

تصویر اجتماعی زن ایرانی در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی

محسن طبسی / دانشیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، مشهد، ایران.*
tabassi_mohsen@yahoo.com

دریافت: ۱۳۹۹/۷/۲۶ - پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۱

چکیده

حضور زنان در سینمای ایران موضوعی چالش برانگیز است. سینما یکی از ابزارهای فرهنگ است و از همین روی، شخصیت پردازی و آرایه تصویر مناسب می تواند بر انتظار جامعه از زنان و نیز متقابلاً بر انتظارات زنان از خود و جامعه تأثیر بگذارد. وقایع مهم اجتماعی نیز تأثیر بسیاری بر سینمای ایران گذاشته اند. زن نیز تحت تأثیر این تغییرات به صورت های مختلفی تصویر شده است. بنابراین مسئله اصلی در این پژوهش، چگونگی بازنمایی تصویر آرایه شده از زنان ایرانی بوده است؛ فارغ از این که این تصویر واقعی یا دگرگون شده است. بدین منظور به تحلیل محتوای شخصیت اول زن فیلم های ایرانی (پس از انقلاب اسلامی) پرداخته شده است. چهار دوره تاریخی شامل دوران انقلاب و دفاع مقدس، سازندگی، اصلاحات و اصول گرایی مورد توجه قرار گرفته و فیلم های منتخب از هر دوره، در سه محور تصویر اقتصادی، فرهنگی و سیاسی اجتماعی زنان بازبینی شده اند. مطالعه نشان می دهد که از نظر تصویر اقتصادی حدود هفتاد درصد زنان از طبقه متوسط و بالای جامعه بوده اند؛ تقریباً یک سوم زنان، شاغل و حدود چهار درصد آن ها دارای استقلال مالی بوده اند. به لحاظ تصویر فرهنگی، حدود هفتاد درصد زنان، دارای تحصیلات متوسطه و عالی بوده اند. در اغلب موارد، مصرف کالاهای فرهنگی به چشم می آید و از نظر تصویر سیاسی اجتماعی زنان ایرانی در حداقل میزان مشارکت به نمایش درآمده اند.

کلیدواژه ها: زن، سینما، انقلاب اسلامی، ایران، سینمای ایران.

مقدمه

سیاست‌گذاری امور فرهنگی برای هر جامعه ضرورتی انکارناپذیر است که حتی در کشورهای توسعه‌یافته و دارای نظام مردم‌سالاری نیز امری پسندیده و متداول تلقی می‌شود و اگرچه در خصوص محتوا و شکل آن، نظرات غالباً متفاوت (و بعضاً متناقض) ارایه می‌شود، اما در اهمیت و ضرورت آن نمی‌توان تردیدی روا داشت، زیرا از طریق تدوین و اجرای سیاست‌های فرهنگی است که بهره‌وری بهینه از منابع سازمانی و انسانی در حوزه فرهنگ و هنر ممکن شده و اسباب ارتقای فرهنگی جامعه، مهیا می‌شود.

از سوی دیگر، سینما یکی از مهم‌ترین رسانه‌های اجتماعی است که همواره در هر کشوری بر اساس نوع حکومت، گرایش حزبی حاکم و فضای سیاسی و اجتماعی آن کشور، سبب چالش‌هایی بین هنرمندان و دولت‌مردان می‌شود و باز به‌ویژه، شخصیت‌پردازی‌های زنان در سینما، در کشورهایی با حکومت‌های مبتنی بر ایدئولوژی، که خود بر چالش‌ها به‌طور مضاعف می‌افزاید.

اگر بپذیریم که سینما به‌عنوان یک رسانه، اوضاع سیاسی و اجتماعی حاکم بر یک کشور را نشان نمی‌دهد بلکه بازنمایی می‌کند؛ پس ناگزیر باید شخصیت‌پردازی‌های زنان در سینما را نیز بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی آن‌ها به‌شمار آورد. اما مشکل از زمانی آغاز می‌شود که دولت‌ها با سیاست‌های فرهنگی خود عملاً سعی در بازنمایی واقعیت‌ها در سینما بر اساس سیاست‌های مدوّن خود را دارند.

با پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ و با دگرگونی ساختارهای اجتماعی و بن‌مایه‌های فکری و عقیدتی جامعه، تلقی جدیدی از سینما پدید آمد. از سال ۱۳۶۰ مجموعه امور سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و حرفه‌ای سینما تحت نظارت دولت قرار گرفت. این موضوع با شکل‌گیری بنیاد سینمایی فارابی در سال ۱۳۶۲ بیشتر رنگ واقعیت به‌خود گرفت. بنیاد فارابی اگرچه به‌ظاهر نهادی مجزا از دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود ولی با هدف اجرای سیاست‌های دولت در عرصه سینما تشکیل گردید. بدین ترتیب، ورود و نمایش فیلم‌های خارجی محدود شد، عوارض

سنگین از فیلم‌های تولید داخلی برداشته شد. ارتباط میان صاحبان سالن‌های سینما و تهیه‌کنندگان فیلم‌ها نظم و نسق یافت. وام‌های بانکی مناسب و مقرون به صرفه در اختیار تهیه‌کنندگان قرار گرفت و... چنین حمایت‌هایی هنوز و همچنان ادامه دارد. در ازای این حمایت گسترده و همه‌جانبه، دولت حق نظارت و سیاست‌گذاری سینما (و گاه حتی حق سفارش دادن به هنرمندان) را برای خود محفوظ می‌داند. از جمله مواردی که به‌طور ویژه مطمح نظر سیاست‌گذاران فرهنگی دولت است، نقش و جایگاهی است که از زنان در سینمای ایران به‌نمایش درمی‌آید. شاید (در خوش‌بینانه‌ترین حالت) دلیل اصلی تأکید دولت بر بازنمایی نقش زنان، مطابق الگوی سیاست‌گذاری شده این باشد که چون سینما یکی از ابزارهای جامعه‌پذیری و از عوامل انتقال‌دهنده فرهنگ به‌شمار می‌آید، لذا شخصیت‌پردازی غلط و ارایه تصویر نادرست از زنان می‌تواند بر انتظار جامعه از بخش عمده‌ای از نیروی مولد و نیز متقابلاً بر انتظارات زنان از خود و از جامعه‌ای که در آن زیست می‌کنند، تأثیرات مثبت یا منفی بر جای گذارد.

به‌طور مشخص دوران پس از انقلاب اسلامی از منظر تحولات سیاسی و اجتماعی خود به‌چهار دوره کاملاً متمایز قابل تقسیم‌بندی است که ویژگی‌های هر دوره، در سیاست‌های فرهنگی و هنری کشور (به‌طور عام) و بر سیاست‌های سینمایی (به‌طور خاص) نیز تأثیری واضح داشته است. دوره نخست، دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس است که از سال ۱۳۵۷ با پیروزی انقلاب شروع شد و به سال ۱۳۶۷ (پایان هشت سال جنگ تحمیلی) ختم گردید. دوره دوم، دوره سازندگی که از سال ۱۳۶۸ تا سال ۱۳۷۵ ادامه داشت. دوره سوم، دوره موسوم به دوره اصلاحات، از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳ و نهایتاً دوره چهارم یا دوره اصول‌گرایی که از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ ادامه داشت.

وقایع مهم اجتماعی همچون هشت سال جنگ تحمیلی و تغییر گفتمان غالب جامعه در دوره اصلاحات، تأثیر بسیاری بر سینما (به‌عنوان یک رسانه قدرتمند) گذاشته‌اند. فرایند کلی سینمای ایران نشان داده که در دوره‌های مختلف، بازنمایی

جلوه‌های گوناگون اجتماعی در سینما نیز تغییر کرده‌اند. زن نیز به‌عنوان یکی از عناصر فیلم‌های سینمایی، تحت‌تأثیر این تغییرات به‌صورت‌های مختلفی تصویر شده است.

بنابر آن‌چه گفته شد، هدف اصلی پژوهش حاضر، مقایسه بین سیاست‌های فرهنگی و تصویر بازنمون شده از زن در سینمای ایران است. بر همین اساس، سؤالاتی به‌شرح ذیل مطرح می‌شوند:

- سیاست‌های فرهنگی دولت در مورد سینما، در دوره‌های مختلف پس از انقلاب اسلامی چه ویژگی‌هایی داشته‌اند؟

- تصویر بازنمون شده از هویت اجتماعی زنان در سینمای ایران (پس از انقلاب اسلامی) چه ویژگی‌هایی دارد؟

- بین انتظارات دولت‌ها از سینماگران (در بازنمایی نقش زن) با آن‌چه در فیلم‌های ساخته‌شده مشاهده می‌شود، چه شباهت‌ها و چه تفاوت‌هایی به‌چشم می‌آید؟

مبانی نظری پژوهش

۱. سیاست‌گذاری فرهنگی

باید پذیرفت که به‌واسطهٔ تکثر رویکردها و گاه تفاوت‌های بنیادین فلسفی و فکری در زمینهٔ فرهنگ، سیاست‌گذاری امر فرهنگ به‌مراتب دشوارتر از معیاربندی فناوری، اقتصاد و سایر مباحث است. رویکردهای متکثر در مقولهٔ فرهنگ اگرچه نکات مثبت فراوانی دربر دارند، اما در ذات و ماهیت خود غالباً با محدودیت‌های عقیدتی، اجتماعی، سیاسی و ... نیز همراه هستند.

«اگر سیاست‌گذاری را مداخلات و برنامه‌ریزی هدفمند، آگاهانه و

سنجیده دولت در مسیر ایجاد تغییرات در فعالیت‌ها و محصولات فکری

و هنری در راستای دست‌یابی به وضع مطلوب و مورد خواست برنامه‌ریز

بدانیم، در این معنا تخصیص منابع، توزیع امکانات و حمایت از فعالان

فرهنگی، توسط دولت انجام می‌گیرد» (عبدالخانی و نصرآبادی، ۱۳۹۰:

۳؛ به نقل از اکبری).

محمدرضا تاجیک، برنامه‌ریزی را تلاشی آگاهانه برای تغییر در یک موضوع مطابق یک الگوی ذهنی از پیش تعریف‌شده می‌داند (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۱۵). وی معتقد است که سیاست‌گذاری فرهنگی عبارت است از یک رویکرد مفهومی به‌مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه فرهنگی که در زمره مفاهیم در حال تغییر فرهنگ و طراحی راهبردهای عملی در ارتباط با منابع و مبانی و همچنین مشکلات برخاسته از فرهنگ و توسعه در زمینه‌ها و بسترهای گوناگون قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، سیاست‌گذاری فرهنگی درباره سیستم‌ها، فرایندها، جایگزین‌ها و فرمول‌بندی راه‌حل‌های خلاقانه برای چالش‌های توسعه نهادهای فرهنگی و تبلیغ و تشویق مشارکت مردم در زندگی فرهنگی است (همان).

۲. نقش دولت‌ها در تدوین سیاست‌های فرهنگی

از آن‌جا که تمرکز عمده منابع کشور در اختیار دولت است (نه هنرمندان)، از این رو طبیعی به نظر می‌رسد که نقش سیاست‌گذاری و تعیین تکلیف را نیز دولت بر عهده داشته باشد. بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و دارای نظام مردم‌سالار، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و نظارت دولت در امور فرهنگی را به رسمیت می‌شناسند. از جمله این کشورها می‌توان از فرانسه نام برد که در جهت مقابله با سینمای تجاری هالیوود اقدام به سیاست‌گذاری فرهنگی کرده است (ایوبی، ۱۳۸۷). سیاست‌های فرهنگی فرانسه در بردارنده نقش محوری دولت در ارتقاء و ساماندهی فرهنگ و هنر است و تاریخچه آن به قرن شانزدهم میلادی بازمی‌گردد. تأسیس کتابخانه ملی فرانسه، تشکیل دبیرخانه هنرهای زیبا، تأسیس موزه لوور، تشکیل وزارت فرهنگ و... از جمله سیاست‌های همه‌جانبه فرهنگی دولت فرانسه به‌شمار می‌آیند (وحید، ۱۳۷۹: ۱۴). به‌طور مشخص در سیاست‌گذاری سینمایی، دولت فرانسه علاوه بر فعالیت‌های مرسوم و متداول از قبیل سرمایه‌گذاری، نظارت و... سالانه اقدام به برگزاری چندین جشنواره معتبر سینمایی می‌کند که جشنواره کن سرآمد

همه آنها است. در واقع، جشنواره کن، برخلاف هالیوود (که نماینده سینمای رؤیاپردازانه است) جریان سینمای مبتنی بر اندیشه و واقعیت را در دنیا رهبری و نمایندگی می‌کند. در کشور ما نیز هم اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی مصوب ۱۳۷۱ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی و هم برنامه‌های پنج‌ساله توسعه، نشان از نقش دولت به‌عنوان سیاست‌گذار و ناظر در عرصه‌های مختلف هنر و سینما دارد. اما ناگفته پیداست که تفاوت‌های عمده‌ای در سیاست‌گذاری در ایران و فرانسه به چشم می‌آید. از جمله تفاوت‌ها می‌توان به همه‌جانبه‌نگری سیاست‌ها در وجوه گوناگون فرهنگ و هنر (از گردشگری تا هنرهای سنتی و محلی) و نیز نقش مؤثر هنرمندان در تدوین سیاست‌های مربوط به خودشان اشاره کرد.

۳. سیاست‌گذاری سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی

در چند سال اخیر، درباره سیاست‌های فرهنگی و هنری و انواع آن، مطالعات گسترده‌ای در سطح جهان انجام شده و مبانی نظری مناسبی (برای ایجاد روشی مختص ارزیابی سیاست‌های فرهنگی) ایجاد شده است. از جمله این مبانی، مدل‌های گونه‌شناسی سیاست‌های فرهنگی و هنری است. شاخص‌ترین مدل گونه‌شناسی، طبقه‌بندی چارترند^۱ و مک‌کافی^۲ هست که در سال ۱۹۸۹ ارائه شده است. بر اساس این مدل، دولت در سیاست‌های فرهنگی خود می‌تواند چهار نقش بر عهده گیرد:

الف. نقش تسهیل‌گر:^۳ نیازمند ترویج غیرمستقیم فعالیت‌های فرهنگی از طریق گسترش مشوق‌ها و انگیزه‌های مالیاتی برای نهادهای مشارکتی و خیرین است؛ به عبارت دیگر دولت شرایطی را برای کمک به تولید و مصرف فرهنگی فراهم می‌آورد (دهقان پیشه و اسماعیلی، ۱۳۹۱: ۱۱۹؛ به نقل از کین و ژانگ).

ب. نقش حامی:^۴ هنگامی که دولت در سیاست فرهنگی به صورت حامی عمل می‌کند، از هنر و فرهنگ از طریق آن چه اصل استقلال نامیده می‌شود، حمایت

می‌کند. در این مدل، دولت منابع مالی را به هنر و فرهنگ اختصاص می‌دهد، اما عموماً شوراهای هنری تصمیم می‌گیرند که چه سازمان‌ها و افرادی باید حمایت را دریافت کنند. حتی اگر اعضای یک شورای هنری توسط دولت تعیین شده باشند، معمولاً هدف این است که تصمیم‌گیری‌ها بر اساس ارزیابی‌های مستقل انجام شود. شوراهای هنری مستقل برای عملکرد و تصمیمات خود در مقابل ارزیابی‌های کیفی هنرمندان حرفه‌ای و روش‌های تخصصی مسئول هستند (همان؛ به نقل از پردلی).

پ. نقش معمار:^۵ دولت معمار از طریق وزارت و یا گروه فرهنگ در هنرهای زیبا سرمایه‌گذاری می‌کند. تصمیم‌گیری در مورد حمایت مالی از هنرمندان و سازمان‌های هنری عموماً توسط مأمورین دولتی (اداری) گرفته می‌شود. دولت معمار به حمایت از هنر به‌عنوان بخشی از اهداف رفاه اجتماعی خود تمایل دارد (همان؛ به نقل از چارترند).

ت. نقش مهندس:^۶ نقش مهندس با مداخله و نظارت مستقیم دولت در محدوده فرهنگی اتفاق می‌افتد. فرهنگ، ابزار آموزش سیاسی دولت است و دولت مالک ابزار تولید از جمله رسانه است (همان؛ به نقل از کین و ژانگ).

اما در واقعیت، هیچ کشوری وجود ندارد که سیاست فرهنگی خود را فقط با یکی از این نقش‌ها بنیان نهد و ارتباط دولت‌ها با فرهنگ، غالباً ترکیبی از این نقش‌هاست. از سوی دیگر، مدل مذکور با محدودیت‌هایی همراه است از جمله این که در طراحی آن، سیاست‌های فرهنگی برای یک کشور اسلامی لحاظ نشده است. به همین سبب، برخی از پژوهش‌گران اقدام به بومی‌سازی مدل مذکور کرده‌اند (دهقان پیشه و اسماعیلی، ۱۳۹۱: ۱۲۲) (جدول شماره ۱).

مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که دولت در دوره سازندگی، نقش تسهیل‌گر و مهندس؛ در دوره اصلاحات، نقش حامی و معمار و در دوره اصول‌گرایی، نقش معمار و مهندس را در سیاست‌گذاری‌های سینمایی بر عهده داشته است (دهقان پیشه و اسماعیلی، ۱۳۹۱: ۱۱۵).

جدول شماره ۱: مدل بومی سازی شده چارترند و مک کافی (دهقان پیشه و اسماعیلی، ۱۳۹۱: ۱۲۲)

هدف	تحرك سياسي	ابزار حمايتي	نحوه سرمايه گذاري	نقش دولت
اقتصادی	سلیقه‌ای	مشوق‌ها و معافیت‌های مالیاتی	افراد، شرکت‌ها و مؤسسه‌های خصوصی	تسهیل‌گر
زیباشناسی الف. حرفه‌ای ب. دستیابی به استانداردهای بین‌المللی	تکاملی	هدایا، جوایز، جشنواره‌ها	شوراهای هنری مستقل، مشگل از متخصصان و هنرمندان	حامی
اجتماعی الف. رفاه اجتماعی ب. اهداف فرهنگ ملی	انقلابی (جرحشی)	رفاهی (پیمه، امنیت در آمد و استخدام هنرمندان)	وزارت فرهنگ یا بخش‌های فرهنگی دولت	معمار
ایندولورژیک الف. آموزش سیاسی ب. ترویج ایندولورژی یا عقیده‌های خاص	تجدید نظری	مجاز و تأیید رسمی، نظارت، دستورالعمل، تعیین وظیفه، تعیین محتوای اثر هنری	دولت صاحب ابزار تولید هنری است	مهندس

۳. بازنمایی

چنان که پیش تر گفته شد رسانه‌ها وضعیت زنان را نشان نمی‌دهند، بلکه بازنمایی می‌کنند و نقش‌های اجتماعی زنان در رسانه‌ها بازتاب نمی‌یابد (رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۲۰). سینما با بازنمایی الگوهای هنجاری حاکم بر زندگی اجتماعی در قالب اجراهای نمایش گونه و در قالب روابط کلیشه‌ای، منبع بزرگی برای مطالعه ارزش‌های اجتماعی در روابط جنسیت فراهم می‌آورد. اگرچه جنس^۷ امری طبیعی و مبتنی بر تفاوت‌های بنیادی زنان و مردان است، اما جنسیت^۸ مبتنی بر ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی و تبعیض‌آمیز و نوعی نظام بازنمایی در چهارچوب گفتمان پدرسالاری است. جنسیت، نوعی بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای است. محتوای رسانه‌ای در شکل دادن به‌بینش‌ها و ادراک‌ها دربارهٔ مرد و زن نقش مهمی ایفا می‌کنند (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۲۳).

فرهنگ به‌سیاسی‌ترین معنا، پیوسته مرد را مورد خطاب قرار می‌دهد و تأکید بر واژهٔ مرد در این‌جا اشاره‌ای به‌نقش کوچک یا بی‌نقشی زنان در معنای سیاسی فرهنگ است. جنسیت به‌عنوان مجموعهٔ عوامل تولید شده در افراد، رفتارها و ارتباطات اجتماعی و نه به‌مثابهٔ ویژگی طبیعی جسمی انسان‌ها، همان سوژهٔ واجد جنسیتی را می‌سازد که از نظر فمینیست‌ها ریشه در روندهای روانی و از نظر آلتوسر ریشه در روندهای اجتماعی و تاریخی دارد (عموزاده و اسفندیاری، ۱۳۹۱، ۱۲۱).

وجه مشترک همهٔ نظریات فمینیستی دربارهٔ نقش زنان در رسانه، این است که جنسیت امری است ساختهٔ اجتماع و همین جنسیت، عامل نابرابری زنان و مردان است. نظریه‌های توانمندسازی بر این نکته تأکید دارند که می‌توان با ایجاد فرصت‌های آموزشی برابر در حوزه‌های مختلف که خود موجب توانمندی زنان خواهد شد، تبعیض علیه زنان را رفع نمود. در واقع بدون این‌که بنیادهای اساسی و اجتماعی موجود در جامعه به‌هم بخورد، می‌توان موقعیت زنان را بهبود بخشید. یکی از ابزارهای مهم در ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی، رسانه‌ها و به‌ویژه رسانهٔ سینما است. لذا نمایش باورپذیر و منطقی از شخصیت زنان در فیلم‌ها می‌تواند به‌عنوان یکی از این فرصت‌های

آموزشی، نقش مهمی در رفع تبعیض جنسیتی بر عهده گیرد (راو دراد و فتح‌آبادی، ۱۳۹۰، ۷۸).

بازنمایی، تعاریف و ابعاد گوناگونی را دربرمی‌گیرد که هر یک از این نظریه‌ها طرفداران خاص خود را دارند و رابطه دال و مدلول در عالم تبادل معنا را به گونه‌های متفاوت تفسیر می‌کنند.

- بازنمایی انعکاسی: بر عینیت خارجی تأکید دارد و معتقد است که معانی در خود عینیت در جهان واقعی قرار دارند و معانی همان وجود خارجی هستند که در آینه منعکس می‌شوند.

- بازنمایی ارادی: به نیت و ذهنیت فرد در فهم امر عینی خارجی تأکید دارد. هر فردی در زمان خلق یک متن، با تکیه بر دانش خود از جهان و روابط و ذهنیتی که دارد جهانی را تصویر می‌کند و فهم او این‌گونه حاصل می‌شود.

- بازنمایی ساختاری: بازنمایی ساختاری هم بر واقعیت عینی و هم بر واقعیت ذهنی اصرار می‌ورزد و در حقیقت، معانی به‌واسطه یک مجموعه از نظام‌های معنا ساز خلق می‌شوند. ما با چگونگی بازنمایی پدیده‌ها برای آن‌ها معنی خلق می‌کنیم، با کلماتی که درباره آن‌ها به کار می‌بریم، داستان‌هایی که در موردشان می‌گوییم، با تصاویری که برایشان خلق می‌کنیم، عواطفی که به آن‌ها نسبت می‌دهیم، روشی که آن‌ها را دسته‌بندی و مفهوم‌سازی می‌کنیم و ارزش‌هایی که بر آن‌ها می‌نهیم (مه‌دیزاده، ۱۳۸۷، ۱۶).

- بازنمایی فلسفی: فلسفه رسانه به دنبال ساختار شکنی فهم است، به معنای ورود پیدا کردن به فرکانس تولید رسانه‌ای است. برای فهم معنای رسانه‌ای راه‌های گوناگونی وجود دارد و انتقال معانی با شیوه‌ای متفاوت مخاطب را از سلطه و قدرت بازنمایی رها می‌کند، به افراد امکان تحرک و فعالیت می‌بخشد و آنان را از شر بازنمایی رسانه‌ای رها می‌کند. بودریار معتقد است که گسترش رسانه‌ها امروزه تشخیص واقعیت از غیر واقعیت را ناممکن کرده و تحریف، جای واقعیت را گرفته است. او اکثر تجسم‌ها

و تصویرها را وسیله‌ای برای مکتوم داشتن غیبت واقعیت تفسیر می‌کند و این‌گونه بازخوردها را بازنمایی می‌نامند (ضیمران، ۱۳۸۲، ۴۸).

۴. هویت اجتماعی زنان

هویت اجتماعی زنان، موضوعی است که زمینه‌های بحث‌های فمینیستی را می‌گستراند. از سوی دیگر، نگاه متفاوت حاکمیت جمهوری اسلامی ایران به هویت اجتماعی بانوان، تفاوت‌های چشم‌گیری با سایر ادیان الهی و مکاتب فکری دارد. لذا از این منظر، مرور مبانی نظری این بحث، چالش‌های متعددی فراروی پژوهنده خواهد گسترده که پرداختن به آن‌ها اگرچه ضروری می‌نماید، اما خود مجالی دیگر می‌طلبد.

در پژوهش حاضر، بر مبنای مطالعات پیشین (عموزاده و اسفندیاری، ۱۳۹۱) و با اندکی تغییرات، تصویر ارایه‌شده از زنان در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی از منظر تاریخی در چهار دوره (دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، دوره سازندگی، دوره اصلاحات و دوره اصولگرایی) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از منظر محتوایی، بازنمایی هویت اجتماعی زنان در سه محور اصلی شامل تصویر اقتصادی، تصویر فرهنگی و تصویر سیاسی اجتماعی مطالعه شده‌اند.

در محور تصویر اقتصادی، موضوعاتی همچون طبقه اجتماعی، اشتغال و استقلال مالی زنان مدنظر قرار گرفته است. البته به سبب گستردگی مباحث از ورود به نوع شغل زنان خودداری شده است. در تصویر فرهنگی، به تحصیلات (در سه سطح بی‌سواد، متوسطه و عالی)، مصرف کالاهای فرهنگی (شامل مطالعه کتاب و روزنامه و مجله، استفاده از رادیو و تلویزیون، شنیدن موسیقی و...)، مهارت‌های عمومی زنان (شامل خیاطی، گلدوزی، آرایش‌گری و...) و امور روزمره خانه‌داری (از نظر ارتباط با وظایف همسری و مادری) پرداخته شده است. مشارکت‌ها و فعالیت‌های سیاسی و مدنی نیز از جمله مواردی هستند که در بررسی تصویر سیاسی اجتماعی زنان

مورد توجه قرار گرفته‌اند. مشارکت سیاسی به‌صورت عضویت در حزب، شرکت در راهپیمایی‌ها و حضور در انتخابات نمود داشته‌اند. مشارکت و فعالیت مدنی شامل کنش‌گر حقوق زنان، کنش‌گر میراث فرهنگی، کنش‌گر محیط‌زیست و... مورد توجه پژوهش‌گر بوده‌اند.

مرور ادبیات تحقیق

۱. در حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی

حجت‌الله ایوبی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «دولت و سینما در فرانسه: راهکارهای ایستادگی در برابر سینمای امریکا» ابتدا به بررسی تاریخچه سیاست‌گذاری دولتی در فرهنگ و هنر در فرانسه می‌پردازد و سپس عمدتاً با نگاه راهبردی، راه‌کارهای دولت فرانسه برای غلبه بر آنچه او سیل ویران‌گر فیلم‌های هالیوودی می‌نامد را معرفی و تحلیل می‌کند.

«ارزیابی مصوبات دولت درباره سینما (۱۳۶۸-۱۳۸۸ شمسی)» عنوان مقاله‌ای است که توسط الهه دهقان پیشه و رضا اسماعیلی (۱۳۹۱) نوشته شده است. نویسندگان بر مبنای مدل چارترند و مک کافی، یک الگوی بومی‌سازی شده برای بررسی نقش دولت‌ها در ارتباط با فرهنگ و هنر می‌پردازند و سپس بر اساس مدل پیشنهادی خود، نقش دولت‌های مختلف در دوران سازندگی، اصلاحات و اصول‌گرایی را بررسی می‌کنند.

اعظم راورداد و مصطفی اسدزاده (۱۳۸۹) در مقاله انتقادی خود با عنوان «جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران (بررسی مدیریت هنری نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران در عرصه سینما در دو دهه ۷۰ و ۸۰ شمسی)» مرزبندی‌های سیاسی در ایران را در عرصه سینما مورد بررسی قرار داده و با استفاده از روش تحلیل محتوا و تحلیل متنی فیلم‌ها به تبیین سیاست‌های فرهنگی هنری دولت در عرصه سینما در دو دهه ۷۰ و ۸۰ خورشیدی پرداخته‌اند. بر همین اساس، دو گفتمان سنتی و مدرن

را به عنوان نماد فکری دو جناح سیاسی اصول‌گرا و اصلاح‌طلب در سینما بررسی کرده و در پایان به این نتیجه رسیده‌اند که هر دو گفتمان و جریان سیاسی در ایران به سوی پیوست فرهنگی حرکت نکرده و در سیاست‌گذاری سینمایی از تجربیات گذشته، مصلحت‌جامعه و آینده‌نگری فاصله گرفته‌اند.

حسن سیلان اردستانی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «مقررات سینما، تئاتر و موسیقی؛ چالش‌ها و خلأها» مهم‌ترین مشکل حال حاضر در عرصه‌های مدیریت هنری را چالش‌های قانونی دانسته و با تفکیک جایگاه قانون از مقررات دولتی به بررسی قوانین و مقررات حوزه هنر پرداخته است. او به این نکته اشاره می‌کند که قوانین دارای جایگاه و شأنی مخصوص به خود هستند که برآمده از اراده عمومی شهروندان است. در ایران بیشترین خلأ قانونی مربوط به هنر می‌شود که اگرچه ظاهراً با وضع مقررات پایین‌دستی نظیر آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها جبران شده، اما در عمل نمی‌تواند نیازها و حقوق شهروندان و هنرمندان را تأمین نماید. همین فقدان نظام حقوقی منسجم سبب ایجاد اختلال در تولید و عرضه محصولات فرهنگی و هنری شده است.

۲. در حوزه بازنمایی و رسانه

هلن اینگهام، درباره بازنمایی زنان در تلویزیون آمریکا معتقد است تلویزیون عموماً به عنوان رسانه‌ای که ایدئولوژی فرهنگ جوامع غربی معاصر، یعنی پدرسالاری را تقویت می‌کند پذیرفته شده است (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۳۸). بوفکین، در «بازنمایی اقلیت‌های نژادی قومی زنان در فیلم‌های مدرن» با استفاده از نظریه‌های فمینیستی فیلم، به بررسی و تحلیل محتوای بازنمایی زنان و اقلیت‌های قومی نژادی در پنجاه فیلم عامه‌پسند در سال ۱۹۹۶ پرداخته است. به زنان و اقلیت‌های قومی نژادی نقش‌های دون پایه داده شده که بازنمایی کلیشه‌های 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 می‌گردند

(همان).

ون زونن، با تحلیل بر روی آگهی‌های تجاری در سال ۱۹۷۱ در امریکا اشاره می‌کند که زنان در مشاغل محدودتری نسبت به مردان به‌نمایش درآمده و اکثریت آن‌ها در نقش‌های خانوادگی ظاهر شده بودند (همان: ۱۴۰). علی عبدالرحمن، در «بازنمایی تصویر زن در رسانه‌های عربی» به بررسی رسانه‌های نوشتاری، دیداری و نقش مهم تبلیغات بازرگانی، چگونگی حضور زن را مورد بررسی قرار می‌دهد و نقش ایفا شده را در بیشتر موارد منفی می‌داند. به‌نظر وی، این نقش، زن را تا حد یک شیء همچون لوازم منزل و دیگر کالاهای تبلیغ‌شده تنزل می‌دهد و او را از هویت و شخصیت انسانی خود دور می‌کند (همان، ۱۴۱).

الهام جمع‌دار (۱۳۷۳) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل سیمای زن در سینمای پس از انقلاب» با تحلیل محتوای شخصیت زن در سریال‌های خانوادگی و اجتماعی پس از انقلاب تا سال ۱۳۷۲ بیان می‌کند که مشکل اصلی زن در سینمای ایران ناشی از مخدوش بودن و قالبی بودن تصویر زن در جامعه و بازنمایی آن در سینما است به‌گونه‌ای که در فیلم‌ها زنان غالباً انسان‌هایی احساساتی و فاقد تفکر تصویر شده‌اند و این تصاویر منفی و کلیشه‌ای متأثر از انگاره‌های فرهنگی است (مهدیزاده و اسمعیلی، ۱۳۹۱، ۸۶).

هلن همتی (۱۳۷۹) در مقاله «بازنمایی مشاغل زن در سینمای ایران» مشاغل زنان را در پنج مرحله شناسایی کرده است. دوره اول (۱۳۰۹-۱۳۱۶) از زنان برای ترویج کشف حجاب در فیلم‌ها استفاده می‌شد. دوره دوم (۱۳۲۷-۱۳۳۸) مشاغل زنان بیشتر خوانندگی کافه و کاباره، نظافتچی و کلفت بود. دوره سوم (۱۳۳۹-۱۳۴۸) زنان فیلم پرسوناژهای آسیب‌دیده، روسپی، کاباره‌گرد، خیابانی، جیب‌بر، قاچاقچی و روستایی فریب‌خورده بودند. دوره چهارم (۱۳۴۹-۱۳۵۷) دوره ظهور موج نو در سینمای ایران که نقش آن در حذف زنان مهم است. این فیلم‌ها شخصیت کنش‌گر را از زن گرفته و آن را در حد بهانه و دستاویز نزاع‌های فیلم با ضدقهرمان

استفاده می‌کنند. این فیلم‌ها چهره‌ای مظلوم و عاجز از زن ایرانی عرضه می‌کنند. دوره پنجم (۱۳۵۸-۱۳۷۵) 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 که با خاتمه جنگ و شروع یک سینمای نئورئالیسمی در ایران، زنان به تدریج نقش‌های واقعی خود را می‌یابند، ولی بازهم در این فیلم‌ها زنان در حاشیه نقش‌های مردانه قرار دارند، یعنی بیشتر منفعل، حاشیه‌نشین و دارای نقش‌های خانوادگی هستند. (همتی، ۱۳۷۹: ۱۲۸).

لنا عبدالخانی و محمد نصرآبادی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی نقش زنان در سینما (سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی)» به بررسی سیاست‌های فرهنگی حکومت پهلوی و دوره جمهوری اسلامی پرداخته‌اند. مقاله مذکور بدون مطالعه موردی فیلم‌ها، فقط به مرور مباحث کلی پرداخته و به نظر می‌رسد که نظرات شخصی نویسندگان را به عنوان نتیجه، ارایه کرده است.

«بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی (فیلم‌های اجتماعی پر فروش دهه ۱۳۸۰)» عنوان مقاله‌ای است که توسط الهام کرمی و باقر ساروخانی (۱۳۹۳) نوشته شده است. مقاله مذکور که از نظر موضوعی فقط به سبک زندگی و فیلم‌های پر فروش محدود مانده است، از نظر روش تحقیق می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با استفاده از روش اسنادی و تحلیل محتوای فیلم‌ها صورت گرفته است. مسئله اساسی در تحلیل محتوا این است که محتوای پیام، شناخته شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. به‌طور کلی تحلیل محتوا به سه شیوه ممکن می‌شود. نخست، عملی که علایم موجود در اثر را با توجه به علل وجودی آنان طبقه‌بندی

می‌کند. دیگر، معنایی که علایم را با توجه به معنای آنان طبقه‌بندی می‌کنند و سوم، علامت - حامل که محتوا را بر حسب ویژگی‌های روانی و مادی علایم طبقه‌بندی می‌کنند.

در مطالعه حاضر، به تحلیل محتوای معنایی پرداخته می‌شود و از این روش برای تفسیر داده‌ها در فیلم‌ها استفاده شده است. برای تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی از روش‌های گوناگونی می‌توان بهره جست. هر فیلم شامل داستان، فیلم‌نامه، ساختار، شخصیت‌ها، موسیقی و... است که بررسی همه آن‌ها تقریباً غیرممکن هست. بنابراین در پژوهش حاضر فقط شخصیت اول زن داستان از منظر محورهای موردنظر (تصویر اقتصادی، تصویر فرهنگی و تصویر سیاسی اجتماعی) مورد توجه قرار گرفته است. - جامعه آماری و حجم نمونه: جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی فیلم‌های سینمایی ایران شده پس از انقلاب اسلامی تا انتهای سال ۱۳۹۲ را در برمی‌گیرد. برای انتخاب حجم نمونه آماری، بر اساس روش نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی شده، سینمای پس از انقلاب، به چهار دوره اصلی (چهار طبقه) تقسیم شده است. از آن جاکه فراوانی تولیدات سینمای ایران در دوره‌های چهارگانه مذکور با یکدیگر تفاوت معنادار دارد، لذا تعداد نمونه‌ها به تناسب فراوانی تولیدات هر دوره و به عبارت دیگر به صورت طبقه‌بندی متناسب انجام شده است. نمونه‌گیری در هر طبقه به صورت تصادفی انجام شده است، لذا بسیاری از فیلم‌های موردنظر و متناسب با موضوع این تحقیق نیز ممکن است از حجم نمونه خارج مانده باشند. بر اساس رویکرد روش‌شناختی تحلیل محتوا، هر فیلم بر اساس محورهای موردنظر حاصل از دیدگاه‌های نظری، مورد بازنگری قرار گرفت.

۴. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در قالب جدول‌های شماره ۲ و ۳ و ۴ در سه محور به تفکیک ارائه شده‌اند.

جدول شماره ۴: یافته‌های پژوهش در محور تصویر سیاسی اجتماعی زن (مأخذ: نگارنده)

تصویر سیاسی اجتماعی زن				فيلم	دوره
مشارکت و فعالیت مدنی		مشارکت و فعالیت سیاسی			
ناشناس	دارد	ناشناس	ندارد		
	•		•	تراج	(۸۶۸۱-۸۵۸۱) طی طرح ۳ صفحه و انقلاب اسلامی
	•			عناجدا	
	•		•	پرواز در شب	
	•		•	گلن سکا	
•		•		دیده بان	(۷۶۸۱-۷۵۸۱) سازمانی
			•	عروس	
			•	سرا	
			•	بوی	
			•	دوسری آبی	
			•	بوی پیرهن یوسف	
			•	لیلا	(۶۷۸۱-۶۶۸۱) اسلامت
			•	دورن	
			•	روبان کوز	
			•	دختران انتظار	
			•	زیر پوست شهر	
			•	سگ کسی	
			•	زنجان زان	
			•	کافه بی خط	
•			•	شام آخر	
•			•	خبا	
			•	همان ملان	(۳۷۸۱-۳۶۸۱) انگوش
			•	چهارشنبه سوری	
			•	سه زن	
			•	زن بوم	
			•	زنها و زینتاند	
			•	م خلیف	
			•	درباره آبی	
		•		دوت	
			•	من همسرت هستم	

بحث و تحلیل یافته‌ها

۱. تصویر اقتصادی زن

در دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، زنان عموماً از قشر متوسط جامعه، خانه‌دار و فاقد استقلال مالی بوده‌اند. اما در دوره سازندگی در بیش از هشتاد درصد موارد شخصیت اول زن در فیلم‌های ایرانی متعلق به طبقه بالا و متوسط بوده که حدود یک‌سوم آن‌ها شغل و استقلال مالی داشته‌اند. در دوره اصلاحات میزان زنان طبقه بالا کاهش یافت و اگرچه تعداد زنان شاغل افزایش نشان می‌دهد، اما استقلال مالی زنان کمتر بوده است. در فیلم‌های دوره اصولگرایی نیز زنان طبقه بالا به چشم نیامده، اما زنان عموماً شاغل و نیمی از آن‌ها دارای استقلال مالی بوده‌اند (جدول شماره ۵).

۲. تصویر فرهنگی زن

در فیلم‌های دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس به تحصیلات، مصرف کالاهای فرهنگی و مهارت‌های عمومی زنان توجه چندانی نشده است، ولی شصت درصد از زنان به امور روزمره خانه‌داری می‌پرداخته‌اند. در دوره سازندگی حدود پنجاه درصد زنان دارای تحصیلات عالی هستند که کالاهای فرهنگی متناسب مصرف می‌کنند. در این دوره تا حدی به مهارت‌های عمومی نیز توجه شده است و همچنان وظایف خانوادگی زنان و رسیدگی به امور روزمره، وجه بارز شخصیت اول زن در فیلم‌های این دوره به‌شمار می‌رود. در فیلم‌های دوره اصلاحات نیز توجه مشابهی به تحصیلات زنان شده است، اما مطالعه انجام‌شده نشان می‌دهد که مصرف کالاهای فرهنگی افزایش معناداری داشته است. فیلم‌های دوره اصول‌گرایی نیز از لحاظ آمار و ارقام، وضعیتی مشابه با فیلم‌های دوره سازندگی دارند (جدول شماره ۶).

۳. تصویر سیاسی اجتماعی زن

تقریباً در اغلب موارد در هر چهار دوره از مطالعه انجام‌شده، زنان فاقد فعالیت و مشارکت‌های سیاسی و مدنی بوده‌اند. البته لازم به توضیح است که در فیلم‌های

جدول شماره ۵: تحلیل یافته‌های پژوهش درباره تصویر اقتصادی زن در سینمای پس از انقلاب اسلامی (مأخذ: نگارنده)

نامشخص شماره	استقلال مالی			اشتغال			طبقه اجتماعی							دوره	
	ندارد	دارد	نامشخص	خانه‌دار	شاغل	نامشخص	ضعیف	متوسط	بالا	شماره	شماره	شماره	شماره		شماره
۶۰	۲	۰	۲۰	۴	۰	۲۰	۱	۲۰	۱	۲۰	۱	۶۰	۲	۰	۱
۱۶۱۷	۱	۶۶/۶۸	۳۳/۳۴	۳۳/۳۴	۲	۳۳/۳۴	۲	۱۶/۶۷	۱	۵۰	۳	۳۳/۳۴	۲	۳۳/۳۴	۲
۰	۷	۳۰	۳۰	۳۰	۴۰	۴۰	۴۰	۴۰	۴۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳
۲۵	۲	۵۰	۳۷/۵	۲۵	۳۷/۵	۱۲/۵	۱	۱۲/۵	۱	۱۲/۵	۱	۷۵	۶	۰	۴
۲۰/۱۷	۱۲	۳۷/۸۵	۳۱/۰۵	۳۷/۹۵	۳۱/۰۵	۶/۹	۲	۲۴/۱۵	۷	۵۱/۷۵	۱۵	۱۷/۲۵	۵	۱۷/۲۵	جمع

دوره ۱ - دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس (۱۳۶۷ - ۱۳۵۷)
 دوره ۲ - دوره سازندگی (۱۳۷۵ - ۱۳۶۸)
 دوره ۳ - دوره اصلاحات (۱۳۸۳ - ۱۳۷۶)
 دوره ۴ - دوره اصولگرایی (۱۳۹۲ - ۱۳۸۴)

جدول شماره ۶: تحلیل یافته‌های پژوهش درباره تصویر فرهنگی زن در سینمای پس از انقلاب اسلامی (مأخذ: نگارنده)

آموز روزنره خانه‌داری			مهارت‌های عمومی			مصرف کالاها فرهنگی			تحصیلات						
نامشخص	ندارد	دارد	نامشخص	ندارد	دارد	نامشخص	ندارد	دارد	نامشخص	عالی	متوسطه	بی‌سواد			
۵۰	۲	۶۰	۱۰۰	۵	۰	۸۰	۴	۲۰	۱	۶۰	۳	۰	۰	۰	۰
۱۶۶۶	۱	۶۶۸	۵۰	۳	۳۳۳۴	۰	۱۶۶۶	۱	۸۳۳۵	۵	۳۳۳۴	۲	۱۶۶۶	۱	۲
۲۰	۲	۷۰	۴۰	۴	۱۰	۰	۳۰	۷	۰	۵۰	۱۰	۱	۴۰	۴	۳
۳۳۳۵	۳	۶۲۱۵	۱۲۱۵	۱	۰	۵۰	۴	۲۵	۰	۳۳۳۵	۳	۵۰	۱۲۱۵	۱	۴
۲۲۲۶	۸	۶۵۵۵	۴۴۱۵	۱۳	۱۰۳۳۵	۳۳۶	۸	۵۱۱۷۵	۱۵	۳۳۳۵	۱۱	۳۳۳۵	۲۰۲۰	۶	جمع

دوره ۱- دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس (۱۳۶۷-۱۳۵۷)

دوره ۲- دوره سازندگی (۱۳۷۵-۱۳۶۸)

دوره ۳- دوره اصلاحات (۱۳۸۳-۱۳۷۶)

دوره ۴- دوره اصولگرایی (۱۳۹۲-۱۳۸۴)

جدول شماره ۷: تحلیل یافته‌های پژوهش درباره تصویر سیاسی اجتماعی زن در سینمای پس از انقلاب اسلامی (مأخذ: نگارنده)

مشارکت و فعالیت مدنی				مشارکت و فعالیت سیاسی				دوره
نامشخص		دارد		ندارد		نامشخص		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۰	۰	۱۰۰	۵	۰	۰	۱۰۰	۵	۱
۰	۰	۱۰۰	۶	۰	۰	۱۰۰	۶	۲
۲۰	۲	۸۰	۸	۰	۰	۹۰	۹	۳
۲۵	۲	۶۲/۵	۵	۱۲/۵	۱	۸۷/۵	۷	۴
۱۳/۸۰	۴	۸۲/۸	۲۴	۳/۴۵	۱	۹۳/۱۵	۲۷	جمع

دوره ۱- دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس (۱۳۶۷-۱۳۵۷)

دوره ۲- دوره سازندگی (۱۳۷۵-۱۳۶۸)

دوره ۳- دوره اصلاحات (۱۳۸۳-۱۳۷۶)

دوره ۴- دوره اصولگرایی (۱۳۹۲-۱۳۸۴)

دوره اول (دوره انقلاب اسلامی و دفاع مقدس) زنان در اغلب موارد با حمایت‌های پشت جبهه از رزمندگان و مشارکت در تهیه، بسته‌بندی و ارسال کمک‌های مردمی به جبهه‌ها عملاً در رویدادهای سیاسی و مدنی روزگار خود نقش آفرینی کرده‌اند هرچند که در این مطالعه لحاظ نشده باشد (جدول شماره ۷).

نتیجه

در سینمای پس از انقلاب اسلامی، به‌طور کلی سیاست‌های فرهنگی در جهت تثبیت جایگاه زن در جامعه بوده است؛ هرچند که در چهار دوره مشخص پس از انقلاب، بنا به حوادث و رویدادهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، شاهد صعود و افول‌هایی در بازنمایی نقش زنان بوده‌ایم. مطالعه انجام‌شده در پی یافتن پاسخ‌های سؤالات تحقیق، به‌نتایج زیر دست یافته است:

۱. بر اساس مطالعاتی که پیش‌تر انجام شده است (دهقان پیشه و اسماعیلی، ۱۳۹۱)، دولت‌های پس از انقلاب در دوره‌های مختلف، با مصوبات خود در زمینه سینما، نقش‌های گوناگونی را برعهده داشته و بر اساس رویکردهای خاص خود، اهداف متفاوتی را دنبال می‌کرده‌اند. دولت در دوره انقلاب و دفاع مقدس، نقش مهندس را بر عهده داشته که با هدف ترویج ایدئولوژی اسلامی همراه بوده است. در دوره سازندگی، دولت عمده‌تاً نقش تسهیل‌گر را با هدف ایجاد بسترهای اقتصادی برای توسعه پایدار صنعت سینما به‌خود گرفته است. نقش دولت در دوره اصلاحات، بیشتر نقش حامی بوده است تا به ارتقای حرفه‌ای سینمای ایران منجر شود و دست‌یابی به استانداردهای بین‌المللی را ممکن سازد. دولت در دوره اصول‌گرایی، به‌دلیل تفاوت‌های بنیادین با اصلاح‌طلبی، ضمن بازگشت به گذشته، مجدداً نقش مهندس را برعهده گرفته است.

۲. تصویر بازنمون شده از هویت اجتماعی زنان در سینمای ایران، در مجموع چهار دوره پس از انقلاب، دارای ویژگی‌های زیر است:

- بر اساس جدول شماره ۵ از نظر تصویر اقتصادی، حدود هفتاد درصد زنان از طبقه متوسط و بالای جامعه بوده‌اند؛ تقریباً یک‌سوم زنان، شاغل و حدود چهل درصد آن‌ها

دارای استقلال مالی بوده‌اند.

- بر مبنای یافته‌های جدول شماره ۶ به لحاظ تصویر فرهنگی، حدود هفتاد درصد زنان، دارای تحصیلات متوسطه و عالی نشان داده شده‌اند. در اغلب موارد (۴۷ مورد در ۲۹ فیلم بررسی شده) زنان، کالاهای فرهنگی (روزنامه، کتاب، فیلم، نمایش و موسیقی) مصرف می‌کنند که اگرچه با واقعیت ملموس جامعه منافات دارد، اما می‌تواند از دیدگاه ترویجی و آموزشی قابل توجیه باشد.

- جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که از نظر تصویر سیاسی اجتماعی متأسفانه زنان ایرانی در حداقل میزان فعالیت و مشارکت‌های سیاسی و مدنی می‌باشند.

۳. برای بررسی شباهت‌های موجود بین سیاست‌های دولت و تصویر بازنمون شده زن ایرانی، جدول شماره ۸ ارائه می‌شود. جدول مذکور نشان می‌دهد که در دوره‌های مختلف و بر اساس شرایط سیاسی و اجتماعی حاکم، برخی اصول مورد اتفاق نظر سیاست‌گذاران و هنرمندان بوده است. از جمله این که در همه دوره‌ها، شخصیت زن نقش اول، از بین قشر متوسط جامعه برگزیده می‌شده است که این امر با هدف باورپذیر کردن سینما، بتواند تأثیر حداکثری بر مخاطب در القای پیام داشته باشد. همچنین در همه دوره‌ها، بر انجام وظایف روزمره زن به‌عنوان همسر و مادر تأکید شده است.

تفاوت‌هایی که وجود دارد را می‌توان عمدتاً ناشی از نگاه‌های جناحی و تفاوت در شیوه اجرای مصوبات دانست. به‌عنوان نمونه، مصرف کالای فرهنگی توسط زنان از جمله شاخص‌هایی است که به‌ویژه در دوره اصلاحات مدنظر بوده است تا چهره زن معاصر ایرانی را در مجامع بین‌المللی تقویت نماید، ولی در دورانی که دولت، تأثیر ایدئولوژیک بر سینما را مدنظر داشته، به آن توجهی نمی‌شده است.

مسئله قابل تأمل در تمامی دوره‌ها، عدم تمایل سینماگران به نمایش دادن نقش سیاسی و اجتماعی مؤثر زنان بوده است. مشارکت‌های سیاسی و مدنی بانوان ایرانی از حضور در پشت جبهه، تهیه و بسته‌بندی کمک‌های مردمی، تربیت فرزندان انقلابی، حضور گسترده در راهپیمایی‌ها، مشارکت در انتخابات و... تا به‌راه انداختن کمپین‌های

جدول شماره ۸: شباهت تصویر زن در سینمای ایران با سیاست‌های مصوب دولت در دوره‌های مختلف (مأخذ: نگارنده)

شباهت	تصویر بازتابی شده زنان			تصویر زن بر اساس اهداف دولت	هدف اصلی	نقش دولت	دوره
	تصویر سیاسی اجتماعی	تصویر فرهنگی	تصویر اقتصادی				
بسیار زیاد	فائق مشارکت سیاسی و اجتماعی	تحصیل کرده؛ بدون مصرف کالای فرهنگی بدون مهارت عمومی؛ رسیدگی به امور روزمره (وظایف همسری و مادری)	قشر متوسط؛ خانه دار؛ فاقد استقلال مالی	نمایش زن سنتی؛ قشر متوسط؛ مذهبی و وفادار به آرمان‌ها؛ ترجیحاً خانه دار؛ وظایف همسری و مادری	تأثیر ایدئولوژیک بر سینما	مهندس	انقلاب و دفاع مقدس
زیاد	فائق مشارکت سیاسی و اجتماعی	دارای تحصیلات عالی؛ مصرف کالای فرهنگی؛ دارای مهارت‌های عمومی؛ رسیدگی به امور روزمره (وظایف همسری و مادری)	قشر متوسط؛ شاغل؛ دارای استقلال مالی	ارتقای نقش سنتی زن در جامعه؛ قشر متوسط؛ مذهبی؛ شاغل؛ دارای مهارت؛ وثایف همسری و مادری	تأثیر اقتصادی بر سینما	تسهیل‌گر	سازندگی
زیاد	فائق فعالیت سیاسی و اجتماعی چشمگیر	دارای تحصیلات عالی؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ بدون مهارت‌های عمومی؛ رسیدگی به امور روزمره (وظایف همسری و مادری)	قشر متوسط؛ شاغل؛ دارای استقلال مالی	ارتقای نقش زنان به سطح استانداردهای جهانی؛ قشر متوسط؛ دارای تحصیلات عالی؛ شاغل؛ دارای استقلال مالی؛ مصرف محصولات فرهنگی؛ فعالیت سیاسی و مدنی	ارتقای صفت سینما بر اساس استانداردهای بین‌المللی و کسب جوایز از جشنواره‌ها	حامی	اصلاحات
زیاد	فائق فعالیت سیاسی و اجتماعی چشمگیر	تحصیل کرده؛ مصرف کمتر محصولات فرهنگی؛ بدون مهارت عمومی؛ رسیدگی به امور روزمره (وظایف همسری و مادری)	قشر متوسط؛ خانه دار؛ کمتر دارای استقلال مالی	بازگشت به بازتابی نقش سنتی زنان؛ قشر متوسط؛ مذهبی و وفادار به آرمان‌ها؛ انجام وظایف همسری و مادری؛ ترجیحاً خانه دار	تأثیر ایدئولوژیک بر سینما با توجه به شرایط متفاوت روز	مهندس	اصولگرایی

مدنی و مشارکت فعال در سازمان‌های مردم‌نهاد با آنچه در فیلم‌ها به تصویر کشیده شده است، تفاوت‌های چشمگیری دارد. لذا پیشنهاد می‌شود که بررسی تطابق تصویر ارایه‌شده از زن ایرانی در فیلم‌های سینمایی با واقعیت موجود در جامعه (بر اساس آمارها و مستندات) مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد.

پی‌نوشت‌ها

1. Chartrand
2. Mccaughey
3. Facilitator
4. Patron
5. Architecture
6. Engineer
7. sex
8. gender



منابع

- ایوبی، حجت‌الله، (۱۳۸۷)، «دولت و سینما در فرانسه: راهکارهای ایستادگی در برابر سینمای امریکا»، تحقیقات فرهنگی ایران، ۱(۳)، صص ۱-۳۵.
- تاجیک، محمدرضا، (۱۳۷۹)، تأمل آسیب‌شناسی بر فرهنگ در ایران، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- دهقان پیشه، الهه و اسماعیلی، رضا، (۱۳۹۱)، «ارزیابی مصوبات دولت درباره سینما (۱۳۶۸-۱۳۸۸ شمسی)»، تحقیقات فرهنگی ایران، ۵(۱)، صص ۱۱۵-۱۳۲.
- راودراد، اعظم و اسدزاده، مصطفی، (۱۳۸۹)، «جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران (بایدها و نبایدهای سیاست‌گذاران سینمای ایران در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰)»، مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۱۱(۹)، صص ۵۷-۸۸.
- راودراد، اعظم و فتح‌آبادی، بهاره، (۱۳۹۰)، «رابطه میان جنسیت کارگردان و نوع شخصیت‌پردازی زن در سینما». زن در فرهنگ و هنر، ۳(۱)، صص ۷۵-۹۴.

رفعت جاه، مریم، (۱۳۸۳)، *تعریف هویت زنانه*، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران.

سبیلان اردستانی، حسن، (۱۳۸۸)، «مقررات سینما، تئاتر و موسیقی؛ چالش‌ها و خلأها»، *چکیده مقالات هم‌اندیشی ملی مدیریت هنری، تهران: خانه سینما، ۱۱ تا ۱۲ آذرماه ۱۳۸۸*.

ضیمران، محمد، (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر*. تهران: قصه. عبدالخانی، لانا و نصرآبادی، محمد، (۱۳۹۰)، «بازنمایی نقش زنان در سینمای سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی»، *زن و فرهنگ*، ۳(۱۰)، صص ۸۷-۹۶.

عموزاده، محمد و اسفندیاری، نسیم، (۱۳۹۱)، «بازنمون هویت اجتماعی در رسانه، بررسی روند تغییرات هویت اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب اسلامی»، *زن در فرهنگ و هنر*، ۴(۳)، صص ۱۱۹-۱۳۸.

کرمی، الهام و ساروخانی، باقر، (۱۳۹۳)، «بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی (فیلم‌های اجتماعی پرفروش دهه ۱۳۸۰)»، *جامعه پژوهش فرهنگی*، ۵(۱)، صص ۵۹-۸۶.

مهدیزاده، سید محمد، (۱۳۸۷)، *رسانه‌ها و بازتابی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه*.

مهدیزاده، سید محمد و اسمعیلی، معصومه، (۱۳۹۱)، «نشانه‌شناختی تصویر زن در سینمای ابراهیم حاتمی کیا»، *زن در فرهنگ و هنر*، ۴(۱)، صص ۸۵-۱۰۵.

وحید، مجید، (۱۳۷۹)، *از فرهنگ سیاست‌گذاری تا سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران*.

همتی، هلن، (۱۳۷۹)، *بازنمایی مشاغل زنان در سینمای ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.

The Social Image of Iranian Women in Iranian Movies After the Islamic Revolution

Mohsen Tabassi / Associate Professor, Department of Architecture, Faculty of Art & Architecture, Islamic Azad University of Mashhad, Mashhad, Iran.*

tabassi_mohsen@yahoo.com

Received: 2020/10/17 - **Accepted:** 2020/11/21

Abstract

The presence of women in Iranian movies has been a challenging issue. Since that the movie is an important medium for transferring cultural subjects, a proper image of women can be mutually influenced society and the women themselves. The important social incidents such as the Islamic revolution, eight years of holy defense, and changing the predominant social paradigms also have a significant effect on Iranian movies. Under these conditions, Iranian women, as a considerable part of Iranian movies, have been appeared in different forms. The main idea for this research is the study about the circumstance of the Iranian women presented images. For this aim, the attributive and content analysis methods were used to analyzing the first actress's character in Iranian movies. Then four periods were considered and some Iranian films were selected in these intervals. The selected movies have been reviewed and the women's roles are classified into three categories contains economic, cultural, and political- social role. The study shows that in the Iranian movies after the Islamic revolution, from the economic aspects around seventy percent of women were middle-class and upper, almost a third of women, employed, and about forty percent have financial independence. In terms of cultural image, not only about seventy percent of women have secondary and higher education, but also in most cases, the consumption of cultural goods appears. From the view of the political- social image, the Iranian women have been seen at a minimum turnout.

Keywords: woman, movie, Islamic revolution, Iran, Iranian movie.