

بازنمایی زن در آثار زنان نقاش معاصر ایران (با تأکید بر نگاه جنسی به زن)

سارا شریعتی مزینانی*

مریم مدرس صادقی**

چکیده

هدف مقاله حاضر شناخت نگاه زنان نقاش معاصر ایران به زن و نحوه بازنمایی زن در آثار آنها می‌باشد. بازنمایی یک‌سویه تصویر زن در هنرها به علت تک جنسیتی بودن هنرمندان که قدمتی به درازای تاریخ دارد و خالی بودن عرصه هنر از حضور زنان، از یک طرف و افزایش حضور زنان در عرصه هنرها به خصوص نقاشی، از طرف دیگر، میدانی برای محقق می‌گشاید تا بتواند از این طریق نوع نگاه زنان هنرمند را، که امروزه تعدادشان حداقل در نقاشی بیش از تعداد مردان است، در مورد مسائل مختلف مطالعه نماید. برای تحقق این هدف از نظریه بازنمایی استوارت هال استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر دوسالانه‌های نقاشی زنان با نام «تجلی احساس» می‌باشد که شامل ۱۳۲۷ اثر است. نمونه آماری این پژوهش ۲۴۴ اثر منتخب از جامعه آماری است که در آنها زن به عنوان موضوع اصلی تصویر شده است؛ با استفاده از روش تحلیل محتوا غلبه‌ی نگاه جنسی یا غیرجنسی به زن سنجیده شده است. با یک نگاه کلی به یافته‌های تحقیق در می‌یابیم که در این آثار نگاه جنسی به زنان بر نگاه غیر جنسی اولویت دارد. اما نگاه دقیق در جزئیات داده‌های جداول نشان می‌دهد که رگه‌هایی از مخالفت و مقاومت در برابر کلیشه‌های جنسیتی در آثار زنان نقاش وجود دارد.

واژگان اصلی: بازنمایی، تصویر زن، نقاشی، کلیشه‌های جنسیت، جنس و جنسیت.

پذیرش: ۱۳۹۰/۰۷/۲۰

دریافت: ۱۳۹۰/۰۴/۱۷

salarsara@hotmail.com
mm.modares@gmail.com

*عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
**دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مطالعات زنان

مقدمه و طرح مسئله

در دهه‌های اخیر و بعد از انقلاب اسلامی شاهد گسترش حوزه نقاشی در ایران هستیم. این در حالی است که تا گذشته‌ای نه چندان دور زنان در عرصه‌ی هنر گمنام بودند و آثار هنری زیادی با امضای زنان وجود نداشت. چنانچه «تا پیش از نیمه قرن بیستم، در عرصه هنر کمتر با مطالبات زنان و مسئله زنان به شکل جدی مواجه می‌شویم» (ناکلین، ۱۹۸۸). در طول تاریخ، عمده آثار هنری همواره متأثر از قدرت مادی دربار، سرمایه‌داران و متمولان و یا قدرت ارزشی و معنوی مذهب شکل گرفته است و زنان که از طرف این قدرت‌ها پشتیبانی نمی‌شدند، نمی‌توانستند مغناطیس نیرومندی در جذب هنر و آثار هنری به سوی خود به وجود آورند. با این حال شاهد هستیم که در حال حاضر بیش از ۷۰ درصد فارغ‌التحصیلان رشته نقاشی را زنان تشکیل می‌دهند (مریدی، ۱۳۸۸: ۱۳۰)؛ همچنین ۶۰ درصد اعضای انجمن نقاشان نوگرای ایران نیز زن هستند (شریعتی، ۱۳۸۷). بنابراین مشاهده می‌شود که زنان هم عرصه‌های آموزش هنر نقاشی و هم مشاغل مربوط به نقاشی را تصرف کرده‌اند.

بنابراین بر خلاف گذشته که تعداد مردان بیشتر از زنان بوده و زنان اغلب از زاویه دید مردان معرفی، تعریف و تحلیل می‌شدند، امروزه با گشوده شدن درهای آموزش به روی زنان، ما با آثار زیادی روبه‌رو هستیم که زنان خالق آن‌ها هستند. شاید بی‌جا نباشد که انتظار داشت جنسیت نقاش و در واقع زن بودن وی بتواند بر نوع نگاهش به مسائل تأثیر بگذارد و نگرش جدیدی را در حوزه مسائل زنان پایه‌ریزی کند. از طرف دیگر افزایش حضور زنان در نقاشی نیز می‌تواند عاملی تأثیرگذار بر بازنمایی زنان در نقاشی باشد.

بررسی تصویر زنان در ادوار مختلف فراز و فرودها زیادی را به نمایش می‌گذارد. به نظر می‌رسد در هر دوره بنا به وضعیت اجتماع و میزان نیاز به حضور زنان در عرصه‌های مختلف، بازنمایی‌های متفاوتی از آنان صورت گرفته باشد. اما وضعیتی که تقریباً در تمامی این دوران‌ها تکرار شده است، حضور زن در نقش‌های کلیشه‌ای است. کلیشه‌هایی که در طول زمان تولید و بازتولید شده‌اند و به صورت امری واقعی و حتمی درآمده‌اند.

در تعریف کلیشه‌ها باید گفت اموری هستند که اغلب مرز میان جنس به معنای تفاوت‌های فیزیکی را با جنسیت به معنای نظامی از ارزش‌ها، هویت‌ها و فعالیت‌هایی که از نظر اجتماعی برای زنان و مردان معین شده است (وود، ۱۳۸۳: ۲۲۲) از بین می‌برند. کلیشه‌ها چه مثبت و

چه منفی می‌توانند خطرناک باشند، زیرا «باورها، اندیشه‌ها و قالب‌های ساخته و پرداخته ذهنی هستند که به ادراکات شخص از محیط پیرامون خود، رنگ و هیئت خاصی می‌بخشند و به صورت میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند» (ستوده، ۱۳۸۰: ۱۷۵). بنابراین زدودن آن‌ها از خاطر کاری بسیار دشوار است.

این نکته دارای اهمیت است که کلیشه‌ها از طریق فرایند جامعه‌پذیری آموخته و بازتولید می‌شوند. در دهه‌های اخیر، مطالعات متعددی به اهمیت اساسی فرایندهای اولیه جامعه‌پذیری و منشأ و محتوای اجتماعی تمایزهای زنان و مردان توجه نشان داده‌اند (صادقی فسایی و کریمی، ۱۳۸۴؛ حجازی، ۱۳۸۵؛ هومین‌فر، ۱۳۸۲). از جمله سؤالات مهم پژوهشی که در کانون توجه این مطالعات قرار داشته‌اند عبارتند از: تمایزهای جنسیتی از چه نقطه‌ای آغاز می‌شوند؟ در چه جاهایی حمایت و تقویت می‌شوند؟ چگونه در جامعه شکلی تثبیت شده و پابرجا به خود می‌گیرند؟ و بالاخره با چه مکانیزم‌هایی بازتولید می‌شوند و در طول زمان استمرار می‌یابند؟

در جواب باید گفت جامعه انتظارات و استانداردهای متفاوتی برای دختر بچه‌ها و پسر بچه‌ها دارد. تایلور (۲۰۰۳) این انتظارات را، که از بدو تولد کودک شروع می‌شود، اصطلاحاً «کدهای جنسیتی» می‌نامد و معتقد است که در واقع، ایدئولوژی جنسیتی جامعه از طریق همین کدهای جنسیتی (یعنی مجموعه‌ای منظم از علائم و نشانه‌ها) درونی می‌شود (فروتن، ۱۳۸۹: ۱۹۹-۱۹۸).

بنا بر این تعریف، نقش‌هایی که مرد و زن در جامعه ایفا می‌کنند، محصول جبری طبیعت آن‌ها نیست (ابوت و والاس، ۱۳۸۰، ۲۷)، بلکه ارزش‌ها و انتظاراتی اجتماعی و تصوراتی کلیشه‌ای از نقش‌های جنسیتی است که حکم مذکر به «مردانه بودن» و مؤنث به «زنانه بودن» در یک فرهنگ را تعیین می‌کنند (ذکایی، ۱۳۸۴: ۷۴).

همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد آن‌چه در این رابطه مهم می‌باشد این است که کلیشه‌ها چه مثبت باشند چه منفی، بسیار خطرناکند؛ زیرا از تشخیص خصوصیات فرد عاجزند (میشل، ۱۳۷۶: ۲۴). همین‌ها هستند که تصاویری بسیار ساده‌انگارانه، اشتباه‌آلود و گاه مضر از سیاهان، یهودیان، فرانسویان، پزشکان، افسران پلیس، زنان و یا هر کس دیگر در اختیار میلیون‌ها تن از مردم می‌گذارند. کلیشه‌سازی به هر شکل (نژادی، حرفه‌ای، نقش‌های جنسی یا غیر آن) یعنی ماده انگاشتن افراطی و تعمیم‌دادن بیش از حد، که اختلاف‌های فردی را به حداقل می‌رساند و می‌تواند بسیار مخرب باشد (آسا برگر، ۱۳۷۹: ۱۴۴).

نگاه جنسی به زن و توجه به زیبایی‌های ظاهری او یکی از این کلیشه‌ها است، که در کارهای هنری برای جذب مخاطب از آن استفاده زیادی می‌شود. گاهی زن به یک کالای کاملاً تجاری تبدیل و مانند یک سکه در لابه‌لای مناسبات سرمایه‌داری دست به دست می‌شود. هویت زن در این ماجرا در حد جلب‌کننده مشتری، از طریق زیبایی جسمانی و صوری و تحریک امیال جنسی مخاطب، کاهش یافته است. اما در این موارد هویت زن مورد توجه نیست، بلکه جاذبه جنسی اوست که مرکز توجه می‌باشد. در آن دست از آثار نقاشی که به عنوان یک کالای جنسی به زن پرداخته می‌شود، بر اندام جنسی مانند سینه، لب و گردن زن تأکید می‌گردد. اعضای بدن و مخصوصاً صورت در نهایت وضوح و زیبایی به تصویر کشیده می‌شوند و تصویری بسیار زیبا از زن ارائه می‌شود. در این آثار زن با موهای بلند، اندام ظریف، لباس زنانه و تأکید بر اندام جنسی نمایش داده می‌شود. بنابراین در این مقاله سعی می‌گردد نحوه بازنمایی زنان در نقاشی‌های مورد نظر مطالعه گردد و مشخص شود که آیا زنان نقاش نیز همان نگاه کلیشه‌ای و جنسی را به زن موضوع نقاشی خود دارند؟ یا با اتخاذ تدابیری سعی در حذف این کلیشه و جایگزینی آن با نقش‌های غیرجنسی برای زن دارند؟

چارچوب نظری

رویکرد مورد بررسی در این پژوهش، نظریه بازنمایی استوارت هال می‌باشد. در قرن بیستم مفهوم بازنمایی یا تصویر، اقبال بسیاری در رشته‌های علوم اجتماعی، تاریخ، زبان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی یافته است. در فرانسه سرژ مسکوچیچی مفهوم بازنمایی اجتماعی را پروراند. وی در کتاب خود «روان‌کاوی، تصویر و مخاطبان» نشان می‌دهد که «چه طور یک تئوری علمی یا سیاسی در یک فرهنگ انتشار می‌یابد و چه طور این تئوری در طی فرایندی به نوبه خود بینشی که افراد از خود و از جهانی که در آن زندگی می‌کنند، دارند را تغییر می‌دهد» (فار، ۳۸۵). هال، زبان را در مفهوم عام آن مطرح می‌نماید که طیف وسیعی مشتمل بر زبان نوشتاری، گفتاری، تصاویر بصری، زبان علائم حرکتی، زبان مُد، لباس، غذا و... را در بر می‌گیرد. هال خود در این باره می‌گوید: «آن‌چه من به عنوان زبان مورد بحث قرار می‌دهم بر مبنای تمام نظریه‌های معناشناختی استوار است که بعد از "چرخش زبانی" در علوم اجتماعی و مسائل فرهنگی مورد توجه

قرار گرفته است». بر این اساس، حال در درون نظام زبان از سه‌گانه مفاهیم، اشیاء و نشانه‌ها یاد می‌کند و معتقد است مجموعه‌ای از فرایندها، این سه مقوله را به یکدیگر مرتبط می‌کنند. حال این فرایند را «بازنمایی» می‌نامد و بر اساس چنین ایده‌ای معتقد است که معنا بر ساخته نظام‌های بازنمایی است (سروی‌زرگر، ۱۳۸۹).

طبق این نظریه، بازنمایی، یک عمل مرکزی است که فرهنگ را تولید می‌کند و مرحله‌ای کلیدی در چرخه فرهنگ محسوب می‌شود. حال استدلال می‌کند که واقعیت به نحو معنادار وجود ندارد و بازنمایی را یکی از شیوه‌های کلیدی تولید معنا معرفی می‌کند که طی فرایندی بین اعضای یک فرهنگ مبادله و توزیع می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۲).

بنابراین مفهوم بازنمایی عبارت است از نحوه نمودارشدن، تجلی‌یافتن و پدیدارشدن یک واقعیت اجتماعی.

حال برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ سعی می‌کند برداشت‌های متفاوت از بازنمایی را در یک طبقه‌بندی کلی بیان کند.

۱- نظریه انعکاسی یا بازتابی: بازنمایی به صفر می‌رسد آنچه به تصویر کشیده می‌شود وجود دارد به این معنا که واقعیت درون خود ابژه، شخص، ایده یا رویداد موجود در جهان واقعی قرار دارد؛
۲- نظریه تعددی: انعکاس وجود ندارد و همه چیز اراده است نقاش هر چه را می‌خواهد به نمایش می‌گذارد و واقعیتی در کار نیست.

۳- نظریه بر ساخت‌گرا: طبق این نظریه به عقیده‌ها رسانه‌ها نه مانند آینه‌ای هستند که آنچه را که در جامعه است منعکس کنند (نظریه بازتاب) و نه تولیدات رسانه‌ای را کاملاً جهت‌دار و محصول اراده می‌داند، بلکه معتقد است که این بازنمایی باید در درون ساختارهای اجتماعی فهم شود و به تمامی زمینه‌ها و شرایط اتفاق آن رویداد بازنمایانده شده توجه گردد (ایروانی، ۱۳۸۹: ۴۷-۴۶).

به این معنا که چیزها به خودی خود دارای هیچ معنایی نیستند، بلکه این کنش‌گران اجتماعی هستند که با پیش‌فرض‌هایی که در ذهن خود دارند و برگرفته از فرهنگ کشورشان است به آنها معنا می‌بخشند. البته این نکته نیز قابل تأمل است که حتی فردی که چیزی را به وجود می‌آورد (مانند نقاش) و نقشی را بر صفحه ایجاد می‌نماید، نیز نمی‌تواند کاملاً فارغ از تعلقات اجتماعی خود باشد و به هر حال جو حاکم بر جامعه، خود را به او تحمیل می‌کند.

روش تحقیق

در مطالعه حاضر ۵ دوره دوسالانه آثار زنان نقاش با نام «تجلی احساس» برای مطالعه انتخاب گردید.

کل آثار موجود در این پنج دوره ۱۳۲۷ اثر است که ۲۴۴ اثر به موضوع زن پرداخته‌اند. این تعداد نمونه آماری تحقیق را شامل می‌شوند.

علت انتخاب این مجموعه به عنوان نمونه تحقیق آن است که مطالعات پیشین به نگاه مردان نقاش و هم‌چنین مقایسه نگاه نقاشان مرد و زن به زنان پرداخته‌اند. بنابراین ضروری به نظر می‌آمد که نگاه زنان نقاش به زن از نظر بازنمایی جنسی و غیرجنسی- در نمایشگاه‌هایی که هنرمندان آن فقط زنان هستند- نیز سنجیده شود.

در این مقاله از روش تحلیل محتوا یا پرسش‌نامه معکوس استفاده شده است. به این صورت که ابتدا نقاشی‌های مورد نظر بازبینی شده سپس مواردی که زن در نقش جنسی ظاهر شده است، در جدول از پیش طراحی شده ثبت می‌گردد. بدین ترتیب به میزان کلیشه‌ای یا غیر کلیشه‌ای بودن این تصاویر پی می‌بریم.

در این مقاله نگاه جنسی و یا غیرجنسی زنان نقاش به زنان با کمک جدول زیر، بر اساس مقولاتی چون تعداد زنان جوان در مقابل زنان پیر، زنان زیبا در برابر زنان مسن و یا زشت، تأکید بر اندام جنسی در مقابل عدم تأکید بر اندام جنسی، لباس زنانه در برابر لباس غیر زنانه و بالاخره موی بلند در مقابل موی کوتاه، سنجیده می‌شود.

جدول (۱) بازنمایی جنسی و غیرجنسی زن

نگاه کلیشه‌ای به زن	نگاه غیر کلیشه‌ای به زن
زن جوان	زن پیر
زن زیبا	زن زشت
	زن با قیافه‌ی معمولی
تأکید بر اندام جنسی	عدم تأکید بر اندام جنسی
لباس زنانه (دامن)	لباس غیر زنانه (بلوز و شلوار)
موی بلند	موی کوتاه

* راودراد، ۱۳۸۹، صفحه ۱۳۱

یافته‌های تحقیق

با در دست داشتن مؤلفه‌های مطرح شده در جدول بالا به سراغ دوسالانه‌های نقاشی زنان رفته و تک‌تک آثار موجود را مورد مطالعه قرار دادیم، جداول زیر حاصل این مطالعه می‌باشد:

جدول (۲) بازنمایی جنسی و غیر جنسی از زن در تجلی احساس یک

نگاه کلیشه‌ای به زن			نگاه کلیشه‌ای به زن		
درصد	فراوانی		درصد	فراوانی	
۴/۶۹	۳	زن پیر	۳۰/۶۵	۱۹	زن جوان
۱/۵۶	۱	زن زشت	۸/۰۶	۵	زن زیبا
۱۷/۱۸	۱۱	زن با قیافه‌ی معمولی			
۵۶/۲۵	۳۶	عدم تأکید بر اندام جنسی	۰	۰	تأکید بر اندام جنسی
۰	۰	لباس غیر زنانه (بلوز و شلوار)	۲۴/۱۹	۱۵	لباس زنانه (دامن)
۱۵/۶۳	۱۰	نامشخص و یا مخدوش بودن صورت	۳۲/۲۶	۲۰	واضح بودن اعضای صورت
۴/۶۹	۳	موی کوتاه	۴/۸۴	۳	موی بلند
۱۰۰	۶۴	جمع	۱۰۰	۶۲	جمع

در جدول بالا با توجه به کلیت موارد مشاهده می‌شود که نگاه غیر کلیشه‌ای - هرچند به میزان کم - بر نگاه کلیشه‌ای فزونی دارد. برآیند جدول فوق این است که در دوسالانه اول، نگاه زنان نقاش به زنان بیشتر نگاهی غیر جنسی بوده است.

همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌شود در ردیف آثاری که نگاه کلیشه‌ای را متبلور نموده‌اند، اکثریت با آثاری است که زنانی با صورت واضح را به تصویر کشیده‌اند (یعنی ۲۰ اثر، ۳۲/۲۶ درصد). ولی این وضوح تصویر صورت به معنای زیبا ترسیم‌شدن زن نیست؛ در اکثر این نقش‌ها صورت زنان بدون هیچ آرایش و ظرافت خاص نقاشی‌های کلیشه‌ای تصویر شده است.

پس از این مورد، مقوله زنان جوان است که بر دیگر موارد برتری دارد و ۳۰/۶۵ درصد از ۱۰۰ درصد موارد کلیشه‌ای را تشکیل می‌دهند. افزون‌بودن تصویر زنان جوان در مقابل تصویر زنان مسن (۱۹ زن جوان در برابر ۳ زن پیر) نشان از نگاه غالب جامعه دارد که از زنان طراوت، جوانی و زیبایی را انتظار دارد.

مورد بعدی مقوله لباس زنانه است که ۲۴/۱۹ درصد (۱۵ اثر) کل موارد را تشکیل می‌دهد. زن در لباس زنانه نیز نشان از کلیشه‌ای دارد که زن را به همان حالت سنتی دوست دارد. همان زنی که باید نشانه‌های زن بودن از تمام وجودش نمایان باشد. او یا در خانه است و مشغول مراقبت و رسیدگی به افراد خانواده و یا در محیطی روستایی است که لباس زنان و مردان کاملاً متفاوت و مشخص است. بررسی نقاشی‌ها نشان می‌دهد که اختلاف فاحشی بین تعداد لباس زنانه و مردانه وجود دارد؛ همه زنان با لباس زنانه تصویر شده‌اند و حتی یک مورد زن با لباس غیر زنانه دیده نمی‌شود.

رتبه بعدی بازنمایی متأثر از نگاه کلیشه‌ای به مقوله زنان زیبا تعلق دارد که از بین نقاشی‌های موجود تنها ۸/۰۶ آن‌ها ذیل مقوله‌ی مذکور قرار می‌گیرند. زیبایی زن شاید اولین چیزی باشد که توجه بیننده را به خود جلب می‌کند. زن زیبا احترام بیشتری دریافت می‌کند، کارش زودتر راه می‌افتد، فرصت‌های ازدواج برایش زودتر و بهتر به وجود می‌آید و... همه این عوامل است که موجب شده است زن امروز جامعه ما بیش از هر چیز به فکر ظاهر خود باشد. این مسئله را می‌توان از میزان استفاده از لوازم آرایش و اعمال جراحی مختلف که زنان ما را درگیر خود کرده است، استنباط کرد.

آخرین مورد از موارد کلیشه‌ای مقوله موی بلند است که ۴/۸۴ درصد از کل آثار را شامل می‌شود. موهای بلند و انبوه زنان همواره یکی از عناصر جدانشدنی از تصاویر کلیشه‌ای کشیده شده از زن است. موهای بلند زیبایی زن را دوچندان می‌کند، بنابراین زن زیبا و موهای بلند اکثراً ملازم هم هستند. اما در این‌جا مشاهده می‌کنیم که تعداد زیادی از نقاشان، زنان با موهای بلند را تصویر نکرده‌اند. در مقوله نگاه غیر کلیشه‌ای به زن شاهد آن هستیم که از ۱۰۰ درصد مواردی که مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ عدم تأکید بر اندام جنسی، گوی سبقت را از بقیه ربوده است و معادل ۵۶/۲۵ درصد همه آثار (۳۶ اثر) این دوره را شامل شده است. به بیان دیگر هیچ اثری در این دوره بر اندام جنسی زن تأکید نداشته و در صدد جلب نگاه افرادی که در نقاشی‌های دارای سوژه زن به دنبال این قبیل موارد می‌گردند، نبوده است.

در هیچ‌کدام از نقاشی‌های «تجلی احساس» شماره یک با موضوعیت زنان تأکید بر اندام جنسی را مشاهده نمی‌کنیم. این در حالی است که یکی از نقاط تأکید نقاشی‌های کلیشه‌ای اندام‌های جنسی زن (لب، سینه، گردن، پاها و...) است و نقاش تمام سعی خود را صرف آن می‌کند که زنان را هر چه بیشتر زیبا و ظریف نشان دهد.

پس از این مقوله به تصویر زن با قیافه معمولی برمی‌خوریم که در ۱۷/۱۸ درصد (۱۱ اثر) از کل موارد، زن را این‌گونه تصویر کرده‌اند. اگر به تعداد آثاری که زن زیبا، زشت و با قیافه معمولی را تصویر کرده‌اند دقیق شویم، مشاهده می‌شود که زن زیبا در مقابل زن زشت فزونی دارد اما تعداد بیشتری از آثار، زنان با قیافه معمولی را به تصویر کشیده‌اند.

مورد بعدی نامشخص یا مخدوش‌بودن صورت زنان تصویر شده است که ۱۵/۶۳ درصد از کل موارد تجلی بخش نگاه غیر کلیشه‌ای به زنان را تشکیل می‌دهد.

درباره این قسمت می‌توان گفت: کلیشه از زن زیبایی می‌خواهد و کمال زیبایی زن در چهره او نمود پیدا می‌کند. این موضوع که زیبایی همواره با تناسب و تقارن ملازم است عقیده‌ای است که از اعصار گذشته باقی مانده است. اما نکته‌ای که در ۱۰ مورد از ۳۶ نقاشی با موضوع زن در «تجلی احساس ۱» جلب توجه می‌نماید، این است که در این نقاشی‌ها صورت زنان یا اصلاً نقاشی نشده است یا به صورت محو و نامشخص به تصویر کشیده شده است و یا نیمی از صورت، کشیده شده و نیم دیگر رها گردیده است. در این بین گروهی هم هستند که اعضای صورت را به خوبی تصویر کرده‌اند، ولی عمداً آن را مخدوش ساخته‌اند.

همه این‌ها نشان از این دارد که زنان دیگر نمی‌خواهند با کلیشه‌های موجودی که از زن، تنها زیبایی، جذابیت و صورتی زیبا و با آرایش را می‌خواهد، مورد قضاوت قرار گیرند. این مسئله نشان‌دهنده مقاومت زنان در مقابل کلیشه‌های جنسیتی است.

به هر حال می‌توان گفت که صورت محو در آثار زنان، دلالت بر تشریح و نقد زندگی زنان در جامعه دارد و کنایه‌ای است از هویت پوشیده و نامشخص زنان و موقعیت حاشیه‌ای آن‌ها در فرهنگ ما. همین‌طور چنین تصویری (با صورتی محو و نامشخص یا مخدوش‌شده) از زن مقاومت زنان در مقابل کلیشه‌های جنسیتی را به خوبی نشان می‌دهد.

درصد زنان نقاشی شده با موهای کوتاه در نقاشی‌های «تجلی احساس ۱» نیز ۴/۶۹ (۳ اثر) است که از لحاظ تعداد اثری که به این موضوع پرداخته‌اند با آثاری که زنان را با موی بلند نقاشی کرده‌اند، برابری می‌کند.

این مورد نیز نشان می‌دهد که زنان نقاش این دوره نخواستند با نشان دادن موهای بلند زنان، آنان را زیبا تصویر کنند و با این کار خود بر دیدگاه کلیشه‌ای صحنه بگذارند.

جدول (۳) بازنمایی جنسی و غیر جنسی از زن در تجلی احساس دو

نگاه غیر کلیشه‌ای به زن			نگاه کلیشه‌ای به زن		
درصد	فراوانی		درصد	فراوانی	
۳/۲۳	۲	زن پیر	۲۸/۲۱	۲۲	زن جوان
۱/۶۱	۱	زن زشت	۱۲/۸۲	۱۰	زن زیبا
۳/۲۳	۲	زن با قیافه‌ی معمولی			
۵۸/۰۶	۳۶	عدم تأکید بر اندام جنسی	۷/۶۹	۶	تأکید بر اندام جنسی
۱/۶۱	۱	لباس غیر زنانه (بلوز و شلوار)	۲۴/۳۶	۱۹	لباس زنانه (دامن)
۲۷/۴۲	۱۷	نامشخص و یا مخدوش بودن صورت	۱۹/۲۳	۱۵	واضح بودن اعضای صورت
۴/۸۴	۳	موی کوتاه	۷/۶۹	۶	موی بلند
۱۰۰	۶۲	جمع	۱۰۰	۷۸	جمع

جدول بالا نشان می‌دهد که نقاشان در این دوسالانه بازنمایی جنسی از زن داشته‌اند و در این زمینه نگاه کلیشه‌ای بر نگاه غیر کلیشه‌ای غالب است. این در حالی است که در دوسالانه اول در این قسمت نگاه غیر کلیشه‌ای حاکم بود.

در بخش نگاه کلیشه‌ای مقوله زن جوان با اختصاص ۲۸/۲۱ درصد به خود بالاترین رقم را دارا است. این رقم نسبت به دوسالانه قبل کاهش یافته است.

پس از آن مقوله زن با لباس زنانه ۲۴/۳۶ درصد از ۱۰۰ درصد نگاه کلیشه‌ای را دارا است که تقریباً به نسبت دوسالانه قبل تفاوتی نکرده است.

وضوح صورت مقوله بعدی است که ۱۹/۲۳ درصد از موارد نگاه کلیشه‌ای را به خود اختصاص داده است.

این رقم نسبت به دوسالانه پیش کاهش داشته است و در این مورد برخورد نقاشان به میزان کمتری کلیشه‌ای بوده است.

پس از آن به مقوله زن زیبا می‌رسیم. همان‌طور که مشاهده می‌شود ۱۲/۸۲ درصد از موارد به زن زیبا پرداخته‌اند. که این رقم نسبت به مورد مشابه در دوسالانه قبل افزایش نشان می‌دهد.

مورد بعدی تأکید بر مقوله اندام جنسی است که در نخستین دوره اصلاً دیده نشده بود، اما در این دور با عدد ۷/۶۹ درصد روبه‌رو می‌شویم.

آخرین مورد از موارد نگاه کلیشه‌ای به زن مقوله ترسیم زن با موهای بلند است. در این دوره به رقم ۷/۶۹ درصد برمی‌خوریم که نسبت به عدد ۴/۸۴ درصد دوسالانه قبل باز هم شاهد افزایش نگاه کلیشه‌ای به زن هستیم.

پس مشاهده می‌کنیم که وضوح صورت، افزایش تعداد زنان جوان و زیبا با موهای بلند و اندام جنسی‌ای که بر آن تأکید شده است همه و همه دلالت بر بازنمایی جنسی از زن در محور پرداخت کلیشه‌ای زنان در دوسالانه دوم تجلی احساس دارد.

با تمرکز بر محور نگاه غیر کلیشه‌ای در آثار این دوسالانه مشاهده می‌کنیم که باز هم عدم تأکید بر اندام جنسی اولویت دارد و با احتساب ۵۸/۰۶ به خود بالاترین درصد از ۱۰۰ درصد موارد غیر کلیشه‌ای را به خود اختصاص داده است. این مورد نسبت به دوره قبل افزایش نشان می‌دهد.

مورد بعد مقوله نامشخص یا مخدوش بودن صورت زنان تصویرشده توسط زنان نقاش معاصر است. جدول عدد ۲۷/۴۲ درصد را برای این مقوله نشان می‌دهد که نسبت به دوره قبل افزایش داشته است و لذا در این مورد غیر کلیشه‌ای برخورد شده است.

پس از آن به مقوله زن با قیافه معمولی می‌پردازیم و مشاهده می‌نماییم که ۳/۲۳ درصد از کل موارد، داری قیافه معمولی می‌باشند، که نسبت به دوره قبل کاهش محسوسی را نشان می‌دهد. کم شدن تعداد قیافه‌های معمولی به دلیل افزایش زنان زیبا است که در این قسمت شاهد آن بودیم.

در نهایت می‌توان گفت با در نظر گرفتن جمیع موارد، نگاه کلیشه‌ای و بازنمایی جنسی زن به نسبت نگاه غیر کلیشه‌ای و بازنمایی غیرجنسی زن، رقم بیشتری را به خود اختصاص داده است. در نتیجه ما در این دوسالانه با بازنمایی جنسی از زن رو به رو هستیم.

جدول (۴) بازنمایی جنسی و غیر جنسی از زن در تجلی احساس ۳

نگاه غیر کلیشه‌ای به زن			نگاه کلیشه‌ای به زن		
درصد	فراوانی		درصد	فراوانی	
۷/۵۷	۵	زن پیر	۳۲/۵۳	۲۷	زن جوان
۱/۵۲	۱	زن زشت	۱۰/۸۴	۹	زن زیبا
۱۸/۱۸	۱۲	زن با قیافه معمولی	۱/۲۱	۱	تأکید بر اندام جنسی
۵۱/۵۱	۳۴	عدم تأکید بر اندام جنسی	۳۲/۵۳	۲۷	لباس زنانه (دامن)
۱/۵۲	۱	لباس غیر زنانه (بلوز و شلوار)			

ادامه جدول (۴) بازنمایی جنسی و غیر جنسی از زن در تجلی احساس ۳

نگاه غیر کلیشه‌ای به زن			نگاه کلیشه‌ای به زن		
درصد	فراوانی		درصد	فراوانی	
۱۶/۶۷	۱۱	نامشخص و یا مخدوش بودن صورت	۲۱/۶۸	۱۸	واضح بودن اعضای صورت
۳/۰۳	۲	موی کوتاه	۱/۲۱	۱	موی بلند
۱۰۰	۶۶	جمع	۱۰۰	۸۳	جمع

با نگاهی به جدول متوجه می‌شویم که بازنمایی جنسی بر بازنمایی غیر جنسی، پیشی گرفته است. این در حالی است که ما در دوسالانه نخست با برتری دیدگاه غیر کلیشه‌ای روبه‌رو بودیم، ولی در دوسالانه دوم نیز مانند دوسالانه حاضر دیدگاه کلیشه‌ای برتری داشت.

در هر دو دوسالانه قبل بالاترین درصد، مختص به مقوله زنان جوان بود که در این‌جا نیز مشاهده می‌کنیم این برتری بار دیگر با اختصاص ۳۲/۵۳ درصد از کل موارد کلیشه‌ای به خود وجود دارد با این تفاوت که در این دوره لباس زنانه، که در دوره اول در رتبه سوم و در دوره دوم در ردیف دوم بعد از زنان جوان قرار گرفته بود، در این جدول هم‌ردیف زنان جوان و در مرتبه اول قرار گرفته است.

پس از آن به مورد بعدی می‌رسیم که عبارت است از مقوله وضوح صورت زنان در تصاویر. این مقوله معادل ۲۱/۶۸ درصد از ۱۰۰ درصد کلیشه‌ها را شامل می‌شود. این عدد نسبت به دوسالانه اول کاهش و نسبت به دوسالانه دوم افزایش نشان می‌دهد.

در محور نگاه غیر کلیشه‌ای باز هم مانند سال‌های قبل مقوله عدم تأکید بر اندام جنسی با ۵۱/۵۱ درصد اولویت دارد. این رقم نسبت به سال‌های قبل کاهش داشته است.

در مرتبه دوم، مقوله زن با قیافه معمولی با ۱۸/۱۸ درصد قرار می‌گیرد که نسبت به دوره‌های پیشین افزایش داشته است. این نکته نشان می‌دهد که زنان بیش از هر چیز دوست دارند با قیافه خودشان مورد توجه قرار گیرند. همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد این میل باطنی زنان را نشان می‌دهد که دوست دارند آنان را همان‌طوری که هستند مورد توجه و قبول قرار دهند.

مقوله نامشخص و یا مخدوش بودن صورت زنان مورد بعدی است که ۱۶/۶۷ درصد از کل موارد نگاه غیر کلیشه‌ای را به خود اختصاص داده است. این عدد نسبت به سال پیش کاهش و نسبت به دوسالانه اول افزایش نشان می‌دهد.

مقوله زنان پیر مورد بعدی است که در این دوسالانه با ۷/۵۷ درصد، نسبت به دو دوره قبل افزایش داشته است. این امر نشان می‌دهد که طی این سال‌ها دیدگاه نسبت به زنان پیر در حال تغییر است و بیشتر مورد توجه نقاش قرار گرفته‌اند.

جدول (۵) بازنمایی جنسی و غیر جنسی از زن در تجلی احساس ۴

نگاه غیر کلیشه‌ای به زن			نگاه کلیشه‌ای به زن		
درصد	فراوانی		درصد	فراوانی	
۵/۰۴	۷	زن پیر	۳۷/۰۴	۶۰	زن جوان
۰/۷۲	۱	زن زشت	۷/۴۱	۱۲	زن زیبا
۱۲/۹۵	۱۸	زن با قیافه‌ی معمولی			
۵۴/۶۷	۷۶	عدم تأکید بر اندام جنسی	۱/۲۳	۲	تأکید بر اندام جنسی
۱/۴۴	۲	لباس غیر زنانه (بلوز و شلوار)	۳۷/۷۸	۴۵	لباس زنانه (دامن)
۲۰/۸۶	۲۹	نامشخص و یا مخدوش بودن صورت	۲۲/۲۲	۳۶	واضح بودن اعضای صورت
۴/۳۲	۶	موی کوتاه	۴/۳۲	۷	موی بلند
۱۰۰	۱۳۹	جمع	۱۰۰	۱۶۲	جمع

با نگاهی به جمع مواردی که تجسم‌بخشی نگاه کلیشه‌ای و غیر کلیشه‌ای هستند کاملاً آشکار است که دیدگاه کلیشه‌ای مسلط می‌باشد.

اگر به مقولات ذیل نگاه کلیشه‌ای نظری بیفکنیم، خواهیم دید که باز هم مانند دوره‌های قبل تصویر زن جوان بر دیگر موارد اولویت دارد؛ و با در اختیار گرفتن ۳۷/۰۴ درصد موارد هنوز هم جلودار است. این مقوله حتی در مقایسه با ۳ دوره قبل نیز موارد بیشتری را به خود اختصاص داده است.

در مرتبه دوم مقوله لباس زنانه قرار دارد با ۲۷/۷۸ درصد. این دوسالانه در این مقوله نیز به غیر از دوره قبل خود، تجلی احساس ۳، بالاتر از بقیه دوره‌ها می‌ایستد.

مورد بعدی مقوله وضوح اعضای صورت است که در این دوره عدد ۲۲/۲۲ درصد را به خود اختصاص داده است؛ که نسبت به دوره اول کاهش و نسبت به دوره‌های بعدی افزایش نشان می‌دهد.

در مرتبه بعدی مقوله زنان زیبا با نسبت ۷/۴۱ درصد قرار دارد. این رقم نسبت به دوره‌های قبل کاهش داشته است.

بالاخره با مقوله موی بلند روبه‌رو می‌شویم که با ۴/۳۲ درصد آخرین مورد در این جدول است.

می‌توان گفت این مورد نسبت به تجلی احساس ۳ افزایش داشته است. اما نسبت به تجلی احساس ۲

کاهش و تقریباً با تجلی احساس ۱، برابر است. اما لازم به ذکر است که در هیچ‌یک از تصاویر این دوره موی بلند برای زیباتر جلوه‌دادن زن مورد استفاده قرار نگرفته است.

در بخش دیگر جدول، ارقام مقولات نگاه غیر کلیشه‌ای یا همان تصویر غیرجنسی از زن ارائه شده است. در این محور مانند دوره‌های پیشین، مقوله عدم تأکید بر اندام جنسی است که با ۵۴/۶۷ درصد رتبه اول را به خود اختصاص می‌دهد. این مورد نسبت به دوسالانه اول و دوم کاهش و نسبت به دوسالانه ماقبل خود افزایش نشان می‌دهد.

در ردیف دوم محور نگاه غیر کلیشه‌ای، مقوله نامشخص بودن صورت با نسبت ۲۰/۸۶ درصد از کل ۱۰۰ درصد موارد قرار دارد. این عدد تنها از دوسالانه دوم کمتر است و گرنه نسبت به دیگر دوره‌ها شاهد افزایش آن هستیم.

مقوله زن با قیافه معمولی ۱۲/۹۵ درصد موارد قرار دارد. این عدد تنها نسبت به دوره دوم افزایش داشته است و نسبت به دوره‌های دیگر کاهش نشان می‌دهد.

مقوله موی کوتاه مورد بعدی است که ۴/۳۲ درصد از موارد را شامل می‌شود. این مورد نیز تنها نسبت به دوره قبل افزایش داشته است ولی نسبت به دیگر دوره‌ها کاهش یافته است.

مورد دیگر عبارت است از تصویرکردن زنان با لباس غیر زنانه که نسبت آن ۱/۴۴ درصد کل موارد است. این مورد نسبت به دوره اول افزایش و نسبت به دو دوره دیگر کاهش یافته است.

جدول (۶) بازنمایی جنسی و غیر جنسی از زن در تجلی احساس ۵

نگاه غیر کلیشه‌ای به زن			نگاه کلیشه‌ای به زن		
درصد	فراوانی		درصد	فراوانی	
۲/۸۸	۳	زن پیر	۳۸/۵۳	۴۲	زن جوان
۰/۹۶	۱	زن زشت	۵/۵۰	۶	زن زیبا
۹/۶۲	۱۰	زن با قیافه معمولی	۰	۰	تأکید بر اندام جنسی
۵۰	۵۲	عدم تأکید بر اندام جنسی	۲۹/۳۶	۳۲	لباس زنانه (دامن)
۰/۹۶	۱	لباس غیر زنانه (بلوز و شلوار)	۱۵/۶۰	۱۷	واضح بودن اعضای صورت
۲۸/۸۵	۳۰	نامشخص و یا مخدوش بودن صورت	۱۱/۰۱	۱۲	موی بلند
۶/۷۳	۷	موی کوتاه	۱۰۰	۱۰۹	جمع
۱۰۰	۱۰۴	جمع			

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود که در غالب موارد از زنان بازنمایی جنسی به عمل آمده است، به طوری که روی هم رفته نگاه کلیشه‌ای بر نگاه غیر کلیشه‌ای پیشی گرفته است. جداول مشابه مربوط به دوره‌های قبل نشان می‌دهد که به غیر از تجلی احساس ۱ که برتری با بازنمایی غیرجنسی از زنان بوده است، بررسی بقیه دوره‌ها نیز نتیجه‌ای مشابه تحلیل دوره حاضر به دست داده است. در جدول حاضر مقوله زنان جوان با ۳۸/۵۳ درصد، مانند دوره‌های قبل (به غیر از دوره اول) جلودار است.

پس از آن مقوله لباس زنانه قرار گرفته است که ۲۹/۳۸ درصد موارد به خود اختصاص داده است. در مقایسه با دیگر دوره‌ها دوباره دیده می‌شود که فقط در دوره اول این مورد در رتبه سوم قرار گرفته است و گرنه در بقیه دوره‌ها همانند این دوره در رتبه دوم بوده است. با مقایسه اعداد می‌بینیم که عدد به دست آمده در این دوره از عدد مشابه در دوسالانه پیش کمتر و نسبت به سال‌های دیگر افزایش داشته است.

مورد دیگر که به آن می‌پردازیم مقوله وضوح اعضای صورت است که در این دوره ۱۵/۶۰ درصد را نشان می‌دهد. مقایسه این عدد با اعداد مشابه در دوسالانه‌های دیگر نشان می‌دهد که زنان هنرمند در این دوره علاقه کمتری به واضح نشان دادن صورت زنان داشته‌اند.

مورد دیگر مقوله موی بلند است که در این دوره بر تعداد آن اضافه شده است و ۱۱/۰۱ درصد از موارد را شامل می‌شود. این در حالی است که عدد مشابه در دوره‌های دیگر کمتر از این است. ولی لازم است اشاره کنیم که تقریباً در تمام تصاویری که زنان در آن با موی بلند تصویر شده‌اند، در اصل از موها برای زیباتر جلوه‌دادن زن استفاده نشده است.

مورد دیگر مقوله زنان زیبا است که تنها ۵/۵۰ درصد موارد به آن اختصاص یافته است. این رقم نیز نسبت به دوسالانه‌های دیگر کاهش نشان می‌دهد. جمع موارد کاهش مقولات وضوح صورت و زنان زیبا دلالت بر کاهش جایگاه زیبایی نزد هنرمندان دارد.

در محور غیر کلیشه‌ای مشاهده می‌کنیم که مطابق دوره‌های قبل عدم تأکید بر اندام جنسی بیشترین موارد را شامل می‌شود و همان‌طور که می‌بینیم ۵۰ درصد از ۱۰۰ درصد موارد غیر کلیشه‌ای را تشکیل می‌دهد. این درصد اگر چه در مقایسه با دیگر دوره‌ها کاهش نشان می‌دهد، اما کاهش آن چشم‌گیر نیست.

در مرتبه بعد مقوله زنان با قیافه معمولی با نسبت ۹/۶۲ درصد موارد قرار می‌گیرد. این عدد تنها نسبت به دوسالانه دوم افزایش داشته و گرنه به نسبت دیگر دوره‌ها شاهد کاهش آن می‌باشیم. در مرتبه بعد مقوله موی کوتاه با ۶/۷۳ درصد قرار گرفته است. مشاهده می‌کنیم که این نسبت در مقایسه با دیگر دوره‌ها افزایش داشته است. سپس به مقوله زنان پیر می‌رسیم که در این دوره ۲/۸۸ درصد آثار را به خود اختصاص داده است، نسبتی که در مقایسه با دوره‌های قبلی کاهش داشته است.

در پایان، به مقایسه ۵ دوره دوسالانه تجلی احساس به لحاظ میزان کلیشه‌ای بودن آثار به نمایش درآمده پرداخته‌ایم که حاصل این مقایسه در جدول زیر نشان داده می‌شود:

جدول (۷) نگاه جنسی به زن در پنج دوره تجلی احساس

دوسالانه	فراوانی	درصد
تجلی احساس ۱	۶۲	۱۲/۵۵
تجلی احساس ۲	۷۸	۱۵/۷۹
تجلی احساس ۳	۸۳	۱۶/۸۱
تجلی احساس ۴	۱۶۲	۳۲/۷۹
تجلی احساس ۵	۱۰۹	۲۲/۰۶
جمع	۴۹۴	۱۰۰

ملاحظه می‌شود که در جدول بالا بیشترین فراوانی نگاه جنسی به زن، مربوط به تجلی احساس ۴ است. به عبارت دیگر نگاه نقاشان این دوره به زنان، در مقایسه با دیگر دوره‌ها، بیشتر کلیشه‌ای بوده است. پس از آن دوره پنجم و بعد از آن به ترتیب دوره سوم، دوم و اول رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر، نحوه بازنمایی زنان توسط زنان نقاش معاصر ایران با محوریت غلبه نگاه جنسی یا غیرجنسی در آثار مربوطه مورد مطالعه قرار گرفت. مطالعات گذشته نشان داده است که بازنمایی جنسی زنان، در طول تاریخ و در اشکال مختلف هنر، همواره یکی از انواع غالب بازنمایی بوده است. این در حالی است که زنان به لحاظ تاریخی سهم اندکی در پدید آوردن اشکال هنری داشتند. اما امروزه تعداد زنان هنرمند و به خصوص زنان نقاش حتی بیش از مردان است. بنابراین

ضروری است آثار آنان به لحاظ نوع نگاهشان به زنان سنجیده شود، تا مشخص گردد آیا زنان که امروز قلم به دست گرفته و زنان را به تصویر می‌کشند، تحت تأثیر جو حاکم جامعه، که با نگاه جنسی به زنان نگرسته و آنان را عمدتاً در نقش جنسی بازنمایی می‌نماید، به جنبه‌های جنسی وجود زنان تمرکز می‌کنند و آن را برجسته می‌نمایند، یا در صدد ارائه تصویری غیرجنسی از زنان هستند؟

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که به غیر از دوسالانه اول در بقیه دوره‌ها نگاه زنان نقاش به زن نگاهی کلیشه‌ای و جنسی است.

اما اگرچه داده‌های ثبت شده در جداول بر ارجحیت نگاه جنسی به نگاه غیرجنسی نزد زنان نقاش معاصر دلالت دارند، هنگامی که به موارد درون جدول دقیق می‌شویم، می‌بینیم که برتری موارد تصویرپردازی کلیشه‌ای مربوط به سهم بالای مقولات لباس زنانه و زنان جوان است که در رابطه با این دو مورد می‌توان گفت زنان نقاش هنوز در بند کلیشه‌ها و پیش‌فرض‌های آموخته‌شده خویش هستند.

اما در موارد دیگری مانند تعداد زنان زیبا در مقابل زنان با قیافه معمولی، دیده می‌شود که به غیر از دوره دوم در بقیه دوره‌ها تعداد زنان با قیافه معمولی بیشتر از تعداد زنان زیباست. در این تصاویر زنان نقاش نشان داده‌اند که زنان بیشتر دوست دارند جامعه آنان را با چهره واقعی خودشان قبول کرده و مورد پذیرش قرار دهد.

یا در مورد مقوله صورت واضح در مقابل مقوله صورت پوشیده یا محو و مخدوش زنان مشاهده می‌شود که تعداد زیادی از تصاویر دارای صورتی محو و نامشخص هستند که نشان از نقد هویت و نامشخص و پوشیده بودن شخصیت زن در جامعه دارد.

مورد بعدی مقوله تأکید بر اندام جنسی زن است. با مرور جداول فوق مشاهده می‌نماییم که این تأکید یا بسیار اندک است یا به طور کلی غایب است.

در مورد مقوله موی زنان تصاویر مورد بررسی نشان می‌دهد که تنها در تعدادی اندک از آثار نقاش از موی زن برای زیباتر جلوه‌دادن وی استفاده شده است و در اکثر تصاویر شاهد هستیم که موها یا کاملاً پوشیده شده است یا اصلاً تأثیری در زیباتر جلوه‌دادن زنان ندارند.

با توجه به این موارد می‌توان نتیجه گرفت که زنان نقاش جامعه آماری این تحقیق در صدد

نشان دادن چهره‌ای نمایشی از زن نیستند. اگرچه در مواردی مانند تعداد زیاد زنان جوان در مقابل زنان پیر یا لباس زنانه در برابر لباس غیر زنانه، زنان نقاش هنوز نگاهی کلیشه‌ای دارند. موارد یاد شده گویای این مسئله هستند که تحرک و مبارزه یا حداقل مقاومت و مخالفتی از سوی زنان شروع شده، و این مخالفت‌ها و مقاومت‌ها از رویارویی با نگاه جنسی به زنان آغاز گردیده است، که نگاه هنرمندان به زنان را عمدتاً چنین نگاهی تشکیل می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که زنان در حال کلیشه‌زدایی از نگاه جنسی هستند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که با توجه به نوع جامعه‌پذیری زنان که کلیشه‌های جنسیتی از زمان کودکی و در تمام مراحل رشد و تربیت آنان حضور دارد و به آن‌ها القاء می‌شود، حرکتی به سمت غیر کلیشه‌ای شدن نضج گرفته است که می‌توان آن را حس نمود. بنابراین چنین به نظر می‌آید که زنان در این دوران بیش از هر چیز به زدودن تصاویر قبلی زنان از اذهان مخاطب می‌اندیشند و شاید در آینده شاهد ساخت تصاویری جدید و غیر کلیشه‌ای از زنان توسط آنان باشیم. اثر زنان نقاش معاصر را نمی‌توان انعکاسی بدون کم و کاست از جامعه دانست. چون امروزه استفاده بیش از اندازه زنان از لوازم آرایشی و اقبال آنان به اعمال جراحی زیبایی نشان از وجود جوی دارد که از زن با تمام وجود زیبایی طلب می‌کند و نگاهی جنسی به زن دارد. از طرفی نمی‌توان گفت زنان نقاش کاملاً فارغ از واقعیت بوده و هر چه را که اراده کرده‌اند به تصویر کشیده‌اند. به هر حال زنان با کلیشه‌های جنسیتی بزرگ شده و رشد یافته‌اند و برخی آن‌ها را بسیار طبیعی می‌دانند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که زنان نقاش جامعه آماری تحقیق حاضر، با وجود پیش فرض‌هایی که در ذهن دارند و با توجه به خودآگاهی‌ای که بدان دست یافته‌اند، سعی نموده‌اند زنان را به گونه‌ای دیگر زن بازنمایی کنند و این آثار می‌توانند در زمینه اجتماعی خود معانی‌ای را به مخاطب القا نمایند.

منابع

- ابوت، پاملا، والاس، کلا (۱۳۸۰) جامعه‌شناسی زنان، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.
- اندرودی، مرجان (۱۳۸۵) «بررسی تصاویر زن در آثار نگارگری ایرانی (دوران صفویه تا پایان قاجار)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه الزهراء، دانشکده هنر.

- ایرانی‌صفت، زهرا (۱۳۷۷) «زن در نگارگری ایران، دوره‌ی مغول»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده هنر.
- ایروانی، ملیحه (۱۳۸۹) «بازنمایی مفاهیم دینی در تلویزیون»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- برگر، آرتورآسا (۱۳۷۹) «روش تحلیل رسانه‌ها»، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- پاکباز، رویین، نقاشی (۱۳۸۳) ایران از دیر باز تا امروز، تهران: زرین و سیمین.
- تجلی احساس ۱ (۱۳۷۴) منتخبی از آثار زنان ایران، تهران: ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، با همکاری مرکز هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- تجلی احساس ۲ (۱۳۷۵)
- تجلی احساس ۳ (۱۳۷۶)
- تجلی احساس ۴ (۱۳۷۷)
- تجلی احساس ۵ (۱۳۷۷)
- حبیبی، عبداللهی (۱۳۵۳) هنر عهد تیموریان و متفرعات آن، تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
- حجازی، الهه (۱۳۸۵) «اصلاح سیمای زن در کتاب‌های دوره ابتدایی: راهی به سوی دست‌یابی به فرصت‌های برابر»، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۳، پیاپی ۸۷، صص ۱۴۵-۱۲۱.
- ذکایی، محمد سعید، سید آیت‌الله میرزایی (۱۳۸۴) «پسرهای جوان و ارزش‌های مردانگی»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۳.
- راودراد، اعظم، محمدرضا مریدی، معصومه تقی‌زادگان (۱۳۸۹) «تحلیلی بر بازنمایی زن در نقاشی معاصر ایران»، فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۸، شماره ۱، بهار، صص ۱۴۱-۱۲۵.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۸۰) روان‌شناسی اجتماعی، تهران: نشر آوای نور.
- سروی زرگر، محمد (۱۳۸۹) «از تقلید تا بازنمایی»، برداشت از سایت: <http://www.modiryar.com> در تاریخ ۸۹/۱۱/۲۴
- شریعتی، سارا (۱۳۸۷) «زنانه شدن عرصه هنر»، برداشت از سایت: <http://iranfemschool.biz> در تاریخ ۸۹/۸/۱۷
- صادقی فسایی، سهیلا، شیوا کریمی (۱۳۸۴) «کلیشه‌های جنسیتی سریال‌های تلویزیونی ایران (سال ۱۳۸۳)»، فصلنامه پژوهش زنان شماره ۱۳، صص ۷۵-۲۵.

- فروتن، یعقوب (۱۳۸۹) «جامعه‌پذیری جنسیتی در کتاب‌های درسی مدارس ایران»، فصلنامه علمی و پژوهشی پژوهش زنان، دوره ۸، شماره ۳، پاییز.
- مردی، محمدرضا، معصومه تقی‌زادگان (۱۳۸۸) «نقاشی زنان؛ نقاشی زنانه»، فصلنامه پژوهش زنان، دوره ۷، شماره ۱، صص ۱۴۹-۱۲۹.
- مشک‌زاد، پردخت (۱۳۸۴) «نقد و بررسی نقاشان زن ایرانی (با رویکردی فمینیستی)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده هنر.
- ملکی، منصور (۱۳۸۵) «مروری گذرا بر تصویر زن در نقاشی»، برداشت از سایت:
<http://www.mansoormaleki.blogfa.com>
- مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۷) رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر معاونت و توسعه رسانه‌ها.
- میشل، آندره (۱۳۷۶) پیکار با تبعیض جنسی، ترجمه جعفر پوینده، تهران: نشر سرچشمه.
- وود، جولیتی (۱۳۸۳) «ویژگی‌های ساختاری زبان و جایگاه زنان»، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال یازدهم، شماره ۳۸.
- هومین‌فر، الهام (۱۳۸۲) «تحول جامعه‌پذیری جنسیتی»، پژوهش زنان، شماره ۷، صص ۸۹-۱۱۳.
- Nochlin, Linda (1988) , **Why have there been no great women artists?** Robert FARR, Les représentations sociales, in Psychologie sociale, op. Cité, p. 385.