

تحلیلی بر نقش شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی در الگوپذیری فرهنگی کودکان از منظر والدین (جمعیت مورد مطالعه: والدین کودکان ۶ تا ۱۲ سال شهر صومعه‌سرا)

حسینعلی قجری*

سمیه محسنی پشتمساری**

چکیده

با توجه به اهمیت نقش کارتون‌ها در الگوپذیری کودکان، مقاله حاضر به بررسی نقش شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی در الگوپذیری فرهنگی کودکان از منظر والدین پرداخته است. این مقاله در پی پاسخگویی به این سوال است آیا رابطه معنی‌داری بین میزان تماشای کارتون‌های غیر ایرانی و الگوی پذیری فرهنگی کودکان از منظر والدین وجود دارد؟ فرضیه اصلی این مقاله عبارت است از: بین میزان تماشای کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی کودکان از دید والدین رابطه معناداری وجود دارد. چهارچوب نظری مقاله، تلفیقی از نظریه‌های حوزه رسانه و ارتباطات، نظریات مربوط به یادگیری اجتماعی، نظریه‌های کنترل و آموزش و نظریه‌های فرهنگی است. روش کار پیمایشی است و جامعه آماری شامل والدین دارای کودک ۶ تا ۱۲ ساله شهر صومعه‌سرا است. ۳۳۰ نفر از والدین به عنوان نمونه آماری به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. در تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی و همچنین نرم‌افزار SPSS بهره برده شد. بر اساس یافته‌های به دست

* استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور، دانشکده علوم اجتماعی، ایران، تهران (نویسنده مسئول)،

h_ghajari@pnu.ac.ir

** کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، دانشکده علوم اجتماعی، ایران، تهران

somayeh.mohseni@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۱



Copyright © 2018, This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

آمده کودکان بین ۳ تا ۴ ساعت در روز به تماشای کارتون می‌نشینند و یافته‌ها گویای این است: "از منظر والدین بین تماشای کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی، اخلاقی، رفتاری و سبک زندگی در کودکان رابطه معناداری وجود دارد."

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، رسانه، الگوپذیری، کارتون، کودک، والدین

۱. مقدمه و طرح مساله

با پیشرفت تکنولوژی تفریحات کودکان امروز نسبت به تفریحات کودکان چند دهه قبل تغییرات بسیار زیادی داشته است. اکثر کودکان به جای بازی با دوستانشان، مشغول بازی‌های کامپیوتری و دیدن برنامه کودک و کارتون‌ها هستند. کودکان هنگام تماشای کارتون‌ها، خود را به جای شخصیت اصلی و قهرمان قصه می‌گذارند و سعی در همانندی با او دارند، بنابراین این محصولات نقش مهمی در شکل‌گیری شخصیت، افکار و اعتقادات فردی و حتی جامعه‌پذیری کودکان بر عهده داشته و یکی از عوامل مؤثر در الگوپذیری و شکل‌گیری شخصیت و تربیت کودکان و نوجوانان است، در واقع کودکان و نوجوانان از قهرمانان این کارتون‌ها الگوپذیری دارند. (بنی‌اسدی، ۱۳۹۴)

الگوپذیری فرایندی است که از طریق مشاهده صورت می‌گیرد و در آن رفتار یک شخص یا گروه به عنوان محرکی بر روی افکار، نگرش‌ها یا رفتار فرد دیگری که شاهد انجام عمل الگوست، اثر می‌گذارد. امروزه کودکان به دلیل ارتباط گسترده‌شان با جهان پیرامون، توانمندی ذهنی بالاتری نسبت به نسل‌های قبل‌تر از خود دارند، این کودکان وقتی بخشی از ساعت روز را به تماشای برنامه‌های تلویزیونی و همراه با آن شخصیت کارتونی می‌پردازند علاوه بر اینکه شیوه ارتباطات اجتماعی را فرا می‌گیرند، یاد می‌گیرند که چگونه به خلق جهان پیرامون‌شان پردازند و چگونه از دنیای تخیلی کارتون برای خود دنیای واقعی ساخته و تجربیات موجود در آن را در زندگی‌شان به کار گیرند، از این رو برنامه‌های سازنده، علمی، فرهنگی و تربیتی که در آن موازین اخلاقی، روانی و اجتماعی به درستی شکل می‌گیرد، برای کودک مفید است. این الگوپذیری از شخصیت‌های کارتونی تأثیر مثبت و گاه منفی داشته، اثرات مثبت این شخصیت‌ها در تقویت رفتارهای مطلوب مانند مهربانی کردن به دیگران، ایثار و همدلی کردن با سایر انسان‌هاست، از سوی دیگر اثرات منفی مانند تقویت رفتارهای پرخاشگرانه به ویژه در ارتباط با همسالان در مهدکودک یا مدرسه،

بی‌هویتی، عدم ثبات شخصیت و بسیاری از رفتارهای نابسامان است. همچنین به دلیل عدم هماهنگی موضوعات کارتون‌های ساخته شده خارجی با روحیات کودکان ایرانی، در بیشتر موارد کودکان دچار سردرگمی شده و عنصر تخیل در ذهنشان رشد نمی‌کند. (رهنما، ۱۳۹۷)

کارتون به عنوان یک رسانه مهم آموزشی و پرورشی نقش بسیار مهم و عمیقی بر کودک دارد، از این رو کارتونها به عنوان یک وسیله سمعی و بصری در بازی‌های فردی و گروهی کودک نقش بسیار پررنگی دارد. سازندگان کارتون در کشورهای مبدا باید با ارزش‌ها و هنجارهای جهانی کارتون را بسازند تا کودک مصرف‌کننده سایر کشورها با دوگانگی و تضاد شخصیتی و فرهنگی روبرو نشود. از آن جا که کارتون‌های خارجی مغایر با آموزه‌های دینی ما هستند، می‌تواند اثرات منفی بر روح و روان کودک ایرانی برجا گذارد، همچنین کارتون‌های خارجی شخصیت ثانویه به کودک می‌بخشد، تغییر رفتار، خوشگذرانی و مصرف‌گرایی و تغییر شخصیت از جمله مظاهر شخصیت ثانویه می‌باشد و در سال‌های اخیر نمادهای تماشای این کارتونها در جامعه ما رو به فزونی رفته است. متأسفانه امروزه آثار فاخر کارتونی که از روی نوشته نویسندگان به نام تهیه شده مغفول مانده و تماشای کارتون‌های جدید جای آن را گرفته است. کارتونهایی با آموزش‌های زیرپوستی که چه بسا می‌تواند در آینده بر رفتار فرزندان ما تأثیرات عمیق به جا گذارد. (بنی اسدی، ۱۳۹۴)

والدین تأثیرگذارترین افراد بر انجام اعمال و عملکرد کودکان قبل از سنین نوجوانی می‌باشند و بدون شک یکی از مهمترین عوامل در تأثیرپذیری کودک از تلویزیون، خانواده و روش‌های نظارت والدین بر استفاده از رسانه‌هاست. در اغلب موارد، افراط در تماشای تلویزیون توسط کودکان به دلیل نظارت نکردن والدین است. بسیاری از والدین هیچ کنترلی بر میزان تماشا یا نوع برنامه‌هایی که کودک می‌تواند تماشا کند، ندارند. کودکان و نوجوانان جامعه ما در معرض بیشترین تأثیر برنامه‌های تلویزیونی و محتوای آن قرار دارند و بهترین و شاید تنها راه کاهش آسیب حاصل از تأثیرات منفی، به کارگیری روش‌های مداخله‌ای مناسب از سوی والدین است. اقداماتی از قبیل کارهای ساده و در حد توان کودک، بازی والدین با کودک، ورزش کردن، کتابخوانی، گردشگری و تهیه کاردستی و نقاشی اقداماتی مناسب است. بنابراین می‌توان گفت که محیط خانواده و روش‌های مداخله والدین بر میزان و نوع برنامه‌های تلویزیون، نقش به‌سزایی دارد. (دلشاد نوقابی، ۱۳۹۲)

با توجه به نقش و اهمیت کارتون‌ها در الگوپذیری فرهنگی و رواج مشاهده کارتون‌های خارجی در ایران و مشاهده آنها توسط کودکان، این مقاله در تلاش است تا به تبیین تاثیر شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی که از انواع رسانه‌های داخلی و خارجی به نمایش درمی‌آیند بر الگوپذیری فرهنگی، رفتاری، اخلاقی و سبک زندگی فرزندان پرداخته و از منظر والدین این موضوع بررسی شود. همچنین بررسی جامعه‌شناختی نقش شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی در الگوپذیری فرهنگی کودکان و تاثیر شخصیت‌های کارتونی همچون «دختر کفشدوزکی» (Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir)، «السا و آنا» (Frozen)، «باب اسفنجی» (SpongeBob SquarePants)، «مرد عنکبوتی» (Spider-Man) و «بن‌تن» مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به آنچه گذشت، سوال‌های اصلی مقاله عبارتند از:

۱. تماشای کارتون در بین کودکان به چه میزان است؟
۲. تماشای کارتون غیر ایرانی در بین کودکان به چه میزان است؟
۳. میزان تاثیر و الگوپذیری کودکان از شخصیت‌های کارتون‌ها از منظر والدین چقدر است؟
۴. میزان تاثیر و الگوپذیری کودکان از شخصیت‌های کارتون‌های خارجی از منظر والدین چقدر است؟

۲. اهمیت و ضرورت و اهداف

خانواده نخستین محیط تربیتی رشد کودک است و با اینکه در طول زمان، بسیاری از کارکردهای خود را به نهادهای مختلف اجتماعی محول نموده، اما هیچ نهادی تاکنون نتوانسته است، مهمترین کارکرد آن را که پرورش و تربیت فرزندان است، به طور کامل به عهده بگیرد. تاثیر قاطع والدین در شکل‌گیری شخصیت کودک در پنج سال اولیه رشد، بسیار مهم است. اگر به تاثیر والدین در شکل‌گیری شیوه‌های فرزندپروری نظری بیاندازیم متوجه می‌شویم که شخصیت انسان‌ها از طریق روابط تاثیرگذاری و تاثیرپذیری در کانون خانواده ساخته می‌شود و این ساختن‌ها در کودکی بیشتر است و کودک در دوران حساس زندگی خود زیر سلطه پدر و مادر است. (زائری، ۱۳۹۶)

امروزه وسایل ارتباط جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در زمینه‌های مختلف از جمله سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کنند. اهمیت

رسانه‌های گروهی تا حدی است که دانشمندان در تقسیم‌بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آن را لحاظ کرده‌اند. آلوین تافلر تمدن بشری را به سه مرحله تقسیم می‌کند که شامل مرحله کشاورزی، مرحله صنعتی و مرحله فراصنعتی یا عصر ارتباطات و اطلاعات است. در عصر فراصنعتی، قدرت در دست کسانی است که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار خود دارند. (تافلر، ۱۳۹۷: ۲۸) جورج لوکاچ به برتری فرهنگ بر اقتصاد اذعان داشته و معتقد است که اگر فرهنگ هر دوره زمانی را به درستی درک نماییم توانایی فهم سرچشمه تکاملی همان دوره را خواهیم داشت. (کریاسیان، ۱۳۸۷: ۴۳)

همچنین بر اساس نظریه «هژمونی» گرامشی، طبقه حاکم از طریق تسری دادن فرهنگ مورد نظر خود در سطح جامعه، نوعی اجتماع فرهنگی را به وجود آورده و از این طریق به کنترل اجتماعی دست می‌زند. در چنین دیدگاهی فرهنگ در هر عصری، نهایتاً چیزی جز پذیرش رضایت‌آمیز ارزش‌های طبقه بالا به وسیله عامه مردم نیست. (همان، ۱۳۸۷: ۵۶)

صنعت فرهنگ‌سازی، اصطلاحی است با بار منفی در آثار آدورنو و هورکهایمر و برای توصیف این امر که فرهنگ توده‌ای سرمایه‌داری چگونه از طریق فنون شبه‌صنعتی تولید و بازتولید می‌شود، به کار می‌رود. در جریان صنعت فرهنگ، کالاها و خدمات فرهنگی به صورت صنعتی یا تجاری تولید، بازتولید، انبار و یا توزیع می‌شود. (همان، ۱۳۸۷: ۶۵) یکی از ابزارهایی که رسانه‌های تصویری برای انتقال مفاهیم به کودکان در دسترس دارند بهره‌گیری از انیمیشن یا کارتون است و هر جامعه برای تربیت مردم در قالب فرهنگ معین و آموزش راهکارهای ارتباط متقابل و هماهنگی شخصیت‌های تربیت شده جامعه با فرهنگ خاص نیاز به ارائه یک تعریف از شخصیت بهنجار، نظریه‌پردازی برای چگونگی ساخت و شکل‌گیری شخصیت دارد. (خوروش، ۱۳۹۴: ۸۳) بعضی از اوقات شخصیت‌های کارتون بر اساس یک واقعیت ساخته شده و گاه یک شخصیت کاملاً خیالی موضوع اصلی یک کارتون خواهد بود، مساله‌ای که به جذابیت کارتون‌ها می‌انجامد، کارهای عجیب و غریبی است که شخصیت‌ها در آن انجام می‌دهند. کودک زمانی که کارتون تماشا می‌کند سعی دارد خود را در قالب شخصیت آن بگنجانند و رفتار و عمل شخصیت مورد علاقه‌اش را تقلید نماید. (طباطبایی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). با توجه به اهمیت موضوع و ضرورت بررسی آن اهم اهداف مقاله عبارتند از:

- بررسی میزان تماشای کارتون در بین کودکان
- بررسی میزان تماشای کارتون غیر ایرانی در بین کودکان
- مطالعه میزان تاثیر و الگوپذیری کودکان از شخصیت‌های کارتون‌ها از منظر والدین
- شناخت میزان تاثیر و الگوپذیری کودکان از شخصیت‌های کارتون‌های خارجی از منظر والدین

۳. پیشینه تحقیق

خوشنویس (۱۳۸۸) در تحقیقی به بررسی «تاثیر برنامه‌های تلویزیونی بر سبک زندگی» پرداخته است. در این تحقیق مشخص شده است که برنامه‌های تلویزیون یک سری مطالب را مرتباً تکرار می‌نماید و در مقابل در پاره‌ای از موارد بی‌توجهی نشان داده می‌شود، که جای بسی تامل دارد. در این پژوهش معیارهایی که برای تعیین سبک زندگی مورد بررسی قرار گرفته است بسیار کلی مطرح شده است. صدیقی (۱۳۸۱) در تحقیقی به بررسی «تاثیر تلویزیون بر نوجوانان» در مدارس راهنمایی دو منطقه تهران پرداخته است. در این پژوهش رابطه تلویزیون و نوجوان و برخی از جنبه‌های اثرگذار تلویزیون بر آن مشخص شده است. گرچه موضوع این پژوهش تاثیر تلویزیون بر نوجوانان است ولی به نظر می‌رسد بیش از اندازه به موضوع خشونت پرداخته شده است.

سپاسگر شهری (۱۳۸۵) نیز در تحقیقی به بررسی «اثرات منفی تلویزیون بر کودکان ۷ تا ۱۲ ساله از نظر والدین» پرداخته است و با جمع‌بندی دیدگاه‌های والدین در مورد اثرات تلویزیون در دو گروه مشخص شد از نظر والدین، تلویزیون بیشتر دارای آثار آموزشی منفی و آسیب‌رسان مستقیم بر کودکان است. پرداختن به اثرات مثبت تلویزیون نیز در این تحقیق جنبه مبالغه‌آمیزی دارد. همچنین هاشمی (۱۳۸۹) در تحقیقی به بررسی «نقش رسانه‌های جمعی با تاکید بر تلویزیون بر توسعه فرهنگی دانش‌آموزان لامرد» پرداخته است. در این تحقیق نشان داده می‌شود برنامه‌های تلویزیونی بر ارزش‌های اخلاقی، بلوغ فکری، جامعه‌پذیری و تفهیم مطالب درسی دانش‌آموزان تاثیر دارد. گرچه محور اصلی این تحقیق توسعه فرهنگی است اما به این جنبه کمتر پرداخته شده است.

شریفی (۱۳۹۰) به بررسی «تأثیر رسانه و نقش آن در پیشگیری از بزهکاری کودکان و نوجوانان» پرداخته است. در این تحقیق این نتیجه به دست آمده است که بین میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و کاهش بزهکاری همبستگی مثبت وجود دارد، به نظر می‌رسد فرضیه‌های این تحقیق دارای سوگیری بوده و نقش رسانه‌های داخلی بیش از اندازه مثبت بوده است. رحیم زادجدا (۱۳۹۵) نیز در تحقیقی به «بررسی نقش رسانه‌های جمعی (با تأکید بر تلویزیون) در الگوپذیری و رفتار کودکان و نوجوانان» پرداخته است، همانطور که شرح آن گذشت فرآیند الگوپذیری در این پژوهش اصل قرار گرفته ولی روند تعریف این مفهوم در بخش تعریف عملیاتی دچار مشکل بوده، ایرادی که در این مقاله سعی شده برطرف شود.

خداکرم تهرانی (۱۳۹۴) «بازنمایی آموزش مهارت‌های زندگی در بین برنامه‌های کودک تلویزیون» را مورد بررسی قرار داده است، یافته‌های حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که رسانه بر نگرش و افکار عمومی جامعه تأثیرگذار است و همچنین تصویری که رسانه از واقعیت‌های اجتماع به نمایش می‌گذارد بر نگرش مخاطب تأثیرگذارتر است، این تصویر می‌تواند برگرفته از سلیقه و نظر قشر و گروه خاصی باشد. بنی‌اسدی (۱۳۹۴) در تحقیقی به بررسی «الگوپذیری کودکان و نوجوانان از قهرمانان انیمیشن» پرداخته و گرایش بیشتر کودکان و نوجوانان به خرید کارتون‌های خارجی را مورد بررسی قرار داده است. به نظر می‌رسد این تحقیق بیشتر از پرداختن به قهرمانان انیمیشن به کارتون خارجی پرداخته و در مواردی مرز بین این دو حوزه از بین رفته است، ضعفی که در این مقاله سعی شده پوشش داده شود.

روزی‌طلب (۱۳۹۱) «خشونت در انیمیشن و تأثیر آن بر مخاطب کودک و نوجوان» را تحلیل نموده است، اگر دو گروه مخاطب کودک و نوجوان از هم تفکیک می‌شد بررسی به صورت تخصصی امکان‌پذیر بود، در این مقاله به این مهم توجه شده است.

آرون (۱۹۶۰) در تحقیقی تداومی به بررسی ۸۵۶ دانش‌آموز کلاس سوم ابتدایی در یکی از شهرهای نیویورک پرداخت. در نتیجه این تحقیق آمده است کودکانی که در مدرسه رفتار خشن‌تری از خود نشان می‌دهند، در منزل بیشتر به تماشای رفتار خشونت‌آمیز از تلویزیون می‌پردازند.

«بررسی رسانه‌های جمعی» موضوع پژوهش ارنبرگ (۲۰۱۰) است.

بندورا (۸۰-۱۹۷۰) نیز در تحقیقی بزرگ‌ترین تأثیر رسانه را ایجاد پرخاشگری می‌داند. در نتیجه‌ی این تحقیق نشان داده شده است همبستگی بالایی بین خشونت تلویزیونی و پرخاشگری کودک وجود دارد.

گارسیا و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی بر تأثیرات تلویزیون بر رفتار کودک و یادگیری وی متمرکز شده است. در نتیجه این تحقیق آمده است رسانه‌ها در کنار کارکرد تفریحی و لذت‌بخشی برای کودکان بر رفتارهای فردی، الگوپذیری و یادگیری کودکان تأثیر بسزایی دارد. پروفیسور ای بادورا به همراه همکارانش (۱۹۹۵) خشونت موجود در تلویزیون و کارتون‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند و برکمن و همکاران (۲۰۱۶) تأثیر تلویزیون بر کیفیت خواب کودکان پیش دبستانی را مورد بررسی قرار داده‌اند. در نتیجه این تحقیق اشاره شده است کودکانی که در اتاق خوابشان تلویزیون دارند، به طور معنی‌داری مشکلات خواب را تجربه می‌کنند و خوابشان از کیفیت کمتری برخوردار است.

در تمام تحقیقات عنوان شده در بالا رسانه نقش پررنگی داشته و از این منظر به بخش آموزشی، تربیتی، اجتماعی و ... نگرسته شده است اما در مقاله حاضر محور کار، کارتون‌ها و شخصیت‌هایی است که در حال حاضر مورد اقبال کودکان قرار گرفته است و الگوپذیری فرهنگی از شخصیت‌های کارتون‌ی اساس پژوهش می‌باشد.

۴. چارچوب نظری

چارچوب نظری مقاله حاضر، تلفیقی از نظریه‌های مختلف رسانه، ارتباطات، نظریه‌های کنترل و آموزش و جامعه‌شناختی در حوزه فرهنگ‌پذیری است.

نظریه کنترل، والدین را به عنوان سرشاخه‌های آموزش که نقش نظارتی و کنترلی را در کنار هم در زندگی فرزندان ایفا می‌کنند، در نظر می‌گیرد. امروزه حتی در مضامین آموزشی نیز رویکردهای کنترلی جای خود را به مفاهیم نظارتی داده‌اند چرا که مفهوم قدرت، دیگر یک‌سویه نیست بلکه گامی همگانی است که به تعبیر فوکو همه جایی می‌باشد. اگر در گذشته تنها والدین کانون قدرت در خانواده بودند، امروز فرزندان نیز به عنوان صاحبان قدرت شناخته می‌شوند. اگر در گذشته تنها مطالب و مفاهیم آموزشی از کانال والدین و مدرسه به فرزندان انتقال می‌یافت، امروزه این امکان برای فرزندان نیز هست که بتوانند در عرصه تولید مفاهیم دانشی فعالیت داشته باشند. از این رو با کسب نگاهی جدید به مفهوم

آموزش و کنترل و نظارت، ضرورت‌های جدیدی برای والدین ایجاد می‌شود که با ورود وسائل جدید ارتباطی شکل دیگری را به خود گرفته‌اند. یعنی همان اندازه که والدین توانایی کنترل فرزندان را با اتکا به قدرت و اقتدار خود دارا هستند، ابزارهای در دسترس فرزندان نیز وجود دارد. در این راستا ضروری است با بازنگری بر توان والدین در کنترل، تصاویر تازه‌ای از مراقبت را برای حفاظت و تربیت فرزندان به کار گرفت. یعنی ضمن پذیرش ضرورت توجه به اقدامات فرزندان در استفاده از وسائل مدرن این باور را به دست آورد که این‌گونه نیست که بتوان همه چیز را تحت کنترل داشت. با اتکا به این تحلیل و این مهم که کرامت انسانی هویتی نیست که بتوان آن را در حوزه‌های اولیه زندگی یعنی خانواده زیر سؤال برد و برای آن نقشه‌های خاص ترسیم کرد؛ می‌توان به فرزندان بسان انسان‌هایی که نیازمند آموزش و راهنمایی هستند، نگریست. والدین با رویکرد مراقبتی باید بر منابع تغذیه اطلاعاتی فرزندان خود نظارت داشته باشند تا بتوانند با ارائه راهکارهای مناسب زمینه بروز مشکلات آتی را بگیرند. (نژادبهرام، ۱۳۸۹)

نظریه کاشت، گرینر ذهن مخاطب رسانه را به زمینی تشبیه کرده که دانه باور و اعتقاد در آن کاشته می‌شود (مک‌کوایل، ۱۳۸۵) و تولید شخصیت‌های کارتونی که محصول رسانه است سبب می‌شود ذهن پاک و سفید کودک به عنوان مخاطب اصلی آن، شکل گرفته و رنگی شود، شخصیت کارتونی می‌تواند آموزه‌ها و باورها را به خوبی به کودک منتقل کند. در بخشی از نظریه کاشت باور گرینر به قضیه رسیدن به نگاه مشترک برخورد می‌کنیم و در حقیقت این موضوع که تلاش شخصیت کارتونی ایجاد نگاه یکسان، نتیجه هم‌شکل و در نتیجه سبک زندگی مشترک در مخاطب خود است دور از تصور نخواهد بود.

نظریه قدرت ارتباطات کاستلز به بخشی از اثراتی که یک شخصیت کارتونی می‌تواند بر فرهنگ و جامعه‌پذیری کودک برجا گذارد، اشاره می‌کند. بر اساس نظریه کاستلز جامعه در حال حرکت به سمت تغییر چهره بوده و از سادگی به پیچیدگی تغییر می‌یابد. (کاستلز، ۱۳۹۳: ۳۴۶) سادگی نوع ارتباطات در گذشته و پیچیدگی آن در زمان حال موید این نکته است. نسل ما و پدران و مادران ما در گذشته با نوع ساده‌ای از ارتباطات سروکار داشته و این ارتباطات در نسل فرزندان ما تبدیل به نوع پیچیده و مرموز شده است. رسانه‌ها حرف نخست را در دنیای کودکان امروز می‌زنند و کودکان در محاصره قدرتمند

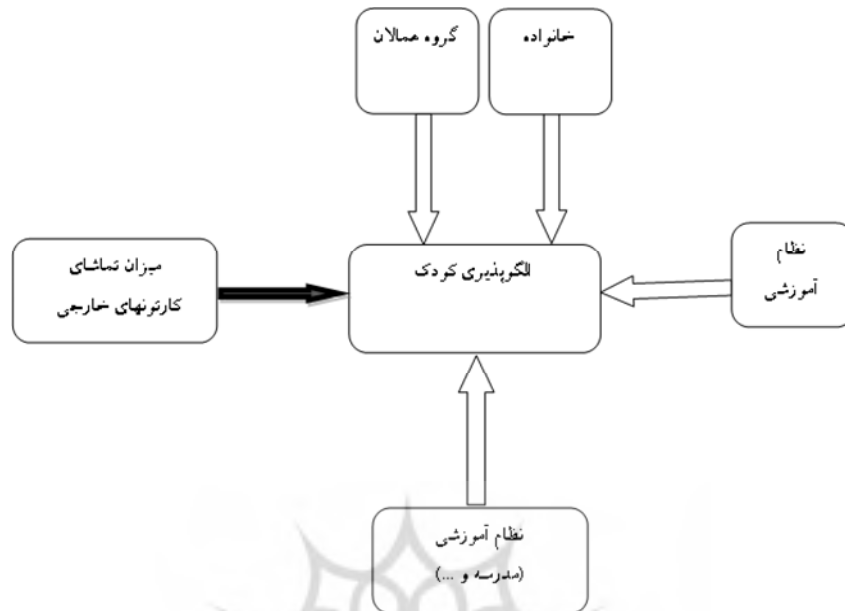
رسانه‌ها و محتوای آن که همانا شخصیت کارتونی است، قرار گرفته‌اند. از این رو می‌توان تاثیر شگرف رسانه‌ها را بر بخش‌های زندگی یک فرد از کودکی تا بزرگسالی رصد نمود.

نظریه یادگیری باندورا به الگوبرداری اشاره نموده و سه بخش مشاهده، تقلید و یادگیری را در فرآیند الگوبرداری مهم می‌داند. (Defleur, ۱۹۸۹) به تعبیر باندورا می‌توان گفت کودکی که در فرآیند تماشای کارتون قرار گرفته ابتدا مشاهده نموده، سپس تقلید کرده و در نهایت یادگیری اتفاق می‌افتد. در حقیقت یادگیری غایت و نتیجه‌ای است که سازندگان شخصیت‌های کارتونی که همان کمپانی‌های بزرگ تجاری هستند، مدنظر دارند و می‌تواند از سبک زندگی تا جزئی‌ترین مسائل مربوط به دنیای کودک را در بر بگیرد.

از نظر دورکیم یک جامعه به یک ارگانسیم شباهت دارد و فرهنگ آن روح جمعی آن جامعه است که سبب می‌شود قسمت‌های مختلف این ارگانسیم با یکدیگر پیوند داده شوند. (مهرآیین، ۱۳۹۴: ۴۳) بر این اساس، کارتون‌ها می‌تواند مهم‌ترین عامل انتقال فرهنگ باشد. فرهنگ یک جامعه می‌تواند از طریق کارتون منتقل شود کما اینکه این فرهنگ می‌تواند فرهنگ یک جامعه بیگانه باشد. حال با تزریق فرهنگ بیگانه از فرد، از طریق ابزار رسانه و کارتون به رگ‌های کودک می‌توان بر ثبات و تعادل اجتماعی تاثیر گذاشت.

به اعتقاد هورکهایمر و آدورنو سرمایه‌داری مدرن مسئول ایجاد یک نوع سلطه تکنولوژی است که باعث از میان رفتن آگاهی و آزادی شده است، (آرون، ۱۳۹۶) آگاهی از آن جهت از بین می‌رود که کودک، بدون دانش و اطلاع از نقشه‌ای که برایش تدوین شده است از راه‌های مختلف محصول فرهنگی مورد علاقه‌اش را که همانا شخصیت کارتونی است، دنبال می‌کند و آزادی از آن جهت از بین می‌رود که همان کودک، اختیاری از خود در انتخاب محتوا نداشته و هر آنچه که سازندگان آن محصول بخواهند در اختیارش قرار داده می‌شود.

همچنین هابرماس اشاره می‌کند آنچه از طریق ارتباط تولید می‌شود به مرور زمان قابلیت تبدیل شدن به فرهنگ را داراست (پدرام، ۱۳۸۸: ۵۶) و این مساله برای جوامع مصرف‌کننده جای نگرانی‌های عمیق خواهد داشت. سبک زندگی شخصیت‌های کارتونی می‌تواند به مرور زمان قابلیت تبدیل شدن به فرهنگ بر مخاطبان این کارتون‌ها را داشته باشید. در ادامه و با توجه به چهارچوب نظری گفته شده مدل پژوهشی تحقیق ترسیم شده است:



شکل ۱- مدل پژوهشی تحقیق

با توجه به موارد گفته شده می‌توان فرضیات زیر را در پاسخ به سوال‌های مطرح مقاله مورد آزمون قرار داد:

- بین تماشای کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تماشای شخصیت‌های کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری اخلاقی در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تماشای شخصیت‌های کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تماشای شخصیت‌های کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

۵. روش‌شناسی پژوهش

روش مقاله پیمایشی مقطعی است و در فاصله زمانی سال ۹۹-۹۸ انجام شده است. جامعه آماری مقاله، مشتمل بر والدین دارای کودک ۶ تا ۱۲ ساله شهر صومعه‌سرا است، والدین دارای یک یا بیشتر از یک فرزند، از یکی از دو جنس پسر یا دختر، در این جامعه آماری قرار گرفتند. تعدادی از والدین در این جامعه آماری به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده و در ادامه به صورت نمونه‌گیری تصادفی گزینش شدند. نمونه آماری ۳۳۰ نفر از والدینی بودند که ساکن شهر صومعه‌سرا بوده و دارای فرزند ۶ تا ۱۲ سال هستند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. در تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی و همچنین نرم‌افزار SPSS بهره برده شد. برای توصیف داده‌ها، آمار توصیفی (جداول فراوانی، درصدها، میانگین و انحراف استاندارد و ...) مورد استفاده قرار گرفت و در تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش رگرسیون چندگانه استفاده شد.

تعریف عملیاتی متغیرها در جدول زیر منعکس شده است:

جدول شماره ۱. تعریف عملیاتی متغیرها

مؤلفه‌ها	ابعاد متغیر	نوع متغیر	
میزان تماشای کارتون دختر کفش‌دوزکی، السا و آنا، باب اسفنجی، بن‌تن و اسپایدرمن	مؤلفه‌های فرهنگی	وابسته	میزان الگوپذیری فرهنگی
توجه به ظاهر و بدن، تقلید سبک لباس پوشیدن، حرف زدن و ... توجه به جنس مخالف، گرایش به خشونت، تقویت خیال‌پردازی کودک - تقلید سبک خاص صحبت کردن	مؤلفه‌های رفتاری		
تاثیرپذیری بد اخلاقی، تقلید فخر فروشی و گرایش به تجمل‌گرایی	مؤلفه‌های اخلاقی		
باورهای نظیر تلاش و کوشش، علم‌آموزی و کسب دانش، سالم نگه داشتن تن و بدن، صبر و خویشتن‌داری و دوری از اسراف، تمایل به مصرف‌گرایی	سبک زندگی		
میزان ساعت تماشای کارتون	میزان مشاهده	مستقل	شخصیت‌های کارتون‌های غیر ایرانی
مشاهده کارتون‌های دختر کفش‌دوزکی، السا و آنا، باب اسفنجی و ...	نوع مشاهده		

سن، تحصیلات و نسبت	پدر	مستقل	والدین
	مادر		
	سرپرست		

۶. تجزیه و تحلیل داده‌ها (یافته‌ها)

یافته‌های مقاله حاضر، در قالب چارچوب نظری و با توجه به نوع روش ذیل عناوین توصیف نمونه‌ها بر اساس متغیرهای جمعیتی، توصیف متغیرهای اصلی تحقیق و آزمون فرضیه‌ها ارائه شد:

۱.۶ توصیف نمونه‌ها بر اساس متغیرهای جمعیتی

در این قسمت نمونه‌های تحقیق بر اساس متغیرهای جمعیتی جنس، سن، سن والدین، تحصیلات والدین و ... توصیف شده است.

جنس: در این مقاله، از تعداد ۳۳۰ نفر نمونه آماری، تعداد ۱۶۶ نفر از والدین (۵۰/۴ درصد) دارای فرزند پسر و تعداد ۱۶۴ نفر (۴۹/۶ درصد) دارای فرزند دختر بوده و به اظهارنظر درباره پسران و دختران خود پرداختند.

جدول شماره ۲- جنس کودک

متغیر	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد تجمعی
پسر	۱۶۶	۵۰/۴	۵۰/۴	۵۰/۴
دختر	۱۶۴	۴۹/۶	۴۹/۶	۱۰۰
مجموع	۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	

سن: از تعداد ۳۳۰ نفر نمونه آماری، تعداد ۶۸ نفر از والدین (۲۰/۶ درصد) دارای فرزند شش ساله، ۷۲ نفر (۲۱/۸ درصد) دارای فرزند هفت ساله و ۶۹ نفر (۲۰/۹ درصد) دارای فرزند هشت ساله بودند. همچنین ۳۸ نفر از والدین (۱۱/۵ درصد) فرزند نه ساله، ۴۱ نفر (۱۴/۴ درصد) فرزند ده ساله، ۱۶ نفر (۴/۸ درصد) فرزند یازده ساله و ۲۶ نفر (۸ درصد) فرزند دوازده ساله داشتند.

جدول شماره ۳- سن کودک

متغیر	فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد تجمعی
۶ سال	۶۸	۲۰/۶	۲۰/۶	۲۰/۶
۷ سال	۷۲	۲۱/۸	۲۱/۸	۴۲/۴
۸ سال	۶۹	۲۰/۹	۲۰/۹	۶۳/۳
۹ سال	۳۸	۱۱/۵	۱۱/۵	۷۴/۸
۱۰ سال	۴۱	۱۲/۴	۱۲/۴	۸۷/۲
۱۱ سال	۱۶	۴/۸	۴/۸	۹۲
۱۲ سال	۲۶	۸	۸	۱۰۰
مجموع	۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	

میزان ساعت تماشای کارتتون در روز: از تعداد ۳۳۰ نفر نمونه آماری، تعداد ۵۰ نفر از کودکان (۱۵/۲ درصد) زیر ۲ ساعت در روز کارتتون تماشا می کردند، ۱۱۱ نفر (۳۳/۶ درصد) بین ۲ تا ۳ ساعت، ۱۱۶ نفر (۳۵/۱ درصد) بین ۳ تا ۴ ساعت و ۵۳ نفر (۱۶/۱ درصد) بیش از ۵ ساعت در روز به تماشای کارتتون می پرداختند. بنا بر اطلاعات جمع آوری شده بیشترین میزان تماشای کارتتون در کودکان بین ۳ تا ۴ ساعت در روز بود. در واقع یافته های تحقیق نشان می دهد بیش از ۶۰ درصد کودکان در روز بیش از ۲ ساعت کارتتون تماشا می کنند و این آمار می تواند نشان دهنده اهمیت موضوع باشد.

جدول شماره ۴- ساعت تماشای کارتتون کودک در روز

متغیر	فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد تجمعی
زیر ۲ ساعت	۵۰	۱۵/۲	۱۵/۲	۱۰۰
بین ۲ تا ۳ ساعت	۱۱۱	۳۳/۶	۳۳/۶	۸۴/۸
بین ۳ تا ۴ ساعت	۱۱۶	۳۵/۱	۳۵/۱	۵۱/۲
بیش از ۵ ساعت	۵۳	۱۶/۱	۱۶/۱	۱۶/۱
مجموع	۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	

ابزارهای دسترسی به انیمیشن: از تعداد ۳۳۰ نفر نمونه آماری، تعداد ۲۹۶ نفر (۸۹/۷ درصد) از طریق تلویزیون، ۸۶ نفر (۲۶/۱ درصد) از طریق ماهواره، ۱۱۲ نفر (۳۳/۹ درصد) از طریق سی دی و دی وی دی، ۵۲ نفر (۱۵/۷ درصد) از طریق شبکه نمایش خانگی، ۹۱ نفر (۲۷/۴ درصد) از طریق اینترنت، ۱۰۵ نفر (۳۱/۸ درصد) از طریق تبلت، ۱۱۹ نفر (۳۶/۱ درصد)

تحلیلی بر نقش شخصیت‌های ... (حسینعلی قجری و سمیه محسنی پشتمساری) ۱۰۳

درصد) از طریق گوشی تلفن همراه و ۱ نفر از سایر طرق به کارتون دسترسی داشتند. لذا تلویزیون با ۲۹۶ نفر بیشترین و شبکه نمایش خانگی با ۵۲ نفر کمترین میزان را داشته است.

جدول شماره ۵- ابزارهای دسترسی به کارتون

متغیر	فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد تجمعی
تلویزیون	۲۹۶	۸۹/۷	۸۹/۷	۸۹/۷
سایر موارد	۳۴	۱۰/۳	۱۰/۳	۱۰۰
ماهواره	۸۶	۲۶/۱	۲۶/۱	۲۶/۱
سایر موارد	۲۴۴	۷۳/۹	۷۳/۹	۱۰۰
سی‌دی و دی‌وی‌دی	۱۱۲	۳۳/۹	۳۳/۹	۳۳/۹
سایر موارد	۲۱۸	۶۶/۱	۶۶/۱	۱۰۰
شبکه نمایش خانگی	۵۲	۱۵/۷	۱۵/۷	۱۵/۷
سایر موارد	۲۷۸	۸۴/۳	۸۴/۳	۱۰۰
ایتترنت	۹۱	۲۷/۴	۲۷/۴	۲۷/۴
سایر موارد	۲۳۹	۷۲/۶	۷۲/۶	۱۰۰
تبلت	۱۰۵	۳۱/۸	۳۱/۸	۳۱/۸
سایر موارد	۲۲۵	۶۸/۲	۶۸/۲	۱۰۰
گوشی تلفن همراه	۱۱۹	۳۶/۱	۳۶/۱	۳۶/۱
سایر موارد	۲۱۱	۶۳/۹	۶۳/۹	۱۰۰

سن والدین: از تعداد ۳۳۰ نفر والدین نمونه آماری، تعداد ۸ نفر (۲/۴ درصد) بین ۲۰ الی ۲۵ سال، ۴۷ نفر (۱۴/۳ درصد) بین ۲۵ الی ۳۰ سال، ۸۲ نفر (۲۴/۸ درصد) بین ۳۰ الی ۳۵ سال، ۹۲ نفر (۲۷/۸ درصد) بین ۳۵ الی ۴۰ سال، ۶۵ نفر (۱۹/۸ درصد) بین ۴۰ الی ۴۵ سال، ۲۹ نفر (۸/۷ درصد) بین ۴۵ الی ۵۰ سال و ۷ نفر (۲/۱ درصد) بیش از ۵۰ سال بودند.

با توجه به یافته‌های تحقیق گروه سنی ۳۵ الی ۴۰ سال بیشترین تعداد پاسخگویان و دو گروه سنی بین ۲۰ الی ۲۵ سال و بیش از ۵۰ سال کمترین تعداد پاسخگویان را در بر می‌گیرد.

جدول شماره ۶- سن والدین

متغیر	فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد تجمعی
بین ۲۰ تا ۲۵ سال	۸	۲/۴	۲/۴	۲/۴
بین ۲۵ تا ۳۰ سال	۴۷	۱۴/۳	۱۴/۳	۱۶/۷
بین ۳۰ تا ۳۵ سال	۸۲	۲۴/۸	۲۴/۸	۴۱/۵
بین ۳۵ تا ۴۰ سال	۹۲	۲۷/۸	۲۷/۸	۶۹/۳
بین ۴۰ تا ۴۵ سال	۶۵	۱۹/۸	۱۹/۸	۸۹/۱
بین ۴۵ تا ۵۰ سال	۲۹	۸/۷	۸/۷	۹۷/۸
بیش از ۵۰ سال	۷	۲/۱	۲/۱	۱۰۰
مجموع	۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	

نسبت با کودک: از تعداد ۳۳۰ نفر نمونه آماری، تعداد ۱۵۶ نفر پدر (۴۷/۳ درصد)، ۱۶۸ نفر مادر (۵۰/۹ درصد) ۳ نفر سرپرست (۰/۹ درصد) و ۳ نفر سایر موارد (۰/۹ درصد) بودند.

جدول شماره ۷- نسبت پاسخگو با کودک

متغیر	فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد تجمعی
پدر	۱۵۶	۴۷/۳	۴۷/۳	۴۷/۳
مادر	۱۶۸	۵۰/۹	۵۰/۹	۹۸/۲
سرپرست	۳	۰/۹	۰/۹	۹۹/۱
سایر موارد	۳	۰/۹	۰/۹	۱۰۰
مجموع	۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	

میزان تحصیلات والدین: از تعداد ۳۳۰ نفر نمونه آماری والدین، تعداد ۲۹ نفر (۸/۹ درصد) دارای مدرک زیر دیپلم، ۱۰۵ نفر (۳۱/۷ درصد) دارای مدرک دیپلم و فوق دیپلم، ۱۴۱ نفر (۴۲/۷ درصد) دارای مدرک لیسانس، ۵۲ نفر (۱۵/۸ درصد) دارای مدرک فوق لیسانس و ۳ نفر (۰/۹ درصد) دارای مدرک دکتری بودند. بر اساس یافته‌های تحقیق بیشتر پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی لیسانس بوده و پاسخگویان با مدرک تحصیلی دکتری، کمترین پاسخگویان را تشکیل دادند.

جدول شماره ۸- مدرک تحصیلی والدین

متغیر	فراوانی	درصد	درصد فراوانی	درصد جمععی
زیر دیپلم	۲۹	۸/۹	۸/۹	۸/۹
دیپلم و فوق دیپلم	۱۰۵	۳۱/۷	۳۱/۷	۴۰/۶
لیسانس	۱۴۱	۴۲/۷	۴۲/۷	۸۳/۳
فوق لیسانس	۵۲	۱۵/۸	۱۵/۸	۹۹/۱
دکتری	۳	۰/۹	۰/۹	۱۰۰
مجموع	۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	

۲.۶ توصیف متغیرهای اصلی (مستقل و وابسته)

قبل از ورود به مرحله تجزیه و تحلیل اطلاعات، ضروری است که تمامی متغیرها توصیف شوند.

یکی از ابزارهای که رسانه‌های تصویری برای انتقال مفاهیم به کودکان در دسترس دارند بهره‌گیری از انیمیشن یا کارتون است. این مقاله به بررسی نقش شخصیت‌های کارتون‌ی پرداخته و این در حالی است که استفاده از علم شخصیت‌شناسی برای برنامه‌ریزان جوامع ضرورت داشته و توانایی حرکت به سوی جامعه سالم را فراهم می‌آورد. شخصیت یک پدیده علمی و تخصصی در حیطه علم روان‌شناسی است، شخصیت پدیده‌ای پیچیده بوده و ابعاد متنوع و تاثیر فراوان بر رفتار فردی و اجتماعی بشر دارد. می‌توان گفت تمامی رفتار انسان زیر نفوذ این پدیده است و برای شناخت آن از زمان‌های قدیم تلاش‌های فراوانی صورت گرفته است. بعضی از اوقات شخصیت‌های کارتون‌ی بر اساس یک واقعیت ساخته شده و گاه یک شخصیت کاملاً خیالی موضوع اصلی یک کارتون خواهد بود، مساله‌ای که به جذابیت کارتون‌ها می‌انجامد، کارهای عجیب و غریبی است که شخصیت‌ها در آن انجام می‌دهند. کودک زمانی که کارتون تماشا می‌کند سعی دارد خود را در قالب شخصیت آن بگنجاند و رفتار و عمل شخصیت مورد علاقه‌اش را تقلید نماید. (طباطبایی، ۱۳۸۸: ۸۶)

در این مقاله شخصیت‌های کارتون‌ی غیر ایرانی مانند دختر کفشدوزکی، السا و آنا، باب اسفنجی، بن تن و اسپایدرمن به عنوان شخصیت‌های اصلی معرفی و اثر فرهنگی آنان بر کودک مورد مطالعه قرار گرفته است. در ادامه توضیح مختصری در مورد هر یک از این شخصیت‌ها آمده است:

دختر کفشدوزکی: دختر کفشدوزکی شخصیت اصلی کارتون «ماجراجویی در پاریس» است که محصول استودیوهای زگ تون و متود فرانسه می‌باشد. مرینت و آدرین دو نوجوان پاریسی هستند که با استفاده از قدرت معجزه‌آسا به قهرمانانی بزرگ به نام دختر کفشدوزکی و گربه سیاه تبدیل می‌شوند تا از شهر در مقابل ارباب شرارت محافظت کنند. محتوای این کارتون با القای این حس به مخاطب خود که با استفاده از دو ابزار گوشواره و انگشتر می‌توان صاحب نیروهای جادویی شد و جغرافیایی را از شرارت‌ها محفوظ نگه داشت، به کودک می‌آموزد که اولاً می‌توانی به غیر واقعیت‌ها متوسل شوی و ثانیاً همواره بدون یک ابزار خارق‌العاده نمی‌توانی یک فرد موفق باشی. تاکید بیش از اندازه به پرداختن به بدن و پرورش آن توسط آدرین که یکی از قهرمانان اصلی این کارتون است، به صورت نامحسوس ذهن کودک را از همان ابتدای زندگی به ترجیحات جامعه و فرهنگ سوق می‌دهد، کودک می‌آموزد که مهم نیست تو چه هستی، مهم این است که می‌توانی تبدیل به چه شوی. آنچه در این کارتون دیده می‌شود طراحی نگاه تونلی در مخاطب است با این مضمون که همه انسان‌ها باید دو معجزه‌گر بزرگ (کفشدوزک و گربه) را همراه داشته باشند تا پیروز شوند. طفل کوچک من کم‌کم عاشق دختر کفشدوزکی شده و آن را رویای شب و روزش می‌کند. مثل او حرف می‌زند، غذا می‌خورد، راه می‌رود و ... این موجود کوچک که در محاصره انواع مفاهیم از سوی رسانه‌ها قرار گرفته است چنان عاشق و شیفته شخصیت‌های آرمانی خود قرار گرفته که حتی می‌تواند راهنمای مسیر ادامه زندگی‌اش را بر این اساس طراحی نماید.

السا و آنا: کارتون (Frozen) داستان زندگی دو خواهر به نام‌های السا و آنا است که ویژگی‌های جادویی داشته و در سرزمین یخی زندگی می‌کنند. آنچه در این کارتون مشهود است داستان زندگی دو دختر جوان است که زندگی آنان سرمشق و الگوی رفتاری کودکان شده است. این دو خواهر درگیر داستان‌های عاشقانه می‌شوند و صحنه‌های نامناسب از بروز احساسات عاشقانه در انیمیشن دیده می‌شود. دیدن صحنه‌هایی از این کارتون سبب می‌شود که دختران سال‌های ابتدای دبستان به دنبال بوسیدن لب‌های همکلاسی خود باشند تا آن صحنه‌هایی که در السا و آنا دیده‌اند، تجربه نمایند، گرچه وجود تمایلات همجنس‌خواهانه نیز در این کارتون دیده می‌شود.

تحلیلی بر نقش شخصیت‌های ... (حسینعلی قجری و سمیه محسنی پشتمساری) ۱۰۷

باب اسفنجی (شلوار مکعبی): باب اسفنجی شلوار مکعبی یک موجود دریایی زرد رنگ است که محصول کمپانی نیکلودین آمریکا است. این کارتون اکنون به انیمیشن محبوب کودکان و بزرگسالان در سراسر جهان تبدیل شده است. زمانی که حین کار و انجام امور روزانه به دیالوگ‌های شخصیت‌های این مجموعه که کودکم در حال تماشای آن است، گوش می‌دهم، متوجه می‌شوم، پاتریک، اختاپوست، آقای خرچنگ و از همه مهم‌تر خود باب اسفنجی چقدر در دل طفل من جا باز کرده‌اند. باب اسفنجی یک موجود بی‌هویت است که در اعماق دریا زندگی می‌کند. دوستانی دارد و در یک فروشگاه به عنوان یک همبرگر سرخ‌کن مشغول به کار است. در این کارتون برخی از اوقات به صحنه‌های ترسناک و یا نامناسب برای کودکان برخورد می‌کنیم و ادبیاتی درشت و غیرفاخر در متن داستان وجود دارد.

بن تن: داستان پسر بچه ۱۰ ساله‌ای است که با یک ساعت جادویی از فضا آمده است و می‌تواند حلال مشکلات اطرافش باشد. ترویج خشونت، خیال‌پردازی، از بین بردن اعتماد به نفس در کودک با القای این حس که هیچ شخصی به تنهایی و بدون استفاده از ابزار خارق‌العاده نمی‌تواند به حل مشکلات پردازد و هیجان‌خواهی افراطی از جمله ویژگی‌های مورد نقد این کارتون است. این کارتون عموماً مورد توجه پسران قرار گرفته است و با تحت تاثیر قرار دادن رفتار آنان به الگویی مهم در زندگی فرزندانمان تبدیل شده است.

اسپایدرمن یا مرد عنکبوتی: پسر بچه‌ای که توسط عنکبوت اشعه‌ای نیش زده می‌شود، شخصیت اصلی کارتون اسپایدرمن را تشکیل می‌دهد، بدن این پسر بچه، پس از نیش‌زدگی، خاصیت عنکبوتی پیدا کرده و دست به کارهای خارق‌العاده می‌زند. ترویج خشونت، خیال‌پردازی افراطی و ایجاد هیجان کاذب از جمله ویژگی‌های این شخصیت است.

۱.۲.۶ توصیف متغیر الگوپذیری فرهنگی

با توجه به جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود متغیر الگوپذیری فرهنگی دارای کمترین مقدار ۱، بیشترین مقدار ۵، میانگین ۳/۴۲، انحراف معیار ۰/۵۰۸۹۵ و واریانس ۰/۲۵۹ است.

جدول شماره ۹- توصیف متغیر الگوپذیری فرهنگی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس
الگوپذیری فرهنگی	۳۳۰	۱	۵	۳/۴۲	۰/۵۰۸۹۵	۰/۲۵۹

همانطور که از جدول ۱۰ که خلاصه داده‌های توصیفی در آن بیان شده است برمی‌آید، چون میانگین تمام ابعاد بالاتر از حد متوسط قرار دارد لذا بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۰- توصیف متغیر ابعاد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی

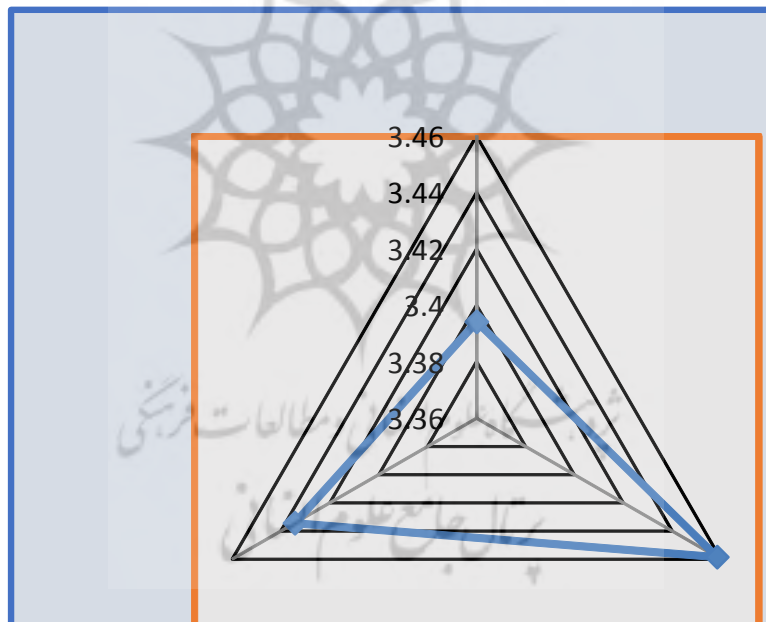
متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	واریانس
الگوپذیری فرهنگی	۳۳۰	۱	۵	۳/۳۹	۰/۶۱۶۵۰	۰/۳۸۰
الگوپذیری اخلاقی	۳۳۰	۱	۵	۳/۴۵	۰/۵۷۲۴۲	۰/۳۲۸
الگوپذیری رفتاری	۳۳۰	۱	۵	۳/۴۳	۰/۵۲۸۹۷	۰/۲۸۰
الگوپذیری سبک زندگی	۳۳۰	۱	۵	۳/۴۹	۰/۵۴۸۹۷	۰/۲۹۵

در بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی گزاره‌هایی همچون تماشای کارتون غیر ایرانی، مقدار ساعت تماشای کارتون غیر ایرانی، میزان علاقه به کارتون غیر ایرانی، میزان تماشای کارتون ماجراجویی در پاریس (دختر کفش‌دورکی)، میزان تماشای کارتون frozen (السا و آنا)، میزان تماشای کارتون باب اسفنجی، میزان تماشای کارتون بن تن، میزان تماشای کارتون اسپایدرمن (مرد عنکبوتی)، انتخاب لوازم‌التحریر یا اسباب‌بازی با طرح شخصیت کارتونی مورد علاقه کودک، میزان تاثیر رسانه (تلویزیون، ماهواره، سی‌دی، تبلت، گوشی تلفن همراه و ...) در معرفی شخصیت کارتونی به کودک، تاثیر همسالان و همکلاسی‌ها و دوستان در معرفی شخصیت‌های کارتونی به کودک، میزان تماشا کارتون در زمان اوقات فراغت و میزان علاقه کودک به درج تصویر شخصیت‌های کارتونی ایرانی مثل شخصیت‌های شکرستانی روی وسایل کودک در نظر گرفته شده است. در مجموع یافته‌ها نشان می‌دهد چون میانگین به دست آمده بالاتر از حد متوسط است، بین تماشای کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

در بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری اخلاقی گزاره‌هایی همچون توجه کودک به ظاهر خود مانند نوع لباس، اندام و هیکل، مدل مو و آرایش صورت و ... از روی شخصیت کارتونی مورد علاقه‌اش، الگوبرداری کودک از دیدن صحنه‌هایی از ارتباط با جنس مخالف توسط شخصیت کارتونی مورد علاقه‌اش، تاثیر خشونت شخصیت کارتونی بر کودک، تقویت خیال‌پردازی کودک با تماشای داستان زندگی شخصیت کارتونی، استفاده کودک از تکیه کلام‌های خاص شخصیت کارتونی (مثل تاکید بر کشتن یا تاکید بر دوست داشتن و ...)، تاثیرپذیری از شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی در ترکیب و چیدمان اتاق کودک، اسباب بازی‌ها، لباس، لوازم‌التحریر، تاثیر تماشای کارتون غیر ایرانی بر بلوغ زودرس، جذب کودک از طریق قیافه زیبا شخصیت کارتونی، جذب کودک از طریق لباس قشنگ و آرایش ظاهر شخصیت کارتونی، جذب کودک از طریق توانایی انجام کارهای خارق‌العاده شخصیت کارتونی و جذب کودک از طریق شجاعت شخصیت کارتونی در نظر گرفته شده است و چون میانگین به دست آمده بالاتر از حد متوسط است می‌توان گفت بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری اخلاقی از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

بعد ارتباط تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری با گزاره‌هایی مانند دیده شدن حسادت شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی در کودک، دیده شدن فخرفروشی شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن تجمل‌گرایی شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن رفتارهای هنجارشکنانه اجتماعی شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن شخصیت بی‌ثبات شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن دروغ‌گویی شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن آزار رساندن شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن کتک‌کاری شخصیت‌های کارتونی در کودک، دیده شدن فریاد زدن و جیغ و داد شخصیت‌های کارتونی در کودک و دیده شدن حرکات اضافه (دست و پا انداختن، رقص و ...) شخصیت‌های کارتونی در کودک مشخص شده است و چون میانگین به دست آمده بالاتر از حد متوسط است، می‌توان گفت بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری از دید والدین رابطه معناداری وجود دارد.

در بُعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی گزاره‌هایی همچون الگوپذیری باوری نظیر تلاش و کوشش از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر علم‌آموزی و کسب دانش از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر سالم نگه داشتن تن و بدن از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر صبر و خویشتن‌داری از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر دوری از اسراف از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر تفریحات سالم از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر پرهیز از پرخاشگری از شخصیت‌های کارتونی، الگوپذیری باوری نظیر احترام به پدر و مادر از شخصیت‌های کارتونی و الگوپذیری میزان مصرف‌گرایی از شخصیت‌های کارتونی مشخص شده است و چون میانگین به دست آمده بالاتر از حد متوسط است می‌توان گفت بین بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.



شکل ۲- نمودار راداری ابعاد الگوپذیری فرهنگی

با توجه به شکل شماره ۲ و جدول شماره ۱۰ مشاهده می‌شود از بین ابعاد متغیر الگوپذیری فرهنگی کمترین میانگین مربوط به معیارهای الگوپذیری فرهنگی و بیشترین میانگین مربوط به معیارهای الگوپذیری سبک زندگی است.

۲.۲.۶ اعتبار و پایایی

در انتخاب یک آزمون باید تصمیم گرفته شود که آیا از آزمون‌های پارامتریک استفاده گردد یا آزمون‌های ناپارامتریک. یکی از اصلی‌ترین ملاک‌ها برای این انتخاب انجام آزمون کولموگروف-اسمیرنوف است. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده‌ها را نشان می‌دهد. یعنی اینکه توزیع یک صفت در یک نمونه را با توزیعی که برای جامعه مفروض است مقایسه می‌کند. اگر داده‌ها دارای توزیع نرمال باشند امکان استفاده از آزمون پارامتریک وجود دارد و در غیر این صورت باید از آزمون ناپارامتریک استفاده گردد. پس از تحلیل spss در خروجی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف اگر آزمون معنی‌دار بود یعنی سطح معنی کوچک‌تر از ۵ صدم بود، به معنی این است که توزیع نرمال نیست و باید از آزمون ناپارامتریک استفاده شود.

جدول شماره ۱۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

عامل	سطح معنی‌داری (sig)	نتیجه
بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی	۰/۰۶	نرمال
بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری اخلاقی	۰/۰۷	نرمال
بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری	۰/۰۶	نرمال
بعد تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی	۰/۰۰۸	نرمال

با توجه به جدول شماره ۱۱ مشاهده شد چون سطح معنی‌داری ابعاد بزرگ‌تر از مقدار خطا ۰/۰۵ است پس فرض صفر قبول شده یعنی عوامل ذکر شده دارای توزیع نرمال است، در نتیجه متغیرهای تحقیق در نمونه مورد بررسی از توزیع نرمال برخوردار است، لذا استفاده از روش‌های پارامتریک مجاز است.

۳.۶ آزمون فرضیه‌ها

آزمون فرضیه اصلی: بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی در کودکان از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

همانطوری که در جدول ۱۲ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون $(r=0/759)$ و سطح معنی‌داری $(p=0/000 \leq 0/05)$ بیانگر رابطه مثبت و معنی‌دار میان تماشای کارتون‌های غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی است.

جدول شماره ۱۲- بررسی فرضیه اصلی تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون

تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی		فرضیه اصلی
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	الگوپذیری فرهنگی
0/000	0/759	

همانطور که در جدول ۱۲ مشاهده می‌شود می‌توان گفت که تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بر الگوپذیری فرهنگی تاثیر معنی‌داری دارد و میزان این رابطه برابر $(R=0/759)$ است. این عدد بیانگر رابطه مثبت و معنی‌دار میان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی است. بر این اساس هر چه تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بیشتر باشد الگوپذیری فرهنگی در کودکان بیشتر و قوی‌تر است. گفتنی است الگوپذیری فرهنگی از طریق ۴ زیر شاخه الگوبرداری فرهنگی، الگوبرداری اخلاقی، الگوبرداری رفتاری و الگوبرداری سبک زندگی مورد سنجش قرار گرفته است.

۱.۳.۶ آزمون فرضیه‌های فرعی

۱. بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی از نظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

همانطوری که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون $(r=0/666)$ و سطح معنی‌داری $(p=0/000 \leq 0/05)$ بیانگر رابطه معنی‌دار و مثبت میان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری فرهنگی از منظر والدین است.

تحلیلی بر نقش شخصیت‌های ... (حسینعلی قجری و سمیه محسنی پشتمساری) ۱۱۳

جدول شماره ۱۳- بررسی فرضیه فرعی شماره یک تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون

تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی		فرضیه فرعی شماره یک
ضریب همبستگی	سطح معنی داری	الگوپذیری فرهنگی
۰/۶۶۶	۰/۰۰۰	

با توجه به جدول ۱۳ مشاهده می‌شود مقدار سطح معنی داری متغیرهای الگوپذیری فرهنگی و تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی برابر با ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین می‌توان گفت که تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بر الگوپذیری فرهنگی تاثیر معنی داری دارد که میزان این رابطه برابر (R=0/666) است. بر این اساس هر چه تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی مانند دختر کفشدوزکی، السا و آنا، باب اسفنجی، بن تن و اسپایدرمن و ... بیشتر باشد الگوپذیری فرهنگی در کودکان از دید والدین بیشتر است و به عبارتی کودک از این شخصیت‌های کارتونی به خصوص در بخش فرهنگی الگوپذیری می‌کند.

۲. بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری اخلاقی از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

همانطوری که در جدول ۱۴ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون (r=0/418) و سطح معنی داری (p=0/003 ≤ 0/05) بیانگر رابطه معنی دار و مثبت میان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری اخلاقی از منظر والدین است.

جدول شماره ۱۴- بررسی فرضیه فرعی ۲ تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون

تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی		فرضیه فرعی ۲
ضریب همبستگی	سطح معنی داری	الگوهای اخلاقی
۰/۴۱۸	۰/۰۰۳	

با توجه به جدول ۱۴ مشاهده می‌شود مقدار سطح معنی داری متغیرهای الگوپذیری اخلاقی و تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی برابر با ۰/۰۰۳ و کمتر از ۰/۰۵ بوده و می‌توان گفت که تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بر الگوپذیری اخلاقی تاثیر معنی داری دارد که میزان این رابطه برابر (R=0/418) است، به عبارت دیگر هر چه تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بیشتر باشد الگوپذیری اخلاقی در کودکان از منظر والدین بیشتر است.

۳. بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری از دید والدین رابطه معناداری وجود دارد.

همانطوری که در جدول ۱۵ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون ($r=0/509$) و سطح معنی‌داری ($p=0/000 \leq 0/05$) بیانگر رابطه معنی‌دار و مثبت میان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری از منظر والدین است.

جدول شماره ۱۵- بررسی فرضیه فرعی ۳ تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون

تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی		فرضیه فرعی ۳
ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	الگوهای رفتاری
۰/۵۰۹	۰/۰۰۰	

با توجه به جدول ۱۵ مشاهده می‌شود مقدار سطح معنی‌داری متغیرهای الگوپذیری رفتاری و تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی برابر با ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و می‌توان گفت که تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بر الگوپذیری رفتاری تاثیر معنی‌داری دارد. همچنین سطح معنی‌داری بتا برای متغیر تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی نیز معنی‌دار است. ضریب مثبت تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی نشان می‌دهد با افزایش تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی، رابطه بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری رفتاری افزایش پیدا می‌کند. بنابراین هر چه میزان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بیشتر باشد الگوپذیری رفتاری توسط کودک از منظر والدین بیشتر خواهد بود.

۴. بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی از منظر والدین رابطه معناداری وجود دارد.

همانطوری که در جدول ۱۶ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی پیرسون ($r=0/430$) و سطح معنی‌داری ($p=0/000 \leq 0/05$) بیانگر رابطه معنی‌دار و مثبت میان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی از منظر والدین است.

جدول شماره ۱۶- بررسی فرضیه فرعی ۴ تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون

تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی		فرضیه فرعی ۴
سطح معنی داری	ضریب همبستگی	الگوهای سبک زندگی
۰/۰۰۰	۰/۴۳۰	

با توجه به جدول ۱۶ مشاهده می‌شود مقدار سطح معنی‌داری متغیرهای الگوپذیری سبک زندگی و تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی برابر با ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و می‌توان گفت تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بر الگوپذیری سبک زندگی از دید والدین تاثیر معنی‌داری دارد که می‌توان این رابطه برابر ($R=0/430$) است و همچنین الگوپذیری سبک زندگی دارای میزان سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است، ضریب مثبت تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی نشان می‌دهد با افزایش تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی، رابطه بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و الگوپذیری سبک زندگی افزایش پیدا می‌کند. بنابراین هر چه میزان تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بیشتر باشد الگوپذیری سبک زندگی توسط کودک از منظر والدین بیشتر است.

۷. جمع بندی، بحث و نتیجه‌گیری

از آن جایی که ارتباط بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و ساختن الگوهای فرهنگی در کودکان از منظر والدین مورد تایید قرار گرفته است و با توجه به نتایج و ارتباط بین ساختن الگوهای فرهنگی در کودکان با تماشای کارتون‌های غیر ایرانی پیشنهاد می‌شود والدین بر تماشای این گونه کارتونها توسط فرزندشان نظارت داشته و با هدایت کودک به سمت کارتون‌های ایرانی زمینه‌سازی این شخصیت‌پذیری را تسهیل نمایند.

پیشنهاد می‌شود شخصیت‌های ایرانی مانند اسکندر، ننه قمر، ببعی، علی کوچولو و ... جایگزین شخصیت‌های خارجی مانند دختر کفش‌دوزکی، السا و آنا، باب اسفنجی، بن تن و اسپایدرمن شود تا فرزندان این سرزمین با فرهنگ و اصالت ایرانی رشد کرده و نمو یابند، آنگاه که بزرگ شده و به قوه تشخیص رسیدند خودشان در انتخاب خوراک فرهنگی‌شان آزادانه عمل کرده و دست به گزینش می‌زنند.

همچنین ارتباط بین تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی و ساختن الگوهای اخلاقی، رفتاری و سبک زندگی از جمله دیگر نتایج به دست آمده در این پژوهش بود که در این راستا پیشنهاد می‌شود با توجه به این سه حوزه مهم و حساس در جامعه ایرانی، والدین، مسئولان مدرسه و همه آنانی که دستی در حیطه تعلیم و تربیت کودک دارند با استفاده از ابزارهای نظارتی و به صورت داوطلبانه با افزودن کیفیت کارتون‌های ایرانی و تولید شخصیت‌های خارق‌العاده وطنی، آرام آرام محصول و کارتون ایرانی را جایگزین کارتون‌های غیر ایرانی کنیم.

خلق شخصیت‌های کارتونی وطنی با ویژگی‌های مثبتی که کودک آن را پذیرا باشد، می‌تواند راهکار مهمی برای فعالان عرصه فرهنگی به خصوص در حیطه کودک باشد، اگر بتوان شخصیت کارتونی خلق نمود که زیبا، جذاب، توانا و همراه با علم و آگاهی باشد، مثلاً شخصیت کارتونی که مسلط به یک زبان خارجی است و از سویی ارزش‌ها ملی و مذهبی جامعه ما نیز در او وجود دارد، می‌تواند علاوه بر کودکان با اقبال والدین نیز همراه شود.

همچنین در خاتمه پیشنهادهای نویسندگان مقاله درباره موضوعات پژوهشی که می‌تواند در راستا و مکمل عنوان پژوهشی "تحلیلی بر نقش شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی در الگوپذیری فرهنگی کودکان از منظر والدین" باشد، آمده است.

با توجه به اینکه در این پژوهش محور اصلی الگوپذیری فرهنگی کودکان از تماشای شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی بود پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی بر بخش کارتون‌های ایرانی نیز توجه نموده و نتیجه این دو، مورد مقایسه قرار گیرد.

همچنین پیشنهاد می‌شود از آن جایی که در این تحقیق فقط روی کودکان ۶ تا ۱۲ سال شهر صومعه‌سرا مطالعه صورت گرفت در تحقیقات آتی این گروه سنی در کل استان گیلان مورد بررسی قرار گیرد تا بتوان از نتایج آن در بخش‌های آموزش و پرورش و تدوین اطلس فرهنگی استان استفاده نمود.

تاثیرپذیری از شخصیت‌های کارتونی غیر ایرانی می‌تواند علاوه بر ابعاد فرهنگی، اخلاقی، رفتاری و سبک زندگی از سایر جنبه‌ها مانند سواد رسانه، حاکمیت و سیاست، نظام آموزشی و ... نیز صورت پذیرد، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی به این جنبه‌ها پرداخته شود.

کتابنامه

- آرون، ر. (۱۳۹۶). مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی. ترجمه: باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- بنی‌اسدی، م. (۱۳۹۴). الگوپذیری کودکان و نوجوانان از قهرمانان انیمیشن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (علیه السلام)
- پدرام، م. (۱۳۸۸). سپهر عمومی روایتی دیگر از سیاست. تهران: یادآوران.
- تافلر، الف. (۱۳۹۷). موج سوم. ترجمه شهیندخت خوارزمی. تهران: فرهنگ نشر نو.
- خداکرم تهرانی، س. (۱۳۹۴). بررسی بازنمایی آموزش مهارت‌های زندگی در بین برنامه‌های کودک تلویزیون. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق
- خوروش، م. (۱۳۹۴). روان‌شناسی شخصیت. اصفهان: سنا.
- خوشنویس، ن. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر سبک زندگی. ماهنامه علمی تخصصی انجمن روابط عمومی، شماره ۶۹.
- دلشاد نوقایی، ع. (۱۳۹۲). تأثیر آموزش بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده بر میزان و نحوه نظارت والدین بر تماشای تلویزیون دانش‌آموزان، فصلنامه علمی دانشگاه علوم پزشکی تربت حیدریه، دوره اول، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۲
- رحیم زادجدا، س. (۱۳۹۵). بررسی نقش رسانه‌های جمعی (با تأکید بر تلویزیون) در الگوپذیری و رفتار کودکان و نوجوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
- روزی طلب، م. (۱۳۹۱). تحلیل خشونت در انیمیشن و تأثیر آن بر مخاطب کودک و نوجوان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس تهران
- زائری، ع. (۱۳۹۶). بررسی شیوه‌های تربیتی والدین و تأثیر آن بر آسیب‌های اجتماعی در دانش‌آموزان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان
- سپاسگر شهری، م. (۱۳۸۵). اثرات تلویزیون بر کودکان. نشریه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۵۱، پاییز ۱۳۸۵.
- شریفی، ک. (۱۳۹۰). تأثیر رسانه و نقش آن در پیشگیری از بزهکاری کودکان و نوجوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران
- صدیقی، م. (۱۳۸۸). تأثیر تلویزیون بر نوجوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد تهران شمال
- طباطبایی، ص. (۱۳۸۸). طلوع ماهواره، افول فرهنگ. تهران: اطلاعات.

کاستلز، م. (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات. ترجمه: حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.

کریاسیان، ق. (۱۳۸۷). نظریه فرهنگی. فرهنگ‌نامه علوم اسلامی و انسانی. شماره ۲. صص ۶۵-۵۶.

مهرآیین، م. (۱۳۹۲). فرهنگ به روایت دورکیم. تهران: مرکز پژوهش‌های ایرانی اسلامی.

نژادبهرام، ز. (۱۳۸۹). نشریه برگ فرهنگ، شماره ۲۱، بهار و تابستان ۱۳۸۹، صص ۱۴۸-۱۳۵.

هاشمی، الف. (۱۳۸۹). نقش رسانه‌های جمعی با تاکید بر تلویزیون بر توسعه فرهنگی دانش‌آموزان متوسطه شهر لامرد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد

Aaron, L. (1960-1980), Symptoms of Psychological Trauma, and Violent Behaviors Among Children Who Watch Television, Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, Vol. 37, (pp. 141-148).

Brockmann, P.E. Diaz, B. Damiani, F. Villarroel, L. Nunez, F. Bruni, O. (2016). Impact of television on the quality of sleep in preschool children. Sleep Med : (pp.4-140).

Bandura, A. (1970-80). The Impact of Media on Child Aggression, Self-efficacy toward a similar theory of behavior change.

Defeur, m. (1989). theories of mass communication. n.j longman inc.

Erenberg, J.M. (2010), Role of media in children's behavior. Indian Journal of fundamental and Applied Life sciences. Volume 16.

Garcia, S. Donald, A and Miller, P. (2015). Children enjoy TV. Journal of Social Sciences, Vol 38. (PP: 12-1)

Hartup, W. W. (1995). Social behavior of children. Review of Educational Research, Vol 35.

Turner, J. (1998). The structure of Sociological Theory. Sixth Edition, Wadsworth publishing company.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی