

Religion & Communication, Vol.26, No.1, (Serial 55), Spring & Summer 2019

**An Analysis of the Relation between One's  
Worldview and Sexual affairs and Chastity in the cinema;  
Case Study of Sausages Party Animation**

**Mohammad Majid Shahbazi\***  
**Mohammad Amin Behzadnasab\*\***  
**Mohammad Reza Borzooei\*\*\***

Received: 2018/05/10

Accepted: 2018/12/01

In today's information age our individual lives are combined with the media, hence one of the most attractive amusements is watching animations. In recent decades, 3D animations, due to their unique technical specifications, attractiveness, and offering suitable grounds for transmitting diverse contents, have appealed to a vast number of people at different age levels. What counts here is the efforts made to provide educational products side by side with entertainment. Meanwhile, some included immoral contents have threatened the society's norms of modesty. This research has extracted some messages from the 3D Sausage Party animation (2016) produced by Hollywood's Columbia Pictures and analyzed it with an educational approach and use of quality content analysis. The obtained concepts led to the development of a duality at three levels, namely worldview, beliefs, and behaviors. Finally, a model is presented that shows each worldview can create its own sexual beliefs and consequently its unique chaste behavior in sexual domains..

**Keywords:** Worldview, Sexual Matters, Chastity, Animation, Education, Sexual Training.

---

\* M.A. Student of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadeq University  
majid.shahbazi5770@yahoo.com

\*\* M.A. Student of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadeq University  
Behzad.ma263@gmail.com

\*\*\* Assistant Professor, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication. Imam Sadeq University  
borzooei@isu.ac.ir

## واکاوی نسبت جهان‌بینی با مسائل جنسی و عفاف در سینما؛ مطالعه موردی انیمیشن مهمانی سوسیس‌ها (۲۰۱۶)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۱۰

محمد‌مجید شهبازی\*

محمد‌امین بهزادنسب\*\*

محمد‌رضا برزویی\*\*\*

### چکیده

در عصر اطلاعاتی امروز که زندگی فردی با رسانه‌ها عجین شده، یکی از جذاب‌ترین و سرگرم‌کننده‌ترین تفریحات، تماشای تولیدات انیمیشنی است. در دهه‌های اخیر انیمیشن‌های سه‌بعدی، به سبب ویژگی‌های تکنیکی منحصر به فرد و جذابیت‌های ظاهری و همچنین فراهم آوردن بستری مناسب برای انتقال محتواهای متنوع، منجر شده است که این فرم (قالب) رسانه‌ای به سرعت طیف گسترده‌ای از کودکان، نوجوانان و حتی رده سنی بزرگسالان را به خود جذب نماید. آنچه در این میان حائز اهمیت است، اهتمام سازندگان انیمیشن، به جنبه‌های تربیتی و آموزشی در کنار ابعاد سرگرم‌کننده این نوع از رسانه است. از سوی دیگر، عجین شدن مضامین ناسالم و غیراخلاقی با این محتواها، و آموزش و انتقال آن‌ها به مخاطب، حوزه عفاف عمومی و اجتماعی را، با تهدیدهای جدی مواجه می‌کند. این پژوهش به دنبال آن است که برخی از پیام‌های موجود در انیمیشن سه‌بعدی مهمانی سوسیس‌ها، ساخت شرکت هالیوودی کلمبیا پیکچرز را استخراج نموده و محتوای موردنظر را با رویکرد تربیتی و استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، موردبررسی و واکاوی قرار دهد. در این روش مضامین موجود در این انیمیشن استخراج و مفاهیم مربوط به آن‌ها احصا شد؛ سپس مفاهیم به‌دست‌آمده، منجر به شکل‌گیری دوگانه‌ای در سه سطح «جهان‌بینی»، «باورها» و «رفتارها» شد. در پایان نیز مدلی ارائه گردید که نشان می‌دهد هر نوع جهان‌بینی، باورهای جنسی و به‌تبع، رفتار عقیفانه منحصر به خود را در حوزه مسائل جنسی تولید می‌کند.

**واژگان کلیدی:** جهان‌بینی، مسائل جنسی، عفاف، انیمیشن، تعلیم و تربیت، تربیت جنسی.

\* دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) (نویسنده مسئول)  
majid.shahbazi5770@yahoo.com

\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)  
Behzad.ma263@gmail.com

\*\*\* استادیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)  
borzooei@isu.ac.ir

## مقدمه

در دنیای امروز هر فردی در محیط کار زندگی خود بیش از پیش با انواع رسانه‌ها سروکار دارد و از آن‌ها اطلاعات کسب نموده و تأثیر می‌پذیرد (بیابان‌گرد، ۱۳۸۷، ص ۲۴).

در چنین عصری که زندگی فردی با رسانه‌ها عجین شده، یکی از جذاب‌ترین و سرگرم‌کننده‌ترین تفریحات، تماشای تولیدات انیمیشنی است. این نوع از رسانه، طیف عظیمی از مخاطبان را در رده سنی کودک و نوجوان و حتی بزرگسالان را به خود اختصاص داده است. چرا که همراه با پیشرفت تکنولوژی‌های رسانه‌ای، تحول شگرفی در عرصه جذابیت‌های بصری و تکنیکی و نیز موضوعات و مفاهیم قابل طرح، صورت پذیرفته است.

انیمیشن‌های سه‌بعدی در دهه‌های گذشته، به سبب جذابیت‌های ظاهری و همچنین فراهم آوردن بستری مناسب برای انتقال محتواهای متنوع، منجر شد تا این فرم (قالب) رسانه‌ای به سرعت در بین کودکان و نوجوانان محبوبیت و رواج یابد. با توجه به ویژگی‌های تکنیکی منحصربه‌فرد در انیمیشن، انتقال انواع محتواها با رویکردهای تربیتی و آموزشی و درعین‌حال سرگرم‌کننده برای کودکان، همواره مدنظر تولیدکنندگان برنامه‌های انیمیشنی قرار داشته است. از سویی دیگر، میزان بالای استفاده کودکان و نوجوانان نسل جدید و مصرف این‌گونه محصولات، اهمیت پرداختن به این حوزه و بررسی محتواهای ارائه‌شده آن را دوچندان می‌کند.

این پژوهش به دنبال آن است که برخی از پیام‌های موجود در انیمیشن سه‌بعدی مهمانی سوسیس‌ها (Sausage party (2016)، ساخت شرکت هالیوودی کلمبیا پیکچرز، را استخراج نموده و محتوای موردنظر را با رویکرد تربیتی تحلیل نماید. به‌طور دقیق‌تر برخی از مفاهیمی را که این انیمیشن انتقال می‌دهد، موردبررسی و واکاوی قرار می‌دهیم. پرداختن به این فیلم، از این جهت حائز اهمیت است که از یکسو دارای رده‌بندی سنی مخاطبین بزرگسال است اما درعین‌حال، در قالب انیمیشن که عمدتاً برای مخاطبین کودک و نوجوان مناسب است، تهیه شده است. به همین سبب مشاهده این فیلم برای کودکان آثاری بسیار سوء دارد که نیازمند آگاه بودن والدین از این آثار است. همچنین در بررسی‌هایی که انجام شد تا پیش از این در هیچ فیلم انیمیشنی تولید

هالیوود تا این حد صریح، به مسائل جنسی پرداخته نشده بود و از این حیث، این انیمیشن می‌تواند آغازگر یک جریان مضر در کنار زدن پرده‌های حیا و عفت عمومی در حوزه مسائل جنسی باشد که از همان سنین کم، کودک را با این مسائل و رفتارها آشنا می‌سازد. با این توضیح، پرسش اصلی این پژوهش این است که «آیا در این برنامه، ارتباطی بین جهان‌بینی از یک سو و حوزه عملی عفاف و مسائل جنسی از سویی دیگر، وجود دارد یا خیر؟».

### ادبیات پژوهش

رسانه‌های همگانی واسطه‌هایی به شمار می‌آیند که از طریق آن‌ها شیوه‌های متفاوت هنری و نمادین تعمیق و توسعه می‌یابند. این رسانه‌ها به‌طور کلی عقاید، باورها و ارزش‌های سازندگان برنامه‌های خود را در مورد مسائل گوناگون در لابه‌لای برنامه‌ها، گفتارها، خبرها و برنامه‌های تفریحی به‌طور آشکار و پنهان ارائه می‌دهند. امروزه رسانه‌ها به واسطه کشف و بکارگیری فناوری‌های جدید ارتباطی تا عمق جوامع نفوذ کرده و از تأثیر به سزا و تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به افکار عمومی برخوردار شده‌اند (عظیمی هاشمی، ۱۳۸۳، صص ۱۵۰ و ۱۵۱).

در نظر بسیاری از کارشناسان علوم ارتباطی، رسانه‌ها چهار کارکرد عمده دارند: ۱. کارکرد خبری یا اطلاع‌رسانی ۲. کارکرد ترویجی یا ارشادی ۳. کارکرد تفریحی و سرگرمی ۴. کارکرد آموزشی (سورین و تانکارد، ۱۹۷۹، صص ۴۵۳-۴۵۰). در پژوهش حاضر با توجه به اهمیت بعد آموزشی رسانه و تأثیرات بسزای آن بر افراد، کارکرد چهارم مورد تأکید قرار گرفته است.

آموزش فرآیندی فراگیر است که تداوم آن، تمامی حیات انسانی را دربرمی‌گیرد و از این‌رو برای آموزش نه زمانی معین وجود دارد و نه مکانی مشخص. «امروزه وسایل ارتباطات جمعی افزون بر نقش تکمیلی مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها، بدون هیچ محدودیت زمانی، مکانی، سنی و جنسی آموزش انسان‌ها در جامعه را بر عهده دارند» (دادگران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۰). رسانه‌ها می‌توانند به صورت مستقیم در قالب برنامه‌های آموزشی به این امر بپردازند و یا این‌که به‌طور غیرمستقیم در خلال برنامه‌ها، مطالبی را به مخاطب

آموزش دهند. رسانه‌ها خواه برای این کار برنامه‌ریزی شده باشند و خواه نشده باشند، آموزش‌دهنده هستند. حال آن‌که امروزه در حوزه انیمیشن، کارکرد آموزشی رسانه‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است و توجه بسیاری از تولیدکنندگان انیمیشن به‌طور جدی بر بعد آموزشی و تربیتی معطوف شده است.

رسانه‌ها فراهم آورنده دانش و شکل‌دهنده ارزش‌ها هستند و مردم همواره از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند و می‌آموزند. اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر، به حدی است که برخی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما، نقش آموزش موازی یا دائمی قائل هستند. آن‌ها معتقدند که وسایل ارتباطی، با پخش اطلاعات و معلومات جدید به موازات کوشش معلمان و اساتید، وظیفه آموزشی انجام داده و دانستنی‌های علمی، فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کند (معتد نژاد، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۵).

بی‌شک یکی از مهم‌ترین مسائل جامعه اسلامی ما، مسئله عفاف می‌باشد که نیاز به آموزش و تربیت و فرهنگ‌سازی دارد. به‌طورکلی عفاف و عفت دو مفهوم دارد؛ یک مفهوم عام که عبارت است از خویش‌داری در برابر هرگونه تمایل افراطی نفسانی و مفهوم خاص آن، که به معنای خودداری از تمایلات افراطی جنسی است. غالباً در روایات و کتب اخلاق، منظور از عفت، خویش‌داری در خوردن و امور جنسی است که برترین عبادات نیز شمرده شده و به آن بسیار تأکید شده است. چنان‌که امام باقر (ع) فرموده‌اند: «عفت شکم و پاک‌دامنی، بهترین عبادت است؛ مَا عُبِدَ اللَّهُ بِشَيْءٍ أَفْضَلَ مِنْ عَفَّةِ بَطْنٍ وَفَرْجٍ»؛ (اصول کافی، ج ۲، ص ۷۹).

از عوامل بسیار مهم در ارتقای فرهنگی دینی جامعه، از جمله پایبندی به حجاب و حیای عمومی، رسانه‌های جمعی مانند سینما، رادیو و تلویزیون است. از این میان، رادیو و تلویزیون و سینما به جهت استفاده کمی و کیفی بیشتر مردم از آن تأثیر عمیق و گسترده‌ای دارد (اسحاقی، ۱۳۸۷، ص ۴۷).

حال باید توجه داشت که محتوایی که در قالب این‌گونه رسانه‌ها، به خصوص انیمیشن‌های سه‌بعدی جدید، انتقال داده می‌شود، متناسب با چه نوع زیرساخت‌های فرهنگی تهیه شده‌اند. انیمیشن‌های جدید را می‌توان - صرف‌نظر از وجه

سرگرم‌کننده‌شان - یک ابزار آموزشی بسیار قوی و مؤثر تلقی کرد که از قابلیت القای مفاهیم به‌گونه‌ای ماندگار و اثرگذار برخوردارند؛ از این‌رو با توجه به اثرگذاری فراوان این انیمیشن‌ها و عرضه روزافزون آثار دوبله‌شده و همچنین مقبولیت آن‌ها نزد کودکان و والدین، بررسی محتوای این برنامه‌ها و آثار تربیتی آن‌ها ضرورت می‌یابد. اهمیت مسئله به این دلیل دوچندان می‌شود که این محصولات در دامان فرهنگی دیگرزاده شده‌اند و از لحاظ محتوایی و امدار تولیدکنندگان خویش هستند؛ فرهنگی که تفاوت‌ها و تضادهای بنیادین آن با فرهنگ بومی بر کسی پوشیده نبوده و بررسی تفاوت‌های موجود در این دو محتوای تربیتی، ضروری است (باقری نژاد، ۱۳۹۱، ص ۶۵). لذا بررسی مقوله عفاف نیز به عنوان نوعی از سبک زندگی و فرهنگ اسلامی، که با فرهنگ غرب تفاوت‌های آشکار و عمیقی دارد، در تولیدات رسانه‌ای جدید به‌ویژه انیمیشن‌های هالیوودی، اهمیت بالایی می‌یابد.

در بسیاری از این انیمیشن‌ها تفکرات، باورها و جهان‌بینی‌ها توسط سازندگان مورد هدف قرار گرفته است که به‌تبع آن، رفتار فردی، اجتماعی و سبک زندگی خاصی را ایجاد می‌کند. به عنوان مثال در بسیاری از این تولیدات، انگاره‌هایی چون نفی فرا روایت‌ها به مخاطب القا می‌شود. نفی فرا روایت‌ها به معنی نفی هرگونه مفهوم مرکزی و ایده برتری است که افکار، عقاید و رفتار فرد را به جهتی خاص سوق می‌دهد. این ایده مرکزی می‌تواند باور به خدا و دین، قانون، اخلاق، سنت‌های پیشینیان و ... باشد (کهون، ۱۳۸۱، ص ۱۳۴). اومانیسیم یا انسان‌محوری نیز یکی از همین انگاره‌هاست. انگاره دیگری که می‌توان از آن نام برد توجه به لذت‌گرایی (هدونیسیم) است. به این معنی که وقتی عقل، شرع، قانون و اخلاق، جهت‌گیری‌های زندگی فرد را ترسیم نکنند و فرد به دنبال اهداف و غایات تربیتی خاصی نباشد؛ خواه‌ناخواه غرایض و امیال زودگذر نفسانی، وجود وی را در بر گرفته و زندگی او را به سوی اصالت لذت، رهبری خواهند نمود و این چیزی است که غربی‌ها علاوه بر این‌که از پذیرش آن ابایی ندارند، بلکه به‌شدت به‌سوی. زندگی کردن صرفاً در زمان حال، فارغ از گذشته و آینده و لذت بردن هر چه بیشتر از هر چیز خوشایندی، بدون در نظر گرفتن نتایج کوتاه یا درازمدت آن تشویق می‌کنند (دلوز، ۱۳۸۶).

## چارچوب نظری

با توجه به هدف پژوهش لازم است ابتدا به بررسی جایگاه محتوا و پیام در فرآیند انتقال آن به مخاطب بپردازیم، تا مشخص کنیم محتوایی که قرار است مورد بررسی واقع شود، کجای این فرآیند ارتباطی قرار دارد و تحلیل آن به چه چیزی اشاره دارد. سپس با توجه به این که می‌خواهیم تأثیرات تربیتی محتوای موجود در انیمیشن خاصی را بر مخاطب مورد بحث قرار دهیم لازم است بحثی اجمالی نیز در خصوص مخاطب و تأثیرپذیری او مطرح شود.

در هر ارتباطی پنج عنصر یا رکن را می‌توان برشمرد که عبارت‌اند از: فرستنده پیام، گیرنده پیام (مخاطب)، پیام و محتوا، رسانه یا مسیر ارتباطی، و تأثیر ارتباطی (ساروخانی، ۱۳۹۱، ص ۵۲). آنچه در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است پیام یا همان محتوای ارتباطی است که هدف و پایه ایجاد ارتباط می‌باشد. بر اساس تعریف برلو: پیام، یک تولید عملی و فیزیکی از منبع رمزگذار است (برلو، ۱۹۶۰، ص ۵۴).

پیام ممکن است یک متن، یک علامت، یک تصویر، یا یک اندیشه باشد. مطالعه انواع پیام‌ها مانند فیلم، تصویر، عکس، صدا و خبر و کارکردهای آن‌ها، و مطالعات زبان‌شناسی، معناشناسی، نشانه‌شناسی و همچنین تحلیل محتوا، تحلیل گفتار، تحلیل فیلم، نقد ادبی، تحلیل آگهی‌های بازرگانی، رابطه فرم، محتوا و... در این مقوله جای می‌گیرند (بهرامی کمیل، ۱۳۹۱، ص ۱۹).

محتوایی که در اینجا بررسی می‌شود از جنس یک فیلم سینمایی انیمیشنی هالیوودی است. هدف از این بررسی تحلیل پیام‌ها و محتوای موجود در انیمیشن است که بر مخاطب تأثیر می‌گذارد. از آنجاکه این تأثیر و تغییر حاصل از آن به صورت تدریجی و در گذر زمان صورت می‌گیرد، نظریه‌ای که به خوبی می‌تواند این فرآیند را نشان دهد نظریه کاشت جورج گرنبر است. آنچه اهمیت دارد این است که این نظریه از تأثیر بر ابعاد نگرشی انسان، تغییر یا شکل‌دهی آن‌ها سخن به میان می‌آورد. نظریه کاشت به ایجاد و تغییر نگاه فرد به دنیا و نیز شکل‌دهی ساختار ارزشی توجه دارد (بشیر و جواهری، ۱۳۹۵، ص ۸). ما از این جهت به این نظریه اشاره می‌کنیم که فهم چگونگی تأثیر رسانه‌ها بر باورها و نگرش‌های مخاطبین را برای ما آسان‌تر می‌کند.

بدون شک بحث تربیت از تغییر و تحول در نگرش‌ها و باورها شروع می‌شود و به تغییراتی در رفتار، عملکرد و سبک زندگی فرد می‌انجامد. در این راستا نظریه «یادگیری اجتماعی» نیز به این دلیل که بر تغییر و شکل‌گیری الگوهای رفتاری در مخاطب تأکید دارد مورد توجه قرار گرفته است.

بنابراین، در این پژوهش سعی کردیم تا با اتکا بر این دو مبنای نظری، نحوه تأثیر تعامل مخاطب با رسانه و شکل‌گیری رفتار در مخاطب را بررسی و تحلیل نماییم.

### ۱. نظریه کاشت

نظریه کاشت، بر آن است که تماشای تلویزیون نقش مستقلی در مفهوم‌سازی مخاطبان از واقعیت اجتماعی دارد. فرضیه اصلی و گرداننده پژوهش کاشت این است که هرچقدر مردم زمان بیشتری را صرف تماشای تلویزیون کنند، باورها و فرض‌های آن‌ها در مورد زندگی و جامعه بیشتر با پیام‌های مکرر و ثابت در برنامه‌های هنری، تفریحی و سرگرمی تلویزیونی همخوان خواهد شد (کاترین میلر، ۲۰۰۵).

این نظریه نخستین بار توسط جرج گرینر و همکارانش در دهه ۱۹۶۰ مطرح شد. وی در آن زمان تحقیقاتی را انجام داد تا بتواند تأثیر تماشای تلویزیون بر باورها و دیدگاه‌های بینندگان درباره جهان واقعی را بررسی کند.

نظریه پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون اثرات درازمدت، تدریجی، غیرمستقیم اما متراکم و انباشتی دارد. آن‌ها تأکید می‌کنند که تماشای تلویزیون بیشتر اثرات نگرشی دارد تا رفتاری (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۶۹). کاشت بر هیچ‌یک از مدل‌های محرک - پاسخ یا خطی ساده میان محتوای رسانه‌ها و مخاطبان دلالت ندارد؛ بلکه بیشتر بر پیامدهای فزاینده درازمدت تماس با نظام ثابت و اساساً مکرر پیام‌ها و نه پاسخ‌های کوتاه‌مدت دلالت دارد. کاشت به استمرار، ثبات و تغییر تدریجی توجه می‌کند. به این دلیل، استفاده از واژه کاشت درباره تأثیر تلویزیون بر روند مفهوم‌سازی از واقعیت اجتماعی، صرفاً به خاطر شیک‌تر بودن آن از واژه اثرات نیست. تأثیر تماشای تلویزیون در نظریه کاشت به این معناست که تولید یا آفرینش بعضی از مجموعه دیدگاه‌ها و باورها را می‌توان با تماس فزاینده و پایدار با دنیای تلویزیون توجیه کرد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۷۰).



## ۲. یادگیری اجتماعی

دانشمندان بر این باورند که فرآیند یادگیری از سه نوع روش با استفاده از مشاهده صورت می‌گیرد: نخست یادگیری از طریق تجربه شخصی، دوم یادگیری از طریق آشنایی با افراد دیگر و سوم یادگیری از طریق رسانه‌ها. در میان سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۶۹، آبرت باندورا، از دانشمندان حوزه روانشناسی اجتماعی، نظریه‌ای را تحت عنوان «یادگیری اجتماعی» مطرح کرد.

بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی یا یادگیری مشاهده‌ای، فرد از طریق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهایی را فرامی‌گیرد و مخاطب از این طریق به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کند (اسدیان و مقدم، ۱۳۹۴، ص ۱۴۲). از این طریق، مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌های رسانه‌ای، گرایش پیدا می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۵۹).

چهار فرآیند اصلی یادگیری اجتماعی در الگوی باندورا عبارت‌اند از: توجه، حفظ و یادآوری، تولید و انگیزش. نقطه شروع یک رویداد، مشاهده مستقیم یا غیرمستقیم است. «با در نظر گرفتن رویدادی که بتوان آن را مشاهده کرد [و در نتیجه الگوبرداری کرد]، اولین قدم در یادگیری اجتماعی، توجه به آن رویداد است. بدیهی است تا زمانی که ما به رویدادی توجه نداشته باشیم و نتوانیم بخش‌های مهم آن را درک کنیم، نمی‌توانیم با آن رویداد چیزی بیاموزیم» (تن، ۱۳۸۸، ص ۲۴۶ به نقل از: مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۶۰).

به عقیده باندورا، یادگیرنده باید علاوه بر توجه و علاقه، توانایی تقلید و الگوبرداری را دارا باشد. یادگیری اجتماعی، بنا بر مشاهده و تقلید، به طور ناخودآگاه در بسیاری از افراد به صورت مثبت و منفی انجام می‌گیرد و پیامدهای ثمربخش، یا زیان‌بار خود را به دنبال خواهد داشت (پارسا، ۱۳۸۹، ص ۲۱۷).

ما به متون رسانه‌ای که با زندگی، نیازها و منافع شخصی‌مان ارتباط دارد، توجه می‌کنیم. پس آنچه را که می‌آموزیم به خاطر می‌سپاریم و به ذخایر شناخت پیشین اضافه می‌کنیم تا در مواقع لزوم آن را به یاد بیاوریم. اگر عمل مشاهده شده را به خاطر نداشته باشیم، اجرای الگوبرداری امکان‌پذیر نیست. فرآیند تولید، یعنی به کار بردن

عملی آموخته‌ها که به پاداش و تنبیه و منجر می‌شود؛ بازتولید صحیح نتیجه آزمون و خطاست. درنهایت، انگیزه برای ادامه مسیر بیشتر یا کمتر می‌شود. انگیزه که برای انجام عمل مهم است، بستگی به تشویق دارد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۶۰).

به طور خلاصه می‌توان اظهار داشت که رسانه‌های تصویری، منبع اصلی یادگیری اجتماعی هستند. باندورا این چنین بیان می‌دارد: رسانه‌ها اگرچه تنها منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تأثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است، ولی روی مردم تأثیر مستقیم دارند و این تأثیرگذاری به وساطت نفوذ شخصی یا شبکه‌های اجتماعی صورت نمی‌گیرد (باندورا، ۲۰۰۲، ص ۱۴۰).

از آنجایی که با دو نظریه بالا می‌خواهیم تأثیرات ایجادشده در جهان‌بینی و به تبع باورها و رفتارها را نشان دهیم لازم است تا کمی هم به مفهوم جهان‌بینی و ارتباط آن با باورها و رفتارها پردازیم.

### ۳. جهان‌بینی

یک مسلک و یک فلسفه زندگی خواه‌ناخواه بر نوعی اعتقاد، بینش و ارزیابی درباره هستی و بر یک نوع تفسیر و تحلیل از جهان مبتنی است. نوع برداشت و طرز تفکری که یک مکتب درباره جهان و هستی عرضه می‌دارد، زیرساخت و تکیه‌گاه فکری آن مکتب به شمار می‌رود این زیرساخت و تکیه‌گاه، اصطلاحاً «جهان‌بینی» نامیده می‌شود (مطهری، ۱۳۷۷، ص ۵).

آیت‌الله مصباح یزدی نیز در این باره می‌فرماید: «جهان‌بینی یک سلسله اعتقادات و بینش‌های کلی هماهنگ درباره جهان و انسان، و به‌طورکلی درباره هستی» (مصباح یزدی، ۱۳۸۷، ص ۱۲).

جهان‌بینی در اصل همان «هستی‌شناسی» است که شامل خداشناسی، انسان‌شناسی و جهان‌شناسی و روابط میان آن‌هاست. هر جهان‌بینی که از آن به «هست‌ها» نیز تعبیر می‌شود، بایدها و رفتارها و نگرش‌های ویژه‌ای در پی دارد و تناسب هست و باید یا جهان‌بینی و اندیشه با عمل و هنجار، از ضروریات یک نظام فکری منسجم و هدفمند به شمار می‌رود.

همه دین‌ها و آیین‌ها و همه مکتب‌ها و فلسفه‌های اجتماعی، خواه‌ناخواه بر نوعی جهان‌بینی متکی بوده و هستند. جهان‌بینی یک آیین و مسلک، به‌منزله زیرساخت و تکیه‌گاه فکری آن مکتب به شمار می‌رود. هدف‌هایی که یک مکتب عرضه می‌دارد و به‌سوی آن‌ها می‌خواند و راه و روش‌هایی که برای وصول به آن هدف‌ها تعیین می‌نماید و «باید»ها و «نباید»هایی که انشاء می‌کند و مسئولیت‌هایی که به وجود می‌آورد و ارزش‌هایی که معتبر می‌شناسد، همه و همه به‌منزله نتایج لازم و ضروری آن جهان‌بینی است که عرضه داشته و افکار و اندیشه‌ها را به آن مؤمن ساخته است (مطهری، ۱۳۸۴، ص ۲۵).

جهان‌بینی عرصه شناختی انسان را می‌سازد همان‌طور که اشاره شد به‌گفته شهید مطهری، «جهان‌بینی تفسیر و تحلیل جهان و تعیین خطوط اصلی چهره جهان و به تعبیر ساده‌تر یعنی یک برداشت کلی از مجموعه جهان هستی است» (مطهری، ۱۳۸۴، ص ۲۴). اما این اثرگذاری جهان‌بینی منحصر در شناخت نمی‌ماند و حوزه عمل انسان را نیز شکل می‌دهد. شهید مطهری در این خصوص می‌گوید: «جهان‌بینی یعنی نوع تفسیر و تحلیل از کل جهان هستی که مبنا و زیرساز عمل انسان واقع می‌شود» (مطهری، ۱۳۸۴، ص ۲۶). گرچه هر مکتبی از جهان‌بینی خاصی برخوردار است ولی در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان به دو گونه جهان‌بینی اشاره کرد:

۱. جهان‌بینی توحیدی یا الهی: نوعی رویکرد و نگرش، نسبت به جهان و انسان است که در آن ماوراء طبیعت به عنوان یک واقعیت پذیرفته می‌شود و پیروان این جهان‌بینی معتقدند که در ورای این جهان مادی، نیروی برتر وجود دارد که خالق و آفریننده است (مطهری، ۱۳۹۰، ص ۳۴).

۲. جهان‌بینی مادی و الحادی: نوعی نگرش و رویکرد نسبت به جهان و انسان است که در آن ماوراء طبیعت به‌عنوان یک واقعیت پذیرفته نمی‌شود و وجود نیرویی برتر به‌عنوان آفریننده در ورای این جهان ماده، رد می‌شود (مصباح یزدی، ۱۳۶۰، ص ۲۸۹).

## روش پژوهش

تحلیل محتوا به عنوان، تکنیکی تحلیلی در اوایل قرن ۲۰ و در حوزه ارتباطات، رواج چشمگیری یافت. این روش که عمدتاً برای فهم پیام‌های متنی بکار می‌رفت، تحلیل نظام‌مند داده‌های متنی رسانه‌های جمعی نظیر رادیو و روزنامه‌ها را مدنظر داشت (ماریینگ، ۲۰۰۳، ص ۲۶۶؛ به نقل از تبریزی، ۱۳۹۱، ص ۴). روش تحلیل محتوا بر این فرض بنا شده است که با تحلیل پیام‌های زبانی می‌توان به کشف معانی، اولویت‌ها، نگرش‌ها، شیوه‌های درک و سازمان‌یافتگی جهان دست‌یافت (ویلکینسون و بیرمنگهام، ۲۰۰۳، ص ۶۸؛ به نقل از تبریزی، ۱۳۹۱، ص ۱۲).

همراه با گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی و روی کار آمدن داده‌های متنوع‌تر از متون و کلمات، دانشمندان این حوزه، روش تحلیل محتوای کیفی را نیز رشد و توسعه بخشیدند. هیسو - فانگ و شانون در یکی از آثارشان این‌گونه بیان می‌کنند: این روش همچنین قادر است علاوه بر منابع نوشتاری، هرگونه متن به معنای عام آن (text)، نظیر داده‌های کلامی، تصویری، چاپی و الکترونیکی را که ممکن است از روایت‌ها، مصاحبه‌ها، پرسش‌های پیمایشی باز، مشاهده و اسناد به‌دست‌آمده باشد، مورد تحلیل قرار دهد (هیسو - فانگ و شانون، ۲۰۰۵، ص ۱۲۷۷؛ به نقل از تبریزی، ۱۳۹۱، ص ۵).

مایرینگ در تعریف این روش می‌گوید: فرایند تحلیل کنترل‌شده، روشمند و تجربی متون در بافت خاص خودشان که قدم‌به‌قدم به شکل‌گیری یک مدل نظری نزدیک می‌شود (مایرینگ، ۲۰۰۰، ص ۲؛ به نقل از تبریزی، ۱۳۹۱، ص ۱۷).

در روش تحلیل محتوای کیفی دو رهیافت اساسی وجود دارد که در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۱. دو رهیافت اصلی در تحلیل محتوای کیفی

منبع کدها یا مقولات	تعریف کدها و مقولات	شروع تحقیق با	انواع تحلیل محتوای کیفی
استخراج کدها از داده‌ها	در فرایند تحلیل داده‌ها	مشاهده	تحلیل محتوای استقرایی
استخراج کدها از نظریه یا یافته‌های تحقیق	تعریف کدها پیش از تحلیل و در خلال آن	نظریه	تحلیل محتوای قیاسی

منبع: (تبریزی، ۱۳۹۱، ص ۲۶)

در این مقاله، از آنجاکه به دنبال یافتن مضامین موجود در یک فیلم انیمیشن بودیم، از رویکرد نخست استفاده نمودیم. به نحوی که پس از مشاهده فیلم، در فرآیند استخراج داده‌ها، کدگذاری صورت پذیرفته، سپس مضامین موجود در محتوا، با استفاده از کدها استخراج گردیده است.

نتیجه تحلیل کیفی، ارائه نوعی توصیف و یا سنخ‌شناسی از معانی مستتر در یک متن است (ویلدموث و نوندورگ، ۲۰۰۲، ص ۵۲؛ به نقل از تبریزی، ۱۳۹۱، ص ۱۱)؛ لذا باید اشاره کرد که در این پژوهش، به دنبال کشف، توصیف و بیان معانی مستتر در یک محصول انیمیشن هالیوودی بوده‌ایم، به همین سبب از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده کرده‌ایم تا بتوانیم هرچه بهتر، مضامین موجود را به زبان ساده خلاصه‌سازی نموده و بیان کنیم.

جامعه آماری پژوهش تمامی فیلم انیمیشنی مهمانی سوسیسی‌ها را تشکیل می‌دهد. استخراج مضامین از دل محتوای فیلم تا حدی ادامه یافته که در حوزه مسائل مرتبط با بحث «جهان‌بینی» و «مسائل جنسی» مطرح شده در فیلم به اشباع نظری نسبی رسیده‌ایم؛ بنابراین واحد تحلیل، مضمون در نظر گرفته شده است که برای تحلیل کیفی نیز مناسب است.

### خلاصه فیلم

فیلم با همخوانی سرود صبحگاهی در یک فروشگاه مواد غذایی شروع می‌شود که در آن هرروز صبح پیش از شروع ساعت کار فروشگاه، انواع و اقسام مختلف خوراکی‌ها، اعتقادات و باورهای مذهبی خود را درباره خدایان و جهان موعود، بیان می‌کنند. در بین

این خوراکی‌ها یک داستان عاشقانه بین دو کاراکتر اصلی فیلم نیز در جریان است. طی اتفاقاتی که برای یکی از خوراکی‌ها (سس خردل) رخ می‌دهد، شخصیت قهرمان (فرانک) نسبت به باورها و نگرش‌هایی که تا پیش از آن داشته احساس شک و تردید پیدا می‌کند. به همین سبب به دنبال ماجراجویی‌هایی که انجام می‌دهد وی متوجه می‌شود که عقاید و باورهایی که پیرامون زندگی و سعادت در دنیای ماورایی بیرون از فروشگاه وجود داشته، واهی و خلاف واقع است. وی در نهایت کتابی (آموزش آشپزی) را می‌یابد که در آن تصاویر و صحنه‌هایی از آنچه که در بیرون از فروشگاه بر سر خوراکی‌ها می‌آید وجود دارد و فرانک درمی‌یابد که هیچ‌گونه خوشی بیرون از فروشگاه در انتظار او و دوستانش نیست و آن‌ها باهم تصمیم می‌گیرند که هرچه که برایشان لذت‌بخش است را در همین دنیای فعلی تجربه کنند؛ اما خدایان (مشتریان فروشگاه) و باورهای مذهبی مانع بزرگی بر سر راه آن‌ها محسوب می‌شوند. در نتیجه آن‌ها تصمیم به جنگ و نابود کردن خدایان می‌گیرند و در یک همکاری گسترده باهم، موفق به این امر می‌شوند. آن‌ها در پایان یک مهمانی بزرگ را تدارک می‌بینند که طی آن مراسم، تمام آنچه تا پیش از این باید از آن اجتناب می‌شد، به یک‌باره آزاد می‌گردد و همه بیشترین حد لذتشان را در آن مراسم تجربه می‌کنند.

### یافته‌های پژوهش

پس از مشاهده چندباره فیلم، فرآیند تحلیل محتوا بر روی این انیمیشن آغاز شد و تقریباً همه مضامین مرتبط با موضوع مورد مطالعه، استخراج شد. مضامین مرتبط با سه محور «جهان‌بینی»، «باور جنسی» و «رفتار جنسی» از درون انیمیشن احصا شد؛ در ادامه مضمون‌های یافته شده که در ارتباط با موضوع «جهان‌بینی» بود، در جدول شماره ۲ طبقه‌بندی شد و مفاهیم یا همان مقوله‌های تحلیل محتوای کیفی از دل این مضامین استخراج شد.

جدول ۲. مضامین و مفاهیم جهان‌بینی

مفاهیم (مقوله)	مضامین	جهان‌بینی: معنی اول
خدایابوری	<p>احساس تعلق خاطر به خدایان اعتقاد به رقم خوردن سرنوشت توسط خدایان اعتماد کامل به خدایان احساس رابطه درونی با خدایان برگزیده شدن توسط خدایان امتیازی ویژه است خدایان نگاه‌دارنده موجودات هستند خوراکی‌ها در جهان بیرون، مصرف نمی‌شوند / از بین نمی‌روند (در صورت بودن با خدایان از بین نمی‌روند) ناممکن بودن درک کارهای خدایان توسط مخلوقات تمام امور و پیشامدها به دست خدایان رقم می‌خورد و اتفاقی نیستند توسل به «خدا» هنگام اضطرار و خطر قبیح بودن توهین به خدایان اراده خدایان در رسیدن به نجات یا هلاکت موجودات مجازات منکران جهان دیگر توسط خدایان مرگ سرانجام کسی است که دست به توهین و انکار خدایان می‌زند خدایان عامل به وجود آورنده سختی‌ها و مشکلات هستند «خواست ما در برابر خواست خدایان اهمیتی ندارد» نمی‌توان از خواست خدا نافرمانی کرد ترس از عقوبت خدایان خدایان ناظر اعمال‌اند</p>	
ضرورت دین‌گرایی	<p>دین عامل انسجام و وحدت جامعه است نمی‌شود بدون باور و ایمان زندگی کرد فرار از احساس پوچی و بی‌هدفی ترس از فناپذیری وجود فشارهای روانی و نیاز به آرامش</p>	
اعتقاد به جهان موعود / معاد	<p>امید به جهانی بهتر ورای زندگی کنونی اطمینان به آینده‌ای ایمن در جهان ماورایی در جهان ماورایی گناه وجود ندارد اعتقاد به وجود سرزمین آرزوها اعتقاد به زندگی با آرامش در دنیای ماورایی تحقق آزادی مطلق در جهان ماورایی خروج از بسته‌بندی‌ها (قیدوبندها) در جهان بیرون</p>	
شریعت‌مداری	<p>پاک ماندن (از گناهان) یک هنجار است مراقبت و انجام مناسک لازمه رسیدن به سعادت است لزوم اجرای همگانی سرود صبحگاهی عقوبت الهی در صورت سرپیچی از هنجارها</p>	

مفاهیم (مقوله)	مضامین
انکار دین و خدا باوری	منشأ عقاید مذهبی، می تواند توهمات شخصی / ذهنی باشد مکاتب / عقاید مذهبی ساخته و پرداخته عده ای خاص هستند خدایان نابودشدنی اند امکان مبارزه با خدایان و از بین بردن و کشتن آن ها به دست انسان وجود دارد
تضاد عقل گرایی و حقیقت جویی با دین داری	کنجکاوی و شک نقطه شروع دین گریزی است حقیقت گرایی با ایمان داشتن به خدا در تضاد است اعتقاد شدید مذهبی باعث عدم شکل گیری حس حقیقت جویی می شود مذموم بودن پیروی کورکورانه از عقاید رایج بجای حق طلبی ایمان نداشتن بهتر از دین داری کورکورانه است مطالبه عقلانی ریشه اعتقادات و مناسک اعتقادات مذهبی با احساسات درونی توجیه می شوند نه با برهان های عقلی
مغایرت علم با دین	دانشمندان منجی حقیقی هستند علم عامل شکست خدایان علم عامل پیروزی و تسلط بر جهان علم می تواند بجای اعتقادات مذهبی حاکمیت کند دستیابی به علم باعث از بین رفتن اعتقادات مذهبی می شود
انسان محوری (اومانیزم)	انسان محور جهان است همه امکانات دنیا در خدمت انسان است همکاری و اتحاد افراد می تواند عامل از بین بردن دین و خدا باوری شود
تضاد آزادی و پیشرفت با دین داری	اعتقادات مذهبی باعث از بین رفتن آزادی مطلق می شود از بین رفتن اعتقادات مذهبی موجب شکوفایی استعدادها و توانایی ها می شود دین مانع رسیدن به خواسته های فرد می شود اعتقاد خدایان موجب عقب ماندگی جامعه می شود
نفی جهان موعود	موجودات به جهان دیگر منتقل نمی شوند و سرنوشت آن ها در همین دنیا به پایان می رسد اعتقاد به جهان دیگر، برای جلوگیری از ترس از نابودی شکل گرفته است در حقیقت هیچ واقعیتی به غیر از این دنیا وجود ندارد
مقبولیت صرف واقعیت عینی	احساس بی هدفی هنگام مواجهه با واقعیت جهان شک به امور ماورایی و معنوی و رسیدن به مرحله انکار آن
لذت مهم ترین هدف زندگی	

جهان بینی فرعی دوم

منبع: نگارندگان

همچنین مضامین مربوط به باورها و رفتارها نیز احصا و دسته بندی شد اما به دلیل جلوگیری از ازدیاد حجم مطالب، آن ها را در جدول جداگانه ای نیاورده ایم و یک باره آن ها را در جدول شماره ۳، ذکر نموده ایم. مضامین و مفاهیم برخاسته از آن ها در



جهان‌بینی‌های نوع اول و دوم تقسیم شد؛ به این صورت که هر جهان‌بینی، باورهای جنسی و به تبع رفتارهای جنسی جداگانه‌ای به دنبال دارد.

جدول ۳. مضامین و مفاهیم مربوط به باورها و رفتارها

رفتارها		باورها	
مفاهیم	مضامین	مفاهیم	مضامین
عفیف بودن جنس مؤنث	<ul style="list-style-type: none"> <li>عجیب بودن (تعبیح) استفاده از الفاظ رکیک توسط جنس مؤنث</li> <li>وقار و عدم هرزگی در کاراکتر مؤنث</li> <li>اضطراب و نگرانی هنگام هنجارشکنی جنسی</li> <li>ذهنیت تسلط جنس مذکر به مؤنث (متعلق بودن جنس مؤنث به مذکر)</li> <li>ارزش بودن عدم بی‌بندوباری جنسی در کاراکتر مؤنث</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>مذموم بودن تمایلات جنسی و تن دادن به آن‌ها</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تن دادن به نیاز جنسی، گناه محسوب می‌شود</li> <li>ترس از عقوبت خدایان به خاطر رفتار نابهنجار جنسی</li> <li>مذموم بودن تنوع‌طلبی جنسی</li> <li>تن دادن به شهوت از بدترین گناهان است</li> <li>لازمه اطاعت از خدایان سرکوب نیاز جنسی است</li> <li>وسوسه‌های جنسی همواره وجود دارند اما خدایان همواره مانع آن‌ها هستند</li> <li>رابطه جنسی فقط در قالب رسمی مشروعیت و مقبولیت دارد</li> </ul>
عفاف پیشگی و خویش‌داری	<ul style="list-style-type: none"> <li>عفاف پیشه کردن در زمانی که شرایط مهیاست به‌منظور رسیدن به سعادت</li> <li>ممانعت از تنوع‌طلبی جنسی، علی‌رغم این‌که در اکثر افراد وجود دارد</li> <li>افراد به نیاز جنسی خود پاسخ نمی‌دهند تا به جهان دیگر منتقل شوند</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ارضای نیاز جنسی در جهان موعود</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>در جهان ماورایی گناه (تن دادن به نیاز جنسی) وجود ندارد</li> <li>اشتیاق شدید به جهان ماورایی به‌منظور تحقق رابطه جنسی</li> <li>وعده تحقق رابطه جنسی رسمی هنگام انتقال به جهان بیرونی</li> <li>امکان برقراری رابطه عقیفانه جنسی در دنیای موعود</li> </ul>
پیدایش عقده‌های جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>چشم‌چرانی پنهانی و نگاه‌های هوس آلود به‌طور مستمر</li> <li>بروز رفتار خشونت‌آمیز در فردی که دچار ناکامی جنسی شده است</li> <li>ممانعت از ارضای نیاز جنسی منجر به بروز انحراف در گرایش‌های جنسی (همجنس‌گرایی) می‌شود.</li> <li>ناآرامی روانی هنگام ناکامی جنسی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>اهمیت ویژه مسائل جنسی در زندگی اجتماعی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ویژگی‌های ظاهری تعیین‌کننده شأن اجتماعی افراد است</li> <li>کسی که در عمل جنسی ضعیف‌تر است، مطرود است</li> <li>اهمیت بالا ویژگی‌های جنسی در مقبولیت اجتماعی</li> <li>نیاز جنسی عامل انگیزشی بسیاری از تعاملات اجتماعی است</li> <li>نابودی و هلاکت افراد درگرو</li> </ul>

رفتارها		باورها	
مفاهیم	مضامین	مفاهیم	مضامین
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• میزان خیال‌پردازی پیرامون مسائل جنسی در افراد بالاست</li> </ul>		<p>آسیب یا ضعف اندام جنسی می‌باشد.</p>
تأثیر نیاز جنسی در تعاملات عادی اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• به کار بردن زیاد اصطلاحات غیر عقیفانه جنسی</li> <li>• استفاده از ادبیات جنسی در محاوره عادی</li> <li>• عشوه‌گری جنسی زنانه هنگام مواجهه با جنس مذکر</li> </ul>	اولویت داشتن نیاز جنسی بر سایر ارزش‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>• عامل تحریک‌کننده جنسی باعث انصراف از عبادت می‌شود.</li> <li>• ترجیح دنیای فعلی به جهان دیگر در صورت نبودن شریک جنسی</li> </ul>
تنوع‌طلبی جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تمایل به جنس موافق بین دو مؤنث</li> <li>• یک فرد می‌تواند به هر دو جنس تمایل داشته باشد</li> <li>• تنوع روش‌های ارضای نیاز جنسی</li> <li>• تعدد شریک جنسی</li> </ul>	افسارگسیختگی میل جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• یک فرد می‌تواند به هر دو جنس تمایل داشته باشد</li> <li>• هر کاری برای لذت جنسی بیشتر پسندیده است</li> <li>• اشتراک عمومی در شریک جنسی (کمونیسم جنسی)</li> </ul>
نادیده گرفتن عفت عمومی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• افراد در جامعه تمایلات شهوت‌آمیز خود را به راحتی ابراز می‌کنند</li> <li>• برگزاری مهمانی گروهی به‌منظور برقراری رابطه جنسی</li> <li>• در نظر نگرفتن شرایط مکانی و زمانی خاص برای انجام رابطه جنسی</li> <li>• ابراز تمایلات جنسی بدون رعایت قیود اخلاقی و اجتماعی</li> </ul>	آزادی جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نابودی خدایان مساوی است با آزادی مطلق جنسی</li> <li>• افراد با وجود محدودیت‌های مذهبی، هیچ‌گاه به کامیابی جنسی نمی‌رسند</li> <li>• آزادی مطلق جنسی نتیجه از بین رفتن جهان‌بینی مذهبی است</li> <li>• بی‌اهمیت شدن انحصارطلبی نسبت به شریک جنسی</li> <li>• اولین نتیجه رهایی از مذهب، ارضای نیاز جنسی است</li> </ul>
بی‌بندوباری	<ul style="list-style-type: none"> <li>• هرکسی در هر شرایطی می‌تواند با هرکس دیگر رابطه جنسی برقرار کند</li> </ul>	این جهانی بودن پاسخ به میل جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• برقراری رابطه جنسی در همین دنیا ممکن می‌باشد.</li> <li>• عدم پاسخگویی به نیاز جنسی به امید کامیابی جنسی در جهان ماورایی خطاست</li> </ul>
عادی شدن انواع اختلالات، بیماری‌ها و انحرافات جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• هر فردی در هر شرایطی می‌تواند خودارضایی کند</li> <li>• همجنس‌گرایی یک امر عادی است نه یک اختلال</li> <li>• رابطه جنسی با هم‌جنس برای همه آزاد است</li> </ul>	ارضای جنسی به‌عنوان بالاترین هدف لذت‌جویانه	<ul style="list-style-type: none"> <li>• آرامش نهایی بعد از ارضای حداکثری نیاز جنسی حاصل می‌شود</li> <li>• مهم‌ترین هدف زندگی یک عیاشی تمام‌عیار است</li> <li>• تلاش حداکثری برای برقراری</li> </ul>

رفتارها		باورها	
مفاهیم	مضامین	مفاهیم	مضامین
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• سادیسم و مازوخسیم جنسی (تمایل به آزار دیدن یا رساندن در رابطه جنسی)</li> <li>• اعمال خشونت در برقراری رابطه جنسی</li> <li>• استفاده از متلک و کنایه‌های رکیک جنسی که منجر به ناراحتی و آزار طرف مقابل می‌شود</li> <li>• تمایل به برقراری رابطه جنسی به صورت گروهی</li> </ul>		رابطه جنسی بیشتر
هرزگی جنس مؤنث	<ul style="list-style-type: none"> <li>• استفاده از الفاظ رکیک جنسی توسط شخصیت مؤنث</li> <li>• جنس مؤنث همزمان با چند نفر رابطه جنسی برقرار می‌کند</li> <li>• شخصیت مؤنث از داشتن روابط جنسی متعدد ابایی ندارد</li> </ul>	امکان ارضای جنسی برای همه	<ul style="list-style-type: none"> <li>• هرکسی با هر شرایط جسمی (معلولیت) می‌تواند نیاز جنسی خود را ارضا کند</li> </ul>
بی‌عفافی در پوشیدگی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• فرد از این‌که اندام‌های جنسی‌اش دیده شود ابایی ندارد</li> </ul>	لذت، هدف اصلی زندگی	
رواج بی‌غیرتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• رواج یافتن رابطه جنسی گروهی</li> <li>• عدم حساسیت نسبت به روابط شریک جنسی با دیگران</li> <li>• جنس مذکر، شریک جنسی خود را برای عمل جنسی در اختیار دیگران قرار می‌دهد</li> </ul>		
عادی شدن انواع اختلالات، بیماری‌ها و انحرافات جنسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• هر فردی در هر شرایطی می‌تواند خود ارضایی کند</li> <li>• همجنس‌گرایی یک امر عادی است نه یک اختلال</li> <li>• رابطه جنسی با هم‌جنس برای همه آزاد است</li> <li>• سادیسم و مازوخسیم جنسی (تمایل به آزار دیدن یا رساندن در رابطه جنسی)</li> <li>• اعمال خشونت در برقراری رابطه جنسی</li> </ul>		

رفتارها		باورها	
مفاهیم	مضامین	مفاهیم	مضامین
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• استفاده از متلک و کنایه‌های رکیک جنسی که منجر به ناراحتی و آزار طرف مقابل می‌شود</li> <li>• تمایل به برقراری رابطه جنسی به صورت گروهی</li> </ul>		

منبع: نگارندگان

همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌کنید مفاهیمی که مربوط به جهان‌بینی نوع اول می‌باشند مثل خداباوری، دین‌گرایی و اعتقاد به جهان موعود، باورهایی را در مسائل جنسی تولید کرده است به‌طور مثال با وجود این‌که مسائل جنسی و ملزومات آن از اهمیت بالایی در این باورها برخوردار است و حتی نظام ارزشی این جامعه را تحت تأثیر جدی قرار داده است اما تمایلات جنسی و تن دادن به آن‌ها در این جهان مذموم می‌باشد و باید به جهان موعود موکول شود. این باورها قطعاً پیامدهایی جدی در حوزه رفتار به همراه دارد که از جمله آن‌ها: عفاف و خویش‌داری بسیار زیاد به‌ویژه در جنس مؤنث است، یا مذموم دانستن مسائل جنسی در باورها سرکوب آن را به همراه داشته که موجب پیدایش عقده‌های جنسی و بروز رفتارهایی خاص شده است و علاوه بر آن نیاز جنسی پاسخ داده نشده به‌شدت در بسیاری از تعاملات عادی اجتماعی رسوخ کرده است.

مفاهیم کلیدی مربوط به جهان‌بینی نوع دوم، انکار دین و خداباوری و نفی جهان موعود است که از طریق عقل‌گرایی و تضاد علم و حقیقت‌جویی با دین‌گرایی و مانع محسوب شدن دین برای آزادی، این امکان فراهم می‌شود و در نهایت تفکر انسان‌محوری (اومانیزم) به‌عنوان مفهوم اساسی جهان‌بینی مطرح می‌شود. وقتی محور انسان شد و خدا و جهان موعود نفی شد و لذت هدف اصلی زندگی قرار گرفت، باورهایی را در زمینه مسائل جنسی در پی دارد؛ به‌عنوان مثال، ارضای نیاز جنسی که بالاترین هدف لذت‌جویانه قلمداد می‌شود و از طرفی دیگر، خدایی وجود ندارد که محدودیت‌هایی ایجاد کند و جهان موعود نیست، انسان باید در همین جهان تا هر حدی که دوست دارد و می‌تواند به این نیاز پاسخ دهد؛ که این خود مفاهیم دیگری مثل آزادی جنسی و افسارگسیختگی میل جنسی را در پی دارد. این باورها وقتی در حوزه

رفتاری تجلی پیدا کند، مفاهیمی مثل تنوع‌طلبی جنسی، بی‌بندوباری و هرزگی را در پی دارد و تمام چیزهایی که محدودیتی برای این مفاهیم محسوب می‌شود، مانند عفاف و پوشش، اهمیت حیا و پاک‌دامنی به‌ویژه در جنس مؤنث کم‌رنگ می‌شود و همچنین برای این‌که همگان هر طور که می‌خواهند به رضایت جنسی برسند، تمام انحرافات و بیماری‌ها و اختلالات جنسی عادی قلمداد می‌شود و باید در جامعه بستری برای بروز و ظهور آن‌ها فراهم شود.

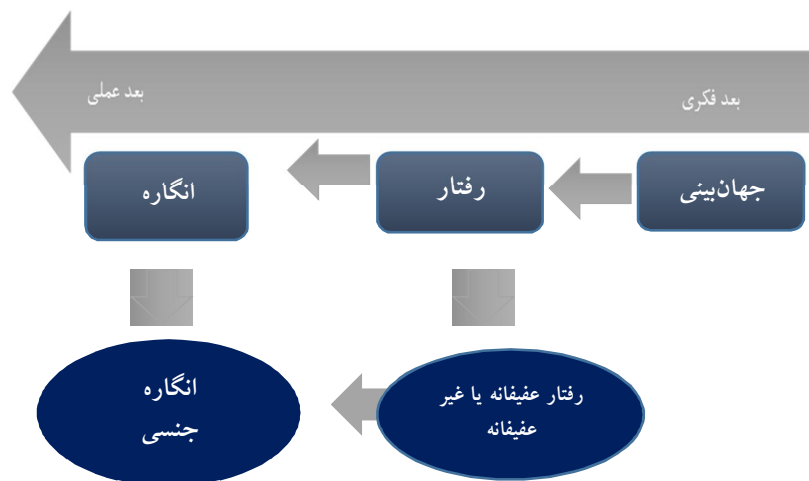
### بحث و نتیجه‌گیری

انیمیشن «مهمانی سوسیسی‌ها» را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد: در قسمت نخست، تا اواسط فیلم نوع اول جهان‌بینی (الهی) حاکم است که در آن نشان می‌دهد شخصیت‌های حاضر در فیلم، در حوزه مسائل جنسی چه باورهایی دارند چه رفتارهایی را به‌واسطه آن از خود بروز می‌دهند. در قسمت دوم فیلم، شخصیت‌های فیلم در حال گذار از اعتقادات سنتی و الهی خود (جهان‌بینی اول) هستند که درنهایت منجر به تغییر کامل عقاید و رسیدن به نوع دیگری از جهان‌بینی (مادی) می‌شود، که دارای باورها و رفتارهای جنسی متضادی با نوع اول است.

همان‌گونه که از یافته‌ها استنباط شد، این انیمیشن برای القای اندیشه و سبک زندگی غربی، بالأخص در حوزه مسائل جنسی، در وهله نخست، نگرش و نوع اعتقاد مخاطب را مورد هدف قرار می‌دهد؛ به‌طوری‌که با توصیف دو نوع جهان‌بینی یادشده و الزامات بینشی و رفتاری آن دو، امکان عبور از جهان‌بینی الهی به جهان‌بینی مادی را به تصویر می‌کشد و درنهایت جهان‌بینی نوع دوم را تجویز می‌کند. مخاطب نیز که محدودیت‌ها و سختی‌های اعتقاد الهی را می‌بیند و در کنار آن زیبایی‌ها، لذت‌ها و آزادی‌های ناشی از جهان‌بینی نوع دوم را مشاهده می‌کند، به جهان‌بینی نوع دوم گرایش می‌یابد؛ هر چند خیلی کم یا در حد یک میل درونی خفیف.

درواقع سیری که برای اثرگذاری بر مخاطب و ایجاد تغییر در او انتخاب شده، حرکت از فکر و در پایان رسیدن به عمل می‌باشد. به‌طورکلی برای اثرگذاری تربیتی، بالأخص در حوزه عفاف و رفتارهای عفیفانه که قسمت زیادی از آن مرتبط با مسائل

جنسی می‌باشد، می‌توانیم از مدل زیر پیروی کنیم.



شکل ۱. سطوح تأثیرگذاری تربیتی از بعد نظری تا عملی

در این مدل تربیتی القای یک امر به مخاطب و اثرگذاری بر او هر سه سطح جهان‌بینی، باور یا انگاره و رفتار را توأمان در برمی‌گیرد و تغییرات در بعد فکری مقدمه و لازمه تغییرات در بعد عملی و رفتاری می‌شود. با این مدل ما می‌توانیم در هر فعالیت تربیتی که سبک زندگی را هدف قرار داده است با توجه به بعد فکری (جهان‌بینی و باورها) و بعد عملی (رفتار) تأثیرگذاری بسیار عمیق‌تری داشته باشیم. تولیدات رسانه‌ای که یکی از مهمترین ابزارها برای اثرگذاری در جامعه می‌باشند نیز، اگر از این مدل پیروی کنند، به‌ویژه در محصولاتی که برای کودکان تولید می‌شود، به‌مراتب خیلی بهتر و بیشتر می‌توانند مؤثر باشند چرا که قالب تصویر و روایت داستانی این قابلیت را دارد که یک زندگی را با تمام ابعاد و جنبه‌های گوناگون آن بر پایه یک جهان‌بینی خاص ترسیم کند. برای اثرگذاری، ایجاد تغییر، درونی سازی یا ترویج موضوعاتی مثل عفاف که موضوعاتی عملی می‌باشند اما از اندیشه‌های عمیق مبنایی نشأت گرفته‌اند چاره‌ای نیست که به بعد فکری مخاطب نیز توجه ویژه شود و ممکن نیست که صرفاً با پرداختن به یک سری قواعد رفتاری در این حوزه بتوان به نتیجه مطلوب یعنی گسترش فرهنگ عفاف پرداخت.

## کتابنامه

- اسدیان، سیروس؛ و مقدم مرضیه (۱۳۸۷). یادگیری پنهان: تأثیر کارتون‌های مذهبی در دین‌داری دانش آموزان دختر پایه ششم ابتدایی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۸(۳)، ۱۵۵-۱۳۳.
- باقری نژاد، زهره (۱۳۸۷). آثار تربیتی انیمیشن‌های غربی بر تربیت کودکان. پژوهشنامه تربیت تبلیغی. ۱(۲)، ۸۹-۶۳.
- بشیر، حسن؛ جواهری، جواد (۱۳۹۵). تحلیل انیمیشن‌های هالیوودی با رویکرد تربیتی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره دهم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶ (۷۸-۱۱۱)
- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۱). نظریه رسانه‌ها؛ جامعه‌شناسی ارتباطات (چاپ دوم). تهران: انتشارات کویر.
- بیابان‌گرد، اسماعیل (۱۳۸۷). فرزند من و رسانه. تهران: مرکز امور زنان و خانواده نهاد ریاست جمهوری.
- پارسا، محمد (۱۳۸۳). زمینه نوین روان‌شناسی (چاپ بیستم). تهران: بعثت.
- تبریزی، منصوره (۱۳۹۱). تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی، فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۶۴، ۱۳۸-۱۰۵.
- خاشعی ورنامخواستی، وحید (۱۳۹۰). مدیریت رسانه. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- دادگران، محمد (۱۳۸۸). مبانی ارتباطات جمعی (چاپ دوازدهم). تهران: انتشارات فیروزه.
- دلوز، ژیل (۱۳۸۶). تجربه‌گرایی و سوژکتیویته (عادل مشایخی، مترجم). تهران: نشر نی.
- عظیمی هاشمی، مژگان (۱۳۸۷). ارزش‌های انتقال‌یافته به زنان از سینما؛ مطالعه موردی پرمخاطب‌ترین فیلم سال ۱۳۷۹. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۱(۳۸)، ۱۷۲-۱۴۹.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۶۹). اصول الکافی. تهران: کتاب‌فروشی علمیه اسلامیة.
- کهون، لارنس (۱۳۸۱) از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم. (رشیدیان، عبدالکریم، مترجم) تهران: نشر نی.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۸۷). آموزش عقاید (چاپ سی و پنجم). تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل سازمان تبلیغات اسلامی.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۶۰). پاسداری از سنگرهای ایدئولوژیک (جلد ۱). تهران: مؤسسه در راه حق.
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۰). مجموعه آثار جلد دوم (مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی). تهران: نشر صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۴). مجموعه آثار جلد سوم. تهران: نشر صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۷). جهان‌بینی توحیدی. تهران: نشر صدرا.
- معمد نژاد، کاظم (۱۳۸۵). اندیشه‌های انتقادی در زمینه ارتباطات جمعی و فرهنگ توده، شماره ۶۷ JSC. (۱۲۹-۱۵۴).
- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی (چاپ دوم). تهران: همشهری.

Alvin Toffler, (1980). The Third Wave. New York: Bantam Books

Werner Joseph Severin, James W. Tankard, (1979). Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media

- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant, & D. Zillman (Eds). *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed. pp. 121-153). Hillsdale, NJ: Erlbaum
- Berlo, David, (1960). *The Process of communication*, Michigan state university, New York: Rinehart and Winston
- Miller, K. (2005). *Communications theories: Perspectives, processes, and contexts*. New York: McGraw-Hill



