

ستاره‌های مردانگی و مردانگی ستاره‌ها بررسی تغییر الگوی غالب مردانگی بازیگران سینمای بعد از انقلاب ایران

حسن چاووشیان^۱

استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه گیلان

سید جواد حسینی رشت‌آبادی^۲

کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه گیلان

تاریخ دریافت: ۸۹/۳/۲۷

تاریخ پذیرش: ۸۹/۷/۲۷

چکیده

تحول در روابط اجتماعی همواره می‌تواند برتری مردان بر زنان را به چالش بگیرد. با پدیدار شدن «گرایش به بحرانی»، مردان به یک ایدئولوژی جدید نیاز خواهند داشت که همچنان مشروعیت پدرسالاری را حفظ کند. این ایدئولوژی یک «مردانگی ایدئال» عرضه می‌کند که الگوی «بهنجار» مردبودگی را دوباره تثبیت می‌کند. ریوین کانل این «الگو» را مردانگی هژمونیک نامیده و معتقد است به دلیل پایان‌ناپذیر بودن فشار عوامل مشروعیت‌زدا، مردانگی هژمونیک همواره در حال تحول خواهد بود. این پژوهش با استفاده از نظریه کانل و روش کیفی (سنخ ایدئال‌سازی ویری) در ابتدا از فیلم‌های سال‌های اولیه انقلاب و ارزش‌های انقلابی که در آن سال‌ها تبلیغ می‌شد، یک «سنخ ایدئال مردانگی سنتی» بر ساخته و سپس ارزش‌های مردانه‌ای را که در پُرفروش‌ترین فیلم‌های سینمایی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸ مورد تأیید و تشویق بوده‌اند با آن سنخ ایدئال مقایسه کرده است. از مقایسه ۳۲ سنخ ایدئال به‌دست‌آمده، چهار دوره متمایز مشخص شده و سنخ ایدئال هر دوره بر ساخته شد. نتایج حاصل از مقایسه آنها با هم نشان‌دهنده صادق بودن نظریه کانل در مورد تغییرپذیری مردانگی هژمونیک همگام با تحولات اجتماعی است. **واژه‌های کلیدی:** جامعه‌شناسی جنسیت، سنخ ایدئال، سینمای ایران، مردانگی هژمونیک، مطالعات مردان.

1. mithridath@gmail.com

2. hasanchavoshian@gmail.com

مقدمه و طرح مسئله

پایگاه‌هایی که مردان به واسطه مرد بودن در جامعه به دنبال آن هستند و نقش‌هایی آنها تصور می‌کنند به واسطه مرد بودن باید ایفا کنند، از مجموعه باورهای درهم‌تنیده‌ای نشئت می‌گیرد که آن را «مردانگی» می‌نامند. در نظر بیشتر مردم، مردانگی کیفیتی منبعث از طبیعت مردانه - از آلت مردانه در نزد عوام گرفته تا تستوسترون و کروموزوم‌های XY در نزد خواص - است که هرگز تغییر نمی‌کند (کانل، ۲۰۰۵^۱ الف: ۴۳). از آنجا که تصورات عامیانه در مورد خصایص «طبیعی» مردان همچون قدرت، شجاعت و خشونت موجود در قیصر (شیوا، ۱۳۸۵: ۲) می‌تواند به حکومت‌ها در بسیج نیروها و تهییج مردان کمک کند، معمولاً تبلیغات دولت‌ها هم بر وجود یک «مردانگی واقعی» که به قول = «در طول بیست هزار سال هم ثابت باقی می‌ماند» (جرگن و دیویس، ۱۹۹۷: ۲۲۴)^۲ تأکید دارند. گرچه نظم جنسیتی منحصر به جامعه خاصی نیست و در تمام جوامع دیده می‌شود اما در جوامع سنتی - مذهبی معمولاً برتری مردان کمتر مورد سؤال قرار گرفته و وجود یک «مردانگی فطری» بدیهی فرض می‌شود. ایران پس از انقلاب اسلامی نیز به دلیل سنتی بودن جامعه و نیز به دلیل تلاش نیروهای انقلابی در جهت ارائه یک الگوی مذهبی مردانگی (عطارزاده، ۱۳۸۷: ۴۶) نمونه خوبی از این نوع جوامع بوده است؛ به همین دلیل اثبات وجود تغییر در الگوی غالب مردانگی در چنین جامعه‌ای می‌تواند به محققان جامعه‌شناسی جنسیت کمک کند درک عمیق‌تری نسبت به وجود تحول در مردانگی‌ها و نحوه پیدایش این تحولات در تمام جوامع - حتی در جوامع مقاوم در مقابل تغییرات جنسیتی - پیدا کنند.

پژوهش حاضر تلاش دارد این فرضیه را اثبات کند که الگوی شایع مردانگی در نخستین سال‌های پس از انقلاب که همچنان به عنوان الگوی ایدئال و راستین مردانگی در جامعه تبلیغ می‌شود، در سال‌های پس از انقلاب اسلامی تغییر کرده و در دهه‌های بعدی هرگز مشابه همان الگوی اولیه نبوده است به طوری که در دوره‌های مختلف با الگوهای گوناگون مردانگی روبه‌رو بوده‌ایم.

از آنجا که رویکرد نظری و روشی اغلب تحقیقات جنسیتی صورت‌پذیرفته در ایران محدود به نظریات فمینیستی و روش‌های کمی بوده، توجه به نقش مردان و مردانگی‌هایشان



1. Connell
2. Gergen & Davis

در تحقیقات جامعه‌شناختی ایران غایب بوده و حتی تحقیقاتی که به مردان توجه کرده‌اند نیز اغلب به ذکر آمار و ارقام در مورد حضور یا عدم حضور مردان مشغول بوده‌اند؛ از همین رو، در این پژوهش از یکی از بهترین روش‌های کیفی (روش برساختن سنخ ایدئال وبر) و مهم‌ترین نظریه‌ارائه‌شده در مورد مردانگی (نظریه ریوین کانل) استفاده شده و الگوهای غالب مردانگی مردان بازیگر فیلم‌هایی که بعد از انقلاب مورد بیشترین استقبال از سوی مردم قرار گرفتند، بررسی شده است.

امید است این پژوهش علاوه بر دستیابی به هدف خود، جرقه‌ای باشد برای توجه بیشتر پژوهشگران به روش‌های کیفی و نظریات درخشان ریوین کانل در عرصه رو به رشد جامعه‌شناسی جنسیت؛ به‌ویژه توسط پژوهشگرانی که می‌پندارند می‌توان بدون در نظر گرفتن «نیمه قوی» جامعه به حل مشکلات «نیمه ضعیف» جامعه نائل آمد.

چهارچوب نظری

گرچه از دهه ۱۹۸۰ نظریه‌پردازی‌های گوناگونی در مورد مردانگی انجام شده اما هیچ‌کدام به اندازه آثار ریوین کانل^۱ یعنی: جنسیت و قدرت (۱۹۸۷) و مردانگی‌ها (۱۹۹۵) در جامعه‌شناسی جنسیت تأثیرگذار نبوده‌اند. از نظر کانل انواع مردانگی یک جزء اساسی از نظم جنسیتی است و نمی‌تواند جدا از آن فهم شود؛ در واقع در این آثار کانل مفهوم مردانگی را در نظریه جامع روابط جنسیتی ادغام کرد (گیدنز،^۲ ۲۰۰۵: ۱۱۸).

از نظر کانل، جنسیت عملی اجتماعی است که همواره به بدن‌ها و آنچه بدن‌ها انجام می‌دهند اشاره می‌کند نه آنکه به بدن‌ها تقلیل یابد. عمل اجتماعی به موقعیت‌های خاص پاسخ می‌دهد و در بین ساختارهای معین روابط اجتماعی تولید می‌شود؛ در واقع عمل اجتماعی که به این ساختارها مربوط می‌شود شامل کنش‌های مجزا از ساختارها نیست و منشأ ساختارهای کلان روابط جنسیتی هم همین اعمال زندگی روزمره هستند (کانل،^۳ ۱۹۸۷: ۱۷): مردان و زنان «غیر منحرف» یک جامعه، حین زندگی روزمره خود با اشغال یک جایگاه جنسیتی شده در نظم جنسیتی و ایفای نقش در آن، مردانگی و زنانگی خود را برساخته (کانل، ۲۰۰۲: ۴) و به این ترتیب زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که عمل اجتماعی می‌تواند از طریق آن نظم داده شود،

1. Raewyn Conell
2. Giddens
3. Gergen & Davis



نظمی که هدف آن حفظ برتری مردان بر زنان در ساختار روابط جنسیتی در تمام نهادها و زمان‌هاست. منظور از روابط جنسیتی «نوعی روابط موجود بین افراد و گروه‌هاست که حول عرصه تولید مثلی سازماندهی شده» (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۷۲) و اعمال جنسیتی افراد در آن معنا می‌یابد. وقتی این اعمال جنسیتی - که در هر دوره تاریخی حین درگیر شدن مردان و زنان در روابط جنسیتی از آنها سر می‌زند - با هم جمع شوند یک پیکره اجتماعی^۱ جنسیتی را تشکیل می‌دهند که مردانگی و زنانگی نامیده می‌شوند (کانل، ۲۰۰۲: ۸۱).

بر همین اساس کانل، مردانگی را پیکره‌ای متشکل از جایگاه انسان‌ها در روابط جنسیتی، اعمال انسان‌ها حین مشارکتشان در این جایگاه جنسیتی و آثار این اعمال در تجربه بدنی، شخصیت و فرهنگ آنها معرفی می‌کند (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۷۱) که مجموعه‌ای درهم‌بافته با شرایط متغیر اجتماعی - تاریخی هر دوره است. چنین تعریفی، مردانگی را از مفاهیم شخصی و ایستایی چون هویت و شخصیت که در روان‌شناسی معمول است، متمایز می‌سازد (کانل، ۲۰۰۲: ۹۰). آنچه نظریه کانل را به نظریه‌ای استثنایی در تبیین جنسیت و روابط جنسیتی تبدیل می‌کند، کشف سلسله‌مراتب جنسیتی و پویایی الگوهایی است که مردان حاکم برای مشروع نگاه داشتن پدرسالاری در جامعه ترویج می‌کنند. به نظر کانل نه تنها در یک جامعه انواع مختلفی از مردانگی در هر دوره وجود دارد، بلکه ارزش‌گذاری فرهنگی آنها با یکدیگر نیز متفاوت است به طوری که بعضی از آنها مثبت و یا حتی الگو معرفی شده و بعضی دیگر مورد ریشخند قرار گرفته یا طرد می‌شوند (کانل، ۱۹۹۶: ۲۰۹). گرچه الگوی مردانگی در زمینه‌های گوناگون اجتماعی متفاوت است اما همواره در هر فرهنگی یک نوع مردانگی وجود دارد که همچون «استانداردی» برای سنجش مردانگی به کار می‌رود (جرج و دیویس^۲، ۱۹۹۷: ۲۲۴). کانل با وام گرفتن اصطلاح گرامشی (هژمونی)^۳ این نوع مردانگی را این‌طور تعریف می‌کند:

«مردانگی هژمونیک پیکره‌ای از عمل جنسیتی است که در حال حاضر جوابی مقبول به سؤالاتی می‌دهد که در مورد مشروعیت پدرسالاری مطرح می‌شوند و به این ترتیب موقعیت مسلط مردان را تضمین می‌کند» (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۷۵). در عمل هژمونی به راه‌هایی اشاره



1. Social Configuration
2. Connell
3. Hegemony

دارد که گروه حاکم از طریق آنها سلطه خود را تثبیت کرده و محافظت می‌کند. در این فرایند عرضه‌ایدئال‌ها و تعریف اخلاقیات نقشی اساسی داشته و حاکمان تلاش می‌کنند از راه ترغیب عامه مردم به‌ویژه از راه وسایل ارتباط جمعی و سازماندهی نهادهای اجتماعی، سلطه خود را «طبیعی»، «ریشه‌دار در ذات امور» و «درست» جلوه می‌دهد (کانل، ۱۹۸۷: ۱۰۷). پس از انقلاب صنعتی، معمول‌ترین ویژگی‌هایی که در مردانگی هژمونیک غربی وجود داشته‌اند، رابطه با قدرت و اعتقاد به محافظه‌کاری، دگرجنس‌خواهی، وجود تفاوت‌های قاطع بین دو جنس و لزوم تقسیم کار جنسیتی در خانواده بوده‌اند (وود و کانل^۱، ۲۰۰۵: ۳۴۸)؛ در قرن بیستم نیز مواردی مانند وجود شجاعت، خودپسندگی، خشونت، استقلال، تسلط بر امور، مهارت فنی، انسجام با گروه، روحیه ماجراجویی و استحکام ذهن و جسم در مردان مورد تأکید بوده‌اند، سپس تأکید زیادی بر نان‌آوری و به‌ویژه تقابل با زنانگی در عین روابط دگرجنس‌خواهانه دیده می‌شد (دونالدسن^۲، ۱۹۹۳: ۶۴۵) و آن‌گونه که تحقیقات اخیر کانل نشان می‌دهد جهانی شدن سبب شده مردانگی جدیدی با تأکید بر کار در شرکت‌های عظیم و داشتن مهارت در کسب سود بیشتر در حال کسب موقعیت هژمونیک در کشورهای صنعتی باشد (وود و کانل، ۲۰۰۵: ۳۶۱)؛ در این الگوی جدید، «تمرکز بر اعتقاد به نوآوری اقتصادی برخی اقلام موجود در مجموعه قدیمی مردانگی بورژوازی را حذف کرده است: تعهد مذهبی، پاکدامنی شخصی سخت‌گیرانه و وفاداری زناشویی از آن اقلام بوده‌اند. امروزه این نوع اقلام در مردان تاجر امروزی، تاریخ گذشته و حتی کمی خنده‌دار به نظر می‌رسند» (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۲۵۵).

مردانگی هژمونیک را نباید مردانگی شایع یا حداکثری در نظر گرفت؛ در عوض این نوع مردانگی الگوی هنجارین مرد بودن است که تأییدشده‌ترین الگوی فعلی مرد بودن را در فرهنگ یک جامعه نشان می‌دهد؛ الگویی که همه مردان جامعه مجبورند مردانگی خود را در مقابل آن - به صورت درجات مختلفی از تأیید یا تقابل با نمونه‌های الگویی آن - تعریف کنند (کانل^۳، ذ ۲۰۰۵: ۸۳۲ و ۸۴۶)؛ بنابراین حتی اگر مردانگی هیچ مردی در جامعه کاملاً منطبق بر مردانگی هژمونیک نباشد و تجسم عینی این نوع مردانگی را

1. Wood & Connell
2. Donaldson
3. Connell & Messerschmidt



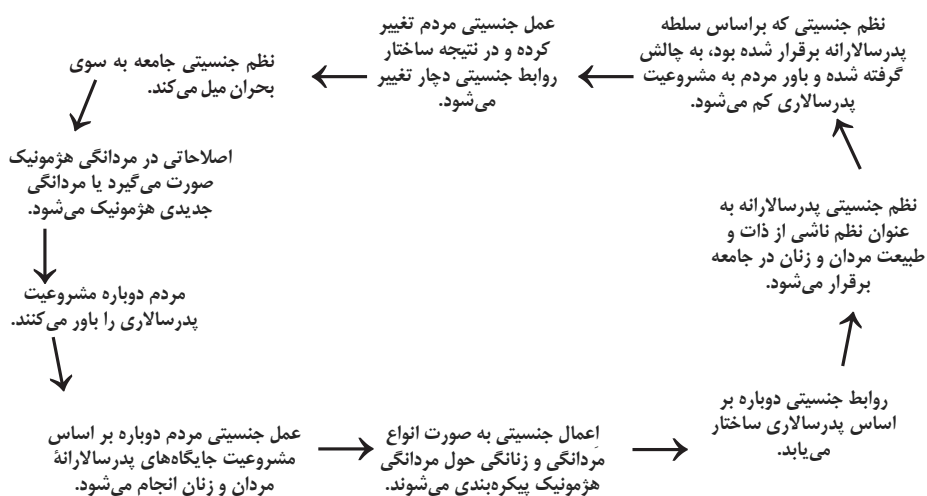
تنها بتوان در قهرمانان کتاب‌ها، فیلم‌ها، سریال‌ها، مسابقات ورزشی و غیره دید اما باز هم مردان جامعه این نوع مردانگی را به عنوان راه کسب و حفظ قدرت و منافع حاصل از آن قبول کرده و آن را الگوی خود قرار می‌دهند (دونالدسن، ۱۹۹۳: ۶۶۶)؛ در نتیجه گرچه مردان کمی می‌توانند مردانگی همفردی بوگارت یا سیلوستر/ستالونه را داشته باشند اما بیشتر مردان جامعه، مردانگی آنها را ستوده و با تلاش در راه کسب و اجرای آن نوع مردانگی به حفظ هژمونی آن کمک می‌کنند (کانل، ۱۹۸۷: ۱۸۵).

با این وجود باید توجه داشت مردانگی هژمونیک شکل تجلیل و تکریم‌شده مردانگی در زمان و مکانی معین است و روابط جنسیتی همواره روابطی در معرض تغییر در طول تاریخ هستند (چارلزبویز، ۲۰۰۹: ۲). تغییر شرایط تاریخی و کشمکش‌های موجود بین گروه‌های مختلف مردان بر سر منافع حاصل از هژمونیک بودن الگوی مردانگی مورد حمایت آنان سبب می‌شود مردانگی هژمونیک همواره در معرض تغییر و جابه‌جایی باشد (کانل، ۱۹۹۷: ۵). کانل برای توصیف به چالش گرفته شدن مردانگی هژمونیک در یک دوره، اصطلاحی را از **هابرماس** وام گرفت و پدید آمدن تغییرات مشروعیت‌زدا را در روابط جنسیتی (که به نوبه خود موجب تضعیف مشروعیت سلطه پدرسالارانه و مردانگی هژمونیک می‌شوند)، به عنوان «گرایش به بحران»^۲ در نظم جنسیتی معرفی کرد (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۸۴). این گرایش‌ها موجب می‌شوند مردان حاکم برای برقراری مجدد مشروعیت پدرسالاری به اصلاح عناصر فعلی دست یازند و الگوی جدیدی را به عنوان مردانگی راستین عرضه کنند. کانل این فرایند را «پویایی»^۳ مردانگی هژمونیک» می‌نامد (نمودار شماره ۱).



1. Charlebois
2. Crisis Tendency
3. Dynamics

نمودار شماره ۱. نمودار شماتیک پویایی مردانگی هژمونیک



فصلنامه علمی-پژوهشی

پذیرفتن نظریه کانل در مورد پویایی مردانگی به معنای پذیرش این نکته است که مردانگی‌ها، بر ساخته‌هایی تاریخی هستند و ممکن است در طول زمان به چالش گرفته شده و دچار تغییر و حتی جایگزینی شوند (کانل، ۱۹۹۶: ۲۱۰)؛ پس اگر گروه جدیدی حاکم شود و یا گروه فعلی در یابد الگوی هژمونیک در مقابل چالش‌های پیش‌آمده برای مشروعیت پدرسالاری کارساز نیست، تعجبی ندارد اگر الگویی دیگر برای مشروعیت‌بخشی به ادامه سلطه پدرسالارانه، هژمونیک شود (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۷۷) و مثلاً به جای زور بازوی *استالونه* و *شوارتزینگر* در دهه ۱۹۸۰، خوش‌تیپی و خوش‌فکری مردانی چون *براد پیت* یا *جرج کلونی* در سینمای هالیوودی این روزها مورد تأکید قرار گیرد (چارلزبویز، ۲۰۰۹: ۲).

چنانکه می‌دانیم سینما به دلیل تأثیرپذیری از گفتمان حاکم بر هر دوره، همواره آینه‌ای از جامعه و تغییرات عمده سیاسی - اجتماعی آن را برای تحلیل جامعه‌شناسان فراهم کرده (هواکو، ۱۳۶۱: ۲۶) و ستارگان سینمایی تجسم شیوه‌های نوعی رفتار، احساس و تفکر در جامعه معاصر بوده‌اند که به گونه‌ای اجتماعی - فرهنگی طی تاریخ ساخته شده‌اند (دایر، ۱۳۸۲: ۲۷۴). ستارگان مذکر سینما نیز به صورت دیالکتیکی از یک سو نمونه‌هایی از گفتمان

و الگوهای حاکم بر مردان جامعه بوده و از سوی دیگر به نمایندگی از مردان جامعه جلوه‌هایی از نحوه تعامل (و تقابل) مردان با آنها را به تصویر می‌کشند (لینگارد و داگلاس، ۱۹۹۹: ۸). به همین دلیل پژوهشگران زیادی مردانگی را در عرصه سینما بررسی کرده‌اند؛ برای مثال پریام^۲ (۲۰۰۳) برای مشخص کردن سنخ‌های مردانگی در اسپانیا، نقش‌ها و نحوه نقش‌آفرینی شش تن از معروف‌ترین ستاره‌های مذکر سینمای این کشور را بررسی کرد و ضمن برملا ساختن تنوع مردانگی‌های موجود در مردان اسپانیولی، ظهور انواع مدرن‌تر مردانگی را در نسل جوان‌تر این بازیگران نشان داد. رادرفورد^۳ (۱۹۸۸) نیز برای نوع واکنش مردان به فمینیسم از استقبال مردان از فیلم‌ها استفاده کرد و از نوع واکنش مردان دو «سنخ ایدئال» ساخت و آنها را «مرد کین‌خواه» (مردانی که از جامعه مدرن که مردانگی سنتی آنها را به چالش گرفته، انتقام‌جویی می‌کنند) و مرد «نو» (مردانی که تلاش می‌کنند پدران مهربان‌تر و شوهران جذاب‌تری باشند) نامید. گرچه تحقیقات مربوط به روابط جنسیتی در ایران معمول و حتی مُد شده‌اند ولی این تحقیقات محدود به وضعیت زنان بوده‌اند. این تحقیقات با مفروض گرفتن رویکرد سنتی فمینیستی در مورد نمایش ثابت مردان به صورت انسان‌های عاقل، نیرومند و قدرتمند (راودراد و صدیقی، ۱۳۸۵: ۵۵) به تغییرات پدیدآمده در کارگردانان زن (راودراد، ۱۳۸۱: ۶۴) یا بازیگران زن (راودراد و زندی، ۱۳۸۵: ۲۴) پرداخته‌اند بدون آنکه به تحول در مردانگی مردان هم‌عصر این زنان توجهی داشته باشند. تنها پژوهش موجود در مورد مردانگی مربوط به میرزایی و ذکایی (۱۳۸۴) می‌شود که آن تحقیق هم با پرسشنامه هویت جنسیتی ساندرابم^۴ (۲۰۰۱: ۳۳۹) و به سبک روش‌های ایستای مورد استفاده در روان‌شناسی اجتماعی به ارزیابی گرایش‌های فردی خوداظهاری شده ۳۴۰ دانش‌آموز پسر دبیرستانی مناطق ۳ و ۱۱ و ۱۹ تهران پرداخته که در نهایت تفاوت معناداری بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی پسران و ترجیحات و هویت جنسیتی آنها در آن تحقیق پیدا نشده و علت آن ناتوانی در تعیین درست طبقه پسران فرض شده است (میرزایی و ذکایی، ۱۳۸۴: ۸۹)؛ اما در واقع در سایه نظریات کانل می‌توان حدس زد که این پسران به این دلیل ارزش‌های مشترکی را به عنوان ارزش‌های مردانگی ذکر کرده‌اند که همه آنها تحت تسلط یک الگوی مشترک یادگیری «ویژگی‌های بهنجار مردانگی» (همان مردانگی هژمونیک) بوده‌اند.



1. Lingard & Douglas
2. Perriam
3. Rutherford
4. Santrock

این پژوهش ضمن در نظر داشت این اصول نظری، با مفروض گرفتن وجود یک الگوی هژمونیک مردانگی در اول انقلاب و گرایش آن به بحران به دنبال تحولات داخلی و خارجی، در جست‌وجوی آزمون این فرضیه است که آیا الگوی هژمونیک مردانگی بعد از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ ایران دچار تحول شده است؟ و در صورت صحیح بودن این فرضیه، تحول مذکور در چه زمانی، در چه حوزه‌هایی و به چه میزانی رخ داده است؟

روش پژوهش

این مطالعه، تحقیقی توصیفی - تاریخی است که با روشی کیفی به بررسی تغییراتی می‌پردازد که الگوی هژمونیک مردانگی در جامعه ایران پس از انقلاب را به خود دیده است. گرچه در واقع کل پدیده‌های تاریخی - اجتماعی پس از انقلاب قابلیت این نوع بررسی را دارند ولی با توجه به اینکه اولاً به دلیل بالاتر بودن جنبه گزینشگری، سینما می‌تواند به خوبی به شناخت دغدغه‌های وقت مردم کمک کند (ساروخانی، ۱۳۸۱: ۱۶۶) و ثانیاً کمتر محصول فرهنگی در ایران وجود دارد که بتوان آماری دقیق از فروش آن پیدا کرد، فیلم‌های سینمای پس از انقلاب به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. گرچه به طور معمول پرفروش بودن یک فیلم ربطی به مردانگی نمایش یافته در آن فیلم ندارد اما پرفروش‌ترین فیلم سال همچون برنده نوعی رأی‌گیری از «مهم‌ترین دغدغه سال» است که مردم بدون جبهه‌گیری‌های معمول در مقابل پرسشنامه‌ها به آن رأی داده‌اند و از آنجا که چنین محصول اجتماعی می‌تواند بازتابنده فضای اجتماعی زمانه خود و از جمله الگوی غالب مردانگی در آن جامعه باشد (آزاد و امیر، ۱۳۸۸: ۱۱۱)، در نمونه پژوهش به صورت غیرتصادفی ۳۲ فیلمی برگزیده شد که در سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸ به بالاترین نرخ فروش هر سال دست یافته بودند.

به منظور پرهیز از سطحی‌نگری، استراتژی استفهامی^۱ به عنوان رویکرد متدولوژیک این پژوهش برگزیده شده و روش وبر در برساخت نمونه ایدئال و مقایسه واقعیت‌های تاریخی با آن برای فهم تحول در مردانگی به کار گرفته شده است. وبر با مطالعه اولیه پدیده، یک «ایضاح موقت» از متن ارائه می‌کند و پس از استخراج «یک‌به‌یک اجزای منفرد» از واقعیت تاریخی مطالعه‌شده به تدریج تیپ ایدئالی از موضوع می‌سازد (وبر الف، ۱۳۸۲: ۵۱)؛ در واقع «نمونه ایدئال از طریق ترکیب شمار زیادی از پدیده‌های منفرد انضمامی به دست می‌آید که

1. Abductive



در واقعیت، پراکنده و منفصل و کم‌وبیش موجود و گاهی ناموجودند و بر مبنای همان دیدگاه‌های مذکور در یک برساخته تحلیلی واحد، مرتب می‌شوند» (ویر، ۱۳۸۲: ۱۴۱).

تیپ ایدئال انواعی دارد که نوع اول آن، تیپ ایدئال تاریخی که در این پژوهش هم مورد استفاده است، «بازسازی عقلانی یک واقعیت تاریخی است که فقط در جامعه‌ای خاص و در دوره‌ای خاص وجود داشته»، و خطوط بارز یک مجموعه تاریخی منحصربه‌فرد را جمع می‌آورد. این تیپ ایدئال با بازسازی یک فرد تاریخی از طریق انتخاب یک سری خصلت‌ها که به نظر می‌رسد خصلت‌های نوعی بوده و اصالت فرد را تعریف می‌کنند، به دست می‌آید» (آرون، ۱۳۸۲: ۵۹۰). در این پژوهش با توجه به نظریه کانل، ابتدا با مطالعه مقالاتی که به بررسی مردانگی در فیلم‌های جاهلی و انقلابی می‌پرداختند، مشاهدات میدانی و تاریخی و تماشای فیلم‌های پُر فروش سال‌های اولیه پس از انقلاب (حتی آنها که جزء نمونه نبودند)، خصلت‌های نوعی مردانگی منحصربه‌فرد آن دوره خاص از تاریخ ایران استخراج شده و حول پنج محور مرتب شدند؛ به این ترتیب ویژگی‌های مردی فرضی که صاحب تمام خصایل این تیپ ایدئال بوده با عنوان «سنخ ایدئال معیارهای مردانگی» و به عنوان محکی برای مقایسه ویژگی‌های مردان بازیگر فیلم‌های نمونه با آن فراهم شد. باید توجه داشت این مرد فرضی فقط محملی برای نمایش عینی مردانگی هژمونیک بوده و نماینده یک نوع شخصیت روان‌شناختی یا نوعی تیپ اجتماعی مثل تیپ‌های زیمل نیست؛ به همین ترتیب مردانگی او را نمی‌توان به عنوان یک نوع اجتماعی دورکیمی (دورکیم، ۱۳۸۷: ۹۴) به کار گرفت و نابهنجاری یا پیچیدگی سایر انواع را نسبت به آن سنجید. در عوض قواعد دورکیمی در زمینه شی بودن پدیده‌های اجتماعی و تفاوت آنها با پدیده‌های روانی (دورکیم، ۱۳۸۷: ۱۲) در تنظیم سنخ ایدئال این پژوهش مورد تأکید بوده و با توجه به جامعه‌شناسانه بودن این پژوهش و این نکته که مردانگی تعریف شده توسط کانل متشکل از پیکره‌ای از اعمال واقعی در دنیای اجتماعی و نه تصورات یا توقعات ذهنی یا ویژگی‌هایی «هیتی»- است (کانل، ۲۰۰۵: ۸۳۲)، در عملیاتی‌سازی این مفهوم به عنوان متغیر اسمی این پژوهش تلاش بر این بوده که از انتخاب تمایلات و گرایش‌های ذهنی معمول در مطالعات روان‌کاوی یا روان‌شناسی اجتماعی خودداری شود.



سنخ ایدئال مرد فرضی منطبق بر هنجارهای مردانگی سنتی در سال‌های اول انقلاب (سنخ ایدئال معیارهای مردانگی)

موقعیت فردی: مردی با ریش بلند و سیبل بزرگ و لباسی منظم و یونیفورم‌وار ولی غیر مدلی با رنگ‌های سنگین و چهارخانه، با صدای مردانه (منطبق بر «سیستم شناسایی جنسیتی» گافمنی (برانامان و لمرت، ۱۹۹۷: ۲۰۶) که از روی تَن صدای کلفت و تحکم‌آمیز فرد می‌توان به مذکر بودن وی پی برد)، عاقل ولی با پشتکار لجبازانه تا حد ریسک در راه هدفش؛ هوشیار در محیطی بسیار جدی و پر از توطئه، اهل مبارزه و خشونت تا حد درگیری لفظی (فحاشی)، بدنی (کتک‌کاری)، نظامی (استفاده از اسلحه)، کم‌خور، کم‌حرف.

شغل: شاغل با درآمد متوسط که اصول اخلاقی (اخلاق مردانه و مذهبی) را در شغل رعایت می‌کند (مثل دوری از کم‌فروشی، کلاهبرداری، دروغ‌گویی و...) و با انجام درست وظایف شغلی تحسین دیگران را برمی‌انگیزد و موجب حُسن شهرت خود می‌شود، تصمیم‌گیرنده بودن به دلیل قرار داشتن در بالای سلسله‌مراتب و استقلال از دیگر تصمیم‌گیرندگان، معتاد به کار (فقط به فکر کار).

خانواده: متأهل یا مجرد دارای نامزد و به فکرازدواج، صاحب یک یا چند فرزند، تصمیم‌گیرنده اصلی در خانه، مستقل از همسر (بدون نیاز به کمک زن یا حضور دائمی در کنار او) ولی متعهد به او (وفاداری زناشویی) و خود را نسبت به او و فرزندان مسئول می‌داند (تأمین معاش و امنیت برای خانواده) و به آن افتخار می‌کند (غر نمی‌زند و از مرد شدن نمی‌نالند)، غیور نسبت به همسر و نگران برای والدینش و در ارتباط با آنها.

اخلاقیات: مسلمان طوری که فرایض دینی‌اش را انجام می‌دهد و طبق اصول اسلام زندگی می‌کند، وطن‌پرست، جوانمرد و قانون‌مدار (که طبق قوانین کشور، اصول مردانه و ارزش‌های طبقه متوسط عمل می‌کند)، تحت تاثیر احساسات و مظلوم‌نمایی دیگران قرار نمی‌گیرد ولی در جهت حل مشکل دیگران تلاش می‌کند، شجاع و از جان گذشته، راستگو و خوش‌قول.

روابط/اجتماعی: هم دوستان (هم‌تیمی‌ها: کسانی که با او در یک عمل مشترک همکاری می‌کنند) و هم دشمنانش (کسانی که در مقابل تلاش‌های او مبارزه می‌کنند)، مرد هستند و در صورتی که آنها در مردانگی‌شان مشکلی داشته باشند او به آنها تذکر می‌دهد و آنها را راهنمایی می‌کند (یا به صورت یک رئیس، یا به صورت یک مرشد) و گروه دوستان یا نوچه‌هایی دارد که به او وفادار هستند؛ زنان را ضعیفه می‌داند (تحقیر یا تصغیر) و آنان را کنترل و هدایت می‌کند، در کارها از زنان کمک نمی‌گیرد و موقع انجام کاری مشترک با زنها، با آنها درگیر می‌شود. مقدار حضور زنان در فیلم کم است و از نمایش جذبۀ جنسی آنان برای مردان پرهیز می‌شود. نحوه نمایش آنها با آرایش یا کلوزآپ نیست تا به عنوان ابژه لذت بصری در فیلم نباشند ولی مرد نقش جاذب خوش‌هیكل و خوش‌تیپ (نماد قدرت و جنسیت مردانه) را دارد و زن را مسحور خود می‌کند.

«سنخ ایدئال مردانگی» در کل فیلم، واحد تحلیل این مطالعه را فراهم ساخته و از آنجا که در مورد هر یک از عناصر محورهای پنج‌گانه «سنخ ایدئال معیارهای مردانگی»، هر نوع عمل بازیگران که واحد مشاهده این پژوهش بوده‌اند، باید به عنوان واحد ثبت مورد مذاقه قرار



می‌گرفت، از مجموعه خصایص موجود در نظریات کانل تنها خصایصی انتخاب شده‌اند که دیدن و واکاویدن آنها از ظاهر و بازی عینی هنرپیشه‌ها ممکن باشد. به دلیل رویکرد کیفی، استفهامی و کل‌نگرانه^۱ این مطالعه، از شمارش و میانگین‌گیری واحدهای ثبت - که به نتایجی چون «افزایش خشونت مردان علیه زنان در جامعه ایران به دلیل بیشتر شدن نمایش صحنه‌های این نوع خشونت در فیلم‌های سال‌های اخیر نسبت به فیلم‌های سال‌های اولیه انقلاب» (سلطانی، ۱۳۸۶: ۸۲)، منجر می‌شود بدون آنکه به معنای انتقادی این بیشتر شدن نمایش توجه شود، خودداری شده و در عوض به معنای اعمال بازیگران و تغییر یا ثبات در عناصر مردانگی در طول فیلم دقت شده است. فرایند تحلیل این مطالعه شامل سه مرحله بوده است:

۱. ابتدا کل فیلم بارها مورد مشاهده قرار گرفته و با توجه به فحوای کلی فیلم و تغییرات مردان در جریان داستان هر فیلم، وضعیت عناصر «سنخ ایدئال معیارهای مردانگی» در بازیگران مذکر اصلی هر فیلم به صورت جداگانه و مستقل از سایر فیلم‌ها بررسی شد. برای مثال وضعیت اصلاح صورت یا لباس پوشیدن بازیگر اصلی هر فیلم با «بلند بودن ریش و بزرگ بودن سبیل و منظم و یونیفورم‌وار ولی غیر مدلی با رنگ‌های سنگین و چهارخانه بودن لباس» در «سنخ ایدئال معیارهای مردانگی» مقایسه شد و به این ترتیب از کنار هم گذاشتن پشت سر هم وضعیت عناصر مورد بررسی در هر فیلم - به همان ترتیبی که در «سنخ ایدئال معیارهای مردانگی» بود - ۳۲ سنخ ایدئال اولیه به دست آمد که هرکدام نوعی مردانگی تبلور یافته در یک فیلم را نشان می‌دادند.

در مرحله بعد، ۳۲ سنخ ایدئال اولیه با یکدیگر مقایسه شده و بر اساس اشتراک‌ها و افتراق‌هایی که در عناصر آنها دیده می‌شد، چند «سال عطف» (۱۳۶۸ و ۷۶ و ۸۰) شناسایی شدند که عناصر مردانگی در آنها تغییرات فاحشی را نشان می‌دادند. بر این اساس چهار دوره مجزا در سال‌های پس از انقلاب شناسایی شده و باز بنا بر سنت وبری، با تشدید و تجمیع اشتراکات و ویژگی‌های مردان فیلم‌های هرکدام از این دوره‌ها، سنخ ایدئالی از مردانگی هژمونیک در هر دوره بر ساخته شد که هرکدام از آنها ویژگی‌های یک مرد فرضی منطبق بر مردانگی هژمونیک را در آن دوره نشان داده و یافته‌های اصلی این پژوهش بوده‌اند. در مرحله آخر



تغییرات عناصر «سنخ ایدئال معیارهای مردانگی» در این چهار سنخ ایدئال دنبال شد و وجود و شدت تغییر در هر عنصر در مقایسه با دوره‌های قبلی مورد بررسی قرار گرفت تا از یک سو ثابت نبودن عناصر مردانگی در سال‌های پس از انقلاب اسلامی نشان داده شود و از سوی دیگر هژمونیک بودن الگوی متفاوتی از مردانگی در هر برهه از دوره پس از انقلاب، ثابت شود.

گرچه دغدغه پایایی در رویکردهای کیفی چون تحقیقات کمی مد نظر نیست ولی عینیت این خصوصیات امکان بررسی‌های مکرر آنها را در این فیلم‌ها و فیلم‌های دیگر فراهم می‌سازد. این پنج محور و عناصرشان در واقع اجزای و اساسی شده مفهوم مردانگی نزد کانل است که اعتبار صوری آن از سوی کانل و اساتید دیگر مورد تأیید قرار گرفته است. علاوه بر این، سنخ ایدئال معیارها از نظر تطابق با اعتبار وابسته به معیار پیشنهاد شده توسط بورنستد یعنی «عضویت در گروه‌های اجتماعی هم‌سنخ» (بیکر، ۱۳۸۱: ۱۴۰) نیز کنترل شد تا منطبق بر مردانگی مردان سنتی ایران در دهه‌های ۶۰-۱۳۵۰ باشد. از سوی دیگر از آنجا که هم‌نوا با تحقیقات خارجی، پژوهش میرزایی و ذکایی در ایران نیز نشان می‌دهد مردانی که نمره مردانگی بالاتری را در پرسشنامه BSRI *ساندرا* بزم (۲۰۰۱: ۳۳۹) کسب می‌کنند به ارزش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی اعتقاد قوی‌تری دارند (میرزایی و ذکایی، ۱۳۸۴: ۹۳)، تطابق کامل مردانگی مرد فرضی سنخ ایدئال معیارها با مقولات مردانه BSRI نیز می‌تواند نشان‌دهنده «اعتبار سازه‌ای» (بیکر، ۱۳۸۱: ۱۴۱) این سنخ ایدئال باشد.

یافته‌های پژوهش

نمونه مورد پژوهش شامل ۳۲ فیلمی می‌شد که در سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸ در ایران به بالاترین میزان فروش دست یافتند و نام، موضوع و میزان استقبال از آنها در جدول شماره ۱ دیده می‌شود.



جدول شماره ۱. فیلم‌های مورد پژوهش و میزان استقبال از آنها

سال نمایش	نام پرفروش‌ترین فیلم سال	موضوع	میزان فروش (میلیون ریال)	قیمت متوسط بلیط (ریال) ^۱	تعداد تخمینی تماشاگر (میلیون نفر)
۱۳۵۷	سفر سنگ	انقلابی	۲۷	۳۰*	۰/۹*
۱۳۵۸	با عشق مردن	جنایی	نامشخص	نامشخص	نامشخص
۱۳۵۹	از فریاد تا ترور	انقلابی	۸۰	۵۵	۱/۴۵
۱۳۶۰	آفتاب‌نشین‌ها	انقلابی	نامشخص	نامشخص	نامشخص
۱۳۶۱	برزخی‌ها**	جنگی	۱۴۰*	۶۰	۲/۳۳*
۱۳۶۲	اشباح	انقلابی	۵۷*	۶۵*	۰/۸۷*
۱۳۶۳	سنا تور	انقلابی	۶۵/۳۹	۷۰	۰/۹۳
۱۳۶۴	عقاب‌ها	جنگی	۱۵۶/۶۶	۸۰	۱/۹۶
۱۳۶۵	پایکوت	انقلابی	۹۱/۱۳	۱۰۰	۰/۹۱
۱۳۶۶	اجاره‌نشین‌ها	کمدی	۱۸۰	۱۲۰	۱/۵۰
۱۳۶۷	کافی مانگا	جنگی	۱۱۰/۲۸	۱۵۰	۰/۷۳
۱۳۶۸	گلنار	کوردکان	۱۶۰	۲۰۰	۰/۸
۱۳۶۹	دزد عروسک‌ها	کوردکان	۳۴۰	۲۵۰	۱/۳۶
۱۳۷۰	عروس	جنایی	۳۸۰	۳۰۰	۱/۲۷
۱۳۷۱	دیگه چه خیر	کمدی	۳۰۵	۳۵۰	۰/۸۷
۱۳۷۲	هنرپیشه	کمدی	۵۰۵/۷۵	۵۰۰	۱/۰۱
۱۳۷۳	کلام‌موزی و پسرخاله	کمدی	۱۷۱/۴۱	۷۰۰	۲/۴۴
۱۳۷۴	می‌خواهم زنده بمانم	جنایی	۸۰/۶۶	۸۵۰	۱/۰۱
۱۳۷۵	خوارهران غریب	کوردکان	۱۴۱۰	۱۲۵۰	۱/۱۷
۱۳۷۶	آدم برقی	کمدی	۱۲۵۰	۱۵۵۰	۰/۸۳
۱۳۷۷	مرد عوضی	کمدی	۴۱۰۰	۳۶۵۰	۱/۵۵
۱۳۷۸	قرمز	جنایی	۳۷۵۰	۳۰۰۰	۱/۲۵
۱۳۷۹	شوکران	جنایی	۳۸۳۸/۸۵	۳۵۰۰	۱/۱۰
۱۳۸۰	سگ‌کشی	جنایی	۳۳۳۰	۴۵۰۰	۰/۷۲
۱۳۸۱	کلام‌موزی و سروناز	کمدی	۵۴۲۰	۵۵۰۰	۰/۹۸
۱۳۸۲	توکیو بدون توقف	کمدی	۴۳۱۶/۶۱	۶۵۰۰	۰/۶۶
۱۳۸۳	مارمولک**	کمدی	۷۷۹۰	۷۰۰۰	۱/۱۱
۱۳۸۴	مکس	کمدی	۴۸۰۰	۹۰۰۰	۰/۵۳
۱۳۸۵	آتش‌سوزی	کمدی	۱۰۱۰۰	۱۰۰۰۰	۱/۰۱
۱۳۸۶	اخراجی‌ها	کمدی	۱۴۰۰۰	۱۲۰۰۰	۱/۱۶
۱۳۸۷	دایره زندگی	کمدی	۱۱۲۸۰	۱۵۰۰۰	۰/۷۵
۱۳۸۸	اخراجی‌های ۲	کمدی	۸۰۰۰۰	۲۰۰۰۰	۱/۳۸

* رقم تخمینی

** اگران این فیلم‌ها قبل از موعد متوقف شد و به حداکثر فروش خود دست نیافتند.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۷۲

دوره سوم
شماره ۴
زمستان ۱۳۸۹

همان‌طور که جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود در طول این ۳۲ سال فیلم‌های مختلفی از نظر موضوع، محتوا و میزان استقبال تماشاگران به مقام اول جدول فروش دست یافته‌اند. با این وجود حتی در همین جدول خام نیز می‌توان جهت‌گیری‌ها و نظم‌های معناداری را پیدا کرد: حاکمیت تقریباً مطلق فیلم‌های انقلابی - جنگی در سال‌های ۱۳۶۷-۱۳۵۷ (سفر سنگ، کانی مانگا)، فیلم‌های انتقادکننده از مردان در سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۷۶ (مرد عوضی، شوکران) و فیلم‌های کمدی در سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۱ (مارمولک و اخراجی‌های ۱ و ۲)، نشان‌دهنده قدرت محیطی است که مردانگی هژمونیک ایرانی در هریک از این دوره‌ها باید با آن انطباق پیدا می‌کرد و استقبال غیرمعمول از بعضی فیلم‌ها مانند برزخی‌ها، عقاب‌ها، کلاه‌قرمزی و پسرخاله و اخراجی‌های ۱ و ۲ نشان‌دهنده آن است که مسائل مربوط به جنگ و انتقاد از بعضی عملکردهای اجتماعی به صورت خاصی توجه تماشاگران ایرانی را به خود جلب می‌کرده است.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۷۳

ستاره‌های مردانگی و
مردانگی ستاره‌ها

چنان چه گفته شد هدف این تحقیق یافتن الگوهای پنهانی بوده که بر مردانگی مردان بازیگر این فیلم‌ها حاکم بوده‌اند و برای نیل به این هدف، مردانگی مورد ترویج و مثبت‌نمایانده‌شده در فیلم پُر فروش هر سال، با سنخ ایدئال معیارها مقایسه شد و به این ترتیب ۳۲ مقایسه به دست آمد که یافته‌های اولیه این پژوهش بودند. اشتراکات و تفاوت‌های جدی موجود در عناصر سنخ ایدئال معیارها در این ۳۲ مقایسه در کنار تغییر در موضوع و محتوای فیلم‌ها با هم مقایسه و چند «سال عطف» (۱۳۶۸ و ۷۶ و ۸۰) شناسایی شد که در آنها گفتمان غالب بر این فیلم‌ها تغییر کرده بود. بر این اساس چهار دوره مجزا در سال‌های پس از انقلاب (که البته در سال‌های مرزی «در هم می‌روند») قابل تشخیص خواهند بود:

جدول شماره ۲. دوره‌های سینمای پس از انقلاب ایران و فیلم‌های پُرفروش در آن دوره‌ها

دوره	حصیصه بارز جامعه	سال‌های دوره	فیلم‌های پرفروش مورد بررسی (به ترتیب سال نمایش)
۱	انقلاب و جنگ	۱۳۶۷-۱۳۵۷	سفر سنگ، با عشق مردن، از فریاد تا ترور، آفتاب‌نشین‌ها، برزخی‌ها، اشباح، سناتور، عقاب‌ها، بایکوت، اجاره‌نشین‌ها، کانی مانگا
۲	بازسازی	۱۳۷۵-۱۳۶۸	کلنار، دزد عروسک‌ها، عروس، دیگه چه خبر، هنرپیشه، کلاه‌قرمزی و پسرخاله، می‌خواهم زنده بمانم، خواهران غریب
۳	اصلاحات	۱۳۸۰-۱۳۷۶	آدم برفی، مرد عوضی، قرمز، شوکران، سگ‌کشی
۴	بازنگری	۱۳۸۸-۱۳۸۱	کلاه‌قرمزی و سروناز، توکیو بدون توقف، مارمولک، مکس، آتش‌بس، اخراجی‌ها، دایره زنگی، اخراجی‌های ۲

پس از مشخص شدن این دوره‌ها، باز بنا بر سنت وبری، با تشدید و تجمیع اشتراکات ویژگی‌های مردان فیلم‌های هرکدام از این دوره‌ها، سنخ ایدئالی از مردانگی هژمونیک در هر دوره بر ساخته شد که هرکدام از آنها ویژگی‌های یک مرد فرضی منطبق بر مردانگی هژمونیک را در آن دوره نشان داده (جدول شماره ۳) و یافته‌های اصلی این پژوهش هستند.

جدول شماره ۳. سنخ ایدئال مردانگی هژمونیک در چهار دوره سینمایی پس از انقلاب ایران

دوره خوشه	سنخ ایدئال مردانگی در دوره اول	سنخ ایدئال مردانگی در دوره دوم	سنخ ایدئال مردانگی در دوره سوم	سنخ ایدئال مردانگی در دوره چهارم
موقعیت فردی	مردی با سبیل و گاهی ریش، لباسی با رنگ‌های سنگین یا یونیفورمی، تن صدای بسیار محکم و امری، در برابر محیطی پر از خطر کاملاً عاقل و هوشیار و مصمم برای هدفی که عاقلانه نیست (نمونه عقلائیست معطوف به ارزش ویر، اهل مبارزه حتی در مقابل قوی‌ترین قدرت‌ها و خشونت به ترتیب با استفاده تسلیحات سرد و گرم، کتک‌کاری و کمتر از همه فحاشی، به دور از پرخوری و خوش گذرانی و پرحرفی.	مردی بدون ریش و سبیل، لباس مردانه ولی غیر سنتی و غیر یونیفورمی، تن صدای کلفت ولی عاجزانه که به قهر ختم می‌شود، محیط کم‌تهدید که با کمی هوشیاری مسائل در آن حل می‌شوند، احساساتش بر عقلائیتش غلبه دارد، بدون مبارزه، بدون فحاشی اما با بگومگوی همیشگی، استفاده نادر و مضحک از اسلحه یا کتک‌کاری، پرحرف و پرخور و حتی خریص.	مردی با ظاهر و لباسی به‌شدت متغیر در مقابل موقعیت‌های بیرونی و تغییرات درونی، تن صدای لرزان و عصبی که همواره درحال التماس یا زورگویی است، هوشیار و بدبین به دلیل جو عدم اعتماد و پر از توطنه، لجباز و ناعاقل و دائم مشغول دغدغه‌های روانی و حرص خوردن، عدم استفاده از اسلحه و تسلیم در فحاشی‌ها و کتک‌کاری‌ها، بدون پرخوری ولی پرحرف و رجزخوان.	مردی گاهی با ریش و اغلب بدون ریش و سبیل، لباس بسیار متغیر و مضحک، تن صدای به ظاهر محکم که کسی آن را جدی نمی‌گیرد، خوش‌شانس در برابر محیطی پر از حادثه و تمسخر (حتی امور مذهبی)، بدون عقلائیست و پشتکار، گرچه مبارز و مقاوم ولی با درگیری‌های لفظی مؤدبانه، درگیری‌های بدنی کوتاه و کم‌خشونت بوده و به ندرت به شکل مسخره از اسلحه استفاده می‌کند، اغلب در حال صحبت، خوردن و خوش گذرانی.



	<p>شاغل در شغل های کم درآمد در حد تأمین معاش، به شدت پایبند به اصول تاحد تجسین دشمنان، جایگاه نسبتاً پایین در رده بندی اجتماعی ولی با استقلال و قدرت آنچنان به دنبال رسیدن به امور شغلی که اغلب از همه چیز (حتی خواب و خوراک و خانواده) به دور می ماند.</p>	<p>شاغل در شغل های غیر دولتی به صورت بی ثبات با درآمدهای زیاد، در حال ورشکست یا فاسد شدن و بی اعتبار به دلیل دروغگویی، کلاهبرداری، سوء استفاده از شغل و ولخرجی، عاجز از تصمیم گیری به تنهایی حتی در راس سلسله مراتب به دلیل گرفتار بودن در بین عوامل متعدد تصمیم گیری، درگیر درگیری های شخصی (اغلب با زنان) به جای رسیدن به شغل.</p>	<p>شاغل غیردولتی با درآمد متوسط، اهل سوء استفاده از فرصت های تصادفی بدون توجه به آبرو یا اخلاق حرفه ای، به شدت حتی با وجود جایگاه پایین در جامعه، خودداری است اما به دلیل ضعف در اجرا و قدرت مخالفان با مشکلات حل نشدنی مواجه می شود، به دلیل ترس تنبلی و دغدغه های غیر عقلانی تنها با کمک شانس گاهی در شغلش موفق است.</p>
<p>خانواده</p>	<p>همیشه متأهل و اغلب دارای فرزند (اما نه زیاد) و دوران آنها، تصمیم گیرنده اصلی خانه و بدون هیچ وابستگی یا نیاز به همسر، همیشه وفادار به همسر، مسئول برای تأمین معاش و امنیت خانواده و معرور به این ویژگی، ناراحت از نداشتن وقت برای خدمت به خانواده، عبور نسبت والدین از آنها راهنمایی میگیرد و به آن ها کمک می کند؛</p>	<p>متأهل یا بفرگ ازدواج ولی با مشکل زیاد در زندگی خانوادگی، با یک یا چند فرزند که به شدت به آنها توجه و نیاز دارد و با این وجود به دلیل کم توجهی به آنها مورد سرزنش قرار دارد و او تنها باسازش با زنان و کودکان می تواند نظراتش را به اجرا در آورد، زنان همیشه کنارش هستند ولی او در نهایت متهد و عبور نسبت به همسر، کوشا برای امرار معاش خانواده ضمن اعتراض به سنت های مردانه، وابسته به پدر و بخصوص مادر و نیازمند به کمک آنهاست؛</p>	<p>متأهل ولی به شدت گرفتار امیال جنسی، کاملاً بی توجه به کودک، نیازمند و وابسته روانی به همسر ولی عبورفادار و حتی خائن نسبت به او که با عث جداییشان می شود، ریشخند شده به دلیل وجود پارادوکس در تلاش فوق العاده اش برای تأمین معاش و غیرت مردانه او از یکطرف و قرار از مسئولیت های پدر، شوهری و فرزند (برای والدین که از آنها جز خاطره ای، در فیلم های این دوره دیده نمی شود) از سوی دیگر؛</p>
<p>اخلاق</p>	<p>شقیته و مقید به اسلام با انجام تمام فرایض دینی، حتی به قیمت جان و مواجهه با مخالفت خانواده یا رؤسا، تلاش می کند از وطن و ملتش پاسداری کند و جلوی خارجی ها و دشمنان داخلی کشور را بگیرد، جوانمرد، قانون مدار، خودش بورژوا نیست ولی از ارزش های بورژوازی دفاع می کند، به ناراحتی های دیگران حساس نیست و اهداف خود را دنبال می کند، خیلی شجاع بوده و درگیر کارهایی می شود که به شدت خطر دارند، کاملاً راستگو، خوش قول و مورد اعتماد است.</p>	<p>مسلمان ولی غیر ملزم به فرایض دینی که بدون توجه به شعارهای وطن پرستانه و مذهبی و حتی گاهی با قانون شکنی و بی توجهی به اصول مردانه زندگی می کند، سعی می کند به استانداردهای زندگی بورژوازی دست یابد که برای او مستلزم ارتقای طبقاتی است. به ناراحتی های دیگران به ویژه کودکان و زنان حساس است، شجاع نیست و در درگیری ها وارد نشده و با زود جا می زند ولی بزدل هم نیست، بدون اذجان گذشتگی در مراحل مشکلات ثابت قدم بوده و حتی گاهی کمک کاری و خطرهای کوچک را پذیرد، اغلب راستگو و خوش قول است اما حقه بازی و بی وفایی هم دارد.</p>	<p>آنچنان دور از مذهب که دین او به راحتی قابل تشخیص نیست، چون اسلام با منافعش تضاد دارد و با آن مشکل دارد، برای منافعش حتی به وطن فروشی و پناه بردن به بیگانگان هم روی می آورد، سعی می کند قانون را فریب دهد یا زیر پا بگذارد، برای اصول جوانمردانه هیچ ارزشی قائل نیست و حتی به زنان و کودکان خردسال نیز رحم نمی کند و به هیچ قول و عهدی نیز وفادار نیست، خودش بورژوا و پیرو آنها نیست ولی در نهایت متوجه برتری سبک زندگی بورژوازی می شود، خودخواه و غیر حساس به ناراحتی دیگران، مایه دردسر برای خیلی ها، بدون اذجان گذشتگی، سراغ راه های خطر و تجربه نشده می رود، راستگو نیست ولی عادت به دروغگویی ندارد و سعی می کند به عهدهایش وفادار بماند.</p>



<p>گرفتار در ملغمه‌ای از زنان و مردان مختلف که اکثراً موضع بانایستی دارند، دشمنان او اکثراً مرد هستند. همه مردان در مردانگی نواقصی دارند اما با مقایسه خود باهم قادر به اصلاح خود هستند. زنان برای بافعل کردن قدرت بالقوه زیاد خود به مردان، و مردان برای حل مسائل اجتماعی و جنسی (که به صورت یک نیاز مشروع مطرح می‌شود) به زنان نیاز دارند بنابراین زنان دارای آفسون جنسی یا مهارت اجتماعی یا کمک مردان از انفعال درآمده و مشکلات مردان را هم تا اندازه‌ای حل می‌کنند.</p>	<p>در دریایی از «نامردها» غرق شده که هرکس ممکن است بر له یا علیه او موضع بگیرد؛ راهنمایی ندارد و حتی باید از زنان درس مردانگی بگیرد چون نه خودش و نه دیگران مردانگی کاملی ندارند. زنان نه تنها نقش‌های اول را دارند بلکه نمود و قدرت بیشتری هم دارند و به جای فردی بزرگ کرده و منفعل به صورت فردی فعال و خشن - با فحاشی و اسلحه - در مقابل مردان ظاهر می‌شوند به‌ویژه چون مردان مسحور آنان شده و تا آخر کار وابسته به آنها باقی می‌مانند، کشش سکسی بین دو جنس به آنها اجازه استقلال از هم را نمی‌دهد.</p>	<p>دوستان نزدیکی که به او کمک کنند ندارد و دشمنان او هم لزوماً مردان یا یک گروه منسجم نیستند و اغلب تقابلیها پراکنده و به صورت دعوای زن و شوهری هستند. او نیاز به راهنمایی دیگران دارد و حتی زنان و کودکان او را هدایت می‌کنند. زنان اطراف او زیبا، مسحورکننده (به دلیل زیبایی مظلومانه و کودکانه، آرایش و نماهای درشت و قدرتشان) و متوقع هستند و هرچند هرگز نمی‌توانند مردان را کاملاً در چنگ خود اسیر کنند ولی می‌توانند تأثیر زیادی - حتی جنسی - روی آنها بگذارند.</p>	<p>در «دریایی از مردان غوطه‌ور است و هیچ وقت با زنان رو در رو یا همراه نمی‌شود. با مردان همراه که دوست‌های وفادار او هستند یک تیم هماهنگ را ضد «تیم» مجهز و خطرناک دشمن می‌سازند و پیروز از دریگری خارج می‌شود، او به مردان دیگر اصول مردانگی را تذکر می‌دهد و نقش الگوی مردان دیگر را دارد. زنان در این دوره یا اصلاً به نمایش در نمی‌آیند یا در نقش همسر و مادر سنتی و پوشیده و بی‌آرایش ظاهر می‌شوند و هیچ کشش جنسی ایجاد نمی‌کردند.</p>	<p>روابط اجتماعی</p>
---	---	---	---	----------------------

اگر عناصر این سنخ‌های ایدئال را که در جدول شماره ۳ در کنار هم قرار گرفته‌اند، با هم مقایسه کنیم درمی‌یابیم این عناصر فراز و فرودهای فراوانی داشته و هر کدام از آنها ثبات یا تغییر خاص خود را تجربه کرده‌اند:



۱. ظاهر مردان بین دوره‌های مختلف به شدت متغیر بوده است. در دوره اول صدا آمرانه و خشن (چه به صورت دستورات فرماندهانی چون *استوار حنکو* (سناتور) و *سروان یآوری* (کانی مانگا) و چه به صورت نهیب مرشدهایی چون *غربتی* (سفر سنگ) و *کلخدا* (برزخی‌ها) بود اما در طول دوره‌های بعد این صدا نازک‌تر (گنجو) (دزد عروسک‌ها) و ملتمسانه‌تر شده (کبر عبیدی در (هنرپیشه و آدم برفی) و به تزلزل (به‌ویژه در دوره سوم که «صدای مؤنث» هستی‌ها و گلرخ‌ها صدای برتر تمام فیلم‌ها بود) و تمسخر (کلاه‌قرمزی‌ها و اخراجی‌ها) ختم شد؛ مردان در پاسخ به فشار محیط‌های کاملاً متفاوت هر دوره، «پیکره» مردانگی خود را تغییر داده و برای حل مشکلات گاه بسیار جنگجو (حتی برای تعمیر آپارتمانشان) و گاه بسیار آرام (کلاه‌قرمزی‌ها) بودند. گرچه فحاشی (در حد مجاز در سینمای ایران) و کتک‌کاری (از سفر سنگ تا عروس و اخراجی‌ها) همیشه وجود داشته‌اند اما هرگز از عناصر مؤکد مردانگی نبوده‌اند. اسلحه از یک نماد مردانگی که هر مردی در برزخی‌ها و سناتور و کانی مانگا و غیره به دنبالش بود به نمادی از «بد» بودن (حتی در دست زنان «قرمز» و «سگ‌کشی») بدل گشت. مردان دوره اول (مثل گروه همراه سنگ آسیاب در سفر سنگ و نظامیان سناتور و عقاب‌ها و کانی مانگا) از حرافی، عیاشی و رفاه‌طلبی دوری می‌جستند ولی این خصایل بعدها در مردان اهل لذت گلنار و عروس و غیره کمرنگ شده و به پُرحرفی‌ها و خوش‌گذرانی‌های مارمولک و

مکس و آپارتمان‌نشین‌های دایره زنگی در دوره چهارم رسید.

۲. در دوره اول شغل مردان آزاد (کشاورزی، پیشه‌وری) یا نظامی (یا شبه‌نظامی)، با درآمد پایین (که زندگی غیرمرفهی را به دنبال داشت) و به‌شدت «اخلاق‌گرایانه» (تا حد آمادگی برای مرگ) بود اما از اواخر سال‌های ۱۳۶۰ مردان به سراغ راه‌های غیراخلاقی پول در آوردن (دزدی در گلنار و دزد عروسک‌ها، کلاه‌برداری در عروس و دزد عروسک‌ها) رفته و کمتر به اشتغال اهمیت داده‌اند به طوری که در دوره سوم مردان اکثراً بیکار یا بزهکار بوده و حتی در دوره چهارم نان‌آوری به جزئی حاشیه‌ای در مردانگی تبدیل شد. مردان در هر زمان و موقعیتی سعی می‌کرده‌اند تصمیمات فردی خود را (از حمل یک سنگ در «سفر سنگ» و داشتن یک کودک در «با عشق مردن» گرفته تا نصب آنتن در دایره زنگی و اثبات وطن‌پرستی در اخراجی‌ها) اجرا کنند ولی شدت مقاومت در مقابل آنها بسیار متفاوت (از گلوله‌های نایب و عراقی‌ها تا مخالفت مردان متزلزلی چون «آقای مجری» و زنان) بوده است. در دوره اول شغل تمام وقت و ذهن مردان را به خود اختصاص می‌داد (به طوری که مانع دیدن همسر در سناتور و عقاب‌ها می‌شد) اما در دوره‌های بعدی این اشتغال به طور منظم کمتر شده (به طوری که مردان در دوره دوم بخشی و در دوره سوم بیشتر وقت خود را در خانه یا با خانواده سپری می‌کردند) و مردان دوره چهارم می‌توانستند با کار فکری نه‌چندان وقت‌گیر (حرفی‌های مارمولک و مکس و «مهندسی» در توکیو بدون توقف، آتش‌بس و...) نیازهای مالی‌شان را برطرف سازند.

۳. مردان تا دوره سوم، متأهل یا در حال ازدواج و در دوره چهارم در حسرت ازدواج (کلاه‌قرمزی، رضا، مکس...) بوده‌اند. ازدواج با زنان و ارزشمندی آن تنها جزء ثابت در پی‌رنگ این فیلم‌ها بوده اما اهمیت آن در دوره سوم به‌شدت کم شده بود. کودکان فقط در دوره دوم مهم بودند؛ کم‌فرزندی از دهه ۷۰ (با زوج‌های بی‌فرزند عروس، هنرپیشه و...) بر سینما چیره شد. قدرت مردان ایرانی در خانه از مردی که با داد و فریاد، لزوم رفتن به جنگ و دوری از خانواده را به همسرش در برزخی‌ها و عقاب‌ها تفهیم می‌کرد، به مردی که به همسرش، حتی در صورت کم‌عقلی (توپولی گلنار و سیمین هنرپیشه) یا مسخ‌کننده بودن او (مهین عروس و ثریای خواهران غریب)، وابسته بوده و مجبور به سازش با اوست و سپس مردی که از همسرش توسری (در مرد عوضی) و حتی چاقو (در قرمز) می‌خورد و به همسرش خیانت می‌کند (در شوکران) و حتی او را به کنام مردان متجاوز و بیگانه می‌فرستد (در سگ‌کشی) رسید ولی در دهه ۸۰ مردانی چون کلاه‌قرمزی، پرویز و رضا روابط مثبت‌تری را با زنان برقرار کرده و برای



دوستی و ازدواج سالم و برقراری «آتش‌بس» در درگیری‌های زنانه - مردانه تلاش کرده‌اند. خیانت به همسر فقط در دوره سوم دیده می‌شد. در دوره‌های اول اهمیت مسئولیت‌پذیری با دفاع از وطن (برزخی‌ها، عقاب‌ها و...) و خانواده (با عشق مردن، بایکوت)، تکریم می‌شد ولی از همان دوره دوم گله‌مردانی چون حمید (عروس) و اکبر (هنرپیشه) و خسرو (خواهران غریب) از این مسئولیت‌ها آغاز شده و به طرد این مسئولیت‌ها در دوره سوم و تمسخر آنها (حتی تمسخر غیرت در توکیو بدون توقف و دایره زنگی) ختم شد. هرچند رابطه مردان با والدین دیگر مانند آفتاب‌نشین‌ها و برزخی‌ها پدرسالارانه نیست ولی عدم ارتباط با والدین و احترام به آنها (حتی در آخرین فیلم‌ها یعنی دایره زنگی و اخراجی‌ها) تجویز نشده است.

۴. اخلاقیات و «سخنرانی‌های نصیحت‌گونه» سیدها و ریش سفیدان جزئی ثابت از فیلم‌های دهه ۱۳۵۰ و ۱۳۶۰ بوده و از زمان فیلم‌هایی چون سفر سنگ و برزخی‌ها که در آنها مردان به «مرد خدا بودن» و «کنار یزید نایستادن» فرا خوانده می‌شدند تا ۱۳۶۷ که به نماز خواندن مردان «پاک» در کانی مانگا اشاره می‌شد، «مسلمان واقعی بودن» در فیلم‌های پرفروش، یک جزء مهم مردان قهرمان بوده است. حتی در دوره دوم هم پایبند نبودن بعضی مردان به اصول اسلامی در کنار سایر خصایص منفی آنها معرفی شده و این مردان از نقد مستقیم دستورات اسلامی به‌شدت خودداری می‌کردند. دوره سوم هم با وجود انتقادهای تند و رنگ و بوی فمینیستی، همچنان تقدس این دستورات و کارکردهای مثبت آن را در جهت حفظ ایدئال‌های مردان گوشزد می‌کرد و اخلاقیات سنتی و اسلام تا دوره چهارم جزئی الزامی در مردانگی هژمونیک بودند ولی پس از پایان دهه ۱۳۷۰ کمتر بر آنها تأکید می‌شود. وطن‌پرستی تنها در دوره اول (از برزخی‌ها تا عقاب‌ها و کانی مانگا) مؤکد بود و در دوره دوم غایب و در دوره سوم و چهارم کم‌وبیش مورد اشاره (در بازگشت به میهن عباس در آدم برفی و مذاکره با «خارج‌نشین‌ها» ی شوکران، توکیو بدون توقف و مکس و مقابله با عراقی‌های اخراجی‌ها) بود اما در دوره چهارم مردانگی شامل کمک گرفتن از خارج‌نشین‌ها (توکیو بدون توقف، مکس، دایره زنگی) هم می‌شد. به‌رغم وجود «نامردی» در تمام دوره‌ها، جوانمردی حتی در «مرام» «مارمولک»‌ها و «اخراجی»‌ها هم همواره مورد تأکید بوده است. حل مشکلات شخصی همیشه مهم‌تر از رعایت قوانین کشور (قوانینی که پیش از انقلاب از ارباب‌ها در «سفر سنگ» و «آفتاب‌نشین‌ها» یا افراد فاسد در «از فریاد تا ترور» و «سناتور» حمایت می‌کرده‌اند و بعد از انقلاب حمید، عباس، رضا مارمولک و مکس وغیره را تحت فشار قرار می‌دهند) بوده و جز در دوره اول (که غربتی سفر



سنگ، معلم آفتاب‌نشین‌ها، فراریان برزخی‌ها برای حل مشکلی که ربطی به آنها ندارد خود را به دردمر می‌اندازند یا امیر با عشق مردن، رضای از فریاد تا ترور، استوار سناتور و جمشید عقاب‌ها برای تعهدات احساسی خود، جانشان را از دست می‌دهند، در دوره‌های بعدی، مرد ایدئال حساس و احساساتی نیست و حتی در دوره سوم و تا حدی چهارم بی‌تفاوت بوده و گاهی خود مشکلی برای دیگران است! شجاعت (حتی در نبردهای نابرابر سفر سنگ، برزخی‌ها، عقاب‌ها، کانی مانگا) فقط در دوره اول جزء برجسته‌ای از مردانگی هژمونیک بود و در دوره‌های بعدی حفظ عقلانی خود (با فرار مثلاً در عروس و مارمولک، سازش مثلاً در هنرپیشه و آدم برفی، حقه‌بازی مثلاً در سگ‌کشی و دایره زنگی، توافق مثلاً در توکیو بدون توقف و آتش‌بس)، مهم‌تر از ریسک‌های «قیصر» مابانه است. راستگویی و خوش‌قولی در دوره‌های اول مورد تأکید بوده و به عنوان صفات حتمی مرد ایدئال که در هر شرایطی (حتی در مقابل خلافکاران و دشمنان) راست می‌گوید و به عهد خود وفا می‌کند (حتی اگر قول خلبانی به کودکش - در عقاب‌ها - باشد) معرفی می‌شدند ولی در دوره سوم مردان دائم دست به دروغ‌گویی و بدقولی و «کلاه‌برداری» می‌زدند و در دوره چهارم هم مردان بارها دروغ می‌گویند یا به عهد خود (حتی قول آقای مجری به کودکش در کلاه‌قرمزی و سروناز) وفا نمی‌کنند.

۵. در دوره اول، مردان با حفظ رابطهٔ مرید و مرادی (مثل کدخدا و فراریان در برزخی‌ها، یا استوار حقه‌گو و علی در سناتور) به جنگ «مردان بد»، در دوره دوم مردان و زنان و کودکان (مثلاً در دزد عروسک‌ها و خواهران غریب) به جنگ مردان و زنان مخالف، در دوره سوم زنان مظلوم (دنیا در آدم برفی، شیرین در مرد عوضی، هستی در قرمز، سیما در شوکران، گلرخ در سگ‌کشی) به جنگ مردان ظالم و در دوره چهارم مردان «اهلی‌شده» (مثل پرویز در توکیو بدون توقف، رضا در مارمولک و «اخراجی‌ها» در اخراجی‌های ۱ و ۲) و زنان به جنگ مشکلات گوناگون می‌رفتند. زنان در اول انقلاب نقشی جز قربانی منفعل (که در «سفر سنگ» حتی در شب زفاف به خانه ارباب برده می‌شد تا بکارتش را واگذار کند) نداشتند و از نمایش زیاد یا نمای نزدیک آنها تا حد امکان خودداری می‌شد اما با آمدن دختر بچه‌ها (گلنار، دزد عروسک‌ها) و سپس زنان زیبا (نیکی کریمی، ماه‌یا پطروسیان) جلوی دوربین وضع تغییر کرد و زنان کم‌کم از آدم برفی و قرمز، قدرت اجتماعی خود را هم نشان دادند و تناقضات مردانگی سنتی در رابطه با زنان (توکیو بدون توقف، اخراجی‌های ۱) و تلاش آنها برای مفاهمه در دوره چهارم (کلاه‌قرمزی و سروناز، آتش‌بس) به تصویر کشیده شد. در دوره چهارم (کلاه‌قرمزی



و سروناز، مارمولک) میل جنسی ناهم جنس خواهانه نیز به عنوان جزئی پُر قدرت از مردانگی هژمونیک مورد پذیرش قرار گرفت.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش به دنبال یافتن پاسخی برای پرسش اساسی خود در مورد تغییر مردانگی هژمونیک در ایران پس از انقلاب به تهیه سنخ ایدئالی از مردانگی مورد تأیید و ترویج در پُر فروش ترین فیلم‌های سال‌های اولیه پس از انقلاب ایران دست زده و سپس فیلم‌های پُر فروش سال‌های ۸۸-۱۳۵۷ را با آن با مقایسه کرده و سنخ ایدئال مردانگی هژمونیک را در هر فیلم استخراج کرده است. از مقایسه این سنخ‌های ایدئال و به دست آمدن شباهت‌ها و تفاوت‌های نقش و وضعیت مردان در هر سنخ ایدئال، سال‌های پس از انقلاب به چهار دوره (۱۳۵۷ تا ۶۷، ۱۳۶۸ تا ۷۵، ۱۳۷۶ تا ۸۰، ۱۳۸۱ تاکنون) تقسیم شده و سنخ ایدئالی از مردانگی هژمونیک در هر دوره از سنخ‌های ایدئال سال‌های آن دوره به دست آمد. با مقایسه چهار سنخ ایدئال به دست آمده مشاهده شد که اجزای مردانگی هژمونیک در طول این سال‌ها دچار تغییرات متعددی - ولو تدریجی و به بیان لین سگال^۱ به صورت نمایش کند^۲ شده (کانل، ۱۹۹۷: ۱۰) - و در نتیجه می‌توان ادعا کرد برخلاف نظر رسمی و عوامانه در مورد وابسته بودن مردانگی به «فطرت»، «ذات» یا «طبیعت» مردان که سبب ثابت ماندن اصول مردانه می‌شود، الگوی مردانگی بعد از انقلاب اسلامی دچار تحولات گوناگونی شده و به این ترتیب نظریه کانل در مورد مردانگی در جوامع سنتی - مذهبی نیز می‌تواند صادق باشد.

استانداردهای مردانگی هژمونیک در فیلم‌های پُر فروش در تمام جنبه‌های شخصی، حرفه‌ای، خانوادگی، اخلاقی و اجتماعی (به‌ویژه نوع برخورد با زنان که از دوره سوم از قدرت‌های زنانه برای رسیدن به خواسته‌های خود استفاده کرده‌اند) دچار تغییر بوده و این نتیجه با نتایج پژوهش‌های فمینیستی مرسوم که یک نوع مردانگی را (به‌ویژه در مقابل زنان) به طور ثابت در تمام دوره‌های بعد از انقلاب مبنای تحلیل‌های خود قرار می‌دهند (برای نمونه: سلطانی، ۱۳۸۶: ۷۹) تبیین دارد. البته تغییر در مردانگی گاهی شدید و گاهی جزئی بوده و میزان تحول در عرصه‌های مختلف و شاخص‌های هر زمینه متفاوت بوده است. این تحول از تغییرات گاه



1. Lynn Segal
2. Slow Motion

و بیگانه و اغلب کوچک - مثلاً در قانون مداری که مردانی همچون فیصر کیمیایی (شیوا، ۱۳۸۵: ۱)، همچنان نماینده زندگی مردانی هستند که جامعه آنها را در نهادهای خود هضم نکرده و در نتیجه به جای مراجعه به قانون و «کلانتری» ترجیح می دهند خود مشکلشان را حل کنند (اسلامی، ۱۳۸۴: ۲۵۸)، آغاز می شود و به تغییرات بنیادی اما بطئی مثلاً در خانواده که صحنه تحولات گسترده‌ای در روابط جنسیتی بوده است، یا امرار معاش که مردان از نسلی که مردانگی آنها با نان آوری تعریف می شد به نسلی که از آوردن نان به خانه عاجز شده، تبدیل شده‌اند (کانل، ۲۰۰۵ الف: ۹۰)؛ سپس نوبت تغییراتی دائمی و شدید (مثلاً در ظاهر) می رسد. در مجموع در حال حاضر اعمال مردان «به معنی فرار از مسئولیت‌های همسر بودن، پدر بودن و همشهری محترم بودن و یا نوعی تخطی از قراردادهای روزمره و وابستگی به سنت‌های مورد قبول جامعه» (معلم ۱۳۸۳: ۸۸) بوده و این وضع با نظریات شرابی (۱۳۸۲) و ادیبی (۲۰۰۶) در مورد تحول یافتن مردانگی مردان خاورمیانه در زیر فشارهای داخلی و خارجی در سال‌های اخیر هم‌خوانی داشته و با نظر عطارزاده در مورد حفظ شدن یک نوع هویت در مردان مسلمان تقابل دارد (عطارزاده، ۱۳۸۷: ۷۶).



فصلنامه علمی-پژوهشی

۸۱

ستاره‌های مردانگی و مردانگی ستاره‌ها

در همین راستا، چنانکه جوآن ملن در تحقیق خود در مورد پویایی مردانگی در سینمای امریکا آشکار ساخته بود (ملن، ۱۹۷۶^۱)، «سال‌های عطف» پیداشده در جریان بررسی‌های این پژوهش نشان می دهند مردانگی ستاره‌های مذکر در سینما همگام با نیازها و تحولات اجتماعی جامعه تغییر می کند چه آنکه سال‌های گسست دیده شده در مردانگی هژمونیک (سال‌های ۱۳۶۸ و ۷۶ و ۸۰) مقارن با سال‌های تغییرات شدید در فضای اجتماعی ایران بوده است. این تقارن‌ها با نتایجی که خانم راودراد در تحقیقاتشان در مورد تغییر الگوهای جنسیتی در دوره‌های مختلف بعد از انقلاب به دست آورده‌اند نیز کاملاً همخوانی دارد (راودراد و زندی، ۱۳۸۵: ۲۴؛ راودراد و صدیقی، ۱۳۸۵: ۵۴؛ راودراد، ۱۳۸۱: ۸۵). چنین تقارنی نشان از تأثیر تعیین‌کننده جامعه و تحولاتش روی میزان استقبال از فیلم‌ها در سینما هم دارد که در مطالعه آزاد و امیر در مورد همگامی فیلم‌های پرمخاطب سینمایی با واقعیت‌های جامعه و گسست‌های آن به خوبی نمایش داده شده است (آزاد و امیر، ۱۳۸۸: ۱۲۸). از سوی دیگر مطالعاتی که در سایر کشورها انجام شده نیز چنین تغییراتی را نشان داده‌اند (کانل، ۲۰۰۵: ۸۳۵) و این امر مؤید آن است که تحول در مردانگی الگویی جهانی داشته و این تغییرات می توانند نشان از فشاری باشند که

مشکلات ناشی از ارزش‌های سنتی مردانه، نحوه ارتباط با زنان و کودکان، شغل و بدن، امنیت و عدالت اجتماعی و ارزش‌های جهانی دموکراتیک (کانل، ۲۰۰۵ ب: ۱۸۱۲) بر مشروعیت پدرسالاری سنتی حتی در کشوری چون جمهوری اسلامی ایران وارد می‌سازد. از این رو به نظر می‌رسد بررسی‌های «تبارشناسانه» تأثیرات قدرت‌های داخلی و خارجی در ایران می‌تواند به درک پویایی پدیده‌های اجتماعی (از جمله پویایی مردانگی) و کشف علل آن کمک شایانی کند؛ در این بین مقاومتی که پاره‌ای از عناصر مردانگی در مقابل جنگ و پایان آن، بازسازی و اصلاحات نشان داده‌اند جالب توجه بوده و می‌تواند در تحقیقات آینده برای شناخت هرچه بیشتر هویت اجتماعی مردم ایران نیز مورد استفاده قرار گیرد؛ ضمن آنکه به نظر می‌رسد نتایج همین پژوهش نیز برای اثبات ضرورت توجه به تأثیرات مردانگی‌ها و تحولات آنها در هر مطالعه‌ای که قرار است در مورد مسائل جنسیتی - حتی مسائل مربوط به زنان صورت پذیرد - کافی باشد.



منابع

- آرون، ر. (۱۳۸۲) *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، مترجم: باقر پیرهام، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- آزاد ارمکی، ت. و امیر آ. (۱۳۸۸) «بررسی کارکردهای سینما در ایران»، *فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات در ایران*، شماره ۲، صص ۱۳۰-۹۹.
- اسلامی، م. (۱۳۸۴) *مفاهیم نقد فیلم*، تهران: نشر نی.
- بیکر، تی. ال. (۱۳۸۱) *نحوه انجام تحقیقات اجتماعی*، مترجم: هوشنگ ناییب، تهران: انتشارات سروش.
- شیوا، پ. *تصویری تقابلی: حرکت به سوی شناسایی هویت مردان مردد*، قابل دسترس در:
- <http://www.pouyan.ws/archives/001373.ph>
- جاودانی، ه. (۱۳۸۱) *سالشمار تاریخ سینمای ایران*، تهران: نشر قطره.
- دایر، آر. (۱۳۸۲) «بدن‌های آسمانی: ستارگان سینما و جامعه»، مترجم: نیما ملک‌محمدی، *فصلنامه ارغنون*، شماره ۲۳، صص ۲۷۵-۲۵۳.
- دورکیم، ای. (۱۳۸۷) *قواعد روش جامعه‌شناسی*، مترجم: علیمحمد کاردان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- راوودراد، الف. (۱۳۸۱) «سینمای سیاسی ایران و زنان کارگردان»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۹، صص ۸۸-۵۷.
- راوودراد، الف. و صدیقی م. (۱۳۸۵) «تصویر زن در آثار سینمایی رخشان بنی اعتماد»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲ (۶)، صص ۵۶-۳۱.
- راوودراد، الف. و زندی م. (۱۳۸۵) «تغییرات نقش زن در سینمای ایران»، *مجله جهانی رسانه*، شماره ۲، صص ۲۷-۱.
- ساروخانی، ب. (۱۳۸۱) *جامعه‌شناسی ارتباطات*، چاپ یازدهم، تهران: انتشارات اطلاعات.
- سلطانی، م. و رحمتی، م. (۱۳۸۶) «شیوه‌های بازنمایی جنسیت در سینمای ایران»، *فصلنامه ارتباطات و فرهنگ*، شماره ۱۰، صص ۸۵-۷۹.
- شرابی، ه. (۱۳۸۰) *پدرسالاری جدید*، مترجم: سید احمد موثقی، تهران: انتشارات کویر.
- عطارزاده، م. (۱۳۸۷) «بررسی تطبیقی مفهوم جنسیت در اسلام و غرب»، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۴۲، صص ۷۸-۴۳.
- معلم، م. (۱۳۸۳) «مردانگی در بن‌بست: گاوخونی، لحظه‌ای برای تعمق در هویت جنسی»، *ماهنامه سینمایی دنیای تصویر*، شماره ۱۳۵، صص ۸۹-۸۸.
- میرزایی، س. الف. و ذکایی م. س. (۱۳۸۴) «پسرهای جوان و ارزش‌های مردانگی، پژوهشی در بین دانش‌آموزان متوسطه شهر تهران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ششم، شماره ۳، صص ۹۶-۷۰.
- ویر، ماکس (۱۳۸۲ الف) *اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری*، مترجم: عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- ویر، ماکس (۱۳۸۲ ب) *روش‌شناسی علوم اجتماعی*، مترجم: دکتر حسن چاوشیان، تهران: نشر مرکز.
- هواکو، ج. (۱۳۶۱) *جامعه‌شناسی سینما*، مترجم: بهروز تورانی، تهران: نشر آینه.

Adibi, H. (2006) "Sociology of Masculinity in the Middle East", in *Proceedings Social*



- Change in the 21st Century Conference*, Carseldine Campus, Queensland University of Technology, available at <http://eprints.qut.edu.au/archive/00006069>
- Branaman A. and Lemert, C. (1997) *The Goffman Reader*, Oxford: Blackwell Publication.
- Charlebois, j. (2009) "Cross-Cultural Representations of Hegemonic Masculinity in Shall we Dance", *Journal of Intercultural Communication*, Vol.- (19): 1-16.
- Connell, R. W. (1987) *Gender and Power*, Oxford: UK: Polity Press.
- _____ (1996) "Teaching the Boys: New Research on Masculinity, and Gender Strategies for Schools", *Teachers College Record*, Vol. 98 (2): 206-235.
- _____ (1997) "Politics of Changing Men", *Australian Humanities Review*, Vol. (4): 1-12.
- _____ (2002) *Gender*, Cambridge: UK: Polity Press.
- _____ (2005) *Masculinities*, Berkeley: University of California press.
- _____ (b) (2005) "Change among the Gatekeepers; Men, Masculinities and Gender Equality in the Global Arena", *Signs*, Vol. 30(3):1801-1825.
- Connell, R. W. & Messerschmidt J. W. (2005) "Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept", *Gender & Society*, Vol.19 (6): 829-859.
- Connell, R. W. and Wood J. (2005) "Globalization and Business Masculinities", *Journal of Men and Masculinities*, Vol. 7(4): 347-364.
- Donaldson, M. (1993) "What Is Hegemonic Masculinity?", *Theory and Society*, Vol.- (22): 643-657.
- Gergen, M. and Davis, S. D. (1997) *Toward a New Psychology of Gender: A Reader*, New York: Routledge Publication.
- Giddens, A. (2005) *Sociology*, London, Polity press.
- Lingard B. and Douglas P. (1999) *Men Engaging Feminism*, Buckingham: Open University press.
- Mellen J. (1978) *Big Bad Wolves: Masculinity in the American Film*, London: Elm Tree Books.
- Perriam, C. (2003) *Stars and Masculinities in Spanish Cinema: From Banderas to Bardem*, Oxford: Oxford University Press.
- Rutherford, J. and Chapman R. (1998) *Male Order: Unwrapping Masculinity*, London: Lawrence & Wishart.**
- Santrock, John W. (2001) *Adolescence*, New York: Mc Graw Hill Inc.

