

تحول بازنمایی دیگری در انیمیشن‌های برنده جایزه اسکار

اعظم راودراد^۱، مانیا عاله‌پور^۲

چکیده

این مقاله با استفاده از روش نشانه‌شناسی سه سطحی بارت به تحلیل ده انیمیشنی که در ده سال (۲۰۱۴-۲۰۰۵) موفق به کسب جایزه اسکار شده‌اند، از نظر چگونگی بازنمایی «دیگری» و دلالت‌های ایدئولوژیکی که در مورد آن وجود دارد، می‌پردازد. در این پژوهش مطالعه شیوه بازنمایی نژاد و جنسیت «دیگری» دو مؤلفه اصلی است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد نگاه نژادی شده در مقایسه با «دیگری» در انیمیشن‌های مورد تحلیل تغییر کرده است و همچنین تحولی صریح در نگاه به زن در این انیمیشن‌ها اتفاق افتاده است. به‌عنوان یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که بازنمایی دیگری در انیمیشن‌هایی که در سال‌های اخیر برنده جایزه اسکار بوده‌اند، به این صورت است که نژاد و جنسیت افراد نیست که «دیگری» بودن آنها را تعیین می‌کند بلکه افکار، عقاید و رفتار ایشان است که مشخص می‌کند چه کسی دیگری است. بازنمایی دیگری در این انیمیشن‌ها به‌عنوان فردی که مخالف تغییر است، تفاوت‌ها را بر نمی‌تابد، پایبند سنت است و به محیط‌زیست آسیب می‌زند از جمله نتایج این پژوهش است.

واژه‌های کلیدی

انیمیشن، بازنمایی، دیگری، رسانه، اسکار

۹۵/۱۲/۰۴

زمان دریافت: ۹۴/۱۲/۱۶

Aravdarad@socil.ut.ac.ir

۱. استاد گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

M.Alehpour@ut.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه تهران

مقدمه

انیمیشن‌ها یکی از محصولات سرگرمی هستند که مخاطبان بسیاری در سراسر دنیا به خود جذب کرده‌اند؛ مخاطبانی که تقریباً از تمام رده‌های سنی هستند. انیمیشن در امتداد دنیای بصری شده امروز قرار دارد و مسلماً در حوزه فرهنگ دیداری می‌گنجد. وقتی با دستگاه‌های دیداری، یعنی رسانه‌ها و فناوری، برخورد می‌کنیم در حقیقت یک رویداد دیداری^۱ را تجربه می‌کنیم. منظور از رویداد دیداری کنش متقابل نشانه دیداری، یعنی فناوری‌ای که آن نشانه را ممکن و مستمر می‌سازد و بیننده است (میرزواف، ۱۹۹۹: ۱۲).

کودکی که در عصر بصری شدن دنیا دوران کودکی خود را می‌گذراند شاید هرگز به اندازه نسل پیش از خود متوجه این‌گونه تغییرات در زمینه بصری شدن دنیا نشود و هرگز نتواند دنیایی غیر از این را تصور کند. اگر به اطراف خود نظری بیندازیم، می‌بینیم که کودکان با انواع وسایل بصری کودکی خود را می‌گذرانند و چون دائماً با این وسایل سروکار دارند ممکن است متوجه تغییرات بصری شدن دنیای پیرامونشان نشوند و تصور کنند دنیا همین است و بس. این امر ممکن است موجب فعال‌تر شدن حس بینایی کودک به گذشته شود. می‌توان گفت کودک امروزه بیشترین تمرکز را بر «دیدن»، برای درک دنیا می‌گذارد، چراکه تقریباً سیستم یادگیری از همان ابتدای تولدش بر آموزش مبتنی بر دیدن استوار بوده است. شاهی بر این امر کتاب‌های آموزشی مبتنی بر تصویر، فیلم‌ها، بازی‌های کامپیوتری و ... است. به نظر می‌آید او معنای زندگی را با دیدن درک می‌کند. با دیدن درک می‌کند که دوست کیست و دشمن چه ویژگی‌هایی دارد. انسان مقبول از نظر جامعه کیست و اطلاعات لازم برای شناخت انواع شخصیت‌ها را فرا می‌گیرد. یکی از منابع اصلی این شناخت برای کودک، رسانه‌ها هستند.

کلنر (1979) درباره موفقیت رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی به پندارهای اغلب افراد جامعه از جمله کودکان معتقد است: «فرهنگ رسانه‌ای بازنمودهایی تولید می‌کند که درصد تلقین رضایت درباره مواضع سیاسی هستند و اعضای جامعه را وادار می‌کنند که ایدئولوژی خاصی را وضعیت طبیعی امور بپندارند». بنابراین، اهمیت انیمیشن‌ها به‌عنوان محصولاتی که مخاطب اصلی آنان کودکان هستند چند برابر می‌شود؛ چراکه محصولاتی دیداری هستند و

1. Visual Event
2. Mirzoeff

محتوای انیمیشن به دلیل بصری بودن بسیاری از ایده‌ها را از طریق تصویر به کودکان منتقل می‌کند. یکی از مهم‌ترین این ایده‌ها تصویری است که از «دیگری» می‌سازند. در هر داستان به دلیل چالشی که درون آن وجود دارد همواره یک «دیگری» وجود دارد که در مقابل «خودی» قرار می‌گیرد. «دیگری» کسی است که ما به آن می‌نگریم و با وجود او به وجود خود پی می‌بریم. پس ما نیازمند «دیگری» هستیم؛ در عین حال که برای از بین بردنش می‌جنگیم. این تناقض مبنای نظریه‌های بسیاری از اندیشمندان از جمله لاکان و فروید است. بر این اساس «دیگری» برای ساخت خود^۱، ساخت سوژه و هویت‌یابی جنسی لازم است. این دیدگاه در دیدگاه فروید بر مبنای «اسطوره ادیپی» شکل‌گیری نفس به واسطه «دیگری» تحقق می‌یابد. لاکان نیز این ایده را تا جایی پیش می‌برد که شکل‌گیری زبان و بسط هویت جنسی را در ارتباط با «دیگری» ممکن می‌داند» (روژک، ۲۰۰۳).

انیمیشن‌ها یکی از محصولات فرهنگی هستند که «دیگری» را برای کودکان قالب‌بندی می‌کنند. این محصولات مخاطبان بسیاری دارند. «برای مثال شرکت دیزنی، بزرگ‌ترین شرکت در زمینه تولید محصولات رسانه‌ای فقط در سال ۲۰۱۶، ۵۵/۶ میلیارد دلار درآمد کسب کند (ناسداک، ۲۰۱۷). انیمیشن هنری قدرتمند و تأثیرگذار است که می‌تواند به صورت استعاری مشکلات و مسائل پیرامون بشر و جهان را بیان کند (جواهریان، ۱۳۷۸).

پژوهش‌های زیادی در خصوص بازنمایی دیگری در انیمیشن‌های کودکان انجام شده است. مرسکین^۲ (۲۰۰۸) در نتیجه تحلیل ۳۸۱ انیمیشن تبلیغاتی برای کودکان نتیجه می‌گیرد که کودکان سفید و آفریقایی - امریکایی به جمعیت‌شان بسیار بیش از دیگر گروه‌ها و اقلیت‌ها در امریکا بازنمایی شده‌اند. او اظهار می‌کند که دیگر اقلیت‌ها در صورت بازنمایی به صورت مطلوبی نشان داده نشده‌اند. دیویس^۳ (۲۰۰۳) با تحلیل محتوی کاراکترهای انیمیشن خاص کودکان به این نتیجه می‌رسد که اغلب نقش‌های اصلی و فعال و شاغل در این انیمیشن مردان هستند و به‌طور کلی اغلب کاراکترهای بازنمایی شده در برنامه‌های کودکان، مرد، سفید و طبقه متوسط هستند و دیگر گروه‌ها به ندرت بازنمایی می‌شوند (شریل^۴، ۱۹۹۳).

1. Self
2. Merskin
3. Davis
4. Sherryl

با این پیش فرض که انیمیشن‌ها می‌توانند بر ذهنیت مخاطبان تأثیر داشته باشند و با توجه به اهمیت انیمیشن‌های ساخته شده و توزیع شده در سطح جهان، در این مقاله سعی می‌کنیم به مطالعه تحول بازنمایی «دیگری»، از طریق روش نشانه‌شناسی سه سطحی بارت، در ۱۰ انیمیشن در سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ که جایزه اسکار را از آن خود کرده‌اند، بپردازیم. دلیل اینکه انیمیشن‌های برنده جایزه اسکار برای تحلیل انتخاب شده‌اند این است که این انیمیشن‌ها جزو پرفروش‌ترین در دنیا هستند و با نگاهی به وبسایت باکس آفیس^۱ که آمار فروش انیمیشن‌ها در کشورهای مختلف را منتشر می‌کند به پرفروش بودن این انیمیشن‌ها در دنیا پی برد. از طرف دیگر این انیمیشن‌ها ساخت شرکت‌های امریکایی هستند و هدف از تحلیل نیز شناخت ذهنیت خود سازندگان انیمیشن‌ها و همچنین هیئت داورانی که بر اساس معیارهایی این انیمیشن‌ها را انتخاب کرده‌اند، از دیگری است.

مفاهیمی مانند نژاد، جنسیت و بازنمایی آنها در رسانه‌های جمعی همواره چالش برانگیز بوده است. بسیاری از اندیشمندان از جمله میرزواف^۲ (۱۹۹۹) بر سوگیری خاص رسانه‌های غربی در بازنمایی «دیگری» بر اساس نوع نژاد، جنسیت و طبقه تأکید داشته‌اند. بر همین اساس یکی از سؤالات ما در این تحقیق این است که ایماژ «دیگری» در انیمیشن‌های مورد مطالعه از نظر نژاد و جنسیت چگونه نشانه‌پردازی شده است، دلالت‌های ایدئولوژیکی که می‌تواند در خود داشته باشد چیست‌اند و آیا نگاه نژادپرستانه یا جنسیتی در ایماژ «دیگری» وجود دارد یا خیر. از طرف دیگر آیا تحولی در نگاه به دیگری رخ داده است و چگونه. پاسخ به سؤالات پژوهش پیش‌رو می‌تواند درکی در خصوص آنچه به‌مثابه «دیگری» به کودکان معرفی می‌شود به ما بدهد. «دیگری» که از جنس خوبی‌ها نیست و تلویحاً به‌عنوان دشمن به کودکان معرفی می‌شود.

مفهوم «دیگری»

مفهوم «دیگری» در این مقاله هم به‌مثابه بخشی از مکانیزم تفاوت بخشی (هال، ۱۹۹۷) و هم صورت یک مفهوم مستقل در برابر خود و همچنین مفهومی نیازمند فرایند بازنمایی برای معنادار شدن نگریسته می‌شود. در واقع دیگری کسی است که با ما تفاوت دارد و به‌گونه‌ای

1. www.Boxofficejojo.Com
2. Mirzoeff

بازنمایی می‌شود که هدفش دقیقاً در مقابل هدف شخصیت اصلی داستان قرار دارد. او مخالف قهرمان داستان است و قهرمان داستان نیز اعمال او را غلط می‌شمرد.

بنا بر اعتقاد میرزواف مبنی بر اینکه در رسانه‌های غربی، به افراد غیرغربی به‌عنوان «دیگری» نگاه می‌شود، بنابراین، نژاد در اینجا به غربی و غیرغربی تقسیم‌بندی می‌شود و مطالعه نژاد بر اساس این دو مقوله صورت می‌گیرد. تشخیص غربی بودن یا نبودن بر اساس ویژگی‌های ظاهری آنها صورت گرفته است. وبسایت اینترنت لوکر^۱ ویژگی‌های برجسته نژاد غربی را دارای این ویژگی‌ها می‌داند: پوست سفید، چشمان رنگی، موهای بلوند، قرمز، قهوه‌ای، چانه کشیده و لب‌های باریک. تشخیص غربی بودن یا نبودن با استفاده از این ویژگی‌ها در انیمیشن‌ها امکان‌پذیر شده است.

بازنمایی و نمایش دیگری

نظریه‌ای که مبنای این پژوهش قرار دارد و داده‌ها از طریق آن تحلیل خواهند شد، نظریه «بازنمایی» است. بازنمایی نقطه شروع نمایش دیگری است. کلمه‌ای که معانی احتمالی متفاوتی را به همراه دارد. بازنمایی راه و روشی است که از آن طریق، رسانه‌ها حوادث و واقعیت‌ها را نشان می‌دهند. از نظر «ریچارد دایر» مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از «ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد» (هال، ۱۹۹۷: ۲۵۷)

طبق نظریه بازنمایی، برنامه‌های تلویزیونی خنثی و بازتاب واقعیت نیستند بلکه نشانه‌های متون تلویزیونی با ایدئولوژی سازندگان آن رمزگذاری شده و آنچه بازنمایی می‌شود فقط بخش خاصی از واقعیت است (رضوان نیا، ۱۳۹۳). در واقع باید گفت که رسانه‌ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند. به این علت که رسانه‌ها فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان دید هستند، می‌توان محتوای آنها را منبع معنی قدرتمندی درباره جهان اجتماعی دانست.

به تعبیر مک کوئیل (۱۳۸۲) «رسانه‌ها را باید سازنده محیط نمادینی دانست که تأثیر عمده آنها شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف است. رسانه‌ها نگرش‌ها و ارزش‌هایی را

1. Internet looks

که از قبل در فرهنگ وجود دارد، پرورش می‌دهند و این ارزش‌ها را بین اعضای یک فرهنگ حفظ و تکثیر می‌کنند».

یوکر. کی ام (۲۰۱۰) استاد دانشگاه آرکانزاس که به مطالعه پیام‌های تلویحی که در تولیدات کمپانی دیزنی و پیکسار به کار رفته است می‌پردازد اعتقاد دارد که ایدئولوژی در هنگام فیلم‌سازی استفاده می‌شود. فیلم‌سازان پیام‌های ایدئولوژیکی خود را که ممکن است به صورت تلویحی یا آشکار بیان شوند داخل فیلم‌هایشان می‌گنجانند.

یکی از مفاهیم مهمی که باید در مطالعه مفهوم بازنمایی مورد توجه قرار گیرد، مفهوم «دیگری» است. هال در مقاله «نمایش دیگری» به مفهوم بنیادین «دیگری» به‌عنوان یکی دیگر از مفاهیم بنیادین در بازنمایی اشاره می‌کند. هال بحث خود را با این سؤال آغاز می‌کند که ما چگونه مردم و مکان‌هایی که به وضوح «متفاوت» از ما هستند را نمایش می‌دهیم و چرا تفاوت مفهومی مناقشه‌انگیز در بازنمایی است؟ او در جواب به این سؤالات به پراکسیس‌های^۱ بازنمایی در فرهنگ عامه به‌عنوان عرصه بروز تفاوت‌ها نگاه می‌کند و ردپای استراتژی‌های بازنمایی از قبیل طبیعی‌سازی و کلیشه‌سازی را در گزارش‌های روزنامه‌ها درباره مهاجران و سیاه‌پوستان، منازعات نژادی، جنایت‌های شهری و فیلم‌ها و مجلات مورد مطالعه قرار می‌دهد (سروی زرگر، ۱۳۸۹).

هال (۱۹۹۷) این معنای حاصل از بازنمایی را «معنای مرجح» می‌نامد. او معتقد است یکی از روش‌های رایج در ارجحیت بخشیدن به یک معنا استفاده از بازنمایی دوگانه‌هایی مانند خوب / بد، متمدن / بدوی، زشت / جذاب و ... است. هر تصویری معنای خاص خود را به همراه دارد اما در سطحی گسترده‌تر وقتی به مطالعه چگونگی بازنمایی «تفاوت» و «غیریت» در یک فرهنگ خاص و در هر دوره زمانی بپردازیم، می‌توانیم پراکسیس‌های بازنمایی مشابه و تصاویر تکراری را تشخیص دهیم که از متنی به متن دیگر و از بازنمایی به بازنمایی دیگر متفاوت است.

بر اساس مفهوم بازنمایی و با آگاهی از نگاه ایدئولوژیکی و کلیشه‌ای که در بازنمایی «دیگری» در هر نوع محصول رسانه‌ای از جمله انیمیشن وجود دارد، تلاش می‌کنیم تا تصویر دیگری در ده انیمیشن اسکار را مورد مطالعه قرار دهیم و علاوه بر مطالعه ویژگی‌های دیگری، دلالت‌های ایدئولوژیک و ضمنی‌ای را که او در هر انیمیشن دارد کشف کنیم.

1. Praxis

روش پژوهش

در این مقاله تلاش می‌کنیم تا با استفاده از روش تحلیل نشانه‌شناسی سه سطحی بارت، ایماژ «دیگری» را از نظر نژاد، جنسیت و همچنین دلالت‌های صریح، ضمنی و ایدئولوژیک تحلیل کنیم. الگوی تحلیل نشانه‌شناسی بارت بر معنای ضمنی و صریح هر نشانه تأکید می‌کند. هر نشانه ممکن است علاوه بر معنای صریحی که دارد، معنای ضمنی نیز داشته باشد. در نشانه‌شناسی، معنای صریح و معنای ضمنی در حقیقت مفاهیمی هستند که با رابطه دال و مدلول سروکار دارند و دو نوع مدلول از هم متمایز می‌شوند: مدلول صریح و ضمنی. معنا هر دو را شامل می‌شود؛ بی‌تردید هیچ‌یک بر دیگری اولویت ندارد و بافت تعیین‌کننده است. معنای صریح با عباراتی همچون مبتنی بر تعریف، معنای بدیهی یا معنای مبتنی بر دریافت عام یا مطابق عقل سلیم توصیف کرده‌اند (چندلر، ۱۳۸۷).

به‌طور کلی، بارت سه مرحله از دلالت را معرفی می‌کند و ما در این پژوهش این سه مرحله را در تحلیل‌ها به کار می‌بریم:

۱. مرتبه اول دلالت، دلالت صریح است، در این مرحله نشانه از یک دال و یک مدلول تشکیل شده است.

۲. مرتبه دوم دلالت، دلالت ضمنی است که نشانه دارای دلالت صریح را در حکم دال خود می‌پذیرد و مدلولی تازه را به آن منصوب می‌کند.

۳. مرتبه سوم دلالت، ایدئولوژی است. دلالت ضمنی و دلالت صریح در تلفیق با یکدیگر ایدئولوژی را تولید می‌کنند. در این مرتبه نشانه‌ها بازتابی از اصلی‌ترین مفاهیم متغیر فرهنگی هستند که حامی یک دیدگاه جهان‌شمول خاص مانند پدرسالاری، آزادی، خردگرایی، عین‌گرایی، نژادپرستی و... است (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱۷).

با توجه به همین الگوی سه سطحی بارت ما نیز سعی می‌کنیم تا شخصیت دیگری را با توجه به ظاهر و همچنین سایر نشانه‌های گفتاری و رفتاری تحلیل و علاوه بر روشن کردن دلالت‌های صریح و ضمنی او، دلالت‌های ایدئولوژیک را نیز کشف کنیم. با توجه به اینکه انیمیشن‌های مورد تحلیل از برندگان اسکار از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ هستند. بنابراین، می‌توان با استفاده از همین روش، سیر تحول بازنمایی دیگری و دلالت‌های ایدئولوژیک همراه با آن را در این انیمیشن‌ها، در ده سال اخیر مطالعه کرد.

تمامی نماهای فیلم، در نهایت یک متن یکپارچه را می‌سازد و مفهوم «دیگری» با تحلیل کلی فیلم به دست آمده است. بنابراین، در اینجا واحد مشاهده فیلم و واحد تحلیل نیز فیلم است. همان‌گونه که در ابتدای مقاله ذکر کردیم هدف از این تحقیق، تحلیل ۱۰ انیمیشن (جدول شماره ۱) اسکار در سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ از نظر چگونگی بازنمایی «دیگری» است. به این علت که هر کدام از انیمیشن‌ها به‌گونه‌ای متفاوت به تصویر «دیگری» پرداخته‌اند، ابتدا سعی می‌کنیم تا دلالت‌های صریح ضمنی و ایدئولوژیک هر کدام از آنها به‌صورت جداگانه تحلیل و در نهایت نتیجه‌گیری کلی را ارائه نماییم.

جدول ۱. مشخصات انیمیشن‌های تحلیل شده

ردیف	نام انیمیشن	سال تولید	شرکت	کشور تولیدکننده
۱	منجمد (Frozen)	۲۰۱۴	دیزنی	امریکا
۲	دلیر (Brave)	۲۰۱۳	دیزنی	امریکا
۳	رنگو (Rango)	۲۰۱۲	تولیدات بلاند وینک، سینمای نیکلودئون، جی کی فیلم	امریکا
۴	داستان اسباب‌بازی ۳ (Toys story 3)	۲۰۱۱	دیزنی	امریکا
۵	بالا (Up)	۲۰۱۰	دیزنی	امریکا
۶	وال-ای (E.Wall)	۲۰۰۹	دیزنی	امریکا
۷	موش سرآشپز (Ratatouille)	۲۰۰۸	دیزنی	امریکا
۸	خوش قدم (Happy Feet)	۲۰۰۷	استرالیا-امریکا	
۹	والاس و گرومیت (Wallace & Gromit) -in The Curse of the Were (Rabbit)	۲۰۰۶	انیمیشن آردمن و انیمیشن دریم ورک	انگلستان-امریکا
۱۰	شگفت‌انگیزان (The Incredibles)	۲۰۰۵	دیزنی	امریکا

یافته‌های پژوهش

شگفت‌انگیزان: این انیمیشن جایزه اسکار سال ۲۰۰۵ را از آن خود کرده است. این انیمیشن درباره خانواده‌ای است که هر کدام دارای قدرتی خارق‌العاده هستند. داستان از این قرار است که باب، ابر قهرمان سابق به اجبار به برنامه محافظت از ابرقهرمان‌ها تن داده و تحت مراقبت، همراه با همسر و بچه‌هایش، حومه‌نشین شده و زندگی کارمندی غم‌انگیزی دارد. او حالا یک مأمور



تصویر شماره ۱

بیمه است. وقتی باب کاملاً احساس ناامیدی می‌کند، پیامی دریافت می‌کند که طبق آن باید به جزیره‌ای دورافتاده برود تا در آنجا برای مأموریتی محرمانه با یک ربات مبارزه کند. باب بلافاصله مأموریت را می‌پذیرد و بدین ترتیب «خانواده شگفت‌انگیزها» بار دیگر پا به قلمروی آشنایشان، مبارزه با جرم و جنایت می‌گذارند و دنیا را از شر «سیندروم» یکی از طرفداران سابق «آقای شگفت‌انگیز» خلاص می‌کنند.

دو شخصیت به‌طور برجسته به عنوان «دیگری» در این فیلم وجود دارد. یک مرد کوتوله



تصویر شماره ۲

میان سال با موهایی مشکی و ظاهری غیرغربی که رئیس شرکت بیمه است (تصویر شماره ۱). او از قهرمان داستان که کارمند اوست انتظار دارد راه‌های قانونی را به مشتریان شرکت بیمه برای گرفتن حق و حقوق خود نشان ندهد. او در جواب باب قهرمان که می‌گوید ما اینجا هستیم تا از مشتریانمان حمایت کنیم می‌گوید: «ما اینجا هستیم تا از حقوق سهامداران شرکت محافظت کنیم». شخص دیگری که در مقابل قهرمانان داستان قرار دارد یک مرد جوان (تصویر شماره ۲) با ویژگی‌های ظاهری غربی که سعی می‌کند خانواده شگفت‌انگیز را از بین ببرد. این مرد جوان با استفاده از ربات‌هایی که خود ساخته است نقشه‌هایش را پیش می‌برد.

جدول ۲. «شگفت‌انگیزان»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
رئیس (بدون نام)	مردی کوتوله میانسال با موهایی مشکی، چشمان قهوه‌ای و صاحب شرکت بیمه.	بدخلقی، حماقت، خودخواهی و پول‌پرستی، غربی بودن.	ثروتمندان خودخواه هستند. مدیران شرکت بیمه سر مردم را کلاه می‌گذارند و منفعت خودشان برایشان مهم است. سرمایه‌داران مردم را تلکه می‌کنند.
سیندروم	پسری جوان و بلند پرواز، موهای بلوند، چانه کشیده، چشمان آبی.	بلندپروازی، حماقت، جوانی، بدذاتی، غربی بودن.	قهرمان بودن ویژگی ذاتی است و اکتسابی نیست.

والاس و گرومیت: این انیمیشن محصول سال ۲۰۰۶ می‌باشد و داستانش از این قرار است که مردم به والاس^۱ که یک مرد است و سگ او به نام گرومیت^۲ پول می‌دهند تا با گرفتن خرگوش‌ها از مزارع آنها محافظت کند. او خرگوش‌ها را به جای دیگری منتقل می‌کند و آزاری



تصویر شماره ۳

به آنها نمی‌رساند. اما در مقابل والاس، شخصیت دیگری وجود دارد که موافق استفاده خشونت‌بار از اسلحه برای کشتن خرگوش هاست. این فرد «دیگری» است که یک مردی کوتوله و میانسال با موهای مشکی و نژادی غیر غربی است (تصویر شماره ۳) که برخلاف والاس که خرگوش‌ها را زنده نگه می‌دارد، با استفاده از تفنگ برای حفظ مزارع سعی در کشتن خرگوش‌ها می‌کند.

جدول ۳. «والاس و گرومیت»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
ویکتور کوارترمین ۳	مردی کوتوله میانسال با موهایی مشکی، لب‌هایی کلفت.	دروغگویی، بدذاتی، بی‌تفاوت و مضر برای محیط‌زیست، سنگدلی، ثروتمند بودن، نظامی بودن.	آدم‌بدها به ضرر محیط زیست عمل می‌کنند. آنان که به محیط زیست آسیب می‌زنند جنگ طلب هستند. فقط افراد جنگ طلب و آسیب‌زننده به محیط زیست، اسلحه دارند. برای برقراری نظم باید از هوش و فناوری و نه اسلحه استفاده کرد.

خوش‌قدم: این انیمیشن محصول سال ۲۰۰۷ است و داستان پنگوئنی است که برخلاف دیگر پنگوئن‌ها که باید در خواندن توانایی داشته باشند در رقصیدن استعداد دارد و همین امر باعث طرد او از جامعه می‌شود. مری آواز او با تأسف به پدر و مادر این پنگوئن می‌گوید: «شما هر دو صدای خوبی دارید و این عجیب است که پسر شما صدای خوبی ندارد». مادرش به شدت نگران آینده اوست و به دلیل تفاوتی که با بقیه دارد می‌گوید: «پسر من در آینده تنها می‌ماند و هرگز عشق واقعی را تجربه نمی‌کند». آنها به شدت تلاش می‌کنند که استعداد خوانندگی او را مانند دیگر پنگوئن‌ها در او پرورش دهند. پدر خوش‌قدم اعتقاد دارد که رفتار پسرش پنگوئنی نیست و این تفاوت او با بقیه پنگوئن‌ها تفاوت خوبی نیست. در این بین مدت‌هاست که ماهی‌ها که قوت

1. Wallace
2. Gromit
3. Lord Victor Quartermaine

پنگوئن‌ها محسوب می‌شوند، کمیاب شده‌اند. بنابراین، خوش‌قدم به کمک چند تن از پنگوئن‌های کوتوله‌ی قبیله‌ی دیگر که از نژادی دیگر هستند و به واسطه‌ی نشانه‌هایی از جمله اجرای آیین‌های خاص و آرایش سر و صورت، قبیله‌های آفریقایی را در ذهن تداعی می‌کنند، دنبال حل معمای کمیاب شدن ماهی‌ها می‌رود و درمی‌یابد که انسان‌ها با صید ماهی‌ها مسبب این قحطی شده‌اند. او با استفاده از توانایی خود در رقص به انسان‌ها می‌فهماند که ماهی‌ها خوراک پنگوئن‌ها هستند. «دیگری» در این انیمیشن افراد قبیله‌ی مذهبی خوش‌قدم هستند که خوش‌قدم را به دلیل متفاوت بودن طرد می‌کنند و اعتقاد دارند که خوش‌قدم نفرین خداوند است. یکی از سران قبیله می‌گوید: «او شبیه بقیه نیست. نه چشم‌هایش و نه پرهایش! او بد یمن است». افراد قبیله‌ی خوش‌قدم قبیله‌ی نژاد دیگر را نجس می‌دانند. در واقع در اینجا همه‌ی افراد بالغ قبیله به جز مادر خوش‌قدم که تفاوت او را می‌پذیرد دیگران حتی پدر خوش‌قدم او را طرد می‌کند. دال خاصی که نژاد دیگری را در این فیلم نشان دهد وجود ندارد و دیگری در اینجا هم‌نژاد با قهرمان داستان است. دیگری در این انیمیشن به دلیل افکاری که در مورد لزوم شبیه بودن همه افراد قبیله و برنتابیدن تفاوت‌ها، در مقابل قهرمان داستان قرار می‌گیرد.

جدول ۴. «خوش‌قدم»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
- رئیس قبیله و دیگر اعضای میانسال قبیله	پنگوئن‌های میانسال و پیر قبیله که به نسبت دیگر قیایل درشت هیكل هستند.	خرافاتى بودن، مذهبی بودن، غربی بودن، پاسدار گذشته بودن، پابندی به رسوم گذشته، مقاومت در مقابل تغییر، انعطاف‌ناپذیر بودن	پابندی به اعتقادات قدیمی اشتباه است. متفاوت بودن امری مثبت است. آدم‌های مسن که پایتند به گذشته هستند، خرافاتی هستند. باید در مقابل اعتقادات گذشته مقاومت کرد. نباید تفاوت‌ها را سرزنش کرد و باید به آنها به عنوان فرصت نگاه کرد.

موش سرآشپز: این انیمیشن محصول سال ۲۰۰۸ است و داستان موشی است که به آلفرد، پسر جوان که بعدها صاحب رستوران می‌شود کمک می‌کند تا مشهورترین غذاهای پاریس را درست کند. در این بین متوجه می‌شوند که آلفردو لینگوینی^۱ پسر صاحب رستورانی است که در آن کار می‌کنند و سرآشپز معروف پاریس یعنی آگوسته گوستو^۲ دیگر زنده نیست و تمام میراثش

1. Alfredo Linguini
2. Auguste Gusteau



تصویر شماره ۴

به پسرش می‌رسد ولی در این بین سرآشپز اصلی رستوران نمی‌خواهد لینگوینی به حقش برسد. ولی در نهایت این پسر جوان صاحب رستوران می‌شود. «دیگری» در این انیمیشن مرد کوتوله میانسالی است (تصویر شماره ۴) که موهای مشکی دارد و ویژگی‌های ظاهری‌اش نیز مشابه مهاجران آسیای شرقی است. او تلاش می‌کند که صاحب رستورانی بماند که در حقیقت متعلق به قهرمان داستان است.

سال هفدهم، شماره سی و ششم، زمستان ۱۳۹۵

جدول ۵. «موش سرآشپز»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
اسکینر ^۱	مردی کوتوله هندی میانسال، موهای مشکی، لب‌هایی کلفت، پوست سبزه، صاحب رستوران.	حقه‌باز بودن، بدذات بودن، دروغگو بودن، حریص بودن، غیرغربی بودن، حق دیگران را خوردن.	ثروتمندان ثروت خود را با حق بقیه را ضایع کردن به دست آورده‌اند. مهاجران آدم‌های خوبی نیستند.

وال/ای: انیمیشن وال ای محصول سال ۲۰۰۹ است و داستانی دربارهٔ صدها سال بعد است که زمین قابلیت رشد گیاهان و درختان را در خود به دلیل فعالیت‌های صنعتی انسان‌ها از دست می‌دهد و انسان‌ها با یک سفینهٔ بزرگ به فضا سفر می‌کنند. آنها با فرستادن یک ربات بر روی زمین و دریافتن اینکه زمین دوباره قابلیت باروری خود را به دست آورده است تصمیم می‌گیرند به زمین بازگردند.

در این میان یک ربات که صدای مردانه‌ای دارد نقش «دیگری» را دارد و سعی می‌کند مانع رفتن انسان‌ها بر روی زمین شود. ربات در اینجا به عنوان یک موجود شرور نقش «دیگری» را دارد. او تلاش می‌کند گیاهی را که یک ربات از روی زمین به سفینه آورده است نابود کند چراکه فقط با استفاده از آن گیاه است که برنامه بازگشت به زمین توسط ربات‌های سفینه فعال می‌شود. او به کاپیتان سفینه می‌گوید: «باید از رفتن به زمین منصرف شوید». این ربات دلیل آن را پیغامی نشان می‌دهد که در سال ۲۱۱۰ توسط رئیس جمهور به سفینه ارسال شده است و در آن

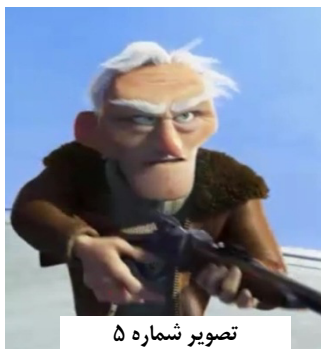
1. Chef Skinner

تحول بازنمایی دیگری در انیمیشن‌های ... ۹۷

می‌گوید: «با سمومی که ما در زمین پخش کرده‌ایم دیگر زمین هیچ وقت قابل زندگی نیست». برای ربات مهم است که آدم‌ها در سفینه بمانند چراکه در آنجا می‌توانند زنده بمانند و اگر به زمین برگردند زنده نمی‌مانند. در این میان وال ئی و ایو^۱ دو ربات خوب که از دستورات ربات ارباب سرپیچی می‌کنند با کمک کاپیتان که یک انسان است برنامه برگشت به زمین را فعال می‌کنند و به زمین باز می‌گردند.

جدول ۶. «وال ئی»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
اوتو ^۲	رباتی با صدای مردانه و غایب از صحنه.	بی‌احساس بودن، قابل کنترل نبودن، عدم درک بودن، تصمیم‌گیری اشتباه.	کنترل انسان نباید دست ربات بد بیافتند. روزی کنترل ربات‌های بد بسیار سخت می‌شود و آنها بر انسان فرمانروایی می‌کنند. فناوری محیط زیست را از بین می‌برد. فناوری بد چشم انسان را بر روی واقعیات زندگی می‌بندد.



تصویر شماره ۵

بالا: این انیمیشن در سال ۲۰۱۰ ساخته شده است و دربارهٔ پیرمردی است که به دنبال آرزوی دوران کودکی خود که رفتن به سرزمین آبشارهای بهشتی است می‌رود و با وجود مشقت‌های فراوان موفق به رسیدن به این سرزمین می‌شود. «دیگری» در فیلم بالا مردی مسن (تصویر شماره ۵) است که به دنبال شکار پرنده‌ای استثنایی در سرزمین آبشارهای بهشتی است و در این میان پیرمرد قهرمان داستان مانع او می‌شود.

جدول ۷. «بالا»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
کارل مونتس ^۳	مردی با پیشینه خدمت در ارتش با موهای سفید، چشمان رنگی، چانه کشیده، لب‌های باریک که صاحب‌خانه‌ای بزرگ با تجهیزات فراوان برای رسیدن به اهدافش است.	مسن بودن، غربی بودن، سوء استفاده از حیوانات، جاه طلب بودن، نظامی بودن، طرد شدن از جامعه، آسیب به محیط زیست.	افراد نظامی با طبیعت هم به حالت جنگی وارد می‌شوند. بد بودن ذاتی نیست. آدم‌های بد بدی دیده‌اند و در نتیجه شرور می‌شوند.

1. Eve
2. Auto
3. Charles Muntz

داستان اسباب‌بازی^۳: این انیمیشن که در سال ۲۰۱۱ ساخته شده است داستان اسباب‌بازی‌هایی است که بعد از بزرگ شدن صاحبشان که اکنون دیگر می‌بایست به کالج بروند به یک مهدکودک برای استفادهٔ بچه‌های دیگر فرستاده می‌شوند. در آنجا توسط یک خرس، یک انسان و ربات‌هایی که همه عروسک هستند رفتار می‌شوند. سرانجام با همکاری یکدیگر از مهدکودک فرار می‌کنند و به دست صاحب اصلی‌شان باز می‌گردند. «دیگری» در اینجا اسباب‌بازی‌هایی به شکل انسان، حیوان (خرس) و ربات هستند. انسانی که به‌عنوان فرد شرور به تصویر کشیده شده است از نژاد اروپایی و مردی جوان است.

جدول ۸. «داستان اسباب‌بازی‌ها»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
کن ^۱	اسباب‌بازی به شکل انسان یا موهای بلوند، چشمان آبی و قدبلند.	اغفال شدن، نادانی، بلندپروازی، غربی بودن، عیاش بودن، مرد بودن.	آدم‌های بد اغفال شده‌اند. بد بودن ذاتی نیست. کورکورانه پیروی کردن باعث می‌شود دیگران از ما سوءاستفاده کنند. بلوندهایی که فقط به ظاهرشان توجه می‌کنند آدم‌های بدی هستند.
لُتسو ^۲	خرس پیر	عقد‌های بودن، مرد بودن، شرور بودن، بی‌احساس بودن، سنگدل بودن، بیگاری از دیگران، به دیگران آسیب رساندن.	بد بودن ذاتی نیست. موجودات بد، بدی دیده‌اند. نامهربانی با دیگران باعث می‌شود که آنها تا همیشه شرور باشند.
-	ربات‌ها	تحت کنترل بودن، قدرت بدنی داشتن، مردانه بودن.	ماشین اگر در اختیار موجودات بد باشد کارکردهای خطرناکی خواهد داشت.

رنگو: انیمیشن رنگو در سال ۲۰۱۲ ساخته شده است و داستان یک مارمولک به نام رنگو^۳ است که دارای بحران هویت است. او در نتیجه جریاناتی که برایش اتفاق می‌افتد وارد یک روستا می‌شود که از بی‌آبی رنج می‌برند. رنگو با کمک افراد آن روستا کسانی که مانع رسیدن آب به آنجا شده‌اند را شکست می‌دهد. «دیگری» تصویر شده در اینجا یک لاک‌پشت میانسال که شهردار شهر است و یک مار می‌باشند که هر دو از جنس نر هستند. آنها به دنبال ساختن غرب متمدن هستند و رنگو را به دلیل اینکه از نژاد غرب نیست سرزنش می‌کنند. مار به او می‌گوید: «تو تمام حرف‌هایی که زدی دروغ بوده و تو حتی از سرزمین غرب نیستی و تو یک بزدل بیشتر نیستی». شهردار نیز که در یک سکانس رنگو را زندانی کرده است و دیگر به کمک مار نیازی ندارد به او می‌گوید: «اینجا غرب جدید است و ما دیگر نیازی به هفت‌تیرکش‌ها نداریم. ما از این به بعد تجارت می‌کنیم».

1. Ken
2. Lotso
3. Rengo

جدول شماره ۹ «رنگو»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
شهردار	لاک‌پشت میانسال مرد که شهردار است	ثروتمند بودن، تاجر بودن، حقه‌بازی، شرارت، بدذاتی	مستولان سر مردم را کلاه می‌گذارند، حق آنها را می‌خورند و به آنها دروغ می‌گویند. بد بودن ذاتی است. ثروتی که مدیران دارند از خوردن حق مردم حاصل شده است.
مار زنگی	ماری بزرگ و قدرتمند و مسلح با صدایی مردانه	شورور بودن، خودخواهی، بازیچه شدن، غربی بودن، تمایلات نژادپرستانه، بدذاتی، هفت‌تیر کش بودن	بد بودن ذاتی است. سران جامعه با قدرت سخت و زور مردم را سرکوب می‌کند. اسلحه برای سرکوب مردم به کار گرفته می‌شود.

سال هفدهم، شمار ۵ سی و ششم، زمستان ۱۳۹۵

دلیر: انیمیشن دلیر اسکار ۲۰۱۳ را از آن خود کرد. این انیمیشن داستان دختری شاهزاده است که رفتاری دخترانه به مانند عرف ندارد. او تیراندازی می‌کند، اسب‌سواری می‌کند، مانند پسرها رفتار می‌کند و بسیار شجاع است. مادر او همواره به دلیل این‌گونه رفتارها او را سرزنش می‌کند. زمانی که دختر بالغ می‌شود مادرش به رسم پادشاهان قبایل مختلف را برای خواستگاری کردن از دخترش دعوت می‌کند. دختر برای اینکه نظر مادرش را در مورد مجبور کردن او به ازدواج عوض کند دست به دامان جادوگر می‌شود و با طلسم اشتباهی، ناخواسته مادرش را تبدیل به خرس می‌کند. او بعد از تلاش‌های بسیار موفق می‌شود که مادرش را دوباره به انسان تبدیل کند. «دیگری» تصویر شده در این فیلم، مادر دختر است که به شدت به عرف پایبند است و سعی می‌کند دخترش را مجبور به ازدواج کند. حتی پدر دختر اعتقادش بر این است که چه دختر و چه پسر می‌بایست مبارز باشند، اما مادر دختر به شدت با دختر مخالف است.

جدول ۱۰. «دلیر»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
ملکه الینور ۱	مادر قهرمان داستان، همسر پادشاه، با ویژگی‌های ظاهری: لب‌های باریک، چانه کشیده، قدبلند	پایبند به عرف بودن، سنتی بودن، دیکتاتور بودن، دگم بودن، غربی بودن، اقتدار داشتن	پایبندی به سنت دختران را از پیشرفت باز می‌دارد. نباید به اعتقادات سنتی پایبند بود. نگاه کلیشه‌ای به زنان آنها را سرکوب می‌کند. والدین نماد گذشته هستند. باید بر ضداعتقادات سنتی کلیشه‌ای شورید. والدین همیشه درست نمی‌گویند. مادران با پایبندی به گذشته باعث سرکوب دختران هستند.



تصویر شماره ۶

یخ زده، این انیمیشن محصول سال ۲۰۱۴ و داستان دو خواهر است که یکی از آنها به دلیل توانایی‌اش در منجمد کردن هر چیزی و ناتوانی در کنترل آن به میل خود و پدر و مادرش در خانه می‌ماند. بعد از مرگ پدر و مادرش او ملکه می‌شود

اما در مراسم تاجگذاری به دلیل عصبانیت از خواهرش که با یک پسر (هنس) از طبقه پایین و با یکبار ملاقات قصد ازدواج دارد، ناخواسته باعث یخ زدن کل زمین می‌شود. او بعد از این ماجرا به کوهستان می‌رود و قصری یخی برای خود درست می‌کند. خواهر کوچک‌ترش برای پیدا کردن خواهر خود و بازگرداندن تابستان و آب کردن یخ‌ها به دنبالش می‌رود و بعد از پیدا کردن او و صحبت کردن با او نیروی خواهر بزرگتر باعث می‌شود که قلب او یخ بزند. یک پیشگو تشخیص می‌دهد که تنها محبت واقعی می‌تواند خواهر را از مرگ نجات دهد، در غیر این صورت خواهر کوچکتر برای همیشه یخ خواهد زد. او برای گرفتن محبت واقعی از هنس که قصد ازدواج با او داشت راهی قصر می‌شود اما پسر او را زندانی می‌کند. خواهر کوچکتر با کمک آدم برفی به دنبال محبت واقعی می‌رود اما قبل از یافتن آن یخ می‌زند. خواهر بزرگتر با دیدن خواهر خود اشک می‌ریزد و ناگهان خواهر کوچکتر زنده می‌شود و تابستان به سرزمین باز می‌گردد. «دیگری» در فیلم یخ‌زده یک پسر جوان (تصویر شماره ۵) از طبقه پایین و یک پیرمرد تاجر است که متعلق به همان سرزمین می‌باشند و در این فیلم انسان‌هایی شرور به تصویر کشیده شده‌اند.

جدول ۱۱. «یخ‌زده»

دیگری	دلالت صریح	دلالت ضمنی	دلالت ایدئولوژیک
هنس ^۱	پسری جوان متعلق به همان سرزمینی که قهرمان در آن زندگی می‌کند و فرزند یک دهقان است. ویژگی‌های ظاهری: لب‌های باریک، چشمان رنگی، موهای قرمز، قدبلند، چانه کشیده، پوستی سفید	فقیر بودن، بلندپروازی، غربی بودن، حقه‌بازی، دروغ‌گویی	مردان از احساسات زنان سوءاستفاده می‌کنند. بد بودن به فقیر یا ثروتمند بودن ربطی ندارد. عشق واقعی لزوماً در ازدواج با مردان وجود ندارد ولی قطعاً در خانواده وجود دارد.
دوک ^۲	پیرمردی تاجر، چشمان رنگی، پوست سفید	ثروتمند بودن، غربی بودن، ترسو بودن، خودخواهی	ثروتمندان خودخواه و ترسو هستند. تاجران منفعت طلب و خائن شکست می‌خورند.

- Hans
- Duke of Weselton

بحث و نتیجه‌گیری

«دیگری» در سه فیلم شگفت‌انگیزان (۲۰۰۵)، والاس و گرومیت (۲۰۰۶) و موش سرآشپز (۲۰۰۸) مردی با ویژگی‌های غیرغربی و از طبقه بالای جامعه است. اما هر چقدر از نظر تاریخ انیمیشن به سال‌های اخیر نزدیک می‌شویم، تصویر دیگری تغییر می‌کند و افرادی بازنمایی می‌شوند که از خود جامعه غربی هستند. برخلاف سال‌های پیش از ۲۰۱۰، از سال ۲۰۱۰ به بعد تقریباً در تمامی انیمیشن‌ها، تصویر مرجعی که به‌عنوان «دیگری» وجود دارد، از خود جامعه است و دیگر یک مرد کوتوله با موهای مشکی نیست. در انیمیشن «داستان اسباب‌بازی ۳» یکی از افراد شرور، یک مرد با مشخصه‌های نژاد غربی است. در انیمیشن «رنگو» (۲۰۱۲) افرادی که در مقابل شخصیت اصلی داستان قرار دارند نژادپرست هستند و نژادهای دیگر را تحقیر می‌کنند. نگرانی برای محیط زیست در نحوه بازنمایی دیگری، در انیمیشن‌های والاس و گرومیت، وال ئی و بالا برجسته است. در این سه انیمیشن دیگری کسی است که به محیط زیست آسیب می‌زند و آن‌را دوست ندارد. نوع بازنمایی دیگری در انیمیشن وال ئی در حوزه فلسفه فناوری قرار می‌گیرد و تقابل میان فناوری بد و خوب نشان داده می‌شود. فناوری‌ای که کاملاً انضباطی است و سعی می‌کند کنترل انسان را در دست بگیرد و مانع بازگشت او به زمین شود فناوری بدی است.

جدول ۱۲. ویژگی‌های «دیگری» در انیمیشن‌ها از بُعد متغیرهای نژاد و جنسیت

ردیف	نام انیمیشن	نژاد	جنسیت	سال
۱	شگفت‌انگیزان	غربی و غیر غربی	مرد	۲۰۰۵
۲	والاس و گرومیت	غیر غربی	مرد	۲۰۰۶
۳	خوش قدم	-	مرد	۲۰۰۷
۴	موش سرآشپز	غیر غربی	مرد	۲۰۰۸
۵	وال-ای	-	ربات	۲۰۰۹
۶	بالا	غیر غربی	مرد	۲۰۱۰
۷	داستان اسباب‌بازی ۳	غیر غربی	مرد	۲۰۱۱
۸	رنگو	غیر غربی	مرد	۲۰۱۲
۹	دلبر	غیر غربی	زن	۲۰۱۳
۱۰	منجمد	غیر غربی	مرد	۲۰۱۴

جبهه گرفتن در مقابل سرمایه‌داران و سرمایه‌داری نیز در اکثر انیمیشن‌ها مور تحلیل برجسته است. دیگری در این انیمیشن‌ها شخصی از طبقه بالای جامعه است که ثروت خود را از تلکه کردن جامعه به دست آورده است. او فقط به فکر منافع خود و سرمایه‌داران دیگر است. در

انیمیشن‌های شگفت‌انگیزان، والاس و گرومیت، موش سرآشپز و رنگو دیگری از طبقه بالای جامعه است و به‌گونه‌ای بازنمایی شده است که گویی تمامی سرمایه‌داران به دنبال تلکه کردن مردم و فریب آنها هستند. آنان ثروت خود را از این طریق به دست آورده‌اند و تنها به منفعت خود فکر می‌کنند.

آنچه که از نتیجه تحلیل انیمیشن‌ها حاصل آمد، تحول در شیوه بازنمایی «دیگری» در طول زمان، در انیمیشن‌های مورد مطالعه است. این تحول در دلالت‌های ایدئولوژیک در بازنمایی دیگری می‌تواند نشان دهنده بازنگری در معنی سازی از دیگری باشد. به عبارت دیگر اگر «دیگری» در سال‌های گذشته تنها یک فرد شرور از سرزمینی دیگر بود که به دنبال انجام اعمال تبهکارانه برای ارضای امیال غریزی قدرت و ثروت بود اکنون «دیگری» فردی است که در درون همان جامعه و از نژاد همان جامعه است که خواسته یا ناخواسته در مقابل «خودی» که شخصیت خوب داستان است، قرار می‌گیرد. این نتایج در راستای یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در حوزه برنامه‌های کودک نیست و بر خلاف تحقیقات گذشته، بازنمایی دیگری در این انیمیشن‌ها تغییر کرده است.

رژیم بازنمایی در مورد دیگری که مد نظر حال است تقریباً تا سال ۲۰۱۰ برقرار است. تصویری که از دیگری ارائه می‌شود نسبتاً با آنچه که حال عنوان می‌کند در این خصوص که ردپای استراتژی‌های بازنمایی از قبیل طبیعی‌سازی و کلیشه‌سازی درباره افرادی چون مهاجران وجود دارد. اما در سال‌های اخیر کم‌کم ویژگی‌های دیگری تغییر کرده است. هرچند بازنمایی‌ها به همان شکل مورد نظر حال به صورت دوگانه‌های خوب/بد، متمدن/بدوی، زشت/زیبا وجود دارد اما ویژگی‌هایی که این خصوصیات را تعریف می‌کند تغییر یافته است. دیگری در طول زمان تغییر کرده است و فردی است که مخالف تغییر است، نژادپرست است، به محیط زیست آسیب می‌زند، به دنبال ثروت است، دروغ می‌گوید و پایبند سنت‌های گذشته است.

در دو فیلم سال‌های اخیر؛ یخ‌زده (۲۰۱۳) و دلیر (۲۰۱۴) برخلاف انیمیشن‌های سال‌های قبل از این دو، قهرمان‌های داستان دو دختر می‌باشند که بر خلاف کلیشه‌های رایج که در خصوص زنان وجود دارد، بسیار شجاع و ماجراجو هستند. در واقع دیگری در این دو انیمیشن کسی است که در مقابل این دو شخصیت قرار می‌گیرد. این اتفاق که طی دو سال متمادی اتفاق افتاده است می‌تواند نشان دهنده تغییر رویکرد در مورد جنسیت و تلاش برای شکستن

کلیشه‌های رایج در شرکت سازنده آنها یعنی دیزنی باشد. همچنین انتخاب این دو برای گرفتن جایزه اسکار رویکرد داوران جایزه اسکار را در این خصوص می‌تواند نمایانگر باشد. شکستن این کلیشه‌ها باعث تقویت کنشگری زنان در جامعه و به تبع بازار نیروی کار می‌شود. می‌توان این نوع بازنمایی در راستای شکستن کلیشه‌های جنسیتی را هم‌راستا با ایدئولوژی سرمایه‌داری تعبیر کرد.

بشر اکنون خود را با خطر بزرگ تخریب محیط زیست مواجه می‌بیند. گرم شدن کره زمین، نابودی گونه‌های جانوری، بالا آمدن سطح آب دریاها و ... همگی باعث نگرانی او شده‌اند. این خطر برای تمامی افراد روی زمین وجود دارد بنابراین «دیگری» در این میان کسی است که این آسیب‌ها به کره زمین را سرعت بخشد. دیگری هر کسی می‌تواند باشد حتی یک ربات. این اتفاقات باعث شده است تا بازنمایی دیگری کسی باشد که ورای شکل و ظواهرش، به دلیل آسیب زدن به محیط زیست به عنوان «دیگری» بازنمایی شود. انیمیشن وال‌ئی یک نمونه از این نوع بازنمایی است.

در نهایت می‌توان گفت که این نوع بازنمایی‌ها از دیگری تصادفی نیست. هر تصویری معنای خاص خود را به همراه دارد. به عنوان مثال در انیمیشن‌های «یخ‌زده»، «دلیر» و «خوش قدم» دیگری کسی بود که از لحاظ ظاهری تفاوت نژادی یا طبقه با قهرمان داستان نداشت، اما کسی بود که مخالف تغییر بود و تفاوت‌ها را امری نامطلوب می‌دانست. او اعتقاد داشت که همه انسانها باید شبیه به هم فکر کنند. این تحول در بازنمایی دیگری به‌عنوان فردی که مخالف تفاوت است نگاه اغلب پست مدرنیستی بر این کارتون‌ها را نشان می‌دهد؛ اینکه تفاوت‌ها را می‌بایست به رسمیت شناخت. در دیدگاه پست مدرنیستی فراروایت‌هایی که به‌عنوان حقایق جهانی و بر پایه پیش‌فرض‌های خوش‌بینانه در خصوص عقلانیت انسانی شکل گرفته‌اند نمی‌توانند به عنوان واقعیات و نقطه نظرات قطعی در همه شرایط در نظر گرفته شوند و به عبارت بهتر فرا روایت‌ها کلیت دانش معتبر جهان را نمایندگی نمی‌کنند (هن و همکاران به نقل از لیوتارد، ۲۰۰۸). از طرف دیگر مخالفت با سنت‌های گذشته و مبارزه با آنها در راستای نگاه به انسان به‌عنوان سازنده مفاهیم جهان خود است. همچنین این نوع بازنمایی در راستای شکستن سنت‌های گذشته، به این معناست که حقیقتی مطلق وجود ندارد و انسان می‌تواند جهان خود را با مفاهیمی جدید خلق کند. این رویکرد ترکیبی از اگزیستانسیالیسم و پست مدرن است. دیدگاه اگزیستانسیالیسم قائل به این حقیقت است که انسان خود سازنده معنا در جهان خود است و بر اساس تجربیات خود مفاهیم دنیای خود را می‌سازد. انسان در ابتدا وجود دارد و سپس از خود می‌پرسد که چه کسی است و چگونه بودن خود را می‌سازد (ایمری، ۱۹۷۱).

این پژوهش با پشتوانه نظری در خصوص بازنمایی به ما در کشف قالب‌بندی‌ها در خصوص دیگری در انیمیشن‌های مورد تحلیل کمک می‌کند و نشان می‌دهد که قالب بازنمایی در انیمیشن‌های اسکار در ده سال اخیر تحولی محسوس داشته است. به عبارت دیگر همان‌گونه که هال (۱۹۹۷) اظهار می‌کند همواره قالب‌بندی‌هایی برای بازنمایی دیگری بسته به زمان و مکان در رسانه‌ها وجود دارد. قالب‌بندی‌هایی که می‌توانند با توجه به شرایط تغییر کنند. همان‌طور که نتایج این تحلیل نشان می‌دهد اکنون با توجه به شرایط دنیای جدید و دغدغه‌های آن، این دیگری می‌تواند از خود جامعه غربی باشد. کسی که پایبند به سنت و کلیشه‌های جنسیتی است، به محیط زیست آسیب می‌زند و

با توجه به تعداد زیاد انیمیشن‌های مورد تحلیل امکان پرداخت دقیق‌تر و جزئی‌تر به آنها به دلیل محدودیت مربوط به ساختار مقاله وجود نداشت. آنچه که در این مقاله به‌عنوان تحلیل ارائه کردیم قطعاً شرحی ناکامل است. درک آنچه که در این انیمیشن‌ها می‌گذرد، نیازمند پژوهش‌های بیشتری و همچنین تحلیل از زوایای مختلف است. پیچیدگی مفاهیمی که در این انیمیشن‌ها وجود دارد پژوهشگران این حوزه را به تحلیل آنها فرامی‌خواند. با توجه به اینکه این انیمیشن‌ها می‌توانند جزو پرطرفداران و پرمخاطب‌ترین‌ها در ایران باشند بنابراین، پژوهش جدی در این حوزه بسیار ضروری است چراکه آنچه در این انیمیشن‌ها اتفاق می‌افتد معنا سازی برای افراد جوامع مختلف؛ مخصوصاً کودکان است.

منابع و مأخذ

- جواهریان، مهین (۱۳۸۷). *تاریخچه انیمیشن در ایران*، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- چندلر، دنیل (۱۳۸۷). *مبانی نشانه‌شناسی سینما*، ترجمه مهدی پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر.
- رضوان‌نیا، عاطفه (۱۳۹۳). *مطالعه انتقادی سبک‌های روایتگری و نشانه‌شناسانه پویانمایی. شکرستان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران. دانشگاه پیام نور.
- سروری زرگر، محمد (۱۳۸۹). *نظریه بازنمایی در مطالعات فرهنگی*. آرشبو تحقیقات و مطالعات همشهری آنلاین.
- مک کوییل، دنیس (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجالالی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.

- Booker. K.M. (60 0) Disney. Pixar, and the hidden messages of children's films.
- Davis. S.(2003). Sex Stereotypes in Commercials Targeted Toward Children: A Content Analysis. *Sociological Spectrum*. Retrieved at: <https://goo.gl/w7H1GM>
- Emery. R. (1971). Existentialism in the Classroom. *Journal of Teacher Education*, vol. 22, 1, Retrieved at: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002248717102200102>
- Han. K. & Kuchinke. P. (2009). Postmodernism and HRD Theory: Current Status and Prospects. *Human Resource Development Review*. Vol 8, Issue1. Retrieved at: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1534484308330021>
- Internet looks. (2015). Online: <http://u2s.ir/1z8ds>
- Hall. S. (1997). The Work of Representation, In Cultural. Representation and Signifying Practice. Sage Publication.
- Kellner.D.(۱۹۷۹). TV, Ideology, and Emancipatory Popular Culture . *Socialist Review* (May-June).
- L .McPhail. T." (2006). *Global Communication :theories, stakeholders, and trend*. London: Blackwell.
- Miezoeff. N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. London :Routledge.
- Merskin. L.D. (2008). Race and Gender Representations in Advertising in Cable Cartoon Programming. *Comparative Literature and Culture*. Volume 10 (2008) Issue 2 Nasdaq Stock Market Stock Quotes & Stock Exchange News. Access Date: 5 January, <http://www.nasdaq.com/>
- Rojek. C. (2007). *Cultural Studies*. Polity Press.
- Sherryl B.G. (1993). Television and the Portrayal of African Americans, and the Development of Children's Attitudes. *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*. Newbury Park: Sage, 179-90.