

بازنمایی وضعیت اشتغال زنان در مشاغل آزاد در فیلم سینمایی طلا

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۲

کد مقاله: ۶۳۰۸۷

حسین میرزایی^۱، عبدالله کریم زاده^۲، سمیه محمودی پیام^{۳*}

چکیده

پیشرفت تکنولوژی و مواجهه با ارزش‌های جامعه مدرن، ارزش‌های سنتی جامعه ایرانی را دچار تغییر و تحولات بسیاری کرد. همزمان با این تحولات نقش‌های اجتماعی و اقتصادی زنان نیز در جامعه دچار تحولات عدیده گردید. این تحولات، زمینه‌ساز حضور گسترده زنان در بخش‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی شده و همچنین چالش‌هایی را برای آنان ایجاد کرده است. سینما به عنوان یکی از عوامل اثرگذار بر فرهنگ و جامعه، نقش مهمی در تداوم و یا حذف چالش‌های موجود از طریق چگونگی بازنمایی وضعیت آنان دارد. از این رو، پژوهش حاضر بر اساس رویکرد نشانه‌شناختی فیسک و تحلیل بازنمایی حال در صدد است به بازنمایی وضعیت اشتغال زنان در مشاغل آزاد در فیلم سینمایی طلا بپردازد. این فیلم به عنوان یک متن فرهنگی در نظر گرفته شده است تا از طریق تحلیل نشانه‌شناختی آن به چگونگی تولید معانی فرهنگی مربوط به اشتغال زنان در مشاغل آزاد بپردازیم. بازنمایی نقش زنان و جایگاه اجتماعی آنان به عنوان عضوی مستقل و موثر در فعالیت‌های اقتصادی از جمله موارد مطرح در این فیلم است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که به رغم گذشت ۴ دهه از انقلاب اسلامی، هنوز سینمای ایران در مسیر بازتولید و تثبیت کلیشه‌های جنسیتی گام برمی‌دارد.

واژگان کلیدی: زنان شاغل، مشاغل آزاد، بازنمایی رسانه‌ای، نشانه‌شناسی، سینمای ایران، فیلم طلا

۱- استادیار انسان‌شناسی فرهنگی، گروه مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی

۲- مدرس مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)

اشتغال زنان نه فقط در ایران، بلکه در سطح جهان همواره مسئله‌ای چالش برانگیز بوده و مباحثات و کشمکش‌های متعددی را در میان نیروهای مختلف سیاسی و اجتماعی برانگیخته است. در یک سو با دیدگاهی مواجهم که سابقه تاریخی‌اش به دوران پیش از سرمایه‌داری بر می‌گردد. در این دیدگاه، نقش زنان در چارچوب نهاد خانواده تعریف شده است و کار بیرون از خانه پسندیده و مطلوب تلقی نمی‌شود. در سوی دیگر با دیدگاهی مواجهم که سابقه تاریخی آن به انقلاب صنعتی، گسترش موج شهرنشینی و در نهایت سرمایه‌داری مدرن بر می‌گردد. در این دیدگاه که با الزامات گفتمانی مدنیته سازگاری دارد، به زن به چشم نیروی کار بالقوه‌ای نگریسته می‌شود که در جهان امروزی می‌تواند منشأ خلق ارزش افزوده باشد. در اشکال سنتی تولید، زنان صرفاً به کار خانگی اشتغال داشتند، اما در اشکال مدرن تولید، محل کار آنان به خارج از خانه منتقل شده است. اکنون، زنان شاغل از نظر مالی استقلال بیشتری پیدا کرده‌اند. این شرایط پیامدهایی در دگرگونی نقش‌های جنسیتی در درون خانواده به همراه داشته است. گیدنز با اشاره به وضعیت اشتغال زنان گفته است: «در طول تاریخ، مردان و زنان در تولید و بازتولید دنیای اجتماعی پیرامون خویش نقش داشته‌اند، هم در سطح فعالیت‌های روزمره و هم در بستر تاریخ. اما ماهیت این همراهی و شراکت، و توزیع مسئولیت‌های آن در طول زمان شکل‌های مختلفی به خود گرفته است. تا همین اواخر کار با مزد در کشورهای غربی عمدتاً در قلمرو مردان بود. طی همین چند دهه گذشته این وضعیت از بیخ و بن دستخوش تغییر شده است: زنان بیشتر و بیشتری وارد نیروی کار شده‌اند. امروز بین ۳۵ و ۶۰ درصد از زنان شانزده تا شصت ساله در اکثر کشورهای اروپایی بیرون از خانه مشاغل درآمدزا دارند» (گیدنز، ۱۳۸۹: ۵۶۰).

در ایران پساامشروطه نیز زنان توانستند از آموزش بهره ببرند و به تدریج وارد عرصه‌های اجتماعی شوند. این تحولات در دوره پهلوی با سرعت بیشتری جریان یافت. سیاست‌های پهلوی اول در زمینه کشف حجاب و همچنین دادن حق رأی به زنان در انقلاب سفید مقاومت‌های بیشتری در بین نیروهای اجتماعی سنت‌گرا برانگیخت. با این حال، زمینه حضور زنان در اجتماع بیش از پیش مساعد شد. این حضور پس از انقلاب اسلامی به رغم هژمونیک شدن گفتمان حجاب به مراتب بیشتر شد، ولی گفتمان مسلط جامعه پساانقلابی در دهه‌های آغازین انقلاب باعث شد که زنان همچنان به بازتولید نقش‌های سنتی همچون پرورش فرزندان، خانه‌داری و همسرمداری سوق پیدا کنند. هر چند که در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ نقش زنان بیش‌تر معطوف به تربیت فرزندان و کارهای مربوط به امور خانه بود و عمده کارهای بیرون از خانه به مردان اختصاص داشت، با این حال در دهه‌های بعدی و پس از پایان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران که گفتمان توسعه اقتصادی و سیاسی در دستور کار دولتمردان قرار گرفت، شاهد بازتعریف ارزش‌های سنتی جامعه ایرانی هستیم. حضور پررنگ زنان ایرانی در آموزش عالی و به تبع آن افزایش سطح آگاهی آنان تحولات گسترده‌ای را در جامعه و خصوصاً نقش زنان در جامعه رقم زد.

تحولات مربوط به نقش زنان در جامعه و وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی آنان در رسانه‌ها بازتاب گسترده‌ای پیدا کرد و مورد توجه محققین علوم اجتماعی قرار گرفت. با تغییر وضعیت اجتماعی زنان و مردان در جامعه نه فقط تغییر محسوسی در قشریندی جنسیتی اتفاق نیفتاد، بلکه زنان با مشکلات و مسائل جدیدی مواجه شدند. آنان علاوه بر نقش‌های سنتی خود در خانه با مسائل مختلفی در جامعه مواجه هستند. زنان در جامعه امروز با پیشرفت در عرصه‌های مختلف به کار در مشاغل آزاد نیز روی آورده‌اند و این مواجهه زنان با مشاغل آزاد مشکلات و مسائل متعددی برای آنان به وجود آورده است.

در دنیای امروز، رسانه‌ها از عوامل موثر در جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری افراد محسوب می‌شود. این به دلیل نقش واسطه‌گری رسانه است که نقش میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده اجتماعی دارد. محتوایی که از طریق رسانه‌ها به مردم منتقل می‌شود، در اغلب موارد به شکل دهی و جهت بخشی آگاهی، ذهنیت و هویت افراد منجر می‌شود. رسانه‌ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تاثیر می‌گذارند. بر این اساس بازنمایی، ساخت رسانه‌ای واقعیت است. (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۳۵)

از آنجایی که سینما به عنوان رسانه‌ای فراگیر و پرترفدار در میان اقشار مختلف جامعه، همواره بر برساخت ذهنی انسان‌ها اثر گذاشته است، قدرت مرکزی و بازار سعی کرده‌اند از این ابزار برای جهت دادن به افکار عمومی و بازتولید هژمونی مورد نظر خود استفاده کنند. بازنمایی سینمایی اشتغال زنان را نیز باید در این راستا مورد تحلیل قرار داد، چرا که این بازنمایی‌ها با حذف و حاشیه‌رانی زنان به عنوان دیگری به استمرار و تشدید نابرابری‌های اجتماعی کمک می‌کند در پژوهش حاضر در پی پروبلما تیزه کردن این وضعیت هستیم. می‌خواهیم نقش سینما در دامن زدن به این موقعیت مسئله‌مند را مورد بحث قرار دهیم و به این سوال بپردازیم که مسئله اشتغال زنان آزاد چگونه در فیلم سینمایی طلا (۱۳۹۷) روایت و بازنمایی شده است. با تمییم داده‌های به دست آمده از این فیلم می‌خواهیم به این مسئله بپردازیم که آیا سینمای ایران در جبهه زیبایی‌شناسیک تلاشی برای برون‌رفت زنان شاغل در مشاغل آزاد از این موقعیت مسئله‌مند انجام داده است؟ آیا در دهه چهارم انقلاب اسلامی که زنان ایرانی بیش از پیش در

مسیر بازتعریف نقش اجتماعی خود قرار گرفته‌اند، تغییری در نحوه‌ی بازنمایی اشتغال زنان در سینمای ایران صورت گرفته است؟ یا اینکه سینمای ایران همچنان در مسیر کلیشه‌سازی، بازتولید و تثبیت کلیشه‌های جنسیتی کلاسیک گام برمی‌دارد؟

۲- مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

با توجه به اینکه پژوهش حاضر از یک سو در سنت مطالعات بازنمایی و از سوی دیگر در سنت مطالعات زنان قابل طبقه‌بندی است، ضرورتاً از پارادایم‌های نظری هردو سنت پژوهشی بهره خواهد برد. به‌خصوص نظریه‌ی بازنمایی استوارت هال، رویکرد نشانه‌شناختی جان فیسک و نظریه‌ی فمینیستی در این میان راهگشا خواهد بود. ذیلاً به خلاصه‌ای از این پارادایم‌های نظری اشاره می‌شود.

۲-۱- نظریه بازنمایی

امروزه نظریه بازنمایی در مطالعات فرهنگی و مطالعات رسانه کاربرد چشم‌گیری پیدا کرده که تا حد زیادی آن را مرسوم تلاش‌های استوارت هال است. بازنمایی به طور عام به پرسش‌هایی اساسی نظیر این که چه مطالبی باید برای انعکاس انتخاب شوند و چگونه به بینندگان عرضه شوند، اشاره می‌کند. بنا به استدلال استوارت هال، «واقعیت به نحو معنادار وجود ندارد و بازنمایی یکی از شیوه‌های کلیدی تولید معنا است. معنا صریح و شفاف نیست و از راه بازنمایی در گذر زمان، یک دست باقی نمی‌ماند. بی‌شک جهان مستقل از بازنمایی‌ها وجود دارد اما معنادار شدن جهان در گرو بازنمایی است» (بیچرانلو ۱۳۹۰، ص ۷۴). هال بازنمایی را فرایندی در نظر می‌گیرد که معنا از طریق آن تولید شده و میان اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود.

در رسانه‌ها همواره با بازنمایی‌هایی که آمیخته به روابط و مناسبات قدرت‌اند مواجهیم تا آن دسته از معانی را در جامعه رجحان بخشد که کارکردشان حفظ و تداوم نابرابری‌های اجتماعی است. نابرابری‌های جنسیتی نیز یکی از اشکال این نابرابری‌ها به شمار می‌روند که در لایه‌های پنهان نشانه‌ها توسط ایدئولوژی بازتولید می‌شود.

استوارت هال بر سه رهیافت در بازنمایی اشاره می‌کند:

رهیافت بازتابی: بر اساس این رهیافت، معنا در جهان موجود است و زبان به‌سان آئینه‌ای است که آن را به شکلی صحیح و دقیقاً منطبق با جهان بازتاب می‌دهد. بر این اساس، متون رسانه‌ای واقعیت را بازتاب می‌دهند.

رهیافت قصدمندی: به موجب این رهیافت، زبان حامل معنای منحصر به فردی است که نیت و مقصود مؤلف بوده است و حامل هدف و مقصود مؤلف است. در اینجا دوربین اراده مؤلف را بازمی‌تاباند. از منظر هال در این رویکرد زبان به امری خصوصی مبدل می‌شود.

رهیافت برساخت‌گرا: بر اساس این رهیافت، ماهیت عمومی و اجتماعی زبان بسیار حائز اهمیت است. برساخت معنا به واسطه‌ی نظام‌های بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها صورت می‌پذیرد. رهیافت برساخت‌گرا، دو رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی را در برمی‌گیرد. رویکرد نشانه‌شناختی توجه خود را به چگونگی تولید معنا توسط بازنمایی و زبان معطوف می‌کند در حالی که رویکرد گفتمانی تأثیرات و پیامدهای بازنمایی را مورد توجه قرار می‌دهد (هال ۱۹۹۷).

هال با پذیرش رویکرد سوم معتقد است که: «رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند، بلکه آن را به صورت رمز و نشانه در می‌آورند و به‌صورت نمادین و نه مبتنی بر واقعیت انعکاس می‌دهند» (هال ۱۹۹۷: ۷۲ به نقل از سلیمانی و هراتی ۱۳۹۴، ص ۱۰۱). در این چارچوب از آنجا که رسانه‌ها به ساخته شدن نظام‌های یادآوری‌کننده تعاریف کمک می‌کنند، بازنمایی‌های رسانه‌ای در شکل دادن به نگرش‌های عمومی نسبت به دیگران تأثیرگذار هستند و ذهنیت و دانش عمومی یک جامعه یا گفتمان را بر اساس تصویر انگاره‌ای که خود برمی‌سازند در قبال غیر یا غیرخودی تولید و توزیع می‌نمایند.

از منظر هال دو استراتژی کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی (یا بدیهی‌نمایی) در مسیر بازنمایی توسط رسانه‌ها انجام می‌گیرند. کارکرد کلیشه‌سازی تقلیل یک پدیده یا موضوع پیچیده و چندلایه را به چند خصیصه یا ویژگی ساده، منفی و قابل فهم است تا در نهایت این خصایص را ابدی، ثابت و اغراق‌آمیز در نظر گیرد. همچنین ویژگی‌های بهنجار را از ویژگی‌های نابهنجار جدا می‌کند و سپس آنچه را که درون بخش بهنجار قرار نگیرد و ضد خود باشد، طرد می‌کند.

۲-۲- پارادایم نظری فمینیستی

فمینیسم به آرا و افکاری اشاره دارد که زنان برای تغییر خود آگاهی‌شان و تغییر در جامعه به وجود آورده‌اند. زنان در حیات اجتماعی بر اساس نگرش فمینیستی گروه اجتماعی ستم‌دیده به حساب می‌آیند. فمینیست‌ها مدعی‌اند که روابط میان مردان و زنان در حوزه‌های کار، سیاست، خانواده و سکس، الگوی نابرابری جنسی را بازتاب می‌دهند. نظریه‌های فمینیستی یک دست نیستند و طیف گسترده‌ای از گرایش‌ها و نظریات همچون فمینیسم مارکسیستی، فمینیسم لیبرالی، فمینیسم محافظه‌کار، فمینیسم سوسیالیستی و ... را شامل می‌شود.

فمینیسم لیبرال شاخه‌ای از نظریات فمینیستی است که به تبیین نابرابری زنان در جامعه می‌پردازد. آن‌ها تبعیض جنسی را علت نابرابری جنسی می‌دانند. جرج ریتز در کتاب نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر با تکیه بر تبعیض جنسی بیان می‌کند که همین تبعیض جنسی زنان را از کودکی محدود و علیل می‌کند تا نقش‌هایی را در بزرگسالی فرا گیرند که آن‌ها را از انسانیت کامل محروم می‌کند. این محرومیت برخاسته از تبعیض جنسی به باور ریتز آن‌ها را به موجودات کودن، وابسته و ناخودآگاه افسرده‌ای تبدیل می‌سازد؛ در واقع به اعتقاد ریتز: «همین نقش‌های خاص جنسی‌اند که با قید و بندها و شرایط ویژه‌ای که بر زنان تحمیل می‌کنند، از آن‌ها یک‌چنین موجوداتی به وجود می‌آورند.» (ریتز، ۱۳۹۸: ۴۷۵)

نظریه پردازان فمینیستی معتقد هستند که جنسیت به گونه‌ای عمیق در روابط اجتماعی نهفته و نهادینه شده و روابط ساختاری و رابطه بین مردان و زنان را تعریف می‌نماید.

فمینیست‌های مارکسیست، بر اساس آرای انگلس و مارکس معتقدند که انقیاد زنان از تنظیم‌های اجتماعی در جامعه سرچشمه می‌گیرد و ارتباطی به ماهیت زیست‌شناختی آنان ندارد. به عبارت دیگر، آنان بر پایه نظریه تضاد اجتماعی معتقدند که جنسیت یک سیستم ساختاری است که به برخی قدرت و امتیاز می‌دهد و بقیه را از امتیاز و قدرت محروم می‌کند. از نظر فمینیست‌های مارکسیست این سیستم ساختاری غالباً مردسالار است و چنین ساختاری، نهاد بنیادی همه جوامع بشری است و بر این اساس همواره مشروعیت خود را بازتولید و تثبیت کرده است.

«فمینیست‌ها بر این باورند که رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون با ساخت و ارائه ایماژهای اصلی از زنانگی و مردانگی، فعالانه در گفتمان نمادین جنسیت که ریشه در روابط قدرت دارد، سهیم هستند. از نظر فمینیست‌ها تصویر فرهنگی زنان در رسانه‌های جمعی در جهت حمایت و تداوم تقسیم کار جنسی و همچنین تقویت مفاهیم پذیرفته شده درباره زنانگی و مردانگی به کار می‌رود. در واقع «رسانه‌ها با فناسازی نمادین زنان به ما می‌گویند که زنان باید در نقش همسر، مادر و کدبانو و غیره ظاهر شوند و در یک جامعه پدرسالارانه سرنوشت زنان به جز این نیست. بازتولید فرهنگی، نحوه ایفای این نقش‌ها را به زنان می‌آموزد و سعی می‌کند آن‌ها را در نظر زنان طبیعی جلوه دهد. فمینیست‌ها تأکید دارند که رسانه‌های جمعی، نقش بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی و تصورات رایج در مورد زنان را برعهده دارند. عمدتاً در این بازنمایی‌ها صفات مثبت به مردان و صفات منفی نیز به زنان الصاق می‌گردد (کولومبورگ، ۱۳۸۷).

دسته دیگری از فمینیست‌ها به ستمگری جنسی معتقدند. به عقیده این دسته، موقعیت و جایگاه زنان پیامد مستقیم رابطه میان زنان و مردان است. رابطه‌ای که طی آن، مردان منافع عینی و بنیادی در نظارت، سوءاستفاده، انقیاد و سرکوبی زنان را از طریق اعمال ستم جنسی بر زنان، بر آورده می‌سازند. از دید این گروه از فمینیست‌ها، موقعیت زنان به گونه‌ای است که در چارچوب آن، زنان تحت نظارت، مورد سوء استفاده، انقیاد و ستم مردان قرار می‌گیرند. این الگوی ستمگری که مردسالاری خوانده می‌شود به عمیق‌ترین و فراگیرترین اشکال در سازمان جامعه عجین شده و یک ساختار تسلط بنیادی تشکیل داده است. به اعتقاد بیشتر نظریه پردازان ستمگری جنسی، تفاوت‌ها و نابرابری‌های جنسی فرآورده‌ها و محصولات مرد سالاری‌اند.

فمینیست‌های سوسیالیست دسته‌ای دیگر از نظریه پردازان فمینیستی هستند. آن‌ها در تلاشند تا با ادغام نظریه‌های فمینیستی، قدمی رو به جلو بردارند. هدف اصلی فمینیست‌های سوسیالیست ادغام دو اندیشه فمینیستی مارکسیستی و تفکر فمینیستی رادیکال است که به عقیده آن‌ها گسترده‌ترین و با ارزش‌ترین سنت فمینیستی می‌باشد. این برنامه ادغام نظریات به دو صورت است. دسته اول نظریه پردازان می‌کوشند تا ویژگی‌های اشتراک و افتراق تجربه زنان از تابعیت را ترسیم کنند؛ اصطلاحی که پدر سالاری نامیده می‌شود.

گونه دوم فمینیسم سوسیالیستی بر آن است تا همه صورت‌های ستمگری اجتماعی را توصیف و تبیین کند. این دسته از نظریه پردازان به سلسله مراتب طبقاتی و جنسی به عنوان مبنایی برای تحقیق درباره نظام‌های ستمگری مبتنی بر طبقه و جنسیت و نیز نژاد، قومیت، سن، ترجیح جنسی و جایگاه یک ملت در سلسله مراتب جهانی استفاده می‌کنند (ریتز، ۱۳۹۸: ۴۸۲).

نظریات فمینیستی به بررسی رسانه‌ها و سینما نیز پرداخته‌اند. نحوه بازنمایی رسانه‌ها از زنان و مردان در نظریات فمینیستی نقش مهمی را ایفا کرده است. دیدگاه‌های فمینیستی در رسانه‌ها در قالب کلی به نقد و بررسی نحوه بازنمایی زنان در فرهنگ عمومی و رسانه‌های جمعی می‌پردازد. در این زمینه می‌توان از دو شاخه فمینیسم که در رسانه‌ها اهمیت بیشتری را دارا می‌باشند استفاده کرد. نظریات لیبرال و سوسیالیستی فمینیستی، با بررسی رسانه‌ها، آن را ابزار اصلی انتقال ارزش‌های موجود در جامعه معرفی می‌کنند.

از نظر فمینیست‌ها، کاربرد تصاویر فرهنگی زنان در رسانه‌های جمعی در جهت تداوم تقویت مفاهیم پذیرفته شده پیرامون زنانگی و مردانگی و تداوم تقسیم کار به کار می‌رود. بر اساس این فرضیه، رسانه‌های جمعی ارزش‌های حاکم بر هر جامعه را منعکس می‌کند. (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴۲) بازنمایی در رسانه به این معنا بوده است که مردان و زنان در رسانه‌های جمعی به گونه‌ای بازنمایی شده‌اند که با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی که در جهت بازسازی نقش‌های جنسیتی بکار می‌روند سازگاری دارند (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴۶).

تئوری فمینیستی فیلم، شاخه‌ای دیگر از بررسی رسانه‌ها از نگاه فمینیستی است که در واکنش به سینمای هالیوود شکل گرفت. استدلال اصلی نظریه آن‌ان این است که سینمای غرب به ویژه سینمای تجاری هالیوود نگاه مردانه را نسبت به زن بازتولید می‌کند (زند، ۱۳۸۲: ۴۶). تئوری فمینیستی فیلم تلاش می‌کند که تفاوت‌های جنسی را از دیدگاه زنان نشان دهد و نوعی بررسی انتقادی را در زمینه رابطه نامتوازن قدرت بین زن و مرد نشان دهد (زند، ۱۳۸۲: ۴۵). بر اساس این نظریه، سینما قادر است از طریق القای ارزش‌های حاکم بر جامعه، تأثیرات سیاسی و فرهنگی و اخلاقی بر بیننده گذاشته و حتی نگاه مخاطب به زن را تغییر دهد. لورا مالوی از مدعیان نظریه فمینیستی معتقد است که فیلم نشان دهنده جامعه است و جامعه بر درک ما از فیلم تأثیر می‌گذارد.

دیالکتیک فمینیستی که از جامعه‌شناسی فمینیستی و تجارب روزانه زنان بهره می‌گیرد خواستار نوعی بازسازی در عملکرد اجتماعی هستند، بر این اساس آن‌ها تلاش می‌کنند تا جهان و جامعه را از دیدگاه زنان بنگرند و راهکارهایی را برای دستیابی به تعادل در جامعه و رفع نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی ارائه نمایند.

۳- مطالعات پیشین

بررسی پیشینه ادبیات نشان می‌دهد که روایت‌پذیر و رویت‌پذیر کردن موقعیت مسئله‌مند اشتغال زنان در سینمای پیشانقلاب و پسانقلاب ایران یکی از دغدغه‌ها و پروژه‌های سینمای ایران بوده است و بر این اساس، تعدادی از محققان ایرانی این مسئله را موضوع پژوهش خود قرار داده‌اند. البته در مورد موضوع مورد پژوهش و بازنمایی وضعیت اشتغال زنان شاغل در مشاغل آزاد تا کنون پژوهشی نظام‌مند انجام نشده است.

همتی (۱۳۷۹) در پایان‌نامه‌ای تحت عنوان «بازنمایی مشاغل زنان در سینمای ایران» با تحلیل محتوای فیلم‌های تولید شده در دوره پیش از انقلاب و پس از انقلاب به واکاوی نقش‌های زنان در زمینه اشتغال پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در دوره نخست (۱۳۰۹-۱۳۱۶)، نقش زنان در سینمای ایران در راستای ترویج کشف حجاب بوده است. در دوره دوم (۱۳۲۷-۱۳۳۸)، نقش عمده زنان در فیلم‌ها شامل آوازخوانی در کاباره‌ها، نطافت، مستخدمی، کلفت و رقاصی بوده است. در دوره سوم (۱۳۳۹-۱۳۴۸)، شاهد حضور زنان در غالب نقش‌هایی همچون روسپی، زنان آسیب‌دیده و خیابانی، جیب بر و ... هستیم. در دوره چهارم (۱۳۴۹-۱۳۵۷)، شاهد ظهور موج نوی سینمای ایران هستیم که طی آن عمدتاً زنان مظلوم و عاجز دستاویز نزاع در فیلم‌ها هستند. دوره پنجم که فیلم‌های دو دهه اول انقلاب را در بر می‌گیرد بیشتر زنان را در نقش‌های حاشیه‌ای و منفعل می‌بینیم. سلطانی و فرامرزی (۱۳۸۵) در پژوهشی تحت عنوان «همایش جنسیت در سینمای ایران» با روش تحلیل محتوا و با استفاده از نظریه نمایشی گافمن، فیلم‌های ایرانی تولید شده از زمان پیروزی انقلاب تا سال ۱۳۸۳ را مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در فیلم‌های مزبور هنجارهای سنتی گفتمان مردسالاری از طریق کم ارزش و فرودست جلوه دادن زنان بازتولید شده است.

کسرائی و مهرورزی (۱۳۹۶) با ترکیب دو روش نشانه‌شناسی فیسک و تحلیل روایت بارت در مقاله‌ای تحت عنوان «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران: مطالعه موردی دو فیلم یه حبه قند و فروشنده» به واکاوی ایدئولوژی‌های پنهان در پشت این بازنمایی‌ها پرداخته‌اند. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که بازنمایی زنان در فیلم‌های مزبور به تحکیم و تثبیت کلیشه‌های جنسیتی در جامعه منجر شده است، به طوری که در هر دو فیلم مردان شخصیت‌هایی فعال و خردمند و زنان شخصیتی‌هایی منفعل و احساساتی معرفی شده‌اند. همچنین در هر دو فیلم نقش سنت در تصمیم‌گیری‌های فردی پررنگ است. با توجه به اینکه پژوهش‌های موجود صرفاً بر دهه‌های ابتدایی انقلاب اسلامی و یا دوره قبل از انقلاب متمرکز بوده‌اند، در مورد اینکه آیا سینمای ایران در دهه‌های اخیر در بازنمایی مسئله اشتغال زنان دستخوش تغییر واقع شده است یا نه هیچ داده‌ای در دست نیست. لذا، پژوهش حاضر برآنست تا این خلأ موجود را پر کند و فیلم طلا (۱۳۹۷) را به عنوان نماینده دهه‌های اخیر در بازنمایی مسئله اشتغال زنان مورد واکاوی قرار دهد.

۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر مبتنی بر روش کیفی است که در آن از تحلیل نشانه‌شناسی استفاده شده است. در این پژوهش فیلم سینمایی طلا به عنوان متن فرهنگی در نظر گرفته شده و نحوه تولید معانی فرهنگی مربوط به اشتغال زنان در مشاغل آزاد بر اساس این فیلم مورد بحث قرار گرفته است. از لحاظ هستی‌شناختی، پژوهش حاضر برساخت‌گرا بوده و معتقد است که واقعیت اجتماعی توسط کنشگران تولید و بازتولید می‌شود. از منظر معرفت‌شناسی نیز پژوهش حاضر جزو معرفت‌شناسی‌های ذهنیت‌گرا محسوب می‌شود. در پرتو این بینش معرفتی و رویکرد نظری اتخاذ شده، نحوه تولید و بازتولید واقعیت اجتماعی زنان ایرانی در این فیلم واکاوی شده است. واحد تحلیل ما سکانس‌هایی است که دلالت گفتمانی دارند. بر این اساس، سکانس‌های دلالت‌مند از منظر

گفتمان جنسیت استخراج شده و به عنوان دال‌های مرکزی یا شناور از نظر شکلی و محتوایی در چارچوب رویکرد فیسک و هال مورد تحلیل انتقادی قرار گرفته است.

رویکرد فیسک دارای سطوح زیر است:

تحلیل نشانه‌ها: در این سطح، انواع نشانه‌ها، شیوه‌های گوناگون انتقال معنا و شیوه برقراری ارتباط با افراد مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

تحلیل رمزها: در این سطح، انواع رمزگان‌های به کار رفته در دنیای متن مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

تحلیل فرهنگ: در این سطح، واقعیت فرهنگی تولید و یا بازتولید شده در دنیای گفتمانی متن مورد خواش منتقد قرار می‌گیرد.

از نظر فیسک، واقعیت پیشاپیش رمزگذاری شده است و فقط به وسیله رمزگان فرهنگی است که می‌توانیم واقعیت را درک کنیم. او رمزهای اجتماعی را به سه دسته تقسیم می‌کند:

واقعیت (رمز فنی): سطح نخست که بیشتر رمزها در این سطح قرار می‌گیرند. از جمله آن‌ها می‌توان به لباس، ظواهر چیزها، رفتار، گفتار و ... اشاره کرد. به عبارتی ادراک ما از افراد و امور مختلف بر اساس ظاهرشان و مبتنی بر رمزهای متداول در فرهنگ‌مان شکل می‌گیرد.

بازنمایی: در این سطح رمزگان‌های فنی معناسازی می‌کنند. در فیلم‌های سینمایی این رمزگان عبارتند از: نورپردازی، صدابرداری، موسیقی، تدوین و ... در این سطح رمزهای اجتماعی قرار دارند که بازنمایی عناصر دیگر هستند و روایت، کشمکش، شخصیت، گفتگو و ... را شکل می‌دهند.

ایدئولوژی (رمز ایدئولوژیک): رمزهای فنی و اجتماعی را در مقوله انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهد. از نظر فیسک مجموعه رمزهایی که برای انتقال معنا به بیننده استفاده می‌شود، کاملاً در رمزهای ایدئولوژیک جای گرفته‌اند که خود حکم نشانه را دارند. برخی از این رمزها عبارت‌اند: پردرگرای، پدرسالاری، نژاد، طبقه اجتماعی، مادی‌گرایی، سرمایه‌داری و ... « (استریانی ۱۳۸۸، ۱۲۷).

فیسک معتقد است که سوژه محصول فرهنگ و ایدئولوژی است. نظریه‌های مربوط به سوژه، معطوف به تجربه‌های مشترک مردم در هر جامعه است و این تجربه‌ها را موثرترین روش توضیح این‌که (فکر می‌کنیم) چه کسی هستیم، می‌داند. در مقابل، فردیت، بر تفاوت‌های بین مردم تمرکز دارد و این تفاوت‌ها را طبیعی می‌داند. بنابراین سوژه برساخته‌ای اجتماعی است، نه طبیعی. کسی که به لحاظ زیست‌شناختی زن است می‌تواند ذهنیتی مردانه داشته باشد.

۵- پیکره پژوهش

جدول ۱- شناسنامه فیلم سینمایی طلا

شناسنامه فیلم سینمایی طلا			
نویسنده/کارگردان	بازیگران	تاریخ انتشار	درجه سنی
پرویز شهبازی	نگار جواهریان، همون سیدی، طناز طباطبایی، مهرداد صدیقیان، احترام برومند، هدی زین العابدین و...	۱۳۹۷	۱۳+
پیرنگ فیلم: داستان فیلم درباره چهار جوان به نام‌های منصور، رضا، دریا و لیلا است. منصور، رضا و لیلا در صدد برپایی یک کسب و کار مستقل، در حوزه غذایی و با محوریت فروش سوپ و سالاد هستند. دریا که دوست دختر منصور محسوب می‌شود به او نیز در برپایی این کسب و کار کمک می‌کند. در برپایی این کسب و کار مستقل هر یک از این افراد با مشکلاتی متعدد مواجه می‌شوند که آن‌ها را با یک‌دیگر مرتبط می‌سازد.			

۵-۱- واکنش‌های ملی

فیلم سینمایی طلا که در بهمن ۱۳۹۷ در جشنواره فیلم فجر اکران شد، با نقدها و بررسی‌های متفاوتی رو به رو شد. این فیلم که به دلیل شیوع ویروس کرونا، از اولین فیلم‌های داوطلب اکران اینترنتی بود، در اردیبهشت ۱۳۹۹ از طریق پلتفرم‌های ایرانی اکران شد. در سایت فیلیمو میزان رضایت مخاطبان از ۱۰۰ درصد، ۸۵ درصد بوده و ۳۹۲۱۱ نفر در این نظرسنجی شرکت کرده‌اند.

جدول ۲- بخشی از نقدهای موجود فیلم سینمایی طلا

نام وب سایت یا فرد منتقد	نقد فیلم
سایت سینمایی زومجی در مطلبی با عنوان «نقد فیلم طلا»	«طلا» با شروع اعتراضی کارگران بیکار شده کارخانه‌ای آغاز می‌شود که در آن منصور به حق خواهی برادر از کار بیکار شده‌اش استعفا می‌دهد. فیلم از ابتدا بدون قضاوت، نصیحت یا ملامت مشکلات نسل جوان را بازتاب می‌دهد. بازتابی بدون اعوجاج و سهل و ممتنع که در سادگی بیرونی خود هزارتوی درونی دارد. می‌توان بدون کالبدشکافی اثر و موشکافی دقیق به مانند یک کل به اثر نگاه کرد چرا که توفیق و یگانگی این فیلم در سادگی و کلیت منسجم‌اش است که باعث خلق فضایی شده که جایگاه ویژه‌ای دارد. نگرستن این ویژگی شاید با یکبار دیدن فیلم حاصل نشود. فروپاشی نسل جدید و فریاد نشنیده آن‌ها و خفگی اجباری را می‌توان در معادل‌های عینی فیلم یافت. موتیف بسته شدن درها بسوی آن‌ها در فیلم و سکوت ناگزیر شخصیت‌ها در تصادم با پیشامدهای تحمیل شده، بسامدی نافرجام را رقم می‌زند.
مشرق نیوز در مطلبی با عنوان «چرا فیلم طلا توهین آمیز است؟»	از طرفی دریا به چه دلیل درونی‌ی بارداریش را حتی برای منصور (که شوهرش نیست اما بچه از اوست!!) کتمان میکند؟! این میزان بی مسئولیتی پدرش در حساسی پول‌ها و نظارت بر دخترش چطور این میزان سمبل می‌شود که نمی‌فهمیم آیا منصور در قتل وی دست داشته است و یا پدر از باز بودن درب انبارش سکتته کرده است؟! از آنطرف پدر بزرگ مذبح خانواده چطور متوجه پرونده قتل فرزندش شده است؟! - هویت و کنشش چه قدر تاثیرگذار است؟! - بیننده خود می‌بیند که دریا این پیشنهاد مضحک و مسخره را به منصور می‌دهد - و با احتساب اینکه قرار بوده مراقب منصور باشد، اما مخاطب صرفاً نشستن و چت کردن او را می‌بیند. در نهایت نیز بیننده وقتی پدر بزرگ مفلوک، بی‌هویت و مضحک قصه - که صدایش اصلاً ملموس نمیشود - فرضیه قتل پدرش - که اصلاً برای شناسا نشده است) را مطرح می‌کند. و حال دریا یک گریه مغموم و درون ریز می‌کند - چرا؟! راستش فکر می‌کنم فیلم خیلی ضعیفه. گرفتن مغازه و راه انداختن رستوران خیلی سریع در طول فیلم فراموش میشه و شخصیت‌ها کاملاً به دور از واقعیت به هم می‌پرن و همه بهانه‌ای غیر منطقی برای رسیدن به اون به اصطلاح جرم پایانی فیلم می‌شه که بهانه نهایی اون هم نجات دادن طلاست
نقد یکی از مخاطبان به نام iliad	

۲-۵- نشانه‌شناسی وضعیت ظاهری بازیگران زن

پوشش به کار رفته بازیگران زن مطابق با معیارهای روز جامعه است. زنان در این فیلم از پوشش مانتو استفاده می‌کنند. بازیگران زن اصلی فیلم دریا و لیلا مانتوی جلو باز و شلوار لی پوشیده‌اند. همچنین بازیگران زن نمایش داده شده در این فیلم از آرایشی حداقلی برخوردارند. البته چهره دریا به علت بیماری تالاسمی، بیخ و بی‌روح به تصویر کشیده شده است و آرایش به کار رفته برای صورت دریا سعی در ترسیم وضعیت بیماری او دارد.

۳-۵- تحلیل سکانس‌ها

فیلم طلا، گستره‌ای از مشاغل مختلف را در بردارد. هر چند موضوع اصلی فیلم درباره چهار جوان و برپایی یک کسب و کار مستقل است، اما با مردان و زنان متفاوت در شغل‌های متفاوتی مواجه هستیم. زنان در این فیلم در مشاغل مختلفی مشغول به کار هستند. زنان نوازنده در کافه، زن مسئول خرید در شرکت دارویی، زن پرستار، زن کارگر، زن صراف از جمله مشاغلی هستند که زنان در این فیلم به عهده دارند. در کنار روایت اصلی فیلم که مربوط به اشتغال زنان است، شاهد روایت‌هایی فرعی از زندگی آنان هستیم از جمله طلاق، بارداری و سقط، خیانت و دزدی و فرار از کشور. در پژوهش حاضر ده سکانس از فیلم را برای تحلیل انتخاب کرده‌ایم.

۴-۵- سکانس اول

اولین سکانس منتخب مربوط به دقیقه ۶ است. در این سکانس، دریا که ظاهراً رابطه‌ای دوستانه با منصور دارد و با او محرم است سوار ماشین او شده است و منصور نیز فردی را به عنوان مسافر سوار کرده است. البته در طول فیلم مشخص نشده است که محرمیت به چه صورتی است، اما در ادامه فیلم متوجه می‌شویم که رابطه بین منصور و دریا، رابطه‌ای پنهانی است. بعد از پیاده شدن مسافر، دریا شیشه را پایین می‌دهد تا مسافر کرایه را بدهد. مسافر در حین دادن کرایه، با چشم‌هایش به دریا نگاه می‌کند. دریا سرش را پایین می‌اندازد و چیزی نمی‌گوید. منصور با مسافر دعوا می‌کند.

دریا در فیلم طلا، فردی عاشق منصور و حامی منصور بازنمایی شده است. این موضوع به طور کلی به ضعف زنان اشاره ندارد و مخاطب این حمایت را به عنوان ضعف دریا تلقی نمی‌کند. با دقت نظر در اولین سکانس اما می‌توان مشاهده کرد که دریا به عنوان یک زن در مقابل این آزار در محیط جامعه نمی‌تواند کنش موثری انجام دهد. در طول این سکانس نیز به این موضوع اشاره

شده است. مسافر در حین دادن کرایه به منصور به دریا نگاه می‌کند. دریا سرش را پایین می‌اندازد. منصور به مسافر نگاه می‌کند و می‌گوید: به چی نگاه می‌کنی؟

مسافر: نگاه می‌کنم دیگه! مگه چیه؟

منصور: گوه می‌خوری داری نگاه می‌کنی.

مسافر: فازت چیه بابا؟

منصور: خفه شو، فازت چیه، فازت چیه؟ میام پایینا.

دعا تمام می‌شود. بعد از این سکانس منصور از دریا می‌پرسد که چرا چیزی نمی‌گوید و دریا می‌خندد. در طول این سکانس نیز دریا واکنشی نشان نداده و سکوت کرده بود. بر اساس نظریه بازنمایی هال، زن در این فیلم در برابر نگاهی توأم با آزار در محیط جامعه و در وسایل نقلیه سکوت می‌کند و جز سکوت نمی‌تواند کاری از پیش ببرد.

۵-۵- سکانس دوم

در این سکانس که در یک کافه اتفاق می‌افتد، چهار شخصیت اصلی فیلم در یک کافه حضور دارند و منتظر شروع بازی ایران در جام جهانی هستند. زنان و مردان دیگری نیز در کافه حضور دارند و صدای تشویق‌هایشان شنیده می‌شود. در این سکانس، لیلا پیشنهاد یک بیژینس مستقل را می‌دهد. رضا در ابتدا به او می‌گوید که بارها نیز این حرف را گفته است، اما کاری انجام نداده است. با همفکری هم‌دیگر، منصور تصمیم می‌گیرد ماشینش را بفروشد. لیلا نیز پس‌انداز خود را از بانک خارج می‌کند. رضا نیز از پدرش پول می‌گیرد و دریا نیز می‌گوید که نمی‌تواند به دلیل مخالفت پدرش مشارکت کند. در نهایت، لیلا، رضا و منصور تصمیم به شراکت می‌گیرند.

لیلا در این فیلم به عنوان زنی مستقل به تصویر کشیده شده است که مسئول خرید در یک شرکت دارویی است. موضوعی که به بازنمایی استقلال زنان در زمینه مالی و اجتماعی می‌پردازد. با این وجود، دریا به رغم مستقل بودن از نظر مالی و کار در صرافی پدرش، به این دلیل که پدرش مخالف است نمی‌تواند در کار مشارکت کند، اما تلاش می‌کند تا از منصور حمایت کند.

۵-۶- سکانس سوم

لیلا می‌خواهد برای دادن کرایه پیش مغازه مقداری پول از شرکت بردارد و به مدت محدود به منصور بدهد و منصور در مدت زمان کوتاه به او برگرداند. منصور قبول نمی‌کند. دریا به او اصرار می‌کند. منصور به دلیل اصرار او قبول می‌کند، اما می‌گوید پولی ندارد و مسئولیت این کار را بر عهده می‌گیرد.

رابطه دریا و منصور به طور مشخص بیان نشده است. هر چند رابطه‌ای عاشقانه میان منصور و دریا در جریان است، بی‌اطلاعی خانواده دریا از وجود منصور می‌تواند این مفهوم را برساند که رابطه بین منصور و دریا رابطه دوست دختر-دوست پسر بوده است. در فیلم البته یک بار در مکالمه میان لیلا و دریا، لیلا به او می‌گوید که شما با هم محرم هستید. در واقع از رهیافت بازتابی نظریه بازنمایی این مطلب به مخاطب القا می‌شود که دریا، صیغه منصور است. در این سکانس دریا به لیلا می‌گوید که زمانی که وام را بگیرند، پول را بر می‌گرداند اما منصور قبول نمی‌کند:

لیلا: ولی دریا برای یه مدتی محدود می‌تونم پول را بردارم. بفهمند دردسر میشه
دریا: من وضعم عالیه

منصور خطاب به لیلا: داستان بشه با توه‌ها. من اصلا در جریان هیچی نیستم.

دریا خطاب به منصور: باشه با منه، باشه

به نظر می‌رسد شخصیت دریا در فیلم به عنوان حامی عاطفی منصور بازنمایی شده است. این موضوع مشکلی خاص را بازنمایی نمی‌کند. اما شخصیت دریا در این فیلم برای کسب و کار منصور تلاش می‌کند، اما منصور در این‌جا مسئولیتی را قبول نمی‌کند و دریا را در صورت بروز مشکل مقصر می‌داند. دریا در مقابل این کنش، کنشی موثر نشان نمی‌دهد و تنها به حمایت عاطفی در مسیر منصور می‌پردازد و تلاشی برای برقراری یک حمایت دو طرفه از جانب هیچ‌کدام صورت نمی‌گیرد، دریا از واکنش منصور در این زمینه ناراحت می‌شود و با حالتی ناراحت مسئولیت کار را قبول می‌کند.

۵-۷- سکانس چهارم

سکانس با اجاره مغازه توسط چهار جوان و بازکردن درب مغازه توسط لیلا آغاز می‌شود. هر کدام از چهار جوان فیلم در حال صحبت کردن درباره نمای داخلی مغازه هستند. رضا به لیلا می‌گوید که او باید پول بشمارد، منظور رضا از این حرف این است که در کارشان به سوددهی برسند. لیلا ایشالا می‌گوید و منصور می‌گوید پول در نیاریم بیچاره میشیم. به یکی بدهی سنگین دارم باید تسویه کنیم.

منصور در این سکانس به شوخی می‌گوید اگر پول در نیاورند، بیچاره می‌شود و باید کاسه گدایی دستش بگیرد در غیر این صورت، نمی‌تواند پولی به لیلا بدهد. لیلا با خنده‌ای ناشی از عصبانیت می‌گوید:

چی شده؟ تو یعنی وایستی اینجا به سود برسه؟ بعد بیایی پول من رو بدی؟
دریا خطاب به لیلا می‌گوید: نه بابا چی می‌گی، شوخی می‌کنه.
لیلا: من سخته می‌کنما.

در این سکانس، زن در موقعیت شریک، فردی منفعل ترسیم شده است. منصور به عنوان یکی از شریک‌های زن در برابر بدهی خود به لیلا مسئولانه عمل نمی‌کند و با خنده حرف می‌زند. در مقابل لیلا هر چند می‌خندد اما در برابر این حرف می‌گوید که سخته می‌کند. با این همه منصور جوابی نمی‌دهد و می‌خندد. دریا برای آرام کردن لیلا می‌گوید که منصور شوخی می‌کند. رضا نیز بدون پرداخت به موضوع سعی در فیصله دادن ماجرا دارد. در بازنمایی این صحنه به نظر می‌رسد که زن در کار مشترک در جایگاه و مرتبه دوم قرار دارد و همکاری متقابلی بین مرد و زن در کار مشترک وجود ندارد.

۵-۸- سکانس پنجم

در این سکانس، منصور که با کمک دریا و به وسیله پس‌انداز او که به دلار است به صرافی محل کار دریا می‌رود که پول‌ها را چنج کند. دریا پول‌ها را از او تحویل می‌گیرد. همزمان پدر دریا وارد کادر می‌شود و از دریا در مورد برگه ضمانت نامه وام در حضور مشتری سوال می‌پرسد. دریا بعد از چند پاسخ و جواب کوتاه به پدر می‌گوید که بعدا با او صحبت می‌کند. در انتها نیز روی پاکت نامه برای منصور می‌نویسد که ضمانت را از طریق پدر بزرگش امضا می‌کند.

در این سکانس نیز همانند سکانس قبلی شاهد متزلزل بودن جایگاه و استقلال زن در شغل آزاد هستیم. دریا هر چند که در صرافی محل پدرش کار می‌کند و به واسطه کار در صرافی باید مستقل باشد، اما پدر دریا در جلوی مشتری او را مجبور به پاسخگویی درباره برگه ضمانت وام می‌کند. دریا ابتدا می‌گوید که برای دوستش است، اما با توجه به قانع نشدن پدرش به او می‌گوید که بعدا برای او توضیح می‌دهد. در بازنمایی وضعیت اشتغال زنان شاغل در این سکانس می‌توان گفت که لیلا و دریا هر دو به رغم استقلال مالی در تلاش برای یک شغل آزاد جایگاه متزلزلی دارند و از استقلال در جایگاه و محل کارشان برخوردار نیستند.

۵-۹- سکانس پنجم

در این سکانس، دریا از طریق پزشک متوجه می‌شود که رابطه‌اش با منصور به بارداری ناخواسته منجر شده است. دریا با وجود آگاهی از این واقعه به منصور اطلاع نمی‌دهد. به سراغ لیلا می‌رود و با او صحبت می‌کند. لیلا به او پیشنهاد سقط بچه را می‌دهد و دریا که بسیار مضطرب و پریشان است قبول می‌کند. در نهایت لیلا به دریا پیشنهاد می‌دهد که با یک‌دیگر سیگار بکشند. بازنمایی دریا در این سکانس در مواجهه با آگاهی از تست مثبت بارداری‌اش بخشی دیگر از مشکلات این زن شاغل را در رابطه عاطفی با منصور نشان می‌دهد. بارداری ناخواسته هر چند نتیجه رابطه عاطفی منصور و دریا بوده، اما دریا سعی می‌کند اضطراب و تشویش خود را پنهان کند و به منصور چیزی نگوید. او در حالی که مضطرب و پریشان است به سراغ لیلا می‌رود. لیلا با مشاهده او می‌گوید:

عزیزم. دست چرا اینقدر یخ کرده؟ بشین. چیزی نشده که. به منصور گفتمی؟
دریا: نه

لیلا: نمی‌خواد بگی

دریا: آآن نمی‌خوام بگم

لیلا: شما که محرمین به هم. بین من یکی از دوستانم این کارو کرده. تلفن طرف رو ازش می‌گیرم وصلش می‌کنم بهت. پیشنهاد سقط بچه توسط لیلا به دریا داده می‌شود. بر اساس رهیافت قصدمندی هال، کارگردان با اثر خود قصد دارد اضطراب و پریشانی دریا را در این اتفاق ناخواسته نشان دهد. همچنین نشان می‌دهد که به رغم حمایت دریا از منصور این حمایت دو طرفه نبوده و در مواجهه با این اتفاق منجر به تزلزل روحی دریا می‌شود.

۵-۱۰- سکانس ششم

در این سکانس، لیلا مضطرب و نگران از زمان برگرداندن پولی که از شرکت برداشته است به مغازه می‌رود تا منصور را ببیند. او از منصور پول طلب می‌کند، اما منصور می‌گوید پولی ندارد و نمی‌داند چه زمانی می‌تواند به او پول بدهد و به سمت دستشویی می‌رود. لیلا که بغض کرده و ناراحت است با او صحبت می‌کند. منصور عصبانی می‌شود و به او فحش می‌دهد. رضا در حمایت از لیلا با منصور دعوای کلامی می‌کند و منصور قهر می‌کند.

لیلا در این سکانس شخصیتی مضطرب و نگران بازنمایی شده است. لیلا می‌ترسد شرکت متوجه کار او بشود و می‌خواهد ماجرا هر چه زودتر فیصله پیدا کند. او به منصور می‌گوید:
من نگفتم آبرو و حیثیتم میره باید بذارم سر جاش؟ خب نامردیه دیگه.
منصور: چی میگی تو زر می‌زنی؟ چته؟

لیلا: زر خودت میزنی چه طرز حرف زدن؟

منصور: اصلا پول دارم نمیدم چی میگی؟ گردنم کلفته.

لیلا: تو بیجا کردی میخواستی پولم رو پس ندی ازم پول گرفتی؟

منصور: میام میزنم میترکونمتا

لیلا: جرات داری روم دست بلند کن.

رضا: لات بازی در نیار

در این سکانس به نظر می‌رسد لیلا به عنوان شخصی ضعیف ترسیم شده است. لیلا به عنوان شریک این مغازه نمی‌تواند مطالبه به حق خود را دریافت نماید و از طرفی دیگر منصور به جای عذرخواهی به او فحش داده و او را تهدید به کتک کاری می‌کند. منصور در این سکانس، شخصیتی قلدر است که قصد ندارد بدهی خود را به زن بدهد. او مردانگی خود را به رخ زن کشیده و به او فحش می‌دهد و لیلا نیز به دلیل ناتوانی نمی‌تواند با او برخورد کند.

۵-۱۱- سکانس هفتم

در این سکانس، منصور که برادرش از الهام جدا شده است و به گونه‌ای غیر قراردادی حضانت دختر آن‌ها طلا به عهده اوست فردی را اجیر می‌کند تا الهام همسر برادرش را تعقیب کند. منصور به گفته برادرش احتمال می‌دهد که الهام دوست پسر دارد. او پس از دریافت لوکیشن از فردی که او را اجیر کرده بود به پلیس می‌رود و درخواست مامور می‌کند و می‌گوید که قصد دارد میچ زن شوهردار را بگیرد. او پس از مراجعه همراه با پلیس متوجه می‌شود که الهام کارگری می‌کند و صاحبخانه نیز پس از دیدن پلیس الهام را از کار خانه خود برکنار می‌کند.

الهام، مادر طلا در این فیلم دلیل عدم حضانت بچه را در دادگاه مخالفت پدر و مادرش عنوان می‌کند. الهام در این فیلم به عنوان زنی بازنمایی شده است که در حال طی مراحل طلاق خود است و با مشکلاتی در این راه از قبیل مهریه و ناتوانی در حضانت فرزند مواجه است. الهام پس از مواجه با پلیس، در آن وضعیت ناراحت می‌شود. صاحبخانه نیز با دیدن این وضعیت در همان حالت به الهام می‌گوید که قرار آن‌ها پلیس نبوده و او را از کار برکنار می‌کند. الهام، در نقش یک زن کارگر که طلاق گرفته است با مشکلات روحی، عاطفی و مالی بسیاری مواجه است و از طرف جامعه طرد شده است.

۵-۱۲- سکانس هشتم

دریا و منصور با یک دیگر در مورد طلب لیلا بحث می‌کنند. منصور عصبانی است و با دریا دعوا می‌کند. دریا نیز سعی می‌کند که مشکل را حل کند. او می‌گوید که موضوع را حل می‌کند. او سپس جواب تلفن لیلا را به تندی می‌دهد و گوشی را روی او قطع می‌کند. در نهایت او به منصور پیشنهاد می‌دهد که به انبار پدرش را که در آن دلار ذخیره کرده است برود و مبلغ ۱۰ هزار دلار بردارد تا بدهی لیلا را بدهد.

دریا سعی می‌کند که بحران به وجود آمده را تحمل کند و آن را به شکلی رفع کند. منصور اما در بازنمایی این سکانس تمایلی به همکاری با لیلا و رضا ندارد و او ابتدا پیشنهاد دریا را قبول نمی‌کند اما با اصرار دریا تصمیم می‌گیرد که آن کار را انجام دهد. بازنمایی عاطفی لیلا حالا به صورت افراطی نمایش داده می‌شود. این بازنمایی از نقاط ضعف شخصیت زنان در فیلم قلمداد می‌شود و حمایت افراطی دریا، خود او و خانواده‌اش را نیز درگیر مشکلات می‌کند.

۵-۱۳- سکانس نهم

لیلا طلب خود را از دریا گرفته است و به محل کارش می‌برد تا آن را برگرداند. همزمان با بازگشت دوباره‌اش گوشی مخصوص اتاقتش زنگ می‌خورد. هنگام جواب دادن به گوشی رییس شرکت از او گوشی را می‌گیرد و از او درباره پول سوال می‌کند. لیلا می‌گوید که به عنوان مسئول خرید پیش‌بینی کرده است و دلار تهیه کرده او دلار به رییس شرکت می‌دهد. رییس متوجه اشتباه خود می‌شود اما پلیس به دفتر لیلا می‌آید و لیلا متوجه می‌شود که پلیس‌ها را رییس شرکت به محل آورده است.

در بازنمایی لیلا در این سکانس، پلیس به رییس شرکت می‌گوید:

سلام تماس گرفته بودید با پلیس؟

رییس شرکت (آقای کریمی): یه سوتفاهم کوچیک بود. حل شده سر کار.

لیلا متعجب است. پلیس می‌گوید: یعنی شکایتی ندارید؟

آقای کریمی: نه. دست شما درد نکنه.

لیلا: آقای کریمی سوتفاهم بود. بعد ده سال که دارم اینجا کار می‌کنم شما دارید تهمت دزدی به من می‌زنید رسماً.

آقای کریمی: من معذرت می‌خواهم.

در بازنمایی این سکانس به نظر می‌رسد لیلا به مدت ده سال در شرکت مشغول به کار بوده است و از نظر مالی و اجتماعی فردی صادق و پاک بوده است اما با این وجود، رییس شرکت در اولین مواجه با مشکل به جای پیگیری مسئله از خود شخص به

پلیس زنگ می‌زند تا آن‌ها ماجرا را حل کنند. در واقع، رئیس شرکت به شخصیت زن در محل کار بی اعتماد است. به رغم عذرخواهی آقای کریمی از لیلا، اما همچنان او انتظار دارد که لیلا در محل کار بکند. او در انتها می‌گوید: اما شما برای هفته بعد باید به چین بروی. بلیط داری. در واقع آقای کریمی پس از پذیرش اشتباه خود همچنان از رابطه زیردست و رئیس با لیلا برخوردار می‌کند.

۵-۱۴-سکانس دهم

پس از آن که دریا متوجه می‌شود که پدر او بر اثر سکتة فوت نکرده است و به دست منصور مرده است به نزد منصور می‌رود تا او را فراری دهد. او همچنین به وسیله پدر بزرگش متوجه می‌شود که پدرش ۴۰۰ هزار دلار در انبار ذخیره داشته است. منصور نیز همه آن پول را برداشته است. او در حال کمک به منصور کیف او را بررسی می‌کند و متوجه می‌شود که قتل پدرش و برداشتن باقی پول‌ها کار منصور بوده است. منصور نیز به او می‌گوید هر کاری کرده است به خاطر دختر برادرش طلا بوده است. دریا نیز می‌گوید: هر کاری می‌توانی برای آن بچه بکن.

این سکانس که از دقایق پایانی فیلم انتخاب شده است بازنمایی دیگری از رابطه میان زن و مرد نشان می‌دهد. زن به رغم اعتماد به شخصیت مقابلش با دروغ و خیانت از طرف او مواجه می‌شود. با این حال واکنشی نشان نمی‌دهد و به او چیزی نمی‌گوید. این واکنش نشان‌دهنده بازنمایی انفعال زن در روابط عاطفی است. همچنین باید گفت که تاکید دریا بر انجام دادن هر کاری برای طلا می‌تواند به تصمیم او برای نگه داشتن بچه خودش اشاره کند. در سکانس بعدی نیز او تصمیم می‌گیرد بچه را نگه دارد. چند که با منصور درباره این موضوع سخنی به میان نیاورده است.

۵-۱۵-بازخوانی نحوه بازنمایی اشتغال زنان در فیلم طلا

بر اساس رویکرد فیسک در سطح اول واقعیت، بازنمایی ارزش‌های حاکم بر پوشش جامعه و وضعیت ظاهری متناسب به نظر می‌رسد. طرز پوشش زنان در فیلم نشان‌دهنده هماهنگی آن‌ها با جامعه است. همچنین گفتارها و رفتار زنان و مردان در جامعه نیز متناسب با واقعیت‌های اجتماعی است. در سطح دوم به نظر می‌رسد که وضعیت شکنندگی و تزلزل روحی زنان در مواقع بحرانی از قبیل بارداری ناخواسته، عدم پرداخت بدهی، مواجه با پلیس، مواجه با خیانت طرف مقابل در سکانس‌های مختلف بازنمایی شده است. همچنین، در مجموعه سکانس‌های انتخاب شده شاهد گفت‌وگوهای مرد سالاری از قبیل توهین به زن، عدم اعتماد به زن در محیط کاری، عدم استقلال مالی و جایگاه زن در برخی مشاغل و همچنین مشکلاتی از قبیل خیانت و دروغ را شاهد هستیم.

بر اساس نظریه استوارت هال نیز باید گفت، که در فیلم طلا تلاش می‌شود تا ضمن بررسی داستان اصلی و روایت‌های فرعی هر کدام از شخصیت‌ها، بازنمایی از وضعیت جوانان برای برپایی شغل آزاد صورت پذیرد. در این مسیر، اشتغال زنان در این حیطه با مشکلاتی مواجه است. زنان به رغم شراکت در این مشاغل بر اثر گفت‌وگوهای مردسالارانه و ارزش‌های حاکم بر جامعه مورد آزار و اذیت قرار می‌گیرند. همچنین در روابط عاطفی خود به صورت متقابل از حمایت‌های عاطفی برخوردار نیستند.

نگاه خیره مرد به زن در سکانس اول انتخاب شده از دیگر دلالت‌های فرهنگی فیلم است که حاکی از آزار زنان در محیط جامعه است. از دیگر دلالت‌های فرهنگی می‌توان به پذیرش همکاری مشترک با زنان در محیط جامعه در فیلم اشاره کرد. در این فیلم رضا و منصور تصمیم به مشارکت و همکاری با لیلا را دارند. همچنین خیانت، عدم حمایت عاطفی و دروغ در روابط عاطفی از دیگر مسائلی است که زنان در این فیلم با آن مواجه هستند.

نتیجه‌گیری

با گسترش علم و ظهور مدرنیته در جامعه ایران و همچنین تغییر ساختار خانواده‌ها از رویکرد سنتی به رویکرد مدرن، نقش‌های افراد در خانواده و در جامعه نیز تغییر کرده است. زنان که در جامعه سنتی بیشتر عهده‌دار امور مربوط به خانه‌داری بودند در جامعه کنونی در عرصه‌های مختلف علمی، اقتصادی و اجتماعی فعالیت می‌کنند. با گسترش فعالیت‌های اقتصادی در میان افراد جامعه، زنان نیز به موازات مشاغل دولتی به مشاغل آزاد روی آورده‌اند. بازنمایی وضعیت زنان شاغل در سینما می‌تواند نحوه گفت‌وگوهای موجود در جامعه را به تصویر بکشد. واکنش‌های مخاطبان، جوایز ملی و بین‌المللی و همچنین تحلیل سکانس‌های فیلم می‌تواند بر گفت‌وگو رسمی و نیز پادفرهنگی جامعه در زمینه اشتغال زنان پرتوافشانی کند. در این تحقیق بر اساس رویکرد بازنمایی هال و نشانه‌شناسی فیسک به تحلیل وضعیت اشتغال زنان در مشاغل آزاد در فیلم سینمایی طلا پرداختیم.

تحلیل داده‌ها نشان داد که در نحوه بازتعریف زنان در نقش‌های اجتماعی خود در این فیلم، تغییراتی صورت گرفته است. فیلم به زنان به عنوان عضوی از جامعه نگاه مستقل دارد و زنان را نیز در امر اقتصادی همپای مردان جامعه می‌داند. در فیلم اما به رغم نشان دادن زنان و تلاش آنان برای استقلال در جامعه چنین القا می‌شود که نگاه‌های منفی به حضور اجتماعی زنان همچنان وجود دارد و آنان هنوز هم قربانی گفت‌وگوهای مردسالاری هستند. بی‌اعتمادی به زنان در محل کار به رغم سابقه کاری خوب و عدم امنیت شغلی، خیانت و دروغ در روابط اقتصادی و خانوادگی، متزلزل بودن جایگاه اقتصادی زنان در جامعه و همچنین آزارهای

روحي و جسمي زنان در محيط جامعه از جمله مواردی است که در فيلم مورد بازنمایی قرار گرفته است. تقدي که بر اساس داده‌های به دست آمده از اين پژوهش می‌توان مطرح کرد اين است که فيلم طلا به رغم تلاش برای واژگون کردن کلیشه‌های موجود عليه زنان نتوانسته است راهکارهایی برای برون رفت از وضعیت موجود نشان دهد. در واقع، صرفاً به تثبیت کلیشه‌های جنسیتی موجود در جامعه کمک کرده است و در همه سکانس‌های تحليل شده شاهد تثبیت گفتمان‌های مردسالاری هستیم.

منابع

۱. استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات فرهنگ عامه. ترجمه: ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو
۲. استوری، جان (۱۳۹۷). مطالعات فرهنگی درباره‌ی فرهنگ عامه. ترجمه دکتر حسین پاینده، تهران: آگه
۳. بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۱). بازنمایی ایران و اسلام در هالیوود. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۴. ریتزر، جورج (۱۳۹۸). نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر. تهران: علمی
۵. زندی، مسعود (۱۳۸۲). «سینما و تغییرات فرهنگی در ایران بعد از خرداد ۱۳۷۶: شکل گیری سینمای زن و تغییرات مضامین آن.» پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
۶. فیسک، جان (۱۳۸۶). درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غبرایی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۷. کسرائی، محمدسالار و مهرورزی، پروشات (۱۳۹۶). «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران (مطالعه موردی دو فیلم یه حبه قند و فروشنده)»، فصلنامه علمی-پژوهشی جامعه پژوهی فرهنگی، دوره ۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۶: صص ۱۳۵-۱۰۷.
۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹). جامعه شناسی. ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نشر نی
۹. مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
۱۰. همتی، هلن. (۱۳۷۹). «بازنمایی مشاغل زنان در سینمای ایران». پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، تهران: دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی
11. urr (1997). "The Reproduoon, In Cuuuull Rpprnnntttt on and ii gnifynrg Prcc"ggga Pubooooooo

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی