

تغییرات نقش زن در سینمای ایران

اعظم راودراد

دانشیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران، ravadrad@ut.ac.ir

مسعود زندی

کارشناس ارشد ارتباطات از دانشگاه تهران

چکیده: با بررسی و مقایسه فیلم‌های سینمایی قبل و بعد از خرداد ۱۳۷۶ درمی‌یابیم که مضامین و محتوای اصلی بیشتر فیلم‌های بعد از این تاریخ در ارتباط با موضوعات زنان است. سؤالی که این پژوهش درصدد پاسخ دادن به آن است این است که با توجه به تفاوت سیاست‌های فرهنگی در دو دوره قبل و بعد از خرداد ۷۶، بازنمایی زنان در سینمای این دو دوره دارای چه تفاوت‌هایی در مضامین و محتوا می‌باشد؟ چهارچوب نظری مورد استفاده در این مقاله نظریه بازتاب در جامعه‌شناسی هنر است. این نظریه مبتنی بر این فرضیه است که هنر آیین جامعه و منعکس‌کننده ویژگی‌های آن است. روش تحقیق اسنادی و تکنیک مورد استفاده تحلیل محتوای کمی است. فرضیه ما این است که "تفاوت معناداری بین بازنمایی زن در سینمای بعد از دوم خرداد و سینمای قبل از آن وجود دارد". یافته‌ها نشان داد که بازنمایی زن در دو دوره مورد بررسی تغییرات و تحولات چشمگیری کرده است. و این تغییرات در موارد مختلفی چون: میزان حضور زنان در فیلم‌ها، کیفیت مشاغل، نوع پوشش، طبقه اجتماعی، نوع بهره‌گیری از محصولات فرهنگی، نوع مهارت‌های فردی، مضامین دیالوگ‌ها، میزان تحصیلات، اعتقادات، زبان، مکانیسم حل مشکلات شخصی و خانوادگی و غیره بوده است. نتیجه کلی اینکه تغییر در سیاست گذاری‌های فرهنگی در سینمای ایران باعث شکل‌گیری گونه‌تفاوتی از بازنمایی زن در فیلم‌های بعد از سال ۱۳۷۶ شده است.

کلیدواژه‌ها نقش زن، تغییرات سینمایی، تغییرات فرهنگی، گونه‌شناسی

مقدمه و طرح مسئله

با مطالعه اکتشافی که از طریق مقایسه فیلم‌های سینمایی قبل و بعد از خرداد ۱۳۷۶ انجام شد، چنین بنظر می‌آید که مضامین و محتوای اصلی بیشتر فیلم‌های بعد از این تاریخ در ارتباط با موضوعات زنان بوده است. زنان نقش اصلی حضوری چشمگیر در فیلم‌ها ایفا می‌کنند به طوری که می‌توان از شکل‌گیری سبک سینمایی به نام سینمای زن در ایران سخن گفت. ساخت فیلم‌هایی که درونمایه غالب آنها را موضوعات زنان تشکیل می‌دهند محافل جشنواره‌ای خارجی و داخلی را تشویق کرده تا توجه زیادی به سینمای نوین ایران کنند تا اندازه‌ای که برخی از اینگونه فیلم‌ها جوایز اصلی جشنواره‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

در همین خصوص، شیلا ویتاگر معتقد است: «طرح موضوعاتی مثل روابط چندزنی، عشق زمینی، ازدواج موقت، فمینیسم، کلوزآپ از هنرپیشه‌های زن، دختران فراری و درام‌های اجتماعی امروزه به عنوان تم اصلی و غالب سینمای ایران درآمده است که در گذشته به عنوان تابو تلقی می‌شدند.» (ویتاگر، ۱۳۷۹، ۲۸). قبل از ۱۳۷۶ موانع ساختاری از قبیل ممیزی در صنایع فیلم (مثل شورای کمیسیون فیلمنامه) به شدت مضامین فیلمنامه‌ها را کنترل می‌کرد و اجازه طرح بسیاری از موضوعات در فیلمنامه‌ها و تبدیل آنها به فیلم را نمی‌داد همچنین شورای کمیسیون فیلمنامه در قالب دفترچه‌هایی که به تهیه‌کنندگان می‌داد نحوه پدیدار شدن کاراکترهای زن در فیلم‌ها را تعریف و مشخص می‌کرد. به دنبال فضای باز سیاسی در دوره اصلاحات اقدامات قابل توجهی در حوزه مدیریت جدید سینمایی کشور صورت گرفت و برخی از مراحل اداری و کاغذ بازی حاکم بر روند تولید فیلم حذف شد. «کمیسیون فیلمنامه و شورای تصویب فیلمنامه که پیش از آن به عنوان گلوگاه در مسیر تولید، وظیفه تصویب فیلمنامه را به عهده داشت منحل شد و به جای آن شورای دیگری پدید آمد که تنها در صورتی که کارگردان و تهیه‌کننده فیلمنامه را برای دریافت پروانه ساخت ارائه دهند، این شورا با خواندن فیلمنامه و درجه‌بندی آن، میزان حمایت دولتی از پروژه مورد بحث را تعیین خواهد کرد.» (طالبی‌نژاد، ۱۳۷۷: ۲۰۲).

به این ترتیب بورس فیلمنامه که طی هیجده سال پیش از آن جریان داشت و عملاً فیلمنامه را به عنوان عنصر طلایی تولید یک فیلم تبدیل به کالایی مادی کرده بود از بین رفت. «اقدام دیگر معاونت سینمایی وزارت ارشاد، حذف مراحل غیرضروری دیگر از جمله ارائه عکس گریم آزمایشی، ارائه فهرست کامل عوامل تولید طبق دفترچه و مواردی از این قبیل بود که عملاً می‌توانست باعث تسریع در راه‌اندازی یک پروژه سینمایی شود. تنها عنوان فیلمنامه بررسی می‌شد و اجازه ساخت به کارگردان داده می‌شد ولی در صورت عدول از خطوط قرمز فیلم اجازه اکران نمی‌یافت ولی با این حال بخش بین‌المللی بنیاد فارابی اجازه می‌داد تا فیلم به جشنواره‌های خارجی ارسال شود.» (طالبی نژاد، ۱۳۷۷: ۲۰۳). سؤالی که این پژوهش درصدد پاسخ دادن به آن است این است که با توجه به تفاوت سیاست‌های فرهنگی در دو دوره قبل و بعد از خرداد ۷۶، بازنمایی زنان در سینمای این دو دوره دارای چه تفاوت‌هایی در مضامین و محتوا می‌باشد؟ به عبارت دیگر آیا می‌توان در این دو دوره دو ژانر متفاوت از بازنمایی زن در سینمای ایران را مطرح کرد؟ و بالاخره اینکه این ژانرها دارای چه ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی هستند؟ در پایان لازم است توضیح دهیم که تحقیق حاضر در حوزه جامعه‌شناسی هنر و سینما قرار می‌گیرد. این حوزه به لحاظ مطالعات میدانی و تجربی در ایران مهجور مانده است و نظریه‌ها و مباحثی که عموماً در محافل درسی جامعه‌شناسی هنر و سینما مورد استفاده قرار می‌گیرند فاقد نمونه‌های تجربی بومی است. از این جهت اهمیت تحقیق حاضر در این است که نمونه‌ای بومی را از مطالعات تجربی و کاربرد نظریه‌های جامعه‌شناسی هنر و سینما فراهم آورده است. در قسمت بعدی با اشاره به رویکرد بازتاب در جامعه‌شناسی هنر و رویکرد فمینیستی رسانه‌ها در مورد مسائل زنان، به سمت کاربرد این دو رویکرد در تحلیل سینمای ایران و تغییرات نقش زن در آن حرکت می‌نماییم.

چهارچوب نظری: ارزیابی نظری تغییرات نقش زن در سینما

۱- رویکرد بازتاب

در این رویکرد اعتقاد بر این است که هنر حاوی اطلاعاتی دربارهٔ جامعه است. مثلاً اگر علاقه‌مند به مطالعهٔ وضعیت اقلیت‌های قومی در جامعه باشیم با تماشای فیلم‌های تلویزیونی از نحوهٔ بازنمایی گروه‌های اقلیتی اطلاع خواهیم یافت. رویکرد بازتاب مبتنی بر این فرضیه است که هنر آیینی جامعه است.

همان طور که ویکتوریا الکساندر می‌گوید: «نمایش جنایت در تلویزیون نژادپرستی را بازتاب می‌نماید» (۲۰۰۳: ۲۱). این رویکرد دارای پیشینهٔ طولانی در جامعه‌شناسی است و با تمرکز بر نگاه جامعه‌شناختی به هنر، به مطالعه و آموختن دربارهٔ جامعه می‌پردازد.

در زمینهٔ رویکرد بازتاب از پنج استراتژی تحقیقاتی می‌توان سخن گفت. این استراتژی‌ها عبارتند از تحلیل تفسیری، تحلیل محتوا، نشانه‌شناسی ساختاری، درک مناسک آیینی، و روش‌های ترکیبی (به نقل از الکساندر، ۲۰۰۳).

در تحلیل تفسیری محقق به بررسی دقیق شماری از آثار هنری می‌پردازد تا معانی آنها را استخراج کند و از این طریق نشان دهد که عناصری در این آثار بازتاب جنبه‌هایی از جامعه می‌باشند. به عنوان مثال «هلسینگر (۱۹۹۴) به مطالعهٔ نقوش برجستهٔ نقاش بزرگ انگلیسی جی. ام. دبلیو. ترنر در دهه‌های ۱۸۲۰ و ۱۸۳۰ پرداخته است که جنبه‌هایی از هویت ملی انگلیس را بازتاب می‌دهد» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۴).

تصاویر نقوش برجسته صحنه‌های زیبایی از انگلستان را نشان می‌دادند که یک جهانگرد واقعی می‌توانست در حین مسافرت آنها را مشاهده کنند زمانی که «ترنر» این نماهای زیبا را خلق کرد انگلستان اساساً در دوران بی‌ثباتی به سر می‌برد. کارگران بی‌کار در سراسر کشور پرسه می‌زدند و در میان طبقات بالا و متوسط ترس ناشی از خشونت تودهٔ مردم قوت یافته بود. مناظر نقاشی شدهٔ «ترنر» این روابط طبقاتی بی‌ثبات را به شیوه‌های متعدد بازتاب می‌دهد و خصوصاً از طریق مطالعه چهره‌های پیش‌زمینهٔ تصاویر می‌توان این امر را مشاهده کرد.

روش تحلیل محتوی به محققانی که از رویکرد بازتاب استفاده می‌نمایند کمک می‌کند که تغییرات را در طول زمان دنبال نمایند. از جمله لاونتال (۱۹۶۱) در آمریکا مطالعه‌ای را در مورد «تصاویر عامه» در دو مجلهٔ

عامه‌پسند انجام داد. او به مطالعه مجلات از ۱۹۰۱ تا ۱۹۴۱ پرداخت تا دگرگونی در موضوعات ستون زندگی نامه‌ها در مجلات را ثبت کند.

«لاونتال استدلال می‌کند که زندگی نامه‌ها قهرمانان جامعه را ستایش می‌کنند و نشان می‌دهند قبل از جنگ جهانی اول، قهرمانان ستون زندگینامه‌های مجلات، حرفه‌های مهم و جدی داشتند و به تعبیر او «بت‌های تولید» یعنی مدیران صنایع، سیاستمداران و هنرمندان جدی بودند. زندگینامه‌های آنها رویای آمریکایی را بازتاب می‌کنند یعنی اعتماد بی‌وقفه به اینکه فرصت برای هر فردی مهیا است. این رؤیا مضمون اصلی زندگی‌نامه‌ها را تشکیل می‌داد.» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۵)

«بعد از جنگ جهانی اول، قهرمانان متفاوت شدند. به تعبیر لاونتال آنها تبدیل به «بت‌های مصرف» شدند، یعنی افرادی از حوزه‌های سرگرمی بودند مثل چهره‌های ورزشی، هنرپیشه‌های سینما و افرادی با سابقه کم و بیش معمولی و حرفه‌ای و شخصی خاص که ما را به مصرف رهنمون می‌شوند.» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۵).

بیوگرافی‌های جدید بازتاب این پیام است که فرد مدرن دیگر به عنوان مرکز انرژی‌ها، توانایی‌ها و کنش‌های شکل دهنده به دنیای بیرون ظاهر نمی‌شود و دیگر منبع بی‌پایانی از ابتکار و عمل نیست و واحدی سازنده تلقی نمی‌شود که سعادت آیندگان و پیشرفت بشری وابسته به او باشد. به جای فردی به اصطلاح عرضه کننده و مولد ما با فردی خریدار و مصرف‌کننده مواجه هستیم. این قهرمانان جدید بازتاب افرادی هستند که با حرص و ولع میل به تصاحب دارند.

با استفاده از نشانه‌شناسی ساختاری نیز می‌توان به بررسی تغییرات در طول زمان پرداخت. کاری که «رایت» (۱۹۷۵) انجام داد. او به بررسی آمریکایی‌ترین ژانر سینما یعنی ژانر وسترن پرداخت و فیلم‌هایی را که در ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۲ از لحاظ مالی موفقیت‌آمیز بودند، بررسی نمود.

«او استدلال می‌کند که سودآوری و موفقیت مالی فیلم‌های وسترن بر جاذبه و استقبال عمومی از این فیلم‌ها دلالت دارد که آن نیز نشان‌دهنده این است که {این فیلم‌ها} طنین و انعکاسی از جامعه است. برخلاف لاونتال که معتقد بود معنی هنر در ظاهر آن (محتوای آشکار) می‌باشد رایت معتقد بود که معنای هنر پنهان است

(محتوای پنهان) و از طریق تکنیک‌های تحلیل محتوای ساختاری می‌توان آنرا کشف و برملا ساخت» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۶).

«در روش رایت معنی داستان را می‌توان با نگاه به تقابل‌های موجود در داستان بدست آورد. کار تحلیل‌گر این است که با رمزگشایی تقابل‌ها، ساختار داستان را کشف کند. ساختارهای اسطوره‌ای اطلاعات زیادی دربارهٔ جامعه به ما می‌دهند. برای مثال تقابل‌های تبلور یافته در اسطوره نشان‌دهندهٔ منشأ تضادها و تناقض‌های جامعه هستند. اسطوره‌ها امکان راه‌حل آیینی برای تضادها را فراهم می‌کنند.» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۶).

رایت چهار نوع مجزا از اسطورهٔ وسترن را شناسایی می‌کند که عبارتند از: «گونهٔ کلاسیک، گونهٔ با مضمون انتقالی، گونهٔ انتقامجویانه و گونهٔ حرفه‌ای و هریک از این چهار نوع را با یک دورهٔ تاریخی خاص مطابقت می‌دهد.» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۷).

«رایت هر کدام از این گونه‌ها را به ساختار اجتماعی حاکم بر جامعهٔ آمریکا در هر دوره نسبت می‌دهد. او خصوصاً نشان می‌دهد که چگونه ساختار روایی اولیه یعنی گونهٔ کلاسیک بازتاب جامعهٔ سرمایه‌داری بازار و ایدئولوژی آن (تأکید بر فردیت) می‌باشد.» (الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۷)، در حالی که ساختار آخر یعنی گونهٔ حرفه‌ای، آیین «سرمایه‌داری مشارکتی» می‌باشد (با تأکید بر کار گروهی). دو ساختار میانی در گونه‌های وسترن آیین جامعه در حال گذار آمریکا از سرمایه‌داری بازار به سوی نظام مشارکتی می‌باشد. رایت با این مطالعه روند تغییر در سرمایه‌داری در آمریکا را از روی فیلم‌های وسترن بررسی کرد.

استراتژی درک مراسم آیینی توسط گافمن (۱۹۷۹) به کار رفت. وی برای درک جامعهٔ معاصر در مطالعهٔ مشهور خود تحت عنوان «تبلیغات جنسیتی» به بررسی تبلیغات بازرگانی پرداخت. «تبلیغات بازرگانی برای اینکه معانی خود را آشکار کنند عناصری از مناسک آیینی شناخته شده دربارهٔ زندگی روزمره را در خود دارند. موقعیتی که در آن مناسک شواهدی از یک هنرپیشه در یک گروه را نشان می‌دهند، نشان‌دهندهٔ وقایعی است که دربارهٔ او در موقعیت اجتماعی اتفاق می‌افتد. بنابراین آیین‌ها و مناسک نشان‌دهندهٔ روابط ساختاری یا سلسله مراتب

موجود بین مردم هستند تصاویر تبلیغاتی گونه‌ای از بازنمایی طراحی شده از آیین‌ها و مناسک هستند. بنابراین موقعیت‌های "آیینی شده مجازی" هستند. «(الکساندر، ۲۰۰۳: ۲۸).

گافمن برای نشان دادن روابط ساختاری بین زن و مرد هزاران تبلیغ را بررسی کرده است. وی «موقعیت زبردست بودن زن را برحسب انواع نمایش‌ها در تبلیغات نشان داد و دریافت که زنان در تبلیغات تابع و زبردست مردان هستند» (همان). به عنوان مثال وی نشان داد که «در تبلیغات برحسب قد، افراد بلند قد دارای اقتدار بیشتری هستند. هرچند این امر واقعیت دارد که مردان به طور متوسط بلند قدتر از زنان هستند، با این حال این تفاوت جسمانی تنها معیار نشان دادن مرد در تبلیغات نیست به بیان دقیق تر تبلیغات برای القای یک معنای خاص ساخته می‌شود» (گافمن به نقل از الکساندر، ۲۰۰۳: ۳۲). از نظر گافمن تبلیغات چی‌ها می‌توانند زنان را نیز بلند قدتر از مردان نشان دهند، ولی این امر صورت نمی‌گیرد. علاوه بر این در تبلیغات با نشان دادن بلندی سر مردان بیشتر از حد واقعی، اقتدار مردان القاء می‌شود.

بالاخره، استفاده ترکیبی از انواع روش‌ها در مطالعه‌ای واحد می‌تواند نتیجه نهایی را قوت ببخشد. رویکرد بازتاب ادبیات گسترده‌ای را در بر می‌گیرد که در قالب جامعه‌شناسی هنر می‌گنجد و دارای فرضیه‌ای مشترک است مبنی بر اینکه هنر آئینه‌ای است که جامعه را بازتاب می‌کند.

رویکرد بازتاب برای بررسی میزان انطباق محتوای پیام‌های رسانه‌ای (فیلم، تلویزیون و . . .) با آنچه در واقعیت اجتماعی می‌گذرد، رویکردی مناسب به نظر می‌رسد و معتقد است آنچه هنر و دیگر رسانه نمایش می‌دهند بازتابی از شرایط اجتماعی است.

روش‌های پنج‌گانه مذکور در این رویکرد می‌تواند مورد استفاده پژوهشگران برای بررسی رابطه پیام‌های آثار هنری و جامعه قرار گیرد. در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. ضمناً از مطالعه "رایت" در ژانرشناسی سینمای زن نیز کمک گرفته‌ایم.

از آنجا که تحلیل محتوای فیلم های مورد نظر برای بررسی تغییرات بازنمایی نقش زن در دو دوره مختلف بوده است، لازم است علاوه بر تئوری بازتاب از رویکرد فمینیستی به فیلم هم استفاده شود. به همین دلیل در این قسمت به طور خلاصه به این رویکرد اشاره می شود.

۲- رویکرد فمینیسم به سینما

دیدگاه‌های فمینیستی در رسانه‌ها به طور کلی به نقد نحوه بازنمایی زنان به شیوه‌ای جنسی، ناعادلانه و استثمار در فرهنگ عمومی و رسانه‌های جمعی می‌پردازند. فمینیست‌ها معتقدند در فرهنگ توده‌ای امروز به طور کلی زنان به عنوان اُبژه یا موجوداتی حاشیه‌ای و ابزاری بازنمایی می‌شوند. «تاکن با مطرح کردن "فنا‌ی نمادین زنان" به عدم توجه تولید فرهنگی و باز تولید رسانه‌ای به زنان و در نتیجه در حاشیه قرار گرفتن و ناچیز شمردن زنان و منافع آنها اشاره می‌کند. از نظر او زنان یا در عرصه اجتماعی حضور ندارند و یا به صورت طبقه‌ای نشان داده می‌شوند که بر پایه جذابیت جنسی و انجام وظایف خانگی شکل گرفته‌اند» (استریناتی، ۱۳۷۹: ۲۴۲). تصویر فرهنگی زنان در رسانه‌های جمعی از نظر فمینیست‌ها در جهت حمایت و تداوم تقسیم کار جنسی و تقویت مفاهیم پذیرفته شده درباره زنانگی و مردانگی به کار می‌رود. «رسانه‌ها با امحای نمادین زنان به ما می‌گویند که زنان باید در نقش همسر، مادر و کدبانو ظاهر شوند و در یک جامعه پدرسالاری سرنوشت زنان جز این نیست» (استریناتی، ۱۳۷۹: ۲۴۴)

ون زونن که به بررسی و تحلیل محتوای سریال تلویزیونی آمریکایی دالاس پرداخته است معتقد است: «تحلیل محتواهای بسیاری نشان داده‌اند که زنان به ندرت در رسانه‌های جمعی ظاهر می‌شوند. و اگر هم ظاهر شوند در نقش‌های همسری، مادر، دختر، نامزد و یا قالب مشاغل سنتی زنانه مثل: معلم، منشی و پرستار می‌باشد و چندان تحصیلاتی ندارند. اعتقاد عمومی بر این است که رسانه‌های جمعی قالب‌های جنسی را تقویت می‌کنند زیرا منعکس کننده ارزش‌های اجتماعی حاکم هستند و دلیل دیگر اینکه تولیدکننده‌ها در رسانه‌ها مرد هستند» (ون زونن، ۱۹۹۱: ۳۶).

رسانه‌ها در نقش مولد فرهنگ توده‌ای ارزش‌های مسلط در جامعه را در سطح فرهنگ بازتاب می‌دهند. بنابراین رسانه‌ها نیز به سبک جامعه به طور کلی زنان را تحقیر و یا نقش آنها را تقلیل می‌دهند و در واقع وضعیت زنان را نمایش نمی‌دهند، بلکه کلیشه و تصورات قالبی را در مورد زنان بازنمایی می‌کنند. تاکن با بررسی برنامه‌های تلویزیونی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۷۰ در آمریکا به این نتیجه می‌رسد که فنای نمادین در تبلیغات، تلویزیون و مطبوعات آمریکا هم صحت دارد. او می‌گوید: «زنان در آمریکا ۵۱ درصد جمعیت و ۴۰ درصد نیروی کار آن کشور را تشکیل می‌دهند اما رسانه‌ها آنها را به صورت انسانهایی حاشیه‌ای، خانه‌نشین و منفعل و از نظر سمبلیک غائب قلمداد می‌کنند. زنان به طور چشمگیری در تلویزیون غائب هستند و مردان تمام برنامه‌ها را قبضه کرده‌اند. مردان پزشک هستند، زنان پرستار، مردان وکیل هستند، زنان منشی، مردان در شرکت‌های بزرگ کار می‌کنند و زنان در بوتیک‌های لباس» (استریناتی، ۱۳۷۹: ۲۴۴).

بنابراین از دیدگاه فمینیست‌ها رسانه‌ها وضعیت واقعی زنان در جامعه را نشان نمی‌دهند، بلکه تصاویری تحریف شده و نادرست از آنها را ارائه می‌دهند. غالباً در رسانه‌ها مردان انسانهایی عاقل، نیرومند، کارآمد و مرجع قدرت تصویر می‌شوند و در مقابل زنان انسان‌هایی احساسی، منفعل، وابسته و ضعیف‌اند. بنابراین مردان و زنان در رسانه‌های جمعی به صورتی بازنمایی شده‌اند که با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی که در جهت بازسازی نقش‌های جنسی سنتی به کار می‌رود، سازگاری دارند.

تئوری فمینیستی فیلم بدنبال فیلمی است که تفاوت‌های جنسیتی را از دیدگاه زنان به نمایش گذاشته و نیز نوعی بررسی انتقادی در زمینه رابطه نامتوازن قدرت بین زن و مرد را نشان می‌دهد. این تعریف متضمن این نکته است که هر فیلمی که ساخته یک زن باشد، الزاماً فمینیستی نیست و فیلم‌های متعددی وجود دارند که ساخته مردان است ولی در این مقوله قرار می‌گیرند. امروزه هیچ بحثی درباره فیلم نمی‌تواند به نظریه فمینیستی فیلم که از آغاز دهه ۱۹۷۰ با قدرت مطالعات فیلم را تحت تأثیر قرار داده و با موضوع بازنمایی جنسیت آغاز شد بی‌توجه بماند.

در رابطه با سینمای فمینیستی آنک اسمیلیک در کتاب "آیینۀ شکسته" می‌گوید: «در قالب این نظریه سؤالات زیر مطرح و بررسی می‌شود: فیلمسازان فمینیستی چگونه در فیلم‌های خود نوعی تفاوت را نشان می‌دهند؛ آنها چگونه انگاره‌ها، روایت و تصاویر را به گونه‌ای مثبت و به نفع جنس خاصی تغییر می‌دهند؛ آنها چگونه بیننده را به عنوان یک زن می‌سازند و بر آن تأکید می‌کنند.» (اسمیلیک، ۲۰۰۰: ۴۸) تئوری فمینیستی فیلم در واکنش به سینمای هالیوود شکل گرفت. استدلال اصلی فمینیست‌ها در این زمینه این است که سینمای غرب و به ویژه سینمای تجاری هالیوود نگاه مردانه نسبت به مسائل را باز تولید می‌کند.

در رابطه با تئوری‌های فمینیستی کسانی چون جانستن و مالوی که معتقدند سینما نوعی نظربازی جنسی و لذت بصری ایجاد می‌کند، باید گفت موضوع در مورد سینمای ایران بعد از انقلاب، به واسطهٔ پیدایش حجاب، جلوگیری از نمایش صرف زن بی‌حجاب و فریب‌خورده، عدم کلوزآپ روی صورت زنان و محدودیت‌های دیگر همچون عدم تصویربرداری از نگاه مستقیم زن و تأکید بر زیبایی چهره و نیز جلوگیری از تماس‌های فیزیکی و نگاه‌های عاشقانه قضیه تا حدی متفاوت است.

در زمینهٔ نظریهٔ "نگاه خیره" که فمینیست‌های روانکاو در فیلم مطرح می‌کنند باید گفت به خاطر دستورالعمل‌های پوشش مخاطبان فیلم دیگر اجازه ندارند تا شاهد لحظات خصوصی خانوادگی در فیلم‌ها و تماس‌های فیزیکی باشند و بدین ترتیب فضای خصوصی منزل در فیلم تبدیل به فضای عمومی می‌شود و اصول نجابت بر آن مستولی است و گاهی این امر دچار نوعی پارادوکس و غیر واقعی نمودن فیلم‌ها می‌شود.

در عین حال می‌توان اصول کلی نظریهٔ فمینیسم را در سینمای ایران برای نقد و تحلیل فیلم‌ها به کار گرفت یعنی نکاتی که فمینیست‌ها معتقدند رسانه‌ها زنان را منفعل و در حاشیه نگه می‌دارند و زندگی واقعی زنان را نمایش نمی‌دهند.

بنابراین در مقاله حاضر با استفاده از رویکرد بازتاب در جامعه‌شناسی هنر و رویکرد فمینیستی فیلم به بررسی و مقایسه فیلم‌های ایرانی با محوریت نقش زن در دو دوره قبل و بعد از خرداد ۱۳۷۶ می‌پردازیم. رویکرد نظری اول به تبیین رابطه میان تغییرات نقش زن در فیلم‌ها با تغییرات اجتماعی کمک می‌کند و رویکرد نظری دوم

به تبیین تغییرات فرهنگی حاصل شده در فیلم‌ها نسبت به نقش زنان در دو دوره مورد بررسی یاری می‌رساند.

پیشینه تجربی موضوع

تحقیقات خارجی زیادی در مورد بازنمایی نقش زنان در رسانه‌ها بعمل آمده است. دو نمونه از این تحقیقات در این جا ذکر می‌شود.

«جی. بوفکین» در تحقیقی تحت عنوان «بازنمایی اقلیت‌های نژادی - قومی و زنان در فیلم‌های مدرن» انجام داده است. نویسنده با استفاده از تئوری‌های فمینیستی فیلم به بررسی و تحلیل محتوای بازنمایی زنان و اقلیت‌های قومی - نژادی در فیلم‌های مدرن هالیوود پرداخته است. محقق با استفاده از روش تحلیل محتوا به بررسی ۵۰ فیلم عامه‌پسند در سال ۱۹۹۶ برحسب ترکیب جامعه شناختی هنرپیشه‌های زن و مرد نقش اول در فیلم‌ها پرداخته است. هدف او اندازه‌گیری میزان حضور مؤلفه‌های نژاد و زنانگی در فیلم‌ها و ارزیابی بازنمایی شخصیت‌ها از طریق تحلیل مشارکت نیروی کار، نقش‌های جنسی در مشاغل، پرستیژ شغلی و جنسیت بود. وی دریافت که در این فیلم‌ها به زنان و اقلیت‌های قومی - نژادی نقش‌های پایین مرتبه داده شده است که بازنمایی کلیشه‌ها و «تصورات قالبی» اجتماعی است. به اعتقاد او «این نوع تصاویر و انگاره‌ها عوامل مهمی در «ساخت اجتماعی واقعیت» در میان افراد جامعه محسوب می‌شوند و به نوعی باعث افزایش تبعیض جنسی و نژادی در مقیاس وسیع‌تر می‌شوند». یافته‌ها همچنین نشان داد که اگرچه تصاویر اقلیت‌ها در مقایسه با مطالعات قبلی ارتقاء یافته و مثبت‌تر شده است، اما هنوز موقعیت زنان سینمای هالیوود و نقش آنان در حاشیه نقش‌های کلیدی بازنمایی می‌شود و هنوز تصاویر ارائه شده از زنان و اقلیت‌ها تحت تأثیر تصورات قالبی و سنن موجود در اجتماع است. (بوفکین، ۲۰۰۳).

ون زونن در کتاب خود (۲۰۰۳) به تحقیقی اشاره می‌کند که در سال ۱۹۷۱ در آمریکا و به روش تحلیل محتوا بر روی آگهی‌های تجاری انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنان در مشاغل محدود تری نسبت به مردان به نمایش درآمده بودند در حالی که اکثریت آنها در نقش‌های خانوادگی ظاهر شده بودند. همچنین

بیشتر آگهی هایی که زنان در آنها ظاهر شده بودند مربوط به وسایل آشپزخانه و حمام و همچنین لوازم آرایشی و بهداشتی بوده است، در حالی که مردان در موقعیت هایی با پایگاه اجتماعی بالاتر و در حال خرید اجناس گرانقیمتی چون ماشین به نمایش در آمده اند.

ون زونن (۲۰۰۳: ۷۱) اشاره می کند که تحقیقات دیگری برای بررسی تغییرات به عمل آمد و نتایج آنها نشان دهنده آغاز تغییرات در شیوه های نمایش زنان و مردان در تبلیغات بوده است. اما وجه غالب در تحقیقات پی گیری، کماکان مانند نمونه گفته شده بوده است.

در میان تحقیقات داخلی تعدادی پایان نامه کارشناسی ارشد وجود دارد که به موضوع بازنمایی زنان در سینما پرداخته اند.

الهام جمعدار در سال ۱۳۷۳ در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «تحلیل سیمای زن در سینمای پس از انقلاب» به تحلیل محتوای شخصیت زن در سریال های خانوادگی و اجتماعی پس از انقلاب تا سال ۱۳۷۲ پرداخته است. نویسنده معتقد است: «مشکل اصلی زن در سینمای ایران ناشی از مخدوش بودن و قالبی بودن تصویر زن در جامعه و بازنمایی آن در سینما است به گونه ای که در فیلم ها زنان غالباً انسان هایی احساساتی و فاقد تفکر تصویر شده اند و این تصاویر منفی و کلیشه ای متأثر از انگاره های فرهنگی است.

«هلن همتی» در پایان نامه ای با عنوان «بازنمایی مشاغل زن در سینمای ایران» به بررسی و تحلیل محتوای نقش های اشتغال زنان در سینمای ایران در ۱۳۰۹ تا بعد از انقلاب در ۵ مرحله پرداخته است. نویسنده با تحلیل محتوای فیلم ها و مطالعات اسنادی به نتایجی درباره فیلم های این دوره رسیده که می توان آنها را به شکل زیر خلاصه کرد. در دوره اول (۱۳۱۶-۱۳۰۹) از زنان برای ترویج کشف حجاب در فیلم ها استفاده می شد. در دوره دوم (۱۳۳۸-۱۳۲۷) مشاغل زنان بیشتر خوانندگی کافه و کاباره، نظافتچی، مستخدم، کلفت و رقاصگی بود. در دوره سوم (۱۳۴۸-۱۳۳۹) زنان فیلم ها پرسوناژهایی آسیب دیده، روسپی، کاباره گرد، خیابانی، جیب بر، قاچاقچی و روستایی فریب خورده بودند.

دوره چهارم (۱۳۵۷-۱۳۴۹) دوره ظهور موج نو در سینمای ایران است که نقش آن در حذف زنان مهم است. این فیلم‌ها شخصیت کنش‌مند را از زن گرفته و آن را در حد بهانه و دستاویز نزاع‌های فیلم با ضد قهرمان استفاده می‌کنند این فیلم‌ها چهره‌های مظلوم و عاجز از زن ایرانی عرضه می‌کنند. زنانی خانه‌نشین که چشم‌هایشان خیره به در خانه است.

در دوره پنجم (۱۳۷۵-۱۳۵۸) با افت قابل توجه تعداد شخصیت‌های زن شاغل مواجه هستیم. همچنین مشاهده می‌شود که زنان آسیب‌دیده اجتماعی (رقاصه، خواننده و روسپی) از فیلم‌ها حذف می‌شوند. البته نویسنده خاطرنشان می‌کند با خاتمه جنگ و شروع یک سینمای شبه نئورئالیستی در ایران زنان کم‌کم نقش‌های واقعی خود را می‌یابند ولی باز هم در این فیلم‌ها زنان در حاشیه نقش‌های مردانه قرار دارند، یعنی بیشتر منفعل، حاشیه‌نشین و دارای نقش‌های خانگی هستند.

اعظم راودراد در پژوهشی تحت عنوان «تغییرات نقش زن در جامعه و تلویزیون» با استفاده از تحلیل محتوا و رویکرد جامعه‌شناختی هنر و سینما به بررسی سریال‌های ایرانی ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸ پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داده است که محصولات هنری و فیلم بازتابی از شرایط اجتماعی معاصر خود می‌باشند. به این ترتیب که تغییرات قابل مشاهده در آمار سرشماری یک دهه در سریال‌های نمایش داده شده در طول دهه قابل مشاهده بوده است. اما تفاوت تغییرات نمایش داده شده در سریال‌ها با آمار واقعی نشان دهنده این است که اگرچه تغییرات در سریال‌ها قابل ردیابی هستند ولی بازتاب میزان و مقدار تغییرات نقش زن در تلویزیون، در این دوره به نفع نمایش بیشتر زنان در نقش‌های شغلی و تحصیلی از واقعیت متفاوت بوده است (راودراد، ۱۳۸۰). این یافته نشان می‌دهد که اگر چه سریال‌ها بازتاب وضعیت زنان در جامعه بوده‌اند، در چگونگی نمایش آن دخالت کرده و تغییرات را به صورتی اغراق‌آمیز نشان داده‌اند.

با توجه به تحقیقات ذکر شده در این قسمت می‌توان به نوآوری تحقیق حاضر اشاره کرد که عبارت است از مقایسه بازنمایی زنان در سینمای قبل و بعد از دوم خرداد. این کاری است که در تحقیقات پیشین صورت

نگرفته است. در پایان نیز تفاوت و تغییرات میان بازنمایی زنان در سینمای این دو دوره را در قالب ژانرشناسی در دو گونه، دسته‌بندی می‌کنیم.

کاربرد رویکرد روش‌شناسی تحلیل اسنادی

روش تحقیق اسنادی است که در آن فیلم‌ها به عنوان سند مورد بررسی قرار می‌گیرند و تکنیک مورد استفاده برای مطالعه فیلم‌ها نیز تحلیل محتوای کمی است. در این بخش با آوردن داده‌های آماری، تغییر در سینمای زن و ویژگی‌های آن را در دو دوره مورد بررسی در قالب جدول‌هایی نشان می‌دهیم. فرضیه اصلی ما در این تحقیق این است که "تفاوت معناداری بین بازنمایی زن در سینمای بعد از دوم خرداد و سینمای قبل از آن وجود دارد".

جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش شامل فیلم‌هایی می‌شد که به لحاظ فروش رتبه اول و دوم هر سال را داشت و نقش اصلی به یک زن واگذار شده بود. این مطالعه دو دوره زمانی ۱۳۷۰-۷۵ و ۱۳۷۶-۸۱ را در بر می‌گیرد. فیلم‌هایی که دو شرط بالا را کسب کرده بودند در مجموع شامل ۱۶ فیلم می‌شد که همه آنها را مورد مطالعه قرار دادیم.

اما، عناوین فیلم‌های مورد مطالعه و به تفکیک دوره به شرح زیر است:

الف- دوره اول شامل فیلم‌های: عروس - روسری آبی - هنرپیشه - می‌خواهم زنده بمانم - نرگس - خواهران

غریب - همسر- لیلا

ب- دوره دوم شامل فیلم‌های: قرمز- آواز قو- دو زن - شام آخر- شوکران - سگ‌کشی - عینک دودی - من ترانه

۱۵ سال دارم.

متغیرها و تعریف آنها

زنان نقش اصلی در فیلم: منظور از زنان دارای نقش اصلی در فیلم، زنانی است که داستان فیلم حول کنش‌های آنها روایت می‌شود و حذف آنها باعث خدشه به روایت فیلم می‌شود. برای تشخیص این تعداد به فیلم نامه‌ها مراجعه شده است که در ابتدای آنها زنان نقش اصلی در فیلم آورده شده است.

موقعیت شغلی در فیلم: شامل دو متغیر شاغل و خانه‌دار می‌شود.

نوع شغل زنان نقش اصلی در فیلم: شامل طبقه بندی ۷ گانه زیر می‌شود: پرستار- خبرنگار- استاد دانشگاه - وکیل - کارمند - دانشجو و آزاد. نوع مشاغل را با توجه به مشاهده فیلم‌های دو دوره آورده‌ایم. موقعیت تحصیلی زنان در فیلم: شامل دو متغیر تحصیل کرده و بی‌سواد می‌شود.

میزان تحصیلات زنان در فیلم: شامل تقسیم‌بندی شش‌گانه ابتدایی - دیپلم - فوق دیپلم - لیسانس - فوق لیسانس - دکتری می‌شود.

سن زنان در فیلم: شامل تقسیم‌بندی ۴ گانه: زیر ۱۵ سال، ۱۶ تا ۳۰ سال، ۳۱ تا ۴۵ سال و ۴۶ سال و بیشتر می‌شود.

پوشش زنان در فیلم: شامل سه متغیر چادر، مانتو و هر دو می‌شود. گزینه هر دو مربوط به زنان نقش اصلی است که در طول فیلم چادری و بدون چادر می‌باشند.

طبقه اجتماعی زن در فیلم: شامل سه متغیر فقیر، متوسط و ثروتمند (مرفه) می‌شود. موضوع دیالوگ‌های زنان در فیلم: کلیه محتوای دیالوگ‌های شخصیت‌های نقش اصلی زن براساس تقسیم‌بندی پنج‌گانه ذیل کدگذاری شده است:

الف- موضوعات شخصی و خانوادگی: مقصود دیالوگ‌های مربوط به بیان حالات شخصی فرد، ویژگی‌ها و زندگی فردی و یا امور مربوط به زندگی خانوادگی مثل زندگی زناشویی، بچه‌داری، ویژگی‌های شوهر و غیره است.

ب- موضوعات اجتماعی: مقصود استفاده از دیالوگ‌های مربوط به کارکردن در بیرون از خانه، اشتغال و ارتباطات اجتماعی است.

ج- موضوعات سیاسی: مقصود دیالوگ‌های مربوط به انتقاد از وضع موجود، شرکت در فعالیتهای سیاسی، مشاجره با پلیس و غیره است.

د- موضوعات اقتصادی: مقصود استفاده از جملاتی درباره وضعیت قیمتها، گرانی، هزینه مسکن و زندگی و غیره می‌باشد.

ه- موضوعات علمی-آموزشی: مقصود استفاده از عبارات و دیالوگ‌های مربوط به دانشگاه، درس، سخنرانی و غیره است.

زمان حضور نقش اول زن در فیلم: در این متغیر مقصود از نقش اول زن، کاراکتر زنی است که بیشترین حضور و نقش را در روایت فیلم برعهده دارد و موضوع فیلم حول شخصیت او قرار دارد در اینجا برای هر فیلم یک نقش اول در نظر گرفته شده است که جمعاً ۱۶ نقش اول زن در ۱۶ فیلم وجود دارند. نقش اول زن در فیلم در ابتدای فیلمنامه نیز ذکر شده است.

زمان حضور نیز در اینجا برحسب دقیقه محاسبه شده است و سپس با توجه به زمان کل فیلم به درصد تبدیل شده است. و به متغیرهای جزئی تری چون زمان حضور نقش اول زن فیلم در داخل خانه و زمان حضور نقش اول زن فیلم در بیرون از خانه تقسیم شده است.

یافته های تحقیق: ویژگیهای سینمای زن

در این قسمت برای نشان دادن تغییر در درونمایه و مضامین اصلی بازنمایی زن در فیلم‌های دوره‌های قبل و بعد از ۱۳۷۶، با استفاده از مقوله‌های تعریف شده در دستورالعمل کدگذاری، به تحلیل فیلم‌ها می‌پردازیم. در پایان تحلیل یافته‌ها برای شناخت بیشتر از ویژگی‌های سینمای زن در دوره‌های مورد بررسی، به مقایسه مؤلفه‌های تشکیل دهنده هر دو دوره اشاره می‌کنیم و آنها را در قالب دو گونه یا ژانر بیان می‌کنیم.

از مجموع ۳۸ زنی که در این فیلم‌ها دارای نقش اصلی بودند، در دوره قبل از سال ۷۶ در هشت فیلم مورد بررسی ۱۵ زن (۳۹/۵٪) دارای نقش اصلی بودند و در دوره بعد از سال ۷۶ این تعداد به ۲۳ نفر (۶۰/۵٪) افزایش

می‌یابد. بنابراین در دوره بعد از سال ۷۶ در مقایسه با دوره قبل از آن زنان حضور فعالتری در ایفای نقش اصلی فیلم‌ها داشته‌اند.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی زنان شاغل و بیکار در فیلم‌های مورد بررسی

جمع	خانه‌دار	شاغل	موقعیت شغلی زن در فیلم	
			دوره مورد بررسی	
۱۵	۱۰	۵	فراوانی	قبل از سال ۷۶
۱۰۰	۶/۶۶	۳/۳۳	درصد	
۲۳	۳	۲۰	فراوانی	بعد از سال ۷۶
۱۰۰	۰۴/۱۳	۹/۸۶	درصد	
۳۸	جمع			

$$Chi-square = ۰.۱۱۹۹ = .Sig. .۰۰۱$$

جدول شماره ۱ فراوانی و درصد فراوانی زنان شاغل و خانه دار را در فیلم‌های مورد بررسی در دو دوره نشان می‌دهد. زنان حاضر در فیلم‌های دوره بعد از سال ۷۶ در مقایسه با دوره قبل از سال ۷۶ بیشتر شاغل بوده‌اند، (۸۶/۹ درصد) در حالی که در دوره قبل از سال ۷۶ از ۱۵ زن نقش اصلی حاضر در این فیلم‌ها تنها ۵ نفر (۳/۳۳ درصد) شاغل بوده و مابقی خانه‌دار بوده اند (۶۶/۶ درصد). این تفاوت از لحاظ آماری نیز معنی دار بوده است. زنان دارای نقش اصلی در دوره قبل از سال ۷۶ تنها دارای مشاغل کارمندی، دانشجوی و آزاد بودند و این در حالی است که در دوره بعد از سال ۷۶ مشاغل نظیر پرستاری (۲مورد)، خبرنگاری (۴مورد)، استاد دانشگاهی (۲مورد) و وکالت (۱مورد) نیز به مشاغل دروه قبل اضافه می‌شود که این موضوع نشان‌دهنده تفاوت دو دوره از نظر اشتغال و نوع شغل زنان می‌باشد. نکته قابل توجه در میان مشاغل دوره دوم این است که بالاترین مشاغل زنان نقش اصلی دانشجوی می‌باشد، که با توجه به آمارهای افزایش ورودی دختران در دانشگاه این رویداد در فیلم‌ها منعکس شده است.

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی موقعیت تحصیلی زنان در فیلم‌های مورد بررسی

جمع	بی‌سواد	تحصیل‌کرده	موقعیت شغلی زن در فیلم	
			دوره مورد بررسی	
۱۵	۸	۷	فراوانی	قبل از سال ۷۶
۱۰۰	۳/۵۳	۶/۴۶	درصد	
۲۳	۲	۲۱	فراوانی	بعد از سال ۷۶
۱۰۰	۵/۹	۳/۹۱	درصد	
۳۸	جمع			

$$0.2 \text{ .} \text{Sig.} = 329 \text{ .} \text{Chi-Square} =$$

جدول شماره ۲ نشان می‌دهد اکثر زنانی که در دوره قبل از سال ۷۶ دارای نقش اصلی بودند، از نظر موقعیت تحصیلی بی‌سواد (۸ مورد) بوده‌اند و این موضوع در دوره بعد از سال ۷۶ بالعکس می‌باشد و از بین ۲۳ نفر، ۲۱ نفر (۹۱/۳ درصد) تحصیل کرده و تنها ۲ مورد (۹/۵ درصد) بی‌سواد بوده‌اند. این تفاوت به لحاظ آماری نیز معنی‌دار نشان داده شده است.

مقاطع تحصیلی زنان در دوره بعد از سال ۷۶ بالاتر می‌باشد. و این در حالی است که بالاترین رتبه تحصیلی در دوره قبل از سال ۷۶ لیسانس (۳ مورد) می‌باشد اما در دوره بعد از سال ۷۶ در دو فیلم میزان تحصیلی زنان دکتری و استاد دانشگاه بوده است.

بیشترین زنان نقش اصلی در دوره قبل از سال ۷۶ بین ۳۱ تا ۴۵ سال (۵۳/۳ درصد) داشته‌اند. در حالی که در دوره بعد از سال ۷۶ بیشترین آنها در سنین بین ۱۶ تا ۳۰ سال (۵۶/۵ درصد) بوده‌اند و این نشان می‌دهد که در دوره بعد از سال ۷۶ زنان جوانتر در فیلم‌ها نقش اصلی بیشتری را بر عهده داشته‌اند. نوع پوشش ظاهری زنان در هر دو دوره بیشتر مانند بوده است. اما این پوشش در دوره دوم افزایش بیشتری را داشته است به طوری که در دوره قبل از سال ۷۶ در ۷ مورد (۴۶/۶ درصد) و در دوره بعد از سال ۷۶ در ۱۷ مورد (۷۳/۹ درصد) قابل مشاهده است.

طبقه اقتصادی زنان در دوره قبل از سال ۷۶ به صورت ۴۰ درصد فقیر (۶ مورد)، ۴۶/۶ درصد طبقه متوسط و ۱۳/۳ درصد طبقه مرفه بوده‌اند. این در حالی است که زنان طبقه مرفه در دوره بعد از سال ۷۶، ۴۳/۴ درصد (۱۰ مورد) می‌باشد و طبقه متوسط ۳۹/۱ درصد و طبقه فقیر ۱۷/۳ درصد را تشکیل می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که زنان نقش اصلی فیلم‌ها در دوره قبل از سال ۷۶ اکثراً از طبقه متوسط اما در دوره بعد از سال ۷۶ اکثراً از طبقه مرفه بوده‌اند.

موضوع دیالوگ‌های زنان در فیلم‌های مورد بررسی دو دوره در مواردی مشابه و در مواردی متفاوت بوده است. در دوره قبل از سال ۷۶ بیشتر موضوعات درباره مسائل شخصی و خانوادگی بوده است (مثل بچه‌دار نشدن زن، خرافات، کار نکردن زنان در خارج از خانه و . . .) و موضوعات علمی-آموزشی (مثل حضور زنان در دانشگاه و تحصیلات) و نیز موضوعات سیاسی در دیالوگ‌های زنان وجود نداشت اما در دوره بعد از سال ۷۶ بیشتر محور دیالوگ‌های زنان نقش اصلی در فیلم‌ها موضوعات علمی-آموزشی و دغدغه تحصیل در دانشگاه و موضوعات سیاسی است که به نقد شرایط حاکم بر جامعه و نوع تفکر حاکم بر جامعه به خصوص در مورد زنان می‌پردازد

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی میزان استفاده زنان از محصولات فرهنگی در فیلم‌ها

کامپیوتر	اینترنت	ماهواره	موسیقی	تلویزیون	رادیو	روزنامه و مجله	کتاب	فراوانی محصول فرهنگی مورد استفاده	
								دوره مورد بررسی	
۱	۰	۰	۱	۵	۲	۱	۲	فراوانی	قبل از سال ۷۶
۵/۱۲	۰	۰	۵/۱۲	۵/۶۲	۲۵	۵/۱۲	۲۵	درصد	
۳	۱	۰	۷	۰	۲	۵	۶	فراوانی	بعد از سال ۷۶
۵/۳۷	۵/۱۲	۰	۵/۸۷	۰	۲۵	۵/۶۲	۷۵	درصد	

$$Chi-Square = 13.787, Sig. = .033$$

جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که میزان مصرف محصولات فرهنگی بعد از سال ۷۶ رشد چشمگیری در مقایسه با دوره قبل از خود داشته است که این تفاوت هم به لحاظ آماری معنی دار است و هم با افزایش میزان تحصیلات زنان نقش اول در فیلم‌ها مرتبط است. بهره‌گیری از روزنامه و مجلات در دوره قبل از سال ۷۶ تنها در

یک فیلم (۱۲/۵ درصد) مشاهده شده است در حالی که در دوره دوم در ۵ فیلم (۶۲/۵ درصد) مشاهده شده است.

میزان مصرف کتاب در دوره اول در ۲ فیلم (۲۵ درصد) و در دوره بعد از سال ۷۶ در ۶ فیلم (۷۵ درصد) می باشد. بیشترین بهره گیری از محصولات فرهنگی گوش دادن به موسیقی می باشد که در دوره قبل از سال ۷۶ تنها در یک فیلم (۱۲/۵ درصد) وجود داشت که مربوط به فیلم لیلا است که آن هم موسیقی عرفانی و سنتی ایرانی (بنان و شجریان) است در فیلم های دوره بعد از سال ۷۶ بیشتر از موسیقی های پاپ و غربی استفاده شده است.

نکته قابل توجه در جدول، فراوانی استفاده از تلویزیون است که در دوره قبل از سال ۷۶ در ۵ فیلم مشاهده شد ولی در دوره بعد از سال ۷۶ اصلاً مشاهده نشد. یکی از دلایل این امر ناشی از این است که زنان نقش اصلی در فیلم ها بعد از سال ۷۶ بیشتر در خارج از خانه حضور دارند ولی زنان نقش اصلی در قبل از سال ۷۶ بیشتر خانه دار هستند و فرصت بیشتری را به تماشای تلویزیون اختصاص می دهند.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی مهارت های زنان در فیلم ها

مهارت های فردی	راندگی	فیلم برداری و عکاسی	شکار	موسیقی (گیتار)	ورزش	کامپیوتر	زبان انگلیسی	گلدوزی	بافتندگی	شعر سرودن	دوره مورد بررسی
											قبل از سال ۷۶
	۲	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۲	۳		قبل از سال ۷۶
	۷	۱	۱	۲	۲	۳	۵	۰	۰	۱	بعد از سال ۷۶

$$Chi-Square = ۲۱۰.۱۸, Sig. = ۰.۰۳۳$$

جدول شماره ۴ تفاوت مهارت های فردی نمایش داده شده زنان را در دو دوره مورد بررسی در فیلم ها نشان می دهد. این رابطه که به لحاظ آماری نیز معنی دار است، بدین ترتیب است که در دوره اول بیشتر مهارت های زنان از نوع سنتی است که شامل بافتندگی و گلدوزی و گاهی خیاطی است اما در دوره بعد از سال ۷۶ بیشتر

مهارت‌های زنان از نوع مدرن می‌باشد. به عنوان مثال مهارت رانندگی در دوره دوم در ۷ فیلم (۸۷/۵ درصد) مشاهده شد در حالیکه این میزان در قبل از سال ۷۶ در ۲ فیلم (۲۵ درصد) مشاهده شد همچنین مهارت زبان انگلیسی در سال بعد از ۷۶ در ۵ فیلم مورد بررسی (۶۲/۵ درصد) مشاهده شد که این میزان در دوره قبل از سال ۷۶ مشاهده نشده است. مهارت‌های دیگر مثل آشنایی با سازهای موسیقی در بعد از سال ۷۶ در ۲ فیلم (۲۵ درصد) مشاهده شد. همچنین مهارت‌های دیگری مثل شکار، ورزش و شعر سرودن در فیلم‌های بعد از سال ۷۶ مشاهده شد.

جدول شماره ۵: زمان حضور نقش اول زن در فیلم‌ها

درصد زمان حضور زن در فیلم	زمان حضور زن در فیلم	زمان فیلم	زمان به دقیقه
			دوره ها
۵/۴۸	۳۷۵	۷۷۲	دوره اول
۷۲	۵۶۸	۷۹۴	دوره دوم

طبق داده‌های جدول ۵، زمان کل حضور زنان نقش اول فیلم‌های قبل از سال ۱۳۷۶ برابر ۳۷۵ دقیقه می‌باشد که ۴۸/۵ درصد از کل زمان فیلم‌ها را شامل می‌شود، با این توضیح که در دوره قبل از ۱۳۷۶ در دو فیلم زنان حضور چشمگیر دارند (همسر و لیلا).

اما در دوره بعد از ۷۶ میزان حضور زنان در فیلم‌ها نسبت به کل فیلم افزایش یافته است یعنی در ۵۶۸ دقیقه از کل فیلم‌ها حضور دارند که برابر ۷۲ درصد از زمان فیلم را شامل می‌شود نکته قابل توجه در این دوره این است که زنان نقش اول در تمامی ۸ فیلم حضوری بالاتر از ۵۰ درصد دارند و در دو فیلم این میزان حضور بیش از ۸۰ درصد می‌باشد (من ترانه ۱۵ سال دارم و دو زن).

جدول شماره ۶: زمان حضور نقش اول زن در فیلم‌ها در داخل خانه

درصد زمان حضور زن در فیلم در داخل خانه	زمان حضور زن در فیلم در داخل خانه	زمان حضور زن در فیلم	زمان به دقیقه
			دوره ها
۵۸	۲۱۹	۳۷۵	دوره اول
۲۷	۵۶۸	۵۶۸	دوره دوم

طبق داده‌های جدول ۶ زمان کل حضور زنان نقش اول فیلم در داخل خانه در قبل از سال ۱۳۷۶ برابر ۲۱۹ دقیقه است که ۵۸ درصد از کل زمان حضور زن را در فیلم‌ها شامل می‌شود. در این دوره به غیر از ۳ فیلم در ۵ فیلم دیگر زنان بیش از نیمی از حضور خود در فیلم را در داخل خانه می‌گذرانند که این امر نشانگر این است که بیشتر زنان در این دوره خانه‌دار هستند و کمتر دارای نقش‌های اجتماعی (اشتغال) در بیرون از خانه هستند. اما در دوره بعد از سال ۱۳۷۶ از مجموع ۵۶۸ دقیقه حضور زنان نقش اول در فیلم‌ها، آنها تنها ۱۵۱ دقیقه (۲۷ درصد) را در داخل خانه حضور دارند و ۷۳ درصد از حضور زنان نقش اول این دوره در فیلم‌ها در بیرون از خانه می‌گذرد و این نشانگر این است که زنان نقش اول در این دوره بیشتر در حوزه عمومی (کار، تحصیلات و اشتغال) هستند و کمتر وقت خود را داخل خانه می‌گذرانند کمترین میزان حضور زنان نقش اول فیلم‌های این دوره در داخل خانه مربوط به ۳ فیلم قرمز، دوزن و سگ‌کشی است که به ترتیب ۲۱، ۲۲ و ۲۲ درصد می‌باشد.

جدول شماره ۷: زمان حضور نقش اول زن فیلم‌ها در بیرون از خانه

درصد زمان حضور زن در فیلم در داخل خانه	زمان حضور زن در فیلم در داخل خانه	زمان حضور زن در فیلم	زمان به دقیقه
			دوره ها
۴۲	۱۵۶	۳۷۵	دوره اول
۷۳	۴۱۷	۵۶۸	دوره دوم

طبق داده‌های جدول ۷ از میزان ۳۷۵ دقیقه کل حضور نقش اول زن در فیلم‌های دوره قبل از سال ۱۳۷۶ مدت ۱۵۶ دقیقه (۴۲ درصد) در بیرون از خانه می‌گذرد و ۵۸ درصد از زمان فیلم را زنان در داخل خانه می‌گذرانند. اما در دوره بعد از سال ۱۳۷۶ از مدت زمان کل ۵۶۸ دقیقه، زنان نقش اول میزان ۴۱۷ دقیقه یعنی ۷۳ درصد را بیرون از خانه سپری می‌کنند و این میزان اختلاف معنی‌داری با دوره اول دارد. نکته جالب اینکه در دوره بعد از سال ۱۳۷۶ میزان حضور زنان نقش اول فیلم‌ها در بیرون از خانه بیش از ۶۰ درصد می‌باشد که بیشترین زمان به سه فیلم قرمز، دو زن و سگ‌کشی مربوط می‌شود که به ترتیب برابر ۷۹، ۷۸ و ۷۸ درصد می‌باشد.

ژانرشناسی بازنمایی زنان در فیلم‌ها

با تحلیل یافته‌های پژوهش مشاهده کردیم که بازنمایی زن در دو دوره مورد بررسی تغییرات و تحولات چشمگیری کرده است. و این تغییرات در موارد مختلفی چون: میزان حضور زنان در فیلم‌ها، کیفیت مشاغل، نوع پوشش، طبقه اجتماعی، نوع بهره‌گیری از محصولات فرهنگی، نوع مهارت‌های فردی، مضامین دیالوگ‌ها، میزان تحصیلات، اعتقادات، زبان، مکانیسم حل مشکلات شخصی و خانوادگی و غیره بوده است. تغییر در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای ایران باعث شکل‌گیری گونه متفاوتی از بازنمایی زن در فیلم‌های بعد از سال ۱۳۷۶ شده است. در نتیجه می‌توان گفت که در دو دوره مورد بررسی، دو نوع کاراکتر زن با ویژگی‌های متفاوت در فیلم‌ها ظهور کرده است. با توجه به توضیحات داده شده در بخش یافته‌ها می‌توان این بازنمایی‌ها را در قالب دو گونه یا ژانر با عناوین ژانر زن سنتی و ژانر زن مدرن دسته‌بندی کرد. در زیر دو گونه ژانر سینمایی را مقایسه می‌کنیم.

گونه زن مدرن در بعد از سال ۱۳۷۶	گونه زن سنتی در قبل از سال ۱۳۷۶
<p>- زن دارای مهارت‌های مدرن مثل رانندگی، موسیقی، کامپیوتر و غیره هستند.</p> <p>- زن دارای مهارت‌های مدرن مثل رانندگی، موسیقی، کامپیوتر و غیره هستند.</p> <p>- زن بیشتر از محصولات فرهنگی بهره می‌گیرند.</p> <p>- زن بیشتر با پوشش‌های مدرن و شیک در فیلم‌ها ظاهر می‌شوند.</p> <p>- زن دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.</p> <p>- زن بیشتری دارای مشاغل فکری و دانشگاهی هستند.</p> <p>- زمان حضور زنان در فیلم بیشتر است.</p> <p>- بخش زیادی از حضور زنان در فیلم در خارج از خانه می‌گذرد.</p> <p>- زن بیشتر شاغل هستند.</p> <p>- زن برای حل مشکلات شخصی و خانوادگی بیشتر به بستگان و خانواده مراجعه می‌کنند.</p> <p>- زن به باورها و اعتقادات خرافاتی عقیده ندارند.</p> <p>- زن به خاطر امنیت اقتصادی و اشتغال کمتر از زیور آلات و طلا استفاده می‌کنند.</p> <p>- زن بیشتر به طبقات اجتماعی بالا تعلق دارند.</p> <p>- زن از گروه سنی جوان‌تر و دارای چهره زیباتری هستند.</p> <p>- زن دارای نقش اصلی بیشتری در فیلم‌ها هستند (فعال‌ترند)</p> <p>- زن برای صرف غذا بیشتر به رستوران می‌روند.</p> <p>این گونه منطبق است با: بازنمایی زن مدرن</p>	<p>- زن دارای مهارت‌های سنتی مثل گلدوزی، بافندگی، خیاطی و غیره هستند.</p> <p>- زن کمتر از محصولات فرهنگی (وسایل ارتباط جمعی و غیره) استفاده می‌کنند.</p> <p>- زن بیشتر با پوشش‌های سنتی و معمولی در فیلم ظاهر می‌شوند.</p> <p>- زن دارای تحصیلات ابتدایی و دیپلمه هستند.</p> <p>- زن کمتری در فیلم دارای مشاغل فکری و دانشگاهی هستند.</p> <p>- زمان حضور زنان در فیلم کمتر است.</p> <p>- بخش زیادی از زمان حضور زنان در فیلم در خانه می‌گذرد</p> <p>- زن بیشتر خانه‌دار هستند.</p> <p>- زن برای حل مشکلات شخصی و خانوادگی بیشتر به بستگان و خانواده مراجعه می‌کنند.</p> <p>- زن دارای باورها و اعتقادات خرافی و سنتی هستند. (فال‌گیری، نذر کردن و . . .)</p> <p>- زن به خاطر وابستگی اقتصادی و عدم امنیت اقتصادی گرایش بیشتری به استفاده از زیور آلات و طلا دارند.</p> <p>- زن بیشتر به طبقات اجتماعی پایین تعلق دارند.</p> <p>- زن دارای دامنه سنی بالاتری هستند.</p> <p>- زن دارای نقش اصلی کمتری در فیلم‌ها هستند. (منفعل‌ترند)</p> <p>- زن بیشتر وعده‌های غذایی را در خانه می‌خورند. (آشپزی می‌کنند)</p> <p>این گونه منطبق است با بازنمایی زن سنتی</p>

در اینجا لازم به توضیح است که نامگذاری گونه‌ها به سنتی و مدرن از خصوصیات و ویژگی‌های غالب زنان که در هر دوره نمایش داده شده، نشأت گرفته است. وضعیت زنان در حالی که نقش اصلی آنان خانه‌داری و کارکردهای مهمشان همسری و مادری و مهمترین دغدغه‌هایشان دغدغه‌های خانودگی و خویشاوندی است به عنوان وضعیت سنتی و تحت عنوان "بازنمایی زن سنتی" در فیلم‌ها نامگذاری شده و برعکس وضعیت زنان در

حالی که نقش بیشتری در فعالیت های اجتماعی، شغلی و تحصیلی داشته و کارکردهای شغلی و مشارکت اجتماعی داشته باشند و دغدغه هایی فراتر از مسائل صرفاً خانودگی و خویشاوندی داشته باشند و به مسائل اجتماعی کلان توجه داشته باشند به عنوان وضعیت مدرن و تحت عنوان "بازنمایی زن مدرن" نامگذاری شده است. سایر ویژگی هایی که به زنان در هر یک از گونه ها نسبت داده شده در حقیقت تابعی از این عوامل اصلی بوده و به همان شکلی که در فیلم ها آمده، در دسته بندی فوق لحاظ شده است.

بحث و نتیجه گیری

با تحلیل محتوای فیلم های پرفروش قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ شاهد شکل گیری گونه متفاوتی از بازنمایی زن در فیلم های قبل و بعد از سال ۱۳۷۶ بودیم. در نتیجه دو نوع کاراکتر با ویژگی های متفاوت در فیلم ها ظهور کرده است که ما آن را تحت عنوان گونه های ژانر زن سنتی و ژانر زن مدرن نامگذاری کرده ایم.

در تحلیل نتایج تحقیق و با بازگشت به نظریه بازتاب می توان گفت فیلم های سینمایی، بخصوص آنهایی که بر موضوعات زنان متمرکز شده اند و یا دارای نقش های اول و اصلی زن می باشند، اسناد مناسبی برای مطالعه و بررسی تغییرات نقش زن در جامعه در دو دوره مورد بررسی می باشند. این تغییرات به دو دسته قابل تقسیم بندی هستند. دسته اول تغییراتی است که به طور عینی در جامعه به وجود آمده است. تغییراتی مانند افزایش میزان سواد و تحصیلات عالی و همینطور میزان اشتغال زنان در مقایسه دو دوره باهم و یا ایجاد تنوع در مشاغل زنان بدنبال افزایش میزان فعالیت ایشان در جامعه از این دسته هستند.

این مطلب در تحقیق راودراد (۱۳۸۰) که در بخش پیشینه تجربی موضوع بدان اشاره شد تایید شده است. اگر چه در تحقیق پیش رو مقایسه با آمار واقعی صورت نگرفته است، ولی با توجه به استدلال هایی که در نظریه بازتاب مطرح شد و نمونه های تجربی مانند مثال فوق می توان انتظار داشت که سینما و فیلم های مورد بررسی در این تحقیق نیز بیانگر تغییرات واقعی رخ داده شند در سطح جامعه باشند.

دسته دوم تغییراتی است که به طور ذهنی در افکار عمومی به وجود آمده و فیلم های سینمایی به عنوان بخشی از ذهنیت جامعه آن ها را در خود به نمایش گذاشته اند. این بدان معنی است که بخشی از تغییرات مشاهده شده در فیلم های سینمایی در دوره مورد بررسی در مرحله عمل در سطح جامعه حاصل نشده اند، ولی نمایش آنها در فیلم نشان دهنده روند حرکت جامعه به سوی آن تغییرات است. در حقیقت فیلم ها به عنوان آثار هنری از یک طرف خود بازتاب و نمایش دهنده تغییرات اجتماعی هستند و از طرف دیگر با تاثیراتی که بر مخاطب می گذارند این تغییرات را تسریع می نمایند.

با توجه به نقش سیاست گذاری های فرهنگی در این روند می توان گفت که در دو دوره مورد بررسی با توجه به سیاست های متفاوت فرهنگی آن بخشی که مربوط به ذهنیت جامعه و نمایش آن در فیلم ها می شود در دوره اول محدودتر و در دوره دوم وسیع تر بوده است. با این حساب می توان گفت چگونگی بازنمایی زنان در فیلم ها علاوه بر تاثیر پذیری از وضعیت واقعی زن در جامعه، از سیاست های فرهنگی نیز متاثر است و به همین دلیل نیز معمولاً نمی توان بازنمایی را یک بازنمایی کاملاً مطابق با شرایط اجتماعی و به عبارت دیگر بازتاب مستقیم آن دانست.

همان طور که گفته شد تحقیق راودراد (همان) نشان داد که اگر چه روند تغییرات در مقایسه آمار حاصل از سریال ها و آمار واقعی مشابه بوده است، ولی میزان های آن ها متفاوت بوده، و این میزان ها در همه موارد به نفع نمایش زنان در مواضع شغلی و تحصیلی و اجتماعی بیشتر در سریال ها افزایش نشان داده است. در مورد فیلم ها نیز می توان گفت تغییرات نمایش داده شده در این تحقیق اگر چه نشان دهنده روند تغییرات در سطح جامعه می باشد، ولی به لحاظ میزان های ذکر شده نمی توان بین این دو دسته آمار، یکسانی مشاهده نمود. دلیل آن هم به تاثیراتی که سینما در مرحله دوم و به نوبه خود بر جامعه می گذارد مربوط می شود. سینما با نمایش تغییرات در نقش زنان به شیوه های اغراق آمیز نسبت به واقعیت اجتماعی، با کارکرد طبیعی سازی خود افکار عمومی و مخاطب را برای پذیرش هر چه بهتر آنها آماده نموده و بدین ترتیب اثرات خود را در تسریع تغییرات بر جای می گذارد. این کارکرد سینما نیز خود متاثر از سیاست گذاری های فرهنگی است.

بنابراین با استفاده از نظریه بازتاب و با توجه به نتایج تحقیق حاضر در مورد تغییرات نقش زن در سینما در دو دوره قبل و بعد از خرداد ۷۶ می توان نتیجه گرفت که سینما از یک طرف بازتاب شرایط اجتماعی و از طرف دیگر موثر بر آن است. به دلیل قسمت اول این گزاره است که معتقدیم با تحلیل فیلم ها و به طور کلی آثار هنری می توان شناخت عمیق تری از جامعه بدست آورد، اگر چه این شناخت نیازمند کامل تر شدن به وسیله اطلاعاتی است که از مطالعه سیاست گذاری های فرهنگی در جامعه بدست می آید.

اما در ارتباط با نظریه فمینیستی رسانه ها و فیلم، با توجه به محدود بودن حوزه مطالعه حاضر به تغییرات نقش زن در فیلم ها می توان گفت با رونق گرفتن مباحث فمینیستی رسانه ای همچون بحث های "فناى نمادین"، "نظر بازی جنسی"، "نگاه خیره مردانه" و "سینمای زن"، نحوه نمایش زنان در رسانه ها و بخصوص سینما نیز تا حدودی و به شکلی نوسانی دچار تحول شده است. در مورد تحقیق مورد نظر ما نیز با توجه به تفاوت های فرهنگی جامعه ایران با جوامع غربی، بیشترین بحثی که تاثیرگذار بوده است بحث "فناى نمادین" بوده که بررسی ما نشان داد چنین دیدگاهی در فیلم ها در حال تغییر است. اگر چه نمی توان انتظار تغییرات سریع و یک شبه را داشت، اما تحقیق حاضر نشان دهنده این است که روند تغییرات آغاز شده است ولی هنوز با رفع مسئله "فناى نمادین زنان" فاصله بسیاری وجود دارد.

منابع

منابع فارسی

- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه. ترجمه ثریا پاک‌نظر. تهران: نشر گام‌نو، چاپ اول.
- ببران، صدیقه (۱۳۸۱). سیر تاریخی نشریات زنان در ایران معاصر. تهران: نشر روشنگران، چاپ اول.
- جمعدار، الهام (۱۳۷۳). تحلیل سیمای زن در سینمای پس از انقلاب. پایان نامه کارشناسی، دانشگاه تهران.
- راودراد، اعظم (۱۳۸۰). تغییرات نقش زن در جامعه و تلویزیون. فصلنامه پژوهش زنان، نشر مرکز مطالعات و تحقیقات زنان، شماره اول.
- صدر، حمیدرضا (۱۳۸۱). درآمدی بر تاریخ سیاسی سینمای ایران. تهران: نشر نی، چاپ اول.
- همتی، هلنی (۱۳۷۹). بازنمایی مشاغل زنان در سینمای ایران. پایان نامه کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی تهران.
- ویتاگر، شیلای؛ عیسی، رز (۱۳۷۹). زندگی و هنر: سینمای نوین ایران. ترجمه پروانه فریدی. تهران: نشر کتاب‌سرا، چاپ اول.

منابع انگلیسی

- Alexander, Victoria D. (۲۰۰۳). *Sociology of the Arts*. London: Blackwell publishing.
- Bufkin, J. (۲۰۰۳). *The Representation of Ethno-racial Minorities and Women in Modern Movies*. available in ([www. ingenta. com](http://www.ingenta.com)).
- Smelik, Anneke (۲۰۰۱). *And the Mirror Cracked: Feminist Cinema and Film Theory*. London: Palgrave Press.
- Van Zoonen, L. (۱۹۹۱). *Feminist Perspectives on the Media*. in Curran, J. edition. *Mass media and Society*, New York.
- Van Zoonen, L. (۲۰۰۲). *Feminist Media Studies*. New York: Sage Publications.