تولیدات کودک سیما است. مراحل پژوهش با تکیه بر مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهده برنامه‌های تلویزیونی پیش رفته و از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. موردهای مطالعاتی برنامه‌هایی بوده‌اند که کاملاً بومی بوده و انعکاس‌دهنده ذهنیت جامعه هستند. با توجه به این رویکرد و محبوبیت برنامه نزد کودکان، برنامه «زیر گنبد کبود» و «کلبه عمو پورنگ» انتخاب شده‌اند. نوآوری تحقیق حاضر این است که تاکنون برنامه‌های کودک سیما

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد رشته پژوهش هنر، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول)

f.izadi@pgs.usb.ac.ir

۲. استادیار گروه پژوهش هنر، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران mghasemi1505@arts.usb.ac.ir

با رویکردی تطبیقی در دوره زمانی دهه ۶۰، دهه آغازین شکل‌گیری گفتمان انقلاب و دهه ۹۰ دهه پختگی گفتمان، تحلیل محتوایی و ساختاری نشده‌اند. نتایج نشان می‌دهد نمایش شادی در دهه ۶۰ حاوی پیام و آموزندگی بوده و مضمون ساده‌زیست با مصادیقی مانند سخت‌کوشی، سادگی، صرفه‌جویی و... همچنین مضمون اجتماعی با مصادیقی مانند همکاری، جمع‌گرایی، همدلی و... بسیار پررنگ بوده است. در دهه ۹۰ شادی فاقد عمق و محتوای آموزنده است، ضمن اینکه در این دهه تضاد معناداری با مضمون ساده‌زیست در محتوای تولیدی دیده می‌شود. در هر دو زمان میزان پرداختن به شاخصه‌های اصلی گفتمان یعنی کودک دین‌مدار و انقلابی کمتر از ده درصد بوده که حاکی از تمایز معنادار بین اولویت‌های برنامه‌ساز و گفتمان انقلاب است.

واژگان کلیدی: گفتمان انقلاب اسلامی، تلویزیون، برنامه کودک، کودک.

مقدمه

بسیاری از صاحب‌نظران حوزه علوم اجتماعی بر این باورند که انقلاب‌ها اعم از سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نوعی پدیده غیر قابل پیش‌بینی و تنها حاصل فرآیندهای متضاد ماقبل از خود هستند. همچنان که طبق اثر بال پروانه‌ای در تئوری آشوب، امکان دارد پرواز پروانه‌ای در برزیل موجب طوفانی در فلوریدا شود، از همین منظر هر آینده‌ای برای هر انقلابی محتمل است. لیکن انقلاب‌ها همراه کوشیده‌اند تا برای افعال خود غایت، و برای کنش‌های خود ایدئولوژی حمایت‌گری پدید آورند. از یک سو به بدنه حامی خویش نظم و انسجام بخشند تا میزان تحولات پیش‌بینی نشده جامعه به حداقل برسد. از دیگر سو افکار عمومی را با ترسیم اُتوپایی (مدینه فاضله‌ای) قابل دسترس با خود همراه کنند. این دقیقاً آنجایی است که پای رسانه به میان می‌آید.

تلویزیون به عنوان رسانه جمعی این توان را دارد که مرکز قدرتمند فرهنگی محسوب شود و آداب و رسوم، ارزش‌های ایدئولوژی حاکم، ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی، زبان، هنر و ادبیات که همگی زیربنای هویت اجتماعی یک ملت هستند را تحت تأثیر مثبت و یا منفی قرار دهد. همین‌طور با بهره‌گیری از فنون ارتباطی، فنی، سیاست‌گذاری‌های کارآمد و مدیریت حساب‌شده، بر نگرش مردم تأثیر بگذارد (باهنر و جعفری، ۱۳۹۱: ۸).

گفتمان غالب جامعه، در ایران بعد از انقلاب ۱۳۵۷ که پدیده‌های اجتماعی و سیاسی را برای مردم معنادار می‌کند، گفتمان انقلاب اسلامی است. در این گفتمان برای کودک نیز جایگاهی تعریف و برای رسیدن به کودک تراز یعنی کودک مطلوب چارچوبی بیان شده است. کودک در طول روز ساعاتی مشغول تماشای برنامه‌های سیما است (این امر می‌تواند فرصتی برای مدیران، سیاست‌گذاران و برنامه‌سازان حوزه کودک در جهت توجه به پیشبرد اهداف گفتمان انقلاب باشد تا با پرداختن به مضامین مورد نظر در مسیر توانمندسازی کودکان و سوق آنان جهت دستیابی به کودک تراز مورد وثوق ایدئولوژی حاکم قدمی شایسته بردارند). هدف اصلی این پژوهش بررسی میزان حضور معنایی گفتمان انقلاب در برنامه‌سازی برای کودکان این مرزوبوم است. با گذشت بیش از چهل سال از شکل‌گیری و پخته‌تر شدن گفتمان انقلاب برنامه‌سازی‌ها گاه مفید و گاه مخرب، برخی پریننده و محبوب، برخی نیز کم‌مخاطب، گاهی با هدف‌گذاری‌های ایدئولوژیکی و گاهی نیز ناهماهنگ، حتی بعضاً هدف‌گذاری‌هایی خلاف جهت گفتمان مذکور صورت گرفته است. نکته بسیار مهم این است که در طول این سال‌ها تلویزیون ایران زیرمجموعه مدیریت قدرت حاکم بوده و جهت‌دهی برنامه‌سازی‌ها در مسیر تحکیم و ارزش بخشی هر چه بیشتر گفتمان انقلاب اسلامی فرض شده است. با توجه به شاخصه‌هایی که گفتمان انقلاب اسلامی برای کودک مطلوب تعریف کرده، پرسش‌های پژوهش حاضر این است که توجه به شاخصه‌های گفتمان انقلاب اسلامی در حوزه تولیدات کودک سیما به

چه میزان است؟ در دهه ۶۰ شمسی پرداختن به چه مضامینی در برنامه سازی کودک، اولویت برنامه سازان بوده است؟ در دهه ۹۰ با گذشت چند دهه از انقلاب و پخته تر شدن گفتمان، در برنامه سازی برای کودک چه مضامینی در اولویت قرار داشته است؟ فرض پژوهندگان این است که برنامه سازی سیما در حوزه کودک در طول چند دهه و با گذشت زمان فاصله پیدا کرده است. با توجه به اینکه دهه ۶۰ هم زمان با دوران دفاع مقدس بوده به نظر می رسد در آن دهه بر مسئولیت پذیری و مباحث مربوط به دفاع از مظلوم، همکاری و تعاون بیشتر توجه شده است. همچنین به دلایل مختلف سادگی در صحنه، لباس و سبک کلی برنامه بیشتر از دهه ۹۰ است. ضمن آنکه در دهه ۹۰ صحنه آرای و طراحی و طراحی لباس پرهزینه تر، مدرن تر و شادتر از دهه ۶۰ است.

از علل انتخاب این دو برنامه به عنوان مطالعه موردی چنین می توان گفت که: مجموعه زیر گنبد کبود و کلبه عمو پورنگ هر دو حالتی شبیه به جنگ کودکانه داشته و در زمان خود محبوب و پرمخاطب بودند. در هر دو مجری برنامه، دانا و گره گشای داستان است. فصل اول زیر گنبد کبود در سال ۱۳۶۶ منتشر شد که در این تحقیق به صورت تصادفی ۱۰ قسمت مورد بررسی قرار گرفته است. هر فصل از این مجموعه در حدود ۱۵ الی ۲۰ قسمت کار شده است. مجموعه کلبه عمو پورنگ نیز ۳ فصل است که فصل سوم در ۱۰۰ قسمت تولید شده و خود به دو بخش در پخش تقسیم شده؛ قسمی قبل از ماه محرم و قسمی بعد از ماه محرم پخش شده است که به دلیل استقبال بیشتر از بین ۵۰ قسمت پایانی به صورت تصادفی ده قسمت انتخاب و سپس بررسی محتوایی شده اند. در ادامه با استفاده از ویژگی های کودک مطلوب در گفتمان انقلاب، مضامین غالب در دو برنامه استخراج و بررسی شده و تطابق این دو برنامه با کودک تراز گفتمان انقلاب سنجیده می شود. در انتها به جهت افزایش پایداری، یافته ها با نتایج تحقیقات مشابه مقایسه می شود.

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های زیر از دو منظر با تحقیق حاضر مرتبط هستند؛ دسته اول از لحاظ موضوعی و واحد تحلیل شباهت دارند، بدین صورت که شبکه یا برنامه‌ای از تلویزیون (واحد تحلیل قالب برنامه کودک) مربوط به گروه سنی کودک را تحلیل کرده‌اند؛

نظیف و نجف‌زاده در مقاله علمی پژوهشی (۱۳۹۸) با عنوان «تحلیل نشانه‌شناسی برنامه‌های کودک و نوجوان تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، در دهه‌های ۶۰ و ۷۰» برنامه‌های قصه‌های مجید، مدرسه موش‌ها، دنیای شیرین و قصه‌های تابه‌تا را از منظر نشانه‌شناسی، نظریه فرهنگی کودک و روش تحلیل گفتمان امر سیاسی موفه بررسی کرده است.

سالمی و عظیمی فرد در مقاله علمی پژوهشی (۱۳۹۶) با عنوان «تحلیل نشانه‌شناختی برنامه‌های رنگین‌کمان و هزار و شصت و شونزده از منظر آموزش ترافیک به مخاطبان کودک» با استفاده از روش کیفی نشانه‌شناسی، رویکرد رولان بارت به محتواهای مرتبط با ترافیک در این دو برنامه کودک با مضمون آموزش ترافیک پرداخته است.

گرچی‌بندپی در مقاله علمی پژوهشی (۱۳۹۱) با عنوان «توسعه فرهنگی در برنامه‌های کودک سیما» از منظر جامعه‌شناختی دو برنامه عمو پورنگ و فیتله را بررسی کرده است.

دسته دوم از پژوهش‌ها به لحاظ گفتمان و مسیر تحلیل با پژوهش حاضر شباهت دارند، فرخ‌نژاد و میرفرخایی مهم‌ترینشان هستند که در مقاله علمی پژوهشی (۱۳۹۸)، کودک مطلوب را در گفتمان انقلاب بررسی و شاخصه‌هایی معرفی کرده، بر آن اساس برنامه‌های شبکه کودک در بازه زمانی شش ماه دوم سال ۹۶ را تحلیل محتوایی کرده و براساس شاخصه‌های کودک مطلوب، گفتمان انقلاب اسلامی را بررسی کرده تا به

مانند شاغول چراغ راه برنامه سازان قرار گیرد. گفتمانی که در پژوهش فوق مطرح شد ایده اصلی تحقیق حاضر قرار گرفت.

پژوهش حاضر براساس گفتمان انقلاب اسلامی به تحلیل محتوای پردازد. «گفتمان‌ها، مفصل‌بندی مجموعه‌ای منسجم از افراد، مفاهیم و یا واژگان هستند که حول یک دال برتر قرار گرفته، به زندگی انسان معنا می‌بخشند». (خلجی، ۱۳۸۶: ۵۴) گفتمان ابتدا در حوزه زبان‌شناسی با طرح ساختارهای زبان‌شناسی سوسور شکل گرفت (حقیقت، ۱۳۸۵: ۴۵۷) لیکن به مرور دچار تحوّل شد و پا به عرصه علوم اجتماعی گذاشت. تفاوت اصلی شیوه تحلیل در نظریات زبان‌شناسی با نظریات گفتمان در این است که در تحلیل گفتمان برخلاف تحلیل‌های زبان‌شناسانه، صرفاً به عناصر نحوی و لغوی تشکیل‌دهنده جمله توجه نمی‌شود. فراتر از آن به عوامل بیرون از متن یعنی سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تأکید می‌شود. (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۸)

چارچوب نظری

تلویزیون با عرضه برنامه‌های خبری، نمایشی، تفریحی و... معضلات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و... را مطرح می‌کند و ملزم به انتقال پیام ایدئولوژیکی است. برنامه‌سازان مختلف، تکنیک‌های متعددی را جهت نزدیکی یا در جهت دوری از اهداف ایدئولوژیکی حاکم پیش می‌برند. این بیانگر گرایش‌های طبقه حاکم است. ایدئولوژی در واقع انعکاس‌دهنده وضع مالی، فرهنگی و سیاسی حاکمین هر کشوری است. (بیریوکف، ۱۳۷۲: ۱۱۳) در ایران نیز ایدئولوژی حاکم بر تلویزیون، از نظام حاکم یعنی جمهوری اسلامی گرفته شده است. هدف پیاده‌کردن گفتمان انقلاب اسلامی است. ایدئولوژی، به عنوان یک نظام و روش زندگی دارای ارج و ارزش است. کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان جهت تفکیک تولیدات خود برای کودکان

یک رده‌بندی خاص ارائه داده است: گروه الف، سال‌های پیش از دبستان؛ گروه ب، سال‌های آغاز دبستان (کلاس‌های اول، دوم)؛ گروه ج، سال‌های پایان دبستان. در گروه‌بندی جدید این گروه سنی نوباوه +۴، نوجوان +۷، نونهال +۹ تا ۱۲ سال است. www.qudsonline.ir) دو مجموعه کلبهٔ عمو پورنگ و زیر گنبد کبود، تقریباً مناسب گروه سنی نوباوه تا نونهال یعنی ۴ تا ۱۲ سال هستند.

کودکان را باید مخاطبان خاص تلویزیون دانست. تلویزیون به سبب سرعت بالا در انتقال اطلاعات و بهره‌مندی از جذابیت‌های تصویری، قدرت بالای همزادپنداری و...، نقش مهمی در ایجاد و درونی‌سازی فرهنگ، ایدئولوژی، الگوهای فکری و رفتاری کودکان و هدایت رفتارهای اجتماعی آن‌ها دارد. (فرخ‌نژاد و میرفرخایی، الف ۱۳۹۸: ۱۹۳)

نظیف و نجف‌زاده در مقاله (۱۳۹۸) با به‌کارگیری چارچوب امر سیاسی و نظریهٔ فرهنگی کودک در روش نشانه‌شناسی پرس، به بررسی نظام‌های نشانه‌ای و منازعهٔ معنایی در دو دههٔ ۶۰ و ۷۰ پرداخته است. دههٔ ۶۰ غلبه با نمادهای ضد مصرف‌گرایی، همکاری، همبستگی اجتماعی، ساده‌زیستی و روابط خانوادگی گرم بوده است. نظام نشانه‌ای دههٔ ۶۰ کودکان را آمادهٔ پذیرش روابط اقتدارآمیز مبتنی بر سلطه می‌کند، لیکن در نظام نشانه‌ای دههٔ ۷۰ مضمون مدرن غالب است.

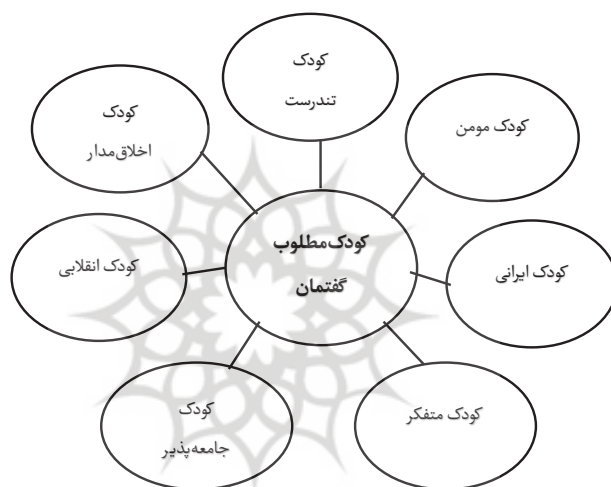
تولیدات رسانه‌ای مربوط به کودک در دههٔ ۶۰ اندک بود. امکانات محدود فنی آن دوره، سایهٔ تغییرات و دستورالعمل‌های ایدئولوژیکی، عدم امکان پخش برنامه‌های تولید شده در نظام سیاسی قبلی را می‌توان از جمله علل تولید اندک برشمرد. افزون بر این‌ها، جنگ و بحران‌های مسلحانهٔ داخلی نیز توجه نظام سیاسی جدید را از موضوعاتی مانند کودک می‌ربود. تولیدات تصویری به این سمت رفت که یا در لوکیشن خانه و مدرسه ساخته می‌شد و یا مجری محور و یا چیدمان‌های نمایش عروسکی. تلاش مدیران این بود که روحیهٔ جمع‌گرایی و همدلی را در مناسبات اجتماعی تقویت کنند

تا کودکان در غیاب پدران به جنگ رفته جایگزین و همنشین پدر را در برنامه‌ها حس کنند (نظیف و نجف‌زاده، ۱۳۹۸: ۵۴ و ۵۳). نظیف همچنین در تحلیل برنامه‌های کودک دهه ۷۰ چنین می‌آورد که: «تولیدات دهه ۷۰ غالباً داستان‌هایی خانوادگی را روایت می‌کنند که با وجود نمادهای آسایش و فراغت مثل نمایش انبوه سازه‌های مدرن، اما همچنان عناصری از حفظ و پاسداشت گذشته را با خود دارند و دارای درون‌مایه پاسداشت خانواده‌اند. کم‌کم با اتمام جنگ برنامه‌هایی با هدف سرگرمی و طنازی بدون انتقال هیچ پیام اساسی، تلاش برای آفریدن دنیایی خالی از رنج زیستن در سایه مرگ و دارای خوشی‌های فراوان بود» (همان: ۶۰). در نظام نشانه‌ای برنامه‌های کودک دهه ۶۰ مضمونی به نام کودک ساده‌زیست داریم و نمایش زندگی سنتی به دور از تجمّل. تلاش این بود که هویت انسان انقلابی در ساده‌زیستی، سخت‌کوشی و ضد مصرف‌گرایی نمایش داده شود (همان: ۵۸). همچنین در مقاله دیگری (۱۳۹۹) که مطالعه‌ای متمایل به حوزه علوم سیاسی قلمداد می‌شود، چنین آورده که در دهه ۸۰ کودکان در تعارض و یا سازش با قدرت برتر به عنوان دارندگان قدرت اجتماعی، صاحبان حقوق در برابر ساخت قدرت سیاسی مطرح شده‌اند. کودک در این دهه به عنوان سوژه سیاسی مطرح می‌شود. (نظیف و همکاران، ۱۳۹۹: ۸۲).

گفتمان رابطه میان ایدئولوژی و جامعه را می‌سازد (وان‌دایک، ۱۳۸۷: ۸۹). فوکو معتقد است ویژگی اصلی گفتمان این است که ماهیت امور مورد بررسی از پیش تعیین نمی‌شود و توأم با صورت‌بندی‌های گفتمانی پا به عرصه حیات می‌گذارد (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۶). در بین نظریه‌های موجود و روش‌های کیفی متعدد فقط تحلیل گفتمان بین ایدئولوژی و قدرت و نشانه، به ایجاد ارتباط می‌پردازد و در بین نظریه‌های رایج تحلیل گفتمان، نظریه شانتال موفه نقطه اوج نظری در این حوزه محسوب می‌شود (فرخ‌نژاد و میرفخرایی، ۱۳۹۸: ۱۱۵). لذا چه بهتر که فرخ‌نژاد و همکارش در تحقیق خود (۱۳۹۸) با استفاده از روش تحلیل گفتمان موفه به بررسی شاخصه‌های کودک

مطلوب در گفتمان انقلاب اسلامی پرداخته‌اند، نتایجشان الهام‌بخش پژوهش حاضر است. فرخ‌نژاد و میرفخرایی کودک تراز گفتمان انقلاب اسلامی را براساس فرمایشات رهبری و امام چنین مفصل‌بندی کرده‌اند:

نمودار ۱: شبکه مضامین یا به عبارتی مفصل‌بندی کودک مطلوب در گفتمان انقلاب اسلامی (فرخ‌نژاد و میرفخرایی، ب ۱۳۹۸: ۱۲۲).



فرخ‌نژاد و میرفخرایی در این تحقیق جدول پخش شبکه کودک را در شش ماه دوم سال ۱۳۹۶ از منظر گفتمان انقلاب بررسی کرده‌اند. نتایجشان نشان می‌دهد که کودک جامعه‌پذیر بیشتر فراوانی را در بازنمایی هویت کودکی داشته است. در رتبه‌های بعدی کودک عالم و فلسفه‌دان، کودک مؤمن در رتبه سوم فراوانی محتوا را به خود اختصاص داده، همچنین به کودک ایرانی بسیار کم‌رنگ پرداخته شده است (همان: ۱۳۴-۱۳۰). پژوهشگران تحقیق حاضر، از نتایج تحقیق فرخ‌نژاد و همکارش دریافتند که در دوره‌ای از دهه ۹۰ تولیدات شبکه کودک مضمون کودک جامعه‌پذیر، کودک متفکر و کودک مؤمن، بیشترین اولویت هدف‌گذاری برنامه‌سازان بوده، ضمن اینکه پرداختن به

مضمون کودک ایرانی کمترین اولویت برنامه‌سازان این حوزه بوده است.

سالمی و عظیمی فرد در مقاله (۱۳۹۶)، دو برنامه کودک را با استفاده از روش نشانه‌شناسی رولان بارت براساس سه رویکرد عمده، از منظر آموزش ترافیک بررسی می‌کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد این برنامه‌ها از نظر رویکردهای آموزش ترافیک، جهت‌گیری منسجمی ندارند (سالمی و عظیمی فرد، ۱۳۹۶: ۱۱۱ و ۱۰۸). «بازنمایی شخصیت‌های کودک در این جایگاه که همیشه اشتباه می‌کنند و از اجرای هرگونه کنش ترافیکی عاجزند، موجب تقویت اسطوره‌های ناتوانی و انفعال در کودک می‌شود. البته که در عالم واقع می‌تواند حقیقت داشته و کودک آسیب‌پذیرترین سوژه در موقعیت ترافیکی باشد، لیکن این شیوه از بازنمایی کودکان را از یادگیری مهارت‌های مورد نیاز بازمی‌دارد» (همان: ۱۱۰-۱۰۹). پژوهشگر تحقیق حاضر چنین برداشت می‌کند که نتایج بررسی سالمی و همکارش روی این دو برنامه، حکایت از ناکارآمدی برنامه‌ساز در بُعد آموزش به کودک دارد و اگر تولیدکننده هدف‌گذاری آموزشی در زمینه ترافیک داشته، چندان موفق نبوده است. این دو برنامه تولید دهه ۹۰ هستند.

گرچی بندپی در مقاله (۱۳۹۱)، به بررسی برنامه‌های کودک تلویزیون از منظر توسعه فرهنگی پرداخته است. او دو برنامه عموپورنگ و فیتله را از نظر محتوا (شاخص‌های هویت فرهنگی، مشارکت فرهنگی و همکاری‌های بین‌المللی، میراث فرهنگی)، و از نظر ساختار (نوع لباس، موسیقی، تقلید صدا، مشارکت کودکان، شعر، فضای صحنه و شیوه انتقال پیام) بنا بر ویژگی‌های کودک توسعه‌یافته بررسی کرده است و نتیجه گرفته که این برنامه‌ها به دلیل عدم آگاهی برنامه‌سازان حوزه کودک از شاخصه‌های کودک توسعه‌یافته فرهنگی، متأسفانه نتوانسته‌اند معنای روشن، صریح و کامل، درست و تأثیرگذاری از توسعه در اختیار کودک قرار دهند. گرچی بندپی در انتهای تحقیق می‌آورد که: «اعتقادات دینی در برنامه عموپورنگ رتبه نخست اهمیت و توجه

را دارد» (گرجی بندپی، ۱۳۹۱: ۱۶۱).

لازم به ذکر است، در بخش بحث و نتیجه‌گیری، یافته‌های این تحقیقات با یافته‌های پژوهش حاضر مقایسه خواهد شد. در تحقیق حاضر موسیقی تیتراژ و موسیقی شعر تیتراژ بررسی می‌شود. موسیقی شعر باید با سایر عناصر رابطه‌مند باشد. به عبارتی باید بین موضوع، مضمون، گروه سنی و هدف شعر، با موسیقی آن، هماهنگی و سازگاری وجود داشته باشد. این هماهنگی در ایجاد حس بهتر در مخاطب و کشف معنا مؤثر است (فیاض منش، ۱۳۸۴: ۱۷۵). چنانچه شاعر این هماهنگی را رعایت نکند میان عناصر شعری و موسیقایی آن وحدت برقرار نشده و از سمت مخاطب پس زده می‌شود.

شفیعی کدکنی می‌گوید شعر دو موسیقی دارد: «موسیقی خارجی که همان بحر شعر (وزن عروضی) است و براساس کشش و هجاهاست، همچنین موسیقی داخلی که عبارت است از هماهنگی و نسبت ترکیبی کلمات و طنین خاص هر حرفی در مجاورت با حرف دیگر. بحر، موسیقی خارجی شعر را ایجاد می‌کند و ایقاع‌های کلمات، موسیقی داخلی آن را». (شفیعی کدکنی، ۱۳۵۸: ۴۰) بحور عروضی طبق گفته خلیل بن احمد هشت است، جهت کمک به حافظه با کلمات عربی به شرح ذیل نشان داده می‌شوند: ۱. فعولن، ۲. فاعلاتن، ۳. فاعلن، ۴. مفاعلتن، ۵. مفاعیلن، ۶. متفاعلن، ۷. مستفعلن، ۸. مفاعلات. (تسوگه، ۱۳۵۱: ۲۱) البته این اوزان بعدها به هجده گسترش یافت. شعر تیتراژ هر دو برنامه در قالب غیرکلاسیک می‌گنجد، رستمی می‌گوید: شعر نیمایی همچون کلاسیک بر پایه اوزان عروضی است. البته که این اوزان با شیوه و قواعدی خاص و با تعداد نامساوی ارکان در هر سطر دیده می‌شود (رستمی، ۱۳۹۱: ۱۸۷).

روش‌شناسی تحقیق

فلسفه پژوهش حاضر تفسیری، جهت‌گیری کاربردی و رویکرد تطبیقی طولی را برگزیده است. واحد تحلیل نیز قالب برنامه و مکتوبات مرتبط با گفتمان انقلاب اسلامی است، لذا ماهیت داده‌ها کیفی است. گردآوری داده‌ها براساس مطالعات کتابخانه‌ای و سایت‌های نمایش فیلم است، پس از روش اسنادی و مشاهده‌ای استفاده شده است. از بین تولیدات کودک دهه ۶۰ و ۹۰، دو مجموعه کودک با قالب تولیدی جنگ کودکانه به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند تا محتوایی و ساختاری بررسی شوند. علت این انتخاب: تولید داخل بودن، محبوبیت، خاطره‌انگیز بودن و ماندگاری در حافظه تاریخی کودکان، وجود شباهاتی که در قالب ساخت دارند. نمونه‌گیری به صورت تصادفی می‌باشد. بدون در نظر گرفتن اولویت، از مجموعه زیر گنبد کبود و کلبه عمو پورنگ هر کدام ۱۰ قسمت کامل دانلود و سپس تحلیل محتوا می‌شوند. مفاهیم مشاهده‌شده براساس محتوا کدگذاری شده، از درون کدها مضامین درمی‌آیند؛ در نهایت براساس مضامین به هم مرتبط شده، برای هر مجموعه برنامه تجزیه و تحلیل صورت گرفته و در آخر با شاخصه‌های کودک تراز در گفتمان مذکور مطابقت داده و نتیجه نهایی با تحقیقات مشابه مقایسه می‌شود.

تحلیل محتوا مبتنی بر استقرای تحلیلی است؛ کدگذاری و تحلیل داده‌ها با هدف درک مضامین صورت می‌گیرد. داده‌های مورد تحلیل در این روش دربردارنده داده‌های متنی و مشاهده‌ای می‌باشد (طیبی ابوالحسنی، ۱۳۹۴: ۷۴). سپس محقق مجموعه‌ای از تم‌های اصلی و فرعی را به صورت کامل و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق کسب می‌کند، بعد از آماده شدن مطالب و تحلیل پایانی و نگارش گزارش، مقایسه با تحقیقات پیشین و احیاناً مشارکت گرفتن از خبرگان به جهت افزایش پایایی صورت می‌گیرد (همان: ۷۷).

چنان‌که گفته شد تحلیل داده‌ها در این پژوهش در دو سطح کدگذاری باز و محوری می‌باشد. مرحله کدگذاری باز، شناسایی و نام‌گذاری، توصیف و طبقه‌بندی داده‌ها می‌باشد. مرحله کدگذاری محوری مفاهیم و مقولاتی که در مرحله قبل شناسایی شده‌اند در ترکیبی جدید به یکدیگر مرتبط شده‌اند (رازقی و علیزاده، ۱۳۹۴: ۱۲۷). این تحقیق قسمت‌هایی از دو مجموعه پربیننده در دو بازه زمانی را به صورت نمونه‌گیری تصادفی تحلیل می‌کند. همچنان‌که مهم‌ترین عامل دوام این گفتمان که همانا رهبران این انقلاب هستند، بیانات رهبری و امام است و پیش از این در تحقیق فرخ‌نژاد و میرفخرایی تحلیل محتوایی شده و مضامینی به دست آمده؛ لذا پژوهندگان تحقیق حاضر مضامین فوق را به عنوان مضامین کودک تراز از منظر گفتمان انقلاب مبنا قرار داده و با این فرض به بررسی محتوای برنامه‌ها پرداخته‌اند.

شناسنامه برنامه اول، مجموعه زیر گنبد کبود

«زیر گنبد کبود» یا آقای حکایتی مجموعه تولید شبکه یک سیما، ویژه گروه سنی کودکان بود که پخش آن در سال ۱۳۶۶ خورشیدی کلید خورد. بهرام شامحمدلو در نقش آقای حکایتی، ایرج طهماسب و راضیه برومند مشترکاً نویسندگی را بر عهده داشتند. موسیقی این مجموعه ابتدا ساخته بهرام دهقانپار بود و در سال ۱۳۹۲ به دلیل محبوبیت و خاطره‌انگیزی با تنظیم جدید سام وفایی، در قالب نماهنگی منتشر شد (fa.wikipedia.org). فضای دکور، صحنه و طراحی لباس بسیار ساده، در عین حال خلاقانه و مقرون به صرفه بوده است.

خلاصه: این برنامه در فضای فروشگاه‌گاهی به نام فروشگاه قصه اجرا می‌شد. در این برنامه از طریق یک داستان، موضوعی بیان می‌شد، وظیفه بعدی بر عهده بازیگران بود که به نحوی موضوع را گسترش دهند و گره داستان را به یاری آقای حکایتی حل نمایند، در این میان، آقای حکایتی که شالی بر گردن و کتابی بزرگ به همراه داشت،

به شیوه‌ای غیرمستقیم، تلاش می‌کرد تا پیام مورد نظر را به مخاطب کودک منتقل کند، در این لحظات معمولاً بازیگران با هم توافق می‌کردند که آقای حکایتی قصه‌ای برایشان بگوید و سپس با ریتمی نسبتاً تند دکور صحنه متناسب با داستان تنظیم می‌شد.

شناسنامه برنامه دوم، مجموعه کلبه عمو پورنگ

مجموعه کلبه عمو پورنگ که توسط گروه اجتماعی شبکه دو تولید شده، یک جنگ کودکانه به کارگردانی احمد درویش علیپور، نویسندگی محمد درویش علیپور، تهیه‌کنندگی مسلم آقاچان زاده می‌باشد و فیلم برداری این مجموعه اسفند ۱۳۹۹ شروع و آبان ماه ۱۴۰۰ به پایان رسید. از نوآوری‌های این مجموعه می‌توان به پوشیدن لباس‌های محلی و توضیح درباره آن توسط عموپورنگ اشاره کرد. در این برنامه هیچ عروسکی حضور نداشته و از تعداد زیادی بازیگر استفاده شده است. این برنامه براساس نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما، در بهار ۱۴۰۰ رتبه اول بیننده را بین کودکان داشته است. در سایت تلویزیون نیز جزو محبوب‌ترین برنامه‌های کودک و پرمخاطب‌ترین برنامه کودک در ۱۴۰۰ شناخته شده است. (fa.wikipedia.org) طراحی صحنه و لباس در این مجموعه بسیار متنوع و پرهزینه محسوب می‌شود. خلاصه: پورنگ برای فرار از شلوغی و آلودگی هوا از محل سکونت خود به مزرعه یکی از دوستانش به نام «مرد کهن» نقل مکان کرده تا در آنجا به آرامش روحی و ذهنی برسد. از طرف دیگر مدیران تلویزیون او را مجاب کرده‌اند تا برای کودکان برنامه اجرا کند. او که عاشق بچه‌هاست تصمیم گرفته از مزرعه برنامه‌اش را روی آنتن ببرد.

یافته‌های تحقیق

در تحقیقی که ماهیت داده‌ها کیفی است، شما از اطلاعات و بصیرت مأخوذ از

ادبیات موجود به منزله دانش زمینه‌ای استفاده می‌کنید تا در این بستر به مشاهدات و گزاره‌های تحقیقتان برسید. (فلیک، ۱۳۸۷: ۶۵) کارکرد روش تحلیل محتوای کمی این است که داده‌ها را سازمان‌دهی و توصیف کرده و تفسیری از آن‌ها می‌دهد. زمانی که بحث از ماهیت‌شناسی یا ویژگی‌های پدیده‌ای به میان می‌آید این روش مناسب است. در اینجا ویژگی‌های کودک مطلوب در گفتمان انقلاب قرار است با ویژگی‌های لحاظ شده در تولیدات کودک مطابقت داده شود. بدین جهت از کدگذاری باز که خروجی‌اش مضامین‌اند و کدگذاری محوری که خروجی‌اش سازمان‌مند کردن ارتباط مضامین است استفاده می‌شود.

کدگذاری باز بخشی از تجزیه و تحلیل است که به صورت مشخص به نام‌گذاری و مقوله‌بندی پدیده‌ها از راه بررسی دقیق داده‌ها می‌پردازد، در ضمن کدگذاری باز، داده‌ها به بخش‌های مجزا خرد می‌شوند و برای به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌ها به دقت بررسی شده، با یافتن مضمون مشترک مرتب می‌شوند. (استراس و کوربین، ۱۳۹۳: ۶۲)

تحلیل محتوا و نتایج کدگذاری باز برنامه زیر گنبد کبود

برای بررسی مضامین این برنامه به طور تصادفی ۱۰ قسمت که به طور میانگین هر قسمت ۳۵ دقیقه و در مجموع ۳۰۰ دقیقه داندود شده، داده‌ها به صورت متون پیاده‌سازی و کدگذاری شده است. سپس در دسته‌بندی‌هایی قرار می‌گیرد، مانند شجاعت که در قسمت‌های مختلف به شکل‌های مختلف به این ویژگی پرداخته شده است. در نهایت برچسب‌ها یا همان کدگذاری‌های ۱۰ قسمت با هم تلفیق و در قالب مضمونی به نام کودک انقلابی گنجانده شده است^۱. در پایان (جدول ۱) حاصل

۱.۱. نمونه محتوای مستخرج یک قسمت از برنامه زیر گنبد کبود: مودب حرف زدن؛ از اول تا دقیقه ۸ / اشاره به اهمیت تغذیه سالم؛ از دقیقه ۱ تا دقیقه ۲ و از ۶:۳۱ تا ۷:۳۰ / با همکاری هم فضای صحنه را آماده می‌کنند؛ از دقیقه ۲ تا دقیقه ۳:۲۱ / اشاره به بهداشت فردی؛ از دقیقه ۳:۲۱ تا دقیقه ۶:۳۱ / مسئولیت‌پذیری و همکاری و

شده است:

جدول ۱. مضامین نهایی اخذشده از زیر گنبد کبود

مضمون برچسب ثانویه	مفاهیم برچسب اولیه زیر گنبد کبود
کودک دین مدار	۱. اشاره به آیات و روایات ۲. اشاره به اصول دین ۳. اشاره به مناسک اسلامی ۴. اشاره به احکام ۶. شکر خدا را به جای آوردن
کودک ایرانی	۱. اشاره به مراسم و مناسبات باستانی ۲. اشاره به نمادهای باستانی ۳. اشاره به پرچم و سابقه تاریخی ۴. ابیات شاعران نامداری چون فردوسی و سعدی و ضرب المثل ها
کودک انقلابی	۱. خوش قول بودن ۲. شجاعت ۳. مبارزه با ظلم ۴. کمک به مظلوم
کودک اجتماعی	۱. تعاون ۲. همکاری و کار گروهی ۳. مسئولیت پذیر بودن ۴. ارتباط با مردم داشتن ۵. یک دست بودن پوشش همه در طراحی لباس نماد اتحاد و برابری
کودک بااخلاق	۱. صلۀ رحم ۲. حرف زدن مؤدبانه ۳. احترام به بزرگ تر ۴. خیرخواه دیگران بودن ۴. راست گویی ۵. ادب در گرفتار و تعجیل در سلام ۶. اهمیت به نظم و انضباط
کودک تندرست	۱. تغذیه سالم ۲. رعایت بهداشت فردی ۳. اهمیت به سلامت اعضای بدن

تشویق کار گروهی؛ از دقیقه ۷:۳۰ تا ۸:۵۹ / اشاره به تفکر و مطالعه؛ از دقیقه ۸:۵۹ تا ۲۲:۲۸ / تاکید به وفای به عهد و خوش قولی؛ از ۲۲:۲۸ تا ۲۲:۴۹ / کتاب و مطالعه؛ ۲۲:۱۲ تا ۲۳:۲۷ / بحث کتاب و کتاب خوانی؛ از ۲۳:۲۳ تا ۲۳:۴۰

مضمون برچسب ثانویه	مفاهیم برچسب اولیه زیر گنبد کیود
کودک علم دوست	۱. بحث های آموزشی ۲. خلاقیت پروری ۳. معرفی کتاب و کتاب خوانی ۴. اختصاص جایگاه ویژه برای محل قرارگیری کتاب در طراحی صحنه و القای حس اهمیت و احترام به کتاب
کودک ساده زیست	۱. تأکید بر زیبایی سادگی ۲. طراحی لباس و صحنه تقویت روحیه ساده زیستی ۳. توجه به عدم مصرف گرایی ۴. صرفه جویی
کودک شاد	۱. با هم خندیدن به لطیفه ۲. ابراز خوشحالی های دسته جمعی بعد از لبخند رضایت مجری بابت انجام عملی پسندیده ۳. شادی فرارسیدن مناسبت های شاد، اعیاد ملی و مذهبی

تحلیل محتوا و نتایج کدگذاری باز برنامه کلبه عمو پورنگ

برای بررسی مضامین این برنامه ۱۰ قسمت که به طور میانگین ۴۵ دقیقه بوده، جمعاً ۴۵۰ دقیقه به صورت تصادفی دانلود شده، داده ها به صورت متون پیاده سازی و کدگذاری شده، سپس دسته بندی شده است؛ مانند اینکه در روند برنامه از زوایای مختلف به کرونا اشاره و در نهایت کدگذاری ها با هم تلفیق شده، سپس در مضمون تندرستی در کنار توجه به سلامتی، تغذیه و ورزش گنجانده شده است. یا راستگویی و وفای به عهد و ادب و احترام که در مضمون کودک با اخلاق گنجانده شده است.

۱. به عنوان نمونه در قسمت ۱۱۸ کلبه عمو پورنگ با عنوان در ناامیدی بسی امید است: راستگویی ۱۶:۵۰ تا ۱۷:۳۰، مودب حرف زدن از ۴۳:۲۰ تا ۴۵؛ در قسمت ۱۰۴: مودب حرف زدن ۳۲ تا ۳۲:۲۳، خیرخواهی دیگران از دقیقه ۴۰ تا ۴۱:۱۵؛ و...

جدول ۲. مضامین نهایی اخذشده از کلبه عمو پورنگ

مضمون برچسب ثانویه	مفاهیم برچسب اولیه در کلبه عمو پورنگ
کودک دین مدار	۱. اشاره به آیات و روایات ۲. اشاره به اصول دین ۳. اشاره به احکام ۴. وفای به عهد
کودک ایرانی	۱. لباس های محلی در تیتراژ یا در روند داستان مثل لباس گیلکی و ترکمن ۲. استفاده از ضرب المثل های فارسی در تیتراژ و داستان
کودک انقلابی	۱. فداکاری ۲. روحیه اخلاص ۳. دفاع از مظلوم
کودک اجتماعی	۱. همکاری ۲. کمک به هموع ۳. تعاون ۴. دوستی
کودک با اخلاق	۱. احترام به بزرگ تر ۲. خیرخواهی ۳. راست گویی ۴. کنترل خشم
کودک تندرست	۱. کنترل استرس ۲. اخبار درباره کرونا ۳. رعایت پروتکل های کرونا ۴. حفظ و نگهداری محیط زیست ۵. حرکات موزون متنوع توأم با موسیقی
کودک علم دوست	۱. نکات علمی پزشکی در رابطه با کرونا
کودک شاد	مکرر پخش موسیقی شاد، همراه با حرکات موزون توأم با طراحی پوشش یکسان (تن پوش مورچه) برای گروهی که مجری را در اجرای حرکات موزون همراهی می کنند.

کدگذاری محوری دو برنامه

در کدگذاری محوری مضامین به دست آمده در مرحله پیشین به یکدیگر مرتبط

می‌شوند. در این پژوهش از روش شبکه مضامین برای مرتبط ساختن مضامین، استفاده شده است.

روش شبکه مضامین را آتراید استرلینگ در سال ۲۰۰۱ گسترش داد. آنچه شبکه مضامین عرضه می‌کند نقشه‌ای شبیه به تارنما به صورت گرافیکی به مثابه اصل سازنده و روش نمایش است. روش شبکه مضامین، براساس روندی مشخص، مضامین حاصل از کدگذاری باز را نظام‌مند به هم مرتبط می‌سازد. وقتی یک شبکه مضمونی ساخته شد می‌توان از آن به مثابه ابزاری تصویری برای تفسیر متن استفاده کرد تا نتایج حاصل از متن برای محقق و خوانندگان روشن و فهمیدنی شود. (عابدی جعفری و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۷۰)

کودک تندرست^۱: این مضمون شامل برجسب‌های ثانویه مثل بهداشت فردی، بهداشت عمومی، تغذیه، ورزش، موضوع روز یعنی مباحث مربوط به کرونا اعم از رعایت پروتکل‌ها، عوارض کرونا بر بزرگسالان و کودکان می‌باشد؛ برجسب‌های اولیه مطرح شده مانند بازی و ورزش گروهی، بهداشت مو و ناخن، شستشوی دست و صورت، لزوم حفظ محیط زیست و... این مضمون منطبق با گفتمان انقلاب در هر دو برنامه دیده شده است.

کودک ایرانی^۲: این مضمون شامل برجسب‌های ثانویه مانند هویت ملی، رسوم و مناسب‌های ایرانی و باستانی، استفاده از نمادهای ملی در برنامه، پاسداشت

۱. به عنوان نمونه در کلبه عموپورنگ: عنوان قسمت کنترل خشم: اهمیت به اعضای بدن رفتن به فیزیوتراپی ۴۰ تا ۴۰:۱۶؛ عنوان قسمت: طبیعت خانه ماست: مدیریت استرس از اول تا دقیقه ۴؛ تغذیه و خوراک سالم از ۴ تا ۵:۲۰؛ پرداختن به ورزش از ۱۷:۴۳ تا ۲۰:۵۳؛ توجه به محیط زیست و رعایت بهداشت (رها نکردن زباله ها در طبیعت) از دقیقه ۴۳ تا ۴۴:۳۰؛ و...

۲. به عنوان نمونه در کلبه عمو پورنگ قسمت ۴۴: نمایش با لباس ترکمنی توجه به قومیت ها از ۱:۴۶ تا ۶: استفاده از اشعار و ادبیات ایرانی استفاده از لباس ترکمن، گیلکی خواندن شعر ۲۲:۳۰ تا ۲۲:۵۰؛ و...

ادبیات پارسی می‌باشد. مصادیق مطرح‌شده مانند سرود ملی، توضیح دربارهٔ پرچم و هویت ایرانی، معرفی قومیت‌ها و گویش و پوشش آن‌ها، اشاره به نوروز، حضور نمادهای ایرانی در طراحی فضای صحنه، ضرب‌المثل‌های ایرانی و اشعار شاعران نامدار ایرانی و... این مضمون هماهنگ با گفتمان انقلاب در هر دو برنامه لحاظ شده است. کودک دین‌مدار: شامل برجسب‌های ثانویه احکام و روایات، آیات قرآن، مناسبات و مناسک مذهبی، دعا و نیایش. مصادیق مطرح‌شده است؛ مانند روایات در مورد لزوم رعایت نظافت و کنترل خشم، شکرگزاری و دعا در انتهای برنامه برای سلامتی و تعجیل در ظهور امام دوازدهم، یاد مقام امامان و... این مضمون هماهنگ با گفتمان انقلاب در هر دو برنامه دیده شده است.

کودک انقلابی^۱: مصادیقی چون ظلم‌ستیزی، دفاع از مظلوم، روحیه فداکاری و ایثار، شجاعت در این مضمون جای گرفته‌اند. این مضمون هماهنگ با گفتمان انقلاب در هر دو برنامه مطرح شده است.

کودک با اخلاق^۲: مصادیقی که در دو برنامه مطرح شده عبارت‌اند از: راست‌گویی، آموزش و تأکید بر احترام به بزرگ‌ترها به‌ویژه احترام به والدین، همچنین خیرخواهی دیگران نیز در این مضمون گنجانده شده است. به‌طور ویژه بر راست‌گویی و احترام به بزرگ‌ترها در محتوای هر دو برنامه تأکید شده است.

کودک علم دوست^۳: در مفصل‌بندی‌ای که فرخ‌نژاد از گفتمان انقلاب ارائه داده

۱. به عنوان نمونه قسمت ۱۰۴ کلبه عمو پوررنگ: اشاره به فداکاری از ۴:۳۰ تا ۵:۳۰؛ شجاعت و مبارزه با ظلم (اشاره در متن) ۲۸:۴۲ تا ۳۱:۲۷؛ و...

۲. به عنوان نمونه در قسمت ۸۳ کلبه عموپورنگ: خیرخواهی دیگران ۵:۴۰ تا ۵:۴۰؛ راست‌گویی از ۸ تا ۹:۱۰؛ یا در زیرگنبد کبود قسمت قصه سال نو و سال کهنه: احترام به بزرگتر از ۲ تا ۲:۴۸؛ احترام به بزرگتر و خیرخواهی دیگران از ۳:۳۱ تا ۴:۰۷؛ احترام به بزرگتر از ۷ تا ۷:۳۵؛ راست‌گویی از ۷:۳۵ تا ۷:۳۸؛ و...

۳. به عنوان نمونه در زیرگنبد کبود قسمت سفره هفت سین که به جشن و رسوم ایرانی بیشتر می‌پردازد همچنان

با عنوان «کودک عالم فلسفه دان و متفکر» لحاظ شده است. این مضمون شامل مصادیقی چون خلاقیت پروری، مباحث آموزشی، معرفی کتاب، حضور کتاب و کتاب خواندن در صحنه نمایش و... می باشد و هر گفتاری که به رشد فرآیند تفکر در کودک کمک کند. میزان وجود این مضمون به صورت معناداری در محتوای برنامه دهه ۶۰ بیشتر از دهه ۹۰ است.

از نظر لیپمن، بهترین روش برای آموزش تفکر به کودکان، استفاده از داستان است. (رشتچی، ۱۳۸۹: ۲۵) در داستان گویی باید از دیدگاه کودکان به مسائل نگاه کرد تا بتوان داستانی را پدید آورد که ماشین حرکتی ذهن آن ها باشد و آن ها را به تفکر ترغیب کند (همان: ۳۳). اتفاقی که در زیر گنبد کبود هدفمند و موفق رخ داده است.

کودک اجتماعی^۱: مصادیق این مضمون را می توان در فعالیت های گروهی که در طول برنامه دیده می شود جست، مانند صله رحم، همکاری، تعاون، مسئولیت پذیری و...، این مضمون نیز در برنامه هر دو دهه به چشم می خورد.

کودک شاد^۲: این مضمون در مفصل بندی فرخ نژاد و همکارش لحاظ نشده، فقط هدف گذاری برنامه ساز کودک است. مصادیق کودک شاد، پخش موسیقی و پرداختن به حرکات موزون ریتمیک در دهه ۹۰ و رخداد شادی در سایه جمع گرایی و همکاری در دهه ۶۰ می باشد.

کودک علم دوست و متفکر مد نظر قرار دارد: کتاب خوانی از دقیقه ۲۸ تا ۲۹؛ آموزش تفکر از ۳۶ تا ۴۰؛ مشورت جمعی درباره کتاب از ۴۰:۱۰ تا ۴۲؛ و...

۱. به عنوان نمونه در قسمت ۲ از زیر گنبد کبود: تاکید بر صله رحم از ۱:۴۰ تا ۱:۴۰؛ احوال پرسى با کودکان از ۴:۴۰ تا ۶:۲۰؛ همکاری از ۱۹:۴۰ تا ۲۰:۲۰؛ مسئولیت پذیری ۳۱:۰۵ تا ۳۲:۲۰؛ و...

۲. به عنوان نمونه در قسمت ۳ از زیر گنبد کبود: شوخی با دوستان از ۱:۴۰ تا ۲، بازی همراه با شادی از ۲:۱۰ تا ۳:۲۹؛ شادی به علت شروع شدن داستانی که آقای حکایتی می گوید از ۱۵ تا ۱۵:۲۵؛ و...

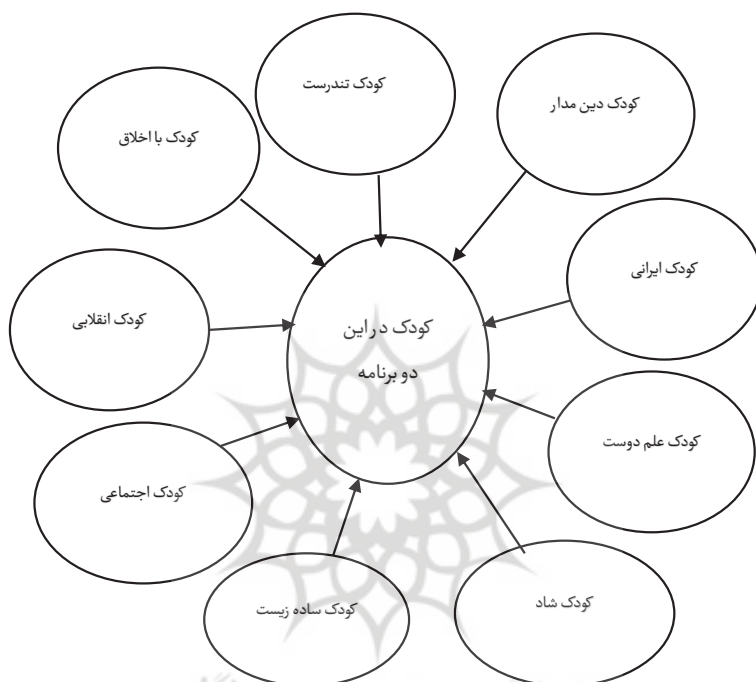
کودک ساده‌زیست^۱: اگرچه این مضمون در مفصل‌بندی فرخ‌نژاد و همکارش لحاظ نشده، لیکن در محتوای تولیدات، خواسته یا ناخواسته، در گفتار و در طراحی صحنه و لباس مشاهده می‌شود. همچنین نظیف و همکارش نیز در مقاله‌شان در سال ۱۳۹۸ به این مضمون اشاره کرده‌اند. ذکر این نکته ضروری است که در پرداخت به این مضمون در محتوای برنامه‌سازی دو دهه ۹۰ و ۶۰ نوعی تضاد و تفاوت مشاهده می‌شود.

تحلیل‌ها نشان می‌دهد بین محتوایی که تولیدکنندگان دهه ۶۰ درباره کودک مطلوب اولویت‌شان بوده با محتوایی که تولیدکنندگان دهه ۹۰ در این باره اولویت‌شان بوده تفاوت‌های معناداری وجود دارد. همچنین نوع روایت برنامه واقع‌گرا و درون‌مایه آموزنده بوده است، حالا یا آموزش در زمینه اخلاق و دین و ایرانیت یا آموزش‌های بهداشتی و نکاتی از این قبیل. به‌طورکلی هر داستانی حاوی پیامی مفید بوده است. نکته دیگر اینکه در دهه ۶۰ پرداختن به مضمون کودک شاد، بسیار محدود و کم‌رنگ است، لیکن شادی در چنین موقعیت‌هایی بروز می‌کند: حین کار گروهی، با هم خندیدن، ابراز شادی بابت رسیدن به نتیجه مطلوب.

مضمون شادی در دهه ۹۰ در قالب پخش موسیقی که به زعم برنامه‌ساز شاد و مفرح محسوب می‌شده همراه با اجرای حرکات موزون مصداق داشته و شاد شدن طی انجام فعالیت‌های گروهی مطرح نیست؛ به عبارتی در دهه ۹۰ شادی بی‌هدف و بدون پیام رخ می‌دهد. در دهه ۹۰ خبری از سادگی در روند برنامه نیست و قاب و گفتار در ظاهر مدرن، در اصل مروج و پیام‌آور مصرف‌گرایی است.

۱. در دهه ۶۰ خبری از تجمل‌گرایی و تبلیغ مصرف‌گرایی نبود، برعکس در تمام روند برنامه اعم از تصویر یا گفتار، سادگی و ساده‌زیستی مطرح می‌شده، با وجود اینکه در دهه ۶۰ در گفتمان انقلاب مباحث اقتصاد مقاومتی هنوز پررنگ نبوده است

نمودار ۲. نمایش شبکه مضامین که از محتوای مجموعه زیر گنبد کبود و کلبه عمو پورنگ، درباره کودک اخذ شده است. (منبع نگارندگان)



جدول ۳. فراوانی محتوایی مضامین زیر گنبد کبود و کلبه عمو پورنگ

ردیف	مضمون	زیر گنبد کبود	کلبه عمو پورنگ	توضیحات
۱	کودک اجتماعی	۱۳,۰۵٪	۶,۳۴٪	در دهه ۶۰ بر مسئولیت پذیری و کار گروهی تأکید ویژه بوده، در دهه ۹۰ و ۶۰ تعاون و دوستی مشترکاً دیده می شود.

ردیف	مضمون	زیرگنبد کبود	کلبه عموپورنگ	توضیحات
۲	کودک علم دوست	٪۱۹,۱۴	٪۳,۴۱	دهه ۶۰ خلاقیت پروری، ترویج کتاب خوانی، مجری کتاب به دست و قصه گوست.
۳	کودک ایرانی	٪۱۶,۷۱	٪۵,۳۶	دهه ۶۰ تأکید بر جشن های ایران باستان. دهه ۹۰ تأکید بر پوشش محلی و گویش ها
۴	کودک شاد	٪۲,۸۳	٪۲۰,۴۸	در دهه ۶۰ باهم خندیدن، در دهه ۹۰ اجرای موسیقی و ریتم و حرکات موزون
۵	کودک انقلابی	٪۴,۹۶	٪۵,۳۶	مشترکاً دفاع از مظلوم و مبارزه با ظلم دیده می شود. دهه ۶۰ بر شجاعت بیشتر تأکید شده است.
۶	کودک دین مدار	٪۳,۵۴	٪۲,۹۲	در دهه ۶۰ اشاره به احکام دین و مناسک مذهبی و آیات تأکید بیشتر بوده است. در دهه ۹۰ شکر خدا بابت سلامتی و نعمت ها بیشتر است.
۷	کودک تندرست	٪۱۶,۳۳	٪۲۳,۹	در دهه ۶۰ بهداشت فردی و در دهه ۹۰ مقارن با کرونا این مبحث بیشتر پرداخته شده است.

ردیف	مضمون	زیر گنبد کبود	کلبه عموپورنگ	توضیحات
۸	کودک با اخلاق	%۹,۲۱	%۹,۲۶	تأکید بر راست‌گویی و احترام به بزرگ‌تر در دهه ۶۰ و ۹۰ مشترکاً دیده می‌شود.
۹	کودک ساده‌زیست	%۱۴,۸۴	%۰	طراحی صحنه، لباس و مضامین مرتبط با ساده‌زیستی در داستان‌پردازی‌ها. در دهه ۹۰ مصادیق ضد ساده‌زیستی %۲۲,۹ از محتوا را به خود اختصاص داده است.
۱۰	نوع روایت	واقع‌گرا	کمدی	دهه ۶۰ همه قسمت‌های برنامه با هدف آموزش غیرمستقیم مفهومی پسندیده با روایتی واقع‌گرا پیش برده شده و به عبارتی هدف بیشتر آموزش به مخاطب بوده؛ در دهه ۹۰ هدف بیشتر سرگرم و شاد کردن کودک بوده در قالب حرکت‌های خنده‌آور و اجرای حرکات موزون، موسیقی شاد، در حاشیه نیز اشاره به مفاهیم پسندیده شده است. به عبارتی دهه ۹۰ هدف بیشتر حفظ مخاطب بوده است.

تحلیل ساختار برنامه کلبه عمو پورنگ و زیر گنبد کبود

نگارندگان، برای بررسی ساختار این دو برنامه نوع لباس، فضای صحنه، کیفیت تیتراژ و نوع روایت را مدنظر قرار داده‌اند که در قالب جدول در ادامه آورده شده است. در بررسی تیتراژ برنامه کودک، موسیقی، شعر و تصویر باهم در ارتباط‌اند، هماهنگی و تناسب الزامی است تا مقبول بیفتد. در بررسی ساختار کلبه عمو پورنگ و زیر گنبد کبود مهم‌ترین عاملی که در تیتراژ به چشم می‌آید موسیقی شعر تیتراژ است که در ادامه بحث می‌شود:

(راهنما: علامت * نشانگر هجای کوتاه و علامت - نشانگر هجای بلند)

بندی از شعر تیتراژ برنامه زیر گنبد کبود:

یکی بود یکی نبود / زیر گنبد کبود / روبروی بچه‌ها / قصه‌گو نشسته بود / قصه‌گو قصه می‌گفت / از کتاب قصه‌ها / قصه‌های پر نشاط / قصه‌های آشنا / ... / (aparat.ir)

وزن شعری بند بالا چنین است:

(* - - - - * / - * - - - * / - * - - - * / - * - - - * / - * - - - * / - * - - - *)

فعلن مفاعلهن / فعلن مفاعلهن / فعلن مفاعلهن / فعلن مفاعلهن / (و دقیقاً همان نظم فعلن مفاعلهن ادامه دارد تا پایان اثر)

چنانچه دیده می‌شود موسیقی شعر تیتراژ زیر گنبد کبود در وزن «فعلن مفاعلهن» از بحر می‌گنجد. می‌توان همچون بالا شعر غیر کلاسیک داشت و استانداردهای بحر را نیز رعایت کرد. استانداردهای فنی شعر که رعایت شود، موسیقی خوب شکل می‌گیرد. این اثر از الگوی وزنی‌ای که دنبال می‌کند، مشهود است که شعر از واحدهای تفکیک‌پذیر آشنای زبان پارسی و اصیل تشکیل شده، فلذا اصطلاحاً می‌گویند در

این اثر ملودی شکل گرفته است. وقتی در کاری ملودی شکل بگیرد برای مخاطب قابل زمزمه نیز خواهد بود نه فقط قابل شنیدن؛ اتفاقی که در دهه ۶۰ برای این اثر رخ داد و چنان در گوش آشنای نسل کودکان دهه ۶۰ باقی ماند که در سال‌های بعد در قالب نماهنگ نیز بازسازی شد.

بندی از شعر تیتراژ برنامه کلبه عمو پورنگ

قصه قصه / فراونه اینجا / ماجراها داره / کلبه ما / ... (apararat.ir)

این شعر در محور نمی‌گنجد، شاید اگر شاعر تجربه یا تخصص بیشتری داشت این چنین می‌گفت:

قصه قصه / داره اینجا / ماجراها / هسته اینجا / ...

(... / * - * - / * - * - / * - * - / * - * -)

در این صورت، وزن فاعلاتن بر روی شعر قرار می‌گرفت و از لحاظ موسیقایی، شعر استاندارد می‌شد و در این صورت این امکان حاصل می‌شد تا آهنگسازی اثر نیز استاندارد شود؛ که این اتفاق نیفتاده است. موسیقی تیتراژ کلبه عمو پورنگ از لحاظ حرکت ملودیک در میزان ۶/۸ و به سبک موسیقی لس آنجلسی دهه ۷۰ شمسی کار شده، اما الزامات شعری این ژانر را نیز رعایت نکرده است.

برآیند تحلیل موسیقی تیتراژ دو برنامه از این قرار است: در دهه ۶۰ هرچند آهنگساز در به‌کارگیری ریتم جهت ایجاد تحرک محدود بوده، در استفاده از ساز نیز فقط اجازه به‌کارگیری ساز بادی یا زهی آرشه‌ای را داشت، اما خلاقانه با پرداخت به گام‌های مازور و آکوردهای مطبوع سعی در القای حس مثبت داشته است؛ دهه ۹۰ محدودیت‌ها و ملاحظات ریتمیک از سوی سیاست‌گذاران برداشته شده لیکن اصطلاحاً پیمانکاران

هنری به خود زحمت پیاده کردن یک ملودی شعف‌انگیز در بستر ریتم‌های پرتحرکی مثل ۶/۸ را نمی‌دهند. (موسیقی ۶/۸ لزوماً ملودی را شاد نمی‌کند مانند «ای دل تو خریداری نداری» که غمگین است؛ و ریتم‌های دوضربی ساده نیز لزوماً غمگین و مارش‌گونه نیستند، مانند «ایران ای سرای امید» که شاد است)

داریوش صفوت در دهه ۸۰ درباره وضعیت موسیقی در جامعه ایرانی چنین می‌گوید: «از آنجاکه موسیقی‌دانان سطحی قادرند نیاز به لذت‌های پیش‌پاافتاده را برآورده کنند، لذا بسی بیشتر از هنرمندان واقعی از استقبال پرشور مردم و دستمزدهای بالا برخوردار می‌شوند، حال آنکه موسیقی‌دانان سنتی اغلب با عدم درک و فهم عمومی روبرو می‌شوند، بعضی از آن‌ها به کنج انزوا می‌روند؛ به علاوه آن‌هایی که مجبورند برای ادامه زندگی و معیشت نوازندگی کنند، به علت اینکه حمایت‌های مالی و معنوی روزگاران گذشته از بین رفته، ناگزیر باید برای گروه عظیم شنوندگان عامی بنوازند و تسلیم احتیاجات روزمره‌شان شوند». (صفوت، ۱۳۸۹: ۲۱۷-۲۱۵)

نتیجتاً هرچه می‌گذرد بیشتر ترانه‌های جلف می‌خوانند و به‌طور روزافزونی به اجراهای تفریحی می‌پردازند. مجموعه این شرایط دوام موسیقی اصیل را به‌طور جدی به خطر انداخته و باعث شده تا در روزگار ما هنرمندان قابل قیاس با هنرمندان دوران گذشته (دوران ناصری) بسیار نادر شوند. موسیقی‌دانان اصیل (علمی)، آنان که زندگی خود را وقف موسیقی علمی (اصیل) کرده و در برابر جاذبه‌های اقتصادی آثار بی‌محتوا مقاومت می‌کنند، باید بتوانند قدر و منزلت و حمایت مقامات را در حد استحقاق خود به دست آورند تا نتیجتاً موسیقی‌دانان جوان جرئت پیدا کنند. این باورکردنی نیست، تمدنی به ظرافت تمدن ایران که امتیاز در دست داشتن یکی از تحسین‌برانگیزترین موسیقی‌های جهان را داراست، اجازه دهد این موسیقی و شعرش تحقیر شود و دگرگون گردد و بدین ترتیب به سوی نابودی رود و در نهایت چیزی جز

نابودی فرهنگ و تمدنمان نخواهد بود. (صفوت، ۱۳۸۹: ۲۱۷-۲۱۵)

عنوان	زیر گنبد کبود	کلبهٔ عمو پورنگ
نوع لباس	ساده و یک دست و کم هزینه، همراهی و هماهنگی کار گروهی را در ذهن تداعی می کند.	لباس ها متنوع و طراحی حرفه ای، هماهنگ با فضای صحنه.
فضای صحنه	ساده، خلاقانه، کم هزینه، متناسب با شرایط تولید برنامه در دوران جنگ	به شدت متنوع، بسیار پرهزینه، فضای صحنه حتی بیشتر از متن و بازی ها ذهن را درگیر می کند.
کیفیت تیتراژ	موسیقی شعر تکنیک استانداری دارد و در بحر فعلن مفاعلن می گنجد، محتوا مطلوب، آهنگسازی استاندارد	موسیقی شعر غیراستاندارد، محتوا مطلوب، آهنگسازی نیز معلول موسیقی شعر و در نتیجه مشکل فنی دارد. فاقد خلاقیت و ذوق.
نوع روایت	واقع گرا و آموزنده	فانتزی، کمدی

جدول ۴. تحلیل ساختار برنامهٔ زیر گنبد کبود و کلبهٔ عمو پورنگ

نتیجه

در این تحقیق چنانکه محسوس است پژوهشگران به سراغ متون تلویزیونی رفته اند، مضامین برنامه ها را استخراج کرده و با فرض گرفتن مؤلفه های کودکِ مطلوبِ گفتمان انقلاب که فرخ نژاد و همکارش براساس اندیشه های امام و رهبری استخراج کرده اند، به تطبیق یافته هایشان با گفتمان مذکور پرداخته اند. تطبیق نتایج با گفتمان انقلاب

به شرح زیر است:

۱. دهه ۶۰ مضمون علم دوستی حدود ۲۰٪ از کل حجم محتوای تولیدی را به خود اختصاص داده است. درحالی که در دهه ۹۰ زیر ۵٪ از محتوا بوده است.

۲. مضمون شاد حدود ۲۰٪ از حجم محتوای تولیدی دهه ۹۰ را شامل می شود و غالباً همراه با اجرای موسیقی با حرکات موزون و صرفاً سرگرم کننده، بوده است. درحالی که در دهه ۶۰ کمتر از ۵٪ مرکز توجه قرار داشته است و شادی منتج از یادگیری نکته ای آموزنده، نمایش داشته است.

۳. اولویت محتوا در دهه ۶۰ مضمون کودک علم دوست، سپس کودک ایرانی بوده است. در دهه ۹۰ اولویت ابتدا کودک تندرست، سپس کودک شاد بوده است.

نگارندگان با هدف افزایش پایداری و اعتبار این پژوهش به مقایسه تطبیقی با تحقیقات و یافته های دیگر پژوهشگران این حوزه پرداخته اند. نتایج تطبیق به شرح زیر است:

۱. نظیف و همکارش (۱۳۹۸) معتقدند در دهه ۶۰ غلبه با نمادهای ضد مصرف گرایی، همکاری، همبستگی اجتماعی و ساده زیستی بوده است، همچنین القای هویت انسان انقلابی در ساده زیستی و سخت کوشی. در نظام نشانه شناسی دهه ۷۰ نمادهای مدرن غالب است، همچنین معتقد است که با اتمام جنگ برنامه هایی با هدف سرگرمی و طنازی بدون انتقال پیام اساسی، تولید شد و از «مجید جان دلبندم» تولید دهه ۷۰ یاد می کند. نتیجتاً می گیرد که دهه ۷۰ در تولیدات برای آفریدن دنیایی خالی از رنج زیستن در سایه مرگ تلاش شده است. این یافته ها با نتایج تحقیق حاضر منطبق است، پرداختن به مضمون ساده زیست تفاوت معناداری در تولیدات این دو دهه داشته است. به گونه ای به شدت صرفه جویی و سخت کوشی و حتی ساده پوشی مورد توجه بوده، درحالی که در کلبه عمو پورنگ

مصرف‌گرایی و طراحی لباس پرهزینه و متنوع در همان ابتدا مشهود است.

۲. گرجی بندپی (۱۳۹۱) در نتایج پژوهش چنین گفته که در برنامه پورنگ تولید ۹۱، پرداختن به مباحث مربوط به اعتقادات دینی رتبه اول را دارد. این مطلب با یافته‌های پژوهش حاضر مغایرت دارد؛ زیرا در طول دهه‌های مختلف در کلیت محتوای برنامه‌های محبوب، به مضمون کودک دین‌مدار زیر ۵ درصد پرداخته شده است. میزان محتوایی که از این دو مضمون در دهه ۶۰ و ۹۰ دیده می‌شود در هر دو دهه تحقیقاً ۹ درصد از کل محتوای تولیدی است. با توجه به اینکه شاکله و شاخصه‌های اصلی گفتمان انقلاب اسلامی کودک دین‌مدار و انقلابی است این نکته قابل تأمل است.

۳. سالمی و عظیمی فرد (۱۳۹۶) در پژوهش خود که دو برنامه را از منظر آموزش ترافیک بررسی کرده و در قسمتی چنین نتیجه می‌گیرد: بازنمایی شخصیت‌ها که از هر کنش ترافیکی عاجزند موجب تقویت انفعال در کودک می‌شود و شیوه به کار گرفته شده در برنامه مورد مطالعه‌اش می‌تواند حتی کودک را از یادگیری مهارت‌های مورد نیاز بازدارد. از نظر پژوهشگر این بدین معنی است: برنامه «هزار و شصت و شونزده» از سری برنامه‌های پورنگ - که اوایل دهه ۹۰ تولید شده در القای مضمون علم‌دوستی که آموزش از مصادیقش است ناموفق بوده، به عبارتی این یافته پژوهش حاضر که در تولید محتوای دهه ۹۰ مضمون علم‌دوستی کم‌رنگ است با توجه به تحقیق سالمی و همکارش به طور ضمنی تأیید می‌شود.

پژوهندگان نتایج پیش آمده در روند برنامه‌سازی را به شرح زیر چنین آسیب‌شناسی کرده‌اند:

نهادهای فرهنگی دولتی با اعمال نظر مدیران سطح بالا و کارمندان حقوق‌بگیر اداره

می‌شوند و فاقد مدیریت میانی و سود محور هستند. این نهادها اغلب متصورند که محتوای فرهنگی مطلوب، کم مخاطب است، به همین علت نیازمند حمایت مالی است و در سال‌های اخیر برای جلب نظر مخاطب، راهبردهای عبور از خط قرمزهای فرهنگی شده است. این دیدگاه در جهان متکثر امروزی کاملاً نادرست است و هر محتوایی مخاطب خود را می‌یابد. توجه به این نکته بسیار مهم است که چه در حوزه برنامه‌سازی، چه موسیقی و... میزان مخاطب و گردش مالی و سود اثر، در گرو تعداد عرضه‌کنندگان آن اثر است و نه در کیفیت تولید. برای مثال شنوندگان موسیقی ایرانی اندک و به همین میزان خوانندگان تراز و مطلوب این حوزه نیز معدودند. این تعداد اندک اغلب تولیدشان وزین است و در نتیجه سود اندکی که حاصل می‌شود نیز جذب همان تعداد تولیدکننده می‌شود. به عقیده پژوهندگان به پشتوانه اصالت فرهنگ ایرانی اسلامی و هنرمندان فراوان، انتظار می‌رود با حذف حمایت‌های مالی حکومتی، حضور منفعت‌طلبان و متظاهران رفته‌رفته کمرنگ شود و هنرمند اصیل و انقلابی همچون سایر سنگرها که جان‌فشانی برای آرمان داشته، عرصه را خالی نگذارد. تعداد آنها که بعد از شهرت در رسانه ملی، مهاجرت کرده و با نمایاندن خویش، خط بطلانی بر شعارهای موجود در آثار تولیدی داخلی‌شان کشیدند کم نبوده، زیرا اساساً ارشاد و هدایت جامعه به وسیله ناباورمندان امری محال است. همانطور که در عرصه اقتصاد، یارانه فساد آفرین است در عرصه فرهنگ نیز حمایت دولتی و یارانه فاسد آفرین و مروج ریاکاری است. در روایتی آمده پیامبر به جهت نصیحت کودکی به میانه‌روی در خوردن رطب، موعظه را به روز دیگری موکول می‌کند تا با دهانی که طعم رطب در آن است نصیحت به نخوردن رطب نکنند.

در دهه ۶۰ به جهت اینکه هدف نشر گفتمان انقلاب بود، متخصصین با هر تفکری پذیرفته می‌شدند حتی غیر باورمندان به گفتمان مذکور، آثاری ماندگار نیز در این برهه به جا ماند، لیکن نه لزوماً تراز با گفتمان انقلاب اسلامی. رفته‌رفته مدیران

متخصص و متفکرین با برجسب های مختلف مانند چپ‌گرا بودن و... کنار گذاشته، یا محدود شدند؛ می‌توان در عرصه برنامه‌سازی به محمدعلی نجفی سازنده سربداران یا آقای حکایتی و... اشاره کرد. همچنان عرصه تنگ‌تر شد و کم‌کم دوستان و متظاهران و سفارش شده‌ها، بودجه‌ها در دست و میدان در اختیار گرفتند. تا جایی که معتقدین راستین به گفتمان یا خودخواسته کنار رفتند یا کنار گذاشته شدند. در عرصه موسیقی اشخاصی چون محسن نفر یا حسام‌الدین سراج از جمله معتقدینی بودند که کنار رفتند. حوزه برنامه‌سازی کودک نیز تابع همین فرایند مدیریت فرهنگی پیش رفته است. در سال‌های اولیه انقلاب احمد شاملو، آقای حکایتی و... به کانون پرورش فکری کودک و نوجوان و تلویزیون دعوت می‌شوند تا از تخصصشان استفاده شود، با وجود اختلافاتی که در تفکر سیاسی‌شان با گفتمان انقلاب وجود داشت. خروجی هم کارهای مفید و اخلاقی و خلاقانه‌ای بود که البته انطباق با شاخصه‌های اصلی گفتمان پیدا نمی‌کرد. کم‌کم دستگاه تفکر سیاسی هماهنگ را اولویت قرار داد و در نتیجه تخصص به مرور کنار گذاشته شد و به مرور آنتن و مخاطب و اعتماد کم‌رنگ شد. رسانه این بار خط قرمزهای اولیه را زیر پا گذاشت تا با ابزار سطحی سرگرم‌کننده و حرکات موزون و شادی‌های بی‌محتوا، مخاطب از دست داده را به هر قیمتی با تلویزیون آشتی دهد.

پیشنهادهات

پژوهندگان دو گونه پیشنهاد دارند. پیشنهادات پژوهشی و پیشنهادات اجرایی.

بررسی برنامه‌های غیر کودک تولیدی سیمای در چارچوب گفتمان انقلاب در دهه‌های مختلف برای ارائه تحلیلی جامع‌تر پیشنهاد می‌شود؛ همچنین بررسی سیر تحول محتوا و ساختار موسیقی برنامه‌های سیمای در طول چهار دهه برای بررسی سرمایه فرهنگی جامعه و در نتیجه آسیب‌شناسی فرهنگی، پژوهشی مفید و کاربردی ارزیابی می‌شود.

در ادامه چند پیشنهاد اجرایی ارائه می‌شود:

روند برنامه‌سازی‌ها نشان می‌دهد هدف‌گذاری تولیدات حوزه کودکان تا چه حد با تغییر مدیریت‌ها و در نتیجه تغییر سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای در هر مقطعی، موضوعی مورد منازعه و سلیقه‌ای بوده است. لازم است به جهت کاهش مداخلات دولتی و حکومتی در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای مربوط به حوزه کودک قدم جدی برداشته شود.

سیاست‌گذاران حوزه تولیدات کودک سیما برای جهت‌دهی کودکان به سمت شاخصه‌های کودک مطلوب، باید به شاخصه‌های گفتمان بیشتر توجه کرده تا از تولید و پخش برنامه‌های خنثی یا جهت‌گیری‌های زاویه‌دار از گفتمان انقلاب اجتناب شود.

با توجه به محدودیت‌های بودجه‌ای، برنامه‌سازان می‌توانند از کشورهایی که در جغرافیای فرهنگی ایران بزرگ قرار دارند برای سرمایه‌گذاری در تولیدات بهره ببرند و از حمایت‌های دولتی بی‌نیاز شوند، این‌گونه احتمالاً از برخوردهای سلیقه‌ای مدیران سیما تا حدی کاسته، گفتمان انقلاب کم‌کم به الگویی برای بینندگان حوزه تمدنی ایران بزرگ مبدل شده و بُرد استراتژیک پیدا می‌کند.

مهم‌ترین پیشنهاد پژوهندگان این است که حمایت‌های مالی دولتی از هرگونه کار فرهنگی برداشته شود. دولت اسرائیل بودجه فاکس نیوز یا CNN و... را نمی‌دهد. بلکه امثال رابرت مرداک سرمایه‌دار که دلبسته به آرمان‌های صهیونیسم است این حمایت‌های مالی را مدیریت می‌کنند. در ایران مراسم مذهبی با حمایت‌های مردمی برگزار می‌شود، قطعاً باورمندان به گفتمان انقلاب که در راه این آرمان‌ها جان‌فشانی‌ها کرده‌اند، اگر رانت و بودجه دولتی به شکل فعلی قطع شود، تمام تلاش خود را جهت جلب سرمایه و دستیابی به کیفیت مطلوب به کار می‌بندند.

منابع

۱. استراس، آنسلم. کوربین، جولیت. (۱۳۹۳). اصول روش تحقیق کیفی نظریه مبنایی. ترجمه بیوک محمدی. چاپ سوم. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۲. باهنر، ناصر. جعفری، طاهره. (۱۳۹۱). «تلویزیون و تأثیر آن بر هویت دینی و گروهی و جنسیتی ایرانیان (مطالعه نظریه کاشت در ایران)». نشریه مطالعات فرهنگ و ارتباطات. سال سیزدهم. شماره هفده. صص ۴۴-۸.
۳. بیربکف، نیکلای سمیونوویچ. (۱۳۷۲). تلویزیون و دکترین های آن در غرب. ترجمه محمد حفاظی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
۴. پرستش، شهرام. (۱۳۸۹). «جهان تازه استقلال یافته کودکان: جستاری در انسان‌شناسی ادبیات کودک». نشریه علمی پژوهش مطالعات ادبیات کودک. سال اول. شماره اول. صص ۵۸-۳۴.
۵. تاجیک، محمدرضا. (۱۳۷۹). گفتمان و تحلیل گفتمان. تهران: انتشارات فرهنگ گفتمان.
۶. تسوگه، گن ایچی. (۱۳۵۱). «ریتم آواز در موسیقی ایرانی». ترجمه احسان فریدیان. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. صص ۳۷-۱۶.
۷. حقیقت، سید صادق. (۱۳۸۵). روش‌شناسی علوم سیاسی. قم: مفید.
۸. خلجی، عباس. (۱۳۸۶). ناسازه‌های نظری و ناکامی سیاسی گفتمان اصلاح‌طلبی (از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴). پایان‌نامه دکتری علوم سیاسی دانشگاه تهران.
۹. رازقی، نادر. علیزاده، محمدامین. (۱۳۹۴). «تحلیل کیفی موسیقی مردم‌پسند و برساخت سرمایه اجتماعی». نشریه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات. دوره ۷. شماره ۱. صص ۱۴۰-۱۱۹.
۱۰. رستمی، سمیرا. (۱۳۹۴). «طول جمله و موسیقی شعر». بهارستان سخن (فصلنامه علمی پژوهشی ادبیات فارسی). سال دوازدهم. شماره ۲۹. صص ۱۹۴-۱۷۹.
۱۱. رشتچی، مرگان. (۱۳۸۹). «ادبیات داستانی کودکان و نقش آن در رشد تفکر». نشریه تفکر و کودک. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال اول. شماره دوم. صص ۳۷-۲۳.
۱۲. رضوی، مریم سادات. (۱۳۹۴). «بررسی ساختار تخیل در غزلیات سعدی با رویکرد به

- نظریه ژیلبر دوران». مجموعه مقالات دهمین همایش بین‌المللی ترویج زبان و ادب فارسی. دانشگاه محقق اردبیلی.
۱۳. سجودی، فرزانه. میرحمیدی، فرزاد. (۱۳۹۲). «نشانه‌شناسی موسیقی مردم‌پسند و ابعاد رسانه‌ای آن». دوفصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه هنر. نامه هنرهای نمایشی و موسیقی. صص ۱۱۶-۱۰۱.
۱۴. شفیعی کدکنی، محمدرضا. (۱۳۵۸). موسیقی شعر. تهران: نشر آگه.
۱۵. صفوت، داریوش. (۱۳۸۹). هشت گفتار درباره فلسفه موسیقی. تهران: انتشارات کتابسرای نیک.
۱۶. طبیبی ابوالحسنی، سید امیرحسین. (۱۳۹۸). «درآمدی بر روش تحقیق: رویه‌های استاندارد تحلیل داده‌های کیفی». سیاست‌نامه علم و فناوری. دوره ۹. شماره ۲. صص ۹۷-۶۸.
۱۷. عابدی جعفری، حسن. تسلیمی، محمد سعید. فقیهی، ابوالحسن. شیخ‌زاده، محمد. (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی». نشریه اندیشه مدیریت راهبردی. سال پنجم. شماره دوم. شماره ۱۰. صص ۱۵۱-۱۹۸.
۱۸. فرخ‌نژاد، رضا. میرفخرایی، تژ. (الف ۱۳۹۸). «نشانه‌شناسی فرهنگی برنامه‌های شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه علمی پژوهشی رسانه‌های دیداری و شنیداری. شماره ۲. پیاپی ۳۰. صص ۲۲۶-۱۹۲.
۱۹. فرخ‌نژاد، رضا. میرفخرایی، تژ. (ب ۱۳۹۸). «بررسی هویت‌های کودک مطلوب گفتمان انقلاب اسلامی در شبکه کودک سیمای جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه علمی پژوهشی رسانه‌های دیداری و شنیداری. سال ۱۳. شماره ۴. پیاپی ۳۲. صص ۱۳۸-۱۱۰.
۲۰. فرکلاف، نورمن. (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان. ترجمه فاطمه شایسته پیران و دیگران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۱. فلیک، اووه. (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نی.
۲۲. فن‌دایک، تون آندریاس. (۱۳۸۷). درآمدی بر تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی. ویراست مهران مهاجر و محمد نبوی. گروه مترجمان. چاپ دوم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

۲۳. فیاض منش، پرند. (۱۳۸۴). «نگاهی به موسیقی شعر و پیوند آن با موضوع، تخیل و احساسات شاعرانه». دو فصلنامه پژوهش زبان و ادب فارسی. دوره جدید. شماره ۴. صص ۱۶۳-۱۸۶.

۲۴. گرجی بندپی، پریرا. (۱۳۹۱). «توسعه فرهنگی در برنامه‌های کودک سیمای». مجله تفکر و کودک. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال سوم. شماره دوم. صص ۱۶۵-۱۳۳.

۲۵. نظیف، سارا. نجف‌زاده، مهدی. (۱۳۹۸). «تحلیل نشانه‌شناسی برنامه‌های کودک و نوجوان تلویزیون جمهوری اسلامی ایران در دهه‌های ۶۰ و ۷۰». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال ۲۶. شماره ۱. پیاپی ۹۷. بهار. صص ۷۵-۴۱.

۲۶. نظیف، سارا. نجف‌زاده، مهدی. شمبجره، روح‌الله. (۱۳۹۹). «بازنمایی پسااختاری مفهوم کودکی در برنامه‌های کودک و نوجوان تلویزیون جمهوری اسلامی ایران دهه ۸۰». فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری. دوره چهاردهم. شماره ۳. پیاپی ۳۵. صص ۸۵-۵۹.



پروژہ، شکارِ علمِ انسانی و مطالعاتِ فرہنگی
پرتال جامعِ علمِ انسانی