

**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. and D. Reser (1990), "Content Analysis and Information Science Researches", *Library and Information Science Research*, vol. 12, no. 3.
- Banu Magazine* (1323), no. 1-3; (1324), no. 4-8, 10-15; (1325), no.16, 18, 19, 20-23; (1326), no. 25-28.
- Hall, Stuart (1997), *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage Publications in Association with the Open University.
- Hall, Stuart (2003), *Meaning, Culture, and Social Life*, Ahmad Golmohammadi (trans.), Tehran: Ney Publishing, [In Persian].
- Irani-Pour Nazari, Elaheh (2009), "Framing", *Social Sciences Monthly Book Review*, no. 23, 82-91, [in Persian].
- Jafarinejad, Masoud and Mohammadreza Ghaedi (2013), "Hollywood's Psychological Operations in Promoting Islamophobia", *Psychological Operations Studies*, no. 37, 113-134, [in Persian].
- Khedrizadeh, Ali Akbar (2019), "Women's Issues in the First Decade of Reza Shah's Era Based on Two Women's Journals", *Archive Treasury Journal*, no. 29, 86-108, [in Persian].
- Kowsari, Masoud and Amir Ali Tafreshi (2017), "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, 145-175, [in Persian].
- Maddah-Ali, Shiva (2022), *Women in the Second Pahlavi Era*, Orumieh: Khosravani Majd Publishing, [in Persian].
- Mahdizadeh, Mohammad Mahdi (2010), *Media Theories: Mainstream and Critical Perspectives*, Tehran: Hamshahri Publications, [in Persian].
- Mousavi Sameh, Mohaddeseh and Farshad Asgari Kia (2022), "Representation of Religious Minorities in Post-Revolutionary Iranian Cinema Based on Stuart Hall's Views", *Performing Arts Rahpooyeh Quarterly*, vol. 1, no. 4, 49-58, [in Persian].

101 Abstract

- Sadat Shafiei, Somayeh and Mojgan Farahani (2017), "Content Analysis of Payk-e Sa'adat-e Niswaan Magazine: Essentials for Women at the Beginning of the Pahlavi Era", i, vol. 8, no. 32, 1-27, [in Persian].
- Safaei, Davood and Mohammad Hossein Hadavi (2012), "Social Content Analysis of Iran and Aftab-e Yazd Newspapers", *Culture and Communication Journal*, no. 6, 79-100, [in Persian].
- Sohrabzadeh, Mehran et al. (2020), "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, 151-176, [in Persian].
- Wimmer, Roger and Joseph Dominick (2005), *Mass Media Research: An Introduction*, Kavous Seyed-Emami (trans.), Tehran: Soroush Publications and IRIB Research Center, [in Persian].
- Yousefi-Far, Shahram and Shahnaz Jangjou (2016), "Representation of Women and Femininity in Commercial Ads in Ettelaat Newspaper (1925–1941)", *Journal of Socioeconomic History*, no. 2, 109-129, [in Persian].
- Zaeri Amirani, Sahar, Farshad Asgari Kia, and Yousef Khajir (2021), "Representation of Afghan People in Iranian Cinema Based on Stuart Hall's Views", *Performing Arts Rahpooyeh Quarterly*, no. 1, 55-62, [in Persian].

برساخت بانوان ایرانی براساس الگوی تصویرشده 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 نشریات مهم در تحقق شکل گیری الگوی موردپسند محمدرضا شاه پهلوی در برساخت بانوان ایرانی است. سؤال اصلی پژوهش درخصوص چگونگی برساخت بانوان ایرانی براساس مدل زن غربی در نشریه بانو بین سال های (۱۳۲۳-۱۳۲۶ ش) است. 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 قرارداد بانوان غربی به عنوان الگویی مناسب برای بانوان ایرانی در مواجهه با دنیای مدرن سعی کرده 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 تأکید بر مواردی هم چون لزوم مشارکت

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

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

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

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



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

کلیدواژه‌ها: نشریه بانو، محمدرضا شاه پهلوی، نظریه انعکاس، استوارت هال، کلیشه سازی، طبیعی سازی، برجسته سازی.

۱. مقدمه

در دوران مدرن، انسان زن به دنیا نمی آید، بلکه به زن تبدیل می شود. چنین برداشتی از مفهوم زن بدان معناست که هویت و ماهیت او هرگز امری بدیهی و ازپیش تعیین شده نیست، بلکه فرایندی در مسیر هستی یافتن است. جنسیت مفهومی طبیعی و ثابت نیست، بلکه پدیده ای تاریخی، سیال، و وابسته به زمینه های فرهنگی و اجتماعی است. کلیشه های جنسیتی در هر دوره، متأثر از باورهای فرهنگی، ویژگی هایی را به زنان نسبت داده اند و نقش ها و انتظارات خاصی را برای آنان تعریف می کنند. از این رو، بازنمایی زنان بازتابی ساده از واقعیت زیستی آنان نیست، بلکه حاصل فرایندهای پیچیده اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، و رسانه ای است. نشریات، به ویژه در شکل دهی و بازتولید تصورات اجتماعی از زن، نقشی اساسی ایفا می کنند، درحالی که کارکرد اولیه آن ها اطلاع رسانی بود، به مرور نقش هایی چون آگاهی بخشی و تنویر افکار را نیز برعهده گرفتند (عزیزی ۱۳۸۹: ۱۵). نشریات همواره نقش مؤثری در شکل گیری و بازتولید کلیشه های جنسیتی داشته اند؛ زیرا از طریق انتخاب سوژه ها و نوع بازنمایی خود می توانند به تقویت تصورات قالبی درباره نقش های جنسیتی کمک کنند. به عنوان یکی از مظاهر اولیه مدرنیته در ایران نشریات در قالب نظام های معنایی خاص خود در بازتاب و شکل دهی نگرش های اجتماعی و هویت سازی نقش آفرین بوده اند (سهراب زاده و دیگران ۱۳۹۹: ۱۵۲). این نظام ها، علاوه بر بازتاب دیدگاه های جامعه، خود در ساخت و تقویت آن ها مؤثرند. از این رو، تحلیل بازنمایی زنان در مطبوعات ابزاری مهم برای شناخت گفتمان های جنسیتی در بستر تاریخی خاص به شمار می آید. نشریه بانو، که از آذر ۱۳۲۳ تا ۱۳۲۶ ش به مدیریت نیر سعیدی (میرفخرایی) منتشر می شد، یکی از نشریات تخصصی در حوزه زنان بود که در ۲۸ شماره، مطالب مرتبط با زنان را منتشر کرد. سعیدی از چهره های فرهنگی و سیاسی شناخته شده دوران پهلوی بود. این نشریه بستر مناسبی را برای تحلیل بازنمایی هویت و نقش زن در جامعه فراهم می کند. در سالیان پایانی این دوران، که از لحاظ زمانی نیز با شروع انتشار نشریه بانو دارای قرابت زمانی است، 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. بنابراین، یکی از اهداف و کارکردهای اصلی نشریات زنان انعکاس مسائل و خواسته‌های زنان تجددخواه در جهت اهداف دولت به‌منظور ایجاد تغییرات اجتماعی بود (آبراهامیان ۱۳۸۲: ۱۷۹). در دوران محمدرضاشاه پهلوی، مسئله «زن و زنانگی»، به‌علت افزایش آشنایی با مظاهر تمدن غربی و هم‌چنین سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و فرهنگی این دوران در قالب نوسازی‌های اجتماعی مدنظر حکومت، به مسئله‌ای 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 بی‌تأثیر نبود (یوسفی‌فر و جنگجو ۱۳۹۵: ۱۱۰).

در این میان، نشریه بانو، به‌علت توجه مستقیم و بدون واسطه به مسائل بانوان، چنان‌که از عنوانش نیز مشخص است، از نشریات معروف و شناخته‌شده در تاریخ مطبوعات زنان در دوران محمدرضاشاه پهلوی است. بدون شک شهرت نشریه بانو در محافل تاحد زیادی به‌علت مدیر و نگارنده اصلی آن، نیر سعیدی (میرفخرایی) است که به‌دلیل حضور و فعالیت‌هایش در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی، چهره‌ای شناخته‌شده به‌شمار می‌رفت. پرسش اصلی این پژوهش چگونگی انعکاس الگوی غربی از مفهوم «زن» در نشریه بانو بین سال‌های (۱۳۲۳-۱۳۲۶ ش) است. برای پاسخ به این پرسش، تمامی ۲۸ شماره‌ها به‌چاپ‌رسیده نشریه بانو موردبررسی قرار خواهد گرفت تا به این پرسش پاسخ داده شود که این نشریه با هدف برساختی نوین از بانوان ایرانی براساس الگوی غربی از چه شیوه و راه‌بردهایی برای سیطره معنایی «زن» مدنظر خود بهره گرفته است و در مسیر تغییر نظام ارزشی و تحقق زن ایدئال بر چه مؤلفه‌هایی تأکید و آن‌ها را برجسته کرده 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 جهت، سه محور کاربردی شامل خوانایی محتوا، تحلیل اندیشه و خط‌مشی نشریه، و بازنمایی قالب‌ها و الگوهای تکرارشونده برای تحلیل مدنظر قرار دارد که باتوجه به ماهیت کیفی داده‌های مورداستفاده 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 (سادات‌شفیعی 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 چهارچوبی منسجم را برای تحلیل نشریه فراهم می‌سازد. بر همین اساس، تمامی ۲۸ شماره بانو (۱۳۲۳-۱۳۲۶ ش) به‌روش تمام‌شماری بررسی و داده‌ها فیش‌برداری شدند. سپس، تحلیل ساختارهای توصیفی و مقوله‌سازی مطالب با تأکید بر سه مؤلفه راه‌بردی هال شامل «کلیشه‌سازی»، «طبیعی‌سازی»، و «برجسته‌سازی» صورت پذیرفته است.

۳. پیشینه و ادبیات تحقیق

درخصوص 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 به ساحت اجتماعی نشریات توجه نشان داده شده است؛ زیرا توجه به فرایندهای اجتماعی و تطور آن‌ها می‌تواند بسیاری از ساحت‌های نهفته بر تحولات اجتماعی را آشکار کند. 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 کرده‌اند مختصات نشریه را از منظر زمان، دوره انتشار، محل انتشار، و درنهایت طرح مواضع کلی بررسی کنند. ازاین‌رو، در این مقاله سعی می‌گردد خلأ پژوهشی موجود در بررسی‌های تحلیلی از نشریات این دوران با تأکید بر بررسی توصیفی و تحلیلی از نشریه بانو برطرف گردد و بررسی تحلیلی براساس چهارچوب نظری مدنظر در پژوهش موردبازشناسی قرار گیرد.

برساخت بانوان ایرانی براساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۰۷

ردیف	نام محقق (سال)	عنوان	یافته
۱	بیگدلو (۱۳۹۱)	«کشاکش دولت و نیروهای مذهبی درمورد قوانین و جایگاه زنان در دوران محمدرضاشاه پهلوی»	مهم‌ترین اصول مندرج در مجله زن روز برپایه ترغیب به مؤلفه‌هایی هم‌چون تشویق به کنار گذاشتن فرهنگ خودی و معرفی آن به‌عنوان عامل واپس‌ماندگی زن ایرانی، اعمال قوانین سکولار غربی درخصوص قوانین مربوط به زنان، و شکستن قیود مذهبی و سستی شکل گرفته است.
۲	یوسفی‌فر و جنگجو (۱۳۹۵)	«چگونگی بازنمایی زن و زنانگی در آگهی‌های تجاری روزنامه اطلاعات» (۱۳۰۴-۱۳۲۰ ش)	روزنامه اطلاعات با تمرکز بر تبلیغ کالاهای مصرفی، لوازم آرایشی، پوشاک، و خدماتی چون آرایشگاه و نمایش‌های هنری تصویری مصرف‌گرا را از زن ارائه داده و ذهنیت زنان را به مد، آرایش، و سبک زندگی نو جهت داده است.
۳	کوثری و تفرشی (۱۳۹۶)	«هویت زنانه در گفت‌وگو پهلوی دوم (مطالعه موردی مجله زن روز)»	گفت‌وگو دومین پادشاهی پهلوی بر «امروزی‌بودن» تمرکز دارد و این مفهوم را همراه با «اجتماعی‌بودن» مطرح می‌کند. این گفت‌وگو زیبایی و جذابیت را برجسته کرده است و پوشش زنان غربی را ایدئال می‌داند.
۴	مداح‌علی (۱۴۰۱)	بانوان در عصر پهلوی دوم	با روی‌کارآمدن محمدرضاشاه پهلوی، فعالیت زنان در حوزه‌های فرهنگی و آموزشی به اوج رسید و سیاست پیروی از غرب فعالیت‌های اجتماعی زنان مانند نهادهای مدارس، دانشگاه‌ها، احزاب، و نشریات نمود پیدا کرد.
۵	قره و 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 سستی و غروسکی، به تصویر ایدئال خود از شکل بدن‌مندی تعین بخشیده است.

۴. چهارچوب نظری

نظریه انعکاس «استوارت هال» به‌عنوان چهارچوب نظری پژوهش بررسی می‌شود. هال معتقد است انعکاس از طریق تولید معنا توسط زبان اتفاق می‌افتد و زبان با فرهنگ پیوند دارد (هال ۱۳۹۶: ۱۵). وی «نظام انعکاس ذهنی» را، که به مفاهیمی مرتبط با اشیای واقعی اشاره دارد، از «زبان» جدا می‌داند که در مبادله معانی اهمیت دارد. زبان پدیده‌های جهان را معنادار می‌کند و درک آن‌ها را ممکن می‌سازد، به‌طوری‌که 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 به‌طور کامل در اختیار داشته باشند و در این فرایند، عوامل قدرت برای تثبیت معنا به‌نفع خود دخالت می‌کنند (ibid.: 10). در این جهت هال سه راه‌برد اصلی نظریه انعکاس را کلیشه‌سازی، طبیعی‌سازی، و برجسته‌سازی 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 فرایند انعکاس مفاهیم مدنظر نیازمند بررسی بنیادین کلیشه‌سازی‌ها هستیم (Hall 1997: 257). «کلیشه‌سازی» به تفکیک ویژگی‌های به‌هنگار از نابه‌هنگار اقدام می‌کند و سپس ویژگی‌های به‌هنگار را تأیید و هرآنچه در قالب به‌هنگار موردتعریف قرار نگیرد تحت عنوان نابه‌هنگاری طرد می‌کند (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 هنگارها 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 آن‌ها باید به جامعه رجوع کرد (هیوارد ۱۳۸۸: ۲۷۰).

۲.۴ طبیعی‌سازی

دومین استراتژی «هال» به «طبیعی‌سازی» مفاهیم مربوط است. «طبیعی‌سازی» درواقع طبیعی نشان‌دادن مسائل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، و غیره است، در صورتی که می‌توان گفت هیچ‌کدام از این مسائل طبیعی نیستند و تنها به‌علت کارکرد ایدئولوژیکی که به آن تعلق دارند به‌صورت طبیعی به‌نمایش درمی‌آیند. یکی از نظریات پرنفوذ در زمینه طبیعی‌سازی دیدگاه رولان بارت است که بر مبنای مفهوم اسطوره و در قالب انسان‌هایی با ویژگی‌ها و نشانه‌های مدنظر مؤلف تعریف می‌گردد. بارت معتقد است اسطوره‌های معرفی‌شده چیزی را پنهان نمی‌کنند، بلکه معانی را تحریف و مخدوش می‌سازند (زائری امیرانی و دیگران ۱۴۰۰: ۵۸). جان فیسک درخصوص کارکرد ایدئولوژیک «طبیعی‌سازی» معتقد است که رابطه بین نشانه و

برساخت بانوان ایرانی براساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۰۹

اسطوره و معنای ضمنی‌اش از یک سو و استفاده‌کننده از سوی دیگر رابطه‌ای ایدئولوژیک است (فیسک ۱۳۸۸: ۲۴۸). درواقع، ایدئولوژی با طبیعی‌سازی برخی از مسائل تلاش می‌کند تا روابط قدرت بازتولید شود. پس، می‌توان نتیجه گرفت که «طبیعی‌سازی» در معنای ایدئولوژیک آن، برای محقق‌سازی اهداف مدنظر قدرت حاکم، در انعکاس مفهومی نقش غیرقابل‌کتمان را ایفا می‌کند (موسوی سامه و عسگری کیا ۱۴۰۱: ۵۳).

۳.۴ برجسته‌سازی

«برجسته‌سازی» در اصطلاح به معنای اولویت‌گذاری بر برنامه‌ای خاص اطلاق می‌شود. این تعریف به این موضوع اشاره می‌کند که رسانه‌ها به واسطه برجسته‌سازی این توانایی را پیدا می‌کنند که آنچه را از نظرشان دارای اهمیت است به مخاطبان خود القا کنند. آن‌ها به صورت مداوم موضوعاتی را عرضه می‌کنند که بیان‌گر مواردی است که جامعه باید راجع به آن‌ها اندیشه کند، درباره آن‌ها بدانند، و آن‌ها را احساس کند (ایرانی‌پور نظری ۱۳۸۸: ۸۴). رسانه‌ها از جمله نشریات به واسطه «برجسته‌سازی» این توانایی را خواهند داشت که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات متوجه سازند و از مسائل دیگر چشم‌پوشی کنند. در نتیجه، برخی از این مسائل توسط جامعه به بحث گذارده می‌شود و به برخی دیگر پرداخته نخواهد شد (مهدی‌زاده ۱۳۸۹: ۵۹). بنابراین، در «برجسته‌سازی»، موضوع مهم در شناساندن اولویت‌هاست که مشخص می‌سازند چه نکاتی باید در دستورکار قرار گیرند 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 جهت می‌دهند.

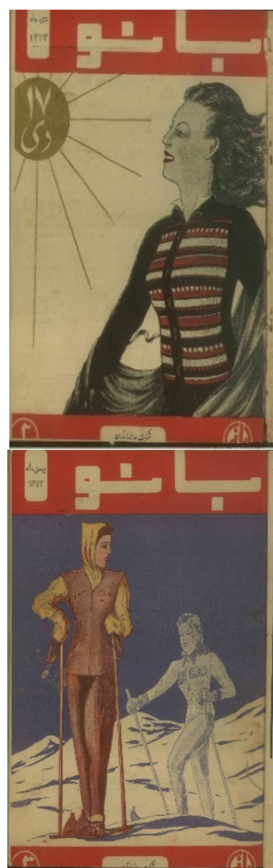
۵. یافته‌ها

۱.۵ یافته‌های توصیفی

سال‌های ابتدایی دوران محمدرضا شاه پهلوی یکی از پرتلاطم‌ترین دوره‌های مطبوعاتی ایران بود. پس از سقوط رضاشاه و اشغال کشور، فضای سیاسی-اجتماعی دچار تحولات جدی شد و گرچه مجوز انتشار نشریات آسان‌تر شد، توقیف آن‌ها نیز افزایش یافت. نشریه بانواز سال ۱۳۲۳ ش در تهران منتشر شد و به‌طور 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 تصویر مثبت از زنان فعال اجتماعی و فرهنگی را ارائه دهد و آنان را در فرایندهای اجتماعی و سیاسی مشارکت دهد. این مجله به‌عنوان ابزاری برای توان‌مندسازی زنان عمل می‌کرد و آن‌ها را به‌سمت دست‌یابی به حقوق و جایگاه اجتماعی هدایت می‌کرد.

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



برساخت بانوان ایرانی براساس الگوی تصویر ... (سجاد جلیلیان و دیگران) ۱۱۱



تصویر ۱. برخی از جلد‌های نشریه بانو

هم‌چنین، در ادامه، با هدف ترسیم سیمای کلی نشریه به توصیف برخی از یافته‌های به‌دست‌آمده براساس 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، و اطلاعات عمومی مدنظر قرار داشته شده است.

جدول ۱. قالب‌های شکلی مطالب مندرج در نشریه بانو

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

در جدول ۱ فراوانی نشان‌دهنده داده‌ها براساس قالب شکلی مطالب است 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 درصد از مطالب به شعر و ادبیات به‌وضوح بر ترویج فرهنگ ادبی میان زنان تأکید دارد. اشعاری مانند «گل یخ» (همان: ش ۳، ۲)، «بنفشه سخن‌گو» (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۸، ۴)، و «خانه‌سوز» (همان: ش ۱۲، ۲) با نقد سنت‌های خرافی و پوشش سنتی زنان را به بازاندیشی در وضعیت اجتماعی تشویق می‌کنند. ازسوی دیگر، اشعار عاشقانه‌ای مانند «بوسه» (همان: ش ۱۵، ۱۱) و «بیمار عشق» (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۲۱، ۱۲) با ایجاد هم‌بستگی عاطفی شبکه‌های حمایتی بین زنان را تقویت می‌کند.

مقالات با ۲۵/۸ درصد و اطلاعات عمومی با ۱۳/۶ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. این امر نشان‌دهنده تمرکز نشریه بر مسائل علمی و اجتماعی و تلاش برای ارتقای آگاهی عمومی زنان است. همان‌طور که قابل‌مشاهده است تقریباً نیمی از قالب‌های شکلی به این دو صورت تعلق دارد: مقالات عناوینی هم‌چون «سهم زنان در دنیای امروزه» (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۱، ۲) و «ره‌نمای دختران جوان» (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش 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

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

ستون‌های تقریباً ثابت مندرج در نشریه است که به طرح سؤالات اجتماعی از خوانندگان پرداخته و به پاسخ‌های برتر اشتراک نشریه هدیه داده می‌شده است. در قسمت بیوگرافی نیز به درج مطالبی دربارهٔ بازیگران هالیوودی و بانوان پیش‌گام در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، و هنری پرداخته می‌شد.

قالب‌های شکلی متنوع به‌کارگرفته‌شده در نشریهٔ بانو حاکی از آن است که این نشریه، علاوه‌بر 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 نکند. بر این اساس، می‌توان نشریهٔ بانو را جزء نشریات عامه‌پسند در حوزهٔ بانوان به‌شمار آورد. نشریات عامه‌پسند نشریاتی هستند که مملو از رمزگان‌های اجتماعی و سیاسی هستند و شکل منحصربه‌فردی از واقعیت را به مخاطبان عرضه می‌کنند. این نشریات غالباً بسته به منبع سیاسی، اجتماعی، و مالی خودشان واقعیتی را منعکس می‌کنند که ایدئولوژیک و جهت‌دارند.

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 نشریهٔ 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

در جدول ۲ فراوانی نشان‌دهنده داده‌ها براساس محتوای غالب مطالب است که در آن‌ها مسائل اجتماعی بیش‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. این مسائل را می‌توان متناظر بر چهار بخش صورت‌بندی کرد. بخش مواجهه با غرب و مدرنیته نشان‌دهنده 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 مواجهه شامل حقوق زنان و نقش آن‌ها در خانواده و جامعه است. 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 مردسالار به نقد ساختارهای اجتماعی و فرهنگی‌ای پرداخته شده است که به تبعیض علیه زنان منجر می‌شود و در نهایت برخی از مطالب متناظر با امر آموزش زنان اشاره کرده و بر اهمیت آموزش و تحصیل برای زنان و تأثیر آن بر توان‌مندسازی ایشان تأکید می‌کند. ازجمله مطالب اجتماعی مندرج در نشریه می‌توان به مقالات «دوشیزه زیبا» (همان: ش ۱۲، ۲۱)، «مژگان» (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۲۳، ۱۲)، «در روشنائی شمع» (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۷، ۴)، و اشعاری هم‌چون «کاروان شباب» (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۲۳، ۲)، «مریم سپید» (نشریه بانو ۱۳۲۶: ش ۲۵، ۲)، و «دزدیده دیدن‌ها» (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۹، ۳) اشاره کرد.

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 را از زن ایرانی ارائه داده است. در بخش بهداشت نیز مطالبی درباره بهداشت فردی، مادر و کودک، و بهداشت روانی بانوان منتشر شده است که اهمیت سلامت زنان را نشان می‌دهد و می‌تواند به توان‌مندسازی آنان کمک کند، هرچند تحت‌تأثیر 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 است و بر اهمیت آگاهی‌بخشی و آموزش در این زمینه تأکید می‌کند. او به تجارب موفق زنان در کشورهای مختلف اشاره کرده است و نمونه‌هایی از فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی آن‌ها را به عنوان الگوهایی برای زنان ایرانی مطرح می‌کند. این مطالب نه تنها به ترویج آگاهی درمورد حقوق زنان کمک می‌کند، 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 حوزه زیبایی و تناسب اندام بانوانند که در ستونی تحت عنوان «برای زیبایی» به چاپ رسیده‌اند. هم‌چنین، تبلیغات نشریه نیز شامل مواردی هم‌چون تبلیغ فروشگاه‌های پوشاک، مواد نوشیدنی و خوراکی، مجلات، و کتب است.

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 زنان یکی از مهم‌ترین کلیشه‌هایی است که در قالب گزاره‌های معنایی مورد تأکید نشریه بانو واقع می‌گردد، چنان‌که توجه به این موضوع در قالب زیبایی بدون حجاب با الگوگیری از بانوان غربی به عنوان زیبایی معقول و مطلوب تلقی می‌گردد و 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» است و زن با پوشش سستی به عنوان «زن نادان»، «زن منفعل»، و «زن غمگین» است.

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

بر این اساس، فرایند «کلیشه‌سازی» در نشریه بانو شامل فرایندی می‌گردد که در آن ایده‌های منطبق با باورها و اهداف نشریه درخصوص بانوان معرفی و تفاوت‌های موجود در قالب

به‌هنجارها و نابه‌هنجاری‌های ارزشی از یک‌دیگر تفکیک و طبقه‌بندی شده و سپس به‌هنجارهای ارزشی موردنظر به‌صورت امری موجه و قابل‌پذیرش منعکس می‌گردد. بنابراین، ویژگی‌های زنانه مذکور براساس تفاوت‌های ارزشی موجود در مضامین مندرج در آن به دو صورت به‌هنجارها (مثبت) و نابه‌هنجاری‌ها (منفی) موردبررسی قرار می‌گیرند تا مفهومی از زنانگی مدنظر نشریه بانو موردشناسایی قرار گیرد.

جدول ۳. معرفی برخی از به‌هنجارها و نابه‌هنجاری‌های ارزشی و رفتاری
مندرج در نشریه بانو در جهت راهبرد کلیشه‌سازی

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

جدول ۳، که به‌هنگارها و نابه‌هنگاری‌های ارزشی مضامین مندرج در نشریه را براساس فرایند «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 درخصوص تحولات جاری در کشور و دیگر کشورهای جهان، لزوم اشتغال و تحصیل بانوان در جهت کسب استقلال اجتماعی و احقاق حقوق اجتماعی، و آموزش نکاتی پیرامون اصول خانه‌داری و همسر داری از مضامین هنجاری نشریه در تعریف‌های مدنظر از بانوان را شامل می‌شود.

هم‌چنین، استفاده از پوشش‌های سستی هم‌چون چادر، صفات ناپسند اخلاقی هم‌چون حسادت، پرحرفی، و مواردی از قبیل ژولیدگی در منزل، دعانویسی برای اموری هم‌چون درمان بیماری‌ها، زایمان راحت، پیدا کردن همسر مناسب و دل‌خواه، 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 به‌عنوان نابه‌هنگاری‌های رفتاری بانوان یاد می‌شود.

۲.۲.۵. طبیعی‌سازی

فرایند «طبیعی‌سازی» در نشریه براساس 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. براساس این فرایند سعی می‌گردد شخصیت‌های معرفی شده و اقدامات ایشان امری طبیعی، عادی، و خودآگاه به‌نظر برسد.

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

محو راه‌بردی	شخصیت	برخی از مصادیق
طبیعی‌سازی	الیزابت فرای	زن در تاریخ (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۵، ۲۵)
	فلورانس نایتین گیل	سهم زنان در دنیای امروز (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۱، ۳)
	بتی گریبل	بتی گریبل (همان: ش ۳، ۲۰)
	ریموند دولاروش	زن و هواپیمایی (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۸، ۱۹)
	الیزابت گارت اندرسو	اول زنی که محبس‌ها را اصلاح کرد (همان: ش ۶، ۲۵)
	پولت گودارد	پولت گودارد (همان: ش ۱۱، ۲۰)
	مادام کلت	عشق (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۳، ۴)

محرور راهبردی	شخصیت	برخی از مصادیق
	جون هیور	جون هیور رقیب بتی گریبل (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۱۵، ۲۰)
	فروغ شهاب	انستیتو شهاب (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۶، ۶)
	لاناتر نر	طفل معصوم هالیوود (همان: ش ۱۸، ۲۳)
	ماری آنتوانت	ماری آنتوانت چه طور لباس می پوشد (همان: ۲۷)
	فرح نعمانی	یک نامه از آمریکا (همان: ش ۲۰، ۱)
	سارا ژرف هیل	سارا هیل (همان: ش ۲۱، ۴)
	الیزابت اسکات	یک نمونه کل زیبایی (همان: ۹)
	لرتایونگ	لرتایونگ (همان: ش ۲۲، ۸)
	عفت الملوک خواجه نوری	هنرمندان ایرانی نشان می گیرند (همان: ۱۶)
	کلارا آبکار	هنرمندان ایرانی نشان می گیرند (همان)
	زویا آندریوا	نخستین زنی که به مقام ریاست جمهوری رسید (همان: ۲۱)
	جان رانکین	نخستین زنی که به عضویت کنگره آمریکا درآمد است (همان: ش ۲۳، ۸)
	اینگرید برگمن	هنرپیشه هنرمند (نشریه بانو ۱۳۲۶: ش ۲۵، ۱۵)
	باحثه بادیه	نخستین بانوی شاعر، نویسنده و سخنران دنیای عرب (همان: ش ۲۶، ۹)
	خالده ولید	شاعر و داستان نویس معروف و پیشوای سیاسی زنان ترکیه (همان: ش ۲۷، ۹)
	الیزابت بلاک ول	نخستین پزشک زن (همان: ۵)

در فرایند «طبیعی سازی» شناسایی اهداف مطالب از اهمیت خاصی برخوردار است. منظور از بیان اهداف مطالب مندرج در نشریه تبیین این موضوع است که نویسنده با تأکید بر چه موضوعاتی و درجهت چه هدفی سعی در تحقق اهداف خود دارد.

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

محرور 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 برحسب ملیت

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

همان‌طور که از جدول ۴ مشخص است، بیش‌ترین فراوانی مطلب از حیث اهداف مدنظر مطالب متعلق به معرفی الگوهای شخصیتی است که اتفاقاً براساس بررسی‌هایی صورت گرفته که نتایج آن در جدول 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، به‌دست‌آوردن مناصب سیاسی، و موفقیت‌های شغلی ایشان اشاره شده است.

در این میان توجه به سبک زندگی مدرن و الزامات آن نیز از دیگر مؤلفه‌هایی است که فراوانی قابل‌توجهی را به خود اختصاص داده است. توجه ویژه نشریه به سبک زندگی بانوان از آن جهت دارای اهمیت است که در صورتی که سبک زندگی خاصی در فرد موردپذیرش واقع شود، به تبع آن، خودبه‌خود سایر ارزش‌ها متناسب با تفسیر فرد از دنیای پیرامون خود تعریف می‌شود و هرآنچه 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 است و آن را به طریقه آداب معاشرت غربی به‌خصوص در کشورهایی همانند فرانسه آموزش می‌دهد.

هم‌چنین، بیش‌تر مضامین فعالیت‌های هنری به معرفی ابعاد شخصیتی و رفتاری و طرز پوشش، موقعیت اجتماعی، و موفقیت‌های کسب‌شده توسط بازیگران زن هالیوودی مربوط می‌شود. بنابراین، جای تعجب نیست که بیش‌ترین تعداد الگوهای رفتاری مندرج در نشریه (برحسب جدول ۶)، که برحسب ملیت تفکیک شده است، نیز به بازیگران زن آمریکایی تعلق داشته باشد.

۳.۲.۵ برجسته‌سازی

فرایند «برجسته‌سازی» براساس اولویت‌گذاری دارای شش مرحله است که عبارت‌اند از:

۱. مطبوعات بعضی روی‌دادها یا فعالیت‌ها را پراهمیت جلوه می‌دهند و آن‌ها را برجسته می‌کنند،
۲. موضوعات متفاوت برای جلب‌توجه به نوع و میزان پوشش خبری متفاوت نیاز دارند،
۳. روی‌دادها و فعالیت‌های موردتوجه باید «قالب‌دار» باشند یا حوزه‌ای از معانی را به آن‌ها داد به‌گونه‌ای که برای مردم قابل‌فهم باشند،
۴. زبان مورداستفاده رسانه‌ها می‌تواند بر درک اهمیت موضوع اثر بگذارد،
۵. رسانه‌ها، فعالیت‌ها یا روی‌دادهایی را که موردتوجه قرار گرفته‌اند به نمادهای ثانویه وصل می‌کنند تا موقعیت آن‌ها در منظر سیاسی به‌خوبی قابل‌تشخیص باشد.
۶. هنگامی که اشخاص معروف و معتبر راجع به موضوع خاصی صحبت می‌کنند، فرایند برجسته‌سازی شتاب پیدا می‌کند (صفایی و هادوی ۱۳۹۱: ۸۳).

بنابراین، با بررسی مضامین مندرج در نشریه می‌توان برخی از اولویت‌های موضوعی نشریه را شناسایی کرد و آن‌ها را موردتحلیل قرار داد.

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

موضوعات محوری مندرج در نشریه بانو در جهت راهبرد برجسته‌سازی	مضامین	برخی از مصادیق
برجسته‌سازی	لزوم حضور فعال بانوان آزاد در اصلاحات اجتماعی	خیز که ماندی عقب از کاروان (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۲، ۱۳)، زن به خانه بپردازد یا به امور جامعه (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۱۵، ۲)، آنچه زنان باید بدانند (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۹، ۱)، خانم‌ها اگر به مجلس رفتید چه خواهید کرد (همان: ش ۲۲، ۱۵)
	مرتبط‌بودن حجاب بانوان به ملاحظات اقتصادی و اجتماعی	سهم زنان در دنیای امروز (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۱، ۳)، نقشه سخن‌گو (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۸، ۴)، زلف یار (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۶، ۲)
	برابری حقوق و مسئولیت‌های اجتماعی بانوان	اولین قدم (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۷، ۱)، اگر زن حق داشت (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۸، ۲۹)، زنان فرانسه در دستگاه قضایی (نشریه بانو ۱۳۲۶: ش ۲۸، ۶)
	حقوق سیاسی و اجتماعی بانوان در جهان	تاریخ آزادی زنان دنیا (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۱، ۱۲)، خانم‌ها در ادوار مختلف تاریخ (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۱۱، ۸)، وقتی از زن خطایی سرمی‌زند، یک زن شاعر (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۸، ۱)
	زیبایی‌های زنانه (صنعت زیبایی)	زیبایی (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۱، ۲۰)، سیر زیبایی زنان آمریکایی (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۲، ۸)، برای زیبایی (همان: ش ۷، ۱۰)
	ارائه اطلاعات سیاسی و اجتماعی	دنیا در ماه گذشته (نشریه بانو ۱۳۲۳: ش ۱، ۲۴)، تاریخچه کشف حجاب در ایران (همان: ش ۲، ۱۱)، تاریخ روابط سیاسی ایران با دنیا (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۹، ۳۲)
	تاریخچه بانوان در ایران باستان	زن در شاهنشاهی ساسانیان (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۴، ۳)، زناشویی در اعصار مختلف (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۹، ۱۴)
	انتقاد از وضعیت سیاسی - اجتماعی در بی‌توجهی به امور بانوان	کنگره بین‌المللی زنان در فرانسه (نشریه بانو ۱۳۲۴: ش ۱۳، ۱۸)، یک زن شاعر (نشریه بانو ۱۳۲۵: ش ۱۷، ۶)، سازمان شاهنشاهی خدمات اجتماعی (نشریه بانو ۱۳۲۶: ش ۲۶، ۱)

جدول ۷، که مضامین مندرج در نشریه را براساس فرایند «کلیشه‌سازی» نشان می‌دهد، بیان‌گر این مطلب است که این نشریه به مسائل اجتماعی و سیاسی بانوان و صنعت زیبایی تأکید داشته و با نگارش مطالب مختلفی در قالب مقاله، شعر، و نوشته‌های ادبی این موضوعات را برجسته کرده 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 ش نه‌صرفاً 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 ارزش‌گذاری‌شده 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 به‌هنگارها برجسته شده‌اند، درحالی‌که خرافه‌باوری، پوشش سنتی (به‌ویژه چادر) و شرم در ابراز عاطفی، در حوزه نابه‌هنگارها طبقه‌بندی شده‌اند. این تقابل‌های معنایی، نه‌تنها تابع گفتمان رسمی 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 جهت 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 (جدول ۴، ۵، ۶)، با بهره‌گیری از تکنیک بیوگرافی‌نویسی، الگوهای شخصیتی متعددی را بازنمایی کرده است که اکثراً دارای

ملیت آمریکایی و اروپایی‌اند. مطابق جدول ۶، نزدیک به ۴۴ درصد از این الگوها آمریکایی هستند، درحالی‌که تنها ۱۶ درصد 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 هم‌سو معرفی شده است. این بازنمایی‌ها به مخاطب القا می‌کند که میان مدرن‌بودن، غربی‌بودن، و پیش‌روبودن نوعی رابطه ذاتی برقرار است. رابطه‌ای که کارکرد ایدئولوژیک آن تثبیت الگوی زن ایدئال 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 می‌دهند. به‌ویژه برجسته‌سازی صنعت زیبایی و مد به‌شکل بصری و متنی، هم‌راه با استفاده از استعاره‌های شاعرانه در مضامین ادبی نشریه، فرایند «بدن‌مندسازی گفتمان زن مدرن» را تقویت می‌کند؛ جریانی که در آن بدن زن به رسانه‌ای برای بازنمایی ایدئولوژی نوسازی تبدیل می‌شود. از منظر فراتحلیلی، هم‌پوشانی بین مضامین جداول (به‌ویژه ۳، ۷) نشان‌دهنده نوعی انسجام درونی میان راهبردهای سه‌گانه مدنظر هال در بستر نشریه بانو است. به‌طوری‌که هر راه‌برد مکمل کارکرد معناسازانه دیگری شده است. برای مثال، ویژگی‌هایی که در راه‌برد کلیشه‌سازی به‌عنوان به‌هنگار معرفی شده‌اند، در راه‌برد طبیعی‌سازی از طریق الگوهای خارجی مشروعیت یافته و در راه‌برد برجسته‌سازی در اولویت‌های معنایی تثبیت شده‌اند. این سه لایه 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. درنهایت، 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 درنهایت موجب شد تا این تصویرسازی‌ها نتواند در سطوح عمیق اجتماعی ریشه‌دار شود و بیش‌تر به یک پروژه ناتمام فرهنگی با پی‌آمدهای دوگانه تبدیل گردد.

کتابنامه

- آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۲)، *ایران بین دو انقلاب*، ترجمه احمد گل محمدی و محمد ابراهیم فتاحی، تهران: نی.
- ایرانی پور نظری، الهه (۱۳۸۸)، «برجسته سازی»، کتاب *ماه علوم اجتماعی*، ش ۲۳، ۸۲-۹۱.
- نشریه بانو (۱۳۳۳)، ش ۱-۳؛ (۱۳۲۴)، ش ۴-۸؛ (۱۳۲۵)، ش ۱۶، ۱۸، ۱۹، ش ۲۰-۲۳، (۱۳۲۶)، ش ۲۵-۲۸.
- بیگدلو، رضا (۱۳۹۱)، «کشاکش دولت و نیروهای مذهبی درمورد قوانین و جایگاه زنان در دوره پهلوی دوم؛ مطالعه موردی مجله زن روز در دهه های ۴۰ و ۵۰ ش»، پژوهش های تاریخی ایران و اسلام، دوره ۶، ش ۱۱، ۱۷-۳۴.
- جعفری نژاد، مسعود و محمدرضا قانلی (۱۳۹۲)، «عملیات روانی هالیوود در گسترش موج اسلام هراسی»، *مطالعات عملیات روانی*، پیاپی ۳۷، ۱۱۳-۱۳۴.
- راجرد، ویمر و جوزف دومینیک (۱۳۸۴)، *تحقیق در رسانه های جمعی*، ترجمه کاووس سیدامامی، تهران: سروش و مرکز تحقیقات مطالعاتی و سنجشی برنامه ای صداوسیما.
- زائری امیرانی، سحر، فرشاد عسگری کیا، و یوسف خجیر (۱۴۰۰)، «چگونگی بازنمایی مردم افغانستان در سینمای ایران براساس آرای استوارت هال»، فصل نامه رهپویه هنرهای نمایشی، دوره ۱، ش ۱، ۵۵-۶۲.
- سادات شفیعی، سمیه و مژگان فراهانی (۱۳۹۶)، «تحلیل محتوای نشریه پیک سعادت نسوان؛ بایسته هایی برای زنان در آستانه دوره پهلوی»، *مطالعات تاریخ فرهنگی*، س ۸، پیاپی ۳۲، ۱-۲۷.
- سهراب زاده، مهران و دیگران (۱۳۹۹)، «برساخت هویت زنانه در متون روشن فکری ایران از عصر مشروطه تا پایان پهلوی اول»، فصل نامه *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، س ۱۶، پیاپی ۶۱، ۱۵۱-۱۷۶.
- صفایی، داود و محمدحسین هادوی (۱۳۹۱)، «تحلیل محتوای اجتماعی روزنامه های ایران و آفتاب یزد»، *فرهنگ و ارتباطات*، دوره ۲، ش ۶، ۷۹-۱۰۰.
- عزیزی، فاطمه (۱۳۸۹)، *بازنمایی زن در نشریات زن نگار در فاصله سال های ۱۲۸۹ تا ۱۳۲۰ ش*، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- فیسک، جان (۱۳۸۸)، *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- قره، رایحه و سوسن باستانی (۱۴۰۱)، «بررسی جامعه شناختی مفهوم بدن مندی زنان در مطبوعات دوره پهلوی دوم؛ مطالعه موردی نشریه بیداری ما»، فصل نامه *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۱۵، ش ۴، ۶۶-۸۱.
- کوثری، مسعود و امیرعلی تفرشی (۱۳۹۶)، «هویت زنانه در گفتمان پهلوی دوم؛ مطالعه موردی مجله زن روز و سخن رانی های محمدرضا شاه پهلوی درباره زنان»، فصل نامه *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۱۰، ش ۱، ۱۴۵-۱۷۵.
- گیویان، عبدالله و هاجر مخزن موسوی (۱۳۹۲)، «بازنمایی شخصیت مذهبی در سریال مرگ تدریجی یک رؤیا»، *مطالعات سبک زندگی*، س ۲، ش ۵، ۱۳۵-۱۶۸.

۱۲۴ تحقیقات تاریخ اجتماعی، سال ۱۴، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

مداح علی، شیوا (۱۴۰۱)، *بانوان در عصر پهلوی دوم*، ارومیه: خسروانی مجد.
موسوی سامه، محدثه و فرشاد عسگری کیا (۱۴۰۱)، «مطالعه نحوه بازنمایی اقلیت‌های دینی در سینمای ایران بعد از انقلاب اسلامی براساس آرای استوارت هال»، فصل‌نامه رمپویه: هنرهای نمایشی، دوره ۱، ش ۴، ۴۹-۵۸.

مهدی‌زاده، محمدمهدی (۱۳۸۹)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: هم‌شهری.
هال، استوارت (۱۳۹۶)، *معنا، فرهنگ، و زندگی اجتماعی*، ترجمه احمد گل‌محمدی، تهران: نی.
هیوارد، سوزان (۱۳۸۸)، *مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی*، زنجان: هزاره سوم.
یوسفی‌فر، شهرام و شهناز جنگجو (۱۳۹۵)، «چگونگی بازنمایی زن و زنانگی در آگهی‌های تجاری روزنامه اطلاعات (۱۳۰۴-۱۳۲۰ ش)»، پژوهش‌نامه تاریخ اجتماعی و اقتصادی، س ۵، ش ۲، ۱۰۹-۱۲۹.

Allen, B. and D. Reser (1990), "Content Analysis and Information Science Researches", *Library and Information Science Research*, vol. 12, no. 3.

Hall, Stuart (1997), *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage Publications in Association with the Open University.