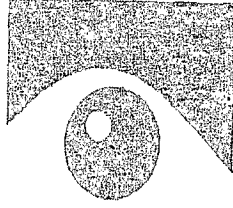


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

11/1/14



دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات

بررسی میزان انطباق نظام ارزشی انیمیشن های پخش شده از شبکه های یک، دو و پنج با نظام ارزشی سازمان صدا و سیما در حوزه کودک و نوجوان

فایق حسینی

استاد راهنما:

دکتر عبدا... گیویان

استاد مشاور:

دکتر محمد رضا رسولی

تأیید شده ۱۳۸۶

۱۱۲۹۴۹

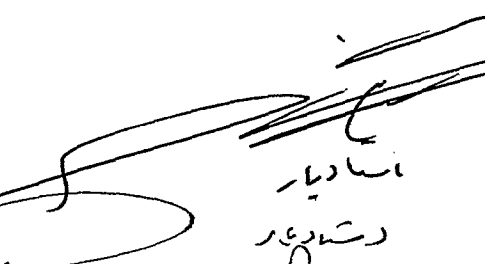
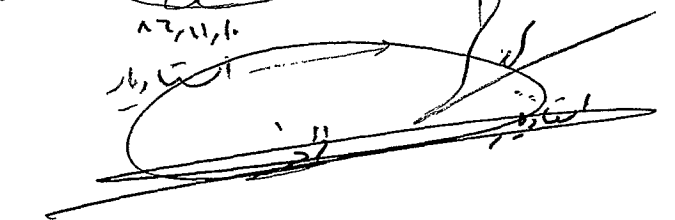
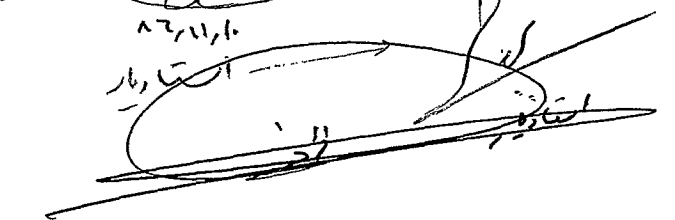
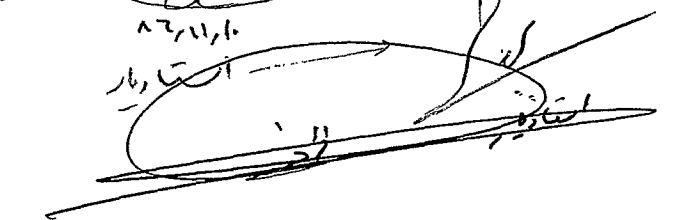
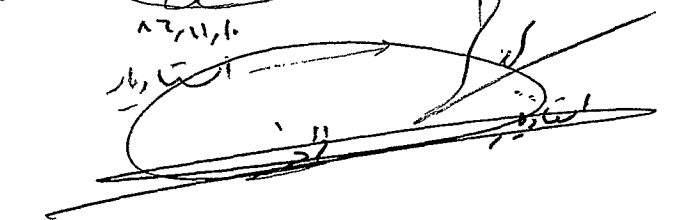
کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران

۱۳۸۷ / ۱۱ / ۱

بسمه تعالی

تأییدیه اعضای هیأت داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیئت داوران نسخه نهایی پایان نامه آقای فائق حسینی تحت عنوان: "بررسی میزان انطباق نظام ارزشی انیمیشن های پخش شده از شبکه های یک، دو و پنج در سال ۱۳۸۵ با نظام ارزشی سازمان صدا و سیما در حوزه کودک و نوجوان" را از نظر فرم و محتوی بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کنند.

اعضای هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	رتبه علمی	امضاء
۱- استاد راهنما	عبدالله گیویان		
۲- استاد مشاور	محمد رضا رسولی	استاد	
۳- استاد داور	حسام الدین آشنا	دستیار	
۴- استاد داور	مهذخت بروجردی علوی		
۵- نماینده اداره تحصیلات تکمیلی	امیر حسین فراهانی		

آیین نامه چاپ پایان نامه دانشجویان دانشکده صدا و سیما

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه تحصیلی دانشجویان دانشکده صدا و سیما، مبین بخشی از فعالیتهای علمی- پژوهشی دانشکده است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشکده، دانش آموختگان این دانشکده نسبت به رعایت مواد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱:

در صورت اقدام به چاپ پایان نامه خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به معاونت پژوهشی دانشکده اطلاع دهد.

ماده ۲:

در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:
«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته علوم ارتباطات اجتماعی است که در سال ۱۳۸۶ در گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما به راهنمایی جناب آقای دکتر عبدا... گیویان و مشاوره جناب آقای دکتر محمد رضا رسولی دفاع گردیده است».

ماده ۳:

به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشکده، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به معاونت پژوهشی دانشکده اهدا کند. دانشکده می تواند مازاد نیاز خود را در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴:

در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشکده صدا و سیما تادیه کند.

ماده ۵:

دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پراخت بهای خسارت، دانشکده می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشکده حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶:

اینجناب فایق حسینی دانشجوی رشته علوم ارتباطات اجتماعی مقطع کارشناسی ارشد تعد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی

تاریخ و امضاء:

فایق حسینی

۱۳۸۶/۱۱/۱

تقدیم به:

همسرم، که همراه و همدل همیشگی است.

مادرم، که آرام جان و همه روشنی است

و پدرم که چشمانش در اراده ام جاری است.

کودکی آخرین لنگر فرهنگ ماست. اگر کودکی از میان رود اخلاق را بر چه چیز بنا
باید کرد (سیلور لوترانژه در مصاحبه با ژان بودریار برگرفته از کتاب فوکو را فراموش کن).

تشکر و قدر دانی:

نوبت آن شد که

از استاد ارجمند و بزرگوارم جناب آقای دکتر گیویان که با صبر پدرانۀ خود راهنمایی این پایان نامه را به عهده گرفتند، از استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر رسولی که در مراحل مختلف تحقیق از مشورت ایشان بسیار بهره برده ام، از همسر مهربانم سرکار خانم فاطمه اصلان زاده به خاطر مرارت هایی که در این مدت کشیده است، از یاران یار؛ میر حسن آذری، محمد سروی و دوستان خوبم آراز وظیفه شناس، کیا یوسفی و دیگر دوستان و اساتیدی که هر یک به نوعی در پیمودن این مسیر قوت قلبم بوده اند، تقدیر و تشکر کنم.

چکیده:

انیمیشن از جذاب ترین و پرمخاطب ترین قالب های برنامه های رسانه ای نزد کودکان است. بالطبع هر انیمیشنی به عنوان شکلی از متون فرهنگی حاوی ارزشها و ضد ارزشهای گوناگونی است که ممکن است با نظام ارزشی مصوب رسانه پخش کننده آن هماهنگ بوده و یا با آن مغایرت داشته باشد. پایان نامه حاضر به دنبال بررسی میزان انطباق نظام ارزشی حاکم بر انیمیشن های پخش شده از شبکه های یک، دو و پنج سیما در سال ۱۳۸۵ با نظام ارزشی مصوب سازمان صدا و سیما ج.ا.ا. است. بدین منظور در ابتدا متون قوانین، سیاستها و دستورالعمل های سازمان در حوزه کودک و نوجوان مورد بررسی قرار گرفته و از میان آنها سه نظام ارزشی دینی و اسلامی، ایرانی و ملی و اجتماعی و اخلاقی دسته بندی شد. با این پیش فرض که اغلب انیمیشن های پخش شده از تلویزیون ایران را انیمیشن های تولید کشورهای خارجی تشکیل می دهد، از میان سه نظام ارزشی مذکور تنها به نظام ارزشی اجتماعی و اخلاقی پرداخته شد و برای این نظام با بررسی ارزش های مطرح شده در این متون ۱۵ ارزش و ۲ ضدارزش استخراج گردید. سپس این ارزش ها و ضد ارزش ها به همراه متغیرهای دیگر و به روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گرفت. روش نمونه گیری در این پایان نامه خوشه ای چند مرحله ای بوده و حجم نمونه آن ۳۸۷ انیمیشن است. واحد تحلیل نمونه، صحنه در نظر گرفته شد و در مجموع ۲۰۱۱ صحنه مورد بررسی قرار گرفت. داده های به دست آمده در نرم افزار SPSS مورد پردازش قرار گرفته و نتایج آن در دو سطح توصیفی و استنباطی ارائه شده است. نتایج حاصل از سطح توصیف نشان می دهد که در مورد وجود و یا عدم وجود ارزش های مورد بررسی، اکثریت (۹۱ درصد) صحنه ها فاقد این ارزش ها بوده و تنها ۹ درصد به نوعی به یکی از این ارزش ها پرداخته اند که از میان آن نیز ۷٫۴ درصد ارزش های مذکور را به صورت مثبت و مابقی بصورت منفی (ضد ارزش) ارائه داده است که خود نشانگر انطباق پایینی است. نتایج نشان می دهند که غالب بودن موضوع کمدی و سرگرمی و ماجراجویی و کشور تولید کننده انیمیشن های مورد بررسی در پایین بودن میزان انطباق، دخیل است. بیشتر انیمیشن های پخش شده از سه شبکه بررسی شده، مربوط به کشور آمریکا هستند و سهم تولیدات ایران در مقایسه با دیگر کشورها، بسیار پایین و کمتر از نیمی از سهم آمریکاست. آیین در حالیکه در انیمیشن های ایرانی شاهد بالاترین میزان ارزشهایی چون احترام به والدین، راسگتویی، عشق و محبت هستیم. نکته جالبتر اینکه دو ضد ارزش خشونت و توهین و تحقیر دیگران در انیمیشن های ایرانی کمتر از دیگر کشورها مشاهده شده اند.

کلید واژه ها:

ارزش، نظام ارزشی، ضد ارزش، ارزش های اجتماعی و اخلاقی، انیمیشن، جامعه پذیری.

فهرست مطالب:

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: مقدمه و کلیات تحقیق.....
۲	۱-۱ طرح مساله.....
۳	۱-۲ ضرورت و اهمیت تحقیق.....
۴	۱-۳ اهداف تحقیق.....
۴	۱-۳-۱ هدف کلی.....
۴	۱-۳-۲ اهداف جزئی.....
۵	۱-۴ سوالات تحقیق.....
۶	فصل دوم: مروری بر پیشینه تحقیق.....
۷	۲-۱ بررسی تحقیقات پیشین.....
۹	۲-۲ مبانی نظری تحقیق.....
۹	۲-۲-۱ رسانه.....
۱۱	۲-۲-۲ جایگاه ارزش ها در رسانه ها.....
۱۳	۲-۲-۳ رسانه ها و تاثیرشان بر فرهنگ.....
۱۴	۲-۲-۴ عوامل موثر در انتقال ارزشها توسط رسانه ها.....
۱۶	۲-۲-۵ کودک و رسانه.....
۱۷	۲-۲-۵-۱ تلویزیون و آموزش نقش های اجتماعی به کودکان.....
۱۸	۲-۲-۶ انیمیشن.....
۱۹	۲-۲-۶-۱ تعریف انیمیشن.....
۱۹	۲-۲-۶-۲ تاریخچه انیمیشن.....
۲۲	۲-۲-۶-۳ ویژگیهای انیمیشن.....
۲۳	۲-۲-۶-۴ مخاطب شناسی انیمیشن.....
۲۳	۲-۲-۷ کودک و انیمیشن.....
۲۷	۲-۲-۸ ارزش.....
۲۷	۲-۲-۸-۱ مفهوم ارزش.....
۳۰	۲-۲-۸-۲ نظام ارزش ها.....
۳۲	۲-۲-۸-۳ ویژگی و کارکرد ارزش و نظام ارزشی.....
۳۵	۲-۲-۸-۴ طبقه بندی ارزش ها.....
۴۳	۲-۲-۸-۵ رابطه ارزش و دیگر پدیده های اجتماعی.....
۴۴	۲-۲-۸-۶ ارزشها و نقش های اجتماعی.....

۴۵ تحول و شکل گیری ارزشها در کودکان
۴۶ سیاستها و قوانین سازمان صدا و سیما در حوزه کودک و نوجوان
۴۷ اهداف کلی سازمان صدا و سیما در منشور افق رسانه در بخش قالب و ساختار در حوزه برنامه های کودک و نوجوان
۴۷ اهداف در حوزه مخاطبان کودک و نوجوان
۴۷ اهداف، محورها و اولویت های تولید، و پخش گروههای کودک و نوجوان در سیاست های اجرایی افق رسانه در سال ۱۳۸۵
۵۲ فرضیات تحقیق
۵۳ فصل سوم : روش تحقیق
۵۴ ۳-۱ روش
۵۴ ۳-۱-۱ روش اسنادی
۵۴ ۳-۱-۲ روش تحلیل محتوا
۵۴ ۳-۲ جامعه و نمونه آماری و روش نمونه گیری
۵۵ ۳-۳ واحد تحلیل
۵۶ ۳-۴ نحوه جمع آوری و پردازش اطلاعات
۵۶ ۳-۵ اعتبار و پایایی تحقیق
۵۶ ۳-۶ تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
۶۴ فصل چهارم : یافته های تحقیق
۶۶ ۴-۱ تجزیه و تحلیل توصیفی
۹۰ ۴-۲ تجزیه و تحلیل استنباطی
۱۵۷ فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
۱۵۸ ۵-۱ نتیجه گیری
۱۶۴ ۵-۲ پیشنهادها
۱۶۵ فهرست منابع و ماخذ
۱۷۲ چکیده انگلیسی

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲: کارکرد ها، خرده نظام ها و ارزش ها از دیدگاه پارسونز.....	۳۶
جدول ۱-۲: مقیاس ارزش های غایی و ابزاری نظریه روکیچ.....	۴۲
جدول ۱-۴: توزیع فراوانی و درصدی انیمیشن های مورد بررسی بر حسب شبکه.....	۶۷
جدول ۲-۴: توزیع فراوانی و درصدی انیمیشن های مورد بررسی بر حسب کشور.....	۶۸
جدول ۳-۴: توزیع فراوانی انیمیشن های مورد بررسی بر حسب موضوع.....	۶۹
جدول ۴-۴: توزیع فراوانی و درصدی صحنه های مورد بررسی بر حسب شبکه.....	۷۰
جدول ۵-۴: توزیع فراوانی تعداد و درصدی صحنه های مورد بررسی بر حسب کشور.....	۷۱
جدول ۶-۴: توزیع فراوانی و درصدی صحنه های مورد بررسی بر حسب موضوع.....	۷۲
جدول ۷-۴: توزیع فراوانی و درصدی احترام به والدین.....	۷۳
جدول ۸-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش راست گویی.....	۷۴
جدول ۹-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش عشق و محبت.....	۷۵
جدول ۱۰-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش از خود گذشتگی و ایثار.....	۷۶
جدول ۱۱-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش نوع دوستی و کمک به دیگران.....	۷۷
جدول ۱۲-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش نظام و قانون.....	۷۸
جدول ۱۳-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش کسب علم و آگاهی.....	۷۹
جدول ۱۴-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش خلاقیت و نوآوری.....	۸۰
جدول ۱۵-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش شجاعت.....	۸۱
جدول ۱۶-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش امنیت و انسجام خانواده.....	۸۲
جدول ۱۷-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش مسئولیت پذیری.....	۸۳
جدول ۱۸-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش مبارزه با ظلم و ستم.....	۸۴
جدول ۱۹-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش شکر نعمت و رضایت از زندگی.....	۸۵
جدول ۲۰-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش رعایت بهداشت.....	۸۶
جدول ۲۱-۴: توزیع فراوانی و درصدی ارزش خودباوری و اعتماد به نفس.....	۸۷
جدول ۲۲-۴: توزیع فراوانی و درصدی خشونت و انجام کارهای خطرناک.....	۸۸
جدول ۲۳-۴: توزیع فراوانی و درصدی توهین و تجاوز به حقوق دیگران.....	۸۹
جدول ۲۴-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه اول.....	۹۰
جدول ۲۵-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه اول.....	۹۱
جدول ۲۶-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه اول.....	۹۱
جدول ۲۷-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه دوم.....	۹۲
جدول ۲۸-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه دوم.....	۹۳

- جدول ۲۹-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه دوم..... ۹۳
- جدول ۳۰-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه سوم..... ۹۴
- جدول ۳۱-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه سوم..... ۹۵
- جدول ۳۲-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه سوم..... ۹۵
- جدول ۳۳-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه چهارم..... ۹۶
- جدول ۳۴-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه چهارم..... ۹۷
- جدول ۳۵-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه چهارم..... ۹۷
- جدول ۳۶-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه پنجم..... ۹۸
- جدول ۳۷-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه پنجم..... ۹۸
- جدول ۳۸-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه پنجم..... ۹۹
- جدول ۳۹-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ششم..... ۱۰۰
- جدول ۴۰-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه سوم..... ۱۰۱
- جدول ۴۱-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه سوم..... ۱۰۱
- جدول ۴۲-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه هفتم..... ۱۰۲
- جدول ۴۳-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه هفتم..... ۱۰۲
- جدول ۴۴-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه هفتم..... ۱۰۳
- جدول ۴۵-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱-۴..... ۱۰۴
- جدول ۴۶-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱-۴..... ۱۰۴
- جدول ۴۷-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۲-۴..... ۱۰۵
- جدول ۴۸-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۲-۴..... ۱۰۵
- جدول ۴۹-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۳-۴..... ۱۰۶
- جدول ۵۰-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۳-۴..... ۱۰۶
- جدول ۵۱-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۴-۴..... ۱۰۷
- جدول ۵۲-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۴-۴..... ۱۰۷
- جدول ۵۳-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۴-۴..... ۱۰۸
- جدول ۵۴-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۵-۴..... ۱۰۸
- جدول ۵۵-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۵-۴..... ۱۰۹
- جدول ۵۶-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۵-۴..... ۱۰۹
- جدول ۵۷-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۶-۴..... ۱۱۰
- جدول ۵۸-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۶-۴..... ۱۱۰
- جدول ۵۹-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۷-۴..... ۱۱۱
- جدول ۶۰-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۷-۴..... ۱۱۱

- جدول ۹۳-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۴-۶ ۱۳۰
- جدول ۹۴-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۵-۶ ۱۳۱
- جدول ۹۵-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۵-۶ ۱۳۲
- جدول ۹۶-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۵-۶ ۱۳۲
- جدول ۹۷-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۶-۶ ۱۳۳
- جدول ۹۸-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۶-۶ ۱۳۴
- جدول ۹۹-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۶-۶ ۱۳۴
- جدول ۱۰۰-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۷-۶ ۱۳۵
- جدول ۱۰۱-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۷-۶ ۱۳۵
- جدول ۱۰۲-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۸-۶ ۱۳۷
- جدول ۱۰۳-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۸-۶ ۱۳۷
- جدول ۱۰۴-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۹-۶ ۱۳۸
- جدول ۱۰۵-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۹-۶ ۱۳۹
- جدول ۱۰۶-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱۰-۶ ۱۴۰
- جدول ۱۰۷-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱۰-۶ ۱۴۰
- جدول ۱۰۸-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱۱-۶ ۱۴۱
- جدول ۱۰۹-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱۱-۶ ۱۴۲
- جدول ۱۱۰-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱۲-۶ ۱۴۳
- جدول ۱۱۱-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱۲-۶ ۱۴۳
- جدول ۱۱۲-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱۳-۶ ۱۴۵
- جدول ۱۱۳-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱۳-۶ ۱۴۵
- جدول ۱۱۴-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۱۳-۶ ۱۴۶
- جدول ۱۱۵-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱۴-۶ ۱۴۷
- جدول ۱۱۶-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱۴-۶ ۱۴۷
- جدول ۱۱۷-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱۵-۶ ۱۴۸
- جدول ۱۱۸-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱۵-۶ ۱۴۹
- جدول ۱۱۹-۴: جدول توزیع فراوانی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۱-۷ ۱۵۰
- جدول ۱۲۰-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۱-۷ ۱۵۰
- جدول ۱۲۱-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۱-۷ ۱۵۱
- جدول ۱۲۲-۴: جدول توزیع فراوانی و درصدی دو بعدی متغیر های مورد بررسی در فرضیه ۲-۷ ۱۵۲
- جدول ۱۲۳-۴: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین متغیر های فرضیه ۲-۷ ۱۵۳
- جدول ۱۲۴-۴: ضریب همبستگی و ضریب تعیین متغیر های فرضیه ۲-۷ ۱۵۳

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۲: نمودار سلسله مراتب نیازهای مازلو.....	۳۹
نمودار ۲-۲: عناصر اساسی نظام باورهای کلی و اهمیت هر یک از حیث دوری یا نزدیکی به مرکز نظام....	۴۲
نمودار ۱-۴: توزیع درصدی انیمیشن های مورد بررسی بر حسب شبکه.....	۶۷
نمودار ۲-۴: توزیع درصدی انیمیشن های مورد بررسی بر حسب کشور.....	۶۸
نمودار ۳-۴: توزیع درصدی انیمیشن های مورد بررسی بر حسب موضوع.....	۶۹
نمودار ۴-۴: توزیع درصدی صحنه های مورد بررسی بر حسب شبکه.....	۷۰
نمودار ۵-۴: توزیع درصدی صحنه های مورد بررسی بر حسب کشور.....	۷۱
نمودار ۶-۴: توزیع درصدی تعداد صحنه بر حسب موضوع.....	۷۲
نمودار ۷-۴: توزیع درصدی احترام به والدین.....	۷۳
نمودار ۸-۴: توزیع درصدی راست گویی.....	۷۴
نمودار ۹-۴: توزیع درصدی عشق و محبت.....	۷۵
نمودار ۱۰-۴: توزیع درصدی از خود گذشتگی و ایثار.....	۷۶
نمودار ۱۱-۴: توزیع درصدی نوع دوستی و کمک به دیگران.....	۷۷
نمودار ۱۲-۴: توزیع درصدی نظم و قانونمندی.....	۷۸
نمودار ۱۳-۴: توزیع درصدی کسب علم و آگاهی.....	۷۹
نمودار ۱۴-۴: توزیع درصدی خلاقیت و نوآوری.....	۸۰
نمودار ۱۵-۴: توزیع درصدی شجاعت.....	۸۱
نمودار ۱۶-۴: توزیع درصدی امنیت و انسجام خانواده.....	۸۲
نمودار ۱۷-۴: توزیع درصدی مسئولیت پذیری.....	۸۳
نمودار ۱۸-۴: توزیع درصدی مبارزه با ظلم و ستم.....	۸۴
نمودار ۱۹-۴: توزیع درصدی شکرانمت و رضایت از زندگی.....	۸۵
نمودار ۲۰-۴: توزیع درصدی رعایت بهداشت.....	۸۶
نمودار ۲۱-۴: توزیع درصدی خودباوری و اعتماد به نفس.....	۸۷
نمودار ۲۲-۴: توزیع درصدی خشونت و انجام کارهای خطرناک.....	۸۸
نمودار ۲۳-۴: توزیع درصدی توهین و تحقیر دیگران.....	۸۹

فصل اول : مقدمه و کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مساله:

نتایج سرشماری سال ۱۳۸۵ مرکز آمار ملی ایران نشان می دهد که، میانه سنی هرم جمعیت در کشور حدود ۱۶ سال است، از این رو حجم انبوهی از مخاطبان رسانه تلویزیون را در ایران کودکان و نوجوانان تشکیل می دهند. این قشر از مخاطبان همواره در معرض پیامهای متنوع این رسانه فزاینده قرار می گیرند، رسانه ای که پیامهایش انتقال دهنده ارزشها و ضد ارزشهای اجتماعی و فرهنگی است و بطور اجتناب ناپذیری شخصیت کودکان را تحت تاثیر قرار می دهد. از جمله برنامه ها و محصولات فرهنگی که کودکان بسیار به آن علاقه نشان می دهند انیمیشن (همان کارتون) است. بدلیل ضعف تکنولوژیک سازمان صدا و سیما در حوزه تولیدات رسانه ای، روال حاکم بر سازمان در راستای تامین برنامه ها، این بوده است که برخی از محصولات خود از جمله انیمیشن ها را از کشورهای خارجی خریداری کند. انیمیشن نیز مانند دیگر محصولات فرهنگی فاقد ارزش و سوگیری فرهنگی نیست، لذا این احتمال که انیمیشن های وارداتی با ارزش و فرهنگ مردم ایران سازگاری و تجانس نداشته باشند قابل تصور است. از سوی دیگر ادامه روند پخش انیمیشن های خارجی از رسانه ملی که در دید اقشار مختلف مخاطبانش به عنوان منبع و مرجعی مورد توجه قلمداد می شود، میتواند به بیگانگی و یا چندگانگی ارزشی و فرهنگی کودکان جامعه منتهی شود. این امر نهایتا موجب میشود مخاطبان از فرهنگ و ارزشهای فرهنگی کشور صادر کننده متاثر و نسبت به فرهنگ و ارزش های ملی و بومی خود بیگانه شوند. حال سوال تحقیق حاضر اینگونه مطرح میشود که سازمان صدا و سیما در حوزه کودک و نوجوان از چه الگو و نظام ارزشی پیروی می کند و با توجه به اینکه این برنامه ها (انیمیشن ها) از فیلترهای منطبق با رویکرد ارزشی سازمان عبور می کنند انتقال دهنده چه ارزشهایی هستند و آیا میان نظام ارزشی موجود در انیمیشن ها و نظام ارزشی سازمان انطباق وجود دارد یا خیر؟

۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق:

همانطور که در طرح مساله بدان اشاره شد، کودکان و نوجوانان بخش عظیمی از مخاطبان رسانه تلویزیون را در ایران به خود اختصاص می دهند و به دلیل ویژگیهای خاص انیمیشن، به این نوع از برنامه ها علاقه خاصی نشان می دهند. انیمیشن یکی از قالب های دلپذیر برنامه های کودک است که لطافت در روایت اثر و ظرافتهای ساختاری آن با ویژگی های روحی و تخیل سرشار کودکان همگون است. این قالب رسانه ای به لحاظ ویژگیهای ساختاری خود، رابطه ای نزدیک با کودکان و نوجوانان برقرار می کند و به خاطر قابلیت هایی خاص خود، در ذهن کودکان دنیایی مشابه با زندگی واقعی خلق می کند که جذابیت آن با استفاده از انواع تکنیکهای تولیدی تشدید می شود و از این طریق و با شکستن مرزهای واقعیت و به تصویر کشیدن تخیلات کودکان مخاطبان خود را به دنیایی فرا واقعی رهنمون می سازد. از این رو کودکان انیمیشن را به عنوان یکی از بهترین قالب ها برنامه های رسانه تلویزیون مورد توجه فراوان قرار می دهند. همانند سازی کودکان با شخصیت های کارتونی، یکی از مهمترین عوامل جذب مخاطبان کودک برای تماشای انیمیشن هاست. متخصصان علوم رفتاری و روانشناسی همانند سازی را فرآیندی مستمر می دانند که طی آن کودکان، رفتارهای تازه را تحت تاثیر تجارب جانشینی فرا می گیرند. اکثر روانشناسان (صرف نظر از تعریفی که برای همانند سازی در اجتماع دارند) آن را فرآیندی مهم و اساسی در اجتماعی شدن کودکان قلمداد کرده و بر این باورند که الگو برداری های ذهن از همان سالهای آغازین زندگی شروع می شود که دوره ای مهم در شکل گیری شخصیت هر فرد به شمار می آید و در همین سنین است که الگو برداری از طریق مشاهده شکل میگیرد (محمد خلیفه، ۱۳۷۸، ص ۱۲۶). با توجه به ویژگیهای منحصر بفرد و قدرت تاثیر گذاری انیمیشن، باید خاطر نشان کرد که کودکان در کشور ما نیز برنامه های سازمان صدا و سیما را به عنوان منبعی برای تماشای این برنامه های جذاب انتخاب می کنند. از سوی دیگر نمی توان انکار کرد که سازمان و برنامه های آن به مثابه الگویی ارزشی برای افراد جامعه قلمداد می شود، و در کنار این رسالت که می بایست در جستجوی رضایت مردم و برآورده کردن نیازهای آنان باشد این مسئولیت را نیز بر عهده دارد که آموزش بدهد و ارزشهای اخلاقی و مذهبی را در برنامه های مختلف خود گنجانده و از انتقال ارزشهای متضاد با ارزشهای کشورمان پرهیز کند.

اهمیت بررسی ارزش ها نیز از این منظر قابل بحث است ارزش ها، چیزی بیش از انعکاس و بازتاب روشی که افراد به آن در فرهنگی مشخص و در مرحله زمانی مشخص می اندیشند، نیست. ارزش ها به جهت دهی رفتار افراد و داوری ها و جهت گیری های آنان، در ارتباط با امور می پردازند، از جمله؛ انواع رفتار در پرتو قوانین و معیارهایی که جامعه در برابر آنان می نهد و

علاقه مندی یا بیزاری افراد از آنها به تعیین هدف های مطلوب در زندگی می انجامد و این امر یکی از نشانه های مهم نوع زندگی، سطوح پیشرفت یا تمدن در یک جامعه قلمداد می شود (محمد خلیفه، ۱۳۷۸، ص ۲۳).

بنابراین با توجه به تاثیر گذاری برنامه های تلویزیون بویژه انیمیشن بر روی حجم انبوهی از مخاطبان کودک تلویزیون و نقش فرهنگ سازی سازمان صدا و سیما بویژه در حوزه کودک و نوجوان، ضرورت و اهمیت انجام چنین تحقیقاتی واضح و بدیهی است.

۳-۱- اهداف تحقیق:

۳-۱-۱- هدف کلی :

بررسی وضعیت نظام ارزشی در انیمیشن های پخش شده از سه شبکه اول، دوم و تهران و میزان انطباق آنها با نظام ارزشی سازمان در حوزه کودک و نوجوان.

۳-۱-۲- اهداف جزئی :

- بررسی نظام ارزشی و ارزش های مطرح، در قوانین، خط مشی ها و آیین نامه های سازمان صدا و سیما در حوزه کودک و نوجوان
- بررسی وضعیت انیمیشن های مورد بررسی از نظر کشور تولید کننده
- بررسی وضعیت انیمیشن های مورد بررسی از نظر موضوع
- بررسی نظام ارزش های موجود در انیمیشن های مورد بررسی
- بررسی رابطه متغیر کشور تولید کننده با هر یک از ارزش ها
- بررسی رابطه متغیر موضوع با هر یک از ارزش ها
- بررسی رابطه متغیر شبکه با هر یک از ارزش ها
- بررسی رابطه متغیر شبکه با موضوع انیمیشن ها

۴-۱- سوالات تحقیق :

- نظام ارزشی و ارزش های مطرح، در قوانین، خط مشی ها و آیین نامه های صدا و سیما در حوزه کودک و نوجوان کدامند؟
- وضعیت ارزش ها در انیمیشن های پخش شده از سه شبکه مورد بررسی چگونه است؟
- وضعیت انیمیشن های مورد بررسی از نظر کشور تولید کننده چگونه است؟
- وضعیت انیمیشن های مورد بررسی از نظر موضوع چگونه است؟
- چه رابطه ای بین متغیر کشور تولید کننده با هر یک از ارزش ها وجود دارد؟
- چه رابطه ای بین متغیر شبکه با هر یک از ارزش ها وجود دارد؟
- چه رابطه ای بین متغیر شبکه با موضوع انیمیشن ها وجود دارد؟

فصل دوم : مروری بر پیشینه تحقیق