

Media Representation: The Role of Media In Establishing and Perpetuating Gender Stereotypes (A Study of Television Films on Gilan Local Network)

Zahra Khandan Choubari ¹, Reza Masoumirad ², Ali Yaqoubi Choubari ³

Received: Sep. 8. 2025; Accepted: April. 21. 2026

DOI: 10.22034/scm.2026.564998.1983

Abstract

The media is one of the ways of representing and constructing the world for the audience, which if they repeat it over time and in different forms, they can turn that representation into a stereotype. The purpose of this research is to investigate the way of gender representation in television movies, for which qualitative content analysis method was used. The community under investigation is four TV movies produced by the local network of Gilan with the names "Flame in the Wind", "The Prize", "Sun after the Rain" and "Roja". These four movies were among the most popular movies of the local network of Gilan, which were selected by the purposeful sampling method. The findings of the research, which were analyzed from the theoretical point of view of Connell and Tuchman, showed that all the four films under review represented gender stereotypes to different degrees. The film "The Sun After the Rain" and "Flame in the Wind" represent most of the traditional, hegemonic representations. The film "The Prize" is a combination of tradition and innovation in the representation of gender. And the movie "Roja" also tried to portray the existing resistances against gender stereotypes. These works are often evaluated as reproducing and stabilizing gender stereotypes, but nevertheless, in some works, changing trends in gender identities are depicted.

Keywords: Gender Stereotypes, Masculinity and Femininity, Representation, Television

¹ Master's student in Sociology, Faculty of Literature and Sciences, University of Gilan, Iran
zahra.khandan47@gmail.com

² Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Gilan, Iran; Corresponding Author; Masoumirad@guilan.ac.ir

³ Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Gilan, Iran; a.yaghoobi@guilan.ac.ir

Introduction

Representation is not only limited to illustration, but also plays a fundamental role in building public understanding of reality. The media recreates the world for the audience with a specific selection of events, specific modes of narration and ideological framing (Tuchman, 1978: 11). If the media insist on representing reality in a certain way and repeat it over time and in different forms, they can turn that representation into a stereotype (Sadeghi, 2023). Gender stereotyping, i.e. the idea or thinking of the mold, which refers to the pre-formed mentality in the collective thoughts of groups of society, and prevents people from judging and knowing rationally about others (Giddens, 2012: 56). From this point of view, stereotypes are tools for constructing specific meanings that legitimize the existing gender order. Representations operate within discourses, and discourses are tools for exercising power. Each representation makes versions of reality appear natural, while it may be directional and ideological.

Based on this, television, as one of the means of mass communication that has a large audience, is one of the fundamental factors in the socialization of people in the society. Therefore, it is necessary to know what programs and with what themes the media, especially television, produce and broadcast for the people. Therefore, considering the importance of gender stereotypes in people's lives, it is considered necessary and important to study and examine it in TV movies. Many researchers have investigated gender representation in Iranian television movies, which shows the importance of this issue among researchers, but still, few researches have been conducted on this issue at the level of local and provincial networks, and especially that gender representation in the local network of Gilan has been left out of view. Therefore, in this research, we intend to investigate the way of gender representation in the television movies of the local channel of Gilan province. The main questions of this research are:

- What is the gender order governing the TV movies of the local channel of Gilan ?
- What are the discourses and ideologies of masculinity and femininity that represent and define gender roles?
- What aspects of gender stereotypes are highlighted or ignored in the process of representation?

Theoretical Framework

Feminism peaked in America in 1960 and in Europe in the early 1970s, and spread throughout the world in the next two decades (Yaghobi et al., 2011: 2). Feminist theory is a part of a field of research about women that implicitly or formally presents a broad and general system of thought about the fundamental characteristics of social life and human experience from a woman's perspective (Ritzer, 2012: 640). Feminism is the theory of women's movement. This theory describes the world of men and women as a social and political phenomenon. Humans learn to be male or female (Seidman, 2013: 213).

One of the first feminist works on gender stereotypes in the media was done by the sociologist and communication researcher, Gay Tuchman. He presented an important theory called "symbolic elimination of women" in the 1970s. This theory was developed in response to the way women are represented in the media, especially television and the press. In his opinion, the media eliminate women through two main methods; Real deletion and symbolic deletion. In real exclusion, women are completely absent from the media scene, while in symbolic exclusion, women are either portrayed in a stereotypical, demeaning, or superficial way, or given stereotypical and unimportant roles. Women are excluded from the field of meaning, action, power and voice-making (Tuchman, 1987). The theory of "hegemonic masculinity" presented by Ravi Connell provides a suitable perspective for the analysis of men's representation in the media. In the book "Gender and Power" (1987) and "Masculinities" (1995), he proposes one of the most fundamental theoretical interpretations of gender. His approach has been particularly influential in sociology, as he has integrated the concepts of patriarchy and masculinity into a comprehensive theory of gender relations. According to Connell, masculinities are a major part of the gender order, and cannot be understood apart from it, or apart from the femininity that is associated with it (Yaghobi, 2014: 196). Connell defines hegemonic masculinity as a model of masculinity that is recognized as superior and more legitimate than other forms of masculinity and femininity. Characteristics such as dominance, authority, rationality, controlled violence, competitiveness and independence are prominent in this model (Connell, 1995).

Although these two theories deal with the issue of gender from two different perspectives (elimination of women and stabilization of masculinity), when combined with each other, they can provide a complete and multi-layered picture of how gender dominance is reproduced in the media. Both theories address the ways in which social structures reproduce gender inequality in the media. In this

structure, according to Tuchman's (1978) theory, the media not only reduces women to subordinate roles, but according to Connell's (1995) theory, it also makes men appear in a special form of legitimate power. In other words, hegemonic masculinity is a tool for the symbolic exclusion of women.

Methodology

According to the purpose of the current research, the researcher intends to conduct a qualitative study in this field and the qualitative content analysis method has been used. In this research, the unit of analysis and the recording unit include the scene, dialogue, or visual action in which gender stereotypes, female or male roles, and interactions related to gender are represented. The research community in this research, including four TV movies of the local channel of Gilan with the names of "Flame in the Wind", "The Prize", Roja and "Sun after the Rain", were selected. The four selected films were among the most popular films of the local network of Gilan, which were selected using the purposeful sampling method. In this research, data were collected qualitatively through observation, multiple review of videos, implementation of interviews, and analytical note taking. All the dialogues of the characters, the way male and female characters are represented, the way they interact with each other, and non-verbal signs have been examined and extracted. For data analysis, the coding process has been used. In this research, the analysis is based on analogical and inductive approach. In some cases, the concepts and categories from the research conducted in the field of gender stereotypes were used by the researchers, and these concepts were taken from Tachman and Connell's theories as a premise, and in other cases, they were extracted from the data. In this way, in order to answer the sub-questions of the current research, common categories in the field of gender stereotypes were identified.

Findings

The most central categories extracted after a careful observation of the reviewed films include the following:

- **Hegemonic masculinity** :In the movies that were examined in this research, there are scenes where men have the role of the final decision-maker in the family and they consider this right to be natural and taken for granted. The concept of hegemonic masculinity mentioned by Connell (1995) can be seen in this film, where the man is presented as the superior and possessor of power and the woman is dominated and subordinated to him.

- **Symbolic Annihilation of Women** :Women lack any independent identity outside the home. All her actions are defined in the role of "wife", "mother", "sister". .And when they want an independent identity for themselves, they are faced with humiliating language. In Tuchman's (1978) theory, this type of speech is an example of the symbolic removal of women from the field of knowledge and social power.
- **Emphasized Femininity** :Connell (1995) refers to the concept of "emphatic feminism" as a form of femininity that highlights the traditional gender roles of women. The character of women Is represented without active action and only has an emotional and supportive role in a critical situation. From the point of view of Connell (1995), this type of femininity is an example of emphatic femininity that does not actively act against the crisis.
- **Oppositional Femininity** :In some cases films have tried to break stereotypes and there are scenes or characters that resist the dominant patterns. Connell (1995) analyzes this situation as a confrontation between resistance feminism and hegemonic masculinity; Where women challenge traditional roles and fight for Independence and social power. This theme deals with the conscious efforts of female characters to challenge dominant patterns. Resistive feminism refers to actions that reject masculine norms and emphatic feminism.

Conclusion

Identifying these stereotypes in local works is a fundamental step in the direction of moving away from center-oriented patterns and a more accurate understanding of the cultural dynamics of local and marginal media. In relation to the questions of the present research, it can be said that in the four analyzed films, gender stereotypes can be seen, which are mainly in the framework of traditional stereotypes that stabilize male and female roles. This representation is completely in line with Tuchman's (1978) theory, which mainly places women in marginal, limited and neglected roles, on the other hand, many important aspects are neglected in the representation of gender stereotypes. For example, the diversity of masculinity and femininity is less seen in the text of movies. According to Connell's theory (1995), the dominant discourse of masculinity in these films is hegemonic masculinity. Men's resistance to gender changes or redefinition of roles is clearly seen in movies like "Roja" and "Flame in the Wind". The dominant discourse of femininity is emphatic femininity, which highlights values such as sacrifice, patience, silence, and obedience as feminine traits. Therefore, gender representation in movies carries conservative and patriarchal ideologies that

help to stabilize the existing gender order. These ideologies act as normative models that portray the expected behaviors of men and women as "natural" and "normal". According to Tuchman's theory (1979), such representations that exclude or limit women play a significant role in reproducing gender inequality and indirectly affect social attitudes and behaviors. By repeatedly showing such messages, these films represent established gender norms as natural and unchangeable. The stereotypical representation of gender in the four selected films shows the continuation and consolidation of hegemonic masculinity and submissive and caring femininity. More diverse and complex aspects of gender that could redefine gender roles and dominant discourses have been significantly neglected. Conservative gender ideologies in the text of stories not only help to maintain the traditional gender order, but also limit new gender discourses and plural social roles.

According to the findings of the present research, It seems necessary to pay more attention to a more diverse representation of women and men In local productions in the local networks of Gilan. The representation of Gilani women and men should not be restricted by traditional stereotypes while preserving and honoring the native culture, and their contemporary abilities should be displayed in various fields. Writers and directors should be Invited to add to the narrative richness of local productions by creating complex, independent and effective female characters In public spheres and portraying non-stereotypical masculinities. It Is suggested that the Gilan provincial network, with the participation of gender studies experts, formulates an ethical and professional charter for fair gender representation and requires compliance with it for all domestic productions.

References

- Aghababayi, E., & Zohrani, D. (2023). Gender representation in the posters of best-selling Iranian films of the last fifty years. *Women in Culture and Art*, 7(3), 295–312. [In Persian]
- Aghabozorgi Zadeh, S., Sohrab Zadeh, M., & Babaei Fard, A. (2022). Representation of women's social status in popular Iranian cinema of the 1980s. *Contemporary Sociological Research*, 14(26), 279–299. [In Persian]
- Ahmadi, S., Aghili, S. V., Mahdi Zadeh, S. M., & Mozaffari, A. (2015). Media and the construction of women's gender identity: A case study of the representation of women's gender identity in the TV series *Zamaneh* and *Tekyeh bar Bad*. *Communication Research*, 22(1), 35–56. [In Persian]
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Beheshti, S. S., Heydari, A., & Modabbernejad, A. (2021). Modeling the impact of media on gender role expectations: A study of people aged 15 and above in Yasuj. *Strategic Research on Social Issues in Iran*, 2(33), 73–89. [In Persian]
- Bichranlou, M., Shabani, M., & Barakat, B. (2017). Representation of women in the TV series Shahrzad from the perspective of sociolinguistics. *Women in Culture and Art*, 9(4), 464–489. [In Persian]
- Cameron, D. (2020). Performing gender Identity in media language. *Journal of Language and Social Psychology*, 39(2), 143–158. <https://doi.org/10.1177/0261927X20900632>
- Collins, R. L. (2011). Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go? *Sex Roles*, 64(3), 290–298. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9929-5>
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W. (2001). "Understanding Men: Gender Sociology and the New International Research on Masculinities" *Social Thought & Research*, Vol. 24, No. 1/2, The Politics of Gender, pp. 13–31 (19 pages).
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- D. Jones, Marcus (2004). "Gender and Gender Roles". *Callaloo*, Vol. 27, No. 1, Faces and Voices of Coyolillo, an Afromestizo Pueblo in Mexico, pp. 80–85 (6 pages).
- Farhadi, M., & Golgiri, R. (2020). *Gender studies (An introduction to the politics of the body)*. Tehran: Arna Publications. [In Persian]
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972–1977*. Edited by C. Gordon. Pantheon Books.
- Furnham, A., & Paltzer, S. (2010). The portrayal of men and women In television advertisements: An updated review of 30 studies published since 2000. *Scandinavian Journal of Psychology*, 51(3), 216–236. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.2009.00772.x>
- Garcia-Muñoz, N., & Fedele, M. (2011). Gender representation in teen TV series: The case of Spain. *Journal of Children and Media*, 5(3), 331–347.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29.
- Giddens, A. (2007). *Selections from sociology: An introduction* (H. Chavoshian, Trans.). Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hall, S. (1996). *Who needs identity?* In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1–17). Sage.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications.

- Hosseini, J. (2005). *Stars of masculinity and the masculinity of stars: A study of changing patterns of masculinity among male stars of Iranian cinema (Master's thesis)*. University of Gilan. [In Persian]
- Karami, M. T., & Goudarzi, N. (2021). Representation of gender in Iranian cinema. *Studies and Social Research in Iran*, 9(1), 4–125. [In person]
- Karimi Firoozjaei, A., & Jamshidi, F. (2019). Representation of gender discourse in cinematic films (Case study: Rag Khāb). *Journal of Sociolinguistics*, 2(4), 9–23. [In Persian]
- Karimi, J., Qalipour, S., & Houri, M. (2021). The image of women in cinema: An analysis of ten Iranian films from the 1980s. *Women in Culture and Art*, 12(2), 231–250. [In Persian]
- Kasraei, M. S., & Mehrvarzi, P. (2017). Representation of women's social roles in post-revolutionary Iranian cinema: A case study of two films. *Cultural Research Society*, 4(26), 159–192. [In Persian]
- Kazemi, A., & Nazer Fasihi, A. (2007). Representation of women in a television commercial. *Women's Research*, 5(3), 13–138. [In person]
- Khadem ol-Fogharaei, M., & Kianpour, M. (2025). Transformations in the representation of female characters in Oscar-winning films and their relation to female gender stereotypes. *Cultural Studies and Communications*, 21(78), 119–156. [In Persian]
- Lauzen, M. M. (2021). The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2020. Center for the Study of Women In Television and Film. <https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp->
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Article 20.
- Mirzaei Ojaney, F., Ronaghi, M., & Dehghan Shad, H. (2024). Representation of dominant cultural patterns on women's society in Abbas Kiarostami's cinema based on Barthes' semiotics. *Journal of Society, Culture and Media*, 13(5), 145–170. [In Persian]
- Moini Far, H. S. (2009). Representation of gender stereotypes in the media: A case study of the incident page of Hamshahri newspaper. *Cultural Research Quarterly*, 2(7), 197–167. [In Persian]
- Momeni Rad, A. (2018). Qualitative content analysis in research practice: Nature, stages, and validity of results. *Educational Measurement Quarterly*, 4(14), 187–222. [In Persian]
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2012). *Living with Television Now: Advances in Cultivation Theory and Research*. Peter Lang.
- Parsons, T., & Bales, R. F. (1955). *Family, Socialization and Interaction Process*. Free Press.
- Piri, H., Yaghoubi, A., & Piri, A. (2016). Representation of masculinity in Ilam local network. *Cultural Research Journal*, 7(1), 65–104. [In person]
- Ranjbar, F. (2025). A review of feminist film theory: Characterization, visual, audio, and narrative structure with reference to the views of de Lauretis. *Interdisciplinary Studies in Literature, Art and Humanities*, 5(3), 287–310. [In Persian]
- Rezaei, M., & Kazemi, A. (2005). The politics of gender on Iranian television in 2004. *Women's Research*, 6(3), 85–112. [In Persian]

- Ritzer, G. (2014). *Sociological theory in the contemporary era* (M. Salasi, Trans.) Elmi Publications. (Original work published 2013). [In Persian]
- Ruby, J. (2007). "Women in Media" Off Our Backs, Vol.37, No. pp.14-16, (3pages).
- Sadeghi Fasaei, S., & Karimi, S. (2004). A gender analysis of the representation of family structure in Iranian television series. *Women's Studies*, 4(3), 83-109. [In Persian]
- Sadeghi, A. A. (2023). *An introduction to three important keywords in media literacy: Representation, persuasion, and stereotyping*. Retrieved July 5, 2023, from <https://civilica.com/note/765/> [In person]
- Scharrer, E. L. (2013). Representations of gender in the media. . *The Oxford handbook of media psychology*, 267-284.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE Publications.
- Seidman, S. (2013). *Conflict of opinions in sociology*. Translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing.
- Seidman, S. (2013). *Contested knowledge in sociology* (H. Jalili, Trans). Nashr-e Ney. [In Persian]
- Signorielli, N., & Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40(7-8), 527-544.
- Smith, S. L., Choueiti, M., Pieper, K., Case, A., & Choi, A. (2019). Inequality in 1,300 Popular Films: Examining Portrayals of Gender and Race/Ethnicity from 2007 to 2017. USC Annenberg Inclusion Initiative. <https://annenberg.usc.edu/research/aii/inclusion-study>
- Tuchman, G. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Tuchman, G. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Tuchman, G. (1979). *Women's Depiction by the Mass Media*. 1979; University of Chicago Press. *Journal of Women in Culture and Society*, 42-528.
- Turner, J. S. (2010). Sexualization of female characters in video games: A content analysis of female portrayals In video games over time. *Sex Roles*, 62(11-12), 734-746. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9761-2>
- Wood, J. T. (1994). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*. Wadsworth Publishing.
- Yaghoubi, A. (2011). *A comparative study of masculinity culture in the ethnic groups of Gilan province (Doctoral dissertation)*. University of Isfahan. [In Persian]
- Yaghoubi, A. (2014). *Theories of masculinity: With an emphasis on sociological approaches*. Tehran: Pazhwak Publications. [In Persian]
- Zamani, S., Nikkhah Qamsari, N., & Basirian Jahromi, H. (2018). Semiotics of gender in the film Banoo. *Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 1(2), 89-106. [In Persian]
- Zein al-Abedini, P., & Shafieiun, H. (2023). Gender stereotyping and the representation of women in Iranian cinema. *Scientific Quarterly of Sociology of Culture and Art*, 5(2), 19-35. [In Persian]



سال پانزدهم / بهار ۱۴۰۵

مقاله پژوهشی

بازنمایی رسانه‌ای؛ نقش رسانه در تثبیت و تداوم کلیشه‌های جنسیتی (مطالعه فیلم‌های تلویزیونی شبکه محلی گیلان)

زهره خندان چوبری^۱، رضا معصومی راد^۲، علی یعقوبی چوبری^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۹/۰۴، تاریخ تایید: ۱۳۹۵/۰۲/۰۵

DOI: 10.22034/scm.2026.564998.1983

چکیده

رسانه‌ها یکی از مجاری بازنمایی و برساخت جهان برای مخاطبان هستند، که اگر در طول زمان و به اشکال مختلف آن را تکرار کنند، می‌توانند آن بازنمایی را به کلیشه تبدیل کنند. هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی نحوه بازنمایی جنسیتی، در فیلم‌های تلویزیونی است که برای انجام آن، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. جامعه مورد بررسی، چهار فیلم تلویزیونی از تولیدات شبکه محلی گیلان با نام‌های «شعله در باد»، «جایزه»، «آفتاب بعد از بارون» و «روجا» است. این چهار فیلم از پرمخاطب‌ترین فیلم‌های شبکه محلی گیلان بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش که با دیدگاه نظری کانل و تاجمن مورد تحلیل قرار گرفتند، نشان داد که هر چهار فیلم مورد بررسی با درجاتی متفاوت به بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی پرداخته‌اند. فیلم «آفتاب بعد از بارون» و «شعله در باد»، بیشتر بازنمایی‌های سنتی، همونیک و تثبیت‌شده مردانه و زنانه را دارند و کلیشه‌های جنسیتی غالب را بازتولید می‌کنند. فیلم «جایزه» ترکیبی از سنت و نوآوری در بازنمایی جنسیت است و تضادهای ناشی از گذارهای جنسیتی از سنتی به مدرن را به تصویر می‌کشد و فیلم «روجا» نیز سعی نموده تا مقاومت‌های موجود در برابر کلیشه‌های جنسیتی را به تصویر بکشد و نوعی پویایی و سیالیست را در برابر ساختارهای همونیک مردانه و زنانه‌گرایی تأکیدی را بیان کند. این آثار اغلب در قامت بازتولیدکننده و تثبیت‌کننده کلیشه‌های جنسیتی ارزیابی می‌شوند، اما با این حال در برخی از آثار روندهای تغییر در هویت‌های جنسیتی به مثابه یک مسأله نیز به تصویر کشیده می‌شود.

واژه‌های کلیدی: بازنمایی، تلویزیون، جنسیت، کلیشه‌های جنسیتی، مردانگی و زنانگی

^۱ . دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران.
zahra.khandan47@gmail.com

^۲ . استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران؛ نویسنده مسئول
Masoumirad@guilan.ac.ir

^۳ . دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران؛ a.yaghoobi@guilan.ac.ir

۱. مقدمه و بیان مسئله

پسر یا دختر به دنیا آمدن پیامدهای بسیار ژرف و مهمی در همه ابعاد زندگی فرد برجای می‌گذارد. از انتظاراتی که دیگران در جامعه از هر جنس دارند تا رفتار متفاوت و به تبع آن انتظار و رفتار اجتماعی و نهادی شده متفاوت خود فرد در برابر جنسیت‌اش. این امر صرف نظر از جامعه‌ای که فرد در آن متولد شده است در همه جا کم و بیش صادق است (گل‌گیری و فرهادی، ۱۴۰۰: ۸۱). تمایز مهمی میان جنس^۱ و جنسیت^۲ وجود دارد. به طور کلی جامعه‌شناسان از اصطلاح جنس برای اشاره به آن دسته از تفاوت‌های کالبدی و فیزیولوژیک استفاده می‌کنند که بدن مرد و زن را تعریف و مشخص می‌کنند. در مقابل، جنسیت به افکار و مفاهیمی درباره مردانگی^۳ و زنانگی^۴ مربوط می‌شود که به صورت اجتماعی برساخته می‌شوند؛ و ضرورتاً محصول مستقیم جنس زیست‌شناختی فرد نیست (گیدنز، ۱۳۹۲: ۵۶). رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی‌شدن^۵ دوران مدرن هستند که به طور مستقیم و غیرمستقیم مخاطبان را از هنجارها، باورها و انتظارات فرهنگی آگاه می‌کنند. مهم‌ترین پیام‌هایی که از طریق رسانه‌ها و به خصوص تلویزیون به مخاطبان منتقل می‌شود، پیام‌هایی درباره جنسیت است. تلویزیون می‌تواند ادراکات درمورد مردانگی و زنانگی را شکل دهد (اسچرر، ۲۰۱۳: ۹).

بازنمایی^۶، تنها محدود به تصویرسازی نیست، بلکه در ساختن درک عمومی از واقعیت نیز نقش اساسی دارد. رسانه‌ها با انتخاب خاص از وقایع، شیوه‌های خاص روایت و چارچوب‌بندی ایدئولوژیک، جهان را برای مخاطبان بازسازی می‌کنند (تاچمن، ۱۹۷۸: ۱۱). اگر رسانه‌ها در بازنمایی از واقعیت به شکلی خاص اصرار بورزند و در طول زمان و به اشکال مختلف آن را تکرار کنند، می‌توانند آن بازنمایی را به کلیشه^۷ تبدیل کنند (صادقی، ۱۴۰۲). کلیشه‌سازی جنسیتی^۸، یعنی تصور یا تفکر قالب، که به ذهنیت از پیش تشکیل شده در افکار جمعی گروه‌هایی از جامعه اشاره دارد، و مانع از قضاوت و شناخت منطقی افراد نسبت به دیگران می‌شود (گیدنز، ۱۳۹۲: ۵۶). از این منظر، کلیشه‌ها ابزارهایی هستند برای ساخت معناهایی خاص که نظم جنسیتی^۹

^۱ Sex

^۲ Gender

^۳ Masculinity

^۴ Femininity

^۵ Socialization

^۶ Representation

^۷ Stereotype

^۸ Gender Stereotypes

^۹ Gender Order

موجود را مشروعیت می‌بخشند (هال، ۱۹۹۶). بازنمایی‌ها در چاقوب گفتمان^۱‌ها عمل می‌کنند و گفتمان‌ها ابزاری برای اعمال قدرت هستند. هر بازنمایی نسخه‌ای از واقعیت را طبیعی جلوه می‌دهد در حالیکه ممکن است جهت‌دار و ایدئولوژیک باشد (فوکو، ۱۹۸۰: ۱۳۱؛ هال، ۱۹۹۷: ۴۹). قالب‌بندی^۲، ساختارهای ذهنی‌ای هستند که افراد از آن‌ها برای درک و تفسیر رویدادها استفاده می‌کنند. رسانه‌ها از این قالب‌ها برای جهت‌دهی به ذهن مخاطب و تفسیر رویدادها بهره می‌برند (گافمن، ۱۹۷۴: ۲۱). رسانه‌ها از طریق نمایش مستمر رفتارهای خاص زنانه‌بودن^۳ یا مردانه‌بودن^۴، در شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی موثرند (بندورا، ۱۹۹۷: ۲۲). رسانه می‌تواند نقش‌های زنانه و مردانه را به شیوه‌ای خاص بازنمایی کند که موجب تثبیت یا چالش کلیشه‌ها شود (پارسونز، ۱۹۵۵: ۶۱؛ وود، ۱۹۹۷: ۳۱). زنان بیشتر در نقش‌های زن، مادر، همسر، زیبا، ضعیف، وابسته و مردان به‌عنوان قهرمان، فعال، خشن، نان‌آور ظاهر می‌شوند (رضایی، ۱۳۸۴؛ معینی‌فرد، ۱۳۸۴؛ میرزایی اوجانی، ۱۴۰۳). زنان در نقش‌های کلیشه‌ای که وابسته به مردان هستند و صرفاً در محیط خانه نشان داده می‌شوند. و مردان نیز به‌عنوان جنس خردمند و توان‌تر نشان داده شده‌اند که نشان‌دهنده گفتمان مردسالاری^۵ است (صادقی‌فسایی، ۱۳۸۳؛ کاظمی، ۱۳۸۴). این تصاویر از زنان، به هژمونی^۶ مردسالار کمک کرده است، رسانه‌ها هنوز عمدتاً توسط مردان کنترل می‌شوند (روبی، ۲۰۰۷: ۱). معمولاً پوشش رسانه‌ای به نفع مردان و موضوعات مربوط به مردان است و تقریباً بر بالاترین لایه‌های سلسله مراتب شغلی و اجتماعی تمرکز می‌کنند، که در آن‌ها نمایندگی زنان ضعیف باقی مانده است (دی جونز، ۲۰۰۴: ۲). رسانه‌ها در تلاش هستند تا شکل خاصی از مردانگی را تأیید و تقویت کنند تا پدرسالاری^۷ حاکم بر روابط جنسیتی همچنان مشروع باقی بماند (پیری و همکاران، ۱۳۹۵؛ حسینی، ۱۳۸۶). نشانه‌های باورهای سنتی پدر سالارانه و مردسالارانه‌ای در فیلم‌ها وجود دارد و تلویزیون بیشتر مروج ارزش‌های سنتی و افزایش تفکیک نقش جنسیتی‌اند (بهشتی و همکاران، ۱۴۰۰؛ زمانی و همکاران، ۱۳۹۷). از این رو، تلویزیون نه صرفاً به‌عنوان یک رسانه اطلاع‌رسان، بلکه به‌عنوان یک منبع اصلی روایت‌های اجتماعی عمل

^۱ Discourse

^۲ Farming

^۳ Being female

^۴ Being male

^۵ Menocracy

^۶ Hegemonie

^۷ Human-man

می‌کند که در بلندمدت، واقعیت اجتماعی را برای مخاطبانش شکل می‌دهد (مورگان و سیگنوریلی، ۱۹۸۰: ۱۴).

بر این اساس، تلویزیون به عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی که مخاطبان بسیار زیادی دارد، یکی از عاملین بنیادین در جامعه‌پذیری افراد جامعه است. از این رو، ضروری است تا اطلاع داشته باشیم اصحاب رسانه و به خصوص تلویزیون چه برنامه‌هایی و با چه مضامینی برای مردم تولید و پخش می‌کنند. و از سوی دیگر، برخی محققان بازنمایی جنسیتی در فیلم‌های تلویزیونی ایران را مورد بررسی قرار دادند که بیانگر اهمیت این موضوع در بین پژوهشگران است، اما با این حال پژوهشهای اندکی در مورد این موضوع در سطح شبکه‌های محلی و استانی انجام گرفته است که به نظر می‌رسد نتوانستند حق مطلب را به درستی ادا کنند، و به خصوص اینکه بازنمایی جنسیتی در شبکه محلی گیلان از نظر دور مانده است. بر این مبنا، پژوهش حاضر به یک پدیده‌ی کمتر کاوش‌شده در حوزه‌ی رسانه‌های محلی توجه می‌کند. کلیشه‌های جنسیتی که در رسانه‌های اصلی و پرمخاطب (مرکز) می‌بینیم، صرفاً محدود به آن رسانه‌ها نیستند، بلکه در رسانه‌های محلی و کوچک‌تر (حاشیه‌ای) نیز تداوم می‌یابند. این پدیده نشان می‌دهد که چگونه قدرت فرهنگی رسانه‌های بزرگ می‌تواند بر رسانه‌های کوچک‌تر نیز تأثیر بگذارد. الگوهای بازنمایی جنسیتی که در رسانه‌های ملی و پرمخاطب مشاهده می‌شود، نه تنها در رسانه‌های استانی و محلی نیز به اشکال مشابهی بازتولید می‌گردند، بلکه گاهی با همان ظرافت‌ها یا حتی با تأکید بیشتری تکرار می‌شوند. این بازتولید و تداوم در رسانه‌هایی که دسترسی و تأثیرگذاری محدودتری دارند، خود پرسش‌های جدیدی را در مورد چگونگی نفوذ الگوهای فرهنگی غالب و اهمیت محتوای رسانه‌های محلی در شکل‌دهی به نگرش‌های جنسیتی در سطوح منطقه‌ای مطرح می‌سازد. لذا، این پژوهش تلاش دارد تا با تحلیل فیلم‌های تلویزیونی شبکه محلی گیلان، ضمن شناسایی این بازتولید، به چگونگی تداوم آن در بستر رسانه‌ی محلی و استانی بپردازد و بدین ترتیب، به درک جامع‌تری از گستردگی و عمق کلیشه‌های جنسیتی در فضای رسانه‌ای کشور دست یابد. سؤالات اصلی این تحقیق عبارت‌اند از:

- نظم جنسیتی حاکم بر فیلم‌های تلویزیونی شبکه محلی گیلان چگونه است؟
- چه گفتمان‌ها و ایدئولوژی‌های مردانگی و زنانگی‌ای در فیلم‌های محلی استان وجود دارند که نقش‌های جنسیتی را تثبیت و تداوم می‌بخشند؟

- در فیلم‌های مورد مطالعه چه جنبه‌هایی از کلیشه‌های جنسیتی در فرایند بازنمایی، برجسته و یا نادیده گرفته می‌شوند؟

۲. پیشینه پژوهش

کسرای و مهرورزی (۱۳۹۶)، در پژوهشی با هدف بررسی نحوه بازنمایی جنسیت، دو فیلم پرمخاطب «یه حبه قند» و «فروشنده»، انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که بازنمایی زنان در فیلم‌ها در راستای تحکیم و تثبیت کلیشه‌های جنسیتی جامعه ایران است، و مردان به صورت متفکر و زنان به صورت منفعل بازنمایی شده‌اند. این پژوهش نتیجه‌گیری می‌کند که سنت و باورهای متعلق به گفتمان مردسالار نقش اساسی در نحوه بازنمایی جنسیت در فیلم‌ها دارند. بیچرانلود و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود با بررسی بازنمایی جنسیتی در سریال شهرزاد نشان دادند که در این سریال شاهد بازنمایی و کنترل زنان، فرادستی مردان در برابر فرودستی زنان هستیم. این پژوهش نتیجه‌گیری می‌کند که جنسیت‌زدگی این بازنمایی‌ها مبتنی بر ایدئولوژی و گفتمان مردسالاری در جامعه است.

کرمی و گودرزی (۱۴۰۰)، پژوهشی با عنوان «بازنمایی جنسیت در سینمای ایران» انجام دادند که در آن نقش‌های جنسیتی در فیلم «سعادت آباد» بررسی شد. یافته‌ها نشان داد که زنان بیشتر در نقش‌های خانه‌داری، نداشتن استقلال و وابستگی نمایش داده شده‌اند و در مقابل، رفتارهای پر خطر و کم اهمیت بودن اخلاق و بی‌اعتنایی به عرصه خصوصی از ویژگی‌های مردانگی محسوب می‌شود. همچنین رسانه‌ها سعی می‌کنند معیارهایی از زنانگی برتر را در قالب خانه‌داری و حضور در آشپزخانه، حمایت‌گری و ایثارگری زنان را بر ساخته کنند. کریمی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی مشابه دریافتند که در بازنمایی جنسیت ویژگی‌های هر دو گفتمان مدرن و سنتی به صورت همزمان حضور دارند.

زین‌العابدینی و شفیعیون (۱۴۰۲)، پژوهشی با عنوان «کلیشه‌سازی جنسیتی و بازنمایی زنان در سینمای ایران» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که کلیشه‌های جنسیتی خبر از تفاوت‌های زیاد بین زن و مرد می‌دهند. نقش زن را به عنوان فردی ضعیف نشان می‌دهند. زنان در اکثر فیلم‌ها قدرت تصمیم‌گیری ندارد و اثری از قهرمان زنانه در فیلم‌ها نیست. رنجبر (۱۴۰۴)، در پژوهش خود با الهام از نظریات فمینیستی نشان داد که تصویر معیار زنانگی در فیلم‌ها که با نام زن معمولی شناخته می‌شود زنی است که استعلائی مرد را محقق می‌کند. رسانه

از پیش تعیین می‌کند که چگونه باید به زن نگریست. خادم‌الفرای و کیانپور (۱۴۰۴)، نشان دادند کلیشه‌های ساده معمولاً کم‌رنگ هستند، اما کلیشه‌های پیچیده نقش پر رنگ‌تری در فیلم‌ها دارند.

گاریکا (۲۰۱۱)، در پژوهش خود با عنوان «بازنمایی جنسیتی در سریال‌های تلویزیونی نوجوانان: مورد اسپانیا» نشان دادند که شخصیت‌های مردان اغلب فعال، مستقل و خلاق بازنمایی شده‌اند. و دختران بیشتر در نقش‌های احساسی، زیباشناختی و وابسته به روابط عاطفی دیده شده‌اند. کلیشه‌های سنتی جنسیتی در قالب‌های مدرن بازتولید شده‌اند. اسمیت (۲۰۱۹)، معتقد بود کلیشه‌های سنتی مانند زن ضعیف، زن خانه‌دار یا جنسیتی بیش از حد نمایان بودند. کامرون (۲۰۲۰)، در پژوهش خود نشان داد که رسانه‌ها اغلب هویت‌های جنسیتی را از طریق زبان جنسیت‌زده بازنمایی می‌کنند. استفاده از زبان خنثی جنسیتی به عنوان راهکاری برای کاهش این کلیشه‌ها پیشنهاد شد. لاوون (۲۰۲۱)، در پژوهشی دریافتند که زنان کمتر در نقش‌های تصمیم‌گیر یا حرفه‌ای حضور داشته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهند که تلویزیون آمریکا هنوز در بازنمایی و مشارکت جنسیتی دچار نابرابری جدی است.

با مرور پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی می‌توان گفت که هر دو حوزه عمدتاً از روش‌های کیفی مانند تحلیل محتوای کیفی، تحلیل نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان بهره برده‌اند. مهمترین یافته مشترک، تأیید وجود و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی در رسانه است. این اجماع وجود دارد که رسانه‌ها در شکل‌دهی به واقعیت اجتماعی و تثبیت روابط قدرت جنسیتی نقش فعالی ایفا می‌کنند. پژوهش‌های داخلی به طور خاص بر ریشه‌های این بازنمایی در سنت و گفتمان پدرسالار حاکم بر جامعه تأکید می‌کنند. پژوهش‌های خارجی، علاوه بر تأیید کلیشه‌ها، به تغییر شکل و شیوه بیان کلیشه‌های جنسیتی در قالب‌های مدرن و همچنین نابرابری ساختاری در صنعت رسانه می‌پردازند. همان‌طور که اشاره شد علی‌رغم توجه پژوهشگران به بازنمایی جنسیتی در فیلم‌های تلویزیونی ایرانی، پژوهش‌های اندکی در مورد این موضوع در سطح شبکه‌های محلی و استانی انجام گرفته است، و به خصوص اینکه بازنمایی جنسیتی در شبکه محلی گیلان از نظر دور مانده است. بر این اساس، وجه تمایز این طرح با سایر کارهای انجام شده در این زمینه این است که از منظر بومی، تحلیل کلیشه‌های جنسیتی در تولیدات شبکه محلی گیلان را مورد توجه قرار داده است. این تحقیق تلاش دارد این خلأ پژوهشی را پر کند و نشان دهد که پدیده‌ی بازتولید کلیشه‌های جنسیتی، مختص رسانه‌های جریان اصلی

نیست، بلکه به عنوان یک الگو، در رسانه‌های محلی و حاشیه‌ای نیز قابل مشاهده است؛ امری که ضرورت واکاوی عمیق‌تر این رسانه‌ها را ایجاب می‌کند. تمرکز ویژه بر روی شبکه محلی، با توجه به مختصات فرهنگی گیلان به این پژوهش نوآوری می‌بخشد. از این رو پژوهش حاضر، با ترکیب دو چارچوب نظریه مهم فمینیستی، تحلیل محتوای کیفی فیلم‌های محلی گیلان را انجام می‌دهد تا لایه‌های پنهان بازنمایی جنسیتی در آن را آشکار کند.

۳. چارچوب نظری

فمینیسم در ۱۹۶۰ در آمریکا و در اوایل ۱۹۷۰ در اروپا اوج گرفت و در دو دهه‌ی بعدی در سراسر جهان انتشار یافت (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲). نظریه فمینیستی^۱ بخشی از یک رشته پژوهش درباره زنان است که به طور ضمنی یا رسمی، نظام فکری گسترده و عامی را درباره‌ی ویژگی‌های بنیادی زندگی اجتماعی و تجربه انسانی از چشم‌انداز یک زن ارائه می‌کند (ریتزر، ۱۳۹۲: ۶۴۰). فمینیسم نظریه جنبش زنان است. این نظریه جهان مردان و زنان را پدیده‌ای اجتماعی و سیاسی توصیف می‌کند. انسان‌ها یاد می‌گیرند که مرد یا زن باشند (سیدمن، ۱۳۹۲: ۲۱۳).

یکی از نخستین کارهای فمینیستی در مورد کلیشه‌های جنسیتی در رسانه‌ها از سوی جامعه‌شناس و پژوهشگر ارتباطات، گی تاجمن^۲، صورت گرفت. او نظریه‌ای مهم با عنوان «حذف نمادین زنان»^۳، را در دهه ۱۹۷۰ میلادی ارائه کرد. این نظریه در پاسخ به نحوه بازنمایی زنان در رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون و مطبوعات توسعه یافت. به عقیده‌ی او رسانه‌ها از طریق دو شیوه عمده به حذف زنان می‌پردازند؛ حذف واقعی^۴ و حذف نمادین. در حذف واقعی، زنان به‌طور کامل از صحنه رسانه‌ای غایب هستند، در حالی که در حذف نمادین، زنان یا به‌صورت کلیشه‌ای، تحقیرآمیز یا سطحی نمایش داده می‌شوند یا نقش‌هایی کلیشه‌ای و غیرمهم به آن‌ها داده می‌شود. زنان از حیطة معنا، کنش، قدرت و صداسازی کنار گذاشته می‌شوند (تاجمن، ۱۹۹۸). این نوع حذف نمادین، به تقویت فرهنگ مردسالار و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی^۵ منجر می‌شود رسانه‌ها مردم را ترغیب می‌کنند تا زنان را از نظر مردان به

^۱ Feminist Theory

^۲ Gaye Tachman (1978)

^۳ Symbolic Annihilation of Women

^۴ Physical absence

^۵ Reproduction Of Gender Stereotypes

عنوان اشیاء جنسی و یا در زمینه خانواده (به عنوان همسران یا مادران)، تعریف کنند (تاچمن، ۱۹۹۸). او استدلال می‌کند که رسانه‌ها با سه شیوه اصلی، زنان را به صورت نمادین حذف می‌کنند: (۱) نادیده‌گیری^۱ به معنای حذف آنان از روایت‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و نقش‌های محوری، (۲) حاشیه‌نشینی^۲ زمانی است که زنان در رسانه‌ها معمولاً به نقش‌های کم اهمیت کلیشه‌ای و سطحی محدود می‌شوند؛ نقش‌هایی مانند مادر خانه‌دار، زن احساسی، همسر دلسوز یا معشوقه، به حاشیه رانده می‌شوند، (۳) تحقیر یا تمسخر^۳ یعنی رسانه‌ها گاهی با زبان تمسخر و کنایه به نمایش زنان می‌پردازند.

در کنار این دیدگاه، نظریه «مردانگی هژمونیک»^۴ ارائه‌شده توسط ریوین کانل^۵ چشم‌انداز مناسبی برای تحلیل بازنمایی مردان در رسانه‌ها فراهم می‌کند او در کتاب «جنسیت و قدرت»^۶ (۱۹۸۷)، و «مردانگی‌ها»^۷ (۱۹۹۵)، یکی از بنیادی‌ترین تعبیرهای نظری جنسیت را مطرح می‌کند. رهیافت او به ویژه در جامعه‌شناسی نفوذ زیادی داشته است، زیرا وی مفاهیم پدرسالاری و مردانگی را در نظریه‌ی فراگیر و جامعی در مورد روابط جنسیتی با هم ادغام کرده است. به گمان کانل، مردانگی‌ها بخش عمده‌ای از نظم جنسیتی، است و جدا از آن، با جدا از زنانگی‌هایی که با آن همراه است قابل درک نیست (یعقوبی، ۱۳۹۳: ۱۹۶). مفهوم مردانگی هژمونیک که چند دهه قبل تدوین شده است، به طور خاص بر تفکر اخیر درباره‌ی مردان تاثیر گذاشته است (کانل، ۲۰۰۵). او از تیپ ایده‌آل‌های تصنعی مردانگی و زنانگی در سلسله مراتب خویش استفاده می‌کند. در رأس این سلسله مراتب مردانگی هژمونیک قرار دارد که بر همه انواع دیگر مردانگی و زنانگی در جامعه مسلط است. کانل مردانگی هژمونیک را به عنوان الگویی از مردانگی تعریف می‌کند که نسبت به سایر اشکال مردانگی و زنانگی برتر و مشروع‌تر شناخته می‌شود. ویژگی‌هایی نظیر سلطه، اقتدار، عقلانیت، خشونت کنترل‌شده، رقابت‌پذیری و استقلال در این الگو برجسته هستند (کانل، ۱۹۹۵). این بیانگر امتیازی است که مردان به طور جمعی نسبت به زنان دارند. ساختارهای جنسیتی یک جامعه، الگوهای رفتاری خاص را «مردانه» و دیگران را «زنانه» تعریف می‌کنند (کانل، ۲۰۰۱: ۱۷).

¹ Omission

² Trivialization

³ Condemnation or Ridicule

⁴ Hegemonic Masculinity

⁵ Raewyn Connell (1995)

⁶ Gender and power

⁷ Masculinities

این دو نظریه اگرچه از دو منظر متفاوت (حذف زنان و تثبیت مردانگی) به مسئله جنسیت می‌پردازند، اما در تلفیق با یکدیگر می‌توانند تصویری کامل و چندلایه از چگونگی بازتولید سلطه جنسیتی در رسانه‌ها ارائه دهند. هر دو نظریه به شیوه‌هایی می‌پردازند که از طریق آن‌ها ساختارهای اجتماعی، نابرابری جنسیتی را در رسانه‌ها بازتولید می‌کنند. در این ساختار، طبق نظریه تاجمن (۱۹۷۸)، رسانه نه تنها زنان را به نقش‌های فرودست تقلیل می‌دهد، بلکه طبق نظریه کانل (۱۹۹۵)، مردان را نیز در قالبی خاص از قدرت مشروع جلوه می‌دهد. به بیان دیگر، مردانگی هژمونیک ابزاری برای حذف نمادین زنان است. ابعاد نظری تلفیق دو نظریه تاجمن (۱۹۷۸) و کانل (۱۹۹۵) شامل گزاره‌های زیر می‌شود:

- بازتولید سلطه جنسیتی: ترکیب این دو نظریه نشان می‌دهد که رسانه‌ها چگونه نابرابری را بازتولید می‌کنند؛ نه تنها با حذف مستقیم زنان بلکه با نرمال‌سازی مردانگی سلطه‌گر.
- ناخودآگاه فرهنگی: بازنمایی‌های مکرر در رسانه‌ها موجب درونی‌سازی این الگوها در مخاطب می‌شود؛ به گونه‌ای که زنان خود را ناتوان و مردان خود را مسئول و مقتدر تلقی می‌کنند.
- کنترل گفتمانی: با حذف یا تحریف زنان و تثبیت مردانگی هژمونیک، رسانه‌ها کنترل روایت اجتماعی را در دست گرفته و گفتمان سلطه را بازتولید می‌کنند.

۴. روش تحقیق

با توجه به هدف پژوهش حاضر، محقق قصد انجام یک مطالعه کیفی در این زمینه را دارد و از روش تحلیل محتوای کیفی^۱ استفاده شده است. هدف این روش، شناسایی مهمترین طبقه‌ها و مقولات در یک متن و کشف کردن واقعیت اجتماعی نهان در آن است (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱۰). این روش به پژوهشگر امکان می‌دهد تا از طریق خوانش‌های عمیق، به فهم ساختارهای قدرت، روابط جنسیتی، و بازنمایی‌های اجتماعی در محصولات رسانه‌ای بپردازد (اسچریر، ۲۰۱۲: ۳). در تحلیل محتوای کیفی، واحد تحلیل^۲، کوچک‌ترین بخش داده است که به‌طور مستقل قابلیت تحلیل دارد. واحد تحلیل می‌تواند یک جمله، پاراگراف، صحنه در فیلم، دیالوگ، رفتار یک شخصیت، یا حتی یک تصویر باشد (مایرینگ، ۲۰۰۰: ۴). در این پژوهش، واحد تحلیل و واحد ثبت شامل صحنه، دیالوگ، یا کنش تصویری است که در آن کلیشه‌های جنسیتی، نقش‌های زنانه یا مردانه، و تعاملات مرتبط با جنسیت بازنمایی می‌شود. جامعه

^۱ Qualitative Content Analysis

^۲ Unit of Analysis

پژوهش در این تحقیق، شامل چهار فیلم تلویزیونی شبکه محلی گیلان با نام‌های شعله در باد، جایزه، روجا و آفتاب بعد از بارون، انتخاب شدند. چهار فیلم منتخب از پرمخاطب‌ترین فیلم‌های شبکه محلی گیلان بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. در این تحقیق، داده‌ها به صورت کیفی از طریق مشاهده، بازبینی چندباره فیلم‌ها، پیاده‌سازی گفت‌وگوها، و یادداشت‌برداری تحلیلی جمع‌آوری شده‌اند. کلیه گفت‌وگوهای شخصیت‌ها، نحوه بازنمایی شخصیت‌های زن و مرد، نحوه تعامل آن‌ها با یکدیگر، و نشانه‌های غیرکلامی مورد بررسی و استخراج قرار گرفته است. برای تحلیل داده‌ها، از فرآیند کدگذاری^۱، استفاده شده است. کدگذاری فرایندی است که در آن پژوهشگر معانی، مفاهیم، یا ویژگی‌های خاص موجود در داده‌ها را با برچسب‌هایی به عنوان کد، مشخص می‌کند (اسچریر، ۲۰۱۲: ۵۷). در این تحقیق، تحلیل بر اساس رویکرد قیاسی و استقرایی انجام شده است. در برخی موارد، مفاهیم و مقولات از تحقیقاتی که در زمینه‌ی کلیشه‌های جنسیتی توسط محققان صورت گرفته، استفاده گردید و این مفاهیم از نظریه‌های تاچمن و کانل به عنوان پیش‌فرض قرار گرفته شده و در موارد دیگر، از داده‌ها استخراج شده‌اند. به این ترتیب، جهت پاسخ به پرسش‌های فرعی پژوهش حاضر، مقولات مشترک در زمینه‌ی کلیشه‌های جنسیتی (جدول شماره‌ی ۱)، شناسایی شد. در این تحقیق برای افزایش روایی، از سه روش استفاده شده است: (۱) بازبینی چندباره فیلم‌ها برای اطمینان از درک صحیح از بافت معنایی، (۲) مقایسه یافته‌ها با نظریه‌ها و پژوهش‌های پیشین، (۳) استفاده از بررسی هم‌زمانی، یعنی مقایسه یافته‌ها در چهار فیلم مختلف برای شناسایی الگوهای مشترک یا متفاوت در فیلم‌هاست. در پژوهش کیفی، پایایی (اعتمادپذیری)، از ثبت دقیق مراحل تحلیل و کدگذاری استفاده شده است. کدگذاری توسط پژوهشگر دوم (بازکدگذاری مستقل)، در بخشی از داده‌ها انجام شد تا میزان توافق بررسی شود. تحلیل به گونه‌ای انجام شد که قابل بازبینی توسط دیگر پژوهشگران باشد.

¹ Coding

جدول شماره ۱: کلیشه‌ها جنسیتی رایج در ارتباط با زنان و مردان

ردیف	کلیشه‌های بازنمایی مردان	کلیشه‌های بازنمایی زنان
۱	مرد عقل‌گرا، مستقل و تصمیم‌گیرنده اصلی	زن به‌عنوان موجودی احساسی، وابسته و ناتوان در تصمیم‌گیری عقلانی
۲	مرد نان‌آور، مسئول تأمین مالی و تصمیم‌گیرنده خانواده	زن خانه‌دار، در نقش مراقبتی و عاطفی، فاقد نقش‌های ساختاری و اجتماعی
۳	مرد قهرمان، نجات‌دهنده و مبارز	زن در نقش اغواگر و زیبایی‌محور، ابزار جذب توجه مردان
۴	مرد بی‌نیاز از مشارکت عاطفی یا مسئولیت‌های خانوادگی	زن مطیع، فداکار، قربانی خواسته‌های خانواده یا مرد
۵	مرد در جایگاه قدرت، مدیریتی، علمی یا سیاسی	زن غایب از جایگاه‌های قدرت؛ در نقش‌های خدماتی، وابسته و فرعی
۶	مرد دانا، کنش‌گر و الگوی عقلانی داستان	زن نیازمند نجات، کم‌تجربه و معصوم، وابسته به خرد مردانه
۷	مرد دارای دیالوگ‌های عقلانی، قدرت بیان و جهت‌دهنده به روایت	زن کم‌حرف، کم‌اهمیت در روایت، دارای دیالوگ‌های وابسته و منفعل
۸	مرد در سطح فردی نماد عقلانیت و عمل‌گرایی	زن در مناسبات جنسیتی در سطح فردی، نماد احساسات و انفعال
۹	مرد دارای قدرت ساختاری، جایگاه تصمیم‌گیری و تخصص شغلی	زن در سطح ساختاری، محروم از قدرت تصمیم‌گیری و مسئولیت شغلی
۱۰	مرد در سطح نمادین، زبان عقلانی، مستقل، با دیالوگ‌های هدایت‌گر	زن در سطح نمادین، با زبان عاطفی، دیالوگ‌های وابسته و تابع
۱۱	مرد شاغل دائم، دارای شهرت و اعتبار اجتماعی	زن در موقعیت شغلی ناپایدار، با نقش فرعی و گمنام
۱۲	مرد قهرمان داستان، اهل عمل، نماد موفقیت فردی	زن بدون موقعیت اجتماعی قهرمانانه، منفعل در داستان
۱۳	مرد متأهل، متعهد، مسئول خانواده	زن مجرد، یا همسر وابسته و فداکار
۱۴	مرد اخلاق‌مدار، جوانمرد، الگوی رفتاری و قهرمان اخلاقی	زن دور از اخلاق‌گرایی قهرمانانه، فاقد نقش اخلاقی محوری

۵. یافته‌های پژوهش

خلاصه داستان فیلم تلویزیونی «شعله در باد»

شوکا دختر نوجوان گیلانی است او به همراه مادرش حیران در روستای کوچکی زندگی می‌کند. شوکا عاشق درس خواندن است و به تازگی در امتحانات قبول شده تا برای ادامه تحصیل به یک مدرسه شبانه‌روزی در شهر برود، و این بزرگ‌ترین آرزوی اوست. اما بزرگ‌ترین مانع او، حیران، مادرش است. حیران زنی سرسخت، سنتی و با زبان بسیار تند است. او به شدت مخالف رفتن شوکا به مدرسه است. دلایل او ترکیبی از نگرانی‌های مادرانه و باورهای سنتی است که دوری از خانه را برای یک دختر جوان مناسب نمی‌داند. اما باوجود این شوکا مصر است که به مدرسه برود و تحصیلات خودش را ادامه دهد، و در ادامه‌ی داستان، دوری از خانواده و محیط جدید برای شوکا و دوستانش تجربیات متفاوتی به همراه دارد.

خلاصه داستان فیلم تلویزیونی «جایزه»

در این فیلم چند کاندیدا به رقابت انتخاباتی می‌پردازند و در میان این رقابت کشمکش‌هایی ایجاد می‌شود. شخصیت اصلی این سریال فردی به نام «ولی شکوفه سرایی» است که از قسمت اول این سریال حضور داشته و مشاور شورای شکوفه‌سرا است و خود نیز در ادوار گذشته نامزد انتخابات بوده و اکنون با ایجاد فضایی منفعت‌طلبانه به دنبال تأثیرگذاری بر سایر شخصیت‌های سریال در روند رقابت‌های انتخاباتی است.

خلاصه داستان فیلم تلویزیونی «روجا»

این فیلم تلویزیونی داستان دختری جوان به نام روجا را روایت می‌کند که در یکی از روستاهای شمالی کشور در کنار مادر خود زندگی می‌کند. روجا دختری تحصیل‌کرده است. او به‌عنوان یک زن جوان با ذهنی باز، نماد نسل جدیدی از دختران است که در برابر تفکرات مردسالارانه و سنت‌های بازدارنده ایستادگی می‌کند. در جریان داستان، روجا با چالش‌های متعددی روبرو می‌شود. روجا تصمیم می‌گیرد در انتخابات شورای روستا شرکت کند تا بتواند از طریق قدرت رسمی، نقش مؤثرتری در تغییر وضعیت روستا داشته باشد. اما در این مسیر با مقاومت‌هایی از سوی مردان روستا و حتی برخی از زنان روبرو می‌شود. در پایان، روجا موفق می‌شود در انتخابات روستا پیروز شود.

خلاصه داستان فیلم تلویزیونی «آفتاب بعد از باران»

داستان فیلم حول محور شخصیتی به نام «سرمدی» می‌چرخد. سرمدی یک خلافکار سابقه‌دار است که سعی دارد زندگی جدید و پاکی برای خود و خانواده‌اش بسازد. نقطه عطف داستان زمانی است که همسر سرمدی در آستانه زایمان قرار دارد و تنها چند روز تا تولد فرزندشان باقی مانده است. در همین شرایط حساس و پرتنش، یک سرقت بزرگ رخ می‌دهد و تمام شواهد و مدارک جرم، به طور غیرقابل باوری به سوی سرمدی اشاره می‌کنند. مهمترین مدرک علیه او، فیلم مداربسته (دوربین امنیتی) است که به وضوح حضور فردی شبیه به سرمدی را در صحنه سرقت نشان می‌دهد. به دلیل این شواهد قوی، سرمدی دستگیر شده و به بازداشتگاه منتقل می‌شود و موضوعات دیگری نیز در سریال گنجانده شده که بر جذابیت آن افزوده است.

محوری ترین مقولات استخراج شده پس از مشاهده دقیق فیلم‌های منتخب، بدین شرح است:

مردانگی هژمونیک

مردانگی معطوف به قدرت، سلطه و تصمیم‌گیری: این بخش نشان می‌دهد که الگوی مردانگی هژمونیک چگونه در فیلم‌ها بازنمایی شده است. در این بخش، صحنه‌هایی وجود دارد که مردان نقش تصمیم‌گیرنده نهایی در خانواده را دارند و این حق را طبیعی و مسلم می‌پندارند. تحلیل دیالوگ‌های تحکیم‌آمیز شخصیت پدر خانواده (ولی شکوفه‌سرایبی) در فیلم «جایزه» در مواجهه با همسرش، بررسی نحوه تصمیم‌گیری‌های یک طرفه‌ی شوهر (سرمدی) برای زنش در فیلم «آفتاب بعد از باران» بدون مشورت با خود وی، و تحلیل دیالوگ‌های دایی روجا در فیلم «روجا» نشان می‌دهد که مردانگی هژمونیک در این فیلم‌ها، نه یک ویژگی ذاتی، بلکه یک عملکرد قدرت است که دائماً در حال اجرا و بازتولید است. این الگو، مشروعیت خود را از ساختارهای اجتماعی می‌گیرد و آن را در سطح روابط بینافردی طبیعی‌سازی می‌کند.

- مرد: «این بحث تمومه. من تصمیم گرفتم و همه باید تبعیت کنن.»
- شوهر: «تو باید حرف من رو گوش کنی، من سرپرست خانواده‌ام.»
- پدر: «زبونت رو کوتاه کن.»
- برادر: «همین که من گفتم. این دختر هفته دیگه باید عروسی کنه.»
- مردان جمع: «زن‌ها باید سکوت کنند و به حرف مردان گوش کنند.»

این نوع دیالوگ‌ها نمایش‌گر قدرت یک‌جانبه مردان و حذف زنان از فرآیند گفت‌وگو است. این صحنه نماد سلسله‌مراتب قدرت در روابط خانوادگی است که بر اساس مردسالاری شکل گرفته است. مفهوم مردانگی هژمونیک که کانل (۱۹۹۵)، از آن نام برده بود را اینجا می‌توان دید که مرد به عنوان برتر و صاحب قدرت معرفی می‌شود و زن تحت سلطه و تابع اوست.

مردانگی و انحصار عرصه عمومی: فضای عمومی (خیابان، محل کار) به قلمروی طبیعی مردان تبدیل شده و حضور زنان در این فضاها یا منع شده، یا کنترل شده و حاشیه‌ای است. این انحصار، مکانیزمی کلیدی برای حفظ هژمونی است. با محدود کردن زنان به حوزه خصوصی، دسترسی آنان به منابع قدرت، استقلال اقتصادی و مشارکت اجتماعی محدود می‌شود. در فیلم «روجا»، دایی روجا نه تنها بر کنش‌های روجا، بلکه بر روایت زندگی او نیز کنترل اعمال می‌کند. این عمل، قدرت تعریف کردن دیگری را نشان می‌دهد که اوج مردانگی هژمونیک است. در مقابل، روجا در تلاش برای به کلام درآوردن روایت خودش است، اما گفتمان دایی روجا مسلط است. در «شعله در باد»، اهالی روستا با دیالوگ‌هایی، نه تنها یک دستور، بلکه یک هنجار اخلاقی را تحمیل می‌کنند.

- شوهر: «تو کار نکن، خونه باش. بچه‌هارو نگه دار.»
- یکی از اهالی روستا: «تا وقتی که مردا هستن، به زن جماعت توی این کارها نیازی نیست.»
- مردان جمع: «زن جاش توی مطبخه!»
- شوهر: «خوشم نمید قاطی مردا بشی.»
- شوهر: «زن من نباید توی کارای مردا دخالت کنه.»

این دیالوگ‌ها مرد را در جایگاه تصاحب عرصه‌ی عمومی قرار می‌دهد و زنان را به نقش مراقبت از خانه و فرزندان محدود می‌کند، امری که با تقسیم جنسیتی کار در نظریه کانل (۱۹۹۵)، هم‌خوانی دارد. این بازنمایی تقویت‌کننده الگوی زن مطیع و وابسته به مرد است. کانل (۱۹۹۵)، نیز آن را به‌مثابه بازتولید مردانگی سلطه‌گر در ساختار خانواده تحلیل می‌کند.

جدول شماره ۲: بازنمایی مردان بر اساس نظریه کانل

فیلم	نوع مردانگی	ویژگی مردانه	نقش مرد
شعله در باد	مردانگی سنتی سخت‌گیر	تحقیرگر و غیرعاطفی	زبان عقلانی، مستقل - سلطه‌گر و خشن
جایزه	مردانگی انتقالی	تلفیقی از سنت و مدرنیته	عقلانیت و عملگرایی - مرد قانون محور
روجا	مردانگی محافظه‌کار	عقلانی، سنت‌گرا	قاطع و کنشگر - متعهد، مسئول خانواده
آفتاب بعد از بارون	مردانگی هژمونیک	سنت‌گرا، تصمیم‌گیرنده	سلطه‌گر، کنترل‌گر - الگوی رفتاری

حذف نمادین زنان

حاشیه نشینی و تحقیر: این بخش نشان می‌دهد که نظریه تاجمن (۱۹۷۸)، چگونه در فیلم‌ها مصداق پیدا می‌کند. در این فیلم‌ها شخصیت زنان فاقد هرگونه هویت مستقل خارج از خانه است. تمام کنش‌های او در نقش "همسر"، "مادر"، "خواهر" تعریف می‌شود. و زمانی که خواهان هویت مستقل برای خودشان هستند، با زبانی تحقیرآمیز مواجه می‌شوند. در فیلم‌های «شعله در باد» و «روجا»، دختران خانواده (شوکا و روجا)، مدرن به نظر می‌رسند، اما شغل و تحصیلات آنان در سایه روابط عاطفی و خانوادگی‌اش کمرنگ می‌شود.

- پدر: «دختر که دانشگاه نمی‌ره. آخرش باید بشینه خونه شوهرداری کنه.»
- شوهر: «مگه زن‌ها چه کاری می‌تونن انجام بدن جز خونه‌داری؟»
- شوهر: «یکی باید جلوی این دختر رو بگیره، یکی باید بزنه توی گوشش!»
- مرد همسایه: «هنوز مردای روستا نمردن، که زن‌ها بخوان براشون تصمیم بگیرن.»
- یکی از مردان روستا: «بلند شو زن. به جای اینکه روی زمین کار کنی، اینجا نشستین دارین حرفای خاله زکی می‌زنین!»

در چارچوب نظری تاجمن (۱۹۷۸)، چنین گفتاری زن را به حاشیه می‌راند و از مشارکت اجتماعی او جلوگیری می‌کند این رفتاری سلطه‌گر و مبتنی بر کنترل اقتصادی زن است که هویت مردانه را تقویت می‌کند. این دیالوگ‌ها نمونه‌ای از بازنمایی کلیشه‌ای نقش‌های جنسیتی است که آموزش عالی را حق مردان می‌داند. در نظریه تاجمن (۱۹۷۸)، این نوع گفتار نمونه‌ای از حذف نمادین زنان از عرصه دانش و قدرت اجتماعی است.

نادیده‌گیری و حذف روایی: حذف نمادین در این فیلم‌ها تنها به غیبت فیزیکی محدود نمی‌شود، بلکه به صورت حذف هویت مستقل ظاهر می‌گردد. شخصیت‌های زن فاقد داستان مستقل هستند و وجودشان صرفاً برای پیشبرد قوس داستانی شخصیت‌های مرد است. شخصیت زن (همسر سرمدی) در «آفتاب بعد از بارون» فاقد هرگونه گذشته‌ای خارج از چارچوب رابطه با اوست و بیننده هیچ اطلاعاتی از خانواده، آرزوهای پیشین یا زندگی مستقل او ندارد. این حذف بیوگرافیک، او را به موجودی بدون تاریخ تبدیل می‌کند که وجودش تنها در نسبت با شوهرش معنا می‌یابد. در مقابل، شوهر (سرمدی) دارای شغل، شبکه اجتماعی و گذشته‌ای است که مستقل از آرزو برای بیننده روایت می‌شود. این تقابل، شکلی از امتیاز نمادین مردانه را نشان می‌دهد.

- شوهر: «تو اگه زن خوبی باشی، منو توی مهمونی‌ها سربلند می‌کنی.»
- مادر: «کار ما زن‌ها همیشه اینه، گوش بدیم، بسازیم.»
- مادر: «زن باید بسازه، فداکار باشه، سکوت کنه تا زندگی بچرخه.»
- خاله: «زن باید تو دلش بمونه، حرف زدن عاقبت نداره.»

زن نه تنها در سطح ساختاری از قدرت تصمیم‌گیری حذف شده، بلکه در سطح نمادین نیز نقش تسلیم‌شده‌ای ایفا می‌کند. این مفهوم به موقعیت شخصیت زن در "نادیده گرفته شده" طرح داستان اشاره دارد، جایی که وجودش برای پیشبرد داستان مرد اصلی ضروری است، اما خودش فاقد داستان مستقل و غنی است. حذف روایی، کارآمدترین ابزار برای حذف نمادین است. با محروم کردن زنان از یک تاریخچه شخصی، آرزوها و کنشگری مستقل، آنان از سوژه به ابژه داستان تقلیل می‌یابند. آنان سوژه‌ی فعال داستان نیستند، بلکه ابژه‌هایی هستند که حوادث داستان بر آنان فرود می‌آید. این امر قدرت روایی آنان را کاهش می‌دهد. این امر دقیقاً مصداق گفته تاچمن (۱۹۷۸)، است که زنان یا حذف می‌شوند یا اگر حاضرند، نقش‌های کلیشه‌ای و کم‌اهمیتی دارند.

جدول شماره ۳: بازنمایی زنان بر اساس نظریه تاچمن

فیلم	نوع شخصیت زنانه	حضور فعال زنان	بازنمایی کلیشه‌ای
شعله در باد	دختر احساساتی، دوگانه در عاطفه و عقل	نیمه فعال	زن عاطفی، معترض، منزوی
جایزه	زن مطیع، فداکار-دارای دیالوگهای وابسته و منفعل	کم اهمیت در روایت	زن دوگانه (سنتی و نوگرا)
روجا	زن جست‌وجوگر، مستقل	فعال	زن مقاوم، معترض
آفتاب بعد از بارون	زن خانه‌دار، زن سنتی، کم‌صدا-بدون موقعیت اجتماعی قهرمانانه، منفعل در داستان	کم‌رنگ	زن مطیع، عاطفی، منزوی

زنانه‌گرایی مؤکد

کانل (۱۹۹۵)، به مفهوم "زنانه‌گرایی مؤکد"^۱ را به عنوان شکلی از زنانگی اشاره می‌کند که نقش‌های سنتی جنسیتی زنان را برجسته می‌کند و سازگار با مردانگی هژمونیک است در اثر

^۱ Emphasized Femininity

آن شکل می‌گیرد و تحت سلطه آن قرار می‌گیرد.. شخصیت‌های مادر در فیلم‌های «روجا»، «جایزه»، «شعله در باد» و همچنین شخصیت زن (همسر سرمدی) در فیلم «آفتاب بعد از بارون» زنی مطیع، نقشی مادرانه، بدون کنش فعال بازنمایی شده است و در موقعیت بحرانی تنها نقش عاطفی و حمایتی دارد. از منظر کانل (۱۹۹۵)، این نوع زنانگی مصداق زنانگی مؤکد است که در برابر بحران فعالانه کنش فعال ندارند.

- مادر به دختر: «بابات صلاح تو رو بهتر از خودت می‌دونه.»
 - مادر: «آگه تو بری دنبال این کارا، مردم چی می‌گن؟ زن که نباید جلوی مردا وایسه.»
 - زن همسایه: «این دختر داره آبرومون می‌بره. اون می‌خواد کارهای مردونه بکنه و قاطی یه مشّت مرد بشه.»
 - مادر: «خونه شوهر که رفتی نمیگن چند کلاس سواد داری، میگن خونه داری بلد ی یا نه!»
- بازتولید کلیشه‌های جنسیتی از طریق آموزش نسل جدید زنان توسط خود زنان، نوعی نهادینه‌سازی ارزش‌های مردسالارانه است. از نظر کانل (۱۹۹۵)، این تکرار الگویی از «نقش‌های زنانه مؤکد» درون نظام مردسالار است. این دیالوگ‌ها نماد مقاومت فرهنگی در برابر استقلال زنان است و نشان می‌دهد چگونه رسانه از طریق شخصیت‌های فرعی نیز کلیشه‌ها را بازتولید می‌کند. این دیالوگ نشان دهنده بازتولید نظم جنسیتی مردانه است که فضاهای حرف‌ها را مردانه می‌داند.

جدول شماره ۴: مؤلفه‌های زنانه‌گرایی مؤکد و مقایسه آن با شخصیت مردان

در چهار فیلم منتخب

نام فیلم	نقش زن	فضا	تحول شخصیت زن	مرد اصلی
شعله در باد	فداکاری، صبر، سکوت و اطاعت	روستایی با ساختار عرفانی	اندک	تصمیم‌گیرنده اصلی
جایزه	زن مطیع، قربانی خواسته‌های خانواده یا مرد و فاقد تصمیم‌گیری	شهری و خانوادگی	تدریجی	پدرسالار عاطفی
روجا	آگاه و مقاوم در چارچوب سنت	روستایی - خانوادگی	عمیق	در حال گذار
آفتاب بعد از بارون	کم‌اهمیت و منفعل، وابسته به خرد مردانه	روستایی و شهری	ندارد	قهرمان و مرکز روایت

زنانه‌گرایی مقاومت‌جویانه

در برخی موارد فیلم‌ها سعی در شکستن کلیشه‌ها داشته‌اند و صحنه‌ها یا شخصیت‌هایی وجود دارند که در برابر الگوهای مسلط مقاومت می‌کنند. فیلم «روجا» برخلاف فیلم «آفتاب بعد از بارون»، نشان‌دهنده نوعی مقاومت در برابر ساختارهای مردسالار و هژمونیک مردانه است. در جریان داستان، روجا تصمیم می‌گیرد در انتخابات شورای روستا شرکت کند اما در این مسیر با مقاومت‌هایی از سوی اطرافیان روبرو می‌شود، اما او در برابر تفکرات مردسالارانه و سنت‌های بازدارنده ایستادگی می‌کند. شخصیت اصلی زن، «روجا»، برخلاف قالب زنانه‌گرایی مؤکد، شخصیتی فعال، مستقل و مقاوم دارد. کانل (۱۹۹۵)، این وضعیت را به عنوان مواجهه‌ی بین زنانه‌گرایی مقاومت‌جویانه^۱ و مردانگی هژمونیک تحلیل می‌کند؛ جایی که زنان نقش‌های سنتی را به چالش می‌کشند و برای استقلال و قدرت اجتماعی می‌جنگند. این مضمون به کوشش‌های آگاهانه شخصیت‌های زن برای به چالش کشیدن الگوهای مسلط می‌پردازد. زنانه‌گرایی مقاومت‌جویانه به اعمالی اشاره دارد که هنجارهای مردانه و زنانه‌گرایی مؤکد را رد می‌کند.

- یکی از مردان روستا: «شورا و انجمن اداره، کار مرداست. زن مثل مرد نیست، زود میشکند.» روجا: «توی این روستا، زن‌ها دارن پا به پای مردها کار می‌کنند، شورا هم مثل کارهای دیگه‌ست.»

- مادر روجا: «آخه تو به دختری. فکر کردی که مردم درباره‌ت چی میگن.» روجا: «مگه دخترا نمیتونن برن کاندید شورا بشن!»

مردان فیلم علاوه بر نقش‌های سنتی، گاه آسیب‌پذیر و متأثر از زنان مقاوم نشان داده می‌شوند. زنان، علاوه بر نقش‌های مراقبتی، نقش‌های فعال اجتماعی، اقتصادی و فردی را ایفا می‌کنند. این فیلم تلاش می‌کند تا جایگاه زنان را در جامعه پویا و متنوع نشان دهد و کلیشه‌های جنسیتی را نشانه رود. طبق نظر تاجمن (۱۹۷۸)، فیلم‌ها به مثابه رسانه‌ای هستند که در بازنمایی جنسیت دوگانه‌نگری را به چالش می‌کشند و سعی دارد در بازنمایی خود لایه‌های متنوع‌تری از هویت‌های جنسیتی را عرضه کند. به همین دلیل، فیلم «روجا»، تا حدی نقش یک رسانه تحول‌آفرین در زمینه بازنمایی جنسیت ایفا می‌کند. این یعنی بازنمایی‌ها در فیلم «روجا» در حال ایجاد امکان جدیدی برای بازاندیشی جنسیت هستند. و مخاطب با انواع جدیدی از هویت‌های جنسیتی مواجه می‌شود که می‌تواند به تغییر نگرش‌ها کمک کند. زنان

¹ Oppositional Femininity

در فیلم‌های «شعله در باد»، «آفتاب بعد از بارون» و «جایزه» به درجات مختلف با بازنمایی کلیشه‌ای مواجه‌اند. فقط در فیلم «روجا» تا اندازه‌ای شاهد نوعی "زن مقاوم" هستیم که به «بی‌صدا بودن زنان» معترض است.

جدول شماره ۵: مؤلفه‌های زنانه‌گرایی مقاومت‌جویانه و مقایسه آن با شخصیت مردان

در چهار فیلم منتخب

نام فیلم	تحلیل با نظریه تاچمن	تحلیل با نظریه کانل	نقش مرد	نقش زن
شعله در باد	زن پررنگ‌تر، اما همچنان در چارچوب نگاه سنتی ارزشیابی می‌شود	زنان وابسته به پذیرش نهادهای مردانه	جامعه داور، بدبین نسبت به توانمندی زن	زن نیمه‌فعال، خواهان اعتبار اجتماعی
جایزه	ترکیبی از عناصر سنت و مدرن، زنان منفعل و نیمه فعال	زنانگی سنتی و مدرن، تجربه‌محور، کنش‌گر و معتبر	سنت‌گرا، تصمیم‌گیرنده	نیمه فعال، نیمه حذف
روجا	زن فعال، دیالوگ‌های خواسته‌محور	مقاومت زنانه در برابر ساختار سنتی (زنانه‌گرایی مقاومت‌جویانه)	مردان محافظه‌کار، سنت‌گرا و گاه آسیب‌پذیر و متأثر از زنان مقاوم	فعال، پیگیر، تحصیل، مطالبه‌گر
آفتاب بعد از باران	زن در حاشیه، دیالوگ کم، فاقد قدرت کنشگری - حذف نمادین زن	بازنمایی مردانگی هژمونیک و زنانگی ایدئولوژیک، زن تابع و مرد فعال	مقتدر، تصمیم‌گیرنده، نجات‌دهنده	منفعل، خانه دار، مطیع

۶. نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، کلیشه‌های جنسیتی بازنمایی شده در چهار فیلم تلویزیونی که محصول شبکه محلی گیلان می‌باشند، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شدند. این پژوهش به دنبال یافتن پاسخی به پرسش خود که ناظر بر چارچوب نظری کانل و تاچمن است. در ارتباط با سؤالات پژوهش حاضر، می‌توان گفت که در چهار فیلم تحلیل شده، کلیشه‌های جنسیتی برجسته شده‌ای به چشم می‌خورد که عمدتاً در چارچوب کلیشه‌های سنتی و تثبیت‌کننده نقش‌های زنانه و مردانه قرار دارند. مطابق با نظریه کانل (۱۹۹۵)، گفتمان غالب مردانگی در این فیلم‌ها مردانگی هژمونیک است. مقاومت مردان به تغییرات جنسیتی یا

بازتعریف نقش‌ها به صورت واضح دیده می‌شود. گفتمان غالب زنانگی، زنانگی مؤکد است که این گفتمان ارزش‌هایی مانند فداکاری، صبر، سکوت و اطاعت را به عنوان صفات زنانه برجسته می‌کند. با توجه به نظریه تاجمن (۱۹۷۹)، چنین بازنمایی‌هایی که زنان را حذف و یا محدود می‌کنند، که نقش بسزایی در بازتولید نابرابری جنسیتی دارند و به شکل غیرمستقیم بر نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند و نقش مهمی در تثبیت و تداوم کلیشه‌های جنسیتی ایفا می‌کند. این فیلم‌ها با نمایش مکرر چنین پیام‌هایی، هنجارهای جنسیتی تثبیت‌شده را طبیعی و غیرقابل تغییر بازنمایی می‌کنند. بازنمایی کلیشه‌ای جنسیت در چهار فیلم منتخب، نشان‌دهنده تداوم مردانگی هژمونیک و زنانگی مؤکد است و تنوع مردانگی و زنانگی در متن فیلم‌ها کمتر دیده می‌شود. جنبه‌های متنوع و پیچیده‌تری از جنسیت که می‌توانستند بازتعریف‌کننده نقش‌های جنسیتی، به‌طور چشمگیری نادیده گرفته شده‌اند. ایدئولوژی‌های محافظه‌کارانه-جنسیتی در متن داستان‌ها نه تنها به حفظ نظم جنسیتی سنتی کمک می‌کنند بلکه گفتمان‌های نوین جنسیتی و نقش‌های اجتماعی متکثر را محدود می‌سازند.

نتایج این تحقیق، ضمن همسویی با پژوهش‌های پیشین (احمدی و همکاران، ۱۳۹۴؛ کریمی و جمشیدی، ۱۳۹۸؛ آقابزرگی زاده و همکاران، ۱۴۰۱؛ آقابابایی و زهرانی، ۱۴۰۲؛ تورنر، ۲۰۱۰؛ فورنهایم، ۲۰۱۰؛ کولینز، ۲۰۱۱)، بر اهمیت تحلیل محتوای استانی محلی در درک چگونگی بازتولید، تداوم این کلیشه‌ها تأکید می‌کند. شناسایی و برجسته‌سازی این کلیشه‌ها در آثار محلی، گامی اساسی در جهت فاصله گرفتن از الگوهای مرکزمحور و درک دقیق‌تر پویایی‌های فرهنگی رسانه‌های محلی و حاشیه‌ای است. نتیجه‌ی کلیدی این پژوهش، تأیید بازتولید الگوهای کلیشه‌های جنسیتی مشاهده‌شده در رسانه‌های جریان اصلی، در سطح رسانه‌های محلی، یعنی فیلم‌های تلویزیونی شبکه محلی گیلان است. این یافته، گستردگی نفوذ و تداوم این الگوها را نشان داده و بر اهمیت مطالعه‌ی رسانه‌هایی که کمتر مورد توجه پژوهشگران بوده‌اند، تأکید می‌کند. لذا، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات بعدی، به‌طور مشخص به بررسی عوامل مؤثر بر این بازتولید در شبکه‌های استانی مختلف پرداخته شود تا درک عمیق‌تری از پویایی‌های فرهنگی رسانه‌ای در سطح منطقه‌ای حاصل گردد. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، توجه بیشتر به بازنمایی متنوع‌تر از زنان و مردان در تولیدات بومی در شبکه‌های محلی گیلان امری ضروری به‌نظر می‌آید. بازنمایی زنان و مردان گیلانی باید در عین حفظ و افتخار به فرهنگ بومی، اسیر کلیشه‌های سنتی محدودکننده نشود و توانمندی‌های معاصر آنان

در عرصه‌های مختلف نیز نمایش داده شود. از نویسندگان و کارگردان‌ها دعوت شود تا با خلق شخصیت‌های زن پیچیده، مستقل و اثرگذار در حوزه‌های عمومی و به تصویر کشیدن مردانگی‌های غیرکلیشه‌ای، به غنای روایی تولیدات بومی بپردازند. پیشنهاد می‌شود شبکه استانی گیلان با مشارکت کارشناسان مطالعات جنسیتی، منشور اخلاقی و حرفه‌ای برای بازنمایی جنسیتی عادلانه تدوین کند و رعایت آن را برای تمام تولیدات داخلی الزامی کند.

منابع

- احمدی، ثریا؛ عقیلی، سید وحید؛ مهدی زاده، سید محمد؛ مظفری، افسانه (۱۳۹۴). «رسانه و برسازي هويت جنسیتی زنان مطالعه موردی بازنمایی هويت جنسیتی زنان در سریال‌های زمانه و تکیه بر باد». پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۲، شماره ۱، صص ۳۵-۵۶.
- آقابابایی، احسان؛ زهرانی، داود (۱۴۰۲). «بازنمایی جنسیت در پوستر فیلم‌های پرفروش پنجاه سال اخیر سینمای ایران». زن در فرهنگ و هنر، دوره ۷، شماره ۳، صص ۲۹۵-۳۱۲.
- آقابزرگی زاده، شیوا؛ سهراب زاده، مهران؛ بابایی فرد، اسداله (۱۴۰۱). «بازنمایی پایگاه اجتماعی زن در سینمای عامه پسند دهه ۶۰ ه.ش. ایران». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، دوره ۱۴، شماره ۲۶، صص ۲۷۹-۲۹۹.
- بهشتی، سید صمد؛ حیدری، آرمان؛ عاطفه، مدبرنژاد (۱۴۰۰). «مدل سازی تأثیر رسانه‌ها بر انتظارات نقش جنسیتی مورد مطالعه: افراد ۱۵ سال به بالای شهر یاسوج». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، دوره ۲، شماره ۳۳، صص ۷۳-۸۹.
- بیچرانلو، مجید؛ شعبانی، منصور؛ برکت، بهزاد (۱۳۹۶). «بازنمایی زن در سریال شهرزاد از منظر زبان شناسی اجتماعی». زن در فرهنگ و هنر، دوره ۹، شماره ۴، صص ۴۶۴-۴۸۹.
- پیری، حسن؛ یعقوبی، علی؛ پیری، علی (۱۳۹۵). «بازنمایی مردانگی در شبکه محلی ایلام». جامعه پژوهی فرهنگی، سال ۷، شماره ۱، صص ۶۵-۱۰۴.
- حسینی، جواد (۱۳۸۴). «ستاره‌های مردانگی و مردانگی ستاره‌ها: بررسی تغییر الگوهای مردانگی ستاره‌های مذکر سینمای ایران». پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، به راهنمایی حسن چاوشیان. دانشگاه گیلان، خرداد ماه.
- خادم الفقرايي، مهوش؛ کیانپور، مسعود (۱۴۰۴). «تحولات بازنمایی شخصیت زن در فیلم‌های برنده جایزه اسکار و نسبت آن با کلیشه‌های جنسیتی زنانه» مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۲۱، شماره ۷۸، صص ۱۱۹-۱۵۶.

رضایی، مصطفی؛ کاظمی، عباس (۱۳۸۴). «سیاست جنسیت در تلویزیون ایران در سال ۱۳۸۳». پژوهش زنان، دوره ۶، شماره ۳، صص ۸۵-۱۱۲.

رنجبر، فاطمه (۱۴۰۴). مروری بر نظریه فمینیستی فیلم شخصیت پردازی ساختار بصری صوتی و روایی با اتکا بر آرای دولارتیس. مطالعات بین رشته ای ادبیات، هنر و علوم انسانی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۲۸۷-۳۱۰.

ریتزر، جورج (۱۳۹۳). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: علمی. زمانی، سیمین؛ نیکخواه قمصری، نرگس؛ بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۹۷). نشانه‌شناسی جنسیت در فیلم سینمایی «بانو». مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، دوره ۱، شماره ۲، صص ۸۹-۱۰۶. زین العابدینی، پیام؛ شفیعیون، حوری (۱۴۰۲). «کلیشه‌سازی جنسیتی و بازنمایی زنان در سینمای ایران». فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، سال ۵، شماره ۲، صص ۳۵-۱۹.

سیدمن، استیون (۱۳۹۲). کشاکش آراء در جامعه‌شناسی. ترجمه‌ی هادی جلیلی، تهران: نشر نی. صادقی فسایی، سهیلا؛ کریمی، شیوا (۱۳۸۳). «تحلیل جنسیتی بازنمایش ساخت خانواده در سریال‌های تلویزیونی ایرانی». مطالعات زنان، دوره ۴، شماره ۳، صص ۸۳-۱۰۹.

صادقی، امیر عباس (۱۴۰۲). آشنایی با سه کلیدواژه مهم در سواد رسانه‌ای: بازنمایی، اقناع و کلیشه‌سازی. برگرفته در ۵ تیر ۱۴۰۲، منتشر شده به آدرس: <https://civilica.com/note/765> فرهادی، مرتضی؛ گل‌گیری، راحیل (۱۳۹۹). مطالعات جنسیت (مقدمه‌ای بر سیاست بدن)، تهران: نشر آرن.

کاظمی، عباس؛ ناظر فسیحی، آزاده (۱۳۸۶). «بازنمایی زنان در یک آگهی تجاری تلویزیون». پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۳، صص ۱۳-۱۳۸.

کریمی، محمدتقی؛ گودرزی، نجمه (۱۴۰۰). «بازنمایی جنسیت در سینمای ایران». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، سال ۹، شماره ۱، صص ۱۲۵-۴.

کریمی فیروز جایی؛ علی و جمشیدی، فاطمه (۱۳۹۸). «بازنمایی گفتمان جنسیت در فیلم‌های سینمایی (مطالعه موردی: فیلم سینمایی رگ خواب)»، فصلنامه زبان شناسی اجتماعی، دوره ۲، شماره ۴، صص ۹-۲۳.

کریمی، جلیل؛ قلی‌پور، سیاوش؛ هوری، مریم (۱۴۰۰). «تصویر زن در سینما: تحلیلی بر ده فیلم ۱۳۸۰ سینمای ایران». زن در فرهنگ و هنر، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۲۳۱-۲۵۰.

کسرائی، محمدسالار؛ مهرورزی، پروشات (۱۳۹۶). «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران مطالعه موردی دو فیلم». جامعه پژوهشی فرهنگی، دوره ۴، شماره ۲۶، صص ۱۵۹-۱۹۲.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). گزیده جامعه‌شناسی. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.

معینی فرد، حشمت السادات (۱۳۸۸). «بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در رسانه: مطالعه موردی صفحه حوادث روزنامه همشهری». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره ۲، شماره ۷، صص ۱۹۷-۱۶۷.

مؤمنی راد، اکبر (۱۳۹۷). «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج». فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۱۸۷-۲۲۲.

میرزایی اوجانی، فریبا؛ رونقی، مهناز؛ دهقان شاد، حوریه (۱۴۰۳). «بازنمایی الگوهای مسلط فرهنگی بر جامعه زنان در سینمای عباس کیارستمی مبتنی بر نشانه‌شناسی بارت». فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، سال ۱۳، شماره ۵، صص ۱۴۵-۱۷۰.

یعقوبی، علی (۱۳۹۳). نظریه‌های مردانگی: با تأکید بر رویکردهای جامعه‌شناختی، تهران: انتشارات پژواک.

یعقوبی، علی (۱۳۹۰). بررسی تطبیقی فرهنگ مردانگی در اقوام استان گیلان. پایان نامه دکتری رشته جامعه‌شناسی، به راهنمایی بهجت یزدخواستی. دانشگاه اصفهان، مهرماه.

- Aghababayi, E., & Zohrani, D. (2023). Gender representation in the posters of best-selling Iranian films of the last fifty years. *Women in Culture and Art*, 7(3), 295–312. [In Persian]
- Aghabozorgi Zadeh, S., Sohrab Zadeh, M., & Babaei Fard, A. (2022). Representation of women's social status in popular Iranian cinema of the 1980s. *Contemporary Sociological Research*, 14(26), 279–299. [In Persian]
- Ahmadi, S., Aghili, S. V., Mahdi Zadeh, S. M., & Mozaffari, A. (2015). Media and the construction of women's gender identity: A case study of the representation of women's gender identity in the TV series *Zamaneh* and *Tekyeh bar Bad*. *Communication Research*, 22(1), 35–56. [In Persian]
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Beheshti, S. S., Heydari, A., & Modabbernejad, A. (2021). Modeling the impact of media on gender role expectations: A study of people aged 15 and above in Yasuj. *Strategic Research on Social Issues in Iran*, 2(33), 73–89. [In Persian]
- Bichranlou, M., Shabani, M., & Barakat, B. (2017). Representation of women in the TV series *Shahrazad* from the perspective of sociolinguistics. *Women in Culture and Art*, 9(4), 464–489. [In Persian]
- Cameron, D. (2020). Performing gender Identity in media language. *Journal of Language and Social Psychology*, 39(2), 143–158. <https://doi.org/10.1177/0261927X20900632>
- Collins, R. L. (2011). Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go? *Sex Roles*, 64(3), 290–298. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9929-5>
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W. (2001). "Understanding Men: Gender Sociology and the New International Research on Masculinities" *Social Thought & Research*, Vol. 24, No. 1/2, The Politics of Gender, pp. 13–31 (19 pages).
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.

- D. Jones, Marcus (2004). "Gender and Gender Roles". Callaloo, Vol. 27, No. 1, Faces and Voices of Coyoilillo, an Afromestizo Pueblo in Mexico, pp. 80-85 (6 pages).
- Farhadi, M., & Golgiri, R. (2020). *Gender studies (An introduction to the politics of the body)*. Tehran: Arna Publications. [In Persian]
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972–1977*. Edited by C. Gordon. Pantheon Books.
- Furnham, A., & Paltzer, S. (2010). The portrayal of men and women In television advertisements: An updated review of 30 studies published since 2000. *Scandinavian Journal of Psychology*, 51(3), 216–236. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.2009.00772.x>
- Garcia-Muñoz, N., & Fedele, M. (2011). Gender representation in teen TV series: The case of Spain. *Journal of Children and Media*, 5(3), 331–347.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29.
- Giddens, A. (2007). *Selections from sociology: An introduction (H. Chavoshian, Trans.)*. Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hall, S. (1996). *Who needs identity?* In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1–17). Sage.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications.
- Hosseini, J. (2005). *Stars of masculinity and the masculinity of stars: A study of changing patterns of masculinity among male stars of Iranian cinema (Master's thesis)*. University of Gilan. [In Persian]
- Karami, M. T., & Goudarzi, N. (2021). Representation of gender in Iranian cinema. *Studies and Social Research in Iran*, 9(1), 4–125. [In person]
- Karimi Firoozjaei, A., & Jamshidi, F. (2019). Representation of gender discourse in cinematic films (Case study: Rag Khāb). *Journal of Sociolinguistics*, 2(4), 9–23. [In Persian]
- Karimi, J., Qalipour, S., & Houri, M. (2021). The image of women in cinema: An analysis of ten Iranian films from the 1980s. *Women in Culture and Art*, 12(2), 231–250. [In Persian]
- Kasraei, M. S., & Mehrvarzi, P. (2017). Representation of women's social roles in post-revolutionary Iranian cinema: A case study of two films. *Cultural Research Society*, 4(26), 159–192. [In Persian]
- Kazemi, A., & Nazer Fasihi, A. (2007). Representation of women in a television commercial. *Women's Research*, 5(3), 13–138. [In person]
- Khadem ol-Fogharai, M., & Kianpour, M. (2025). Transformations in the representation of female characters in Oscar-winning films and their relation to female gender stereotypes. *Cultural Studies and Communications*, 21(78), 119–156. [In Persian]
- Lauzen, M. M. (2021). The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2020. Center for the Study of Women In Television and Film. <https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp->
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Article 20.

- Mirzaei Ojaney, F., Ronaghi, M., & Dehghan Shad, H. (2024). Representation of dominant cultural patterns on women's society in Abbas Kiarostami's cinema based on Barthes' semiotics. *Journal of Society, Culture and Media*, 13(5), 145–170. [In Persian]
- Moini Far, H. S. (2009). Representation of gender stereotypes in the media: A case study of the incident page of Hamshahri newspaper. *Cultural Research Quarterly*, 2(7), 197–167. [In Persian]
- Momeni Rad, A. (2018). Qualitative content analysis in research practice: Nature, stages, and validity of results. *Educational Measurement Quarterly*, 4(14), 187–222. [In Persian]
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2012). *Living with Television Now: Advances in Cultivation Theory and Research*. Peter Lang.
- Parsons, T., & Bales, R. F. (1955). *Family, Socialization and Interaction Process*. Free Press.
- Piri, H., Yaghoubi, A., & Piri, A. (2016). Representation of masculinity in Ilam local network. *Cultural Research Journal*, 7(1), 65–104. [In person]
- Ranjbar, F. (2025). A review of feminist film theory: Characterization, visual, audio, and narrative structure with reference to the views of de Lauretis. *Interdisciplinary Studies in Literature, Art and Humanities*, 5(3), 287–310. [In Persian]
- Rezaei, M., & Kazemi, A. (2005). The politics of gender on Iranian television in 2004. *Women's Research*, 6(3), 85–112. [In Persian]
- Ritzer, G. (2014). *Sociological theory in the contemporary era* (M. Salasi, Trans.) Elmi Publications. (Original work published 2013). [In Persian]
- Ruby, J. (2007). "Women in Media" Off Our Backs, Vol.37, No. pp.14-16, (3pages).
- Sadeghi Fasaei, S., & Karimi, S. (2004). A gender analysis of the representation of family structure in Iranian television series. *Women's Studies*, 4(3), 83–109. [In Persian]
- Sadeghi, A. A. (2023). *An introduction to three important keywords in media literacy: Representation, persuasion, and stereotyping*. Retrieved July 5, 2023, from <https://civilica.com/note/765/> [In person]
- Scharrer, E. L. (2013). Representations of gender in the media. . *The Oxford handbook of media psychology*, 267-284.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE Publications.
- Seidman, S. (2013). *Conflict of opinions in sociology*. Translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing.
- Seidman, S. (2013). *Contested knowledge in sociology* (H. Jalili, Trans). Nashr-e Ney. [In Persian]
- Signorielli, N., & Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40(7-8), 527–544.
- Smith, S. L., Choueiti, M., Pieper, K., Case, A., & Choi, A. (2019). Inequality in 1,300 Popular Films: Examining Portrayals of Gender and Race/Ethnicity from 2007 to 2017. USC Annenberg Inclusion Initiative. <https://annenberg.usc.edu/research/aii/inclusion-study>
- Tuchman, G. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Tuchman, G. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
- Tuchman, G. (1979). *Women's Depiction by the Mass Media*. 1979; University of Chicago Press. *Journal of Women in Culture and Society*, 42-528.

- Turner, J. S. (2010). Sexualization of female characters in video games: A content analysis of female portrayals In video games over time. *Sex Roles*, 62(11-12), 734-746. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9761-2>
- Wood, J. T. (1994). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*. Wadsworth Publishing.
- Yaghoubi, A. (2011). *A comparative study of masculinity culture in the ethnic groups of Gilan province (Doctoral dissertation)*. University of Isfahan. [In Persian]
- Yaghoubi, A. (2014). *Theories of masculinity: With an emphasis on sociological approaches*. Tehran: Pazhwak Publications. [In Persian]
- Zamani, S., Nikkhah Qamsari, N., & Basirian Jahromi, H. (2018). Semiotics of gender in the film *Banoo*. *Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 1(2), 89-106. [In Persian]
- Zein al-Abedini, P., & Shafieiun, H. (2023). Gender stereotyping and the representation of women in Iranian cinema. *Scientific Quarterly of Sociology of Culture and Art*, 5(2), 19-35. [In Persian]