

## «مطالعات جامعه‌شناسی»

سال هشتم، شماره سی‌ام، بهار ۱۳۹۵

ص ص ۹۵-۱۲۳

### تحلیل نشانه‌شناختی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی

### کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما از سال ۹۳-۱۳۸۴

دکتر مهران صمدی<sup>۱</sup>

علی‌اکبر کرد<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۲/۱۹

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۶/۱۷

#### چکیده

این پژوهش باهدف مطالعه «تحلیل نشانه‌شناختی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما، انجام گرفته است. از میان ۱۱۷ فیلم پخش شده از شبکه ۵ سیما (به عنوان جامعه آماری) با نظرخواهی از ۵ کارشناس حوزه سینما و تلویزیون در خصوص مهم‌ترین انیمیشن سال (درمحدوده ۱۰ساله ۸۴-۱۳۹۳)، تعداد ۱۰ فیلم (هرسال یک فیلم) به عنوان نمونه موردی، برای انجام تحقیق انتخاب گردید. طی تجزیه و تحلیل کارتونهایی که از سه قاره آمریکا، اروپا و آسیا به عنوان نمونه‌های آماری انتخاب شدند، معین گردید، از مجموع ۲۱۲ فراوانی شناسایی شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های آمریکایی، «ارزش خیرخواهی» با فراوانی برابر با ۲۰٪ با سهم زمانی ۹۴۶ ثانیه برابر با ۲۳٪، ارزش جهان‌گرایی با فراوانی برابر با ۱۸٪ با سهم زمانی ۷۴۲ ثانیه ۱۸٪، ارزش امنیت با ۳۲ فراوانی برابر با ۱۵٪ با سهم زمانی ۵۸۸ ثانیه ۱۴٪، سه ارزش برجسته شده‌ایی هستند که از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۸۴-۱۳۹۳ پخش شده‌اند. این در حالی است که از مجموع ۵۳ فراوانی شناسایی شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های اروپایی، ارزش «خیرخواهی» و ارزش «سنت» هر کدام با ۱۵ فراوانی برابر با ۲۸٪ با سهم زمانی ۲۳۴ ثانیه برابر با ۲۷٪ و ۱۶۹ ثانیه برابر با ۱۹٪، ارزش جهان‌گرایی با ۷ فراوانی برابر با ۱۳٪ با سهم زمانی ۱۵۳ ثانیه برابر با ۱۸٪ از برجسته‌ترین ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی هستند. در نتیجه، در بررسی و مطالعه ارزش‌های فرهنگی اجتماعی، کارتون‌های خارجی که از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۸۴-۱۳۹۳ از برنامه «تماشاخانه» پخش شد، از مجموع کل ۲۹۳ سطح و درصد فراوانی، ارزش‌های

۱. استادیار گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز؛ تبریز- ایران (نویسنده مسئول).

۲. کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز- ایران.

فرهنگی، اجتماعی در کارتون‌های خارجی، ارزش «خیرخواهی» با ۶۳ مورد برابر با ۲۱٪، ارزش «جهان‌گرایی» با ۵۲ فراوانی برابر با ۱۸٪، ارزش «امنیت» با ۴۱ فراوانی برابر با ۱۴٪، ارزش «سنت» با ۳۰ فراوانی برابر با ۱۱٪، ارزش «قدرت» با ۲۴ فراوانی، «سایر ارزش‌ها» و «استقلال» با ۲۳ فراوانی هر کدام برابر با ۸٪، «پیشرفت» با ۲۳ فراوانی برابر با ۵٪، انگیزش با ۱۰ فراوانی برابر با ۳٪، لذت‌طلبی با ۷ فراوانی و هم‌نوازی با ۵ فراوانی هر کدام برابر با ۲٪ در مرتبه‌های بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی قرار دارند که به عنوان ارزش فرهنگی - اجتماعی برجسته شده در کارتون‌های خارجی، مورد مشاهده قرار گرفتند.

**واژگان کلیدی:** ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی، انیمیشن سینمایی و تلویزیونی، برجسته‌سازی و نشانه‌شناسی.

#### مقدمه

فیلم‌های انیمیشن فرآیندی است که در آن انسان از کودکی فرصت پیدا می‌کند تا در خلال نمایش یک داستان، به تجربه مستقلی از جهان پیرامون خود دست یابد. ساختار روانی آدمی در این دوره شکل می‌گیرد و با تکیه بر الگوبرداری و همانندسازی، ویژگی‌هایی چون آگاهی و شناخت از خود و محیط پیرامون رشد می‌یابد و برای همیشه ماندگار و پا برجا می‌ماند. از این رو سینمای غرب به ویژه هالیوود برای تاثیر حداکثری خود بر مخاطب، همواره این قشر را بیش از سایرین مد نظر داشته و برای ساخت انیمیشن‌های تاثیرگذار، سرمایه و بودجه‌های کلانی صرف می‌نماید.

امروزه بحث نفوذ ارزش‌ها از طریق آثار رسانه‌ای همواره به عنوان یکی از دغدغه‌های مهم خانواده‌ها و دولت‌ها شناخته می‌شود. انیمیشن‌ها در برقراری ارتباط با مخاطبان، بسیاری از مفاهیم ارزشی و ضد ارزشی را در قالب شخصیت‌های ساده و دوست داشتنی پیام رسانی می‌کنند. به همین سبب شخصیت‌های محبوب کارتونی به عنوان نمایندگان فرهنگ و ارزش‌های جامعه تولیدکننده شناخته می‌شوند. وقتی فردی ارزش‌های فرهنگی را می‌پذیرد، یعنی تمام مشخصه‌های آن را درونی می‌سازد. رفتاری که خروجی آن کاملاً با باورها، اعتقادات و نگرش‌های پذیرفته شده مطابقت دارد. اهمیت این موضوع از آن جهت است که پیام‌های رسانه‌ای زمانی با انسان‌های بزرگ و بالغ سروکار دارند که آنان ذهنی ساخته و پرداخته دارند و کمتر می‌توانند بر آن‌ها اثر بگذارند؛ درحالی‌که ذهن کودک، چون فاقد اندیشه و باورهاست و رموز تحلیل عقاید، سنجش، پذیرش یا طرد منطقی آنان را باز نیافته، بدون هیچ پناهی در برابر وسایل ارتباط جمعی، سخت‌تاثیر می‌پذیرند (ساروخانی، ۱۳۷۲: ۸۵).

نزدیک به یک قرن است که شرکت «والت دیسنی»، فیلم‌های سینمایی و انیمیشن‌های مخصوص کودکان را که حاوی ارزش‌ها و سنن آمریکایی هستند، تولید و منتشر می‌کند و در دهه‌های اخیر، تولیدات این شرکت‌ها، بزرگسالان را نیز هدف گرفته و در کنار سایر چهره‌ها و شرکت‌های هالیوودی، تبدیل به یکی از پیشگامان حمایت از ارزش‌های جدید غربی شده‌اند.

واقعیت این است، از سال ۲۰۰۰ با تغییرات چشمگیر در صنعت سینمای انیمیشن و ورود نسل جدیدی از فیلمسازان مرزهای جدیدی برای این هنر باز شد. فیلم‌های بزرگی ساخته شده که تکنیک‌های فنی فیلم‌سازی را ارتقاء دادند و فیلم‌های کوچکی ساخته شدند که داستان‌های بی‌نظیری را برای تعریف داشتند. شاید سیاست کلی همان سرگرمی باشد، اما با هدف یکسان‌سازی فرهنگ و ارزش‌ها است. به راستی آیا انیمیشن‌ها قدرت انتقال ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی را دارند یا صرفاً وسیله‌ای برای تفریح و پرکردن وقت و سرگرم کردن مخاطبان هستند؟ این سوال این موضوع را در ذهن مطرح می‌کند که: فیلم - های انیمیشن، چه ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی را برای کودکان و نوجوانان و حتی بزرگسالان برجسته می‌کند؟ آیا در برجسته کردن ارزش‌ها از نشانه‌ها و نمادها استفاده می‌شود؟ این سوالات، توجه پژوهشگر را به پیام‌های مستقیم و غیرمستقیمی که در انیمیشن‌ها مشاهده می‌کند، جلب می‌کند که نشانه‌ها به هر صورت ممکن، کاربردی‌ترین و کارایی‌ترین روش انتقال پیام توسط شرکت‌های بزرگ سازنده انیمیشن است. همان‌طور که چندلر در کتاب «میانی نشانه‌شناسی» در فصل «اشتراک و افتراق نشانه‌شناسی و زبان - شناسی» می‌گوید: نشانه‌ها می‌توانند به شکل کلمات، تصویر، اصوات، اطوار و اشیاء ظاهر شوند (چندلر، ۱۳۸۷: ۵۷). در نتیجه پژوهشگر، کارتون‌هایی را که برای پژوهش انتخاب کرد به دنبال تحلیل نشانه - شناسی ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی کارتون‌های خارجی است که از شبکه ۵ سیما برای مخاطبان ایرانی طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از برنامه «تماشاخانه» پخش شده است تا دریابد که چه ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در کارتون‌ها برجسته شده‌اند؟ و آیا مدیران سازمان صدا و سیما در انتخاب کارتون‌های خارجی برای پخش از رسانه ملی به ارزش‌های آشکار و پنهان پیام‌های انیمیشن‌ها توجه دارند؟

### هدف اصلی تحقیق

- تحلیلی نشانه‌شناختی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتون‌های خارجی طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما.

### اهداف فرعی تحقیق

۱. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «استقلال» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۲. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «امنیت» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۳. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «انگیزش» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴

۴. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «پیشرفت» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۵. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «جهان‌گرایی» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۶. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «خیرخواهی» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۷. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «سنت» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۸. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «قدرت» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۹. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «لذت‌طلبی» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴
۱۰. تعیین میزان برجسته‌سازی ارزش «همنوایی» در کارتون‌های خارجی پخش شده از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴.

#### سوال اصلی تحقیق

- در کارتون‌های خارجی که از سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شده چه ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی برجسته شده‌اند؟

#### سوال‌های تحقیق

۱. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «استقلال» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۲. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «امنیت» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۳. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «انگیزش» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۴. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «پیشرفت» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟

۵. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «جهان‌گرایی» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۶. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «خیرخواهی» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۷. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «سنت» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۸. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «قدرت» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۴۸ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۹. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «لذت‌طلبی» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟
۱۰. چه میزان از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی «همنوایی» در کارتون‌های خارجی که طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از شبکه ۵ سیما پخش شد، برجسته شده است؟

### روش تحقیق

روشی پژوهش، تحلیل محتوا است. با توجه به پرسش پژوهشی که چه ارزش‌هایی در کارتون‌های خارجی برجسته شده است؟ مقوله‌بندی ارزشی معطوف به قضاوت‌های ارزشی گفتار، متن و به طور کلی پیام‌های دیالوگی (جمله) و تصویری (صحنه) کارتون‌های خارجی است که از شبکه ۵ طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ می‌باشد.

### جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

در این تحقیق همه فیلم‌های بلند سینمای انیمیشنی که در خارج از مرزهای جغرافیایی ایران تولید شده و از شبکه ۵ تلویزیون ایران، تحت عنوان «تماشاخانه» طی سال ۱۳۸۴ تا پایان سال ۱۳۹۳ پخش شده‌اند، به عنوان جامعه آماری مورد مطالعه قرار گرفته است، که دارای مشخصات قید شده هستند:

۱. کارتون‌هایی که از نظر ساختاری، صفت انیمیشن بودن به آن‌ها اطلاق می‌شود.
۲. کارتون‌هایی که از نظر فنی اعم از روش سنتی و یا کامپیوتری تولید شده باشند.
۳. کارتون‌هایی که کاملاً انیمیشنی بوده و یا با تصاویر زنده موجود انسانی یا حیوانی ترکیب شده باشند.
۴. کارتون‌هایی خارجی که بر اساس کنداکتور پخش شبکه ۵، از سال ۹۳-۱۳۸۴، به صورت سینمایی از شبکه ۵ تلویزیون در روزهای پنج‌شنبه از برنامه «تماشاخانه» پخش شده‌اند. مجموعاً تعداد ۱۱۷ عنوان کارتون جامعه آماری پژوهش را شکل می‌دهد که؛ ۷۲ عنوان از قاره آمریکا (آمریکا، آرژانتین و کانادا)، ۱۱ عنوان از قاره آسیا (ژاپن، چین، کره جنوبی، هنگ کنگ، مالزی و هند)، ۲۰ عنوان از قاره اروپا (آلمان، انگلستان، فرانسه، اسپانیا، بلژیک، روسیه و نروژ)، ۲ عنوان از قاره آفریقا (آفریقای جنوبی) و ۱۳ عنوان انیمیشن تولید مشترک آمریکا و یا دیگر کشورهای آسیایی و اروپایی است. در این پژوهش از میان ۱۱۷

فیلم پخش شده از شبکه ۵ سیما (به عنوان جامعه آماری) با نظرخواهی از ۵ کارشناس حوزه سینما و تلویزیون در خصوص مهم‌ترین انیمیشن سال (در محدوده ۱۰ ساله ۹۳-۱۳۸۴)، تعداد ۱۰ فیلم (هر سال یک فیلم) به عنوان نمونه موردی، برای انجام تحقیق انتخاب گردید.

جدول شماره (۱): کارتون‌های انتخاب شده برای مطالعه پژوهشی

داستان اسباب‌بازی ۱	محصول کشور آمریکا (۱۹۹۵)	سال پخش ۱۳۸۴
ماداکاسکار ۲	محصول کشور آمریکا (۲۰۰۵)	سال پخش ۱۳۸۵
داستان سیزجات	محصول کشور آمریکا (۲۰۰۰)	سال پخش ۱۳۸۶
مدفن کرم‌های شب‌تاب	محصول کشور ژاپن (۱۹۸۸)	سال پخش ۱۳۸۷
ستاره لارا	محصول کشور آلمان (۲۰۰۴)	سال پخش ۱۳۸۸
دکتر استرانج	محصول کشور آمریکا (۲۰۰۷)	سال پخش ۱۳۸۹
جوجه کوچولو	محصول کشور آمریکا (۲۰۰۵)	سال پخش ۱۳۹۰
آلونا	محصول کشور روسیه (۲۰۰۹)	سال پخش ۱۳۹۱
عصر یخبندان ۱	محصول کشور آمریکا (۲۰۰۲)	سال پخش ۱۳۹۲
من شرور ۲	محصول کشور آمریکا (۲۰۱۳)	سال پخش ۱۳۹۳

### ابزار گردآوری اطلاعات

برای اندازه‌گیری مقوله و سازه‌های تحقیق، واحد تحلیل «صحنه» برای تصاویر و «جمله» برای گفتار در نظر گرفته شد. داده‌های مورد نیاز پس از مطالعه‌ای نظری و اکتشافی از طریق «پرسشنامه شوارتز» جمع‌آوری شده است. پرسشنامه شوارتز مشتمل بر ۵۷ گویه است که شامل ۳۰ ارزش غایی و ۲۷ ارزش ابزاری هستند (هاتس بات و همکاران، ۲۰۰۳: ۳۱۴).

درواقع سنجش ارزش در این مطالعه از طریق مقیاس شوارتز صورت گرفته است که باتوجه به بحث-های نظری، سوالات دارای «اعتبار سازه» می‌باشد. به منظور بررسی اعتبار ابزار، پرسشنامه، در اختیار اساتید راهنما، مشاور و اساتید صاحب‌نظر قرار داده، آن‌ها پس از بررسی دقیق شایستگی سنجش ویژگی مورد نظر را تایید نمودند. برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

در این پژوهش مقوله‌های ارزش انگیزشی شوارتز را با عناوین «استقلال، امنیت، انگیزش، پیشرفت، جهان‌گرایی، خیرخواهی، قدرت، سنت، لذت‌طلبی و همنوایی» به عنوان سازه‌ها در نظر گرفته شده است. بنابراین به هنگام بازبینی کارتون‌ها، هر جا مصداق‌هایی از ارزش‌های یاد شده را بر اساس تعریف عملیاتی ارزشی انگیزشی شوارتز مشاهده شده، به عنوان نشانه‌های ارزش فرهنگی، اجتماعی، کدگذاری گردید.

**خیرخواهی:** تلاش برای حفظ رفاه و آسایش دیگران مثل: یاریگر، مسئول، جهانی در صلح، وفادار، دوستی حقیقی، بخشنده، عشق واقعی، بالنده، صادق و زندگی روحانی.

**سنت:** احترام، تعهد، پای‌بندی به آداب و رسوم و اندیشه‌هایی که از فرهنگ یا مذهب سنتی ناشی می‌شود مثل: احترام به سنت‌ها، پذیرش سهم خود در زندگی، معتدل و میانه‌رو، دین‌داری، فروتن و متواضع و احترام به والدین و بزرگ‌ترها.

**همنوایی:** خودداری از کنش‌ها و تمایلاتی که سبب ناراحتی و آسیب دیگران می‌شود و تعدی از هنجارها و انتظارات اجتماعی به شمار می‌رود مثل: فهم و دانش، انضباط شخصی، مودب بودن و مطیع بودن.

**امنیت:** سلامت، هماهنگی و ثبات در جامعه و در روابط خود با دیگران مثل: امنیت ملی، امنیت خانوادگی، احساس تعلق، پشتیبانی متقابل، نظم اجتماعی، سلامت، پاکیزه و ثبات در خویشتن.

**قدرت اجتماعی - فرهنگی:** پایگاه اجتماعی و پرستیژ، کنترل و تسلط بر مردم و منابع مثل: قدرت اجتماعی، ثروت، اقتدار، حفظ وجهه خود و اعتبار اجتماعی.

**بیشرفت:** موفقیت فردی از طریق رقابت بر اساس معیارهای اجتماعی مثل: بانفوذ، توانا، موفق، باهوش، احترام به خود، بلندپرواز و جاه‌طلبی.

**انگیزش:** هیجان، نوآوری، مبارزه در زندگی و شهامت داشتن مثل: زندگی مهیج، زندگی متنوع و شجاعت. **لذت‌طلبی:** احساس رضایت و کامروایی در زندگی مثل: زندگی لذت‌بخش (لذت از غذا، تفریح و ...)، خوش‌گذراندن و لذایذ نفسانی.

**استقلال:** تفکر و انتخاب کنش مستقل مثل: آزادی، خلاقیت، مستقل، انتخاب اهداف خود، جستجوگری و کنجکاوی، حق برخورداری از حریم خصوصی و هدف‌دار.

**جهان‌گرایی:** مدارا و حمایت از رفاه همه افراد و طبیعت وسعت نظر مثل: برابری، خرد، جهانی سرشار از زیبایی‌ها، عدالت اجتماعی، حفظ محیط زیست و یگانگی وحدت با طبیعت (شوارتز، ۲۰۰۰: ۴۹۷-۴۶۵).

**سایر ارزش‌ها:** در این پژوهش سایر ارزش‌ها به ارزش‌هایی اطلاق می‌شود که خارج از دامنه ده ارزش انگیزشی شوارتز قرار دارند. این ارزش‌ها هم می‌تواند ماهیت مثبت داشته باشند و هم منفی و هم در ظاهر مثبت ولی ماهیت منفی مثل: عقاید و باورها و مسلک‌های ابداعی (نمادها و شمایل شیطان پرستی، عقاید فراماسونی، عقاید فرقه‌ای و ...) (پژوهشگر).

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا آمارهای توصیفی که به بررسی ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی تحقیق (کارتون‌های خارجی نمونه‌های آماری) بر حسب سطح و درصد فراوانی ارزش‌ها، زمان اختصاص یافته هر کدام از ارزش‌ها، سپس از نظر سطح و درصد فراوانی نشانه‌هایی که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی از طریق آن بیان شده و هم‌چنین بر حسب قاره‌ها مورد بررسی قرار گرفتند، پس از آن مطابق فرضیات در نظر گرفته شده برای بررسی تفاوت ارزش‌ها در کارتون‌ها از نرم‌افزار spss و آزمون دانکن جهت تحلیل واریانس استفاده گردید.

### کارتون داستان اسباب‌بازی‌ها ۱

برحسب ۳۲ مورد فروانی مشاهده شده، ارزش «خیرخواهی» با ۶ مورد مطابق با (۱۹٪) به عنوان بیشترین سطح فراوانی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارد. ارزش‌های «امنیت»، «پیشرفت»، «قدرت» و سایر ارزش‌ها هر کدام با ۴ مورد مطابق با (۱۳٪) در یک سطح شناسایی شده‌اند و ارزش‌های «انگیزش» و «جهان‌گرایی» هر کدام با ۳ مورد فراوانی مطابق با (۹٪) در رتبه بعدی قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در اسباب‌بازی‌ها:

درصد زمان اختصاص یافته به ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی شناسایی شده در کارتون «داستان اسباب‌بازی‌ها» را نشان می‌دهد، همان‌طور که ملاحظه می‌گردد، برحسب ۳۲ مورد فروانی مشاهده شده، ارزش «خیرخواهی» با ۲۳٪ بیشترین سهم زمانی را در برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی دارد و ارزش «پیشرفت» با ۱۶٪ و ارزش «امنیت» با ۱۳٪ در مرتبه بعدی برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون داستان اسباب‌بازی‌ها ۱ قرار دارند.

جدول شماره (۲): آمار توصیفی کارتون داستان اسباب‌بازی ۱

انحراف معیار	میانگین	تعداد	
۰	۳۸.۰۰۰۰	۱	استقلال
۱۸.۷۶۱۶۶	۲۸.۰۰۰۰	۴	امنیت
۱۶.۴۶۲۰۸	۲۷.۰۰۰۰	۳	انگیزش
۱۲.۰۸۳۰۵	۳۵.۰۰۰۰	۴	پیشرفت
۱۴.۵۷۱۶۶	۲۵.۳۳۳۳	۳	جهان‌گرایی
۱۰.۰۰۸۳۳	۳۵.۸۳۳۳	۶	خیرخواهی
۰.۷۰۷۱۱	۹.۵۰۰۰	۲	سنت
۱۳.۲۲۵۶۱	۱۵.۲۵۰۰	۴	قدرت
۰	۲۹.۰۰۰۰	۱	لذت‌طلبی
۳.۳۱۶۶۲	۱۰.۵۰۰۰	۴	سایر
۱۴.۵۳۹۹۵	۲۵.۴۰۶۳	۳۲	مجموع

جدول شماره (۳): آزمون anova

### کارتون داستان اسباب‌بازی ۱

anova آزمون		
sig	f آماره	ارزش‌ها
.۰۷۴	۲.۱۰۷	



با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان اسباب‌بازی‌ها متفاوت نیستند.

جدول شماره (۴): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در کارتون داستان اسباب‌بازی‌ها ۱

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	سطح فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته به ثانیه	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۱	۳٪	۲۸	۵٪
		امنیت	۴	۱۲٪	۱۱۲	۱۳٪
		انگیزش	۳	۹٪	۸۱	۹٪
		پیشرفت	۴	۱۲٪	۱۴۰	۱۶٪
		جهان‌گرایی	۳	۹٪	۷۶	۹٪
۰۱	داستان اسباب‌بازی‌ها ۱	خیرخواهی	۶	۱۹٪	۲۱۵	۲۳٪
		سنت	۲	۶٪	۱۹	۲٪
		قدرت	۴	۱۵٪	۶۱	۱۲٪
		لذت‌طلبی	۱	۳٪	۲۹	۳٪
		همنوایی	۰	۰٪	۰	۰٪
		سایر	۴	۱۲٪	۴۲	۸٪

از مجموع ۳۲ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در کارتون داستان اسباب‌بازی‌های ۱، ارزش خیرخواهی با ۶ مورد فراوانی (۱۹٪) و ۲۱۵ ثانیه مطابق با (۲۳٪) زمان به نمایش درآمده در کارتون «داستان اسباب‌بازی‌ها ۱» این ارزش را برجسته‌تر از دیگر ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی نشان می‌دهد.

### کارتون ماداگاسکار ۲

برحسب ۳۳ مورد فراوانی مشاهده شده، ارزش «سنت» با ۹ مورد فراوانی مطابق با (۲۸٪) به عنوان بیشترین سطح فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی برجسته شده قرار دارد. ارزش «خیرخواهی» با ۷ مورد مطابق با (۲۱٪) و ارزش «قدرت» با ۵ مورد فراوانی مطابق با (۱۵٪) در مرتبه بعدی برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی قرار دارند. «سایر ارزش‌ها» و «استقلال» هر کدام با ۳ مورد فراوانی مطابق با (۹٪) در یک سطح شناسایی شده‌اند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در ماداگاسکا:  
برحسب ۳۳ مورد فراوانی مشاهده شده، ارزش «خیرخواهی» با ۳۳٪، بیشترین سهم زمانی را در برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی دارد. ارزش «سنت» با ۲۵٪ و ارزش «استقلال» با ۱۱٪ در مرتبه بعدی برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون «ماداگاسکار» قرار دارند.

جدول شماره (۵): آمار توصیفی کارتون ماداگاسکار ۲

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ارزش‌ها
۱۴.۲۲۴۳۹	۲۳.۶۶۶۷	۳	استقلال
۴.۲۴۲۶۴	۱۴.۰۰۰۰	۲	امنیت
۵.۶۵۶۸۵	۱۶.۰۰۰۰	۲	پیشرفت
-	۶.۰۰۰۰	۱	جهان‌گرایی
۱۶.۲۶۸۵۸	۳۰.۰۰۰۰	۷	خیرخواهی
۱۰.۱۷۳۴۹	۱۸.۰۰۰۰	۹	سنت
۴.۷۶۴۴۵	۱۳.۲۰۰۰	۵	قدرت
-	۱۵.۰۰۰۰	۱	لذت‌طلبی
۷.۵۴۹۸۳	۱۸.۰۰۰۰	۳	سایر
۱۱.۷۴۲۳۴	۱۹.۵۱۵۲	۳۳	مجموع

جدول شماره (۶): آزمون anova کارتون ماداگاسکار ۲

anova آزمون		ارزش‌ها
sig	f آماره	
.۲۸۸	۱.۳۰۴	

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان ماداگاسکا متفاوت نیستند.

جدول شماره (۷): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی کارتون ماداگاسکار ۲

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۳	۹٪	۷۱	۱۱٪
		امنیت	۲	۶٪	۲۸	۴٪
۰۲	ماداگاسکار ۲	انگیزش	۰	۰٪	۰	۰٪
		پیشرفت	۲	۶٪	۳۲	۵٪
		جهان‌گرایی	۱	۳٪	۶	۱٪

خیرخواهی	۷	٪۲۱	۲۱۰	٪۳۳
سنت	۹	٪۲۸	۱۶۲	٪۲۵
قدرت	۵	٪۱۵	۶۶	٪۱۰
لذت‌طلبی	۱	٪۳	۱۵	٪۲
همنوایی	۰	٪۰	۰	٪۰
سایر	۳	٪۹	۵۴	٪۹

با توجه به جدول تطبیقی شماره (۷) ارزش‌های فرهنگی اجتماعی در کارتون ماداگاسکار ۲، از مجموع ۳۳ سطح فراوانی شناسایی شده، ارزش سنت با ۹ مورد مطابق با (۲۸٪) برجسته شده است. اما از نظر زمان به نمایش در آمده ارزش‌ها در کارتون فوق، ارزش «خیرخواهی» با ۲۱۰ ثانیه مطابق با (۳۳٪) بیشترین نقش را در برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی داشته است.

#### کارتون داستان سبزیجات

از مجموع ۲۸ سطح فراوانی شناسایی شده، ارزش «جهان‌گرایی» با ۱۱ مورد فراوانی، مطابق با (۴۱٪)، به عنوان بیشترین سطح فراوانی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارد. ارزش «خیرخواهی» با ۶ مورد مطابق با (۲۲٪) و ارزش «قدرت» با ۳ مورد فراوانی مطابق با (۱۱٪) در مرتبه بعدی برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی قرار دارند. «پیشرفت» و «استقلال» هر کدام با ۳ مورد فراوانی مطابق با (۷٪) در یک سطح شناسایی شده‌اند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در سبزیجات:

برحسب ۲۷ مورد فراوانی مشاهده شده، ارزش «جهان‌گرایی» با زمان ۲۲۷ ثانیه، مطابق با (۳۸٪) بیشترین سهم زمانی را در برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی دارد. ارزش «خیرخواهی» با ۲۱٪ و ارزش قدرت با ۱۷٪ در مرتبه‌های بعدی برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی قرار دارند.

جدول شماره (۸): آمار توصیفی کارتون داستان سبزیجات

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ارزش‌ها
۸.۴۸۵۲۸	۱۸.۰۰۰۰	۲	استقلال
.	۱۴.۰۰۰۰	۱	امنیت
.	۱۳.۰۰۰۰	۱	انگیزش
۲.۱۲۱۳۲	۱۶.۵۰۰۰	۲	پیشرفت
۵.۷۸۳۹۹	۲۰.۶۳۶۴	۱۱	جهان‌گرایی
۷.۷۵۶۷۲	۲۰.۱۶۶۷	۶	خیرخواهی
.	۲۰.۰۰۰۰	۱	سنت
۹.۷۱۲۵۳	۳۴.۳۳۳۳	۳	قدرت
.	۲۷.۰۰۰۰	۱	لذت‌طلبی
۷.۸۰۹۵۷	۲۱.۲۱۴۳	۲۸	مجموع

**جدول شماره (۹): آزمون anova کارتون داستان سبزیجات**

anova آزمون		
اماره f	sig	ارزش‌ها
۱.۹۶۸	.۱۰۸	

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان سبزیجات متفاوت نیستند.

**جدول شماره (۱۰): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون داستان سبزیجات**

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۲	٪۷	۳۶	٪۶
		امنیت	۱	٪۴	۱۴	٪۲
		انگیزش	۱	٪۴	۱۳	٪۲
		پیشرفت	۲	٪۷	۳۳	٪۶
		جهان‌گرایی	۱۱	٪۴۱	۲۲۷	٪۳۸
۰۳	داستان سبزیجات	خیرخواهی	۶	٪۲۲	۱۲۱	٪۲۱
		سنت	۱	٪۴	۲۰	٪۳
		قدرت	۳	٪۱۱	۱۰۳	٪۱۷
		لذت‌طلبی	۱	٪۴	۲۷	٪۵
		همنوایی	۰	٪۰	۰	٪۰
		سایر	۰	٪۰	۰	٪۰

ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون «داستان سبزیجات» از مجموع ۲۸ فراوانی شناسایی شده، ارزش «جهان‌گرایی» با ۱۱ مورد برابر با (۴۱٪) سطح فراوانی و ۱۲۱ ثانیه زمان به نمایش درآمده برابر با ۳۸٪ در کارتون فوق از میان دیگر ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته‌تر شده است.

#### کارتون مدفن کرم‌های تپ‌تاب

از مجموع ۲۸ سطح فراوانی شناسایی شده، ارزش «جهان‌گرایی» با ۷ مورد فراوانی، مطابق با (۲۵٪)، به عنوان بیشترین سطح فراوانی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده است. ارزش «امنیت» و «خیرخواهی» با ۶ مورد مطابق با ۲۱٪ و «لذت‌طلبی» با ۳ مورد برابر با (۱۱٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در کرم شب‌تاب:

برحسب ۲۸ مورد فراوانی مشاهده شده، ارزش «جهان‌گرایی» با ۱۴۹ ثانیه، برابر با (۳۲٪)، بیشترین سهم زمانی را در برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی دارد. ارزش «امنیت» با ۲۱٪ و ارزش خیرخواهی با ۱۷٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده در کارتون «مدفن کرم‌های شب‌تاب» قرار دارند.

جدول شماره (۱۱): آمار توصیفی کارتون مدفن کرم‌های شب‌تاب

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ارزش‌ها
۱۶.۹۷۰۵۶	۲۰.۰۰۰۰	۲	استقلال
۱۳.۱۵۵۴۸	۱۶.۶۶۶۷	۶	امنیت
.	۸.۰۰۰۰	۱	پیشرفت
۱۴.۰۵۶۰۱	۲۱.۲۸۵۷	۷	جهان‌گرایی
۶.۶۲۳۱۹	۱۳.۶۶۶۷	۶	خیرخواهی
.	۱۳.۰۰۰۰	۱	سنت
.	۱۴.۰۰۰۰	۱	قدرت
۲.۵۱۶۶۱	۱۵.۶۶۶۷	۳	لذت‌طلبی
.	۱۴.۰۰۰۰	۱	همنوایی
۱۰.۳۶۷۵۲	۱۶.۶۷۸۶	۲۸	مجموع

جدول شماره (۱۲): آزمون anova

کارتون مدفن کرم‌های شب‌تاب

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ارزش‌ها
۱۶.۹۷۰۵۶	۲۰.۰۰۰۰	۲	استقلال
۱۳.۱۵۵۴۸	۱۶.۶۶۶۷	۶	امنیت
.	۸.۰۰۰۰	۱	پیشرفت
۱۴.۰۵۶۰۱	۲۱.۲۸۵۷	۷	جهان‌گرایی
۶.۶۲۳۱۹	۱۳.۶۶۶۷	۶	خیرخواهی
.	۱۳.۰۰۰۰	۱	سنت
.	۱۴.۰۰۰۰	۱	قدرت
۲.۵۱۶۶۱	۱۵.۶۶۶۷	۳	لذت‌طلبی
.	۱۴.۰۰۰۰	۱	همنوایی
۱۰.۳۶۷۵۲	۱۶.۶۷۸۶	۲۸	مجموع

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان کرم شب‌تاب متفاوت نیستند.

جدول شماره (۱۳): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون مدفن کرم‌های شب‌تاب

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۲	۷٪	۴۰	۹٪
		امنیت	۶	۲۱٪	۱۰۰	۲۱٪
		انگیزش	۰	۰٪	۰	۰٪
۰۴	مدفن کرم‌های شب‌تاب	پیشرفت	۱	۲٪	۸	۲٪
		جهان‌گرایی	۷	۲۵٪	۱۴۹	۳۲٪

خیرخواهی	۶	٪۲۱	۸۲	٪۱۷
سنت	۱	٪۴	۱۳	٪۳
قدرت	۱	٪۴	۱۴	٪۳
لذت‌طلبی	۳	٪۱۱	۴۷	٪۱۰
همنوایی	۱	٪۴	۱۴	٪۳
سایر	۰	٪۰	۰	٪۰

با توجه به جدول تطبیقی شماره (۱۳)، از مجموع ۲۸ فراوانی برابر با ۴۶۷ ثابته ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی شناسایی شده در کارتون مدفن کرم‌های شب‌تاب، ارزش «جهان‌گرایی» با ۷ مورد فراوانی برابر با ۱۴۹ ثابته به نمایش در آمده برابر با (۳۲٪) در کارتون فوق برجسته شده است.

#### کارتون ستاره لارا

از مجموع ۲۳ فراوانی شناسایی شده، ارزش «خیرخواهی» با ۹ مورد فراوانی مطابق با (۳۹٪)، دارای بیشترین ارزش فرهنگی - اجتماعی و ارزش «سنت» با ۴ مورد (۱۸٪) و «سایر ارزش‌ها» با ۳ مورد (۱۳٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در ستاره لارا:

از مجموع ۳۷۳ ثابته شناسایی شده، ارزش «خیرخواهی» ۱۳۲ ثابته مطابق با (۳۵٪) دارای برجسته‌ترین سهم زمانی به نمایش در آمده ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتون «ستاره لارا» شکل می‌دهد. «سایر ارزش‌ها» با (۱۸٪) و ارزش‌های «سنت» و «جهان‌گرایی» هر کدام با ۱۱٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

جدول شماره (۱۴): آمار توصیفی کارتون ستاره لارا

ارزش‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
استقلال	۲	۱۶.۰۰۰۰	۱.۴۱۴۲۱
امنیت	۱	۱۲.۰۰۰۰	۰
جهان‌گرایی	۲	۲۰.۵۰۰۰	۳.۵۳۵۵۳
خیرخواهی	۹	۱۴.۶۶۶۷	۹.۲۰۵۹۸
سنت	۴	۹.۷۵۰۰	۳.۵۹۳۹۸
لذت‌طلبی	۱	۳۱.۰۰۰۰	۰
همنوایی	۱	۱۸.۰۰۰۰	۰
سایر	۳	۲۲.۶۶۶۷	۲۲.۰۵۲۹۷
مجموع	۲۳	۱۶.۲۱۷۴	۱۰.۲۱۱۲۱

جدول شماره (۱۵): آزمون anova کارتون ستاره لارا

anova آزمون		
sig	f آماره	ارزش‌ها
.۶۴۱	.۷۴۲	

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از  $0/05$  است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان ستاره لارا متفاوت نیستند.

جدول شماره (۱۶): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون ستاره لارا

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۲	۹٪	۳۲	۹٪
		امنیت	۱	۴٪	۱۲	۳٪
		انگیزش	۰	۰٪	۰	۰٪
		پشرفت	۰	۰٪	۰	۰٪
		جهان‌گرایی	۲	۹٪	۴۱	۱۱٪
۰۵	ستاره لارا	خیرخواهی	۹	۳۹٪	۱۳۲	۳۵٪
		سنت	۴	۱۸٪	۳۹	۱۱٪
		قدرت	۰	۰٪	۰	۰٪
		لذت‌طلبی	۱	۴٪	۳۱	۸٪
		همنوایی	۱	۴٪	۱۸	۵٪
		سایر	۳	۱۳٪	۶۸	۱۸٪

با توجه به ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون «ستاره لارا» از مجموع ۲۳ فراوانی مطابق با ۳۷۳ ثانیه شناسایی شده، ارزش خیرخواهی با ۹ مورد فراوانی مطابق با (۳۹٪) و از نظر زمان به نمایش در آمده، با ۱۳۲ ثانیه برابر با ۳۵٪ برجسته شده است.

#### کارتون دکتر استرنج

برحسب ۴۳ فراوانی شناسایی شده، ارزش «جهان‌گرایی» با ۱۲ مورد فراوانی، مطابق با (۳۰٪)، دارای بیشترین ارزش فرهنگی-اجتماعی برجسته شده و «سایر ارزش‌ها» با ۹ فراوانی برابر با (۲۰٪)، «امنیت» با ۷ فراوانی (۱۶٪) و «خیرخواهی» با ۶ فراوانی (۱۴٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در دکتر استرنج: از مجموع ۶۱۰ ثانیه ارزش‌های شناسایی‌شده، ارزش «جهان‌گرایی» با (۳۶٪)، دارای برجسته‌ترین سهم زمانی ارزش فرهنگی-اجتماعی می‌باشد. ارزش «خیرخواهی» با ۲۳٪ و ارزش‌های «امنیت» با ۱۵٪ و «سایر ارزش‌ها» با ۱۲٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

جدول شماره (۱۷): آمار توصیفی کارتون دکتر استرنج

انحراف معیار	میانگین	تعداد	
.	۱۶.۰۰۰۰	۱	استقلال
۶.۷۵۴۱۹	۱۲.۵۷۱۴	۷	امنیت
۰.۷۰۷۱۱	۱۳.۵۰۰۰	۲	پیشرفت
۱۰.۱۳۰۵۹	۱۸.۰۸۳۳	۱۲	جهان‌گرایی
۱۳.۵۵۹۷۴	۲۰.۶۶۶۷	۶	خیرخواهی
۰.۷۰۷۱۱	۸.۵۰۰۰	۲	سنت
۲.۸۲۸۴۳	۱۱.۰۰۰۰	۲	قدرت
۱.۴۱۴۲۱	۱۳.۰۰۰۰	۲	همنوایی
۳.۰۵۹۵۹	۸.۱۱۱۱	۹	سایر
۸.۸۴۳۲۳	۱۴.۱۸۶۰	۴۳	مجموع

جدول شماره (۱۸): آزمون anova کارتون دکتر استرنج

anova آزمون		
sig	f آماره	ارزش‌ها
.۱۷۸	۱.۵۴۷	

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان دکتر استرنج متفاوت نیستند.

جدول شماره (۱۹): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون دکتر استرنج

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۱	۲٪	۱۶	۲٪
		امنیت	۷	۱۶٪	۸۸	۱۵٪
۰۶	دکتر استرنج	انگیزش	۰	۰٪	۰	۰٪
		پیشرفت	۲	۴٪	۲۷	۴٪
		جهان‌گرایی	۱۲	۳۰٪	۲۱۷	۳۶٪



خیرخواهی	۶	۱۴٪	۱۲۴	۲۰٪
سنت	۲	۴٪	۱۷	۳٪
قدرت	۲	۵٪	۲۲	۴٪
لذت‌طلبی	۰	۰٪	۰	۰٪
همنوایی	۲	۵٪	۲۶	۴٪
سایر	۹	۲۰٪	۷۳	۱۲٪

با توجه به ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در کارتون دکتر استرنج از مجموع ۴۳ فراوانی شناسایی شده، ارزش جهان‌گرایی با ۱۲ فراوانی، برابر با (۳۰٪) برجسته شده است، هم‌چنین در این کارتون ارزش جهان‌گرایی با زمان ۲۱۷ ثانیه برابر با ۳۶٪ برجسته شده است.

#### کارتون جوجه کوچولو

از مجموع ۳۲ ارزش مورد مطالعه، ارزش «امنیت» با ۱۱ مورد برابر با ۳۴٪، ارزش فرهنگی - اجتماعی برجسته شده در کارتون «جوجه کوچولو» را شکل می‌دهد و ارزش «خیرخواهی» با ۷ مورد، برابر با ۲۲٪ در مرتبه بعدی برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در این کارتون قرار گرفته است. ارزش‌های «جهان‌گرایی»، «استقلال» نیز هر کدام با ۴ فراوانی مطابق با ۱۳٪ در یک سطح ارزیابی گردیدند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در جوجه کوچولو:

از مجموع ۶۱۵ ثانیه ارزش‌های شناسایی شده، ارزش «امنیت» با ۲۲۵ ثانیه برابر با ۳۷٪، دارای برجسته‌ترین سهم زمانی ارزش فرهنگی - اجتماعی می‌باشد. ارزش «خیرخواهی» با ۱۰۸ ثانیه مطابق با ۱۷٪ و ارزش‌های «استقلال» و «جهان‌گرایی» هر کدام با ۱۴٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

جدول شماره (۲۰): آمار توصیفی کارتون جوجه کوچولو

انحراف معیار	میانگین	تعداد		
۹۰۳۶۹۶	۲۱۵۰۰۰	۴	استقلال	
۹۹۲۳۳۴	۲۰۴۵۴۵	۱۱	امنیت	
.	۱۲۰۰۰۰	۱	انگیزش	
.	۱۵۰۰۰۰	۱	پیشرفت	
۱۴۹۹۷۲۲	۲۱۲۵۰۰	۴	جهان‌گرایی	ارزش‌ها
۶۸۰۳۳۶	۱۵۴۲۸۶	۷	خیرخواهی	
.	۸۰۰۰۰۰	۱	قدرت	
.	۴۱۰۰۰۰	۱	همنوایی	
۱۰۶۰۶۶۰	۱۷۵۰۰۰	۲	سایر	
۱۰۰۴۰۹۹	۱۹۲۱۸۸	۳۲	مجموع	

**جدول شماره (۲۱): آزمون anova کارتون جوجه کوچولو**

anova آزمون		
ارزش‌ها	f آماره	sig
	۱.۰۴۱	.۴۳۵

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از  $0/05$  است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان جوجه کوچولو متفاوت نیستند.

**جدول شماره (۲۲): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون جوجه کوچولو**

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۴	۱۳٪	۸۶	۱۴٪
		امنیت	۱۱	۳۴٪	۲۲۵	۳۷٪
		انگیزش	۱	۳٪	۱۲	۲٪
		پیشرفت	۱	۳٪	۱۵	۲٪
		جهان‌گرایی	۴	۱۳٪	۸۹	۱۴٪
۰۷	جوجه کوچولو	خبرخواهی	۷	۲۲٪	۱۰۸	۱۷٪
		سنت	۰	۰٪	۰	۰٪
		قدرت	۱	۳٪	۸	۱٪
		لذت‌طلبی	۰	۰٪	۰	۰٪
		همنوایی	۱	۳٪	۴۱	۷٪
		سایر	۲	۶٪	۳۵	۶٪

باتوجه به جدول تطبیقی شماره (۲۲)، ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون جوجه کوچولو از مجموع ۳۲ فراوانی شناسایی شده، ارزش امنیت با سطح فراوانی ۱۱ مورد (۳۱٪) با زمان ۲۲۵ ثانیه با سهم زمانی ۳۷٪ در این کارتون برجسته شده است.

**کارتون آلوشا**

از مجموع ۳۰ فراوانی شناسایی شده، ارزش «سنت» با ۱۰ مورد، مطابق با ۳۳٪، دارای بیشترین ارزش فرهنگی-اجتماعی برجسته شده در این کارتون را نشان می‌دهد و ارزش «خبرخواهی» با ۶ مورد (۲۰٪) و «جهان‌گرایی» با ۵ مورد (۱۷٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در آلوشا:

از مجموع ۵۰۲ ثانیه شناسایی‌شده، ارزش «سنت» با ۱۳۰ ثانیه مطابق با ۲۶٪، دارای برجسته‌ترین سهم زمانی ارزش فرهنگی-اجتماعی می‌باشد. ارزش «جهان‌گرایی» با ۲۲٪، ارزش «خیرخواهی» با ۲۱٪ و ارزش «قدرت» با ۱۷٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی قرار دارند.

جدول شماره (۲۳): آمار توصیفی کارت‌های آلوشا

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ارزش‌ها
۷۰۷۱۰۷	۱۶۰۰۰۰	۲	استقلال
۳۰۵۳۵۳	۱۲۰۰۰۰	۲	امنیت
۹۰۵۵۱۰	۲۲۰۰۰۰	۵	جهان‌گرایی
۱۰۰۱۹۱۵۰	۱۷۰۰۰۰	۶	خیرخواهی
۴۰۱۸۹۹۴	۱۲۰۰۰۰	۱۰	سنت
۷۰۸۹۸۷	۲۱۰۰۰۰	۴	قدرت
-	۱۰۰۰۰۰	۱	سایر
۸۰۱۱۲۰	۱۶۰۰۰۰	۳۰	مجموع

جدول شماره (۲۴): آزمون anova کارت‌های آلوشا

anova آزمون		ارزش‌ها
sig	f آماره	
.۱۶۹	۱۰۶۹۰	

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان الوشا متفاوت نیستند.

جدول شماره (۲۵): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارت‌های آلوشا

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۲	۷٪	۳۳	۷٪
		امنیت	۲	۷٪	۲۵	۵٪
		انگیزش	۰	۰٪	۰	۰٪
		پیشرفت	۰	۰٪	۰	۰٪
		جهان‌گرایی	۵	۱۷٪	۱۱۲	۲۲٪
۰۸	آلوشا	خیرخواهی	۶	۲۰٪	۱۰۶	۲۱٪
		سنت	۱۰	۳۳٪	۱۳۰	۲۶٪
		قدرت	۴	۱۳٪	۸۶	۱۷٪
		لذت‌طلبی	۰	۰٪	۰	۰٪
		همنوایی	۰	۰٪	۰	۰٪
		سایر	۱	۳٪	۱۰	۲٪

با توجه به تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون آلوشا از مجموع ۳۰ فراوانی شناسایی شده، ارزش «سنت» با ۱۱ مورد فراوانی برابر با (۳۶٪) و با سهم زمانی ۱۳۰ ثانیه برابر با ۲۶٪ برجسته شده است.

### کارتون عصر یخبندان

از مجموع ۱۷ فراوانی شناسایی شده، ارزش «خیرخواهی» با ۶ مورد مطابق با ۳۵٪ دارای بیشترین ارزش فرهنگی-اجتماعی برجسته شده در این کارتون است و ارزش‌های «جهان‌گرایی» و «انگیزش» هر کدام با ۳ فراوانی مطابق با ۱۸٪ و ارزش «امنیت» نیز با ۳ فراوانی و ۱۷٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در عصر یخبندان:

از مجموع ۳۰۶ ثانیه ارزش‌های شناسایی شده، ارزش «خیرخواهی» با ۱۰۱ ثانیه برابر با ۳۶٪ دارای برجسته‌ترین سهم زمانی ارزش فرهنگی-اجتماعی می‌باشد. ارزش‌های «انگیزش» با ۲۸٪ و «امنیت» با ۱۶٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

جدول شماره (۲۶): آمار توصیفی کارتون عصر یخبندان ۱

انحراف معیار	میانگین	تعداد	
-	۸.۰۰۰۰	۱	استقلال
۴.۳۵۸۹۰	۱۶.۰۰۰۰	۳	امنیت
۱۶.۸۰۲۷۸	۲۷.۳۳۳۳	۳	ارزش‌ها انگیزش
۶.۲۴۵۰۰	۱۷.۰۰۰۰	۳	جهان‌گرایی
۹.۷۴۵۰۸	۱۶.۸۳۳۳	۶	خیرخواهی
-	۱۶.۰۰۰۰	۱	سنت
۹.۸۲۳۴۴	۱۸.۰۰۰۰	۱۷	مجموع

جدول شماره (۲۷): آزمون anova کارتون عصر یخبندان ۱

anova آزمون	
sig	f آماره
۰.۰۰۹	۰.۷۴۰

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان عصر یخبندان متفاوت نیستند.

جدول شماره (۲۸): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون عصر یخبندان ۱

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۱	٪۶	۸	٪۳
		امنیت	۳	٪۱۷	۴۸	٪۱۶
		انگیزش	۳	٪۱۸	۸۲	٪۲۸
		پیشرفت	۰	٪۰	۰	٪۰
		جهان‌گرایی	۳	٪۱۸	۵۱	٪۱۲
۰۹	عصر یخبندان ۱	خیرخواهی	۶	٪۳۵	۱۰۱	٪۳۶
		سنت	۱	٪۶	۱۶	٪۵
		قدرت	۰	٪۰	۰	٪۰
		لذت‌طلبی	۰	٪۰	۰	٪۰
		همنوایی	۰	٪۰	۰	٪۰
		سایر	۰	٪۰	۰	٪۰

با توجه به ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون عصر یخبندان ۱ از مجموع ۱۷ فراوانی با زمان ۳۰۶ ثانیه شناسایی شده، ارزش «خیرخواهی» با ۶ مورد سطح فراوانی برابر با (۳۵٪) و ۱۰۱ ثانیه مطابق با ۳۶٪ سهم زمان اختصاص یافته به ارزش مورد نظر در کارتون برجسته شده است.

#### کارتون من شرور ۲:

از مجموع ۲۷ فراوانی شناسایی شده، ارزش «استقلال» با ۵ مورد برابر با ۱۸٪، دارای بیشترین سطح ارزش فرهنگی-اجتماعی برجسته شده در این کارتون است. ارزش‌های «امنیت، جهان‌گرایی، خیرخواهی و قدرت» هر کدام با ۴ مورد برابر با ۱۵٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در من شرور:

از مجموع ۵۶۰ ثانیه ارزش‌های شناسایی شده، ارزش‌های «استقلال» و «قدرت» هر کدام با ۱۵٪، دارای برجسته‌ترین سهم زمانی ارزش فرهنگی-اجتماعی می‌باشند. ارزش‌های «جهان‌گرایی» با ۱۴٪ و «امنیت» با ۱۳٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

جدول شماره (۲۹): آمار توصیفی کارتون من شرور ۲

انحراف معیار	میانگین	تعداد	
۳.۹۶۲۳۲	۱۷.۲۰۰۰	۵	استقلال
۸.۴۲۱۲۰	۱۸.۲۵۰۰	۴	امنیت
۲۰.۵۰۶۱۰	۳۲.۵۰۰۰	۲	انگیزش
۳.۵۳۵۵۳	۲۱.۵۰۰۰	۲	پیشرفت
۸.۶۵۵۴۴	۱۹.۷۵۰۰	۴	جهان‌گرایی
۳.۵۰۰۰۰	۱۵.۷۵۰۰	۴	خیرخواهی
۱۰.۰۴۵۷۳	۲۰.۷۵۰۰	۴	قدرت
.	۴۲.۰۰۰۰	۱	لذت‌طلبی
.	۲۵.۰۰۰۰	۱	سایر
۹.۲۲۲۹۴	۲۰.۷۰۳۷	۲۷	مجموع

جدول شماره (۳۰): آزمون anova کارتون من شرور ۲

anova آزمون		
sig	f آماره	ارزش‌ها
.۱۷۷	۱.۶۶۰	

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از  $0/05$  است، یعنی ارزش‌ها بر اساس زمان به کار رفته در داستان من شرور متفاوت نیستند.

جدول شماره (۳۱): تحلیل تطبیقی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتون من شرور ۲

کد	نام انیمیشن	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	زمان اختصاص یافته	درصد زمان اختصاص یافته
		استقلال	۵	٪۱۸	۸۶	٪۱۵
		امنیت	۴	٪۱۵	۷۳	٪۱۳
		انگیزش	۲	٪۷	۶۳	٪۱۱
		پیشرفت	۲	٪۷	۴۳	٪۸
		جهان‌گرایی	۴	٪۱۵	۸۰	٪۱۴
۱۰	من شرور ۲	خیرخواهی	۴	٪۱۵	۶۳	٪۱۱
		سنت	۰	٪۰	۰	٪۰
		قدرت	۴	٪۱۵	۸۳	٪۱۵
		لذت‌طلبی	۱	٪۴	۴۲	٪۸
		هم‌نوازی	۰	٪۰	۰	٪۰
		سایر	۱	٪۴	۲۵	٪۵

با توجه به تطبیق ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در کارتون «من شرور ۲» از مجموع ۲۷ فراوانی شناسایی شده، ارزش استقلال با ۵ سطح فراوانی برابر با ۱۵٪ و با ۸۶ ثانیه زمان نمایش در آمده برابر با ۱۵٪ بیشترین سهم برجسته‌سازی را در بین دیگر ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی دارد.

- بررسی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتونه‌های خارجی برحسب قاره‌ای:

از مجموع ۲۱۲ فراوانی شناسایی شده در نمونه‌های آماری کارتونه‌های آمریکایی، «ارزش خیرخواهی» با ۴۲ فراوانی برابر با ۲۰٪ به عنوان بیشترین ارزش برجسته شده است و ارزش جهان‌گرایی با ۳۹ فراوانی برابر با ۱۸٪ و ارزش امنیت با ۳۲ فراوانی برابر با ۱۵٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های برجسته شده در کارتونه‌های آمریکایی قرار دارند. این در حالی است که ارزش «قدرت» با ۲۰ فراوانی و «سایر ارزش‌ها» با ۱۹ فراوانی برابر با ۹٪ ارزش‌های مطرح شده در کارتونه‌های آمریکایی را شکل می‌دهند. از مجموع ۴۱۴۶ ثانیه ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی شناسایی شده در کارتونه‌های آمریکایی، «ارزش خیرخواهی» با ۹۴۶ ثانیه برابر با ۲۳٪ برجسته‌ترین ارزش به نمایش در آمده در کارتونه‌های آمریکایی است. ارزش جهان‌گرایی با ۷۴۲ ثانیه (۱۸٪)، ارزش امنیت با ۵۸۸ ثانیه (۱۴٪)، ارزش «استقلال» با ۳۴۱ ثانیه و ارزش «قدرت» با ۳۴۳ ثانیه برابر با (۸٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های برجسته قرار دارند. از مجموع ۵۳ فراوانی شناسایی شده در نمونه‌های آماری کارتونه‌های اروپایی، ارزش «خیرخواهی» و ارزش «سنت» هر کدام با ۱۵ فراوانی برابر با ۲۸٪، بیشترین فراوانی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی برجسته شده هستند. ارزش جهان‌گرایی با ۷ فراوانی برابر با ۱۳٪ و ارزش‌های «سایر ارزش‌ها» با ۴ فراوانی برابر با ۸٪ و «استقلال» نیز با ۴ فراوانی برابر با ۷٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های برجسته شده قرار دارند. هم‌چنین سهم زمان اختصاص یافته ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در کارتونه‌های اروپایی از مجموع ۸۷۱ ثانیه ارزش‌های فرهنگی اجتماعی شناسایی شده، ارزش خیرخواهی با ۲۳۴ ثانیه برابر با ۲۷٪ برجسته‌ترین ارزش به نمایش در آمده در کارتونه‌های اروپایی را شکل می‌دهد. ارزش «سنت» با ۱۶۹ ثانیه برابر با ۱۹٪، ارزش «جهان‌گرایی» با ۱۵۳ ثانیه با ۱۸٪ در مرتبه بعدی ارزش‌های برجسته شده قرار دارند. از مجموع ۲۸ فراوانی شناسایی شده در نمونه‌های آماری کارتونه‌های آسیایی را نشان می‌دهد، ارزش جهان‌گرایی، با ۷ مورد برابر با (۲۵٪) جزء ارزش‌های برجسته شده می‌باشد. ارزش «امنیت» و «خیرخواهی» هر کدام با ۶ فراوانی برابر با (۲۱٪) و ارزش لذت-طلبی با ۳ فراوانی برابر با (۱۱٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های برجسته قرار دارند. در بررسی سهم زمان‌های اختصاص یافته هر کدام از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در کارتونه‌های آسیایی از مجموع ۴۶۷ ثانیه ارزش‌های شناسایی شده است، ارزش جهان‌گرایی با ۱۴۹ ثانیه برابر با (۳۲٪)، بیشترین سهم برجسته را در کارتونه‌های آسیایی دارد. ارزش «امنیت» با ۱۰۰ ثانیه برابر با (۲۱٪)، ارزش «خیرخواهی» با ۸۲ ثانیه برابر با (۱۷٪) در مرتبه بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی برجسته شده قرار دارند.

- بررسی ارزش‌ها به تفکیک قاره‌ها:

جدول شماره (۳۲): آمار توصیفی ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون‌ها به تفکیک قاره‌ها

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ارزش‌ها
۲.۵۷۴۵۵	۵.۰۳۵۷	۲۸	آسیا
۲.۴۱۳۶۴	۶.۲۰۳۷	۵۳	اروپا
۲.۸۱۰۷۶	۵.۳۵۶۸	۲۱۲	آمریکا
۲.۷۳۵۲۹	۵.۴۸۱۴	۲۹۳	مجموع

جدول شماره (۳۳): آزمون anova ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون‌ها به تفکیک قاره‌ها

anova آزمون	
ارزش‌ها	f آماره
ارزش‌ها	۲.۵۰۱
sig	.۰۸۴

با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از  $0/05$  است، یعنی ارزش‌های به کار رفته در کارتون‌ها در قاره‌ها متفاوت نیست.

جدول شماره (۳۴): کل فراوانی و زمان اختصاص یافته ارزش‌های فرهنگی اجتماعی کارتون‌های خارجی بر حسب قاره

ارزش‌ها	آمریکا		اروپا		آسیا		جمع کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
استقلال	۱۷	٪۸	۴	٪۷	۲	٪۷	۲۳	٪۹
امنیت	۳۲	٪۱۵	۳	٪۶	۶	٪۲۱	۴۱	٪۲۱
انگیزش	۱۰	٪۵	۰	٪۰	۰	٪۰	۱۰	٪۵
پیشرفت	۱۳	٪۶	۰	٪۰	۱	٪۳	۱۴	٪۷
جهان‌گرایی	۳۹	٪۱۸	۷	٪۱۸	۷	٪۲۵	۱۴	٪۲۲
خیرخواهی	۴۲	٪۲۰	۱۵	٪۲۸	۶	٪۲۱	۶۳	٪۲۱
سنت	۱۵	٪۷	۱۵	٪۲۸	۱	٪۴	۳۰	٪۱۰
قدرت	۲۰	٪۹	۳	٪۶	۱	٪۴	۲۴	٪۸
لذت‌طلبی	۳	٪۲	۱	٪۲	۳	٪۱۱	۸	٪۳
همنوایی	۳	٪۱	۱	٪۲	۱	٪۴	۵	٪۲
سایر ارزش‌ها	۱۹	٪۹	۴	٪۸	۰	٪۰	۲۳	٪۸
جمع	۲۱۲	٪۱۰۰	۵۳	٪۱۰۰	۲۸	٪۱۰۰	۲۹۳	٪۱۰۰

در نتیجه، در بررسی و مطالعه ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی کارتون‌های خارجی که از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ از برنامه «تماشاخانه» پخش شد، از مجموع کل ۲۹۳ سطح و درصد فراوانی، ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی در کارتون‌های خارجی، ارزش «خیرخواهی» با ۶۳ مورد برابر با ۲۱٪ به



عنوان برجسته‌ترین ارزش فرهنگی - اجتماعی در کارتونه‌های خارجی، مورد مشاهده قرار گرفت. ارزش «جهان‌گرایی» با فراوانی برابر با ۱۸٪، ارزش «امنیت» با ۴۱ فراوانی برابر با ۱۴٪، ارزش «سنت» با ۳۰ فراوانی برابر با ۱۱٪، ارزش «قدرت» با ۲۴ فراوانی، «سایر ارزش‌ها» و «استقلال» با ۲۳ فراوانی هرکدام برابر با ۸٪، «پیشرفت» با ۲۳ فراوانی برابر با ۵٪، انگیزش با ۱۰ فراوانی برابر با ۳٪، لذت‌طلبی با ۷ فراوانی و هم‌نوايي با ۵ فراوانی هرکدام برابر با ۲٪ در مرتبه‌های بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی قرار دارند.

بر اساس مطالعه سهم زمان‌های اختصاص یافته به ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در نمونه‌های آماری کارتونه‌های خارجی، از مجموع کل ۵۴۸۴ ثانیه مورد مشاهده، ارزش «خیرخواهی» با ۱۲۶۲ ثانیه برابر ۲۳٪ به عنوان برجسته‌ترین ارزش فرهنگی - اجتماعی، شناسایی شده است. ارزش «جهان‌گرایی» با ۱۰۴۴ ثانیه برابر با ۱۹٪، ارزش امنیت با ۷۲۵ ثانیه برابر با ۱۳٪، ارزش «استقلال» با ۴۴۶ ثانیه، ارزش «قدرت» با ۴۴۳ ثانیه و ارزش «سنت» با ۴۱۶ ثانیه برابر با ۸٪، «سایر ارزش‌ها» با ۳۰۷ ثانیه برابر با ۶٪، ارزش «پیشرفت» با ۲۹۸ ثانیه و «انگیزش» با ۲۵۳ ثانیه برابر با ۵٪، «لذت‌طلبی» با ۱۹۱ ثانیه برابر با ۳٪ و «هم‌نوايي» با ۹۹ ثانیه برابر با ۲٪ در مرتبه‌های بعدی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی قرار دارند.

#### بررسی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتونه‌های خارجی برحسب نوع نشانه‌ها

از مجموع ۲۹۳ فراوانی با احتساب ۵۴۸۴ ثانیه نشانه‌های شناسایی شده، ۱۳۶ فراوانی معادل ۴۷٪ با زمان اختصاص یافته ۲۵۰۷ ثانیه برابر با ۴۶٪ با نشانه دال، ۱۴۳ فراوانی معادل ۴۹٪ با زمان اختصاص یافته ۲۷۲۷ ثانیه برابر با ۵۰٪ با نشانه نماد، ۱۰ فراوانی معادل ۳٪ با زمان اختصاص یافته ۲۲۰ ثانیه برابر با ۴٪ با نشانه شمایی و ۴ فراوانی معادل ۱٪ با زمان اختصاص یافته ۳۳ ثانیه برابر با صفر درصد با نشانه نمایه برجسته‌سازی شده است را به نمایش می‌گذارد.

جدول شماره (۳۵): سطح و درصد فراوانی نشانه‌ها در کارتونه‌های خارجی

ردیف	قاره	دال	نماد	شمایی	نمایه
۱	آمریکا	۱۰۲	۹۸	۱۹۷۱	۲۴
۲	آسیا	۱۲	۱۴	۲۲۶	۹
۳	اروپا	۲۲	۳۱	۵۲۷	۰
۴	جمع	۱۳۶	۱۴۳	۲۷۲۴	۳۳

- بررسی نوع نشانه‌ها در کارتونه‌های خارجی بر حسب قاره‌ها:

از مجموع ۲۹۳ فراوانی مشاهده شده، نوع نشانه دال ۱۰۲ مورد برابر با ۴۸٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۱۹۴۷ ثانیه برابر با ۴۷٪ را به خود اختصاص می‌دهد. نوع نشانه نماد ۹۸ مورد برابر با

۴۶٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۱۹۷۱ ثانیه برابر با ۴۸٪ را به خود اختصاص می‌دهد. نوع نشانه شمایی ۹ مورد برابر با ۴٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۲۰۰ ثانیه برابر با ۵٪ را شامل می‌شود و نوع نشانه نمایه‌ای ۳ مورد برابر با ۱٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۲۴ ثانیه برابر با ۱٪ را نیز شامل می‌شود. از مجموع ۲۹۳ فراوانی مشاهده شده، نوع نشانه دال ۲۲ مورد برابر با ۴۲٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۳۴۸ ثانیه برابر با ۴۰٪ را به خود اختصاص می‌دهد. نوع نشانه نماد ۳۱ مورد برابر با ۵۸٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۵۲۷ ثانیه برابر با ۶۰٪ را شامل می‌شود. نوع نشانه شمایی و نمایه‌ای نیز صفر است. از مجموع ۲۹۳ فراوانی مشاهده شده، نوع نشانه دال ۱۲ مورد برابر با ۴۲٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۲۱۲ ثانیه برابر با ۴۶٪ را به خود اختصاص می‌دهد. نوع نشانه نماد ۱۴ مورد برابر با ۵۰٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۲۲۶ ثانیه برابر با ۴۸٪ را به خود اختصاص می‌دهد. نوع نشانه شمایی ۱ مورد برابر با ۳٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۲۰ ثانیه برابر با ۴٪ را شامل می‌شود و نوع نشانه نمایه‌ای ۱ مورد برابر با ۴٪ است که زمان اختصاص یافته به این نشانه ۹ ثانیه برابر با ۲٪ را نیز شامل می‌شود.

- بررسی نشانه‌ها به تفکیک قاره‌ها:

جدول شماره (۳۶): آمار توصیفی نشانه‌ها به تفکیک قاره‌ها

انحراف معیار	میانگین	تعداد		
۰.۵۷۲۷۵	۱.۵۷۱۴	۲۸	آسیا	نشانه‌ها
۰.۴۹۵۹۷	۱.۵۹۲۶	۵۳	اروپا	
۰.۶۲۱۸۲	۱.۵۷۷۵	۲۱۲	آمریکا	
۰.۵۹۴۴۱	۱.۵۷۹۷	۲۹۳	مجموع	

جدول شماره (۳۷): آزمون anova نشانه‌ها به تفکیک قاره‌ها

آزمون anova		
sig	آماره f	نشانه‌ها
۰.۹۸۳	۰.۱۷	

نشانه‌ها: با توجه به جدول anova مقدار sig بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی نشانه‌های به کار رفته در کارتون‌ها در قاره‌ها متفاوت نیست.

### نتیجه‌گیری و بحث

در پاسخ به سوالات پژوهش، با توجه به بررسی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی کارتون‌های خارجی که از شبکه ۵ سیما طی سال‌های ۹۳-۱۳۸۴ پخش شد، می‌توان نتیجه گرفته که ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی در آن‌ها به ترتیب ذیل برجسته شده‌اند.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش خیرخواهی» با فراوانی برابر با ۶۳٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش جهان‌گرایی» با فراوانی برابر با ۵۲٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش امنیت» با فراوانی برابر با ۴۱٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش سنت» با فراوانی برابر با ۳۰٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی، «ارزش قدرت» با فراوانی برابر با ۲۴٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «سایر ارزش‌ها» با فراوانی برابر با ۸٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی، «ارزش استقلال» با فراوانی برابر با ۲۳٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش پیشرفت» با فراوانی برابر با ۱۴٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش انگیزش» با فراوانی برابر با ۱۰٪ برجسته شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش لذت‌طلبی» با فراوانی برابر با ۷٪ برجسته‌ترین شده است.

- از مجموع ۲۹۳ فراوانی ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده شده در نمونه‌های آماری کارتون‌های خارجی «ارزش همنوایی» با فراوانی برابر با ۵٪ برجسته شده است.

در کارتون‌های خارجی توجه به ارزش خیرخواهی در راس ارزش‌ها قرار دارد. طبق ارزش‌های انگیزشی شوارتز ارزش خیرخواهی به موضوعاتی چون، یک زندگی روحانی (تاکید بر معنویات)، معنی‌دار بودن زندگی (هدف داشتن در زندگی)، عشق کامل و بلوغ یافته (صمیمیت عمیق معنوی)، دوستی حقیقی (دوستان حامی

و صمیمی)، وفادار (وفادار به دوستان و گروه خود) صادق (بی‌ریا، بی‌غل و غش)، یاری‌دهنده (برای آسایش دیگران کار کردن)، مسئول (قابل اعتماد و قابل اتکا) و با گذشت (آماده برای بخشیدن دیگران) قرار دارد. با توجه به حاکمیت ارزشی اسلامی، دینی و فرهنگی بر جامعه ایران تحت تاثیر انقلاب اسلامی، مدیران دستگاه رسانه‌ای طبق رسالت سازمانی تلاش داشتند در تهیه و پخش کارتون‌های خارجی برای کودکان و نوجوانان ایرانی پیام‌های ارزشی کارتونها متناسب با ارزش‌های پذیرفته شده جامعه ایرانی باشد.

### منابع

- آرون، ر. (۱۳۸۲). *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*. ترجمه: ب. پرهام. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- احمدی، ب. (۱۳۸۴). *از نشانه‌های تصویری تا متن، به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری*. تهران: نشر مرکز.
- امه دور. (۱۳۷۴). *تلویزیون و کودکان، رسانه‌ای خاص برای مخاطبان خاص*. ترجمه: ع. رستمی. تهران: انتشارات سروش.
- اینگلهارت، ر. (۱۳۷۳). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. ترجمه: م. وتر. تهران: نشر کویر.
- اینگلهارت، ر.؛ و دیگری. (۱۳۷۸). *امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی*. ترجمه: ش. شفیع‌خانی. *نامه پژوهش*. شماره‌های ۱۴ و ۱۵. بایبی، ع. (۱۳۷۲). *ارتباط ارزش‌های انسانی*. تهران: انتشارات دستان.
- بارت، ر. (۱۳۷۰). *عناصر نشانه‌شناسی*. ترجمه: م. محمدی. تهران: انتشارات بین‌المللی ال‌هدی.
- باهنو، ن. (۱۳۹۰). *دین، رسانه و کودک*. تهران: انتشارات سروش. چاپ اول.
- بشردوست، ف. (۱۳۷۸). *انیمیشن برای کودکان*. پایان‌نامه.
- پستمن، ن. (۱۳۸۷). *نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی*. ترجمه: ص. طباطبایی. تهران: انتشارات اطلاعات. چاپ دوم.
- پورنوروز، م. (۱۳۸۷). *بررسی ساختاری و محتوایی کارتون خارجی کوتلاسی*. واحد تحلیل محتوا و کارشناسی. مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- چندلر، د. (۱۳۸۷). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه: م. پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر. چاپ اول.
- چندلر، د. (۱۹۵۲). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه: م. پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر. چاپ سوم.
- خرازیان، ل. (۱۳۷۷). *سینمای انیمیشن برای تفکر*. پایان‌نامه.
- دور، ا. (۱۳۷۴). *تلویزیون و کودکان؛ رسانه‌ای خاص برای مخاطبان خاص*. ترجمه: ع. رستمی. تهران: انتشارات سروش.
- رزاقی، ا. (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات اجتماعی*. تهران: انتشارات پیکان.
- رشیدپور، ا. (۱۳۵۲). *آئینه‌های جیبی آقای مک لوهان*. تهران: انتشارات سروش.
- رفیع‌پور، ف. (۱۳۷۸). *وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌ها*. تهران: نشر کتاب فردا.
- ساروخانی، ب. (۱۳۷۲). *جامعه‌شناسی ارتباطات*. تهران: انتشارات اطلاعات.
- سورین، و؛ و دیگری. (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباط جمعی*. ترجمه: ع. ر. دهقان. تهران: نشر دانشگاه تهران. چاپ اول.
- شرام، و؛ و دیگران. (۱۳۷۷). *تلویزیون در زندگی کودکان*. ترجمه: م. حقیقت‌کاشانی. تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما.
- شیلر، ه. (۱۳۷۷). *وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری آمریکا*. ترجمه: ا. میرعابدینی. تهران: انتشارات سروش.
- صفری، م. (۱۳۸۰). *الگوی مناسب جهت رشد انیمیشن در ایران*. پایان‌نامه.
- ضمیران، م. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر*. تهران: نشر قسه.

- غفوری، ف؛ و دیگری. (۱۳۸۲). **تحلیل محتوای کارتون دی جی مون از نظر خشونت**. گروه تحلیل محتوای مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- فتوحی، م. (۱۳۹۰). **نشانه‌شناسی رولان بارت و تاثیر آن بر مطالعات فرهنگی**. تهران: نشر خانه کتاب. چاپ اول.
- قربانی دشتکی، ز. (۱۳۹۱). **بررسی ساختار انیمیشن‌های بدون مجوز سینمایی از نظر مضامین فرهنگی**. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- کوئن، و. (۱۳۸۶). **درک تئوری رسانه**. ترجمه: ر، قاسمیان. تهران: نشر ساقی.
- کوبن، و. (۱۳۹۲). **فهم نظریه رسانه**. ترجمه: ا، شاه قاسمی و دیگری. تهران: انتشارات قدیانی. چاپ اول.
- گوتتر، ب. (۱۳۸۴). **روش‌های تحقیق رسانه‌ای**. ترجمه: م، نیکو. تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما. چاپ اول.
- لازار، ژ. (۱۳۸۵). **افکار عمومی**. ترجمه: م، کتبی. تهران: نشر نی.
- متز، ک. (۱۳۷۶). **نشانه‌شناسی سینما**. ترجمه: ر، صافاران. تهران: کانون فرهنگی، علمی و هنری اینترگران.
- محبی، ع، ر. (۱۳۸۹). **بررسی نمادها و نمادهای تهاجم فرهنگی در برنامه کودک و نوجوان**. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده صدا و سیما قم.
- معتدنازاد، ک. (۱۳۷۱). **مطالعات انتقادی در ارتباطات جمعی**. فصلنامه رسانه. شماره ۹.
- مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۲). **درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی**. ترجمه: پرویز اجلالی. تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- موسوی، س، ن. (۱۳۹۰). **چگونگی بیان آموزه‌های اخلاقی در انیمیشن**. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده صدا و سیما قم.
- مهدی‌زاده، س. م. (۱۳۹۲). **نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی**. تهران: نشر همشهری. چاپ سوم.
- نجات‌بخش، ر. (۱۳۹۲). **نشانه‌شناسی کارتون شرک**. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- نقیب‌السادات، س، ر. (۱۳۹۱). **روش‌های تحقیق در ارتباطات**. تهران: نشر علم. چاپ اول.
- هرمز، م. (۱۳۸۸). **مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی**. تهران: نشر فاران. چاپ دوم.
- Holton, O. (1993). **Mernisi, Islam and Democracy**. London: virago.
- Homer, P.M. & etal. A Structural Equation test of the Value-Attitude-Behavior Hierarchy. **Personality Processes and Individual Differences**. No. 54, P.p: 638-646.
- Ludwig, L. & etal. (2005). Library as place: results of a delphi study. **Journal of the Medical Library Association**. 93(3), P.p: 315-327.
- National Study. **Journal of Cross-Culture Psychology**. Vol. 31, No.4, P.p: 465-497.
- Qvortrup, J. (1994). **Childhood matters an introduction**. Aldershot: avebury.
- Qvortrup, J. (2005). **Varieties of childhood**. Studies in Modern Childhood: Society, Agency, Culture, And New York, NY: Palgrave.
- Qvortrup, J. (2007). **Editorial: A reminder Childhood**. P.p:14-395.
- Rokeach, M. (1973). **The Nature of Human Values**. New York. Free Press.
- Schwartz, S.H. (1994). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. **Applied Psychology**. An International Review. Vol, 48, P.p: 23-47.
- Schwartz, S.H. & etal. (1995). Identifying cultural- specifics in the content and strcture of values. **Journal of cross - cultural psychology**. Vol. 26, No. 1.
- Schwartz, S.H. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical tests in 20 Countries. **Advances in Experimental Social Psychology**. No. 23, P.p: 1-65.