



سال ششم / بهار ۱۳۹۶

## سنز پژوهی بازنمایی زنان در سینمای ایران

• لیلا شاهرخ<sup>۱</sup>  
• شهناز هاشمی<sup>۲</sup>

### چکیده

چگونگی تصویرسازی زنان در سینما تابع پذیرش اجتماعی و مقبولیت عام است. با استفاده از رویکرد برساخت‌گرایی، خوانشی از مطالعات انجام شده در مجلات معتبر علمی-پژوهشی با شیوه سنتز پژوهی انجام گرفت. به همین دلیل با دو متغیر «مدیریت بدن» و «بازنمایی زنان در سینما» در مجموع ۶۳ مقاله مورد ارزیابی قرار گرفت و در نهایت ۴۰ مقاله برای خوانش مجدد کدگذاری و شاخص‌ها و مفاهیم آنان استخراج شد. بعد از کدگذاری مجدد، نتایج مطالعه تلفیقی در چهار دسته «اولویت بخشی به مفاهیم زن مدرن صرفاً به‌مثابه ویتترین توسعه و پیشرفت جامعه مدرن»، «بدن مدیریت شده نمادی از زن عصیانگر و غیرفرمان‌بر»، «شی‌انگاری زنان برای جلب رضایت از نظام مردسالار» و «مدیریت بدن به‌مثابه ابزار مطیع‌ساز زن در پذیرش اجتماعی» تقسیم‌بندی شد و با استناد به مصادیق نحوه برساخت زن در سینمای ایران هویدا شد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که نگاه فرادستی فرودستی بر هویت زنانه در سینمای ایران (قبل و بعد از انقلاب) وجود داشته و زن به‌مثابه کالایی برای برجسته‌سازی بیشتر مرد به تصویر کشیده شده است. مدیریت بدن زنان و ظاهر مدرن نیز به واسطه حضور مردانی که زن مدرن را این‌گونه مطلوب ارزیابی می‌کنند، بیان شده که در صورت تصمیم مردان، قابلیت حذف و جایگزینی توسط زنان سنتی و مطیع را به سهولت داراست. بدن زن به‌مثابه ابزاری برای پذیرش اجتماعی و تأیید جامعه مردان بازنمایی شده و به همین دلیل این نگاه زیباشناختی بر بدن زن نیز حاکی از سلطه مردان بر نقش و برساخت هویت زنان در جامعه ارزیابی می‌گردد.

**واژگان کلیدی:** زنان، برساخت اجتماعی، مدیریت بدن، قدرت سینما در برسازي، پذیرش اجتماعی.

۱- دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد L.sh.f.57@gmail.com  
۲- دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، تهران، ایران shahnaz\_hashemi@yahoo.com

## مقدمه و طرح مسئله

سینما به مثابه رسانه‌ای با قدرت بالا بین مخاطبان خود، ظرفیت تغییر در ذائقه و سلیقه آن‌ها را دارد. این تغییر که به صورت نرم و بسیار نامحسوس صورت می‌گیرد، در طولانی مدت موجب تفاوت فرهنگی بین دو نسل می‌شود. سینما با خوانش‌های متفاوت از الگوی نقش جنسیتی و تغییر در مفاهیم زنانگی و مردانگی، جهت رفتاری جامعه را دستخوش دگرگونی می‌کند.

از طریق روایت‌های جذاب در رسانه‌هایی چون سینما و تلویزیون، الگوهای رفتاری به مخاطبان انتقال داده می‌شود و به طور ضمنی شیوه پذیرش اجتماعی فرد موفق و مطلوب در جامعه در زندگی بازیگران اصلی نمایش داده می‌شود.

سینما و تلویزیون با قدرتی که در جهت‌دهی به مخاطب دارند، توان بازسازی تیپ ایده‌آل از جنسیت و همچنین تحدید مرزهای زیبایی را دارند. سوژگی بدن در ذیل همین سوژه‌سازی سینما از زن و مرد، معنای مضاعف یافت و همچنین پیش‌برد فرهنگ مصرف‌گرایانه با این روش نهادینه شد. بدن به عنوان یک مقوله قابل تغییر در پروژه شبیه‌سازی و یکسان‌سازی سلاقی در الگوهای سینمایی زنانه ترویج داده شد.

واضح است که روایت‌گری از زن و مفهوم زن در سینما بازنمایی آنچه در بطن جامعه وجود دارد، نیست بلکه در بسیاری مواقع برساخت واقعیت دلخواه از زن و سوق دادن افکار عمومی به مفهوم زن مطلوب در چارچوب مورد نظر نظام فرهنگی مسلط بر جامعه است. به این ترتیب بود که سینما توانست تیپ ایده‌آلی از زیبایی و بدن مناسب را برای زنان به تصویر بکشد که به مرور به مثابه زیبایی اصیل و مطلوب در بین مخاطبان به خصوص زنان ترویج شد. شاخص موفقیت و پذیرش اجتماعی یک زن در فیلم‌های سینمایی ما بدون قرار گرفتن در قالب بدن مطلوب به تصویر کشیده نشده است و در نهایت کارکرد بدن، به مثابه ابزاری در پروژه موفقیت یک زن به نمایش گذاشته شد. بخشی از برداشت و معنای زنانگی و هویت زنانه در پس پرده سینما برساخته می‌شود و به زنان القا می‌شود که برای مطلوبیت و پذیرش اجتماعی در جامعه باید مطابق با الگوهای معرفی شده از سوی رسانه‌های جمعی، بدن و تفکر خود را شکل دهند. در این حوزه مطالعات بسیاری صورت گرفته که به بررسی مدیریت بدن زنانه و نحوه بازنمایی زن در سینما پرداخته شده است. مطالعات انجام شده داده‌های مطلوبی برای خوانش از نحوه بازنمایی زن در سینمای ایران را گردآوری کرده‌اند که قابل ارزیابی مجدد و پیکربندی در یک کل است. در پژوهش حاضر برآنیم تا با بررسی مطالعات این حوزه، برساخت اجتماعی زن در سینما را مورد بحث و ارزیابی قرار دهیم.

داشتن یک تصویر کلی از الگوی زن موفق و همچنین زن مدرن در سینمای ایران برای رفع چالش‌ها و ارائه راهکارهای مناسب ضروری است. این پژوهش با رویکرد برساخت‌گرایی و با روش

«سنتز پژوهی تلفیقی»<sup>۱</sup> به دنبال دستیابی به هدف مذکور است.

با رواج فردگرایی در زندگی انسان مدرن، مسئولیت کسب زیبایی یا فقدان آن بر عهده هر فرد گذارده می‌شود. در این روند، بدن به منزله عرصه‌ای که هم خصوصی و هم عمومی است شکل اختصاصی تری می‌یابد و هر کس می‌کوشد مدیریت بهتری بر بدن خود داشته باشد. به دیگر سخن، مدیریت بدن برای انسان مدرن اهمیت بسیاری یافته و به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌هایش تبدیل شده است. در این میان به دلیل وجود ایدئولوژی‌های جنسیتی حاکم بر جوامع و اهمیت بیش‌تر زیبایی و متعلقات آن برای زنان، به نظر می‌رسد دغدغه این قشر بیش‌تر از مردان است.

رسانه در القای این مدیریت بدن و پذیرش اجتماعی به واسطه شباهت فیزیکی با ستاره‌های سینمایی، نقش زیادی دارد. این امر زنان را وادار می‌کند به منظور تطبیق ویژگی‌های بدن با الگوهای رسانه تبلیغ می‌شود، رفتارهایی گاه افراطی اتخاذ کنند که تبعات سوئی را به بار می‌آورد.

مدیریت بدن به معنای نظارت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری بدن است. (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴) و پذیرش اجتماعی بدن نیز حاکی از آن است که اشکال و تظاهرات خاص بدن از نظر وضعیت ظاهری و آرایشی در نظام اجتماعی پذیرفته می‌شود.

زن در جهان مدرن از روابط منفعل در محیط زندگی روزمره و نگاه‌های سنتی به خود رهایی یافت. زن سنتی در یک پیوستار درازمدت در نقش‌های زنانه و هویت تعیین یافته‌ای برساخته می‌شد که تحت سیطره تقسیم کار سنتی به زاد و ولد و پرورش کودکان بود و وظایف خانگی و تولید مثل اساسی‌ترین دغدغه او به حساب می‌آمد. تحولات زندگی نوین و دگرگونی در سبک‌های زندگی و به دنبال آن پیشرفت‌های تکنولوژیکی در ابزارهای پیشگیری و به تأخیرانداختن زاد و ولد و تغییرات ژنتیکی در نوع زاد و ولد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۳۱) شکلی از رابطه را به وجود آورد که گیدنز آن را رابطه‌ای ناب خواند.

رابطه ناب، محور را بر فرد و کسب لذت قرار داده است. در این فرآیند، بدن یک واسطه مهم در کسب لذت و حس خشنودی است. مدیریت بدن از این نظر در زندگی مدرن معنا یافته و توسط رسانه‌های جمعی به صورت آشکار و پنهان، ترویج داده شده است.

امروزه صنعت و هنر سینما در مقیاس بالا با اقتصاد، سیاست و تکنولوژی در آمیخته است. این درآمیختن همواره در فضایی اجتماعی صورت می‌گیرد که سینما را همچون یکی از الگوهای فرهنگی به کار می‌گیرد. «سینما یک تخیل بصری و جریان روایی را در مقیاس بزرگ به فرهنگ

عرضه می‌کند؛ تصویر متحرک چیزی معنای، داستان‌زا و پرورش است» (کالکر، ۱۳۸۴: ۴۱).

سینما در رابطه با زنان جایگاهی مناقشه برانگیز دارد. زن به‌مثابه مظهری از زیبایی‌شناسی کاربردی هنوز در سطوح وسیعی از تولیدات عصر مدرن به‌منزله کالا نگریسته می‌شود. هویت زنانه نوین، خود تا حدودی قربانی گفتمان مسلط مردسالارانه است. زن به‌مثابه موجودی تحت سیطره و قلمرو نگاه خیره مردان زندگی خودش قرار دارد. گفتمان زنانه گاهی این نگاه خیره را فرصت و گاه تهدید می‌داند. ژست‌ها و روش‌های زندگی، نشستن و برخاستن، تفکر و تألم، همه و همه در واقع به‌منزله بخشی از آن نگاه خیره مردان است و لذت مردانه را شکل می‌دهد (هاسکل، ۱۳۸۱: ۱۱۱).

در این پژوهش به دنبال یافتن پاسخی برای سؤالات زیر بودیم:

چگونه سینما زنان را وادار به مدیریت بدن برای پذیرش اجتماعی می‌کند؟

سینمای ایران چه تیپ از زنان را بر اساس الگوی مدیریت بدن به مخاطب ارائه می‌دهد؟

چگونه مدیریت بدن زنان در سینما به تصویر کشیده شده است؟

تأثیر عرف و هنجارها در پذیرش زنان مدرن و سنتی و تقابل این دو به چه صورت در سینمای ایران بازتاب یافته است؟

مدیریت بدن چه ارتباطی با برداشت ابزاری از بدن زنانه دارد؟

### مبانی نظری

در این نوشتار با توجه به مطالعات انجام شده، رویکرد برساخت‌گرایی<sup>۱</sup> انتخاب شد. این رویکرد واقعیت را نه امری ذاتی بلکه پدیده‌ای حاصل برهم کنش کنشگران در زمان و مکان مشخص می‌داند. ساخت‌گرایی بر این اعتقاد است که معرفت طی فرآیند مبادله اجتماعی برساخته می‌شود. ساخت‌گرایی به لحاظ مباحث فرانظری در «میان» طیف طبیعت‌گرایان/اثبات‌گرایان و پس‌ساختارگرایان قرار می‌گیرد. در رابطه بین ساخت و عاملیت ساخت‌گرایان به تعامل بین ساختار و کارکرد هستند و ساختارهای اجتماعی را نتیجه پیامدهای خواسته و ناخواسته کنش و رفتار انسانی می‌دانند (بیلیس و اسمیت، ۱۳۸۳: ۵۴۶).

در این رویکرد، ذهن بر خلاف مفهوم انفعالی ذهنیت در اثبات‌گرایی، عاملی فعال است. بر پایه این اندیشه، واقعیت اجتماعی از طریق نظام‌های معنایی، شناختی و قیاسی به‌طور تاریخی و بازتابی ساخته می‌شود و شکل می‌گیرد. تأکید زیاد ساخت‌گرایان بر برسازگی جمعی را می‌توان اینگونه تلقی کرد که آنان به معنای جمعی بیش از ساختار اهمیت قائل‌اند. به عبارت بسیار ساده می‌توان گفت که حقیقت در این دیدگاه صرفاً نه واقعیت عینی و نه واقعیت تجربی است بلکه به‌طور

اجتماعی برساخته می‌شود و مورد توافق جمعی است که در مشارکت همگانی در زمینه فرهنگی و اجتماعی تولید می‌شود؛ حقیقت در نهایت محصول موقعیت اجتماعی خود است. ساخت‌گرایی به این دلیل که بر تفسیر فرد اهمیت قائل می‌شود، از بنیان‌های روش کیفی و نظریات فمینیستی محسوب می‌شود. روش کیفی نیز بر تفسیر داده‌های انسانی استوار است نه اندازه‌گیری کمی داده‌ها (محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۳۴).

همان‌طور که ذکر شد، ایده ساخت‌گرایی یک ایده معرفت‌شناسی مهم در فمینیسم و نظریه جنبش اجتماعی جدید است. رویکردهای فمینیستی بر این دیدگاه اساسی استوار است که واقعیت اجتماعی، تفسیر جنسی است و «هدف هنجاری علم اجتماعی هم این است که تعارض‌های آن را در یابد و هم جایگزینی برای آن ارائه دهد» (دلانتی، ۱۳۸۴: ۱۸۳). نسبیت‌گرایی فمینیست نیز عمیقاً نسبت به ادعاهای مربوط به دانش کلی شک دارند و معتقدند که جز تجربه‌های شخصی، هیچ جهانی و هیچ مجموعه‌ای از ساختارهای اجتماعی در بیرون از آن وجود ندارد که قابل شناخته شدن باشد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۸۹).

ساخت‌گرایان بر این اعتقادند که واقعیتی در بیرون وجود دارد اما این واقعیت، یک عینیت ثابت نیست و ذهن فعال در تفسیر از واقعیت تأثیرگذار است؛ آنچه که ما از واقعیت می‌فهمیم، مسبوق به معرفت زمینه‌ای و پیشین ماست. به عبارت دیگر ساخت‌گرایان معتقدند که «معرفت طی فرآیند مبادله اجتماعی برساخته می‌شود» (محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۳۴).

برگر و لاکمن در کتاب ساخت اجتماعی واقعیت خود معتقدند که عینیت جهان نهادی هر قدر هم جامعه و فراگیر جلوه کند، محصول و ثمره فعالیت انسانی است. از نگاه این دو جهان نهادی و اساساً هر یک از نهادها چیزی نیستند جز فعالیت انسانی عینیت یافته (برگر، ۱۳۷۵: ۳۶-۳۹، ۱۰۶). بر همین اساس آن‌ها معتقدند که معرفت نتیجه تعامل اجتماعی و کاربست زبان است و بنابراین تجربه‌ای مشترک و جمعی است نه فردی. ما نهایتاً در ارتباط با معرفت بیان می‌کند که «معرفت همیشه از دیدگاه اجتماعی یا تاریخی خاص که منافع و فرهنگ گروه‌های معینی را منعکس می‌کند، تولید می‌شود. حقیقت در نهایت محصول موقعیت‌های اجتماعی خود است» (برگر، ۱۳۷۵، ۱۰۶؛ دلانتی، ۱۳۸۴: ۱۷۹).

از منظر دایانا فاس<sup>۱</sup> نیز ساخت‌گرایان معرفت را ساخته و پرداخته‌ای تاریخی می‌دانند که در ظرف زمان و مکان خاص شکل گرفته و معنا می‌یابد (تاجیک، ۱۳۸۴: ۴۰). ساخت‌گرایان به چگونگی شکل دادن جهان مادی به کنش در رفتار انسانی توجه می‌کنند که این امر نتیجه تفسیر هنجاری و معرفت‌شناسی از جهان مادی توسط افراد است. شناخت ما از واقعیت اجتماعی ساخته

1- Diana Fuss

علم اجتماعی است؛ بدین معنا که معرفت اجتماعی علمی، معرفت بازتابی است که موضوع خود را می‌سازد.

والتر در کتاب واقع‌گرایی سازنده خود می‌گوید: «واقعیت مصنوعی و فهمیدنی است چون ساخته می‌شود و ما تنها آنچه که ساخته می‌شود (را) می‌توانیم بفهمیم. ساختن واقعیت آزادی‌های جدیدی را در رفتار بشر موجب می‌شود، بدین معنا که محیط را توصیف و حتی توضیح نمی‌دهد اما در عوض به ما امکان می‌دهد نسبت به محیط واکنش نشان دهیم یا با آن ارتباط برقرار کنیم ... امکان ساختاردهی به محیط به وسیله فرهنگ خاصی که به صورت جامعه نمود پیدا می‌کند و محدود می‌شود» (والتر، ۱۳۷۶: ۱۶). بازنمایی زنان در سینما نیز برساخته‌ای از تجربیات مشترک یک دوره نسلی و بر پایه‌های آموزه‌های نظام سرمایه‌داری است.

### روش پژوهش

سنتزپژوهی که گاهی معادل فراتحلیل کیفی به کار می‌رود، ترکیب مشخصه‌های خاص مجموعه ادبیات تحقیق است. هدف سنتزپژوهی این است که تحقیقات تجربی را به منظور خلق تعمیم‌ها، ترکیب کند (عبدلی و محمدحسینی، ۱۳۹۴). تعمیم‌هایی که در آن، حد و مرزهای تعمیم نیز مشخص می‌شود. سنتزپژوهی به نظریه‌های مربوط توجه دارد، تحقیقی را که پوشش می‌دهد به طور منتقدانه تحلیل می‌کند و سعی دارد که تعارضات موجود در ادبیات را حل و موضوعات اصلی را برای تحقیقات آینده مشخص کند (کوپر و هدگز، ۲۰۰۹: ۴).

روش سنتز پژوهی، متناسب برای آن‌هایی است که علاقمند به استنباط تعمیم‌هایی در مورد برخی موضوعات اساسی، از مجموعه مطالعاتی هستند که مستقیماً مرتبط با آن موضوعات است (جکسون، ۱۹۸۰: ۴۳۸). این روش به دو گونه به مطالعه پژوهش‌ها می‌پردازد؛ در نوع اول که مرور تلفیقی نام دارد، محقق به جای پرداختن به جزئیات هر پژوهش، یافته‌ها و یا ایده‌های مهم به دست آمده را بررسی و ارزیابی قرار می‌کند و در نوع دوم مرور جداگانه هر پژوهش نام دارد. در این شیوه هر یک از پژوهش‌ها به منظور شناخت شاخص‌ها و مفاهیم در هر مطالعه با مضمون اصلی مورد نظر پژوهشگر به ارزیابی پژوهش می‌پردازد (کراسول، ۲۰۱۲: ۱۰۲).

برای انجام این روش، مراحل تدوین شده است که دستیابی به هدف و بررسی مطالعات را در یک روند ساماندهی شده، پیش می‌برد:



### الگوی شش مرحله‌ای سنتز پژوهی روبرتس (به نقل از مارش، ۱۳۸۷)

به عبارت دیگر، در این روش دانسته‌های مطالعات مختلف و شاید پراکنده که می‌توانند با نیازهای خاص میدان عمل مرتبط باشند، گردآوری می‌شوند؛ سپس این دانسته‌ها با هم پیوند یافته و کل مجموعه دانش حاصله در قالبی متناسب با نیازهای کنونی، مورد ارزیابی، سازمان‌دهی مجدد و تفسیر قرار می‌گیرند. در این روش صرف کنار هم قرار دادن دانش‌های قبلی مدنظر نیست بلکه ترکیب یافته‌های گوناگون در چارچوبی مشخص که روابطی جدید را در پی دارد، مورد تأکید است (شورت، ۱۳۸۷). در این پژوهش صرفاً از تحقیقات داخلی در پایگاه‌های مطالعاتی معتبر و مقالات علمی-پژوهشی در بازه زمانی سال ۸۳ تا ۹۵ (شامل کلیه مقالات علمی-پژوهشی در زمینه بازنمایی زنان و بدن زنانه در سینمای ایران) استفاده شده است. انتخاب این دوره زمانی به دلیل این بود که بنا به پژوهش‌های مختلف، آمار عمل‌های جراحی زیبایی و استفاده از رژیم‌های مختلف غذایی بین زنان در حال افزایش ارزیابی شده است (توسلی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ابراهیمی و ضیاءپور، ۱۳۹۱؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷؛ احمدنیا، ۱۳۸۵؛ قادری و سیفی، ۱۳۹۲؛ بزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۱).

کلیدواژه‌های به کار برده شامل زنان، مدیریت بدن و قدرت سینما در برسازي بود. نگاه به مقالات با رویکرد برساخت اجتماعی مفهوم زیبایی صورت گرفت. به همین دلیل دو متغیر اصلی زن در سینما و مدیریت بدن زنان برای پژوهش انتخاب شد. با کلیدواژگان مذکور ۶۳ مقاله انتخاب و چکیده یا متن کامل آنها ارزیابی و با توجه به چارچوب و مسئله پژوهش، در مجموع ۴۰ مقاله به صورت هدفمند انتخاب شد. مقالات منتخب در دسته‌های مختلف مورد مطالعه قرار گرفتند تا شاخص‌های مورد بررسی با دقت بیشتری نمایان شود؛ دسته‌ها به قرار زیر است:

بازنمایی زنان در سینما (۱۱ مقاله)

هویت زنان (۱۳ مقاله)

مدیریت بدن (۱۶ مقاله)

## مقالات مرتبط با موضوع بازنمایی زنان در سینما

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	دستاوردها و نتایج پژوهش
۱	سهیلا صادقی و شیوا پروایی	نحوه بازنمایی زن در زیست جهان مدرن در فیلم‌های اصغر فرهادی: مطالعه موردی چهارشنبه سوری، درباره‌الی و جدایی نادر از سیمین	۱۳۹۴	زن در فرهنگ و هنر	تضاد استقلال و وابستگی زنان در ادبیات سینمای ایران به زنان مدرن و سنتی نسبت داده می‌شود. خشونت علیه زنان به صورت کلامی و رفتاری نسبت به زن مدرن وجود دارد. در سینمای ایران زنان مستقل با ویژگی‌هایی چون فردگرایی، خودمحموری، خودخواهی و طرز تفکر سودگرایانه و هم‌چنین دروغ‌گویی و پنهان‌کاری و خیانت زنان برساخته می‌شوند. زنان مستقلی که به مدیریت بدن توجه دارند، به ازدواج‌های ناراضایت‌بخش تن نمی‌دهند و با کسب استقلال مالی، حمایت از خودشان را بالا می‌برند. زنان مدرن و مستقل خود را صرفاً در نقش‌های مادری و همسری تعریف نمی‌کنند.
۲	احسان آقابابایی و مهوش خادم‌الفرقایی	بازنمایی روابط درونی خانواده در پنج فیلم سینمای دهه ۱۳۸۰ ایران	۱۳۹۵	زن در فرهنگ و هنر	خشونت علیه زنان در سینمای دهه هشتاد وجود دارد. مردسالاری با سرکوب و طرد عاطفی و روانی زن در فیلم‌ها بازنمایی شده است. فردگرایی زنان و علاقه به استقلال فردی و مالی نوعی سنت شکنی تلقی می‌گردد.
۳	سید محمد دادگران و شهین جلیلیان	بررسی جایگاه اجتماعی زن در آثار فیلم‌سازان زن و مرد (کافه ترانزیت و زیر پوست شهر)	۱۳۹۰	مطالعات رسانه	اعتماد نسبت به زن بسیار کم و به ندرت وجود دارد. زن بیشتر در حوزه خانواده و خصوصی حاضر است نه فضای عمومی. زنانی که خواهان استقلال هستند، عموماً با تحقیر و خشونت مواجه می‌شوند. اقتدار زنان در گذران زندگی و تلاش آن‌ها نادیده گرفته می‌شود. مسئولیت‌پذیری زنان و ایستادگی در برابر سختی‌ها به مثابه انتخابی است که خود زنان داشتند و باید تاوان و هزینه این رفتار را نیز بپردازند (تشویق و حمایتی از آنان نمی‌شود) تحقیر زن / خشونت علیه زن / اقتدار زن / نادیده گرفتن توانایی زن / مسئولیت‌پذیری زن / ایستادگی زن در مقابل سختی‌ها
۴	اعظم راودراد و مسعود زندی	تغییرات نقش زن در سینمای ایران	۱۳۸۵	مطالعات جهانی رسانه	موقعیت شغلی زنان با زنانی که استقلال خواه هستند، تغییر یافته است. زنان مدرن در فضای بیرون از خانه و به صورت تنها به تصویر کشیده می‌شوند و خانواده در اولویت اصلی آنان قرار ندارد. زنان برای بقا و حفظ موقعیت خود در جامعه با روحیه مردسالارانه در جامعه ظاهر می‌شوند. پوشش زنان مدرن با لباس‌های مردانه و یا خارج از کلیشه‌های عرفی زنان در جامعه نمایان می‌شود. در اغلب فیلم‌های سینمایی، زنان مستقل تنها و از طبقه متوسط جامعه هستند.



ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	دستاوردها و نتایج پژوهش
۵	محمد نصرآبادی و لانا عبدالخانی	بازنمایی نقش زنان در سینما: سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی بازنمایی نقش زنان در سینما: سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی	۱۳۹۰	فصلنامه زن و فرهنگ	قبل از انقلاب: زنان در پرسوناژهایی آسیب‌بدیده، روسپی، کاباره‌گرد، خیابانی، جیب‌بر، قاچاقچی و روستایی فریب‌خورده در مشاغلی مانند خوانندگی، نظافتچی، مستخدم، کلفت و رقاصگی به تصویر کشیده می‌شوند و اغلب مدیریت بدن تنها شیوه برای ورود به جامعه بود. زن در این نگاه ابزاری برای لذت بیشتر جامعه مردسالار تلقی می‌شد. پس از انقلاب: میزان حضور زنان در فیلم‌ها کاهش یافت و نوع پوشش و حضور زنان در فضای خانواده و در خانه بود. تفکیک مشاغل مردانه و زنانه (مانند پرستار، معلم) رخ داد و زنان موجوداتی وابسته با ظاهری ساده و بدون ویژگی‌های زنانه توصیف شدند.
۶	آرش حسن‌پور و بهجت یزدخواستی	پروپلماتیک زن بودگی: نمایش جنسیت و برساخت کلیشه‌های اخلاقی زنانه در سینمای ایران	۱۳۹۴	فرهنگ ارتباطات	بازنمایی جنسیتی زنان مسبق به تعریف هویت جنسی است که برمبنای کلیشه‌های زنانه و مردانه ساخته و پرداخته می‌شود. زن طبقه متوسط دارای فردخواهی خودخواهانه است و در برابر خانواده مسئولیت پذیر نیست. فرمانبری زنان یک خصیصه مثبت و مقبول برای زنان تلقی می‌شود. زنانی که به بدن خود اهمیت می‌دهند و بر خلاف تصورات قالبی از نمایش جنسیت در جامعه هستند، در نهایت مجبور به عقب‌نشینی مقبول می‌گردند. زنان در تقابل‌های جنسیتی چون منفعل / فعال - شاغل / خانه‌دار - بی مسئولیت / مسئولیت پذیر بازنمایی می‌شوند.
۷	کمال خالقی‌پناه و مرضیه رضایی	عاملیت غیرجنسی زنانه در میانه تقابل‌های ساختاری: برساخت زنانگی در سینمای رخشان بنی‌اعتماد	۱۳۹۳	جامعه‌شناسی هنر و ادبیات	تجربه مشترک زنانه در مفاهیمی مانند مادرانگی تجلی یافته است. زنان در هر حال مورد خشونت ایدئولوژیک قرار دارند. مردسالاری موجب می‌شود جایگاه زنان در عرصه خصوصی معنا یابد نه عرصه عمومی؛ در عرصه عمومی مدیریت بدن به سمت مردانه شدن سوق می‌یابد.
۸	محمدتقی کریمی	بازنمایی زن دوم در سینمای ایران	۱۳۹۵	مطالعات رسانه‌های نوین	زن دوم هر چند عمدتاً در ابتدای امر اغواگر و فریبنده ظاهر می‌شود، اما در جریان داستان در جستجوی نقش همسر و در پی تشکیل کانون خانوادگی ست و در نهایت او از تقصیر ورود به این رابطه تبرئه می‌شود. کلیشه‌هایی چون: «دین‌داری»، «مادرانگی»، «تنهایی»، «اغواگری»، «زن مطلقه»، «مدرن و مستقل»، «بی‌ابروی» و «ارتباط پنهانی»، «تبرئه شدن و مظلومیت» از عمده کلیشه‌های مطرح‌شده در این فیلم‌ها هستند. زنان دوم، عمدتاً زنانی فعال، مشارکت‌جو، آزاداندیش و مصر بر احقاق حقوق زنان هستند. آن‌ها عمدتاً دارای پایگاه اجتماعی و اقتصادی هستند و خود صاحب درآمد اقتصادی اند.

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	دستاوردها و نتایج پژوهش
۹	مهدی داودآبادی و فاطمه احمدی	بازنمایی نقش زن در سینمای دفاع مقدس؛ از واقعیت تا نمایش	۱۳۹۵	معرفت فرهنگی اجتماعی	انفعال زنان و فناسازی نمادین زنان / موجب بازتولید کلیشه‌سازی جنسیت زنانه و انقیاد آنان می‌شود. حضور حاشیه‌ای زنان در فیلم‌های دفاع مقدس باعث شده تا مدیریت بدن هیچ جایگاهی در سینمای دفاع مقدس نداشته باشد و بازنمایی زنان به‌عنوان پرستار، مادر، خواهر و مادر به تصویر کشیده شود.
۱۰	حسین بشیر و علی اسکندری	بازنمایی خانواده ایرانی در فیلم سینمایی به حبه قند	۱۳۹۲	تحقیقات اجتماعی ایران	تلاش برای همزیستی سنت و مدرنیته با فاصله‌گیری از روش‌های سنتی و به‌کارگیری روش‌های مدرن زندگی؛ اما این فاصله‌گیری تلاش می‌کند که عاملی برای گسست نباشد بلکه به‌نوعی تأکید بر امکان ایجاد زندگی سنتی در درون جامعه مدرن باشد (مانند همسرگزینی، پوشش).
۱۱	مهدی سلطانی‌گرد فرامرزی	نمایش جنسیت در سینمای ایران	۱۳۸۵	زن در توسعه و سیاست	مناسکی شدن فرمانبری زن در سینمای ایران در فیلم‌های مختلف قابل مشاهده است. لمس زنانه در راستای بدن مدیریت شده زنان در مقابل مردان تجلی می‌یابد مانند لمس و نوازش اشیا. زنان با بدن مدیریت شده به‌جایگاه زن مدرن تعلق دارد اما با در مقابل خانواده و سنت‌های مرسوم در جامعه ناگزیر به عقب نشینی مقبول هستند.

### مقالات مرتبط با موضوع هویت زنان

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۱۲	علیرضا مرادی، طوبی‌زمانی و علی کاظمی	سینما و تفاوت: بررسی نشانه‌شناختی فیلم عروس آتش	۱۳۹۱	مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران	دفاع از حقوق زنان و آزادی فردی و نحوه حضور زن در عرصه عمومی (اعم از پوشش، رفتار موقعت شغلی و اجتماعی) از دغدغه‌های اصلی فیلم بیان شده است. بازنمایی زنان با صفاتی چون منفعل بودن، تقدیرگرا بودن، ناچار بودن و احساس بی‌قدرتی در عشیره انجام گرفته و مدیریت بدن، در این دیدگاه جایگاهی ندارد. با اتخاذ موضعی مدرنیستی (عامگرایی، خردگرایی، فردگرایی و...) سنت‌های قبیله را نقد بیرونی می‌کند و با نشانه‌های مختلف در سه سطح مذکور، فرهنگ متوسط شهری را در تقابل با فرهنگ قبیله‌ای قرار می‌دهد و بدون توجه به ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی این قبیله قضاوت می‌کند. قضاوتی که منجر به فهم تفاوت‌های فرهنگی نمی‌شود، بلکه به طرد می‌انجامد.

مفاهیم	عنوان مجله	سال	عنوان مقاله	پدیدآور	ردیف
لذت زنانه باید در برابر لذت مردانه در فیلم‌ها مورد توجه قرار گیرد. مخاطب زن با توجه به موقعیت اجتماعی و زندگی خود به خودآگاهی می‌رسد. کنار گذاشتن ابزار روایی در این دست فیلم‌ها و روی آوردن به تکنیک‌هایی چون رهایی نگاه دوربین موجب دور شدن مخاطب زن و در نتیجه شکست اقتصادی این فیلم‌ها شد. بر خلاف موفقیت محدود نظریه فیلم فمینیستی، اعمال چنین خوانش فعالی از مقابله شخصیت‌های زن داستان با نگاه و اقتدار مردانه در فیلم‌های جریان اصلی می‌تواند موجب تولید لذتی برای تماشاگران زن باشد که در برابر مفهوم لذت مردانه و ابزگی زن قرار می‌گیرند.	زن در فرهنگ و هنر	۱۳۹۲	تماشاگری زن و لذت زنانه در سینما: خوانشی از فیلم تلما و لوئیس و واکنش پنجم	اعظم راودراد و کبری الهی‌فر	۱۳
عفاف در ارتباطات شامل حجاب زن تلقی شده است. پوشش زنان به همراه نوع برخورد با مردان و طمانینه در رفتار به‌منزله هنجار عفاف در سینما مورد ارزیابی قرار گرفته است که در اغلب مواقع بدان توجه نمی‌شود. مدیریت بدن به‌مثابه خروج از مرزهای عفاف و حجاب اسلامی است.	مطالعات فرهنگی ارتباطات	۱۳۹۲	هنجارهای عفاف و حجاب اسلامی در سینما و سینما: تحلیل تطبیقی سیاست‌ها	باهنر، ناصر و علم‌الهدی، سیدالرسول	۱۴
نفوذپذیری زنان در جامعه منوط به پذیرش نقش‌های جنسیتی و هویت زنانه مقبول در جامعه است. کلیشه‌های جنسیتی به بازنمایی ناتوانی زنان در جامعه ختم می‌شود. با تمام ظاهر مدرن و امروزی، زنان در نهایت با تقسیم کار جنسی محکوم به حضور در خانواده و چارچوب نقش‌های سنتی زن هستند.	تحقیقات اجتماعی ایران	۱۳۹۰	رسانه و نگرش زنان به هویت جنسیتی خود	حاتمی، محمدرضا و مذهبی، سارویه	۱۵
نتایج پژوهش حاکی از آن است که در سینمای ایران تقابل زن سنتی و زن مدرن با شاخص‌هایی زیر بیان شده است: زن سنتی: خانه‌دار، همراه و حامی همسر، وابسته به همسر، متأهل، طبقات پایین، تقدیرگرا، مهارت‌های زنانه مانند آشپزی و خیاطی، منفعل، برجستگی نقش مادری و همسری، برقراری ارتباط توأم با شرم با مردان غیرنامحرم، نداشتن اعتمادبه‌نفس و هویت فردی، ازدواج سنتی. زن مدرن: پوشش مردانه، شخصیت مستقل، مجرد یا مطلقه، شاغل و در محیط خارج از خانه، طبقات بالا و مرفه جامعه، مهارت‌های مانند رانندگی، نوازندگی، هنر، ازدواج بر مبنای عشق و تصمیم فردی، دارای اعتمادبه‌نفس و جسارت، مقابله با سنت‌های مردسالار.	مطالعات فرهنگی و ارتباطات	۱۳۹۳	تصویر ستاره در سینمای ایران (مطالعه موردی ستاره زن نیمه دوم دهه ۷۰)	هادی خانیکی، الهام گوهریان و مصطفی رهبر	۱۶

ردیف	پدید آور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۱۷	مجتبی شاهنوشی و علی تاکی	تحلیل محتوای سه گانه مهرجویی (لیلا، سارا و بانو) پیرامون نقش زن در خانواده	۱۳۹۰	فرهنگ و رسانه	صمیمیت و عشق زنانه با کنش خشونت‌آمیز پاسخ داده می‌شود. علیرغم استقلال و فردگرایی زنان در فیلم‌های مهرجویی، جایگاه آنان در راستای بازنمایی سرکوب زنان در خانواده معنا یافته است. فردگرایی و خودتکایی زنان با ابزار طلاق پاسخ داده می‌شود. در موضوع زنان نیز هویت و بدن زنانه در نگاه مردسالارانه و در جهت خوانش مفهوم زن در این نظام فکری تبلور می‌یابد.
۱۸	سلطانی گردفرامرز مهدی	زنان در سینمای ایران	۱۳۸۳	هنرهای زیبا	نقش کلیشه‌ای زن و مرد/ در سینمای ایران به تأکید بیشتر بر شی نگری و انفعال زن منجر شده است. عشق خودخواهانه باعث برسازی زنان منفعل، ضعیف، ساده و محصور در فضای داخلی خانه گردیده است و تأکید نقش زن در این جایگاه در بیشتر فیلم‌های سینمایی دیده می‌شود. بدن زن و مدیریت آن در سایه نگاه اسطوره‌ای به زن و وفاداری مادرانه و همسری محو می‌شود. زنان مقبول، مدیریتی بر بدن خود ندارند در حالی که زنان مستقل توجه ویژه به بدن خود و پذیرش اجتماعی به واسطه آن دارند.
۱۹	الهه کولایی و سیمین بهبهانی	زنان و توسعه فرهنگی، پس از انقلاب اسلامی - با تأکید بر سینما	۱۳۹۰	جهانی رسانه	ویژگی‌های جسمی زنان تعیین کننده زنان منفعل با فعال است. تأکید بر بدن و ظاهر در بین زنان شاغل دیده می‌شود. کلیشه‌های جنسیتی/ در فیلم‌های سینمایی به گونه‌ای است که در صدد خروج زنان در اجتماع پدرسالار است. پذیرش استقلال مالی زنان به سختی میسر است.
۲۰	مریم رفعت‌چاه و نیلوفر هومن	تحلیل روایی و نشانه‌شناختی تصویر زن مطلقه در سینمای ایران	۱۳۹۴	زن در فرهنگ و هنر	استقلال مالی به فردمحوری و روحیات ضد مردسالاری زنان مدرن ختم شده است. زنان مطلقه برای کسب استقلال مالی زنانگی و مدیریت بدن خود را به حاشیه می‌رانند و برای دوری از انگ خوردن با ظاهر ساده و بدون آرایش در جامعه ظاهر می‌شوند. زنان مستقل در هنگامی که تنها به خود فکر می‌کنند و خارج از چارچوب نقش‌های مادری هستند از ظاهر ساده در نقش قالبی جنسیتی خارج شده و به ظاهر و بدن خود توجه می‌کنند.
۲۱	محمد عموزاده و نسیم اسنقدیاری	بازنمودن هویت اجتماعی در رسانه: بررسی روند تغییرات هویت اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب	۱۳۹۱	زن در فرهنگ و هنر	اشتغال و فردگرایی زن مدرن در مقابل زن خانه‌دار قرار می‌گیرد. زن مدرن دارای مهارت‌های عمومی بیشتری در زندگی روزمره است و توجه بیشتری به بدن و ظاهر خود دارد. اهمیت زندگی فردی برای زنان خارج از الگوهای رایج جنسیتی با اشتغال، استقلال خواهی و مدیریت بدن تجلی می‌یابد.

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۲۲	مریم رفعت‌جاه و لادن رهبری	گونه‌شناسی اکتشافی برداشت از مفهوم زنانگی	۱۳۹۳	مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران	نقش‌های زنانه مثل فداکاری نسبت به خانواده، وفاداری به شوهر، مراقبت از فرزندان، حفظ آرامش خانواده بیش از فردیت و استقلال زن اهمیت دارد. برون‌گرایی زنانه با مدیریت بدن و اشتغال به تصویر کشیده شده است. مدیریت بدن در ویژگی‌های زنانه و رقابت جنسیتی اهمیت می‌یابد. در بیان اشتغال و استقلال زنان، ویژگی‌های ظاهری زنانه بیشتر برجسته شده است.
۲۳	محمد سعید ذکایی و معصومه قاراخانی	دختران جوان و ارزش‌های زنانگی	۱۳۸۶	مطالعات فرهنگی و ارتباطات	ارزش‌های زنانگی (جذابیت‌های زنانه وابسته به جنس) توسط ارزش‌ها و هنجارهای متناسب با موقعیت اجتماعی به دختران منتقل می‌شود. مدیریت بدن و پوشش و آرایش در تلقی از ارزش‌های زنانگی منوط به قضاوت جامعه است. کلیشه‌های جنسیتی، به مفهوم زنانگی و مدیریت بدن جهت می‌دهد.
۲۴	محمود شهبابی و وحید اعطاف	مطالعه پدیدارشناسانه نگرانی مردان از ابژه‌سازی و خود ابژه‌سازی زنان	۱۳۹۳	جامعه‌شناسی ایران	ابژه‌سازی زنان در مقابل غیرت مردانه در اجتماع به صورت ابژه‌سازی در نگاه، کلام، تماس جسمی، رابطه عاطفی، رابطه جنسی و سطح تعاملات نمایان شده است. ابژه‌سازی مردان از زنان موجب ایجاد نگرانی در پذیرش اجتماعی و کاهش اعتمادبه‌نفس می‌گردد.

### مقالات مرتبط با موضوع مدیریت بدن

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۲۵	امید قادرزاده، هیرش قادرزاده، حسین حسین‌پناه	تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی بر مدیریت بدن زنان	۱۳۹۱	فصلنامه زن و جامعه	در مدیریت بدن مواردی چون مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی، رویه‌های لاغری و تناسب اندام، دستکاری‌های پزشکی، استفاده از مدهای لباس مورد ارزیابی قرار گرفت. معادله بالا بیانگر این است که با افزایش یک واحد مصرف رسانه‌های خارجی، مدیریت بدن ۰/۸۶۹ واحد افزایش می‌یابد و با افزایش یک واحد سن ۰/۴۴۵ واحد مدیریت بدن کاهش یافته و با افزایش یک واحد پایگاه اقتصادی اجتماعی ۰/۵۹۵ واحد مدیریت بدن افزایش پیدا کرده و با افزایش یک واحد مصرف رسانه‌های داخلی به اندازه ۰/۶۲۹- مدیریت بدن کاهش خواهد یافت.

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۲۶	شراره مهدی‌زاده و فاطمه رضایی	نقش متغیرهای میانجی در تأثیرگذاری تلویزیون‌های ماهواره‌ای بر مدیریت بدن دختران و زنان جوان	۱۳۹۳	مجله مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی	عوامل محیطی-اجتماعی، عزت نفس و نگرش خانواده و دوستان با مدیریت و دستکاری بدن رابطه مستقیم و مثبت دارد. مدیریت بدن در این پژوهش به معنای پوشش، آرایش، جراحی زیبایی، ورزش و بدن‌سازی، رژیم‌های غذایی با الگو گرفتن از بازیگران سینما و تلویزیون است.
۲۷	محسن شعاع و محسن نیازی	فرا تحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن	۱۳۹۵	تحقیقات فرهنگی ایران	بصری شدن منبع اصلی برقراری ارتباطات موجب برجسته شدن مدیریت بدن می‌شود. مدیریت بدن به معنی دستکاری مستمر بر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن مانند: نحوه لباس پوشیدن، آرایش موی سر، استفاده از پیرایه‌ها، دستکاری پزشکی و رژیم غذایی برای مقبولیت عام در جامعه است. میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی و بهداشتی، جراحی‌هایی زیبایی و کنترل وزن با سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم دارد.
۲۸	هابیل حیدرخانی، لیلا حاجی آقایی و غلامعباس رحمانی	رابطه ابعاد سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در زنان	۱۳۹۲	زن و فرهنگ	طبق نتایج به دست آمده آرایش صورت و جراحی زیبایی مصداقی از اراده فرد در مدیریت بدن خود دانسته می‌شود. لباس‌های اندامی و تنگ به‌مثابه تظاهرات رفتاری فرد برای دیده شدن و پذیرش اجتماعی است. هر چه سرمایه اجتماعی بالاتر رود، میزان مدیریت بر بدن افزایش می‌یابد.
۲۹	عزت‌الله احمدی، صمد عدلی‌پور، سیمین افشار، لیلی بنیاد	تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز	۱۳۹۵	نامه زنان	مدیریت بدن در بین زنان و دختران شهر تبریز با رفتارهای سلامت محور، جراحی زیبایی، کنترل وزن، آرایش و بهداشت تبیین می‌یابد که شامل مواردی چون: کنترل چربی شکم، حساسیت به افزایش وزن، کنترل وزن از طریق ورزش، کنترل وزن در هر ماه، کنترل وزن با رژیم غذایی، لنزگذاری، استفاده از بوتاکس، استفاده نکردن از مواد آرایشی مضر، استفاده از داروهای گیاهی و طب سنتی، خودداری از مصرف خودسرانه دارو، ورزش مداوم، کنترل سلامت دندان‌ها، جراحی زیبایی چانه، برداشت لیزری موهای زائد، جراحی زیبایی بینی، لیپوساکشن، جراحی زیبایی گونه، تاتو کردن ابروها، ارتودنسی، آرایش مو، صورت، چشم، لب و ... مدیریت بدن در بین جامعه آماری با احساس فشار اجتماعی / مصرف رسانه‌ای / پذیرش اجتماعی بدن / میزان دینداری سرمایه فرهنگی / پایگاه اجتماعی-اقتصادی

ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۳۰	فاطمه براتلو و مرجان خودی	عوامل مؤثر فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن	۱۳۹۴	مدیریت فرهنگی	مدیریت بدن، نظارت بر بدن به دلایلی چون استقلال و آزادی عمل بیشتر زنان نسبت به گذشته بیشتر شده است. مدیریت بدن در راستای تحقق عینی نگرش مقبولیت اجتماعی (داشتن احساس خوب، شوق و شادمانی) است. گفتمان بدن و زیباشناسانه شدن بدن زنانه به تغییر در درک زیبایی بدن در زنان منجر شده است.
۳۱	حسین سراج‌زاده، محمدرضا غلامرضا کاشی، مهینا هلالی ستوده	گفتمان جامعه پاک: شالوده شکنی سیاست نمایش بدن زنانه در دوره پهلوی	۱۳۹۱	مطالعات فرهنگی و ارتباطات	تن نمایان زنانه در دوره پهلوی به مثابه مدرن بودن، رهایی از عقب ماندگی، احقاق حقوق، مشارکت، توسعه، پیشرفت تلقی می‌شد و مدیریت بدن برای کسب لذت مردانه اهمیت داشت. تن نمایان زنانه در گفتمان مقاومت و بعد از انقلاب اسلامی به مواردی چون تباهی اجتماعی، فروپاشی نهاد خانواده، فساد و فحشا، سوءاستفاده و زمینه‌ساز جرم و جنایت در راستای نمایش بدن زنانه اشاره می‌کرد و مدیریت بدن زنانه به عنوان ابزار نمایش، از سینما دور شد.
۳۲	مهری بهار و جهان وکیلی قاضی	تحلیل گفتمان جراحی‌های زیبایی صورت	۱۳۹۰	زن در توسعه و سیاست	مالکیت نشانه‌های با مفاهیمی چون بدن مناسب، صورت زیبا و آراسته، پوشش و مد عالی به زنان از طریق رسانه و تعاملات اجتماعی انتقال داده می‌شود. مصرف متظاهرانه، الگوی چشم و هم‌چشمی‌های بین جنسیتی به مدیریت بدن و توجه به بدنی و لخواه برای کسب پذیرش اجتماعی منجر شده است رسانه به عنوان وسایل تولید گفتمان و منبع تبلیغ زیبایی بر مصرف بدن و مدیریت بدن به عنوان یک ابزار مقبولیت اجتماعی تأثیرگذار است.
۳۳	امیر رستگار خالد و کاوه مهدی	زنان و پروژه زیبایی	۱۳۹۲	زن در توسعه و سیاست	نتایج پژوهش در مدیریت بدن زنان حاکی از آن است که دلایل این رفتار را می‌توان در ۵ دسته زیر تقسیم‌بندی کرد: فرهنگ ظاهرگرایی (کلیشه‌های جنسیتی، استانداردهای فرهنگی زیبایی ناشی از رسانه و فرهنگ رسانه‌های جمعی) درگیری فضایی ذهنی (نداشتن اعتمادبه‌نفس، مشغولیت ذهنی، ترس از انگ زنی) جامعه‌پذیری (گروه مرجع، ذهنیت نسلی، جامعه‌پذیری کودکی) بازاندیشی (اهمیت تجربه شخصی، سترون سازی، گذشته‌نگری انتقادی) کسب پذیرش اجتماعی (جلب توجه عمومی، جلب توجه جنس مخالف)

ردیف	پدید آور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۳۴	ابوالقاسم فاتحی و ابراهیم اخلاصی	مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن	۱۳۸۷	مطالعات راهبردی زنان	میانگین مدیریت بدن برابر با ۶۲/۸ درصد است که حاکی از میزان بالای توجه زنان به بدن در همه وجوه آن اعم از آرایشی، مراقبت و .. است. همچنین بین متغیر مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار وجود دارد.
۳۵	بهجت یزدخواستی، جمالی بابایی و زهرا دشتی	بدن/کار: نشانه‌گذاری بدن زنانه در محیط کار	۱۳۹۱	مطالعات اجتماعی و روان‌شناختی زنان	سلطه بر بدن، تجربه زنانه از بدن، آرایش به‌مثابه اعتمادبه‌نفس، آرامش و احساس رضایت از خود همگی ویتروینی از نمایش فقدان و میل است. بدن زنانه به‌مثابه ابژه لذت برساخت گردیده است. آرایش(رمزگان اجتماعی برای تعامل اجتماعی) در محیط کار تصور می‌شود. دعوت به خوشایند بودن از طریق کلیشه‌های جنسی مقدور است.
۳۶	بنی اسدی، حسن	تأثیر جراحی زیبایی بینی بر تصور تن زنان	۱۳۹۱	پوست و زیبایی	جراحی بینی، تصور کلی از بدن، رضایت از تن به ایجاد خودپنداره مثبت زنان از خودشان منجر می‌شود. کاهش اضطراب اجتماعی و خصومت به سایرین با داشتن حس بهتر از بدن و تلقی مقبول بودن اجتماعی به دست می‌آید.
۳۷	اسماعیل بلالی و جواد افشار کهن	زیبایی و پول: آرایش و جراحی	۱۳۸۹	مطالعات راهبردی زنان	تبلیغات محصولات زیبایی از سوی رسانه‌ها به افزایش مصرف لوازم آرایش و جراحی زیبایی منجر می‌شود. وضعیت بازارهای اقتصادی (لوازم آرایش، جراحی‌های زیبایی) و قاچاق این قبیل کالاها ناشی از سلطه اقتصادی نظام سرمایه‌داری بر مدیریت بدن و فرهنگ مصرفی است. سلاقی و انگیزه‌های زنان در ارتباط متقابل ساختارها و نهادهای جامعه قرار دارند و در موارد بسیاری تحت تأثیر و فشار شدید آن‌ها شکل می‌گیرد.
۳۸	خدیجه سفیری و ندا گلپهاری	رابطه بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن (در بین زنان و مردان ۲۰ تا ۵۹ سال ساکن تهران)	۱۳۹۲	مطالعات زنان	مدیریت بدن شامل مراقبت‌های بهداشتی و پزشکی، پوشش، کنترل وزن، دستکاری‌های آرایشی و پزشکی و نمایش بدن است که با سرمایه فرهنگی رابطه مستقیم و مثبت دارد.
۳۹	طاهره قادری و مریم سیفی	عوامل مرتبط با مدیریت نمایشی بدن	۱۳۹۲	برنامه‌ریزی، رفاه و توسعه اجتماعی	مدیریت نمایشی بدن (برای پذیرش اجتماعی) با مواردی چون مصرف رسانه‌ای، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، گرایش به کسب منزلت اجتماعی و فشار هنجاری اطرافیان رابطه مستقیم و مثبت دارد. مدیریت نمایشی بدن با سطح دینداری رابطه معکوس و منفی دارد.



ردیف	پدیدآور	عنوان مقاله	سال	عنوان مجله	مفاهیم
۴۰	اسدالله بابایی فرد، فاطمه منصوریان راوندی، نفیسه ذوالفقاری	عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر در مدیریت بدن در میان زنان شهر کاشان	۱۳۹۵	مطالعات راهبردی زنان	رسانه‌های ارتباط جمعی در ایجاد حساسیت زنان به بدن خود تأثیر مستقیم دارد. بالا تر بودن سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با افزایش توجه به مدیریت بدن همراه است. باورهای مذهبی، بدن را در حوزه خصوصی زنان تصور کرده و باعث کاهش توجه به بدن و مدیریت آن می‌شود. پذیرش اجتماعی به توجه بیشتر زنان به مدیریت بدن (آرایش بدن، دستکاری پزشکی، کنترل وزن) ختم می‌شود.

### یافته‌ها

در این پژوهش به دنبال فهم مدیریت بدن و نحوه بازنمایی بدن زن مطلوب در سینمای ایران بودیم. تقابل نقش سنتی و فردگرایی در به تصویر کشیدن زنان در سینما تابع پذیرش اجتماعی و مقبولیت عام است. این بازخوانی و تلفیق پژوهش‌های انجام شده در پاسخ به این سؤال اصلی که چگونه سینما زنان را وادار به مدیریت بدن برای پذیرش اجتماعی می‌کند، صورت گرفته است. با کدگذاری مفاهیم و دسته‌بندی‌های انجام شده، مقالات در قالب مضامین زیر ارزیابی شد:

اولویت بخشی به مفاهیم زن مدرن صرفاً به‌مثابه ویتترین توسعه و پیشرفت جامعه مدرن (زن با بدن مطلوب)

طبق مطالعات انجام شده، ویژگی مستقل بودن به زن مدرن نسبت داده شده است (رفعت‌جاه و رهبری، ۱۳۹۳؛ براتلو و خودی، ۱۳۹۴؛ توسلی و همکاران، ۱۳۹۲). «زنی که تفاوت احساسی بین زن و مرد قائل نیست و نقش‌های حمایتی-مراقبتی را برای هر دو جنس مناسب و اشتغال و استقلال را ارزش مثبت می‌داند. این زن فعالانه افکار و عقاید قالبی و نقش‌های سنتی را به پرسش کشیده و بازتعریف می‌کند» (رفعت‌جاه و رهبری، ۱۳۹۳: ۳۲۸)؛ اما موفقیت چندانی حاصل این‌گونه زنان نمی‌شود و مصرف تظاهری از تحصیلات، اشتغال و فردیت مستقل به تنهایی و طرد آنان متنهی می‌گردد. این زنان که اغلب ظاهر، آرایش و پوششی متفاوت از زن سنتی دارند، به‌عنوان الگوی زیبایی و بدن تأیید شده در چارچوب نظام مردسالار نمایانده می‌شود اما حضور و اوج گرفتن آنان موقت است و به سرعت توسط زنان سنتی جایگزین می‌شوند. جذابیت تظاهری تنها برای درخشش کوتاهی در فرآیند فیلم دیده شده و تأثیر آن بر زنان جوان در مطالعات متعددی مورد ارزیابی قرار گرفته است. از دید پژوهشگران، زنان مدرن از بدن خود برای نمایش موفقیت و استقلال‌شان بهره می‌برند و شکست و ناکامی آنان با تخریب بدن و برهم ریختگی ظاهر نمایان می‌شود. به همین دلیل استفاده از آرایش و پیرایش ظاهر برای جذابیت و میل به زیبا تلقی شدن،

در این زنان به وضوح به تصویر کشیده شده است؛ «تلقی دختران در استفاده از لوازم آرایش توسط همسالان شان گاه ناشی از عوامل زیباشناسانه از جمله میل و کشش درونی دختران برای داشتن جذابیت و زیبایی یا ناشی از عوامل روان‌شناسانه از جمله جبران خودکم‌بینی‌های شخصیتی یا بالا بردن اعتماد به نفس عنوان می‌شود» (ذکایی و قاراخانی، ۱۳۸۶: ۷۱).

زنانی که نماینده زن مدرن و مستقل هستند، تلاش زیادی برای مدیریت بدن و مطلوبیت آن در جامعه داشته است تا توسط هنجارهای محیط پیرامون، مثبت و توانمند ارزیابی شود. زنانی که در مقالات در جامعه به تصویر کشیده شده‌اند، در عین حال که به استقلال خود اهمیت می‌دهند، میزان پذیرش اجتماعی و مقبولیت در محیط پیرامون برایشان اهمیت دارد. به عبارت دیگر، زنان در کنار تلاش برای مهارت، استقلال مالی و فکری و دستیابی به آزادی‌های مشابه مردان، الزام به داشتن بدن مطلوب، آراسته و پیراسته شده و متناسب دارند. «تلاش برای نشان دادن تمایز و نزدیک شدن به استانداردهایی که محیط هنجاری و مردانه جامعه از زنان انتظار دارد، می‌تواند محرکی قوی در ترغیب زنان به توجه شدید به ویژگی‌های بدنی خویش باشد. به خاطر چنین ایدئولوژی‌ای است که برخی زنان میان سال جامعه به ورزش‌های خاص و یا جراحی‌های زیبایی و دغدغه‌هایی مشابه با دختران جوان پیدا می‌کنند» (رستگار خالد و مهدی، ۱۳۹۲: ۴۶۲).

بر اساس ارزیابی‌های انجام شده در این مقالات، بازنمایی زنان بر اساس ساختار قدرت مردان و تأیید توسط آنان طرح ریزی شده و موفقیت یا شکست یک زن (در هر سطح و جایگاهی) منوط به تأیید مردان است. یک دانای کل پنهان که دید مردانه دارد، معنای زن و مفاهیم مربوط به موفقیت و مطلوبیت او را در جریان داستان به مخاطب القا می‌کند. زنان در سینمای ما طوری بازسازی شده‌اند که در هر موقعیتی که باشند نسبت به مرد همتای خود از قدرت تفکر و تصمیم‌گیری کمتری برخوردارند و نیازمند آن هستند که در مسائل حساس و بحرانی از مردان دانا تبعیت کنند. زن در پوسته مدرنیته قرار دارد و مرد در هسته آن؛ کنش عقلانی معطوف به هدف تنها به مردان نسبت داده شده و از زنان از تجربه این قدرت در زندگی مدرن بی‌بهره و دور قرار داده شده‌اند؛ «هر چند که سعی بر وانمود کردن نابرابری جنسی در فرهنگ وجود ندارد، اما پرویز همچنان برنامه‌ریزتر و داناتر از احلام است و به پیشنهاد وی احلام به قبيله می‌رود» (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۱). در نهایت تصمیم و حق انتخاب برای حضور زن مدرن یا سنتی بر عهده مرد قرار داده شده و به راحتی زنان به چارچوب مطلوب در جامعه عقب رانده می‌شوند؛ «محمود اهمیتی به درخواست سیما نمی‌دهد و فکرش مشغول چیز دیگری است. آن چه محمود به آن فکر می‌کند، ترک کردن سیماست، در حالی که سیما به تحکیم رابطه‌اش فکر می‌کند. محمود به تنوعی که خواستارش بوده رسیده است و ادامه این ارتباط را مناسب نمی‌داند. محمود به تنهایی برای سرنوشت این ارتباط تصمیم‌گیری کرده است» (کرمی و محمد زاده، ۱۳۹۵: ۱۸۶).

### بدن مدیریت شده نمادی از زن عصیانگر و غیرفرمان‌بر

زنان عصیان‌گر در سینمای ایران با ظاهر و پوششی پیراسته و آراسته نمایان می‌شوند. با این همه این رفتار تمایزجویانه ناشی از تحصیلات، اشتغال و استقلال مالی که ظاهراً به بر ساخت مفهوم زن مدرن منجر شده است، نتوانسته بر فردیت و استقلال‌خواهی زن را در عرصه‌های مختلف زندگی تأثیرگذار باشد در مقالات مورد ارزیابی در حوزه بازنمایی زن در سینمای ایران، این موارد به کرات تأکید شده است.

به عبارت دیگر چرخش داستان فیلم‌های سینمایی بر حضور نمایشی زن مدرن و تأکید بر الگوی زن سنتی، خانواده محور و مطیع همسر یا مردان دیگر بود است. این مسئله در اغلب پژوهش‌ها به وضوح دیده می‌شود و تمام تلاش زن مدرن برای کسب هویت مستقل را عامل شکست و ناخشنودی وی دانسته‌اند؛ زنان در نقش‌های سنتی و به دور از اهمیت بدن و مدیریت بدن، بازنمایی مثبت دارند و بدن مدیریت شده به مثابه ابزاری برای لذت، تطمیع و گذر موقت زنان در اجتماع و فضای اشتغال به تصویر کشیده شده است. «دوربین دور از یک نگاه خیره، به رغم کلوزآپ‌های خود جایی برای کاراکتر زن زیبا و زیبایی بدن زنانه ندارد... روایت فیلم از زن در فیلم، زانی نازیبا، سبیل‌دار، غربتی با لباس‌هایی ژنده و چهره‌هایی غبارآلود اما شاد طبقه پایین است در برابر زنان مجلل و اصل و نسب‌دار با چهره‌های عبوس و پژمرده» (خالق‌پناه و رضایی، ۱۳۹۳: ۱۰۴ و ۱۰۹).

تقابل فرودست و فرادست در جایگاه زن و مرد در سینمای ایران به گونه‌ای است که تنها به زنان تذکر می‌دهد که جامعه مردسالار ایران، تاب عصیان‌گری در برابر سنت‌های مقبول و هنجارها را ندارد؛ زنان هر چند با هویت مستقل خود در پی کسب معنایی تازه برای مفهوم زن باشند، باز نیازمند تأیید مردان هستند. مدیریت زنانه بدن در برابر نگاه مردانه و تأیید وی قرار می‌گیرد و این عصیان و خروج از اندرونی خانه‌تنها برای مدت کوتاهی برای مردان فیلم جذاب بوده و بازگشت و مطلوبیت باز با زنان در نقش‌های سنتی و در درون محیط خانه و خانواده است. رشد فکری زنان تنها در مدیریت بدن به نمایش در می‌آید و این تصور را به ذهن متبادر می‌سازد که زنان از پیشرفت و مدرنیزاسیون تنها به پوسته آن و تغییر ظاهر رسیده‌اند و اگر هم خارج از چارچوب عرف جامعه حرکتی کنند، باید هزینه طرد و انزواطلبی را به تنهایی بدهند چرا که جامعه خواهان تداوم نقش سنتی زنان در خانواده است. شاید این بازنمایی به نوعی هشدار در برابر این رفتار تبعیض‌آمیز باشد و از درون رسانه سینما بهتر و واضح‌تر این تعارضات زندگی زنان در جامعه نمایانده شود. «زنان به قابلیت رسانه سینما به منزله یکی از رسانه‌های گروهی برای ارتقای آگاهی خود از موقعیت فرودستان در جامعه مردسالار پی بردند» (راوودراد و الهی‌فر، ۱۳۹۲: ۲۸۴). «دلیل طلاق آن دو ازدواج فامیلی و بی‌علاقگی زن به مرد بیان می‌شود، اما در لایه‌های پنهان‌تر، بالا رفتن تحصیلات زن و به تبع آن رشد فکری و رشد فردگرایی او دلیلی برای این مسئله است. شوهر احساس حقارت می‌کند و زن

دیگر نمی‌تواند به هر چیزی تن دهد و شرایط زندگی خودش در درجه اول اهمیت قرار می‌گیرد» (آقابابایی و خادم‌الفقرا، ۱۳۹۵: ۱۸۲).

برساخت زنان نیز در همین نظام فکری صورت گرفته و تمکین از فرمانبری، باعث بروز مشکلات و درنهایت به حاشیه‌رانی و یا حذف بازیگر زن از داستان می‌شود. به زعم مطالعات انجام شده در این حوزه، زن یک شی خواستنی، خریدنی، موقت و درنهایت مطرود بازنمایی شده است که تاب مقاومت در برابر ساختار قدرت را ندارد. از سوی دیگر نظام مردسالار و مردان از سوی زنان موافق این تفکر مورد حمله و طرد شدن قرار می‌گیرند. زنانی که به ظاهر و بدن خود بیشتر اهمیت می‌دهند، کمتر فرمان‌برداری کرده و سرکشی و عصیان در برابر سنت‌ها با مدیریت بدن ارتباط دارد. زن سنتی که بیش از بن به انجام وظایف سنتی خود پایبند است و مدیریت بدن در هیچ بخشی از فیلم، دغدغه وی محسوب نمی‌شود، زنی مقبول‌تر است.

زنان مدرن با ظاهر و بدن مدیریت شده، نماینده زنان سرکش و عاصی هستند که محکوم‌اند تاوان رفتار خود که به صورت اشتباهات آنان در فیلم‌ها بازنمایی می‌شود، بدهند و جامعه مجالی برای پذیرش و بازگشت آنان در نظر نمی‌گیرد چرا که از جایگاه سنتی خود خارج شده و نه جایگاه جدید پذیرای وی است و نه قابلیت بازگشت به جایگاه قبل را دارد. به استناد مقالات ارزیابی شده زنان مستقل و مدرن در سینمای ایران، با ویژگی‌هایی چون خیانت، تزویر، آسیب‌های اخلاقی، بی‌قیدی، سرد بودن، بلا تکلیفی، خشونت و غیرمنطقی بودن به مخاطب شناسانده می‌شوند؛ در حالی که مردان با هر تفکر، پوشش، جایگاه و اشتباهی همیشه فرصت بازگشت و شروع دوباره را دارند و حتی جرم‌ها و انحرافات آنان با دیده اغماض نگریسته می‌شود.

به عبارت دیگر کلیشه‌سازی از جایگاه زن و مرد در فرآیند نظام فرادست-فرودست به شکل‌های مختلف برساخته می‌شود؛ «در فیلم درباره‌الی کمتر می‌توان کلیشه‌های جنسیتی آشکار و ملموسی چون وضعیت منزلتی فرودست زنان را بیابیم ولی به جای آن فرودستی به صورت رفتار نمایش‌گون درآمد و نابرابری از خلال انگ‌های اخلاقی و بدکرداری و برساخت تقابل‌های این چنینی بازتولید و بازنمایی می‌شود (حسن‌پور و یزدخواستی، ۱۳۹۴: ۵۵). «به نظر می‌رسد نابرابری جنسی در تمام گروه‌ها وجود دارد که شدت آن در قبیله بیشتر است مثلاً در گفتگوی خاله اوج مظلومیت انسانی به تصویر کشیده شده است. اینکه چرا پسرعمو، وی او را انتخاب نکرد» (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۱).

### شی‌انگاری زنان برای جلب رضایت از نظام مردسالار

به استناد پژوهش‌های مورد ارزیابی، بدن به مثابه ابزاری برای ورود به جامعه‌ای است که چندان به زنان تعلق ندارد. تعارض بدن زنانه مدیریت شده و رفتار مستقل و انتقادکننده مردانه، در بسیاری

از مقالات مورد مطالعه درباره زنان داستان به‌نوعی بیان شده است. با این همه، زنان در هر سطح و طبقه‌ای به‌صورت آشکار یا پنهان در صدد جلب رضایت از سوی نظام مردسالاری که بعضاً از آن فرار کرده‌اند، هستند. «اولویت زنان، در سینما بازگشت به رضایت مرد از آن‌ها و رعایت حدود زنانگی در چارچوب مقبول جامعه است» (خالق‌پناه و رضایی، ۱۳۹۳: ۱۱۰).

در این جدال پنهانی، فردگرایی و تلاش زنان برای آزادی و استقلال عمل، درنهایت به حلقه کسب رضایت مردان ختم شده است؛ «فردیت سازی زنان را از نقش‌های سنتی و محدودیت‌های آن به روش‌های مختلف آزاد ساخته ولی اشکال جدیدی از جبر اجتماعی را تولید می‌کند. نتیجه بسط همزمان فردگرایی و فردیت سازی پارادوکسی از آزاد کردن و دربند کردن هم زمان فرد است» (براتلو و خودی، ۱۳۹۴: ۱۲۲).

در اغلب فیلم‌های بررسی‌شده در این مقالات، زنان فردگرا و خودمختار که خواهان آزادی و استقلال هستند، علیرغم مدیریت مطلوب بدن و نمایش ویتترین‌گونه از بدن خود، به تأیید نظام هنجاری سنتی (بر پایه زن مطیع و فرمان‌بر) نرسیده و سرکشی آنان، موجب اختلال در نظم موجود تلقی شده است؛ «به لحاظ بینامتنی نیز شاید بتوان موضوع زن طبقه متوسط، جنس مشکلات و شخصیت‌پردازی‌اش را در این متن با بازنمایی زنان طبقه متوسط در دهه شصت نسبتی پیدا کرد. در آن دهه زن طبقه متوسط به‌مثابه زن فتنه‌گر و زیاده‌خواه تصویر می‌شود... در کنار خصیصه‌های دیگر منتسب به سیمین، وی همچنین موضوعی نامتعهد به زندگی و مسئول ایجاد بی‌نظمی و آشوب در سامان زندگی و نهاد خانواده معرفی می‌شود» (حسن‌پور و یزدخواستی، ۱۳۹۴: ۵۸).

این رویه در سینمای قبل از انقلاب نیز وجود داشت و پژوهش‌هایی در این خصوص انجام شده است. وجه اشتراک زن مدرن در قبل و بعد از انقلاب، همان شکست و ناکامی در کسب فردیت و هویت مستقل از مردان در جامعه ایران است؛ «همسنگ با تحولات اجتماعی و تغییر موازین اجتماعی، زن غیرسنتی و به اصطلاح مدرن در قالب مثبت عرضه شد، اما چون باورهای سنتی بر جامعه حاکم بود، این زن به‌عنوان دختری از طبقه مرفه معرفی شد تا ضمن تضمین شعارهایی که قهرمان مرد علیه این طبقه می‌داد، حرمت‌های اخلاقی جامعه نیز حفظ شود. از سال ۱۳۵۲ که سینما در ایران دچار شکست تجاری شده بود، باز هم مسئله زن بی‌هویت در آن (از سال ۱۳۴۷ تا سال ۱۳۵۷ به بعد) در نقش معشوقه نمود یافتند» (نصرآبادی و عبدالخانی، ۱۳۹۰: ۹۳).

به زعم مطالعات انجام شده، این مسائل در بین کارگردانان زن و مرد به یک شیوه به تصویر کشیده شده است. زن درنهایت موجودی ضعیف، وابسته و بدون تدبیر و عقل آینده‌نگر برسازی شده است؛ «شاید محرومیت‌های زنان در جامعه ما آن قدر زیاد است که باعث شده که زنان نتوانند تصویر خوبی از خود به نمایش بگذارند. گویی آن‌ها باور ندارند که زن‌ها هم می‌توانند قوی باشند. شاید بتوان گفت افکار عمومی آن قدر از تصور ضعیف بودن زن انباشته است که باعث می‌شود زنان

نیز نتوانند خود را طور دیگری ببینند. ظاهراً همین موضوع باعث می‌شود وقتی زن‌ها در منصب کارگردان قرار می‌گیرند هم بیشتر به بازنمایی زن‌هایی در نقش قربانی و تسلیم شده تمایل داشته باشند» (راودراد و الهی‌فر، ۱۳۹۲: ۲۹۰).

«قهرمان فیلم زنی است که از محیط مردسالار پیرامون خود ضربه می‌خورد. اگرچه با تدبیر و بادرایت است، بر اثر بی‌دراستی مردان اطرافش در راه رسیدن به هدفی که دارد (فراهم کردن آینده‌ای بهتر برای خود و فرزندش)، دچار دردسر می‌شود و در نهایت نیز با وجود همه تلاشش به نوعی مغلوب می‌شود» (رفعت‌جاه و هومن، ۱۳۹۴: ۴۳۵).

### مدیریت بدن به مثابه ابزار مطیع‌ساز زن در پذیرش اجتماعی

بدن زنانه عنصری برای موفقیت و دستیابی به اهداف زنان در سینما بوده است. همواره موفقیت یک زن در گرو داشتن مطلوبیت فیزیکی و قرار گرفتن در چارچوب مورد نظر نظام مردسالار قرار گرفته است. اغلب عدم موفقیت وی به دلیل کنش نامعقول و عدم آینده‌نگری و موفقیت و پذیرش اجتماعی نیز حاصل عقب‌نشینی مقبول و تأیید شدن توسط جامعه مردسالار و سنت‌ها و هنجارهای محیط اجتماعی است. این مصداق در پژوهش‌های مورد مطالعه بسیار دیده شده است و قرار گرفتن در این فرآیند تأیید شدن را نشانه درایت زنان به تصویر کشیده‌اند؛ پژوهش‌هایی که به موضوع بازنمایی زنان و هویت زنانه نیز پرداخته‌اند، به تأثیر ظاهر و فیزیک زن مدرن و میزان نزدیکی و قرابت آن با چارچوب پذیرفته شده زنی سنتی پرداخته‌اند. «باوجود نظام ارزشی جامعه ایرانی، در سینمای ایران مدیریت بدن برای پذیرش و تأیید اجتماعی به خصوص در ابتدای جوانی یک ضرورت تلقی می‌شد و این مسئله در بین زنان با سن پایین بیشتر دیده می‌شود» (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴۸).

تأکید بر مسئله مصرف رسانه‌ای در افزایش یا کاهش این میل دیده شده است؛ «هرچه میزان مصرف رسانه‌ای افراد در مرتبه بالاتری قرار گیرد، به همان نسبت میزان مدیریت بدن در آن‌ها رو به ازدیاد می‌گذارد و بالعکس» (فاتحی و اخلاصی، ۱۳۸۷). «رسانه‌ها می‌توانند ترکیب خاصی از بدن را مقبول و زیبا جلوه دهند و نه تنها به ساخته شدن گفتمان‌های مربوط به تصاویر ایده آل از بدن کمک می‌کنند، بلکه آن را نهادی نیز می‌کنند. ما در فیلم‌های خودمان خیلی از بازیگران را داریم که در کار خودشان زیاد قوی نیستند، اما به خاطر چهره‌شان بازیگرهای پرکاری می‌شوند» (بهار و جهانی‌وکیلی، ۱۳۹۰: ۸۵).

فرآیند شبیه‌سازی ظاهری برای دستیابی به موفقیت در بین زنان به گونه‌ای به نمایش درآمده است که گویی جز ظاهر و نوع پوشش متفاوت با پارچوب زن سنتی، عامل دیگری در نظام مردسالار جامعه نقشی در این موفقیت نداشته است. «با افزایش زمان تماشای برنامه‌های ماهواره، میزان

مدیریت و کنترل بدن در زنان جوان افزایش می‌یابد. همچنین، کسانی که برنامه‌های سرگرم‌کننده مانند موسیقی و شو، فیلم و سریال نگاه می‌کنند، نسبت به زیبایی چهره و ظاهر خود حساس‌تر می‌شوند و در نتیجه، بیشتر بدن خود را تحت کنترل قرار می‌دهند» (مهدی‌زاده و رضایی، ۱۳۹۳: ۲۰۱). «برای اغلب این زنان جراحی زیبایی به معنای افزایش اعتمادبه‌نفس است. آن‌ها به تقویت و بهبود روحیه و افزایش اعتمادبه‌نفس بعد از جراحی اشاره داشته‌اند. این افزایش اعتمادبه‌نفس به نوبه خود سبب ده تا بعد از عمل، به انجام کارهایی مبادرت ورزند که قبل از عمل هرگز انجام نمی‌داده‌اند یا در فعالیت‌هایی شرکت کنند که از آن دور بوده‌اند یا از لباس‌هایی استفاده کنند که تا قبل از این هرگز نمی‌پوشیدند» (رستگار خالد و مهدی، ۱۳۹۲: ۴۶۶).

در هر حال پذیرش زنان و موفقیت آنان در چارچوب مطلوب جامعه به گونه‌ای بوده است که اگر تبعیت از فرهنگ مردسالار در روند داستان از سوی زنان صورت نگیرد، نه تنها پذیرشی حاصل نمی‌شود بلکه روایت داستان، موجب حذف شخصیت زن را فراهم می‌کند.

### نتیجه‌گیری

رسانه‌ها بر جذب فرهنگ از طریق فرآورده‌های رسانه‌ای واقعی، مضمون‌ها و ارزش‌ها و فعالیت‌های حرفه‌ای اعمال نفوذ می‌کنند و گفته می‌شود که سمت و سوی این تأثیر، مناسب جذب اشکال اجتماعی و رفتار شخصی سازگار با سرمایه‌داری و نهادها و دریافت‌های سیاسی است که به جهان سرمایه‌داری مسلط است (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۱۵۰). در واقع رسانه‌های گروهی یکی از با نفوذترین ابزارهای نهادی هستند که این فرآیند عمومی از رهگذر آن سازماندهی می‌شود.

زمانی مصرف رسانه‌ای پدیده‌ای مخصوص جوامع پیشرفته صنعتی و غرب بود اما امروزه به مدد گسترش این رسانه‌های ارتباط جمعی که در بیشتر جوامع در جهت منافع نظام سرمایه‌داری فعالیت می‌کنند، اکنون صنعت فرهنگی جز لاینفک رسانه‌ها گشته است. رسانه‌های ارتباط جمعی امروزه نقش مهمی در شکل‌دادن به ارزش‌ها، نگرش‌ها و تمایلات مردم در جامعه معاصر دارند. به عبارت دیگر باید گفت که پیام‌های رسانه‌ای می‌توانند ارزش‌های جدیدی را ایجاد و تبلیغ کنند، کاربردهای آن را به نحو اغراق‌آمیز نشان دهند و محیطی فرهنگی را برای به کارگیری آن توسط افراد جامعه ایجاد کنند.

یک برداشت ساده از این دیدگاه این است که ارزش‌هایی که توسط رسانه‌ها برساخته می‌شوند، ارزش‌های سرمایه‌داری هستند و روندی که شکل می‌گیرد، از آنجا که آگاهانه و به عمد و به‌طور نظام‌مند، کشورهای کوچک و در حال توسعه را تحت سلطه قدرت‌های بزرگ سرمایه‌داری مسلط قرار می‌دهد، امپریالیستی است.

امپریالیسم فرهنگی به جنبه‌های مهم فرآیند روابط فرودستی- فرادستی اشاره دارد. به این معنا

که روی سخنش با شیوه‌هایی است که از طریق آن‌ها انتقال برخی از محصولات، مد و سبک‌ها از کشورهای فرادست به بازارهای وابسته، به ایجاد الگوهای خاص تقاضا و مصرف می‌انجامد که به وسیله ارزش‌ها، آرمان‌ها و رویه‌های خاستگاه فرادستان تقویت می‌شوند و این الگوها هم بر این ارزش‌ها و آرمان‌ها مهر تایید می‌زنند. (فیسک، ۱۳۸۵: ۱۲۳)

این رویه در سینمای داخلی ما نیز وارد شده است و بحث فروتر- فراتر در بحث‌های مربوط به جنسیت بیش از پیش نمایان گردیده است. گذر از نقش زن سنتی به زن مدرن به تبعیت از سوژه‌سازی بدن زن در رسانه‌های سرمایه‌داری، به مدیریت بدن و پذیرش اجتماعی منجر شد. بازنمایی، تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این معنی که معنا از طریق نشانه‌ها، به‌ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و صرفاً واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورت‌بندی معانی و معرفت درباره جهان نیست. واقعیت به واسطه فرهنگ مسلط و ارزش‌های مطلوب آن بازتولید و برساخته می‌شود. به همین دلیل زنان در سینمای ایران، تنها در شکل ظاهری به نقش‌هایی مشابه مردان دست یافته‌اند. در حالی که در اصل تنها سینما به‌مثابه یک رسانه واسطه به شکل دهی به بدن زنان و جلب رضایت نظام مردسالار کمک رسانده است. به استناد تلفیق یافته‌های پژوهش‌های مورد مطالعه، زنان حتی اگر در محور اصلی داستان نیز قرار گرفته باشند، باز دارای قدرت عقلانی روشن‌گر و تصمیم‌ساز نیستند و سرکشی آنان برای جذابیت بخشیدن به فرآیند داستان یا تهییج مرد داستان به کارهای ابرقهرمانانه است. زن در نهایت یک کالای لوکس که از طریق بدن و ظاهر به تصویر کشیده شده است، برساخته می‌شود و تلقی از زن مدرن از این مجرا و با این عناصر و ویژگی‌ها صورت می‌گیرد. نفوذ فرهنگی امپریالیسم فرهنگی بر زن در سینمای ایران نیز مشهود است. زن کالا و ابزاری برای موفقیت بیشتر و برجسته‌سازی نقش مردان است. مدیریت بدن نیز در همین راستا فهم و درک می‌شود. این مسئله در هر یک از مطالعات انجام شده از زاویه‌ای مورد ارزیابی و بحث قرار گرفته است اما نگاه کلی که سایه امپریالیسم فرهنگی و سلطه نظام سرمایه‌داری بر سرکوب زنان و کالایی شدن بیشتر بدن زنانه است، بیان نگریدید.



## منابع

- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۵)، «جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان»، فصل‌نامه کتاب زنان، سال ۸، شماره ۵، صص ۴۵-۱۹.
- احمدی، عزت‌الله، عدلی‌پور، صمد، افشار، سیمین و بنیاد، لیلی (۱۳۹۵)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز»، مجله نامه زنان، سال ۹، شماره ۳، صص ۵۰-۲۹.
- ادیبی، مهدی و کوهی، کمال (۱۳۹۰)، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان» فصل‌نامه مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان، سال ۹، شماره ۳، صص ۸۳-۵۹.
- آزاد ارمکی، نقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، «بدن به‌مثابه رسانه هویت» مجله جامعه‌شناسی ایران، سال چهارم، شماره ۴، صص ۷۵-۵۷.
- آقابابایی، احسان، خادم‌الفقاری، مهوش (۱۳۹۵) «بازنمایی روابط درونی خانواده در پنج فیلم سینمای دهه ۱۳۸۰ ایران»، زن در فرهنگ و هنر، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۷۱-۱۹۲.
- بابایی فرد، اسدالله، منصوریان راوندی، فاطمه، ذوالفقاری، نفیسه (۱۳۹۵) «عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر در مدیریت بدن در میان زنان شهر کاشان»، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، دوره ۱۸، صفحه ۵۹-۸۳.
- باهنر، ناصر و علم‌الهدی، سیدالرسول (۱۳۹۲)، «هنجارهای عفاف و حجاب اسلامی در سیما و سینما: تحلیل تطبیقی سیاست‌ها»، مجله مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۱۴، صص ۹۲-۵۵.
- براتلو، فاطمه، خودی، مرجان (۱۳۹۴)، «عوامل مؤثر فردی بر نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن»، مجله مدیریت فرهنگی، شماره ۲۸، صص ۱۲۳-۱۱۳.
- برگر، پیتر. ال و لاکمن، توماس (۱۳۷۵) ساخت اجتماعی واقعیت، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- بشیر، حسین و اسکندری، علی (۱۳۹۲) «بازنمایی خانواده ایرانی در فیلم سینمایی یه حبه قند»، فصلنامه تحقیقات اجتماعی ایران، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۴۳.
- بلالی، اسماعیل، افشارکهن، جواد (۱۳۸۹)، «زیبایی و پول: آرایش و جراحی»، مجله مطالعات راهبردی زنان، شماره ۴۷، صص ۹۹-۱۴۰.
- بنی‌اسدی، حسن (۱۳۹۱)، «تأثیر جراحی زیبایی بینی بر تصور تن زنان»، مجله پوست و زیبایی، شماره ۴، صص ۲۰۱-۱۹۴.
- بهار، مهری، وکیلی قاضی جهانی (۱۳۹۰) «تحلیل گفتمان جراحی‌های زیبایی صورت»، فصلنامه زن در توسعه و سیاست، شماره ۱، صص ۹۲-۶۳.
- بیلیس، جان و استیو اسمیت (۱۳۸۳) جهانی شدن سیاست: روابط بین‌الملل در عصر نوین.

تهران: ابرار معاصر.

تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴) روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان، تهران: مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.

حاتمی، محمدرضا و مذهبی، سارویه (۱۳۹۰) «رسانه و نگرش زنان به هویت جنسیتی خود» فصلنامه تحقیقات اجتماعی ایران، شماره ۲، صص ۲۰۹-۱۸۵.

حسن پور، آرش و یزدخواستی، بهجت (۱۳۹۴) «پروبلماتیک زن بودگی: نمایش جنسیت و برساخت کلیشه‌های اخلاقی زنانه در سینمای ایران» مجله فرهنگ ارتباطات، شماره ۳۲، صص ۶۸-۳۳.

حیدر خانی، هاییل، حاجی آقایی، لیلا، رحمانی، غلامعباس (۱۳۹۲) «رابطه ابعاد سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در زنان»، فصلنامه علمی-پژوهشی زن و فرهنگ، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۵۵-۶۹. خالق پناه، کمال، رضایی، مرضیه (۱۳۹۳)، «عاملیت غیرجنسی زنانه در میانه تقابل‌های ساختاری: برساخت زنانگی در سینمای رخشان بنی اعتماد»، مجله جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، شماره ۱، صص ۱۱۳-۹۱.

خانیکی، هادی؛ گوهریان، الهام؛ رهبر، مصطفی (۱۳۹۲)، «تصویر ستاره در سینمای ایران (مطالعه موردی ستاره زن نیمه دوم دهه ۷۰)»، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۹، شماره ۳۳، صص ۵۶-۳۱.

خواجانه‌نوری، بیژن، روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۰)، «رابطه بین سبک زندگی و تصور از بدن: مطالعه موردی زنان شهر شیراز»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۱، صص ۱۰۳-۷۹. دادگران، سیدمحمد؛ جلیلیان، شهین (۱۳۹۰) «بررسی جایگاه اجتماعی زن در آثار فیلم‌سازان زن و مرد (کافه ترانزیت و زیر پوست شهر)»، مجله مطالعات رسانه، شماره ۲۶، صص ۸۴-۵۹. داودآبادی، مهدی؛ احمدی، فاطمه (۱۳۹۵)، «بازنمایی نقش زن در سینمای دفاع مقدس؛ از واقعیت تا نمایش»، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره ۲۷، صص ۱۱۶-۹۵. دلانتی، گرارد (۱۳۸۴) علم اجتماعی: فراسوی تعبیرگرایی و واقع‌گرایی، محمد عزیز بختیاری (مترجم)، تهران: دانش و اندیشه معاصر.

ذکایی، محمدسعید، قاراخانی، معصومه (۱۳۸۶)، «دختران جوان و ارزش‌های زنانگی»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۹، صص ۱۰۰-۷۳.

رادور، اعظم، زندی، مسعود (۱۳۸۵)، «تغییرات نقش زن در سینمای ایران»، مجله مطالعات جهانی رسانه، شماره ۲، صص ۲۸-۱.

راودراد، اعظم و الهی‌فر، کبری (۱۳۹۲)، «تماشاگری زن و لذت زنانه در سینما: خوانشی زنانه از فیلم تلم و لوئیس و واکنش پنجم»، مجله زن در فرهنگ و هنر، شماره ۳، صص ۳۰۶-۲۸۳.

رستگار خالد، امیر، مهدی، کاوه (۱۳۹۲) «زنان و پروژه زیبایی»، فصلنامه زن در توسعه و

- سیاست، شماره ۴، صص ۴۷۸-۴۵۳.
- رفعت جاه، مریم و هومن، نیلوفر (۱۳۹۴)، «تحلیل روایی و نشانه شناختی تصویر زن مطلقه در سینمای ایران»، زن در فرهنگ و هنر، دوره ۷، شماره ۴، صص ۴۲۱-۴۳۶.
- رفعت جاه، مریم، رهبری، لادن (۱۳۹۳)، «گونه‌شناسی اکتشافی برداشت از مفهوم زنانگی»، مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۲، صص ۳۱۱-۳۳۴.
- سراج زاده حسین، غلامرضا کاشی محمدجواد، هلالی ستوده مینا (۱۳۹۱)، «گفتمان جامعه پاک: شالوده شکنی سیاست نمایش بدن زنانه در دوره پهلوی»، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۶، صص ۵۰-۲۷.
- سفیری، خدیجه، گلبهاری، ندا (۱۳۹۲)، «رابطه بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن (در بین زنان و مردان ۲۰ تا ۵۹ سال ساکن تهران)»، دوره ۲۰، شماره ۱، صص ۳۹-۶۵.
- سلطانی گرد فرامرزی، مهدی (۱۳۸۵)، «نمایش جنسیت در سینمای ایران»، مجله زن در توسعه و سیاست، شماره ۱۴، صص ۹۲-۶۱.
- سلطانی گرد فرامرزی مهدی (۱۳۸۳)، «زنان در سینمای ایران»، مجله هنرهای زیبا، شماره ۱۸، صص ۹۸-۸۷.
- شاهنوشی، مجتبی؛ تاکی، علی (۱۳۹۰)، «تحلیل محتوای سه گانه مهرجویی (لیلا، سارا و بانو) پیرامون نقش زن در خانواده»، مجله فرهنگ و رسانه، شماره ۲۲۱، صص ۸۷-۱۰۸.
- شعاع، محسن، نیازی، محسن (۱۳۹۵)، «فرا تحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱، صص ۸۱-۶۱.
- شورت، ادموند سی (۱۳۸۷) روش‌شناسی مطالعات برنامه درسی، محمود مهرمحمدی و همکاران (مترجمان) تهران: سمت.
- شهبابی، محمود و اعطاف، وحید (۱۳۹۳)، «مطالعه پدیدارشناسانه نگرانی مردان از ابژه‌سازی و خود ابژه‌سازی زنان»، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۲، صص ۱۵۲-۱۲۶.
- صادقی فسایی، سهیلا، پروایی، شیوا (۱۳۹۵) «نحوه بازنمایی زن در زیست جهان مدرن در فیلم‌های اصغر فرهادی: مطالعه موردی چهارشنبه سوری، درباره‌الی و جدایی نادر از سیمین» سال ۸، شماره ۲ و صص ۱۴۷-۱۷۰.
- عبدالخانی، لنا و نصرآبادی، محمد (۱۳۹۰) «بازنمایی نقش زنان در سینما: سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی»، فصلنامه زن و فرهنگ، شماره ۱۰، صص ۹۶-۸۷.
- عبدلی، سمانه و محمدحسینی، نشرین (۱۳۹۴)، «سنتز پژوهی مولفه‌ها، ابزارها و روش‌های به‌کاررفته در ارزشیابی یادگیری الکترونیکی و ارائه الگوی جامع برای ارزشیابی آموزش الکترونیکی» فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، سال پنجم، شماره ۹، صص ۱۵۳-۱۷۹.

- عموزاده، محمد، اسنفدیاری، نسیم (۱۳۹۱)، «بازنمودن هویت اجتماعی در رسانه: بررسی روند تغییرات هویت اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب»، زن در فرهنگ و هنر، دوره ۴، شماره ۳، صص ۱۱۹-۱۳۸.
- فاتحی، ابوالقاسم، اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷)، «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن»، مطالعات راهبردی زنان، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۹-۴۲.
- فیلک، اووه (۱۳۸۸) در آمدی بر تحقیق کیفی، هادی جلیلی (مترجم)، تهران: نشر نی.
- قادرزاده، امید، قادرزاده، هیرش، حسن‌پناه، حسین (۱۳۹۱)، «تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی بر مدیریت بدن زنان»، فصلنامه زن و جامعه، شماره ۱۱، صص ۱۵۴-۱۲۵.
- قادری، طاهره، سیفی، مریم (۱۳۹۲)، «عوامل مرتبط با مدیریت نمایشی بدن»، فصلنامه برنامه‌ریزی، رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۵، شماره ۱۷، صفحه ۶۹-۱۰۴.
- کاوایانی، حسن و نصر، احمدرضا (۱۳۹۵)، «سنترپژوهی چالش‌های برنامه‌های درسی آموزش عالی کشور در دهه اخیر و راهکارهای پیش‌رو»، فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، سال هفتم، شماره ۱۳.
- کریمی، محمدتقی (۱۳۹۵)، «بازنمایی زن دوم در سینمای ایران»، مجله مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۶، صص ۲۰۷-۱۶۳.
- کولایی، الهه؛ بهبهانی، سیمین (۱۳۹۰)، «زنان و توسعه فرهنگی، پس از انقلاب اسلامی - با تأکید بر سینما»، مجله جهانی رسانه، شماره ۱۱، صص ۶۳-۴۸.
- مارش، کالین جی (۱۳۸۷) پژوهش تلفیقی: سنتزپژوی در روش‌شناسی مطالعات برنامه درسی، محمود مهرمحمدی و همکاران (مترجمان) تهران: سمت.
- محمد پور، احمد (۱۳۸۹) روش در روش، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- مرادی، علیرضا، زمانی، طوبی و کاظمی، علی (۱۳۹۱)، «سینما و تفاوت: بررسی نشانه‌شناختی فیم عروس آتش»، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۴، صص ۱۵۳-۱۳۱.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۷۸) سیاست نشانه‌ها: نشانه‌شناسی و بازسازی نظریه سیاسی، دانشگاه تهران.
- مهدیزاده، مهدی (۱۳۷۸) بولتن مرجع فمینیسم، تهران: انتشارات بین‌المللی الهدی.
- مهدی زاده شراره، رضایی فاطمه (۱۳۹۳)، «نقش متغیرهای میانجی در تأثیرگذاری تلویزیون‌های ماهواره‌ای بر مدیریت بدن دختران و زنان جوان»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، شماره ۲، صص ۲۰۵-۱۸۵.
- والنر، فریتز (۱۳۷۶) واقع‌گرایی سازنده. سهیل بیگدلی و پروانه خسروی زاده (مترجمان)، قم: دارالتحقیق بیگدلی.

### منابع لاتین:

Jackson, G.B., Methods for integrative reviews. Review of educational research, Vol. 50, (1980), pp. 438-460

Creswell, J., Educational research: Planning conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. Boston, MA: Pearson Education, Inc, (2012.)

