

بازنمایی ابعاد هویت فرهنگی در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی

فائزه تقی‌پور^۱، سپهر خلجی^۲، آسیه معینی^۳

چکیده

این پژوهش، با هدف بررسی مؤلفه‌های فرهنگی مجموعه انیمیشن‌های پربیننده کودکان انجام یافت. روش پژوهش، تحلیل محتوای کیفی از نوع قیاسی بود. جامعه آماری شامل ۱۵ قسمت مجموعه انیمیشن «باب اسفنجی، شلوار مکعبی» تولید شده توسط کمپانی نیکلودین بود و همه این انیمیشن‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین یافته‌های به دست آمده در پنج گروه اصلی شامل: ارزش‌ها، هنجارها، ضدهنجارها، نمادها و هویت دسته بندی شد. نتایج نشان داد که این «مجموعه انیمیشن» با ارائه و تبیین ارزش‌های اجتماعی، دینی و اقتصادی و هنجارهای قانونی در جامعه‌پذیری مخاطبان نقش داشته، الگوهای رفتاری در برقراری انواع روابط اجتماعی را معرفی کرده و خشونت، بی‌احترامی به دیگران و رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی را نیز در معرض دید بینندگان قرار می‌دهد. همچنین در این کارتون از نمادهای غیرکلامی برای انتقال پیام‌ها بسیار استفاده شده است. این مجموعه انیمیشن از انواع نمادها در جهانی کردن هویت تمدن غربی بهره گرفته به طوری که بیننده در هر جای دنیا که باشد با فرهنگ امریکایی کاملاً ارتباط برقرار می‌کند. مؤلفه‌هایی مانند ارزش اجتماعی، خشونت، نمادهای غیرکلامی و هویت تمدن غربی در مجموعه انیمیشن «باب اسفنجی، شلوار مکعبی» بیشتر بکار رفته و به هنجارها در مقایسه با ارزش‌ها و ضدهنجارها کمتر پرداخته شده است.

واژه‌های کلیدی

ارزش، انیمیشن، نماد، هنجار، هویت

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۴/۱۱ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۰/۱۹

^۱. استادیار و عضو هیأت علمی گروه مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول)

faezeh.taghipour@gmail.com

khalaji_s@yahoo.com

asieh.moeini@gmail.com

^۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی

^۳. کارشناسی‌ارشد مدیریت فرهنگی

۱. مقدمه

امروزه مجموعه‌های انیمیشنی به یکی از محبوب‌ترین و پرتماشاترین برنامه‌های کودکان و نوجوانان تبدیل شده است. به طوری که پیشرفت سیستم‌های نمایش خانگی و گسترش شبکه‌های تلویزیونی، ویدیویی، ماهواره‌ای و اینترنت نیز این فرصت را فراهم کرده تا کودکان به دفعات این برنامه‌ها را تماشا کنند. از این رو بررسی و تجزیه و تحلیل محتوای این برنامه‌ها به یکی از دغدغه‌ها و اولویت‌های کارشناسان و پژوهشگران در حوزه‌های مختلف علوم انسانی به‌ویژه ارتباطات و علوم اجتماعی تبدیل و تحقیقاتی در این زمینه انجام شده است. کودکان از طریق مجموعه‌های انیمیشنی که به شیوه‌های مختلف به نمایش درمی‌آیند در معرض انواعی از محتوا بخصوص محتوای فرهنگی قرار می‌گیرند که غالب این محتوا در بستری از مؤلفه‌های فرهنگی مانند ارزش‌ها، هنجارها، نمادها و هویت انتقال می‌باید (فهیم، ۱۳۹۷). این محتوا که نقش پیام را در سیستم ارتباطات و رسانه‌ها ایفا می‌کند نقش مؤثری در برقراری انواع ارتباط از جمله ارتباطات جهانی و اجتماعی در پی دارد (معمدنژاد، کاظم، ۱۳۷۱) به طوری که امروزه میلیون‌ها نفر از ملیت‌ها و قومیت‌های مختلف در سراسر دنیا با دیدن مجموعه‌های انیمیشنی پرطرفدار، مخاطب پیام‌ها و محتوایی که توسط تولیدکنندگان آن طراحی و ایجاد شده قرار می‌گیرند.

از سوی دیگر، اگر فرهنگ را مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها و سبک زندگی بدانیم بنابراین بررسی محتوای مجموعه‌های انیمیشنی که به واسطه نفوذ قدرتمند خود تأثیرگذاری زیادی در افکار، رفتار و اعتقادات افراد به‌ویژه کودکان دارند ضروری به نظر می‌آید. بررسی این محتوا از دیدگاه مؤلفه‌های فرهنگی مشخص می‌کند که مخاطبان این برنامه‌ها که غالب آنان را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند بیشتر با چه نوع ارزش‌ها، هنجارها، ضدهنجارها، نمادهای فرهنگی و ابعاد هویتی آشنا می‌شوند و با آنها ارتباط برقرار می‌کنند (فولادی، ۱۳۸۶).

«باب اسفنجی، شلوار مکعبی» یکی از این مجموعه‌های انیمیشنی است که در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از برنامه‌ها و شخصیت‌های مورد علاقه کودکان و نوجوانان و حتی بزرگسالان به نمایش درآمده و میلیون‌ها نفر در دنیا بیننده آن هستند. شخصیت‌های خیالی این مجموعه در دنیای زیر دریا داستان‌های مختلفی را با موضوعات اجتماعی و فرهنگی رقم می‌زنند که در این پژوهش محتوای این انیمیشن مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است (کاشانیان، ۱۳۹۳: ۱۲).

عناصر فرهنگی گنجانده شده در این انیمیشن از ابعاد مختلفی قابل واکاوی است. نمادها، پوشش شخصیت‌ها، نوع ارتباط بین افراد، دیالوگ‌ها، احساسات، راه و روش زندگی و آرمان‌ها و در یک کلام سبک زندگی همه جزیی از فرهنگ هستند که جلوه‌هایی از هر یک از آنها را می‌توان به سادگی و در دنیای کودکانه اما با جزئیات و دقت در این انیمیشن‌ها مشاهده و جست‌وجو کرد (ربی‌زاده، ۱۳۹۵)

این فرهنگ است که به انسان‌ها دیکته می‌کند که چه بپوشند، چه بخورند و چه شغلی را انتخاب کنند. فرهنگ است که تصمیم‌گیری‌ها را به هنگام خرید در بازارچه، در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی و تعاملات رودرو با سایرین شکل می‌دهد (قلی‌زاده، ۱۳۹۱: ۶۴) و این انیمیشن‌ها بخش عمده‌ای از این فرهنگ را به کودکان منتقل می‌کنند. آمار و ارزیابی‌های کارشناسی برنامه‌های انیمیشن، به این نکته اشاره دارد که تاکنون عنصر کمیّت بر کیفیت رجحان داشته و با نادیده گرفتن بسیاری از مسائل فنی - هنری از سوی سازندگان آثار انیمیشن، تنها به افزایش بودجه برای تولید برنامه‌های انیمیشن «با کیفیت»، تأکید شده است. برای تولید آثار با کیفیت علاوه بر سرمایه مادی، داشتن سرمایه فرهنگی، هنری و تکنیکی در رسیدن به کیفیت مطلوب، بسیار تأثیرگذار می‌باشد (حسنائی و ملکی، ۱۳۹۴: ۸۸).

براساس تحقیقات صورت گرفته بر روی انیمیشن‌ها، نظرات مختلفی درباره آنها از مخرب تا مفید بودن وجود دارد. برخی کارشناسان، کمپانی‌های انیمیشن‌سازی را شرکت‌های بزرگ تجاری می‌دانند که فقط به دنبال سودآوری و بدون توجه به تبعات فرهنگی محصولات خود هستند و برخی نیز این برنامه‌ها را عناصری مؤثر در جهت رشد شخصیت کودکان و حتی ایجاد خلاقیت و دریچه‌ای نو در زندگی آنها می‌دانند.

یکی از این انیمیشن‌ها، «باب اسفنجی شلوار مکعبی»^۱ یک سریال انیمیشنی امریکایی محصول محصول کمپانی نیکلودین^۲ است که پخش آن از سال ۱۹۹۹ شروع شده و تاکنون ادامه دارد. باب اسفنجی از جمله فیلم‌های کوتاه انیمیشنی کودکان بوده و دارای طرفداران زیادی است. در بطن این مجموعه انیمیشنی به ظاهر ساده و طنز آمیز، نکات زیادی از مؤلفه‌های فرهنگی وجود دارد. برای مثال در این مجموعه انیمیشن مطرح می‌شود که خوشمزه‌ترین غذای دنیا، همبرگر

^۱. Sponge Bob Square Pants

^۲. Nickelodeon

باب اسفنجی در رستوران آقای خرچنگ است که در واقع این نشانه‌ای از همان فرهنگ جهانی مک^۱ است. براساس این فرهنگ پیر و جوان در همه دنیا به مک دونالد^۲ روی می‌آورند که این یک سلطه فرهنگی است و تأثیرات عمیقی بر زمینه‌های اعتقادی و ارزشی دارد (قلی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۲۲). جورج ریتزر^۳ (۱۹۹۳) در کتاب خود با عنوان مک دونالدیزاسیون^۴ می‌گوید که اصول رستوران فست فود در حال تسلط بیشتر و بیشتر بر جامعه امریکا و همچنین سایر نقاط جهان است.

این برنامه‌های انیمیشن به دلیل سادگی و جذابیت خود بسیار سریع و آسان با مخاطبان از هر گروه سنی ارتباط برقرار می‌کنند. برنامه‌های انیمیشنی با استفاده از نمادهای مختلف در عین سادگی بر هویت مخاطبان خود به‌ویژه کودکان اثر می‌گذارند و تغییرات فرهنگی را در اشکال بسیار ظریف و ساده ایجاد می‌کنند. این ارتباط، ارزش‌های جدید فرهنگی، هنجارهای اجتماعی، انتقال نمادهای فرهنگی و تأثیر عمده بر مفاهیم ناشی از هویت فرهنگی که غالب آنان کودکان هستند را به همراه دارد. ارزش‌های فرهنگی عبارت است از مقاصد و اهداف مطلوبی که افراد جامعه برای دستیابی به آنها فعالیت می‌کنند تا بدین وسیله نیازها و خواسته‌های خود را برآورده سازند (وثوقی، ۱۳۷۰: ۴۸). همچنین هنجارهای اجتماعی، مقیاس و قاعده‌ای برای رفتار و تنظیم روابط است که اکثریت از آن پیروی می‌کنند و پیروی نکردن از آن مجازات در پی دارد (رفیع‌پور، ۱۳۸۱: ۱۸۵). نمادهای فرهنگی نیز مشخصه عناصر فرهنگی است که توسط آنها انتقال معانی و مفاهیم صورت می‌گیرد (طالبی، ۱۳۸۰: ۹۶). هویت فرهنگی نیز شامل شیوه‌هایی است که به واسطه آنها، افراد و گروه‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و گروه‌های دیگر متمایز می‌شوند (جنکینز^۵، ۱۳۸۱: ۴۵).

امروزه در سایه ارتباطات وسیع و گسترده کنونی، فرهنگ‌ها با سرعتی بیش از گذشته تغییر می‌کنند. وسایل ارتباطی مانند تلویزیون، ماهواره، سینما، کتاب، روزنامه و ده‌ها وسیله ارتباطی نوین دیگر با انتقال و اشاعه فرهنگ باعث تأثیر بر روی نگرش‌ها، عقاید، افکار و عملکردها و در نهایت منجر

^۱. MC world-culture

^۲. MCDonald

^۳. George Ritzer

^۴. McDonaldization

^۵. Jenkins

به تغییر و تحول در فرهنگ گیرنده ارتباط می‌شوند (اسمیت^۱، ۱۳۸۲: ۱۰۵). مجموعه‌های انیمیشن نیز از جمله برنامه‌هایی است که در تغییرات فرهنگی نقش عمده‌ای ایفاء می‌کنند. این مجموعه‌ها امروزه علاوه بر کودکان بخش بزرگی از گروه سنی بزرگسالان را نیز به خود جذب کرده به طوری که دیگر نمی‌توان گفت که کودکان تنها بینندگان این برنامه‌ها هستند.

لذا با توجه به نقشی که انیمیشن‌ها در تغییرات فرهنگی ایفاء می‌کنند ضروری است که محتوای این برنامه‌ها از نظر مؤلفه‌های فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد تا مشخص شود بیشتر چه نوع مؤلفه‌هایی در این برنامه‌ها به نمایش درآمده و کودکان در معرض چه نوع محتوایی قرار دارند.

این پژوهش به منظور تحلیل محتوای مؤلفه‌های فرهنگی مطرح در انیمیشن باب اسفنجی انجام شده است. در این تحقیق سعی بر این بوده است تا با رویکرد علمی — فرهنگی و بی‌طرفانه، محتوای انیمیشن باب اسفنجی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار بگیرد تا بتوان به پیام‌ها و محتوایی که این انیمیشن به مخاطبان خود به‌ویژه کودکان ارائه می‌کند، بهتر و بیشتر پی برد.

۲. پیشینه پژوهش

بشیر و جواهری (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تحلیل انیمیشن‌های هالیوودی با رویکرد تربیتی» باروش تحلیل محتوای کیفی بر روی شش انیمیشن عصر یخبندان، پاندای کونگفوکار، یخ زده، شجاع، راتاتویل و هرکسی قهرمان است، انجام دادند. مفاهیم در ۲۶ مفهوم و سه تم کلی دسته‌بندی شد. از مهم‌ترین مفاهیم یافت شده می‌توان به نسبییت در ارزش‌ها، تقدس‌زدایی، تأکید بر جایگاه مهم خانواده، درونی بودن رشد و پیشرفت، لزوم باور به کاری که باید انجام شود، اشاره کرد.

کرد و صمدی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تحلیل نشانه‌شناختی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما از سال ۹۳-۱۳۹۴» باروش تحلیل محتوای کمی به این نتیجه رسیدند که سه ارزش خیرخواهی، جهان‌گرایی و امنیت بیش از سایر ارزش‌ها از طریق شبکه ۵ سیما برجسته شده است.

سلیمی کوچی و صادقی قهساره (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بازنمایی تغییر کلیشه‌های جنسیتی در پویانمایی باب اسفنجی و رابطه آن با لیبرالیسم فرهنگی و اقتصادی» با روش تحلیل محتوا به این نتیجه رسیدند که بازنمایی کلیشه‌های زنانه در جنس مذکر با مقوله‌های (واکنش هیجانی،

۱. Smith

ترسوبودن، وابسته به دیگری، پرحرفی و انفعال) بوده و در کلیشه‌های مردانه در جنس مؤنث (شجاعت، خشونت و پرخاشگری، حادثه جویی و فعال بودن) بوده است و به‌طور کلی در سطح فردی، خودشیفتگی و در سطح اجتماعی، سرمایه‌داری، سودجویی و مصرف‌گرایی بین کودکان را بالا می‌برد.

شفیعی، منگلی و حجت (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی انیمیشن باب اسفنجی و تأثیر آن بر مخاطب کودک ونوجوان» با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه، اثرات این انیمیشن بر کودکان را از والدین و مربیان مورد سؤال قرار می‌دهد و یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده توامان از موسیقی و تصویر و داشتن خصلت‌های خیلی خوب و خیلی بد در میان شخصیت‌های اصلی این انیمیشن بر کودکان اثرگذار است.

صفورا، افشار مهاجر و حسینی شکیب (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی ساختاری انیمیشن تلویزیونی و ارائه الگوی تحلیل متن» با روش توصیفی - تحلیلی به این نتیجه رسیدند که عناصر انیمیشن در پنج گروه عناصر بیانی، عناصر ساختاری متن دراماتیک (فیلمنامه) در انیمیشن تلویزیونی، عناصر ساختاری طراحی بصری، عناصر ساختاری طراحی صوتی و عناصر ساختاری تدوین، قابل بررسی است.

۳. مبانی نظری

۳-۱. نقش انیمیشن‌های کودکان بر ساختار ارزش فرهنگی

ارزش در علم جامعه‌شناسی، مجموعه عقایدی است که افراد یا گروه‌های انسانی درباره آن چه مطلوب، مناسب، خوب یا بد است؛ از آن برخوردارند. ارزش‌های مختلف نمایانگر جنبه‌های اساسی تنوعات در فرهنگ انسانی است. ارزش‌ها معمولاً از عادت و هنجار نشأت می‌گیرند (رفیع‌پور، ۱۳۸۱: ۸۷).

ارزش‌های اجتماعی از جمله مؤلفه‌های فرهنگی مهمی هستند که نقش بسزایی در تعیین محتوای مجموعه‌های انیمیشنی دارند. ارزش‌های اجتماعی مختلفی در مجموعه‌های انیمیشنی به نمایش در می‌آید؛ برای مثال در مجموعه تلویزیونی پویانمایی و آموزشی «آرتور^۱» برای کودکان، نمونه‌های فراوانی از آن را می‌توان مشاهده کرد. داستان این پویانمایی که محصول مشترک امریکا و کانادا است در شهری خیالی در امریکا به نام «الوود سیتی» اتفاق می‌افتد و حول محور زندگی پسر هشت

۱. Arthur

ساله‌ای به نام آرتور، دوستان و خانواده‌اش و تعاملات روزمره‌ای که بین آنها رخ می‌دهد به تصویر کشیده می‌شود. در این مجموعه تأکید زیادی بر ارزش آموزشی کتاب‌ها و کتابخانه‌ها و همچنین روابط با دوستان و اعضای خانواده می‌شود. این مجموعه، اغلب تأکید بر مقابله با مسائل اجتماعی و مسائل مرتبط با سلامت مانند مرگ یک حیوان خانگی، خوانش پریشی (نوعی اختلال مغزی در خواندن)، سرطان‌های رایج و بیماری آلزایمر که بر روی کودکان تأثیر می‌گذارد، دارد.

۲-۳. نقش انیمیشن‌های کودکان بر ساختار هنجار فرهنگی

واژه هنجار در زبان فارسی به معنی راه، روش، راه راست، جاده، طرز و قاعده (عمید، فارسی) و همچنین در فرهنگ معین به معنی قانون، روش و رفتار آمده است. هنجارها قواعد، قوانین و رفتارهایی هستند که روش مناسب در محدوده معینی از زمینه‌های اجتماعی را مشخص می‌کنند و بر ارزش‌های اجتماعی متکی‌اند (صالحی امیری، ۱۳۹۵: ۵۰).

کودکان و حتی بزرگترها از طرق مختلف هنجارها و باید و نبایدها را فرا می‌گیرند که یکی از منابع آموزشی و الهام بخش آنها انیمیشن‌هاست. آنها با دیدن انیمیشن‌ها و رفتار شخصیت‌های خوب و بد، هنجارها را می‌شناسند و یاد می‌گیرند که چه کارهایی را انجام دهند یا انجام ندهند. هرچند برخی هنجارهای جدید نیز توسط همین محصولات رسانه‌ای جای هنجارهای قدیمی و سنتی را می‌گیرد. امید (۱۳۹۱) در این زمینه می‌نویسد: «در برخی موارد دامنه بهره‌برداری از انیمیشن‌ها به بیان مضامین سیاسی نیز کشیده می‌شود و شخصیت‌های محبوب انیمیشن‌ها به‌عنوان نمایندگان و مبلغان فرهنگ و سبک زندگی و ارزش‌های جامعه غربی به سراسر جهان اعزام می‌شوند تا شهروندان جهان را از همان سنین کودکی مطابق الگوی واحد و مطلوب غربی آموزش دهند و تربیت کنند. هنجارهایی متناسب با زندگی غرب مانند تعامل افراد غیرهمجنس باهم، پوشش، رقص، موسیقی، عشق‌های بیرون از خانواده و رفتارهای جنسی آشکار که در موارد بسیاری با هنجارهای دینی و ملی ما تفاوت و تعارض دارد.»

هرچند امروزه مدیران فرهنگی نیز به این نتیجه رسیده‌اند که تولید محصولات انیمیشنی یکی از بهترین راه‌ها برای نهادینه کردن هنجارهای مطلوب جامعه است. برای مثال تولید انیمیشن‌هایی با موضوع وجدان کاری، قوانین راهنمایی و رانندگی و حجاب و عفاف در همین راستا صورت گرفته است.

۳-۳. نقش انیمیشن‌های کودکان بر ساختار نمادهای فرهنگی

نمادها یک سلسله امور قراردادی هستند که معرف معنایی خاص می‌باشند. این امور می‌توانند یک شیء (مثلاً پرچم)، ژست و عمل (مثلاً دو انگشت را به شکل V قرار دادن به نشانه پیروزی)، رنگ (مثلاً لباس سیاه به هنگام عزاداری)، شکل (مثلاً آرم جمهوری اسلامی) یا آمیزه‌ای از دو یا چند علامت باشند. همچنین حروف و صداها و کلمات نیز از جمله نمادها هستند. شاید بتوان زبان را مهم‌ترین نماد نامید که دنیای ارتباطات انسانی را تسهیل می‌کند. صدای ناقوس کلیسا برای مسیحیان یک نماد است همچنان که صوت دلنشین اذان برای مسلمانان، نماد وقت ارتباط با خداوند و حضور در نماز جماعت است.

نمادها، همواره یکی از موضوعات مورد توجه و بحث‌برانگیز در انیمیشن‌ها بوده‌اند به طوری که هزاران مقاله و تفسیر درباره انواع نمادهای مثبت و منفی موجود در محصولات انیمیشنی کمپانی‌های بزرگ انیمیشن‌سازی نوشته و تحلیل شده هرچند به نظر می‌آید بیشتر آنها بر نمادهایی تأکید داشته‌اند که مورد انتقاد کارشناسان و صاحب‌نظران است. اشکال نامناسب بصری، نمادهای فراماسونی، نمادهای غیراخلاقی، نمادهای شیطان پرستی، منجی آینده، جنگ نرم و صلح و دوستی از جمله مواردی است که نمادهای آن به وفور در انیمیشن‌ها به چشم می‌خورد (رضایی بایندر، ۱۳۸۲: ۳۰).

۳-۴. نقش انیمیشن‌های کودکان بر ساختار هویت فرهنگی

هویت به اقسام مختلف مانند فردی، جمعی، ملی، قومی و دینی تقسیم شده است که هر یک از آنها در انیمیشن‌های مختلف به وفور به مطرح می‌شود و بر شکل‌گیری هویت کودکان اثر گذار است. هویت، احساس تعلق به مجموعه‌ای مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته‌اند. کاستلز^۱ در کتاب «عصر اطلاعات» به بررسی مسئله هویت پرداخته و معتقد است: «هویت فرایند معنا سازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ای از ویژگی‌های فرهنگی به هم پیوسته است.» هویت سازنده معنا است و معنا حول یک هویت اساسی سامان می‌یابد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۸۵). هویت اصطلاحاً مجموعه‌ای از شاخص‌ها و علائم در حوزه مؤلفه‌های مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که موجب شناسایی فرد از فرد، گروه از گروه، یا اهلیتی از اهلیت دیگر می‌شود. هویت یعنی وجه اختصاصی هر فرد یا گروه. هویت فردی بیانگر خصیصه‌های دوام یافته ثابت فردی یا

^۱. M.Castells

مشتق از آنها می‌باشد و چیزی است که درون شخصیت افراد به واسطه فرایندهای گوناگون شناختی موجودیت دارد؛ مجموعه ویژگی‌هایی است که یک فرد را متفاوت از دیگران می‌سازد و به او فردیتی خاص می‌بخشد. این ویژگی‌ها شامل ارزش‌ها، عقاید، طرز تلقی‌ها، هنجارها، نمادها، احساسات، تمایلات و آگاهی‌های خاص یک فرد می‌باشد. هویت فردی همان خود است که فرد آن را به‌عنوان بازتابی از زندگی خود می‌پذیرد. بر این اساس هویت به معنای تداوم فرد در زمان و مکان است و هویت فردی بازتاب تعبیری است که شخص از آن به عمل آورده است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۲). برای ساخت هویت منابع متعددی اثرگذارند چراکه هویت‌ها جملگی ساخته می‌شوند و منابع گوناگونی برای ساختن آنها وجود دارد، زمان، مکان، فضا و فرهنگ از جمله منابع هویت‌ساز محسوب می‌شوند. اگرچه بحث مکان و فضا پیچیده‌تر و مبهم‌تر از آن است که بتوان به نتیجه‌ای جامع در این باره رسید ولی اهمیت آن برای هویت بسیار روشن و غیرقابل تردید است. یکی از این منابع اثرگذار بر شکل‌گیری هویت به‌خصوص در کودکان، رسانه است. چراکه به‌دلیل جذابیت‌های چندگانه رسانه، کودکان بخش عمده‌ای از مفاهیم هویت‌ساز را، از رسانه دریافت می‌کنند (تقی‌پور و حشمتی، ۱۳۹۶: ۲۶). کوهن اعتقاد به نقش زندگی جمعی در شکل‌دهی به هویت دارد. کوهن^۱ به تنوع در منابع هویت بخش و طیف گسترده‌ای از جماعات که انسان‌ها به آن تعلق دارند تأکید می‌کند. الگوی کوهن از هویت تنها به مناطق محل اقامت مشترک مردم محدود نمی‌شود، به نظر می‌رسد او بر اجماع همچون سازه‌ای ذهنی، موجب تسهیل کاربرد مدل او در طیف گسترده‌ای از جماعاتی که انسان‌ها به آن تعلق دارند تأکید دارد. اجتماع‌های مبتنی بر منافع مشترک، اجتماع‌های قومی، اجتماع‌های شغلی، اجتماع‌های مذهبی و غیره. این جماعات، اجتماعاتی هستند که شخص می‌تواند به آنها تعلق داشته باشد (کوهن، ۱۳۸۱: ۲۴۱) به عقیده بارث هویت‌ها تغییرناپذیر و ابدی نیستند و در گذر زمان دگرگون می‌شوند. وی همچنین به شدت بر نقش فرد و تصمیم‌گیری او در ساخت هویت تأکید می‌کند که در حقیقت مکمل یا مؤید نظریه بازتابی گیدنز است. مبنای حرف او این است که افراد به شیوه‌های متفاوتی در فرهنگ‌های مختلف مشارکت می‌جویند و معمولاً در هر زمان در چندین عامل گفتمانی و با درجاتی از شدت و ضعف شرکت می‌کنند (عاملی، ۱۳۸۵: ۳۵).

^۱. A. Cohen

به نظر تاجفل دسته‌بندی اجتماعی افراد برای آنها هویت اجتماعی ایجاد می‌کند. هویت اجتماعی به‌عنوان جنبه‌ای از خودانگاره شخص که مبتنی بر عضویت گروهی است مفهوم‌سازی شده است. به این معنا که هویت اجتماعی تعریف شخص از خودش است براساس برخی از عضویت‌های گروهی اجتماعی و توأم است با ملاحظات ارزشی و احساسی مقارن با آن تعریف. بنابر نظر تاجفل هویت اجتماعی آگاهی فرد از تعلق به یک گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت این عضویت برای فرد مفهوم‌سازی شده است. از نظر گافمن هویت‌ها در کنش متقابل با دیگران شکل می‌گیرند. بنابراین، این‌گونه کنش‌های متقابل معمولی مانند کنش‌های متقابلی که در رفتارهای عادی و هر روزه رخ می‌دهد به هیچ وجه بی‌اهمیت نیست و بر عکس اهمیت حیاتی در کمک به مردم برای ابراز هویت شان دارد (تقی‌پور و حشمتی، ۱۳۹۶: ۴۸).

مید نظریه هویت اجتماعی را مطرح می‌کند و معتقد است هر فرد هویت یا «خویشتن» خود را از طریق سازمان‌دهی نگرش‌های فردی دیگران در قالب نگرش‌های سازمان‌یافته اجتماعی یا گروهی شکل می‌دهد. به بیان دیگر تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که خود پیدا می‌کند بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند (گودرزی، ۱۳۸۷: ۲۲۳).

وود وارد (۲۰۰۰) به هویت جمعی اشاره دارد و می‌گوید: شیوه مشترک در نحوه تفکر (ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، رویکردها)، احساسات و تمایات یک گروه که نوعی احساس تعهد و تکلیف درمورد آن گروه را بر می‌انگیزد. وجود و نتیجه هویت جمعی احساس پایبندی، دلبستگی و تعهد به اجتماع و گروه است. مقصود از پایبندی، اعتقاد و دلبستگی به هنجارها و ارزش‌هاست و مقصود از تعهد نیز، مشارکت در جهت توسعه و تثبیت ارزش‌ها و هنجارها در گروه مربوط است. گیدنز به هویت فردی توجه کرده و می‌نویسد: هویت فردی بیانگر خصیصه‌های دوام یافته ثابت فردی یا مشتق از آنها می‌باشد و چیزی است که درون شخصیت افراد به واسطه فرایندهای گوناگون شناختی موجودیت دارد؛ مجموعه ویژگی‌هایی است که یک فرد را متفاوت از دیگران می‌سازد و به او فردیتی خاص می‌بخشد. این ویژگی‌ها شامل ارزش‌ها، عقاید، طرز تلقی‌ها، هنجارها، نمادها، احساسات، تمایلات و آگاهی‌های خاص یک فرد می‌باشد. هویت فردی همان «خود» است که فرد آن را به‌عنوان بازتابی از زندگی خود می‌پذیرد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۵).

در برخی انیمیشن‌ها مانند «تارزان^۱» محصول ۲۰۰۵ آمریکا، شخصیت اصلی داستان یعنی تارزان به دنبال هویت واقعی خود و معنای واقعی خانواده می‌گردد. بدون شک معانی و

^۱. Tarzan

هویت‌هایی که در این انیمیشن ارائه می‌شود، در ادراک و دریافت بینندگان آن به‌ویژه کودکان نقش بسزایی دارد. برای مثال، در انیمیشن رنگو شخصیت اصلی آن یعنی رنگو به دنبال یافتن هویت و حقیقت خویش است. در چند جای داستان اشاره‌هایی — گاه مبهم و گاه واضح — به هم‌رنگ جماعت شدن و تقلید به میان آمده است. دلیل اصلی میل به تقلید در رنگو میل به مقبولیت و محبوبیت بین دیگران است و در جایی از فیلم می‌بینیم که از راه رفتن دیگران تقلید می‌کند. بسیاری از کودکان خودشان را شبیه به قهرمانان انیمیشن می‌کنند یا در خیال، خود را جای آنها می‌گذارند. این قهرمان‌ها می‌توانند بازیگر، فوتبالیست، خواننده حتی شخصیتی از یک بازی یا انیمیشن باشند (کریمی، ۱۳۹۱: ۲).

۳-۵. نظریه یادگیری اجتماعی

تأثیر رسانه‌های جمعی در زندگی روزانه شهروندان، محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست، بلکه می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند. یکی از نظریه‌های مربوط به آثار اجتماعی رسانه‌ها، نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا^۱ است. براساس این نظریه، انسان‌ها بیشتر آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند تنها از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند، بلکه عمده آنها به‌طور غیرمستقیم و به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود (مک کوایل^۲، ۱۳۸۰: ۴۵). از نظر آلبرت باندورا مفاهیم اولیه یادگیری اجتماعی شامل، یادگیری مشاهده‌ای، تشویق درونی و فرایند مدل‌سازی است. از نظر وی مراحل یادگیری شامل، توجه، به یادسپاری، بازسازی و انگیزه است. به نظر وی رسانه‌ها سهم عمده‌ای در یادگیری اجتماعی کودکان دارند.

۳-۶. نظریه دگرراهبر (رسانه راهبر)

دیوید رایزمن در کتاب «انبوه تنها» که در سال ۱۹۵۰ منتشر شد، تاریخ تحول جامعه انسانی را به سه دوره تقسیم می‌کند که بر اثر گذشت زمان هر یک جایگزین دیگری می‌گردد. این سه دوره شامل، جامعه باستانی یا سنت راهبر، جامعه فردگرایی یا خردراهبر و جامعه مصرف‌گرایی یا دگرراهبر (رسانه راهبر) می‌باشد. رایزمن معتقد است که در حال حاضر، جوامع صنعتی به سوی جامعه‌ای از نوع سوم که بر دوره‌ای از رفاه اقتصادی و زمینه‌ای از وفور انطباق دارد و همچنین

1. A-Ban

2. Mcquail

رسانه‌ها حضور فعالی در زندگی بشری دارند، رهسپار است. رایزمن این دوره را متقارن با ظهور ارتباط جمعی می‌داند. به نظر او انسان دگرراهبر دیگر تحت تأثیر شیوه‌های آموزش و پرورش و خانواده‌ها نیست، بلکه شخصیت فرد تحت تأثیر دیگران شامل گروه‌های دوستی، همکاران و همسالان، نقش می‌پذیرد. رایزمن می‌گوید: در کنار همه عوامل جامعه‌پذیری رسانه‌ها نقش عمده‌ای در پرکردن اوقات فراغت دارند و آنها معلمان خصوصی فرزندان ما هستند و بخش عمده‌ای از هنجاره، قواعد اجتماعی و ارزش‌ها را از رسانه دریافت می‌کنند.

وسایل ارتباط جمعی این نقش را تکمیل و تقویت می‌کند. رایزمن می‌گوید: تمامی افراد در این دوران در یک چیز اشتراک دارند و آن هم نوع و نحوه نگرش ذهنی‌شان در ارتباط با هم‌نوعان شان شکل می‌گیرد. انسان دگرراهبر برای یافتن هویت خود به تأیید دیگران نیاز دارد به همین دلیل خود را به دامن توده‌ها می‌اندازد و تلاش می‌کند تا با دیگران هم‌رنگ شود. وسایل ارتباط جمعی در جهت همسان کردن رفتارها بکار می‌افتد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۸۸).

۳-۷. رسانه وزوال کودکی

نیل پستمن، در کتاب معروف خود به نام نابودی کودکی (۱۹۸۲) این نظر را مطرح می‌کند که تلویزیون با از میان برداشتن مرز بین آگاهی کودکان و بزرگسالان از یک سو خصلت کودکانه کودکان را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر از بلوغ فکری و فرهنگی بزرگسالان می‌کاهد. به گمان او تلویزیون دنیای کودکان و بزرگسالان را به هم می‌پیوندد و اطلاعات و تصاویری در اختیار کودکان قرار می‌دهد که روزگاری تنها در اختیار بزرگسالان بود. وی دربارهٔ رسانه و فناوری بدبین بود و برای دگرگونی‌های حاصل از فناوری و رسانه پنج مؤلفه مشخص می‌کرد. نخست اینکه انسان همواره برای فناوری بهایی می‌پردازد. هرچه فناوری عظیم‌تر باشد بهای آن بیشتر است. دوم اینکه در رابطه با فناوری همیشه برخی برنده و برخی بازنده‌اند و برنده‌ها سعی دارند بازنده‌ها را متقاعد کنند که واقعاً برنده هستند. سوم اینکه در هر فناوری بزرگ یک پیش‌داوری و تعصب اجتماعی سیاسی یا معرفت‌شناسانه وجود دارد. گاه این پیش‌داوری و گرایش نهفته برای ما بسیار سودمند است، اما گاه نیز چنین نیست. برای مثال صنعت چاپ سنت شفاهی را نابود کرد، تلگراف فضا را از بین برد، تلویزیون کلام را خوار و خفیف کرد و کامپیوتر شاید زندگی اجتماعی را تضعیف کند. چهارم اینکه تغییر و دگرگونی حاصل از فناوری یک تغییر افزودنی نیست، بلکه تغییری بوم‌شناختی است به این معنی که هر چیزی را تغییر می‌دهد و پنجم اینکه فناوری متمایل به آن است که به امری اسطوره‌ای بدل شود یعنی به صورت بخشی از نظم و

نظام طبیعی اشیاء درآید، از این رو مستعد آن است که بیش از اندازه لازم زندگی انسان را تحت کنترل خود درآورد. به نظر وی سهم عمده‌ای از این خطرات متوجه کودکان است و رسانه به‌طور هدفمند زندگی کودکان را تغییر می‌دهد (پستمن، ۱۳۸۱: ۲۱۰).

۳-۸. فرهنگ‌پذیری و عملکرد رسانه‌ها

تطابق یا هم‌نوایی عمیق فرد با هنجارها و موازین فرهنگی جامعه دیگر را فرهنگ‌پذیری می‌گویند. فرهنگ‌پذیری از رواج پدیده‌هایی نشأت می‌گیرد که بر اثر تماس مستقیم و غیرمستقیم بین گروه‌ها یا افراد با افراد و گروه‌های دیگر از فرهنگ‌های مختلف به وجود می‌آید (روح‌الامینی، ۱۳۸۱: ۹۹). برای مثال کودکان، بینندگان عمده محصولات کمپانی‌های بزرگ انیمیشن‌سازی امریکا هستند. انیمیشن‌هایی که زندگی، ارزش‌ها و هنجارهای امریکایی را با زرق و برق‌های جذاب و شخصیت‌های مخاطب‌پسند به کودکان سراسر دنیا از غرب تا شرق منتقل می‌کند و کودکان به واسطه منفعل بودن به راحتی آنها را دریافت کرده و می‌پذیرند.

۳-۹. نظریه مک دونالدی شدن پیام^۱

طبق دیدگاه جرج ریتزر^۲ (۱۳۸۴)، ما در جامعه مک دونالدی شده که معرف مدرنیته است زندگی می‌کنیم. او اصطلاح مک دونالدی شدن را برای اشاره به فرایندی ابداع کرده است که در آن اصول رستوران‌های غذای فوری به تدریج بر بخش‌هایی از جامعه امریکا و نیز بر بقیه جهان مسلط می‌شود. نظریه مک دونالدی شدن می‌گوید اگرچه امروز دیوان‌سالاری‌ها هنوز مهم‌اند ولی سرمشق بهتری از فرایند عقلانی شدن، رستوران‌های غذای فوری است. این سرمشق نه تنها مظهر عقلانیت صوری است بلکه موفقیت آن منجر به این شده است که به الگویی مبدل شود که نه تنها انواع کسب و کارها، بلکه بسیاری از سازمان‌ها و نهادهای فراگیر دیگر نیز از آن تقلید کنند. در همین رابطه پیتر برگر^۳ با اشاره به چهار چهره فرهنگ جهانی، فرهنگ جهانی مک را یکی از این چهره‌ها می‌داند. او موسیقی امریکایی، زیر پیراهن‌های منقوش، سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی امریکایی را از عناصر این فرهنگ می‌داند و می‌گوید: «پیر و جوان در همه

۱. McDonaldization

۲. George Ritzer

۳. Peter Berger

جهان به مک دونالد امریکایی روی می‌آورند. این یک سلطه فرهنگی است که البته انتقادگرایان از این مسأله به‌عنوان امپراتوری یا امپریالیسم فرهنگی نام می‌برند و معتقدند که این مسأله فقط یک مسأله ظاهری نیست و تأثیرات عمیق می‌تواند بر زمینه‌های اعتقادی و ارزشی داشته باشد. مثلاً علت جاذبه موسیقی راک فقط در این نیست که با صدای بلند و ریتمیک و حرکتهای خطرناک همراه است بلکه همزمان میزان زیادی از ارزش‌های فرهنگی را به همراه دارد مانند رها بودن، آزادی جنسی و نفی هرگونه پایبندی سنتی. (قلی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۸۴).

۴. روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش با توجه به موضوع و اهداف اصلی آن از نوع کیفی است که از بین روش‌های مختلف تحقیق کیفی، روش تحلیل محتوا انتخاب شده است. مقوله‌هایی که پژوهشگران در یک تحلیل محتوا استفاده کرده، می‌تواند استقرایی، قیاسی یا ترکیبی از هر دو باشد. با توجه به رویکردهای تعریف شده از تحلیل محتوا و هدف اصلی این تحقیق مبنی بر شناسایی و بررسی مؤلفه‌های فرهنگی در مجموعه‌های انیمیشن، رویکرد قیاسی برای تحقیق پیش‌رو انتخاب شده است.

در این پژوهش، با توجه به اینکه در ابتدا تعریف مشخصی از مؤلفه‌های فرهنگی مد نظر محقق بوده و تصمیم به بررسی درباره چگونگی وجود آن در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی گرفته شده است. بنابراین، روش تحقیق کیفی قیاسی انتخاب شد تا معیارها و مؤلفه‌های فرهنگی تعریف شده از پیشینه نظری و پرسش تحقیق به دست آمده و قواعد کدگذاری از آنها استخراج شود.

در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی براساس تعریف فیلیپ استون استفاده شده، که به شکل عینی و براساس قواعد معین، مشخصاتی ویژه از یک پیام را کشف می‌کند. واحد تحلیل در این پژوهش هر قسمت از انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی است و چون واحد تحلیل باید به اندازه‌ای باشد که به‌منزله زمینه‌ای برای واحد معنا در فرایند تحلیل در نظر گرفته شود، تعداد ۱۵ قسمت از آن انتخاب شده است. واحد معنا، مجموعه مفاهیم استخراج شده است، که مجموعه‌ای از واژگان یا جمله‌ها را که می‌توانسته ارتباطی از معانی مشابه و یکسان در آنها شناسایی کرد را کنار هم قرار می‌دهد. واحد معنا به تلخیص و فشردگی موارد استخراج شده پرداخته و نهایتاً مقوله‌سازی و تم‌بندی نهایی انجام شده است. در تحقیقات کیفی قابلیت اعتبار، اعتماد و انتقال

مفهومی شبیه پایایی و روایی دارد. در این پژوهش جهت اطمینان از قابلیت اعتبار، در هر مرحله جملات اصلی، مقوله و تم‌ها به رویت ۱۰ نفر از اساتید رشته فرهنگ و رسانه رسید و نظرات آنها جهت اصلاح نتایج اعمال شد.

همچنین با توجه به قیاس‌های اصلی شامل ارزش، هنجار، هویت، نماد و ضدهنجار هر بعد با بخشی از انیمیشن برای اساتید نمایش داده شد. جهت اطمینان از اعتماد و پایایی، مشاهده انیمیشن، ثبت جملات و مقوله‌سازی در چند مقطع زمانی توسط پژوهشگر دوباره انجام شد. پس از آن ۱۵ قسمت از انیمیشن، در گروه سنی ۳ تا ۷ سال و ۷ تا ۱۲ سال نمایش داده شد و سؤالات هدفمندی در راستای اطمینان از مناسب بودن و مرتبط بودن مقوله‌ها با متن انیمیشن توسط پژوهشگر از کودکان پرسیده شد.

در حوزه پژوهش تحقیق پیش‌رو، تعداد ۱۵ انیمیشن از مجموعه انیمیشن «باب اسفنجی، شلوار کعبی» تحلیل شد. این انیمیشن‌ها هر کدام دارای مدت زمان حدود ۱۲ تا ۱۴ دقیقه و موضوعات مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است که برای آشنایی بیشتر با حوزه این پژوهش، عنوان انیمیشن‌ها در زیر آورده شده است: روز ولنتاین، می‌توانی از یک سکه بگذری؟ اشغال‌های خرچنگ، کاغذ، می‌خواهم اعتصاب کنم، شکار عروس دریایی، بازنده صورتی بزرگ، شکلات آجیلی، خواهش می‌کنم فقط یک گاز، گروه پر از احمق‌ها، فرمول همبرگر، پیاده‌روی کوچولو، مرمی‌دن و پسر صدفی ۵، بیماری حباب و کلمه زشت. در این پژوهش ۱۵ قسمت از این مجموعه انیمیشن به صورت هدفمند انتخاب و ذخیره شد. سپس محتوای آنها شامل مکالمه‌ها، رفتارها و نمادها بر روی کاغذ آورده شده است. این محتوا پس از چندین مرحله مطالعه و تجزیه و تحلیل در جدولی در سه ستون نمونه، مفهوم و تم درج شد.

۵. یافته‌های پژوهش

۱-۵. سؤال اول: در انیمیشن باب اسفنجی چه نوع ارزش‌های فرهنگی به کودکان ارائه می‌شود؟ همان‌طور که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است ارزش‌های موجود در ۱۵ قسمت بررسی شده مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی به سه دسته ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های دینی و ارزش‌های اقتصادی تقسیم شده‌اند.

جدول ۱. بررسی ارزش‌های فرهنگی ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی

مفاهیم استخراج شده	تم‌ها
خوشحالی/ کمک کردن/ تشکر کردن/ محبت کردن/ سلام کردن/ دوستی/ عشق و علاقه به غذا (همبرگر)/ احساس مسئولیت/ امید دادن/ عشق و علاقه به کار/ اتحاد داشتن/ اهمیت دادن به محیط زیست و حیات وحش/ ابراز همدردی/ حق خواهی/ وفا به عهد و قول/ عذرخواهی کردن/ با ادب بودن/ صبر کردن/ تشویق کردن/ عدالت خواهی/ تحسین کردن/ مبارزه با ظلم/ پشتکار داشتن/ اهمیت دادن به مشتری/ قول دادن/ تلاش برای موفقیت/ جایزه دادن/ الگوبرداری از افراد موفق/ کار گروهی و مشارکت/ توجه به حیوانات خانگی/ حرف شنوی از کارفرما/ توجه کردن به دیگران/ احوال پرسی/ امید داشتن/ وقت بخیر گفتن/ میل به زیبایی/ صداقت داشتن/ به فکر دوست خود بودن/ مبارزه با متجاوزان/ خوشحال کردن دیگران/ خودباوری/ پس انداز کردن/ امانتداری/ مطالعه کردن/ برنامه‌ریزی/ به‌زور پول ندادن/ احترام کارفرما به کارگر/ دوست داشتن/ پرداخت بدهی/ احساس آرامش با خوردن غذا/ آزاد کردن/ موفقیت/ دلسوزی کردن/ نظم و ترتیب/ جلوگیری از اختلاف بین مردم/ ایجاد آرامش/ پیروی گروه از رهبر/ سکوت برای احترام به مرده‌ها/ دوری از تنبلی/ مهربانی کردن/ حق مردم را پس دادن/ عبادت از بیمار/ اهمیت دادن به محیط خانوادگی/ آگاهی دادن/ دست دادن برای قول و قرار/ دست دادن برای آشتی کردن/ ازدواج	ارزش اجتماعی
اعتقاد به خدا/ صبر کردن/ وفا به عهد و قول/ قول دادن/ توبه کردن/ درخواست آمرزش	ارزش‌های دینی
عشق و علاقه به کار/ اهمیت دادن به مشتری/ حرف شنوی از کارفرما/ کارآفرینی/ اشتغال	ارزش اقتصادی

با توجه به جدول به دست آمده، ارزش‌های اجتماعی، بیشترین سهم را بین ارزش‌ها به خود اختصاص داده است. این ارزش‌ها بیشتر در روابط اجتماعی و بین افراد به چشم می‌خورد به طوری که انواع مختلفی از آن را می‌توان در زمینه‌های گوناگونی مانند خوشحالی، احترام گذاشتن به دیگران، کمک کردن، عشق و علاقه به کار، عدالت‌خواهی، عشق به غذا، دوستی و ... ملاحظه کرد.

ارزش اجتماعی خوشحالی و خوشحال بودن بین ارزش‌های دیگر بسیار پررنگ می‌باشد که گویای وجود فضای شاد و سرزنده در این مجموعه انیمیشن است. عشق و علاقه به غذا که در

این مجموعه انیمیشن، غذای همبرگر است نیز به وفور در این انیمیشن به چشم می‌خورد به طوری که دوست داشتن این غذا یک ارزش و امر مطلوب و مطلق محسوب می‌شود.

۵-۲. سؤال دوم: در انیمیشن باب اسفنجی چه نوع هنجارهای فرهنگی به کودکان ارائه می‌شود؟

همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است هنجارهای موجود در ۱۵ قسمت بررسی شده مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، شامل رفتار قانونی، رفتار محبت‌آمیز، احترام گذاشتن به دیگران، مجازات متخلفین، احترام به آداب و رسوم، اعمال قانون و رعایت شرایط دیگران است.

جدول ۲. بررسی هنجارهای ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی

تم‌ها	مفاهیم استخراج شده
رفتار قانونی	رعایت قوانین کار/ آدامس و آشغال را داخل سطل انداختن/ حقوق کارکنان را پرداخت کردن/ مالکیت معنوی/ رعایت قواعد و مقررات/ در صف ایستادن/ رعایت بهداشت در رستوران
رفتار محبت‌آمیز	هدیه دادن/ دادن قلب در روز ولنتاین برای ابراز علاقه/ هدیه درست کردن
احترام گذاشتن به دیگران	تعارف کردن/ ادای احترام به مرده
احترام به آداب و رسوم	شرکت در مراسم ترحیم/ ازدواج در کلیسا/ بچه‌دار شدن از همسر مشروع/ آراستگی در محیط کار
مجازات متخلفین	جریمه کردن/ مجازات تقلید از فرمول همبرگر
رعایت شرایط دیگران	دادن قلب کوچک به پلانگتون که موجودی ریز است
اعمال قانون	قطع برق به دلیل نپرداختن قبض

رفتار محبت‌آمیز نیز از جمله هنجارهای شناسایی شده است که در دسته شیوه‌های قومی قرار دارد و پیروی از آنها تحمیل نمی‌شود اما انجام آن تشویق می‌شود از جمله دادن قلب برای ابراز علاقه، هدیه دادن و هدیه درست کردن.

۵-۳. سؤال سوم: در انیمیشن باب اسفنجی چه نوع ضدهنجارهای فرهنگی به کودکان ارائه می‌شود؟ براساس نتایج حاصل از این تحقیق، ضدهنجارهای ارائه شده در این مجموعه انیمیشن شامل: خشونت، بی‌احترامی به دیگران، رفتار غیراخلاقی، رفتار غیرقانونی، رفتار خلاف شئون، رفتار بر

خلاف آداب، بی‌توجهی به احساسات دیگران، عدم مسئولیت‌پذیری، بر خلاف ارزش مذهبی و بی‌توجهی به دیگران است.

جدول ۳. بررسی ضدهنجارهای ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکیبی

تم‌ها	مفاهیم استخراج شده
خشونت	کوبیدن قلب روی زمین/حمله کردن/شلاق زدن/عصبانی شدن/پرتاب کردن/پاره کردن لباس، قلب و نقاشی/مردم را دنبال کردن/ تکه تکه و جدا شدن اعضای بدن/لگدمال کردن/افریاد کشیدن/نیش زدن/با چکش به سر زدن/تنفر داشتن/نفرتین کردن برای مرگ/دعوا کردن/روی میز کوبیدن/تهدید کردن/آخشن بودن/منفجر کردن/کتک کاری
بی‌احترامی به دیگران	توهین کردن/بی‌حرمتی به جنازه/آروغ زدن/ادا در آوردن/تأخیر داشتن
رفتار غیراخلاقی	دروغ گفتن/سوء استفاده از محبت دیگران/کمک نکردن به کودکان/ترساندن دیگران/تمسخر کردن/گول زدن/اغراق کردن/داخل خانه دیگران را دید زدن/فضولی کردن/بکار بردن کلمات زشت/خبرچینی کردن/بدون اجازه پول برداشتن
رفتار غیرقانونی	هدیه گرفتن حین رانندگی/بیرون کردن دیگران از کارناوال/قانون ظالمانه و غیرمجاز/تهمت زدن/گدایی کردن/فریب دادن/گران‌فروشی/اکلاهبرداری/سوء استفاده از غفلت مشتری/پس گرفتن کالای فروخته شده/نیش قیر/دلالی عتیقه/اخراج کردن کارکنان بدون دلیل/سوء استفاده برای پول در آوردن/شکار بیش از حد/نابودی حیات وحش/حقوق ندادن/پولدار شدن با دروغ گفتن/دزدی کردن/کنیف کردن شهر/نصب اطلاعیه در جایی غیر از مکان مخصوص/تغییر قیافه دادن/ورود بی‌اجازه به ملک دیگران/عدم رعایت حق تقدم/سوزاندن خانه‌ها/جنایت در شهر/ سرقت بانک/عدم ارائه امکانات مناسب به مشتریان/خود درمانی بدون مراجعه به پزشک واقعی
رفتار خلاف شئونات	لباس پاره پوشیدن/تظاهر به زن بودن/برهنه شدن/دراوردن شلوار/ابراز عشق به همجنس/اریش گذاشتن یک زن/مدفوع در لباس/ لباس نامناسب پوشیدن
برخلاف آداب	به مراسم ختم نرفتن/پرخوری کردن
بی‌توجهی به احساسات دیگران	دل شکستن
عدم مسئولیت‌پذیری	تنبلی
بر خلاف ارزش مذهبی	اسراف کردن
بی‌توجهی به دیگران	منتظر گذاشتن دیگران

حمله کردن، شلاق زدن، عصبانیت، تکه کردن بدن، نیش زدن، تنفر داشتن، دعوا و کتک کاری کردن، تهدید کردن، فریاد کشیدن و پرتاب کردن از جمله نمونه‌های خشونت مشاهده شده در این انیمیشن است.

بی‌احترامی به دیگران دسته دیگری از ضدهنجارهای شناسایی شده در این انیمیشن را تشکیل می‌دهد که انجام آنها در جامعه مجازات قانونی مشخصی به همراه ندارد، اما باعث سرزنش توسط دیگران می‌شود از جمله توهین کردن، آروغ زدن، ادا در آوردن و بی‌حرمتی به جنازه. دسته دیگری از ضدهنجارهای ارائه شده در انیمیشن‌های مورد بررسی، رفتارهای غیراخلاقی است که با مسائل اخلاقی و اجتماعی درگیر است. برای برخی از آنها مجازات مشخصی وجود دارد و برای برخی نه. از جمله رفتارهای غیراخلاقی شناسایی شده در این انیمیشن می‌توان به دروغ گفتن، سوءاستفاده از محبت دیگران، کمک نکردن به کودکان، ترساندن دیگران، تمسخر دیگران، گول زدن، اغراق کردن، فضولی کردن و بکار بردن کلمات زشت اشاره کرد.

۴-۵. سؤال چهارم: در انیمیشن باب اسفنجی چه نوع نمادهای فرهنگی به کودکان ارائه می‌شود؟

در جدول شماره ۴ نمادهای ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی، به دو تم کلی نمادهای غیرکلامی و نمادهای کلامی تقسیم شده‌اند.

جدول ۴. بررسی نمادهای ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی شلوار مکعبی

تمها	مفاهیم استخراج شده
نماد غیر کلامی	پوشش کاری (شغلی) / ابراز علاقه به سکه، سکه را برق انداختن، شمردن اسکناس، دنبال سکه دویدن، مشتری را به شکل اسکناس دیدن نشانه پول دوستی / دسته گل و قلب نشانه عشق و علاقه / پوشش رسمی / اسکناس را بو کشیدن نشانه حرص و ولع پول داشتن / خنده شیطانی نشانه نیت بد / با اردک به حمام رفتن، عروسک در چمپانش داشتن، اسباب بازی نشانه کودکی است / بازیکن فوتبال یا پادشاه یا فضانورد شدن به عنوان نمادهای موفقیت / پوشیدن لباس روز ولتاین نشانه مدگرایی / پوشش گدایان / اختلال شخصیت / تیر داخل قلب شکلاتی نشانه شدت عشق / حماقت و سادگی بدلیل ساختن قلب سنگی / موج سواری روی حرص و طمع / امیدها و آرزوها را در قبر کردن نشانه یاس و ناامیدی / سوپر اسفنج با یک شل نشانه سوپرمن / از شاخه‌های درخت پریدن نشانه تارزان (پسر جنگل) / کلاه نقاش‌ها را بر سر گذاشتن نشانه ژست هنری گرفتن / یک جعبه غذا برای ارتشی‌ها که لشکر گرسنه را آرام می‌کند نشانه چتربازهای انگلیس در جنگ جهانی دوم / آهنگ غمناک نشانه غمگین بودن / رنگ قرمز نشانه خشونت و خشم و قدرت طلبی / رنگ آبی نشانه صلح و دوستی / رنگ صورتی نشانه عشق و آرامش / رنگ سفید نشانه آرامش / رنگ طلایی نشانه برتری / رنگ خاکستری نشانه غم و اندوه / رنگ سیاه نشانه تیرگی و تاریکی / رنگ قرمز نشانه عشق و علاقه / رنگ زرد باب اسفنجی نشانه انرژی، خلاقیت و عقلا نیت / تار عنکبوت بسته شده به معنای گذشت زمان طولانی / علامت نامبر وان نشانه برتری / دود از سر بلند شدن نشانه عصبانیت / کفش داشتن به معنی ثروتمند بودن است / استفاده از صندلی چرخ دار نشانه پیری / عرق کردن نشانه نگرانی / سر تکان دادن نشانه تاسف خوردن / فرشته نشانه مهربانی و عطوفت / آتش و صداهای شیطانی نشانه جهنم / به آتش کشیده شدن قلب نشانه دل شکستن / مانند سگ‌ها دویدن نشانه ولع داشتن / آهنگ رمانتیک نشانه احساسی بودن / ساز دهنی بزرگتر از خود را نواختن نشانه لقمه بزرگتر از دهان برداشتن / دود از سر بلند شدن نشانه عصبانی شدن / فرود آمدن ساختمان روی سر شخصیت منفی داستان نشانه نابود شدن متخلف / با دست توی صورت کوبیدن نشانه عصبانی شدن / دویدن مردم و لگدمال کردن شخصیت منفی داستان نشانه حرکت جمعی مردم و از بین رفتن ظلم / فیل نماد خشم / آهنگ یک فیلم اکشن نشانه ماجراجویی و هیجان / باران نشانه فراوانی و رحمت است / ماسک ضخیم روی سر کشیدن و با شلاق ایستادن نشانه شکنجه کردن / ریختن نت‌ها نشانه صدای ناخوشایند / مرتب بودن نت‌ها نشانه صدای خوشایند
نماد کلامی	تبریک برای روز عشق / شهر از کف دست‌های من غذا می‌خورد به معنای قدرت طلبی و ثروت / آشغال‌های یک نفر، گنج اون یکیه به‌عنوان ضرب‌المثل / چیرینگی به معنای پول نقد / حال می‌کنم به معنی خوش می‌گذرد / گدا گشنه به معنی بیچاره بودن / همه حرف‌ها را درسته قورت دادند یعنی گوش کردند / میزهای بردگی کنایه از مفهوم اسارت و بندگی / بوی تجارت کثیف به معنای روش غیرقانونی تجارت / قوقولی خروس نشانه سحرخیزی / تونل را باز کن اشاره به دهان / قطار داره می‌یاد نشانه وارد شدن لقمه غذا به دهان / سگته قلبی در نان اشاره به همبرگر / تو روحت / کوفت شدن / نوشابه باز کردن به معنای خود را تحویل گرفتن / ریق رحمت را سر کشیدن به معنای مردن / سکه را خوشگل من خطاب کردن نشانه پول دوستی / برو کشکتو بساب به معنای برو دنبال کار خودت / عین یک پله می‌مانی به معنای مانند یک پله برای ارتقاء دیگران هستی / حالگیری کردن / به هم گرده زدن / تو قلب من را شکاندی به معنای نامهربانی کردن و سرخورده شدن

براساس جدول تهیه شده از نمادهای فرهنگی پی می‌بریم که مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی، کلکسیونی از انواع نمادها به‌ویژه نمادهای غیر کلامی است. از نمادهای مختلفی که نشانه شغلی افراد است تا پول پرستی، از رنگ‌ها گرفته تا موسیقی (بدون کلام) و اسباب بازی‌هایی که نشانه کودکی است. نمادهای غیر کلامی را می‌توان در پوشش‌ها مانند لباس خدمتکاران، رفتارها مانند ابراز عشق و علاقه به پول، رنگ‌ها مانند رنگ‌های آبی و قرمز، علامت‌ها مانند علامت نامبر وان، آهنگ‌ها مانند آهنگ دراماتیک، اشیا مانند کفش، تصاویر مانند فیل و پوشش مانند ماسک سرپازان مشاهده کرد.

با وجودی که انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی از شخصیت‌های غیرواقعی و فضایی خیالی بهره می‌گیرد. اما بسیاری از نمادهای ارائه شده در آن به‌مثابه موارد عینی موجود در جوامع امروزی است مانند بازیکن فوتبال یا فضاانورد بودن، بسته شدن تار عنکبوت، صندلی چرخ‌دار و سر تکان دادن. برخی از نمادها نیز به‌طور عینی و با استفاده از تصویر نمایش داده می‌شود مانند دود از سر بلند شدن.

نمادهای کلامی نیز از تنوع زیادی بین نمادهای ارائه شده در انیمیشن باب اسفنجی برخوردار است. این نمادها شامل تبریک گفتن، ضرب‌المثل، اصطلاحات کلامی و الفاظ خاص است که هریک دارای معنا و مفهوم مختص به خود می‌باشد. مانند برو کشکتو بساب به معنای برو دنبال کار خودت و نوشابه باز کردن به معنای خود را تحویل گرفتن.

۵-۵. سؤال پنجم: در انیمیشن باب اسفنجی چه نوع اشکال هویت فرهنگی به کودکان ارائه می‌شود؟ در جدول ۵، اشکال هویت ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی شلوار مکعبی، به اقسام هویت شغلی، هویت ملی، هویت فرهنگی، هویت تمدنی ابرقدرت‌ها و هویت قومی دسته‌بندی شده است.

جدول ۵. بررسی هویت‌های ارائه شده در ۱۵ قسمت انیمیشن باب اسفنجی شلوار مکعبی

تم‌ها	مفاهیم استخراج شده
هویت شغلی	پوشش کاری
هویت ملی	دلار، واحد پول آمریکا/ ولنتاین، روز عشق و علاقه/ کراوات به‌عنوان پوشش رسمی/ کلاه سیاه و لباس فراگ به‌عنوان پوشش افراد ثروتمند آمریکا/ لباس کاوبوی به‌عنوان پوشش غرب آمریکا و وسترن/ مارش نظامی برای احترام به مردها
هویت فرهنگی	ولنتاین، روز عشق و علاقه/ کسب اطلاعات از تلویزیون/ کراوات به‌عنوان پوشش رسمی/ مطالعه روزنامه/ لباس کاوبوی به‌عنوان پوشش غرب آمریکا و وسترن/ موسیقی راک/ نمایش شخصیت‌های ابر قهرمان
هویت تمدنی ابرقدرتها	بازیکن فوتبال آمریکایی، پادشاهی بریتانیا و فضانورد روسی
هویت قومی	صدای سرخ‌پوست‌ها به هنگام شکار کردن را در آوردن به‌عنوان سنت قومی

❖ دوره ۱۷، شماره ۲۸، زمستان ۱۳۹۷

هویت شغلی از جمله هویت‌های مطرح در این انیمیشن است که در قالب پوشش افراد خود را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه مجموعه انیمیشن باب اسفنجی محصول یک شرکت آمریکایی و برخاسته از فرهنگ این کشور است نمونه‌های بسیاری از هویت آمریکایی در این انیمیشن دیده می‌شود. آن دسته از هویت که به نام هویت ملی، تم‌گذاری شده است مؤید این نکته است. برای مثال واحد پول رایج و رسمی در فضای این مجموعه انیمیشنی، دلار است. دلار، واحد پول ملی آمریکا است هرچند در سطح بین‌المللی نیز از ارزش برخوردار است. همچنین روز ولنتاین به‌عنوان یک روز مهم و در سطح ملی در این کشور مطرح است که نشانه روز عشق و علاقه است. البته این روز هم در بسیاری دیگر از کشورها به‌خصوص کشورهای غربی گرامی داشته می‌شود و گستره آن به‌واسطه گسترش ارتباطات جهانی و رسانه‌های جمعی در کشورهای دیگر در آسیا حتی کشورهای اسلامی نیز رسیده است.

کراوات زدن، کلاه سیاه و لباس فراگ پوشیدن برای افراد ثروتمند و لباس کاوبوی که نماد وسترن و غرب آمریکا است نیز از موارد پوششی است که هویت ملی را نشان می‌دهد هرچند کراوات زدن در بسیاری دیگر از کشورها نیز مرسوم است.

هویت فرهنگی دسته دیگری از هویت‌های شناسایی شده در این انیمیشن است که بر پایه مؤلفه‌های فرهنگی مانند ارزش‌ها، هنجارها و نمادها مشخص می‌شود. مانند مطالعه روزنامه که به‌منظور یک ارزش در جوامع پیشرفته، هویت فرهنگی آن جامعه را نشان می‌دهد یا موسیقی راک که، بخشی از فرهنگ یک جامعه مطرح است. روز ولنتاین نیز برخاسته از آئین‌های غرب و

لباس کاوبوی نیز دارای ریشه تاریخی است. کراوات زدن به منزله یک هنجار در جامعه غربی پذیرفته شده و شخصیت‌های ابرقهرمان به منظور نمادی از نجات بشر بین مردم پذیرفته شده‌اند. در این انیمیشن‌ها، هویت تمدنی ابرقدرت‌ها نیز به چشم می‌خورد به طوری که تبدیل شدن به یک بازیکن فوتبال امریکایی تمثیلی از جامعه امریکایی، پادشاهی تمثیلی از پادشاهی بریتانیا و فضانوردی تمثیلی از پیشرفت علمی روسیه است. کشورهایی که به عنوان ابرقدرت‌ها در جهان مطرح هستند.

هویت قومی نیز، دسته دیگری از هویت‌ها در این انیمیشن شناسایی شده است. هویت قومی مجموعه ویژگی‌ها و سبک زندگی اعضای یک گروه معین است که در این مجموعه صدای سرخ‌پوست‌ها هنگام شکار کردن را می‌توان برای نمونه‌ای از هویت قومی در نظر گرفت.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

با تحلیل محتوای کیفی مجموعه انیمیشن مورد مطالعه در این تحقیق مشخص شد که این کارتون از انواع مؤلفه‌های فرهنگی شامل «ارزش‌ها»، «هنجارها»، «ضدهنجارها»، «نمادها» و «هویت» برخوردار است. این مجموعه کارتونی با ارائه و تبیین ارزش‌های اجتماعی، دینی و اقتصادی و هنجارهای قانونی در جامعه‌پذیری مخاطبان نقش دارد و الگوهای رفتاری در برقراری انواع روابط اجتماعی را معرفی می‌کند. از طرفی در این کارتون خشونت، بی‌احترامی به دیگران و رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی نیز در معرض دید بینندگان قرار می‌گیرد که با وجود سرگرمی و طنز بودن ماهیت این انیمیشن، وجود این ضدهنجارها پر رنگ است. از نمادهای غیرکلامی برای انتقال پیام‌ها بسیار استفاده شده است. همچنین این مجموعه انیمیشن از انواع نمادها در جهانی کردن هویت تمدن غربی بهره گرفته به طوری که بیننده در هر جای دنیا که باشد با فرهنگ امریکایی کاملاً ارتباط برقرار می‌کند. مؤلفه‌هایی مانند ارزش اجتماعی، خشونت، نمادهای غیرکلامی و هویت تمدن غربی در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، شلوار کعبی بیشتر بکار رفته و به هنجارها در مقایسه با ارزش‌ها و ضدهنجارها کمتر پرداخته شده است.

از مهم‌ترین نتایج این پژوهش شناسایی ارزش‌های مطرح در این انیمیشن بود که بخش گسترده‌ای را نیز به خود اختصاص می‌داد. ارزش‌ها از مهم‌ترین اصول هویت‌ساز هستند و نقش عمده‌ای در شکل‌گیری هویت کودکان دارند. ارزش‌هایی که در زمان سنت‌راهبر رایزمن خانواده انتقال می‌داد، امروز از طریق رسانه به کودکان منتقل می‌شود و براساس نظر باندورا الگوهای

جدیدی برای زندگی به کودک می‌دهد. در میان ارزش‌های اجتماعی ارائه شده در این انیمیشن، ارزش‌هایی مانند اهمیت به محیط زیست، حیات وحش و حیوانات خانگی نیز به چشم می‌خورد که ممکن است موضوع حیوانات خانگی در برخی کشورها چندان به منزله ارزش مطرح نباشد، اما توجه به محیط زیست و حیات وحش امروزه دغدغه اصلی جوامع بشری است.

دسته دوم ارزش‌های ارائه شده در قسمت‌های بررسی شده مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی شامل ارزش‌های دینی است که بیشتر بر مسائل مذهبی و دینی اشاره دارد. با وجودی که شخصیت‌ها و داستان‌های این مجموعه، تخیلی هستند اما اعتقاد به خدا در آن به دفعات مشاهده می‌شود که این امر گویای وجود ارزش دینی اعتقاد به خدای واحد جهت رفع نیازهای معنوی است. صبر کردن، توبه کردن و وفای به عهد نیز از دیگر ارزش‌های دینی موجود در این انیمیشن است که در عموم ادیان به آنها تأکید شده است.

ارزش‌های اقتصادی نیز دسته سوم ارزش‌های شناسایی شده در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی شلوار مکعبی را تشکیل می‌دهد به طوری که این ارزش‌ها مانند کارآفرینی و اشتغال به عنوان امری گرانبها و سودمند در جامعه دارای قدر و قیمت است و نیازهای مادی را برآورده می‌سازد. یکی از نتایج به دست آمده در این پژوهش بیانگر ارزش‌های موجود در انیمیشن‌های مورد مطالعه است که این ارزش‌ها در چهار دسته ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های دینی، ارزش‌های فرهنگی و ارزش‌های اقتصادی تقسیم بندی شده است. در دسته ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌هایی مانند خوشحالی، تشکر کردن، کمک کردن، محبت کردن، سلام کردن، دوستی، عشق و علاقه به غذا (همبرگر)، تعارف کردن، احساس مسئولیت، امید دادن، عشق و علاقه به کار، اتحاد داشتن، اهمیت به محیط زیست و حیات وحش، ابراز همدردی، حق خواهی، وفای به عهد، عذرخواهی کردن و با ادب بودن قرار می‌گیرد. همچنین اعتقاد به خدا، صبر کردن، وفای به عهد، قول دادن، توبه کردن و درخواست آمرزش در دسته ارزش‌های دینی، صبر کردن و امید داشتن در دسته ارزش‌های فرهنگی و کارآفرینی و اشتغال در دسته ارزش‌های اقتصادی قرار گرفته است.

خوشحالی یکی از ارزش‌های اجتماعی پر رنگ در این مجموعه انیمیشن می‌باشد که گویای وجود فضای شاد و سرزنده است و حاکم بودن چنین فضایی با توجه به طنز بودن این انیمیشن امری بدیهی می‌باشد. شخصیت اصلی باب اسفنجی در این مجموعه به‌طور معمولی خوشحال و خوش بین است. بیشتر مواقع با شادی و سرزندگی با مسائل برخورد می‌کند و خوشحالی را به دیگران از جمله مشتریان رستوران نیز منتقل می‌کند. خوشحال بودن و دیگران را خوشحال کردن

از ارزش‌هایی است که بدون شک در همه جوامع بشری به‌عنوان امری پسندیده و نیکو مورد تأکید قرار دارد.

یکی از ارزش‌های اجتماعی که به‌طور خاص در همه قسمت‌های انیمیشن باب اسفنجی به آن تأکید و بارها نشان داده شده است، عشق و علاقه به غذا است. غذایی که در این مجموعه فقط همبرگر است و بس. همبرگری که در رستوران خرچنگ پخته و فروخته می‌شود و به نظر می‌آید همه افراد شهر بیکنی باتم به مانند یک ارزش اجتماعی، خوردن این غذا را بر خود واجب می‌دانند. این موضوع اشاره صریحی به نظریه مک دونالدی شدن دارد. طبق دیدگاه جرج ریترز، ما در جامعه مک دونالدی شده که معرف مدرنیته پیشرفته است زندگی می‌کنیم. او اصطلاح مک دونالدی شدن را برای اشاره به فرایندی ابداع کرده است که در آن اصول رستوران‌های غذای فوری به تدریج بر بخش‌هایی از جامعه امریکا و نیز بر بقیه جهان مسلط می‌شود.

در قسمت دیگری از این انیمیشن، آقای خرچنگ برای یک ماهی مرده درخواست آموزش می‌کند. همه ادیان الهی به دنیای پس از مرگ اعتقاد دارند و بر همین اساس برای مردگان درخواست آموزش می‌شود. بنابراین، استفاده از این اصطلاح نیز، یک ارزش دینی محسوب می‌شود که مورد پذیرش بیشتر جوامع و ادیان الهی است.

وجود ارزش‌های اجتماعی در این انیمیشن پررنگتر از سایر ارزش‌ها است و با حاکمیت خود به نقش روابط بین افراد مختلف یک جامعه در تعاملات اجتماعی اشاره می‌کند. همچنین این ارزش‌ها بیشتر توسط شخصیت‌های مثبت انیمیشن ارائه می‌شوند مانند باب اسفنجی (شخصیت اصلی)، پاتریک (دوست و همسایه باب اسفنجی که فردی ساده و اهل رفاقت است) و سندی (سنجایی که دوست صمیمی باب اسفنجی است).

نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که هنجارهای ارائه شده در این مجموعه انیمیشن به هفت دسته شامل رفتارهای قانونی، رفتارهای محبت‌آمیز، مجازات متخلفین، احترام به آداب و رسوم، اعمال قانون، احترام گذاشتن به دیگران و رعایت شرایط دیگران تقسیم شده است. آلبرت باندورا به نقش رسانه در یادگیری اشاره می‌کند. قوانین اجتماعی که مدرسه انتقال می‌دهد، امروزه به شکل ساده‌تری از طریق رسانه منتقل می‌شود. در مجموع، انیمیشن باب اسفنجی، شلوار مکعبی نمونه‌هایی از هنجارهای اجتماعی به‌ویژه هنجارهایی که در ارتباط با قانون، آداب و رسوم و رفتارهای محبت‌آمیز و آمیخته با احترام است به چشم می‌خورد و مخاطبان را با نتایج اجرا یا عدم

اجرای آنها آشنا می‌کند هرچند این هنجارها بخش کوچکی از هنجارهای موجود در جوامع بشری را در برمی‌گیرد و به مسائلی مانند آداب و رسوم و رفتارهای قانونی کمتر پرداخته شده است. این هنجارها به‌ویژه رفتارهای قانونی و محبت‌آمیز نیز به مانند ارزش‌ها بیشتر توسط شخصیت‌های مثبت داستان به‌خصوص باب اسفنجی انتقال داده می‌شود.

رفتارهای قانونی از جمله هنجارهای مشاهده شده در این انیمیشن‌ها است که در دسته قوانین قرار دارد و اگر فردی از آنها تخلف و سرپیچی کند طبق مقررات موجود در جامعه و نهادهای مرتبط مجازات خواهد شد. از جمله رعایت قوانین کار، انداختن آدامس و آشغال در سطل، حقوق کارکنان را پرداخت کردن، رعایت مالکیت معنوی و رعایت بهداشت در رستوران می‌باشد.

در این مجموعه، انیمیشن ضدهنجارها سهم قابل توجهی از انواع مؤلفه‌های فرهنگی را به خود اختصاص داده‌اند به طوری که کودکان با مشاهده این انیمیشن در معرض انواع ناهنجاری‌ها مانند خشونت، رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی و بی‌احترامی به دیگران قرار دارند. براساس نظر نیل پستمن رسانه‌ها با انتقال جذاب ضدهنجارها نقش مؤثری در زوال کودکی دارند. براساس نظر وی رسانه با انتقال ضدهنجارها و اصول غلط اجتماعی به ساده‌سازی و طبیعی‌سازی رفتارهای غلط می‌پردازد و کودکان را خیلی زود با آسیب‌های و بخش منفی جامعه عجمین می‌کند. خشونت نسبت به سایر ضدهنجارها بیشتر به نمایش درآمده است. بنابراین، به این نکته باید توجه کرد که سهم بیشتر ضدهنجارها نسبت به سایر مؤلفه‌ها در این مجموعه چندان مطلوب به نظر نمی‌آید حتی اگر در قالب سرگرمی و داستان‌ها و شخصیت‌های خیالی باشد. چراکه طبق نظریه یادگیری اجتماعی و جامعه‌پذیری، تأثیر رسانه‌های جمعی در زندگی روزانه شهروندان محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست؛ بلکه می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند. همچنین طبق نظریه کژکارکردها، رسانه‌ها علاوه بر ایفای نقش‌ها و کارکردهای مثبت در جامعه در جهت ایجاد نظم و انسجام اجتماعی و بسیج همگانی در مواقعی دارای کژکارکردهایی هستند که برای جامعه و مخاطبان تبعات منفی دارد و کارکرد سرگرمی رسانه‌ها و کمک آنها به پر کردن اوقات فراغت دارای کژکارکردهایی مانند غفلت از واقعیت، تنزل سلیقه عمومی، تخریب هنر متعالی و عادت به تن‌آسایی است. همچنین بیشتر رفتارهای ضدهنجار در این انیمیشن توسط شخصیت‌های منفی مانند آقای خرچنگ (رییس رستوران)، اختاپوس (همکار و همسایه باب اسفنجی) و پلانگتون (رقیب خرچنگ که دنبال فرمول همبرگر است) انجام می‌شود. به‌طور کلی، تم‌های به دست آمده

از ضدهنجارها شامل خشونت، بی‌احترامی به دیگران، رفتار غیراخلاقی، رفتار غیرقانونی، رفتار خلاف شئونات، برخلاف آداب، بی‌توجهی به احساسات دیگران، عدم مسئولیت‌پذیری، بر خلاف ارزش مذهبی و بی‌توجهی به دیگران است.

با توجه به نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل انیمیشن باب اسفنجی شلوار مکعبی، نمادهای شناسایی شده در آن به دو دسته کلی نمادهای غیرکلامی و نمادهای کلامی تقسیم شده است. در نتیجه می‌توان گفت که نمادهای کلامی و غیرکلامی ارائه شده در این مجموعه انیمیشن نقش بسزایی در برقراری ارتباط با مخاطبان دارند. برای مثال، در قسمتی از این انیمیشن، باب اسفنجی در روز ولنتاین با خوشحالی از خانه بیرون می‌آید، به همه قلب هدیه می‌دهد و دوستانش نیز به او هدیه می‌دهند. روز ولنتاین به‌عنوان یک نماد فرهنگی غربی، نشانه روز عشق و علاقه است. این روز به‌واسطه عواملی مانند فرهنگ‌پذیری و ظهور فرهنگ جهانی از طریق رسانه‌های جمعی به بسیاری دیگر از کشورهای دیگر انتقال یافته است.

نمادهایی که نظرات، احساسات و عقاید را با استفاده از علائمی که معنایش برای همه افراد یکسان است انتقال می‌دهد. بیشتر نمادهای بکار رفته در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی غیرکلامی و با استفاده از پوشش، حرکت‌ها، رفتارها، رنگ‌ها، تصاویر و علامت‌ها بوده است. البته نمادهای کلامی نیز توانسته مفاهیم مورد نظر را در میان مکالمه‌ها و در مواقع مورد نیاز به بیننده انتقال دهد و در شکل‌گیری تفکر انتزاعی کودکان نقش دارند. این تفکر به شکل‌گیری مفهوم خود و ارائه تصویر مثبت یا منفی از فرد در بحث هویت فردی و اجتماعی اثر دارد. چراکه فرد خود را براساس نمادها و نشانه‌های اجتماعی شناسایی می‌کند.

بخش مجزایی از مقوله‌های این پژوهش نشان دهنده انواع هویت به تصویر کشیده شده در این انیمیشن است. برای مثال هویت شغلی یکی از اقسام هویت فردی است که در این مجموعه انیمیشن مشاهده می‌شود و احساس نسبتاً پایدار از یگانگی فرد در مقابل دیگری است که به او کمک می‌کند تا درک کند که کیست و چه تفاوتی با سایرین دارد. این نوع هویت در انیمیشن باب اسفنجی خود را در قالب پوشش افراد نشان داده است به طوری که باب اسفنجی هرگاه به سر کار خود یعنی رستوران می‌رود همیشه کلاه سفید رنگ کارش را بر سر می‌گذارد. پزشک و دامپزشک در این انیمیشن با لباس و پوشش خود در این شغل معرفی می‌شوند به طوری که هر دو روپوش سفید و چراغ طبی روی پیشانی خود دارند. از سوی دیگر، با توجه به اینکه مجموعه انیمیشن باب اسفنجی محصول یک شرکت امریکایی و برخاسته از فرهنگ این کشور است

نمونه‌های بسیاری از هویت امریکایی در این انیمیشن دیده می‌شود که در دسته هویت ملی قرار می‌گیرد. واحد پول رایج و رسمی در این مجموعه انیمیشنی، دلار است. در هر جایی از این انیمیشن که حرف از خرید و فروش است از دلار به‌عنوان واحد پول نام برده می‌شود. در قسمتی از این انیمیشن، اختاپوس شکوفا شدن توانایی خود را در بازیکن فوتبال، پادشاه یا فضانورد شدن می‌داند که همه این موارد در دسته هویت تمدنی ابرقدرت‌ها قرار گرفته است. تبدیل شدن به یک بازیکن فوتبال امریکایی تمثیلی از جامعه امریکایی، پادشاهی تمثیلی از پادشاهی بریتانیا و فضانوردی تمثیلی از پیشرفت علمی روسیه است. کشورهایی که به‌عنوان ابرقدرت‌های جهان مطرح هستند.

در نتیجه می‌توان گفت در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی، سلوار مکعبی، قالبی از هویت‌های فرهنگی متعلق به جامعه امریکایی و غربی به مخاطبان ارائه می‌شود. هویت‌هایی که به‌واسطه شکل‌گیری فرهنگ جهانی و گسترش تمدن غربی از طریق رسانه‌های جمعی که مورد مطالعه آن در این تحقیق، مجموعه انیمیشن‌های پربیننده است در سرتاسر جهان نفوذ کرده و خود را به شکل هویت برتر و جهان شمول مطرح کرده است.

چون کودکان مخاطبان اصلی این برنامه و موارد مشابه آن هستند، لازم است درباره برخی محتواها از جمله مواردی که با خشونت و آموزش‌های ضدفرهنگی همراه است با حساسیت و دقت بیشتری توجه شود و به دلیل گسترش شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای برنامه‌های کودک به زبان فارسی مسئولان امر به بررسی برنامه‌های این شبکه‌ها، مخاطبان و تأثیرگذاری آنها همت گماشته و با رویکرد کارشناسی درباره آنها تصمیم‌گیری کنند.

فعال‌سازی بخش خصوصی در زمینه تولیدات انیمیشنی با بهره‌گیری از جدیدترین فناوری‌های همگام با پیشرفت دنیا در این حوزه می‌تواند به تولید محتوای فاخر و متناسب با ذائقه فرهنگی مخاطب ایرانی منجر شود. قابل توجه است که در انیمیشن‌های تولید شده توسط شرکت‌های امریکایی استفاده خلاقانه از انواع نمادها و رنگ‌ها در تصویرسازی و طراحی شخصیت‌ها و صحنه‌ها اثرات عمیقی در جذب مخاطب دارد. آنها با طراحی فضایی سرزنده، شاد و بسیار جذاب چنان مخاطبان که بیشتر آنها کودک هستند را شیفته خود می‌کنند که باعث تأثیرگذاری بیشتر محتوای آن بر روی بیننده می‌شود.

منابع و مأخذ

- اسمیت، آلفردگود(۱۳۸۲). **ارتباطات و فرهنگ**، ترجمه طاهره فیضی، اکرم هادی‌زاده مقدم و مهدی بابایی اهری، چاپ اول. تهران: انتشارات سمت.
- امیدی، مهدی(۱۳۹۱). **جاسوس‌ها از انیمیشن‌ها بیرون می‌آیند**، روزنامه کیهان، ۲۳ مرداد ۱۳۹۱.
- بشیر، حسن و جواد جواهری(۱۳۹۶). «تحلیل انیمیشن‌های هالیوودی با رویکرد تربیتی»، **مجله علمی - پژوهشی تحقیقات فرهنگی ایران**، شماره ۱: ۸۷-۱۱۶.
- پستمن، نیل(۱۳۸۱). **تکنوپولی: تسلط فرهنگ بر تکنولوژی**، ترجمه صادق طباطبایی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- تقی‌پور، فائزه؛ سودابه حشمتی و حسین باغ‌شیحی(۱۳۹۶). **هویت فرهنگی در سفرنامه‌های عصرصقویه**، کاشان: انتشارات سوره.
- جنکینز، ریچارد(۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یار احمدی. چاپ اول. تهران: نشر شیرازه.
- ربی‌زاده، مهدی(۱۳۹۵) **ابعاد اقتصادی - فرهنگی کاراکتر و انیمیشن باب اسفنجی**، سایت فناوری فرهنگ ایران. قابل دسترس در: باب - اسفنجی <http://fanafar.ir/>.
- روح‌الامینی، محمود(۱۳۸۱). **زمینه فرهنگ شناسی: تالیفی در انسان شناسی فرهنگی و مردم شناسی**، چاپ ششم. تهران: نشر عطار.
- رفیع‌پور، فرامرز(۱۳۸۱). **آنا‌تومی جامعه: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی**، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رضایی بایندر، محمدرضا(۱۳۸۲). **درآمدی بر نقش تلویزیون در تربیت دینی کودکان و نوجوانان**، پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، مرکز تحقیقات صداوسیما.
- سلیمی کوچی، ابراهیم و رضوان صادقی قهساره(۱۳۹۵). «بازنمایی تغییرکلیشه‌های جنسیتی در پویانمایی باب اسفنجی و رابطه آن با لیبرالیسم فرهنگی و اقتصادی»، **فصلنامه علمی - ترویجی وسایل ارتباط جمعی**، شماره ۳: ۱۵۷-۱۳۳.
- شفیعی، مزده؛ ماندانا منگلی و محمد حجت(۱۳۹۴). **بررسی انیمیشن باب اسفنجی و تاثیر آن بر مخاطب کودک و نوجوان**، تهران: اولین همایش ملی ادبیات کودک و نوجوان. چاپ در ویژه‌نامه همایش: ۴۸-۶۲.
- صالحی امیری، سیدرضا(۱۳۹۵). **مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی**، تهران: نشر ققنوس.
- صفورا، علی محمد و کامران افشار مهاجر و فاطمه حسینی شکیب(۱۳۹۳). «بررسی ساختار انیمیشن تلویزیونی، ارائه الگوی تحلیل متن». **نشریه هنرهای زیبا (هنرهای نمایشی و موسیقی)**، شماره ۱: ۸۲-۷۱.
- طالبی، ابوتراب(۱۳۸۰). «عملکرد دینی دانشجویان و نمادهای دینداری در میان دانشجویان دختر»، **نامه پژوهش**. شماره ۲۰-۲۱: ۹۶-۷۷.
- عاملی، سعیدرضا(۱۳۸۵). **هویت‌های فرهنگی قدیم و جدید، رمز‌گشایی تمدنی و معماری سنتی - مدرن و ملی - فرملی**، مهستان، دین و ارتباطات، شماره ۳۰: ۴۶-۷.
- فولادی، محمد(۱۳۸۷). **فرهنگ و مهندسی فرهنگی**، نشریه فرهنگ و علم. سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۸۶: ۲۱۹-۱۸۳.
- فهییم، ارش(۱۳۹۷) **سرایت مضامین ماهواره‌ای به سریال‌های شبکه نمایش خانگی**، روزنامه کیهان. ۴ شهریورماه ۱۳۹۷، قابل دسترس: <http://kayhan.ir/fa/news/140604>
- قلی‌زاده، آذر(۱۳۸۹). **درآمدی بر جامعه‌شناسی**، اصفهان: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).
- قلی‌زاده، آذر(۱۳۹۱). **جامعه‌شناسی فرهنگی**، اصفهان: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).

❖ ۱۵۰ فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری

- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات* (جلد دوم: قدرت هویت)، ترجمه علی پایا، تهران: طرح نو.
- کاشانیان، پریسا (۱۳۹۳) *اسفنجی با چشم های درشت و آبی*، نشریه قاب کوچک، ضمیمه روزنامه جام جم، ۲۴ خرداد ۱۳۹۳، شماره ۴۴۳.
- کرد، علی اکبر و مهران صمدی (۱۳۹۵). «تحلیل نشانه شناختی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما از سال ۹۳-۱۳۹۴»، *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی*، شماره ۳۰: ۱۲۳-۹۵.
- کریمی، میثم (۱۳۹۱). *نقد انیمیشن رنگو*، قابل دسترس در سایت movemag.
- کوهن، بروس (۱۳۸۱). *میانی جامعه‌شناسی*، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات سمت.
- گودرزی، حسین (۱۳۸۷). *تکوین جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران با تأکید بر دوره صفویه*، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰). *مخاطب‌شناسی*، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- معمد نژاد، کاظم (۱۳۷۱). *وسایل ارتباط جمعی*، جلد یکم، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهدی زاده، محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: انتشارات همشهری.
- وثوقی، منصور و علی اکبر نیک‌خلق (۱۳۷۰). *میانی جامعه‌شناسی*، تهران: انتشارات بهینه



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی