

The Construction of Iranian Women Based on the Portrayed Model of Western Womanhood during the Reign of Mohammad Reza Shah Pahlavi (Case Study: *Banu* Magazine)

Sajjad Jalilian^{*}, Ali Morshedizad^{}**

Shohreh Pirani^{*}**

Abstract

Mohammad Reza Shah, in pursuit of the social modernization of Iranian society, continuously sought to promote his favored model of womanhood. *Banu* magazine was among the influential publications in shaping the ideal image of Iranian women according to the Shah's vision. This study investigates how Iranian women were constructed based on the Western female model in *Banu* magazine during the years 1944 to 1947 (1323–1326 SH). To address this question, the research employs a qualitative content analysis method grounded in Stuart Hall's theory of representation, particularly focusing on its three main strategies: stereotyping, naturalization, and foregrounding. The findings indicate that *Banu* magazine attempted to portray Western women as modern role models for Iranian women, especially in the context of engaging with modernity. It did so by emphasizing feminine beauty and disseminating certain ideological perspectives through themes such as the promotion and instruction of lifestyle choices, etiquette and social behavior, modern approaches to clothing and makeup, housekeeping, marriage, and childcare. Furthermore, the magazine stressed the

^{*} Graduate of Islamic Revolution Political Studies, Shahed University, Tehran, Iran, sajjad14jalilian@gmail.com

^{**} Associate Professor, Department of Islamic Revolution Political Studies, Shahed University, Tehran, Iran
(Corresponding Author), morshedizad@shahed.ac.ir

^{***} Associate Professor, Department of Islamic Revolution Political Studies, Shahed University, Tehran, Iran,
Sh.pirani@shahed.ac.ir

Date received: 07/04/2025, Date of acceptance: 10/06/2025



importance of women's participation in politics, employment, and education presenting this image as the embodiment of an ideal Iranian woman facing the modern world.

Keywords: *Banu* Magazine, Mohammad Reza Shah Pahlavi, Representation Theory, Stuart Hall, Stereotyping, Naturalization, Foregrounding.

Introduction

During the early years of Mohammad Reza Shah's reign, the construction of female identity in Iran became intertwined with the state's modernization agenda. The media, especially women's magazines like *Banu*, played a crucial role in disseminating a model of womanhood aligned with Western ideals. This study explores how *Banu* magazine, published between 1944 and 1947, depicted Western women as aspirational figures for Iranian readers. By employing Stuart Hall's theory of representation—particularly stereotyping, naturalization, and foregrounding—the article examines the ideological strategies used to shape and promote a modern, Westernized image of Iranian womanhood.

Materials and Methods

This research employs a qualitative content analysis method to explore the representation of Iranian women in *Banu* magazine (1944–1947). All 28 published issues were examined using a census sampling approach. The analysis is grounded in Stuart Hall's theory of representation, focusing on three key strategies: stereotyping, naturalization, and foregrounding. Data were collected through coding and thematic categorization of texts, images, and narratives. This methodological framework enabled a systematic interpretation of how *Banu* constructed and promoted a Westernized model of womanhood aligned with the Pahlavi regime's modernization discourse.

Discussion& Results

The findings of this study reveal that *Banu* magazine (1944–1947) functioned not merely as a publication, but as a strategic medium in shaping a new model of Iranian womanhood aligned with the state-driven modernization project of Mohammad Reza Shah Pahlavi. Utilizing Stuart Hall's theory of representation particularly the strategies of stereotyping, naturalization, and foregrounding the magazine constructed and disseminated a Westernized, idealized image of the modern Iranian woman.

Through stereotyping, Banu systematically categorized traits and behaviors into normative and deviant binaries. Features such as physical beauty, body fitness, political awareness, education, employment, and proper etiquette were promoted as desirable and modern, while traditional dress (especially the chador), superstition, emotional restraint, and illiteracy were portrayed as regressive and undesirable. These value-laden classifications subtly encouraged Iranian women to internalize the Western model of femininity as superior and aspirational.

The strategy of naturalization was employed through biographical profiles of successful Western women—predominantly American and European figures such as Florence Nightingale, Betty Grable, and Elizabeth Blackwell. These representations framed modern, independent, and socially active women as natural embodiments of femininity. The frequent use of inspirational narratives and visual content suggested that achieving modern womanhood required emulating these Western role models. This not only legitimized the stereotyped ideals introduced earlier, but also positioned them as universally valid.

In the third strategy, foregrounding, the magazine repeatedly emphasized certain thematic priorities such as the necessity of women's social and political participation, critiques of traditional norms (especially regarding dress and gender roles), and the aesthetic and symbolic power of beauty and fashion. Topics such as unveiling, fashion trends from Europe, women's civic engagement, and critiques of patriarchal customs were prominently featured. This discursive repetition functioned to embed the ideological priorities of the Pahlavi regime into the cultural consciousness of readers, particularly urban women.

The convergence of these three strategies produced a coherent and intentional discursive framework aimed at constructing a new identity for Iranian women one that was visibly modern, ideologically aligned with Western norms, and supportive of the regime's broader modernization efforts. However, this identity was largely imposed top-down and lacked organic roots in the sociocultural fabric of Iranian society. While it resonated with segments of educated urban women, it also encountered resistance and failed to create a widespread or lasting transformation in traditional gender perceptions.

In summary, Banu magazine served as an active agent of cultural engineering, working to redefine femininity in accordance with the ideals of Western modernity. Through its editorial choices, representational tactics, and ideological framing, it played a pivotal role in promoting a state-sanctioned model of womanhood—one that was aesthetically Western, politically engaged, socially active, and yet distanced from

indigenous cultural traditions. This constructed image, though influential, ultimately remained a contested and incomplete project in Iran's complex sociopolitical landscape.

Conclusion

The findings indicate that *Banu* magazine was not merely a reflector of women's status but an active agent in shaping the identity of Iranian women aligned with the Pahlavi modernization project. Through the strategies of stereotyping, naturalization, and emphasis, the magazine constructed a modern, rational, and Western-influenced image of Iranian women. Although it promoted new values and perspectives, its neglect of the local cultural context prevented deep social rooting, rendering the effort an incomplete and ambivalent cultural project.

Bibliography

- Allen, B. & Reser, D. (1990). "Content Analysis and Information Science Researches." *Library and Information Science Research*, 12(3).
- Banu. (1323). Issues 1, 2, 3.
- Banu. (1324). Issues 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 15.
- Banu. (1325). Issues 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23.
- Banu. (1326). Issues 25, 26, 27, 28.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications in Association with the Open University.
- Hall, Stuart. *Meaning, Culture, and Social Life*. Trans. Ahmad Golmohammadi. Tehran: Ney Publishing, 2003. [In Persian]
- Irani-Pour Nazari, Elaheh. "Framing." *Social Sciences Monthly Book Review*, no. 23, 2009, pp. 82–91. [In Persian]
- Jafarinejad, Masoud & Ghaedi, Mohammadreza. "Hollywood's Psychological Operations in Promoting Islamophobia." *Psychological Operations Studies*, no. 37, 2013, pp. 113–134. [In Persian]
- Khedrizadeh, Ali Akbar. "Women's Issues in the First Decade of Reza Shah's Era Based on Two Women's Journals." *Archive Treasury Journal*, no. 29, 2019, pp. 86–108. [In Persian]
- Kowsari, Masoud & Tafreshi, Amir Ali. "Female Identity in Second Pahlavi Discourse: A Case Study of *Zan-e Rooz* Magazine and Mohammad Reza Shah's Speeches on Women." *Iranian Cultural Studies Quarterly*, vol. 10, no. 1, 2017, pp. 145–175. [In Persian]
- Maddah-Ali, Shiva. *Women in the Second Pahlavi Era*. Orumieh: Khosravani Majd Publishing, 2022. [In Persian]
- Mahdizadeh, Mohammad Mahdi. *Media Theories: Mainstream and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications, 2010. [In Persian]

107 Abstract

- Mousavi Sameh, Mohaddeseh & Asgari Kia, Farshad. "Representation of Religious Minorities in Post-Revolutionary Iranian Cinema Based on Stuart Hall's Views." *Performing Arts Rahpooyeh Quarterly*, vol. 1, no. 4, 2022, pp. 49–58. [In Persian]
- Sadat Shafiei, Somayeh & Farahani, Mojgan. "Content Analysis of Payk-e Sa'adat-e Niswaan Magazine: Essentials for Women at the Beginning of the Pahlavi Era." *Journal of Cultural History Studies*, vol. 8, no. 32, 2017, pp. 1–27. [In Persian]
- Safaei, Davood & Hadavi, Mohammad Hossein. "Social Content Analysis of Iran and Aftab-e Yazd Newspapers." *Culture and Communication Journal*, no. 6, 2012, pp. 79–100. [In Persian]
- Sohrabzadeh, Mehran; Niazi, Mohsen; Nikkhah Ghamsari, Narges & Akbari, Andisheh. "Construction of Female Identity in Iranian Intellectual Texts from the Constitutional Era to the End of the First Pahlavi Period." *Cultural and Communication Studies Quarterly*, vol. 16, no. 61, 2020, pp. 151–176. [In Persian]
- Wimmer, Roger & Dominick, Joseph. *Mass Media Research: An Introduction*. Trans. Kavous Seyed-Emami. Tehran: Soroush Publications and IRIB Research Center, 2005. [In Persian]
- Yousefi-Far, Shahram & Jangjou, Shahnaz. "Representation of Women and Femininity in Commercial Ads in Ettelaat Newspaper (1925–1941)." *Journal of Socioeconomic History*, no. 2, 2016, pp. 109–129. [In Persian]
- Zaeri Amirani, Sahar; Asgari Kia, Farshad & Khajir, Yousef. "Representation of Afghan People in Iranian Cinema Based on Stuart Hall's Views." *Performing Arts Rahpooyeh Quarterly*, no. 1, 2021, pp. 55–62. [In Persian]

برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر شده از زن غربی در دوران محمدرضا شاه پهلوی (مطالعه موردی: نشریه بانو)

سجاد جلیلیان*

علی مرشدی زاد**، شهره پیرانی***

چکیده

محمدرضا شاه با هدف نوسازی اجتماعی جامعه همواره درصدد ارائه الگوی پسندیده شده خود از مفهوم «زن» بوده است. نشریه بانو از جمله نشریات مهم در تحقق شکل گیری الگوی مورد پسند محمدرضا شاه پهلوی در برساخت بانوان ایرانی می باشد. سوال اصلی پژوهش در خصوص چگونگی برساخت بانوان ایرانی بر اساس مدل زن غربی در نشریه بانو بین سال های (۱۳۲۳-۲۶ ه.ش) می باشد. برای پاسخ به این پرسش از روش تحلیل محتوای کیفی و با تکیه بر نظریه انعکاس استوارت هال و استراتژی های سه گانه موجود در این نظریه شامل کلیشه سازی، طبیعی سازی و برجسته سازی بهره گرفته شده است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که نشریه بانو از طریق تصویرسازی و قرار دادن بانوان غربی به عنوان الگویی متناسب برای بانوان ایرانی در مواجهه با دنیای مدرن سعی نموده است تا با تمرکز بر زیبایی های زنانه و القای رویکردهای فکری خود در قالب موضوعاتی از قبیل ترویج و آموزش سبک زندگی، طریقه آداب معاشرت و مناسبات اجتماعی، آموزش نحوه پوشش و آرایش، آداب خانه داری، همسر داری و بچه داری به شیوه های نوین و همچنین تاکید بر موارد همچون لزوم مشارکت سیاسی،

* دانش آموخته مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران، sajjad14jalilian@gmail.com

** دانشیار گروه مطالعات سیاسی سیاسی انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،
morshedizad@shahed.ac.ir

*** دانشیار گروه مطالعات سیاسی سیاسی انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران، Sh.pirani@shahed.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۰



اشتغال و تحصیل بانوان، خود را به عنوان مظهر افکار یک زن برجسته ایرانی در مواجهه با دنیای مدرن معرفی نماید.

کلیدواژه‌ها: نشریه بانو، محمدرضا شاه پهلوی، نظریه انعکاس، استوارت هال، کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی، برجسته‌سازی.

۱. مقدمه

در دوران مدرن، انسان زن به دنیا نمی‌آید، بلکه به زن تبدیل می‌شود. چنین برداشتی از مفهوم زن، بدان معناست که هویت و ماهیت او، هرگز امری بدیهی و از پیش تعیین شده نیست، بلکه فرآیندی در مسیر هستی یافتن است. جنسیت مفهومی طبیعی و ثابت نیست، بلکه پدیده‌ای تاریخی، سیال و وابسته به زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی است. کلیشه‌های جنسیتی در هر دوره متأثر از باورهای فرهنگی، ویژگی‌هایی را به زنان نسبت داده و نقش‌ها و انتظارات خاصی برای آنان تعریف می‌کنند. از این‌رو، بازنمایی زنان بازتابی ساده از واقعیت زیستی آنان نیست، بلکه حاصل فرآیندهای پیچیده اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و رسانه‌ای است. نشریات، به‌ویژه، نقشی اساسی در شکل‌دهی و بازتولید تصورات اجتماعی از زن دارند. در حالی که کارکرد اولیه آن‌ها اطلاع‌رسانی بود، به‌مرور نقش‌هایی چون آگاهی‌بخشی و تنویر افکار را نیز بر عهده گرفتند (عزیزی ۱۳۸۹: ۱۵). نشریات همواره نقش مؤثری در شکل‌گیری و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی داشته‌اند، زیرا از طریق انتخاب سوره‌ها و نوع بازنمایی خود می‌توانند به تقویت تصورات قالبی درباره نقش‌های جنسیتی کمک کنند. به عنوان یکی از مظاهر اولیه مدرنیته در ایران، نشریات در قالب نظام‌های معنایی خاص خود در بازتاب و شکل‌دهی نگرش‌های اجتماعی و هویت‌سازی نقش‌آفرین بوده‌اند (سهراب‌زاده و همکاران ۱۳۹۹: ۱۵۲). این نظام‌ها علاوه بر بازتاب دیدگاه‌های جامعه، خود در ساخت و تقویت آن‌ها مؤثرند. از این‌رو، تحلیل بازنمایی زنان در مطبوعات، ابزاری مهم برای شناخت گفتمان‌های جنسیتی در بستر تاریخی خاص به شمار می‌آید. مجله بانو که از آذر ۱۳۲۳ تا ۱۳۲۶ ه.ش به مدیریت نیر سعیدی (میرفخرایی) منتشر می‌شد، یکی از نشریات تخصصی در حوزه زنان بود که در ۲۸ شماره، مطالب مرتبط با زنان را منتشر کرد. سعیدی از چهره‌های فرهنگی و سیاسی شناخته‌شده دوران پهلوی بود. این نشریه بستر مناسبی برای تحلیل بازنمایی هویت و نقش زن در جامعه فراهم می‌کند. در سالیان پایانی این دوران که از لحاظ زمانی نیز با شروع انتشار نشریه بانو دارای قرابت زمانی می‌باشد به واسطه غلبه گفتمان ضرورت نوسازی اجتماعی دولت‌محور، انتشار

نشریات اختصاصی زنان رشد چشمگیری داشت. در این دوره سازمان‌های فرهنگی جایگزین احزاب سیاسی عصر مشروطه فعالیت خود را آغاز کرده بودند. بنابر این یکی از اهداف و کارکردهای اصلی نشریات زنان انعکاس مسائل و خواسته‌های زنان تجدد خواه در راستای اهداف دولت در جهت ایجاد تغییرات اجتماعی بود (آبراهامیان ۱۳۸۲: ۱۷۹). در دوران محمدرضا شاه پهلوی، مسئله «زن و زنانگی» به علت افزایش آشنایی با مظاهر تمدن غربی و همچنین سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و فرهنگی این دوران در قالب نوسازی‌های اجتماعی مد نظر حکومت، به مسائلهای اجتماعی و فرهنگی تبدیل شد. در این میان، نحوه انعکاس زن و زنانگی و ارائه مدل مطلوب از آن در نشریات، در هدایت افکار عمومی و شکل‌گیری برساختی جدید از هویت زن ایرانی بی‌تاثیر نبود (یوسفی فر و جنگجو ۱۳۹۵: ۱۱۰).

در این میان، **نشریه بانو** به علت توجه مستقیم و بدون واسطه به مسائل بانوان، چنانکه از عنوانش نیز مشخص است، از جمله نشریات معروف و شناخته شده در تاریخ مطبوعات زنان در دوران محمدرضا شاه پهلوی می‌باشد. بدون شک شهرت **نشریه بانو** در محافل تا حد زیادی به علت مدیر و نگارنده اصلی آن، نیر سعیدی (میرفخرایی) می‌باشد که به دلیل حضور و فعالیت‌هایش در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی، چهره‌ای شناخته شده به شمار می‌رفت. پرسش اصلی این پژوهش چگونگی انعکاس الگوی غربی از مفهوم «زن» در **نشریه بانو** بین سال‌های (۱۳۲۳-۲۶ ه.ش) می‌باشد. برای پاسخ به این پرسش، تمامی ۲۸ شماره‌ها به چاپ رسیده **نشریه بانو** مورد بررسی قرار خواهد گرفت تا به این پرسش پاسخ داده شود که این نشریه با هدف برساختی نوین از بانوان ایرانی بر اساس الگوی غربی از چه شیوه و راهبردهایی برای سیطره معنایی «زن» مد نظر خود بهره گرفته است و در مسیر تغییر نظام ارزشی و تحقق زن ایده‌آل بر چه مولفه‌هایی تاکید و آن‌ها را برجسته نموده است؟

۲. روش پژوهش

روش این پژوهش از نظر هدف، بنیادی-استنتاجی و از حیث روش‌شناسی، تحلیل محتوای کیفی است. «ولیزر و وینر» تحلیل محتوا را رویه‌ای نظام‌مند برای بررسی داده‌های ضبط‌شده، و «کریپندورف» آن را فن پژوهشی معتبری برای پیوند داده‌ها با مضامین می‌داند. «کرلینگر» نیز آن را روشی برای مطالعه نظام‌مند و کمی ارتباطات جهت اندازه‌گیری متغیرها معرفی می‌کند (راجرد ۱۳۸۴: ۲۱۷). همچنین «برگر» تحلیل محتوا را ابزاری برای سنجش داده‌ها در شکل‌های

مختلف ارتباطی می‌داند (برگر ۱۳۸۳: ۱۵۶). این روش برای پژوهش‌هایی که داده‌هایشان مبتنی بر منابع اسنادی است، بسیار مناسب ارزیابی می‌شود (Allen and Reser 1990:251). در این راستا، سه محور کاربردی شامل خوانایی محتوا، تحلیل اندیشه و خط‌مشی نشریه، و بازنمایی قالب‌ها و الگوهای تکرارشونده برای تحلیل مدنظر قرار دارد که با توجه به ماهیت کیفی داده‌های مورد استفاده در این پژوهش، مبنای تحلیل محتوای نشریه بانو قرار گرفته است. تحلیل محتوای کیفی در این پژوهش با هدف فهم و تفسیر معانی پنهان در متون، از طریق کدگذاری، طبقه‌بندی نظام‌مند و استخراج الگوها انجام می‌شود و فراتر از شمارش کلمات، به سنجش مفاهیم و سازه‌های معنایی می‌پردازد (سادات شفيعی و فراهانی ۱۳۹۶: ۶). برای تحلیل دقیق‌تر، از نظریه بازنمایی «استوارت هال» بهره گرفته می‌شود که با تمرکز بر طبقه‌بندی موضوعات، کشف الگوهای تکرار و تحلیل نسبت میان پیام‌ها و بستر اجتماعی تولید، چارچوبی منسجم برای تحلیل نشریه فراهم می‌سازد. بر همین اساس، تمامی ۲۸ شماره بانو (۱۳۲۳ تا ۱۳۲۶ هـ.ش) به روش تمام‌شماری بررسی و داده‌ها فیش‌برداری شدند. سپس تحلیل ساختارهای توصیفی و مقوله‌سازی مطالب با تأکید بر سه مؤلفه راهبردی هال شامل: «کلشه‌سازی»، «طبیعی‌سازی» و «برجسته‌سازی» صورت پذیرفته است.

۳. پیشینه و ادبیات تحقیق

در خصوص پیشینه با محوریت بانوان در دوران محمدرضا شاه پهلوی پژوهش‌هایی از منظرهای گوناگونی صورت گرفته است که دیدگاه‌های مختلفی در آن‌ها ارائه شده است. در این پژوهش‌ها غالباً بهساحت اجتماعی نشریات توجه نشان داده شده است، زیرا توجه به فرآیندهای اجتماعی و تطور آن می‌تواند بسیاری از ساحت‌های نهفته بر تحولات اجتماعی را آشکار نماید. نکته دیگری که سعی شده است در این پژوهش به آن توجه گردد این است که غالباً مقالات پیشین صرفاً به معرفی توصیفی از نشریه پرداخته و سعی نموده‌اند مختصات نشریه را از منظر زمان، دوره انتشار، محل انتشار و در نهایت طرح مواضع کلی بررسی نمایند. از این رو در این مقاله سعی می‌گردد، خلا پژوهشی موجود در بررسی‌های تحلیلی از نشریات این دوران با تأکید بر بررسی توصیفی و تحلیلی از نشریه بانو برطرف گردیده و بررسی تحلیلی بر اساس چارچوب نظری مدنظر در پژوهش مورد بازشناسی قرار گیرد.

برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۱۳

ردیف	نام محقق (سال)	عنوان	یافته
۱	رضا بیگلرلو (۱۳۹۱)	کشاکش دولت و نیروهای مذهبی در مورد قوانین و جایگاه زنان در دوران محمدرضا شاه پهلوی	مهمترین اصول مندرج در مجله زن روز بر پایه ترغیب به مولفه‌هایی همچون تشویق به کنار گذاشتن فرهنگ خودی و معرفی آن به عنوان عامل واپس ماندگی زن ایرانی، اعمال قوانین سکولار غربی در خصوص قوانین مربوط به زنان و شکستن قیود مذهبی و سنتی شکل گرفته است.
۲	شهرام یوسفی‌فر و شهناز جنکجو (۱۳۹۵)	چگونگی بازنمایی زن و زنانگی در آگهی‌های تجاری روزنامه اطلاعات (۱۳۰۴-۱۳۲۰ه.ش)	روزنامه اطلاعات با تمرکز بر تبلیغ کالاهای مصرفی، لوازم آرایشی، پوشاک و خدماتی چون آرایشگاه و نمایش‌های هنری، تصویرمصرف‌گرا از زن ارائه داده و ذهنیت زنان را به مد، آرایش و سبک زندگی نو جهت داده است.
۳	مسعود کوثری و امیرعلی تفرشی (۱۳۹۶)	هویت زنانه در گفتمان پهلوی دوم «مطالعه موردی مجله زن روز»	گفتمان دومین پادشاهی پهلوی بر «امروزی بودن» تمرکز دارد و این مفهوم را همراه با «اجتماعی بودن» مطرح می‌کند. این گفتمان زیبایی و جذابیت را برجسته کرده و پوشش زنان غربی را ایده‌آل می‌داند.
۴	شیوا مداح‌علی (۱۴۰۱)	بانوان در عصر پهلوی دوم	با روی کار آمدن محمدرضا شاه پهلوی، فعالیت زنان در حوزه‌های فرهنگی و آموزشی به اوج رسید و سیاست پیروی از غرب فعالیت‌های اجتماعی زنان مانند نهادها، مدارس، دانشگاه‌ها، احزاب و نشریات نمود پیدا کرد.
۵	رایحه قره و سوسن باستانی (۱۴۰۱)	بررسی جامعه‌شناختی مفهوم بدنمندی زنان در مطبوعات دوره پهلوی دوم؛ «مطالعه موردی «نشریه بیداری ما»	نشریه «بیداری ما» از طریق نقد دو شکل بدنمندی سنتی و غروسکی، به تصویر ایدئال خود از شکل بدنمندی تعین بخشیده است.

۴. چارچوب نظری

نظریه انعکاس «استوارت هال» به عنوان چارچوب نظری پژوهش بررسی می‌شود. هال معتقد است انعکاس از طریق تولید معنا توسط زبان اتفاق می‌افتد و زبان با فرهنگ پیوند دارد (هال ۲۰۰۳: ۱۵). وی «نظام انعکاس ذهنی» را که به مفاهیمی مرتبط با اشیاء واقعی اشاره دارد، از

«زبان» که در مبادله معانی اهمیت دارد، جدا می‌داند. زبان پدیده‌های جهان را معنادار کرده و درک آنها را ممکن می‌سازد، به طوری که معنای مشترک از طریق زبان مشترک شکل می‌گیرد. افراد جامعه نظام نشانه‌ای مشابهی دارند که به وسیله آن جهان و درک خود را معنا می‌کنند و این نظام نشانه‌ای بازتاب ادراکات اجتماعی است (Hall 1997:2). معنا از طریق رمزگذاری و رمزگشایی نشانه‌ها ساخته می‌شود، اما هیچ‌کدام از طرفین نمی‌توانند همه معنا را به طور کامل در اختیار داشته باشند و در این فرآیند، عوامل قدرت برای تثبیت معنا به نفع خود دخالت می‌کنند (Hall 1997:10). در این راستا هال سه راهبرد اصلی نظریه انعکاس را کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی و برجسته‌سازی را معرفی کرده است.

۱.۴ کلیشه‌سازی

«هال»، «کلیشه‌سازی» را کنشی معناسازانه می‌داند (جعفری‌نژاد و قائدی ۱۳۹۲:۱۲۱) که در شکل‌گیری انعکاس‌های مفهومی نقش مهمی را ایفا می‌کند. از نظر وی، اساساً برای تفهم چگونگی فرآیند انعکاس مفاهیم مدنظر، نیازمند بررسی بنیادین کلیشه‌سازی‌ها هستیم (Hall 1997:257). «کلیشه‌سازی» اقدام به تفکیک ویژگی‌های بهنجار از نابهنجار نموده و سپس ویژگی‌های بهنجار را تایید و هر آنچه را که در قالب بهنجار مورد تعریف قرار نگیرد تحت عنوان نابهنجاری طرد می‌نماید (گیویان و مخزن موسوی ۱۳۹۲:۱۴۱). در این معنا، کلیشه‌ها به تبعیت از تغییر بافت سیاسی و اجتماعی تغییر می‌کنند، زیرا کلیشه‌ها برای انعکاس تیپ‌ها و هنجارها ساخته می‌شوند. یکی از مهمترین مواردی که در بحث «کلیشه‌سازی» باید آن را مدنظر داشت این است که ریشه کلیشه‌ها در اجتماع قرار دارند و به این علت برای بررسی آن باید به جامعه رجوع نمود (هیوارد ۱۳۸۸:۲۷۰).

۲.۴ طبیعی‌سازی

دومین استراتژی «هال»، مربوط به «طبیعی‌سازی» مفاهیم است. «طبیعی‌سازی» در واقع طبیعی نشان دادن مسائل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره است در صورتی که می‌توان گفت هیچ‌کدام از این مسائل طبیعی نبوده و تنها به علت کارکرد ایدئولوژیکی که به آن تعلق دارند به صورت طبیعی به نمایش درمی‌آیند. یکی از نظریات پرنفوذ در رابطه با طبیعی‌سازی دیدگاه رولان بارت است که بر مبنای مفهوم اسطوره و در قالب انسان‌هایی با ویژگی‌ها و نشانه‌های مدنظر مولف تعریف می‌گردد. بارت معتقد است اسطوره‌های معرفی شده، چیزی را پنهان

برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۱۵

نمی‌کنند بلکه معانی را تحریف و مخدوش می‌سازند (زائری امیرانی و همکاران ۱۴۰۰: ۵۸). جان فیسک در خصوص کارکرد ایدئولوژیک «طبیعی سازی» معتقد است که رابطه بین نشانه و اسطوره و معنای ضمنی‌اشاز یک‌سو، و استفاده کننده از سویی دیگر رابطه‌ای ایدئولوژیک است (فیسک ۱۳۸۸: ۲۴۸). در واقع ایدئولوژی با طبیعی سازی برخی از مسائل تلاش می‌کند تا روابط قدرت بازتولید شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که «طبیعی سازی» در معنای ایدئولوژیک آن، برای محقق سازی اهداف مدنظر قدرت حاکم، در انعکاس مفهومی نقش غیرقابل کتمان را ایفا می‌نماید (موسوی سامه و عسگری کیا ۱۴۰۱: ۵۳).

۳.۴ برجسته سازی

«برجسته سازی» در اصطلاح به معنای اولویت گذاری بر برنامه‌ای خاص اطلاق می‌شود. این تعریف به این موضوع اشاره می‌نماید که رسانه‌ها به واسطه برجسته سازی این توانایی را پیدا می‌کنند که آنچه را از نظرشان دارای اهمیت است به مخاطبان خود القا نمایند. آنها به صورت مداوم موضوعاتی را عرضه می‌کنند که بیانگر مواردی است که جامعه باید راجع به آنها اندیشه نموده، بداند و احساس نماید (ایرانی پور نظری ۱۳۸۸: ۸۴). رسانه‌ها از جمله نشریات به واسطه «برجسته سازی» این توانایی را خواهند داشت که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات متوجه ساخته و از مسائل دیگر چشم‌پوشی نمایند. در نتیجه برخی از این مسائل توسط جامعه به بحث گذارده می‌شود و به برخی دیگر پرداخته نخواهد شد (مهدی زاده ۱۳۸۹: ۵۹). بنابر این در «برجسته سازی»، موضوع مهم در شناساندن اولویت‌ها می‌باشد که مشخص می‌سازند چه نکاتی باید در دستور کار قرار گرفته و چه مواردی به حاشیه رانده شوند. این اولویت‌ها به شیوه‌های مختلفی بر مخاطبان خود اثربخشی خواهند داشت و بدون آنکه مخاطب متوجه باشد به مطالب جهت‌دهی می‌دهد.

۵. یافته‌ها

۱.۵ یافته‌های توصیفی

سال‌های ابتدایی دوران محمدرضا شاه پهلوی یکی از پر تلاطم‌ترین دوره‌های مطبوعاتی ایران بود. پس از سقوط رضا شاه و اشغال کشور، فضای سیاسی-اجتماعی دچار تحولات جدی شد و گرچه مجوز انتشار نشریات آسان‌تر شد، توقیف آنها نیز افزایش یافت. مجله «بانو» از سال

۱۳۲۳ ه.ش در تهران منتشر و به طور اختصاصی به مسائل زنان می‌پرداخت. این ماهنامه به مدیریت نیر سعیدی (میرفخرایی)، نویسنده و نماینده مجلس، که سابقه همکاری با نهادهای فرهنگی و اجتماعی را در کارنامه داشت، اداره می‌شد و تا سال ۱۳۲۶ و پس از ۲۸ شماره ادامه یافت. محتوای «بانو» با گفتمان رسمی حکومت در معرفی هویت مطلوب زنانه همسو بود و تلاش می‌کرد تصویری مثبت از زنان فعال اجتماعی و فرهنگی ارائه دهد و آنان را در فرآیندهای اجتماعی و سیاسی مشارکت دهد. این مجله به عنوان ابزاری برای توانمندسازی زنان عمل می‌کرد و آنها را به سمت دستیابی به حقوق و جایگاه اجتماعی هدایت می‌نمود.

یکی از محورهای مهم نشریه، نقد حجاب و تأکید بر عبور زنان ایرانی از پیشینه مذهبی و سنتی بود. به عنوان نمونه در شماره اول، سرمقاله‌ای تحت عنوان «۱۷ دی؛ روز آزادی ما» حجاب را عامل محدودیت حقوق زنان معرفی و روز کشف حجاب توسط رضا شاه را «عید آزادی زنان ایرانی» نامید (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۲). علاوه بر متن، تصاویر جلد مجله عمدتاً از زنان غربی، به ویژه هنرپیشه‌های هالیوودی، بهره می‌برد که تأکیدی بر الگوگیری از زنان غربی در هویت زنانه بود (بانو ۱۳۲۳: شماره ۳، ۱).



برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۱۷





تصویر ۱. برخی از جلد‌های نشریه بانو

همچنین، در ادامه با هدف ترسیم سیمای کلی نشریه به توصیف برخی از یافته‌های به دست آمده بر اساس متغیرهای اصلی پژوهش پرداخته خواهد شد.

۱.۱.۵ قالب‌های شکلی مطالب

مطالب مندرج در نشریه به اشکال مختلفی همچون مقاله، شعر و ادبیات، نامه‌های مردمی، بیوگرافی، اطلاعات عمومی مدنظر قرار داشته شده است.

جدول ۱. قالب‌های شکلی مطالب مندرج در نشریه بانو

درصد	فراوانی	قالب‌های شکلی مطالب
۲۸/۵	۱۴۷	شعر و ادبیات
۲۵/۸	۱۳۳	مقاله
۱۳/۶	۷۰	اطلاعات عمومی
۱۳/۲	۶۸	سرگرمی و فکاهی
۱۲	۶۲	نامه‌های مردمی
۶/۹	۳۶	بیوگرافی
۱۰۰	۵۱۶	جمع ستونی

جدول بالا (جدول شماره ۱) فراوانی نمایانگر داده‌ها بر اساس قالب شکلی مطالب می‌باشد و بیانگر آن است که نشریه بانو از قالب‌های متنوعی برای ارائه مطالب استفاده کرده است. این تنوع می‌تواند نشان‌دهنده تلاش نشریه برای جذب مخاطبان مختلف و پاسخ به نیازهای گوناگون آن‌ها باشد.

نشریه بانو با اختصاص ۲۸.۵٪ از مطالب به شعر و ادبیات به وضوح بر ترویج فرهنگ ادبی میان زنان تأکید دارد. اشعاری مانند «گل یخ» (بانو ۱۳۲۳: ش ۳، ۲)، «بنفشه سخنگو» (بانو ۱۳۲۴: ش ۸، ۴) و «خانه‌سوز» (بانو ۱۳۲۴: ش ۱۲، ۲) با نقد سنت‌های خرافی و پوشش سستی، زنان را به بازاندیشی در وضعیت اجتماعی تشویق می‌کنند. از سوی دیگر، اشعار عاشقانه‌ای مانند «بوسه» (بانو ۱۳۲۴: ش ۱۵، ۱۱) و «بیمار عشق» (بانو ۱۳۲۵: ش ۲۱، ۱۲) با ایجاد همبستگی عاطفی، شبکه‌های حمایتی بین زنان را تقویت می‌کند.

مقالات با ۲۵.۸٪ و اطلاعات عمومی با ۱۳.۶٪ در رده‌های بعدی قرار دارند. این امر نشان‌دهنده تمرکز نشریه بر مسائل علمی و اجتماعی و تلاش برای ارتقاء آگاهی عمومی زنان است. همانطور که قابل مشاهده است تقریباً نیمی از قالب‌های شکلیه این دو صورت تعلق دارد. مقالات تحت عناوینی همچون «سهم زنان در دنیای امروز» (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۲)، «رهنمای دختران جوان» (بانو ۱۳۲۴: شماره ۷، ۲۵) داشتند. همچنین در بخش اطلاعات عمومی اطلاعاتی در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، خانه‌داری، آداب معاشرت و هنری به خوانندگان ارائه می‌شود. در قسمت سرگرمی و فکاهی مسابقه «کدام را می‌پسندید» نیز از ستون‌های تقریباً ثابت مندرج در نشریه می‌باشد که به طرح سوالات اجتماعی از خوانندگان پرداخته و به پاسخ‌های برتر اشتراک نشریه هدیه داده می‌شده است. در قسمت بیوگرافی نیز به درج مطالبی پیرامون بازیگران هالیوودی و بانوان پیشگام در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی و هنری پرداخته می‌شد.

قالب‌های شکلی متنوع به کار گرفته شده در نشریه بانو حاکی از آن است که این نشریه علاوه بر درج مطالب جدی، به مطالبی که برای عموم بانوان نیز جالب باشد نیز توجه نشان داده است تا بدین طریق خود را صرفاً نشریه‌ای تخصصی با موضوع زنان معرفی ننماید. بر این اساس می‌توان نشریه بانو را جز نشریات عامه پسند در حوزه بانوان به شمار آورد. نشریات عامه‌پسند نشریاتی هستند که مملو از رمزگان‌های اجتماعی و سیاسی بوده و شکل منحصر به فردی از واقعیت را به مخاطبان عرضه می‌کنند. این نشریات غالباً، بسته به منبع سیاسی، اجتماعی و مالی خود، واقعیتی را منعکس می‌کنند که ایدئولوژیک و جهت‌دار است.

۲.۱.۵ محتوای غالب مطالب

محتوای مطالب مندرج در نشریه شامل موضوعات بهداشتی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و تبلیغاتی بوده که در قالب اشکال مختلف به آن‌ها پرداخته شده است.

جدول ۲. محتوای غالب مطالب مندرج در نشریه بانو

درصد	فراوانی	محتوای غالب مطالب
۱۹/۵	۸۶	مواجهه با غرب و مدرنیته
۱۲/۳	۵۴	مواجهه با اجتماع
۵/۲	۲۳	مواجهه با نظم سیاسی و قانونی
۳/۸	۱۷	مواجهه با نظم عرفی و مردسالار
۲/۷	۱۲	مواجهه با امر آموزش زنان
۱۷/۳	۷۶	پوشاک و مد
۱۲/۳	۵۴	بهداشتی
۹/۶	۴۲	تبلیغاتی
۸	۳۵	سیاسی
۵/۹	۲۶	ورزشی
۳/۲	۱۴	اقتصادی
۱۰۰٪	۴۳۹	جمع ستونی

جدول بالا (جدول شماره ۲) فراوانی نمایانگر داده‌ها بر اساس محتوای غالب مطالب می‌باشد که در آن‌ها مسائل اجتماعی بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. این مسائل را می‌توان متناظر بر ۴ بخش صورت‌بندی نمود. بخش مواجهه با غرب و مدرنیته‌شان‌دهنده توجه ویژه نشریه به الگوهای فرهنگ غربی و مدرنیته است که بررسی برخی از چالش‌ها و فرصت‌های ناشی از این مواجهه بوده است. در بخش مواجهه با اجتماع به مسائل اجتماعی و چالش‌هایی که زنان در جامعه با آن مواجه هستند، پرداخته می‌شود. این مواجه شامل حقوق زنان و نقش آن‌ها در خانواده و جامعه می‌باشد. در بخش مواجهه با نظم سیاسی و قانونی به بررسی قوانین و سیاست‌هایی که بر زندگی زنان تأثیر می‌گذارد پرداخته می‌شود. در بخش مواجهه با نظم عرفی و مردسالاربه نقد ساختارهای اجتماعی و فرهنگی که به تبعیض علیه زنان منجر می‌شود پرداخته شده و در نهایتا برخی از مطالب متناظر با با امر

آموزش زنان اشاره نموده و بر اهمیت آموزش و تحصیل برای زنان و تأثیر آن بر توانمندسازی ایشان تأکید می‌نماید. از جمله مطالب اجتماعی مندرج در نشریه می‌توان به مقالات «دوشیزه زیبا» (بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۲، ۲۱)، «مژگان» (بانو ۱۳۲۵: شماره ۲۳، ۱۲)، «در روشنائی شمع» (بانو ۱۳۲۴: شماره ۷، ۴) و اشعاری همچون «کاروان شباب» (بانو ۱۳۲۵: شماره ۲۳، ۲)، «مریم سپید» (بانو ۱۳۲۶: شماره ۲۵، ۲)، «دزدیده دیدن‌ها» (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۹، ۳) اشاره نمود.

نشریه بانو به پوشاک و مد نیز توجه ویژه‌ای داشته و تصاویر جدیدترین لباس‌های اروپایی و آمریکایی را در ستون «چند نمونه زیبا» منتشر کرده است. این رویکرد به شکل‌گیری هویت زنان ایرانی مبتنی بر الگوهای مدرن و غربی کمک کرده و تصویری نوین از زن ایرانی ارائه داده است. در بخش بهداشت نیز مطالبی درباره بهداشت فردی، مادر و کودک و بهداشت روانی بانوان منتشر شده که اهمیت سلامت زنان را نشان می‌دهد و می‌تواند به توانمندسازی آنان کمک کند، هرچند تحت تأثیر الگوهای غربی بوده است. موضوعات سیاسی نیز در پیشگفتار و ستون «دنیا در ماه گذشته» با نقد کم‌توجهی دولت به زنان، تأکید بر حضور فعال آنان در اصلاحات اجتماعی و برابری حقوق و مسئولیت‌ها و بررسی وضعیت زنان در جهان مطرح شده است.

نیر سعیدی در این ستون به بررسی چالش‌ها و موانع موجود در مسیر دستیابی بانوان به حقوق خود پرداخته و بر اهمیت آگاهی‌بخشی و آموزش در این زمینه تأکید می‌کرد. او به تجارب موفق زنان در کشورهای مختلف اشاره کرده و نمونه‌هایی از فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی آن‌ها را به عنوان الگوهای برای زنان ایرانی مطرح می‌نمود. این مطالب نه تنها به ترویج آگاهی در مورد حقوق زنان کمک می‌کرد، بلکه به ایجاد یک جنبش اجتماعی قوی‌تر برای دستیابی به برابری و عدالت نیز می‌انجامید. نشریه بانو با این رویکرد، سعی در ایجاد فضایی برای گفت‌وگو و تبادل نظر در مورد مسائل زنان و حقوق آن‌ها در جامعه داشت، اما در نهایت، نیاز به یک تغییر بنیادین و واقعی در سیاست‌ها و نگرش‌ها برای تحقق برابری و عدالت اجتماعی احساس می‌شد.

مطالب اقتصادی نیز با محوریت لزوم استقلال اقتصادی بانوان و با هدف تحقق حقوق ایشان در خانواده و اجتماع نگاشته شده‌اند. مطالب ورزشی غالباً در ارتباط با حوزه زیبایی و تناسب اندام بانوان می‌باشند که در ستونی تحت عنوان «برای زیبایی» به چاپ رسیده‌اند. همچنین تبلیغات نشریه نیز شامل مواردی همچون فروشگاه‌های پوشاک، مواد نوشیدنی و خوراکی، مجلات و کتب می‌باشد.

۲.۵ یافته‌های تحلیلی

۱.۲.۵ کلیشه‌سازی

«استوارت هال»، «کلیشه‌سازی» را کنشی معناسازانه می‌داند و معتقد است اساساً برای درک چگونگی عمل انعکاس مفاهیم نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی هستیم (Hall 1997:257). توجه به زیبایی‌های زنانه یکی از مهمترین کلیشه‌هایی است که در قالب گزاره‌های معنایی مورد تأکید نشریه بانوواقع می‌گردد. چنانچه توجه به این موضوع در قالب زیبایی بدون حجاب با الگوگیری از بانوان غربی به عنوان زیبایی معقول و مطلوب تلقی می‌گردد. چنانچه به نظر می‌رسد این نشریه با طرح موضوعاتی در مذمت چادر و نکوهش آن به دنبال تصویرسازی از یک زن بدون حجاب به عنوان «زن فعال»، «زن مبادی آداب» و «زن فهیم» می‌باشد و زن با پوشش سنتی به عنوان «زن نادان»، «زن منفعل» و «زن غمگین» می‌باشد.

در چنین حالتی به مواردی همچون لزوم داشتن اطلاعات سیاسی برای بانوان، اقدامات اجتماعی و اشتغال ایشان اصالت‌بخشی می‌شود. به طور مثال می‌توان به یادداشت‌های نیر سعیدی در شماره دوم نشریه اشاره نمود که با بیان اتفاقاتی که پیرامون آزار و اذیت یک زن چادری توسط نیروهای متفقین مستقر در خیابان اتفاق افتاده است، این امر را به علت پوشش وی دانسته و آن را عملی غیر موجه و غیر منطقی بیان می‌کند که دور از شان بانوان ایرانی می‌باشد. همچنین تأکید بر ویژگی‌هایی از قبیل رعایت آداب معاشرت، عشق به وطن و امروزی بودن، از جمله تعریف‌های مد نظر این نشریه می‌باشد. به نظر می‌رسد از میان ویژگی‌های ذکر شده، امروزی بودن زنان و مطابقت آن‌ها با دنیای مدرن از جمله هنجارهایی است که بسیار مورد توجه بوده است.

بر این اساس، فرآیند «کلیشه‌سازی» در نشریه بانوشامل فرآیندی می‌گردد که در آن ایده‌های منطبق با باورها و اهداف نشریه در خصوص بانوان معرفی و تفاوت‌های موجود در قالب بهنجارها و نابهنجاری‌های ارزشی از یکدیگر تفکیک و طبقه‌بندی شده و سپس بهنجارهای ارزشی مورد نظر به صورت امری موجه و قابل پذیرش منعکس می‌گردد. بنابر این ویژگی‌های زنانه مذکور بر اساس تفاوت‌های ارزشی موجود در مضامین مندرج در آن به دو صورت بهنجارها (مثبت) و نابهنجاری‌ها (منفی) مورد بررسی قرار می‌گیرند تا مفهومی از زنانگی مدنظر نشریه بانو مورد شناسایی قرار گیرد.

برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۳۳

جدول ۳. معرفی برخی از بهنجارها و نابهنجاری‌های ارزشی و رفتاری
مندرج در نشریه بانو در راستای راهبرد کلیشه‌سازی

محور راهبردی	بهنجار/ نابهنجار	مضامین	برخی از مصادیق
کلیشه‌سازی	بهنجارها	توجه به زیبایی و تناسب اندام	دوشیزه زیبا(بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۴)، در راه بهشت(بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۵)، سلامت روح و سلامت جسم(بانو ۱۳۲۴: شماره ۴، ۱۱)
		استفاده از چادر	عید آزادی ما(بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۱)، نیمه‌دی‌ماه(بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۲)، خیز که ماندی عقب از کاروان(بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۱۳)
		تعدد لباس و وسایل آرایش	سر زیبایی زنان آمریکایی(بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۸)، دو نمونه زیبا از آخرین مد لباس در تابستان (بانو ۱۳۲۶: شماره ۲۸، ۲۴)
		داشتن اطلاعات سیاسی	دنیا در ماه گذشته(بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۲۴)
		اشتغال بانوان	اولین تجارت(بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۴)، کلید سل(بانو ۱۳۲۳: شماره ۳، ۱۵)، شکایت نداشته باشید(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۲، ۱۲)
		رعایت آداب معاشرت	زن و شوهر(بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۱۱)، دشمنان جامعه(بانو ۱۳۲۳: شماره ۳، ۱۶)، بانو در خانه(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۱، ۱۳)
		عشق به وطن	مخفی(بانو ۱۳۲۳: شماره ۳، ۱۴)، زنان چین(بانو ۱۳۲۴: شماره ۷، ۱۸)
		وظایف مادری	مسئولیت مادر(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۰، ۲۸)، اهمیت ویتامین برای کودکان(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۳، ۱۳)، بهداشت مادر در موقع بارداری(بانو ۱۳۲۶: شماره ۲۸، ۹)
		خانه‌داری و همسر داری	چند دستور خانه‌داری(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۰، ۲۹)، وظیفه زن در این جهان است(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۳، ۲۸)، صرف غذا در باغ(بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۹، ۲۷)
		لزوم تحصیلات بانوان	الفبای آسان(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۰، ۳۲)، این همان مردیست که باید با او ازدواج کنید(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۳، ۳)
نابهنجار	نابهنجار	توصیه‌های اخلاقی	حسادت(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۱، ۸)، جنون پرحرفی(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۲، ۱)
		خرافات و دعانویسی	دعای سفید بختی(بانو ۱۳۲۴: شماره ۵، ۱)، دعای سفیدبختی یا بخت‌گشایی(بانو ۱۳۲۴: شماره ۶، ۷)
		شرم در ابراز عشق به معشوقه	نخستین و آخرین نامه یک زن(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۲، ۴)، زن گرفتن من(بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۹، ۱۱)

جدول بالا (جدول شماره ۳) که بهنجارها و نابهنجاری‌های ارزشی مضامین مندرج در نشریه را بر اساس فرآیند «کلیشه‌سازی» نشان می‌دهد، بیانگر این مطلب است که مضامینی همچون لزوم زیبایی و تناسب اندام با ارائه راهکارهایی همچون تعدد لباس و وسایل آرایشی، انجام ورزش و نحوه استفاده از وسایل آرایشی، رعایت آداب معاشرت در جنبه‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی در مناسبات اجتماعی، داشتن اطلاعات سیاسی در خصوص تحولات

جاری در کشور و دیگر کشورهای جهان، لزوم اشتغال و تحصیل بانوان در راستای کسب استقلال اجتماعی و احقاق حقوق اجتماعی و آموزش نکاتی پیرامون اصول خانه‌داری و همسرمداری از مضامین هنجاری نشریه در تعریف‌های مدنظر از بانوان را شامل می‌شود.

همچنین استفاده از پوشش‌های سنتی همچون چادر، صفات ناپسند اخلاقی همچون حسادت و پرحرفی و مواردی از قبیل ژولیدگی در منزل، دعانویسی برای اموری همچون درمان بیماری‌ها، زایمان راحت، پیدا نمودن همسر مناسب و دلخواه و خجالت در برخوردهای اجتماعی با مردان و همچنین شرم در ابراز مخالف به جنس مخالف از مضامینی است که در قالب شعر، طنز و مقالات از آنها به عنوان نابهنجاری‌های رفتاری بانوان یاد می‌شود.

۲.۲.۵ طبیعی‌سازی

فرآیند «طبیعی‌سازی» در نشریه بر اساس شیوه‌های نوشتاری در قالب بیوگرافی‌نویسی و مقالات علمی و با هدف پردازش و توجه به ویژگی‌های شخصیت‌های اجتماعی، هنری، علمی و سیاسی مدنظر نشریه صورت پذیرفته است. بر اساس این فرآیند سعی می‌گردد شخصیت‌های معرفی شده و اقدامات ایشان امری طبیعی، عادی و خودآگاه به نظر برسد.

جدول ۴. الگوهای معرفی شده مندرج در نشریه بانو در راستای راهبرد طبیعی‌سازی

محور راهبردی	شخصیت	برخی از مصادیق
تربیتی	الیزابت فرای	زن در تاریخ (بانو ۱۳۲۴: شماره ۵، ۲۵)
	فلورانس نایتین گیل	سهم زنان در دنیای امروز (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۳)
	بتی گریبل	بتی گریبل (بانو ۱۳۲۳: شماره ۳، ۲۰)
	ریموند دولاروش	زن و هواپیمایی (بانو ۱۳۲۴: شماره ۸، ۱۹)
	الیزابت گارت اندرسو	اول زنی که محبس‌ها را اصلاح کرد (بانو ۱۳۲۴: شماره ۶، ۲۵)
	پولت گودارد	پولت گودارد (بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۱، ۲۰)
	مادام کلت	عشق (بانو ۱۳۲۳: شماره ۳، ۴)
	جون هیور	جون هیور رقیب بتی گریبل (بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۵، ۲۰)
	فروغ شهاب	انستیتو شهاب (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۶، ۶)
	لانانترنر	طفل معصوم هالیوود (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۸، ۲۳)
	ماری آنتوانت	ماری آنتوانت چطور لباس می‌پوشد (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۸، ۲۷)
	فرح نعمانی	یک نامه از آمریکا (بانو ۱۳۲۵: شماره ۲۰، ۱)

برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۲۵

محرور راهبردی	شخصیت	برخی از مصادیق
	سارا ژرف هیل	سارا هیل (بانو ۱۳۲۵: شماره ۴، ۲۱)
	الیزابت اسکات	یک نمونه کل زیبایی (بانو ۱۳۲۵: شماره ۹، ۲۱)
	لرتایونگ	لرتایونگ (بانو ۱۳۲۵: شماره ۸، ۲۲)
	عفت الملوک خواجه نوری	هنرمندان ایرانی نشان می گیرند (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۶، ۲۲)
	کلارا آبکار	هنرمندان ایرانی نشان می گیرند (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۶، ۲۲)
	زویا آندریوا	نخستین زنی که به مقام ریاست جمهوری رسید (بانو ۱۳۲۵: شماره ۲۱، ۲۲)
	جان رانکین	نخستین زنی که به عضویت کنگره آمریکا درآمده است (بانو ۱۳۲۵: شماره ۸، ۲۳)
	اینگرید برگمن	هنرپیشه هنرمند (بانو ۱۳۲۶: شماره ۱۵، ۲۵)
	باحثه بادیه	نخستین بانوی شاعر، نویسنده و سخنران دنیای عرب (بانو ۱۳۲۶: شماره ۹، ۲۶)
	خالده ولید	شاعر و داستان نویس معروف و پیشوای سیاسی زنان ترکیه (بانو ۱۳۲۶: شماره ۹، ۲۷)
	الیزابت بلاک ول	نخستین پزشک زن (بانو ۱۳۲۶: شماره ۵، ۲۷)

در فرآیند «طبیعی سازی»، شناسایی اهداف مطالب از اهمیت خاصی برخوردار است. منظور از بیان اهداف مطالب مندرج در نشریه، تبیین این موضوع است که نویسندگان با تاکید بر چه موضوعاتی و در راستای چه هدفی سعی در تحقق اهداف خود دارد.

جدول ۵. تفکیک محور اهداف مطالب با فرآیند طبیعی سازی مندرج در نشریه بانو

محور فعالیت	فراوانی	درصد
الگو شناسی	۵۰	۲۶/۳
سبک زندگی	۴۸	۲۵/۲
مسائل مرتبط با پوشاک و مدگرایی	۳۹	۲۰/۵
آگاهی و مشارکت سیاسی	۳۱	۱۶/۳
آسیب شناسی مسائل زنان	۲۳	۱۲/۱
جمع ستونی	۱۹۰	۱۰۰

جدول ۶. تفکیک الگوهای معرفی شده در نشریه بانو بر حسب ملیت

محرور فعالیت	ملیت	فراوانی	درصد
الگو شناسی	انگلیس	۸	۱۶
	ایران	۸	۱۶
	آمریکا	۲۲	۴۴
	فرانسه	۶	۱۲
	سایر کشورها	۶	۱۲
	جمع ستونی	۵۰	۱۰۰

همانطور که از (جدول شماره ۴) مشخص است بیشترین فراوانی مطلب از حیث اهداف مدنظر مطالب متعلق به معرفی الگوهای شخصیتی است که اتفاقاً بر اساس بررسی‌های صورت گرفته که نتایج آن در (جدول شماره ۵) قابل مشاهده است، بیشترین حوزه فعالیت این شخصیت‌ها در حوزه‌های اجتماعی بوده که در آن به محورهایی همچون نقش‌آفرینی در اصلاحات اجتماعی و تحقق حقوق سیاسی و اجتماعی، به دست آوردن مناصب سیاسی و موفقیت‌های شغلی ایشان اشاره شده است.

در این میان توجه به سبک زندگی مدرن و الزامات آن نیز از دیگر مولفه‌هایی می‌باشد که فراوانی قابل توجهی را به خود اختصاص داده است. توجه ویژه نشریه به سبک زندگی بانوان از آن جهت دارای اهمیت می‌باشد که در صورتی که سبک زندگی خاصی در فرد مورد پذیرش واقع شود، به تبع آن، خود به خود سایر ارزش‌ها متناسب با تفسیر فرد از دنیای پیرامون خود تعریف شده و هر آنچه با این تفسیر هماهنگی نداشته باشد خارج از دایره ارزش‌ها قرار می‌گیرد. این روند باعث ایجاد برساخت هویتی جدیدی از فرد می‌شود. همچنین مطالبی با محوریت آداب معاشرت، به راه و رسم صحیح تعاملات ارتباطی بانوان در خانواده و جامعه پرداخته و آن را به طریقه آداب معاشرت غربی به خصوص در کشورهایی همانند فرانسه آموزش می‌دهد.

همچنین بیشتر مضامین فعالیت‌های هنری به معرفی ابعاد شخصیتی و رفتاری و همچنین طرز پوشش، موقعیت اجتماعی و موفقیت‌های کسب شده توسط بازیگران زن هالیوودی مربوط می‌شود. بنابر این جای تعجب نیست که بیشترین تعداد الگوهای رفتاری مندرج در

نشریه (بر حسب جدول شماره ۶) که بر حسب ملیت، تفکیک شده نیز به بازیگران زن آمریکایی تعلق داشته باشد.

۳.۲.۵ برجسته‌سازی

فرآیند «برجسته‌سازی» بر اساس اولویت‌گذاری‌های شش مرحله می‌باشد که عبارتند از: (۱) مطبوعات بعضی رویدادها یا فعالیت‌ها را پراهمیت جلوه می‌دهند و آنها را برجسته می‌کنند. (۲) موضوعات متفاوت برای جلب توجه به نوع و میزان پوشش خبری متفاوتی نیاز دارند. (۳) رویدادها و فعالیت‌های مورد توجه باید «قالب‌دار» باشند یا حوزه‌ای از معانی را به آنها داد به گونه‌ای که برای مردم قابل فهم باشند. (۴) زبان مورد استفاده رسانه‌ها می‌تواند بر درک اهمیت موضوع اثر بگذارند. (۵) رسانه‌ها، فعالیت‌ها یا رویدادهایی را که مورد توجه قرار گرفته‌اند به نمادهای ثانویه وصل می‌کنند تا موقعیت آن‌ها در منظر سیاسی به خوبی قابل تشخیص باشد. افراد برای جهت‌گیری در مورد یک موضوع، نیازمند پایه و مبانی هستند. (۶) هنگامی که اشخاص معروف و معتبر راجع به موضوع خاصی صحبت می‌کنند، فرآیند برجسته‌سازی شتاب پیدا می‌کند (صفایی و هادوی ۱۳۹۱: ۸۳). بنابر این با بررسی مضامین مندرج در نشریه می‌توان برخی از اولویت‌های موضوعی نشریه را شناسایی و مورد تحلیل قرار داد.

جدول ۷. موضوعات محوری مندرج در نشریه بانو در راستای راهبرد برجسته‌سازی

محرور راهبردی	مضامین	برخی از مصادیق
توسعه‌دهی	لزوم حضور فعال بانوان آزاد در اصلاحات اجتماعی	خیز که ماندی عقب از کاروان (بانو ۱۳۲۳: شماره ۲، ۱۳)، زن به خانه بپردازد یا به امور جامعه (بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۵، ۲)، آنچه زنان باید بدانند (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۹، ۱)، خانم‌ها اگر به مجلس رفتید چه خواهید کرد (بانو ۱۳۲۵: شماره ۲۲، ۱۵)
	مرتبط بودن حجاب بانوان به ملاحظات اقتصادی و اجتماعی	سهم زنان در دنیای امروز (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۳)، بنفشه سخنگو (بانو ۱۳۲۴: شماره ۸، ۴)، زلف یار (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۶، ۲)
	برابری حقوق و مسئولیت‌های اجتماعی بانوان	اولین قدم (بانو ۱۳۲۴: شماره ۷، ۱)، اگر زن حق داشت (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۸، ۲۹)، زنان فرانسه در دستگاه قضایی (بانو ۱۳۲۶: شماره ۲۸، ۶)
	حقوق سیاسی و اجتماعی بانوان در جهان	تاریخ آزادی زنان دنیا (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۱۲)، خانم‌ها در ادوار مختلف تاریخ (بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۱، ۸)، وقتی از زن خطایی سر می‌زند یک زن شاعر (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۸، ۱)
	زیبایی‌های زنانه (صنعت زیبایی)	زیبایی (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۲۰)، سر زیبایی زنان آمریکایی (بانو ۱۳۲۴: شماره ۲، ۸)، برای زیبایی (بانو ۱۳۲۴: شماره ۷، ۱۰)
	ارائه اطلاعات سیاسی و	دنیا در ماه گذشته (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۲۴)، تاریخچه کشف حجاب در ایران (بانو ۱۳۲۳: شماره ۱، ۲۴)

محتور راهبردی	مضامین	برخی از مصادیق
	اجتماعی	شماره ۲، ۱۱، تاریخ روابط سیاسی ایران با دنیا (بانو ۱۳۳۵: شماره ۱۹، ۳۲)
	تاریخچه بانوان در ایران باستان	زن در شاهنشاهی ساسانیان (بانو ۱۳۲۴: شماره ۴، ۳): ناشویی در اعصار مختلف (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۹، ۱۴)
	انتقاد از وضعیت سیاسی، اجتماعی و بی‌توجهی به امور بانوان	کنگره بین‌المللی زنان در فرانسه (بانو ۱۳۲۴: شماره ۱۳، ۱۸)، یک زن شاعر (بانو ۱۳۲۵: شماره ۱۷، ۶)، سازمان شاهنشاهی خدمات اجتماعی (بانو ۱۳۲۶: شماره ۲۶، ۱)

جدول بالا (جدول شماره ۷) که مضامین مندرج در نشریه را بر اساس فرآیند «کلیشه‌سازی» نشان می‌دهد بیانگر این مطلب است که این نشریه به مسائل اجتماعی، سیاسی بانوان و صنعت زیبایی تاکید داشته و با نگارش مطالب مختلفی در قالب مقاله، شعر و نوشته‌های ادبی این موضوعات را برجسته نموده است. بر این اساس مضامینی با محوریت لزوم حضور فعال بانوان آزاد در اصلاحات اجتماعی، ارتباط رعایت حجاب با برخی ملاحظات اقتصادی و اجتماعی بانوان، برابری حقوق و مسئولیت‌های اجتماعی بانوان، تاریخچه بانوان در ایران باستان، حقوق سیاسی و اجتماعی بانوان در جهان، زیبایی‌های زنانه در قالب صنعت زیبایی و ارائه اطلاعات سیاسی و اجتماعی بسیاری از مطالب را به خود اختصاص داده است.

۶. نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که نشریه بانو در فاصله سال‌های ۱۳۲۳ تا ۱۳۲۶ هجری شمسی، نه صرفاً بازتاب‌دهنده وضعیت زنان، بلکه عاملی فعال در تولید معنا و بازنمایی مفاهیم مرتبط با زن ایرانی بوده است. این نشریه با بهره‌گیری از سه راهبرد کلیدی مدنظر در نظریه انعکاس استوارت هال یعنی کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی و برجسته‌سازی درصدد برآمده است تا هویتی نوین و هماهنگ با پروژه نوسازی حکومت پهلوی برای بانوان ایرانی ترسیم کند. عملکرد نشریه در تصویرسازی از زن ایرانی، نه در سطح بازنمایی واقعیت، بلکه در سطح شکل‌دهی به نگرش عمومی درباره زن مدرن ایرانی قابل تحلیل است.

در سطح نخست، راهبرد کلیشه‌سازی (جدول ۳) به‌وضوح بیانگر تمایزگذاری نظام‌مند میان خصایص ارزش‌گذاری شده و خصایص طردشده در ساختار معنایی نشریه است. مضامینی نظیر زیبایی زنانه، تناسب اندام، دانش سیاسی، مشارکت اجتماعی، عشق به وطن، و مهارت‌های خانه‌داری و مادری در قالب بهنجارها برجسته شده‌اند؛ درحالی‌که خرافه‌باوری، پوشش سستی

(به‌ویژه چادر) و شرم در ابراز عاطفی، در حوزه ناپهنجارها طبقه‌بندی شده‌اند. این تقابل‌های معنایی، نه تنها تابع گفتمان رسمیدر آن دوران در نقد سنت، بلکه در امتداد ساخت نوعی «زن عقلانی و مدرن» به‌مثابه سوژه‌ای فرهنگی برای مصرف عمومی است. این دوگانه‌سازی ارزشی به‌طور ضمنی در راستای طبیعی جلوه‌دادن یک نظم معنایی جدید عمل می‌کند که در آن، بدن زن، کردار زن و حتی زیباشناسی زنانه، همگی در نسبت با عقلانیت غربی بازتعریف می‌شوند. در سطح دوم، راهبرد طبیعی‌سازی (جداول ۴، ۵ و ۶) با بهره‌گیری از تکنیک بیوگرافی‌نویسی، الگوهای شخصیتی متعددی را بازنمایی کرده که اکثراً دارای ملیت آمریکایی و اروپایی‌اند. مطابق جدول ۶، نزدیک به ۴۴٪ از این الگوها آمریکایی هستند، در حالی که تنها ۱۶٪ ایرانی‌اند؛ این نسبت نامتقارن در انتخاب الگوها حاکی از هژمونی معیارهای فرهنگی غربی در شکل‌دهی به فهم زن مطلوب است. از منظر کارکرد معنایی، این الگوها نقش مشروعیت‌بخش به مضامین هنجاری را ایفا می‌کنند. به‌عنوان نمونه، زنی که پزشک است، در امور سیاسی مشارکت دارد یا به‌عنوان هنرپیشه در عرصه عمومی ظاهر می‌شود، به‌نحوی طبیعی و بدیهی با مدل زنی زیبا، تحصیل‌کرده، مستقل و درعین‌حال وفادار به نقش‌های خانوادگی هم‌راستا معرفی شده است. این بازنمایی‌ها به مخاطب القا می‌کند که میان مدرن بودن، غربی بودن، و پیشرو بودن نوعی رابطه ذاتی برقرار است. رابطه‌ای که کارکرد ایدئولوژیک آن، تثبیت الگوی زن ایده‌آل در ناخودآگاه فرد است. در سطح سوم، راهبرد برجسته‌سازی (جدول ۷) با سامان‌دهی اولویت‌های گفتمانی نشریه، نظامی از ارزش‌های برتر را در ذهن مخاطب تثبیت می‌کند. برجسته‌سازی‌های مکرر مضامینی چون لزوم مشارکت فعال زنان در اصلاحات اجتماعی، پیوند حجاب با عقب‌ماندگی اجتماعی و اقتصادی، زیبایی و مد به‌مثابه سرمایه نمادین زنانه، و تاریخ زنان در جهان، سازوکار معنایی نشریه را از سطح بازنمایی صرف به سطح تولید هژمونیک معنا سوق می‌دهد. به‌ویژه برجسته‌سازی صنعت زیبایی و مد به شکل بصری و متنی، همراه با استفاده از استعاره‌های شاعرانه در مضامین ادبی نشریه، فرآیند «بدن‌مندسازی گفتمان زن مدرن» را تقویت می‌کند. جریانی که در آن بدن زن به رسانه‌ای برای بازنمایی ایدئولوژی‌نوسازی تبدیل می‌شود. از منظر فراتحلیلی، هم‌پوشانی بین مضامین جداول (به‌ویژه ۳ و ۷) نشان‌دهنده نوعی انسجام درونی میان راهبردهای سه‌گانه‌ی مدنظر هال در بستر نشریه بانو است. به‌طوری‌که هر راهبرد، مکمل کارکرد معنا‌سازانه دیگری شده است. برای مثال، ویژگی‌هایی که در راهبرد کلیشه‌سازی به‌عنوان بهنجار معرفی شده‌اند، در راهبرد طبیعی‌سازی از طریق الگوهای خارجی مشروعیت یافته و در راهبرد برجسته‌سازی در اولویت‌های معنایی تثبیت شده‌اند. این

سه‌لایه‌ی گفتمانی، در کنار یکدیگر، نوعی نظام معنایی پیوسته را می‌سازند که در آن، هویت زن ایرانی به‌عنوان بازتابی از هویت زن غربی در قالبی تعدیل و تقطیع شده بازتولید می‌شود. در نهایت، نشریه بانو را می‌توان نه صرفاً ابزاری رسانه‌ای، بلکه عاملی فعال در گفتمان‌سازی دولتی تلقی کرد که به سامان‌دهی ذهنیت زنان، اولویت‌گذاری در ارزش‌ها، و خلق معناهای نوین از زنانگی در چهارچوب تجدد غرب‌گرا پرداخته است. عدم توجه به زمینه‌های فرهنگی جامعه ایرانی و تلاش برای پیوند زن غربی با زن ایرانی، در نهایت موجب شد تا این تصویرسازی‌ها نتواند در سطوح عمیق اجتماعی ریشه‌دار شود و بیشتر به یک پروژه ناتمام فرهنگی با پیامدهای دوگانه تبدیل گردد.

کتاب‌نامه

- آبراهامیان، پروانه (۱۳۸۲)، ایران بین دو انقلاب، ترجمه احمد گل محمدی و محمد ابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی.
- ایرانی‌پور نظری (۱۳۸۸)، «برجسته‌سازی»، نشریه کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، ۸۲-۹۱.
- بانو (۱۳۲۳)، ش ۱، ش ۲، ش ۳
- بانو (۱۳۲۴)، ش ۴، ش ۵، ش ۶، ش ۷، ش ۸، ش ۱۰، ش ۱۱، ش ۱۲، ش ۱۳، ش ۱۵
- بانو (۱۳۲۵)، ش ۱۶، ش ۱۸، ش ۱۹، ش ۲۰، ش ۲۱، ش ۲۲، ش ۲۳
- بانو (۱۳۲۶)، ش ۲۵، ش ۲۶، ش ۲۷، ش ۲۸
- بیگللو، رضا (۱۳۹۱)، «کشاکش دولت و نیروهای مذهبی در مورد قوانین و جایگاه زنان در دوره پهلوی دوم. مطالعه موردی مجله زن روز در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ ه.ش»، نشریه پژوهش‌های تاریخی ایران و اسلام. دوره ۶. شماره ۱۱، ۱۷-۳۴.
- جعفری‌نژاد، مسعود و قائدی، محمدرضا (۱۳۹۲)، «عملیات روانی هالیوود در گسترش موج اسلام‌هراسی»، نشریه مطالعات عملیات روانی، شماره ۳۷، ۱۱۳-۱۳۴.
- راجرد، ویمر و دومینیک، جوزف (۱۳۸۴)، تحقیق در رسانه‌های جمعی، ترجمه کاووس سید امامی، تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات مطالعاتی و سنجشی برنامه‌ای صدا و سیما.
- زائری امیرانی، سحر و عسگری‌کیا، فرشاد و خجیر، یوسف (۱۴۰۰)، «چگونگی بازنمایی مردم افغانستان در سینمای ایران بر اساس آرای استوارت هال»، فصلنامه رهپویه هنرهای نمایشی، دوره ۱، شماره ۱، ۵۵-۶۲.
- سادات شفیع، سمیه و فراهانی، مژگان (۱۳۹۶)، «تحلیل محتوای نشریه پیک سعادت نسوان. بایسته‌هایی برای زنان در آستانه دوره پهلوی»، نشریه مطالعات تاریخ فرهنگی، سال ۸، شماره ۳۲، ۱-۲۷.

برساخت بانوان ایرانی بر اساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۳۱

سهرابزاده، مهران و نیازی، محسن و نیکخواه قمصری، نرگس و اکبری، اندیشه (۱۳۹۹)، «برساخت هویت زنانه در متون روشنفکری ایران از عصر مشروطه تا پایان پهلوی اول»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۱۶، شماره ۶۱، ۱۵۱-۱۷۶.

صفایی، داوود و هادوی، محمدحسین (۱۳۹۱)، «تحلیل محتوای اجتماعی روزنامه‌های ایران و آفتاب یزد»، نشریه فرهنگ و ارتباطات، دوره ۲، شماره ۶، ۷۹-۱۰۰.

عزیزی، فاطمه (۱۳۸۹)، «بازنمایی زن در نشریات زن‌نگار در فاصله سال‌های ۱۲۸۹ تا ۱۳۲۰ ه.ش»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی: دانشکده علوم اجتماعی.

فیسک، جان (۱۳۸۸)، درآمدی بر مطالعات ارتباطی، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

قره، رایحه و باستانی، سوسن (۱۴۰۱)، «بررسی جامعه‌شناختی مفهوم بدنمندی زنان در مطبوعات دوره پهلوی دوم. مطالعه موردی نشریه بیداری ما»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۵، شماره ۴، ۶۶-۸۱.

کوثری، مسعود و تفرشی، امیرعلی (۱۳۹۶)، «هویت زنانه در گفتمان پهلوی دوم. مطالعه موردی مجله زن روز و سخنرانی‌های محمدرضا شاه پهلوی درباره زنان»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۰، شماره ۱، ۱۴۵-۱۷۵.

گیویان، عبدالله و مخزن موسوی، هاجر (۱۳۹۲)، «بازنمایی شخصیت مذهبی در سریال مرگ تدریجی یک رویا»، نشریه مطالعات سبک زندگی، سال ۲، شماره ۵، ۱۳۵-۱۶۸.

مداح‌علی، شیوا (۱۴۰۱)، بانوان در عصر پهلوی دوم، ارومیه: انتشارات خسروانی مجد. موسوی سامه، محدثه و عسگری کیا، فرشاد (۱۴۰۱)، «مطالعه نحوه بازنمایی اقلیت‌های دینی در سینمای ایران بعد از انقلاب اسلامی بر اساس آرای استوارت هال»، فصلنامه رهپویه هنرهای نمایشی، دوره ۱، شماره ۴، ۴۹-۵۸.

مهدی‌زاده، محمدمهدی (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری.

هال، استوارت (۲۰۰۳)، معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، ترجمه احمد گل محمدی، تهران: نشر نی.

هیوارد، سوزان (۱۳۸۸)، مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی، زنجان: انتشارات هزاره سوم.

یوسفی‌فر، شهرام و جنگجو، شهناز (۱۳۹۵)، «چگونگی بازنمایی زن و زنانگی در آگهی‌های تجاری روزنامه اطلاعات (۱۳۲۰-۱۳۰۴ ه.ش)»، پژوهش‌نامه تاریخ اجتماعی و اقتصادی، سال ۵، شماره ۲، ۱۰۹-۱۲۹.

- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications in Association with the Open University.
- Hall, Stuart. *Meaning, Culture, and Social Life*. Trans. Ahmad Golmohammadi. Tehran: Ney Publishing, 2003. [In Persian]
- Irani-Pour Nazari, Elaheh. "Framing." *Social Sciences Monthly Book Review*, no. 23, 2009, pp. 82–91. [In Persian]
- Jafarinejad, Masoud & Ghaedi, Mohammadreza. "Hollywood's Psychological Operations in Promoting Islamophobia." *Psychological Operations Studies*, no. 37, 2013, pp. 113–134. [In Persian]
- Khedrizadeh, Ali Akbar. "Women's Issues in the First Decade of Reza Shah's Era Based on Two Women's Journals." *Archive Treasury Journal*, no. 29, 2019, pp. 86–108. [In Persian]
- Kowsari, Masoud & Tafreshi, Amir Ali. "Female Identity in Second Pahlavi Discourse: A Case Study of Zan-e Rooz Magazine and Mohammad Reza Shah's Speeches on Women." *Iranian Cultural Studies Quarterly*, vol. 10, no. 1, 2017, pp. 145–175. [In Persian]
- Maddah-Ali, Shiva. *Women in the Second Pahlavi Era*. Orumieh: Khosravani Majd Publishing, 2022. [In Persian]
- Mahdizadeh, Mohammad Mahdi. *Media Theories: Mainstream and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications, 2010. [In Persian]
- Mousavi Sameh, Mohaddeseh & Asgari Kia, Farshad. "Representation of Religious Minorities in Post-Revolutionary Iranian Cinema Based on Stuart Hall's Views." *Performing Arts Rahpooyeh Quarterly*, vol. 1, no. 4, 2022, pp. 49–58. [In Persian]
- Sadat Shafiei, Somayeh & Farahani, Mojgan. "Content Analysis of Payk-e Sa'adat-e Niswaan Magazine: Essentials for Women at the Beginning of the Pahlavi Era." *Journal of Cultural History Studies*, vol. 8, no. 32, 2017, pp. 1–27. [In Persian]
- Safaei, Davood & Hadavi, Mohammad Hossein. "Social Content Analysis of Iran and Aftab-e Yazd Newspapers." *Culture and Communication Journal*, no. 6, 2012, pp. 79–100. [In Persian]
- Sohrabzadeh, Mehran; Niazi, Mohsen; Nikkhah Ghamsari, Narges & Akbari, Andisheh. "Construction of Female Identity in Iranian Intellectual Texts from the Constitutional Era to the End of the First Pahlavi Period." *Cultural and Communication Studies Quarterly*, vol. 16, no. 61, 2020, pp. 151–176. [In Persian]
- Wimmer, Roger & Dominick, Joseph. *Mass Media Research: An Introduction*. Trans. Kavous Seyed-Emami. Tehran: Soroush Publications and IRIB Research Center, 2005. [In Persian]
- Yousefi-Far, Shahram & Jangjou, Shahnaz. "Representation of Women and Femininity in Commercial Ads in Ettelaat Newspaper (1925–1941)." *Journal of Socioeconomic History*, no. 2, 2016, pp. 109–129. [In Persian]
- Zaeri Amirani, Sahar; Asgari Kia, Farshad & Khajir, Yousef. "Representation of Afghan People in Iranian Cinema Based on Stuart Hall's Views." *Performing Arts Rahpooyeh Quarterly*, no. 1, 2021, pp. 55–62. [In Persian]