

A Critical Examination of the Representation of Female Characters in Hollywood Animation with Emphasis on the Islamic Perspective on Women (Case Study: *Frozen*)

Majid Alizadeh¹, MohammadReza Anvari², Ahmad Oliaei³

¹ Master's Student, Social Communications, University of Religions and Denominations, Qom, Iran (**Corresponding author**). majid.yasin@gmail.com

² Assistant Professor, Department of Social Communications, University of Religions and Denominations; Member of the Department of Propaganda and Communications, Al-Mustafa International University, Qom, Iran. mr.anvari@urd.ac.ir

³ Assistant Professor, Research Institute of Islamic Sciences and Culture, Qom, Iran. ahmad.olyaei@gmail.com

Abstract

Given the profound influence of media on shaping social expectations and gender roles, the present study critically examines the representation of female characters in Hollywood animation, with particular emphasis on the Islamic perspective on women, focusing on the animated film *Frozen*. This is applied qualitative-analytical research conducted through a semiotic approach. Data collection methods included textual analysis, visual analysis, and comparative examination with other sources. Data analysis was carried out using qualitative content analysis, review, and coding techniques. The findings indicate that *Frozen*, through the use of key signs and symbols, portrays women's empowerment and independence, offering a new image of their roles in contemporary society and culture. Elsa's "ice castle" symbolizes both her capabilities and the heavy responsibilities she bears, reflecting women's efforts to achieve independence and control over their own lives. The characters' costumes, along with the choice of colors and patterns, contribute to a deeper understanding of their identities and social roles, revealing cultural and social influences on women. Key scenes in which the characters face serious challenges effectively convey cultural and social messages, emphasizing the importance of individual choices. Elsa's transformation from isolation to self-acceptance and mastery of her powers delivers a strong message about embracing one's true identity and breaking free from social constraints. The findings reveal that while both perspectives stress the importance of women's independence and empowerment, divergences exist in certain aspects, such as clothing and social relationships, which warrant further investigation. Overall, *Frozen*, as a prominent example of female representation, offers fresh and positive portrayals of women, functioning not only as entertainment but also as a tool for reshaping attitudes and beliefs about women in modern society. By providing positive role models for younger generations, it promotes the values of equality and independence among women.

Keywords: animation, gender, women, *Frozen*, Hollywood animation.

Cite this article: Alizadeh, M., Anvari, M.R. & Oliaei, A. (2025). A Critical Examination of the Representation of Female Characters in Hollywood Animation with Emphasis on the Islamic Perspective on Women (Case Study: *Frozen*). *Hawzah culture and social studies*. 9(1), p. 177-200.

Received: 2024-09-02 ; **Revised:** 2024-11-18 ; **Accepted:** 2025-01-10 ; **Published online:** 2025-04-09

© The Author(s).

Article type: Research Article

<https://gnoe.bou.ac.ir/>

Published by: The Scientific Association for Social Studies of the Seminary



بررسی انتقادی بازنمایی شخصیت زن در پویانمایی‌های هالیوود با تأکید بر دیدگاه اسلام نسبت به زن (مطالعه موردی پویانمایی فروزن)

مجید علیزاده^۱، محمدرضا انواری^۲، احمد اولیایی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، ارتباطات اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (نویسنده مسئول).

majid.yasin@ymail.com

^۲ استادیار، گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب؛ عضو گروه تبلیغ و ارتباطات، جامعه المصطفی، قم، ایران.

mr.anvari@urd.ac.ir

^۳ استادیار، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران. ahmad.olyaei@gmail.com

چکیده

با توجه به تأثیر عمیق رسانه‌ها بر شکل‌گیری انتظارات اجتماعی و نقش‌های جنسیتی، پژوهش حاضر بررسی انتقادی بازنمایی شخصیت زن در پویانمایی‌های هالیوود با تأکید بر دیدگاه اسلام نسبت به زن، به‌ویژه در پویانمایی «فروزن» است. پژوهش حاضر کاربردی بوده و از نوع کیفی-تحلیلی با رویکرد نشانه‌شناسی انجام شده است. روش جمع‌آوری داده‌ها شامل تحلیل متن، تحلیل بصری و مقایسه با منابع دیگر است. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های تحلیل محتوای کیفی، بررسی و کدگذاری انجام شده است. نتایج نشان داد، پویانمایی «فروزن» با استفاده از نشانه‌ها و نمادهای کلیدی، به تبیین قدرت و استقلال زنان پرداخته و تصویری نوین از نقش‌های آن‌ها در جامعه و فرهنگ معاصر ارائه می‌دهد. «قصر یخی السا» به‌عنوان نمادی از توانمندی و بار مسئولیت‌های سنگین او، نشان‌دهنده تلاش زنان برای دستیابی به استقلال و کنترل بر زندگی خود است. نحوه پوشش شخصیت‌ها و استفاده از رنگ‌ها و الگوها به درک بهتر هویت و نقش‌های اجتماعی آن‌ها کمک می‌کند و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی بر زنان را نمایان می‌سازد. صحنه‌های کلیدی که در آن‌ها شخصیت‌ها با چالش‌های جدی مواجه می‌شوند، پیام‌های فرهنگی و اجتماعی را به‌خوبی منتقل کرده و اهمیت انتخاب‌های فردی را برجسته می‌سازند. تحول شخصیت السا از انزوا به پذیرش خود و قدرت‌هایش، پیام قوی درباره اهمیت پذیرش هویت واقعی و شکستن قید و بندهای اجتماعی را به تصویر می‌کشد. یافته‌ها نشان می‌دهد که هر دو،

استناد به این مقاله: علیزاده، مجید؛ انواری، محمدرضا؛ اولیایی، احمد (۱۴۰۴). بررسی انتقادی بازنمایی شخصیت زن در پویانمایی‌های هالیوود با تأکید بر دیدگاه اسلام نسبت به زن (مطالعه موردی پویانمایی فروزن). *مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه*، ۹(۱)، ص ۱۷۷-۲۰۰.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۱؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۸/۲۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۲۱؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۱/۲۰

https://gnoe.bou.ac.ir/

ناشر: انجمن علمی مطالعات اجتماعی حوزه

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.





بر اهمیت استقلال و قدرت زنان تأکید دارند، اما در برخی جنبه‌ها مانند لباس و روابط اجتماعی، مغایرت‌هایی وجود دارد که نیاز به بررسی بیشتر دارد. در مجموع، پویانمایی «فروزن» به‌عنوان یک نمونه بارز از بازنمایی زنان، توانسته است تصاویری جدید و مثبت از شخصیت‌های زن ارائه دهد. همچنین نه‌تنها به‌عنوان سرگرمی، بلکه به‌عنوان ابزاری برای تغییر نگرش‌ها و باورها در مورد زنان در جامعهٔ مدرن عمل کرده و با الگوهای مثبت برای نسل جوان، به ترویج ارزش‌های برابری و استقلال در میان زنان کمک کنند.

واژه‌های کلیدی: پویانمایی، جنسیت، زن، پویانمایی فروزن، پویانمایی‌های هالیوود.

۱. مقدمه

امروزه رسانه‌ها، به‌ویژه آثار انیمیشنی، نقش برجسته‌ای در تولید و تقویت هویت‌های فرهنگی و اجتماعی دارند. انیمیشن‌ها تنها منبع سرگرمی نیستند؛ بلکه ابزارهای مؤثری برای القای ارزش‌ها، باورها و الگوهای رفتاری در جوامع، محسوب می‌شوند. یکی از آثار پرتعداد و مؤثر در این حوزه، فیلم «فروزن» محصول استودیوهای والت دیزنی است. شرکت دیزنی که به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین امپراطوری‌های رسانه‌ای و سینمایی جهان شناخته می‌شود، از دهه‌ها پیش با انتشار فیلم «سفیدبرفی و هفت کوتوله» در سال ۱۹۳۷، نخستین انیمیشن بلند خود را به نمایش گذاشت و از آن زمان تاکنون با تولید آثار متعددی، مخاطبان گسترده‌ای در سراسر دنیا به خود جذب کرده است (گابلر^۱، ۲۰۰۶، ص ۷۸). این استودیو طی سال‌های گذشته، مجموعه‌ای از داستان‌های دلچسب و الهام‌بخش را خلق کرده که نه تنها در قالب سرگرمی ارائه شده‌اند، بلکه تأثیرات عمیقی بر فرهنگ عامه نیز داشته‌اند. ایجاد شخصیت‌های زن مستقل و قدرتمند در محصولات پویانمایی، تحولی قابل توجه در نحوه بازنمایی زنان در فضای رسانه‌ای به‌وجود آورده است (رایس^۲، ۲۰۱۵). با توجه به گسترش روزافزون صنعت رسانه، به‌ویژه رسانه‌های تصویری، نقش این حوزه در قالب‌های مختلف تولید محتوا برجسته‌تر شده است (جانسون^۳، ۲۰۱۷). برنامه‌های مخصوص کودک و نوجوان، با اهدافی چون سرگرمی، تفریح و آموزش، تأثیر عمیق و پایداری بر رشد ذهنی و اجتماعی این قشر داشته است. در میان انواع برنامه‌های تولیدی، پویانمایی به‌عنوان یکی از مؤثرترین ابزارها در جلب توجه مخاطبان جوان شناخته شده است و شرکت‌های پیشرو در این زمینه، نقش برجسته‌ای در توسعه این حوزه داشته‌اند (لی و چن^۴، ۲۰۱۹). با این حال، تعداد محدودی از پژوهش‌ها به‌طور همزمان به تحلیل عناصر زبانی و غیرزبانی رسانه‌های تصویری پرداخته‌اند؛ خصوصاً در قالبی ساختارمند و با ارائه راهکارهای کاربردی (گابلر، ۲۰۰۶، ص ۹۰). یکی از رویکردهای کم‌تر بررسی شده، تحلیل گفتمان انتقادی در مورد رسانه‌های دیداری است؛ که می‌تواند درک عمیق‌تری از محتوای مخاطب‌پسند کودکان و نوجوانان فراهم کند. لذا، این موضوع اهمیت بیشتری در حوزه‌های پژوهشی معاصر پیدا کرده است (هاریس، ۲۰۱۰).

پویانمایی‌های تولیدشده برای کودکان، نقشی فراتر از سرگرمی دارند؛ این رسانه‌ها نه تنها به‌عنوان ابزاری آموزشی عمل می‌کنند؛ بلکه در فرآیند اجتماعی‌شدن کودک نیز سهم چشمگیری دارند. شخصیت‌های تصویری حاضر در این آثار، به‌دلیل نزدیکی به زبان بصری و عاطفی کودکان، امکان شناسایی بیشتری با مخاطب فراهم می‌کنند و به این ترتیب، سبب تقویت اتصال عاطفی و همراهی بیشتر

1. Gabler

2. Rice

3. Johnson

4. Lee & Chen



با آنها می‌شوند. اهمیت این امر، زمانی بیشتر نمایان می‌شود که الگوهای جنسیتی موجود در این آثار تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی خاصی قرار گیرند که به سادگی توسط کودکان جذب می‌شوند و بر شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای آن‌ها تأثیر می‌گذارند. لذا، رسانه‌های تصویری همچون پویانمایی، به‌عنوان ابزاری قدرتمند در فرآیند نهاده‌سازی مفاهیم جنسیتی و شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی کودکان مطرح می‌شوند. در این راستا، پژوهش حاضر به تحلیل نحوه بازنمایی زنان در پویانمایی معروف «فروزن»^۱ و واکاوی تأثیرات آن بر نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی پرداخته است. با توجه به قدرت رسانه در شکل‌دهی به الگوهای رفتاری و هویتی، ضروری است تا نحوه تصویرسازی شخصیت‌های زن در این اثر مورد بررسی دقیق قرار گیرد و تأثیرات آن بر بینندگان به‌ویژه نسل جوان تحلیل شود. این پویانمایی با محبوبیت گسترده خود در میان کودکان و نوجوانان، فرصتی مناسب برای واکاوی مفاهیم جنسیتی فراهم کرده است. در ادامه، به بررسی تفاوت‌های موجود میان بازنمایی زنان در پویانمایی «فروزن» و آموزه‌های اسلامی پرداخته می‌شود. این تفاوت‌ها می‌توانند منجر به تعارض در درک و پذیرش الگوهای فرهنگی متنوع شوند. هدف این پژوهش، تحلیل داده‌های زبانی و غیرزبانی موجود در این اثر است؛ تا ضمن شناسایی پیام‌های فرهنگی و اجتماعی آن، زمینه درک عمیق‌تری از تأثیرات آن بر جامعه فراهم شود.

۲. پیشینه تحقیق

تحلیل رفتارهای مرتبط با نقش جنسیتی براساس زبان بصری انیمیشن‌های دیزنی، به‌ویژه شخصیت‌های زنانه، نشان‌دهنده تحولات معناداری در بازنمایی کاراکترهای زن است. سلطانی، کهوند و صادقیان (۱۴۰۰) در پژوهشی تمرکز خود را بر لباس، حرکات و رفتارهای قهرمانان زن در طول زمان قرار داده‌اند و این تغییرات را نمادی از هویت زن مدرن دانسته‌اند. ریو^۲ (۲۰۱۹)، در مقاله «هویت جنسیتی و عملکرد زنان در انیمیشن‌های دیزنی»، پس از معرفی شخصیت‌های زن مهم در آثار این استودیو، پوکاهانتس و موالن را اولین زنان قهرمانی می‌داند که به‌تدریج از الگوهای کلیشه‌ای، گذشته و نشان‌دهنده الگویی جدید از زنان فعال و مستقل هستند که قادرند بدون حضور مرد، پادشاهی خود را بنا کنند. او در نهایت معتقد است که دیزنی با انیمیشن «فروزن» سعی در فرار از دوگانگی‌های سنتی جنسیت داشته و با تمرکز بر یک زن فعال و تصمیم‌گیرنده، مسیر جدیدی را پیش روی سینمای انیمیشن قرار می‌دهد (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۰).

پیشینه این تحقیق را می‌توان در سه دسته بیان کرد:

الف) دسته اول: تحقیقاتی که در مورد بازنمایی زن در آثار سینمایی و تلویزیونی انجام شده است.

مانند:

1. Frozen

2. Ryu



- مطالعه تطبیقی بازنمایی زن در پیام‌های بازرگانی شبکه سه و Gem TV؛
- زن‌ستیزی‌های خیرخواهانه در سینما، مطالعه بازنمایی مفهوم «زنان علیه زنان» در سینمای دهه ۱۳۹۰ ایران؛

ب) دسته دوم: تحقیقاتی که رابطه زن و پویایی را نشان داده است. مانند:
- تحول بازنمایی زن قهرمان: سینمای انیمیشن دیزنی از سفیدبرفی و هفت کوتوله تا زوتوپیا؛
- تحلیل گفتمان انتقادی سیر تحول انیمیشن‌های والت دیزنی با محوریت زن؛
ج) دسته سوم: تحقیقاتی که آثار انیمیشن را از نگاه اسلامی نقد کرده است:
- تحقیق خاصی یافت نشد.

مزیت تحقیق حاضر، در بررسی یکی از انیمیشن‌های مطرح جهانی است که دارای سابقه بازدید بالا بوده و از منظر نقد اسلامی نیز مورد توجه قرار گرفته است. بازنمایی نقش زنان در رسانه‌ها موضوعی است که در دهه‌های اخیر مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است. تاکنون، مطالعات متعددی به موضوع جنسیت و نحوه بازنمایی رسانه‌ای از دیدگاه‌های مختلف پرداخته‌اند.

ازجمله، مقاله «بازنمایی گفتمان جنسیت در فیلم‌های سینمایی» با مطالعه موردی فیلم «رگ خواب» و با استفاده از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فرکالف^۱ (۱۹۹۵)، به بررسی تأثیر متغیر جنسیت در بازنمایی مسائل اجتماعی پرداخته، و برجسته می‌کند که شخصیت زن در این فیلم، نماینده‌ای از زنان جامعه امروز است. نویسندگان معتقدند که این شخصیت، بدون توجه به محیط اطراف خود رشد می‌کند و در نهایت، با حقیقت تلخ «فریب» روبه‌رو می‌شود؛ اما این فروپاشی درونی، زن را دوباره می‌سازد و معنا می‌دهد. همچنین، قندهاریون و رستمی (۱۳۹۶)،

در مقاله «بازنمایی کلیشه و ضدکلیشه زن: کاوشی در دنیای تبلیغات تلویزیون ایران با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فرکالف»، دریافتند که برخلاف تصور محققان قبلی، تصویر زن در تبلیغات بازرگانی، تنها به الگوهای کلیشه‌ای همچون زن خانه‌دار، مصرف‌گرا، منفعل و نادان محدود نمی‌شود؛ بلکه تبلیغات تولیدی اخیر، در حال ترویج یک گفتمان نوین هستند که بر ارزش‌گذاری بر جایگاه زن تأکید کرده و او را به موقعیت فعلی‌اش در جامعه ایرانی به‌عنوان یک عنصر فعال، خردمند و توانا نزدیک می‌کند.

در این پژوهش، ایدئولوژی زن‌باوری در بازنمایی تصویری قهرمان زن، رمزگشایی می‌شود و از این طریق، مشخص می‌گردد که بازنمایی اینگونه شخصیت‌ها در دهه اخیر، چگونه در تقابل با گفتمان زن‌محوری دهه‌های قبل قرار می‌گیرد.

در ادبیات انگلیسی نیز مطالعاتی وجود دارد که به موضوع پژوهش حاضر نزدیک بوده و در جدول (۱) نشان داده شده است.

1. Fairclough



جدول ۱- آثار انگلیسی

نام کتاب	موضوع	نویسنده / تاریخ نشر
Gender Advertisements	بررسی نحوه بازنمایی جنسیت در تبلیغات و تأثیر آن بر انتظارات اجتماعی	Goffman (1979)
Visual Pleasure and Narrative Cinema	تحلیل نگاه مردانه در سینما و تأثیر آن بر بازنمایی زنان	Mulvey (1975)
Masculinities, Berkeley	بررسی ساختارهای جنسیتی و تأثیر آنها بر هویت‌های اجتماعی	Connell (2005)
Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body. Berkeley	تحلیل تأثیر رسانه‌ها بر تصویر بدن و هویت زنان	Bordo (1993)
The Symbolic Annihilation of Women in the Media	بررسی عدم حضور زنان در رسانه‌ها و تأثیر آن بر جامعه	Tuchman (1978)
Gendered Media: The Influence of Media on Views of Gender. In Media, Gender and Identity	تحلیل چگونگی تأثیر رسانه‌ها بر دیدگاه‌های جنسیتی	Lind (2008)
Disney's Feminist Revolution: The Transformation of Female Characters in Animation	بررسی تحولات در بازنمایی شخصیت‌های زن در پویانمایی‌های دیزنی	Liu & Yang (2021)

۳. مبانی نظری

۳-۱. مباحث مربوط به کلیشه‌های جنسیتی

کلیشه‌های جنسی:^۱ تصورات پیش‌داورانه جنسیتی به باورهای رایج در جامعه گفته می‌شود که براساس آن، نقش‌ها و الگوهای رفتاری خاصی به زنان و مردان نسبت داده می‌شود (عضدانلو، ۱۳۹۶، ص ۴۲). این تصویرهای ذهنی، اغلب تحت تأثیر ویژگی‌های فیزیکی، احساسی و موقعیت‌های اجتماعی شکل می‌گیرند و ممکن است پیامدهای مثبت یا منفی برای افراد و جامعه به همراه داشته باشند.

۳-۱-۱. تأثیرات اجتماعی کلیشه‌های جنسی

محدودیت‌های رفتاری:^۲ این الگوهای پیش‌فرض جنسیتی می‌توانند رفتارهای افراد را هدایت کنند و انتظاراتی نسبت به نحوه عملکرد آنان ایجاد کنند. وجود چنین کلیشه‌هایی، گاهی منجر به قضاوت‌های ناعادلانه و بروز نابرابری می‌شود. براساس نظریه‌های موجود، ساختارهای جنسیتی می‌توانند عامل اصلی تبعیض در فضاها، شغلی، آموزشی و عمومی جامعه باشند و بدین ترتیب، دسترسی افراد به فرصت‌های عادلانه را کاهش دهند.

چالش‌ها و فرصت‌ها: نقض این الگوهای پیش‌ساخته جنسیتی، نیازمند همکاری و مشارکت گسترده در سطح جامعه، به‌ویژه در فضای رسانه‌ای است. ارتقای آگاهی عمومی و تقویت برنامه‌های آموزشی،

1. Gender-related stereotypes

2. Levy & Fivush



می‌توانند نقش مؤثری در دگرگونی دیدگاه‌ها و نگرش‌های موجود داشته باشند (گانتلت^۱، ۲۰۰۸، ص ۶۵).

۳-۲. نظریه‌های فمینیستی

نظریه‌های فمینیستی، نقش بنیادینی در تحلیل نحوه بازنمایی زنان در رسانه‌ها دارند. طبق این دیدگاه، رسانه‌ها به عنوان یک قدرت فرهنگی، در شکل‌گیری و تقویت الگوهای جنسیتی مؤثر هستند. انیمیشن‌ها نیز می‌توانند عملکرد دوگانه‌ای داشته باشند؛ یعنی هم در بازتولید کلیشه‌های سنتی جنسیتی مشارکت کنند و هم بتوانند این الگوها را به چالش بکشانند. برخی از نظریه‌پردازان، مانند لورا مالوی، بر این باورند که تصویرسازی زنان در محیط رسانه‌ای، اغلب از دید مرد پیش می‌رود و زن به عنوان موجودی منفعل و با هدف نگاه جنسی به تصویر کشیده می‌شود. مودلسکی^۲ نیز در میان نظریه‌پردازان فمینیستی، استدلال می‌کند که سریال‌های آبکی، خیال‌پردازی‌های جمعی هستند که توسط زنان مصرف می‌شوند و به نوعی، جایگزینی برای امیالی محسوب می‌شوند که در دنیای واقعی قابل تحقق نیستند؛ البته این موضوع به معنای دفاع این سریال‌ها از منافع زنان نیست (لافی^۳، ۲۰۰۷، نقل در: مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۱۰۵). او در تحلیل خود از فرهنگ عامه، معتقد است که روابط بین تفکر ما درباره زنانگی و فرهنگ توده‌وار، به حدی عمیق است که ضرورت نقد فمینیستی را در تمامی سطوح آشکار می‌کند. مودلسکی می‌گوید که زنان اغلب به عنوان مسئول فرهنگ توده‌وار و پیامدهای منفی آن معرفی می‌شوند؛ در حالی که، مردان به عنوان متولی فرهنگ «بالادستی» یا هنر جدی شناخته می‌شوند. بدین ترتیب، فرهنگ عامه با زنانگی، و فرهنگ بالا با مردانگی پیوند یافته است (مودلسکی، ۱۹۸۶، نقل در: استریناتی، ۱۳۸۰، ص ۲۵۳).

۳-۳. نظریه بازنمایی

نخستین مفهوم در بسط مفهومی اصل/فرع و صدق/کذب در نگاه متفکران یونان باستان و ذیل اصطلاح «مایمیسس»^۴ یا تقلید (محاکات) شکل گرفته است. غایت این نوع رفتار، نزدیکی و قرابت ذهن و عین و ایجاد شباهت میان آن دو است؛ بدین معنا که ذهن (سوژه) می‌کوشد از طریق تقلید با موضوع (اژه) خود، ارتباطی [یک به یک] و بری از سلطه و خشونت ایجاد کند. بنابراین، در رفتار مایمیتیک یا تقلیدی، همه توجهات به خود موضوع معطوف است. مفهوم مایمیسس برای نخستین بار در دیدگاه‌های افلاطون و ارسطو به عنوان مفهومی کلیدی مطرح شد و آنان با استفاده از این مفهوم، به بحث درباره هنر به ویژه در حوزه شعر و ادبیات پرداخته‌اند (فرهادپور، ۱۳۷۵). فرهنگ لغات مطالعات رسانه‌ای و ارتباطی، بازنمایی را اینگونه تعریف می‌کند: رسانه‌ها نقش بنیادینی در بازنمایی جهان واقعی برای مخاطبان دارند؛ به طوری که بخش

1. Gauntlett
2. Modleski
3. Lafi
4. Mimesis



عمده‌ای از دانش ما درباره جهان اطراف، از طریق رسانه‌ها شکل می‌گیرد. تصویری که از واقعیت به دست می‌آوریم، اغلب میانجی‌گری شده و تحت تأثیر فیلم‌ها، تلویزیون، روزنامه‌ها، تبلیغات و سایر منابع رسانه‌ای است (فلیک^۱، ۲۰۱۴، ص ۱۰۶). به عبارت دیگر، رسانه‌ها جهان را برای مخاطبان خود مجسم می‌کنند و این تصویرسازی از طریق فرآیندی رخ می‌دهد که شامل انتخاب، تفسیر و ارائه اطلاعات است. در این راستا، این فرآیند تحت تأثیر باورهای ایدئولوژیکی و عوامل زمینه‌ساز موجود در محیط رسانه‌ای قرار دارد و به نوعی بازتاب‌دهنده ارزش‌ها و دیدگاه‌های حاکم بر آن محیط است.

آنچه به عنوان دانشی از آفریقا، مردم آن قاره، صرب‌ها، آلبانیایی‌تبارها، اعراب و مسلمانان داریم، بیشتر ناشی از مواجهه با تصاویر و گزارش‌هایی است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند. از این رو، موضوع بازنمایی رسانه‌ای در حوزه مطالعات ارتباطی، رسانه‌ای و فرهنگی، اهمیت بسزایی دارد و جایگاهی محوری پیدا می‌کند (هال^۲، ۱۹۹۷، ص ۹۶). با توجه به اینکه نمایش تمامی جنبه‌های پیچیده واقعیت، غیرممکن است؛ رسانه‌ها با استفاده از معیارهای خبری، فشارهای پروپاگاندایی، القای تقابل و تهییج و همچنین ساختارهای معنازا، نسخه‌ای از واقعیت را به مخاطب ارائه می‌دهند. در این میان، بازنمایی به عنوان عنصری مرکزی در نحوه تعریف و درک واقعیت عمل می‌کند (وستون و هیل^۳، ۲۰۱۵، ص ۲۴۸). نظریه بازنمایی، به این پرسش می‌پردازد که چگونه واقعیت‌ها و مفاهیم در رسانه‌ها نمایش داده می‌شوند. طبق این دیدگاه، رسانه‌ها تنها حمل‌کننده واقعیت نیستند؛ بلکه نقش فعالی در شکل‌دهی و ساختن این واقعیت دارند. استوارت هال، یکی از مهم‌ترین متفکرانی است که در این زمینه مطرح شده و بر این باور است که بازنمایی‌ها، تنها انعکاس‌دهنده واقعیت نیستند؛ بلکه خود، سازنده آن هستند. در مورد پویانمایی «فروزن»، با تحلیل نحوه بازنمایی شخصیت‌های زنانه و مقایسه آن با شرایط واقعی اجتماعی و فرهنگی، می‌توان به درک عمیق‌تری از تأثیرات این اثر دست یافت.

۳-۱. بازنمایی زنان در پویانمایی‌ها

بازنمایی زنان در پویانمایی‌ها به معنای نحوه نمایش و تصویرسازی شخصیت‌های زن در این رسانه‌ها است. این موضوع دارای ابعاد مختلفی است که می‌تواند تأثیرات عمیقی بر نگرش‌ها و باورهای اجتماعی داشته باشد. در ادامه، به چند جنبه کلیدی این بازنمایی پرداخته می‌شود:

♦ نقش پویانمایی‌ها در شکل‌گیری دیدگاه‌ها:

- تحقیقات نشان می‌دهند که پویانمایی‌ها به عنوان یک فرم هنری، تأثیر زیادی بر نگرش‌ها نسبت به جنسیت دارند.

- براساس یافته‌های پژوهش اورت و همکاران^۴ (۲۰۱۵)، انیمیشن‌های استودیوی دیزنی، تمایل

1. Flick

2. Hall

3. Watson & Hill

4. Owr, Smith & Lee



زیادی به تصویرسازی زنان در قالب نقش‌های سنتی و کلیشه‌ای دارند.

♦ چالش کلیشه‌ها:

- پویانمایی‌های جدیدتر مانند «فروزن»، تلاش کرده‌اند تا این کلیشه‌ها را به چالش بکشند و زنان قوی و مستقل را به نمایش بگذارند.

- تغییر تصویر دختران: در این آثار، دختران دیگر مطیع و فرمان‌بردار نیستند و به شخصیت‌های فعال تبدیل شده‌اند.

♦ تأثیر اجتماعی و ایدئولوژیک:

- پویانمایی‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری برای ترویج ایدئولوژی‌ها و ارزش‌های اجتماعی عمل کنند.
- ضرورت شناخت تأثیرات: شناخت تأثیرات مؤلفه‌های اجتماعی و ایدئولوژیک در پویانمایی‌ها، به‌ویژه بر روی کودکان و نوجوانان، از اهمیت بالایی برخوردار است (هینتون^۱، ۲۰۱۳).

۳-۴. تأثیر فرهنگی و اجتماعی انیمیشن‌ها

مطالعات نشان می‌دهند که پویانمایی‌ها می‌توانند تأثیرات فرهنگی و اجتماعی عمیقی بر جوامع داشته باشند. به عنوان مثال، تحقیق «دو»^۲ (۲۰۱۴)، نشان داده است که پویانمایی‌های موفق دیزنی توانسته‌اند نه تنها در آمریکا، بلکه در سطح جهانی، تأثیرات گسترده‌ای بر دیدگاه‌ها و ارزش‌های فرهنگی داشته باشند. چنان‌که به نظر می‌رسد هالیوود در حال تعریف گفتمانی جدید برای نسل نوین قهرمانان زن است. مفهوم قهرمان زن در این مقطع از زمان، حاصل رویکرد جدید دیزنی به پرداختن قهرمان زن و به هم ریختن عرف‌های جنسیتی پسامدرنیستی است. شالوده‌شکنی، سرآغاز شکل‌گیری این قهرمانان است که امروزه، به شخصیت‌های جدید در میان دیگر آثار قبلی هالیوود تبدیل شده‌اند. فمینیسم پست‌مدرن با الهام از اندیشه پسامدرن، به نقد گفتمان مدرن زن‌محوری پرداخته و زمینه‌های حضور زنان در امور اجتماعی را با تعریف، تقویت و تثبیت گفتمان زن‌باوری فراهم می‌سازد. این جستار، به بررسی پدیده‌ای می‌پردازد که به بروز چنین تصاویری از شخصیت زن قهرمان در این آثار منجر شده است. در ادامه، قهرمان زن و چگونگی بازنمایی گفتمانی او را در هر فیلم، به‌طور جداگانه تجزیه و تحلیل کرده، تا به چگونگی شکل‌گیری یک گفتمان جدید منبث از نظریات فمینیستی دست یابد.

۴. روش

۴-۱. طراحی تحقیق

تحقیق حاضر به صورت کیفی طراحی شده است و هدف آن، تحلیل بازنمایی زنان در پویانمایی

1. Hinton

2. Doe



«فروزن» از طریق رویکرد نشانه‌شناسی است.

۴-۲. جمع‌آوری داده‌ها

- **تحلیل متن:** بررسی دیالوگ‌ها و مکالمات شخصیت‌ها برای شناسایی الگوهای زبانی و پیام‌های نهفته.

- **تحلیل بصری:** مشاهده و تحلیل صحنه‌ها و تصاویر کلیدی برای شناسایی نشانه‌ها و نمادها.

- **مقایسه با منابع دیگر:** استفاده از مقالات و تحقیقات پیشین درباره بازنمایی زنان در رسانه‌ها و پویانمایی‌ها برای غنی‌سازی تحلیل.

۴-۳. تحلیل داده‌ها

- **تحلیل کیفی:** داده‌ها با استفاده از روش‌های تحلیل محتوای کیفی، بررسی و کدگذاری می‌شوند. این تحلیل شامل شناسایی مضامین کلیدی و الگوهای تکراری در متن و تصویر است.

- **تفسیر نتایج:** نتایج به‌دست آمده از تحلیل‌ها به‌صورت توصیفی و تحلیلی ارائه شده و به بررسی تأثیرات فرهنگی و اجتماعی پویانمایی «فروزن» بر نگرش‌ها و باورهای اجتماعی پرداخته می‌شود.

۵. تحلیل «فروزن»

پویانمایی‌های دیزنی به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین و مشهورترین آثار هنری در تاریخ سینما، همواره مورد توجه پژوهشگران و منتقدان قرار گرفته‌اند. این پویانمایی‌ها نه تنها به‌عنوان سرگرمی برای کودکان، بلکه به‌عنوان ابزاری برای انتقال پیام‌های فرهنگی و اجتماعی نیز شناخته می‌شوند. در این تحلیل، به بررسی چندین جنبه کلیدی پویانمایی‌های دیزنی، به‌ویژه با تمرکز بر بازنمایی زنان پرداخته می‌شود. ابتدا، باید به تاریخچه و تحول در بازنمایی زنان در پویانمایی‌های دیزنی اشاره کرد. پویانمایی‌های دیزنی از ابتدای تأسیس این استودیو در دهه ۱۹۲۰ میلادی، همواره در حال تحول بوده‌اند. در ابتدا، شخصیت‌های زن به‌طور عمدۀ در قالب کلیشه‌های سنتی و وابسته به مردان به تصویر کشیده می‌شدند. به‌عنوان مثال، شخصیت‌هایی مانند سفیدبرفی و سیندرلا، به‌عنوان نمادهای زیبایی و ناتوانی معرفی می‌شدند. این شخصیت‌ها معمولاً در جست‌وجوی عشق و نجات از سوی یک مرد بوده و به‌نوعی تصویرگر نقش‌های سنتی زنان در جامعه بودند. اما با مرور زمان، دیزنی به تدریج شخصیت‌های قوی‌تر و مستقل‌تری را به تصویر کشید. شخصیت‌هایی مانند آنا و السا در «فروزن» نه تنها به‌دنبال عشق نیستند؛ بلکه به‌دنبال هویت و استقلال خود هستند. این تغییر در بازنمایی زنان، نشان‌دهندۀ تحول در نگرش اجتماعی به نقش‌های جنسیتی است. در این پویانمایی‌ها، زنان به‌عنوان شخصیت‌های فعال و مؤثر در داستان‌ها معرفی می‌شوند؛ که قادر به تصمیم‌گیری‌های مستقل هستند و می‌توانند بر سرنوشت خود تأثیر بگذارند. شخصیت‌پردازی در پویانمایی‌های دیزنی نیز به‌طور فزاینده‌ای پیچیده‌تر و چندبعدی‌تر شده است.



این شخصیت‌ها معمولاً دارای اهداف و آرزوهای شخصی هستند، که فراتر از جست‌وجوی عشق است. به‌عنوان مثال، شخصیت آن‌ا در «فروزن» نه‌تنها به‌دنبال یافتن عشق نیست؛ بلکه همچنین، به‌دنبال حفظ ارتباط با خواهرش و نجات پادشاهی خود است. این نوع شخصیت‌پردازی می‌تواند به مخاطبان، به‌ویژه جوانان، الگوهای مثبت و الهام‌بخش ارائه دهد و آن‌ها را تشویق کند که به‌دنبال تحقق آرزوهای خود باشند. نقش‌های جنسیتی در پویانمایی‌های دیزنی نیز به‌ویژه در سال‌های اخیر، تلاش کرده‌اند تا نقش‌های جنسیتی سنتی را به‌چالش بکشند. در «فروزن»، شخصیت‌های زن نه‌تنها به‌دنبال ازدواج نیستند؛ بلکه بر روی استقلال و خودشناسی تمرکز دارند. این پیام می‌تواند به تغییر نگرش‌ها و باورها در مورد زنان کمک کند و نسل جدیدی از زنان مستقل و قوی را معرفی کند. به‌علاوه، این پویانمایی‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای ترویج برابری جنسیتی و توانمندی‌های زنان عمل کنند. تأثیرات فرهنگی و اجتماعی پویانمایی‌های دیزنی نیز قابل توجه است. این آثار می‌توانند تأثیرات فرهنگی و اجتماعی عمیقی بر جامعه داشته باشند. این آثار می‌توانند به ترویج ارزش‌های جدید و مثبت دربارهٔ زنان کمک کنند و به نسل جوان، الگوهای مثبت ارائه دهند. با این حال، این بازنمایی‌ها ممکن است با آموزه‌ها و ارزش‌های فرهنگی خاصی مغایرت داشته باشند. به‌عنوان مثال، در برخی فرهنگ‌ها، تصویرسازی زنان به‌عنوان شخصیت‌های مستقل و قوی، ممکن است با سنت‌ها و هنجارهای اجتماعی موجود، در تضاد باشد. تحلیل نشانه‌شناسی در پویانمایی‌های دیزنی می‌تواند به شناسایی معانی پنهان و نشانه‌های فرهنگی مربوط به زنان کمک کند. این تحلیل می‌تواند نشان دهد که چگونه رسانه‌ها می‌توانند به بازسازی یا تقویت هنجارهای اجتماعی کمک کنند. به‌علاوه، این تحلیل می‌تواند به شناسایی الگوهای رفتاری و هویتی که این پویانمایی‌ها به ترویج آن‌ها می‌پردازند، کمک کند. در نهایت، تحلیل پویانمایی‌های دیزنی نشان می‌دهد که این آثار به‌عنوان ابزاری برای بازنمایی و ترویج ایدئولوژی‌های جدید در زمینه نقش‌های جنسیتی عمل می‌کنند. با معرفی شخصیت‌های زن قوی و مستقل، دیزنی توانسته است تصاویری جدید از زنان ارائه دهد که به چالش با کلیشه‌های سنتی کمک می‌کند. با این حال، نیاز به بررسی دقیق‌تر تأثیرات فرهنگی و اجتماعی این پویانمایی‌ها بر مخاطبان وجود دارد. در نتیجه، پویانمایی‌های دیزنی نه‌تنها به‌عنوان سرگرمی، بلکه به‌عنوان ابزاری برای تغییر نگرش‌ها و باورها در مورد زنان در جامعه مدرن، عمل می‌کنند. این پویانمایی‌ها می‌توانند به‌عنوان الگوهای مثبت برای نسل جوان عمل نموده و به ترویج ارزش‌های برابری و استقلال در میان زنان کمک کنند.

۱-۵. خلاصه داستان

داستان پویانمایی «فروزن» در ابتدا، به نام انجماد شناخته می‌شد؛ که زمان ساخت، آن را شاهزادهٔ برف و یخ نامیدند. همچنین، بعضی از شرکا (کمپانی‌ها) آن را به «دنای یخ‌زدن» معنی کرده بودند. این کارتون، مملو از موسیقی‌های شاد و زیبایی تصویری فوق‌العاده است که سازندهٔ آن، کمپانی دیزنی آمریکا



است. داستان این کارتون، از آنجا شروع شد که دو خواهر به نام‌های آنا و السا در قصری زندگی می‌کردند. شب هنگام، آنا که خواهر کوچک است، دوست دارد با خواهر بزرگ‌تر خود السا بازی کند. السا دارای قدرتی است که اگر به کسی دست بزند، او را به یخ تبدیل می‌کند. به‌خاطر همین موضوع، مجبور است دستکش در دست خود کند. در بازی، السا برای خواهرش با قدرت خود، تپه‌ای از یخ درست می‌کند. در هنگام بازی، ناگهان آنا از روی یکی از تپه‌ها سقوط می‌کند و السا برای نجات او، یخی پرتاب می‌کند که به سر آنا می‌خورد و کمی از موهایش سفید می‌شود. پدر و مادر بچه‌ها که نگران شده‌اند، برای نجات آنا به سرزمین کوچولوهای که دارای قدرت خاصی هستند، می‌روند؛ تا بتوانند مشکل آنا را حل کنند. این اثر، برگرفته از کتاب «ملکه برفی» است و نویسنده آن هانس کریستیان اندرسون است. زمانی که این کارتون به روی پرده سینما رفت؛ جزء بهترین کارتون‌های سال قرار گرفت و فروش بالایی را رقم زد. داستان پویانمایی «فروزن»، در ده کارتون و فیلم برتر سال، رتبه هفتم را در آن سال گرفت. فروش بلیت این کارتون در زمان اکران خود، حدوداً ۴ میلیارد تومان بود. آهنگ‌های شاد «فروزن» و استفاده از پویانمایی‌ها و صحنه‌های جذاب یخی، بسیاری از منتقدان سینما را متحیر کرد و توانست امتیازات ویژه‌ای را از آنها نصیب خود کند. این اثر، توانست بهترین جوایز را دریافت کند؛ جوایزی مانند اسکار، گلدن گلوب و در کنار شخصیت‌های اصلی السا و آنا، شخصیت‌های فرعی پویانمایی «فروزن» نیز نقش‌های مهم و تأثیرگذاری در پیشبرد داستان و بازنمایی نقش‌های جنسیتی ایفا می‌کنند.

۲-۵. نشانه‌ها و نمادهای کلیدی در «فروزن»

قدرت و استقلال: قصر یخی السا به‌عنوان نماد قدرت و استقلال او، نشان‌دهنده توانمندی‌های زنان و در عین حال، بار مسئولیت‌های سنگین است.

لباس و ظاهر: نحوه پوشش شخصیت‌ها و استفاده از رنگ‌ها و الگوها می‌تواند به درک بهتری از هویت و نقش‌های اجتماعی آنها کمک کند.

صحنه‌های کلیدی: صحنه‌هایی که در آنها، شخصیت‌ها تصمیمات مهمی می‌گیرند یا با چالش‌های جدی مواجه می‌شوند، به‌خوبی می‌توانند پیام‌های فرهنگی و اجتماعی را منتقل کنند.

۳-۵. بررسی و تحلیل شخصیت‌های اصلی

در این بخش، به بررسی و تحلیل شخصیت‌های اصلی، از جنبه‌های مختلف می‌پردازیم.

۱. السا^۱

♦ قدرت و مسئولیت:

– السا دارای قدرت‌های جادویی است که می‌تواند همه‌چیز را به یخ تبدیل کند. این قدرت، نماد

1. Elsa



توانمندی و در عین حال، بار مسئولیت‌های سنگین است.

- او به‌خاطر ترس از آسیب رساندن به دیگران، خود را از جامعه و خواهرش دور نگه می‌دارد؛ که نشان‌دهنده فشارهای اجتماعی و انتظارات از زنان برای کنترل احساسات و قدرت‌های خود است.

♦ تحول شخصیت:

- در طول داستان، السا یاد می‌گیرد که باید خود را بپذیرد و از قدرت‌هایش به‌عنوان یک منبع قوت استفاده کند. این تحول، به‌عنوان یک پیام قوی درباره پذیرش خود و شکستن قید و بندهای اجتماعی مطرح می‌شود.

♦ نماد آزادی:

- آهنگ Let It Go به‌عنوان نماد آزادی و رهایی از فشارهای اجتماعی، به تصویر کشیده می‌شود. این آهنگ به‌طور خاص، نشان‌دهنده تمایل او به آزادی از انتظارات جامعه و پذیرش خود واقعی‌اش است.

۲. آنا^۱

♦ شجاعت و عشق:

- آنا، خواهر کوچک‌تر، نمایانگر شجاعت و عشق بی‌قید و شرط است. او همواره به‌دنبال نزدیکی به خواهرش السا و حفظ خانواده است. - عشق او به السا و تلاش برای نجات او، نشان‌دهنده اهمیت روابط خانوادگی و حمایت از یکدیگر است.

♦ جستجوی هویت:

- آنا در طول داستان به‌دنبال پیدا کردن هویت و جایگاه خود است. او می‌خواهد از سایه خواهرش خارج شود و به‌عنوان یک فرد مستقل شناخته شود. - این جستجو در نهایت، به او کمک می‌کند تا درک کند که عشق و حمایت واقعی چیست و چگونه می‌توان به دیگران کمک کرد.

♦ شکستن کلیشه‌ها:

- آنا به‌عنوان یک شخصیت فعال و مستقل، در تضاد با کلیشه‌های سنتی زنانه قرار دارد. او از خود جرأت نشان می‌دهد و برای رسیدن به اهدافش تلاش می‌کند؛ که این موضوع به‌ویژه در مقایسه با شخصیت‌های زنانه سنتی در پویانمایی‌های قبلی دیزنی، قابل توجه است.

1. Anna

۵-۴. تحلیل شخصیت‌های فرعی

جدول ۲. تحلیل شخصیت‌های فرعی

	یکی از شخصیت‌های کلیدی و دوست‌داشتنی پویانمایی «فروزن» است. او به‌عنوان یک یخ‌فروش قوی و مستقل معرفی می‌شود که به آن در سفرش برای پیدا کردن السا کمک می‌کند. کریستوف برخلاف بسیاری از شخصیت‌های مرد در پویانمایی‌های سنتی، به‌عنوان یک شخصیت پشتیبان و حامی برای آن‌ا نمایش داده می‌شود. او نه‌تنها به آن‌ا در ماجراجویی‌هایش کمک می‌کند، بلکه نشان می‌دهد که مردان نیز می‌توانند نقش‌های حمایتی و همکاری در کنار زنان داشته باشند.	۱ کریستوف
	در ابتدا به‌عنوان شاهزاده‌ای جذاب و مهربان معرفی می‌شود، اما در ادامه داستان مشخص می‌شود که او قصد تسلط بر آردل و بهره‌برداری از قدرت‌های السا را دارد. شخصیت هانس نمادی از فریب و خیانت در داستان است و نقش او نشان می‌دهد که همیشه نمی‌توان به ظاهر افراد اعتماد کرد. این شخصیت، به‌خوبی نشان می‌دهد که قدرت و واپایش (کنترل)، تنها ویژگی‌های مردانه نیستند و حتی می‌توانند منفی و خطرناک باشند.	۲ هانس
	آدم‌برفی مهربان و بامزه‌ای که توسط السا ساخته شده است، یکی از شخصیت‌های فرعی محبوب و جذاب پویانمایی «فروزن» است. او نمادی از معصومیت و شادی در داستان است و با جذابیت و شوخ‌طبعی خود، توازن خوبی با شخصیت‌های دیگر ایجاد می‌کند. اولاف نشان می‌دهد که حتی شخصیت‌های غیرانسانی نیز می‌توانند نقش‌های مهمی در پیشبرد داستان و انتقال پیام‌های فرهنگی و اجتماعی داشته باشند.	۳ اولاف
	سون، گوزن شمالی وفادار کریستوف، نمادی از دوستی و وفاداری در داستان است. او با شخصیت غیرانسانی‌اش، نشان می‌دهد که حیوانات نیز می‌توانند به‌عنوان نمادهای فرهنگی و اجتماعی در داستان‌ها نقش داشته باشند. سون همیشه در کنار کریستوف است و به او در سختی‌ها کمک می‌کند که این خود نشان‌دهنده ارزش‌های همکاری و حمایت متقابل است.	۴ سون

۶. مقایسه با آموزه‌های اسلامی

✦ نقش زنان در آموزه‌های اسلامی

در آموزه‌های اسلامی، زنان دارای نقش‌های متنوع و مهمی هستند. قرآن و احادیث به زنان به‌عنوان موجوداتی با ارزش و دارای حقوق و مسئولیت‌های خاص اشاره می‌کنند. برای مثال، حضرت خدیجه (س) به‌عنوان یک تاجر موفق و همسر پیامبر اسلام (ص)، نمونه‌ای از زنانی است که در تاریخ اسلام نقش‌های مهمی ایفا کرده‌اند. همچنین، حضرت فاطمه (س) به‌عنوان دختر پیامبر اسلام (ص) و مادر امامان شیعه، نمونه‌ای از زنان بافضیلت و تأثیرگذار در اسلام است. حقوق اجتماعی زن در اسلام شامل مجموعه‌ای از حقوق و امتیازات است که به زنان در جامعه تعلق دارد. این حقوق به‌طورکلی به دو دسته تقسیم می‌شوند:



- حقوق فردی:

- (۱) زنان حق دارند به طور آزادانه به تحصیل بپردازند و علم و دانش کسب کنند.
- (۲) زنان می توانند در مشاغل مختلف فعالیت کنند و از درآمد خود بهره مند شوند.
- (۳) زنان حق دارند اموال و دارایی های خود را داشته باشند و از آنها بهره برداری کنند.

- حقوق اجتماعی:

- (۱) زنان حق دارند در امور اجتماعی و سیاسی مشارکت کنند و نظر خود را بیان کنند.
- (۲) زنان می توانند در انتخابات شرکت کنند و نمایندگان خود را انتخاب کنند.
- (۳) زنان حق دارند نظرات و دیدگاه های خود را آزادانه بیان کنند.

+ مقایسه با شخصیت های «فروزن»

السا: السا به عنوان ملکه ای با قدرت های جادویی، نمادی از استقلال و قدرت زنانه است. در آموزه های اسلامی، زنان نیز می توانند نقش های رهبری و تأثیرگذاری داشته باشند؛ اما این نقش ها باید با رعایت اصول اخلاقی و دینی همراه باشد. قدرت های السا می تواند به عنوان نمادی از توانمندی های زنان در اسلام تفسیر شود؛ اما باید توجه داشت که در اسلام، استفاده از قدرت ها و توانمندی ها باید در راستای خدمت به جامعه و رعایت اصول دینی باشد. نقش زنان در رهبری جامعه، نه تنها به عنوان یک حق، بلکه به عنوان یک ضرورت برای توسعه پایدار و پیشرفت اجتماعی محسوب می شود. مشارکت فعال زنان در تمامی ابعاد جامعه می تواند به بهبود شرایط زندگی و تقویت همبستگی اجتماعی منجر گردد.

آنا: آنا به عنوان خواهر کوچک تر السا، نمادی از عشق و ایثارگری است. در آموزه های اسلامی، عشق و ایثارگری از ارزش های مهمی هستند که به آنها تأکید شده است. آنا با فداکاری و تلاش برای نجات خواهرش، نمونه ای از زنانی است که در اسلام نیز به عنوان الگوهای اخلاقی معرفی می شوند. نقش زن در ایثارگری، یکی از جنبه های مهم و تأثیرگذار در تاریخ و فرهنگ جوامع مختلف است. ایثارگری زنان به ویژه در زمان های بحران، جنگ و مشکلات اجتماعی، نشان دهنده قدرت، شجاعت و فداکاری آنها است. زنان با تربیت فرزندان خود در ارزش های ایثار و فداکاری، نسل هایی را آماده می کنند که در مواقع نیاز برای دفاع از وطن و ارزش ها ایستادگی کنند. در بسیاری از جنگ ها و بحران ها، زنان به عنوان پرستار، پزشک و حتی مبارز در جبهه ها حضور داشته اند و جان خود را برای کمک به دیگران، فدا کرده اند. زنان می توانند با فعالیت های فرهنگی و اجتماعی، ارزش های ایثار و فداکاری را در جامعه ترویج دهند و به ایجاد آگاهی در این زمینه کمک کنند. بسیاری از زنان در تاریخ به عنوان نمادهای ایثار و فداکاری شناخته می شوند، مانند زنانی که در جنگ های مختلف به عنوان قهرمان شناخته شده اند.

۶-۱. مغایرت ها

- لباس و ظاهر: یکی از مغایرت های آشکار بین پویانمایی «فروزن» و آموزه های اسلامی، نحوه لباس



پوشیدن شخصیت‌ها است. در اسلام، حجاب و پوشش مناسب برای زنان از اهمیت بالایی برخوردار است؛ در حالی که در پویانمایی «فروزن»، شخصیت‌ها لباس‌های غربی و غیراسلامی می‌پوشند. اسلام، قوانین و اصول خاصی برای حجاب و پوشش زنان تعیین کرده است؛ که به منظور حفظ عفت، شرافت و احترام به زنان وضع شده‌اند. زنان باید بدن خود را به جز دست‌ها و صورت بپوشانند. در برخی تفسیرها، پوشاندن پاها نیز توصیه شده است. لباس‌ها باید گشاد و غیرشفاف باشند تا بدن را به طور کامل بپوشانند و از نمایان شدن فرم بدن جلوگیری کنند. زنان باید در حضور مردان غیرمحرّم حجاب داشته باشند و از لباس‌های زینتی و جلب توجه‌کننده، پرهیز کنند. زنان باید در مکان‌های عمومی، مانند خیابان‌ها و مراکز اجتماعی، حجاب را رعایت کنند تا از نظر اجتماعی و فرهنگی به عنوان زنانی با عفت و احترام شناخته شوند.

۶-۲. روابط اجتماعی: روابط بین شخصیت‌های زن و مرد در «فروزن»، با آموزه‌های اسلامی مغایرت دارد. در اسلام، روابط بین زنان و مردان باید با رعایت حدود و حریم‌های مشخصی باشد. زنان باید از اختلاط نزدیک و بی‌مورد با مردان غیرمحرّم پرهیز کنند. این، شامل نشستن یا گفت‌وگوهای طولانی در مکان‌های خصوصی است. ارتباطات غیرضروری و دوستانه با مردان غیرمحرّم باید محدود شود. گفت‌وگوها باید در چارچوب معقول و مرتبط با موضوعات اجتماعی یا کاری باشد. این محدودیت‌ها به منظور حفظ عفت و شرافت زنان و جلوگیری از بروز مشکلات اجتماعی وضع شده‌اند.

۶-۲. تطابق‌ها

استقلال و قدرت: آموزه‌های اسلامی و پویانمایی «فروزن»، هردو بر اهمیت استقلال و قدرت زنان تأکید دارند. زنان در اسلام می‌توانند نقش‌های مهم و تأثیرگذاری در جامعه داشته باشند؛ همان‌طور که السا و آنا در «فروزن» نشان می‌دهند. اسلام به استقلال زنان توجه ویژه‌ای دارد و به طور کلی، بر حقوق و شخصیت مستقل آنها تأکید می‌کند. در زمینه‌های حقوقی، مالی و اقتصادی، زنان دارای حقوق مستقل هستند و در موضوعات مربوط به تحصیل و شغل نیز حق و حقوق خود را دارند. زنان به عنوان افرادی، با شخصیت و حقوق مستقل شناخته می‌شوند و باید به آنها احترام گذاشته شود. هرگونه تبعیض یا نابرابری براساس جنسیت، در اسلام محکوم است و باید به حقوق زنان احترام گذاشته شود.

۶-۲-۱. زن در نگاه مقام معظم رهبری

از منظر مقام معظم رهبری، شخصیت والای زن هنوز به طور کامل در جامعه نمایان نشده است. ایشان وضعیت کنونی زنان مسلمان ایرانی را علی‌رغم افزایش حضور اجتماعی، در سطحی متوسط از پیشرفت ارزیابی می‌کنند و معتقدند که بانوان ایرانی هنوز در آغاز راه پیشرفت قرار دارند. در ندای امروز، گفتمان زنان به یکی از مباحث اصلی و پررنگ در جوامع تبدیل شده است. از آنجا که نیمی از هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند؛ مسائل مربوط به آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. تاریخ، نشان می‌دهد که



زنان به مدت طولانی تحت ستم‌های فراوانی قرار گرفته‌اند. در یونان باستان، زنان مانند بردگان خرید و فروش می‌شدند و از حقوق انسانی ابتدایی محروم بودند. با آغاز رنسانس و ورود به عصر روشنگری، جنبش‌های برابری‌خواهی به دلیل این ظلم تاریخی شکل گرفتند. در جامعه کنونی، سه جریان اصلی در زمینه مسائل زنان وجود دارد: گروهی که هرگونه حضور اجتماعی زنان را رد کرده و به خانه‌نشینی آنها تأکید می‌کند؛ گروهی که به دنبال حداکثر حضور اجتماعی برابر با مردان هستند؛ و گروه سومی که رویکردی میانه‌رو دارند. این بخش از پژوهش به بررسی جایگاه و نقش اجتماعی زنان در جامعه از منظر مقام معظم رهبری می‌پردازد.

- ارزش‌گذاری اسلام به کرامت و اصالت زن بودن: «ما باید در مورد مسئله زن، نگاه جامع داشته باشیم و این نگاه جامع، در اسلام هست. مسئله ارزش‌گذاری به اصالت زن، زن بودن، برای زن یک ارزش والا است؛ یک اصل است. به هیچ وجه تشبیه به مردان برای زن ارزش به حساب نمی‌آید؛ همچنان که برای مردها تشبیه به زنان، ارزش به حساب نمی‌آید. هرکدام نقشی دارند، هرکدام جایی دارند، جایگاهی دارند و طبیعتی دارند و مقصودی از وضعیت خاص آنها در آفرینش حکیمانه الهی، مورد نظر بوده که این مقصود، باید برآورده شود؛ این مسئله مهم است» (مقام معظم رهبری، ۱۳/۰۴/۱۳۸۶).

- برابری در تمامی عرصه‌های سیاسی - اجتماعی: «اسلام وقتی که می‌گوید: «وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (توبه، ۷۱)؛ یعنی مؤمنین و مؤمنات در حفظ مجموعه نظام اجتماعی و امر به معروف و نهی از منکر، همه سهیم و شریکند؛ زن را استثناء نکرده. ما هم نمی‌توانیم زن را استثناء کنیم. مسئولیت اداره جامعه اسلامی و پیشرفت جامعه اسلامی بر دوش همه است؛ بر دوش زن، بر دوش مرد؛ هرکدام به نحوی بر حسب توانایی‌های خودشان» (مقام معظم رهبری، ۱۳/۰۴/۱۳۸۶).

- حق مالکیت و استقلال اقتصادی زن در اسلام: «در اسلام، زن مالک ثروت خود است. شوهرش راضی باشد، یا راضی نباشد؛ پدرش راضی باشد، یا راضی نباشد - فرقی نمی‌کند - او می‌تواند ثروت و مال و اندوخته خود را مصرف کند و ربطی به کس دیگری ندارد. نظر اسلام، این است. در حمایت از استقلال اقتصادی زنان، دنیا سیزده قرن است که از اسلام عقب است. اسلام این را سیزده قرن قبل گفته است؛ ولی در اروپا تازه چهل سال، پنجاه سال و در بعضی از کشورها کمتر از این مدت است که تازه شروع کرده‌اند به زن اجازه دهند که در مال و ملک خود، دخل و تصرف کند! اسلام، از این جهت هم، جلو است» (مقام معظم رهبری، ۲۰/۱۲/۱۳۷۵).

- مهم‌ترین نقش در تربیت فرزندان: «علّت اینکه اسلام این قدر به نقش زن در داخل خانواده اهمیت می‌دهد، همین است که زن اگر به خانواده پایبند شد، علاقه نشان داد، به تربیت فرزند اهمیت داد، به بچه‌های خود رسید، آنها را شیر داد، آنها را در آغوش خود بزرگ کرد، برای آنها آذوقه‌های فرهنگی - قصص، احکام، حکایت‌های قرآنی، ماجراهای آموزنده - فراهم کرد و در هر صورتی به فرزندان خود



مثل غذای جسمانی چشایند؛ نسل‌ها در آن جامعه، بالنده و رشید خواهند شد. این هنر زن است و منافاتی هم با درس خواندن و درس گفتن و کار کردن و ورود در سیاست و امثال اینها ندارد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵/۱۲/۲۰).

- **برابری حقوق و تعادل میان زن و مرد:** «در خانواده، حدود و حقوقی هست. مرد حقوقی دارد، زن هم حقوقی دارد و این حقوق به شدت عادلانه و متوازن ترتیب داده شده است. آنچه به نام اسلام است و غلط است، آنها را نمی‌گوییم و از آنها دفاع نمی‌کنیم. آنچه متعلق به اسلام است، بیّنات اسلام و مسلمات اسلام است. اینها چیزهایی است که میان حقوق زن و مرد در داخل خانواده توازن قائل است» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۶/۰۷/۳۰).

۷. تحلیل داده‌های زبانی و غیرزبانی

۷-۱. تحلیل داده‌های زبانی

تحلیل داده‌های زبانی در پویانمایی «فروزن» شامل بررسی مکالمات، دیالوگ‌ها و نحوه بیان شخصیت‌ها است. این تحلیل می‌تواند به درک بهتری از نقش‌های جنسیتی و پیام‌های فرهنگی و اجتماعی کمک کند.

۱) **مکالمات و دیالوگ‌ها:** در پویانمایی «فروزن»، مکالمات و دیالوگ‌ها نقش مهمی در نشان دادن شخصیت‌ها و روابط آنها دارند. به عنوان مثال، دیالوگ‌های السا و آنا، نشان‌دهنده رابطه قوی و عاطفی بین دو خواهر است. این دیالوگ‌ها همچنین، به نمایش نگرانی‌ها و چالش‌های شخصی آنها کمک می‌کند. برای مثال، جمله معروف السا Let it go نشان‌دهنده آزادی و استقلال او، بلکه نمادی از رهایی از ترس‌ها و محدودیت‌های گذشته است.

۲) **نحوه بیان شخصیت‌ها:** نحوه بیان شخصیت‌ها نیز می‌تواند به درک بهتری از نقش‌های جنسیتی کمک کند. السا با بیان قاطع و محکم خود، نشان‌دهنده قدرت و استقلال زنانه است. در مقابل، آنا با بیان مهربان و پرشور خود، نمادی از عشق و ایثارگری است. تحلیل این نحوه بیان‌ها می‌تواند به درک بهتری از شخصیت‌های پویانمایی و پیام‌های اجتماعی و فرهنگی آنها کمک کند.

۷-۲. تحلیل داده‌های غیرزبانی

تحلیل داده‌های غیرزبانی شامل بررسی نمادها، تصاویر و صحنه‌های مختلف انیمیشن است که نقش‌های جنسیتی و پیام‌های فرهنگی را به تصویر می‌کشند.

۱) **نمادها و تصاویر:** در «فروزن»، نمادها و تصاویر، نقش مهمی در انتقال پیام‌های فرهنگی و اجتماعی دارند. برای مثال، قصر یخی السا، نمادی از قدرت و استقلال او است. این قصر، نه تنها نشان‌دهنده قدرت‌های جادویی السا، بلکه نمادی از انزوای او نیز هست. همچنین، نمادهایی مانند



دستکش‌هایی که السا می‌پوشد، نمادی از تلاش او برای کنترل قدرت‌هایش و پنهان کردن آنها است.

۲) صحنه‌های کلیدی: صحنه‌های مختلف پویانمایی نیز نقش‌های جنسیتی و پیام‌های فرهنگی را به‌خوبی به‌تصویر می‌کشند. برای مثال، صحنه تاج‌گذاری السا نشان‌دهنده تلاش او برای پذیرش مسئولیت‌های جدید و رهایی از ترس‌های گذشته است. همچنین، صحنه نهایی که آنا با فداکاری، جان خود را برای نجات السا به خطر می‌اندازد، نمادی از عشق و ایثارگری است.

۸. نتیجه‌گیری

تفسیر و تبیین داده‌های زبانی و غیرزبانی پویانمایی «فروزن»، نشان می‌دهد که این پویانمایی دارای پیام‌های فرهنگی و اجتماعی مهمی درباره نقش زنان و ارزش‌های انسانی است. مقایسه این پیام‌ها با آموزه‌های اسلامی، به ما کمک می‌کند تا نقش‌های جنسیتی در رسانه‌ها را بهتر درک کنیم و تأثیرات آنها را بر نگرش‌ها و باورهای مختلف بررسی کنیم. در فروزن، بازنمایی شخصیت قهرمان زن مشهود است. تصاویر کنش‌های رفتاری و اجتماعی، تک‌گویی‌ها، گفت‌وگوهای شخصیت اصلی، همگی بر اعمال غیرکلیشه تأکید می‌ورزد. از راهبردهای جدید جنسیتی در این اثر، تقابل کلیشه‌هایی است که در آن، قید آراستگی ظاهری برای قهرمان زن وجود دارد. السا و آنا (که هر دو شاهدخت‌اند)، نوجوانانی هستند که در نهایت آزادی و با پوششی مشابه دیگر اعضای جامعه زندگی می‌کنند. چنانکه گاهی پوشش رسمی و آرایش مو، آزدگی آنها را به‌همراه دارد. همچنین، قرار دادن زن در موقعیت‌های فرادست و قالب‌های قهرمانی، ازجمله راهبردهای جدید این رسانه در بازنمایی قهرمان زن است. در این آثار، شخصیت‌ها به‌واسطه کنش فعالانه خود، به قهرمانی و موفقیت دست می‌یابند؛ نه نسب‌های خانوادگی و شیوه تولد آنها. صفاتی چون؛ کاردانی، تدبیر، پرهیز از خشونت، توانایی تعامل و برقراری صلح، خردگرایی و تلاش برای تعامل و گفت‌وگو، از ویژگی‌های قهرمان است. انتخاب پوشش، نحوه گذران اوقات فراغت، فردگرایی، تجربه خطر و سنت‌ستیزی، ازجمله راهبردهای بازنمایی زندگی قهرمان زن در این آثار است. متناسب با این ایدئولوژی، تولیدکنندگان، سعی در بازنمایی تجربه جدیدی از گفتمان دارند. نمایش مهارت‌های فردی نظیر اسب‌سواری، تیراندازی، شنا، صخره‌نوردی و قایقرانی از طریق طبیعی‌سازی آن و توانمند ساختن زن مدرن، از دیگر پیام‌هایی است که این رسانه درصدد القای آن به مخاطبان خویش است. بیننده در برخورد با این محورها، نسبت به انتخاب یکی از دو وجه آن، از خود عکس‌العمل نشان می‌دهد؛ آنها در مواجهه با دوگانه‌های متنی، سمت‌وسویی را برمی‌گزینند که ایدئولوژی متنی تمایل دارد. اگر در این رسانه سینمایی، وظایف قهرمان تنها به بازنمایی‌های زنان در دهه‌های گذشته محدود نشود، این بازنمایی نشان‌دهنده گفتمان پست‌مدرنیستی و ضدکلیشه‌ای از زن مدرن است. این رویکرد سعی دارد با ارائه تصویری نو از قهرمان زن، همسو با گفتمان‌های زن‌باورانه، در شکل‌گیری یک ایدئولوژی جدید نقش‌آفرینی کند. این ایدئولوژی سعی دارد تا مطابق با گفتمان‌های ساختارشکنانه پست‌فمینیستی و



سیاسی غالب، گفتمان زن‌باوری را تثبیت و بدیهی‌سازی نماید. از سوی دیگر، چنانچه بررسی‌ها نشان می‌دهد، کنش‌های تصویری و کلامی در بخش‌های انتخاب‌شده، نشان می‌دهد که کنش‌هایی که در تصاویر کلیشه‌ای استفاده می‌شود، بیانگر توانایی و آگاهی جنس زن است. مطالعه آثار اخیر از تصویر قهرمان زن، در تقابل با چهره محوری او در آثار دهه‌های قبل، نشانگر تعریف گفتمانی جدید نسبت به گفتمان کلیشه‌ای زن قهرمان است. این گفتمان از یک‌سو، با روند تغییر بازنمایی جایگاه زن در جامعه امروز همسو است و از سوی دیگر، با در نظر گرفتن تأثیر رسانه‌های تصویری، باعث تغییر و تشکیل الگوهای فرهنگی و رفتاری جدیدی شده که در مجموع، یک گفتمان جدید را پایه‌ریزی و تعریف کرده و در حال تثبیت آن است. شخصیت‌های اصلی و قهرمان زن در اثر ذکر شده، با تفاوت‌های محسوس نسبت به الگوهای پیشین، در قالب زنانی شجاع و استقلال‌طلب بازنمایی می‌شوند.



منابع

قرآن کریم.

- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰). *نظریه‌های فرهنگ عامه*. ترجمه ثریا پاک نظر. تهران: گام نو.
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۸۶/۰۴/۱۳). *بیانات در دیدار گروه کثیری از بانوان نخبه در آستانه سالروز میلاد حضرت زهرا(س)*. قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=3390>
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۷۵/۱۲/۲۰). *بیانات در اجتماع بانوان خوزستان*. قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=7284>
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۷۶/۰۷/۳۰). *بیانات در همایش بانوان بزرگ در ورزشگاه آزادی به مناسبت جشن میلاد کوثر*. قابل دسترس در: <https://www.leader.ir/fa/speech/1501>
- سلطانی، سید حسن؛ کهنوند، مریم؛ صادقیان، حمید (۱۴۰۰). تحول بازنمایی زن قهرمان: سینمای انیمیشن دیزنی از سفیدبرفی و هفت کوتوله تا زوتوپیا. *هنرهای زیبا: هنرهای نمایشی و موسیقی*، ۲۶(۴)، ص ۱۷-۲۷.
- عضدائلو، حمید (۱۳۹۶). *آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی*. تهران: نشر نی.
- فرهادپور، مراد (۱۳۷۵). درباره مضامین و ساختارهای دیالکتیک روشنگری. *ارغنون*، شماره ۱۱-۱۲، ص ۲۵۷-۲۹۰.
- قندهاریون، علیرضا؛ رستمی، محبوبه (۱۳۹۶). بازنمایی کلیشه و ضد کلیشه زن کاوشی در دنیای تبلیغات تلویزیون ایران با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فرکالف. *راهبرد فرهنگ*، ۱۰(۳۸)، ص ۸۵-۲۰۶.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.
- Bordo, S. (1993). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley: University of California Press
- Connell, R.W. (2005). *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
- Doe, M. (2014). Gender Roles in Modern Animation. *Journal of Media Studies*, 22(3), p. 123-145.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. Fifth Edition. Sage Publication.
- Gabler, N. (2006). *Walt Disney: The Triumph of the American Imagination*. New York: Knopf.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, Gender and Identity: Inside Contemporary Television*. Routledge.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. New York: Harper & Row.
- Hall, S. (1997). *The Work of Representation*. In: Cultural Representation and Signifying Practice. Sage Publication.
- Harris, S. (2010). Visual Communication and Children's Media. *Visual Communication Quarterly*, 17(2), p. 78-89.
- Hinton, P.R. (2013). *Stereotypes, cognition and culture*. Psychology Press. Korea Academia-Industrial cooperation Society, 20(12), p. 380-389.
- Johnson, D.F. (2017). Children's Media in the Digital Age. *Journal of Children and Media*, 11(3), p. 245-250.

- Lee, J. & Chen, M. (2019). Animation as a Medium for Educational Communication. *Educational Technology & Society*, 22(2), p. 112–123.
- Lind, R. (2008). *Gendered Media: The Influence of Media on Views of Gender*. In: Media, Gender and Identity (pp. 43-60). New York: Routledge.
- Liu, Y. & Yang, M. (2021). *The transformation of female images in Disney animated films from the 20th to the 21st century in the context of the American feminist movement*. In: 2021 4th international conference on humanities education and social sciences (ICHESS 2021), 1034-1039). Atlantis Press.
- Mulvey, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Screen
- Owrt, C., Smith, J. & Lee, M. (2015). Gender Representation in Disney Animated Films: A Content Analysis of Female Characters. *Journal of Media and Culture*, 18(3), p. 45–60.
- Rice, R.E. (2015). *Media and Communication Effects Theories*. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Elsevier.
- Tuchman, G. (1978). *The Symbolic Annihilation of Women in the Media*. In: The Media Studies Reader (pp. 15-26). New York: Routledge.
- Watson, J. & Hill, A. (2015). *Dictionary of media and communication studies*. Bloomsbury Publishing USA.