

## بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی (صفحات ۱۲۱ تا ۱۴۰)

امیر عظیمی دولت‌آبادی<sup>۱</sup> \* فریده کریمی ارقینی<sup>۲</sup> \* سعیده داوری مقدم<sup>۳</sup>

پنیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۳۱

دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷

### چکیده

حضور و مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی همواره با تغییراتی همراه بوده است؛ به ویژه انقلاب‌ها تغییرات مهمی را در کم و کیف حضور، جایگاه و نقش آنان پدید آورده‌اند. در واقع، انقلاب‌ها علاوه بر تجدید ساختار جوامع، تجدید ساختار روابط جنسیتی را نیز در پی داشته‌اند. سینما به عنوان یکی از عرصه‌های مهم اجتماعی، می‌تواند شواهدی را برای این تغییرات و این فراز و فرودها در طول زمان فراهم کند. این تحقیق به دنبال بررسی وضعیت حضور زنان در ایران در دوره قبل و بعد از انقلاب اسلامی در سینما بوده و تلاش کرده است تا تغییرات مربوط به حضور زنان را با بررسی چگونگی حضور زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش سال‌های مابین ۱۳۴۷ تا ۱۳۹۲ کشف و توصیف نماید. یافته‌های این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد فمینیستی و روش اسنادی نشان می‌دهد که حضور زنان در عرصه‌های مختلف سینما در فیلم‌های پرفروش به‌استثنای نقش خوانندگی و تا حدودی بازیگری در تمام حوزه‌ها به غیر از مقطع خاص دفاع مقدس، در دوره بعد از انقلاب نسبت به قبل از آن افزایش داشته است و این افزایش در مقاطع مختلف بعد از انقلاب نیز تا حدودی تداوم خود را حفظ نموده است.

**واژگان کلیدی:** سینما، زنان، فیلم‌های پرفروش، انقلاب.

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی؛ (نویسنده مسئول). aazimii@yahoo.com

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی انقلاب پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی؛ faridekarimi70@yahoo.com

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی انقلاب پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی. raha\_sdm@yahoo.com

## ۱- بیان مسئله

اهمیت و فراوانی مسائل مطرح‌شده درباره زنان در سراسر جهان، قرن حاضر را از ویژگی‌های خاصی برخوردار کرده است. مسائل زنان، نقش و جایگاه آنان در حیات اجتماعی و اعاده حقوق آن‌ها همان‌قدر که جدی، مهم و تعیین‌کننده است؛ امری بس ظریف و پیچیده است و بی‌توجهی و ساده‌انگاری یا شعارزدگی می‌تواند آن را به شکلی بحران‌زا، انحرافی و ویران‌کننده مبدل سازد. در بیشتر کشورهای جهان به نظر می‌رسد ارزش و جایگاه اجتماعی زنان و مردان به صورت نابرابر تحقق یافته و این نابرابری در موارد زیادی به نفع مردان شکل گرفته است. این امر پژوهش‌ها و بررسی‌های وسیعی را در حوزه‌های گوناگون مرتبط با زنان طلب می‌کند تا از رهگذر این تکاپو، دستاوردهای ارزنده‌ای برای اعمال توازن و مساوات در جامعه حاصل شود.

سینما یکی از مهم‌ترین عرصه‌هایی است که می‌توان تفاوت‌ها و چگونگی حضور زنان و مردان را در آنجا مشاهده کرد. سینما در واقع هنر و ابزاری فرهنگی و سیاسی است. رسانه‌ای است که صرفاً به بازتاب وضعیت و جایگاه آدمیان در جوامع اختصاص ندارد، بلکه فراتر از آن، به بازنمایی و بازتولید این وضعیت‌ها و جایگاه‌ها نیز می‌پردازد و در جامعه‌پذیری و بازتولید ارزش‌های مسلط بر جامعه که به‌طور عمده مردانه هستند، نقش مؤثری ایفا می‌کند. سینما به عنوان یک رسانه ارتباط‌جمعی (همانند مطبوعات، رادیو، تلویزیون و اینترنت) رسانه‌ای است که پیام‌های مؤثری را برای تعداد انبوهی از افراد ارسال می‌دارد. از یک جهت حتی می‌توان گفت شدت ماندگاری و تأثیرگذاری محتوای یک فیلم سینمایی چه از بعد تصویری و چه از بعد روان‌شناختی اگر از سایر رسانه‌های دیگر بیشتر نباشد، کمتر هم نیست. همچنین سینما علاوه بر کارکردهای تفریحی، سرگرم‌کنندگی، اطلاع‌رسانی و آموزش که بین اکثر رسانه‌ها حالت مشترک دارد، دارای کارکردهای خاص و ویژه خود می‌باشد که از این حیث می‌توان برای آن جنبه‌ای انحصاری قائل شد. رسانه‌ها و از جمله سینما یکی از ابزارهای مؤثر در جامعه پذیر کردن افراد جامعه محسوب می‌شوند و کار انتقال فرهنگ را بر عهده دارند و بدیهی است که متأثر از فرهنگ جامعه خودشان هستند. به همین دلیل می‌توانند بازگوی واقعیات زندگی انسانی و شاخصی برای سنجش وضعیت فرهنگی و اجتماعی جوامع باشد. فیلم‌های سینمایی در عین این که متأثر از گفتمان جنسیتی جوامع هستند، بر آن نیز

تأثیر می‌گذارند و به بازتولید فرهنگ جنسیتی می‌پردازند. در واقع آن‌ها به نوعی نشانگر تصورات فرهنگی از نقش‌های مناسب زنان و مردان هستند. پس با تحلیل این تصویر می‌توانیم به نگرش جامعه و فرهنگ عمومی به زن پی ببریم و حتی نقص‌ها و تبعیض‌ها را شناسایی کنیم. البته رسانه‌ها در روند بازتولید فرهنگی قادر به گزینش نیز می‌باشند؛ گزینش اینکه چه عناصری را به چه نحوی بیان کنند.

پژوهش حاضر در صدد بررسی این موضوع است که با توجه به آرمان‌های انقلابیون در خصوص حضور گسترده زنان در عرصه‌های مختلف اجتماع و با توجه به تغییرات بعد از انقلاب، آیا حضور زنان در سینما، در قالب سینماگر، نسبت به دوره قبل از آن تغییر پیدا کرده است؟ و آیا این تغییرات در دوره‌های مختلف بعد از انقلاب در مقاطع مختلف شرایط یکسانی داشته است؟

### ۲. ادبیات پژوهش

در میان نظریه‌های جامعه‌شناسی رسانه، نظریه‌های فمینیستی در کنار سایر نقدها، به نقد جامعه‌شناسی نحوه بازنمایی زن در رسانه‌ها نیز می‌پردازند. بر اساس این نظریه‌ها، رسانه‌ها به شیوه ناعادلانه‌ای زنان را بازنمایی می‌کنند. زنان در بیشتر رسانه‌ها و از جمله در فیلم‌ها به عنوان موجوداتی منفعل و وابسته به مرد و بیشتر در حال انجام فعالیت‌های خانگی و کارهای سنتی نشان داده می‌شوند. درحالی‌که مردان در نقطه مقابل آن‌ها قرار می‌گیرند؛ آن‌ها موجوداتی دارای اقتدار و استقلال تصویر می‌شوند که حوزه اصلی کار آن‌ها در بیرون از خانه است. مردان به عنوان افرادی با کفایت و توانا دیده می‌شوند که قادر به انجام هر کاری هستند و اغلب در مشاغل بالا و حرفه‌ای قرار گرفته‌اند. از این نظر بازنمایی رسانه‌ها از زن، یک بازنمایی جنسی و ناعادلانه است و به نظر می‌رسد که رسانه‌ها از این راه ارزش‌های موجود در جامعه را حفظ و تقویت می‌کنند و ارزش‌های مسلط را در سطح فرهنگ بازتاب می‌دهند (ون زونن، ۱۹۹۱؛ به نقل از راو دراد، ۱۳۹۱: ۸۹).

نظریه فیلم فمینیستی، به دنبال فیلمی است که تفاوت‌های جنسیتی را از دیدگاه زنان به نمایش گذارد و نیز نوعی بررسی انتقادی در زمینه رابطه نامتوازن قدرت بین زن و مرد را نشان دهد. نظریه‌های فمینیستی رسانه‌ها، وضعیت موجود زنان در رسانه‌ها را به نقد می‌کشند و معتقدند که بازنمایی زنان در رسانه‌ها و از جمله در سینما و فیلم‌ها بر اساس

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

واقعیت‌های زندگی آن‌ها نیست، بلکه در قالب نقش‌ها و ویژگی‌های جنسیتی است که به آن‌ها نسبت داده شده است. این بازنمایی ناعادلانه و فرودست زنان، به دلایل مختلفی شکل می‌گیرد. فمینیست‌های لیبرال آن را به فرایند جامعه‌پذیری نسبت می‌دهند. فمینیست‌های رادیکال، مردسالاری یا پدرسالاری را عامل اصلی فرودستی زنان در جامعه و رسانه‌ها می‌دانند و فمینیست‌های سوسیالیست علاوه بر تأثیر عامل جنسیت و مردسالاری، بر طبقه و جایگاه اقتصادی زن در جامعه تأکید می‌کنند (ون زونن، ۱۹۹۱: ۳۵-۳۹).

بنابراین مردان و زنان در رسانه‌های جمعی به‌گونه‌ای بازنمایی شده‌اند که با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی که در جهت بازسازی نقش‌های جنسیتی سنتی به کار می‌رود، سازگاری دارند. به‌عبارت‌دیگر، محصولات دانش و آگاهی مثل رسانه‌ها به صورت اجتماعی ساخته شده‌اند و بیشتر در جهت روابط قدرت به کار گرفته می‌شوند، اما نکته مهم این است که اگر آگاهی و دانش محصول سازندگی انسان است و ما آگاهی خودمان را می‌سازیم، این امکان وجود دارد که آن را بازسازی کنیم. چون اگر اساساً چنین امکانی وجود نداشت، نظریه‌پردازی فمینیستی نیز عملاً کاری بی‌فایده بود. لذا نقد فمینیستی رسانه‌ها نیز یکی از روش‌های بازسازی دانش است. در اینجا است که جنسیت فیلم‌ساز و نقش فیلم‌سازان زن در نقد روابط نابرابر قدرت بین زن و مرد و بازنمایی درست وضعیت زنان اهمیت می‌یابد. هر یک از سه شاخه فمینیسم نیز راهکارهایی برای بازنمایی واقعی‌تر زنان در رسانه‌ها ارائه کرده‌اند (راودراد، همان: ۹۰) و این خود نشان می‌دهد که نظریه‌پردازان فمینیستی رسانه نگاه خوش‌بینانه‌ای به حضور زنان در عرصه رسانه و تأثیر آن بر بازنمایی مثبت و عادلانه از زنان و وضعیتشان دارند. اگرچه در میان دیدگاه‌های فمینیستی رسانه، برخی از متفکرین مانند لیزبت ون زونن تأثیر حضور زنان در عرصه رسانه از جمله سینما را مشروط و مقید به شرایط تاریخی و اجتماعی می‌دانند و جندان نگاه خوش‌بینانه‌ای به بازنمایی مثبت از زنان توسط زنان ندارند ولی اکثر نظریه‌پردازان فمینیستی رسانه که این تحقیق در چارچوب نظری خود از آن بهره برده است، از جمله رادکیوز (۲۰۰۳) نگاه مثبتی به این موضوع دارند و معتقدند که فیلم‌سازان زن می‌توانند به شیوه جدیدی درباره زندگی و مسائل زنان سخن بگویند و تعابیر سنتی از نقش‌های جنسیتی را از نو مفهوم‌سازی کنند و قراردادهای ثابت و موجود در جامعه را

مورد نقد قرار دهند و براین اساس، تصویر واقع‌بینانه‌تری از وضعیت زنان در جامعه ارائه دهند و روابط قدرت را به سمت روابط مساوی و عادلانه بین زنان و مردان سوق دهند (ون زونن، ۱۹۹۱: ۳۵-۳۹).

فمینیست‌های لیبرال معتقدند که زنان باید موقعیت‌های برابری در جامعه به دست آورند و به حوزه‌هایی که مردان در آن مسلط هستند، راه یابند. در ضمن رسانه‌ها باید با به تصویر کشیدن زنان و مردان بیشتری در نقش‌های غیرسستی و استفاده از زبان غیر جنس‌گرا به ایجاد تغییر کمک کنند. فمینیست‌های رادیکال راه‌حل اصلی را خلق ابزارهای ارتباطی خاص برای زنان می‌دانند. زنان باید به تمام رسانه‌ها و امکانات فنی آن دسترسی داشته باشند و بتوانند عقاید خود را مطرح کنند. فمینیست‌های سوسیالیست نیز معتقدند که راه‌حل مفید، اصلاح رسانه‌های اصلی جامعه و انتشار رسانه‌های فمینیستی است که در دست زنان باشد و افکار و عقاید آن‌ها را مطرح کند. در مجموع می‌توان گفت هر سه دسته معتقدند که زنان باید ابزارهای ارتباطی خویش را داشته باشند و با نمایش بیشتر زنان و طرح مسائل و مشکلات آن‌ها، تصویر رایج زنان در رسانه‌ها را اصلاح سازند. به این ترتیب حضور زنان در نقش‌های تولیدی در رسانه‌ها نقش مهمی در بازتولید آگاهی اجتماعی خواهد داشت (راو دراد، همان: ۹۰).

### ۳. روش پژوهش

این تحقیق از نوع تحقیقات اکتشافی-توصیفی است و روش تحقیق آن اسنادی می‌باشد. پژوهش توصیفی، پژوهشی است که در پی ارائه شرح دقیقی درباره یک پدیده، یا توزیع ویژگی‌هایی در یک جمعیت، یا الگوهای روابط در یک متن اجتماعی و در یک زمان خاص، یا تغییر این ویژگی‌ها در طول زمان است. این تعبیرهای توصیفی می‌توانند در قالب کلمات یا اعداد بیان شوند. آن‌ها می‌توانند شامل ویژگی‌های یک گروه اجتماعی یا یک مقوله جمعیت شناختی، مراحل یا توالی‌های فرایندهای اجتماعی، یا الگوی روابط اجتماعی باشند. این توصیف‌ها ممکن است شامل پروراندن مجموعه مقوله‌ها یا انواع باشند (بلیکی، ۱۳۸۴: ۱۰۳-۱۰۴). به کمک این نوع از تحقیقات می‌توان تغییرات را در طول زمان دنبال کرد.

در این تحقیق فیلم‌های پرفروش به عنوان سند با استفاده از تکنیک تحلیل محتوای

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

کمی مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرند. به این صورت که عوامل اجرایی فیلم‌های سینمایی پرفروش از طریق اسناد مربوط به شناسنامه هر فیلم استخراج و توصیف شده و تعداد زنان شرکت‌کننده در تهیه و ساخت یک فیلم در قبل و بعد از انقلاب اسلامی با هم مقایسه می‌شوند. در این تحقیق با آوردن داده‌های آماری، تغییر در سینمای زن و ویژگی‌های آن را در دوره‌های مورد بررسی در قالب جدول‌های فراوانی و نمودار نشان داده شده است.

در این پژوهش سعی شده است که توصیف دقیق از شناسنامه فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب به دست آید؛ توصیفی که هدفش بررسی تغییر جایگاه زنان در این فیلم‌ها است. در پژوهش حاضر فیلم‌های سینمایی پرفروش از سال ۱۳۴۷ تا سال ۱۳۹۲ مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ به این ترتیب که آمار و فراوانی عوامل اجرایی و سازندگان این فیلم‌ها از لحاظ جنسیتی مورد بررسی قرار گرفته است. برای دستیابی به این مهم، با استفاده از اسناد و منابع موجود، آمار فیلم‌های پرفروش دوره‌های مورد نظر استخراج شده است. جمعیت آماری در این پژوهش شامل فیلم‌هایی می‌شود که به لحاظ فروش رتبه اول هر سال را داشته‌اند. این مطالعه دوره زمانی ۱۳۴۷ تا ۱۳۹۲ را در بر می‌گیرد. مجموعه فیلم‌های پرفروش در این محدوده زمانی در مجموع ۴۵ فیلم می‌باشد.

عناوین دوره‌های مورد مطالعه بر حسب مهم‌ترین وقایع سیاسی اجتماعی، عبارتند از:

- ۱- دوره پیش از انقلاب (۱۳۵۷-۱۳۴۷)
  - ۲- دوره انقلاب و جنگ (۱۳۶۷-۱۳۵۸)
  - ۳- دوره سازندگی- دوران ریاست جمهوری اکبر هاشمی رفسنجانی (۱۳۷۶-۱۳۶۸)
  - ۴- دوره اصلاحات- دوران ریاست جمهوری سید محمد خاتمی (۱۳۸۴-۱۳۷۷)
  - ۵- دوره عدالت محور- دوران ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد (۱۳۹۲-۱۳۸۵)
- توضیح این که عدم مطابقت دقیق تقسیم‌بندی فوق با زمان شروع فعالیت هر دولت، به این دلیل است که معمولاً تولید یک فیلم ماه‌ها طول می‌کشد و زمینه تولید آن به دولت قبل برمی‌گردد و تا زمانی که دولت جدید قواعد جدیدی در حوزه سینما تعریف کند و سیاست‌گذاری فرهنگی متفاوتی را دنبال نماید، فیلم‌ها معمولاً در ابتدای دولت جدید، تحت تأثیر فضای گذشته تولید می‌شوند.

### ۴. تحلیل تجربی

#### تعریف و تصریح مفاهیم

##### ۱-۴ جنسیت (gender)

انتظارات اجتماعی در مورد رفتاری که برای اعضای هر جنس مناسب دانسته می‌شود. جنسیت به صفات فیزیکی که بر حسب آن‌ها مردان و زنان با یکدیگر تفاوت دارند اطلاق نمی‌گردد، بلکه به ویژگی‌های اجتماعی رفتار مردانه و زنانه مربوط می‌شود. مطالعه روابط جنسیت در سال‌های اخیر به صورت یکی از مهم‌ترین‌های جامعه‌شناسی درآمده است. اگرچه مدت‌ها از توجه اندکی برخوردار بوده است (گیدنز، ۱۳۸۳: ۷۸۷). هم‌چنین جنسیت شامل رفتارها، نقش‌های اجتماعی و اندیشه‌های اجتماعی است که فرهنگ حاکم بر هر جامعه به عهده دو جنس زن و مرد می‌گذارد. در ارتباط با نقش‌های جنسیتی افکار قالبی در مورد هر دو جنس در جامعه مشاهده می‌شود که دامنه انتظارات را از هر دو جنس طرح ریخته و تعیین می‌کند و واژه جنسیت (gender) یک مفهوم اجتماعی است و با واژه جنس (sex) که به‌طور معمول برای بیان همان موضوع ولی از دیدگاه زیست‌شناسی به کار می‌رود متفاوت است.

##### ۲-۴. سینما

آندره بازن یکی از بهترین نظریه‌پردازان سینما در تعریف سینما می‌گوید: سینما زرادخانه کاملی است که در آن با ترکیب دو عنصر تصویر و مونتاژ می‌توان تاو بل از یک رویداد را به تماشاگر تحمیل کرد (بازن، ۱۳۸۲: ۲۱). آسا برگر در تعریف سینما به لحاظ فنی معتقد است «تصاویر عکس که با سرعت ۲۴ قاب بر ثانیه بر پرده افکنده می‌شود با صدای همراه آن (گفتگو) و موسیقی برای نقل داستان تعریف کرد» (آسا برگر، ۱۳۸۰: ۱۵۹).

استریناتی در کتاب «مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ‌عامه» از سینما به عنوان هنر مدرن و برتر یاد می‌کند. سینما وارث تمام هنرهای پیش از خود است و در آن می‌توان «عناصری از نمایش (صحنه‌پردازی، گفتگو، حالات و حرکات) از نقاشی (ترتیب، شکل، قالب، بافت، رنگ و نورپردازی) از فن شاعری (نمادگرایی، استعاره و سایر کنایات ادبی) از موسیقی (آهنگ و هماهنگی) و از قصه (ساختار، روایت، موضوع و شخصیت‌پردازی) را یافت» (جینکز، ۱۳۶۴: ۱۶). سینما مانند تئاتر از نظر مجری به واسطه کنش نمایشی حرکات و سکنتات و بیان چهره و از نظر کلامی به واسطه گفتگو ارتباط برقرار می‌کند؛

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

مانند موسیقی و شعر، ضرباهنگ‌های پیچیده و پزرافت را به کار می‌گیرد و به‌طور  
اخص مانند شعر از طریق تصویر متحرک از کیفیت‌های موزون معینی برخوردار است.  
سرانجام سینما همانند رمان این توان را دارد که در زمان و مکان دست‌کاری کند، آن‌ها  
را بسط داده یا فشرده کند و با سبک‌هایی درون مرزهای گسترده این دو بعد به پس و  
پیش برود. سینما را می‌توان به سه حوزه تولید، توزیع و مصرف تقسیم کرد، در این  
تحقیق تأکید بر حوزه تولید، به‌ویژه کادر و عوامل تولید می‌باشد.

#### ۳-۴. جایگاه و نقش

در جامعه‌شناسی معمولاً جایگاه اجتماعی را درجه‌ای تعریف می‌کنند که یک فرد در  
جامعه دارد. توان فرد در برخورداری از یکسری امکانات و پیروی وی از اصول و ایده  
آل‌های جامعه تعیین‌کننده جایگاه اجتماعی وی است. عوامل مختلفی مانند ثروت،  
درآمد، میزان تحصیلات، شغل، رعایت هنجارهای اجتماعی و احترام به مقررات جامعه  
از مهم‌ترین فاکتورهای تعیین جایگاه اجتماعی فرد هستند. یا به‌طور دقیق‌ترشان یا موقعیتی  
است که برای یک فرد در جامعه قائل‌اند، یا تلقی و ذهنیتی است که دیگران از آنچه  
شخص هست، دارند (گیدنر، ۱۳۸۳).

در این تحقیق منظور از جایگاه و نقش زنان، موقعیت و فرصت حضوری است که  
به زنان در عرصه تولید فیلم سینمایی اختصاص یافته است. به‌عبارت‌دیگر منظور کادر و  
عوامل تولید فیلم سینمایی است. کادر و عوامل تولید گروهی از افراد هستند که توسط  
شرکت تولید با هدف تولد یک فیلم یا تصویر متحرک، استخدام شده‌اند؛ که شامل  
گروه تهیه و تولید، گروه نویسندگان، گروه کارگردانی، گروه بازیگری، گروه صحنه و  
لباس، گروه چهره‌پردازی، گروه فیلم‌برداری، گروه صدا و گروه تدوین می‌باشد.

#### ۴-۴. گروه تهیه و تولید

تهیه‌کننده، دستیار تهیه‌کننده، مدیریت تولید، مجری طرح، مدیر تدارکات، مدیر  
اجرایی تولید.

#### گروه نویسندگان

نویسنده طرح، فیلم‌نامه‌نویس، بازنویسی‌کننده.

#### گروه کارگردانی

کارگردان، دستیار کارگردان، برنامه‌ریز، منشی صحنه، کارگردان هنری،



بازیگردان، انتخاب بازیگر، مدیر روابط عمومی.

### گروه بازیگری

هنرپیشه (بازیگران اصلی)، بازیگران نقش جزئی، سیاهی‌لشکر، بدل‌کار، صداپیشه،

دوبلور.

### گروه صحنه و لباس

طراح صحنه، طراح دکور، طراح لباس.

### گروه چهره‌پردازی

طراح چهره‌پردازی، چهره‌پرداز.

### گروه فیلم‌برداری

مدیر فیلم‌برداری، فیلم‌بردار، دستیار فیلم‌بردار، نورپرداز، دستیار نورپرداز.

### گروه صدا

صدابردار، مدیر دوبلاژ، صداگذار (تدوینگر صدا)، مهندس صدا.

### گروه تدوین

تدوین‌گر، دستیار تدوین.

### گروه موسیقی

خواننده، آهنگساز، دستیار آهنگساز.

زنان و فیلم‌های پر فروش در سینمای قبل و بعد از انقلاب

همانگونه که قبلاً بیان شد در این تحقیق حضور و جایگاه زنان سینماگر در فیلم‌های

پرفروش سال‌های ۱۳۴۷ تا ۱۳۹۲ مورد بررسی قرار گرفته است.

۴-۱. حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پر فروش قبل از انقلاب (۱۳۴۷-

۱۳۵۷)

بررسی حضور زنان در فیلم‌های سینمایی پر فروش قبل از انقلاب اسلامی و

جایگاهی که به آنان در حوزه تولید فیلم و در مقام کادر و عوامل تولید اختصاص یافته

است، در جدول زیر قابل آمده است.

همانگونه که بررسی آمار فیلم‌های پر فروش سال‌های پیش از انقلاب نشان می‌دهد،

در ۱۱ فیلم پر فروش مربوط به سال‌های ۱۳۴۷ تا ۱۳۵۷، در مجموع ۶۲ سینماگر زن

حضور دارند که از این تعداد ۴۵ مورد مربوط به بخش بازیگری، ۶ مورد مربوط به

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پر فروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

همکاری با گروه کارگردانی، ۵ مورد بخش موسیقی، ۳ مورد نویسندگی و ۳ مورد همکاری با بخش تدوین می‌باشد.

جدول شماره ۱- فراوانی حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پر فروش قبل از انقلاب

(۱۳۵۷-۱۳۴۷)

عوامل فیلم	گروه تهیه و تولید	گروه نویسندگان	گروه کارگردانی	گروه بازیگری	گروه فیلم برداری	گروه صحنه و لباس	گروه چهره برداری	گروه صدا	گروه تدوین	گروه موسیقی	سایر عوامل
سال تهیه فیلم و نام فیلم	۱۳۴۷	اساطان	-	۲	-	-	-	-	-	-	-
۱۳۴۸	قیصر	-	-	۲	-	-	-	-	-	-	-
۱۳۴۹	-	-	-	۳	-	-	-	-	-	-	-
۱۳۵۰	صمد و قالیچه	-	-	۳	-	-	-	-	-	-	-
۱۳۵۱	بابا	-	۱	۲	۳	-	-	-	-	۲	-
۱۳۵۲	صمد	-	-	۱	-	-	-	-	-	۱	-
۱۳۵۳	نه مله سه	-	-	۵	-	-	-	-	-	۱	-
۱۳۵۴	امم	-	-	۶	-	-	-	-	-	۱	-
۱۳۵۵	ارابطه	-	-	۸	-	-	-	-	-	-	-
۱۳۵۶	ادر	-	۱	۲	۷	-	-	-	-	۱	-
۱۳۵۷	ادایره	-	-	۱	۲	-	-	-	-	۲	-
تعداد کل	-	۳	۶	۴۵	۶	-	-	-	۳	۵	-
میانگین	-	۰.۲۷	۰.۵۴	۴.۰۹	۰.۵۴	-	-	-	۰.۳۶	۰.۴۵	-

۴-۲. حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پر فروش ابتدای انقلاب و دوران

دفاع مقدس (۱۳۵۸-۱۳۶۷)

حضور زنان در فیلم‌های پر فروش بعد از انقلاب اسلامی تا پایان جنگ تحمیلی در

سال ۱۳۶۷ نسبت به دوره قبل از انقلاب، تغییراتی را به خود می‌بیند که در زیر به تفکیک سال به آن اشاره شده است. در فیلم‌های پرفروش بعد از پیروزی انقلاب و دوران دفاع مقدس، همان‌طور که در جدول ۲ آمده است، ۲۸ مورد مشارکت بانوان در تهیه فیلم‌های سینمایی ملاحظه می‌شود که از این تعداد ۲۱ مورد به بازیگری، ۴ مورد به گروه کارگردانی، ۳ مورد به گروه صحنه و لباس و ۱ مورد به فیلم‌برداری اختصاص یافته است. جدول شماره ۲- فراوانی حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پرفروش پس از انقلاب و دفاع

مقدس (۱۳۵۸-۱۳۶۷)

عوامل فیلم	سال تهیه فیلم و نام فیلم	گروه تهیه و تولید	گروه نویسندگان	گروه کارگردانی	گروه بازیگری	گروه فیلم‌برداری	گروه صحنه و لباس	گروه چهره‌پردازی	گروه صدا	گروه تدوین	گروه موسیقی	سایر عوامل
-	۱۳۵۸ - صمد به شهر می‌رود	-	-	-	۱	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۵۹-چوپانسان	-	-	۱	۳	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۰ آفتاب‌نشین	-	-	۱	۲	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۱ ابرزخی‌ها	-	-	-	۱	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۲ سفیر	-	-	۱	-	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۳ اسناتور	-	-	-	۲	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۴ عقاب‌ها	-	-	-	۳	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۵ گمشده	-	-	-	۴	-	-	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۶ جاره‌نشین‌ها	-	-	۱	۴	۱	۳	-	-	-	-	-
-	۱۳۶۷ کانی مانگا	-	-	-	۱	-	-	-	-	-	-	-
-	تعداد کل	-	-	۴	۲۱	۱	۳	-	-	-	-	-
-	میانگین	-	-	۰.۴	۲.۱	۰.۱	۰.۳	-	-	-	-	-

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

۳-۴-۴. حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پرفروش دوران سازندگی (۱۳۶۸-۱۳۶۸) با پایان یافتن جنگ تحمیلی و آغاز دوره مرسوم به سازندگی که تا سال ۱۳۷۶ ادامه داشت، حضور زنان و جایگاهی که آنان در فیلم‌های پرفروش این دوره به خود اختصاص می‌دهند، نسبت به دو دوره پیش از آن متفاوت می‌شود. جدول شماره ۳ چگونگی حضور آن‌ها را نشان می‌دهد. فیلم‌های پرفروش دوران سازندگی با ۷۷ مورد حضور سینماگران زن همراه است که از این تعداد ۴۳ مورد به بازیگری، ۸ مورد به گروه کارگردانی، ۶ مورد به چهره‌پردازی، ۵ مورد به گروه صحنه و لباس، ۵ مورد به گروه تهیه و تولید، ۲ مورد به گروه فیلم‌برداری، ۲ مورد به گروه صدا، ۲ مورد به گروه تدوین، ۲ مورد به گروه موسیقی و ۲ مورد به سایر عوامل اختصاص یافته است.

جدول شماره ۳- فراوانی حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پرفروش دوران سازندگی

(۱۳۶۸-۱۳۷۶)

عوامل فیلم	سال تهیه فیلم و نام فیلم	گروه تهیه و تولید	گروه نویسندگان	گروه کارگردانی	گروه بازیگری	گروه فیلم‌برداری	گروه صحنه و لباس	گروه چهره‌پردازی	گروه صدا	گروه تدوین	گروه موسیقی	سایر عوامل
	۱۳۶۸ افق	-	-	-	-	-	-	۱	-	-	-	-
	۱۳۶۹خواستگار	-	-	۲	۵	-	۱	۱	۱	-	-	-
	۱۳۷۰عروس	-	-	-	۵	۱	-	۱	-	-	-	-
	۱۳۷۱دیگه چه	۲	۱	۲	۱۰	-	۲	۱	-	-	-	۱
	۱۳۷۲افعی	۱	-	۱	۲	-	-	-	-	-	-	-
	۱۳۷۳ کلاه	-	-	-	۳	۱	-	-	۱	-	-	-
	۱۳۷۴ پرواز از	۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	۱۳۷۵ خواهران	-	-	۲	۱۱	-	-	۱	-	۱	۲	۱
	۱۳۷۶ آدم‌برفی	-	-	۱	۷	-	۲	۱	۱	-	-	-
	تعداد کل	۵	۱	۸	۴۳	۲	۵	۶	۲	۲	۲	۲
	میانگین	۰.۰۵	۰.۱۱	۰.۸۸	۴.۷۷	۰.۲۲	۰.۵۵	۰.۶۶	۰.۲۲	۰.۲۲	۰.۲۲	۰.۲۲

۴-۴-۴. حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پر فروش دوران اصلاحات (۱۳۸۴-۱۳۷۶)

(۱۳۷۶)

با روی کار آمدن دولت اصلاحات در دوم خرداد ۱۳۷۶ جامعه ایران شاهد تغییرات مهمی در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی بود. عرصه سینما نیز از این تغییرات مصون نماند. بررسی فیلم‌های پر فروش این دوره به لحاظ حضور زنان و تغییرات مرتبط به آن، بخشی از این تغییر را به خوبی نشان می‌دهد. فیلم‌های پر فروش دوران اصلاحات با حضور ۱۰۰ تن از سینماگران زن ساخته شده‌اند که از این تعداد ۶۳ مورد بازیگر، ۱۱ مورد همکار گروه کارگردانی، ۸ مورد همکار گروه چهره‌پردازی، ۶ مورد همکار گروه صحنه و لباس، ۴ مورد همکار گروه تدوین، ۳ مورد همکار سایر عوامل، ۲ مورد همکار گروه تهیه و تولید، ۲ مورد همکار نویسندگی و ۱ مورد همکار گروه صدا بوده‌اند.

جدول شماره ۴- فراوانی حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پر فروش دوران اصلاحات

(۱۳۷۷-۱۳۸۴)

عوامل فیلم سال تهیه فیلم و نام فیلم	گروه تهیه و تولید	گروه نویسندگان	گروه کارگردانی	گروه بازیگری	گروه فیلم‌برداری	گروه صحنه و لباس	گروه چهره‌پردازی	گروه صدا	گروه تدوین	گروه موسیقی	سایر عوامل
۱۳۷۷ مرد	۱	-	۲	۵	-	۱	-	-	۱	-	-
۱۳۷۸ قرمز	-	-	۱	۶	-	-	۱	-	-	-	-
۱۳۷۹ شوکران	-	۲	۱	۳	-	-	۱	۱	۱	-	۲
۱۳۸۰ مریم	-	-	۱	۲۹	-	۳	۲	-	۱	-	۱
۱۳۸۱ کلاه	-	-	۱	۳	-	-	۱	-	۱	-	-
۱۳۸۲ توکیو بدون توقف	-	-	۲	۹	-	۱	۱	-	-	-	-
۱۳۸۳ کما	-	-	-	۶	-	-	۱	-	-	-	-
۱۳۸۴ آکواریم	۱	-	۳	۲	-	۱	۱	-	-	-	-
تعداد کل	۲	۲	۱۱	۶۳	-	۶	۸	۱	۴	-	۳
میانگین	۰.۲۵	۰.۲۵	۱.۳۷	۷.۸۷	-	۰.۷۵	۱	۰.۱۲	۰.۵	-	۰.۳۷

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

۴-۴-۵. حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پرفروش دوران عدالت محوری (۱۳۹۲-۱۳۸۴)

روی کار آمدن دولت محمود احمدی‌نژاد در سال ۱۳۸۴ با شعار عدالت و توجه به طبقات محروم، توجهات را از مسائلی چون زنان که در دوره قبل به نقطه اوج خود رسیده بود به سمت دیگری معطوف نمود. در جدول زیر وضعیت حضور زنان در این دوره مورد بررسی قرار گرفته است. فیلم‌های پرفروش دوران عدالت محور با ۸۷ مورد مشارکت زنان سینماگر همراه است که از این تعداد ۵۰ نفر بازیگر، ۱۵ نفر گروه کارگردانی، ۵ نفر گروه تهیه و تولید، ۵ نفر گروه صحنه و لباس، ۵ نفر گروه چهره‌پردازی، ۲ نفر گروه تدوین، ۲ نفر سایر عوامل، ۱ نفر گروه صدا، ۱ نفر گروه فیلم‌برداری و ۱ نفر گروه نویسندگان را به عهده داشته‌اند.

جدول شماره ۵- فراوانی حضور زنان سینماگر در فیلم‌های سینمایی پرفروش دوران عدالت محور

(۱۳۹۲-۱۳۸۵)

عوامل فیلم	گروه تهیه و تولید	گروه نویسندگان	گروه کارگردانی	گروه بازیگری	گروه فیلم‌برداری	گروه صحنه و لباس	گروه چهره‌پردازی	گروه صدا	گروه تدوین	گروه موسیقی	سایر عوامل
۱۳۸۵ آتش‌بس	۲	۱	۳	۱۰	-	۱	۱	-	۲	-	۲
۱۳۸۶- اخراجی‌ها	-	-	۱	۱۰	-	۱	۱	-	-	-	-
۱۳۸۷ چارچنگولی	۱	-	۱	۳	-	۱	۱	-	-	-	-
۱۳۸۸- اخراجی‌ها ۲	۱	-	۲	۸	-	-	-	-	-	-	-
۱۳۸۹ ملک سلیمان	-	-	۱	۴	-	-	۱	-	-	-	-
۱۳۹۰- اخراجی‌ها ۳	-	-	۳	۶	۱	-	-	-	-	-	-
۱۳۹۱ کلاه	۱	-	۱	۵	-	۲	۱	۱	-	-	-

فرمزی و بجهنده											
۱۳۹۲ رسوایی	-	-	-	-	-	-	۴	۳	-	-	
تعداد کل	۲	-	۲	۱	۵	۵	۱	۵۰	۱۵	۱	۵
میانگین	۰.۲۵	-	۰.۲۵	۰.۱۲	۰.۶۲	۰.۶۲	۰.۱۲	۶.۲۵	۱.۸۷	۰.۱۲	۰.۶۲

مقایسه حضور زنان در فیلم‌های سینمایی پر فروش ادوار مختلف نشانگر تغییر در جایگاه زنان در عرصه تولید سینما می‌باشد، همانگونه که جدول شماره ۶ نشان می‌دهد به غیر از دوران اوایل انقلاب و دفاع مقدس (۵۸-۶۷)، حضور زنان در تمام دوره‌های بعد از انقلاب نسبت به قبل از آن، بیشتر بوده است. تعداد کل زنانی که در حوزه تولید فیلم‌های سینمایی پر فروش هر سال فعالیت داشته‌اند در ده ساله قبل از انقلاب در مجموع ۶۲ نفر بوده است که این تعداد در دوره سازندگی ۷۸، در دوره اصلاحات ۱۰۰ و در دوره عدالت محوری ۸۷ نفر بوده است. در دوران بعد از انقلاب نیز حضور بانوان در فیلم‌های پر فروش دوره اصلاحات از سایر دوره‌ها بیشتر بوده است.

جدول شماره ۶- فراوانی حضور زنان در فیلم‌های سینمایی پر فروش ادوار مختلف

عوامل فیلم	دوره	تهیه فیلم	دوره	پیش از انقلاب (۱۳۵۷-۱۳۴۷)	دوره	۱۱-ا
گروه تهیه و تولید	-	-	-	-	-	-
گروه نویسندگان	۳	۳	۳	۳	۳	۳
گروه کارگردانی	۶	۶	۶	۶	۶	۶
گروه بازیگری	۴۵	۴۵	۴۵	۴۵	۴۵	۴۵
گروه فیلم برداری	-	-	-	-	-	-
گروه صحنه و لباس	-	-	-	-	-	-
گروه چهره پردازی	-	-	-	-	-	-
گروه صدا	-	-	-	-	-	-
گروه تدوین	۳	۳	۳	۳	۳	۳
گروه موسیقی	۵	۵	۵	۵	۵	۵
سایر عوامل	-	-	-	-	-	-
تعداد کل	۶۲	۶۲	۶۲	۶۲	۶۲	۶۲
میانگین	۰.۶۳	۰.۶۳	۰.۶۳	۰.۶۳	۰.۶۳	۰.۶۳

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پر فروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

												انقلاب و دفاع مقدس (۱۳۶۷-۱۳۵۸)	
۸.۶۶		۷۸	۲	۲	۲	۲	۶	۵	۲	۴۳	۸	۱	۵
													دوره سازندگی (۱۳۶۶-۸)
۱۲.۵		۱۰۰	۳	-	۴	۱	۸	۶	-	۶۳	۱۱	۲	۲
													دوره اصلاحات (۱۳۸۴-۱۳۷۷)
۱۰.۸۷		۸۷	۲	-	۲	۱	۵	۵	۱	۵۰	۱۵	۱	۵
													دوره عدالت محور (۱۳۹۲-۱۳۸۵)

### ۵. نتیجه گیری

بر اساس نظریه‌های فمینیستی رسانه، جنسیت ساخته جامعه است و ساخت آن سبب شکل‌گیری روابط نابرابر بین زنان و مردان شده است. بنابراین، مردان و زنان در رسانه‌های جمعی به گونه‌ای بازنمایی شده‌اند که با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی که در جهت بازسازی نقش‌های جنسیتی سنتی به کار می‌رود، سازگاری دارند. سینما نیز به عنوان میدان یا عرصه‌ای از جامعه این روابط نابرابر را بازتاب می‌دهد؛ اما از آنجاکه آگاهی و دانش محصول سازندگی انسان است و آگاهی توسط انسان‌ها ساخته می‌شود، این امکان وجود دارد آن را بازسازی کرد. نقد فمینیستی رسانه‌ها نیز یکی از روش‌های بازسازی دانش است. در اینجا است که جنسیت فیلم‌ساز و نقش فیلم‌سازان زن در نقد روابط نابرابر قدرت بین زن و مرد و بازنمایی درست وضعیت زنان اهمیت می‌یابد. هر



یک از سه شاخه فمینیسم نیز راهکارهایی برای بازنمایی واقعی تر زنان در رسانه‌ها ارائه کرده‌اند. هر سه دسته معتقدند که زنان باید ابزارهای ارتباطی خویش را داشته باشند و با نمایش بیشتر زنان و طرح مسائل و مشکلات آن‌ها، تصویر رایج زنان در رسانه‌ها را اصلاح سازند. به این ترتیب حضور زنان در نقش‌های تولیدی در رسانه‌ها نقش مهمی در افزایش آگاهی اجتماعی زنان و بازنمایی بهتر و مثبت از وضعیت زنان خواهد داشت. بر اساس یافته‌های این پژوهش حضور زنان در عرصه‌های مختلف سینما در فیلم‌های پر فروش (به استثنای نقش خواننده و تا حدودی بازیگری) در تمام حوزه‌ها به غیر از مقطع خاص دفاع مقدس، در دوره بعد از انقلاب نسبت به قبل از آن افزایش داشته است و این افزایش در مقاطع مختلف بعد از انقلاب نیز تا حدودی تداوم خود را حفظ نموده است.

داده‌های حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که در دوره پیش از انقلاب حضور زنان تنها در نقش بازیگر و خواننده در سینما و فیلم‌های پر فروش پررنگ بوده است و در سایر فعالیت‌های تولیدی سینما نقشی بسیار کم به عهده داشتند. شاید بتوان گفت که خوانندگی و بازیگری نیز از جمله نقش‌هایی است که توسط نظام مردسالار و نظام سرمایه‌داری برای بهره بیشتر از زنان چه به لحاظ جنسیتی و چه به لحاظ اقتصادی تعریف شده است.

داده‌های پژوهش پیش رو نشان می‌دهد که اگرچه حضور زنان در جایگاه بازیگر و خواننده در دوره سال‌های ابتدایی انقلاب و دفاع مقدس کاهش چشمگیر یافته است، ولی حضور زنان به تدریج در جایگاه‌های دیگر تولید فیلم نسبت به دوره پیش از انقلاب، افزایش نشان می‌دهد. به عنوان مثال در گروه کارگردانی، گروه چهره‌پردازی و گروه صحنه و لباس حضور زنان سینماگر افزایش داشته است و اتفاقاً از این دوران است که کارگردان‌های زن وارد عرصه سینما می‌شوند. از اواخر دهه ۶۰ و با آغاز دوره سازندگی تا نیمه دهه ۷۰ سینما با جهشی در زمینه حضور زنان مواجه می‌باشد. داده‌های پژوهش انجام شده توسط نگارنده نشان می‌دهد در دوره اصلاحات افزایش قابل ملاحظه‌ای در حضور زنان در جایگاه‌های مختلف تولید فیلم مشاهده می‌شود. تعداد بازیگران زن در این دوره حتی از دوره پیش از انقلاب هم بیشتر می‌باشد. در گروه کارگردانی و چهره‌پردازی و صحنه و لباس نیز این افزایش بسیار مشهود می‌باشد. ویژگی شاخص دوره

بررسی تغییر جایگاه و نقش زنان سینماگر در فیلم‌های پرفروش قبل و بعد از انقلاب اسلامی .....

اصلاحات افزایش چشمگیر مشارکت در اغلب حوزه‌هاست.

درواقع این افزایش حضور زنان در عرصه سینما نشان از افزایش حضور اجتماعی زنان دارد. حضور پررنگ و تخصصی زنان در جایگاه‌های مهم تهیه و تولید سینما، عرصه را به گونه‌ای فراهم کرده که بر مبنای نظریه‌های فمینیستی رسانه روزنه‌ای است به سوی رفع تبعیض و رفع بازنمایی‌های کلیشه‌ای جنسیتی از زنان در سینما، چراکه این حضور بیشتر زنان زمینه‌ای برای بازنمایی منصفانه و عادلانه آن‌ها و راهی برای بیان مشکلات اجتماعی آن‌ها فراهم می‌آورد. درواقع این افزایش حضور زنان سینماگر علاوه بر پررنگ نشان دادن نقش اجتماعی زنان، منجر به شکل‌گیری فضای برابر جنسیتی در عرصه فکر و هنر و اندیشه برای زنان می‌شود.

### منابع

- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹). روش‌های تحلیل رسانه‌ها، پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- بازن، آندره (۱۳۸۲). سینما چیست؟ محمد شهباء، تهران: هرمس.
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴). طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نی.
- جینکز، ویلیام (۱۳۸۱). ادبیات فیلم، جایگاه سینما در علوم انسانی، ترجمه محمدتقی احمدیان و شهلا حکیمیان، تهران: سروش.
- راودراد، اعظم (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران، تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸). مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، ویراست چهارم، تهران: نی.
- ون زونن، لیزبت (۱۳۸۳). رویکردهای فمینیستی به رسانه‌ها، ترجمه محمد رضا حسن‌زاده و حسن رئیس‌زاده، رسانه، شماره ۵۷.
- مقدم، والتین (۱۳۸۷). جنسیت و انقلاب‌ها: مطالعاتی نظری، تطبیقی و تاریخی در باب انقلاب‌ها، تهران: کویر.
- Van zoonen, L. (1991). Feminist perspectives on the Media. In Curran J. edition. mass media and society, new york.

