

**I TRATTI CULTURALI DEL MONDO ORIENTALE NEL FILM  
DISNEYANO: ALADDIN “VERSIONE 2019” / THE CULTURAL  
TRAITS OF THE EASTERN WORLD IN THE DISNEY FILM:**

**ALADDIN “VERSION 2019”<sup>1</sup>**

DOI: 10.5281/zenodo.11621306

**Riassunto:** Questo lavoro di ricerca si incentra l'attenzione sull'analisi dei tratti culturali nel cartone animato *Aladdin* che riguarda l'ultima versione uscita nell' 2019. L'animazione rappresenta oggi un potente veicolo di cultura e identità. Questo prodotto artistico-culturale è stato sempre onnipresente da tanti anni fa nei media ma con l'evoluzione continua delle tecniche di montaggio da parte delle grandi aziende produttrici come quella di **Walt Disney company**, i cartoni animati sono diventati un oggetto di commercializzazione mondiale ottenendo un gran numero di consumatori di differenti età. Di conseguenza le varietà culturali presenti nei lungometraggi permettono i telespettatori a riflettere non soltanto sulla lingua e la conversazione ma anche nelle ideologie, stereotipi, gestualità e l'ambiente che circonda i personaggi; nel campione prescelto per questo studio vengono analizzati gli elementi legati al mondo orientale, tali riferimenti possono essere sconosciuti in modo approfondito da parte di quello chi vede il film provando di decodificarli in modo più semplice e chiaro.

**Parole chiave:** cartone animato, tratti culturali, mondo orientale.

**Abstract:** This research work focuses on the analysis of cultural references in the cartoon *Aladdin* which concerns the latest version released in 2019. Animation is today a powerful vehicle of culture and identity. This kind of artistic product-cultural has always been ubiquitous for many years in the media but with the continuous evolution of editing techniques by large international companies such as **Walt Disney**, cartoons have become an object of world marketing obtaining a large number of consumers of different ages. Consequently, the cultural varieties present in feature films allow viewers to reflect not only on language and conversation but also in ideologies, stereotypes, gestures and the environment that surrounds the characters; in the sample chosen for this study are analyzed elements related to the Eastern world, such references may be thoroughly unknown by the viewer to the film, we trying to decode them more easily and clearly.

**Keywords:** cartoon animated, cultural traits, eastern world.

### **Introduzione**

Ogni paese si distingue per la sua lingua, cultura, identità, valori, simboli, eroi...ecc che si manifestano in differenti campi del sapere: incontri interculturali, corsi di storia e civiltà...ecc e dell'arte: pittura, scultura, scene teatrali, film, serie televisivi, edifici...ecc, anche i cartoni animati hanno potuto rappresentare la cultura e l'identità dei popoli malgrado che il loro contenuto sembra generalmente solo divertente però se prestiamo un pò di attenzione sul linguaggio e sul comportamento ci accorgeremo che l'animazione è riferita al modello di vita sociale dei suoi produttori o di altre comunità. Prima della rivoluzione tecnologica dei mass media, social media e l'invenzione della stampa Gutenbergiana i racconti orali erano uno dei maggiori strumenti di comunicazione per assicurare la continuità del patrimonio culturale dei popoli. I cartoni animati sono lo specchio della società, perché rispecchiano fatti, abitudini, storie, lingue e culture di uomini che appartengono a diverse parti del mondo diventando in questo modo uno strumento di mediazione interculturale e addirittura un

---

<sup>1</sup> Ahlem KOUADRI, Université Badji Mokhtar de Annaba, Laboratoire Lantext, Algérie, ahlem.kouadri@univ-annaba.org, Amina HACHOUF, Université Badji Mokhtar de Annaba, Laboratoire Lantext, Algérie, amina\_hachouf@yahoo.fr

processo educativo per bambini e per adulti che imparano una lingua e cultura straniera, in questo contesto Di Tullio sostiene che :

“I cartoni animati sono un linguaggio composito, che fonde arti differenti – tra cui l’illustrazione, il linguaggio cinematografico, la narrazione e la musica – creando tra esse relazioni di interdipendenza attraverso le tecniche dell’animazione”(Di Tullio, 2010: 133-145)<sup>1</sup>

Si può considerare l’animazione dei disegni come un oggetto di riflessione e di percezione che ci consente a scoprire e decifrare attraverso il contesto comunicativo il **Background culturale** dei personaggi animati. La nostra ricerca si focalizza l’attenzione sui tratti culturali del film disneyano Aladdin versione 2019. Aladdin non è soltanto un semplice film da guardare per divertirsi ma è considerato una fonte di ricchezza culturale di una storia che appartiene al folklore orientale da tanti secoli fa, il motivo principale della scelta di questo campione è quello di dimostrare alcuni stereotipi, pensieri, modo di vita dell’antico medio oriente che sono ovviamente differenti dal occidente , proviamo di indagare tutti i riferimenti principali rispondendo a queste domande :

- Quali sono i principali tratti culturali presenti nel film ?
- L’azienda di Walt Disney ha potuto veramente trasmettere il pensiero e le abitudini degli orientali ?

### 1. La nascita del disegno animato

Si può parlare di una vera e propria cinema d’animazione nel XIX secolo grazie all’inventore del teatro ottico (théâtre optique) **Charle- Émile Reynaud** che ha creato un dispositivo per vedere immagini in movimento tramite una pellicola che contiene disegni sul vetro fatti da Reynaud stesso. Grazie alla sua invenzione del **Prassinoscopio** (Praxinoscope) ha potuto produrre tanti lungometraggi; i suoi spettacoli hanno preso il nome di **Pantomime lumineuse** ( Pantomime lumineuse) ,sono delle immagini progettati senza intorruzione e accompagnate con una musica in una sala oscura davanti ad un pubblico stupito ed entusiasta realizzando una grande notorietà nel mondo cinematografico in generale e dell’animazione in particolare . Successivamente verso la fine dello stesso secolo nel 1895 sono entrati nel campo del cinema d’animazione i fratelli di origine francese **Auguste e Luis Lumière** ( figli di Antoine Lumière), hanno inventato un nuovo brevetto il **cinematografico** che ha realizzato un grande successo commerciale per la famosa azienda Lumière. Il nuovo funzionamento della macchina inventata ha facilitato di più la traccia per la produzione di tantissimi film cinematografici realizzati dall’azienda Lumière, di seguito erano diffusi nel resto dell’Europa e nell’America; è stato un lavoro eccezionale che ha attirato gli appassionati al cinema e all’animazione in quel tempo perché non sono stati abituati a questo tipo di rappresentazione; infatti, il **Cinematografo** come gli altri brevetti ha spianato la strada per la creazione di altre nuove tecnologie relativi al montaggio moderno dell’animazione nel secolo successivo.

### 2. L’azienda produttrice di Walt Disney

Con l’arrivo del novecento, le tecniche utilizzate per la trasmissione dei cartoni animati al pubblico sono cresciute e sviluppate di più. Infatti, negli anni venti è stato segnato la nascita di un nuovo tipo d’animazione. Grazie ad aziende industriali specializzate nei cartoni, tutte le comunità del mondo hanno sfruttato di questo prodotto di divertimento; il paese degli stati uniti ha preso una buona parte di questa produzione, tra le loro

---

<sup>1</sup> Di Tullio, M.G., (2006), *Cinema d’animazione e Fumetto: la valenza formativa, in “Orientamenti Pedagogici”*, Torino, Società editrice internazionale, pp133-145.

famose aziende è senza dubbio quella di **Walt Disney** che occupa il primo posto nella produzione e distribuzione dei cartoni animati accanto al Giappone, quest'ultimi non hanno influenzato soltanto sulla società americana ma hanno attraversato addirittura i confini del paese marcando la loro impronta in tutte le parti del pianeta.

Nel 1923, i fratelli **Walt&Roy Disney** hanno creato un'azienda dedicata esclusivamente alla produzione dei cartoons, il loro obiettivo è quello di taccere le stelle attraverso la trasmissione di un nuovo modello d'animazione moderna e attraente malgrado che l'inizio era con delle modeste condizioni ma grazie al loro impegno hanno potuto rendere il loro prodotto mondiale. **Walt Disney company** non offre soltanto l'intrattenimento ai suoi consumatori ma anche è considerata come una propaganda mondiale che non smette di trasmettere il modello di vita americano attraverso le storie trattati nei loro disegni. Con i cartoni animati di **Walt Disney company** si può vederli in lingua originale in quanto l'inglese è una lingua internazionale, con un massimo divertimento delle storie trattati sia della cultura americana oppure di altre culture, dei colori, della musica, dei personaggi, della decorazione..ee tutto viene presentato in modo omogeneo e fantastico per attirare l'attenzione del telespettatore nativo o straniero. Il segreto di questo successo non dipende soltanto nella perfezione della realizzazione dei film d'animazione ma nel contenuto delle sue storie che rappresentano culture vaste e diversificate. Non è facile produrre un film che appartiene a un **Background** differente dei suoi produttori perché richiede una profonda analisi delle stereotipi di società in soggetto. **Walt Disney** ha potuto dare la luce a tantissime culture ottenendo un gran numero di telespettatori di diverse nazionalità. Per assicurare la diffusione del loro prodotto, ogni paese che compra i loro cartoni ha il permesso di fare la traduzione o il doppiaggio per far capire il contenuto conversazionale al telespettatore e questo uno dei maggiori punti di forza che ha reso i lungometraggi disneyani tra i più vissuti nel mondo.

### **3. I tratti culturali e i cartoni animati**

La cultura appartiene all'identità delle persone che sono membri di qualsiasi comunità nel mondo in cui sono stati cresciuti, questo è innegabile; oggi grazie ai mass media e social media possiamo scoprire le tradizioni, le abitudini e i rituali di diversi gruppi etnici senza nemmeno viaggiare per conoscerli ma generalmente il nostro sapere si limita soltanto nelle cose visibili, in questo contesto l'antropologo americano Geertz sostiene che la cultura:

“denota un modello di significati trasmesso storicamente, significati incarnati in simboli, un sistema di concezioni ereditate espresse in forme simboliche per mezzo delle quali gli uomini comunicano, perpetuano e sviluppano la loro conoscenza e i loro atteggiamenti verso la vita”(Geertz, 1973:113)<sup>1</sup>.

Non è facile decifrare i riferimenti culturali in tutti i contesti perché a volte richiedono una vasta conoscenza come abbiamo citato prima; infatti, alcuni di essi possono essere imparati nelle scuole e le università o attraverso l'esperienza della vita quotidiana. I cartoni animati hanno una maggiore influenza positiva sulla ricchezza culturale delle persone per esempio i bambini che costituiscono una grande percentuale tra i consumatori che guardano in modo massiccio i cartoni, le loro menti registrano in modo passivo tutte le cose vissute acquisendo tantissime informazioni (riti, tradizioni, simboli, eroi...ecc) di altri popoli.

Per quanto riguarda la lingua è considerata anche uno dei maggiori tratti culturali veicolati nell'animazione soprattutto se è trasmesso in lingua originale e accompagnato

---

<sup>1</sup> Geertz, C., 1973, *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*, New York, Basic Books; trad. it. 1988, *Interpretazione di culture*, Bologna, Il Mulino, p 113.

con una traduzione per facilitare la comprensione del senso generale delle frasi.

### 3. Metodologia

Il metodo basato per questa ricerca è qualitativo perché si incentra l'attenzione sull'osservazione dei tratti culturali che riguardano sia i personaggi sia la decorazione del film, tutti i riferimenti pertinenti vengono decodificati e analizzati secondo il modello di vita degli orientali.

### 4. Corpus

Il nostro corpus prescelto per lo studio è il film d'animazione **Aladdin** (versione 2019), produzione dell'azienda americana **Walt Disney Company** e ispirato da una storia che appartiene al folklore orientale **le mille e una notte**, le vicende si trascorrono in una città immaginaria chiamata **Agrabah** che assomiglia alla città di **Baghdad** (la capitale dell'**Iraq** attualmente) nel periodo medievale; è stata anche il centro della sapienza in quel epoca. È un film pieno di avventure e ricco di simboli e tratti culturali legati all'atmosfera orientale in generale e arabo-islamica in particolare.

### 5.1 Risultati

Abbiamo scelto alcuni riferimenti accompagnati con delle immagini estratte dal film al fine di semplificare e chiarire meglio ogni messaggio culturale che tendono a trasmetterlo.

#### - Analisi del tratto culturale n° 1 :



Immagine 1: la formula di saluto del mercante (cantastorie)

Dopo la musica d'apertura accompagnata da immagini meravigliose del deserto, il mercante (il cantastorie) si è fermato nella città di **Agrabah** dove si sono trascorse le vicende della storia. Quando il mercante è sceso dal camello, ha proferito la parola **Salam** con la testa inclinata in avanti e le mani giunte. **Salam** oppure la frase intera "**Salam Aleykom**" che significa in italiano "La pace e la misericordia di Dio siano con voi", una formula di saluto nella religione islamica e usata da tutti i musulmani nei loro incontri.

#### - Analisi del tratto culturale n° 2 :



Immagine 2: I Bazar

**Bazar** è una parola di origine persiana; è un luogo pieno di negozi e ambulanti dove vendono tutti i tipi di merci con un prezzo basso. I produttori del film hanno concentrato su questi mercati perché gli arabi spesso si riuniscono in questi luoghi per chiacchierare, sentire le nuove notizie della città, comprare le cose di cui hanno bisogno, vedere gli spettacoli...ecc.

- **Analisi del tratto culturale n° 3 :**



Immagine 3: la decorazione delle case all'esterno

Per quanto riguarda l'aspetto decorativo delle case dei musulmani si nota nella città una miscelanza tra l'architettura ottomana, araba, indiana e persiana ; è una vera ricchezza di colori architettonici che vengono osservati nella forma delle finestre che affacciano sulle vicoli , le cupole con una decorazione islamica, le case delle abitanti che riflettono la cultura orientale, le donne che stendono i vestiti sui tetti delle case ...ecc. Si nota che le case di **Agrabah** sono affiancate l'una all'altra nonostante la separazione dei vicoli perché nella tradizione dei musulmani se qualcuno ha un figlio che vuole sposare e non ha abbastanza spazio nella sua casa, chiede permesso al suo vicino per costruire una nuova camera che lega le due case insieme; Un atto che mostra la tolleranza e la fraternità tra i musulmani

- **Analisi del tratto culturale n°4:**



Immagine 4: I datteri

I datteri in arabo **Balah** fanno parte della cultura e la gastronomia arabo-musulmana, tante persone gli chiamavano l'oro del deserto, la stragrande maggioranza dei musulmani consumano questa frutta durante tutto l'anno e in particolare nel mese di Ramadan . Il segreto di questa consumazione massiccia non è soltanto per i suoi benefici ma anche perché i datteri sono citati nel libro sacro del Corano in **Sura Maryam (Maria)** dove ha rivelato l'importanza dei datteri per la donna incinta in modo da facilitare il suo parto.

- **Analisi del tratto culturale n°5 :**



Immagine 5: le donne che portano il velo

Si nota nel film tra gli abitanti della città alcune donne che coprono le loro teste e le loro orecchie con una sciarpa e altre che nascondono il loro viso lasciando trasparire soltanto i loro occhi portando dei vestiti lunghi che coprono tutto il loro corpo, questi abbigliamento rappresentano la cultura religiosa islamica; infatti, c'è una varietà di tipi di velo a seconda della società e dell'area geografica di ogni comunità, per esempio il **Naqab** per quelle che coprono il loro viso, è molto diffuso nei paesi Golf ed Iran, al contrario negli altri paesi della penisola araba e nel nord africa si trova la stragrande maggioranza delle donne portano soltanto il velo preferito **Hijab** in lingua araba.

- Analisi del tratto culturale n°6 :



Immagine 6: il sultano

La parola **Sultano** è stata utilizzata per la prima volta nella lingua Siriaca discendente della lingua Semitica, che significa il capo della città; è il titolo dei sovrani degli diversi stati musulmani nella penisola araba e altre parte dell'Asia nell'Sud-est; Il Sultano ha una potenza e un' autorità che le permettono di dare ordini e amministrare tutte le cose relative allo stato.

- Analisi del tratto culturale n°7 :



Immagine 7 : l'abbigliamento dei personaggi

Per quanto riguarda l'abbigliamento dei personaggi nel film è una mescolanza tra varie culture orientali: arabe, indiane, persiane e ottomane ma la stragrande maggioranza degli abiti si adattano alla moda araba, accanto alle donne che portano il velo ci sono altre che vestono larghi pantaloni e corte magliette come i vestiti della principessa Jasmin, per gli uomini si vestono ampi mantelli con gilet, turbanti, copricapi o fez sulla testa come quella di Aladdin, si mettono anche una cintura dove si può portare una spada; ovviamente gli abiti portati dai personaggi si adattano ai loro classi sociali: nel tipo del tessuto e delle scarpe, l'età della persona..ecc.

**- Analisi del tratto culturale n° 8:**



Immagine 8 : Il colore della pelle .

I personaggi del film hanno tutti un colore di pelle unito che riflette l'atmosfera dove vivono in un'altissima percentuale di calore nel deserto tra la sabbia e la palma. Infatti gli arabi, indiani e i persiani sono riconosciuti con il colore di pelle scuro e per questo motivo l'azienda produttrice ha mantenuto questo tratto principale per non perdere l'autenticità della storia e per trasmettere ai telespettatori la vera immagine della cultura d'arrivo.

**- Analisi del tratto culturale n° 9:**



Immagine 9: il tappeto volante

Il tappeto volante, specifico del folklore arabo, persiano e turco, è un tessuto decorato e arredato di vari disegni belli e colorati, è stato menzionato tantissime volte nei libri di letteratura orientale come *Le Mille e una notte*, la sua misteriosità consiste nella potenzialità della persona di volare da un luogo ad un altro in un tempo molto breve; una cosa che non esiste certamente nella realtà.

**- Analisi del tratto culturale n° 10 :**





Immagine 10: La dote di Aladdin per la principessa Jasmin

Quando **Aladdin** è diventato il principe **Ali-Ababua** grazie alla lampada magica, ha potuto finalmente chiedere la mano della principessa Jasmin secondo la legge del palazzo che obbliga la principessa di sposare un principe; è entrato nella città portando tantissimi regali e tesori per Jasmin. Secondo i rituali islamici, l'uomo deve dare alla donna che vuole sposarsi una dote (**Mahr** in arabo), questa ricompensa è stata menzionata nel sacro corano. Nella religione islamica la dote può tenere diverse forme: soldi, tesori, gioielli, il libro del Corano...ecc secondo le condizioni economiche del marito.

### Conclusione

Tramite questa analisi abbiamo provato di decodificare qualche tratto culturale che dimostrano la vita e la cultura orientale al fine di semplificare l'atteggiamento e il comportamento veicolati da parte dei personaggi animati; bisogna puntualizzare che ci sono dei riferimenti culturali presenti fino ad oggi, alcuni di essi appartengono ai riti e pratici religiosi come: la formula di saluto, il velo islamico della donna, il dono (Mahr); e altri appartengono alla gastronomia araba come i datteri che sono considerati tra le frutta più consumate; per il resto dei tratti fanno parte della civiltà orientale antica come per esempio l'abbigliamento e il tipo architettonico, sono diventati oggi un patrimonio culturale per i musulmani del medio oriente e del nord Africa. L'obiettivo di questo studio è quello di rivelare i valori degli elementi culturali nel contesto del film d'animazione che fossero stati ambigui da parte di qualsiasi individuo straniero. Accostarsi a una nuova cultura richiede un approfondimento di conoscenze attraverso la lettura dei libri, fare dei viaggi, vedere i documentari...ee , Secondo Demetrio:

“La scoperta delle differenze ci spinge a cogliere il significato di atti e di eventi attribuito diversamente da protagonisti di cultura diversa e quindi accorgersi della parzialità dei punti di vista di ciascuno e la necessità e i vantaggi di poter osservare la realtà da prospettive differenti”<sup>1</sup> ( Demetrio, Favaro, 2004: p114)

Le diversità culturali presentati nei cartoni possono aiutare i telespettatori ad acquisire delle nuove conoscenze sulle altre società anche se non è in una situazione di contatto diretto rompendo le barriere tra la cultura di appartenenza e quella di arrivo. A tale proposito è opportuno evidenziare il ruolo dell'insegnante nelle scuole, per esempio, visto che la cultura orientale non è tanto conosciuta nei paesi occidentali , il docente può portare ai suoi discenti un film d'animazione che riguarda la cultura araba con lo scopo di raccogliere al massimo tutti i codici nel cartone questo permette di disambiguare e cancellare i punti di interrogazione che intornano la cultura in oggetto, quindi bisogna approfondirsi e non rimanere nella superficialità perché questo tipo di attività servono a migliorare le esperienze delle persone nei loro future comunicazioni interculturali.

---

<sup>1</sup> Demetrio, D., Favaro, G., 2004, *Didattica interculturale. Nuovi sguardi, competenze, percorsi*, Milano, FrancoAngeli, p 114.



**Riferimenti bibliografici**

- Cardamone, D., 2015, "Cartoni animati tra oriente e occidente". Quaderni di intercultura. Volume 10, pp 33-47.
- David, R.S., 1996, "The Walt Disney Archives: it all started with a mouse", Historical Journal of Film, Radio and Television, Volume 16, p16.
- Demetrio, D., Favaro, G., 2004, *Didattica interculturale. Nuovi sguardi, competenze, percorsi*, Milano, FrancoAngeli, p 114.
- Di Giovanni, E., 2007, "Disney Films: Reflexion of the others and the self", Cultural studies journal of universitat Jaume, Volume 4, pp 91-109
- Di Tullio, M.G., 2006, *Cinema d'animazione e Fumetto: la valenza formativa, in Orientamenti Pedagogici*, Torino, Società editrice internazionale, pp 133-145.
- Fossati, F., 1986, *Walt Disney e l'impero Disneyano*, Roma, Editori Riuniti.
- François, F et Pruvost-Delaspre, M., "L'animation comme industrie culturelle ? Concevoir et produire le dessin animé", Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 18 | 2019, mis en ligne le 01 décembre 2019, URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/8249> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.8249>. (consulté le 01 juin 2022)
- Gallerand, L., 2013, "La Walt Disney Company à la conquête du monde : une entreprise culturelle entre mondialisation et soft power américain", Mémoire de Master, Université de Paris-Sorbonne.
- Gayathri, G., "A comparative analysis of the orientalist tropes found in Aladdin versions 1993 and 2019", Journal of arts, humanities and social sciences, Volume 4, pp 12-15.
- Geertz, C., 1973, *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*, New York, Basic Books; trad. it. 1988, *Interpretazione di culture*, Bologna, Il Mulino, p 113.
- Giunti, L., 2008-2010, *Problemi dell'analisi del testo di finzione audiovisivo: verifica e sviluppo di un modello analitico e interpretativo con strumenti digitali*. Storia delle arti visive e dello spettacolo. Università di Pisa.
- Hourani, A., 2002, *A history of the arab peoples*, Cambridge, Massashusetts, The Belknap press of Harvard University Press.
- Jeanne, R. Et Ford, Ch., 1947, *Histoire encyclopédique du cinéma*, édition Robert Laffont, Paris, pp 15-22
- Myrent, G., 1989, "Emile Reynaud : first motion picture cartoonist", Film History, Volume 3, pp 191-195.
- Rahayu, M., 2016, "Identity politics in Aladdin: from Arabian Nights to Disney animated film". Presented at 3rd Forum on Linguistics and Literature (FOLITER) Conference, October 27, 2016, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rosa, A., 2012, *Cartoon in tasca : una ricerca-azione sulla media education nella scuola dell'infanzia*, Trento, giunta della provincia autonoma di Trento.

**KOUADRI AHLEM:** Doctorante chercheuse en linguistique depuis octobre 2019, département : langue italienne, faculté des lettres et langues étrangères, Université de Badji Mokhtar de Annaba (UBMA) Algérie. Fonction : enseignante vacataire de la langue italienne.

**HACHOUF AMINA:** Docteur en linguistique et didactique de l'italien langue étrangère, Département : langue italienne, Faculté des lettres et langues étrangères, Université Badji Mokhtar de Annaba (UBMA) Algérie. Fonction : enseignante de la langue italienne, Grade M.C.A .