

**UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
ȘCOALA DOCTORALĂ DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

TEZĂ DE DOCTORAT

REZUMAT

PRINȚESELE DISNEY ȘI (RE)PRODUCEREA FEMININULUI

*CINDERELLA ȘI SLEEPING BEAUTY
ÎN ANIMAȚIE, LIVE-ACTION ȘI ONLINE*

Conducătoare științifică:

Prof. univ. dr. Daniela ROVENȚA - FRUMUȘANI

Doctorandă:

Ana-Maria NICULESCU-MIZIL

București
2024

CUPRINS

INTRODUCERE / 4

I. PARTEA ÎNTÂI. CADRUL TEORETIC ȘI ANALITIC / 15

I.1. Popular culture, delimitări conceptuale / 15

I.1.1. Conservare și inovație în popular culture / 19

I.1.2. Relații între produse culturale: adaptare, transmedialitate și transfuncționalitate / 20

I.1.3. Contexte și concepte. Cultură participativă, cultură convergentă, cultură de remix / 25

I.1.4. Concluzii / 26

I.2. Identitate de gen. Definiții și delimitări / 28

I.2.1. Argument. Genul în 2023 / 28

I.2.2. Sex versus gen. O distincție fundamentală / 30

I.2.3. Feminități și masculinități. Opoziție, distincții și ierarhii / 33

I.2.4. Dinamica unei repetiții. Stereotipul / 38

I.2.5. Stereotip, prejudecată, discriminare și gen / 45

I.2.6. Stereotipurile de gen în media / 48

I.2.7. Rolul social de gen / 51

I.2.8. Concluzii / 53

I.3. Studiile Disney. De la creator la cultură / 56

I.3.1. Walt Disney, creatorul de animație și vizionarul. Repere socio-istorice în dezvoltarea animației lui Walt Disney / 58

I.3.2. The Walt Disney Company / 68

I.3.3. Filmele de animație Disney. Clasificare și caracteristici / 72

I.3.4. Cultura Disney / 76

I.3.5. Anti-Disney. Poziții critice în receptarea Disney de către cercetători și jurnaliști / 91

I.3.6. Concluzii / 93

II. PARTEA A DOUA. CADRUL METODOLOGIC / 95

II.1. Introducere / 95

II.2. Problematica tezei / 95

II.2.1. Tema tezei / 95

II.2.2. Obiective și întrebări de cercetare / 96

II.3. Literatura de specialitate din perspectivă metodologică / 98

II.4. Definirea conceptelor / 103

II.5. Metodologia de cercetare / 108

II.5.1. Stabilirea tipului de cercetare / 108

II.5.2. Abordarea metodologică. Facet Methodology / 109

II.5.3. Aria empirică a cercetării / 113

II.5.4. Metode folosite în cercetare. Prezentare generală / 122

II.6. Designul cercetării / 131

II.6.1. Documentarea prealabilă / 131

II.6.2. Elaborarea instrumentului de cercetare / 131

II.7. Concluzii / 133

III. PARTEA A TREIA. ANALIZA ȘI INTERPRETAREA DATELOR / 134

III.1. Fațeta 1 | Prințesele animate / 135

III.1.1. “Cinderella” (1950) | Prințesa animată / 137

III.1.2. “Sleeping Beauty” (1959) | Prințesa animată / 170

III.1.3. Prințesele animate | Concluzii / 201

III.2. Fațeta 2 | Prințesele *live-action* / 206

III.2.1. “Cinderella” (2015) | Prințesa *live-action* / 207

III.2.2. “Maleficent” (2014) | Prințesa *live-action* / 237

III.2.3. “Maleficent: Mistress of Evil” (2019) | Prințesa *live-action* / 260

III.2.4. Prințesele *live-action* | Concluzii / 275

III.3. Fațeta 3 | Prințesele reciclate / 277

III.3.1. *Sleeping Beauty* | “Princest Diaries” (2014) | Prințesa reciclată / 278

III.3.2. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* | “Happy Never After” (2014) | Prințesele reciclate / 286

III.3.3. Prințesele reciclate | Concluzii / 296

CONCLUZII GENERALE / 297

BIBLIOGRAFIE / 320

WEBOGRAFIE / 354

LISTA FIGURILOR / 364

LISTA TABELELOR / 373

INTRODUCERE

Pornind de la observația empirică privind popularitatea prințeselor *Disney* ca *prefabricate reciclabile* (Spiridon, 2013) în produse de tip *remix* (Manovich, 2009), teza doctorală „Prințesele Disney și (re)producerea femininului. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* în animație, *live-action* și online” își propune să analizeze specificul și dinamica prințesei *Disney*, înțeleasă ca *feminitate* (Connell, 1987), în context transmediatic (Spiridon, 2013). Urmând principiile *facet methodology* (Mason, 2011) și exemplul lui Muir (2022; 2023) care o aplică pe un corpus *Disney*, lucrarea de față studiază fenomenul prințesei *Disney* în dinamică, la joncțiunile dintre trei fațete reprezentative pentru universul *Disney*: (1) prințesele animate: filmele de animație *Disney*, „*Cinderella*” (1950) și „*Sleeping Beauty*” (1959), (2) prințesele *live-action*: filme *live-action Disney*, „*Cinderella*” (2015), „*Maleficent*” (2014), „*Maleficent: Mistress of Evil*” (2019) și (3) prințesele reciclate: remixuri imagistice din campaniile sociale „*Princess Diaries*” (2014) și „*Happy Never After*” (2014), realizate de Saint Hoax cu prințesele *Cinderella* și *Sleeping Beauty* din filmele de animație *Disney*.

Relevanța temei de cercetare, care tratează specificul și dinamica modelului de feminitate tânără reprezentat de prințesa *Disney* în context *transmedial* (Jenkins, 1992, 2006; Ryan, 2013; Spiridon, 2013), este justificată prin **influența** pe care o exercită cultura *Disney* produsă și vehiculată de **The Walt Disney Company** printr-un sistem complex și divers de canale mediatice interconectate pe care îl operează, de la case de producție cinematografică la posturi de televiziune și până la edituri și companii care acordă licențe. Contribuie, de asemenea, la această capacitate de propagare și multitudinea domeniilor vieții publice pe care le accesează la fel ca și raza de acțiune globală.. Această influență poate fi înțeleasă prin raportare, pe de-o parte, la puterea simbolică a acestui conglomerat media multinațional și, pe de altă parte, la acțiunea pe care o exercită asupra publicurilor, fie ele juvenile sau adulte.

Disney este în opinia multor cercetători o metonimie a Americii. În opinia lui Giroux (1993), *Disney* valorifică ideologic apartenența de sfera popular culture: „Disney generează reprezentări care consolidează imagini, dorințe, și identificări prin care ajungem să ne fabricăm

pe noi înșine și relaționările noastre cu ceilalți”¹ (trad. ns., Giroux, 1993, p. 425). Alături de imixtiunea cu reprezentarea propriului sine și a relațiilor cu ceilalți, Giroux (1993) atrage atenția și asupra unei alte imixtiuni cu importantă valoare pedagogică, anume cea cu istoria. *Disney* este, așadar, o instanță de producție culturală cu rol adesea subestimat în fabricarea prezentului și viitorului prin rescrierea trecutului național. Compania cultivă publicurilor sale calitatea de subiecți ai unor narațiuni istorice cu relevanță pentru identitatea colectivă americană (Giroux, 1993).

Giroux (1993) califică exemplul *Disney* drept emblematic pentru abilitatea popular culture de a monetiza memoria națională, conferindu-i calitatea de marfă, totul, într-un scenariu fantastic al inocenței, aventurii și curajului. Acestei lumi a tuturor posibilităților, care are capacitatea de a transforma orice vis în realitate, i se asociază, însă, „roluri stricte de gen, un naționalism neexaminat și o înțelegere a alegerii strâns legată de proliferarea mărfurilor”² (trad. ns., Giroux, 1993, p. 426).

Multitudinea cercetărilor referitoare la *Disney* și apariția direcției de cercetare numită *Disney Studies* este justificată de prezența filmelor de animație ale lui Walt Disney, dar și a filmelor corporației în socializarea tuturor generațiilor din ultimii aproape o sută de ani. Versatilitatea și fluiditatea conținuturilor *Disney* a produs recurența lor în știri, articole, *quiz*-uri, imagini, video-uri disponibile pe site-uri web, platforme digitale deschise și comunități online, precum și un număr ridicat de vizualizări și distribuiri ce demonstrează popularitatea produselor culturale *Disney* și interesul publicurilor (online ca și offline) pentru acestea.

Star al studiilor *Disney*, prințesa *Disney* face la rândul ei obiectul unei direcții de cercetare, care se coagulează la joncțiunea dintre interese științifice diverse, hibride și interdisciplinare: studii ale femeilor și feministe, studii de gen, studii despre literatura pentru copii, studii despre stadiile de dezvoltare ale copiilor, studii folclorice, studii ale comunicării, studii popular culture și despre *fandom*.

¹ Traducere proprie. Versiunea originală în limba engleză: “Disney generates representations that secure images, desires, and identifications through which we come to produce ourselves and our relationships to others.” (Giroux, 1993, p. 425);

² Traducere proprie. Versiunea originală în limba engleză: “strict gender roles, an unexamined nationalism, and a notion of choice that is attached to the proliferation of commodities.” (Giroux, 1993, p. 426).

Popularitatea sa în interiorul universului ficțional *Disney* și acoperirea globală a rețelei de produse și servicii a conglomeratului media fac din prințesa *Disney* „unul dintre cele mai cunoscute modele de construcție a prințesei” (trad. ns., Do Rozario, 2004, p. 34) și brand-ul *Disney* cu cea mai fulminantă evoluție (Orenstein, 2006). De altfel, franciza *Disney Princess* ocupă a șaptea poziție în topul celor mai profitabile francize ale tuturor timpurilor (Zaheer, 2024).

Una dintre temele recurente în studiile *Disney* se referă la conținutul ridicat de stereotipuri în portretizarea rolurilor de gen, în special în cazul prințeselor în filmele de animație *Disney*. Conform rezultatelor analizelor de conținut cantitative (England, Descartes și Collier-Meek (2011), rolurile de gen ilustrate în filmele de animație conțin atât componente stereotipale, cât și elemente non-stereotipale. Rolurile de gen care perpetuează stereotipuri sunt, însă, prezente în toate filmele pe când componentele non-stereotipale apar doar în unele. Potrivit analizei lui England, Descartes și Collier-Meek (2011), *Disney* operează modificări asupra rolurilor de gen atât în cazul personajelor masculine, cât și în cazul celor feminine, dar tipologia masculină de gen se schimbă într-o proporție mult mai redusă decât cea feminină de la un film la altul și rolul de gen masculin conține mult mai multe elemente androgine decât cel feminin. Expunerea la tipologiile mai androgine ale prinților *Disney* împreună cu cea la feminitatea pronunțată a prințeselor au fost interpretate într-o notă pozitivă de către unii autori în lumina influenței asupra comportamentului băieților care consumă *Disney* și adoptă, așadar și caracteristici androgine (Coyne, Rasmussen, Linder, Nelson și Birkbeck, 2016). De aceea am fost interesată în această cercetare de mutațiile survenite în construcția personajelor în trecerea de la un mediu la altul și de la o etapă a creației disneyiene la alta.

Teza prezentă s-a dezvoltat pe cale inductivă, de la particular la general, de la consecință la cauză. Interesul meu pentru această temă are dublă valență, deopotrivă academică și personală prin raportare la experiența unei copilării în România începutului anilor '90. Experiența personală cu filmele de animație *Disney* a generat în timp premisele unei introspecții cu privire la granițele incerte ale acestei influențe asupra modului în care privesc și înțeleg feminitatea, masculinitatea și idealurile relaționale. Fiind adepta dialecticii și profitând de formația mea de sociolog, am aprofundat dialogul interior citind despre cum tratează cercetătorii fenomenul *Disney*. L-am continuat prin cercetări academice (Niculescu-Mizil, [2015a](#), 2015b, [2015c](#), [2017a](#)), participarea la emisiuni T.V. (Niculescu-Mizil, 2015d) și radio (Niculescu-Mizil, [2016b](#)), dar și

prin articole eseistice (Niculescu-Mizil, [2016a](#), [2017b](#)).

Teza doctorală de față a pornit de la un corpus format din filme de animație, a fluctuat odată cu cursul doctoral de *Popular culture* către filme *live-action* și, ulterior, către remixuri digitale cum sunt cele ale lui *Saint Hoax* pentru a alege în final să le analizeze pe toate.

OBIECTIVE ȘI ÎNTREBĂRI DE CERCETARE

Lucrarea de față urmărește două obiective de cercetare. **Primul obiectiv** vizează **definirea identității de gen a prințesei în filme de animație și live-action** produse, lansate și marketizate ca producții **Disney** și **produse derivate** realizate de **Saint Hoax** care refolosesc conținuturi *Disney*. **Al doilea obiectiv** de cercetare are în vedere **surprinderea dinamicii identității de gen a prințesei Disney** așa cum se cristalizează la joncțiunile dintre filmul de animație, cel *live-action* și produse-derivate.

În relație cu cele două obiective de cercetare și cu cele trei fațete ale fenomenului prințesei *Disney*, se evidențiază patru întrebări de cercetare. Primele trei întrebări de cercetare corespund celor trei fațete, iar întrebarea cea de-a patra se articulează în interacțiunea dintre fațetele subiectului de studiu. **Prima întrebare a cercetării**, „Care sunt caracteristicile identității de gen a prințesei în filme de animație Disney?”, vizează fațeta prințeselor animate. Cea de-a doua întrebare a cercetării, „Care sunt trăsăturile identității de gen a prințesei în filmele live-action Disney?”, se subsumează celei de-a doua fațete, care se ocupă de prințesele live-action. **A treia întrebare a cercetării**, „Care sunt caracteristicile identitatea de gen a prințesei Disney în produse derivate?”, este corelată celei de-a treia fațete, ce tratează prințesele reciclate. **A patra întrebare a cercetării** reunește toate cele trei fațete, concentrându-se pe constelațiile și asocierile dintre ele: **Care sunt trendurile de schimbare în reprezentarea prințesei de la filmul de animație la cel live-action și produse derivate?**

STRUCTURA LUCRĂRII

Teza doctorală „Prințesele Disney și (re)producerea femininului. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* în animație, *live-action* și online” este organizată în **trei părți**: (1) **cadruul teoretic și analitic**, (2) **cadruul metodologic** și (3) **analiza și interpretarea datelor**. Conținutul fiecărei

părți este la rândul său divizat în subcapitole tematice.

Cadrul teoretic și analitic cuprinde trei capitole. **Primul capitol** „I.1. Popular culture, delimitări conceptuale” delimitează teoretic aria disciplinară a popular culture. Odată stabilit cadrul, se explorează conceptul de „remedialitate” așa cum a fost teoretizat de Bolter și Grusin, cele de „transmedialitate” și „prefabricat reciclabil” prin referire la considerațiile lui Spiridon, fenomenul de “convergență” așa cum îl dezvoltă Jenkins și cel de “remix” prin raportare la Manovich (2007) și Navas (2012), dar și teoria adaptării așa cum o formulează Hutcheon (2006). Popular culture este o categorie conceptuală vidă saturată de semnificații variate și ambivalente. Contextul este un ansamblu de texte care conferă semnificația unui text. Cultura are la bază un raport între noutate și conservare. Popular culture operează cu rețete și matrițe – materiale refolosibile numite „prefabricate reciclabile” (Spiridon, 2013). Între produse și canale există relații unidirecționale sau mutuale de schimb și cooperare. Cultura participativă (“*participatory culture*”, Jenkins, 1992; 2006) restructurează raporturile fixe dintre producători și consumatori media. Adaptarea este un produs și un proces. Scena culturală contemporană este una a remixurilor, colajelor și *mash-up*-urilor.

Dacă primul capitol a stabilit contextul cultural și mediatic al cercetării, cel de-**al doilea capitol** „I.2. Identitate de gen. Definiții și delimitări” prezintă abordările și conceptele teoretice necesare studiului feminității. Se decupează teoretic conceptul de „gen” prin diferențiere de cel de „sex”, dar și prin raportare la diferitele lui semnificații în funcție de nivelul de referință: microsocial, unde surprinde identitatea de gen, simbolic, unde tratează stereotipurile de gen, structural, unde vizează inegalitatea socială. Capitolul al doilea aprofundează conceptele de „masculinitate” și de „feminitate”, tipologiile și relațiile care se stabilesc între ele, pornind de la considerațiile lui Connell (1987). De asemenea, se avansează conceptul lui Bem (1974; 1981) de „androginitate” ca ambivalență a atributelor considerate feminine și masculine și inventarul Bem de rol de sex asumat, care însumează, pe lângă caracteristicile feminine și masculine, și caracteristicile considerate androgine. Cum studiile despre feminitate și masculinitate furnizează informații și despre stereotipurile de gen, se definesc caracteristicile generale ale conceptului de „stereotip” și ale abordării sale din perspectivă socio-culturală. În ultima parte a capitolului, se tratează componentele stereotipurilor în general și cele ale stereotipurilor feminine și masculine în particular așa cum sunt ele relevate de studii precum “Gender Advertisement” al lui Goffman

(1976/1987).

Cel de-al **treilea capitol** „I.3. Studiile Disney. De la creator la cultură” îndeplinește rolul de nucleu al tezei doctorale de față, conectând primele două capitole, cel dedicat popular culture și cel despre gen și stereotipuri, cu următoarele două secțiuni, cea care tratează metodologia cercetării și cea de analiză și interpretare. Fenomenul *Disney* este documentat prin raportare la componentele sale: Walt Disney, The Walt Disney Company, creația *Disney* cu accent pe filmografie, cultura *Disney* așa cum o relevă studiile și poziții critice în receptarea producțiilor lui Walt Disney.

Secțiunea dedicată lui Walt Disney a fost considerată necesară tezei de față deoarece conferă o perspectivă asupra perioadei socio-istorice, dar și asupra etapelor de dezvoltare a companiei. Prin producția „Steamboat Willie” (1928), Walt Disney stabilește un nou standard pentru industria filmelor de animație: variabila independentă de sunet, asociată la montaj cu imaginea. The Walt Disney Company este organizată pe trei segmente principale de activitate, respectiv (1) *Disney Entertainment*, (2) *ESPN* și (3) *Disney Parks, Experiences and Products*. Filmografia Disney include șapte ere: (1) *The Golden Age* (1937-1942), (2) *The Wartime Era* (1942/1943-1949), (3) *The Silver Age* (1950-1959/1967), (4) *The Bronze Age* (1970-1988), (5) *The Disney Renaissance* (1989-1999), (6) *The Post Renaissance Era* (1999/2000-2008/2009) și (7) *The Revival Era* (2010-Prezent).

Cultura *Disney* este prezentată prin raportare la studii empirice și teoretice, care abordează critic fenomenul social *Disney*, valorile fundamentale, viziunea despre lume și prințesele *Disney*. Această secțiune a tezei doctorale ilustrează și stadiul domeniului de cercetare. Ca fenomen al popular culture, cultura *Disney* reflectă predispozițiile culturale și în același timp le modelează. Cele mai populare teme sunt cele legate de reprezentări de gen și rasiale în filmele de animație. Viziunea despre lume *Disney* implică o politică a inocenței, nostalgie față de tărâmul magic. Studiul culturii *Disney* și principiile sale guvernatoare au generat și două concepte teoretice, respectiv disneyficarea și disneyizarea. Walt Disney a fost admirat pentru creativitatea și succesul său, dar și criticat pentru distorsiunile aduse basmelor prin filmele de animație și anularea valenței lor moralizatoare.

A doua parte a tezei doctorale tratează cadrul metodologic al cercetării, descriind problematica tezei, tema tezei, obiectivele și întrebările de cercetare, o trecere în revistă a

studiilor *Disney* din punct de vedere metodologic, definirea conceptelor de lucru, abordarea metodologică, tipul de cercetare, aria empirică a cercetării, metodele folosite în analiza și interpretarea datelor și designul cercetării. Acestora li se adaugă descrierea și clasificarea corpusul analizat în teza doctorală precum și specificarea criteriilor de selecție a acestui corpus.

Mason propune abordarea metodologică numită *facet methodology* care folosește analogia dintre o piatră prețioasă și subiectul cercetării. Astfel, creativitatea cercetătorului stă în a identifica moduri de a proiecta și de a refracta lumina în moduri dintre cele mai strategice pentru a releva aspectele interconexe ale problemei studiate. Eu am ales să studiez feminitatea prințesei *Disney* așa cum poate fi surprinsă la joncțiunile dintre trei fațete: (1) filmele de animație *Disney*, “Cinderella” (1950) și “Sleeping Beauty” (1959), (2) filme *live-action Disney*, “Cinderella” (2015), “Maleficent” (2014), „Maleficent: Mistress of Evil” (2019) și (3) remixuri grafice din campaniile sociale “Prinest Diaries” (2014) și “Happy Never After” (2014), în care Saint Hoax folosește prințesele Cinderella și Sleeping Beauty din filmele de animație *Disney* ca prefabricate reciclabile. Această abordare îmi permite să descopăr unghiuri noi în perspectiva asupra prințeselor *Disney* considerate până acum a fi doar cele din filmele de animație conform direcției conferite de linia de *merchandising Disney*. *Facet methodology* îmi permite să captez atât dinamica feminității și stereotipurilor de gen în translația de la animație la *live-action* și la *social media*, dar și ce dimensiuni ale prințesei ies la suprafață în funcție de particularitățile fiecărui mediu de comunicare.

Analiza de discurs multimodală înlesnește documentarea construcției feminității la joncțiunea dintre diverse moduri: verbal, vizual, gestual, muzical, altfel spus, articularea lui (1) ce se arată, (2) ce se spune despre feminitate și femei și (3) ce fac femeile. **Modelul actanțial și schema narativă de bază** dezvoltate de Greimas (Greimas, 1966/1983; Greimas și Porter, 1977) și rediscutate de Floch (1995) îmi facilitează accesul la structura de profunzime a narațiunii, unde se construiesc clasele actanțiale, relevând funcția narativă a prințesei dincolo de unghiul din care este narată. **Analiza semiotică vizuală**, după modelul lui Kress și Van Leeuwen (2006), se dovedește un instrument metodologic care face posibil studiul structurilor narative, conceptuale, interactive și compoziționale, totul într-o singură imagine.

Ultima parte include *analiza și interpretarea datelor* structurate conform celor trei fațete propuse pentru analiza feminității și stereotipurilor feminine în construcția prințesei *Disney*: (1) *prințesele animate*, (2) *prințesele live-action* și (3) *prințesele reciclate*.

FACTORUL DE NOUȚATE AL STUDIULUI

Filmele de animație *Disney* au stârnit interesul comunității academice tocmai în baza influenței reprezentărilor animate ale feminității asupra fetițelor și adolescentelor (Hurley, 2005; Lee, 2006; Wohlwend, 2009; Hill, 2010; Coyne, Rasmussen, Linder, Nelson și Birkbeck, 2016; Johnson, 2016; Leader, 2018). Prin urmare, consider că o analiză a modificărilor care survin atunci când prințesa este transferată din mediul animat într-unul de tip *live-action* este mai mult decât necesară pentru o înțelegere în profunzime a fenomenului prințesei *Disney*. Prin filmele *live-action*, *Disney* aduce prințesa dintr-un spectru al imaginației într-unul al materialității, introducând prințesele în carne și oase. **Includerea filmelor *live-action* ca registru de reprezentare complementar celui animat este unul dintre elementele de noutate** pe care le introduce lucrarea doctorală de față.

Un alt element de noutate pe care îl introduce teza de față constă în **adoptarea unei perspective extinse asupra fenomenului prințesei *Disney***, care transcende ecosistemul de business al corporației **The Walt Disney Company** și explorează spectrul produselor derivate create de terți și asupra cărora corporația nu are drepturi de autor. În acest caz, este vorba despre remixuri grafice care reciclează prințese *Disney* animate în scopul de a atrage atenția asupra unor probleme sociale ale femeilor, respectiv violența domestică sau abuzul sexual în familie.

Contribuția personală pe care o aduce lucrarea doctorală de față se referă la **ilustrarea unei tipologii de „feminitate hegemonică”** prin studiul personajului Maleficent din *sequel*-ul “Maleficent: Mistress of Evil” (2019) pornind de la conceptul de „masculinitate hegemonică” al lui Connell (1987). Potrivit lui Connell (1987), din cauza dimensiunii structurale a hegemoniei care fundamentează sistemele culturale existente, feminitatea nu poate dobândi forme hegemonice. Rezultatele cercetării de față relevă că universul ficțional *Disney* creează tipologii de feminitate hegemonică al căror fundament derivă din registrul magic.

O altă contribuție personală o reprezintă **introducerea conceptului de factură proprie „feminitate interpretativă”** în relație cu funcția decorativă și abilitățile vocale și de mișcare scenică ale prințeselor animate.

CONCLUZII GENERALE

Aliniindu-se unei direcții emergente de cercetare internațională cunoscută sub numele *Disney Studies* (Do Rozario, 2004; Deys și Parrillo, 2022; Muir și Rowe, f.a.; Rowman & Littlefield, f.a.), teza doctorală „Prințesele Disney și (re)producerea femininului. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* în animație, *live-action* și online” tratează specificul și dinamica feminității tinere sub eticheta „prințesa *Disney*” în filme de animație lansate de Walt Disney în perioada anilor '50, filme *live-action* lansate de *The Walt Disney Company* între anii 2014-2019 și produse-derivat cu miză socială, care reciclează prințesa *Disney*, publicate de artistul/a *Saint Hoax* în anul 2014.

Scopul cercetării de față constă în documentarea identității de gen a prințesei *Disney* și tendințelor de schimbare a acesteia în interiorul și în afara universului *Disney*. Pentru îndeplinirea acestui scop, s-au stabilit *două obiective ale cercetării*. *Primul obiectiv de cercetare* se referă la definirea identității de gen a prințesei *Disney* în filme de animație *Disney*, filme *live-action Disney* și produse-derivat marca *Saint Hoax*. *Al doilea obiectiv de cercetare* vizează evidențierea dinamicii identității de gen a prințesei *Disney* de la un tip de produs cultural la altul, respectiv de la filme de animație *Disney* la filme *live-action Disney* la campanii online *Saint Hoax*.

Identitatea de gen a prințesei *Disney* este înțeleasă potrivit principiilor *facet methodology* ca o construcție multifățetată. Prin urmare, fiecare dintre cele trei tipuri de corpus reprezintă câte o fațetă a identității de gen a prințesei *Disney* - *prima fațetă: prințesele animate; a doua fațetă: prințesele live-action* și *a treia fațetă: prințesele reciclate*. În concordanță cu obiectivele de cercetare și cu această perspectivă metodologică asupra fenomenului studiat, teza doctorală avansează *patru întrebări de cercetare*. Fiecare dintre primele trei întrebări de cercetare vizează

câte o fațetă a identității de gen a prințesei *Disney*, iar cea de-a patra surprinde dinamica ce reiese din joncțiunea celor trei fațete. Fațetei „Prințesele animate” îi corespunde *prima întrebare de cercetare*: (1) Care sunt caracteristicile identității de gen a prințesei în filme de animație *Disney*? Fațetei „Prințesele *live-action*” i se circumscrie cea de-a *doua întrebare a cercetării*: (2) Care sunt trăsăturile identității de gen a prințesei în filmele *live-action Disney*? Fațeta „Prințesele reciclate” răspunde celei de-a *treia întrebări de cercetare*: (3) Care sunt caracteristicile identității de gen a prințesei *Disney* în produse derivate? Asocierile stabilite între cele trei fațete furnizează răspunsuri pentru cea de-a *patra întrebare de cercetare*: 4) Care sunt trendurile de schimbare în reprezentarea prințesei de la filmul de animație la cel *live-action* și la produse derivate?

Documentarea prealabilă cercetării se bazează pe două categorii de surse de informare, respectiv (1) realitatea socială a fenomenului Disney și (2) documente sociale. Realitatea socială a fenomenului *Disney* în general și a prințesei *Disney* în special a fost surprinsă prin mijloacele observației etnografice online. Observația etnografică online s-a concentrat pe filmografie și produse derivate din conținuturi *Disney*, publicate pe platforme *social media* ca Pinterest, Facebook, Instagram, YouTube și TikTok. Gama produselor derivate este una variată, incluzând jocuri *online*, *quiz-uri*, coloane sonore, tutoriale și testimoniale. Observația etnografică online a fost dublată de note autoetnografice, care au luat forma unor articole jurnalistice (Niculescu-Mizil, [2016a](#), [2017b](#)). *Studiul documentelor sociale* a presupus monitorizarea site-urilor asociate corporației *The Walt Disney Company* și studierea publicațiilor jurnalistice și academice care tratează *Disney*. Printre site-urile monitorizate, enumerăm site-ul oficial *The Walt Disney Company*, filialelor ca *Disney Shop*, brandurilor ca *Disney Princess* și serviciilor precum platforma de streaming *Disney+*. Documentarea prealabilă cercetării mi-a facilitat o perspectivă de ansamblu asupra ramificațiilor fenomenului *Disney*, permițându-mi în același timp să fiu la curent cu trendurile și curente de opinie actuale.

Aria empirică a cercetării cuprinde filme de animație, filme *live-action* și produse derivate care datează din perioada **1950-2019**. Pentru a putea surprinde trendurile de conservare și de inovație în reprezentarea feminității tinere sub eticheta prințesa **Disney**, numitorul comun al unităților selectate pentru analiză se referă la prezentarea unei prințese **Disney** dintre cele treisprezece enumerate pe *website*-ului dedicat <https://princess.disney.com/>. În ceea ce privește filmele de animație și cele *live-action*, condiția *sine qua non* a includerii în studiu constă în a fi o

producție a *The Walt Disney Company*. Având în vedere implicarea directă a lui Walt Disney în filmele de animație produse de compania sa, al doilea criteriu de selecție a filmelor de animație s-a referit la a fi produse și lansate în timpul vieții lui Walt Disney (1901-1966). Pentru a permite o analiză comparativă, cel de-al treilea criteriu de selecție al filmelor de animație îl reprezintă existența a cel puțin unui film *live-action* bazat pe o producție din seria “*Animated Classics*”.

Aplicarea acestor trei *criterii de selecție* pe corpusul filmelor de animație clasice a rezultat într-un corpus format din două filme de animație, “*Cinderella*” (1950) și “*Sleeping Beauty*” (1959). Pornind de la aceste două filme de animație, corpusul de filme *live-action* include “*Cinderella*” (2015), “*Maleficent*” (2014) și “*Maleficent: Mistress of Evil*” (2019), toate produse și distribuite de filiale ale *The Walt Disney Company* și marketizate ca producții *Disney*. Produsele derivate au fost selectate fiindcă prezintă o prințesă *Disney*, dar compania *Disney* nu deține drepturi de proprietate intelectuală asupra acestora. Criteriile de selecție ale lui Saint Hoax dintre toți cei care remixează prințese *Disney* pentru a obține conținut online se referă la popularitatea lui pe platforma Instagram, unde totalizează 3.4 milioane de urmăritori, și la atenția media care i-a fost acordată tocmai pentru modul disruptiv în care reinterpretează prințesele *Disney*.

Structura lucrării doctorale „Prințesele Disney și (re)producerea femininului. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* în animație, *live-action* și online” cuprinde *trei secțiuni*: (1) *cadrul teoretic și analitic*, (2) *cadrul metodologic* și (3) *analiza și interpretarea datelor*.

Cadrul teoretic și analitic al tezei doctorale urmărește tratarea critică a abordărilor, teoriilor și conceptelor care definesc și delimitează fenomenul *Disney* și documentarea stadiului atins de studiile *Disney* până la momentul desfășurării cercetării prin sintetizarea rezultatelor cercetărilor pe teme conexe. Studiile *Disney* reflectă natura profund **interdisciplinară** a fenomenului *Disney*, subscriindu-se unor arii de cercetare dintre cele mai variate, dintre care enumerăm **comunicarea și jurnalismul** (Real, 1977; Buescher și Ono, 1996; Wynns și Rosenfeld, 2003; Cheu, 2013), **studiile de film și media** (Bell, Haas și Sells, 1995; Griffin, 2000; Brode, 1943/2005; Götz, Lemish, Aidman și Moon, 2005; Sammond, 2005; Edgerton și Jackson Merlock, 2010; Rothschild, 2013; Zipes, Greenhill, și Magnus-Johnston, 2016; Xu, 2021), **semiotica** (Marin, 1973/1984), **studiile de gen și feministe** (Bell, Haas și Sells, 1995; O’Brien, 1996; Do Rozario, 2004; Sumera, 2008; England, Descartes și Collier-Meek, 2011;

Stover, 2013; Iswaholo și Arum, 2021; Muir, 2023), **pedagogia și critica culturală** (King, 1981; Trites, 1991; Giroux, 1993, 1995, 1998, 2010a, 2010b); Lee, 2010; Giroux și Pollock, 2010, 2011; Johnson, 2015), **sociologia** (Bryman, 1995/2005, 1999, 2004), **studiile de literatură și artă** (Chowdhury, 2010; Elnahla, 2015).

Interesul academic internațional pentru fenomenul cultural și social *Disney*, concretizat sub forma a numeroase cercetări care analizează producția și receptarea, a condus la constituirea unui domeniu de cercetare în dezvoltare: *Disney Studies* (Do Rozario, 2004; Deys și Parrillo, 2022; Muir și Rowe, f.a.; Rowman & Littlefield, f.a.). Apariția acestui nou domeniu de studii este semnalată prin formarea unei comunități academice sub numele *Disney, Culture and Society* sau *DisNet* în aprilie 2022 (Disney, Culture & Society Research Network, 2023), lansarea unor serii dedicate de monografii și volume colective precum “*Studies in Disney and Culture*” a editurii Rowman & Littlefield din 2023 și apariția unei reviste academice, “*International Journal of Disney Studies*”, anunțată pentru anul 2025. Prin preocuparea sa pentru prințesa *Disney*, teza de față racordează spațiul academic autohton unui curent academic internațional în formare.

Cadrul teoretic și analitic este format din *trei capitole*. Din punctul de vedere al obiectului și subiectului de cercetare, lucrarea doctorală se circumscrie științelor comunicării ca arie disciplinară extinsă și studiilor *popular culture* ca direcție specifică de studiu. Prin urmare, **primul capitol** al cadrului teoretic și analitic stabilește contextul teoretic care permite înțelegerea circulației prințesei *Disney* între diferite tipuri de produse culturale, respectiv filme de animație și filme *live-action* ale corporației media *The Walt Disney Company* și produse derivate care reciclează conținuturi *Disney* ale artistului/artistei *Saint Hoax*. În conținutul acestui capitol, se delimitează conceptul de „popular culture” în relație cu alte noțiuni cum ar fi „*cultură populară*”, „*cultură înaltă*” (“*high culture*”), „*cultură de masă*”, „*postmodernism*”, „*rezistență*” și „*hegemonie*” prin raportare la considerațiile lui Horkheimer și Adorno, (1944/2002), Fiske (1989/1994), Hall (1994/2006), Spiridon (2013) și Storey (2018). Produsele culturale *Disney* sunt americane, comerciale, populare, fabricate și distribuite în masă, saturate ideologic și politic.

Universul *Disney* este *transnațional, transmedial* și *fluid*. Acesta este format dintr-o rețea de canale de producție și distribuție, care se susțin reciproc capitalizând fiecare de pe urma

popularității și acoperirii celeilalte. În acest sens, universul *Disney* facilitează studiul unor practici și modele specifice *popular culture*. În consecință, cadrul teoretic și analitic definește etichetele conceptuale sub care acestea sunt organizate în literatura de specialitate, anume „remedialitate” (Bolter și Grusin, 1996), „transmedialitate” (Spiridon, 2013), „transficționalitate” (Saint-Gelais, 2005; Ryan, 2013), „adaptare” (Hutcheon, 2006), „convergență” (Jenkins, 2006) și „remix” (Manovich, 2007; Navas, 2012). Aceste concepte servesc drept grile de înțelegere pentru relațiile de schimb dintre diferitele produse culturale. Clasificarea produselor culturale conform acestor relații de schimb facilitează o mai bună înțelegere a contextului în care reprezentările despre feminitate se vehiculează și se transformă, devenind materiale refolosibile pentru creatorii de conținut din afara universului *Disney*. Prințesele *Disney* sunt gata fabricate, precedă produsele derivate și sunt recognoscibile pentru o comunitate de receptori, intrând în sfera conceptului de „prefabricat reciclabil” (Spiridon, 2013).

Din punctul de vedere al *subiectului de cercetare*, teza doctorală „Prințesele Disney și (re)producerea femininului. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* în animație, *live-action* și online” se subscrive și **studiilor de gen**. În consecință, cel de-al doilea capitol al cadrului teoretic și analitic tratează conceptul-umbrelă de „gen” (Oakley, 1972/1985; Connell, 1987; Marshall, 1994/1998; Lorber, 1994; Dragomir, 2002; Giddens, 2010; Grünberg, 2011), sub care se dezvoltă noțiunile mai specifice de „feminitate” și „masculinitate” (Bem, 1974; Gilligan, 1982/2003; Connell, 1987; Roventă-Frumușani, 2002a, Held, 2006). Deși punctul focal al lucrării de față îl reprezintă feminitatea, realitatea socială a acestui concept se construiește în relație cu multiple masculinități și se nuanțează în interacțiunea dintre diferite tipologii de feminitate precum „feminitate pronunțată” (Connell, 1987), „feminitate tradițională” și „feminitate non-tradițională” (Roventă-Frumușani, 2002a). Aceste concepte sunt folosite în cercetarea de față pentru a descrie anumite tipuri de feminitate și masculinitate, pe care le relevă analiza și interpretarea datelor.

Etichetele de „feminin” sau „masculin” sunt asociate în mod frecvent unor caracteristici, care dobândesc în timp calitatea de „stereotip” (Bem, 1974; Connell, 1987). Prin urmare, ca parte a celui de-al doilea capitol din cadrul teoretic, se explorează conceptul de „stereotip” așa cum a fost el teoretizat până la momentul actual (Lippmann, 1922/2009; Klineberg, 1950; Allport, 1954; Ashmore și Del Boca, 1981/2015; Stroebe și Insko, 1989; Yzerbyt și Schadron,

1994/1997; Ivan, 2008; Terracciano, 2005; Hanel et al., 2018). Dimensiunile conceptului de „stereotip” își demonstrează utilitatea pentru teza de față, căci reprezintă bazele teoretice ale categoriilor care compun grila de analiză calitativă de conținut. Stereotipurile sunt tratate în contextul genului. Prin urmare, literatura de specialitate (Goffman, 1976/1987; Deaux și Lewis, 1984; Ellemers, 2017/2018; Hentschel, Heilman și Peus, 2019; Shinoda, Veludo-de-Oliveira și Pereira, 2020) care tratează *stereotipurile feminine în film, publicitate sau reviste* servește ca punct de referință în analiză și interpretare.

Dacă anumite caracteristici sunt etichetate mai adesea ca fiind feminine sau masculine, există și atribute care sunt considerate neutre din punctul de vedere al genului și se numesc *androgine* (Bem, 1974; 1981). Coexistența trăsăturilor feminine și masculine este definită drept „*androginitate*” și reprezintă o tendință actuală în evoluția prințesei *Disney*.

Cel de-**al treilea capitol** al cadrului teoretic și analitic cartografiază *universul Disney* prin raportare la dimensiunile care îl compun: (1) *Walt Disney*, creatorul de animație și vizionarul, (2) *corporația multinațională The Walt Disney Company*, (3) *filmele de animație Disney*, (4) *cultura Disney*, (5) *poziții critice în receptarea Disney*. Acest capitol este unul fundamental în economia tezei deoarece creează puntea între capitolele teoretice și cele de analiză și interpretare.

Urmând modelul unor cercetări anterioare precum cea a lui O'Brien (1996), au fost evidențiate coordonate ale biografiei lui *Disney*, ale istoriei sociale și ale evoluției genurilor în animația *Disney*. Aceste repere facilitează trasarea unor corespondențe între text și context. Primul sub-capitol fixează o serie de *repere biografice* pentru *a ancora socio-istoric fenomenul Disney* și o scurtă istorie a animațiilor lui. Relevanța unui capitol despre viața și munca lui Walt Disney se justifică prin raportare la implicarea absolută a creatorului în construcția fundamentelor ideologice a ceea ce este astăzi *universul Disney*. Experiențele personale ale lui Walt Disney își pun amprenta asupra viziunii despre lume pe care o ilustrează în filmele de animație, care îl consacră și stabilesc coordonatele fundamentale ale culturii *Disney* de astăzi. Printre acestea, enumerăm scurta perioadă din copilărie petrecută la o fermă din Missouri (Bendazzi, 2016), relația distantă și rece cu tatăl său, figură patriarhală cu înclinații către disciplinare prin corecții fizice dure (Eliot, 1993), Primul Război Mondial, greutățile pe care le întâmpină în industria competitivă a animației, în plină dezvoltare în Los Angeles la momentul în

care Disney se lansează în afacere și, în general, ambientul social post-război din Statele Unite ale Americii (Susanin, 2011).

Cel de-al doilea subcapitol realizează profilul *corporației The Walt Disney Company* prin raportare la o serie de date oficiale publice. Această prezentare a conglomeratului media include *sectoarele de activitate, organigrama, achizițiile de companii media și capitalizarea bursieră*. Raza de acoperire a companiei, rețeaua de canale de producție și distribuție pe care o deține, ritmul accelerat de producție și expansiune, popularitatea și abundența produselor derivate pe care le inspiră constituie argumente pentru relevanța și necesitatea studiului fenomenului *Disney* în general și legitimează în același timp teza doctorală de față.

Cel de-al treilea subcapitol se referă la *caracteristicile și clasificarea filmelor de animație Disney*. Dacă subcapitolul anterior tratează perioada anterioară succesului lui Walt Disney în industria animației, acesta vine în continuarea lui, prezentând succint perioada de ascensiune a creatorului, dar și a animației în genere, perioada 1928-1951 numită *The Golden Age*. Aceste aspecte sunt relevante pentru teza de față fiindcă atestă *potențialul iconic și de duplicare* al personajelor animate dezvoltate de Walt Disney, cel mai popular fiind *Mickey Mouse*, care inspiră o linie de produse cu imaginea sa (Bendazzi, 2016).

Dacă la moartea lui Disney în 1966, numărul de filme produse se ridică la 80, astăzi se totalizează 422 de filme. Multitudinea filmelor de animație a condus la necesitatea de a le clasifica pe șapte ere sau vârste, asupra cărora autorii (Bell, 2015, Ghez și Docter, 2015, Determan, 2021, Beltran, 2022; Hicks, 2022; Moore, 2022; Crombar, 2023) convin cu mici variații în ceea ce privește durata unor ere: (1) “*The Golden Age*” (1937-1942), (2) “*The Wartime Era*”/ “*The Package Era*” (1942/1943-1949), (3) “*The Silver Age*” (1950-1959/1967), (4) “*The Bronze Age*” (1970-1988), (5) “*The Disney Renaissance*” (1989-1999), (6) “*The Post Renaissance Era*”/ “*The Experimental Era*” (1999/2000-2008/2009) și (7) “*The Revival Era*” (2010-2019/2021/Prezent). În clasificarea lui Moore (2022), figurează și o a opta eră a filmelor de animație *Disney* numită “*The Streaming Era*”, care începe în 2020 și este încă în desfășurare.

Cel de-al patrulea subcapitol sintetizează *caracteristicile și dimensiunile culturii Disney* așa cum le reflectă temele majore ale cercetărilor *Disney*. Studiul literaturii de specialitate relevă o serie de *teme recurente* în analizele *Disney*: (1) *gen* (Bell, Haas și Sells, 1995; O’Brien, 1996; England, Descartes și Collier-Meek, 2011; McKenzie, 2015) cu sub-temele *feminitate* (Craven,

2002; Do Rozario, 2004; Wohlwend, 2009; Lee, 2010; Hill, 2010; Rothschild, 2013; Johnson, 2015), *feminism* (Sawyer, 2011; Stover, 2013; Morrison, 2014; Gill, 2016; Xu, 2021; Muir, 2023), masculinitate (Lee, 2010; Davis, 2015), *sexualitate/queerness* (Griffin, 2000), *stereotipuri de gen și legate de vârstă* în diferite configurații intersecționale – gen, vârstă, încadrare morală (pozitiv/negativ) - (Griffin, 2000; Dundes, 2001; Robinson, Callister, Magoffin și Moore, 2007; Davis, 2011; Elnahla, 2015); (2) *cultura media a copiilor* (“children’s media culture”, Giroux, 1993; 1994; 1995a; 1995b; Buckingham, 1997; Giroux, 1999; 2010a; 2010b; Hurley, 2005; Lee, 2006; Wohlwend, 2009; Giroux și Pollock, 2010; 2011; Hill, 2010; Hynes, 2010; Coyne, Rasmussen și Nelson, 2015; Johnson, 2015), (3) *diversitate etnică* (Buescher și Ono, 1996; Faherty, 2001; Brode, 1943/2005; Hurley, 2005; Edgerton și Jackson Merlock, 2010; Cheu, 2013; Van Wormer și Juby, 2015) și (4) alte reprezentări privind *idealuri/mituri romantice* (Hefner, 2017; Menise, 2019), *identitatea americană* (Watts, 1952/1997; Sammond 2005; Chowdhury, 2010), *copilăria* (Götz, Lemish, Aidman și Moon, 2005; Sammond, 2005), *relația tată-fiică* (Wynns și Rosenfeld, 2003), *natura și mediul înconjurător* (Whitley, 2008; Pina, 2013), *sine și alteritate* (Addison, 1993; Belkhyr, 2013), *moarte* (Laderman, 2000) și *moralitate* (Ward, 1996).

Unul dintre *cele mai cunoscute și profitabile* produse culturale *Disney* este prințesa. Profund *transmedială* prin însăși natura ei, *Disney Princess* se articulează printr-o rețea de produse și servicii care se susțin reciproc cum ar fi filmografia, platforma de *streaming Disney+*, parcurile tematice, *resort*-urile de vacanță și o bogată cultură materială formată din jucării, îmbrăcăminte și accesorii cu prințese. Iubită de publicurile juvenile feminine și contestată de părinți (Orenstein, 2006; 2011), cel mai popular prototip al prințesei (Do Rozario, 2004) se află și în centrul atenției studiilor *Disney*.

Tema prințesei Disney este una *recurentă în studii* (Bell, Haas și Sells, 1995; Do Rozario, 2004; Hurley, 2005; Lee, 2006; Sumera, 2008; Wohlwend, 2009; Hill, 2010; Hynes, 2010; England, Descartes și Collier-Meek, 2011; Hecht, 2011; Rothschild, 2013; Stover, 2013; Garabedian, 2014; Condis, 2015; Coyne, Rasmussen și Nelson, 2015; Gazda, 2015; Johnson, 2015; Azmi, Radzuwan, Mairas și Safawati, 2016; Gill, 2016; Lopreore, 2016; Eisenhauer, 2017; Leader, 2017; Hefner, Firchau, Norton și Shevel, 2017; Hine, England, Lopreore, Horgan și Hartwell, 2018; Menise, 2019; Palupi, 2019; Iswaholo și Arum, 2021; Roosevelt și Tootell,

2021; Muir, 2023; Silalahi, Wibowo și Fuady, 2023), aceasta generând o direcție de cercetare în sine în interiorul curentului academic preocupat de fenomenul *Disney*.

Studiul literaturii de specialitate privind prințesele *Disney* relevă următoarele sub-teme: *reprezentări/roluri/identitate de gen* (Sumera, 2008; Wohlwend, 2009; England, Descartes și Collier-Meek, 2011; Rothschild, 2013; Garabedian, 2014; Gazda, 2015; Azmi, Radzuwan, Mairas și Safawati, 2016; Gill, 2016; Lopreore, 2016; Hine, England, Lopreore, Horgan și Hartwell, 2018; Palupi, 2019) și *receptarea lor de către copii* (Hynes, 2010; Hine, Ivanovic și England, 2018), *standarde de frumusețe* (Leader, 2017; Silalahi, Wibowo și Fuady, 2023) și *impactul asupra imaginii de sine* (Coyne, Rasmussen și Nelson, 2015; Johnson, 2015), *funcția narativă a prințesei* (Do Rozario, 2004), *reprezentări etnice* (Hurley, 2005; Hill, 2010; Condis, 2015) și *influența lor asupra grupurilor etnice* (Lee, 2006), *reprezentări ale prințesei și valorile feminismului* (Stover, 2013; Iswaholo și Arum, 2021; Muir, 2023) și *mituri/idealuri romantice* (Hefner, 2017; Menise, 2019).

În spațiul academic românesc, direcția de studii *Disney* este sub-reprezentată. Publicațiile academice identificate plasează discuția despre *Disney* în contextul literaturii pentru copii, fie prin referire la conceptul de „disneyificare” (*“Disneyfication”*), introdus de Giroux (1995) (Bălinișteanu, 2014) sau prin comparație cu basmele (Mureșan, 2017), sau în relație cu parcul tematic *Disneyland* (Andrei, 2018). Alte studii publicate tratează *Disney* din perspectiva animației, respectiv din cea a celor douăsprezece principii ale animației *Disney* (Ghani și Ishak, 2012) și în contextul antropometriei personajelor animate (Stănese, 2022). În ceea ce privește lucrările academice pe tema *Disney*, au fost identificate o teză de doctorat în științe politice, administrative și ale comunicării, care tratează reprezentarea conflictului în animație (Tetean-Vințeler, 2015), și două teze de licență (Matei, 2011; Chirițescu, 2016), care analizează rolurile de gen (Matei, 2011) și reprezentările feminității și masculinității în filmele *Disney* (Chirițescu, 2016).

Cea de-a doua secțiune a tezei doctorale „Prințesele Disney și (re)producerea femininului. *Cinderella* și *Sleeping Beauty* în animație, live-action și online” descrie *cadrul metodologic*, care informează cu privire la *problematica tezei, fațetele subiectului de studiu, obiective și întrebări de cercetare, literatura de specialitate din punct de vedere metodologic, definirea conceptelor, metodele folosite și designul cercetării*.

Metodele și tehnicile de cercetare cel mai frecvent folosite în studiile despre prințesele Disney sunt analiza de conținut (England, Descartes și Collier-Meek, 2011; Hecht, 2011; Gill, 2016; Lopreore, 2016; Hefner, Firchau, Norton și Shevel, 2017; Hine, England, Lopreore, Horgan și Hartwell, 2018; Iswalono și Arum, 2021; Muir, 2023; Silalahi, Wibowo și Fuady, 2023; Tyner-Mullings, 2023), *analiza de discurs* (Wohlwend, 2009; 2012a; 2012b; Azmi, Radzuwan, Mairas și Safawati, 2016; Eisenhauer, 2017; Leader, 2017) și *analiză comparativă* (Hurley, 2005; Stover, 2013; Roosevelt III și Tootell, 2021). Alte metode utilizate în analiza prințeselor Disney cuprind *analiza textuală* (Do Rozario, 2004; Menise, 2009), *autoetnografia* (Wohlwend, 2009; Muir, 2023), *analiza narativă* (Menise, 2019; Palupi, 2019), *chestionarul* (Coyne, Rasmussen și Nelson, 2016; Hine, Ivanovic și England, 2018), *interviul* (Lee, 2006), *analiza secundară* (Johnson, 2015), *analiza tematică* (Hill, 2010) și *close reading* (Gazda, 2015).

Din punctul de vedere al *corpusului* selectat, se observă *preponderența alegerii filmelor de animație* în cercetările care analizează construcția semnificațiilor. Această tendință a studiilor Disney ar putea fi justificată prin referire la prințesele care fac parte din decupajul brandului *Disney Princess*, care sunt exclusiv animate. Studiile despre prințesele Disney tratează fie un singur film de animație, fie dinamica reprezentării prințesei în evoluția cronologică a filmelor de animație. În teza de față, această tendință a fost privită ca fiind o oportunitate de dezvoltare a lentilei de cercetare a prințeselor Disney dincolo de granițele filmelor de animație și de cele ale studiourilor de producție Disney în general. Prin urmare, s-au adăugat corpusului de filme de animație filmele *live-action* și produsele derivate, care reciclează conținuturi Disney.

Pentru a putea surprinde specificitățile fiecărui tip de mediu de reprezentare, dar și a joncțiunilor dintre ele, am ales ca *abordare metodologică* a tezei doctorale “*facet methodology*” (Mason, 2011). Această orientare metodologică recent dezvoltată înțelege problema cercetată ca pe o piatră prețioasă șlefuită. Fiecare dimensiune a fenomenului studiat constituie o fațetă a pietrei. În funcție de cum alege cercetătorul să o ilumineze, fiecare dintre fațetele subiectului de studiu va rezulta într-o coloratură și o intensitate diferită (Mason, 2011).

Metodologia fațetelor este aleasă drept cadru pentru dezvoltarea instrumentarului de cercetare deoarece înlesnește construcția subiectului de studiu așa cum consideră cercetătorul a fi adecvat pentru surprinderea acestuia fără a fi constrâns de criteriile exhaustivității sau reprezentativității. Nefiind aleatorie, logica de construcție a problemei cercetare este lăsată la dispoziția cercetătorului la fel ca și decupajul fațetelor.

Fiecare canal de comunicare generează o anumită reprezentare a prințesei în funcție de caracteristicile sale. Dacă prințesa *Disney* este piatra prețioasă din metafora lui Mason (2011), atunci fiecare dintre aceste reprezentări constituie o fațetă, iar ea, prințesa, se formează la joncțiunea acestora. În consecință, teza de față explorează identitatea de gen a prințesei *Disney* prin raportare la conexiunile stabilite între *trei fațete*: (1) *construcția feminității: prințesele animate*, (2) *dinamica feminității: prințesele live-action* și (3) *deconstrucția feminității: prințesele reciclate*. După cum afirmă Mason (2011), fiecare fațetă este o mini anchetă în sine, cu temă și metodologie proprie, dar aflată în strânsă conexiune cu celelalte. Având în vedere multitudinea și varietatea tipurilor de produse *Disney*, această abordare metodologică este considerată prielnică pentru analiza unor aspecte profund diferite, dar adiacente unul altuia pentru a cristaliza un fenomen social.

Sunt șase principii care relevă diferența specifică a metodologiei *facet*, anume: (1) lumea ca experiență este multidimensională, dar dimensiunile ei sunt conectate la nivelul unei ontologii singulare, (2) fațetele sunt metodologice și esențiale, (3) cunoașterea se produce prin revelații (“*flashes of insight*”, Mason, 2011, p. 80) și prin (4) constelații și asocieri, (5) perspectivele noi ies la suprafață prin destabilizarea celor preexistente, iar pentru a fi capabil de a ajunge la nou, (6) cercetătorul/oarea trebuie să se demonstreze deschis/ă, iscusit/ă, empatic/ă și modest/ă.

Pornind de la grila de analiză a filmelor de animație din perspectiva feminității elaborată de Muir (2023), s-au luat drept referință *caracteristicile fundamentale ale feminității* așa cum au fost teoretizate de Roventă-Frumușani (2002a) și *dimensiunile stereotipurilor feminine* în accepțiunea lui Deaux și Lewis (1984) pentru a construi o *grilă de analiză a filmelor de animație și live-action Disney*. Natura feminității este determinată în interacțiune, acolo unde se stabilesc raporturile de putere dintre diferitele tipuri de feminități, dar și dintre feminități și masculinități (Connell, 1987; Roventă-Frumușani, 2002a). Prin urmare, grila de analiză include două categorii care se concentrează asupra altor tipologii feminine în afară de prințesă și asupra tipologiilor masculine. De asemenea, fiecare unitate de analiză este tratată în context, respectiv în relație cu produse culturale conexe, care o antedatează. Contextul constituie, așadar, o altă categorie a grilei de analiză. Pentru a identifica *funcția prințesei* în economia narațiunii, s-a folosit *metoda analizei semiotice narrative*, mai precis *modelul actanțial și schema narativă de bază dezvoltată* de Greimas (Greimas, 1966/1983; Greimas și Porter, 1977).

Astfel, *grila de analiză* este alcătuită din următoarele categorii: (1) *context*, (2) *funcția narativă a prințesei*, (2) *înfățișarea fizică a prințesei* (Deaux și Lewis, 1984; Rovența-Frumușani, 2002a), (3) *trăsăturile de personalitate ale prințesei* (Deaux și Lewis, 1984), (4) *rolurile sociale ale prințesei*, care se regăsesc la Deaux și Lewis sub eticheta conceptuală de „comportamente de rol” (Deaux și Lewis, 1984), (5) *feminitatea în relație*, cu două subcategorii, (5.1.) *tipologii feminine*, (5.2.) *tipologii masculine*. Documentarea *înfățișării fizice, trăsăturilor de personalitate, rolurilor sociale și altor tipologii feminine și masculine* a fost realizată prin *analiza multimodală textuală și vizuală*. Opțiunea pentru analiza multimodală se justifică în contextul varietății tipurilor de resurse angrenate în construcția semnificației în film.

Grila de analiză de film, aplicată în cazul primelor două fațete ale tezei doctorale, este adaptată conform resurselor semiotice disponibile la nivelul imaginii pentru a servi celei de-a treia fațete a prințesei *Disney*. Prin urmare, *grila de analiză a posterelor digitale* realizate de *Saint Hoax* cuprinde trei categorii: (1) *feminitatea în reprezentare*, (2) *feminitatea în interacțiune* și (3) *feminitatea în compoziție*. Pentru relevarea acestor date, a fost folosită *analiza socio-semiotică* dezvoltată de Kress și Van Leeuwen (2006) pe baza modelului lingvistic funcțional sistemic (SFL) al lui Halliday (1978).

Rezultatele cercetării

Rezultatele cercetării sunt structurate conform celor *patru întrebări de cercetare*.

În legătură cu **prima întrebare a cercetării**, respectiv „**Care sunt caracteristicile identității de gen a prințesei în filme de animație Disney?**”, prima fațetă a studiului doctoral relevă următoarele **rezultate principale**:

- (1) *supremația frumuseții în construcția identitară a prințesei animate;*
- (2) *pasivitate în raport cu propriul destin asociată cu așteptarea unei intervenții magice sau a unui erou;*
- (3) *supunere în relație cu o figură feminină matură, fragilitate fizică și vulnerabilitate emoțională;*
- (4) *personalitate centrată pe etica grijii;*
- (5) *funcția de obiect al căutării mitice greimasiene;*

- (6) *ocupații exclusiv domestice;*
- (7) *izolare socială;*
- (8) *un grad ridicat de similitudine între prințesele animate raportat la toate dimensiunile analizate;*
- (9) *pierderea sau absența fizică a părinților biologici și prezența unui tutore.*

Ca răspuns la cea de-a doua întrebare a cercetării, mai precis „**Care sunt trăsăturile identității de gen a prințesei în filmele *live-action* Disney?**”, cea de-a doua fațetă a subiectului cercetat ilustrează următoarele rezultate principale:

- (1) *emanciparea prințesei Disney;*
- (2) *frumusețea ca o constantă a identității de gen a prințeselor;*
- (3) *tendințe de sexualizare a înfățișării prințesei;*
- (4) *recentrarea poveștii pe punctul de vedere al prințesei;*
- (5) *diversificarea funcției narative a prințesei;*
- (6) *un grad mai mare de variație între prințesele *live-action*;*
- (7) *lărgirea orizontului prințesei de la sfera privată la cea comunitară;*
- (8) *introducerea proiectului leadership-ului feminin;*
- (9) *o componentă androgenă a identității de gen a prințesei.*

Principalele rezultate obținute în relație cu cea de-a treia întrebare de cercetare, respectiv „**Care sunt caracteristicile identitatea de gen a prințesei Disney în produse derivate?**”, relevă:

- (1) *preluarea identității vizuale a prințesei animate ca emblemă a lumii ficționale Disney;*
- (2) *ipostaza de victimă a prințesei;*
- (3) *subordonarea prințesei;*
- (4) *dominația masculină;*
- (5) *izolarea socială.*

În raport cu masculinitatea, posterele digitale analizate portretizează bărbatul ca agresor.

Ca răspuns la cea de-a patra întrebare de cercetare, respectiv “**Care sunt trendurile de schimbare în reprezentarea prințesei de la filmul de animație la cel *live-action* și la produse derivate?**”, joncțiunile dintre cele trei fațete au evidențiat următoarele rezultate:

- (1) revendicarea istoriei feminine;
- (2) sexualizarea prințesei;
- (3) dezvoltarea agentivității prințesei prin proiectul *leadership-ului feminin*;
- (4) transgresarea funcției narative de obiect;
- (5) ambivalența de gen;
- (6) diminuarea distanței dintre genuri;
- (7) revendicarea capitalului simbolic feminin.

Discutarea rezultatelor cercetării

Blondă, blândă și casnică
Un ideal feminin al anilor '50

Aspectul și posturile fizice ale prințeselor animate reflectă standardele de frumusețe și disciplina mișcării corporale proprii industriei cinematografice a anilor '50, ambele fiind desenate pe baza unor filmări *live-action* cu actrița americană Helene Stanley, cu o educație în balet. Frumusețea prințeselor animate este dublată de calități vocale și o muzicalitate a mișcărilor. *Funcției decorative* (Shinoda, Veludo-de-Oliveira și Pereira, 2020) a prințesei *Disney* i se asociază o dimensiune conexasă artelor spectacolului, articulând un tip de „*feminitate interpretativă*”. În cazul prințeselor animate, aceste abilități scenice iau forma unui dar înnăscut sau divin asociat unor tinere fără niciun fel de educație formală. În același timp, acestui ideal vizual îi corespunde o vocație casnică, interpretată de Hynes (2010) ca „domesticirea femeii *Disney*” (“*domestication of Disney women*”, Hynes, 2010, p. 210).

Trăsăturile de personalitate ale prințesei animate corespund unui model de *feminitate tradițională* conform clasificării lui Roventă-Frumușani (2002a) și „*feminității pronunțate*” în accepțiunea lui Connell (“*emphasized femininity*”, Connell, 1987, p. 183). Prințesele animate întrunesc, de asemenea, caracteristicile feminine așa cum se regăsesc în Inventarul Bem de rol de sex asumat (Bem, 1974, p. 156). Personalitatea prințeselor animate este construită în jurul eticii grijii (“*ethics of care*”, Gilligan, 1982/2003; Roventă-Frumușani, 2002a; Miroiu, 2002). Această natură socială a feminității este, însă, restricționată la un mediu limitat din punctul de vedere al interacțiunii sociale. Ocupațiile exclusiv domestice ale personajelor de film animat dislocă feminitatea din comunitate, izolând-o.

Blondă, blândă și casnică ar fi epitomul prințesei animate *Disney*. Walt Disney imaginează un univers feminin de tip oglindă, reflectând prescripțiile de gen ale societății americane a anilor '50. Creatorul de animație demonstrează un fin simț sociologic, intuind întocmai istoriile de viață și tipologia feminină care suscită afectiv audiențele contemporane lui. Ingredientul final, care reconfortează psihicul american, se referă la demarcația clară între bine și rău, pe care Walt Disney le construiește ca pe niște categorii morale ermetice. Inocența morală alături de „simplitate politică (...) (și) naivitate sexuală” (*“political simplicity (...) (and) sexual naivety”*, Butler, 1991, p. 254) fac parte din attributele care glorifică America anilor '50.

Feminitatea în relație cu masculinitatea

Disney, cazul unui matricid

Recurența personajelor orfane de unul sau de ambii părinți a fost semnalată de cercetările *Disney* anterioare (Eliot, 1993; Haas, 1995; Laderman, 2000; Craven, 2002; Lee, 2006; Davis, 2011; Behrendt, 2023). Această absență recurentă a figurilor parentale în viziunea lui Walt Disney a determinat evaluarea ei ca fiind „anti-părinți” (*„anti-parent”*, Davis, 2011, f.p.). Bazându-se pe observația conform căreia uneori mama este prezentă în basm, dar adaptarea *Disney* o elimină, acesta a fost acuzat de matricid (Haas, 1995). Haas (1995) invocă matricidul simbolic, menit să igienizeze memoria colectivă a filmelor *Disney* sub forma pe care o evocă Connell (1987) în legătură cu feminitatea non-tradițională: „Ceea ce este ascuns din ea (n.r. din istorie) este experiența femeii celibatate, lesbiene, sindicaliste, prostituate, nebune, rebele, masculine, meșteșugare, moașe, vrăjitoare”³ (trad. ns., Connell, 1987, p. 188).

În interpretarea lui Haas (1995), nu feminitatea non-tradițională este ținta acestei acțiuni, ci feminitatea în sine, iar lipsa ei accentuează vizibilitatea unei ordini sociale patriarhale. Haas (1995) legitimează acest punct de vedere analizând tipul de feminitate al mamelor prezente în producțiile *Disney*, care intră sub trei categorii. Prima este mama iubitoare (Haas, 1995), care corespunde feminității tradiționale (Rovența-Frumușani, 2002a) și eticii grijii (Gilligan, 1982/2003; Rovența-Frumușani, 2002a; Held, 2006). Cea de-a doua este mama hipersensibilizată, de regulă, în corelație cu avansarea în vârstă (Haas, 1995). Mai rămâne

³ Traducere proprie. A se consulta în continuare versiunea originală în limba engleză: “What is hidden from it is the experience of spinsters, lesbians, unionists, prostitutes, madwomen, rebels and maiden aunts, manual workers, midwives and witches” (Connell, 1987, p. 188).

maternitatea descrisă de Derrida (1985): figura fără chip a figurantului”⁴ (trad. ns., Derrida, 1985, p. 38).

După cum afirmă Storey (2018), contextul este cel care poate conferi semnificație textului. Prin urmare, Eliot (1993) a căutat inclusiv rațiuni biografice pentru filosofia “*anti-parent*” a lui Walt Disney, anume că Walt nu și-ar fi cunoscut niciodată mama biologică, o imigrantă din Spania cu care tatăl său ar fi avut o aventură.

Este, însă, posibil ca acesta să nu fie singurul text care alcătuiește contextul, raportându-ne tot la Storey (2018). Filmul de animație “Cinderella” este lansat la începutul anilor ’50, la doar cinci ani după încheierea celui de-al doilea război mondial. Cel de-al doilea război mondial a fost diferit de altele în sensul că au participat și femeile, unele, în ipostaza de civil, altele, în calitate militară. Participarea femeilor la război a declanșat schimbări sociale, iar primul efect vizibil a fost absența lor din casă. Multe dintre acestea au preluat locurile vacante ale bărbaților în calitate de muncitori industriali. După încheierea războiului, sectorul de servicii a deschis posturi pentru femeile care lucrau în fabrică și care erau acum înlocuite de bărbații întorși de la război. Se constată, așadar, că absența femeii era, de fapt, una simbolică – absența feminității tradiționale. Aceasta este gradual înlocuită de experiența lucrativă din timpul războiului de o feminitate în curs de emancipare, care este posibil să fi generat și feminitatea mamei vitrege, femeia rămasă văduvă, cu copii în grijă.

Absența mamei din filmul de animație “Cinderella” poate ascunde, așadar, o masculinitate rănită, la dispariția feminității accentuate, cum o numește Connell (1987), în America anilor ’50. Aceasta este, în termenii lui Macé (2015), înfățișarea viitorului devenirii bărbat (“*devenir homme*”, Macé, 2015) în postpatriarhat: starea de nemulțumire generată de autonomia feminină, dublată de inabilitățile domestice. În același timp, Cenușăreasa trăiește viitorul devenirii femeie (“*devenir femme*”, Macé, 2015) prin moartea tatălui său, care nu o lasă așa cum spune Macé (2015) neliniștită și fără stimă de sine, ci doar sub o altă dominație, de această dată feminină.

Se constată, așadar, importanța tratării masculinității și feminității ca relație pentru că lipsa unuia dintre elemente poate, de fapt, să spună mai multe despre celălalt. De altfel, tatăl

⁴ Traducere proprie. A se consulta versiunea originală în limba engleză: “the faceless figure of figurant, an extra” (Derrida, 1985, p. 38)

Cenușăresei chiar verbalizează nu suferința proprie, ci necesitatea „mângâierii unei mame” în creșterea fetei sale. Se remarcă încă o dată aspectul relațional, de această dată, între tipurile de feminitate. La fel se întâmplă și la moartea tatălui Cenușăresei. Dispariția masculinității produce dezechilibre feminității, atât din punct de vedere mundan, respectiv financiar, cât și din perspectiva caracterului.

Prințesa în structura narativă.

De la Obiect la Subiect

Din perspectiva rolurilor în structura narativă conform schemei actanțiale de bază (1966/1983; 1971), în filmele de animație, prințesa intră în clasa actanțială a obiectului. Ea reprezintă, așadar, o finalitate pe axa dorinței. Prințesa nu se află, însă, nici în poziția narativă de obiect în baza unor trăsături dobândite, ci în baza unora înnăscute. Simplificată de dragul explicației la minim, Cenușăreasa ajunge obiect în baza capacității sale reproductive. Se prezintă, așadar, în acest caz stereotipul femeii valorizate pentru abilitatea biologică de a face copii. Chiar și pentru împlinirea acestei misiuni este, însă, necesară intervenția magicului. Prințesa Aurora, pe de altă parte, ajunge obiect înainte de a se naște printr-un aranjament între regi. Prin urmare, ceea ce o califică pe Aurora pentru funcția narativă de obiect este genul și statusul social de prințesă, fiică a regelui. Se poate trage concluzia din alăturarea celor două prințese că a avea un tată influent asigură o căsătorie avantajoasă, dar nu scutește tânăra femeie de greutățile vieții.

Fie că este vorba despre continuitatea puterii monarhice prin asigurarea de moștenitori sau despre consolidare și expansiune politică prin alianță, proiectul este în animația clasică *Disney* despre putere politică. Același este și cazul celor două filme *live-action* “Maleficent” (2014) și “Maleficent: Mistress of Evil” (2019). Singurul film analizat în care dorința de putere politică este înlocuită de dorința de iubire adevărată este “Cinderella” (2015).

Cenușăreasa răspunde funcției de obiect și în producția *live-action* din 2015. De această dată, însă, grație unei întâlniri fulgerătoare cu prințul în pădure, prințesei îi este dată șansa să devină obiect al dorinței pentru ea însăși. Se constată, totuși, că prințesa devine mai integrată în comunitate, îndeplinind la nivelul micro al narațiunii și rolul de destinatar. Deși adjuvant cu funcție activă în “Maleficent” (2014), prințesa Aurora ajunge finalmente subiect printre alți subiecți în *sequel-ul live-action* “Maleficent: Mistress of Evil” (2019).

În filmele de animație, opozanții sunt, de regulă, femei mai în vârstă, care subjugă femei mai tinere din capriciu, din malițiozitate sau din gelozie. Gelozia, la fel ca teatralitatea, ambele specifice construcției personajelor feminine opozante în filmele de animație *Disney*, sunt clasificate de Bem (1974) drept atribute neutre.

*Maternitatea hegemonică și „chipeșul adormit”
Inversarea stereotipurilor*

Fațeta „Prințesele *live-action*” se demonstrează emblematică pentru dinamismul și progresismul reprezentărilor de gen. Filmele *live-action* creează tipologii extreme dintre care cele mai notabile din punct de vedere al raportului dintre gen și agentivitate sunt Maleficent așa cum este reprezentată în *sequel* și Regele John, denumit de fani “*Sleeping Handsomeness*”. Potrivit lui Connell (1987), feminitatea nu poate lua forme hegemonice deoarece dominația culturală masculină, de inspirație gramsciană, este legitimată de sisteme culturale cu tradiție.

Avansează în această lucrare doctorală ipoteza că Maleficent, în ipostaza din “Maleficent: Mistress of Evil”, reprezintă o tipologie de feminitate hegemonică, a cărei legitimitate este conferită de un sistem cultural cu vechime, însă, nu unul uman, ci unul supranatural. Această ascensiune a feminității este, așadar, înlesnită de o legitimitate magică, a cărei sursă este chiar pasărea Phoenix ca ființă primordială.

Se constată, de asemenea, o simetrie pe continuumul dintre feminin și masculin în construcția filmului *live-action Disney*. Cu cât o tipologie feminină se apropie de extrema hegemonică a acestui continuum, cu atât se va apropia și o tipologie masculină de extrema *soft* a aceleiași gradații. Este cazul regelui John, care cade asemenea Aurorei în somnul ca de moarte, reprezentând echivalentul masculin al Aurorei. Prin figura sa, *Disney* oferă primul exemplu de bărbat supus prin excelență de mâna soției sale.

*Prințul Disney live-action
Masculinitatea ambivalentă*

În spectrul masculinității tinere, de departe cea mai remarcabilă modificare la nivel de dezvoltare a personajului, dar și la nivel de ambivalență a trăsăturilor, este construcția personajului masculin – prințul - numit de *Disney* Kit, mai bine conturat în “*Cinderella*” (2015) decât în cazul filmului de animație “*Cinderella*” (1950) unde era aproape inexistent. Kit

demonstrează susținut trăsături de pe tot spectrul din Inventarul Bem (1974), respectiv masculine, feminine și androgine. Kit dovedește atribute masculine - este athletic, este independent, ia decizii repede și se bazează pe sine însuși (Bem, 1974; England, Descartes și Collier-Meek, 2011). În același timp, este reprezentat cu numeroase atribute feminine - este copilăros, loial, sensibil la nevoile celorlalți oameni, înțelegător. Nu îi lipsesc nici atributele clasificate conform studiului lui Bem drept androgine – este sincer, are tact, este prietenos.

Revendicarea istoriei feminine

Transmedialitatea prințesei *Disney* din registrul animat în cel *live-action* este marcată de o revendicare a poveștii feminine și, mai mult decât atât, o revendicare a vocii istorice feminine, căci, așa cum spune Rostăș (2008, p. 10), „istoria (...) uită adesea de rezistența tăcută a femeilor”. Această revendicare este marcată în narație, fie în formula de început, care refocalizează atenția pe Ella, „a fost odată ca niciodată o fată pe nume Ella” (*Cinderella*, 2015, min. 00:58), fie în încheiere, „Vedeți? Povestea nu este chiar cum vi s-a spus. Și eu ar trebui să știu. Pentru că eu sunt cea căreia i se spune Frumoasa din pădurea adormită” (*Maleficent*, 2014, min. 01:27:07-01:27:24).

Transgresiunea prințesei *Disney* dincolo de “*The Magic Kingdom*” îi transformă vocea în strigăt de ajutor, căci prințesa animată simbolizează acum fata de rând, victimă a violenței domestice și a abuzului sexual. La o primă vedere, pare șocant, probabil de aceea a și stârnit campania reacții din partea presei, dar, în realitate, înainte de *happy end*, prințesa *Disney* animată a fost până de curând o victimă, chiar dacă nu atât de grafic marcată, a unei violențe simbolice, de regulă, din partea unei femei mai în vârstă.

Copy. Paste. Remix.

Saint Hoax folosește prințesele *Disney* din filmele de animație “*Cinderella*” (1950) și “*Sleeping Beauty*” (1959) ca prefabricate reciclabile (Spiridon, 2013) pentru a le remixa în campaniile sociale “*Princest Diaries*” (2014) și “*Happy Never After*” (2014). Personajele *Cinderella*, *Aurora* și *Stefan*, tatăl *Aurorei*, sunt preluate ca reprezentări grafice, îndeplinind toate cele trei condiții descrise de Spiridon (2013, p. 10): sunt „gata confecționate”, „preexistente într-un stoc al domeniului” și nu numai familiare comunității sale de fani, dar și încărcate de afectivitate. Remixul nu se referă în acest caz la formă, ci la conținut și mai ales la contextul care

generează semnificația conținutului. Asemenea DJ-ului care prelucrează elementele componente pentru a genera o altă versiune a melodiei, la fel și *Saint Hoax* intervine grafic și restructurează semnificația. Reciclează o scenă familială și generează o scenă a abuzului sexual în familie. Reciclează o prințesă și furnizează o imagine a victimei violenței domestice.

În remixul digital, prințesa e adusă în contemporaneitate, unde poate constrângerile ocupaționale au încetat să mai fie domestice, pe de altă parte, acest spațiu domestic capătă alte valențe, chiar mai periculoase. Această amenințare a registrului domestic se dezvoltă odată cu trecerea de la un mediu la celălalt, căpătând forme monstruoase, de la sclavie la umilire și, în contemporaneitate, la abuz sexual.

Această imagine capătă, însă, semnificație odată integrată în contextul social american. În 2014, când campania împotriva violenței domestice a fost lansată, *The National Football League* (NFL) trecea printr-unul dintre cele mai mari scandaluri publice. Scandalul a fost declanșat de o filmare cu unul dintre jucătorii NFL care îi dă logodnicei sale un pumn, o doboară la pământ și apoi o târăște afară din ascensorul hotelului.

Morala poveștii

Ciclul cultural al prințesei *Disney* ca etichetă a feminității tinere relevă ciclul de viață al unui stereotip, în acest caz unul de gen. Walt Disney face uz de fondul cultural european, respectiv basmele lui Perrault, „*Cendrillon ou la Petite Pantoufle de verre*” de Perrault (1697/2003b) și „*La belle au bois dormant*” (1697/2003a), pentru a identifica o schemă narativă *relatable*. O prelucrează prin adaptări și eliminări pentru a o face compatibilă cu sensibilitățile americane, pe care le împărtășește ca urmare a drumului sinuos către propria reușită în Los Angeles-ul celor “cincizeci și opt de studiouri de film și 250 de companii de producție” (Susanin, 2011, p. 79). Și imaginează un recipient vizual, care poate fi saturat cu semnificații care suscită identificarea. Rezultatul este un produs al unei societăți patriarhale, așa cum chiar era cea care l-a generat. După moartea sa, compania continuă să aplice această rețetă cu succes sub forma unor stereotipuri feminine de tip „mascaradă feministă” (*“feminist masquerade”*, Sumera, 2008). Un exemplu emblematic în acest sens este cel al Aurorei în ipostaza din “*Maleficent: Mistress of Evil*” (2019). Tânără lideră a comunității sale, face planuri politice pentru armonie, ilustrând autonomie și emancipare. Dar unificarea regatelor se poate realiza doar prin mijloacele căsătoriei cu prințul pe care îl iubește ceea ce o repoziționează din nou într-un rol de consoartă, vădind

aceeași ordine patriarhală și reîntărind stereotipul. Ceea ce se întâmplă la nesfârșit până când intervine un sau o *Saint Hoax*, care sesizează stereotipul și îl întoarce pe dos, revelând adevăratul statut al prințesei, acela de victimă perpetuă a celorlalți, a sorții, a popular culture.

Limite ale cercetării

O limită a cercetării de față se referă la proeminența interpretativului, care derivă din semiotica socială a analizei structurilor textuale de profunzime și manifeste. Aceasta este, însă, compensată de multiplele citiri ale contextului, care includ biografia lui Walt Disney, elemente de istorie a genului animat și de istorie socială a Americii, precum și abordarea comparativă a celor trei discursuri, animat, *live-action* și online. Referințele la documentarele de *making-of* facilitează o perspectivă asupra modului de producere a filmelor studiate. În același timp, studiul discursului lui *Saint Hoax* relevă un punct de vedere în receptarea producțiilor *Disney*.

Contribuție proprie

Unul dintre elementele de noutate pe care le aduce teza de față se referă la însăși definiția prințesei *Disney*, care a fost tratată până acum de către majoritatea studiilor (Do Rozario, 2004; Hurley, 2005; Lee, 2006; Wohlwend, 2009; England, Descartes și Collier-Meek, 2011; Gazda, 2015; Azmi, Radzuwan, Mairas și Safawati, 2016; Gill, 2016; Lopreore, 2017; Eisenhauer, 2017; Hefner, Firchau, Norton și Shevel, 2017; Leader, 2018; Hine, England, Lopreore, Horgan și Hartwell, 2019; Palupi, 2021; Iswaholo și Arum, 2021; Roosevelt și Tootell, 2023; Silalahi, Wibowo și Fuady, 2023) ca fiind exclusiv animată. Deși este incontestabil faptul că fundamentul fenomenului prințesei *Disney* îl reprezintă protagoniste filmelor de animație, teza de față propune o perspectivă mai variată de înțelegere a acestui concept prin referire la producțiile *Disney* animate și *live-action* deopotrivă.

Un alt element de noutate se referă la propunerea unei accepțiuni mai integratoare asupra fenomenului *Disney*, care se extinde dincolo de universul *Disney* în sine. Prin universul *Disney*, mă refer aici strict la produsele și serviciile pe care le oferă conglomeratul media global, fie că este vorba despre experiențe cinematografice sau de *home streaming*, despre parcuri de distracție sau cultură materială. Atunci când cercetătorii și-au concentrat atenția în mod exclusiv sau în mod complementar asupra unor alte produse decât filmele de animație, acestea au fost tot branșe ale eco-sistemului de business *Disney* precum produsele de consum lansate sub brandul *Disney*

Princess (Muir, 2023) sau studii de receptare, în special în relație cu interpretările copiilor (Wohlwend, 2009; Coyne, Rasmussen și Nelson, 2016) sau tinerelor de o anumită etnie (Hurley, 2005; Lee, 2006). Prin urmare, un element de noutate pe care îl introduce lucrarea de față se referă la studiul circulației prințeselor *Disney* în afara universului *Disney*, respectiv în remixurile grafice cu miză socială a lui Saint Hoax.

Sugestii pentru cercetări viitoare

Potrivit perspectivei avansate de Connell (1987) pe baza conceptului gramscian de „hegemonie”, construcția feminității a fost studiată în relație cu masculinitățile, fapt care a relevat o schimbare majoră la nivelul construcției personajului prințului *Disney* și articulării sale în spectrul androgin din punctul de vedere al trăsăturilor de personalitate pe care le ilustrează în filmele *live-action*. Prin urmare, un studiu al dinamicii masculinității prinților *Disney* de la filmul de animație la cel *live-action* ar releva schimbări de profunzime.

Studiul construcției feminității în cazul prințesei Aurora în relație cu celelalte feminități sugerează că Maleficent reprezintă o ilustrație a feminității hegemonice, în cazul ei, dominația fiind asigurată nu de structurile ierarhice sociale, ci de ierarhia între ființe bazată pe natură și putere asupra naturii proprii, care rezultă în forțe supranaturale. Maleficent își demonstrează feminitatea hegemonică în raport cu masculinitatea hegemonică, întruchipată de Stefan, în filmul *live-action* din anul 2014 și în raport cu celelalte feminități în filmul *live-action* din 2019.

O altă direcție de cercetare s-ar referi la un studiu de receptare privind consumul de filme *live-action* bazate pe filme de animație cu prințese și consumul de remixuri digitale care reciclează elemente ale lumii ficționale Disney. Succesul lui “Maleficent” (2014) care adaptează povestea “Sleeping Beauty” (1969) față de sequel-ul “Maleficent: Mistress of Evil” (2019) ar părea o confirmare a ceea ce Hutcheon (2006) preia de la Garber: „Este o diferență între a vrea ca o poveste să nu se termine niciodată (...) și a vrea să repovestești aceeași poveste la nesfârșit în feluri diferite”⁵ (Hutcheon, 2006, p. 9).

O altă sugestie de continuare a cercetării privind identitatea de gen a prințesei *Disney* se referă la includerea altor fațete relevante pentru acest fenomen, dintre care sugerez, de pildă,

⁵ Traducere proprie. A se consulta textul original după cum urmează: “There is a difference between never wanting a story to end (...) and wanting to retell the same story over and over in different ways” (Hutcheon, 2006, p. 9).

experiența animatorilor care interpretează prințesele *Disney* în Disneyland, pe vase de croazieră și în stațiunile *Disney*. La fel de interesante s-ar dovedi cu siguranță și instrucțiunile care li se dau acestora pentru interpretarea rolului.

Experiența de cercetare acumulată în timpul realizării acestei lucrări doctorale a condus la convingerea că triada muzică-imagine-limbaj, integrată sub formă de analiză multimodală, se poate dovedi utilă în revelarea unei structuri de profunzime a filmelor de animație *Disney*, prin urmare, o avansează ca sugestie pentru cercetări viitoare.

BIBLIOGRAFIE

Addison, E. (1993). Saving Other Women from Other Men: Disney's Aladdin. *Camera Obscura*, 11, 1(31), 4-25.

Adorno, T. și Horkheimer, M. [1944] (2001). The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. În S. During (Ed.). *The Cultural Studies Reader* (pp. 31 – 41). Londra: Routledge.

Agabrian, M. (2006). *Analiza de conținut*. Iași: Editura Polirom.

Åkestam, N., Rosengren, S., Dahlén, M., Liljedal, K.T. și Berg, H. (2021). Gender stereotypes in advertising have negative cross-gender effects. *European Journal of Marketing*, 55(13), 63-93. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0125>.

Akita, K., & Kenney, R. (2013). A “vexing implication”: Siamese cats and orientalist mischief-making. În J. Cheu (Ed.), *Diversity in Disney Films: Critical Essays on Race, Ethnicity, Gender, Sexuality and Disability* (pp. 50-66). Jefferson și Londra: McFarland & Company Inc. Publishers.

Allport, G.W. (1935) Attitudes. În C. Murchison (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 798-844). Worcester, MA: Clark University Press.

Allport, G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Reading, Palo Alto, Londra, Don Mills: Addison-Wesley Publishing Company.

Andrei, S.-R. (2018). Parcul tematic Disneyland Paris - Disneyland Paris Theme Park. Smart Student. *Revistă de cercetare științifică studențească*. Disponibilă la adresa <https://feaa.ugal.ro/fisiere/student/cercetare/smart-student-2018.pdf#page=58>, accesată ultima oară pe 12.03.2024.

- Artz, L. (2003). Animating Hierarchy: Disney and the Globalization of Capitalism. *Global Media Journal*, 1. Preluat de la adresa https://www.researchgate.net/publication/306396356_Animating_Hierarchy_Disney_and_the_Globalization_of_Capitalism_Global_Media_Journal_2003_Volume_1, accesată ultima oară la 06.06.2023.
- Ashmore, R. D., & Del Boca, F. K. [1981] (2015). Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping. În D. Hamilton, *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior* (pp. 1-35). Psychology Press.
- Ashmore, R. D., și Del Boca, F. K. (1979). Sex stereotypes and implicit personality theory: Toward a cognitive—social psychological conceptualization. *Sex Roles*, 5(2), 219–248.
- Atton, C. (2002). Towards a cultural study of alternative media on the Internet. *Southern Review: Communication, Politics & Culture*, 35(3), 52-62.
- Azmi, N.J., Radzuwan, A.R., Mairas, A.R. și Safawati, B.Z. (2016). *Gender and Speech in a Disney Princess Movie*. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 5(6), 235-239.
- Bailey, O., Cammaerts, B. și Carpentier, N. [2007] (2008). *Understanding Alternative Media*. Maidenhead și New York: Open University Press.
- Bakhtin, M. M. (1981). *The Dialogic Imagination. Four Essays* (editată de M. Holquist și tradusă de C. Emerson și M. Holquist). Austin și Londra: University of Texas Press.
- Barrier, M. [1999] (2003). *Hollywood Cartoons. American Animation in Its Golden Age*. Oxford: Oxford University Press.
- Barthes, R. (1977). The Photographic Message. În R. Barthes, *Image Music Text. Essays selected and translated by Stephen Heath* (pp. 15-31). Londra: Fontana Press, An Imprint of Harper Collins Publishers.
- Barthes, R. [1964] (1967). Denotation and Connotation. În R. Barthes, *Elements of Semiology* (trad. A. Lavers și C. Smith, pp. 89-95). New York: Hill and Wang, A Division of Farrar, Straus and Giroux.
- Barthes, R., & Duisit, L. (1975). An Introduction to the Structural Analysis of Narrative. *New Literary History*, 6(2), 237-272. doi:10.2307/468419.
- Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge.

- Bateman, J. A. (2008). Introduction: Four Whys and a How. În J. A. Bateman, *Multimodality and Genre. A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents* (pp. 1-20). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Bateman, J. A. și Schmidt, K.-H. (2012). *Multimodal Film Analysis. How Films Mean*. New York și Londra: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Bayless, M. (2012). Disney's Castles and the Work of the Medieval in the Magic Kingdom. În T. Pugh și S. Aronstein (Eds.), *The Disney Middle Ages: A Fairy-Tale and Fantasy Past* (pp. 39-56). New York: Palgrave Macmillan US.
- Bălinișteanu, C. (2014). The Disneyfication of Children's Literature. *Interstudia* (Revista Centrului Interdisciplinar de Studiu al Formelor Discursive Contemporane Interstud), 14, 86-94. Disponibilă online la adresa <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=461375>, accesată ultima oară pe 29.01.2024.
- Behrendt, M. (2023). "Where All Dreams Are Good Dreams"? The Dramatic Function of the Lullaby in Disney's Animated Feature Films and the Trope of the Romantic Mother. *Music and the Moving Image*, 16(1), 37-50. <https://doi.org/10.5406/19407610.16.1.03>.
- Belkaoui, A., și Belkaoui, J. M. (1976). A comparative analysis of the roles portrayed by women in print advertisements: 1958, 1970, 1972. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 168-172.
- Belkhyr, S. (2015). Disney Animation: Global Diffusion and Local Appropriation of Culture. *Études caribéennes*, 22. [doi:10.4000/etudescaribeennes.5863](https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.5863).
- Bell, E. (1995). Somatexts at the Disney Shop. Constructing the Pentimentos of Women's Animated Bodies. În E. Bell, L. Haas și L. Sells (Eds.), *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender, and Culture* (pp. 107-124). Bloomington și Indianapolis: Indiana University Press.
- Bell, E., Haas, L. și Sells, L. Introduction. Walt's in the Movies. În E. Bell, L. Haas și L. Sells (eds.), *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender, and Culture* (pp. 1-17). Bloomington și Indianapolis: Indiana University Press.
- Bem, S. L. (1974). The Measurement of Psychological Androgyny. *The Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42 (2), 155 – 162.
- Bem, S.L. (1981). Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing. *Psychological Review*, 88 (4), 354 – 364
- Bendazzi, G. (2016). *Animation: A World History. Volume I: Foundations – The Golden Age*. Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group.

- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, Illinois: The Free Press.
- Berger, P. și Luckmann, T. [1966](1999). Rolurile. În P. Berger și T. Luckmann, *Construirea socială a realității. Tratat de sociologia cunoașterii* (trad. A. Butucelea, pp. 87-95).
- Bolter, J.D. și Grusin, R. (1996). Remediation. *Configurations*, 4(3), 311-358.
- Bongers, B. și van der Veer, G. C. (2007). Towards a Multimodal Interaction Space: Categorisation and Applications. *Personal and Ubiquitous Computing*, 11(8), 609-619. DOI 10.1007/s00779-006-0138-8.
- Brannen, J. (2005). *Mixed methods research: A discussion paper*. ESRC National Centre for Research Methods.
- Brode, D. [1943] (2005). *Multiculturalism and the Mouse: Race and Sex in Disney Entertainment*. Austin: University of Texas.
- Brooks, V. W. (1915). "Highbrow" and "Lowbrow". În V. W. Brooks, *America's Coming of Age* (pp. 3-38). New York: B. W. Huebsch.
- Bryman, A. (1999). The Disneyization of Society. *The Sociological Review*, 47(1), 25-47. doi:10.1111/1467-954x.00161.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of Society*, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Bryman, A. [1995] (2005). *Disney and his worlds*. Londra și New York: Routledge.
- Buckingham, D. (1997). Dissin' Disney: critical perspectives on children's media culture. *Media, Culture & Society*, 19(2), 285-293. doi:10.1177/016344397019002010.
- Buescher, D. T., și Ono, K. A. (1996). A Generic Colonial Story. *Women's Studies in Communication*, 19(2), 127-153.
- Burgess, J. (2006). Hearing ordinary voices: Cultural studies, vernacular creativity and digital storytelling. *Continuum*, 20(2), 201-214.
- Castells, M. (2000). Toward a Sociology of the Network Society. *Contemporary Sociology*, 29(5), 693-699.
- Cernat, V. (2005). *Psihologia stereotipurilor*. Iași: Polirom.
- Chelcea, S. (2007). *Metodologia cercetării sociologice*. Editura Economică.
- Chelcea, S. (Coord.). (1985). *Semnificația documentelor sociale*. București: Editura Tritonic.

- Cheliotis, G., & Yew, J. (2009). An analysis of the social structure of remix culture. În J. M. Carroll (General Chair), *Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies* (pp. 165-174). New York: Association for Computing Machinery.
- Cheu, J. (Ed.). (2013). *Diversity in Disney Films: Critical Essays on Race, Ethnicity, Gender, Sexuality and Disability*. Jefferson, North Carolina și Londra: McFarland & Company, Inc. Publishers.
- Chirițescu, E. E. (2016). *Este Feminitatea Malefică și Înghețată? Reprezentări ale feminității și masculinității în filmele Disney* [Teză de licență, Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, Universitatea din București].
- Chowdhury, R. (2010). "Dreams do come true in New Orleans": American fairy tales, Post-Katrina New Orleans, and Disney's *The Princess and the Frog* (2009). *Papers: Explorations into Children's Literature*, 20(2), 25-40.
- Collett, P. [2003] (2005). *Cartea gesturilor*. București: Editura Trei.
- Condis, M. (2015). She Was a Beautiful Girl and All of the Animals Loved Her: Race, the Disney Princesses, and their Animal Friends. În B. Neumeier (Ed.), *Gender Forum. An Internet Journal for Gender Studies*, 55, 39-54.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Oxford: Polity Press.
- Coyne, S. M., Rasmussen, E. E., Linder, J. R., Nelson, D. A. și Birkbeck, V. (2016). Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement with Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children. *Child Development*, pp. 1-17. DOI: 10.1111/cdev.12569.
- Craven, A. (2002). Beauty and the Belles: Discourses of Feminism and Femininity in Disneyland. *European Journal of Women's Studies*, 9 (2), 123 – 142.
- Czarnik, S. (2020). How much truth is in stereotypes? *Philosophical Problems in Science*, 68, 243-279.
- Davis, A. M. (2015). *Handsome Heroes and Vile Villains: Masculinity in Disney's Feature Films*. Indiana University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt16gh6sv>.
- Davis, A.M. (2011). *Good Girls and Wicked Witches: Women in Disney's Feature Animation*. Bloomington: Indiana University Press.

- Davis, K., Evans, M. și Lorber, J. (Eds.). (2006). *Handbook of Gender and Women's Studies*. Londra, Thousand Oaks și New Delhi: Sage Publications.
- Deaux, K. și Lewis, L.L. (1984). Structure of gender stereotypes: Interrelationships among components and gender label. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(5), 991–1004.
- Denzin, N.K. (1970). The Sociological Interview: Problems and Strategies. Introduction. În N. K. Denzin (Ed.), *Sociological Methods, a Sourcebook* (pp. 185-212). Londra: Butterworths.
- Derrida, J. (1985). *The Ear of The Other. Otobiography, Transference, Translation* (traducere de C. McDonald). Lincoln și Londra: University of Nebraska Press.
- Determan, S. (2021, 18 februarie). The Many Merry Eras of Disney. From 'Heigh Ho' to 'Let It Go' – Understanding Disney Film History Decade by Decade. *British Film Institute*. Accesat la adresa <https://www.bfi.org.uk/features/many-merry-eras-disney>, la 19.04.2023.
- Deys, K. și Parrillo, D. (Eds.). (2022). *Social Order and Authority in Disney and Pixar Films*. Lanham: Lexington Books.
- Do Rozario, R.-A. C. (2004). The Princess and the Magic Kingdom: Beyond Nostalgia, the Function of the Disney Princess. *Women's Studies in Communication*, 27(1), 34-59, DOI: 10.1080/07491409.2004.10162465.
- Doležel, L. (1998). Possible Worlds of Fiction and History. *New Literary History.Critics without Schools?*, 29(4), 785-809.
- Downey, J., și Fenton, N. (2003). New media, counter publicity and the public sphere. *New Media & Society*, 5(2), 185-202.
- Dragomir, O. (2002). Genul (gender). În O. Dragomir și M. Miroiu (eds.), *Lexicon feminist* (pp. 156-157). Iași: Polirom.
- Drotner, K. (2004). Disney Dilemmas. *Nordicom Review*, 25(1-2), 137-148.
- Drugă, O. și Murgu, H. (2002). *Elemente de gramatică a limbajului audiovizual* (ediția a doua revăzută și adăugită, pp. 12-25). București: Editura Fundației Pro.
- Dundes, L. (2001). Disney's Modern Heroine Pocahontas: Revealing Age-Old Gender Stereotypes and Role Discontinuity under a Façade of Liberation. *The Social Science Journal*, 38, 353-365.
- Dunlop, B. (1996). Designs On The Future Walt Disney Company's New Town, Celebration, Near Orlando. *Architectural Record*, 184(1), 64-69.

- Eco, U. [1964-2007] (2008). Cultura de masă și „niveluri” de cultură. În U. Eco, *Apocaliptici și integrați. Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă* (trad. Ș. Mincu, pp. 43-76). Iași: Polirom.
- Edgerton, G. R. și Merlock Jackson, K. (2010). Redesigning Pocahontas: Disney, the “White Man’s Indian,” and the Marketing of Dreams. În G. R. Edgerton și M. T. Marsden (Eds.), *Westerns. The Essential Journal of Popular Film & Television Collection* (pp. 90-98). Londra și New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Eisenhauer, K. (2017). *A Quantitative Analysis of Directives in Disney Princess Films* [Dizertație de masterat, NC State University, North Carolina, Statele Unite ale Americii].
- Eliot, M. (1993). *Walt Disney: Hollywood’s Dark Prince*. New York: Carol Publishing Group.
- Ellemers, N. [2017] (2018). Gender Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275-298. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011719>.
- Elnahla, N. (2015). Aging With Disney and the Gendering of Evil. *Journal of Literature and Art Studies*, 5(2).
- England, D.E., Descartes, L. și Collier-Meek, M.A. (2011). Gender Role Portrayal and the Disney Princesses. *Sex Roles*, 64, 555-567.
- Fagerjord, A. (2010). After convergence: YouTube and remix culture. În J. Hunsinger, L. Klastrup și M. Allen (Eds.). *International Handbook of Internet Research* (pp. 187-200). Londra și New York: Springer.
- Faherty, V. E. (2001). Is the Mouse Sensitive? A Study of Race, Gender, and Social Vulnerability in Disney Animated Films. *Studies in Media & Information Literacy Education*, 1 (3), 1-8.
- Fishman, J.A. (1956). An Examination of the Process and the Function of Social Stereotyping. *The Journal of Social Psychology*, 43(1), 27-64. <http://dx.doi.org/10.1080/00224545.1956.9919199>.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Londra: Routledge.
- Fiske, J. (1989/1994). *Understanding Popular Culture*. Londra și New York: Routledge.
- Fiske, J. și Hartley, J. (2002). *Semnele televiziunii*. Iași: Institutul European.
- Floch, J.-M.(1995). *Semiotique, communication, marketing*. Paris: PUF.
- Forbes, B. D. (2003). Mickey Mouse as Icon: Taking Popular Culture Seriously. *Word & World*, 23 (3), 242-252.

- Frye, N. [1957] (2000). *Anatomy of Criticism. Four Essays*. Princeton și Oxford: Princeton University Press.
- Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory* 13(2), 173 - 192.
- Fuchs, C., și Sandoval, M. (Eds.). (2014). *Critique, Social Media and The Information Society*. New York: Routledge
- Fürsich, E. (2009). In Defense of Textual Analysis. *Journalism Studies*, 10 (2), 238-252. DOI: 10.1080/14616700802374050.
- Gabler, N. (2006). *Walt Disney: The Triumph of the American Imagination*. New York: Alfred A. Knopf.
- Garabedian, J. (2014). Animating Gender Roles: How Disney is Redefining the Modern Princess. James Madison *Undergraduate Research Journal*, 2(1), 22-25.
- Ghani, D. A. și Ishak, S. B. A. (2012). Relationship between the Art of Wayang Kulit and Disney's Twelve Principles of Animation. *Revista de cercetare și intervenție socială*, 37, 162-179.
- Ghez, D. și Docter, P. (2015). *They Drew as They Pleased. The Hidden Art of Disney's Golden Age. The 1930s* (volumul I). San Francisco: Chronicle Books.
- Giddens, A. (2010). Sexualitatea și genul. În A. Giddens, *Sociologie* (ediția a 5-a, trad. O. Gheorghiu, pp. 417-458), București: Editura ALL.
- Gill, I. (2016). Feminist Figures or Damsels in Distress? The Media's Gendered Misrepresentation of Disney Princesses. *Young Scholars in Writing*, 13, 96-111.
- Gilligan, C. [1982] (2003). *In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development*. Cambridge și Londra: Harvard University Press.
- Giroux, H. A. (1993). Innocence and Pedagogy in Disney's World. *International Journal of Educational Reform*, 2(4), 425-428. DOI: 10.1177/105678799300200410.
- Giroux, H. A. (1994). The Disneyfication of Children's Culture. *Socialist Review*, 94(3), 65-79.
- Giroux, H. A. (1995a). Memory and Pedagogy in the "Wonderful World of Disney". Beyond the Politics of Innocence. În E. Bell, L. Haas și L. Sells (eds.). *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender, and Culture* (pp. 43-61). Bloomington și Indianapolis: Indiana University Press.

- Giroux, H. A. (1995b). When you Wish upon a Star it Makes a Difference who you Are: Children's Culture and the Wonderful World of Disney. *International Journal of Educational Reform*, 4(1), 79-83. <https://doi.org/10.1177/105678799500400112>.
- Giroux, H. A. (1999) *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. Lanham, Boulder, New York și Oxford: Rowman & Littlefield Publisher Inc.
- Giroux, H. A. (2010a). Public Pedagogy and Rodent Politics: Cultural Studies and the Challenge of Disney. *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, 2, 253 - 266.
- Giroux, H. A. (2010b). Stealing of Childhood Innocence–Disney and the Politics of Casino Capitalism: A Tribute to Joe Kincheloe. *Cultural Studies ↔Critical Methodologies*, 10(5), 413-416. DOI: 10.1177/1532708610379834.
- Giroux, H. A. și Pollock, G. (2010). *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence* (ediția a doua). Lanham, Maryland și Plymouth: The Rowman & Littlefield Publishing Group Inc.
- Giroux, H. A. și Pollock, G. (2011). Is Disney Good for Your Kids? How Corporate Media Shape Youth Identity in the Digital Age. În S.R. Steinberg (ed), *Kinderculture. The Corporate Construction of Childhood* (ediția a treia, pp. 73-92). Boulder: Westview Press.
- Goffman, E. [1959] (2007). *Viața cotidiană ca spectacol* (ediția a doua, revizuită). București: Comunicare.ro.
- Goffman, E. [1976] (1987). *Gender Advertisements*. New York, Cambridge, Philadelphia, San Francisco, Washington, Londra, Mexico City, Sao Paolo, Singapore și Sydney: Harper Torchbooks, Harper & Row Publishers.
- Goldman, K. (2013). *Saludos Amigos* and *The Three Caballeros*: The representation of Latin America in Disney's "Good Neighbor" Films. În J. Cheu (Ed.), *Diversity in Disney films: Critical Essays on race, ethnicity, gender, sexuality and disability* (pp. 23-37). Jefferson și London: McFarland & Company Inc. Publishers.
- Goleman, D. [1995] (2001). *Inteligența emoțională* (trad. de I.-M. Nistor). București: Curtea Veche.
- Gordon, R. (1962). *Stereotypy of imagery and belief as an ego defense*. Londra: Cambridge University Press.
- Gordon, R. A. (1989). Stereotype measurement and the "kernel of truth" hypothesis. *Teaching of Psychology*, 16(4), 209–211.

- Götz M., Lemish, D., Aidman, A. și Moon, H. (2005). *Media and the Make-Believe Worlds of Children. When Harry Potter Meets Pokémon in Disneyland*. Mahwah, New Jersey și Londra: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Greimas, A.-J. (1971). Narrative Grammar: Units and Levels. *MLN*, 86(6), 793-806. doi:10.2307/2907443.
- Greimas, A.-J. [1966] (1983). *Structural Semantics. An Attempt at a Method* (trad. D. McDowell, E. Schleifer și A. Velie). Lincoln și Londra: University of Nebraska Press.
- Greimas, A.J. și Porter, C. (1977). Elements of a Narrative Grammar. *Diacritics*, 7(1), 23-40.
- Griffin, S. (2000). *Tinker Belles and Evil Queens: The Walt Disney Company from the Inside Out*. New York și Londra: New York University Press.
- Grünberg, L. (2011). Gen și societate. În L. Vlăsceanu (coord.), *Sociologie* (pp. 207-248), Iași: Polirom.
- Haas, L. (1995). "Eighty-Six the Mother". Murder, Matricide and Good Mothers. În E. Bell, L. Haas și L. Sells (Eds.), *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender, and Culture* (pp. 193-211). Bloomington și Indianapolis: Indiana University Press.
- Hall, E. T. (1959). *The Silent Language*. New York: Doubleday & Comp.
- Hall, S. [1994](2006). Notes on Deconstructing "The Popular". În J. Storey (ed.), *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader* (pp. 477-487). Harlow: Pearson Education.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as Social Semiotic. The Social Interpretation of Language and Meaning*. Londra: Edward Arnold.
- Halliday, M.A.K. (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. Londra: Edward Arnold.
- Halliday, M.A.K. și Hasan, R. (1985) *Language, Context and Text Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Geelong: Deakin University Press
- Hanel, P. H. P., Wolfradt, U., Lins de Holanda Coelho, G., Wolf, L. J., Vilar, R., Monteiro, R. P., ... Maio, G. R. (2018). The Perception of Family, City, and Country Values Is Often Biased. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49(5), 831–850. doi:10.1177/0022022118767574.
- Harvey, C. B. (2015). A taxonomy of transmedia storytelling. În M.-L. Ryan și J.-N. Thon (eds.), *Storyworlds across Media: Toward a media-conscious Narratology* (pp. 278–294). University of Nebraska Press: Lincoln.

- Haskell, M. (1991). From Revenge to Rape: The Treatment of Women in the Movies. În J. Butler (Ed.), *Star Texts: Image and Performance in Film and Television* (pp. 254-265). Detroit: Wayne State University Press.
- Hastings, W. A. (1993). Moral Simplification in Disney's The Little Mermaid. *The Lion and the Unicorn*, 17 (1), 83-92.
- Hébert, L. (2020). The Actantial Model. În L. Hébert, *An Introduction To Applied Semiotics Tools for Text and Image Analysis* (traducere de J. Tabler, pp. 80-92). Londra și New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hecht, J. (2011). *Happily Ever After: Construction of Family in Disney Princess Collection Films* [Dizertație masterală, San Jose State University, California, Statele Unite ale Americii]. <https://doi.org/10.31979/etd.jkt7-nhap>.
- Hefner, V., Firchau, R.-J., Norton, K. și Shevel, G. (2017). Happily Ever After? A Content Analysis of Romantic Ideals in Disney Princess Films. *Communication Studies*, 68(5), 511-532. <https://doi.org/10.1080/10510974.2017.1365092>.
- Held, V. (2006). *The Ethics of Care. Personal, Political and Global*. New York: Oxford University Press.
- Hentschel, T., Heilman, M.E. și Peus, C.V. (2019). The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes: A Current Look at Men's and Women's Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in Psychology*, 10 (11), 1-19.
- Hill, K.M. (2010). The Making of a Disney Princess. *McNair Scholars Journal*, 11, 83-96. [Online] Disponibil la adresa : <https://pdfs.semanticscholar.org/26d7/25195e866a05330119442f7f678a5132e800.pdf>, accesată ultima oară pe data de 3 martie 2020.
- Hine, B., England, D., Lopreore, K., Skora Horgan, E., & Hartwell, L. (2018). The Rise of the Androgynous Princess: Examining Representations of Gender in Prince and Princess Characters of Disney Movies Released 2009–2016. *Social Sciences*, 7(12), 245-267.
- Hine, B., Ivanovic, K., și England, D. (2018). From the Sleeping Princess to the World-Saving Daughter of the Chief: Examining Young Children's Perceptions of "Old" versus "New" Disney Princess Characters. *Social Sciences*, 7(9), 161. doi:10.3390/socsci7090161.
- Hoerrner, K. L. (1996). Gender roles in Disney films: Analyzing behaviors from Snow White to Simba. *Women's Studies in Communication*, 19(2), 213-228.

- Horkheimer, M. și Adorno, T.W. [1944] (2002). The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. În M. Horkheimer și T. W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments* (editată de G. Schmid Noerr și tradusă de E. Jephcott, pp. 94-136), Stanford, California: Stanford University Press.
- Hu, C., & Luo, M. (2016). A Multimodal Discourse Analysis of Tmall's Double Eleven Advertisement. *English Language Teaching*, 9(8), 156-169.
- Hurley, D. L. (2005). Seeing White: Children of Color and the Disney Fairy Tale Princess. *The Journal of Negro Education*, 74(3), 221-232.
- Hutcheon, L. (2006). *A Theory of Adaptation*. New York și Londra: Routledge.
- Hynes, A. (2010). Raising princesses? Gender Socialisation in Early Childhood and the Disney Princess Franchise. *Critical Social Thinking: Policy and Practice*, 2, 205-216.
- Iswalono, A. N. și Arum, L. J. (2021). Disney Princess Sequels in the Perspective of Second Wave Feminism in America. *Rubikon, Journal of Transnational American Studies*, 8(1), 62-76.
- Ivan, L. (2008). Stereotipuri, prejudecăți, discriminare socială. În S. Chelcea (Ed.), *Psihologie: teorii, cercetări, aplicații* (ediția a II-a revăzută și adăugită, pp. 337-354). Iași: Polirom.
- Jackson, J.F.L. și O'Callaghan, E. M. (2009). What Do We Know About Glass Ceiling Effects? A Taxonomy and Critical Review to Inform Higher Educational Research. *Research in Higher Education*, 50, 460-482. DOI 10.1007/s11162-009-9128-9.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers, Television Fans and Participatory Culture*. New York, Londra: Routledge.
- Jenkins, H. (2003). Quentin Tarantino's Star Wars? Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture. În Jenkins, H. și Thorburn, D. (Eds.), *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition* (pp. 281-314). Cambridge, Massachusetts, Londra: The MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S. și Green, J. (2013). *Value and Meaning in a Networked Culture. Spreadable Media*. New York și Londra: New York University Press.
- Jewitt, C., Bezemer, J., și O'Halloran, K. (2016). *Introducing Multimodality* (ediția întâi). Londra: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315638027>.
- Johnson, R. M. (2015). "The Evolution of Disney Princesses and their Effect on Body Image, Gender Roles, and the Portrayal of Love". *Educational Specialist*, 6. [Online] Disponibil la

adresa: <http://commons.lib.jmu.edu/edspec201019/6>, accesată ultima oară pe data de 3 martie 2020.

Kang, M. E. (1997). The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited. *Sex roles*, 37, 979-996.

Katz, D., & Braly, K. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28(3), 280–290. <https://doi.org/10.1037/h0074049>.

Katz, D., & Braly, K. W. (1935). Racial prejudice and racial stereotypes. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30(2), 175–193. <https://doi.org/10.1037/h0059800>.

Kerr, M. (1943). An Experimental Investigation of National Stereotypes. *The Sociological Review*, 35(1-2), 37–43. doi:10.1111/j.1467-954x.1943.tb02729.x.

Kincheloe, J. L. (2001). Describing the bricolage: Conceptualizing a new rigor in qualitative research. *Qualitative Inquiry*, 7 (6), 679–692.

Kincheloe, J. L. și Berry, S. (2004). *Rigour and Complexity in Educational Research*. Berkshire: Open University Press.

King, M.J. (1981). Disneyland and Walt Disney World: Traditional Values in Futuristic Form. *The Journal of Popular Culture*, 15, 116-140. [Online] Disponibil la adresa: <https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1981.00116.x>, accesată ultima oară pe data de 3 martie 2020.

Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B. și Martin, C. E. (1948). *Sexual Behavior in the Human Male*. Philadelphia și Londra: W. B. Saunders Company.

Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B., Martin, C. E. și Gebhard, P. (1953). *Sexual Behavior in the Human Female*. Philadelphia: W. B. Saunders Company.

Klineberg, O. (1950). *Tensions affecting international understanding: A survey of research*. New York: Social Science Research Council. <https://doi.org/10.1037/14624-000>.

Knoll, S., Eisend, M. și Steinhagen, S. (2011). Gender roles in advertising: Measuring and comparing gender stereotyping on public and private TV channels in Germany. *International Journal of Advertising*, 30(5), 867–88. <https://doi.org/10.2501/IJA-30-5-867-888>.

Koenig, A. M., Mitchell, A. A., Eagly, A. H. Și Ristikari, T. (2011). Are Leader Stereotypes Masculine? A Meta-Analysis of Three Research Paradigms. *Psychological Bulletin*, 137(4), 616-642.

- Kozinets, R. V. (1999). E-tribalized marketing? The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption. *European Management Journal*, 17(3), 252–264. doi:10.1016/s0263-2373(99)00004-3.
- Kress, G. și Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (ediția a doua). London: Routledge.
- Laderman, G. (2000). The Disney Way of Death. *Journal of the American Academy of Religion*, 68(1), 27-46.
- Latour, B. (1990). Drawing things together. În M. Lynch și S. Woolgar (Eds.), *Representation in Scientific Practice* (pp. 19-68), Cambridge, Massachusetts și Londra, Anglia: The MIT Press.
- Lauro, S. J., și Embry, K. (2008). A Zombie Manifesto: The Nonhuman Condition in The Era of Advanced Capitalism. *Boundary 2*, 35(1), 85-108.
- Leader, C. F. (2017). Magical Manes And Untamable Tresses: (En)Coding Computer-Animated Hair For The Post-Feminist Disney Princess. *Feminist Media Studies*, 18(6), 1086-1101. DOI: 10.1080/14680777.2017.1390688.
- Lee, A. (2010). Hegemonic Masculinity in Disney Animated Films. *Cartoon and Animation Studies*, 37-50.
- Lee, L.R. (2006). "Becoming an American Princess?" *The Interpretations of American Popular Culture by Young Korean Girls Living in the United States* [Dizertație doctorală, Department of Curriculum and Instruction, Indiana University, Indiana, USA]. Disponibilă la adresa <https://scholarworks.iu.edu/dspace/items/18694a35-2bbd-4b04-bb77-4e1f536f42da>, accesată ultima oară pe 13.02.2024.
- Lenburg, J. (2011). *Walt Disney: The Mouse that Roared (Legends of Animation)*. New York: Chelsea House, An Infobase Learning Company.
- Liebes, T. Și Katz, E. (1993). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas* (ediția a doua). Cambridge: Polity Press.
- Lippmann, W. [1922] (2009). Stereotipuri. În W. Lippmann, *Opinia publică* (trad. G. Mihăiță și D. Flonta, pp. 93-158). București: Comunicare.ro.
- Lönnqvist, J.-E., Konstabel, K., Lönnqvist, N., și Verkasalo, M. (2014). Accuracy, Consensus, In-Group Bias, and Cultural Frame Shifting in the Context of National Character Stereotypes. *The Journal of Social Psychology*, 154(1), 40–58. doi:10.1080/00224545.2013.843500.

- Lopreore, K. M. (2016). *Gender role portrayals of modern Disney royalty: Stereotypical or androgynous?* [Dizertație de master, Middle Tennessee State University, Murfreesboro, TN, USA]. Disponibilă la <https://jewlscholar.mtsu.edu/server/api/core/bitstreams/d3fc3517-97e9-43af-941e-21ffc47784a4/content>, accesată pe data de 09.10.2023.
- Lorber, J. (1994). *Paradoxes of Gender*. New Haven și Londra: Yale University Press.
- Lyonski, S. (1985). Role portrayals in British magazine advertisements. *European Journal of Marketing*, 19(7), 37-55.
- Macé, É. (2015). *L'après-patriarcat*. Paris: Le Seuil.
- Machin, D. (2004). Building the World's Visual Language: The Increasing Global Importance of Image Banks in Corporate Media. *Visual Communication*, 3(3), 316-336.
- Madon, S., Jussim, L., Keiper, S., Eccles, J., Smith, A., și Palumbo, P. (1998). The Accuracy and Power of Sex, Social Class, and Ethnic Stereotypes: A Naturalistic Study in Person Perception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(12), 1304–1318.
- Mager, J., și Helgeson, J. G. (2011). Fifty Years of Advertising Images: Some Changing Perspectives on Role Portrayals along with Enduring Consistencies. *Sex roles*, 64, 238-252.
- Maheshwari, M. și Lenka, U. (2022). An Integrated Conceptual Framework of the Glass Ceiling Effect. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 9(3), 372-400.
- Manovich, L. (2007). *What Comes After Remix?* Disponibil la adresa remixtheory.net: <http://remixtheory.net/?p=169>, accesată ultima oară pe data de 20.08.2023.
- Marin, L. [1973] (1984). *Utopics: Spatial Play*. New Jersey: Humanities.
- Markham, A. (2016). Remix Cultures, Remix Methods: Reframing Qualitative Inquiry for Social Media Contexts. În N. K. Denzin și M. D. Giardina (Eds.). *Global Dimensions of Qualitative Inquiry* (pp. 63-81). New York: Routledge.
- Marshall, G. (ed.). [1994] (1998). Gender. În G. Marshall (ed.), *A Dictionary of Sociology* (ediția a 2a, pp. 250-251). Oxford și New York: Oxford University Press.
- Mason, J. (2006). *Six Strategies for Mixing Methods and Linking Data in Social Science Research*. National Centre for Research Methods: NCRM EPrints Repository. Disponibil la <https://core.ac.uk/outputs/229987619>, accesată ultima oară pe data de 23.10.2023.
- Mason, J. (2011). Facet Methodology: The Case for an Inventive Research Orientation. *Methodological Innovations Online*, 6 (3), 75-92.

- Matei, Ș. (2011). *What Makes the Difference? Gender Portrayal in Disney Feature-Length Films* [Teză de licență, Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, Universitatea din București].
- Marx, K. [1867] (2010). "Section 4: The Fetishism of Commodities and the Secret Thereof". În F. Engels (Ed.), *Capital. A Critique of Political Economy* (trad. S. Moore și E. Aveling, vol. I, pp. 46-59).
- Mărginean, I. (2000). Etapele proiectului de cercetare. În I. Mărginean, *Proiectarea cercetării sociologice* (pp. 101-140). Iași: Polirom.
- McKenzie, B. (2015). *Disney's Female Gender Roles: The Change of Modern Culture* [Dizertație doctorală, Indiana University, Indiana, USA]. Disponibilă la adresa https://scholars.indstate.edu/bitstream/handle/10484/12132/Barber_McKenzie_2015_HT.pdf?isAllowed=y&sequence=1, accesată ultima oară pe data de 09.02.2024.
- McRobbie, A. (1994). *Postmodernism and Popular Culture*. Londra și New York: Routledge.
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism. Gender, culture and social change*. London: Sage Publications.
- McRobbie, A. [1992] (2009). Post-Marxism and Cultural Studies: A Post-Script. În L. Grossberg, C. Nelson și P. Treichler (eds.), *Cultural Studies* (pp. 719-730). Londra și New York: Routledge.
- Mediavilla, C. și Knox, K. (2024). *The Women Who Made Early Disneyland: Artists, Entertainers, and Guest Relations*. Lanham: Lexington Books.
- Menise, T. (2019). Fairy Tales between Transformation and Repetition: How Audiences Rethink The Big Romantic Myth through Disney Princess Stories. *Sign Systems Studies*, 47(3/4). doi:10.12697/sss.2019.47.3-4.08.
- Michel, C. (1996). Re-Reading Disney: not quite Snow White. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 17(1), 5-14.
- Mihăilescu, I. (2003). *Sociologie generală. Concepte fundamentale și studii de caz*. Iași: Polirom.
- Miroiu, M. (2002). Etica grijii. În O. Dragomir și M. Miroiu (Eds.), *Lexicon feminist* (pp. 93-94). Iași: Polirom.
- Mitchell, P.C.N. and Taylor, W. (1990). Polarising Trends in Female Role Portrayal in UK Advertising. *European Journal of Marketing*, 24(5), 41-9.
- Mittermeier, S. (Ed.). (2022). *Fan Phenomena: Disney*. Intellect Books.

Morrison, D. (2014). *Brave: A Feminist Perspective on the Disney Princess Movie* [Teză de licență, The Faculty of the Communication Studies Department, California Polytechnic State University, San Luis Obispo, California, Statele Unite ale Americii]. Disponibilă la adresa <https://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1178&context=comssp>, accesată ultima oară pe 14.04.2024.

Morrison, M. M., și Shaffer, D. R. (2003). Gender-Role Congruence and Self-Referencing as Determinants of Advertising Effectiveness. *Sex roles*, 49, 265-275

Muir, R. (2022). 'Into the Unknown': Using Facet Methodology to Explore the Disney Princess Phenomenon. *Methodological Innovations*, 15(2), 127-141. DOI: 10.1177/20597991221090453.

Muir, R. (2023). *The Disney Princess Phenomenon. A Feminist Analysis*. Bristol: Bristol University Press.

Mureșan, R. P. (2017). Basmele pentru copii și avatarurile lor recente. Câteva considerații despre filmele artistice *Disney*. Scribd. Disponibilă la adresa <https://ro.scribd.com/document/493309194/Ocultism-in-filmele-Disney>, accesată ultima oară pe 13.02.2023.

Napier, S. [2001] (2005). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle. Experiencing contemporary Japanese animation*. New York: Palgrave Macmillan.

Nastas, D. (2003). Stereotipuri, prejudecăți și discriminare. În A. Neculau (Coord.), *Manual de Psihologie Socială* (pp. 255-270). Iași: Polirom.

Navas, E. (2012). *Remix Theory. The Aesthetics of Sampling*. New York și Viena: Springer.

Niculescu-Mizil, A.-M. (2015a). In the Wake of Sleeping Beauty. Ever-changing Faces of Femininity in Transmedia Storytelling. From Charles Perrault to Walt Disney. *Revista Universitară de Sociologie*, 1(21), 33 - 41 [Online]. Disponibil la adresa: <http://www.sociologiecraiova.ro/revista/wp-content/uploads/2018/07/3.-ANA-MARIA-NICULESCU-MIZIL-IN-THE-WAKE-OF-SLEEPING-BEAUTY-EVER-CHANGING-FACES-OF-FEMININITY-IN-TRANSMEDIA-STORYTELLING-FROM-CHARLES-PERRAULT-TO-WALT-DISNEY-PP.33.pdf>, accesată ultima oară pe data de 14 mai 2023; Niculescu-Mizil, A.-M. (2015b). "Întors pe dos". Ipostaze animate ale emoțiilor. În Dumitrașcu, Veronica (coord.). *Interculturalitate și interdisciplinaritate în științele socio-umane* (pp. 32-54). București: Pro Universitaria.

- Niculescu-Mizil, A.-M. (2015c). The 'Prinkest Diaries'. A 'Middle-Eastern' Reading of American Popular Culture. *Analyze - Journal of Gender and Feminist Studies*, 4(18), 109 – 135. [Online]. Disponibil la adresa: https://www.analyze-journal.ro/wp-content/uploads/issues/numarul_4/4_7_ana-maria_niculescu-mizil.pdf, accesată ultima oară pe data de 14 mai 2023
- Niculescu-Mizil, A.-M. (2017). Princess Bodies, Commodities for the Wicked. A Marxist Reading of Disney's Animated Films *The Little Mermaid* (1989) and *Tangled* (2010). *Analyze - Journal of Gender and Feminist Studies*, 9 (23), 129 – 147 [Online]. Accesat la adresa https://www.analyze-journal.ro/wp-content/uploads/issues/numarul_9/9_8_ana_mizil_130-148.pdf, la data de 20.02.2023.
- Norris, S. (2004). *Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework*. London, England: Routledge
- Norris, S. (2012). Multimodal Interaction Analysis. *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. doi:10.1002/9781405198431.wbeal0814.
- Nowak, Ș. [1965] (1972). Concepte și indicatori. În S. Tamași și H. Culea (Eds.), *Cunoașterea faptului social* (pp.154-172). București: Editura Politică.
- O'Brien, P. C. (1996). The Happiest Films on Earth: A Textual and Contextual Analysis of Walt Disney's Cinderella and The Little Mermaid. *Women's Studies in Communication*, 19(2), 155–183. doi:10.1080/07491409.1996.11089811.
- Oakley, A. [1972] (1985). *Sex, Gender and Society*. Aldershot: Gower Publishing Company Limited/Maurice Temple Smith Ltd.
- Orenstein, P. (2011). *Cinderella Ate my Daughter. Dispatches from the Front Lines of the New Girlie-Girl Culture*. Harper Collins.
- Pallant, C. (2011). *Demystifying Disney. A History of Disney Feature Animation*. New York și Londra: The Continuum International Publishing Group.
- Palupi, D. D. (2019). Fictitious Story of Independent Women: Analysis of Main Characters' Roles in New Disney Princess Movies. *Etnolinguist*, 3(1), 1-12. DOI: 10.20473/etno.v3i1.12018.
- Parsons, T. [1951] (1991). *The Social System*. Londra: Routledge.
- Pavel, T. G. (1986). *Fictional Worlds*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Penton-Voak, I.S., Pound, N., Little, A.C. și Perrett, D.I. (2006). Personality Judgements from Natural and Composite Facial Images: More Evidence for a “Kernel of Truth” in Social Perception. *Social Cognition*, 24(5), 607-640.
- Perrault, C. (2003a). Frumoasa din Pădurea Adormită. În C. Perrault, *Povești* (traducere și adaptare de M. Cojocaru, pp. 72-88). București: Regis.
- Perrault, C. (2003b). Cenușăreasa. În C. Perrault, *Povești* (traducere și adaptare de M. Cojocaru, pp. 22-44). București: Regis.
- Pina, C. (2013). A Greener Disney. *Undergraduate Review*, 9, 177-181. [Online] Disponibil la adresa http://vc.bridgew.edu/undergrad_rev/vol9/iss1/35, accesată ultima oară pe data de 3 martie 2020.
- Plakoyiannaki, E., și Zotos, Y. (2009). Female Role Stereotypes In Print Advertising: Identifying Associations With Magazine And Product Categories. *European Journal of Marketing*, 43 (11/12), 1411–34.
- Pollay, R.W. (1986). The Distorted Mirror: Reflections on the Unintended Consequences of Advertising. *Journal of Marketing*, 50(2), 18-36.
- Pop, D. (2009). Adapting Shakespeare's Adaptations Image, Content and Narrative Problems (and Solutions) in Shakespeare's Adaptations, a Study Case on Romeo and Juliet. *Studia Universitatis Babeș-Bolyai - Dramatica*, 2, 43 - 53. Disponibil în baza de date CEEOL, accesată ultima oară pe 20 septembrie 2014.
- Propp, V. (1968). *Morphology of the Folktale* (traducere de L. Scott). Austin: University of Texas Press.
- Pugh, T. și Aronstein, S. (Eds.). (2012). *The Disney Middle Ages. A Fairy-Tale and Fantasy Past*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ramadhan, Y. Z. (2019). Gender Stereotypes In Moana (2016): A Film Analysis Of The Main Character. *Passage*, 7(1), 140-162.
- Real, M. R. (1977). *Mass-mediated Culture*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Rice, S. A. [1928] (1969). Stereotypes in the Content of Political Attitude. În S. Rice, *Quantitative Methods in Politics* (pp. 51-70), New York: Russell & Russell.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Robinson, T., Callister, M., Magoffin, D. și Moore, J. (2007). The Portrayal of Older Characters in Disney Animated Films. *Journal of Aging Studies*, 21, 203-213.

- Rogers, K. H., & Wood, D. (2010). Accuracy of United States regional personality stereotypes. *Journal of Research in Personality*, 44(6), 704–713
- Roller, M. R., & Lavrakas, P. J. (2015). *Applied Qualitative Research Design: A Total Quality Framework Approach*. New York și Londra: Guilford Publications.
- Roosevelt III, K. și Tootell, A. (2021). *Mirror, Mirror, on the Wall: Disney Princesses' Reflections of Equal Protection*. Penn Carey Law: Legal Scholarship Repository, Carey Law School, University of Pennsylvania. Disponibilă la adresa https://scholarship.law.upenn.edu/faculty_scholarship/2950, accesată ultima oară la 17 decembrie 2023.
- Rostás, Z. (2008). Mica istorie. În Z. Rostás și T.-E. Văcărescu (eds.), *Cealaltă jumătate a istoriei: femeii povestind* (pp. 9-11), București: Curtea Veche Publishing.
- Rothschild, S. (2013). *The Princess Story: Modeling the Feminine in Twentieth Century. American Fiction and Film*. New York, Washington, D.C./Baltimore, Bern Frankfurt, Berlin, Bruxelles, Viena, Oxford: Peter Lang.
- Roventă-Frumușani, D. (2002a). Feminitate. În O. Dragomir și M. Miroiu (eds.). (2002). *Lexicon feminist* (pp. 146-149). Iași: Polirom.
- Roventă-Frumușani, D. (2002b). Masculinitate. În O. Dragomir și M. Miroiu (eds.). (2002). *Lexicon feminist* (pp. 240-241). Iași: Polirom.
- Rubenstein, E., Liebert, R., Neale, J. & Poulos, R. (1974). *Assessing television's influence on children's prosocial behavior*. New York: Brookdale International Institute.
- Ruh, B. (2012). *Adapting anime: transnational media between Japan and the United States*. Indiana University.
- Ryan, M. și Kellner, D. [1988] (1990). *Camera Politica. The Politics and Ideology of Contemporary Hollywood Film*. Bloomington și Indianapolis: Indiana University Press.
- Ryan, M.-L. (2008). Transfictionality across Media. În J. Pier și J. A. Garcia Landa (Eds.), *Theorizing Narrativity* (pp. 385-418). Berlin și New York: Walter de Gruyter.
- Ryan, M.-L. (2013). Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*, 34(3), 361-388. [Online] Disponibil la adresa <https://doi.org/10.1215/03335372-2325250>, accesată ultima oară pe data de 12.03.2020.
- Ryan, M.-L. și Thon, J.-N. (2014). *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology*. Lincoln și Londra: University of Nebraska Press.

Said, E. W. [1993](1994). *Culture and imperialism*. New York: Vintage Books. A Division of Random House Inc.

Saint-Gelais, R. (2005). Transfictionality. În D. Herman, J. Manfred și M.-L. Ryan (Eds.), *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (pp. 612-613), Londra: Routledge.

Sammond, N. (2005). *Babes in Tomorrowland. Walt Disney and the Making of the American Child, 1930 - 1960*. Durham și Londra: Duke University Press.

Savage, M. (2010). Using Archived Qualitative Data: Researching Socio-Cultural Change. În J. Mason și A. Dale (Eds.), *Understanding Social Research: Thinking Creatively about Method* (pp. 169-181). Los Angeles, Londra, New Delhi, Singapore și Washington, DC: Sage.

Sawyer, N. (2011). Feminist Outlooks at Disney Princess's. *Journal of James Madison University*, 13, 1-19.

Schroeder, J. E., și Zwick, D. (2004). Mirrors of Masculinity: Representation and Identity in Advertising Images. *Consumption Markets & Culture*, 7(1), 21-52.

Sells, L. (1995). "Where Do the Mermaids Stand?" Voice and Body in The Little Mermaid. În E. Bell, L. Haas și L. Sells (Eds.), *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender, and Culture* (pp. 175-192). Bloomington și Indianapolis: Indiana University Press.

Scheper-Hughes, N. (2002). The Ends of the Body: Commodity Fetishism and the Global Traffic in Organs. *SAIS Review*, XXII (1), 61 - 80.

Shickel, R. [1968] (1986). *The Disney Version: The Life, Times, Art and Commerce of Walt Disney*. Londra: Pavilion/Michael Joseph.

Shinoda, L. M., Veludo-de-Oliveira, T., & Pereira, I. (2020). Beyond Gender Stereotypes: The Missing Women in Print Advertising. *International Journal of Advertising*, 40(4), 629-656. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1820206>.

Silalahi, R. Y., Wibowo, K. A. și Fuady, I. (2023). Comparison of Beauty Standards and Body Images on Disney Princesses and Female Villains. *The Journal of Society and Media*, 7(1), 174-192.

Silverman, R. A. (2009). *New Dreams, Old Endings: Searching for "A Whole New World" in Disney Second-Wave Animated Romance Films* [Teză de licență, Wesleyan University, Middletown, Connecticut, Statele Unite ale Americii] Disponibilă la adresa https://digitalcollections.wesleyan.edu/_flysystem/fedora/2023-03/22256-Original%20File.pdf, accesată ultima oară pe 14.04.2024.

- Sklar, R. (1980). The Making of Cultural Myths – Walt Disney. În D. Peary și G. Peary (Eds.), *The American Animated Cartoon: A Critical Anthology* (pp. 58-65). New York: E. P. Dutton.
- Smith, D. (2006). *Disney A–Z: The Official Encyclopedia*. New York: Disney.
- Spiridon, M. (2013). *Popular culture. Modele, repere și practici contemporane*. Craiova: Editura Scrisul Românesc.
- Stănese, R. (2022). Identifying the *Golden Disproportion* in the Anthropometry of Cartoon Characters and Brand Mascots. *SAECULUM*, 54(2), 36-52.
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction* (Ediția a opta). Londra și New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Stover, C. (2013). Damsels and Heroines: The Conundrum of the Post-Feminist Disney Princess. *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 2(1), articol 29. Disponibil la adresa <https://scholarship.claremont.edu/lux/vol2/iss1/29>, accesată ultima oară la 16.07.2023.
- Stroebe, W. și Insko, C.A. (1989). Stereotype, Prejudice, and Discrimination: Changing Conceptions in Theory and Research. În D. Bar-Tal, C.F. Graumann, A.W. Kruglanski și W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and Prejudice. Springer Series in Social Psychology*. New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3582-8_1.
- Sumera, L. (2009). The Mask of Beauty: Masquerade Theory and Disney's *Beauty and the Beast*. *Quarterly Review of Film and Video*, 26(1), 40–46. doi:10.1080/10509200600701156.
- Surugiu, R. (2002). Oglindă, oglinjoară, cine-i mai frumoasă în țară? Imaginea femeilor în emisiunile românești de divertisment? În A. Brădeanu, O. Dragomir și D. Rovența-Frumușani (coord.). *Femei, cuvinte și imagini* (pp. 17-62). Iași: Polirom.
- Susanin, T.S. (2011). *Walt before Mickey: Disney's Early Years, 1919-1928*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Telotte, J.P. (2004). *Disney TV*. Detroit, Michigan: Wayne State University Press.
- Terracciano, A. (2005). National Character Does Not Reflect Mean Personality Trait Levels in 49 Cultures. *Science*, 310 (5745), 96–100. doi:10.1126/science.1117199.
- Tetean-Vințeler, A. (2015). *Representations of Conflict in Animation* [Teză doctorală, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, „Babeș-Bolyai” University Cluj-Napoca, Romania].

- Trites, R. (1991). Disney's Sub/Version of Andersen's "The Little Mermaid". *Journal of Popular Film and Television*, 18(4), 145-152. [Online] Disponibil la adresa: <http://dx.doi.org/10.1080/01956051.1991.10662028>, accesată ultima oară pe data de 3 martie 2020.
- Tsichla, E., și Zotos, Y. (2016). Gender Portrayals Revisited: Searching for Explicit and Implicit Stereotypes in Cypriot Magazine Advertisements. *International Journal of Advertising*, 35(6), 983-1007.
- Tsichla, E., și Zotos, Y. C. (2013). Gender Stereotypes in Cypriot Magazine Advertisements: A Comparison of Single and Relationship Portrayals. În Corporate Marketing Communication Association, *18th International Conference on Corporate and Marketing Communication* (pp. 11-12).
- Turner, S. E. (2013). Blackness, Bayous and Gumbo: Encoding and Decoding Race in a Colorblind World. În J. Cheu (Ed.), *Diversity in Disney films: Critical essays on race, ethnicity, gender, sexuality and disability* (pp. 83-98). Jefferson, North Carolina: McFarland & Company Inc. Publishers.
- Tyner-Mullings, A. R. (2023). Disney Animated Movies, their Princesses, and Everyone Else. *Information, Communication & Society*, 26(5), 891-903. DOI:10.1080/1369118X.2023.2166362.
- Van Leeuwen, T. (2015). Multimodality. În D. Tannen, H. E. Hamilton și D. Schiffrin (Eds.), *The Handbook of Discourse Analysis* (ediția a doua, pp. 447-465). West Sussex: John Wiley & Sons.
- Van Niekerk, Anton and Liezl van Zyl. (1995). The Ethics of Surrogacy: Women's Reproductive Labour. *Journal of Medical Ethics*, 21, 345 - 349.
- Van Wormer, K., & Juby, C. (2016). Cultural Representations in Walt Disney Films: Implications for Social Work Education. *Journal of Social Work*, 16(5), 578-594.
- Vinacke, W.E. (1957) Stereotypes as Social Concepts. *Journal of Social Psychology*, 46(6), 229-243.
- Walz, G. (1998). Charlie Thorson and the Temporary Disneyfication of Warner Bros. Cartoons. În K. S. Sandler (Ed.), *Reading the Rabbit: Explorations in Warner Bros. Animation* (pp. 49-66). New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Ward, A.R. (1996). The Lion King's Mythic Narrative. *Journal of Popular Film & Television*, 23(4).

- Warner, A. (2014). *Disney's Renaissance Era: The Evolution of Female Heroines in the 1990s*. [Dizertație doctorală, Fine Arts Department, University of Waterloo, Canada]. Disponibilă la adresa https://www.academia.edu/9784121/Disneys_Renaissance_Era_The_Evolution_of_Female_Heroines_in_the_1990s, accesată ultima oară pe 13.03.2024.
- Wasko, J. (2001). Challenging Disney Myths. *Journal of Communication Inquiry*, 25(3), 237-257.
- Wasko, J. (2020). *Understanding Disney: The Manufacture of Fantasy* (ediția a doua). Polity.
- Watts, S. [1952] (1997). *The Magic Kingdom: Walt Disney and the American way of Life*. Columbia și Londra: University of Missouri Press.
- Whitley, D. (2008). *The Idea of Nature in Disney Animation*. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Wildfeuer, J. (2014). *Film Discourse Interpretation. Towards a Multimodal Film Analysis*. New York și Londra: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Willetts, K. R. (2013). Cannibals and Coons: Blackness in the Early Days. În J. Cheu (Ed.), *Diversity in Disney Films: Critical Essays on Race, Ethnicity, Gender, Sexuality and Disability* (pp. 9-22). Jefferson and London: McFarland & Company Inc. Publishers.
- Williams, R. (1976/1983). *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society* (ediție revizuită, pp. 87-93). New York: Oxford University Press.
- Wohlwend, K. E. (2012a). 'Are you guys girls?': Boys, Identity Texts, and Disney Princess Play. *Journal of Early Childhood Literacy*, 12(1), 3-23.
- Wohlwend, K. E. (2012b). The Boys who would be Princesses: Playing with Gender Identity Intertexts in Disney Princess Transmedia. *Gender and Education*, 24(6), 593-610.
- Wohlwend, K.E. (2009). Damsels in Discourse: Girls Consuming and Producing Identity Texts through Disney Princess Play. *Reading Research Quarterly*, 44, 57-83.
- Wolin, L. D. (2003). Gender Issues in Advertising — An Oversight Synthesis of Research: 1970-2002. *Journal of Advertising Research*, 43(1), 111-129.
- Wrong, D. H. (1976). *Skeptical Sociology*. New York: Columbia University Press.
- Wynns, S.L. și Rosenfeld, L.B. (2003). Father-Daughter Relationships in Disney's Animated Films. *Southern Communication Journal*, 68(2), 91-106. [Online] Disponibil la adresa: <http://dx.doi.org/10.1080/10417940309373253>, accesată ultima oară pe 3 martie 2020.

- Xu, M. (2021, August). Analysis on the Influence of Female Characters in Disney Films. În *5th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2021)* (pp. 327-331). Atlantis Press.
- Yzerbyt, V. și Schadron, G. [1994] (1997). Stereotipuri și judecată socială. În R.Y. Bourhis și J.-P. Leyens. *Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri* (trad. Doina Tonner, pp. 97-123). Iași: Polirom.
- Zipes, J. (1995). Breaking the Disney Spell. În E. Bell, L. Haas, L. Sells (Eds.), *From Mouse to Mermaid. The Politics of Film, Gender and Culture*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
- Zipes, J., Greenhill, P. și Magnus-Johnston, K. (Eds.). (2016). *Fairy-Tale Films Beyond Disney. International Perspectives*. New York și Londra: Routledge.
- Zotos, Y. C., și Tsihla, E. (2014). Female Stereotypes in Print Advertising: A Retrospective Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 446–454.
- Zotos, Y.C. și Lysonski, S. (1994). Gender Representations: The Case of Greek Magazine Advertisements. *Journal of Euromarketing*, 3(2), 27-47.

WEBOGRAFIE

- Associated Press. (2014a, 5 noiembrie, actualizat pe 5 aprilie 2016). No Princes Required: Independent Disney Princesses Not Seeking Romance. *Fox News*. Disponibilă la adresa <https://www.foxnews.com/entertainment/no-princes-required-independent-disney-princesses-not-seeking-romance>, accesată ultima oară pe 04.08.2023.
- Barnes, K. (2022, 17 martie). Amid Protests, Penn Swimmer Lia Thomas Becomes First Known Transgender Athlete to Win Division I National Championship. *ESPN.com*. Disponibil la adresa https://www.espn.com/college-sports/story/_/id/33529775/amid-protests-pennsylvania-swimmer-lia-thomas-becomes-first-known-transgender-athlete-win-division-national-championship (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).
- Bell, B. (2015, 15 august). The 7 Eras of Disney Filmmaking. *Dizavenu*. Accesat la adresa <https://www.dizavenu.com/2015/08/the-7-eras-of-disney-filmmaking.html>, la 18.04.2023.

Beltran, K. (2022, 5 martie). Disney's Seven Eras of Animation: From The Golden Age of 'Pinocchio' to the Revival Era of 'Encanto'. *Collider*. Accesat la adresa <https://collider.com/disneys-seven-eras-of-animation/>, la 20.04.2023.

Branagh, K. (2015). *Cinderella* [Film]. Simon Kinberg, Allison Shearmur și David Barron.

Bronson, P. (2009, 12 ianuarie). Do Disney Princesses Make Young Girls Obsessed With Thinness. *Newsweek* [Online] Accesat la 28 martie 2015 la adresa: <http://www.newsweek.com/do-disney-princesses-make-young-girls-obsessed-thinness-223352>.

Carlin, J. (2015, 9 aprilie). Top 5 Snubbed Disney Princesses. *Movieplot* [Platformă online deschisă] Accesat pe 3 august, 2015, la adresa <http://moviepilot.com/posts/2015/04/09/top-5-snubbed-disney-princesses-2842780>.

Clover, H. (2015, 5 martie). Cinderella's Lily James Did a Liquid Diet to Fit That Silly Corset. *Jezebel* [Online] Accesat la 28 august 2015 la adresa: <http://jezebel.com/cinderellas-lily-james-did-a-liquid-diet-to-fit-that-si-1689624528>.

Comisia Europeană (2022, 15 iulie). *Commission refers HUNGARY to the Court of Justice of the EU over violation of LGBTIQ rights* [Comunicat de presă]. Disponibil la adresa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2689 (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Companies Marketcap. (2024). Market capitalization of Walt Disney (DIS). Disponibil la adresa <https://companiesmarketcap.com/walt-disney/marketcap/>, accesată ultima oară pe data de 10.04.2024.

Crombar, B. (2023, 6 martie). *Disney Eras*. <https://featuredanimation.com/disney-eras/>.

Dellatto, M. (2023, 8 iunie). The World's Largest Media Companies In 2023: Comcast And Disney Stay On Top. *Forbes*. Accesat la adresa <https://www.forbes.com/sites/marisadellatto/2023/06/08/the-worlds-largest-media-companies-in-2023-comcast-and-disney-stay-on-top/?sh=43a6062e54c6>.

Disney (2015d, 12 aprilie). Quiz: Which Disney Sidekick are You? *Disney.com*. Disponibil la adresa <https://news.disney.com/quiz-which-disney-sidekick-are-you>, accesat ultima oară pe 10.03.2024.

Disney and its related entities (2024). *Disney History*. Disponibil la adresa <https://d23.com/disney-history/>, accesată ultima oară pe data de 17.03.2024.

Disney Cartoons. [1928] (2016, 21 iunie). *Plane Crazy (1928) Mickey Mouse* [Video]. YouTube @ Vintage Cartoons Channel. Disponibil la adresa https://www.youtube.com/watch?v=eJQMiuQ1eKI&ab_channel=VintageCartoonsChannel, accesată ultima oară pe data de 10.04.2024.

Disney Enterprises Inc. (2015a, 13 februarie). *Cinderella: Press Release* [Comunicat de presă]. Disponibil la adresa <https://web.archive.org/web/20180725111321/http://www.wdsmediafile.com/media/Cinderella/writen-material/Cinderella54dc0b6c538d2.pdf>, accesată ultima oară pe 13.07.2023.

Disney Style (2012, 20 august). *Belle's Hairstyle Tutorial | A CuteGirlsHairstyles Disney Exclusive* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/QSmccOegvDk?si=PGew0oppikWJb0eJ>.

Disney Wiki a (f.d.). *Alice's Day at Sea*. Disponibil la adresa https://disney.fandom.com/wiki/Alice%27s_Day_at_Sea, accesată ultima oară pe data de 08.08.2020.

Disney Wiki b (f.d.). *Alice Comedies*. Disponibil la adresa https://disney.fandom.com/wiki/Alice_Comedies, accesată ultima oară pe data de 17.03.2024.

Disney, Culture & Society Research Network. (2023). *What Is DisNet?* Disponibil la adresa <https://www.dis-net.org/meet-disnet>, accesată ultima oară pe data de 14.03.2024.

Disney, W. (1922). *The Little Red Ridding Hood* [Poster]. Disponibil la adresa [https://disney.fandom.com/wiki/Little_Red_Riding_Hood_\(cartoon\)?file=Littleredridinghoodposter.jpg](https://disney.fandom.com/wiki/Little_Red_Riding_Hood_(cartoon)?file=Littleredridinghoodposter.jpg), accesată ultima oară pe data de 16.03.2024.

Disney, W. (1927). *Oswald the Lucky Rabbit* [Imagine] Disponibilă la adresa https://static.wikia.nocookie.net/disney/images/c/ce/TrolleyTroubles_Oswald.jpg/revision/latest?cb=20140904041146, accesată ultima oară pe data de 09.04.2023.

Disney. (2014, 25 iunie). Quiz: Which Disney Princess Are You? *Disney.com*. Disponibil la adresa <https://news.disney.com/quiz-which-disney-princess-are-you>, accesat la 10.11.2023.

Disney. (2015b, 16 martie). *Disney Celebrates Cinderella, Announces Beauty and the Beast*. Disponibil la adresa <https://thewaltdisneycompany.com/disney-celebrates-cinderella-announces-beauty-and-the-beast/>, accesată ultima oară pe 15.07.2023.

Disney. (2015c, 15 septembrie). *Add Your Voice to “A Million Words of Kindness” as Disney’s 2015 Hit “Cinderella” Debuts on Blu-ray, DVD and Digital HD*. Disponibil la adresa <https://thewaltdisneycompany.com/add-your-voice-to-a-million-words-of-kindness-as-disneys-2015-hit-cinderella-debuts-on-blu-ray-dvd-and-digital-hd/>, accesată ultima oară pe 08.08.2023.

Disney. (f.d.). *Disney Princess*. <https://princess.disney.com/>.

Dominauskaitė, J. (2021, 21 septembrie). 25 Disney Characters You May Not Have Known Were Designed by Taking Inspiration From Real People. *BoredPanda*. Disponibil la adresa <https://www.boredpanda.com/disney-characters-based-on-real-people/>, accesată ultima oară pe data de 12.06.2023.

Duca, L. [2014] (2017, 6 decembrie). Disney Princess Posters Promote Sexual Abuse Awareness. *Huffpost*. Disponibil la adresa https://www.huffpost.com/entry/disney-princess-sexual-abuse_n_5534827 (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Epstein, L. (2013, 14 decembrie). Which Classic Disney Movie Is Most Like Your Life? *BuzzFeed*. Disponibil la adresa <https://www.buzzfeed.com/leonoraepstein/which-classic-disney-movie-is-most-like-your-life>, accesată pe 11.11.2023.

Fati, S. (2023, 23 mai). România trebuie să ofere protecție juridică cuplurilor Gay. *DW.com*. Disponibil la adresa <https://www.dw.com/ro/rom%C3%A2nia-obligat%C4%83-de-cedo-s%C4%83-ofere-protec%C8%9Bie-juridic%C4%83-pentru-cuplurile-gay/a-65708628> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Feminism Romania. (2023, 9 august). Am fost să vedem #Barbie [Actualizare de stare pe Facebook]. Disponibil la adresa

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02BiAiLikzQWCaEGYR5AynKETnY3zhx6VupfNU7gF979yjVPaYK6ipXKQrzzMScC6el&id=100064571536689 (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Geronimi, C., Jackson, W. și Hamilton, L. (1950). *Cinderella* [Film de animație]. Walt Disney Production.

Hanisch, C. (1969, februarie). *The Personal is Political* [Articol online]. Accesat pe 15 octombrie 2023, la adresa <https://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html>.

Harmetz, A. (1983, februarie). Touchstone Label to Replace Disney Name on Some Films. *The New York Times*, 19. Accesat la adresa <https://www.nytimes.com/1984/02/16/movies/touchstone-label-to-replace-disney-name-on-some-films.html>, la data de 23.04.2023.

Harper, S. (2022, 23 septembrie). Angelina Jolie's Best Movies Ranked by Box Office Success. *Screen Rant*. Disponibil la adresa <https://screenrant.com/angelina-jolie-best-movies-box-office-ranked/> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Hicks, K. (2022, 8 februarie). Explained: Disney's Different Animated Eras & The Best Movie to Watch in Each. <https://movieweb.com/disney-animation-era-best-movie/>.

Horn Book. (1965, 7 decembrie). Walt Disney Accused. *The Horn Book Magazine*. Accesat la adresa <https://www.hbook.com/1965/12/vhe/controversies-v/walt-disney-accused-vhe/>, în data de 18.04.2023.

IMDb.com Inc. (2023a). *Domestic Box Office For 2014*. Disponibil la adresa <https://www.boxofficemojo.com/year/2014>, accesată ultima oară pe 13.07.2023.

IMDb.com Inc. (2023b). *Domestic Box Office For 2015*. Disponibil la adresa <https://www.boxofficemojo.com/year/2015/>, accesată ultima oară pe 13.07.2023.

Ingles, S. (2022, 20 iunie). Transgender women swimmers barred from female competitions by Fina. *The Guardian*. Disponibil la adresa <https://www.theguardian.com/sport/2022/jun/19/transgender-swimmers-barred-from-female-competitions-after-fina-vote> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Jobson, C. (2015, 20 - 22 august). Welcome to Dismaland: A First Look at Banksy's New Art Exhibition Housed Inside a Dystopian Theme Park [Updated 8/22]. Colossal. Art, Design and Visual Culture [Site web] Accesat pe 23 august, 2015, la adresa <http://www.thisiscolossal.com/2015/08/dismaland/>.

Kiara's Korner. (2022, 15 aprilie). Alice Comedies [Youtube Playlist]. YouTube. Disponibil la adresa https://www.youtube.com/playlist?list=PLcYmVT3ToPQGGsyvcyXWsQ2_17t8QRqgY, accesat ultima oară pe data de 17.03.2023.

Mansell, A. (2014, 27 iunie). Disney princesses used in incestuous rape awareness posters. *Famous Campaigns*. Disponibil la adresa <https://www.famouscampaigns.com/2014/06/disney-princesses-used-in-incestuous-rape-awareness-posters/> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

McNary, D. (2019, 18 octombrie). Box Office: 'Maleficent: Mistress of Evil' Flying Low With \$35 Million Opening. *Variety*. Disponibil la adresa <https://variety.com/2019/film/news/maleficent-mistress-of-evil-box-office-misfire-1203376637/> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Mechanic, M. (2011, ianuarie/februarie). Are Disney Princesses Evil?. *Mother Jones* [Online]. Disponibil la adresa <http://www.motherjones.com/media/2011/01/peggy-orenstein-cinderella-ate-my-daughter>, accesată ultima oară pe 04.08.2023.

Moore, T. (2022, 18 aprilie). Disney Renaissance Movies: Why, When, and What Happened?. *WDW Magazine*. Accesat la adresa <https://www.wdw-magazine.com/disney-renaissance-movies-why-when-and-what-happened/>, la 19.04.2023.

Muir, R. și Rowe, R. (f.a.). *International Journal of Disney Studies (Journal)* [Apel pentru articole]. Disponibil la adresa <https://www.intellectbooks.com/ijds>, accesată ultima oară pe data de 12.03.2024.

Muse, W. (2015, 13 februarie). The 7 Disney Characters You'll Date in Your Lifetime. CollegeHumour [Website] Accesat pe 3 august, 2015, la adresa <http://www.collegehumor.com/post/7011777/the-7-disney-characters-youll-date-in-your-lifetime>.

Niculescu-Mizil, A.M. (2015d, 23 decembrie). *Filosofia Disney și modele* [Emisiune TV]. Light Channel Romania.

Niculescu-Mizil, A.M. (2016a, ianuarie-februarie). Confesiunile unui copil Disney. *Dilema Veche*, 623. Accesat la adresa <https://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/confesiunile-unui-copil-disney-591521.html>, la data de 01.04.2023.

Niculescu-Mizil, A.M. (2016b, 28 ianuarie). *Lumea Disney* [Emisiune radio]. RFI Romania. Accesat la adresa <https://www.rfi.ro/emisiunile-rfi-ro-84409-lumea-disney>, la data de 01.04.2023.

Niculescu-Mizil, A.M. (2017b, mai). Walt Disney, „cu ochi lungi, cu gene lungi“. *Dilema Veche*, 690. Accesat la adresa <https://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/walt-disney-cu-ochi-lungi-cu-gene-lungi-621563.html>, la data de 03.04.2023.

Ofițeru, A. (2023, 23 mai). Hotărâre CEDO: România trebuie să recunoască familiile formate din persoane de același sex. *Europa Liberă România*. Disponibil la adresa <https://romania.europalibera.org/a/cedo-casatorii-de-acelasi-sex--recunoastere-romania/32423938.html> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Old Disney Shorts. (2011, 28 decembrie). *Walt Disney's Little Red Riding Hood (1922)* [Video] YouTube. Disponibil la adresa , accesată ultima oară pe data de 13.03.2024.

Orenstein, P. (2006, 24 decembrie). What's wrong with Cinderella? *New York Times Magazine*. Disponibil la adresa <https://www.nytimes.com/2006/12/24/magazine/24princess.t.html>, accesată ultima oară pe 04.08.2023.

Pellerin, M. și Kurti, J. [Regizori]. (1997). *Once Upon a Dream: The Making of Sleeping Beauty* [Film documentar]. Disponibil la adresa

https://www.youtube.com/watch?v=YdcP6be-4qs&ab_channel=Patrick%27sMovieandVideoGameCollector, accesată ultima oară pe data de 12.06.2023.

Perkins, L. [Regizor]. (2005). *From Rags to Riches: The Making of Cinderella* [Film documentar]. Disponibil la adresa <https://youtu.be/ZhinVNcq9d4?si=KFOgUNyZURhv4EU3>, accesată ultima oară pe 30.05.2023.

Rønning, J. (2019). *Maleficent: Mistress of Evil* [Film]. Joe Roth, Angelina Jolie și Duncan Henderson.

Rai, P. și Gray, J. (2023, 12 iulie). Miss Netherlands: Transgender model 'broke boundaries' with beauty pageant win. *BBC News*. Disponibil la adresa <https://www.bbc.com/news/newsbeat-66176790> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Reitherman, W., Geronimi, C., Larson, E. și Clark, L. (1959). *Sleeping Beauty* [Film de animație]. Walt Disney.

Richardson, J. (2015, 12 februarie). Disney Princesses Meet Fifty Shades Of Grey In The Most NSFW Fan Art Ever!. *Movieplot* [Platformă online deschisă] Accesat pe 3 august, 2015, la adresa <http://moviepilot.com/posts/2015/02/12/disney-princesses-meet-fifty-shades-of-grey-in-the-most-nsfw-fan-art-ever-2686908>.

Rock, R. (2012, 27 februarie). *Sleeping Beauty - Live Action: Princess Aurora's Movements* [Video]. *YouTube*. https://youtu.be/BlifsQyvadE?si=SH0wxT_OOK7JxVER.

Rowman & Littlefield. (f.a.). *Studies in Disney and Culture*. Disponibil la adresa https://rowman.com/Action/SERIES/_/LEXSDC/Studies-in-Disney-and-Culture, accesată ultima oară pe data de 13.03.2024.

Rubin, R. (2019, 21 octombrie). *Box Office: Why 'Maleficent: Mistress of Evil' Fizzled*. Disponibil la adresa <https://variety.com/2019/film/news/maleficent-mistress-of-evil-box-office-misfire-1203376637/> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Saint Hoax [@sainthoax]. (n.d.). Posts [Profil Instagram]. Instagram. Disponibil la adresa <https://www.instagram.com/sainthoax>, accesată ultima oară pe 08.08.2023.

Saint Hoax. (2015). "Saint Hoax" [Website]. Disponibil la adresa <http://www.sainthoax.com/> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2015).

Shrayber, M. (2015, 13 februarie). Did Disney Digitally Shrink Cinderella's Already Tiny Waist? *Jezebel* [Online] Accesat la 28 august 2015 la adresa: <http://jezebel.com/did-disney-digitally-shrink-cinderellas-already-tiny-wa-1685677741>.

Smith, T. H. (2022, 18 martie). Helene Stanley | Aurora Reference | Side By Side Comparison [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/SNkjc6ok2KQ?si=HPn-hBs7wtwCBNBz>.

Stromberg, R. (2014). *Maleficent* [Film]. Joe Roth.

Tabbitha, A. (2019, 15 octombrie). *Maleficent Makeup Transformation - Cosplay Tutorial* [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/bQ1cTg3Whbc?si=S7iX5e7cFLOVLVnW>.

Taube, A. (2014, 27 iunie). These Ads Use Disney Characters To Tell An Extremely Disturbing Story. *Business Insider*. Disponibil la adresa <https://www.businessinsider.com/saint-hoaxs-disney-princest-diaries-2014-6> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Tăcină, A. (2023, 03 iulie). Sorana Cîrstea stârnește controverse incredibile la Wimbledon! România, acuzată de transfobie după ce a dezvăluit că preferă valorile tradiționale, *ProSport*. Disponibil la adresa <https://www.prosport.ro/alte-sporturi/tenis/sorana-cirstea-starneste-controverse-incredibile-la-wimbledon-romanca-acuzata-de-transfobie-dupa-ce-a-dezvaluit-ca-prefera-valorile-traditionale-19691059> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

The Walt Disney Company. (2015). "Walt Disney Animation Studios". Accesat pe 9 august 2015, la adresa: <http://www.disneyanimation.com/studio/our-films>.

The Walt Disney Company. (2022, 16 noiembrie). Fiscal Year 2022 Annual Financial Report [Document PDF]. Disponibil la adresa <https://thewaltdisneycompany.com/app/uploads/2023/02/2022-Annual-Report.pdf>, accesată ultima oară pe data de 10.04.2024.

The Walt Disney Company. (2023a). *Our Businesses Section*. <https://thewaltdisneycompany.com/>.

The Walt Disney Company. (2023b). *About Us*. <https://disneyconnect.com/dpep/about-us/>.

The Walt Disney Company. (2023c). *Fact Sheet*. https://disneyconnect.com/app/uploads/sites/4/2023/02/fact_sheet_Disney_Parks_2023_Q1-2.pdf

Thomas, L. (2022, 17 martie). The Trans Swimmer who Won too much. *The New Yorker*. Disponibil la adresa <https://www.newyorker.com/sports/sporting-scene/how-one-swimmer-became-the-focus-of-a-debate-about-trans-athletes> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Van de Wouw, P., Deutsch, A. și Rumney, E. (2023, 13 iulie). Miss Netherlands's first transgender winner becomes target of hate speech. *Reuters*. Disponibil la adresa <https://www.reuters.com/world/europe/miss-netherlands-first-transgender-winner-becomes-target-hate-speech-2023-07-13/> (accesată ultima oară pe data de 09.08.2023).

Walt Disney Productions [Producător] și Jackson, W., Luske, H. Și Geronimi, C. [Regizori]. (1950). *Cinderella* [Film de animație]. Disponibil la adresa <https://www.disneyplus.com/ro-ro/browse/entity-f7272318-0b08-46f5-b89e-284b3e8a7234>, accesată ultima oară pe data de 12.06.2023.

Whitten, S. (2021, 03 martie). Disney shuttering at least 20% of Disney Stores as it shifts focus to e-commerce. *CNBC*. Accesat la adresa <https://www.cnn.com/2021/03/03/disney-shuttering-at-least-20percent-of-disney-stores-as-it-shifts-focus-to-e-commerce.html>, la 23.04.2023.

Winfield, N. (2023, 18 martie). Italy's Democratic head blasts limit on LGBTQ parent rights. *AP News*. Disponibil la adresa <https://apnews.com/article/lgbtq-rights-parents-italy-40ff945b96004d54345638829fbd251b>, accesată ultima oară pe data de 09.08.2023.

Zaheer, M. (2024, 15 februarie). 30 Highest-Grossing Media Franchises of All Time. *Yahoo Finance*. Disponibil la adresa <https://finance.yahoo.com/news/30-highest-grossing-media-franchises-133420902.html>, accesată ultima oară pe data de 11.03.2024.

