

الگوسازی برای دختران، با دوشیزگانِ قهرمانِ والت دیزنی

مجید صادقی^۱

^۱ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران
majids2t@gmail.com

چکیده

کمپانی دیزنی یکی از پربیننده‌ترین تولیدکنندگان فیلم‌های بلند انیمیشن در دنیاست که در سراسر جهان مخاطب دارد. تولیدات دیزنی مروج سبک خاص فرهنگ آمریکایی است. پژوهش حاضر به بررسی آثار بلند انیمیشن دیزنی از سال ۲۰۲۰ تا کنون پرداخته است تا با تحلیل گفتمان این آثار، به این سؤال پاسخ دهد: آیا انیمیشن‌های دیزنی با تکرار ویژگی‌های مشترک در قهرمانان داستان‌هایش، در صدد ایجاد الگویی برای دختران است؟ تحلیل یافته‌هایی که از انیمیشن‌ها به دست آمده است نشان می‌دهد این قهرمانان ساختگی، ابزار هژمونی فرهنگی غرب علیه جهان است. چیزی که از آن به عنوان «دیپلماسی عمومی برای کودکان» یاد می‌شود. تمام شخصیت‌های این انیمیشن‌ها یعنی، راپونزل، آنا، السا، جودی، مونا، رایا، میرابل و آشا؛ همگی شجاع، سرسخت، ماجراجو و مهربان هستند و از سوی دیگر همگی با پشت کردن به سنت‌ها، لجاجت و سماجت، خواسته‌های فردی خود را محقق می‌کنند. دختران قهرمان دیزنی همپای موج سوم فمینیسم متحول شده و دیگر آرام و سربه‌زیر نیستند؛ بلکه به قلب ماجراجویی می‌زنند و خودشان منجی دیگران می‌شوند. این ویژگی‌های مشترک برای شکل دادن به یک کلیشه هویتی طراحی و بازتولید می‌شوند تا الگوی دختران غربی، در سراسر دنیا منتشر شود.

کلمات کلیدی: دیزنی، انیمیشن، دختران قهرمان، الگوسازی.

۱ مقدمه

یکی از پربازدیدترین آثار رسانه‌ای که به‌طور گسترده مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرد، آثار کمپانی والت دیزنی است. اغلب هر سال یک انیمیشن بلند توسط استودیوی والت دیزنی تولید می‌شود و همچنین تعدادی آثار دیگر که توسط شرکت‌های همکار و وابسته به دیزنی مانند پیکسار تولید و تحت برند دیزنی منتشر می‌شود. «والت دیزنی نه تنها سردمدار انیمیشن دنیاست بلکه کسی است که راهکارهایی برای یادگیری انیمیشن به دیگران نشان داد» (فلاح صابر، ۱۳۸۶: ۴۲). از این رو می‌توان گفت نه تنها دیزنی یک عرضه‌کننده‌ی محصول، بلکه به عنوان مکتبی پیش‌گام برای انیمیشن‌سازها شناخته می‌شود. آثار تولید شده در قالب انیمیشن به دلیل عدم محدودیت‌های رایج فیلم‌سازی، به کار رفتن خلاقیت در روایت، جلوه‌های بصری متفاوت، تنوع رنگ و جلوه‌های رایانه‌ای همراه با ترانه و موسیقی، توانسته است نظر

مخاطبان را از گروه‌های سنی متفاوت جلب کند. فراگیر شدن عرضه آثار دیزنی و توجه فراوان مخاطبان به تولیدات این ابرشرکت، با این معناست که شیوه روایت دیزنی مورد پذیرش قرار گرفته و دیزنی با آثار خود امکان اثرگذاری بر مخاطبانش را به دست آورده و می‌تواند در قالب زبان هنر، سبک زندگی و ایده‌ی خود را به ذهن مخاطب تزریق کند. حجاب و ترویج الگوی زن/ دختر ایرانی مسلمان، یکی از موضوعات مهم جامعه امروز است که از طرفی رسانه‌های غربی برای سلطه فرهنگی به واسطه ابزارهای متعدد رسانه‌ای در صدد به چالش کشیدن آن است تا آنجا که مسئله حجاب در ایران از یک واجب دینی در حوزه اخلاق عملی، به امری کاملاً سیاسی تبدیل شده است و در صدر شعارهای سیاسی قرار گرفته است. از این رو توجه به آنچه در قالب تولیدات رسانه‌ای در سبب مصرف نسل آینده‌ی ایرانی قرار می‌گیرد، امری ضروری است. تولیدات پویانمایی دیزنی تحت عنوان سرگرمی در معرض دید نوجوانان ایرانی قرار می‌گیرد و با توجه به جذابیت و کششی که برای مخاطبان دارند از سوی والدین بدون هیچ مخالفتی به نمایش در می‌آیند و چه بسا توانسته‌اند سنین بالاتر یعنی خود والدین را نیز به جمع مخاطبان خود افزوده کنند. بنابراین در کنار پژوهش‌های متعدد حول محور آثار دیزنی، تازگی این زاویه از بررسی موضوع که در پژوهش‌های پیشین سابقه نداشته، اهمیت و ضرورت انجام چنین پژوهشی قابل درک خواهد کرد؛ زیرا به بررسی دیدگاه تازه‌ای از آنچه در قالب آثار رسانه‌ای، به ذهن مخاطب نوجوان ایرانی عرضه می‌شود، توجه دارد. در متن مقاله ضمن تشریح روش پژوهش، برخی دیدگاه‌های نظری که در فهم بهتر و تحلیل داده‌ها راهگشا خواهد بود مرور و سپس توصیف و تحلیل یافته‌ها و نتیجه‌گیری به دنبال خواهد آمد.

۲ متن اصلی

۱.۲ طرح مسئله

تعاریف بسیاری از انیمیشن وجود دارد. روشن‌ترین این تعاریف در لغت‌نامه وبستر (Webster) بدین‌گونه خلاصه شده است که الف- فیلم متحرکی که از توالی عکاسی وضعیت‌های قابل‌تغییر یک موضوع یا شیء (مانند عروسک‌های مفصل‌دار و بخش‌های مکانیکی) حاصل می‌شود. ب- فیلم‌های کارتون به این مفهوم که فیلم از توالی طرح‌هایی که توهم حرکت را از طریق تغییرات جزئی پیاپی به دست دهد به وجود آمده است» (توکلیان، ۱۳۷۷: ۱۹۰). «لفظ Animation از ریشه یونانی Anima گرفته شده که هم ریشه با «انف» و «انفیه» به معنای «باد» و «نفس» دانسته است که خود مبنای اعتقادی در اندیشه باستان دارد چرا که آنان برای اشیاء و امور قائل به جان بودند» (زندى، ۱۳۸۶: ۱۰).

در دنیای امروز گرافیک آن قدر رشد و گسترش یافته است که هر لحظه صدها تصویر گرافیک متحرک ساخته می‌شود که نه به روش آنالوگی و با استفاده از دوربین عکاسی‌های دوران قدیم بلکه با روش‌های تصویرسازی رایانه‌ای این روش به دنیای فیلم‌سازی انیمیشن نیز وارد شده است و با استفاده از انواع نرم‌افزارهای ساخت بافت یا سه‌بعدی (3D) انقلابی کپرنیکی در فیلم‌سازی اعم از فیلم واقعی و انیمیشن رخ داده است به گونه‌ای که تصویر سینمایی هرگونه ارجاعش را به واقعیت روزبه‌روز بیشتر از دست می‌دهد.

حتی از این هم عجیب‌تر انیمیشن آن قدر توسعه یافته است که اولاً می‌توان بدون نیاز به دوربین و طی کردن مسیر عکاسی فریم به فریم دوران آنالوگی به طور مستقیم به صورت دیجیتال تصویر بسازد و ثانیاً فیلم واقعی درآمیخته با سینمای انیمیشن شده است و دیگر نمی‌توان آشکارا تروکاژ غیردیجیتالی و غیر انیمیشنی ساخت. از سوی دیگر روزبه‌روز مرزهای مشخص و قطعی روزگار جهان دوقطبی میان سینمای واقعی و انیمیشن محو شده است به گونه‌ای که اصطلاح انیمیشن مستند یا (Documentation) تقریباً دو دهه است که به کار می‌رود و منظور فیلم انیمیشن است که به گونه‌ای مستند یا با استفاده از روش‌های مستند ساخته شده باشد» (صفورا و شیخ مهدی، ۱۳۸۸: ۶۴).

نگاهی به تولیدات پویانمایی بلند شرکت دیزنی در سال‌های اخیر از سال ۲۰۲۰ تا کنون نشان می‌دهد که اغلب شخصیت‌های اصلی داستان یک دوشیزه جوان هستند (۷ اثر از ۱۲ اثر) و در سایر آثار شخصیت مکمل قهرمان داستان زن یا دختر هستند. مثلاً در فیلم «رالف اینترنت را خراب می‌کند» شخصیت «وانلوپی» دختری است که مهم‌ترین دوست رالف است و ماجرای فیلم حول محوردوستی این دو شکل گرفته است. شاید این یک تصادف به نظر برسد یا اینکه غلبه‌ی دیدگاه‌های فمینیسم در تولید آثار پویانمایی برای کودکان عنوان شود. اما پژوهش‌ها نشان می‌دهد والت دیزنی هرگز رویکرد ساده‌انگارانه و بی قصد و غرضی ندارد. بلکه «ضمن اینکه پیام‌ها و محتوای تولیدات پویانمایی‌های دیزنی از زاویه چارچوب نظری و تحلیل‌های ارائه شده، فرهنگ و آموزه‌های آمریکا را منتقل می‌کنند، با توجه به جذابیت آثار پویانمایی برای کودکان، خوش ساخت بودن و داستان‌پردازی مناسب، استفاده از فناوری‌های پیشرفته در تولید پویانمایی‌ها و رنگ‌آمیزی و رنگ‌های شاد مورد استفاده در این پویانمایی‌ها، استفاده از این پویانمایی‌ها به عنوان محصولات آمریکا در کشورهای مختلف منجر به تقویت دیپلماسی عمومی آمریکا به‌ویژه در میان کودکان خواهد شد» (ایزدی و شمشیری، ۱۳۹۸: ۱۵۶). این آثار بخشی از ابزار تحقق ایده‌ی هژمونیک غربی به واسطه تولیدات رسانه‌ای است چرا که همه‌ی شخصیت‌ها، وجوه مشترکی دارند که به نظر می‌آید در صدد شکل دادن به الگویی شخصیتی برای مخاطبان، به‌ویژه جنس مونث است. اگرچه شخصیت‌های داستان از نظر ملیت و نژاد متفاوت به نظر می‌رسند؛ اما وجوه مشترک آنها در واقع در حال تعریف تیپ شخصیتی مشخص از دختران است. «می‌توان برای انیمیشن‌ها سه سطح از مفاهیم و پیام‌ها را در نظر گرفت؛ سطح نخست مربوط به مباحثی است که کلیتی مثبت داشته و فقط در پاره‌ای موارد اختلاف‌های فرهنگی می‌تواند کمی مشکل آفرین باشد. سطح دوم مربوط به مفاهیمی است که ظاهر و کلیتی مثبت دارند، ولی در ریشه‌ها و مبانی می‌توانند بسیار چالش برانگیز باشند. سطح سوم نیز مربوط به مسائلی است که غالباً جنبه منفی داشته و وجود آنها در فیلم‌ها معضل آفرین است» (بشیر و جواهری، ۱۳۹۶: ۱۱۰).

این پژوهش در پی آن است که با کنکاش در محتوای آثار دیزنی و در کنار هم گردآوردن وجوه مشترک شخصیتی مشترک دوشیزگان قهرمان آثار دیزنی، طرح کلی آنچه دیزنی برای بازتعریف هویت دختران جوان در نظر دارد را از طریق تحلیل گفتمان کشف و ترسیم نماید.

۲.۲ مرور ادبیات تجربی

پژوهش‌های همسو با این موضوع نیز به انجام رسیده که جهت‌نمایش اصالت مسئله، به‌مرور تعدادی از آنها و خلاصه‌ی نتیجه‌گیری آن پژوهش‌ها اشاره خواهیم نمود.

پژوهش گلپایگانی و همکاران (۱۴۰۱) با عنوان «بررسی تطبیقی الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر در انیمیشن‌های میازاکی و دوره رنسانس دیزنی مطالعه موردی پری دریای، ی دیو و دلبر، همسایه من توتور و شهر اشباح» در نتیجه‌گیری‌اش درباره قهرمانان دیزنی چنین آورده است «جهان دیزنی، چه در بخش جهان عادی قهرمان و چه زمانی که از آستانه عبور می‌کند، جهانی مردانه و پدرسالار است که جز شخصیت اصلی که زن است، نمی‌توان یا کمتر می‌توان در آن شخصیت‌های مستقل زنی را یافت که بر روی داستان اثرگذارند و نقاب سایه به چهره ندارند. سایه در این جهان شخصیتی مشخص است که در انتهای داستان نیز شکست خورده و نابود می‌شود. اکثریت پشتیبانان و همراهان شخصیت‌های زن دیزنی را مردان تشکیل می‌دهند. تجدید حیات با مبارزاتی فیزیکی همراه است که در دو مورد نه قهرمان زن که محبوبش سایه را شکست می‌دهند، اکسیر قهرمان داستان به‌دست آوردن عشق رمانتیک است و قهرمان تحول کمی را تجربه می‌کند» (گلپایگانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۲). این پژوهش بیشتر به موج اول و دوم فمینیسم مربوط است که در آن زنان اغلب نقشی منفعل در روایت‌ها داشته‌اند.

در نتیجه‌گیری پژوهش خانم باقری‌نژاد (۱۳۹۱) با عنوان «آثار تربیتی انیمیشن‌های غربی بر تربیت کودکان» چنین آمده است: «بر خلاف تصور عمومی، سرگرم کردن کودکان با انیمیشن چندان هم خالی از مخاطره نیست؛ چرا که بر خلاف تصور عموم مردم هدف این انیمیشن‌ها در درجه اول، القاء سبک خاصی از زندگی و تربیت افراد بر اساس جهان‌بینی و ایدئولوژی الحادی است و نه سرگرم ساختن کودکان اما این مفاهیم چنان زیرکانه و پنهان القاء می‌شوند که اکثر افراد از توجه به آنها غافل‌اند و بیشتر وجه سرگرمی و جذابیت صوری آنها را مدنظر قرار می‌دهند. برخی از این مفاهیم پنهان عبارت‌اند از: القاء فلسفه اومانیسم، شرک شیطان‌پرستی، خشونت، سکس، مصرف مشروبات الکلی و مواد مخدر ترویج رقص و موسیقی محرک، اغراض سیاسی و مشروعیت‌بخشی به صهیونیسم، القاء مضامین پُست مدرنی چون نفی فراروایتها عقل‌ستیزی نفی علیت، فردگرایی افراطی و لذت‌گرایی» (باقری‌نژاد، ۱۳۹۱: ۸۶). این مقاله به موارد متعدد پیامدهای منفی انیمیشن‌های غربی پرداخته و آنها را از منظر آثار تربیتی مورد مطالعه قرار داده است.

پژوهش دیگر در خصوص قهرمانان زن دیزنی، کار سلطانی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «تحول بازنمایی زن قهرمان: سینمای انیمیشن دیزنی از سفیدرفی و هفت کوتوله تا زوتوپیا» است که در این پژوهش به‌عنوان نتیجه آمده است «در پرداخت شخصیت‌های متأثر از موج اول فمینیسم؛ بازنمایی سفیدرفی، سیندرلا، آرورا و بل، شخصیت‌هایی منفعل، مطیع، ستم‌پذیر و بی‌اراده‌اند. دختران، مورد اذیت دیگریِ قدرتمند قرار می‌گیرند و خود را به دست سرنوشت می‌سپارند. آن‌ها در انتظار مرد منجی می‌مانند تا آن‌ها را از سختی‌ها برهاند و زندگی خوب و رؤیایی را شروع کنند. این پردازش در موج دوم متحول می‌شود و شخصیت‌های اصلی دختران را جسور و فعال برای تعیین سرنوشت بازنمایی می‌کند. آریل، جاسمین، پوکاهونتاس، مولان و رایپونزل، به دیگری اجازه‌ی دخالت در سرنوشتشان را نمی‌دهند. آن‌ها ازدواج دلخواه خود را دارند و خود برای آینده‌شان

تصمیم می‌گیرند. اما در این آثار نیز همچنان پای یک مرد و ازدواج پایان فیلم در میان است. قهرمان پردازی در آثار دهه‌ی اخیر کمپانی دیزنی، پس از خیزش موج سوم فمینیسم، به این موضوع نیز خاتمه می‌دهد؛ مریدا، السا، موآنا و درنهایت جودی هاپس! دخترانی شجاع، مستقل و قهرمان هستند که نوع تولد و مناصب پدر و مادر دلیل قهرمانی آن‌ها نیست. دختران دهه‌ی اخیر آثار دیزنی قهرمان‌اند چراکه فعال و جسورند و هریک برای تعیین سرنوشت بدون این که منتظر ناجی بمانند تلاش می‌کنند» (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۵). پژوهش سلطانی و همکارانش با موضوع پژوهش حاضر نزدیکی بیشتری دارد و موضوع مطالعه‌اش زنان قهرمان در داستان‌های دیزنی است.

توجه به موضوع قهرمان داستان‌های دیزنی به‌ویژه دختران و آثار تربیتی برآمده از متن این داستان‌ها، یک دغدغه واقعی است که همان‌طور که در مرور سه پژوهش اخیر به آن اشاره شد، موضوع بررسی و مطالعه پژوهشگران مختلف قرار گرفته است و از این‌رو پرداختن بیشتر این موضوع از زوایای تازه و بررسی روند روایت‌های به‌کاررفته در این آثار می‌تواند راهگشای اتخاذ رویکردهای آگاهانه‌تر نسبت به استفاده از این آثار باشد.

هدف از انجام این پژوهش این است که نشان دهد آنچه دیزنی عرضه می‌کند، چگونه در جامعه‌ی هدف که اغلب نوجوانان هستند به شکل‌گیری یک تعریف هویتی برای دختران می‌انجامد و الگوی دختر غربی مدنظر دیزنی، به‌ویژه در کشور ایران ممکن است جایگزین الگوی دختر ایرانی-اسلامی شود.

۳.۲ مرور ادبیات نظری

پژوهش حاضر چنان که در بخش روش تحقیق به آن اشاره خواهد شد، از روش تحلیل گفتمان بهره خواهد برد که رویکردی تفسیرگرایانه است و بنابراین در چنین رویکردی بنا بر آزمون هیچ نظریه‌ای نیست. باین‌حال مرور نظریه‌هایی که بتواند راهنما و روشنگر مسیر تفسیر یافته‌های این پژوهش باشد مفید خواهد بود. به همین دلیل تعدادی از نظریه‌ها و سازه‌های نظری که در روند مطالعه به آنها مراجعه شده است را مرور خواهیم کرد.

۱.۳.۲ کلیشه‌سازی

یکی از پیامدهای تولیدات رسانه‌ای کلیشه‌سازی است. کاری که به واسطه آن ذهن مخاطب جهت داده می‌شود. انیمیشن‌های دیزنی به دلیل اینکه مخاطب اصلی‌اش کودک و نوجوان است و اثر یادگیری در دوره‌های نخستین زندگی ماندگارتر است. این کلیشه‌سازی را با قدرت بیشتری به انجام می‌رساند. «به نظر می‌رسد، سن می‌تواند بر سبک یادگیری شنیداری و جنبشی مؤثر باشد و جنسیت نیز این رابطه را تعدیل می‌کند» (سادات میری و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۷). کلیشه‌سازی، کنشی معناساز است، یعنی افراد به واسطه کلیشه‌ها، معنا را ساخته و مصرف می‌کنند. «هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه می‌داند و معتقد است اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم. هر آنچه در فرایند پردازش اطلاعات دخیل است می‌تواند ابزار کلیشه‌سازی باشد؛ از تأثیرات تکنولوژی تا ساختارهای روان‌شناختی افراد. کلیشه‌سازی شیوه‌ی مرسوم گروه‌های حاکم است که تلاش می‌کنند به کل جامعه طبق

دیدگاه خود، نظام ارزشی و ایدئولوژی خود شکل بدهند. رسانه‌ها کلیشه‌ها را می‌سازند و آن‌ها را تقویت و تثبیت می‌کنند. کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن طبقه‌بندی‌های اجتماعی فرهنگی منطبق با ایدئولوژی شکل می‌گیرد و بر ویژگی‌هایی ثابت و تکراری استوار است. قهرمان زن در هر دوره‌ی تاریخی از آثار کمپانی دیزنی، در چارچوب کلیشه‌های مربوط به آن دوره به ایفای نقش می‌پردازد» (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۰).

۲.۳.۲ فمینیسم

یکی از دیدگاه‌های نظری که به نظر می‌رسد در آثار دیزنی و به‌طور کلی در فرهنگ عمومی جهان اثرگذار بوده است. فمینیسم طبق دیدگاه نظم اجتماعی کلان تلاش می‌کند تا با به‌خدمت‌گرفتن همه ابزارهای سیاسی و اجتماعی، رویکرد خود را بر تمام جامعه استعلا ببخشد.

جامعه‌شناسی فمینیستی با بسط مفهوم مارکسیستی تولید اقتصادی به مفهوم بسیار کلی‌تر تولید اجتماعی یعنی تولید هرگونه زندگی اجتماعی انسانی، کارش را آغاز می‌کند. تولید اجتماعی از نظر، فمینیست‌ها نه تنها تولید کالاهای بازاری، بلکه تنظیم‌هایی چون خانواده و مراقبت‌های بهداشتی که زندگی انسانی را بازتولید و حفظ می‌کنند؛ تنظیم‌هایی چون سازماندهی کار خانگی که خارج از بازار یا اقتصاد پولی کالاها و خدمات اساسی خانوار را تولید می‌کنند؛ تنظیم‌هایی چون سازمان اجتماعی جنسیت که امیال و نیازهای عاطفی بشر به پذیرفته‌شدن مورد تأیید قرارگرفتن عشق و عزت‌نفس را برآورده می‌سازند؛ تنظیم‌هایی چون دولت و دین که قوانین و مقررات اجتماع را ایجاد می‌کنند و سرانجام تنظیم‌هایی چون سیاست رسانه‌های همگانی و مباحثات دانشگاهی که تعریف‌های نهادمند و همگانی از موقعیت‌ها را ساخته و پرداخته می‌کنند نیز در بر می‌گیرد (ریترز، ۱۴۰۰: ۵۰۱).

رویکرد فمینیستی است. فمینیسم سه موج اندیشه‌ورزی را پشت سر گذاشته است. ورود واژه‌ی فمینیسم به زبان فرانسه به سال ۱۸۳۷ میلادی برمی‌گردد. پسوند ism نشان از وجود مکتبی دارد که در جهت بازپس‌گیری حقوق، آزادی و نقش اجتماعی زنان فعالیت می‌کند. سیر فعالیت فمینیست‌ها را به سه موج تعبیر می‌کنند: موج اول از قرن نوزدهم تا سال‌های پس از جنگ جهانی اول ادامه یافت؛ موج دوم به دهه‌ی شصت برمی‌گردد و موج سوم دو دهه‌ی اخیر را شامل می‌شود. موج اول مقارن با قرن نوزدهم، قرن جنبش‌های اجتماعی، مذهبی و فمینیستی است. جنبش زنان، حق اشتغال، افزایش مزد زنان و برابری حقوق آنها با مردان در این قرن آغاز شد. گفتمان مدرن با مفاهیمی چون برابری، آزادی، حقوق فردی، فردگرایی، عام‌گرایی، اندیشه‌ی ترقی و ... زمینه را برای زنان در جهت تقاضا برای بسط اصول بنیادی مدرنیته به‌نحوی که آنها را نیز شامل شود، آماده می‌کرد. جنگ دوم جهانی، موجب شد تا فمینیسم عملاً به بخش قابل‌توجهی از اهداف خود یعنی حق رأی زنان یا برابری حقوق زن و مرد در بسیاری از وجوه حیات اجتماعی دست یابد. موج سوم یا پُست فمینیسم در مغایرت آشکار با اهداف برابری زن و مرد دوم فمینیسم است. آن‌ها معتقدند که برابری جنسیتی کمابیش تحقق‌یافته و زنان مدت‌هاست دیگر قربانی نظم پدرسالاری نیستند. ناتاشا والتر می‌نویسد: همه‌جا زنانی را می‌بینیم که آزادتر و قدرتمندتر از گذشته هستند. در بازنمایی‌های رسانه‌ای پُست فمینیسم زنان برای اقتباس و احراز هویت‌های جدید تلاش می‌کنند. در این فرآیند بر جنبه‌های اصیل و

واقعی لذت، تفریح و نیز خطرهای جدید برای استقلال و خودمختاری زنانه تأکید می‌شود. فمینیسم موج سوم کوششی است برای ترمیم فاصله میان سیاست‌های موج دوم و شعار انتخاب فردی پست فمینیسم. در امواج قبلی، زنان بالقوه خواهر محسوب می‌شدند؛ اما در موج سوم سن، قومیت، طبقه، نژاد، فرهنگ، جنسیت و تجربه بر شکل‌گیری هویت زنان مؤثر قلمداد گردید و برخلاف نظرات پیشین، کی ایدئولوژی خاص نمی‌تواند بر همه‌ی زنان حاکم باشد (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۱).

۳.۳.۲ هژمونی

هژمونی مفهومی فرهنگی است که بر اساس دیدگاه آنتونی گرامشی به رهبری فکری اطلاق می‌شود. رهبری فکری به واسطه ابزارهای رسانه‌ای و فرهنگی امروزه جایگزین روش‌های سخت اعمال زور در دنیا شده و ابرقدرت‌ها به جای هزینه‌های بالای نظامی و پلیسی تلاش می‌کنند با مسلط کردند مفاهیم فرهنگی خود، بر جامعه هدف مسلط شوند. در واقع با نفوذ فرهنگی، اعضای جامعه مقد به مثابه ارتشی در خدمت نظام سلطه‌گر عمل می‌کنند. «هژمونی را گرامشی رهبری فرهنگی تعریف می‌کند که طبقه حاکم اعمال می‌کند. گرامشی هژمونی را نقطه مقابل اعمال زور می‌داند که از سوی قدرت‌های مشروع با اجرایی یا مداخله پلیس صورت می‌گیرد. در حالی که مارکسیست‌ها بر اقتصاد و ابعاد اجباری سلطه دولت تأکید می‌کنند، گرامش بر هژمونی و رهبری فرهنگی تکیه می‌کند. گرامشی در تحلیل سرمایه داری بر آن است بداند چگونه روشنفکرانی که به نمایندگی از سرمایه داران کار می‌کنند، رهبری فرهنگی و رضایت توده‌ها را به دست می‌آورند». (ریترز، ۱۳۹۵: ۳۸۰)

۴.۳.۲ فردگرایی

«فردگرایی از مفاهیم و سازه‌های مدرنی است که خصوصاً در قرن نوزدهم رواج بسیاری یافته است. ابهام مفهومی فردگرایی باعث ظهور مناقشات و سوءبرداشت‌های متفاوتی شده است. فردگرایی در اغلب حوزه‌های علوم انسانی مورد بررسی و استفاده قرار گرفته و مفهومی است بنیادی. به‌طور کلی، می‌توان برای فردگرایی دوسویه مثبت و منفی در نظر گرفت، سویه مثبت آن با واژگانی نظیر خوداتکایی، خود مرجعی، مسئولیت‌پذیری مترادف است و تجلی آن را می‌توان در فردگرایی اخلاقی دورکیم و فردگرایی نهادی شده پارسونز یافت. سویه منفی آن با واژگانی نظیر انزوا، خودشیفتگی و خودخواهی مترادف است و تجلی آن در فردگرایی خودخواهانه‌ای یافت می‌شود که اساس مغل نظم و توسعه اجتماعی است» (وئوکی و همکاران، ۱۳۸۷).

فردگرایی در ارتباط با کنار رفتن سنت‌ها و رسوم از زندگی افراد است. این پدیده نیز با فرآیند جهانی شدن در مفهوم گسترده آن ارتباط دارد. دگرگونی در مؤلفه‌های فرهنگی و سبک زندگی جوامع بر اثر تماس مستقیم و یا با واسطه فرهنگ‌های مختلف، در جریان جهانی شدن رخ می‌دهد. جهانی شدن، واجد دگرگونی‌های مهم در زندگی نوع بشر بوده است اما آنچه بیشتر جوامع به‌ویژه کشورهای در حال توسعه را تحت تأثیر خود قرار داده فرآیند فرهنگ‌پذیری است. این فرآیند انتقال فرهنگ و تغییر آن توسط رسانه‌ها انجام می‌شود. رسانه‌ها کارگزاران اصلی جهانی شدن هستند و نقشی عمده در تکمیل و جداسازی زمان و مکان ایفا می‌کنند. ارتباطات همگانی تأثیر فراگیری بر تجربه ما دارند. این امر تنها به این علت نیست که آنها بر نگرش‌های ما به شیوه‌های

خاصی تأثیر می‌گذارند؛ بلکه از آن روست که آنها وسیله دسترسی به اطلاعاتی هستند که بسیاری فعالیت‌های اجتماعی به آن بستگی دارد. یکپارچگی جهانی پدیده‌ای بیرونی و مربوط به نظام‌های بزرگ میدان‌های بازار جهانی یا صرفاً روندی تأثیرگذار بر ملت‌ها نیست؛ بلکه پدیده‌ای ذاتی نیز هست. سبک زندگی شخصیت، هویت و روابط با مردم دیگر هم با روند یکپارچگی تغییر شکل می‌دهند و حالت جدید می‌گیرند، چون یکپارچگی جهانی فرهنگ محلی و محتوای زندگی محلی را مورد تهاجم قرار می‌دهد و ما را مجبور می‌کند تا به صورتی بازتر انعطاف‌پذیرتر و فردی‌تر زندگی کنیم. به بیان دیگر فرآیند جهانی‌شدن از طریق سبک زندگی باعث شکل دادن به حوزه فردی و عمومی اعضای جامعه می‌شود و تمامی عرصه‌های حیات فکری و زندگی مادی فرد را در دو حوزه خصوصی و اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌دهد (افشانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۴-۱۵۸).

۵.۳.۲ هویت جهانی

طرف جهان در جریان است اما همه‌ی فرهنگ‌ها به سادگی یا در اندازه‌های مشابه جریان نیافته‌اند. فرهنگ جوامع قدرتمند نسبت به فرهنگ جوامع ضعیف‌تر و پیرامونی به طور ساده‌تری در سراسر جهان به جریان درمی‌آیند. به‌طور کلی می‌توان گفت فرهنگ‌ها در مواجهه و برخورد با عصر جهانی‌شدن از درون و هم چنین در بیرون با چالش‌هایی روبه‌رو می‌شوند. سه دیدگاه تمایزگرایی فرهنگی، هم شکل‌گرایی یا همگونی فرهنگی و پیوندگرایی فرهنگی یا دورگه انگاری فرهنگی برای بیان چشم‌انداز فرهنگ در عصر جهانی مطرح است. استوارت هال نیز سه مرحله‌ی تاریخی برای سوژه هویت ارائه می‌کند: الف) سوژه‌ی روشنگری ب) سوژه‌ی جامعه‌شناختی ج) سوژه‌ی پست‌مدرن. طبق دیدگاه استوارت هال، هویت بر اثر تعامل میان خود و جامعه شکل می‌گیرد. هویت در گفتگوی دائمی با دنیاها و هویت‌هایی که عرضه می‌کنند، شکل می‌گیرد و تعدیل و اصلاح می‌شود (علویان و دهقان شاد، ۱۳۹۴: ۷۷).

۴.۲ روش تحقیق

در پژوهش پیش رو برای نیل به هدف پژوهشی از روش کیفی تحلیل گفتمان بهره برده شده است. روش تحلیل گفتمان ذیل رویکرد تفسیرگرایی است. «بنا بر هستی‌شناسی تفسیرگرایی واقعیت اجتماعی محصول فرایندهایی است که در طی آن کنشگران اجتماعی به اتفاق هم معانی کنش‌ها و موقعیت‌ها را ایجاد می‌کنند؛ ترکیبی از معانی است که بر ساخته اجتماع‌اند. در این رهیافت به عوض درک حسی و مادی جهان خارجی بیرونی تجربه انسانی به عنوان یک فرایند تفسیری در نظر گرفته می‌شود و رفتار انسانی بستگی به این دارد که چگونه افراد موقعیت‌هایی را که در آن قرار گرفته‌اند، تفسیر می‌کنند؛ بنابراین واقعیت اجتماعی چیزی نیست که بتوان آن را به شیوه‌های گوناگون تفسیر کرد؛ بلکه واقعیت، اجتماعی همان تفسیرهای افراد هستند. از این رو واقعیت اجتماعی برخلاف واقعیت فیزیکی از پیش تفسیر شده است. بر اساس معرفت‌شناسی، تفسیرگرایی معرفت برآمده از مفاهیم و معانی روزمره است. محقق علوم اجتماعی به منظور درک معناهایی که بر ساخته اجتماع‌اند، وارد دنیای اجتماعی روزمره می‌شود و آنگاه این معانی را به زبان علم اجتماعی بازسازی می‌کند» (بلیکی، ۱۳۹۶: ۱۹۵).

تحلیل گفتمان به عنوان یک روش کیفی و تفسیرگرایانه «درعمل، به شکلی ویژه بر پدیده‌های فراتر از

جمله تمرکز دارد. تحلیل گفتمان یعنی در نظر داشتن گفتمان در تحلیل یا به عبارت دیگر در نظر داشتن رویکرد گفتمان در تحلیل. در تحلیل گفتمان، شناخت معنای کانونی و بنیادی متن مورد مطالعه که می‌تواند یک فیلم یا سخنرانی یا کتاب یا اثر هنری باشد، هدف است و احالهی جوانب و ظواهر و نشانگان متنوع به امور کانونی برای فهم معنای کانونی از جمله کارهایی است که در تحلیل گفتمان صورت می‌گیرد» (حسنی‌فر، ۱۳۹۳: ۵۳).

پیاده‌سازی این روش در پژوهش مستلزم پیروی از دستورالعملی است که فرکلاف برای به‌انجام‌رساندن این روش بیان می‌کند که تحت عنوان روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف شناخته می‌شود. «تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف از سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین برخوردار است. در هریک از این سطوح، ما با تحلیل سروکار داریم، اما ماهیت تحلیل در هر مرحله متفاوت است. تحلیل در مرحله اول برچسب‌دهی به ویژگی‌های صوری متن اکتفا می‌کند. متن را به مثابه یک شیء در نظر می‌گیرد. در مرحله دوم، به تحلیل فرایندهای شناختی شرکت‌کنندگان و تعاملات میان آنها می‌پردازد. مرحله تبیین نیز ارتباط میان رویدادهای اجتماعی (تعاملات) با ساختارهای اجتماعی را بیان می‌کند که بر این رویدادها تأثیر می‌گذارند و یا از آنها تأثیر می‌پذیرند» (محسنی، ۱۳۹۱: ۷۷).

«بهره‌گیری از روش تحلیل گفتمان در هر تحقیقی به این صورت است که با توجه به ابعاد و مؤلفه‌ها و مباحث مربوط به مقوله‌ی گفتمان، نکات ذیل در نظر گرفته می‌شود:

۱. در نظر گرفتن کلمات و اصطلاحات خاص و معانی آنها

۲. لحاظ کردن جهان‌بینی و مبانی نظری دیدگاه‌ها و آرا و اتفاقات و پدیده‌ها

۳. در نظر داشتن مسائلی مثل قدرت، امر سیاسی، هویت، دگرسازی، تضاد، ایدئولوژی، انتساب

۴. مشخص کردن مزیت‌ها و قدرت‌های دیدگاه‌ها و اندیشه‌ها

۵. بررسی اندیشه و آرای متفکران در هر حوزه‌ای، از منظر گفتمانی، یعنی سطح و عمق دیدگاه آنها را بررسی کردن و مقوله قدرت را در نظر داشتن و مفصل‌بندی را لحاظ کردن و هویت و ضدیت را بررسی کردن و مسائلی مثل ایدئولوژی و انتساب را مورد توجه قرار دادند» (حسنی‌فر، ۱۳۹۳: ۶۵).

۵.۲ یافته‌های پژوهش

۱.۵.۲ توصیف یافته‌ها

گیسو کمند: راپونزل، شخصیت اصلی داستان است. دختر مهربان، کنجکاو، باهوش و شاد. این دختر یک پرنسس است که توسط یک زن جادوگر دزدیده شده و در قلعه‌ای پنهان از چشم مردم نگهداری می‌شود تا جادوگر بتواند از نیروی جادویی موهای او استفاده کند و همیشه جوان بماند. راپونزل توسط جوانی به نام یوجین از قلعه‌ی نامادری جادوگرش فرار می‌کند و در طی داستان با واقعیت روبه‌رو می‌شود و به آغوش پدر و مادر واقعی یعنی شاه و ملکه باز می‌گردد.

فرار از قلعه‌ی نامادری، نقطه عطف داستان پرنسس راپونزل است که از آن نقطه به بعد ورق داستان به اصطلاح بر می‌گردد و درگیری یا گره بزرگ داستان در برابر چشم مخاطب قرار می‌گیرد. جایی که راپونزل باید خوش‌قلبی، عشق، عاطفه، شجاعت، از خودگذشتگی و مهربانی‌اش را نشان دهد و این ویژگی‌ها و صفات نیک باید بر نیروی اهریمنی و جادویی غلبه کند.

یخ‌زده: شخصیت‌های محوری داستان دو پرنسس هستند، دو خواهر به نام‌های السا و آنا که یکی نیروی سرما و یخ دارد و به اصطلاح ملکه‌ی یخی است و لمس دستانش همه چیز را به انجماد می‌کشد. السا برای اینکه دیگران را از آسیب نیروی جادویی‌اش در امان نگه دارد شهر را ترک می‌کند و تبدیل به ملکه‌ای برفی در سرزمینی زمستانی می‌شود و آنا به دنبال خواهرش می‌گردد تا او را پیدا کند و به خانه برگرداند. در نهایت موجودات افسانه‌ای می‌گویند که برخورد نیروی جادویی السا به خواهرش در کودکی اثری جادویی در او گذاشته که فقط با محبت واقعی درمان می‌شود و در انتهای داستان السا به خانه بر می‌گردد و با در آغوش کشیدن خواهرش او را نجات می‌دهد و مردم شهر از بازگشت ملکه خوشحال می‌شوند.

السا و آنا در کودکی هر دو بازیگوش، شاد و سرزنده هستند. ماجراجو و شجاع. در ادامه هم شخصیت قدرتمند و بارآده آنا محور توجه مخاطب در این داستان است. به دل ماجرا زدن و روبه‌رو شدن با خطرهای ویژگی شخصیت محوری انیمیشن یعنی پرنسس آنا است.

زوتوپیا: خرگوشی به نام جودی که قصد دارد پلیس شود و با همکاری روباهی موفق می‌شود پرونده مهمی را در شهر زوتوپیا حل کند و گره از معمای شهر باز کند. ویژگی مهم این خرگوش که نقش یک پلیس زن را دارد، تسلیم‌نشدن، ماجراجویی، شجاعت، ایستادگی و مهربانی است.

مونا: مونا اثر دیگری است که در آن دختری به نام مونا، برای نجات زندگی دوباره جزیره‌ای که در آن زندگی می‌کند به قلب ماجرا می‌زند و با اثرگذاری روی دیگران و زنده کردن امید در آدم‌های پیرامونش موفق می‌شود زندگی را جزیره برگرداند. سنت‌شکنی، مهربانی، شجاعت، مبارزه‌طلبی با حوادث و ماجراجویی مثل سایر شخصیت‌های قهرمان زن انیمیشن دیزنی از صفات مونا است.

یخ‌زده ۲: ادامه داستان یخ‌زده است که بازهم قهرمانان داستان دو دختر هستند. دو پرنسس که خواهر هستند. خواهر کوچک‌تر آنا و خواهر بزرگ‌تر السا که ملکه یخی است. در این قسمت رازگشایی از اتفاقات انیمیشن اول اتفاق می‌افتد و باز هم صفات ماجراجویی، شجاعت و مبارزه‌ی یک دختر با اتفاقات داستان در انیمیشن وجود دارد.

رایا و آخرین اژدها: رایا دختر رئیس یکی از قبائل باقی‌مانده است و زمانی که نیروی اهیمنی به دلیل اختلاف بین قبایل دوباره قدرت می‌گیرد و اهالی از جمله پدر رایا را تبدیل به سنگ می‌کند، رایا به دنبال آخرین اژدها می‌گردد و با پیدا کردن او و جمع‌آوری تکه‌های سنگ جادویی موفق می‌شود بر نیروی اهریمنی غلبه کند و دنیا را نجات بدهد. رایا شجاع، مبارز، باهوش، سرسخت، مهربان و ماجراجو است.

جدول ۱: فیلم‌های انیمیشن بلند دیزنی در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳

ردیف	نام فیلم	عنوان لاتین	سال تولید	شخصیت اصلی	جنسیت قهرمان
۱	گیسو کمند	Tangled	۲۰۱۰	راپونزل	دختر
۲	وینی د پو	Winnie the Pooh	۲۰۱۱	-	-
۳	رالف خرابکار	Wreck-It Ralph	۲۰۱۲	-	-
۴	یخ زده	Frozen	۲۰۱۳	آنا	دختر
۵	شش قهرمان بزرگ	Big Hero 6	۲۰۱۴	-	-
۶	زوتوپیا	Zootopia	۲۰۱۶	جودی	دختر
۷	موانا	Moana	۲۰۱۶	مونا	دختر
۸	رالف اینترنت را خراب می‌کند	Ralph Breaks the Internet	۲۰۱۸	-	-
۹	یخ‌زده ۲	Frozen II	۲۰۱۹	السا و آنا	دختر
۱۰	رایا و آخرین اژدها	Raya and the Last Dragon	۲۰۲۱	رایا	دختر
۱۱	افسون	Encanto	۲۰۲۱	میرابل	دختر
۱۲	دنیای عجیب	Strange World	۲۰۲۲	-	-
۱۳	آرزو	Wish	۲۰۲۳	آشا	دختر

افسون: افسون ماجرای خانواده‌ای است که به شکل معجزه‌آسایی از دست مهاجمان نجات پیدا کرده و در دهکده‌ای محصور میان کوه‌ها زندگی می‌کنند. شمع جادویی که در اختیار مادر بزرگ خانواده قرار دارد به هر یک از اهالی خانواده موهبی داده که با آن به مردم کمک می‌کنند. همه به غیر از میرابل، قهرمان داستان که اتفاقاً هیچ موهبت خاصی ظاهراً به او داده نشده. میرابل از راز بزرگ خانواده یعنی دایی‌اش که قدرت پیشگویی دارد سر در می‌آورد و می‌فهمد قدرت جادویی شمع در حال خاموش شدن است. او نظم خانواده را به هم می‌زند و درحالی که همه چیز را هم می‌پاشد این قدرت رهبری میرابل است که دوباره خانواده را جمع می‌کند. ماجراجویی، مهربانی، شجاعت میرابل مهم‌ترین صفاتی هستند که به چشم می‌آیند.

آرزو: در انیمیشن آرزو هم دختری به نام آشا، به راز فرمانروای سرزمین پی می‌برد و تلاش می‌کند آرزوهای مردم که فرمانروای جادوگر از مردم غصب کرده را نجات دهد. ماجراجویی، شجاعت، الهام‌بخشی، مبارزه، از ویژگی‌های آشا است.

۲.۵.۲ تحلیل یافته‌ها

به نظر می‌رسد همه صفات مثبتی که شخصیت‌های زن / دختر در داستان‌های دیزنی دارند، ستودنی و قابل‌پذیرش است. صفاتی که هر مخاطبی آن‌ها را فضیلت می‌داند و دوست دارد آنها را در خود پیدا کند. اما در این میان ویژگی‌هایی هم هستند که در میان همه این شخصیت‌ها مشترک است.

در همه این آثار دیگر خبری از زن مظلوم و ستم‌دیده‌ای که به‌وسیله یک مرد قوی نجات پیدا می‌کند نیست. بلکه در این آثار زن، قهرمان و محور مبارزه و ماجراجویی شده و منتظر هیچ منجی نیست. لجاجت، سنت‌شکنی، سرسختی، تکیه بر توانمندی‌های فردی از نقاط مشترک میان شخصیت‌های داستان‌های اخیر دیزنی است که در آن یک دختر قهرمان داستان است.

بخش جدانشدنی از شخصیت دختران دیزنی، تجربه‌ی رمانتیک و عاشقانه‌ای است که همواره جریان دارد. مردهای داستان دیگر پرنس‌های باشکوه نیستند؛ بلکه پسرانی ساده و معمولی‌اند و اغلب لالایی. در گیسو کمند یوجین و در زوتوپیا نیک. دزد هستند. در انیمیشن یخ‌زده یک و دو، شخصیت کریستوف پسری معمولی از اهلی شهر است. هرچند مائویی در انیمیشن مونا شخصیتی افسانه‌ای است؛ اما همان ویژگی‌های یک پسر دغل‌کار را دارد.

نقطه عطف زندگی هریک از شخصیت‌های داستان، پشت کردن به سنت‌های گذشته است. در گیسو کمند، راپونزل از حرف نامادری‌اش تخطی می‌کند و خانه را ترک می‌کند. در زوتوپیا، جودی بر خلاف میل پدر و مادرش که او را به زندگی آرام و بی حاشیه در دهکده‌ی خرگوش‌ها دعوت می‌کنند، به سراغ ماجراجویی و پلیس شدن در زوتوپیا می‌رود. مونا توصیه‌های پدرش را در مورد سنت‌های قبیله و وظایف ریاست نادیده می‌گیرد. آشا در افسون، حرف پدر بزرگ و دوستانش را گوش نمی‌دهد و با فرمانروا وارد مبارزه می‌شود. تاکید بر خودمختاری، سنت‌شکنی، فردگرایی و تجربه‌های رمانتیک مهم‌ترین کلیشه‌های تکرارشونده شخصیت‌های دختران قهرمان انیمیشن‌های دیزنی است.

تازه‌های دیزنی در پردازش شخصیت‌های داستانی، همگام با موج سوم فمینیسم قدم برمی‌دارد. دیگر خبری از دختر بی‌پناه و مظلومی که محتاج یاری و نجات یک قهرمان باشد نیست. حتی قهرمانان داستان در صورتی که پرنسس هم هستند، دیگر آن آراستگی و تفاخر شاهانه را کنار گذاشته‌اند. «ویژگی‌های مشترک میان شخصیت‌های اصلی هر فیلم متناسب با شرایط فکری این دوره تغییر کرده است. این تغییرات حکایت از تحول نگرش‌ها در لایه‌های مختلف اجتماعی سیاسی و نیز نظام‌های ایدئولوژیک حاکم دارد. در این دوره برخلاف دور اول برای شخصیت‌ها آراستگی اهمیت کمتری دارد، خواسته‌های شخصی اولویت یافته و کلیشه‌های جدیدی از دختران فعال و تأثیرگذار پردازش می‌شود» (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۲).

خانواده و ازدواج دیگر آن معنای سابق را ندارد. تجربه‌ی عشق، شخصی و رمانتیک است. در عین حال تمرکز و تاکید بر تفاوت‌ها وجود دارد. جودی هابس، قهرمان انیمیشن زوتوپیا، یک خرگوش است که عاشق یک روباه جوان می‌شود. پرنسس‌های دیزنی بر خلاف سنت‌های سلطنتی دیگر در انتظار یک پرنس نمی‌ماند، آنها انتخاب خود را دارند و خواست پدران تاج دارد یا ملکه‌های مادر در تعیین سرنوشت آنها اثرگذار نیست. «تحولات مهمی در بازنمایی شخصیت‌های انیمیشن رخ داده است. در این آثار عموماً تصویر دختران مانند

قبل مطیع، منفعل و فرمان بردار نیست. در نمایش شخصیت قهرمانان جدید، آنان را در جست و جوی زندگی دلخواه خود به نمایش می گذارند. اختلاف نظر بین شخصیت اصلی با پدر و مادر، استقلال طلبی دختران و اعراض از کلیشه های سنتی از جمله درون مایه های اصلی آثار دخترانه ی قرن بیست و یکم به ویژه آثار دهه ی اخیر به شمار می رود» (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۸).

ارتباط با جنس مخالف یکی از موضوعات اصلی بود که شاه دخت های دیزنی در روند داستان های پویانمایی ها با آن درگیر بودند این امر گاه به صورت زمینه اصلی داستان مطرح بود و گاه مسئله ای فرعی البته این ارتباط از سال های آغازین ساخت پویانمایی ها تا کنون تحولاتی را از سر گذرانده است از آثار کلاسیکی مانند سفیدبرفی، سیندرلا و زیبای خفته گرفته که در آن ازدواج با شکلی صورت می گرفت که مورد رضایت همه بود و تنها جادوگر ذاتاً منفی با آن مخالف بود تا پویانمایی های دهه نود که ارتباط با جنس مخالف همچنان پیرامون مسئله ازدواج بود اما مخالفانی مانند سنت یا خانواده داشت. در این دهه ساختار شکنی زنانه نگر ناظر بر آزادی انتخاب زن در شریک زندگی بود. این امر در قرن بیست و یکم نیز تغییراتی به خود می گیرد چنان که تعداد پویانمایی هایی که پیرامون مسئله ازدواج ساخته می شود بسیار کم است همان تعداد اندک نیز با مشکلات سابق مبنی بر مخالفت سنت مواجه نیستند بلکه ازدواج در کنار مسیر خود شکوفایی شاهدخت قرار می گیرد نه هدف آن اما آنچه که در ابتدای قرن بیست و یکم قدرت بیشتری می یابد جهت گیری سنت شکنانه پویانمایی ها به مسئله ازدواج است از آثاری که نگاه منفی به ازدواج دارند و آن را مانع خود شکوفایی دختر می دانند تا آثاری که روابط با جنس مخالف را در قالبی غیر از ازدواج پیشنهاد می دهند (عالی زاده و مشیری، ۱۳۹۵: ۱۵۵).

علاوه بر این آثار اخیر دیزنی مثل «سرزمین عجایب» محصول ۲۰۲۳، یک گام فراتر رفته است و روابط غیرمتعارف جنسی از جمله همجنس گرایی را امری عادی نشان می دهد. در فیلم سرزمین عجایب، قهرمان داستان یک پسر همجنس گرا است که در ضمن فیلم تمایلاتش از طرف خانواده پذیرفته و حمایت می شود.

۳ نتیجه گیری

۱.۳ بحث و نتیجه گیری

پژوهش پیش رو این نکته را کنکاش کرد که آیا انیمیشن های دیزنی به ویژه در دهه اخیر، با تکرار شخصیت دوشیزگانی که قهرمان داستان انیمیشن ها هستند، در صدد ساخت الگویی برای دوشیزگان به سبک و سیاق غربی است؟ در این خصوص ۱۲ اثر اخیر دیزنی که در آنها ۸ مورد از شخصیت های اصلی داستان دختر هستند مورد مطالعه قرار گرفت.

نتایج پژوهش با نتایج پژوهش گلپایگانی (۱۴۰۱) که در مرور پیشینه تجربی اشاره شد به نوعی در تناقض است. چرا که در پژوهش گلپایگانی بررسی آثاری انجام شده بود که در آن ها زنان نقش های منفعلی داشتند حال آنکه دختران، در آنچه دیزنی اکنون بازنمایی می کند، دیگر آن دوشیزگان سربه زیر و معصوم نیستند که زیر سایه ی یک مردسالاری زندگی کنند. آنها در مواجهه با مشکلات بزرگ در انتظار منجی نمی نشینند و به سنت ها توجهی نمی کنند. بلکه بر علیه سنت ها سر به شورش می گذارند و به دل ماجرا می زنند.

نتایج تحلیل یافته‌های پژوهش پیش رو با پژوهش باقری‌نژاد (۱۳۹۱) و سلطانی (۱۴۰۰) همسو است. هم از جهت موضوع کلیشه‌سازی و هم پیامدهای منفی تولیدات انیمیشنی در غرب. تحلیل یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد الگوی تکرار شده در بازنمایی شخصیت دختران قهرمان در انیمیشن‌های دیزنی مطابق با تعریف کلیشه‌سازی است. «بازنمایی ارزش‌های امریکایی و سبک زندگی غربی در جهت تقویت دیپلماسی عمومی ایالات متحده امریکا، در تمامی این آثار این موضوع محقق شده است» (ایزدی و شمشیری، ۱۳۹۸، ۱۵۵). شخصیت‌های داستانی که هر بار به‌ظاهر از یک نژاد و رنگ و اقلیم هستند، اما ویژگی‌های مشترک دارند بی شک این پیام را مخابره می‌کند که الگوی مدنظر دیزنی صرفاً برای شکل‌دهی به هویت دختران آمریکایی نیست بلکه این کلیشه‌ای است که همه‌ی دختران جهان باید از آن الگو بگیرند، چرا که دیزنی قهرمان همه‌ی نژادها و کشورها را با این ویژگی‌ها بازنمایی می‌کند. آشا دختری در مدیترانه است، مونا ساکن جزایر استوایی است با رنگ پوست تیره، رایا، به نژاد مردم شرق آسیا نزدیک است و میرابل به دختران شمال جزیره سیاه شباهت دارد. به‌رغم تمام این تفاوت‌های ظاهری اما همگی یک سرگذشت دارند و آن هم در این کليدواژه‌ها خلاصه می‌شود: سنت‌شکنی، مبارزه، پیروزی، تجربه رمانتیک و تبدیل شدن به قهرمان داستان! می‌توان از مرور نشانه‌های ارائه شده در آثار دیزنی به این نتیجه رسید که دیزنی در حال شکل‌دادن به الگوی دخترانی است که بی‌توجه به فرهنگ محلی و هویت بومی خود، به دنبال آرزوهای خود می‌روند و در این راه از خانواده عبور می‌کنند و در روابط جنسی و عاطفی قائل به الگوی فرهنگی جامعه‌ی خود نیستند و دنباله‌روی عشق رمانتیک خواهند بود.

دیزنی یکی از ابزارهایی است در صدد است تا با شکل‌دادن به الگوهای فرهنگی، یکپارچه‌سازی مدنظر دنیای غرب را که تحت عنوان نظریه جهانی شدن از آن یاد می‌شود را تحقق ببخشد و اهمیت دختران در این میان بی شک به دلیل تأثیری است که آنها در جایگاه همسر و مادر می‌تواند بر نسل کنونی و نسل بعد داشته باشند.

هرچند صفات پسندیده‌ی قهرمانان داستان مانع از آن می‌شود که مخاطب در نگاه اول تصور کند در پشت کاراکترهای محبوب انیمیشن‌های خوش آب و رنگ، یک طرح هژمونیک در جریان است اما دقت در فراویات‌های آنچه پیش روی ما به نمایش در می‌آید حکایت از چیز دیگری دارد.

۲.۳ راهکارها

نقطه قوت دیزنی، کیفیت بالا در تولید اثر، پنهان کردن اهداف و پیام‌ها در پشت روایت‌های غیرمستقیم و استفاده از داستان‌های قوی با روایت جذاب است. این در حالی است که در آثار داخلی مانند فیل شاه، بچه زرنگ از نیمه‌ی فیلم مخاطب پی به هدف انیمیشن‌ساز می‌برد و چه‌بسا از لحظه‌ای که می‌فهمد در معرض مستقیم دریافت یک پیام اخلاقی و فرهنگی قرار گرفته است از پیگیری داستان زده می‌شود. درحالی‌که رسیدن به عمق معانی و درک نشانه‌شناسی کارهای دیزنی گاهی سال‌ها به درازا می‌کشد و ممکن است ضمن تأثیرپذیری ناخودآگاه از فیلم هیچ‌وقت پی نبرد که چه هدفی پشت پرده‌ی یک اثر بوده است. صنعت انیمیشن‌سازی در ایران در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و چشم‌انداز روشنی پیش رو دارد و برای مقابله با آسیب‌های هژمونی غرب لازم است نرخ تولیدات انیمیشن در کشور ما رشد سریع کمی و کیفی را

تجربه کند.

غنای داستانی از مزیت‌های فرهنگ ایرانی است که می‌تواند سرچشمه الهام انیمیشن‌سازها باشد. روایت جذاب از داشته‌های فرهنگی داخلی می‌تواند ذائقه مخاطب را به سمت ارزش‌های فرهنگی کشش دهد و بنابراین لازم است به این امر مهم بیش‌ازپیش توجه شود. از سوی دیگر پژوهشگران و منتقدان فرهنگی نیز در این خصوص دارای مسئولیت مهمی هستند که باید با نقد و رمزگشایی نشانه‌های آثار فرهنگی وارداتی، نسبت به روشنگری اقدام کنند و آثار منفی این تولیدات را تا حد ممکن با تبیین‌گری کاهش دهند.

مراجع

- [۱] افشانی، علیرضا؛ حسینی‌نسب، منیره‌سادات (۱۴۰۱). جنسیت و آرزوها انواع و اولویت‌ها. فصلنامه علمی مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۵۸. ۴۴۲-۴۲۵.
- [۲] ایزدی، فواد؛ شمشری، ابراهیم (۱۳۹۸). دیپلماسی عمومی برای کودکان، مطالعه موردی پویانمایی‌های والت دیزنی. فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری. ۳۱ (۲۹). ۱۵۸-۱۳۳.
- [۳] باقری‌نژاد، زهره (۱۳۹۱). آثار تربیتی انیمیشن‌های غربی بر تربیت کودکان. فصلنامه علمی-تخصصی پژوهش‌نامه تبلیغی. ۱ (۲). ۸۹-۶۴.
- [۴] بشیر، حسن؛ جواهری، جواد (۱۳۹۶). تحلیل انیمیشن‌های هالیوودی با رویکرد تربیتی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. ۱۰ (۱). ۸۷-۱۱۶.
- [۵] بلیکی، نورمن (۱۳۹۶). پارادایم‌های تحقیق در علوم انسانی. ترجمه سیدحمیدرضا حسنی، محمدتقی ایمان و سید مسعود ماجدی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- [۶] توکلیان، سعید (۱۳۷۷). تعریفی تازه از انیمیشن. هنر. ۳۷. ۱۹۵-۱۹۰.
- [۷] ریتزر، جورج (۱۳۹۵). نظریه جامعه‌شناسی (چاپ سوم). ترجمه هوشنگ نائی. تهران: نشر نی.
- [۸] ریتزر، جورج (۱۴۰۰). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر (چاپ بیست و چهارم). ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- [۹] زندی، کیارش (۱۳۸۶). انیمیشن چیست؟ رهیپویه هنر. ۲ (۳). ۱۳-۱۰.
- [۱۰] حسینی‌فر، عبدالرحمان (۱۳۹۳). تحلیل گفتمان به‌مثابه روش. جستارهای سیاسی معاصر. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ۵ (۱). ۶۷-۴۹.
- [۱۱] چندلر، دنیل (۱۳۸۷). مبانی نشانه‌شناسی سینما. ترجمه مهدی پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر.
- [۱۲] سادات میری، مریم؛ وکیلی، سمیرا؛ نقش، زهرا؛ افروز، غلامعلی؛ و قاسم‌زاده، سوگند (۱۴۰۲). رابطه سن و سبک یادگیری دانش‌آموزان آهسته‌گام با نشانگان داون، نقش تعدیل‌کننده جنسیت. نشریه توانمندسازی کودکان استثنایی. ۱۴ (۳). ۴۷-۳۷.
- [۱۳] سلطانی، سیدحسن؛ کهوند، مریم؛ و صادق‌یان، حمید (۱۴۰۰). تحول بازنمایی زن قهرمان، سینمای انیمیشن دیزنی از سفیدبرفی و هفت کوتول هتا زوتوپیا. نشریه هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی. ۲۶. ۲۷-۱۷.
- [۱۴] صفورا، علی‌محمد؛ شیخ‌مهدی، علی (۱۳۸۸). انیمیشن، تجارت یا اندیشه. کتاب ماه هنر. ۱۳۱. ۶۴-۶۲.
- [۱۵] فلاح صابر، مهدی (۱۳۸۶). راز ماندگاری والت دیزنی، خالق رویاهای کودکان. نشریه نقد سینما. ۴۹. ۴۴-۴۲.
- [۱۶] عالی‌زاده، اسماعیل؛ مشیری، نیلوفر (۱۳۹۵). انیمیشن به‌مثابه اسطوره، بررسی اسطوره‌شناختی انیمیشن‌های تولید شده در ایالات متحده آمریکا. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ۱۲ (۴۵). ۱۶۶-۱۴۹.

- [۱۷] علویان، ریحانه سادات؛ دهقان شاد، حوریه (۱۳۹۴). انیمیشن‌ها، فضای مجازی و هویت جهانی: مطالعه موردی وبلاگ‌های دختران ایرانی. مجله جهانی رسانه. ۱۰(۱). ۷۳-۸۸.
- [۱۸] گلپایگانی، سیدعلیرضا؛ حسامی کرمانی، منصور؛ و حسنی شکیب، فاطمه (۱۴۰۱). بررسی تطبیقی الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر در انیمیشن‌های میازاکی و دوره رنسانس دیزنی مطالعه موردی پری دریای، دیو و دلبر، همسایه من توتور و و شهر اشباح. نشریه هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی. ۲۷. ۶۳-۵۵.
- [۱۹] محسنی، محمدجواد (۱۳۹۱). جستاری در نظریه و روش تحلیل گفتمان فرکلاف. معرفت فرهنگی و اجتماعی. ۳(۳). ۶۳-۸۶.
- [۲۰] وثوقی، منصور؛ میرزایی، حسین (۱۳۸۷). فردگرایی، تأملی در ابعاد و شاخص‌ها. نامه علوم اجتماعی، ۱۶(۳۴). ۱۱۷-۱۴۲.