

The Life and Times of the Iranian Women Ideological Approach to the Women's Representation on the Instagram

Mitra Shamsi 

Researcher at Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc), Tehran, Iran PhD student at faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Azam Ravadrad *

Professor of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

This study examines the visual messages Iranian women shares on Instagram in order to perceive how they are represented on the social network. The research applies John Berger's Ideological approach and considers every single picture as a report on the users' view about their personal and social identity. After an introduction about the investigated users and a general and brief evaluation of their posts, some selected pictures are analyzed based on the ideological approach. Moreover, in the conclusion, we try to connect the research findings to the existing discourses about women's role and position in Iranian society. Based on the research findings, some pictures indicate a part of female users' resistance against social pressures to be a normative woman. In return, other pictures show that some users represent themselves consonant with the common social norms and values in their visual narrative about their everyday life, and consequently reproduce and reinforce the hegemonic values of the Patriarchal system they have grown up in.

Keywords: Women, visual Representation, Social Media, Instagram, Ideological approach.

* Corresponding Author: shamsi@irandoc.ac.ir

How to Cite: Aminfard, A. (2021). The Life and Times of the Iranian Women Ideological Approach to the Women's Representation on the Instagram, *Journal of New Media Studies*, 7(26), 135-174.

زندگی و زمانه زنان ایرانی در اینستاگرام: تحلیل ایدئولوژیک عکس‌های زنان در شبکه اجتماعی اینستاگرام

استاد گروه ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ایران.

اعظم راودراد

پژوهشگر پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) و دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه تهران، ایران.

میترا شمسی

چکیده

پژوهش حاضر به واکاوی پیام‌های بصری‌ای می‌پردازد که زنان ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام به اشتراک گذاشته‌اند، با این هدف که دریابیم آن‌ها چه سیاستی را در بازنمایی خود در این شبکه دنبال می‌کنند. این واکاوی، بر اساس تحلیل ایدئولوژیک «جان برجر» صورت گرفته و در آن، به هر تصویر، به مثابه گزارشی از این موضوع نگریسته شده که یک زن هویت فردی و اجتماعی خود را چگونه تعریف می‌کند و نشان می‌دهد. در این پژوهش، پس از معرفی کاربران و ارزیابی فضای کلی تصاویرشان، چند نمونه عکس هر کاربر تحلیل شده‌است. در جمع‌بندی تصاویر کاربران کوشیده‌ایم رابطه تصاویر با گفتارهای موجود درباره زنان مشخص شود. بر اساس یافته‌های پژوهش، برخی از تصاویر زنان بر نوعی مقاومت در برابر فشارهای اجتماعی تبدیل شدن به زنی هنجارمند دلالت دارد که آن را می‌توان نشانی از بازاندیشی در هویت تعریف شده زن، و ساخت و بازنمایی هویت بر اساس انتخاب کاربران دانست. تحلیل بیشتر تصاویر نشان می‌دهد زنان در روایت بصری زندگی خود، با بازنمایی خود بر اساس هنجارهای رایج جامعه، به تقویت ارزش‌های هژمونیک نظام فرهنگی مردسالارانه‌ای می‌پردازند که در آن بالیده‌اند. آن‌ها دست به کنش‌های روایی بصری می‌زنند که موقعیت زنانگی را آن‌طور تعریف می‌کند که جامعه مطلوب می‌داند!

کلیدواژه‌ها: زنان، بازنمایی بصری، شبکه اجتماعی، اینستاگرام، تحلیل ایدئولوژی.

مقدمه

به‌عنوان اعضای دنیای مجازی شاهدیم که اینترنت فضایی ساخته که به کاربران فرصت می‌دهد با گریز از محدودیت‌های حوزه عمومی و خصوصی، به بازنمایی خود پردازند. این نمایش به‌گونه‌ای است که «پوتنام»^۱ و «میروویتز»^۲ از ورود رسانه‌های دیجیتال به اتاق‌خواب افراد صحبت می‌کنند (سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵). افراد، اکنون، به اسامی قابل جستجویی تبدیل شده‌اند که رخدادها و فعالیت‌های زندگی روزمره آن‌ها از دیدها پنهان نمی‌ماند (توسلی و جلالوند، ۱۳۹۴).

با عمومی‌شدن شبکه‌های اجتماعی^۳، به‌ویژه اقبال نسبت به شبکه‌های عکس‌محور، عکس به بخشی از زندگی روزمره تبدیل شده‌است. از راه تصاویر، هویت و سبک زندگی مان را با دیگران به اشتراک می‌گذاریم. اهمیت عکس‌های شبکه‌های اجتماعی در این است که دل‌بخوانانه و انتخابی از سوی افراد منتشر می‌شوند، و لحظه‌های مهم زندگی روزمره کاربران را از منظر خودشان روایت می‌کنند. همان‌طور که «والتر» می‌گوید، در اینترنت، افراد بر ارائه نمایشی از خود احاطه دارند و می‌توانند جنبه‌هایی از خود را حفظ، منتشر و خلق کنند که شاید در موقعیت‌های چهره به چهره ارائه آن دشوار باشد؛ پس، اینترنت بستر مناسبی برای نمایش «خود ایده‌آل» است (توسلی و جلالوند، ۱۳۹۴). «مارکوز» و «ویلیامز» می‌گویند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، به فضایی برای دست‌کاری هویت یا «خودبازنمایی انتخابی»^۴ تبدیل شده‌است (Williams, 2015 & Marquez). از دیگر سو، پژوهشگران باور دارند با اینکه افراد گاه در تولید هویت‌های آنلاین، در برابر هنجارهای موجود در جامعه نوعی هویت مقاومتی نشان می‌دهند، اما در بیشتر موارد، به بازتولید هویت‌های آفلاین می‌پردازند و رد پای هنجارها و ارزش‌های اجتماعی آن‌ها در دنیای مجازی نیز دیده می‌شود (Tiidenberg, 2015).

-
1. Putnam
 2. Meyrowitz
 3. Social networks
 4. Selective self- representation

جنسیت یکی از عناصر هویتی است که نقش مهمی در ایجاد بافتار پیام‌های اجتماعی فضای مجازی بازی می‌کند (Williams & Marquez, 2015). به همین دلیل، اکنون، فضای مجازی به یکی از عرصه‌های مطالعه زندگی و شیوه‌های زنان برای بیان خود و بازنمایی زندگی‌شان تبدیل شده است (عینی‌فر، الف، ۱۳۹۵). به نظر می‌رسد زنان ضمن تلاش برای حضور در عرصه‌های مختلف اجتماعی، در فضای مجازی نیز فعالانه حضور داشته‌اند، و در شبکه‌های اجتماعی با موج جدیدی از بازنمایی آنان روبرو هستیم. این بار، در مقایسه با وبلاگستان فارسی که زمانی بازنمای زندگی و هویت گروه‌های اجتماعی حاشیه‌ای بود، این تصاویر، و نه صرفاً کلمات، هستند که زندگی روزمره زنان را به نمایش عمومی می‌گذارند. می‌توان گفت این نخستین بار است که زنان را، حتی آنان که دارای سبک زندگی ناهم‌خوان با هنجارها و ارزش‌های سیاسی و عرفی‌اند، چنین بی‌پرده در عرصه عمومی مشاهده می‌کنیم. اهمیت این موضوع در این است که تنوع سبک زندگی زنان (و بسیاری از مردان) در رسانه‌های جریان اصلی فرصت بازنمایی کمتری داشته است. شاید به همین دلیل است که شبکه‌های اجتماعی در ایران نیز نفوذ بالایی دارند. چنین شبکه‌هایی هم در جهان و هم در ایران، زنان را بیش از مردان جذب کرده است.

پس وقت آن رسیده که پرسیم زنان در خلال تصاویری که در فضای مجازی منتشر می‌کنند، خود را چگونه بازنمایی می‌کنند؟ آیا این تصاویر نشان از بازاندیشی زنان درباره هویت و تجارب‌شان دارد و مقاومتی است در برابر فشارهای اجتماعی زنانگی، یا تصویرسازی مشابهی است از انتظار جامعه از زن و کلیشه‌های رایجی که در فرهنگ غالب، زن را تعریف می‌کند؟ در این راستا، در این پژوهش به واکاوی پیام‌های بصری می‌پردازیم که زنان در شبکه اجتماعی عکس‌محور اینستاگرام^۱ از خود به اشتراک می‌گذارند با این هدف که دریابیم آن‌ها چطور خود را در این شبکه بازنمایی می‌کنند. این واکاوی، بر اساس تحلیل ایدئولوژیک^۲ «جان برجر» (جان برگر) انجام گرفته است.

1. Instagram
2. John Berger

تحلیل ایدئولوژیک

«رویکرد ایدئولوژیک»^۱ بر روشی تأکید می‌کند که متون بصری^۲، ایدئولوژی را در برمی‌گیرند. بر اساس این رویکرد، متون را می‌توان برای نشان دادن ایده‌های ضمنی، و ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی‌ای موردِ واکاوی قرار داد که درباره جامعه و سیاست در بردارند. یک فرض بنیادینِ رویکرد این است که متنِ بصری به‌طور ساده، تولید یک مؤلف (یک نقاش یا عکاس) نیست بلکه پرتره‌ای خیالی است از جامعه، در زمانی که آن متن خاص تولید شده‌است. بنابراین تحلیل تصاویر، می‌تواند ردِ پای ارزش‌ها، ایده‌ها و باورهایی را دنبال کند که تصویر، آن‌ها را آشکار می‌کند. جان برجر از اندیشمندانی است که با این رویکرد، به تحلیل متون هنری و رسانه‌ای پرداخته‌است. در این پژوهش رویکرد او برای واکاوی تصاویر اینستاگرامی زنان به کاررفته است. این منتقد و تاریخ‌نگار فرهنگی، در دهه ۱۹۷۰ در بازاندیشی شیوه نگریستن به تصاویر و هنر مشارکت داشته و شیوه متفاوتی را برای بررسی تاریخ هنر غرب به‌ویژه از منظر تفاوت‌های طبقاتی و جنسیتی عرضه کرده است. او در کتاب «راه‌های دیدن»^۳، میان فرهنگ بصری و ایدئولوژی پیوند برقرار کرده، و دیدن را عنصری در نظر می‌گیرد که جایگاه ما را در جهان تثبیت می‌کند. برجر با برقراری ارتباط میان نقاشی با دارایی، طبقه اجتماعی و جنسیت، نتیجه می‌گیرد که ایدئولوژی با توزیع قدرت در جامعه ارتباط دارد و به همین دلیل رویکرد ایدئولوژیک، معمولاً به بررسی انتقادی روابط قدرت در جامعه می‌پردازد. او باور دارد تصاویر، به‌ویژه نقاشی، بینشی بی‌رقیب را درباره گذشته و شهادتی مستقیم را درباره جهان به ما ارائه می‌کنند. تصاویر بیش از آنکه گذشته را آشکار کنند، آن را گنگ و افسون‌زایی می‌کنند، این امر موجب بدفهمی حال نیز می‌شود. از نظر برجر، این افسون‌زایی تصادفی نیست، زیرا اقلیتی ممتاز می‌کوشد تاریخ را برای توجیه نقش طبقه حاکم، دست‌کاری کرده و مانع از آن شود که تاریخ را به‌طور روشن ببینیم. برجر قصد دارد با تغییر رویکرد ما، انتظارمان را از هنر تغییر دهد زیرا از نظر او، اکنون هنر در خدمت ستایش نظام اجتماعی کنونی و

1. Ideology

2. Visual texts

3. Ways of Seeing

اولویت‌هایش است (Howells & Negreiros, 2012)، هیچ‌گاه تأثیر سیاست و نهاد قدرت بر آثار هنری و بصری از میان نرفته است (برجر، ۱۳۹۳). برجر با برقراری پل ارتباطی میان فرهنگ کنونی و فرهنگ گذشته، می‌کوشد هم آثار هنری و رسانه‌ای را بهتر بفهمیم، هم جهان نابرابری را که به تولید آن‌ها انجامیده است (استونمن، ۱۳۹۴).

برجر در راه‌های دیدن به سیاست جنسیت^۱ هم می‌پردازد و معتقد است این موضوع در فرهنگ بصری امروز، امری پذیرفته شده است (Howells & Negreiros, 2012). او به حضور اجتماعی متفاوت زن و مرد باور دارد و معتقد است حضور مرد وابسته به قدرتی است که بر دیگران اعمال می‌کند اما حضور زن در نتیجه عدم استقلال، زیستن زیر سلطه در مکانی محدود و در اختیار مردان است (برجر، ۱۳۹۱). از نظر سنتی با زنان که برای مراقبت از مردان متولد شده‌اند، به‌مثابه ابژه‌ها و منظره‌ها برخورد می‌شود. آن‌ها از سوی مردان نگرسته می‌شوند و عادت کرده‌اند از همان زاویه نیز به خود بنگرند. به همین دلیل دائم نگران تصویر خود در برابر دیگرانند (Howells & Negreiros, 2012). زن باید مدام خود را تماشا کند و به این ترتیب، به پذیرش حضور یک ناخدا و نظارت‌شونده در وجود خود دعوت می‌شود. در نتیجه، حس زندگی در او از راه حس تأییدطلبی از دیگران تغذیه می‌شود (برجر، ۱۳۹۱).

از نظر برجر، تاریخ هنر این نابرابری‌های اجتماعی جنسیتی را آشکار می‌کند؛ شیوه بازنمایی زنان در نقاشی‌ها بر روش نابرابری دلالت دارد که در جامعه با زنان برخورد می‌شود (Howells & Negreiros, 2012). از نظر برجر، فرم هنر عریانی^۲ اروپایی که در آن نقاش یا مالک نقاشی مرد و موضوع نقاشی زن است، سیاست جنسیتی‌ای را به‌خوبی به نمایش می‌گذارد که در آن، مرد نظاره‌گر است و زن نظاره‌شونده (موضوع دیدن). این روابط نابرابر در فرهنگ ما ریشه دوانده و ناخودآگاه ما را شکل می‌دهد. رفتارها و ارزش‌های تغذیه‌کننده سنت، از راه رسانه‌ها و فرم‌های هنری چون تبلیغات، روزنامه‌نگاری و تلویزیون دنبال می‌شوند. در نتیجه، روش اساسی دیدن زنان و استفاده از تصاویر آنان

1. Gender Politics

2. Nude Art

تغییر نکرده‌است. زنان به شکلی متفاوتی با مردان نمایش داده می‌شوند زیرا مرد همچنان تماشاگر ایده‌آل فرض می‌شود و تصویر زن برای خوشایند او طراحی می‌شود (برجر، ۱۳۹۳).

عکاسی

به اعتقاد برجر، اختراع دوربین نه تنها موضوع دیدن ما را تغییر داده، بلکه موجب تغییر در روش دیدن مان نیز شده است. اهمیت عکس در تحلیل ایدئولوژیک از این منظر است که عکس نیز (حتی عکس‌های خانوادگی)، گونه‌ای از دیدن را تجسم می‌بخشد و گزارشی مکانیکی نیست، بلکه گزارش از شی یا منظره‌ای است که عکاس آن را از میان بی‌نهایت منظره ممکن گزینش کرده‌است. روش دیدن عکاس در گزینش موضوع از سوی او بازتاب می‌یابد (برجر، ۱۳۹۱).

با تحول عکاسی و از بین رفتن تازگی آن، جهانی بصری در برابر چشمان ما گشوده شده، به گونه‌ای که اکنون تماشای عکس بخشی از زندگی روزمره ماست (Howells & Negreiros, 2012). اکنون دیگر از دوره پسا عکاسی صحبت می‌شود که معرف تحولی در فن‌آوری الکترونیکی و تأثیر آن بر عکاسی (ثبت، دست‌کاری و ذخیره تصاویر) است. فرهنگ تصویری ما، متأثر از این انقلاب در فن‌آوری، و پیامدهای آن برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان تصویر است (روبینز، ۱۳۸۲). اهمیت عکس در زندگی روزمره به دنبال عمومی شدن شبکه‌های اجتماعی عکس‌محور، دوچندان شده، به گونه‌ای که گاهی تجربه‌ها را برای اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی ثبت می‌کنیم.

عکاسی و اینستاگرام

محبوبیت شبکه‌های اجتماعی در این است که اجازه تجربه هم‌زمان «تولید- مصرف»^۱ را به کاربران می‌دهند (Williams & Marquez, 2015). شبکه‌های عکس‌محور که مردم در آن‌ها لحظه‌های زندگی خود را ثبت می‌کنند، در این تجربه جایگاه ویژه‌ای دارند. از این

1. Prosumption (production+consumption)

میان، اینستاگرام سریع‌ترین رشد را در جهان داشته، به گونه‌ای که بر اساس گزارش مرکز پژوهش پیو، ۲۸ درصد بزرگ‌سالان تجربه کاربری آن را داشته‌اند. ایده اینستاگرام، به اشتراک‌گذاری ویدئو و عکس با استفاده از هشتک (برای برجسب‌زنی و بازیابی تصاویر) است و امکانات آن برای ویرایش تصاویر (مانند تغییر کیفیت، امکان فیلتر، ویرایش و زیباسازی چهره)، این شبکه را متمایز می‌کند. این تحولات، در کنار برخی تغییرات و نیازهای اجتماعی، مانند خودشیفتگی، کنجکاوی درباره زندگی دیگران، میل به محبوبیت، نیاز به حس تعلق، و خوداظهاری، که «بریانت» و «شلدون» آن‌ها را انگیزه‌های کاربری اینستاگرام می‌دانند، به علاقه کاربران به این شبکه انجامیده است (Sheldon & Bryant, 2016). اکنون کاربران از عکس به عنوان رسانه‌ای برای نمایش خود استفاده می‌کنند و از راه آن، در کنشی متقابل، هویشان را برمی‌سازند (سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵). «مارویچ» و «بوید» در توصیف فرایند کنونی به اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی می‌نویسند کاربران، محتوا تولید می‌کنند و آن را بی‌درنگ در معرض نقد و مذاکره با دوستان و دنبال‌کنندگان^۱ قرار می‌دهند. رسانه‌های اجتماعی تأثیر سپهر عمومی را دوچندان می‌کنند، لایک‌ها و کامنت‌ها مفهوم خودستاره‌پنداری^۲ کاربر را شعله‌ور می‌کنند، آن‌ها می‌آموزند که چگونه می‌توانند از تمرین نیمه‌ستاره‌بودن برای جلب مخاطب استفاده کنند (Marwick & boyd, 2016).

به همین دلیل است که عکاسی در عصر اینستاگرام می‌تواند بستر جذاب و پرباری باشد برای پژوهشگران دارای رویکرد ایدئولوژیک. «استونمن»^۳ در این باره می‌نویسد اگرچه ابزار انتقال‌دهنده عکس‌ها جدید است، روابط اجتماعی در پس آن‌ها، یادآور همان شیوه‌های قدیمی است. عکس‌های اینستاگرام، مانند نقاشی‌های رنگ‌روغن توجهات را به جایگاه و وجهه افراد جلب می‌کنند (استونمن، ۱۳۹۴). «هاولز» می‌گوید، عکس‌ها مانند هنرهای زیبا، در برابر تفسیر ایدئولوژیک گشوده‌اند، در واقع بخشی از راه‌های نگرستن برجر به معنای فرم‌های عکاسانه اختصاص دارد. اگرچه برجر بیشتر دغدغه طبقه، دارایی و

1. Followers
2. Self-celebration
3. Stoneman

جنسیت را داشت، می‌توان از عکس به‌عنوان شاهد بصری نگرش اجتماعی درباره هر چیزی، از نژاد گرفته تا هویت ملی و دینی بهره برد. البته باید در نظر داشت که عکاسی درون بافتاری اجتماعی رخ می‌دهد و محتوای ایدئولوژیک عکس می‌تواند محصول عکاس، گروه اجتماعی یا حتی مفسر باشد (Howells & Negreiros, 2012).

زنان در اینستاگرام

پژوهش‌های مرکز پیو نشان می‌دهد زنان، در مقایسه با مردان، در شبکه‌های اجتماعی کاربران فعال‌تری هستند. گرچه فاصله جنسیتی کاربری در حال کاهش است، اما همچنان تمایز جنسیتی در بعضی از شبکه‌ها آشکار است. بر اساس گزارش پیو، اکنون در پین‌ترست، فیس‌بوک و اینستاگرام، زنان از مردان فعال‌ترند و بر اساس آمار جهانی آپادیتا^۱، ۶۸ درصد کاربران اینستاگرام را تشکیل می‌دهند (عینی‌فر، الف، ۱۳۹۵).

بر اساس رویکرد ایدئولوژیک، جنسیت در کنار دیگر ویژگی‌های هویتی چون نژاد، نقش مهمی در ایجاد بافتار پیام‌های اجتماعی از جمله پیام‌های با واسطه رسانه بازی می‌کند. مارویچ و بوید نیز که فرایند به‌اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی را نوعی بازتولید تجربه به مثابه فرایند معناسازی می‌دانند، باور دارند جنسیت در شیوه‌ای که تجربه مصرف و تولید می‌شود، نقش برجسته‌ای بازی می‌کند (Marwick & boyd, 2016). مارکوز و ویلیامز نیز در مطالعه و تحلیل تولید و مصرف سلفی‌ها^۲، سلفی را ابزار تولید و مصرف هویت جنسیتی و نژادی دانسته و می‌نویسند در تصاویر سلفی که کاربران در شبکه‌های اجتماعی به‌اشتراک می‌گذارند، معمولاً ایفای نقش جنسیت از سوی دیگر کاربران کنترل می‌شود. جنسیت نقشی بنیادی را در تمایز فضاها در عرصه عمومی و خصوصی، آنلاین و آفلاین، بازی می‌کند (Williams & Marquez, 2015). «تیدنبرگ» معتقد است در شبکه‌های مجازی شاهد مجموعه متفاوتی از کنش‌ها و هنجارهای کلیشه‌ای بر اساس جنسیت کاربران هستیم که دوگانه زن/مرد دگرجنس‌خواه را تقویت می‌کند. این

1. Appdata

2. Selfies

امر مبنی بر این انگاره است که تفاوت در کنش‌های مردان و زنان ناشی از طبیعت جنسیت آن‌ها بوده، و اکتسابی نیست. تیدنبرگ معتقد است به پشتوانه میراث پژوهشی می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های اینستاگرام با اجراهای شادمانه و بازتولید ایدئولوژی‌های مسلط همخوانی دارد. بعید است سنت «عکس‌های آبی» و «اقتصاد لایک کن، لایک شوی» اینستاگرام، مقاومت را در میان کاربران تشویق کند، به‌ویژه در جوامعی که شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مشوق «زنانگی هنجارمند» است و دیگر نیروهای اجتماعی مانند مصرف‌گرایی و فرهنگ ستارگی، این تعریف غالب را تقویت می‌کنند (Tiidenberg, 2015). البته پژوهشی با عنوان «مطالعه شیوه‌های خودابرازی زنان با عکس در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی اینستاگرام)»، رویکرد متفاوتی دارد و فعالیت زنان ایرانی در شبکه‌های اجتماعی را با عوامل اجتماعی چون فردی شدن، تغییر نقش زنان، تأثیر فن‌آوری و رسانه‌ای شدن، مصرفی شدن و اهمیت اشیا، مرتبط دانسته و ارائه روایت روزمره زندگی زنان را نوعی تلاش زنانه برای تغییر سلطه مردسالاری بر جامعه ایران تفسیر می‌کند (عینی‌فر، ۱۳۹۵).

گفتمان‌های موجود درباره زنان در ایران

تحلیل ایدئولوژیک عکس، نیازمند توجه به بافت اجتماعی و سیاسی عکس است. برای پرداختن به پرسش اصلی این پژوهش، درباره اینکه آیا سیاست بازنمایی زنان در اینستاگرام نوعی بازاندیشی در گفتمان حاکم درباره آن‌ها را نشان می‌دهد یا بازتولید آن است، لازم است گفتمان‌های موجود در ایران درباره زنان را مرور کنیم. پرداختن به همه این دیدگاه‌ها در جامعه فراتر از کار پژوهش است، پس در اینجا صرفاً با مروری اجمالی بر بحث‌های حوزه روشنفکری و دانشگاهی کشور، می‌کوشیم برخی گرایش‌ها و دیدگاه‌های اصلی را معرفی کنیم. پژوهشگران، هرچند با نادیده‌انگاری برخی تفاوت‌ها، این دیدگاه‌ها را در دو گونه گفتمانی سنتی و مدرن تقسیم می‌کنند:

۱. گفتمان‌های سنتی، متضمن تأکید بر نقش دین سنتی، و الگوی سنتی و عرفی درباره نقش زن در جامعه هستند. برخی عناصر برجسته این گفتمان به‌عنوان مبنای شکل‌دهی به مؤلفه‌های عینی‌تر گفتمان سنتی و همچنین شاخص ارزیابی زنان به این شرح است:

- پذیرش روابط قدرت در خانواده پدرسالار؛
- تأکید بر تفاوت‌های جسمی و روانی جنسیتی؛
- تقسیم کار تخطی‌ناپذیر میان مرد (نان‌آور) و زن (خانه‌دار)؛
- تأکید تقدس‌آمیز بر نقش مادری و همسری، و اهمیت فرزندآوری؛
- تعریف محیط اجتماعی به‌عنوان محیط مردانه و اولویت‌بخشی به حضور زن در محیط خانواده، و ... (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳؛ سراج‌زاده و دیگران، ۱۳۹۱؛ کاشی و ستوده، ۱۳۹۲؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۹۱).

۲. گفتمان‌های مدرن با رویکرد متفاوت به نقش زنان، و نیز تأکید بر ستم تاریخی علیه آنان شناسایی می‌شوند که می‌توان دو دسته از آن‌ها را زیر عنوان گفتمان فمینیستی و گفتمان روشنفکری دینی متمایز کرد:

- نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلفی که زیر چتر فمینیسم قرار می‌گیرند، می‌کوشند توصیفی از نابرابری‌های جنسیتی علیه زنان ارائه کنند و همچنین، با تبیین علل و پیامدهای آن، راهبردی برای رهایی زنان از قید ساختارهای پدرسالارانه پیدا کنند (تانگ، ۱۳۹۳). در این‌گونه تأثیرگذار در دوره معاصر ایران، استیفای حقوق از دست‌رفته زنان دنبال می‌شود (کوثری و تفرشی، ۱۳۹۵؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۹۱).

- گفتمان روشنفکری دینی تلاش برای تلفیق سنت و مدرنیته است که می‌خواهد زنان سنتی را در فرایندهای مدرن مانند اشتغال، تحصیل و مشارکت اجتماعی مشارکت دهد. به‌رغم تناقضات عقیدتی این گفتمان، نمی‌توان تأثیر آن را بر مشارکت زنان در عرصه‌های اجتماعی، به‌ویژه در خاورمیانه انکار کرد. از این‌رو، برخی آن را دسته‌ای و رای گونه‌های سنتی و مدرن دسته‌بندی می‌کنند (کاشی و ستوده، ۱۳۹۲؛ فاتحی و اخلاصی، ۱۳۹۱).

به نظر می‌رسد می‌توان گفت‌مان سنتی را دیدگاه رسمی و عرفی حاکم در جامعه ایران دانست، هرچند تغییرات اجتماعی سال‌های اخیر، این گفت‌مان را به خودبازنگری محدودی وادار کرده و از قدرت انحصاری پیشین آن کاسته است. بر این اساس، اکنون جایگاهی هم برای گفت‌مان‌های مدرن‌تر در رویکرد به زنان و جایگاه اجتماعی آنان دیده می‌شود.

روش پژوهش

در این پژوهش تصاویر به‌اشتراک گذاشته‌شده از سوی زنان ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام با روش تحلیل ایدئولوژیکِ برجر مطالعه شده است. این روش، نوعی تحلیل بصری است که آثار هنری و رسانه‌ای چون عکس را بازنمایی از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی حاکم می‌داند و برای درک آن‌ها با توجه به معنای سیاسی و اجتماعی‌شان می‌کوشد (استونمن، ۱۳۹۴). بر اساس رویکرد برجر، هر تصویر، منظره‌ای بازآفرینی و بازتولیدشده است که دیدگاهی را تجسم می‌بخشد. از آنجاکه یک عکس، گزینشی از سوی عکاس از میان بی‌نهایت منظره ممکن است، موضوع گزینش‌شده، روش دیدن عکاس را بازتاب می‌دهد (برجر، ۱۳۹۳). برای فهم ایدئولوژیک متون بصری و رسانه‌ای باید به چیزی گسترده‌تر از محتوای درونی متون نگریست؛ چنین رویکردی، تحلیلی سه‌بخشی را دربرمی‌گیرد: فهم شرایط تاریخی و اجتماعی که متن در آن تولیدشده، شیوه‌ای که متن از سوی مردم دریافت می‌شود و تحلیل نزدیک متن. در چنین تحلیلی معمولاً، عکاس و مهم‌تر از آن، تماشاگر نیز به‌عنوان شخصیتی حیاتی در نظر گرفته خواهد شد (Howells & Negreiros, 2012).

در پژوهش حاضر به توصیف و واکاوی عکس‌ها برای آشکار کردن ارزش‌ها، ایده‌ها و مفروض‌های اجتماعی‌ای پرداخته‌ایم که به‌صورت تلویحی درباره زنان دارند. هر تصویر، گزارشی از این موضوع در نظر گرفته شده که یک زن هویت فردی و اجتماعی خود را چگونه می‌بیند و به دیگران نشان می‌دهد. برای واکاوی عکس‌ها، از محتوای آن‌ها شامل اشیای موجود در کادر، فضا، چهره افراد، پوشش، حالات بدن و ژست‌ها،

رنگ‌بندی، چیدمان و عناصر فنی‌تر مانند زاویه دوربین، نور، سایه‌روشن، فیلترها و ... استفاده شده‌است.

انتخاب کاربران اینستاگرام، با روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شده‌است و کوشیده‌ایم کاربران انتخابی ویژگی‌های اجتماعی، سبک زندگی و فعالیت‌های متفاوتی داشته باشند. با توجه به لزوم در نظر گرفتن بافتار عکس در رویکرد ایدئولوژیک، انتخاب ۴ کاربر نهایی، از راه مراجعه به فهرست دنبال‌شوندگان پژوهشگران و بهره‌گیری از آشنایی نسبی مجازی با آن‌ها انجام شده‌است. در انتخاب کاربران چند ملاحظه دنبال شده است: عمومی بودن صفحه، عضویت دست‌کم یک‌ساله و اشتراک‌گذاری دست‌کم صد عکس، قابل توجه بودن شمار دنبال‌کنندگان، و انتشار تصاویر متنوع از کاربر و زندگی روزمره‌اش در صفحه وی. پس از معرفی هر کاربر، به ارزیابی فضای کلی تصاویر آن‌ها پرداخته‌ایم. سپس دو نمونه عکس آخر هر کاربر را، به شرطی که خود در آن حضور داشته باشد (در مجموع ۸ عکس)، تحلیل و واکاوی کرده‌ایم. در جمع‌بندی تصاویر کوشیده‌ایم رابطه آن‌ها را با گفتمان‌های موجود درباره زنان مشخص کنیم. همچنین با توجه به اینکه تحلیل ایدئولوژیک نیازمند پرداختن به دریافت مخاطبان از محتوای بصری است، کوشیده‌ایم دریافت دنبال‌کنندگان را نیز با مراجعه به نظرات ثبت‌شده بر روی هر تصویر موردبررسی قرار دهیم.

برای پایبندی به اخلاق پژوهش، تنها تصاویر کاربرانی در این مطالعه بررسی شده که پروفایل آن‌ها عمومی بوده‌است. همچنین، برای رعایت حریم خصوصی و جلوگیری از شناسایی کاربران، شناسه کاربری آن‌ها تغییر یافته و چهره‌ها در تصاویر محو شده‌است.

یافته‌ها

۱. الف

معرفی: «الف» بر اساس بخش زندگی‌نامه اینستاگرامش، «از حال خوب» مشتری‌ها عکاسی می‌کند. متأهل است و نواختن ویالونسل، کتاب‌خواندن، نگهداری از گیاهان، و

وقت گذرانی با دوستان و همسر، جزو علاقه‌مندی‌هایش است. او ۱۰۶ هزار دنبال‌کننده دارد.

ارزیابی کلی: عکس‌های الف را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد؛ (۱) نمونه عکس‌های حرفه‌ای از مشتری‌ها که برای تبلیغ منتشر می‌کند، (۲) عکس‌هایی که از دوستان، طبیعت، و اشیای بی‌جان می‌گیرد؛ و (۳) عکس‌های شخصی و دونفره که اغلب در خانه گرفته شده‌است. حس اولیه ناشی از مواجهه با این عکس‌ها، مفاهیمی چون خوشبختی، آرامش، رضایت، رفاه و عشق است که الف برای معرفی خود از آن‌ها استفاده کرده‌است: «آروم. راضی. خوشبخت»!

تحلیل عکس‌های الف



شرح عکس الف ۱: یکی از همین روزهای تابستان بود. اون ساعت‌های بعد از صبحانه ی دیروقت و نهاری که قرار بود زود و دور هم و تو حیاط آماده و خورده و نموم شه. اون ساعت‌هایی که هر کس به گوشه ی آرومی و اسه خودش دست و پا می‌کنه و ساکت و بواش سر می‌کنه. قشنگ‌ترین گوشه ی خونه نصب شده بود، زیر نور نازکی که پشه‌ها رو راهی بهش نبود و باد خوش خیرام و ملایم از لای شاخه‌های درخت ازگیل می‌گذشت و دستی به پنجره ی چوبی می‌کشید و رو صورت ما می‌نشست. حالا، تو مطب دکتر، زمان سالانه سلامت می‌گذره و من گالری موبایل رو بی حوصله ورق می‌زنم. به این عکس می‌رسم و نم اون روز خوب حالمو خوب می‌کنه. به خودم می‌گم همینه دیگه، زندگی همین نوار قلبی بودنش قشنگه! بری بالا، سُر بخوری بیای پایین.. باز بری بالا.. آخیش بگی.. و زنده باشی 🌸

تحلیل عکس الف ۱: عکس، خلوت دونفره‌ای را در ظهري تابستانی، در خانه‌ای ویلایی زیر پشه‌بند به تصویر می‌کشد. الف و همسرش در این تصویر کتاب می‌خوانند و عاشقانه به هم می‌نگرند. زاویه دوربین به گونه‌ای است که گویی بینندگان از گوشه دری باز به صورت اتفاقی، به لحظه صمیمی زوجی می‌نگرند. نگاه دقیق‌تر دو نکته را نشان می‌دهد: اول، ساختگی بودن این لحظه؛ گرچه ظاهراً سوژه‌های عکس به حضور دوربین بی‌توجه‌اند، اما نورپردازی، صحنه‌آرایی، نوع پوشش و ژست سوژه‌ها، نشان از برنامه‌ریزی شده بودن عکس دارد. بر اساس شرح عکس، الف در مطب پزشک یک‌باره این عکس را از میان گالری موبایلش منتشر کرده‌است. در شرح نیامده که عکس با دوربین حرفه‌ای گرفته شده، و بعد از ویرایش، منتشر شده‌است. دوم، استفاده از المان‌های سنتی برای بازتولید رابطه عاشقانه؛ حضور عناصری چون تخت‌خواب، پنجره رو به باغ، توری لطیف که فضایی محدود و شخصی را می‌سازد و ژستی عاشقانه، که همگی در جهت به تصویر کشیدن یک لحظه عاشقانه و آرام به کار گرفته شده‌اند!

بیش از ۹ هزار نفر عکس را پسندیده‌اند، ۲۰۹ نظر هم بر آن ثبت شده که اغلب به تحسین آرامش و حال خوبی پرداخته‌اند که تصاویر الف انتقال می‌دهند. دنبال‌کنندگان، عکس را با کلماتی چون باصفا، دل‌نشین، عاشقانه، آرامش‌بخش، و نوازش‌گر روح توصیف کرده‌اند. برخی ضمن تحسین لطافت و بی‌نظیر بودن این اینستاگرام، برای او آرزوی سلامتی و تداوم حال خوش کرده‌اند. برخی دیگر آرزو کرده‌اند حال، یا سبک زندگی مشابهی را تجربه کنند.

خیلی قشنگی خیلی ادم فك
میکنه پاشم زندگی کنم بسه این کاری که تا حالا
کردم 🍀🍀🍀🍀🍀

207w 1 like Reply

اچه تو چقدر خوبی... خیلی از
عکسات و متنه‌اش حال خوبی پیدا میکنم... انگار
یه نوستالژی برام توش هس... مخصوصا این پشه
بند و اون قاب چوبی پنجره و اون درخت ازگیل تو
حیاط 🍀🍀🍀🍀🍀

206w Reply



شرح عکس الف ۲: دیشب، خیلی اتفاقی، جایی که برقی رفته بود و معازه ها بسته بود همدیگرو دیدیم. بعل بعل دلتنگ هم بودیم. دلتنگی...حسی که از همون لحظه تا حالا سنگین شده رو دلم.. برای خیلی خیلی آدم های عزیز عزیز، که نمی دونم بار آخری که گوشیم رو برای گرفتن شمارشون و شنیدن صحبت صدانشون دستم گرفتم کی بوده...نمی دونم آخرین باری که محکم و گرم تو پنلم گرفتم و شنیدن که می گفتم چقدر از دیدنشون خوشحالم، دقیقاً چند روز و ماه و سال گذشته. من آدم نیلی بودم تو دوستی و ارتباط، ولی از اون روز که دلخوش به شکلک ها و قلب های رنگ و وارنگ تلگرام، به بابا و مامانم کمتر زنگ زدم، به خواهرام کمتر سر زدم، تولد دوستای قدیمیم رو از پیام های رسمی بقیه بهشون به یاد آوردم دیگه کار از نیلی گذشت، بد شدم. کجای اینستاگرام و تلگرام، لذت سرد شدن بجای وقت شنیدن قصه های هم، کنار هم رو داشت و داره که دو دستی بخیبیدیم که بره؟ شوق و ذوق و هول و ولای به عبورونه ی ساده برای دور هم بودن رو چی؟ گوشه رو برداریم و بجای بی اختیار باز کردن مربع صورتی، روی اون آدمکی کلیک کنیم که سفیده و همه ی شماره ها رو تو سینه ش داره، تلفن رو برداریم و شماره بگیریم: بگیریم؛ الو، سلام. بشنوم؛ وای سلام. چه خوشحالم از شنیدن صدات. بگیریم؛ همیشه به یادتم. خیلی وقت بود می خواستم زنگ بزنم، نمی شد...دلم برات تنگ شده.

عکس الف ۲: در این عکس الف در کنار زن جوان دیگری مشغول صرف غذاست. هیچ یک به دوربین نگاه نمی کنند، گویی عکس اتفاقی گرفته شده. با اینکه عناصر صحنه، ساده، خودمانی و دور از تجملات اند، به ساختگی بودن لحظه ای که عکس آن را نمایش می دهد، پی می بریم. آراستگی موها و آرایش صورت های پرلبخند سوژه ها، حس ظریفی از آرامش و خوشبختی را القا می کنند. سوژه هایی که اصرار دارند برشی از زندگی و حال

خوب خود را به نمایش دریاورند، شبیه شخصیت‌های تئاترند که کادر، صحنه نمایش آن‌هاست. همه چیز آماده است، زنانی زیبا، صحنه‌ای با آکسسواری از پیش معین، ظروف و مبلمانی ساده، میز با رومیزی و ظرف‌های گلدار، و مقداری لباس بر لبه مبل. گویی موسیقی متن لحظه‌ای قطع شده و بازیگران بی حرکت ایستاده‌اند. پشت سر الف و دوستش، یک تابلوی نقاشی قرار دارد که زنانی روستایی را به تصویر کشیده که روی زمین کار می‌کنند. گویی این تابلو با سوژه‌های عکس نوعی تضاد و تناقض ایجاد کرده و زنان ساده روستایی در مقابل دختران شهری، آراسته و مدرن قرار گرفته‌اند. اگرچه این عکس در پی ثبت و نمایش صمیمیت و دوستی زنانه است، گویی بیشتر تلاشی دارد این صمیمیت را بسازد!

روی این عکس ۱۶۶ نفر نظر گذاشته‌اند که شمار زیادی از آن‌ها به توصیه الف برای تماس گرفتن با عزیزانشان لیکک گفته‌اند. برخی نیز اظهار دل‌تنگی کرده‌اند که به دلیل فاصله یا مرگ، از عزیزانشان جدا شده‌اند. بقیه کامنت‌ها، تحسین تصویر و شرح آن، و تمجید لطافت طبع، و زیبایی الف است. در مقابل، الف نیز تقریباً از همه کامنت‌ها با عباراتی صمیمی و مهربانانه تشکر کرده، و به قربان صدقه کاربران پرداخته است: «ای عزیزم! ... قشنگ تویی و خنده‌ی از ته دلت!»

ندیده دل‌تنگم عزیزم، بی نهایت دوست دارم و از لبخندت الهام زندگی می‌گیرم 🥰

منم الان دارم میرم به دیدن سه تا دوسته ناب، از یه شهر دیگه زدم ک برم امشب و ک بعد کنکور شونه باهاشون خوب باشم و خوب باشن و از دیدن هم حالمون خوب باشه 🥰💕

جمع بندی

عناصری که در عکس‌های الف وجود دارد، مانند استفاده از فیلترهای ملایم، رنگ‌های متنوع و سایه‌روشن‌های ملایم، لباس‌های رنگارنگ، ژست‌های پر عشق و لبخند، کاربرد اشیای آرامش‌بخشی چون ساز، کتاب، و گل احساس فراغت، آرامش و خوشبختی را به مخاطب القا می‌کند. این نمایش خوشبختی از راه عکاسی برنامه‌ریزی شده و فضای بازسازی شده صورت می‌گیرد. به نظر می‌رسد عکاس، به‌ویژه در مورد عکس‌هایی که خود در آن‌ها حضور دارد، تلاش می‌کند بگوید که آن ثبت و محبوس شده در کادر، لحظه‌ای

طبیعی و معمولی از جریان زندگی روزمره است و عکس بدون آگاهی سوژه‌ها، از «حال خوب» آن‌ها گرفته شده! درحالی‌که بیشتر عکس‌ها به صورت حرفه‌ای گرفته شده‌اند. تصاویر الف جنبه تبلیغاتی دارند، گرچه پنهان نمی‌کند که به دنبال جلب مشتری عکاسی است اما به نظر می‌رسد در عکس‌های خود، در حال ارائه تعریفی از خوشبختی یا تصویری از حال خوب و آرامش است، و به دنبال جذب مشتریان چنین سبکی از زندگی! عکس‌ها بیش از همه یادآور توصیف برجر درباره تبلیغات است: «تبلیغات از راه نشان دادن افرادی که ظاهراً تغییر شکل داده‌اند و در نتیجه حسادت برانگیزند، ما را به چنین تغییر شکلی ترغیب می‌نمایند» (برجر، ۱۳۹۳).

از دیگر سو، الف در عکس‌ها، حال خوب و خوشبختی را در چهاردیواری خانه تعریف می‌کند؛ عکس‌های انگشت‌شماری از او در فضای کاری یا اجتماعی می‌بینیم، گویی خوشبختی در خانه‌ای آراسته، کنار همسر و در فضای خانوادگی معنا می‌یابد. الف با آنکه تصویر دختری مدرن از خود ارائه می‌کند، گویی در حال بازتولید کلیشه‌های سنتی از زن نیز هست، کسی که تنها در چارچوب خانه آرامش می‌یابد! همچنین لوکیشن عکس‌ها این احساس را به بیننده القا می‌کند که گویی از پنجره‌ای، یواشکی و به زندگی شخصی و لحظه‌های خصوصی زوجی خیره شده است که عاشقانه به هم می‌نگرند، کتاب می‌خوانند، همدیگر را می‌بوسند و می‌خندند؛ یک عاشقانه کلاسیک و هم‌خوان با تصویری که گفتمان سنتی از زن و مرد، تقسیم‌کار و عشق تعریف می‌کند!

به نظر می‌رسد فالورهای الف نیز نه تنها «حال خوب» عکس‌های وی را درک، و تحسین می‌کنند، بلکه خریدار تعریف وی از خوشبختی هستند، و الف را در راه تملک این خوشبختی الهام‌بخش یافته‌اند. در تعامل ایجاد شده میان الف و کاربران عمدتاً زن او در قالب کامنت‌ها، گفت‌وگویی صمیمی شکل گرفته در راستای تحسین یک‌دیگر و تشدید «حال خوب»!

۲. میم


معرفی: میم، دارای بیش از ۳۱ هزار دنبال‌کننده، دانش آموخته انسان‌شناسی است و خود را «مسافر، بلاگر، مشاهده‌گر و نویسنده» می‌نامد! سفر، مهم‌ترین علاقه‌مندی و بخشی از حرفه میم است. بخش زیادی از سفرهایش در ایران و خارج، به شیوه هیچهایک^۱ انجام می‌شود؛ او دغدغه‌های اجتماعی دارد، از جمله، پس از رد شدن درخواست ویزایش از سوی سفارت انگلستان، پویشی اعتراضی علیه محدودیت ارائه ویزا به ایرانیان راه انداخت که به بیانیه وزارت امور خارجه ایران در این باره منتهی شد.

ارزیابی کلی: عکس‌های میم را می‌توان به دودسته تقسیم کرد: (۱) شرح تصویری سفرهایش، و (۲) عکس‌هایی از خودش که از سوی همسفران یا دوستان عکاسش، گرفته شده است. از خلال تصاویر اینستاگرامی میم، داستان زندگی و سفرهای متفاوتش را می‌خوانیم، اینکه در سفر با کسانی که نمی‌شناسد، همراه می‌شود و خطر می‌کند. او همچنین از مسائل و خطرات تنها سفر کردن، هیچهایک و کوله‌گردی، به‌ویژه برای زنان می‌نویسد و آن‌ها را تشویق می‌کند ترس‌های خود را کنار گذاشته و پا به جاده بگذارند!

۱. گونه‌ای سفر که مسافر با رانندگان جاده، همراه می‌شود و معمولاً هزینه‌ای برای حمل و نقل نمی‌پردازد. هدف از این همراهی، در کنار صرفه‌جویی در هزینه، همراه شدن با آدم‌های مختلف و شنیدن داستان‌های آنهاست!

تحلیل عکس‌های میم



شرح عکس میم ۱: آخرین چیزی که می‌تونستم حدس بزنم این بود که امسال، روز تولدم #سن_پترزبورگ باشم  به پیشنهاد ازدواج هم داشتم که متأسفانه چون داماد زنجیر شده بود مجبور شدم رد کنم (.)

عکس میم ۱: این عکس میم را در سن پترزبورگ و دست در دست مجسمه‌ای نشان می‌دهد؛ طوری مقابل دوربین ژست گرفته که گویی دست معشوقی را در دست دارد که برای خواستگاری در مقابلش زانوده. این صحنه عاشقانه را ۴,۵ هزار نفر پسندیده‌اند! ظاهر میم در این عکس آراسته‌تر از تیپ معمول سفرهایش است؛ ژستش همراه با

عشوه‌گری، و البته در حال بازسازی موقعیتی نمایشی و طنزآمیز است. فضای معمول عکس‌های او در اینستاگرام، تصویر دختری را نشان می‌دهد که در وضعیت تجرد، زندگی کامل و بی‌نقصی دارد، اما در این عکس و شرح آن، به طنز خود را دختری مجرد و ابراهای برای انتخاب‌شدن معرفی می‌کند. این تصویر ساختگی و نمایشی، کلیشه‌های سنتی درباره ازدواج را هم‌زمان بازتولید، و مسخره می‌کند.

بیشتر ۲۱۳ کامنت این پست، پیام تبریک تولدمیم است، که هم‌زمان او را به خاطر زیبایی، شجاعت، خلاق، باحال و اهل سفر بودن ستوده‌اند، و برایش آرزوی سفرهای بیشتری کرده‌اند. چند تن از کاربران زن، جسارتمیم را الهام‌بخش دانسته‌اند، و نوشته‌اند که برای سفر رفتن تحت تأثیرش قرار گرفته‌اند. شماری از فالورها که به نسبتی تقریباً مساوی زن و مرد هستند، درباره پیشنهاد ازدواج شوخی کرده‌اند، و به میم پیشنهاد داده‌اند آن را قبول کند. در میان کامنت‌ها، پرسش‌هایی درباره سفرش نیز دیده می‌شود.



تولدت مبارک عشق من شجاع []
و متفاوت من بهت افتخار میکنم دختر سرزمین
من چون جرات اینو داری طوری که دلت میخواهد
زندگی کنی تو هر روز صبح متولد میشی تو هر روز
روز تولدته



تولدت مبارک، خواستگارتم خیلی []
هم خوبه، خوبیش اینه که زنجیر شده کاملاً تحت
کنترلرله 🍷🍷🍷🍰🍰🍰💕💕🌟🌟



شرح عکس میم ۲: اتفاق هیجان‌انگیزی افتاده! شرکت مسافرتی #مارکوپولو، تصمیم گرفته من رو به عنوان travel blogger و اینفلوئنسر بفرسته روسیه، تا اونجا از #تورروسیه و دیدنی‌های #مسکو و #سن پترزبورگ براتون تعریف کنم. فکر می‌کنم این اولین باره در ایران که به شرکت مسافرتی چنین اقدام جسورانه و هوشمندانه‌ای، در زمینه استفاده از قصه‌گویی و اینفلوئنسر مارکتینگ (در سفرهای خارج از ایران) می‌کنه. راستش رو بخواید قبلن شرکت #مارکوپولو رو خیلی کم می‌شناختم. فقط می‌دونستم در داخل و خارج از ایران تورهای مسافرتی برگزار می‌کنه. فکر می‌کنم برندی که چنین بازاریابی مدرنی رو انتخاب می‌کنه احتمالن به سرویس‌دهی خوب به مسافران اهمیت می‌ده. اگرچه باید دید! این چند روز گزارش می‌دم که سفر چطور خواهد بود. قول می‌دم چگونگی برگزار شدن تور روسیه مارکوپولو رو صادقانه به شما منتقل کنم. امیدوارم این حرکت، باب اسپانسرشیپ بچه‌های اهل سفر و سفرنامه‌نویس رو باز کنه. تو فرودگاه امام خمینی هستیم. خیلی هیجان‌زده‌ام. قراره با اکیب تور همراه بشیم. شما هم با ما همراه باشید.

عکس میم ۲: این تصویرمیم را در حال عکس گرفتن از خودش نشان می‌دهد، بر اساس شرح عکس، میم از سوی یک آژانس مسافرتی انتخاب شده تا به عنوان اینفلوئنسر^۱ به روسیه

1. Influencer

سفر کند. صفحه موبایلمیم به سمت لنز دوربینِ عکاسِ اصلی است، بنابراین بیننده دو تصویر بسته از او دارد، تصویر اصلی، و تصویری از او در صفحه موبایلش! او لبخندی محو دارد و به دوربین نگاه نمی‌کند، ژستی شبیه مدل‌های عکاسی. این شکل از کادربندی، حس جدا بودن و برگزیده شدن را به مخاطب می‌دهد. آنچه می‌توان از این عکس برداشت کرد، تأکید بر زیبایی سوژه است، امری که اصولاً بر زنانگی تأکید دارد. اگرچه زیبایی میم در این عکس طبیعی به نظر می‌رسد، اما ژستش به همراه تأکید مضاعف بر چهره، گویی بر اهمیت استانداردهای زیبایی زنانه تأکید دارد!

این پست با بیش از ۴,۵ هزار لایک، بحثی را در میان چند تن از گردشگران و کوله‌گردان اینستاگرام راه انداخته درباره اهمیت جنسیتِ سفرنویسان اینستاگرام در انتخاب و حمایت آن‌ها از سوی شرکت‌های مسافرتی به‌عنوان بلاگر سفر. در برابر یکی از کاربران مرد که مدعی شده زنان زیبا انتخاب شرکت‌های مسافرتی هستند، زنان کاربر، از جمله میم، بحث کرده‌اند که سابقه سفر، قلم کاربر، و شبکه روابط او در این زمینه تأثیرگذارتر از جنسیت است. نمونه‌ای از این کامنت‌ها و پاسخ میم:

یه نگاه به تاریخ شروع عکس‌های سفرهای من می‌کنی؟ هیچ‌کس هممون تو همین اینستاگرام بندازید مثلن میتونید به جای اینکه موضوع رو گردن دختر بودن یا لابی‌های پشت سریندازید، به قدمت بیشتر یه آدم تو شروع سبکی از سفر اشاره کنید

خب یک خانم خوشگله و خانم‌ها در اینستا پنج برابر بیشتر از آقایون مورد توجه هستن و چندین ویژگی داره که خاصش میکنه و باعث میشه این پيشنهاده‌ها بهش بشه و لياقتشو داره 🤔🤔🤔

همچنین زیر این عکس شمار زیادی کامنت درباره زیبایی میم دیده می‌شود، با عباراتی چون «خیلی زیبایی»، «چشات خوشگله»، «چه نازی!» میم معمولاً به کامنت‌های کاربران، به‌ویژه از این دست، پاسخی نمی‌دهد.

جمع‌بندی

صفحه اینستاگرام میم بیش از هرچیز، تصویر دختری مستقل، جستجوگر، بی‌باک و مدرن را نمایش می‌دهد که بدون توجه به تابوها و محدودیت‌های تعریف‌شده برای زنان به کارهایی می‌پردازد که دوست دارد. سفر جزو اصلی زندگی اوست که آن را آزادانه دنبال

می‌کند. عکس‌ها، دختری را نشان می‌دهد که مرزبندی جنسیتی برایش معنایی ندارد. با این حال، همچنین شاهد روایت زنی از طبقه متوسط شهری هستیم، که با وجود متفاوت بودن، در بیابان، کنار جاده، و پشت وانت، ظاهری آراسته دارد، که گرچه به نوعی ساده و به سبک سفر است، اما نشانه‌های طبقاتی را به همراه دارد. این موضوع، با یافته پژوهش‌های مشابه مانند کار تیدلبرگ هم‌راستا است که می‌گوید شبکه‌های مجازی عکس محور بیش از همه به ارائه تصویری از سبک زندگی طبقه متوسط شهری پرداخته و ایده‌آل‌های هژمونیک از زندگی، به ویژه زیبایی و زنانگی اعضای این طبقه را ارائه می‌دهند (Tiidenberg, 2015).

بر اساس کامنت‌ها، بیشتر فالورهای میم او را به عنوان زنی که شیوه زیستی متفاوت و جسورانه انتخاب کرده، تحسین کرده، و او را الهام‌بخش خود می‌دانند. گرچه بر زیبایی و زنانگی میم در کامنت‌ها تأکید می‌شود، گویی «مسافر» «مارکوپولو» و متفاوت بودن اوست که، بیش از همه، فالورها را جذب کرده است.

۳. ف

معرفی: «متأهل، یک مادر!» این جمله‌ای است که ف در تعریف خود در اینستاگرام آورده! او خانه‌دار است و دارای بیش از ۳۰۱ هزار دنبال‌کننده؛ البته پیش‌تر کارمند بوده اما تصمیم گرفته شغلش را رها کند. حالا هم گرچه «حقوقِ سرِ ماه ندارد»، اما راضی است. ف به گل‌دوزی، آشپزی، پرورش گیاه، گل‌آرایی و عکاسی علاقه‌مند است.

ارزیابی کلی: ف بخش زیادی از عکس‌ها را از علاقه‌مندی‌هایش می‌گیرد و برای آن‌ها چیدمان و طراحی صحنه انجام می‌دهد. در برخی از عکس‌ها، ف یا دختر نوجوان، دوستان و بستگانش هم حضور دارند. عکس‌ها با ادیت زیاد، رنگی و زنده‌اند و بیشتر آن‌ها در فضای خانه گرفته شده‌اند.

تحلیل عکس‌های ف



شرح عکس ف ۱: دوست، عجب امنیت خوبیست، میتونی با او خورد خودت باشی، میتونی غم‌هایت را، بی خجالت با او در میان بگذاری، از حماقت هایت بگویی. دوست، سایبان دلچسبی ست تا خستگی ات را با او به فراموشی بسپاری. به سلامتی همه دوستهای خوب، و البته جاری خوش جشن خودم که با هم مثل دوتا رفیقیم. امروز از صبح تا شب خونشون بودیم و حسابی باهم خوش گذروندیم.

عکس ف ۱: این عکس خلوت دونفره دوستانه‌ای را نشان می‌دهد که در آن ف و «جاری‌اش» گرم صحبت‌اند. سوژه‌ها به دوربین (و به دنبال کنندگان و بیش از k32 لایک کننده) بی توجه‌اند، تمرکز روی میزی پر از خوراکی است و تصویر زنان، محو و در پس زمینه است. به نظر می‌رسد هدف اینستاگرامر، نشان دادن تصویر میهمانی‌ای دلچسب و دوستی زنانه عمیق است، اما از خلال عکس می‌توان ملال دو زن خانه‌دار را دید که به جای حضور فعال اجتماعی اجتماع، روابط دوستانه خود را نیز به خانه و خانواده محدود کرده‌اند!

در بخش زیادی از ۱۷۱۸ کامنت این عکس، از ف پرسیده‌اند که اشیای خانه‌اش را، فرش، مبل و پارکت، گلدان و آباژور از کجا خریده است. شمار کامنت‌های تبلیغات فروش کالا هم قابل توجه است. کاربران زیادی ضمن تحسین باسلیقه‌گی، حوصله، و خوش ذوقی ف، از او درباره امور مختلفی چون پرورش گیاه و میزآرایی راهنمایی خواسته‌اند، و تشکر کرده‌اند که با حوصله به کامنت‌ها پاسخ می‌دهد. شوخی درباره ارتباط میان دو «جاری» محتوای برخی دیگر از کامنت‌ها را شکل می‌دهد. در این پست، بحث گسترده‌ای هم بر سر یک کامنت نفرت‌پراکنانه علیه سبک زندگی ف صورت گرفته، بیشتر کاربران با حمایت از ف، نفرت‌پراکنان را افرادی حسود دانسته‌اند!



چون من که اعصابم داغون [] شد از این همه بیفرهنگی و بی‌خردی خدا بهد صبر تا همشونو بجزونی. بلكاشون نكن بزار ببين و بتركن. خدا لعنتشون كنه. امیدوارم تو همین دنیا سزای این رفتارو اعمالشون و ببین و بشن درس عبرت



واقعن نعمته من ك از جاري شانسن [] نیاوردم جادوگره جاریم

159w Reply



شرح عکس ف ۲: تو لوازم آرایشها من رژ رو از بقیه بیشتر دوست دارم. بخاطر همین هرجا رژ بینم و چه از رنگش و چه از شکلش خوشم بیاد، میخرم 😊

عکس ف ۲: در کادر تصویری از دست‌های ف و دامن کرم‌رنگ او می‌بینیم. همچنین مجموعه‌ای از رژ لب، یک کت و کفش زردرنگ؛ ف روی دستش رنگ‌های مختلف رژ را امتحان کرده و ظاهراً در حال انتخاب رنگ است. در این عکس نیز حس فراغت و آرامش به تصویر کشیده شده، گویی هیچ عجله‌ای در میان نیست و ف ساعت‌ها وقت دارد که رنگ رژ را با لباس‌هایش هماهنگ کند. این صحنه‌آرایی البته در واقعیت تبلیغ یک فروشگاه آنلاین لوازم آرایشی است که روی تصویر تگ شده است.

این عکس ۱۸ هزار لایک و ۲۹۵ کامنت دارد. اغلب نظرها درباره کیفیت، اصل بودن، قیمت رژ لب تبلیغ شده در تصویر، و تجربه خرید از فروشگاه‌های آنلاین است؛ به قول یکی از کاربران درباره «دنیای کاملاً خانومانه!» همچنین بحث مفصلی بین کاربران درگرفته درباره اهمیت و درستی رسوم مربوط به ازدواج، مانند خرید طلا و جهیزیه و بحث‌های فرهنگی مربوط به آن.

عزیزم شما از این مارک رژ لب راضی هستید؟ آخه من هم قصد خریدش دارم اما لبهام حساس هست زود خشکی میزنه و زخم میشه. بخاطر همین هر چیزی نمیتونم استفاده کنم

یه جورایی آره، تو shahla_h67 هم گفتم دیدم خیلیا رو که دندان یه کامنت دیگه هم خراب دارن ولی بخاطر هزینه ش نمیرن درمان کنن ولی وقتی میرن مهمونی جفت جفت گردن بند و انگشتر رو هم استفاده میکنن، اصلا بخاطر همین چشم و هم چشمیاشه که انقد جهیزیه ها سنگین شده و شورش در اومده که مبادا یکی بگه چیزی کمه، جدیداً به جا اینکه کمتر بشه بیشترم شده دیگه حتی پشه کش رو هم رو جهاز میدن

جمع بندی

در جای جای صفحه اینستاگرام ف بر مزایای خانه داری تأکید می‌شود. گویی او به دنبال نشان دادن این است که زندگی زن خانه دار، متعلق به خودش است نه در اختیار دیگری (کارفرما)! خانه به روایت ف همیشه مرتب، و زن، همیشه زیبا و آراسته است و وقت کافی برای خودش، انجام کارهای هنری و لذت بردن از زندگی دارد. اگرچه ف تلاش می‌کند زندگی اش را رنگی و پُر تحرک نشان بدهد، اما عکس‌هایش چند نکته را برجسته می‌کنند: اینکه فضای زندگی زن غیرشاغل و سنتی، هرچند انتخابی و در رفاه باشد، می‌تواند ملال آور و تکراری باشد، عکس‌های او، بیش از همه، تلاشی است برای سرگرمی و وقت گذرانی. ف در تصاویر و شرح عکس‌هایش به صراحت اشتغال را تنها در صورت نیاز مالی و اجبار لازم می‌داند. عکس‌ها و حتی کلمات او این موضوع را القا می‌کنند که کدبانوگری، مادری و آرامش بخشیدن به شوهر عناصر و دغدغه‌های اصلی زندگی زنان است. فعالیت‌ها و روابط زنی که در تصاویر ف می‌بینیم، در چارچوب خانه رخ می‌دهد، او به دنیای بیرون از خانه راه و علاقه چندانی ندارد و ترجیح می‌دهد این دنیا در اختیار مردان باشد! بیشتر کامنت‌های تحلیل شده نیز به امر کدبانوگری، خانه و روابط خانوادگی مربوط

است. در این کامنت‌ها صبوری و باسلیقه‌گی ف او را در جایگاه مشاوره دادن به کاربران قرار می‌دهد. بسیاری از فرض‌های جنسیت‌زده درباره تقسیم‌کار در خانواده، روابط خانوادگی، و ویژگی‌های زن خوب در نظرات کاربران بازتولید شده است. مصرف کالا در تعامل صمیمی میان کاربران عمدتاً زن و ف نقش پررنگی دارد.

۴. صاد

معرفی: صاد اینستاگرامر سی و دو سال‌های است با بیش از ۲۰۶ هزار دنبال‌کننده! دانش‌آموخته نقاشی از دانشگاهی در آمریکا است که پس از تحصیل به ایران بازگشته و اکنون به‌عنوان تولیدکننده محتوا در یک فروشگاه اینترنتی کار می‌کند. صاد تنها زندگی می‌کند و در معرفی خودش نوشته: «نقاش، نویسنده خلاق و عاشق گربه‌ها!» به موسیقی، کتاب، سفر و وقت‌گذرانی با گربه‌ها و دوستان علاقه‌مند است.

ارزیابی کلی: نکته جالب درباره صفحه اینستاگرام صاد، سرعت بروزرسانی و شمار زیاد عکس‌هایی است که از ابعاد مختلف زندگی‌اش هم‌رسانی می‌کند، عکس‌هایی از خانه‌اش، گربه‌هایش، مهمانی‌ها یا کافه‌گردی‌ها. گویی بخشی از زندگی صاد در فضای اینستاگرام و روی صحنه می‌گذرد. او روایت روزانه زندگی‌اش را در استوری اینستاگرام نیز منتشر می‌کند. صاد از راه تبلیغ غیرمستقیم کالا و خدمات در قالب تصاویری از خود و زندگی‌اش، درآمدزایی می‌کند. عکس‌های صاد او را زنی فعال، مدرن و مستقل به تصویر می‌کشد، زنی شاغل و هنرمند که دغدغه طرفداری از حقوق حیوانات دارد!

تحلیل عکس‌های صاد



شرح عکس صاد ۱؛ همش به لحظه‌س، به لحظه که بهت و حیرت و ذوق و هیجان و غم‌شبیختن رو تو چشماتش می‌بینی... ولی همون به لحظه اونقدر دوس داشتنی و شیرینه که میرزه ولسش از جن هفته‌ی قبل فکر کنی و برنامه بریزی... دوست، یارت، پدر و مادر یا بچه‌ت، همکارت یا هرکمی که به گوشه‌ی گنده‌ای تو قلبت دازه، لایق نعره‌ی سوپرایز شدن و توجه ویژه واسه روز تولدشه، که اگرچه زحمت دازه ولی تا آخر عمرش از یادش نمیره، از یاد تو هم... تولدت مبارک نیکوی آبی... که بهترین لحظه‌های این چهار فصل رو با مهریونی و آرامشت گذروندم... نیکوی بی‌حاشیه‌ی امن آبی.

عکس صاد ۱: در این عکس صاد با زن دیگری در حیاط خانه صاد و کنار کیک تولد دیده می‌شود. بر اساس شرح عکس، صاد دوستش را برای برگزاری جشن تولد «سورپرایز» کرده! در عکس هر دو زن، بدون توجه به دوربین، از سبک زندگی و دوستی عمیق‌شان سرمست و شادند! در این عکس همه چیز رنگارنگ است، این یکی از ویژگی‌های عکس‌های صاد است!

عکس را ۱۹,۶ کیلوبایت کاربر پسندیده‌اند، و ۱۸۹ کامنت هم بر آن ثبت کرده‌اند. به جز تبریک تولد، و آرزوی تداوم دوستی‌های صاد، کاربران زیادی از او پرسیده‌اند که برخی عناصر تصویر، از جمله ریسه، بطری، شمع و چراغ را، از کجا می‌توانند بخرند. کاربران که ظاهراً از راه استوری‌های صاد، تولد سورپرایز را لحظه‌به‌لحظه دنبال کرده‌اند، درباره همه چیز از چینش میز تولد و لباس‌ها، تا صمیمیت و مهربانی صاد، انرژی و خوش سلیقه بودن او کامنت گذاشته‌اند. کاربرانی که صاد را با نام کوچک و القابی چون «دلبرک» و «دوستم» خطاب می‌کنند، «زندگی رنگی رنگی و گرم» او را پسندیده‌اند!



چقدر تو حس‌های خوبی واسه زندگی داری چقدر قشنگ همه‌ی زندگیتو رنگی میکنی و کلی از لذت مینمایی، به زندگی مثل طعم یه هندونه‌ی شیرین. زندگی رنگی رنگی گرم‌تو خیلی دوس دارم ❤️❤️❤️



چقدر قشنگ هست سبک عکساتون دکور خونه تون. یه جورایی مثل عکسهای خارجی. بخصوص رنگهایی شاد که استفاده میکنین سبک نوشتونم خاصه مرسی لذت بردم از پستاتون



شرح عکس صاد ۲: چیکار کنیم خوشبوتر باشیم؟ این مطلب مخصوص کسانی که بصورت خودجوش خوشبو هستن و می‌خوان خوشبوتر بشن... برای افراد دیگر مطالبی جداگانه در #خوشبومانیم نوشته و باز هم نوشته خواهد شد! ☺ به محض اینکه از حمام بیرون اومدی بدنت رو مرطوب کن، این درست وقته که پوست شما نو جذب‌کننده‌ترین حالت خودش... روغن‌های مغذی، گردهای بدن و مرطوب‌کننده‌ها نو این زمان بهترین زمان رو برای نشون دادن تأثیر خودتون خواهند داشت. حالا نوبت بادی اسپلش... پوست شما در این لحظه حساسی گرمه و عطری که بهش می‌پاشید رو همه‌جا پخش می‌کنه... پوستتون که بعد از حمام حساسی مرطوب و صیقلی شده، حالا بهترین وضعیت رو برای نگه‌داشتن طولانی تر بادی اسپلش داره! عطرتون رو روی پالس‌هاتون اسپری کنید: نبضتون، گردن و پشت گوش! کی گفته باید بلافاصله جایی که عطریاش شده رو انگشت ماسی کنین؟ اینجوری عطرتون سریع خشک میشه و به محض اینکه از دو آپارتمان بیرون میرین از مشام‌ها ناپدید میشه! از عطرتون نو گوشه‌های آپارتمانون بپاشید... این خونه پناهگاه شماس و طلیحیه که بوی خودتون رو بده... می‌تونین روی پدهای آرایش پاک‌کن عطر بزین و بذاریشون گوشه‌های خونه‌تون و بذارین همه‌جا بوی خوب خودتون رو بگیره، کتو و کمد لباسون هم جای خیلی خیرین برای گذاشتن این پدهاس چون لباس‌های تمیزتون قطعاً سراوازیترین برای اینکه بوی شما رو بگیرن! عطرهاتون رو در حمام نگهداری نکنید. گرما، رطوبت و نور فورا اسپری‌ها و عطرهاتون رو تجزیه می‌کنه و باعث میشه عطرتون رو به سرعت از دست بدن... در عوض اونها رو در یک جعبه زیبا روی میز آرایشون بذارین و اگه عطر گروتقیمی دارین که برای مناسبت‌های خاص ازش استفاده می‌کنین و قراره مدت طولانی‌تری در خدمتتون بمونه بهترین جا براش به زب‌لاک درسته نو یخچاله! ☺ به تی‌شرت یا مانتو رو دو روز پشت سرهم نپوشید و حتمن بشوریش! لباس‌ها و مانتوهای تنگ و کوله‌پشتی باعث محبوس شدن زیرپل و بوی بد میشن! کاش بدویم عطر و اسپری زدن رو بدن غیر تمیز نه تنها مشکلمون رو حل نمی‌کنه بلکه بغل دستمون ممکنه از مسمویت شیمیایی فوت کنه!

عکس صاد ۲: در این عکس چهره صاد مشخص نیست، بلکه گیسوان او را ریخته بر پیراهن راحتی صورتی می‌بینیم که در کنار گربه‌اش در روزی معمولی، گل در گلدان می‌گذارد. محتوای شرح عکس که توصیه‌هایی برای خوشبوتر شدن است، با محتوای عکس ارتباط معنایی ندارد. به نظر می‌رسد نقش عکس که زندگی شاد، رنگی و آرام صاد

در آن جریان دارد، قراردادن صاد در موقعیتی است که بتواند به دیگران توصیه کند! سبک زندگی سرخوشانه و رضایت‌بخش صاد این موقعیت و جایگاه را برای او فراهم می‌کند. در این پست اینستاگرامی، صاد زنی است با وقت بسیار برای اختصاص دادن به خوشبو کردن خود:

... حالا نوبت بادی اسپلش... از عطرتون گوشه‌های آپارتمانتون بپاشید... این خونه پناهگاه شماس و طبیعیه که بوی خودتون رو بده... می‌تونین روی پدهای آرایش پاک‌کن عطر بزنین و بذارینشون گوشه‌های خونه‌تون که همه‌جا بوی خوب خودتون رو بگیره ...

بیش از ۱۴,۵ هزار کاربر توصیه‌های صاد درباره خوشبو شدن را پسندیده‌اند. ۲۵۴ کامنت بر روی این پست عمدتاً موضوع آن را پست را مهم، و در راستای «مسئولیت اجتماعی» و «فرهنگ‌سازی بهداشت عمومی» ارزیابی کرده‌اند. به‌کرات از صاد خواسته‌شده برنده محبوب محصولات بهداشتی و زیبایی خود را معرفی کند، دعوتی که از سوی صاد بی‌پاسخ نمانده. کاربران همچنین از او خواسته‌اند در مورد بهداشت مو، و بهداشت و سلامت زنان نیز مطلب بنویسد. برخی کاربران توصیه‌ها و تجربه‌های خود را در این زمینه کامنت گذاشته‌اند.

ایده ال‌ترین
دختری هستی که تابحال دیدم هر دفعه پستاتون
و میبینم حتی در بدترین لحظاتم ولی ذوق میکنم
که انقدر برای خودت و زندگی احترام و ارزش
قائلی ❤️❤️ الهی که همیشه حاله دلت خوب باشه
بهترین ❤️

جون میدونم سلیقه
ایه اما چون سلیقه تو قبول دارم میشه چند تا
برند خوب تو ایران معرفی کنی؟ مخصوصا بادی
اسپلش

جمع‌بندی

صاد در عکس‌هایش زنی است مدرن که از همه لحظه‌های زندگی لذت برده و برای ساختنش تلاش می‌کند. او این سبک زندگی را برای زنان تبلیغ می‌کند و زندگی مجردی رضایت‌بخش، کار، زنانگی، هنر و تفریح را در کنار هم شدنی می‌داند. هم‌زمان، دائم، کلیشه‌های مربوط به کامل بودن، لزوم رسیدگی به خود برای زیباتر شدن، خوش‌پوش

بودن و لزوم خرید بیشتر برای تحقق این ارزش‌ها را بازتولید می‌کند. گرچه صاد در محیط عمومی هم دیده می‌شود، اما آپارتمان و حیاط نقلی‌اش، همچنان پناهگاه اوست و شمار زیادی از تصاویر به آنجا اختصاص دارد. صاد که درآمد قابل‌قبولی دارد، می‌تواند از تفریحات و مزایای طبقه بالا برخوردار شود. در عکس‌ها، تلاشش برای دستیابی به زندگی لوکس را هم می‌توان دید، گویی وقتی می‌توانی خوشبخت باشی که غذاهای مختلف، لباس و لوازم آرایش «برند» مصرف کنی!

برجر در کتاب راه‌های نگرستن، عکاسی رنگی را در حکم نقاشی رنگ روغن می‌داند، که هر دو از ابزارهای مشابه استفاده می‌کنند و قدرت آن‌ها در دقتی درآوردن بافت، درخشش، استحکام و محسوس بودن موضوع نقاشی/عکاسی است. آن‌ها طوری واقعیت را تعریف می‌کنند انگار می‌توان آن را لمس کرد، خواست و تصاحب کرد. آن‌ها مخاطب را نسبت به آنچه می‌تواند باشد، حسود می‌کنند (برجر، ۱۳۹۳). یکی از ویژگی‌های برجسته عکس‌های صاد هم اغراق در کاربرد رنگ و جلاست، زرق‌وبرقی شبیه زندگی صاد یا تابلوهای نقاشی‌اش که گاه در تصاویر می‌بینیم، که توجه را به جایگاه و امتیازات اجتماعی غبطه‌برانگیز این زن طبقه متوسط جلب می‌کنند. صاد برای فالورهایش هم «زنی باسلیقه»، «دختری ایده‌آل و به تمام معناست» که سبک زندگی رشک‌برانگیز و مصرف‌گرایی بی‌پروایش می‌تواند الگو قرار گیرد، و توصیه‌هایش درباره هر چیزی خریدار دارد! از دیگر سو، ما در صفحه اینستاگرام صاد شاهد نوعی صحنه‌آرایی و تلاش هرروزه برای در مقابل دوربین بودنش هستیم. گرچه شجاعت وی در نشان دادن پشت‌صحنه بخش‌های مختلف زندگی یک زن جذاب است، اما گویی زندگی، به‌ویژه خانه‌اش، صحنه نمایش است که باید هر روز آن را طراحی کند و در مقابل دید دیگران قرار دهد. این نمایش، با آزاد و رها بودن که صاد می‌کوشد، در عکس‌هایش نمایش دهد، در تضاد است. دیدن عکس‌های صاد این حس را به آدم می‌دهد که او در عکس‌هایش اسیر شده است!

جمع‌بندی تحلیل عکس‌های نمونه

اگر بخواهیم رابطه میان دیدگاه‌های ضمنی و ایدئولوژی‌های احتمالاً ناخودآگاه مستتر در عکس‌های نمونه پژوهش را با گفتمان‌های موجود درباره زنان در ایران مشخص کنیم، باید طیفی را در نظر بگیریم که در یک سر آن گفتمان سنتی و عرفی، و در سر دیگر، گفتمان فمینیستی قرار دارد:

در یک سر طیف، تصاویر ف قرار می‌گیرد که مانیفستی است در دفاع از خانه‌دار بودن انتخابی زنی که فعالیت‌ها و روابطش در چارچوب خانه تعریف می‌دهد و دغدغه اصلی‌اش انجام درست و البته همراه با لذت نقش‌های سنتی است. به نظر می‌رسد تصاویر ف، به روشنی الگو یا گفتمان سنتی درباره زن را بازتولید می‌کند و قواعد و ضوابط آن را برای زنان لذت‌بخش معرفی می‌کند. البته رد پای تغییرات اجتماعی در بازنگری گفتمان سنتی در تصاویر ف نیز دیده می‌شود، او صرفاً زنی نیست که خود را فدای زندگی خانوادگی کند، بلکه حق و وقت دارد که با بهره‌مندی از امتیازهای زن سنتی، از زندگی لذت برده و علاقه‌مندی‌هایش را دنبال کند. بعد از ف، تصاویر الف را می‌توان به گفتمان سنتی نزدیک دانست، تصاویری که خوشبختی را در چارچوب خانه و خانواده تعریف می‌کند، یک عاشقانه کلاسیک است که برای زن خوشبختی، آرامش و رضایت را به ارمغان می‌آورد. ف گرچه برخی مؤلفه‌های زن مدرن را دارد، اما در تصاویرش بیشتر کلیشه زن منتظر در اندرونی، برای بازگشت همسر از بیرون را پررنگ است. این گفتمان سنتی، کمابیش و به درجات مختلف، در کامنت‌های زیر تصاویر نمونه نیز بازتولید می‌شود؛ درحالی‌که فالورهای ف تحسین‌کننده کدبانوگری و دنبال‌کننده مشاوره وی در امور «دنیای کاملاً خانومانه» هستند، فالورهای الف نیز خریدار تعریف کلاسیک و نسبتاً سنتی او از خوشبختی، آرامش و عشقند!

تصاویر صاد زنی مدرن را نمایش می‌دهد که آزادانه از زندگی‌اش لذت می‌برد. با این حال، تعیین ایدئولوژی‌ای تلویحی تصاویر صاد، ساده نیست؛ تأکید او بر کلیشه‌های مربوط به زیبایی و آراستگی زنانه، و تعریف دائمی خانه به‌عنوان مأمّن زن، مؤلفه‌هایی از

ایدئولوژی سنتی را نیز دربر دارد. میل صاد به زندگی مصرف‌گرایانه و پر زرق‌وبرق بر صحنه نمایش اینستاگرام، بیش از همه تلاش است برای بهره‌مندی از امتیازات اجتماعی یک زن طبقه متوسط است، بی‌آنکه نیاز باشد دست به مبارزه یا مقاومتی در برابر وضع موجود بزند. سبک زندگی رنگی، آزادانه و مصرف‌گرایانه صاد، که در یکی از پست‌هایش به صراحت می‌گوید هرگز «مردسالاری» را تجربه نکرده، الگو و آرزوی بسیاری از فالورهایش است که او را «زن ایده‌آل» می‌دانند!

تصاویرمیم را نیز دارای مؤلفه‌های زن طبقه متوسط شهرنشین می‌یابیم که با وجود سبک زندگی متفاوت، به اصول زنانه این طبقه پایبند است. باین حال رد پای گفتمان مدرن فمینیستی درباره زن، بیش از همه در تصاویر اینستاگرامی او محسوس است. در این تصاویر ما نه تنها شاهد سبک زندگی و سفر متفاوت، مدرن، مستقل و شجاعانه یک زن هستیم، که الهام‌بخش بسیاری از فالورهایش بوده است، بلکه می‌بینیم او آگاهانه در حال نوعی مبارزه برای از میان بردن مرزهایی است که زنان را محدود به حصارهای سنتی می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

مروری بر تصاویری که زنان ایرانی از خود در شبکه اجتماعی اینستاگرام منتشر کرده‌اند، تفاوتی را نشان می‌دهد میان سبک زندگی بسیاری از آنان با شیوه زندگی بازنمایی شده در که گفتمان‌های رسمی و رسانه‌های جریان اصلی کشور. نقطه اوج نمایش این تفاوت را می‌توان در بازنمایی مسئله حجاب در اینستاگرام دانست که با وجود اجباری بودن در قانون و عرف کشور، در تصاویر عمومی بررسی شده در این مطالعه، نشانی از آن دیده نمی‌شود. بر این اساس، عرصه مجازی از محدود فضاهایی است که در آن می‌توانیم از فاصله نزدیک‌تر، با زنان عادی آشنا شویم که شیوه زندگی‌شان با برخی عرف‌های جامعه ایران هم‌خوانی ندارد، و در مواردی در برابر آن مقاومت نشان می‌دهد. این فرصت بازنمایی رسانه‌ای چهره‌ها و زیست‌های حاشیه‌ای، غنیمتی است برای پژوهشگران علوم اجتماعی، مطالعات زنان و سیاست‌گذاران برای بررسی الگوهای زیست گروه‌های اجتماعی مختلف زنان و رصد تغییرات آن، همچنین شناسایی نیازها و مسائل و نگرش‌های زنان. مطالعه این

فضا می‌تواند برای سیاست‌گذاران رسانه‌ای نیز که دغدغه رقابت رسانه‌های مجازی با رسانه‌های رسمی را دارند، درس‌هایی مخاطب‌شناسانه در برداشته باشد.

داستانی که از خلال تصاویر اینستاگرام زنان در این پژوهش دیدیم، در مواردی، بر نوعی مقاومت در برابر فشارهای اجتماعی تبدیل شدن به زنی هنجارمند دلالت دارد. در عکس‌های اینستاگرامی زنانی را می‌بینیم که سبک زندگی خود را بدون توجه به معیارهای موردتوافق و مطلوب جامعه، برمی‌گزینند. این نوع مقاومت را می‌توان نشانی از بازاندیشی برخی زنان در هویت تعریف‌شده زن و ساخت بازنمایی هویت بر اساس انتخاب خود دانست. اما تحلیل برخی دیگر از تصاویر نشان می‌دهد که در خیلی از موارد، زنان در روایت عرضه‌شده از زندگی خود در قالب تصاویر، با بازنمایی خود بر اساس هنجارهای رایج، به تقویت ارزش‌های هژمونیک نظام مردسالارانه‌ای می‌پردازند که در آن بالیده‌اند. آن‌ها دست به کنش‌های روایی بصری می‌زنند که موقعیت زنانگی را آن‌طور تعریف می‌کند که جامعه مطلوب می‌داند. این‌گونه کنش‌ها در نمایش زیبایی‌های زنان، کدبانوگری و خانه‌داری و ... پررنگ است. گفتنی است که نوعی تغییر در سبک زندگی سنتی زنان در تصاویر تحلیل‌شده مشاهده می‌شود که زنان را تا حدی فعال و انتخاب‌گر به تصویر می‌کشد. این تغییر، از یک سو با توجهاتی چون انتخاب ارزش‌های سنتی، لذت بردن از نقش‌های سنتی و بهره‌بردن از مزایای زن سنتی محدود می‌شود. از دیگر سو، ظاهرمدردن برخی از اینستاگرام‌ها بیش از آنکه در راستای مقاومتی در برابر نظام مردسالارانه باشد، هم‌سو با هنجارهای طبقه متوسط و ارزش‌هایی چون تجمل‌گرایی، مصرف‌زدگی، و تعریف زن قدرتمند به‌عنوان زن زیبا و آراسته است.

شمار بسیار بیشتر فالورها و لایک‌های اینستاگرام‌های نمونه که در گفتمان سنتی دسته‌بندی شدند (۳۰۱ هزار فالور و ۳۲ هزار لایک ف)، در مقایسه با آن‌ها که با مسامحه در گفتمان مدرن و فمینیستی جای دادیم (۳۱ هزار فالور و ۴,۵ هزار لایک میم)، نشان دهد که چه سبک زندگی‌ها و گفتمان‌هایی در اینستاگرام از سوی کاربران بیشتر پسندیده، و بازتولید شده است!

اکنون خود و زندگی زنان در اینستاگرام به قول برجر به «منظره‌ای برای نگریستن» تبدیل شده است، که همچنین می‌تواند بستری دانسته شود برای عرضه شکل‌های متنوع و جایگزین بازنمایی و سیاست جنسیتی؛ از یک سو، بازنمایی مقاومتی در برابر ایدئولوژی‌های هنجاری، و در دیگر سو، اجرای جنسیتی هم‌خوان با ایدئولوژی‌های مسلط مردسالارانه. انتخاب عکس برای اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی بر اساس معیارهای کاربر صورت می‌گیرد، و او از این راه امکان ساختن و نمایش خود مطلوب را دارد، اما در بسیاری از موارد، مدیریت آگاهانه نمایش و بازنمایی خود شدنی نیست زیرا شیوه‌های جامعه‌پذیری کاربر به تکرار برخی کلیشه‌های جنسیتی می‌انجامد که در شکل‌گیری فرد نقش داشته‌است و باورهای رایج جنسیتی گاه به صورت ناخودآگاه بر چگونگی بازنمودِ برخط زنان تأثیرگذار است.

پیشنهاد پژوهش‌های آتی

پژوهش‌های آتی می‌تواند با رویکرد ایدئولوژیک به تحلیل عکس‌های طیف گسترده‌تر و متنوع‌تری از کاربران زن شبکه‌های اجتماعی پردازد و با ارائه نوع‌شناسی (تیپولوژی) دسته‌های مختلف کاربران، درک بهتری نسبت به گفت‌وگوهای حاکم درباره زنان و زندگی آن‌ها در خلال این شبکه‌ها به دست دهد. پژوهش‌هایی درباره حضور و بازنمایی مردان در شبکه‌های اجتماعی، یا اتخاذ رویکردی مقایسه‌ای در چنین تحلیل‌هایی، می‌تواند بینش غنی‌تری درباره ارتباط کاربری و جنسیت عرضه کند. مطالعه معنای مورد نظر تولیدکننده و دریافت تماشاگرِ عکس‌های شبکه‌های اجتماعی، از راه مصاحبه با آن‌ها، چشم‌انداز گسترده‌تری را به پژوهش حوزه ایدئولوژی عرضه خواهد کرد.

منابع

استونمن، آدام. (۱۳۹۴). «شبهات بچه پولدارهای اینستاگرام با نقاشی‌های اشراف‌زادگان: قدرت چشم‌انداز و چشم‌انداز قدرت در ولخرجی‌های متظاهرائه جدید». *نجمه رضایی*. ترجمان علوم انسانی، بازنشانی شده در: ۱۳۹۶، ۰۵، ۱۲:

<http://tarjomaan.com/vdca.6n0k49nea5k14.html>

<http://tarjomaan.com/vdca.6n0k49nea5k14.html>

برجر، جان. (۱۳۹۳). *راه‌های نگرستن*. ترجمه میثم سامان‌پور. رخداد نو، تهران.
تانگ، رزمی. (۱۳۹۳). *نقد و نظر: درآمدی جامع بر نظریه‌های فمینیستی*. منیژه نجم عراقی. تهران: نشر نی.

توسلی، افسانه و جلالوند، انسیه. (۱۳۹۴). «استفاده از اینترنت و تمایل به خوداظهاری (مطالعه موردی دانشجویان دختر یکی از دانشگاه‌های شهر تهران)». *فصلنامه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۳ (۴)، صص ۹۵-۱۲۲.

جان برجر، (۱۳۹۱). «گزیده‌ای از راه‌های دیدن». شیرین دخت دقیقیان. *نشریه زن‌نگار: مجموعه فرهنگ و هنر از منظر فمینیسم*، بازنشانی شده در: ۱۳۹۶، ۰۵، ۱۲:
<http://zannegaar.net/content/97>

روینز کوین. (۱۳۸۲). «آیا تصویر باز هم ما را تکان خواهد داد؟» فرزانه سجودی. *نشریه بیناب*، ۱، صص ۱۴۸-۱۷۹.

ساروخانی، باقر و رفعت‌جاه، مریم. (۱۳۸۳). «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در بازتعریف هویت اجتماعی زنان». *زن در توسعه و سیاست*، ۸، صص ۷۱-۹۲.

سراج‌زاده، حسین، غلام‌رضا کاشی، محمدجواد و هلالی ستوده، مینا. (۱۳۹۱). «گفتمان جامعه پاک: شالوده‌شکنی سیاست نمایش بدن زنانه در دوره پهلوی». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲۶، صص ۲۷-۵۰.

سمانه، سامانی و فراهانی، اعظم. (۱۳۹۵). «هویت آنلاین و اینستاگرام (مطالعه چگونگی نمایش هویت جوانان در اینستاگرام)». *فصلنامه رسانه*، ۲۷ (۱۰۳)، صص ۸۵-۱۰۵.

- عینی فر، م. (۱۳۹۵). «مطالعه شیوه‌های خودابرازی زنان با عکس در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی اینستاگرام)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی مسعود کوثری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. (عینی فر، ب، ۱۳۹۵).
- عینی فر، مینا. (۱۳۹۵). «اینستاگرام پنجره‌ای به سوی زنان». ماهنامه زنان و زندگی، ۱، صص ۶-۱۲. (عینی فر، الف، ۱۳۹۵).
- غلامرضا کاشی، محمدجواد و هلالی ستوده، مینا. (۱۳۹۲). «واکاوی گفتمان نظارت بر تن زنانه در ایران پس از انقلاب اسلامی». مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۳۲، صص ۷۵-۹۷.
- فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم. (۱۳۹۱). «گفتمان‌های اجتماعی زنان در پارادایم سنت و نوگرایی، مطالعه زنان هجده تا چهل سال شهر شیراز». معرفت فرهنگی اجتماعی، ۱۱، صص ۱۰۱-۱۲۲.
- کوثری، مسعود و تفرشی، امیرعلی. (۱۳۹۵). «تحلیل گفتمان شبکه کودک «جم‌جونور» در نظم گفتمانی هویت مطلوب زنانه». مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۶۸، صص ۵۳-۸۴.

- Howells, R. and Negreiros, J. (2012). *Visual culture*. Polity.
- Marwick, A. and Boyd, D. (2011). «To see and be seen: Celebrity practice on Twitter». *Convergence*, 17(2), pp.139-158.
- Sheldon, P. and Bryant, K. (2016). *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*. *Computers in Human Behavior*, 58, pp.89-97.
- Tiidenberg, K. (2015). *Odes to heteronormativity: Presentations of femininity in Russian-speaking pregnant women's Instagram accounts*. *International Journal of Communication*, 9, pp. 1746-1758.
- Williams, A.A. and Marquez, B.A. (2015). *The lonely selfie king: Selfies and the conspicuous prosumption of gender and race*. *International Journal of Communication*, 9, pp. 1775-1787.