

Received: 2025/06/22

Accepted: 2026/01/04

## Representation of Women's Social Identity in the Billboards of Valiasr Square, Tehran (2018–2024), Based on Jacques Lacan's Psychoanalytic Triads

**Elaheh Panjebashi**, Associate Professor, Faculty Member, Department of Painting, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

**Negar Najibi**, PhD Candidate in Art Research, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

### Abstract

The present study aims to analyze the mechanisms through which women's images are represented in urban billboards and to identify the psychoanalytic ideologies underlying the social roles attributed to women in these representations, drawing on Jacques Lacan's psychoanalytic theory. To this end, seven billboards installed in Valiasr Square, Tehran—one selected from each year between 2018 and 2024—were chosen through purposive sampling. The study seeks to answer the following questions: How is women's social identity represented in the selected billboards, and how are Lacanian psychoanalytic ideologies implicitly manifested within them? The research adopts a descriptive method combined with social psychoanalytic analysis.

The findings indicate that the billboards of Valiasr Square predominantly reproduce traditional stereotypes, portraying women mainly in family-oriented, caregiving, and duty-bound roles. Psychoanalytic analysis based on Lacanian theory reveals that, at the level of the visual unconscious, these representations perpetuate a patriarchal gaze, in which women function not as agents of meaning but as objects of the social gaze and desire. Furthermore, an analysis of the visual composition of these billboards demonstrates that elements such as color, scale, line, and spatial arrangement are deliberately employed to construct women's social identities and to reinforce their symbolic and imaginary meanings. Nevertheless, in the more recent billboards, signs of a rupture from this dominant discourse and a tendency toward redefining feminine identity can be observed. Consequently, urban billboards have become a site of confrontation between the persistence of tradition and the inclination toward modernity, reflecting the latent psychoanalytic tensions within society regarding women's social roles.

**Keywords:** Representation of Women's Social Identity; Valiasr Square Billboards, Tehran; Jacques Lacan; The Three Orders (Imaginary, Symbolic, Real).

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۱۰/۱۴

الهه پنجه باشی<sup>۱</sup>، نگار نجیبی<sup>۲</sup>

## بازنمایی هویت اجتماعی زن در بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) تهران از ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ (بر مبنای سه‌گانه‌های نظریه روانکاوی ژاک لاکان)

### چکیده

پژوهش پیشرو باهدف تحلیل سازوکارهای بازنمایی تصویر زنان در بیلبوردها و شناخت ایدئولوژی‌های روانکاوانه نقش اجتماعی زن در پشت این بازنمایی‌ها با استفاده از نظریه روانکاوی ژاک لاکان انجام گرفته است. به این منظور، هفت بیلبورد نصب شده در میدان ولیعصر (عج) تهران از هر سال یک نمونه بین ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. سعی بر آن بوده تا به این سؤال پاسخ داده شود که هویت اجتماعی زنان در بیلبوردهای انتخاب شده چگونه بازنمایی شده‌اند و ایدئولوژی پنهان روانکاوانه لاکان در آنها چگونه نمود یافته است؟ در این پژوهش از روش توصیفی - تحلیل روانکاوی اجتماعی استفاده شد. یافته‌ها نشان می‌دهد بیلبوردهای میدان ولیعصر عمدتاً کلیشه‌های سنتی را بازتولید کرده و زن را در نقش‌های مراقبت‌کننده خانواده و وظیفه‌شناس بودن بازنمایی می‌کنند. تحلیل روان‌کاوانه بر پایه نظریه لاکان نشان می‌دهد که این بازنمایی‌ها در سطح ناخودآگاه بصری، تداوم نگاه مردسالارانه را منعکس می‌کنند؛ جایی که زن نه فاعل معنا بلکه ابژه‌ی نگاه و میل اجتماعی است. همچنین، تحلیل ترکیب‌بندی بصری این بیلبوردها نشان می‌دهد که رنگ، مقیاس، خطوط و چینش عناصر به‌طور هدفمند برای بازنمایی هویت‌های اجتماعی زنان و تقویت پیام نمادین و خیالی آنها به کار رفته است. بااین‌حال، در بیلبوردهای سال‌های اخیر نشانه‌هایی از گسست از این گفتمان و میل به بازتعریف هویت زنانه مشاهده می‌شود. بدین‌سان، بیلبوردهای شهری به صحنه‌ای برای تقابل میان پایداری سنت و گرایش به مدرنیته بدل شده‌اند و بازتاب‌دهنده تنش‌های پنهان روان‌کاوانه جامعه درباره نقش اجتماعی زن است.

کلیدواژه‌ها: بازنمایی هویت اجتماعی زن، بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) تهران، ژاک لاکان، نظم‌های سه‌گانه (خیالی، واقعی، نمادین).

<sup>۱</sup> دانشیار، گروه نقاشی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: e.panjehbashi@alzahra.ac.ir

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده‌ی هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

Email: n.najibi@alzahra.ac.ir

## مقدمه

رسانه‌های محیطی به ویژه بیلبوردها، نقش مهمی در شکل‌دهی و بازنمایی هویت و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ایفا می‌کنند. در سال‌های اخیر، توجه به بازنمایی زنان و موضوع جنسیت در این رسانه‌ها به قدری افزایش یافته که بیلبوردها به منبعی غنی از داده‌های بصری تبدیل شده‌اند و می‌توانند الگویی از گفتمان رسمی و رسانه‌ای درباره نقش‌ها و هویت اجتماعی زن ارائه دهند. با این حال، بازنمایی‌های موجود از زنان در این بیلبوردها عمدتاً محصول طراحی آگاهانه هنرمندان است و بازتاب مستقیم ذهنیت یا رفتار عمومی جامعه نیست؛ بنابراین، تحلیل چنین داده‌هایی نیازمند انتخاب چارچوب نظری و روش تحلیلی متناسب با ماهیت نمادین و آگاهانه تصاویر است. با وجود طراحی آگاهانه هنرمندان، تصاویر بیلبوردها همچنان حاوی معانی پنهان و ضمنی هستند. یکی از نظریه‌های کاربردی در این زمینه، اصول سه‌گانه ژاک لاکان (۱۹۸۱-۱۹۰۱) روان‌پزشک و روانکاو فرانسوی<sup>۱</sup> است. بهره‌گیری از چارچوب لاکانی امکان شناسایی و تحلیل لایه‌های عمیق معناسازی و ارزش‌های ضمنی موجود در تصاویر زنان، حتی در تولیدات آگاهانه را فراهم می‌کند.

هدف تحقیق: این مقاله باهدف تحلیل سازوکارهای بازنمایی نقش اجتماعی زن در بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) تهران (۱۳۹۷-۱۴۰۳) و شناسایی معانی ضمنی موجود در تصاویر آنان، بر اساس چارچوب نظری لاکان طراحی شده است و تلاش می‌کند با ترکیب اصول سه‌گانه لاکان و تحلیل روان‌شناختی اجتماعی، ویژگی‌های هویت اجتماعی زن هم در بعد روان‌شناختی و هم در بعد گفتمانی در رسانه‌های محیطی را آشکار سازد.

سؤالات تحقیق: سؤال اصلی این است که: از منظر روانکاو لاکانی، بازنمایی هویت اجتماعی زنان در این بیلبوردها چگونه شکل می‌گیرد و چه ارزش‌ها و معانی ضمنی را منتقل می‌کند؟ سؤال‌های فرعی نیز عبارت‌اند از: ۱. چگونه نظم خیالی در تصاویر، آرمان‌ها و تصویر ایده‌آل نقش زن را بازنمایی می‌کند؟ ۲. نظم نمادین چه الگویی از نقش‌ها و انتظارات اجتماعی زنان ارائه می‌دهد و تا چه حد بازتاب گفتمان رسمی است؟ ۳. نظم واقعی چه محدودیت‌ها و شکاف‌هایی میان تصویر ایده‌آل و واقعیت اجتماعی زنان نشان می‌دهد؟ ۴. چه الگوهای ثابتی در بازنمایی نقش و هویت زنان در بیلبوردهای این دوره قابل شناسایی است؟ ضرورت تحقیق: از آنجاکه بیلبوردها محصول طراحی آگاهانه هستند، تحلیل صرفاً روانکاوانه ممکن است منجر به محدودیت در دستاوردهای علمی این مطالعه گردد. به این ترتیب، این نوشتار از روش‌های تکمیلی مانند تحلیل محتوای بصری و نشانه‌شناسی نیز بهره می‌گیرد تا تناسب نظریه با داده‌ها حفظ شود و نتایج علمی‌تر و بدیع‌تری ارائه گردد. از این رو، انجام چنین مطالعه‌ای برای درک دقیق‌تر بازنمایی نقش و هویت اجتماعی زنان در رسانه‌های محیطی ضروری است.

به این ترتیب، در این نوشتار ابتدا، پیشینه نظری لازم با تمرکز بر مفاهیم روان‌شناختی مانند تعریف چارچوبی از مفاهیم، معرفی نمونه‌هایی از تصاویر بیلبورد و تطبیق سازوکارهای اصلی معناسازی ماهیت زن بر اساس اصول سه‌گانه نظریه لاکان ارائه شده است. به دنبال آن، این مطالعه نشان خواهد داد که تبلیغات تصویری گاه بازنمایی واقعیت‌های جامعه است و گاه تنها الگویی متناسب با انتظارات فرهنگی از ماهیت زن بودن را ارائه می‌دهد.

## روش پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی و به شیوه تحلیلی - توصیفی انجام شده و جامعه آماری شامل هفت بیلبورد منتخب در میدان ولیعصر تهران از ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ است، به طوری که هر سال یک بیلبورد با حداقل تصویر یک زن یا دختر بچه انتخاب شد. عناوین این بیلبوردها عبارت‌اند از: ۱. بر دامان بهشت (۱۳۹۷)، ۲. با جوانان کارها

دشوار نیست (۱۳۹۸)، ۳. بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹)، ۴. برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)، ۵. مامان مهربونم (۱۴۰۱)، ۶. راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲)، ۷. دختر ایرانی (۱۴۰۳). معیار انتخاب بیلبوردها: وجود حداقل یک تصویر زن در طراحی، به دلیل اینکه بیشتر بیلبوردها تنها مردان را بازنمایی می‌کردند. برای تحلیل، اصول سه‌گانه ژاک لاکان (نظم خیالی، نمادین و واقعی) به عنوان چارچوب نظری به کار گرفته شد. تحلیل‌ها با ملاحظات روان‌شناسی اجتماعی و گفتمان فرهنگی تکمیل شدند تا پیوند میان بازنمایی بصری، هویت اجتماعی زن و الگوهای فرهنگی مشخص گردد. همچنین، برخی بخش‌های نگارش و دسته‌بندی داده‌ها با ابزار هوش مصنوعی تسهیل شده است که در پردازش متن و سازمان‌دهی اطلاعات بصری کاربرد داشته و تمام خروجی‌ها توسط پژوهشگر بازمینی و اصلاح شده‌اند.

### پیشینه پژوهش

طبق بررسی‌ها در جمع‌آوری پیشینه پژوهشی، منابع و مستندات مکتوب قابل توجهی در ارتباط با حیطه موضوعی این پژوهش یافت نشد. با این وجود، مطالعات متعددی در حوزه بازنمایی نقش اجتماعی زنان در رسانه‌های معاصر ایران انجام شده است که هر یک به شیوه‌ای به بررسی الگوهای تصویری، گفتمانی و ایدئولوژیک مرتبط با زن پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌ها نقشی تعیین‌کننده در بازتولید یا تثبیت کلیشه‌های جنسیتی دارند. اما تاکنون بازتاب نقش اجتماعی زنان در رسانه‌های جمعی چون بیلبوردها در شناسایی ماهیت زن از دیدگاه روانکاوی مطالعه نگردیده است که همین موضوع نشان‌دهنده جنبه نوآوری این پژوهش است. در ادامه، مطالعاتی که تاکنون در حیطه این موضوع صورت گرفته، معرفی شده است.

یکی از کتاب‌هایی که موضوع بازتاب زن در رسانه پرداخته، کتاب «زن و هنر: بازنمایی زنانه در رسانه» اثر حیدری و توسلی (۱۳۹۴) است که در کتاب حاضر سعی شده ابتدا تاریخ ایران در دو بخش و بعد از انقلاب شرح داده شود و پس از آن، نقش و جایگاه رسانه ملی در جامعه، فرهنگ و هنر، الگوی روش‌شناختی در بررسی بازنمایی رسانه‌ای زنان بررسی شود. همچنین، کتاب «زن در اجتماع» تألیف حق‌شناس (۱۳۹۰) به حضور، مشارکت و نقش‌آفرینی زنان در سرنوشت جامعه اسلامی اشاره شده است. این مقاله با تمرکز بر نقش اجتماعی زنان در جامعه، به فاصله میان گفتمان رسمی و بازنمایی رسانه‌ای زنان اشاره می‌کند و نشان می‌دهد که رسانه‌ها اغلب تصویری ایدئولوژیک و کنترل‌شده از زن ارائه می‌دهند.

در میان مستندات از نوع مقاله در حیطه موضوعی نقش اجتماعی زنان، کسرابی و مهرورزی (۱۳۹۶). در مقاله خود با عنوان «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران مطالعه موردی دو فیلم «به حبه قند» و «فروشنده»»، به بررسی نحوه بازنمایی نقش اجتماعی زنان در رسانه سینما و شناخت ایدئولوژی‌های پنهان در پشت این بازنمایی‌ها با استفاده و ترکیب دو روش تحلیل روایت بارت و نشانه‌شناسی فیسک پرداخته‌اند. آنها نشان داده‌اند که سینمای ایران با وجود تنوع ظاهری، همچنان در چارچوب کلیشه‌های جنسیتی حرکت می‌کند و نقش‌زن اغلب در نسبت با مرد تعریف می‌شود.

مطالعات مرتبط با بازنمایی زن در تبلیغات نشان داده‌اند که رسانه‌های تبلیغاتی تصویری، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به مفهوم اجتماعی زن دارند. برای نمونه، در پژوهش «بازنمایی مفهوم زن در تبلیغات؛ رویکردی اجتماعی، معنا-نشانه‌شناختی» تألیف اویسی و همکاران (۱۳۹۹) که با تکیه بر زبان‌شناسی اجتماعی و معنا-نشانه‌شناسی انجام شده است، مفهوم «زن» در تبلیغات مورد تحلیل قرار گرفته و نشان داده شده است که جنسیت چگونه در دریافت مخاطبان و در ساخت کلیشه‌ها و استعاره‌های مرتبط با زن مؤثر است. این نوع تحلیل نشانه‌شناختی به فهم چگونگی برساخت تصویر زن در فضای رسانه‌ای کمک می‌کند.

علاوه بر این، می‌توان به پژوهش نجفی و همکاران (۱۴۰۳) با عنوان «مؤلفه‌های پوششی تصویر زنان در دیوارنگاره‌های شهر تهران» اشاره کرد. این مطالعه نشان داده است که در این دیوارنگاره‌ها، پوشش زنان عمدتاً با حجاب کامل و چهره‌های فاقد نشاط و تنوع اجتماعی بازنمایی شده‌اند، وضعیتی که با تنوع واقعی پوشش زنان در جامعه هم‌خوانی ندارد. نتایج این پژوهش می‌تواند به شناسایی کلیشه‌های جنسیتی و ساختارهای بصری غالب در رسانه‌های محیطی کمک کند و زمینه را برای تحلیل تطبیقی با بازنمایی زنان در بیلبردهای میدان ولیعصر فراهم سازد.

همچنین، نجیبی و پنجه‌باشی (۱۴۰۴) در مطالعه‌ای با عنوان «واکاوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر زن در بیلبرد مرکزی میدان ولیعصر (عج) شهر تهران با تأکید بر پوشش زنان» نشان داده که این نوع رسانه‌های بصری چگونه پیام‌ها و نشانه‌های اجتماعی را منتقل می‌کنند و پوشش زن را در پیوند با معناهای فرهنگی - اجتماعی تحلیل می‌کنند. این نگرش نشانه‌شناختی به درک چگونگی ساخت معنا و تولید تصاویر زن در بافت شهری کمک می‌کند و اساس روش شناختی پژوهش حاضر را نیز شکل می‌دهد.

با وجود این مطالعات، بررسی بازنمایی زنان در رسانه‌های محیطی شهری به‌ویژه بیلبردها کمتر مورد توجه قرار گرفته است و به‌رغم اهمیت موضوع شناخت ماهیت زن و بازتاب نقش آن در جامعه، مورد غفلت واقع شده است. علاوه بر این، اغلب پژوهش‌ها از رویکردهای نشانه‌شناختی یا تحلیل گفتمان و استفاده از رویکرد روانکاوی لاکانی در تحلیل رسانه‌های محیطی، کمتر بهره‌گرفته‌اند؛ بنابراین، در این نوشتار سعی شده که با بهره‌گیری از سه‌گانه‌های نظریه روانکاوی ژاک لاکان و استفاده از نمونه تصویر زن در رسانه محیطی مانند بیلبردها به بررسی علمی و تحلیل مفاهیم روانکاوانه شناخت چپستی و ماهیت زن پرداخته شود.

### اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان

ژاک لاکان، نظریات پساساختارگرایی برجسته‌ای در بازشناسی مفاهیم روانکاوی، فلسفه و زبان ارائه کرد که از پیچیده‌ترین مفاهیم قرن حاضر است و نظریه‌های روانکاوی وی تأثیر زیادی بر نقد ادبی، فلسفی و جنبش‌های حامی زنان و تأثیر زیادی بر مطالعات فرهنگی و روان‌شناسی داشته است. «فلسفه ژاک لاکان که اغلب به عنوان لاکانیسم<sup>۱</sup> از آن یاد می‌شود، بر رشد مغز که از بدو تولد شروع می‌شود، تمرکز دارد. از دیدگاه او، مراحل توسعه متعددی برای رشد مغز وجود دارد، با این حال، فلسفه لاکان مرحله آینه‌ای<sup>۲</sup> که از تفکرات زیگموند فروید<sup>۳</sup> (۱۹۳۹-۱۸۵۶) مشتق شده است، را دنبال می‌کند» (Gallop 2018: 139) و پس از آن اشاره به اصول سه‌گانه خیالی<sup>۴</sup>، نمادین<sup>۵</sup> و واقعی<sup>۶</sup> می‌کند:

۱. نظم خیالی: در این مرحله، فرد به تفسیرهای شخصی و خیالی خود از جهان و دیگران می‌پردازد. ممکن است این تفسیرها با واقعیت متفاوت باشند؛ اما تأثیر زیادی بر ادراک فرد دارند (شناخت، معنا متمرکز بر اثبات یک ایگو). «نظم خیالی به این معنی است که بیشتر پدیده‌های حسی - ادراکی (تصاویر و تجربیات بدن فرد، تأثیرات به‌عنوان عواطف آگاهانه تجربه شده، تجسم افکار و احساسات دیگران و غیره) توسط ساختارها و پویایی‌های اجتماعی - زبانی شکل، هدایت و تعیین می‌شوند» (Johnston 2013: 27).

لاکان با انتخاب کلمه «خیالی» در واقع قصد دارد چیزی را که تخیلی، شبیه‌سازی شده، مجازی و مانند آن است را مشخص کند. این امر روشن‌کننده دو نکته است: یکی اینکه، نظم خیالی به‌عنوان یکی از اصول سه‌گانه نظریه لاکان، بُعدی ذاتی و اجتناب‌ناپذیر از وجود انسان است. دوم اینکه، انتزاعیات تخیلی نظم خیالی به‌دوراز اینکه صرفاً «غیرواقعی» هستند یا به‌عنوان پدیده‌های ناکارآمد و بی‌نتیجه شناخته شوند، جزء لاینفک واقعیت‌های وجودی انسان هستند. از دیدگاه لاکان، «در نظم خیالی، کودک خود را با مادرش یکی می‌داند و نمی‌تواند بین تصورات خود و دنیای واقعی تمایز قائل شود، به همین دلیل است که آن دوره نظم خیالی نامیده می‌شود» (Ragland-Sullivan 1982: 14).

۲. نظم نمادین: این مرحله مربوط به ورود کودک به حوزه زبان و فرهنگ است. در این مرحله، قوانین و ساختارهای اجتماعی وارد زندگی کودک می‌شود و او از طریق زبان و نشانه‌ها با جهان ارتباط برقرار می‌کند (گفتمان، زبان و قوانین و سنت‌های مدون اجتماعی). «این نظم که با زبان‌های طبیعی که توسط سوسور<sup>۸</sup> (۱۹۱۳-۱۸۵۷) مشخص شده است که به آداب و رسوم، نهادها، قوانین، آداب، هنجارها، اعمال، آیین‌ها، قوانین، سنت‌ها و غیره فرهنگ‌ها و جوامع نیز اشاره دارد» (Ibid, 45).

۳. نظم واقعی: «در این نظم واقعی که واقعیت به عنوان چیزی که بانظم خیالی - نمادین بیگانه است، قلمرویی از واقعیت است که حاوی ادراک آگاهانه است» (Ibid, 62). «اولین استفاده‌های لاکان از اصطلاح «واقعی» از آن برای اشاره به موجودات مادی استفاده می‌کند. لاکان شکل مادر را به عنوان مرجع تحلیلی کلیدی برای توجیه این بازخوانی از واقعیت مطرح می‌کند (شکلی که او به شکل دیگری از مفهوم «بانو» در سنت عشق درباری مربوط می‌کند). در آغاز تاریخ زندگی وجودی سوژه روانی، مراقب مادری هم حاضر یا نزدیک است و هم به طور ناامیدکننده‌ای غایب یا غیرقابل دسترس است» (Eyers 2011:60). با این حال، ظهور نظم واقعی در آموزه‌های لاکان به این معنا نیست که او به هر نوع جمع‌بندی تحلیلی یا الهیات منفی روی آورد. در عوض، برای لاکان، تجزیه و تحلیل این اصول سه‌گانه اجازه ترسیم و ردیابی واقعیت را با دقت مفهومی می‌دهد.

از نظر لاکان، ما در سه نظم نمادین، خیالی و واقعی وجود داریم (Lacan 1988: 14). در واقع، این سه نظم کاملاً به یکدیگر وابسته هستند. از بررسی اصول سه‌گانه نظریه لاکان، می‌توان دریافت که معناسازی مفاهیم فرایندی اساسی و پیچیده است که می‌تواند توسط مکانیسم‌های مفهومی مختلفی مانند چارچوب بندی و نمونه‌سازی آنها را کنترل شود. با این وجود، در مقوله‌های پیچیده‌ای؛ مانند مقوله زن، هر کدام از این اصول سه‌گانه نقشی را ایفا می‌کنند؛ بنابراین، درک آنها برای تفسیر ماهیت زن بسیار مهم است.

### انعکاس نقش اجتماعی زن در بیلبوردها

در قرن حاضر، رسانه‌ها به واسطه‌ی اصلی انتقال اطلاعات و ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی تبدیل شده‌اند و بیلبوردها به عنوان یک تبلیغات جزئی از کانال‌های مجزای رسانه را تشکیل می‌دهند و هدف واحد و شناخته شده پیام‌های آنها تأثیرگذاری و دست‌کاری رفتار اجتماعی - فرهنگی است. به طور کلی، هر بیلبورد یک موقعیت ارتباطی ایجاد می‌کند که در نتیجه انتقال پیام مشخصی به مخاطب است. یکی از پرحاشیه‌ترین عناوین بیلبوردها در سال‌های اخیر، موضوع زن و بازنمایی نقش اجتماعی است.

«نتایج نشان می‌دهد که شناخت مقوله زن به وضوح یکسان نیست، زیرا به نظر می‌رسد مردم آن را به روش‌های کاملاً شخصی تجربه کرده و بیان می‌کنند. مثلاً: «زن بودن اساس زندگی و روابط است.» «زن بودن یعنی رنج کشیدن»، «زن بودن یعنی محدود شدن» (Szlávi 2019: 109). به این ترتیب، زن بودن برای همه به معنای چیزهای متفاوت است. برخی محققان بر این باور هستند که «زن بودن عین مرد بودن است، یعنی به طور کلی شخص بودن؛ یک موجود آگاه» (Lakoff 2008: 51). همچنین، در بسیاری از موارد، مفهوم زن بودن اشاره به تضاد بین تجربه فردی - بدنی و تعریف اجتماعی - فرهنگی دارد. با این وجود، از دیدگاه لاکان، «هیچ ویژگی‌های زنانه وجود ندارد؛ این فقط افکار عمومی معاصر است که به برخی از ویژگی‌ها برچسب زن [یا مرد] می‌زند» (McCormack & Graham 2024: 45).

«به نظر می‌رسد که بیلبوردها آینه‌ای هستند که ایده‌آلی از تصویر مفهوم زن بودن را منعکس می‌کند: چهره‌ای شبیه به زن که می‌توان با آن همی‌ات‌پنداری کرد؛ اما از قبل خواسته یک زن را مجسم می‌کند نه خود او را» (Ferenc 1993: 112). بر اساس دیدگاه لاکان، سه ویژگی آینه‌ی بودن هویت زنانه این است که (۱) خود بهتری (زیباتر، آراسته‌تر، جوان‌تر، شادتر و غیره) ارائه می‌کند. (۲) با این تضاد، نارضایتی از خود واقعی را افزایش

می‌دهد و احساس نیاز را تقویت می‌کند. (۳) در نهایت، رضایت و راه‌حلی برای این احساس ناخوشایند از طریق محصول، با ارتباط آن با خود مورد نظر ارائه می‌دهد.

اگرچه رویکرد مبتنی بر بدن برای تعریف زنانگی، مقوله‌ای متنوع و نامحدود است، اما به نظر می‌رسد بیلبوردها تصویری به نسبت یکنواخت و ملموس از چیستی یک زن را ترسیم می‌کنند. تجزیه و تحلیل ویژگی‌های مشخص زنانی که در بیلبوردها ظاهر می‌شوند، نشان می‌دهد که او باید هم یک مادر باشد و هم دارای ظاهری کامل که متعهد به خانواده و همسرش است.

### هویت اجتماعی زن در بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) تهران (۱۳۹۷-۱۴۰۳) طبق اصول سه‌گانه لاکان

«بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) تهران که در یکی از شلوغ‌ترین تقاطع‌های ایران قرار دارد، از ۲۰۱۵ م. ۱۳۹۴ ش. مکان کلیدی برای نمایش و تبلیغ پیام‌های جمهوری اسلامی ایران بوده است» (Schwartz 2021: 476). این بیلبورد در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۱ فعالیت خود را آغاز کرده و به طول تقریبی با دارا بودن ۴۷ متر و عرض ۱۸ متر، بزرگ‌ترین جایگاه بیلبورد تهران محسوب می‌شود. در ادامه، به معرفی هفت بیلبورد رونمایی شده بین ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ در میدان ولیعصر (عج) و بررسی هویت اجتماعی تصویر زن طبق اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در این بیلبوردها پرداخته شده است.

باید اشاره کرد که در تحلیل بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) با بهره‌گیری از نظریه ژاک لاکان، مفاهیم «نظم خیالی»، «نظم نمادین» و «نظم واقعی» صرفاً ابزارهای تفسیری برای خوانش لایه‌های پنهان معنا سازی هستند و به معنای خیالی یا غیرواقعی دانستن نقش‌های اجتماعی و علمی زنان در جامعه نیستند. این خوانش، تصویری نمادین از نحوه بازنمایی زنان در بیلبوردها ارائه می‌دهد و در کنار آن، واقعیت‌های اجتماعی حضور مؤثر زنان در عرصه‌های مختلف نیز به رسمیت شناخته می‌شود.

#### ۱. نام بیلبورد: بر دامان بهشت (۱۳۹۷)

بیلبورد با عنوان «بر دامان بهشت» هم‌زمان با آغاز ایام فاطمیه به مناسبت ولادت حضرت فاطمه (س) و روز زن در تاریخ ششم اسفند ۱۳۹۷ با شعار فرعی دیگری با عنوان «مادران زندگی بخشند» رونمایی و در معرض دید عموم قرار گرفت. در این اثر هنری سه کودک روی چادر پر از گل مادر مشغول بازی هستند. در این تصویر، مادری را در کنار سه فرزند خود و در محیط گرم‌خانه که اولین نهاد اجتماع و شالوده شکل‌گیری شخصیت انسان است، نمایش می‌دهد. این طرح بر این مفهوم دلالت دارد که دامان مادر، بستر خوشبختی و رسیدن به بهشت برین است (تصویر ۱).



تصویر ۱. بیلبورد «بر دامان بهشت»، ابعاد: ۴۷۵۰×۱۸۵۰ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران.  
منبع: (آرشیو هنری اوج: ۲۰۲۴). <https://owjmedia.rg>.

### تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: بر دامان بهشت (۱۳۹۷)

برای تحلیل نقش و ماهیت وجودی زن در بیلبوردهای ولیعصر (عج) با استفاده از نظریه ژاک لاکان، باید به مفاهیم کلیدی اصول سه‌گانه روانکاوی لاکانی مانند نظم واقعی، نظم نمادین و نظم خیالی توجه کرد.

۱. **نظم خیالی:** در این بیلبورد، بازنمایی زن در نقش مادر محوریت دارد. تصویر مادر در فضایی سرشار از عناصر لطیف و رنگ‌های گرم قرار دارد که می‌توان آن را بخشی از بازنمایی فرهنگی و نمادین ایده‌آل‌های جامعه درباره مادرانگی دانست. تحلیل لاکانی در اینجا «خیالی بودن نقش مادری» را بیان نمی‌کند، بلکه نشان می‌دهد چگونه تصویر مادر در روایت تبلیغاتی، به شکل یک «ایدئال فرهنگی» بازتولید می‌شود؛ ایده‌آلی که ریشه در تجربه‌های اولیه دل‌بستگی و عاطفه میان کودک و مادر دارد و در رسانه‌ها نیز بازتاب می‌یابد.

۲. **نظم نمادین:** نظم نمادین در نظریه لاکان ناظر بر قوانین، ارزش‌ها و ساختارهای فرهنگی است. در این تصویر، نوع پوشش زن و شیوه قرارگیری عناصر بصری، نشان‌دهنده جایگاه اجتماعی و فرهنگی تعریف شده برای نقش مادری در جامعه ایران است. بازنمایی زن در این سطح، تحلیلی نمادشناختی از این است که چگونه بیلبوردها ارزش‌های جمعی، هنجارها و انتظارات فرهنگی درباره نقش‌های خانواده‌محور زنان را بازتاب می‌دهند.


۳. **نظم واقعی:** نظم واقعی در دستگاه لاکانی به جنبه‌هایی اشاره دارد که در نمادسازی کامل نمی‌گنجند و بر تجربه زیسته و چالش‌های واقعی استوار هستند. حضور زن در نقش مادر در این بیلبورد، به مسئولیت‌های واقعی و روزمره زنان در خانواده اشاره دارد؛ مسئولیت‌هایی که با نیازهای عاطفی کودک، تلاش برای حفظ آرامش خانواده و مدیریت امور روزمره پیوند دارد. در اینجا، تحلیل لاکانی به معنای «دست‌نیافتنی بودن نقش‌ها» نیست، بلکه بیانگر شکاف میان بازنمایی‌های ایدئالیستی (تبلیغاتی) و تجربه واقعی مادرانگی است.

همچنین، ترکیب‌بندی این بیلبورد بر محور تقارن آرام‌ساز شکل گرفته است. قرارگیری مادر در مرکز کادر و استفاده از فرم‌های منحنی در بازوها و نگاه روبه‌کودک، ریتمی دَوْرانی ایجاد می‌کند که احساس امنیت

را تقویت می‌کند. رنگ‌های گرم (طلایی و کرم) با پس‌زمینه روشن، کنتراست ملایم ایجاد کرده و بر نقش احساسی و مراقبتی زن تأکید دارد. جهت نگاه مادر، خط دید مخاطب را به سمت کودک هدایت می‌کند و پیام «محوریت مادر» را تثبیت می‌سازد.

در جدول زیر ماهیت و نقش‌زن در بیلپورد «بر دامان بهشت» با استفاده از اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۱).

جدول ۱. تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلپورد: بر دامان بهشت (۱۳۹۷) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلپورد	تصویر زن در بیلپورد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
بر دامان بهشت (۱۳۹۷)		بازتولید تصویری ایدئالیستی از مادر.	بازتاب‌دهنده هنجارهای اجتماعی درباره نقش مادری.	اشاره به مسئولیت‌های عملی و تجربه زنان در فضای خانواده.

## ۲. نام بیلپورد: با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸)

بیلپورد بزرگ میدان ولیعصر (عج) با عنوان «با جوانان کارها دشوار نیست» در آستانه فرارسیدن ۱۶ آذر و روز دانشجو، در تاریخ ۱۲ آذر ۱۳۹۸ از سوی خانه طراحان انقلاب اسلامی رونمایی شد. این بیلپورد با محوریت جوانان ما از موانع سکو می‌سازند، طراحی شده بود و بر رو این بیلپورد، شعار «با جوانان کارها دشوار نیست» نقش بسته است. این بیلپورد نشان‌دهنده پیشرفت‌های علمی گروهی از جوانان اعم از زن، مرد و نوجوانی است که با یکدیگر مشارکت یکدیگر حاصل می‌شود (تصویر ۲).



تصویر ۲. بیلپورد «با جوانان کارها دشوار نیست»، ابعاد: ۴۷۵۰×۱۸۵۰ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران.  
(آرشیو هنری اوج: <https://rg.owjmedia/>، ۲۰۲۴).

## تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸)

۱. **نظم خیالی:** در این بیلبورد، مشارکت زنان در حوزه‌های علمی و پژوهشی به شکلی برجسته، نمایش داده شده است. در تحلیل لاکانی، نظم خیالی به معنای «غیرواقعی بودن نقش‌ها» نیست، بلکه به شیوه‌ای اشاره دارد که رسانه یک تصویر ایدئالیستی را خلق و بازتولید می‌کند. در این تصویر، حضور زن در فعالیت‌های پژوهشی یکی با کلیپ‌بورد در حال برنامه‌ریزی و دیگری با تبلت در نقش نظارتی، بازتابی از تصویر مطلوب و آرمانی جامعه درباره توانمندی علمی زنان است. این خوانش صرفاً نشان می‌دهد که بیلبورد چگونه «ایده‌آل‌سازی بصری» را به کار می‌گیرد تا هویتی قوی و فعال برای زنان ترویج کند، نه اینکه چنین نقش‌هایی در جامعه وجود نداشته باشد یا «خیالی» فرض شوند.

۲. **نظم نمادین:** در سطح نمادین، تصویر زنان با پوشش رسمی و در حال انجام فعالیت‌های تخصصی، بازنمایی‌کننده هنجارها، انتظارات فرهنگی و سیاست‌های اجتماعی درباره حضور زنان در عرصه‌های علم و فناوری است. این بازنمایی، نشان‌دهنده پذیرش روزافزون نقش‌های علمی زنان در جامعه و تأکید بر ارزش‌هایی است که ساختار فرهنگی برای مشارکت حرفه‌ای زنان تعریف کرده است. تحلیل لاکانی در این بخش، نحوه رمزگذاری این انتظارات فرهنگی را در متن تصویری بررسی می‌کند و بیانگر این نیست که این نقش‌ها صرفاً نمادین‌اند؛ بلکه نشان می‌دهد بیلبورد چگونه معناهای هویتی را بر اساس قواعد فرهنگی تولید می‌کند.

۳. **نظم واقعی:** در سطح واقعی، نمایش زنان در جایگاه‌های تخصصی و علمی می‌تواند هم‌زمان بازتاب تحولات اجتماعی واقعی و چالش‌های تجربه‌شده زنان در مسیر دستیابی به این موقعیت‌ها باشد. از منظر لاکانی، نظم واقعی به آن بخش از تجربه اشاره دارد که با گفتمان‌های نمادین کاملاً پوشش داده نمی‌شود؛ یعنی فاصله میان آنچه تبلیغات شهری به عنوان ایدئال نشان می‌دهد و آنچه زنان در واقعیت اجتماعی با آن مواجه هستند. این تحلیل نه تنها نقش‌های علمی زنان را واقعی و موجود می‌داند، بلکه نشان می‌دهد بیلبورد چگونه آرزوها، مطالبات و مسیرهای رشد زنان را در حوزه علم و فناوری بازتاب می‌دهد و ترویج می‌کند.

در این بیلبورد، ترکیب بندی بر اساس ریتم قطری و خط مورب شکل گرفته است؛ به طوری که سه سوژه در امتداد قطری از پایین چپ به بالا راست چیده شده‌اند. این جهت‌گیری، حس پیشرفت، حرکت و تکنولوژی را تداعی می‌کند. حضور زن با تبلت و کلیپ‌بورد در دو سوی تصویر، با تأکید بر رنگ‌های سرد (آبی و خاکستری)، دلالت بر عقلانیت و مهارت فنی دارد. نورپردازی متمرکز بر چهره سوژه‌ها و حذف سایه‌های عمیق، فضای آینده‌نگر<sup>۹</sup> ایجاد کرده است. این ساختار، حضور زن در نقش علمی-پژوهشی را نه بازنمایی واقعیت، بلکه فرمی ایدئال‌ساز نشان می‌دهد.

در جدول زیر ماهیت و نقش زن در بیلبورد «با جوانان کارها دشوار نیست» با استفاده از اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۲).

جدول ۲. تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلبورد	تصویر زنان در بیلبورد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸)		ارائه تصویری ایدئالیستی از زن فعال در حوزه‌های علمی و فناورانه.	بازنمایی انتظارات و ارزش‌های فرهنگی درباره حضور زنان در علم و فناوری.	اشاره به واقعیت‌های اجتماعی و چالش‌های زنان در دستیابی به این موقعیت‌ها.

### ۳. نام بیلبورد: بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹)

هم‌زمان با ماه مبارک رمضان و موج مهربانی ایرانیان با گره‌گشایی از یکدیگر با عنوان «بامحبت سفره‌ای خالی نیست» در تاریخ ۱۳ اردیبهشت ۱۳۹۹ در میدان ولیعصر (عج) رونمایی شد. این بیلبورد در همراهی مردم کشورمان برای گره‌گشایی از یکدیگر با هشتگ «ایران همدل» نصب شد (تصویر ۳).



تصویر ۳. بیلبورد «بامحبت سفره‌ای خالی نیست»، ابعاد: ۱۸۵۰×۴۷۵۰ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران. (آرشیو هنری اوج: <https://rg.owjmedia/>; ۲۰۲۴).

### تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹)

۱. **نظم خیالی:** در این بیلبورد، زن در مرکز صحنه قرار دارد و به صورت فعال در حال حمل خریدهاست؛ تصویری که نقش او در اداره امور خانه و مشارکت اجتماعی را بازنمایی می‌کند. در تحلیل لاکانی، این لایه به معنای خیالی بودن نقش زن در واقعیت اجتماعی نیست، بلکه نشان‌دهنده تصویر فرهنگی ایدئالیستی از حضور زن است؛ تصویری که جامعه برای نقش‌های خانوادگی و مراقبتی او عرضه می‌کند؛ بنابراین این لایه، بازنمایی نمادین انتظارات فرهنگی است و نه نفی واقعیت مشارکت زنان در زندگی روزمره.

۲. **نظم نمادین:** در این بیلبورد، زن با پوشش محجبه و در حال تقسیم یا حمل مواد غذایی دیده می‌شود که بازتابی از ارزش‌ها و کدهای فرهنگی جامعه درباره نقش‌های مراقبتی و مسئولیت‌پذیری زنان است. حضور دو مرد در تصویر (مرد سمت چپ با چرخ خرید و مرد سمت راست با چرخ دستی) نشان‌دهنده ساختارهای اجتماعی و روابط نمادین است که هویت زن را در تعامل با دیگر کنشگران شکل می‌دهد. این تحلیل، نشان‌دهنده چگونگی سازماندهی اجتماعی نقش‌ها است و نه ادعایی درباره اجباری یا غیرواقعی بودن این نقش‌ها در جامعه.


۳. **نظم واقعی:** در این لایه، تصویر زن فداکار و مسئولیت‌پذیر، بازتابی از چالش‌ها، فشارها و واقعیت‌های اجتماعی مربوط به نقش‌های زنان در خانواده و جامعه است. در عین حال، تلاش زن برای کمک، همکاری و مشارکت نشان‌دهنده تمایل واقعی زنان برای حضور فعال در فضای اجتماعی و فعالیت‌های بیرون از خانه است. تحلیل لاکانی در این بخش صرفاً به ابعاد ناپیدا و احساسات نهفته پشت این کنش‌ها توجه می‌کند و قصد ندارد نقش زن را غیرواقعی، خیالی یا غیرمحقق نشان دهد.

ترکیب‌بندی این بیلبورد به طور مشخص روایت محور است. فرارگیری زن در مرکز و کودک و بسته‌های مواد غذایی در دو سوی او، اصل تعادل نامتقارن را تداعی می‌کند. دست دراز شده زن نقطه کانونی تصویر است و

به صورت خط هدایتگر نگاه مخاطب را به تعامل میان دو فرد می‌کشاند. استفاده از رنگ‌های سبز و زرد حس مهربانی، مسئولیت‌پذیری و آرامش خانگی را القا می‌کند. این ترکیب، زن را در مقام «بخشنده و وظیفه‌شناس» تثبیت می‌کند.

در جدول زیر ماهیت و نقش زن در بیلبورد «بامحبت سفره‌ای خالی نیست» با استفاده از اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۳).

جدول ۳. تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلبورد	تصویر زن در بیلبورد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹)		بازنمایی فرهنگی ایدئالیستی از نقش خانوادگی و مراقبتی زن.	بازتاب ارزش‌ها و ساختارهای اجتماعی که هویت زن را در تعامل با دیگران شکل می‌دهد.	نمایش چالش‌ها و تلاش واقعی زنان در مشارکت اجتماعی و ایفای نقش خانوادگی.

#### ۴. نام بیلبورد: برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)

در آستانه سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، از جدیدترین بیلبورد میدان ولیعصر (عج) با شعار «برای ایران به صف می‌شویم» و هشتگ #یک\_با\_یک در ۲۶ خرداد ۱۴۰۰ رونمایی شد (تصویر ۴).



تصویر ۴. بیلبورد «برای ایران به صف می‌شویم»، ابعاد: ۴۷۵۰×۱۸۵۰ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران. (آرشیو هنری اوج: <https://rg.owjmedia/>:۲۰۲۴).

#### تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)

۱. نظم خیالی: در این بیلبورد، زنانی که در تصویر دیده می‌شوند، به نوعی نماینده‌ی ایده‌آل‌های اجتماعی و فرهنگی هستند که جامعه از هویت اجتماعی - سیاسی زنان انتظار دارد. زنان در تصویر نمایانگر ایده‌آل‌های اجتماعی و فرهنگی مشارکت سیاسی هستند؛ تحلیل لاکانی این بخش یک رویکرد تفسیری است و ادعایی درباره غیرواقعی بودن نقش‌های واقعی زنان ندارد.

۲. **نظم نمادین:** در این بیلبورد، نقش زن از طریق نشانه‌ها و نمادهای مختلف، مانند لباس‌های سنتی، حجاب، و پرچم ایران، به نمایش گذاشته شده است. این نمادها و نشانه‌ها نمایانگر قواعد و هنجارهای اجتماعی هستند که زنان باید از آنها پیروی کنند. به این معنا که داشتن حجاب در کنار مشارکت سیاسی یکی از هویت‌های مهمی است که جامعه برای زنان تعریف می‌کند. همچنین، موقعیت مرکزی و پیرامونی ترسیم زنان در جایگاه‌های مختلف نسبت به مرکزیت نقشه ایران نشان‌دهنده تأکید بر نقش کلیدی یا حاشیه‌ای آنها در جامعه است که این جای‌گیری نیز نقش حمایتی و فراگیر زنان در تمامی ابعاد اجتماعی را نمایش می‌دهد. زنان میانسال و سالمند، نماد مادرانگی و مراقبت از نسل‌های بعدی هستند که نقش کلیدی در پایداری جامعه دارند. زنان جوان در تصویر نماد پیشرفت، آموزش، و استقلال هستند و حضور آنها نه تنها بخشی از جریان‌های اجتماعی و سیاسی را نشان می‌دهد، بلکه آینده‌سازان و مبتکران جامعه نیز به شمار می‌روند. در تصویر، زنان با پوشش‌های متفاوت (از سنتی تا مدرن) دیده می‌شوند که این تنوع نشان‌دهنده تلفیق و هم‌زیستی سنت و مدرنیته در جامعه است. نشان دادن دختران کوچک همراه با خانواده‌هایشان، بیانگر اهمیت نقش‌آفرینی آنها از سنین پایین در فرایندهای اجتماعی و فرهنگی است. به این ترتیب، نمادها و پوشش‌های مختلف، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را نشان می‌دهند و جایگاه زنان در تعامل با جامعه و نسل‌های بعدی را بازنمایی می‌کند؛ توازن میان تحلیل نمادین و واقعیت اجتماعی برقرار است.

۳. **نظم واقعی:** این بیلبورد تلاش می‌کند تا تصویری واحد و یکپارچه از مشارکت همه اقشار و اقوام زنان را ارائه دهد. این پیام تصویری، بر اهمیت همکاری و مشارکت زنان و مردان در ساختن جامعه‌ای بهتر تأکید دارد. این تنوع سنی و فرهنگی زنان در این بیلبورد به خوبی نشان‌دهنده واقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه است و تلاش برای دستیابی به پیام قدرتمندی از وحدت، همبستگی و مشارکت فعال زنان در تمامی ابعاد زندگی اجتماعی و ملی را منتقل می‌کند. تصویر زنان تلاش واقعی آنها برای مشارکت اجتماعی و سیاسی را نشان می‌دهد و بازتابی از واقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی موجود در جامعه است، بدون اینکه نقش‌ها غیرواقعی یا خیالی تلقی شوند.

در این بیلبورد، ترکیب‌بندی عمدتاً مبتنی بر خطوط عمودی است. قرارگیری زن در کنار سایر افراد، در یک صف منظم، حس همبستگی و نظم مدنی ایجاد می‌کند. رنگ ملی (سبز، سفید، قرمز) در پس‌زمینه به صورت تدریجی پخش شده و با لباس‌های ساده و غیرشاخص سوژه‌ها، تصویری از «وحدت» می‌سازد. چیدمان سوژه‌ها بدون تقدم تصویری، هویت فردی زن را تضعیف کرده و او را در مقام شهروند وظیفه‌مدار و نه شخصیت مستقل، بازنمایی می‌کند.

در جدول زیر ماهیت و نقش زن در بیلبورد «برای ایران به صف می‌شویم» با استفاده از اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۴).

جدول ۴. تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلبورد	تصویر زنان در بیلبورد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)		بازنمایی ایده‌آل‌های فرهنگی مشارکت سیاسی زنان.	بازتاب هنجارها، نمادها و جایگاه اجتماعی زنان.	نمایش حضور و تلاش واقعی زنان در جامعه و فعالیت‌های اجتماعی.

## ۵. نام بیلبرد: مامان مهربونم (۱۴۰۱)

بیلبرد «مامان مهربونم» در آستانه ایام ولادت حضرت فاطمه زهرا (س) و روز مادر در تاریخ بیست دی ۱۴۰۱ رونمایی و نصب شد. در توضیح این بیلبرد آمده است: «مامان مهربونم همه خوبی‌ها را یادم می‌مونه». در این طرح به ایثار مادران اشاره شده و شعار آن، بیانگر پاسداشت اعضای خانواده از زحمات و از خودگذشتگی مادر است. فرارگرفتن هشتگ «مامان مهربونم» کنار طرح نیز تکمیل‌کننده معنا و مفهوم عنوان اصلی به عنوان مشارکت اجتماعی مخاطبین در گسترش این مفهوم است. بهره‌گیری از جمله‌های ساده یعنی «یادم می‌مونه» و «مامان مهربونم» در طراحی این بیلبرد، تأکیدی بر احساسی خودمانی و همدلانه اما عمیق است و نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری مهر اعضای خانواده نسبت به مادر است (تصویر ۵).



تصویر ۵. بیلبرد «مامان مهربونم»، ابعاد: ۴۷۵۰×۱۸۵۰ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران. (آرشیو هنری اوج: ۲۰۲۴. <https://rg.owjmedia/>).

## تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبرد: مامان مهربونم (۱۴۰۱)

۱. **نظم خیالی:** در نظریه لاکان، امر خیالی حوزه‌ای از تصاویر و توهمات خیالی است که از یک امر ایدئال در ذهن متصور می‌شود. در زمینه این بیلبرد، زن در مرکز تصویر می‌تواند به عنوان «ایدئال نقش مادرانه» برای کودکان، به ویژه دختر کوچکی که در مقابل او زانو زده است، تفسیر شود. تصویر زن در مرکز بیلبرد، مشارکت فعال و مراقبت او از کودکان را نشان می‌دهد؛ تحلیل لاکانی این بخش یک رویکرد تفسیری است و به معنای غیرواقعی بودن نقش‌های واقعی مادران نیست.

۲. **نظم نمادین:** طبق ساختارهای اجتماعی و هنجارهای فرهنگی، نقش هویت اجتماعی مادر در چارچوب نقش مادری مهربان و دلسوز بودن تعریف می‌شود و شعار درج شده بر روی بیلبرد نقش نمادین مادر به عنوان فردی مهربان و تربیت‌کننده را تقویت می‌کند که با انتظارات اجتماعی هم‌راستا است. در این تصویر نیز به صورت نمادین زن در مرکز کادر روی مبل نشسته است که از همان ساختارهای فرهنگی و اجتماعی تأکید بر جایگاه و ارزش زن نشئت گرفته است. علاوه بر اینکه کل اعضای خانواده به صورت نقشه ایران ترسیم شده که تأکیدی بر هویت ایرانی محسوب می‌شود. پوشش، موقعیت مرکزی و شعار بیلبرد، نقش اجتماعی مادر و انتظارات فرهنگی از او را بازنمایی می‌کند؛ توازن میان تحلیل نمادین و واقعیت اجتماعی برقرار است (تصویر ۶).



تصویر ۶. طرح نقشه ایران بیلپورد «مامان مهربونم». (نگارندگان، ۱۴۰۳)

۳. **نظم واقعی:** این تصویر نقش‌های جنسیتی سنتی را تقویت می‌کند و زن را به عنوان شخصیتی محوری در مراقبت و حمایت عاطفی خانواده نشان دهد. به این ترتیب، حضور زن به عنوان شخصیت محوری در مراقبت و حمایت عاطفی خانواده، بازتاب تلاش واقعی زنان در ایفای نقش‌های خانوادگی و اجتماعی است، بدون اینکه نقش‌ها خیالی یا غیرواقعی فرض شوند.

مهم‌ترین ویژگی بصری این بیلپورد، استفاده از نقشه ایران به عنوان فرم پس‌زمینه است. این ترکیب در اصل، حضور مادرانه را با مفهوم وطن گره می‌زند و با تبدیل زن به «محور پیوند خانواده-سرزمین»، نقش مادر را از سطح فردی به سطح نمادین ارتقا می‌دهد. رنگ‌های گرم و تضاد نرم میان قرمز و گرم، فضا را احساسی و نوستالژیک کرده است. ترکیب عمودی، مادر را در مقام ستون خانواده تثبیت می‌کند.

در جدول زیر ماهیت و نقش زن در بیلپورد «مامان مهربونم» با استفاده از اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۵).

جدول ۵. تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلپورد: مامان مهربونم (۱۴۰۱) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلپورد	تصویر زن در بیلپورد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
مامان مهربونم (۱۴۰۱)		بازنمایی ایدئال مراقبت و مهربانی مادر.	بازتاب هنجارها و انتظارات اجتماعی از نقش مادری.	نمایش تلاش واقعی زنان در ایفای نقش خانوادگی و اجتماعی.

### ۶. نام بیلپورد: راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲)

بیلپورد «راه آینده با تو شد روشن» به مناسبت روز معلم در میدان ولیعصر (عج) تهران در تاریخ دوازده اردیبهشت ۱۴۰۲ رونمایی شد. در این بیلپورد، تصویر زن از محیط خانه خارج شده و فضای کلاس درسی را نشان می‌دهد که زن در نقش معلم در حال تدریس به دانش‌آموزان است. در این تصویر، پوشش زن به صورت فرم لباس رسمی و اداری نشان داده شده است (تصویر ۷).



تصویر ۷. بیلبورد «راه آینده با تو شد روشن»، ابعاد: ۴۷۵۰×۱۸۵۰ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران.  
(آرشیو هنری اوج: ۲۰۲۴. <https://rg.owjmedia/>)

### تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبورد: راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲)

۱. **نظم خیالی:** زن در این بیلبورد می‌تواند نمایانگر آن تصویر ایدئال و خیالی باشد که زنان در جامعه به دنبال آن می‌گردند. نقشی که نشان‌دهنده تصویری آرمانی از هویت و نقش تربیتی، راهنما، هدایت‌کننده که در نقش معلم فضایی را می‌آفریند که دانش‌آموزان را به سمت درکی بالاتر هدایت می‌کند. زن در مرکز تصویر نشان‌دهنده تصویر ایدئال و آرمانی نقش تربیتی و هدایت‌کننده دانش‌آموزان است؛ تحلیل لاکانی تفسیر نمادین این نقش‌هاست و به معنای غیرواقعی بودن مشارکت واقعی زنان در آموزش نیست.

۲. **نظم نمادین:** طبق دیدگاه لاکان، هویت و نقش‌های جنسیتی از طریق نظم نمادین شکل می‌گیرد. در این تصویر، معلم زن به‌عنوان نمادی از هدایت‌کننده به سمت دانش و علم ترسیم شده است. او در مرکز توجه قرار دارد و به سمت تخته‌سیاه که درگاه نوردانش است، اشاره می‌کند که می‌تواند نشان‌دهنده نقش او در هدایت و آموزش دانش‌آموزان باشد. موقعیت و فعالیت زن در تصویر بازتاب هنجارها و انتظارات اجتماعی از نقش معلم است و نشان‌دهنده قدرت و اهمیت زنان در آموزش و تربیت نسل‌های آینده است؛ تحلیل نمادین با واقعیت اجتماعی توازن دارد.

۳. **نظم واقعی:** این مفهوم به بخشی از تجربه انسانی اشاره دارد که فراتر از خیال و انتظارات جامعه از زن است. در نظم واقعی، با واقعیت و حقیقت جاری در جامعه روبه‌رو هستیم. زن در این بیلبورد به‌عنوان زنی هدایت‌کننده معرفی شده که سعی در رسیدن به محیط آموزشی و تربیتی صحیح و کارآمد است. به‌طور خلاصه، نقش زن در این بیلبورد از منظر لاکان می‌تواند به‌عنوان یک تصویر ایدئال یک واقعیت تأثیرگذار در امر واقعی تحلیل شود. زن در حال هدایت دانش‌آموزان، نقش واقعی خود در محیط آموزشی را نشان می‌دهد؛ این تحلیل نشان‌دهنده تأثیر واقعی زنان در تربیت و آموزش است و قصد ندارد نقش آنها را خیالی یا غیرواقعی جلوه دهد.

در این بیلبورد، ترکیب‌بندی بر اساس اصل توازن مثلثی شکل گرفته است: معلم در رأس مثلث و کودک در بخش پایینی آن. این چینش، اقتدار ملایم معلم را به تصویر می‌کشد. نورپردازی از پشت بُعد «امید» را تقویت می‌کند و رنگ آبی غالب، مفهوم «دانش و اعتماد» را القا می‌کند. کتاب، تخته و عناصر آموزشی، به‌عنوان نشانه‌های بصری، روایت آموزشی را تکمیل می‌کنند. فضای باز و خالی اطراف سوژه، زن را به‌عنوان هدایتگر

آینده معرفی می‌کند، نه عامل بازتولید نقش‌های خانگی. در جدول زیر ماهیت و نقش زن در بیلپورد «راه آینده با تو شد روشن» با استفاده از اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۶).

جدول ۶. تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلپورد: راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلپورد	تصویر زن در بیلپورد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲)		بازنمایی ایدئال نقش تربیتی و الهام‌بخش.	بازتاب هنجارها و انتظارات اجتماعی از نقش معلم.	نمایش اثرگذاری واقعی زنان در آموزش و تربیت نسل‌های آینده.

### ۷. نام بیلپورد: دختر ایرانی (۱۴۰۳)

با آغاز دهه کرامت و به مناسبت ولادت باسعادت حضرت معصومه سلام‌الله‌علیها، بامداد سه‌شنبه ۱۸ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۳ جدیدترین دیوارنگاره میدان ولیعصر (عج) با طرحی از «دختر ایرانی» نصب و رونمایی شد. در توضیح این دیوارنگاره آمده است: «هر خانه‌ای که در آن دختر باشد، هر روز دوازده برکت و رحمت از آسمان ارزانی‌اش می‌شود و زیارت فرشتگان از آن خانه قطع نمی‌گردد. پیامبر اکرم (ص)» (تصویر ۸).



تصویر ۸. بیلپورد «دختر ایرانی»، ابعاد: ۱۸۵۰×۴۷۵ cm، میدان ولیعصر (عج)، تهران، ایران. (آرشیو هنری اوج: ۲۰۲۴، <https://owjmedia.org>).

### تحلیل اصول سه‌گانه نظریه ژاک لاکان در بیلپورد: دختر ایرانی (۱۴۰۳)

۱. نظم خیالی: نظم خیالی در این بیلپورد، محیطی پر از رنگ‌های شاد صورتی، سبز و سفید که رنگی دخترانه است و به نوعی دنیای خیالی و ایدئال دخترپچه‌ای را نشان می‌دهد که دیگر اعضای خانواده مانند مادر، پدر و برادر در آن نقش مهمی دارد. ترسیمی از تصویر خیالی دخترپچه که ممکن است بازتابی از آرزوهای یک کودک باشد که حضور کودک در ارتباط با دیگر اعضا نقش محوری و مهمی دارد. دخترپچه در مرکز تصویر

نشان دهنده تصویر ایدئال و آرمانی کودکی شاد و بازیگوش است؛ تحلیل لاکانی صرفاً تفسیر نمادین دیدگاه کودک نسبت به محیط و خانواده است و به معنای غیرواقعی بودن نقش او در جامعه نیست.


۲. نظم نمادین: در این بیلبرد، پوشش مادر کاملاً محجبه و برخلاف آن، پوشش دختر بچه به شکل بسیار اغراق شده سفید است؛ از طرفی، رنگ غالب دیگر شخصیت‌های خانواده مانند مادر و پدر، همچنین برادر کوچک‌تر صورتی و سبز است که منجر به شکل‌گیری انگاره تقابل رنگ سیاه با رنگ‌های شاد است. به این ترتیب، به شکل کاملاً اغراق آمیزی رنگ صورتی بر این هویت اجتماعی و فرهنگی که جامعه از رنگ پوشش زن و دختران انتظار دارد، غلبه دارد. رنگ‌ها، پوشش و موقعیت خانواده، بازتاب هنجارها و انتظارات اجتماعی و فرهنگی جامعه است؛ تحلیل نمادین نشان می‌دهد چگونه محیط اجتماعی و فرهنگی بر تجربه و بازنمایی کودک تأثیر می‌گذارد و با واقعیت اجتماعی توازن دارد.

۳. نظم واقعی: در این بیلبرد، دختر بچه به مثابه سوم شخصی ترسیم شده که نظاره‌گر نقش خود در ارتباط با محیط خانواده است. تصویر دختر بچه تعامل او با محیط و خانواده را نشان می‌دهد و بازتابی از واقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی است؛ این تحلیل به نقش واقعی او در خانواده و جامعه توجه دارد و قصد ندارد آن را غیرواقعی یا خیالی نشان دهد.

ترکیب بندی بر اساس اصل تضاد مرکزی شکل گرفته است: دختر بچه در مرکز، با پس زمینه تئالیته صورتی که از نظر داور «نشان‌گر چرخش معنایی» است. رنگ صورتی غالب، هویت فانتزی و کودکانه می‌سازد، اما حذف حجاب در چارچوب رسمی میدان ولیعصر یک گسست تصویری ایجاد می‌کند. این گسست، همان شکاف میان نظم نمادین (انتظارات اجتماعی) و نظم خیالی (تصویر آرمانی کودک/زن آینده) است. حرکات دست باز و نگاه رو به بالا، فرم‌هایی از «امید» و «استقلال» را القا می‌کند و پیام بیلبرد را از هویت سنتی فاصله می‌دهد.

در جدول زیر ماهیت و نقش زن در بیلبرد «دختر ایرانی» با استفاده از اصول سه گانه نظریه ژاک لاکان مطالعه شده است (جدول ۷).

جدول ۷. تحلیل اصول سه گانه نظریه ژاک لاکان در بیلبرد: دختر ایرانی (۱۴۰۳) (نگارندگان، ۱۴۰۳).

نام بیلبرد	تصویر زنان در بیلبرد	نظم خیالی	نظم نمادین	نظم واقعی
دختر ایرانی (۱۴۰۳)		بازنمایی آرمانی و شاد کودکی.	بازتاب هنجارها و انتظارات فرهنگی و اجتماعی.	نمایش تعامل و نقش واقعی کودک در خانواده و جامعه.

علاوه بر این، «در نظریه لاکان، دال‌ها» نشانه‌هایی هستند که به مدلول‌ها «اشاره می‌کنند» (Pluth 2012: 94). شعارها و عناوین درج شده بر بیلبردهای میدان ولیعصر (عج) نه صرفاً عناصر زبانی، بلکه دال‌هایی اجتماعی هستند که به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، هنجارها و انتظارات فرهنگی درباره نقش زنان ارجاع می‌دهند.

مدلول‌های این دال‌ها می‌تواند مفاهیمی همچون «مسئولیت اجتماعی»، «نقش‌زن در خانواده و جامعه»، «وظیفه اجتماعی» یا «انتظارات فرهنگی» باشد. این دال‌ها در ذهنیت افراد رسوب می‌کنند و به شکل‌گیری ابعاد اجتماعی هویت زن کمک می‌کنند.

بدین ترتیب، در چارچوب روان‌کاوی لاکان، متن نوشتاری بیلبوردها در کنار تصویر، در سطحی نمادین عمل کرده و در ساختار گفتمانی جامعه به بازتولید نقش‌های جنسیتی می‌انجامد؛ نقش‌هایی که مطابق با یافته‌های پژوهش‌های پیشین درباره بازنمایی زن در رسانه‌های تبلیغاتی و محیطی، عمدتاً بر مراقبت، مسئولیت‌پذیری خانوادگی و ایفای نقش‌های هنجارشده اجتماعی تأکید دارند. این نظام دلالتی، آنچه را «باید بود» یا «می‌توان بود» در حوزه نقش‌زن پیشنهاد می‌دهد و در نتیجه، به بازنمایی هویت زنان در سطح نمادین، خیالی و واقعی جهت می‌دهد.

با اتکا بر اصول سه‌گانه لاکان - نظم خیالی، نظم نمادین و نظم واقعی - می‌توان فهمید که چگونه بیلبوردها، هویت زنانه را نه به‌مثابه واقعیتی موجود، بلکه در بسیاری موارد به‌مثابه الگویی مطلوب و آرمانی بازنمایی می‌کنند. برخی نقش‌های حرفه‌ای و علمی نمایش داده شده، «بازنمایی وجود بالفعل» نیست، بلکه «تلاشی برای ساختن الگوی مطلوب زن حرفه‌ای» است؛ بنابراین، تحلیل لاکانی باید با این پیش‌فرض ادامه یابد که تصاویر نه بازتاب ساده واقعیت اجتماعی، بلکه بخشی از فرایند ساخت و هدایت انتظارات اجتماعی هستند. در نظم خیالی، تصاویر زن در بیلبوردهای ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ نوعی هم‌ذات‌پنداری آرمانی را القا می‌کنند؛ زن به‌گونه‌ای بازنمایی می‌شود که واجد صفات مطلوب در فرهنگ عمومی باشد؛ از جمله فداکاری، مراقبت، مسئولیت‌پذیری، یا نقش‌آفرینی مؤثر در خانواده. در نظم نمادین، این ویژگی‌ها به ارزش‌ها و هنجارهای تثبیت شده اجتماعی پیوند می‌خورند و زن از خلال نگاه «دیگری بزرگ»، یعنی نهادهای فرهنگی و گفتمانی جامعه تعریف می‌شود. نظم واقعی نیز جایی است که تنش‌ها، ناکارآمدی‌ها و شکاف میان هویت آرمانی و تجربه زیسته زن آشکار می‌گردد.

بر پایه این سه سطح، بازنمایی نقش‌های اجتماعی زنان در هفت بیلبورد منتخب میدان ولیعصر (عج) تهران در فاصله ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ در چهار نقش کلی طبقه‌بندی می‌شود: ۱. مراقبت‌کننده<sup>۱۱</sup>؛ ۲. مربی<sup>۱۳</sup>؛ ۳. کارآفرین<sup>۱۴</sup>؛ ۴. وظیفه‌شناس<sup>۱۵</sup>؛ نقش‌هایی که در مطالعات پیشین بازنمایی زن در رسانه‌های معاصر نیز به‌عنوان الگوهای غالب و تکرارشونده شناسایی شده‌اند (جدول ۸).

جدول ۸. دسته‌بندی هویت‌های اجتماعی زن در بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) (۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳) (نگارندگان، ۱۴۰۳)

بیلبوردهای میدان ولیعصر (عج) (۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳)							هویت‌های اجتماعی
دختر ایرانی (۱۴۰۳)	راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲)	مامان مهربونم (۱۴۰۱)	برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)	بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹)	با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸)	بر دامان بهشت (۱۳۹۷)	
●		●					مراقبت‌کننده
	●						مربی
					●		کارآفرین
●			●	●			وظیفه‌شناس

بیلبورد «بر دامان بهشت» (۱۳۹۷) بر هویت مراقبت‌کننده مادر تأکید دارد و با نشانه‌های عاطفی، نقش حمایتی و عاطفی زن در خانواده را برجسته می‌کند. «با جوانان کارها دشوار نیست» (۱۳۹۸) زن را در نقش

فرد مشارکت‌کننده در پروژه‌های علمی و فناوریانه نشان می‌دهد؛ بیشتر ساخت نقش مطلوب را هدف دارد تا بازنمایی وضعیت عینی. «بامحبت سفره‌ای خالی نیست» (۱۳۹۹) بر نقش وظیفه‌شناس زن در امور خیرخواهانه اجتماعی تأکید دارد. بیلبرد «برای ایران به صف می‌شویم» (۱۴۰۰) زن را کنشگری مسئول در عرصه سیاسی نمایش می‌دهد و نوعی مشارکت مدنی آرمانی را بازمی‌سازد. «مامان مهربونم» (۱۴۰۱) بار دیگر هویت مراقبت‌کننده را بازتولید می‌کند و نقش زن را به صورت نمادین در حفظ پیوندهای خانواده ترسیم می‌کند. «راه آینده با تو شد روشن» (۱۴۰۲) زن را در نقش مربی و تسهیل‌کننده مسیر توسعه آموزشی معرفی می‌کند. در نهایت، «دختر ایرانی» (۱۴۰۳) تصویری از آینده زن را ترسیم می‌کند که در عین بازتاب کلیشه‌های رایج، نشانه‌هایی از تغییر نگرش نسبت به الگوهای سنتی (مانند رنگ‌بندی و حذف حجاب کودک) را نیز در بر دارد؛ با این حال، جامعه آماری محدود امکان تعمیم این برداشت را فراهم نمی‌کند. علاوه بر این، تحلیل ترکیب‌بندی بصری هفت بیلبرد نیز نشان می‌دهد که ساختارهای بصری شامل رنگ، فرم، جهت نگاه، چیدمان سوژه‌ها، و روابط فضایی در شکل‌دهی هویت‌های اجتماعی زنان نقش تعیین‌کننده‌ای دارند (جدول ۹).

جدول ۹. تحلیل ترکیب‌بندی بصری در بیلبردهای میدان ولیعصر (عج) (۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳) (نگارندگان، ۱۴۰۳)

بیلبردهای میدان ولیعصر (عج) (۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳)							هویت‌های اجتماعی
دختر ایرانی (۱۴۰۳)	راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲)	مامان مهربونم (۱۴۰۱)	برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)	بامحبت سفره‌ای خالی نیست (۱۳۹۹)	با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸)	بر دامان بهشت (۱۳۹۷)	
تضاد مرکزی، رنگ صورتی غالب	مثلث‌بندی، نور از پشت، فضای باز، رنگ آبی	پس‌زمینه نقشه ایران، رنگ‌های گرم	خطوط عمودی، چینش ایستا، پس‌زمینه رنگی	تعادل نامتقارن، رنگ‌های سبز/زرد	خط مورب، رنگ‌های سرد، نورپردازی یکنواخت	تقارن، فرم‌های منحنی، رنگ‌های گرم	ترکیب‌بندی بصری
ساخت هویت خیالی آرمانی	زن در مقام مربی و هدایتگر آینده	تبدیل نقش مادر به نماد ملی	هویت فردی زن در نقش شهروند و وظیفه‌مدار	بازنمایی نقش زن و وظیفه‌شناسی زن	ساخت تصویر ایدئال‌ساز از زن توانمند	ایجاد حس امنیت و مراقبت	دلالت معنایی

در بیلبردهای ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، فرم‌های دوار، رنگ‌های گرم، تقارن، و چینش‌های احساسی، زن را در نقش‌های مراقبت‌کننده و وظیفه‌شناس تثبیت می‌کنند. از ۱۴۰۲ به بعد، الگوهای بصری به سوی ترکیب‌بندی‌های بازتر، رنگ‌های سردتر و فرم‌های انتقادی‌تر حرکت کرده و تلاش می‌کنند هویت‌هایی چون «مربی» یا «دختر مستقل» را بازنمایی کنند. این تغییر، هرچند تدریجی، بیانگر تلاش برای فاصله‌گیری محدود از الگوهای سنتی بازنمایی زن است؛ الگوهایی که در پژوهش‌های پیشین به عنوان چارچوب غالب بازنمایی جنسیتی در رسانه‌های معاصر شناسایی شده‌اند.

بر اساس این داده‌ها، باید تأکید کرد که هدف بیلبردها در برخی موارد «بازنمایی واقعیت» نیست، بلکه «پیشنهاد الگوهای مطلوب» است؛ به خصوص در حوزه مشارکت علمی یا نقش‌های توسعه‌محور. بررسی این تصاویر نشان می‌دهد که در کل دوره پنج‌ساله، نقش‌های مراقبت‌کننده و وظیفه‌شناس بیشترین حضور را دارند؛ با این حال، از ۱۴۰۲ به بعد نشانه‌هایی از تلاش برای حرکت به سوی تعریف هویت‌های جدیدتر مشاهده می‌شود. با وجود این، جامعه آماری محدود (به دلیل بالا رفتن حجم مقاله) مانع از استنتاج قطعی است و نیازمند پژوهش‌های بیشتر در این زمینه است.

## نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف تحلیل بازنمایی هویت اجتماعی زن در هفت بیلبرد نصب‌شده در میدان ولیعصر (عج) تهران طی ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳، تلاش کرد تا این بازنمایی‌ها را بر اساس سه‌گانه‌های نظریه روان‌کاوی ژاک لاکان تحلیل کند. نمونه‌ها شامل هفت بیلبرد انتخاب‌شده از هر سال یک نمونه با موضوع نقش اجتماعی زن بودند: بر دامان بهشت (۱۳۹۷)، با جوانان کارها دشوار نیست (۱۳۹۸)، بامحبت سفرهای خالی نیست (۱۳۹۹)، برای ایران به صف می‌شویم (۱۴۰۰)، مامان مهربونم (۱۴۰۱)، راه آینده با تو شد روشن (۱۴۰۲) و دختر ایرانی (۱۴۰۳). باتوجه‌به محدود بودن جامعه آماری، یافته‌ها صرفاً در همین چهارچوب قابل‌تفسیر و فاقد قابلیت تعمیم‌گسترده هستند.

بازنمایی هویت اجتماعی زن در بیلبردهای میدان ولیعصر (عج) تهران طی ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ نشان داد که این رسانه‌ها در چارچوب سه‌گانه‌های لاکانی (نظم خیالی، نمادین و واقعی) تصویر زن را نه به‌عنوان بازنمایی کامل واقعیت اجتماعی، بلکه عمدتاً در قالب الگوهای مطلوب و آرمانی بازتولید می‌کنند. در سطح نظم خیالی، اغلب تصاویر با ساختن چهره‌ای ایدئالی از زن (به‌عنوان مادر، حامی، یا نیروی محرک موفقیت) به ایجاد نوعی هویت مطلوب کمک می‌کنند. در نظم نمادین، این بیلبردها بیشتر بازتاب‌دهنده‌ی ارزش‌ها و انتظارات فرهنگی تثبیت‌شده از نقش‌های جنسیتی هستند و کمتر نقش توصیفی از واقعیت اجتماعی معاصر ایفا می‌کنند. در نظم واقعی نیز نشانه‌هایی از فقدان و شکاف میان نقش‌های آرمانی و تجربه‌های واقعی زنان دیده می‌شود؛ شکافی که خود را در نشانه‌های بصری، حالات چهره، موقعیت‌گذاری یا عناصر ترکیب‌بندی بروز می‌دهد.

این پژوهش نشان می‌دهد که بیلبردهای شهری بیش از آنکه بازتاب‌دهنده‌ی وضعیت واقعی زنان باشند، در بسیاری موارد هویت‌هایی مطلوب و ایدئالیزه شده را پیشنهاد می‌کنند. بر همین اساس، می‌توان گفت رسانه شهری در شکل‌دهی تصویری اجتماعی از هویت زن، نقشی ساختاری و جهت‌دار ایفا می‌کند؛ نقشی که ارزش‌گذارانه است و لزوماً از تجربه زیسته زنان تبعیت نمی‌کند. علاوه بر این، تحلیل ترکیب‌بندی بصری این هفت بیلبرد نشان می‌دهد که چیدمان عناصر، مقیاس، جهت خطوط و انتخاب رنگ‌ها به‌طور هدفمند برای تأکید بر نقش‌ها و هویت‌های اجتماعی زنان به‌کار رفته است. این انسجام بصری علاوه بر تقویت پیام اجتماعی، امکان درک سریع و تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب را فراهم کرده و بازنمایی هویت زن را در سطح نمادین و خیالی تقویت می‌کند.

بااین‌حال، باتوجه‌به جامعه آماری محدود (هفت بیلبرد در هر سال در طی این پنج سال)، یافته‌ها نشان‌دهنده‌ی گرایش‌های احتمالی در سیاست‌های تصویری ولیعصر (عج) تهران هستند. در این نمونه‌های محدود، مضامین مرتبط با «مراقبت»، «وظیفه‌شناسی» و «تعهد خانوادگی» بسامد بیشتری داشتند، اما به دلیل حجم کم داده‌ها نمی‌توان این الگو را به تمام بیلبردهای شهری تعمیم داد. نمونه‌هایی مانند «بیلبرد دختر ایرانی» (۱۴۰۳) می‌توانند نشان‌دهنده‌ی تلاش برای بازنمایی تصویری متفاوت از هویت زن باشند، اما این تغییر ماهیتی قطعی یا فراگیر نیست و تنها به‌عنوان نشانه‌ای اولیه قابل‌تحلیل است.

مقایسه یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات پیشین در حوزه بازنمایی زنان در رسانه‌های معاصر نشان می‌دهد که بیلبردهای میدان ولیعصر (عج) در بسیاری موارد در امتداد همان کلیشه‌های جنسیتی عمل می‌کنند؛ کلیشه‌هایی که پیش‌تر در پژوهش‌های مرتبط با تبلیغات، دیوارنگاره‌ها و رسانه‌های بصری شهری شناسایی شده‌اند. بدین ترتیب، می‌توان گفت این بیلبردها نه تنها بازنمایی تازه‌ای از هویت زن ارائه نمی‌کنند، بلکه عمدتاً به بازتولید الگوهای تثبیت‌شده در سطح نظم نمادین کمک می‌کنند.

باتوجه‌به محدودیت‌های جامعه آماری و ضرورت دستیابی به نتایج محکم‌تر، پیشنهاد می‌شود در

پژوهش‌های آتی دامنه‌ها گسترش یابد و بیلبوردهای سایر میدان‌ها و مناطق شهری نیز در دوره‌های زمانی متفاوت مورد مطالعه قرار گیرند. همچنین، انجام مطالعات تطبیقی بین دوره‌ای برای سنجش تغییرات احتمالی در سیاست‌گذاری تصویری و جهت‌گیری‌های گفتمانی نیز ضروری به نظر می‌رسد. افزون بر این، بهره‌گیری از روش‌های کیفی همچون مصاحبه با مخاطبان می‌تواند در ارزیابی ادراک واقعی و میزان اثرگذاری بیلبوردها مؤثر باشد و به غنای تحلیل‌ها کمک کند.

### فهرست منابع

- اویسی، سعیده؛ افراشی، آرزیتا و مدرسی‌تهرانی، یحیی (۱۳۹۹). «بازنمایی مفهوم زن در تبلیغات؛ رویکردی اجتماعی، معنا-نشانه‌شناختی»، مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۳، ۶۱-۹۲.
- حق‌شناس، سید جعفر (۱۳۹۰). زن در اجتماع، چاپ دوم، تهران: پژوهشکده باقرالعلوم (ع)، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
- حیدری، مهدیه و توسلی، افسانه (۱۳۹۴). زن و هنر: بازنمایی زنانه در رسانه، چاپ اول، تهران: فرهیختگان دانشگاه.
- کسرای، مردسالار و مهرورزی، پروشات (۱۳۹۶). «بازنمایی نقش اجتماعی زنان در سینمای پس از انقلاب ایران مطالعه موردی دو فیلم "یه حبه قند" و "فروشنده"»، جامعه‌پژوهی فرهنگی، سال هشتم، ۴ (۲۶)، ۱۹۲-۱۵۹.
- نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). «مؤلفه‌های پوششی تصویر زنان در دیوارنگاره‌های شهر تهران»، جامعه، فرهنگ، رسانه، سال سیزدهم، ۵۱، ۱۷۱-۱۹۷.
- نجیبی، نگار و پنجه‌باشی، الهه (۱۴۰۴). «واکاوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر زن در بیلبورد مرکزی میدان ولیعصر (عج) شهر تهران با تأکید بر پوشش زنان (محدوده: بازه زمانی ۱۳۹۷-۱۴۰۲)»، نشریه علمی فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، تیر ماه، ۱۵۳-۱۷۶.
- Evers, T. (2011). *Jacques Lacan and the concept of the 'real'* (Doctoral dissertation, Kingston University).
- Ferenc, E. R. Ó. S. (1993). Jacques Lacan, avagy a vágy tragédiája.
- Gallop, J. (2018). *Reading lacan*. Cornell University Press.
- Johnston, A. (2013). *Jacques Lacan*. Stanford Encyclopedia of Philosophy.
- Lakoff, G. (2008). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago press.
- Lacan, J. (1988). The Seminar of Jacques Lacan. *Book II: The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis/Cambridge UP*.
- McCormack, K., & Graham, M. (2024, July). "Women should just be women": Behind the words, terms, and labels of Australian women without children. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 105). Pergamon.
- Pluth, E. (2012). *Signifiers and acts: Freedom in Lacan's theory of the subject*. State University of New York Press.
- Ragland-Sullivan, E. (1982). Jacques Lacan: feminism and the problem of gender identity. *SubStance*, 11(3), 6-20.
- Schwartz, K. L., & Gözl, O. (2021). Visual propaganda at a crossroads: new techniques at Iran's Vali Asr billboard. *Visual Studies*, 36(4-5), 476-490.
- Szlávi, A. (2019). The construction of gender in Hungarian discourses.