

هویت زنانه در سینمای ایران (تحلیل گفتمان کارگردان‌های زن در سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر)

حسن بشیر^۱، حسن مسعودی^{۲*}، مجتبی رزم‌آرا^۳

چکیده

یکی از موضوعات چالش‌برانگیز در مطالعات بازنمایی، بازنمایی‌های صورت‌گرفته از زنان و ابعاد مختلف زندگی ایشان است. بر همین اساس، در این پژوهش سعی شده با روش تحلیل گفتمان «پدام» و با توجه به نظریه بازنمایی جنسیتی نحوه بازنمایی هویت زنانه در آثار کارگردان‌های زن سینمای ایران در سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر (۱۳۹۵) بررسی و تحلیل شود. نتایج این تحلیل نشان می‌دهد دال‌های مرکزی در چهار فیلم برگزیده به‌طور کلی به بازنمایی ویژگی‌های عام زنانه، ویژگی‌های زن سنتی و ویژگی‌های زن مدرن اشاره دارد. ویژگی‌های زن سنتی شامل مادری، به‌عنوان مهم‌ترین نقش، گرایش به مردسالاری، تحمل شرایط سخت به خاطر خانواده، پایبندی به قواعد روابط عاطفی، خانواده‌محوری و مخالفت با پدیده‌های جدید است و ویژگی‌های زن مدرن شامل خودخواهی، شجاعت، اعتقاد به حقوق برابر، عدم تبعیت از همسر، جابه‌جایی نقش‌های سنتی، اهمیت به ظاهر و کم‌ارزش‌بودن خانه‌داری است. ویژگی‌های عام زنانه نیز شامل عاطفی و احساسی بودن، اهمیت نقش مادری، خانواده منشأ امنیت، نیاز به روابط عاطفی متقابل در خانواده، حفظ خانواده با روابط مثبت و فداکاری است.

کلیدواژگان

بازنمایی هویت زنانه، تحلیل گفتمان، جشنواره فیلم فجر، کارگردان زن.

1. bashir@isu.ac.ir

2. hadimasoudi1366@gmail.com

3. razmara.mojtaba@gmail.com

۱. استادتمام دانشگاه امام صادق(ع)

۲. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه آزاد تهران

۳. کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه آزاد قوچان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۸/۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۱۹

مقدمه و بیان مسئله

مسئله بازنمایی^۱ هویت در رسانه‌ها از موضوعات مشترک در حوزه مطالعات فرهنگی و مطالعات رسانه است که می‌توان آن را از زوایای مختلفی بررسی کرد. این پژوهش در حوزه هویت به مسئله بازنمایی زنان، به‌عنوان نیمی از جمعیت فعال و اثرگذار کشور، و در حوزه رسانه به سینما، به‌عنوان رسانه‌ای پرمخاطب و فراگیر، می‌پردازد.

مطالعه رسانه‌های تصویری و تأثیرات آن بر بازنمایی و بازتولید کلیشه‌های هویتی (به‌عنوان مثال کلیشه‌های جنسیتی) را می‌توان از موضوعات پیچیده و مهم قلمداد کرد. به قول مک‌لوهان، در عصر نوین، جهان رسانه‌ای عقل را مبدل به چشم می‌کند و رسانه‌های تصویری امتداد دیدن انسان‌ها و نه امتداد اندیشه آن‌ها می‌شود [۲۲، ص ۷۳۱]. در واقع، در جامعه جدید، این رسانه‌ها هستند که منش‌ها، کنش‌ها و حتی واکنش‌ها را می‌سازند و هویت‌های نوین را خلق می‌کنند و رقم می‌زنند.

همچنین، به اعتقاد مک‌کویل، در گذشته که الگوها و نقش‌ها اندک و محدود بودند، هویت یابی نسبتاً آسان بود. اما در جوامع صنعتی امروز و با توجه به تعدد منابع هویت‌یابی از جمله رسانه‌های متعدد که الگوهای متنوع و متضاد را فراروی نسل جوان و نوجوان قرار می‌دهند، هویت‌یابی آنان را با دشواری‌های بسیاری مواجه کرده است. کسانی مانند استوارت هال، ون‌دایک و گرامشی نیز رسانه را عامل مهمی در بازنمایی هویت و جنسیت قلمداد می‌کنند. از نظر هال «متون [رسانه‌ای] ابزاری برای برساختن هویت‌های فرهنگی‌اند» [۳۹، ص ۲۴]. همچنین، هال تأکید می‌کند که هویت‌ها در درون گفتمان، بازنمایی‌ها و تفاوت‌ها ساخته می‌شوند. او معتقد است: «بازنمایی به معنای استفاده از زبان برای گفتن حرفی معنادار درباره جهان یا برای بازنما کردن جهان به صورت معناداری برای دیگر مردمان است. معنا در ذات وجود ندارد، بلکه ساخته می‌شود و نتیجه و محصول یک رویه دلالتی است» [۲۹، ص ۲۲]. به بیانی دیگر، بازنمایی شیوه‌ای است که رسانه‌ها از طریق آن رویدادها و واقعیت‌ها را نشان می‌دهند. از آنجا که رسانه‌ها برای انعکاس واقعیت مانند آینه عمل نمی‌کنند، می‌توانند بر ساخت اجتماعی واقعیت اثرگذار باشند. در واقع، بازنمایی نوعی ساخت رسانه‌ای واقعیت و هویت است.

بر همین اساس بازنمایی یکی از مفاهیم اصلی در این پژوهش است، زیرا از دیرباز وجود شکاف میان واقعیت و آنچه در رسانه‌هایی مانند سینما ارائه می‌شود سبب شده تلاش‌های بسیاری برای توصیف چگونگی و چرایی شکل‌گیری بازنمایی‌های رسانه‌ای از جهان خارج صورت گیرد. در سایه این تلاش‌ها، امروزه بازنمایی رسانه‌ای به مفهومی بنیادین در مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای تبدیل شده است.

مسئله دیگر توجه به نقش زنان در تولید محتوای رسانه‌ای و چگونگی بازنمایی آنان از خود در رسانه‌ای مانند سینماست. به این معنا که ممکن است کارگردان‌های زن، به علت متفاوت بودن خواسته‌ها و نقش‌های اجتماعی خودشان با مردان، مفاهیم متفاوتی را در تولیدات خود بگنجانند، زیرا چگونگی بازنمایی در محتوای رسانه‌ای قسمتی از سیاست‌های تولید است که با عقاید، خواسته‌ها و نیازهای تولیدکننده در ارتباط است و بازنمایی‌های متفاوت از زنان، احتمالاً تفسیرهای متفاوتی را نیز از سوی مخاطبان در پی خواهد داشت.

بر اساس فرض‌های اولیه مطالعات فرهنگی، در بررسی متون رسانه‌ای (مانند فیلم)، مؤلفه‌های ایدئولوژیک و اجتماعی موجود در ورای این متون (فرامتن) امری است که باید به شکل جدی مد نظر قرار گیرد. بر همین اساس از آنجا که بهترین روش برای کشف ایدئولوژی‌های موجود در متن روش تحلیل گفتمان است، این تحقیق با روش تحلیل گفتمان انتقادی ارائه می‌شود.

به همین منظور، در این پژوهش، با رویکردی گفتمانی به بررسی چگونگی بازنمایی هویت زنانه در پنج فیلم شاخص، یعنی مادری به کارگردانی رقیه توکلی؛ ویلایی‌ها به کارگردانی منیره قیدی؛ فصل نرگس به کارگردانی نگار آذربایجانی؛ زیر سقف دودی به کارگردانی پوران درخشنده و /سرافیل به کارگردانی آیدا پناهنده، در سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر در سال ۱۳۹۵ پرداخته شده است. علت انتخاب این فیلم‌ها آن است که از یک سو در این آثار کاراکتر زن و بازنمایی هویت آن نقش پررنگی دارد و از سوی دیگر به نظر می‌رسد سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر از نظر تنوع و تعداد حضور کارگردان‌های زن جوان می‌تواند سال شاخصی در این زمینه باشد. در نهایت، پرسش اصلی این پژوهش این است: هویت زنانه در سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر از سوی کارگردان‌های زن به روش تحلیل گفتمان چگونه بازنمایی شده است؟

پیشینه پژوهش

تحقیقات مربوط به زنان و رسانه‌های تصویری به دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ برمی‌گردد. نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد این رسانه‌ها زنان را در نقش‌های جنسیتی سنتی نمایش می‌دهند. طبق این مطالعات، در رمزگذاری اشتغال زنان، آنان عمدتاً در نقش‌های خانگی، نقش‌های جنسی کلیشه‌ای مانند پرستار و معلم و مشاغل غیرمدرسه‌ای و غیرحرفه‌ای بازنمایی شده‌اند [۳۸، ص ۴۵؛ ۵۳۳، ص ۲۵]. در میان پژوهش‌های خارجی مرتبط و جدید پیرامون این موضوع، پژوهش‌های دهه ۱۹۹۰ از ادامه تغییرات در نمایش تصویر زنان و بعضاً جابه‌جایی نقش‌ها در فیلم‌های تلویزیونی آمریکا و اروپا حکایت دارند. این تغییرات در گونه‌های تلویزیونی همچون سریال‌های خانوادگی نشان می‌دهد زنان مجرد، زنان شاغل و فعال اجتماعی همانند دیگر

شخصیت‌ها به تصویر کشیده شده‌اند. اما فانگ در تحقیقی که در سال ۲۰۰۱ در هنگ‌کنگ انجام داد به این نتیجه رسید که به‌رغم چندگونگی فرهنگی این سرزمین، تفکرات قالبی درباره جنسیت در میان مردم و همین‌طور فیلم‌های تلویزیونی به‌وضوح قابل مشاهده است و تلویزیون با به تصویر کشیدن کلیشه‌ها بر تشدید و پایدار شدن این‌گونه تفکرات یاری می‌رساند و این روند تفکر را صحیح، منطقی و برخاسته از واقعیت نشان می‌دهد. درواقع، تلویزیون تحت‌تأثیر فشار اجتماعی ناشی از تفکر کلیشه‌ای قرار گرفته و از طرفی خود تقویت‌کننده آن شده است [۳۷، ص ۱۷].

در ایران نیز، پژوهش‌های درخور توجهی به بازنمایی زنان در رسانه‌های تصویری پرداخته‌اند؛ مثلاً، عطارزاده (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌ها و بازتاب هویت زن در عرصه عمومی» با تمرکز بر نقش رسانه‌ها در تبیین شأن واقعی زن در عرصه عمومی، در پی اثبات این فرضیه است که تأکید بر هویت جنسی در عرصه عمومی باعث آن می‌شود که مقوله حضور برابر زنان در این عرصه بیشتر از آنکه جنبه واقعی پیدا کند، در چارچوب حقوقی محدود و منحصر شود. همچنین سمواتی و رضوی دینانی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تأثیر رسانه در بازنمایی واقعیت نقش زنان» به این نتیجه رسیدند که بازنمایی زنان در رسانه با شخصیت بسیاری از زنان جامعه همخوانی ندارد. به عبارت دیگر، بسیاری از بازنمایی‌هایی که در رسانه صورت می‌گیرد، چهره‌ای غیر واقعی از زنان ایرانی نشان می‌دهند. معمولاً زنان در رسانه‌ها به گونه‌ای بازنمایی می‌شوند که با نقش‌های کلیشه‌ای که در جهت بازتولید نقش‌های سنتی (نقش‌هایی که زنان را اغلب در قالب همسری و مادری نشان می‌دهند) به کار می‌روند، همخوانی داشته باشند. اصطلاح فناسازی نمادین برای اطلاق به چنین وضعیتی به کار می‌رود. فناسازی نمادین زنان ارائه تصویری کم‌اهمیت، منفعلانه و کلیشه‌ای از آنان است. بدیهی است که بر اثر تداوم ارائه این تصاویر در برنامه‌های رسانه‌ای، زنان با فقدان الگوهای مورد نیاز برای ایفای نقش‌های متنوع اجتماعی مواجه خواهند شد. در پژوهش دیگری، محمدپور و همکاران (۱۳۹۱) براساس مطالعه نشانه‌شناسی «بازنمایی زن در سه فیلم سینمایی سگ‌کشی، چهارشنبه‌سوری و کافه‌ترانزیت» به این نتیجه رسیدند که از آنجا که قدرت به‌طور تاریخی، اجتماعی و نمادین در دست مردان است، مفاهیم و مقولات فرهنگی براساس نظام مردانه تعریف می‌شوند و مفاهیمی ذاتاً مذکرند. این مفاهیم و مقولات در دنیای زنان معانی نامتعارف و گاه متضادی دارند. برای زنان مفاهیمی مانند احقاق حق، تساوی طلبی، استقلال، قدرت، رشد و وفاداری براساس بهایشان برای مردان در نظر گرفته می‌شوند. درواقع، زنان هویتی تابع و غیرمستقل دارند. به این ترتیب، زنان برای پیشرفت و تغییر در زندگی خود نه تنها با موانع ساختاری و اجتماعی روبه‌رو هستند، بلکه ساختار نظام مردسالاری همچون وجدان در اعماق ذهن و اندیشه آن‌ها جای گرفته و حتی در زمان حضورنداشتشان نیز پیامی قدرتمند برای زنان می‌فرستد و به آن‌ها یادآوری می‌کند که طبق دستورات عمل کنند. یافته‌های تحقیق بازنمایی‌کننده این باور بودند که زن در این سه فیلم، چنان سوژه‌هایی منفعل و خشونت‌پذیر (فیلم چهارشنبه‌سوری)، برساخته شده، ناتوان و البته قابل استفاده در برخی شرایط به نفع شرایط مردانه (فیلم سگ‌کشی) و فرودست (فیلم کافه‌ترانزیت) تعریف و مکان‌یابی شده بودند که امکان چندانی برای عاملیت در آن‌ها وجود ندارد.

مبانی نظری

مفهوم بازنمایی در مطالعات رسانه‌ای جنبه‌محوری دارد. «بازنمایی تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و زبانی است. بازنمایی به قدرت و منافع گروه‌ها گره خورده است و در آن برخی امور نمایانده می‌شوند؛ درحالی‌که بسیاری از امور مسکوت می‌ماند» (۱، ص ۲۱۱). شایان ذکر است که جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ها از جهان واقع به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان تأثیر می‌گذارد. بازنمایی بدین‌سان، معانی مرجح خود را در جامعه از طریق قدرت‌های تثبیت‌شده موجود بر ساخت می‌کند. از این منظر، «سینما، به‌مثابه یک رسانه، آینه جامعه نیست، بلکه بیش از آن، سازنده جهان اجتماعی است» (۳۶، ص ۱۴). بازنمایی‌های جنسیتی نیز ربطی به زندگی پیچیده زنان ندارد و به‌ویژه از تصورات قالبی و ایدئولوژی‌های جنسیتی متأثرند؛ چه‌بسا آثار سینمایی تصویری خاص از زنان را به مخاطبان خود عرضه کنند که در سطح جامعه به نابرابری‌ها دامن زند و با القای مفاهیم، کدهای جنسیتی، به ساختارهای اجتماعی سلطه تعیین بخشد و ایدئولوژی جنسیتی را بازتولید کند. در اینجا است که نقد فمنیستی وارد صحنه می‌شود؛ دیدگاه‌های فمنیستی در حوزه رسانه‌ها به نقد نحوه بازنمایی زنان در فرهنگ عمومی و رسانه‌های جمعی می‌پردازند. فمنیست‌ها معتقدند در فرهنگ توده‌ای امروز، زنان به منظور آبه یا موجوداتی حاشیه‌ای و ابزاری بازنمایی می‌شوند [۱۳].

آنان بر این باورند که محصولات آگاهی و دانش، مثل ادبیات و رسانه‌ها، به صورت اجتماعی ساخته و برای تداوم روابط قدرت به کار گرفته می‌شوند [۲۸]. بنابراین، کارآمدترین شیوه برای نیل به برابری در حوزه رسانه‌ای و عدالت در بازنمایی جنسیتی می‌تواند نقدهای افشاکننده‌ای باشد که از موقعیت نابرابر زنان در ساحت رسانه‌ای پرده برمی‌دارد و اذهان را برای نیل به آگاهی جنسیتی آماده و عدالت جنسیتی و توانمندسازی زنان را محقق می‌کند.

نمایش و اجرای جنسیت: باتلر، نظریه‌پرداز پست‌مدرن، معتقد است جنس برساخته‌ای آرمانی است که به شکلی منعطف و در خلال زمان تحقق پیدا می‌کند. همچنین باتلر می‌افزاید جنس و جنسیت اجزایی هستند و در خلال اجرا شدن برساخته می‌شوند. درحقیقت، در آوردن ادای هنجاری جنسیتی، پوشیدن لباس‌ها، سبک لباس پوشیدن، سنت‌های زبانی و راه رفتن همگی نوعی اجرا (یا نمایش آموخته‌شده) جنسیت هستند. «به طور کل، باتلر بر این عقیده است که ما یاد نمی‌گیریم مرد یا زن بشویم، بلکه می‌آموزیم همچون مردان با زنان عمل کنیم. درحقیقت هویت جنسیتی بازی یا ایفا می‌شود» (۵، ص ۱۰۸).

این نظریه در حوزه جنسیت با چارچوب تحلیلی گافمن تناسب دارد. گافمن در قالب رویکرد «تحلیل چارچوب»^۱ در کتاب *تبلیغات جنسیتی*^۲ (۱۹۷۹)، به این مسئله پرداخته است

1. framework analysis
2. Gender Advertisements

که چگونه چارچوب‌های کنش متقابل معنای جنسیت را تولید می‌کنند. نقطه کانونی بحث نظری گافمن^۱ «در تبلیغات جنسیتی» مفهوم «نمایش جنسیت» است. بدین معنا که جنسیت و هویت جنسیتی در موقعیت‌های اجتماعی از طریق آنچه او «نمایش» می‌نامد، بیان (اجرا) می‌شود. از نظر گافمن، این نمایش‌ها به منظور رفتارهای بیان‌گرانه گرایش دارند تا انتقال یابند، دریافت شوند و در زندگی اجتماعی نقش انتقال‌دهنده اطلاعات درباره هویت، مسلک، نیت‌ها و انتظارات هر فرد درباره اشخاص دیگر را بازی کند. گافمن با این استدلال نمایش جنسیت را بیان مناسبی شده‌ای از سلطه والدگونه مردان و فرمانبری کودک‌وار زنان می‌داند. از نظر او، نمایش‌های جنسیتی در موقعیت‌های اجتماعی نه تنها سلسله‌مراتب جنسیتی را تثبیت می‌کند، بلکه آن‌ها را به وجود می‌آورد [۳۵، ص ۲۲۰].

همان‌طور که بیان شد، از نظر گافمن جنسیت به صورت تصویری به اشکال مختلف در گستره تبلیغات رسانه‌ای بر ساخته می‌شود. وی با طرح‌انگاره «فرماناسکی شدن»^۲ معتقد است نمایش‌های جنسیتی در تبلیغات (و سایر رسانه‌های تصویری) به ما نشان می‌دهد که چگونه تبلیغات به تفاوت‌های جنسیتی بر ساخته شده به لحاظ اجتماعی جنبه طبیعی می‌دهند و از این‌رو تصورات قالبی جنسیتی را تحمیل می‌کنند. گافمن در این چارچوب نظری شش الگوی تصویری از نمایش جنسیت را در تبلیغات تشخیص داده بود که قابل تسری به دیگر ژانرهای بازنمایی نیز هست. وی معتقد بود تفاوت و نابرابری جنسیتی از خلال شش الگوی مناسبی شدن فرمانبری، اندازه نسبی، رتبه‌بندی کاری، لمس زنانه، عقب‌نشینی مقبوله و حضور و غیاب در چارچوب خانه و خانواده نمایش داده و بر ساخته می‌شود [۱۶].

در این مطالعه، از بین شش الگوی یادشده، سه الگوی مناسبی شدن فرمانبری، عقب‌نشینی مقبول و رتبه‌بندی کاری تعریف و در تحلیل‌های متون به کار گرفته می‌شود. مناسبی شدن فرمانبری وضعیتی زنانه است که انقیاد آن‌ها را در برابر کنترل مردان نشان می‌دهد. از این نظر، زنان بیشتر رفتارهای دلجویانه‌ای همچون لبخند زدن را به نمایش می‌گذارند و از خود حالت‌های ناتوانی، ترس و انحنای ظریف زنانه بروز می‌دهند و در خصوص مردان حالت‌های لطیف‌تری به خود می‌گیرند؛ اما رتبه‌بندی کاری بر این مسئله اشاره دارد که مردان کنش‌های دیگران (زنان) را مدیریت می‌کنند؛ در حالی که زنان مورد کنترل قرار می‌گیرند. بنابراین، مردان اغلب در نقش‌های مدیریتی تصویر می‌شوند و به خصوص در نقش‌های شغلی به زنان آموزش می‌دهند. به بیان دیگر، در این الگو، زنان بیشتر در حال دریافت کمک از مردان نمایش داده می‌شوند. مردان همچنین در این الگو به لحاظ شغلی کمتر در تصاویر مربوط به مهدکودک یا آشپزخانه نشان داده می‌شوند. الگوی عقب‌نشینی مقبول نیز بر این مسئله اشاره دارد که زنان اغلب از طریق درگیری روان‌شناختی از موقعیت‌های اجتماعی عقب‌نشینی می‌کنند یا کنار

1. Erving Goffman

2. ultra liturgical

نهاده می‌شوند؛ بدین گونه که مردان اغلب هدایت کارها را برعهده می‌گیرند تا زنان را از این موقعیت حذف کنند. در مجموع، گافمن درگیری و پنهان‌کاری عاطفی و وابستگی فیزیکی به دیگران را نشانه‌های این نوع عقب‌نشینی برمی‌شمارد که می‌تواند در تصاویر زنان در رسانه‌ها به شکل از دست دادن کنترل احساسات، اشک‌ریختن، پنهان کردن چهره پشت دستان از ترس، کمرویی، دستپاچگی، اضطراب و پناه‌گرفتن پشت سر مردان باشد.

روش پژوهش

این تحقیق به شیوه تحلیل کیفی داده‌ها از طریق به‌کارگیری روش تحلیل گفتمان انجام شده است. تحلیل گفتمان تحولی مهم در تحقیق کیفی محسوب می‌شود و با این فرض آغاز می‌شود که «گفتمان در همه سطوح، از گزارش‌های فردی تا اجتماعی کلان، اهمیتی کلیدی دارد» [۲۳، ص ۱۴۳].

در باره تحلیل گفتمان، روش‌های گوناگونی تاکنون ارائه شده است. روش وندایک^۱، روش فرکلاف^۲ و روش لاکلو و موفه^۳ از روش‌های مهم در این زمینه است. هر یک از این روش‌ها رویکردی ویژه به تحلیل گفتمان دارد. اما آنچه در همه این روش‌ها دیده می‌شود وجود نوعی از ابهام در شیوه عمل است؛ مثلاً، روش وندایک: «نهایتاً در دام جزایر جداگانه معنای کلمات و مفاهیم و فرمول‌های دستوری می‌افتد» [۸، ص ۱۸].

در این پژوهش، از روش عملیاتی تحلیل گفتمان موسوم به «پدام» PDAM^۴ به‌عنوان یک شیوه اجرایی و عملیاتی روشن، منظم و منسجم، از میان روش‌های مختلف تحلیل گفتمان استفاده شده است. این روش، الگویی بومی است که در خروج از اشکال‌های ذهنیت‌گرایی و به‌کارگیری متناسب ذهنیت و عینیت، به منظور درک بیشتر معناها و نیز ایجاد فرایند مشخص برای انجام‌دادن کلیه مراحل مربوط به تحلیل متون مؤثر است [۸، ص ۱۰].

روش پدام بر تحلیل گفتمان انتقادی و سه اصل رهیافت نورمن فرکلاف [۱۷] در تحلیل گفتمان مبتنی است. این روش به صورت کلی، همچون روش فرکلاف، شامل سه مرحله کلان «توصیف»، «تفسیر» و «تبیین» است که این سه مرحله به پنج سطح تحلیلی «سطح - سطح»، «عمق - سطح»، «سطح - عمق»، «عمیق»، «عمیق» و «عمیق‌تر» تقسیم شده‌اند [۹، ص ۱۱۱].

مراحل فرایندی تحلیل گفتمانی به روش پدام را می‌توان در جدول ۱ نشان داد.

1. Teun Adrianus van Dijk
2. Norman Fairclough
3. Ernesto Laclau & Chantal Mouffe
4. Practical Discourse Analysis Method

جدول ۱. سطوح مختلف تحلیل گفتمان در روش پدام

سطوح پنج‌گانه تحلیل در روش پدام				
۱. سطح-سطح	۲. عمق-سطح	۳. سطح-عمق	۴. عمیق	۵. عمیق‌تر
برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	تحلیل بینامتنیت ذهنی تحلیل‌گر و بینامتنیت‌های مرتبط	تحلیل فراگفتمانی‌های بین‌متنی

مجموع پنج مرحله ذکر شده که در نهایت با یک نگاه فرامتنی و با استفاده از اطلاعات مرتبط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی صورت می‌گیرد، تشکیل‌دهنده تحلیل گفتمانی مورد نظر خواهد بود. با چنین شیوهایی می‌توان اطمینان یافت که در هر مرحله بخشی از معنا در حلقه‌های مختلف روشن می‌شود و در نهایت در مرحله پایانی تحلیل گفتمان، حلقه‌های معنایی مزبور معنای کامل را ارائه خواهد کرد.

جامعه آماری در این پژوهش کلیه فیلم‌هایی است (شامل پنج فیلم) که در سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر کارگردان‌های زن سینما با حضور کاراکتر زن در نقش اصلی یا نقشی فعال در فیلم ساخته‌اند (مادری، ویلایی‌ها، فصل نرگس، زیر سقف دودی، اسرافیل).

منظور از نقش فعال وجود این کاراکتر در بیشتر از دو صحنه همراه با دیالوگ است. نمونه‌گیری نیز به صورت هدفمند انجام شده است و تا زمانی که از نظر مفهومی مقوله‌ها به اشباع نظری برسند ادامه دارد و بعد از آنکه داده جدیدی از طبقه‌ها در خلال فرایند گردآوری داده‌ها به دست نیاید، پایان نمونه‌گیری خواهد بود. در جدول ۲، تعداد صحنه‌های مورد پژوهش در هر فیلم ارائه می‌شود.

جدول ۲. تعداد صحنه‌های انتخابی در فیلم‌های تحلیل شده

نام فیلم	تعداد صحنه‌های منتخب
ویلایی‌ها	۲۹
مادری	۱۰
زیر سقف دودی	۲۳
فصل نرگس	۵

تحلیل فیلم‌ها

در این مقاله، به دلیل رعایت اختصار در جدول‌های مراحل اول تا سوم تحلیل، بعضی از نمونه‌های تکراری حذف شده است.

تحلیل گفتمان هویت زنانه در فیلم ویلایی‌ها بر پایه سه مرحله اول تا سوم روش پدام ویلایی‌ها قصه خانواده‌های فرماندهان سپاه و ارتش در سال ۱۳۶۵ است. «عزیز» زن پنجاه‌ساله‌ای است که همراه نوه‌هایش به امید دیدار پسرش وارد مجموعه ویلاها می‌شود. الیاس نیز راننده بسیجی است که هر وقت وارد مجموعه می‌شود همه نگران این می‌شوند که شاید خبر شهادت یکی از فرماندهان را بدهد. پس از مدتی، سیما، که عروس عزیز است، از تهران می‌آید تا بچه‌های خود را به خارج از کشور ببرد.

ویلایی‌ها فیلمی به کارگردانی منیر قیدی، نویسنده منیر قیدی و ارسلان امیری و تهیه‌کنندگی سعید ملکان است. این فیلم محصول سال ۱۳۹۵ است. در جدول ۳، سه مرحله اول تحلیل فیلم ویلایی‌ها را مشاهده می‌کنید.

برای رعایت اختصار هجده صحنه که در تحلیل مشابه بقیه صحنه‌ها بود حذف شد.

جدول ۳. سه مرحله اول تحلیل فیلم ویلایی‌ها

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
۱	یکی از زنان: حالا عروستون اصلاً نمی‌آد اینجا؟ (اردوگاه خانواده‌های رزمندگان) عزیز: اینجا؟ نه بابا پشه و گرما و بمباران و...	سیما به دلیل شرایط سخت حاضر نیست در اردوگاه خانواده رزمندگان حضور داشته باشد.	زن مدرن خود را تابع همسر نمی‌داند.
۲	دختر بچه‌ای در پس‌زمینه همه این دیالوگ‌ها در حال رقصیدن با آهنگ برنامه کودک است و ننه‌عباس دائماً به رقص دختر بچه اعتراض می‌کند.	تعارض وضعیت اردوگاه با رقصیدن	مخالفت زن سنتی با پدیده‌های مدرن
۳	سیما: بعد از ابراز احساسات به فرزندانش به طرف ماشین می‌رود که به خانه برگردد. عزیز: تو می‌خواهی بچه‌ها رو ببری پیش خواهرت (خارج از کشور)، ولی داوود (پدر بچه‌ها) اجازه نمی‌ده. سیما: داوود کیه؟	سیما در وضعیت زندگی بچه‌ها خودش را مختار می‌داند.	برهم خوردن نقش‌های سنتی زنانه در جامعه مدرن
۴	سیما: خاکش که آره ولی شرایطش چی؟ اینجا اصلاً شرایط مناسب ما و بچه‌هامون نیست. من فقط می‌خوام زندگی خودم و بچه‌هام رو از این وضعیت نجات بدم.	سیما بر بهتر شدن وضعیت خودش و بچه‌هایش تأکید دارد.	زن مدرن خودخواه است.
۵	عزیز به بیمارستان نزدیک اردوگاه می‌رود. آنجا به پسر نوجوانی که به شدت زخمی است و عزیزش را صدا می‌زند کمک می‌کند.	عزیز نقش مادر را برای یک رزمنده غریبه ایفا می‌کند.	زن سنتی مهم‌ترین نقش خود را وظیفه مادری می‌داند.

۵۲۲ زن در فرهنگ و هنر، دوره ۱۱، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۸

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
۶	یکی از زنان اردوگاه که در اتاقش عقرب دیده است برای کشتن عقرب از سیما (زن تازه‌وارد) کمک می‌خواهد.	سیما از کشتن عقرب، برعکس زن‌های دیگر، ترسی ندارد.	زن مدرن ترس است.
۷	همسر زنی که در اردوگاه باردار بود شهید می‌شود. خانم یگانه: بزرگ کردن بچه بی‌پدر... الهی بمیرم من می‌دونم سمیه چی می‌کشه.	زن‌های اردوگاه خانواده کامل را با وجود پدر تصور می‌کنند.	برای زن سنتی مرد محور خانواده است.
۸	مکالمه خانم یگانه و سیما درباره زمانی که شوهر سیما با آقای یگانه به اردوگاه آمده بودند. اتفاقاً آقا داوود هم از هنرهای شما خیلی تعریف می‌کردن. چی می‌گفت؟ بد می‌گفت؟	حساسیت سیما به تعریف‌های همسرش	نیاز به توجه و عاطفه در زن
۹	عزیز: بچه باید بابا بالاسرش باشه. پاسپورت رو فرستادم برای داوود. اگه پاسپورت رو می‌خوای بمون تا بیاد.	عزیز پدر را سرپرست اصلی خانواده می‌داند.	گرایش به مردسالاری در میان زنان سنتی
۱۰	خانم خیری خطاب به همسر: من اینجا فرمانده نیستم. اومدم هرکاری از دستم برمی‌آد انجام بدم... وگرنه ترشی و مربا رو تهران هم می‌شه درست کرد.	مشارکت زنان در پشت صحنه جنگ	همراهی و همکاری زن مذهبی/ سنتی در وضعیت جنگی
۱۱	دختر نوجوان اردوگاه به الیاس، پسری که وسایل مورد نیاز را برای زنان اردوگاه می‌آورد، علاقه‌مند است و به او سفارش آوردن وسایلی را می‌دهد. در صحنه‌ای از فیلم دختر نوجوان متوجه می‌شود خانم خیری (فرمانده) همه هدایای الیاس را که برای او آورده است پنهان کرده است.	خانم خیری، به‌عنوان یک زن مذهبی جوان، برای روابط عاطفی ضابطه قائل است.	پایبندی زن مذهبی به قواعد روابط عاطفی
۱۲	هنگام رفتن خانم خیری سیما می‌گوید که در اردوگاه می‌ماند تا شوهرش را ببیند.	سیما به خاطر همسرش از خواست خود عدول می‌کند.	پیروزی گفتمان خانواده‌محور زن سنتی بر گفتمان خودخواهی زن مدرن

تحلیل گفتمان هویت زنانه در فیلم مادری بر پایه سه مرحله اول تا سوم روش پدام

داستان مادری درباره زندگی دو خواهر است که به تنهایی در شهر یزد با یکدیگر زندگی می کنند؛ با این تفاوت که یکی عشق خود را رها کرده و دیگر عشقش او را رها کرده است. آن ها یک تنه روبه روی مشکلات و مسائلی که سر راه دارند ایستادگی می کنند و حرکتی رو به جلو دارند تا اینکه خواهر کوچک تر (نوا) متوجه می شود خواهر بزرگ ترش (گلنار) دچار تومور مغزی لاعلاج شده و مدت کمی زنده خواهد ماند.

مادری اولین فیلم سینمایی رقیه توکلی در مقام کارگردانی است. این فیلم محصول سال ۱۳۹۵ و به تهیه کنندگی سیاوش حقیقی است. در جدول ۴، سه مرحله اول تحلیل فیلم مادری را مشاهده می کنید.

برای رعایت اختصار، پنج صحنه که در تحلیل مشابه بقیه صحنه ها بود حذف شد.

جدول ۴. سه مرحله اول تحلیل فیلم مادری

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش های متن
۱	نوا عاشق پسری پولدار و از طبقه اجتماعی بالاتر از خودش است. پدر آن پسر با این ازدواج کاملاً مخالف است... (مکالمه نوا با دوستش) از زمین و آسمون داره برام می باره. کاوه الان باید پیشم باشه، ولی نمی دونم کجاست. شاید اگه پدر رو مادرم زنده بودن، این جور نمی شد.	برای نوا وجود یک مرد و خانواده و پدر و مادر پشتیبان عاطفی است.	در جامعه سنتی، خانواده محوری اصل است.
۲	مریم (دوست نوا) که تنها زندگی می کند: دیشب زن صابخونه اومد بالا. اومده بود می گفت زودتر تکلیف اینجا رو مشخص کن. مستأجر جدید داره می آد.	صاحبخانه مریم تنها زندگی کردن یک زن را درست نمی داند.	اهمیت ازدواج زن در جامعه سنتی

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
۳	نوا خطاب به گلنار: سعید بی‌مسئولیت‌ه؟ تو درستش کن... دوستت داره گلنار. گلنار: خودش رو دوست داره نه من رو... خودخواهه وابسته‌ست... این می‌شه دوست داشتن؟ من می‌خوام الان فقط به فکر خودم باشم. خودم، نمایشگام، نقاشی‌هام... آقای نفیسی قرارداد به گاری تو پاریس بسته.	گلنار به کارهای شخصی بیشتر از زندگی زناشویی اهمیت می‌دهد.	زن مدرن خودخواه است.
۴	گلنار: بمونم تو این خونه چی بشه؟ تو سرک بکشی تو زندگی بقیه فیلم عروسی بگیری؟ قرار بود تو این بشی؟ من این بشم؟	گلنار از زندگی مشترک خود به دلیل نرسیدن به آرمان‌هایش ناراضی است.	زن مدرن خودخواه است.
۵	نوا: خوش به حال شما و آقای سلطانی که عاشق هم بودید. خاله: نسل ما نسل سوختن و ساختن بود. نسل لباس عروسی و کفن و این حرف‌ها... آرزوی مادر شدنم با بچه‌دار نشدنش به باد رفت.	زندگی زناشویی در نسل گذشته در هر شرایطی ادامه می‌یابد.	در جامعه سنتی خانواده‌محوری اصل است.

تحلیل گفتمان هویت زنانه در فیلم زیر سقف دودی بر پایه سه مرحله اول تا

سوم روش پدام

زیر سقف دودی داستان خانواده‌ای است که در حال از هم پاشیدن است. شیرین (زن خانواده) که در زندگی خانوادگی با فرزند و همسرش به تدریج دچار مشکل می‌شود، به دنبال پیدا کردن راهی برای ایجاد ارتباط با آن‌هاست، که موفق نمی‌شود و به بحران می‌رسد. تلاش مجدد او برای برون‌رفت او از این بحران او را با چالشی جدید روبه‌رو می‌کند.

زیر سقف دودی فیلمی به کارگردانی، نویسندگی و تهیه‌کنندگی پوران درخشنده و محصول سال ۱۳۹۵ است. در جدول ۵، سه مرحله اول تحلیل فیلم زیر سقف دودی را مشاهده می‌کنید. برای رعایت اختصار، نه صحنه که در تحلیل مشابهه بقیه صحنه‌ها بود حذف شد.

جدول ۵. سه مرحله اول تحلیل فیلم زیر سقف دودی

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش های متن
۱	بهرام خطاب به شیرین همسرش: همیشه خدا به چیزی برای غصه خوردن داری. این بچه ای که خودت تربیت کردی خودت هم هاندلش کن. من هزارتا بدبختی و گرفتاری دارم. دیگه تو اضافه اش نکن.	نگرانی زن بیش از مرد درباره مشکلات خانواده	برجسته سازی نقش مادر در حفاظت از فرزند
۲	دختر: با من درست حرف بزن. بابام که من رو بزرگ کرده با من این جور حرف نزده.	دختر جوان از دوست پسرش طلب احترام می کند.	زن مدرن به حقوق برابر اعتقاد دارد.
۳	در یک جلسه کاری بهرام خطاب به همکارش: می ترسم سکنه کنم بیوفتم گوشه خونه. همکار: با یکی از این آرامشی آسایشی ها برو سفر که دل و دماغت بیاد سر جاش... وقتی برگردی، نه به خانواده ت کار دارن نه موی دماغت می شن.	مرد به زن نگاه ابزاری دارد.	نگاه ابزاری مردان به زنان
۴	بهرام با زن جوان و زیبایی به نام رعنا در ارتباط است. مکالمه بهرام و زن دومش: کاش می شد عکس دونفری مون رو می داشتم تو اینستام... بچه ای که تو عکس بغلم بود دیدی چه بچه جیگری بود؟	رعنا به عنوان زن دوم آرزو دارد ازدواجش علنی شود و بچه دار شود.	خانواده رسمی منشأ امنیت زن در خانواده است.
۵	شیرین خطاب به آرمان: حالا دیگه چاقی من رو به رخم می کشی؟ آرمان: آره به رخت می کشم بلکه سر عقل بیای تا بفهمی چه بلایی داره سرت می آد.	آرمان معتقد است راه برون رفت از مشکلات زناشویی رسیدگی بیشتر به ظاهر است.	آراستگی ظاهری یکی از ویژگی های زن مدرن
۶	شیرین: من تو این خونه از همه پست ترم. خونه که نه دیونه خونه.	شیرین به عنوان یک زن خاندان احساس بی ارزش بودن در خانواده دارد.	بی ارزش بودن خانه داری در جامعه
۷	آرمان برای دلجویی از دوست دخترش برایش انگشتر طلا می خرد و او می گوید: من این رو خواستم. من از تو طلا می خوام؟ من گفتم فقط معذرت خواهی... وقتی از دل من درمی آد که با کادو نباشه. بگی فلانی من یه کار اشتباهی کردم معذرت می خوام.	دختر جوان از دوست پسرش به جای هدیه مادی احترام و توجه می خواهد.	همه زنان سنتی، مدرن و پست مدرن، به احترام متقابل معتقدند.
۸	شیرین موهایش را رنگ کرده و به خودش رسیده شیرین: فنچون ها رو از تو بوفه در آوردم... تمام زندگی مون رو کردیم تو بوفه... یادمه اون موقع ها ازین کمرباریک ها دوست داشتی... (شیرین همه تلاش خود را می کند که شوهرش متوجه تغییرات ظاهری او شود، اما شوهرش متوجه نمی شود... شوهرش هم زمان در حال دیدن ماهواره است... بهرام تصورش این است که شیرین به او متلک می گوید.)	(زن نیازمند توجه همسر به خودش است.)	ضرورت وجود عواطف متقابل برای استحکام خانواده

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
۹	من تو این خونه از همه پست‌ترم.	شیرین احساس بی‌ارزش می‌کند.	بی‌توجهی به زن در خانواده بی‌ارزشی می‌آورد.
۱۰	آرمان ما چرا نمی‌تونیم باهم صحبت کنیم؟ تو الان ناراحتی چرا به من نمی‌گی چی شده؟ من مادرتم. به من نگی به کی می‌خوای بگی؟	غریزه مادری به دنبال استحکام روابط خانوادگی است.	روابط مثبت عامل استحکام خانواده است.
۱۱	در صحنه‌ای آرمان با مادرش درددل می‌کند و می‌گوید که دختری را دوست دارد و نمی‌خواهد به خاطر نداشتن شغل و مدرک او را از دست بدهد. شیرین: مشکل اینجاست که شما ما زن‌ها رو نمی‌شناسید. برای کسی که دوستش داریم حاضریم به عمر منتظر بمونیم.	شیرین معتقد دوست داشتن یک مرد کافی است برای اینکه هر سختی‌ای را برایش تحمل کنی.	عشق عامل فداکاری در خانواده است.
۱۲	شیرین به اصرار پسرش به مطب روان‌شناس می‌رود. روان‌شناس: چرا درست رو ول کردی؟ شیرین: ترم آخر بودم که باردار شدم. خب آدم وقتی مادر می‌شه دنبال چیزایی که خودش دوست داره که نباید بره... همه چیز زندگی می‌شه تربیت بچه، نظافت خونه، آشپزی... بعد از یه مدت می‌شی کارشناس قورمه‌سبزی و... من هم همه زندگی‌م شد بچه.	شیرین زنانگی را در مادری می‌داند.	مادری کردن نقش اصلی زن سنتی است.
۱۳	روان‌شناس: آرمان به جای زندگی با یک پدر و مادر به‌عنوان زن و شوهر داره با یک خواهر و برادر زندگی می‌کنه... عشق‌بازی در رابطه رو می‌گم. شما فکر کردید این عدم ارتباط طبیعی؟ شوهرتون اعتراضی نداره؟ اون اوایل کمی عصبی بود... ولی خودش هیچ‌وقت هیچی نمی‌گفت. شما چی؟ هیچ‌وقت درباره‌ش صحبت نکردید؟ نه! خانم دکتر آدم روشن نمی‌شه... تربیتمون اینه.	نیاز جنسی حتی در روابط زناشویی یک تابو است.	جامعه سنتی نیازهای جنسی را سرکوب می‌کند.
۱۴	در سکاسی آرمان با مادر دوست‌دخترش صحبت می‌کند و از او می‌خواهد که اجازه دهد با کیانا بدون اینکه ازدواج کنند نامزد بمانند و می‌گوید خیلی از دوستان ما بدون اینکه ازدواج کنند باهم زندگی می‌کنند. مادر کیانا: اگه این سخت‌گیری‌ها نباشه، همه می‌خوان آزاد و بی‌بند و بار باهم زندگی کنن.	آرمان خواستار شکست قواعد سنتی است.	ناکارآمدی خانواده سنتی نسل‌های جدید را به شکست خانواده سنتی وامی‌دارد.

تحلیل گفتمان هویت زنانه در فیلم فصل نرگس بر پایه سه مرحله اول تا سوم

روش پدام

فیلم فصل نرگس در ژانر اجتماعی با نگاهی انسان‌دوستانه قصه‌ای امیدبخش را به شیوه‌ای متفاوت روایت می‌کند. داستان این فیلم، داستان دو زن راننده تاکسی، یک بازیگر، یک استاد موسیقی و شخصیت‌های دیگر است که مخاطب در طول فیلم شاهد گره‌های داستان هریک از این شخصیت‌هاست که به صورت موازی روایت می‌شود. درحقیقت، داستان اصلی فیلم درباره اهدای عضو است.

فصل نرگس فیلمی به کارگردانی و نویسندگی نگار آذربایجانی و تهیه‌کنندگی سحر صباغ‌سرشت محصول سال ۱۳۹۴ است. در جدول ۶، سه مرحله اول تحلیل فیلم فصل نرگس را مشاهده می‌کنید.

جدول ۶. سه مرحله اول تحلیل فیلم فصل نرگس

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
۱	سپیده و آیلاز دخترعمو و آذری هستند که باهم زندگی می‌کنند. سپیده پنهانی از همسرش جدا شده، چون اگر پدرش بفهمد، او را به تبریز برمی‌گرداند و او را محدود می‌کند.	سپیده قائل به آزادی زن در ارتباطات خود است.	مدرن شدن جامعه عامل تحول در روابط زنان
۲	سپیده در گفت‌وگوی تلفنی با شوهر سابقش: کشته‌مردۀ دیدنت نیستم. فقط نمی‌خوام تنها برم عروسی. همه هستن. تو هم باید بیای.	نیاز سپیده به حضور یک مرد در فضای عمومی احساس	احساس همه زنان به داشتن یک حامی مرد در جامعه.
۳	آیلاز برای دیدن مردی که اصلاً با او صحبت نکرده ولی عاشقش است هر روز مسیری طولانی را می‌رود تا او را ببیند (قلب همسر این مرد به آیلاز اهدا شده است).	عاطفی یک زن به مساعدت دیگران به وی	نیاز متقابل عاطفی میان زنان و مردان در جامعه
۴	زن میان‌سالی که شغلش رانندگی است حین کار به هنرپیشه‌هایی برمی‌خورد که او را وارد جریان پرده‌ساز می‌کنند. این زن از حق دفاع می‌کند، زیر بار حرف زور نمی‌رود و تا جایی که می‌تواند به دیگران کمک می‌کند. این زن در حین رانندگی به پسر برادرش دیکته می‌گوید.	گسترش حوزه‌های کاری زنان در جامعه مدرن	جابه‌جایی نقش‌های سنتی زنانه در جامعه مدرن

تحلیل سطح چهارم (عمیق)

مرحله عمیق تحلیل بر نوعی تفسیر از سطح سوم تحلیل و تعیین رویکردهای مشابه و متفاوت در ستون (تحلیل توجیهی) ناظر است. در این مرحله، با توجه به نتایج به دست آمده، تفسیر کلی مربوط به آن‌ها با عناوین یا واژه‌های با معناهای گسترده‌تر، که نوعی از رویکرد کلان را ترسیم می‌کند، انجام می‌گیرد. در اینجا به اختصار جدول ۷، یعنی مرحله عمیق، با تعیین دال‌های مرکزی مشترک به شکل ذیل تهیه شده است.

جدول ۷. مرحله چهارم (محورهای اساسی تحلیل مربوط به سطح عمیق)

ردیف	دال مرکزی	تحلیل توجیهی
۱	ویژگی‌های عام زنانه بازنمایی شده	عاطفی و احساسی بودن، اهمیت نقش مادری، خانواده منشأ امنیت، نیاز به روابط عاطفی متقابل در خانواده، حفظ خانواده با روابط مثبت و فداکاری
۲	ویژگی‌های بازنمایی شده برای زن سنتی	مادری مهم‌ترین نقش، گرایش به مردسالاری، تحمل شرایط سخت به خاطر خانواده، پایبندی به قواعد روابط عاطفی، خانواده‌محوری و مخالفت با پدیده‌های جدید
۳	ویژگی‌های بازنمایی شده برای زن مدرن	خودخواه، نترس، اعتقاد به حقوق برابر، تابع همسرش نیست، جابه‌جایی نقش‌های سنتی، اهمیت به ظاهر، کم‌ارزش بودن خانه‌داری

تحلیل سطح پنجم (عمیق‌تر)

در این سطح، همان‌گونه که در بخش روش هم ذکر شد، با استفاده از تحلیل سطح چهارم که مقایسه سلول‌های جدول (بالاخص در سطح سوم تحلیل) بود، فضای کلی گفتمانی فیلم مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این مرحله را می‌توان بر مبنای روش فرکلاف تبیین قلمداد کرد. در این مرحله، متن بینامتنی و فرامتن هم‌زمان مورد توجه قرار می‌گیرد و تحلیل نهایی ارائه می‌شود.

ابتدا به طور خلاصه به گفتمان حاکم بر هریک از فیلم‌ها خواهیم پرداخت:

نتایج حاصل از بررسی صحنه‌های فیلم ویلایی‌ها و دال‌های به دست آمده از تحلیل (همچون بازنمایی ویژگی‌های عام زنانه و تأکید بیشتر بر ویژگی‌های زن سنتی حاکی از آن است که گفتمان حاکم بر این فیلم با توجه به موضوع تحقیق بیشتر به سمت تبعیت هر بیشتر زن از ارزش‌های خانواده و در نهایت خانواده‌محوری گرایش دارد و هرچه زن مدرن فیلم تلاش می‌کند شاخصه‌های مدرن را ارجح بداند، در نهایت شاهد پیروزی گفتمان خانواده‌محوری بر خودخواهی زن مدرن هستیم. همچنین، ویژگی‌های مثبت زن در این فیلم بیشتر به ویژگی‌های زن سنتی

متماایل است. به نظر می‌رسد دلالت‌های فیلم با ارزش‌های گفتمانی مرجح در جمهوری اسلامی ایران هم‌جهت است.

در فیلم *مادری* نیز با وجود سردرگمی شخصیت‌های داستان در میان گفتمان‌های موجود شاهد تأکید هرچه بیشتر فیلم بر گفتمان خانواده‌محوری هستیم. در این فیلم، بار مثبت و منفی در ویژگی‌های خاص زنانه یافت نمی‌شود. ولی دلالت‌های اصلی بر محور خانواده‌محوری و نفی آن ویژگی‌هایی از زن مدرن، که با الگوی خانواده در تضاد است، قرار دارد. به نظر می‌رسد فیلم در موقعیت بازنمایی آسیب‌های گذار از سنت به مدرنیته است. به نظر مهم‌ترین آسیب‌ها در این گذار متوجه زنان است.

در فیلم *زیر سقف دودی* شاهد صحنه‌های متعدد از بازنمایی زنی هستیم که به شکلی افراطی مادری کردن را مهم‌ترین وظیفه خود می‌داند و در عین حال راه برون‌رفت از بحران مشکلات خانوادگی و زناشویی را پررنگ‌تر کردن ویژگی‌های زن مدرن همچون آراستگی ظاهری می‌بیند. در عین حال شاهد گرایش زن به سمت داشتن خانواده رسمی برای داشتن امنیت بیشتر در خانواده و جامعه هستیم. بنابراین، گفتمان حاکم در این فیلم نیز مثبت جلوه‌دادن خانواده در بازنمایی هویت زنانه است. به نظر می‌رسد در این فیلم کلیشه‌هایی از زن سنتی (نگاه ابرازی به زن، کم‌ارزش جلوه‌دادن خانه‌داری و بی‌توجهی به نیازهای جنسی) به‌عنوان ویژگی‌های منفی بازنمایی شده است. البته در نهایت باید گفت فیلم به صورت مشخص راه‌حل برون‌رفت از بحران خانواده را ایجاد تعادل در ارزش‌های خانواده می‌داند که از منشأ گفتمانی سنت می‌آید و اهمیت به فردیت که منشأ گفتمان مدرن است. همچنین در این فیلم شاهد بازنمایی ویژگی‌های زن پست‌مدرن (دختر جوان از نسل جدید) هستیم؛ به طوری که می‌بینیم بازنمایی ناکارآمدی خانواده سنتی نسل‌های جدید را به شکست قواعد خانواده سنتی وامی‌دارد.

و در نهایت، در فیلم *فصل نرگس* شاهد زنانی هستیم که با گرایش به سمت ویژگی‌های زن مدرن برهم خوردن نقش‌های سنتی زنانه در جامعه مدرن را بازنمایی می‌کنند؛ زنانی که در عین حال که نیاز عاطفی خود را به رابطه با یک مرد پنهان نمی‌کنند، ولی خواستار استقلال و حقوق برابر برای خود در جامعه سنتی هستند.

در نهایت باید گفت نتایج جمع‌بندی دال‌های مرکزی به‌دست‌آمده از تحلیل گفتمان فیلم‌های سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر حاکی از آن است که گفتمان اصلی حاکم^۱ در فیلم‌های برگزیده بازنمایی نسبت هویت زنانه و خانواده است، که در دو سطح زن سنتی و زن مدرن شکل گرفته است.

۱. هدف ما در تحلیل گفتمان، کشف تفاوت و شباهت‌های جریان‌های فکری اتفاق افتاده در جامعه با بازنمایی‌های رسانه‌ای در فیلم‌ها بود. ما در این تحقیق گفتمان اصلی متن را کشف کردیم؛ گفتمانی که ممکن است بعضی از دال‌های آن از نظریه‌ها اثر گرفته باشد و بعضی نه.

در میان فیلم‌های موجود، در فیلم *فصل نرگس* شاهد بازنمایی مثبت زن مدرن و در فیلم *ویلاهی‌ها* شاهد بازنمایی مثبت زن سنتی هستیم. در فیلم *زیر سقف دودی* ایجاد نوعی تعادل میان ویژگی‌های مثبت زن سنتی و مدرن بازنمایی شده است (در فیلم *مادری* به شکل واضحی این دلالت صورت نپذیرفته است). اما می‌توان گفت با وجود تعارض‌های موجود گفتمان اصلی همه فیلم‌ها «پیوند هویت زنانه و خانواده‌محوری» است.

نقطه همگرایی در این فیلم‌ها نسبت پیوند هویت زنانه و خانواده است و نقطه واگرایی فیلم به مثبت جلوه‌دادن بازنمایی مثبت هویت سنتی و بازنمایی منفی هویت مدرن زنانه در فیلم *ویلاهی‌ها*، بازنمایی منفی هویت سنتی و مثبت زن مدرن در فیلم *زیر سقف دودی* و *فصل نرگس* است.

جمع‌بندی

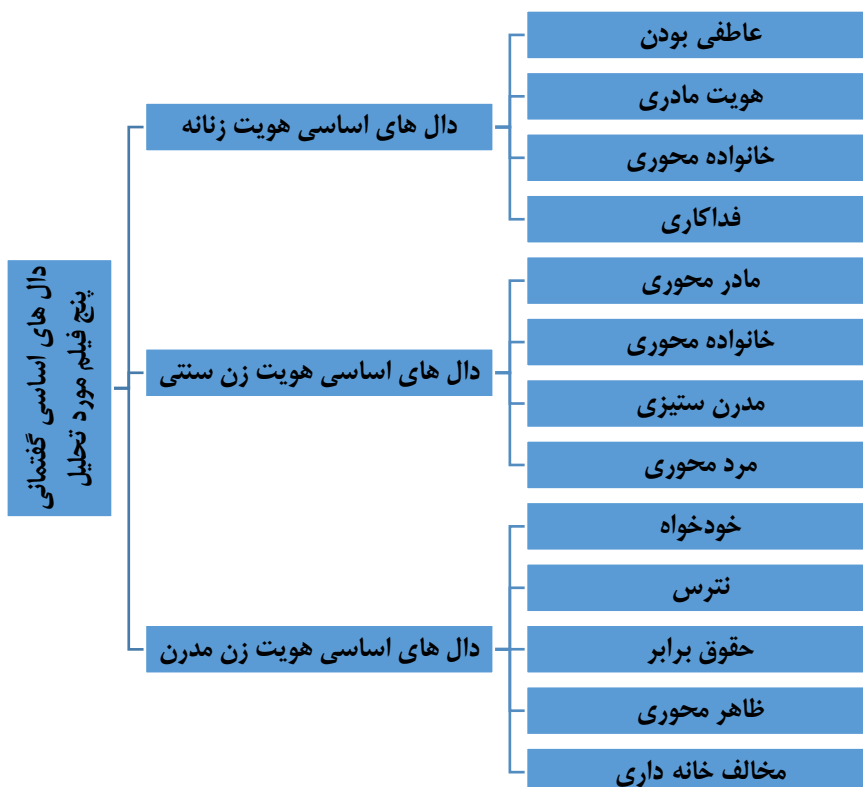
در این تحقیق، بازنمایی هویت زنانه در فیلم‌های برگزیده در پنج مرحله با روش پدام انجام شد. نتایج به دست آمده از صحنه‌های انتخاب شده از فیلم‌های ذکر شده نتایج زیر را در برداشته است: ویژگی‌های گفتمانی در چهار فیلم برگزیده سی و پنجمین جشنواره فجر به‌طور کلی به سه دسته بازنمایی ویژگی‌های عام زنانه، ویژگی‌های زن سنتی و ویژگی‌های زن مدرن اشاره دارد. در جدول ۸ این ویژگی‌ها در فیلم‌ها مقایسه می‌شود.

جدول ۸. مقایسه ویژگی‌های گفتمانی مشترک فیلم‌ها

ویژگی‌های مشترک	ویلاهی‌ها	مادری	زیر سقف دودی	فصل نرگس
بازنمایی مثبت از زن سنتی	*	-	*	-
بازنمایی مثبت از زن مدرن	-	-	*	*
تأکید بر خانواده‌محوری	*	*	*	*

آنچه از جدول ۸ مشخص است ویژگی مشترک هر چهار فیلم خانواده‌محوری است. جالب آنکه به نظر می‌رسد کارگردان‌های زن سینمای ایران در ایجاد الگویی ایدئال برای زن ایرانی اختلاف نظر دارند و نوعی کشمکش گفتمانی بین سنت و مدرنیته به چشم می‌آید، ولی هر دوسوی این کشمکش بر عنصر خانواده به‌عنوان محیطی امن برای رشد و بالندگی زن تأکید دارند. اساساً یکی از دغدغه‌های کاراکترهای اصلی بازنمایی شده در فیلم‌ها خانواده است که این نشان می‌دهد برای هنرمندان زن در ایران هنوز خانواده نقش محوری دارد. اما ظاهراً اختلاف گفتمانی بر سر دستیابی به این ایده اصلی، یعنی خانواده‌محوری، است. در تحلیل نهایی، باید گفت کارگردان‌هایی مانند نگار آذربایجانی گفتمان خانواده‌محوری را با هم خوردن نقش‌های سنتی زن و احقاق حقوق برابر و احترام متقابل عملی می‌دانند. این ایده به صورت مشخص تحت تأثیر گفتمان مدرن از خانواده دمکراتیک است که تقسیم نقش‌ها در آن نه بر پایه جنسیت، بلکه بر پایه توافق زوجین شکل می‌گیرد. تأثیر دیدگاه‌های هویت جنسیتی در این فیلم آشکار است.

برخلاف این دیدگاه، کارگردانی مانند منیره قیدی بر پیروزی گفتمان زن سنتی بر خودخواهی زن مدرن تأکید دارد که به نظر می‌رسد با توجه به ژانر مشخص فیلم (حوزه دفاع مقدس) فیلم به نوعی گفتمان مرجح نهادهای رسمی را بازتولید می‌نماید. درنهایت، نگاه کارگردان باتجربه‌ای مانند پوران درخشنده وجود دارد که سعی دارد به نوعی بر این تضاد غلبه کند. اگرچه وی در کلیشه‌های منفی زن سنتی اغراق می‌کند، تأکید بر دال مرکزی خانواده‌محوری و ویژگی‌های عام زنانه مثل اهمیت مادری و نیاز به محبت و عاطفه وی را وا داشته تا راهکاری برای آشتی زن سنتی و مدرن ارائه کند. درنهایت، می‌توان گفت از تحلیل گفتمانی چهار فیلم ذکرشده می‌توان به دال‌های اساسی گفتمانی دست یافت که درحقیقت نقشه معنایی نگاه به هویت زنانه را تشکیل می‌دهد. نمودار ۱ دال‌های اساسی مزبور را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. دال‌های اساسی گفتمانی پنج فیلم تحلیل‌شده

منابع

- [۱] استریناتی، دومنیک (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- [۲] استوری، جان (۱۳۸۶). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، ترجمه حسین پاینده، تهران: نشر آگه.
- [۳] اسدی، عباس؛ عبدی، ندا (۱۳۹۱). «قش و عملکرد زن در تبلیغات بازرگانی تلویزیون ایران - تحلیل محتوای پیام‌های بازرگانی شبکه سه سیما در مهر»، آبان و آذر، علوم اجتماعی، پژوهش‌نامه زنان، پاییز و زمستان، ش ۶ (علمی- پژوهشی).
- [۴] امینی، اکرم (۱۳۸۹). «بازنمایی زن در تبلیغات تجاری ایران و جهان، کتابداری، آرشیو و نسخه پژوه»، کتاب ماه علوم اجتماعی، دوره جدید، اردیبهشت، ش ۲.
- [۵] بارکر، کریس (۱۳۹۱). مطالعات فرهنگی، ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۶] بشیر، حسن (۱۳۸۸). مطالعه مقایسه‌ای رویکردهای انتخاباتی: تحلیل گفتمان سرمقاله‌های روزنامه‌های کیهان و جمهوری اسلامی، فصل‌نامه پژوهش‌های ارتباطی، ش ۵۷.
- [۷] بشیر، حسن (۱۳۸۹). خبر؛ تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- [۸] بشیر، حسن (۱۳۹۰). رسانه‌های بیگانه: قرائتی با تحلیل گفتمان از مجموعه تحلیل گفتمان رسانه‌های جهان (کتاب اول)، تهران: انتشارات سیمای شرق و ماهنامه مدیریت ارتباطات.
- [۹] بشیر، حسن (۱۳۹۱). رسانه‌های بیگانه: قرائتی با تحلیل گفتمان - کتاب دوم از «مجموعه تحلیل گفتمان رسانه‌های جهان»، تهران: سیمای شرق.
- [۱۰] بهرام پور، شعبان علی (۱۳۷۹). مقدمه «تحلیل انتقادی گفتمان» (نورمن فرکلاف)، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- [۱۱] حاتمی، علی؛ جبارنژاد، سمیرا (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان به مثابه یک روش تحقیق در علوم انسانی
- [۱۲] دالگرن، پیتر (۱۳۸۰). تلویزیون و گستره عمومی، ترجمه مهدی شفقتی، تهران: سروش.
- [۱۳] راودراد، اعظم؛ منتظر قائم، مهدی؛ سرکارانی، پریسا (۱۳۸۷). «تفسیر زنان از بازنمایی هویت زنانه در تلویزیون»، علوم اجتماعی، تحقیقات فرهنگی ایران، ش ۲ (علمی- پژوهشی).
- [۱۴] ربیعی، علی؛ احمدزاده نامور، فرناز (۱۳۸۷). «نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل امریکایی‌ها و ایرانی‌ها»، دانش سیاسی، س ۴، ش ۲.
- [۱۵] رضایی، محمد؛ افشار، سمیه (۱۳۸۹). «بازنمایی جنسیتی سریال‌های تلویزیونی (مرگ تدریجی یک رؤیا- ترانه مادری)»، علوم اجتماعی، زن در فرهنگ و هنر، ش ۴ (علمی- پژوهشی).
- [۱۶] سلطانی، علی اصغر (۱۳۸۴). قدرت گفتمان و زبان، تهران: نشر نی.
- [۱۷] فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان، ترجمه شعبانپور و دیگران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- [۱۸] کاظمی، عباس؛ ناظر فصیحی، آزاده (۱۳۸۶). «بازنمایی زنان در یک آگهی تجاری تلویزیونی»، علوم اجتماعی، زن در توسعه و سیاست، بهار و تابستان، ش ۱۷ (علمی- پژوهشی).
- [۱۹]. کیا، علی اصغر (۱۳۸۱). «تئوری‌ها و مبانی تحولات تحقیقی رسانه‌ها»، فصل‌نامه پژوهش و سنجش، ش ۳۲.

- [۲۰] گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- [۲۱] گیویان، عبدالله؛ سروی زرگر، محمد (۱۳۸۸). *بازنمایی ایران در سینمای هالیوود*، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی، ش ۸.
- [۲۲] لیتل استیفن، جان (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*، ویراسته: علی قاسم‌نژاد جامعی، سید مرتضی نوربخش / سید اکبر میر حسینی، تهران: جنگل،
- [۲۳] محمدپور، احمد (۱۳۹۰) *روش تحقیق کیفی ضد روش ۱*، تهران: جامعه‌شناسان.
- [۲۴] محمدپور، احمد؛ ملک صادقی، مریم؛ علیزاده، مهدی (۱۳۹۱). «مطالعه نشانه‌شناختی بازنمایی زن در فیلم‌های سینمایی ایران (مطالعه موردی: فیلم‌های سگ‌کشی، چهارشنبه‌سوری و کافه‌ترانزیت)»، *علوم اجتماعی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ش ۲۹، علمی- پژوهشی.
- [۲۵] محمدپور، احمد (۱۳۹۰). *روش تحقیق کیفی ضد روش ۲*، تهران: جامعه‌شناسان.
- [۲۶] مسعودی، حسن (۱۳۹۴). «بازنمایی روحانیت در فیلم‌های سینمایی دهه هشتاد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- [۲۷] مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۷). *رسانه و بازنمایی*، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- [۲۸] مهدی‌زاده، محمد؛ زندی، عبدالرضا (۱۳۹۲). «بازنمایی ارزش‌های اجتماعی زن در سینمای بعد از انقلاب، مقایسه دو دوره اصلاح‌طلبی و اصولگرایی»، *علوم اجتماعی، جهانی رسانه (علمی- پژوهشی)*.
- [۲۹] مهدی‌زاده، سید محمد؛ اسماعیلی، معصومه (۱۳۹۱). *نشانه‌شناختی تصویر زن در سینمای ابراهیم حاتمی‌کیا. زن در فرهنگ و هنر*، ش اول، دوره ۴، بهار: ۱۰۵-۸۵.
- [۳۰] میرفخرایی، مجید (۱۳۸۳). *فرایند تحلیل گفتمان*، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- [۳۱] ون، دایک (۱۳۸۲). *مطالعاتی در تحلیل گفتمان، از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی*، ترجمه پیروز ایزدی و دیگران، ویراستار مهراں مهاجر و محمدنبوی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- [۳۲] هوارث، دیوید (۱۳۷۷). «*نظریه گفتمان*»، ترجمه سیدعلی اصغر سلطانی، فصل‌نامه علوم سیاسی، ش ۲، ص ۱۵۶-۱۸۲.
- [۳۳] یارمحمدی، لطف‌الله؛ خسروی‌نیک، مجید (۱۳۸۲). «*شیوه‌ای در تحلیل گفتمان و بررسی دیدگاه‌های فکری اجتماعی*»، *نامه فرهنگ*، ش ۴۲.
- [۳۴] یورگنسن، ماریان؛ لوییز، فیلیپس (۱۳۸۹). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- [35] Gaffman, E (1979). *Gender advertisement*, Cambridge, MA: Harvard University Press (hardback); New York; Harrper and Row (paperback).
- [36] Belton, Robert. *The Beribboned Bomb: The Image of Woman in Male Surrealist Art*. Calgary, Alberta, Canada, 1995.
- [37] Fung, Anthony; Ma, Eric (2000). *Formal Vs. Informal Use of Television and Sex Role Stereotyping in Hong Kong – Statistical Data Included; Sex Role: A Journal of Research*; Jan, 2000. [Sited in: www. Springerlink.com/content]
- [38] Kalisch, P. A. and Kalisch, B. J. (1984). "Sex-role stereotyping of nurses and physicians on prime-time television: A dichotomy of occupational portrayals".

- [39] Hall, Stuart (1997). *The Work of Representation*, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication.
- [40] Laclau, E. and Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Discourse Politics*, Verso, London.
- [41] Macmillan, Katie. (2006). *Discourse Analysis, A Primer*.
- [42] Stubbs, Michael (1983). *Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Oxford.
- [43] Van Dijk, T. A. ,Elite Discourse and O'Barr (eds), (1993). *Language and Power Racism*. Newbury Park, CA: Sage.
- [44] Watson, James and Hill, Anne (2006). *Dictionary of Media and Communication Studies*, 7th Edition, Hodder Arnold Publication.
- [45] Zia, Anjum (2007). *Media and Gender: Pakistani Perspective*. 16th.