



Research Paper

Introduction and implementation of the multimodal critical discourse analysis method: The analysis of one of the most popular child-centered Iranian Instagram page

Zahra Majdizadeh¹, Azam Ravadrad^{2*}

Received: Oct. 11, 2023; Accepted: Feb. 27, 2024

ABSTRACT

Instagram texts need to be analyzed from a multimodal perspective because a large part of it on this social media platform is conveyed to the audience through images. The multimodal critical discourse analysis approach, like others, focuses on power and ideology concepts, as well as the context involved in text production and at the same time, due to attention to multifacetedness and using the social semiotics approach, it is suitable for analyzing Instagram texts. The study of childhood, motherly and fatherly identity construction on child-centered Instagram pages was chosen as a case study. For this purpose, first the analytical framework of Kress and Leeuwen was explained with the focus on how to analyze each of the intellectual, interpersonal, and hybrid meta-roles. Then only the child-centered page of fraternity that is among the top-ranked Iranian Instagram influencer pages was analyzed using the same method. Findings were analyzed by separating texts as corpus. Following that, the discourses of patriarchy and capitalism were identified and their connection to social and industrial context was described. Findings also demonstrated the fluidity and simultaneity of identities influenced by the emergence of social media.

Keywords: Instagram, multimodal critical discourse analysis, child-centered pages, social semiotics, identity

1. MA Student, Department of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

✉ zahra.majdizade@ut.ac.ir

2. Professor, Department of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

* Corresponding Author

✉ ravadrad@ut.ac.ir



INTRODUCTION

By making available user-generated content, social media have provided an unprecedented opportunity to study online social behavior (Shahghasemi & Prosser, 2019); opportunity social science researchers can use to get to know and understand their targeted society better. Different forms of communication converge in social media, and for this reason, they need to be analyzed using a multi-layered approach (Kasken, 2015, 40). Nowadays, with the emergency of social media, researchers pay attention to "multimodal" analysis and considering that a large part of the meaning created on social media is conveyed through images and visual features, researchers also attach importance to the mechanism by which cultural meanings are produced and the way images create meaning (Asaberger, 2009, 81). Kress and Van Leeuwen proposed an approach for the multimodal critical discourse analysis that is suitable for assessing social media texts. That is because, both the words used in the texts and the features of the image - such as facial expressions, color and lighting - play an important role in producing the meaning of the text and therefore are important to analyze.

PURPOSE

The purpose of this article is to introduce the method of multimodal critical discourse analysis based on Kress and Van Leeuwen's approach and to explain how to use this method as a suitable way of analyzing discourse on Instagram.

METHODOLOGY

The critical discourse analysis is about how and to what extent textual constructions depend on dominant ideologies and reproduce these ideologies (Asaberger, 2019, 272-287). In multimodal critical discourse analysis, considering the principle of multimodality and changing the focus from language to other semiotic aspects such as images, the use of semiotic approaches is considered for the analysis. In their model for analyzing multimodal texts, Kress and Van Leeuwen adapted from Halliday's three meta-functions and believed that the image, like the language, has three meta-functions: representational, interactive and compositional meta-function. In this research, the analysis is done based on these three meta-functions. In this order, first, a selected post "as a text" is analyzed by separating the written and visual languages, then all the posts on the page are analyzed next to each other and "as a corpus". Keeping this in mind, its repeating patterns and meanings are extracted.

FINDINGS

The findings show that on this page, a girl is shown along with feminine toys and symbols and is in the state practicing the domestic or maternal role, and on the other hand the boy is shown along with male toys and symbols. The mother of the family is mainly present at home and is responsible for doing housework and taking

care of children. The mother is completely satisfied with doing the domestic role and selflessly taking care of the children, and she has shown this satisfaction both in the pictures and in the writings. The father has little presence in the pictures and is generally working outside. The father is also described as a hardworking and powerful person as well as the head of the household. The findings show two discourses of "patriarchy" and "capitalism" on this page. The mother plays traditional roles but a woman who is not quite traditional since she performs traditional roles not by pressure and compulsion, but by her own choice and desire. Also, unlike traditional women, she is a consumerist who wears a variety of clothes. Also, the individual and feminine beauty of the mother is emphasized. Father's authority is also different from traditional ones. Although the father is described as powerful in the text, in the pictures, he is mainly shown at marginal and unimportant, the supporter of the mother and weak. This is, as if his only role is to finance the family and has no role in other family-related decisions and issues.

CONCLUSION

Mothers are classifying and framing themselves and their children by posted pictures on child-oriented Instagram pages. They can create opportunities to resist existing stereotypes or perpetuate those stereotypes. While social media have facilitated the formation of bottom-up discourse and it was expected that the power gained this way, would lead to more creativity in changing values and norms. On this page what was observed, not the formation of bottom-up discourse rather the reproduction of gender stereotypes and the already powerful discourse of patriarchy that has been institutionalized in the Iranian society. This can be due to the fact that the mother, as the manager of the images, has been exposed to and affected by gender stereotypes to some extent. On the other hand, she is dependent on the feedback of her followers and therefore will only disregard those social norms that do not conflict with the attitudes and internalized structures of her followers. In other words, although the dynamics of communicative power have changed in favor of ordinary people and content producers, every communicative phenomenon in social media is shaped by industrial, social and cultural contexts. The reproduction of patriarchal discourse on this page can also be attributed to the power of social context. In addition to what has been said, evidence of capitalism discourse can also be seen on this page, which can be interpreted as being influenced by industrial context. Commercial rationality and capitalist values play an important role on Instagram, and being seen as a fundamental principle that seeks to display beautiful faces and desirable appearances as well as diversity in clothing and consumerism.

NOVELTY

This study has shown the implementation of "multimodal critical discourse analysis" for analyzing multimodal texts such as on Instagram. The analytical



Iranian Cultural Research

Abstract

method and pattern introduced in this article is an innovative method for analyzing multimodal texts on social media, which has not been considered in social science researches so far.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.



Iranian Cultural Research

Vol. 17
Issue 2
Summer 2024



ژوئیه گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

BIBLIOGRAPHY

- Aeini, B., Zohouri, M., & Mousavand, M. (2023). Iranians and privacy preservation on social media: A systematic review. *Positif*, 23(10), 88-100.
- Akbarzadeh Jahromi, S. J., & Taghiabadi, M. (2019). Setārehā-ye xord-e Irāni dar qāleb-e selfi: Motāle'e-ye nešāne-šenāxti-ye šohrat-e xord dar Instāgerām [Iranian microcelebrities in the Selfie Frame The semiotic study of microcelebrity in Instagram]. *Journal of Culture-Communication Studies*, 20 (46), 113-156. doi:10.22083/jccs.2019.120410.2376
- Ameli, S, R. (2011). *Motāle'at-e jahāni šodan; Dow-fazāyi šodanhā va dow-jahāni šodanhā* [Globalization studies dual spacizations & dual globalizations]. Tehrān, Iran: SAMT.
- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). Introducing a new topology for (multimodal) discourse analysis. In Ph. Chappell, & J. S. Knox (Eds), *Transforming Contexts. Papers from the 44th International Systemic Functional Congress*. Wollongong: 44th ISFC Organising Committee. ISBN 978-0-646-97417-0.
- Berger, A. A. (2010). *Tahlil-e goftemān-e kārbordi; Farhang-e āmme, Resānehā va zendegi-ye ruzmarre* [Applied discourse analysis: popular culture, media, and everyday life]. (H. Payande, Trans.). Tehrān, Iran: Mowrvārid. (Original work published 2016)
- Berger, A. A. (2020). *Ravešhā-ye pažuheš dar resānehā va ertebātāt: Darāmadi bar ruykardhā-ye keyfi va kammi* [Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches]. (E. Shahghasemi, & M. R. Niroo, Trans.). Tehrān, Iran: Jahād-e Dānešgāhi. (Original work published 2020)
- Cadinu, M., & Galdi, S. (2012). Gender differences in implicit gender self-categorization led to stronger gender self-stereotyping by women than by men. *European Journal of Social Psychology*, 42(5), 546-551. doi:10.1002/ejsp.1881
- Choi, G. y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids:!" Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164. doi: 10.1080/10646175.2017.1327380
- Çoşkun, G. E. (2015). Use of Multimodal Critical Discourse Analysis in Media Studies. *The Online Journal of Communication and Media*, 1(3), 40-43.
- Einfar, M (2016). *Motāle'e-ye šivehā-ye xod-ebrazi-ye zanān ba aks dar šabakehā-ye ejtemā'i: Motāle'e-ye mowredi-ye Instāgerām* [Studying the ways of self-expression of women with photos in social networks: Instagram case study] (Master's thesis). University of Tehran, Faculty of Social Sciences, Tehrān, Iran.
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, M. I. M. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. London, United Kingdom: Hodder Education.



Iranian Cultural Research

Abstract



- Kautsar, K., & Bustam, M. R. (2021). A Multimodal Discourse Analysis of American Restaurant Chains Instagram Post during Pandemic. *Journal of English Language Teaching, Linguistics and Literature*, 4(2), 14-22. doi: 10.29100/bright.v4i2.2058
- Kress, G. R. & Van Leeuwen, T. (2017). *Xāneš-e tasāvir; Dastur-e tarrāhi-ye basari* [Reading images: the grammar of visual design] (S. Kabgani, Trans.). Tehrān, Iran: Honar-e Now. (Original work published 2006)
- Kress, G. R. (2018). *Nešāne-šenāsi-ye ejtemā'i; Az nazariye ta kārbord: Bāznemud-e čand-vajhi-ye ruykard-e Nešāne-šenāsi-ye ejtemā'i be mowzu'-e ertebāt dar asr-e hāzer* [Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication] (S. Kabgani & R. sahragard, Trans.). Tehrān, Iran: Mārlik. (Original work published 2010)
- Ledin, P. & Machin, D (2021). Goftemān-šenāsi-ye enteḡādi-ye čand-vajhi [Multi-modal critical discourse analysis] (S. Amirzehni, Trans.), In J. Flowerdew & J. Richardson. *Rāhnamā-ye goftemān-šenāsi-ye enteḡādi; Ruykardhā* [The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies] (pp. 93-118). Tehrān, Iran: Logos. (Original work published 2018)
- Majdzade, Z., & Hajjari, M (2023). Tahlil-e goftemān-e čand-vajhi [Multimodal discourse analysis]. *Society culture media*, 11(42), 279-310.
- Majdzade, Z., Hajjari, M., & Bicharanlou, A. (2023). Zohur-e šebh-e feminism-e neo-liberāl dar safahāt-e instāgerāmi-ye zanān-e Irāni [The emergence of neoliberal pseudo-feminism on Iranian women's Instagram pages]. *Sociology of Culture and Art Quarterly*, 4(4), 48-72. doi: 10.34785/J016.2022.038
- Mastro, D. E., & Kopacz, M. A. (2006). Media representations of race, prototypicality, and policy reasoning: An application of self-categorization theory. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 305–322. doi:10.1207/s15506878jobem5002_8
- Meskoob, SH. (1994). *Hoviyat-e Irāni va zabān-e fārsi* [Iranian nationality and the Persian language]. Tehrān, Iran: Bāq-e Āyene.
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. New York, USA: Routledge.
- Nosrati, S., Sabzali, M., Arsalani, A., Darvishi, M., & Aris, S. (2023). Partner choices in the age of social media: are there significant relationships between following influencers on Instagram and partner choice criteria? *Revista De Gestāo E Secretariado (Management and Administrative Professional Review)*, 14(10), 19191–19210. doi: 10.7769/gsec.v14i10.3022
- Nosrati, S., Sarfi, M., & Moosavand, M. (2023). Liquid love and continuation of a new love order. *Synesis*, 16(1), 114-132.
- Ravadrad, A., Hajjari, M., & Majdzade, Z. (2021). Basari šodan-e zendegi-ye ruzmarre-ye zanān; Goftemān-e ghāleb-e zanān-e infeluenser dar šabake-ye ejtemā'i-ye Instāgerām [Visualization of Female's Daily Lives; The Dominant Discourse of Female Influencers on Instagram]. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 4 (12), 183-214. doi: 10.22034/jiscm.2021.296803.1242

- Sabbar, S., Abdollahinezhad, A., Heidari, A., & Mohammadi, F. (2021). Knowledge Management in the Age of Unreliable Messages. Do University Students Trust Online Messages? (A Survey from the Middle East). *AD-Minister* (39), 143-162. doi: 10.17230 Ad-minister.39.7
- Shahghasemi, E. (2021). Rich Kids of Tehran: The Consumption of Consumption on the Internet in Iran. *Society*, 58, 398-405. doi: 10.1007/s12115-021-00626-3
- Shahghasemi, E., & Prosser, M. (2019). The Middle East: Social media revolution in public and private communication. In *International Conference on Future of Social Sciences and Humanities*, Warsaw.
- Turner, J. C., & Reynolds, K. J. (2012). Self-categorization theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*. (pp. 399-417). California, USA: Sage Publications Ltd.
- Van Leeuwen, T. (2016). *Āšenāyi bā nešāne-šenāsi-ye ejtemā'i* [Introducing social semiotics]. Tehrān, Iran: Elmi.



Iranian Cultural Research

Abstract



مقاله پژوهشی

کاربست روش تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی با تحلیل یکی از پرطرفدارترین صفحات اینستاگرامی کودکان محور ایرانی

زهرا مجددی‌زاده^۱، اعظم راودراد^{۲*}

دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۹؛ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۸

چکیده

در اینستاگرام، بخش بزرگی از معنای برساخت‌شده با تصاویر و ویژگی‌های بصری به مخاطب منتقل می‌شود و به همین دلیل نیاز است که متون اینستاگرامی با رویکردی چندوجهی تحلیل شوند. روش تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، همچون سایر انواع تحلیل گفتمان انتقادی به مفاهیم قدرت و ایدئولوژی و نیز به بافت و زمینه دخیل در امر تولید متن توجه دارد و درعین حال، به دلیل توجه بر چندوجهی بودن و استفاده از رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی به منظور تحلیل وجه تصویر، برای تحلیل متون اینستاگرامی مناسب است. هدف مقاله حاضر، معرفی روش تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی و بیان چگونگی کاربرد آن به عنوان روشی مناسب برای انجام تحلیل گفتمان در اینستاگرام است. ساخت هویت، یک حوزه اصلی موردعلاقه برای مطالعات گفتمان انتقادی به شمار می‌رود. از طرفی، رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر همچون اینستاگرام، توانایی تصویر برای برساخت هویت و انتقال آن به دیگران را ارتقا داده‌اند. به همین دلیل، مطالعه برساخت هویت کودکی، مادری و پدری در صفحات کودک محور اینستاگرامی برای مطالعه موردی انتخاب شد. برای این منظور، ابتدا الگوی تحلیلی کرس و ون‌لیوون در تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی و چگونگی تحلیل هر یک از فرانتش‌های اندیشگانی، بین فردی و ترکیبی شرح داده شد. سپس تنها صفحه کودک محور خواهربرادری که در دسته اینفلوئنسرهای سطح بالای اینستاگرام ایرانی قرار دارد، با استفاده از این روش تحلیل شد. یافته‌ها به تفکیک تحلیل متنی و تحلیل پیکره‌ای بیان شد که به دنبال آن، دو گفتمان مردسالاری و سرمایه‌داری در این صفحه شناسایی شدند. در ادامه، ارتباط این دو گفتمان با زمینه‌های اجتماعی و صنعتی شرح داده شد. یافته‌ها همچنین سیال شدن و هم‌زمانی شدن هویت‌ها، متأثر از ظهور رسانه‌های اجتماعی را نشان داد.

کلیدواژه‌ها: تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، نشانه‌شناسی اجتماعی، هویت، اینستاگرام، صفحات کودک محور

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

zahra.majdzade@ut.ac.ir ✉

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

* نویسنده مسئول

ravadrad@ut.ac.ir ✉

۱. مقدمه و بیان مسئله

پژوهش حاضر در پی کاربست روش تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی برای انجام مطالعات اجتماعی بر بستر رسانه‌های اجتماعی و به‌طور خاص اینستاگرام است. رسانه‌های اجتماعی با در دسترس قرار دادن محتوای تولیدشده توسط افراد، فرصت بی‌سابقه‌ای را برای مطالعه رفتار اجتماعی آن‌لاین فراهم کرده‌اند (شاه‌قاسمی و پروسر، ۲۰۱۹) که پژوهشگران علوم اجتماعی با استفاده از این فرصت می‌توانند به درک بهتری از جامعه خود دست یابند. این درحالی است که در رسانه‌های اجتماعی اشکال مختلف ارتباطی با هم همگرا می‌شوند و به همین دلیل نیاز است که با رویکردی چندلایه تحلیل شوند (کاسکن، ۲۰۱۵، ۴۰). پس درحالی که در ابتدا کانون توجه تحلیل‌گران گفتمان، زبان بوده است، امروزه با ظهور رسانه‌های اجتماعی، محققان به تحلیل «چندوجهی» توجه می‌کنند و با در نظر گرفتن آن‌که بخش بزرگی از معنای برساخت‌شده در رسانه‌های اجتماعی با تصاویر و ویژگی‌های بصری به مخاطب منتقل می‌شود، برای سازوکاری که معانی فرهنگی در رسانه‌های اجتماعی مملو از تصویر تولید می‌شوند و شیوه‌ای که تصاویر موجد معنا می‌شوند نیز اهمیت قائل هستند (آسابرگر، ۱۳۸۹، ۸۱). کرس و ون‌لیوون^۱، رویکردی را برای تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی پیشنهاد داده‌اند که برای تحلیل متون در رسانه‌های اجتماعی متناسب است؛ چراکه در آن هم واژگان به کارگرفته‌شده در متون و هم قابلیت‌های تصویر - همچون حالت‌های چهره، رنگ و نورپردازی - نقش مهمی در تولید معنای متن داشته و در تحلیل اهمیت دارند.

این مقاله، در صدد معرفی و بیان چگونگی کاربست روش تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، به‌عنوان روشی مناسب برای انجام تحلیل گفتمان در رسانه‌های اجتماعی است و به‌طور خاص بر برساخت معنا و هویت کودکی، مادری و پدری در اینستاگرام، تمرکز می‌کند. برای این منظور، از میان صفحات کودک‌محور اینستاگرام، صفحه اینستاگرامی آوین بابایی^۲، به‌عنوان تنها صفحه کودک‌محور «خواهربرادری» که بنابر



1. Kress & Van Leeuwen
2. Avin_babaei

دسته‌بندی وب‌سایت فوربس^۱، با داشتن ۴۵۷ هزار دنبال‌کننده^۲، در دسته اینفلوئنسرهای سطح بالا قرار می‌گیرد، برای تحلیل انتخاب شده است. در این صفحه هم کیدفلوئنسر دختر و هم کیدفلوئنسر پسر حضور دارد و این موضوع از جهت تحلیل و مقایسه معنا و هویتی که مادر برای دختر و پسر خود برمی‌سازد، حائز اهمیت است.

از آنجا که این مقاله متبنی بر معرفی و کاربری روش است، ساختار آن هم اندکی با سایر مقالات متفاوت است. بدین ترتیب که پس از معرفی مبانی نظری مرتبط با هویت و نیز روش تحلیل گفتمان چندوجهی، و به منظور نشان دادن دقیق نحوه کاربرد این روش، هر یک از مراحل روش به تفکیک تشریح شده و سپس بر روی صفحه مورد نظر اعمال می‌شود. در بخش نتیجه‌گیری به دو جمع‌بندی می‌رسیم که در آن اولاً تناسب این روش برای تحلیل متونی مانند متون تحلیل شده در این مقاله روشن شده باشد؛ و ثانیاً یافته‌هایی که از تحلیل این متون به دست آمده، بیان شده باشد.



۲. چارچوب نظری

در این بخش، ابتدا به تعریف هویت و تأثیر فضای مجازی در تکثر منابع هویت‌ساز پرداخته و سپس ضمن معرفی نظریه خودطبقه‌بندی، به نقش خودطبقه‌بندی و خودکلیشه‌سازی در برساخت هویت در اینستاگرام خواهیم پرداخت.

۱-۲. هویت و مراجع جدید آن

هویت مجموعه‌ای از معانی است که مرجع کیستی و چیستی فرد را تشکیل می‌دهد و چگونه بودن فرد در نقش‌های اجتماعی را به وی القا می‌کند. گیدنز، ضمن تفکیک هویت فردی و هویت اجتماعی، هویت فردی را مرتبط با احساس فرد نسبت به خود و هویت اجتماعی را به احساس مشترک یک جمع نسبت می‌دهد. وی همچنین فهم هویتی را منتزع از منابع معناساز مهمی همچون جنسیت، دین، ملیت، نژاد و طبقه اجتماعی می‌داند و معتقد است که وجود منابع مشترک، همه افراد آن هویت مشترک را به هم متصل می‌کند (گیدنز، ۲۰۰۱، به نقل از:

1. Forbes.com

۲. تا ابتدای اردیبهشت ماه ۱۴۰۲

عاملی، ۱۳۹۰، ۱۷۸-۱۷۷). هویت يك گروه، از يك ساختار قطعی برخوردار نیست و هویت به مثابه چیزی است که همواره ساخته می‌شود و می‌تواند به صورت انتقادی بازسازی شود (مسکوب، ۱۳۷۳). در رهیافت برساخت‌گرا، هویت‌ها طی فرایندهایی پویا و متأثر از ایدئولوژی‌ها و دیدگاه‌های رایج در جامعه، به طور دائم برساخت می‌شوند.

همزمان با ظهور فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی و به دلیل ماهیت تعاملی آنها، کاربران این امکان را یافته‌اند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و تجربه زندگی روزمره خود را به شیوه‌ای منحصر به فرد توصیف کنند (شاه‌قاسمی و پروسر^۱، ۲۰۱۹). آنها می‌توانند با توصیف زندگی روزمره خود، هویت خود و اعضای خانواده‌شان را آن‌گونه که می‌خواهند برسازند و به دیگران منتقل کنند. بنابراین، این رسانه‌های جدید، سرعت و گستره انتقال معانی را به شدت گسترش داده‌اند و از میان آنها، به‌طور خاص رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر همچون اینستاگرام، توانایی تصویر برای برساخت هویت و انتقال آن به دیگران را ارتقا داده است. ورود رسانه‌های اجتماعی به زندگی روزمره و شدت اثر آن، به قدری بارز بوده است که محققان این حوزه آن را کمتر از یک تغییر «انقلابی» ندانسته‌اند (آیینی و همکاران، ۲۰۲۳).

بسیاری از بینندگان رسانه‌های اجتماعی، سطح بالایی از تفکر انتقادی ندارند و به‌ویژه زمانی که پیام‌ها و تصاویر منتشرشده به علایق آنها مرتبط باشد، به آن اعتماد می‌کنند (صبار، عبداللهی‌نژاد، حیدری، و محمدی، ۲۰۲۱، ۱۵۷-۱۵۸). این امر به‌ویژه زمانی تشدید می‌شود که این پیام‌ها و تصاویر را از سوی افراد مشهور دریافت کنند. افراد مشهور با عرضه تصاویری که آنها را با دقت ساخته‌اند (شاه‌قاسمی، ۲۰۲۱، ۴۰۱)، الگوهای آرمانی از هویت‌های مختلف همچون زنانگی، مادرانگی و کودکی را ارائه می‌دهند. بینندگان چنین الگوهایی را مبنای الگوبرداری و هویت‌یابی خود قرار می‌دهند و از طریق آن، چگونه بودن خود و آرمانی بودن یا نبودن خود را ارزیابی می‌کنند. به گفته میرزواف^۲ (۱۹۹۹)، فضای مجازی نقش غیرقابل انکاری در سیال شدن هویت‌ها داشته است. امروزه همچنین منابع هویت‌ساز بسیار تکثر پیدا کرده‌اند.



1. Prosser
2. Mirzoeff

نصرتی و همکاران در این ارتباط می‌گویند: «قرار گرفتن ما در معرض زندگی دیگران [از طریق شبکه‌های اجتماعی] این خطر را ایجاد کرده است که افراد حس ناکافی بودن و عزت نفس پایین پیدا کنند» (نصرتی، صرفی و موسی‌وند، ۲۰۲۳). مطالعات نشان می‌دهند که این در معرض بودن، می‌تواند حتی نظام ارزشی و ترجیحات افراد را در موارد مختلف از قبیل انتخاب شریک زندگی تحت تأثیر قرار دهد (نصرتی و همکاران، ۲۰۲۳).

۲-۲. نظریه خودطبقه‌بندی

نظریه خودطبقه‌بندی^۱ نخستین بار در دهه ۱۹۸۰ و از سوی ترنر^۲ توسعه داده شده و در دهه ۲۰۱۰ توسط او و همکارانش تکمیل شده است (ترنر و رینولدز^۳، ۲۰۱۲). چوی و لوانن^۴، در سال ۲۰۱۸ این نظریه را متناسب با فضای آنلاین بسط داده‌اند. نظریه خودطبقه‌بندی به درک فرایندهای شکل‌گیری و نگهداشت هویت، که مؤلفه‌های کلیدی این نظریه هستند، می‌پردازد (ماسترو و کوپاکز^۵، ۲۰۰۶) و وابستگی متقابل ذهن فردی و درک عضویت در گروه را توضیح می‌دهد (چوی و لوانن، ۲۰۱۸). بر اساس این نظریه، هویت اجتماعی، برداشت افراد از خود است که از عضویت ادراک‌شده در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود. افراد در بسیاری مواقع سعی می‌کنند خود را با مشخصه‌های اجتماعی مقوله‌بندی کنند و نه شخصی.

نظریه خودطبقه‌بندی همچنین بیان می‌کند که «خود» جنبه بنیادین شناخت نیست؛ بلکه «خود» نتیجه فرایندهای شناختی و تعامل میان فرد و زمینه اجتماعی است (ترنر و رینولدز، ۲۰۱۲). از نظریه خودطبقه‌بندی عمدتاً برای توضیح اثرات درون‌گروهی^۶ و برون‌گروهی^۷ قرار گرفتن در معرض نمایش‌های نژادی و جنسیتی رایج، بهره‌برداری شده است. کادینو و گالدی^۸ (۲۰۱۲) نشان داده‌اند که خودطبقه‌بندی جنسیتی، رابطه میان جنسیت و خودکلیشه‌سازی را میانجی‌گری می‌کند. این در حالی است که خودطبقه‌بندی

1. self-categorization theory (SCT)

2. Turner

3. Reynolds

4. Choi & Lewallen

5. Mastro & Kopacz

6. ingroups

7. outgroups

8. Cadinu & Galdi



جنسیتی و خودکلیشه‌سازی جنسیتی در میان زنان قوی‌تر از مردان بوده و در حقیقت، خودطبقه‌بندی جنسیتی، مکانیسمی است که زیربنای خودکلیشه‌سازی قوی‌تر زنان قرار دارد. چوی و لوانن (۲۰۱۸) نیز معتقدند پیش از آنکه کودکان تفکر مستقل خود را شکل دهند و وارد تعاملات اجتماعی شوند، والدین آنها را در یک گروه خاص جنسیتی قرار می‌دهند. به عنوان نمونه، انتخاب رنگ و نحوه فعالیت از سوی والدین برای فرزندان، نشان می‌دهد که آنها می‌خواهند چگونه فرزند خود را طبقه‌بندی کنند. آنها در پایان بحث خود چنین نتیجه می‌گیرند که والدین خودطبقه‌بندی کودکان را عموماً مطابق با کلیشه‌های جنسیتی رایج و استانداردهای جامعه انجام می‌دهند.

۲-۳. خودطبقه‌بندی و برساخت هویت در اینستاگرام

اینترنت و رسانه‌های اجتماعی قدرتی را برای مردم عادی و گروه‌های پیشتر در حاشیه از جمله زنان فراهم آورده است که از طریق آن در برساخت هویت‌ها و گفتمان‌ها سهیم شوند. زنان از طریق رسانه‌های اجتماعی تصویرمحور همچون اینستاگرام، این فرصت را یافته‌اند که به چرخه فرهنگ بصری راه یابند و خود، خانواده خود و روابط خانوادگی‌شان را به گونه‌ای می‌پسندند، به تصویر بکشند (راوودراد، حجاری، و مجدذاده، ۱۴۰۰؛ عینی‌فر، ۱۳۹۵). به همین ترتیب، در صفحات کودک‌محور اینستاگرامی نیز مادران این قدرت را دارند تا با تعریف و بازتعریف هویت‌های کودکی، مادری و پدری، کیستی و چیستی و نقش‌های اجتماعی هر یک از اعضای خانواده را آن‌گونه که می‌پسندند، نمایش بدهند. آنها می‌توانند در طرح‌های طبقه‌بندی دخیل شوند و در جایگاه‌بانی جنسیتی تغییراتی ایجاد کنند و برداشت خود از جنسیت‌شان و به دنبال آن، برخی رفتارهایشان را تغییر دهند. با این حال، این امکان نیز وجود دارد که آنها با خودطبقه‌بندی جنسیتی، خودکلیشه‌سازی جنسیتی را تقویت کنند؛ زیرا مادرانی که صفحات کودک‌محور اینستاگرامی را مدیریت می‌کنند، همچون سایر کنشگران فضای مجازی، تحت‌تأثیر زمینه‌های اجتماعی و هنجارهای اجتماعی فرهنگی هستند. آنها به ذهنیت مثبت عمومی نیاز دارند و همین امر در بسیاری از موارد منجر به همراهی آنها با هنجارها و قواعد اجتماعی می‌شود. البته، آنها ممکن است در برابر برخی از هنجارهای موجود مقاومت کنند. چنین مقاومتی اغلب زمانی اتفاق



می‌افتد که آنها احساس کنند مخاطب در این مقاومت با آن همراه می‌شود و به محبوبیت بیشتر می‌انجامد. استفاده از روش تحلیل گفتمان چندوجهی در تحلیل منابع هویتی جدید می‌تواند ابعاد بیشتری از موضوع را آشکار کند.

۳. روش تحقیق

تحلیل گفتمان به متن‌ها، روابط آنها با دیگر متن‌ها، زمینه‌ای که متن در آن به کار رفته است و نقشی که این متن‌ها در جامعه بازی می‌کنند، می‌پردازد. در تحلیل گفتمان انتقادی، علاوه بر آنچه گفته شد، ابعاد اجتماعی، ایدئولوژیک و سیاسی متن نیز برجسته می‌شود. تحلیل گفتمان انتقادی به این موضوع علاقه‌مند است که بر ساخت‌های متنی تا چه اندازه وابسته به ایدئولوژی‌های مسلط هستند و این ایدئولوژی‌ها را دوباره به گردش در می‌آورند (آسا برگر^۱، ۱۳۹۹، ۲۷۲-۲۸۷). بنابراین، تمایز اصلی میان تحلیل گفتمان انتقادی از تحلیل گفتمان سنتی، ناشی از توجه به مفاهیم قدرت و ایدئولوژی و نیز توجه به بافت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دخیل در امر تولید متن است.

چندوجهی بودن - که وجه تمایز اصلی تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی از سایر انواع تحلیل گفتمان انتقادی به‌شمار می‌رود - برگرفته از کارهای هالییدی^۲ است. به عقیده هالییدی انسان‌ها برای برقراری ارتباط مؤثر، معمولاً از شیوه‌های ارتباطی مختلف و چندین منبع نشانه‌شناختی استفاده می‌کنند (هالییدی، ۱۹۷۸، به نقل از: کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶). کرس معتقد است که در رویکرد چندوجهی، معانی یک متن به شکل مشترک توسط همه وجوه آن متن ساخته شده است. زبان حامل بخشی از معنای یک کل متنی/نشانه‌شناختی بوده و تنها یکی از ابزارهای موجود برای بازنمایی و ساخت معنا است (مجدی‌زاده و حجاری، ۱۴۰۱). به‌طور خاص، کرس و ون‌لیوون (۱۳۹۶، ۴۷) به قابلیت خاص معناسازی تصاویر در عصر حاضر اشاره می‌کنند و اینکه تصاویر امکان ایجاد تأثیر عاطفی فوری را دارا هستند و از رمزگذاری پیچیده‌تری برخوردارند که می‌توانند برای بیان ایده‌های تحولی و دگرگون‌ساز مناسب باشند. در محیط‌های چندوجهی ارتباطات، همچون



1. Asa berger
2. Halliday

رسانه اجتماعی تصویر محور اینستاگرام، همواره چند وجه به صورت همزمان به کار گرفته می‌شود. پس ضروری است که در تحلیل‌ها نیز به وجوه مختلف و کارکرد هر یک از آنها در ساخت معناها و گفتمان‌ها، به تنهایی و در کنار یکدیگر، توجه کرد.

در تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، با توجه به اصل چندوجهی بودن و تغییر تمرکز صرف از زبان به سایر وجوه نشانه‌شناختی همچون تصاویر، استفاده از رویکردهای نشانه‌شناسانه برای تحلیل مورد توجه قرار می‌گیرد. پژوهشگران تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، به معنای تصویر و اینکه تصویر چگونه واجد معنا می‌شود، علاقه‌مند هستند و نشانه‌شناسی نیز روشی مناسب است تا با نفوذ در تصاویر، وجه ایدئولوژیک آنها را برملا کند؛ به همین دلیل نشانه‌شناسی جایگاه با اهمیتی در این نوع از تحلیل گفتمان دارد. «روش پایه تحلیل گران گفتمان برای کار با تصاویر، نشانه‌شناسی است» (آسابرگر، ۱۳۹۹، ۲۸۸).

نشانه‌ها در جایی بنا می‌شوند که گفتمان‌ها نیز در همان حوالی شکل گرفته‌اند و مواجهه ما با گفتمان‌ها از طریق و در پدیده‌های نشانه‌شناختی روی می‌دهد. تمام پدیده‌های نشانه‌شناختی همچون متون چندوجهی رسانه‌های اجتماعی محل ظهور گفتمان‌ها و مکانی برای تلفیق گفتمان‌ها و باز نمود آنها در قالب ابزارهای طبیعی هستند (کرس، ۱۳۹۷، ۱۴۰-۱۳۸). توجه به این ارتباط در تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی بیش از سایر شیوه‌های تحلیل گفتمان و در نشانه‌شناسی اجتماعی بیش از سایر شیوه‌های نشانه‌شناسی برجسته شده است. تمایز اساسی نشانه‌شناسی اجتماعی با سایر شیوه‌های نشانه‌شناسی در تأکید آن بر ساخت نشانه در تعاملات اجتماعی است (کرس، ۱۳۹۷، ۶۵) و به همین دلیل و نیز به دلیل آنکه بر گزینش نشانه‌ها و ارتباط آن با قدرت و ایدئولوژی توجه دارد، در تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی مورد تأکید قرار گرفته است.

در شیوه اجرای تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، این پرسش مطرح است که در متون چندوجهی چطور می‌توان چیزهای مختلف را تحلیل کرد. آیا باید هر بخش از متن به طور جداگانه تحلیل شود یا تحلیلگران گفتمان باید روش‌هایی برای یکپارچه کردن رویکردهای مختلف اتخاذ کنند (آسابرگر، ۱۳۹۹، ۲۸۸). محقق با این پرسش مواجه است که هر یک از حالت‌های مختلف نشانه‌شناسی درگیر در متن را جدا کرده و به نوبه خود تحلیل کند یا



بدنارک و کپل (۲۰۱۷) ترکیب حالت‌های فوق را پیشنهاد کرده‌اند. در مطالعه حاضر نیز با الهام از این مدل، به هر چهار حالت توجه خواهد شد. بدین ترتیب که ابتدا یک پست منتخب «به‌مثابه یک متن»، به‌صورت مجزا و به تفکیک زبان نوشتاری و بصری مورد تحلیل قرار می‌گیرد و سپس مجموع پست‌های یک صفحه در کنار یکدیگر و «به‌مثابه یک پیکره» در نظر گرفته شده و الگوها و معناهای تکرارشونده آن استخراج خواهد شد. تحلیل متنی در ادامه و ضمن معرفی الگوی تحلیلی کرس و ون‌لیوون ذکر خواهد شد و سپس در یک بخش مجزا به بیان تحلیل پیکره‌ای صفحه منتخب خواهیم پرداخت.

۴. معرفی و کاربرد الگوی تحلیلی کرس و ون‌لیوون در تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی

کرس و ون‌لیوون، از پیشگامان تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی هستند و چارچوبی را برای تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی ارائه داده‌اند که بر پایه رویکرد چندوجهی آنها در نشانه‌شناسی اجتماعی شکل گرفته و با تحلیل متون رسانه‌های اجتماعی سازگار است.

در تحلیل گفتمان چندوجهی کرس و ون‌لیوون، گزینش‌های بصری و زبانی انجام شده در هر متن مورد پرسش قرار می‌گیرد. سؤالاتی از این قبیل که مشارکت‌کنندگان چه کسانی هستند، ویژگی‌های آنها چیست و روابط آنها چگونه است؟ چرا این موجودیت‌ها انتخاب شده‌اند و دیگران انتخاب نشده‌اند؟ و چرا برخی جنبه‌ها در هر مشارکت‌کننده مورد تأکید قرار گرفته و موارد دیگر نادیده گرفته شده است؟ (مجدلی‌زاده و حجاری، ۱۴۰۱). به‌عنوان نمونه، در شکل شماره (۲) و در پستی که برای تحلیل متنی صفحه منتخب اینستاگرامی انتخاب شده است، مشارکت‌کنندگان هم در تصویر و هم در نوشتار، مادر و دو کودک هستند. پدر در تصویر و نوشتار حضور ندارد و این در حالی است که در انتهای پست از هشتگ خانواده استفاده شده است. بنابراین، به نظر می‌رسد که خانواده بدون حضور پدر تعریف شده است.



راستش اول تو نظرم بود که به روز عادی مونو بپتون نشون بدم، از صبح تا شب. دیدم هر کاریش کنم تبدلی نیست، جا نیشه این تند که تما شاهد به صبح تا ظهر ما بودید. راستش شب ها به قدری انرژیم تموم میشه که دیگه به طرف تستن نمیگم، ترجیح میدم در کنار خانواده پشینم قیلم بیتم. اینه که صبح تا بیدار میشم جنگی وار آنتزخونه رودسته گل میکنم و صبحانه رو آماده میکنم. دیگه وقت به تزیین نمیره چون آرمن متصل میگه به به. سر میز صبحانه رو دیدین؟ خودم کلی عشق کردم از این صحنه، من به آرمن صبحانه میدم، آوین برای من لقمه درست میکنه. خلاصه که زندگی تو خونه ی ما، این مدلی در جریان. البته پیچیده تا گفته نماند که این به روز ایده آله. روز غیر ایده آله هم پیدا میذارم. میگمم روزی تمام اینقدر قشرده ست؟ من خیلی وقت کم میارم، همیشه کلی کار ناتمام دارم. #زندگی #روزمرگی #خونه #خانواده #بهران #ختر #پسر #زندگی_شاد #تیرین #مادر #مادرانه #خانه_داری #عشق #انرژی_مخت #مستاد #پیچ



شکل ۲. تصویر و نوشتار پست منتخب از صفحه اینستاگرام آوین بابایی

کرس و ون لیوون در الگوی تحلیلی خود برای تحلیل متون چندوجهی، از سه فرانش^۱ هالیدی اقتباس کرده و معتقدند هر شیوه نشانه‌ای از جمله تصویر دارای سه فرانش است: فرانش اندیشگانی که برای درک محیط، فرانش بینافردی که برای تأثیر گذاشتن بر دیگران در این محیط، و فرانش ترکیبی که برای برقرار کردن ارتباط بین دو فرانش پیشین به کار می‌رود. در ادامه، هر یک از این سه فرانش با استفاده از تحلیل متنی پست منتخب که در شکل شماره (۲) آمده است، شرح داده خواهد شد.

۱-۴. معرفی و کاربرد فرانش اندیشگانی

به واسطه فرانش اندیشگانی است که افراد می‌توانند به بازنمایی پدیده‌ها و رویدادهای جهان درون و جهان بیرون خود بپردازند (کرس و ون لیوون، ۱۳۹۶، ۲۵). ماحصل فرانش اندیشگانی، معنای بازنمودی است که توسط مشارکت‌کنندگان بازنمود شده (افراد، مکان‌ها و اشیا) انتقال داده می‌شود (جویت و اوایاما^۲، ۲۰۰۱، به نقل از: اکبرزاده جهرمی و تقی‌زاده، ۱۳۹۸، ۱۲۷).

در تحلیل فرانش اندیشگانی و معنای بازنمودی، نخست به فرایندهای روایی توجه می‌شود. فرایندهای روایی، فرایندهایی هستند که در آن مشارکت‌کنندگان بازنمود شده در

1. Metafunction
2. Jewet & Oyama





حال انجام کنشی بر یکدیگر و یا برای یکدیگر هستند و با یک یا چند بردار به یکدیگر متصل می‌شوند (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۹۲-۸۷). نخستین نوع از فرایندهای روایی که به‌صورت ویژه‌ای در تحلیل‌ها اهمیت دارند، فرایندهای روایی کنشی هستند. در این فرایندها، مشارکت‌کنندگانی که بردار از آنها منشعب می‌شود، کنشگران هستند. همچنین مشارکت‌کنندگانی که مفعول کنش هستند، هدف نامیده می‌شوند (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۹۳-۹۷). فرایندهای روایی کنشی در تصویر را می‌توان معادل فرایندهای مادی^۱ در زبان‌شناسی هالیدی در نظر گرفت. به عقیده هالیدی، فرایندهای مادی عبارت‌اند از هرگونه اعمال فیزیکی که بر انجام دادن کاری یا رخداد واقعه‌ای دلالت داشته باشد (هالیدی و متیسن^۲، ۲۰۰۴، ۱۷۰-۱۷۹).

در تصویر پست منتخب (شکل شماره ۲)، مادر میز صبحانه را آماده کرده و در حال صبحانه دادن به کودکان است. در نوشتار نیز اشاره شده است که شستن ظروف، مرتب‌کردن آشپزخانه و آماده‌کردن صبحانه، فرایندهای مادی هستند که مادر از صبح تا ظهر یک روز ایدئال انجام می‌دهد. در این پست، مادر هم در تصویر و هم در نوشتار کنشگر و فعال است و بارزترین مشارکت‌کننده محسوب می‌شود و این در حالی است که کنش‌های او، در راستای انجام کارهای خانه و رسیدگی به فرزندان بوده و معطوف به خانواده و کودکان است. در نوشتار، مادر به‌طور خاص اشاره می‌کند که صبحانه را به پسرش آروین می‌دهد. آروین، ذینفع کنش مادر است و دستش را دراز کرده است تا زودتر از نتیجه کنش مادر بهره‌مند شود. برخلاف او، آروین کنشگر است و اگرچه این کنش در تصویر مشاهده نمی‌شود، در نوشتار به آن اشاره شده است. آروین برای مادر لقمه درست می‌کند و در رفتار و منش خود، دنباله‌رو مادر است. گویی با وظایف خود در آینده آشنا شده و در حال تمرین آن است.

نوع دیگر از فرایندهای روایی، فرایندهای واکنشی هستند. واکنش‌گر، انسان یا موجودی شبه‌انسان است که نگاهش به سمت خاصی هدایت شده و پدیده، شرکت‌کننده دیگری است که نگاهی به سمت آن هدایت شده است. نتیجه نگاه واکنش‌گر به پدیده،

1. Material Process
2. Matthiessen



واکنش‌هایی است که با حالاتی که صورت می‌گیرد، بروز می‌یابد و معنادار است (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۹۹-۹۸). فرایند روایی واکنشی در تصویر را نیز می‌توان معادل فرایندهای رفتاری^۱ در زبان‌شناسی هالیدی در نظر گرفت که نمایانگر جلوه‌های بیرونی فعالیت‌های درونی هستند و افعالی همچون خیره‌شدن، لبخند زدن و رؤیا دیدن را دربرمی‌گیرند (هالیدی و متیسن، ۲۰۰۴، ۲۵۰-۲۴۸).

در تصویر منتخب (شکل شماره ۲)، دو کودک به دست مادر خیره شده‌اند و منتظر کنش او هستند. نگاه مادر نیز معطوف به میز صبحانه و کاری است که قرار است برای دو کودک خود انجام دهد. لبخند مادر هنگام انجام این کار و نیز استفاده از هشتک‌های زندگی شاد، شیرین، و عشق در کنار هشتک‌های روزمرگی، خانه‌داری و مادرانه، نشان می‌دهد که مادر این فعالیت‌ها را با رضایت انجام می‌دهد.

دیگر انواع فرایند روایی، فرایندهای ذهنی و فرایندهای گفتاری هستند که در تصاویر از طریق حباب‌های فکر و حباب‌های گفت‌وگو نشان داده می‌شوند (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۹۹-۱۰۰). در زبان‌شناسی هالیدی، فرایندهای ذهنی فرایندهایی هستند که بر افکار و احساسات مختلف همچون علاقه و نفرت دلالت دارند (هالیدی و متیسن، ۲۰۰۴، ۱۹۷-۲۰۴) و فرایندهای گفتاری روابط نمادینی هستند که در ذهن انسان ساخته شده و در قالب زبان اجرا می‌شوند (هالیدی و متیسن، ۲۰۰۴، ۱۷۱).

در نوشتار پست منتخب (شکل شماره ۲) مادر به این موضوع اشاره کرده است که در فاصله صبح تا ظهر، وقتی برای رسیدگی به خودش ندارد و تنها شب‌ها و آن هم برای رفع خستگی همراه خانواده فیلم می‌بیند. فرایندهای ذهنی مادر بیانگر آن است که بودن در کنار خانواده، یکی از ترجیحات اصلی مادر است. همچنین استفاده از عبارت «خودم کلی عشق کردم از این صحنه» نشان‌دهنده لذت بردن مادر از فعالیت‌های مرتبط با رسیدگی به فرزندان و آماده کردن صبحانه برای آنها است. در تصویر نیز از ایموچی‌های خندان و لبریز از عشق، برای نشان دادن این احساسات مادر استفاده شده است.

در الگوی پیشنهادی کرس و ون لیون در تحلیل فرانتش اندیشگانی، علاوه بر فرایندهای روایی، فرایندهای مفهومی نیز مورد تحلیل قرار خواهند گرفت. از جمله فرایندهای مفهومی، فرایندهای تحلیلی هستند. عناصر اصلی این فرایندها عبارت‌اند از حامل و ویژگی‌های ملکی حامل. در پس ساختارهای تحلیلی همواره فرایند گزینش نهفته است؛ بدین معنا که برخی ویژگی‌های تعیین‌کننده برای افراد و اشیاء گزینش شده و بازنمود خواهد شد (کرس و ون لیون، ۱۳۹۶، ۱۲۵-۱۳۰). بنابراین، اینکه چه ویژگی‌های ملکی برای هر حامل گزینش شده و بازنمود شده است، حائز اهمیت خواهد بود.

فرایندهای نمادین از دیگر فرایندهای مفهومی هستند که به توصیف ماهیت مشارکت‌کنندگان می‌پردازند. عناصر اصلی این فرایندها عبارت‌اند از حامل و ویژگی‌های نمادین حامل. ویژگی نمادین بازنمودکننده معنا یا هویتی برای حامل است و به شیوه‌ای خاص، همچون بزرگنمایی یا وضوح یا رنگ خاص و متمایز، در بازنمودهای تصویری برجسته‌سازی می‌شود (کرس و ون لیون، ۱۳۹۶، ۱۴۸-۱۴۷).

تصویر میز صبحانه ساده و تزیین‌نشده و اشاره به آن در نوشتار پست منتخب (شکل شماره ۲)، از سوی مشغله زیاد مادر در امور خانه و کودکان و کمبود وقت وی را نشان می‌دهد و از سوی دیگر حس واقع‌گرایی و روزمرگی را به همراه دارد و به بیننده چنین القا می‌کند که با یک تصویر واقعی و اصیل از یک روز معمولی مواجه است. استفاده از لباس راحتی در پوشش مادر و دو کودک نیز گواه همین موضوع است. در پس‌زمینه تصویر، چند قاب عکس، یک تاب راحتی و یک میز آرایش دیده می‌شود که گویای یک خانواده نسبتاً مرفه اما غیرتجملاتی است. همچنین مرتب و منظم بودن خانه، به‌صورت نمادین، به باسلیقه بودن مادر اشاره دارد و تلاش فراوان وی برای ایجاد فضای آرامش و راحتی خانواده را نشان می‌دهد. فرایندهای تحلیلی و نمادین در تصاویر، به‌ترتیب معادل فرایندهای رابطه‌ای توصیفی و فرایندهای رابطه‌ای هویتی در زبان‌شناسی هالیدی هستند. در تحلیل فرایند رابطه‌ای توصیفی، صفات و ویژگی‌های حامل، و در تحلیل فرایند رابطه‌ای هویتی، ویژگی‌های ارزشی حامل همچون جایگاه اجتماعی آن مورد توجه قرار می‌گیرند (کرس و ون لیون، ۱۳۹۶، ۱۵۳-۱۵۶).



در نوشتار پست منتخب (شکل شماره ۲) به طور مستقیم به هیچ‌یک از صفات و ویژگی‌های ارزشی مشارکت‌کنندگان اشاره نشده است. با این حال، مجموع نوشتار بیانگر «خانواده‌محور بودن» و «فداکار بودن» مادر است.

۲-۴. معرفی و کاربرد فرانشس بین‌فردی

فرانشس بین‌فردی برای تبدیل تعامل اجتماعی به روابط اجتماعی (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۲۵) به کار می‌رود و معنای تعاملی از ارتباط میان مشارکت‌کنندگان بازنمودشده و بینندگان تصویر (یا خوانندگان و شنوندگان) حاصل می‌شود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۱۷۴-۱۶۰). در الگوی کرس و ون‌لیوون برای فهم معنای تعاملی، سه مقوله تماس، فاصله اجتماعی و نگرش مورد تحلیل قرار می‌گیرند. در تصویر، معنای تعاملی تماس بر اساس عرضه یا تقاضا بودن نگاه مشارکت‌کننده بازنمودشده تعیین می‌شود. مشارکت‌کننده بازنمودشده در صورت نگاه تقاضا و خیره، فاعلی است که با بیننده وارد رابطه می‌شود و در صورت نگاه عرضه، مفعولی برای تفکر و موشکافی بیننده است. از سوی دیگر، انتخاب نگاه تقاضا، منجر به ایجاد حسی از صمیمیت میان بیننده و فرد درون تصویر خواهد شد؛ در حالی که در تصاویر عرضه حس بیننده خشی خواهد بود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۱۶۹-۱۶۴).

در تصویر پست منتخب (شکل شماره ۲)، هیچ‌یک از سه سوژه به بیننده نگاه نمی‌کنند. نگاه عرضه از سوی مشارکت‌کنندگان بازنمودشده، بیننده را دعوت می‌کند تا شاهد «یک روز معمولی» از زندگی روزمره‌شان باشد و بدین ترتیب بر حس واقع‌گرایی و اصالت صحنه تأکید می‌شود. انتخاب نمای تصویر نیز می‌تواند منجر به ایجاد رابطه‌ای خاص میان مشارکت‌کننده بازنمودشده و بیننده شود. انتخاب نمای نزدیک به معنای صمیمیت و یکی بودن، انتخاب نمای متوسط به معنای روابط اجتماعی و انتخاب نمای دور به معنای روابط غیرشخصی خواهد بود.

در تصویر پست منتخب (شکل شماره ۲)، از نمای متوسط استفاده شده است تا در کنار نمایش مادر و دو کودک، بافت تصویر نیز به بیننده ارائه شود. بدین ترتیب، رفاه و آسایش خانواده و مرتب بودن خانه به عنوان ماحصلی از تلاش‌ها و فعالیت‌های مادر در انجام امور خانه‌داری قابل مشاهده است.





گزینش زاویه افقی و زاویه عمودی برای تصویر نیز در نحوه ایجاد ارتباط میان مشارکت‌کننده بازنمودشده و بیننده مؤثر است. در صورتی که مشارکت‌کننده بازنمودشده از زاویه کم ارتفاع (پایین به بالا) دیده شود، بدین معناست که مشارکت‌کنندگان بازنمودشده از منظر قدرت به شرکت‌کنندگان گذرا می‌نگرند و در صورتی که به مشارکت‌کننده بازنمودشده از زاویه مرتفع (بالا به پایین) نگریسته شود، بدین معناست که مشارکت‌کنندگان گذرا از منظر قدرت به شرکت‌کنندگان بازنمودشده می‌نگرند. همچنین با گزینش زاویه دوربین همسطح چشم، نوعی برابری انتقال داده می‌شود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۱۹۷-۱۹۰). علاوه بر آن، گزینش زاویه افقی روبرو با احساس درگیری و زاویه افقی مورب با عدم احساس درگیری همراه است (کتسر و بوستام^۱، ۲۰۲۱، ۱۶).

در تصویر پست منتخب (شکل شماره ۲)، زاویه دوربین برای نمایش مادر، زاویه افقی مستقیم است تا بیننده را با مادر و کنش‌های وی همراه و درگیر کرده و احساس نزدیکی میان مادر و بیننده را ایجاد کند. در حالی که برای نمایش کودکان از زاویه مورب استفاده شده است و عدم احساس درگیری و همراهی را به دنبال دارد.

در زبان‌شناسی هالیدی، برای تعیین نحوه تماس و شیوه‌ای که ارتباط‌گر با ارتباط‌گیر رابطه برقرار می‌کند، به انواع کنش‌های گفتاری و استفاده از وجوه مختلف خبری، پرسشی و امری توجه می‌شود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۱۷۲-۱۷۰). فاصله اجتماعی بر اساس میزان رسمی بودن یا دوستانه بودن سبک گفتار و بیان مشخص شده و شامل «زبان دوستانه» و دارای الفاظ و القاب خاص، «زبان شخصی» و محاوره‌ای، «زبان اجتماعی» با قالب نسبتاً رسمی و نیز «زبان سخنرانی» با قالب رسمی می‌شود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۱۸۱-۱۷۴). همچنین، انتخاب ضمیرهای ملکی معادل زاویه افقی در نظام تصویری است و رابطه قدرت‌مدارانه نیز از طریق گزینش واژگان، صفت‌های ارزش‌گذارنده و استفاده از ساختارهای امری و لحن آمرانه منتقل می‌شود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۱۹۷-۱۹۰).

در نوشتار پست منتخب (شکل شماره ۲)، مادر به‌عنوان ارتباط‌گر، با استفاده از زبان محاوره‌ای و خطاب کردن مستقیم کاربران، حسی از صمیمیت و برابری را ایجاد کرده

است. همچنین از میان چهار نقش ارتباطی که هالیدی برشمرده است، نقش اصلی ارتباطگر عمدتاً ارائه اطلاعات در خصوص زندگی روزمره خود و کودکش بوده است. در انتها نیز با استفاده از پرسش «میگم روزای شمام اینقدر فشرده ست؟» مخاطبان را به مشارکت و اظهارنظر ترغیب می‌کند.

۳-۴. معرفی و کاربرد فرانش ترکیبی

فرانش ترکیبی به استفاده از حالت‌های نشانه‌شناسی در یک کل ساختاری اشاره دارد (مچین^۱، ۱۴۰۰، ۹۵) و ارائه یک متن منسجم را امکان‌پذیر می‌سازد. در تحلیل معنای ترکیبی، سه مقوله ارزش اطلاعات، برجستگی و قاب‌بندی تصاویر مورد توجه و تحلیل قرار می‌گیرد.

ارزش اطلاعاتی هر یک از عناصر تصویر به محل قرارگرفتن آن در تصویر بستگی دارد. عنصر نمایش داده شده در بالای تصویر، عنصر آرمانی و آنچه در پایین تصویر نمایش داده می‌شود، عنصر واقعی در نظر گرفته می‌شود. همچنین در فرهنگ‌هایی که از سمت راست به چپ می‌نویسند، عنصر سمت راست تصویر، عنصر معلوم و نقطه شروعی برای خوانش دیگر اجزاء تصویر است؛ در حالی که عنصر سمت چپ، عنصر جدیدی است که تصویرساز می‌خواهد بیننده به آن توجه کند. ترکیب‌بندی عناصر تصویر همچنین ممکن است بر اساس ارزش اطلاعاتی مرکز و حاشیه سازماندهی شده باشد. در این صورت آنچه در مرکز قرار گرفته، عنصر اصلی و برجسته و آنچه در حاشیه قرار گرفته است، عنصر فرعی و کم‌اهمیت‌تر خواهد بود (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۲۴۹-۲۷۰).

عناصر مختلف هر تصویر به میزانی که از برجستگی بیشتری برخوردار باشند، اهمیت بیشتری خواهند داشت. اندازه نسبی عناصر، شدت وضوح، کنتراست و قرار گرفتن در پیش‌زمینه، از جمله عوامل برجستگی هستند. عناصر موجود در تصویر همچنین ممکن است دارای قاب‌بندی مستحکم یا ضعیف باشند. قاب‌بندی مستحکم بر فردیت و تمایز میان عناصر تصویر، و نبود قاب‌بندی یا ضعیف بودن آن، بر ماهیت گروهی دلالت دارد (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۶، ۲۷۹-۲۷۵).



در تصویر پست منتخب (شکل شماره ۲)، از ترکیب‌بندی مرکز پیرامونی استفاده شده است و مادر را در مرکز و به‌عنوان هسته اطلاعاتی و کودکان را در دو طرف مادر به‌صورت حاشیه‌ای و فرعی‌تر نشان می‌دهد. علاوه بر ترکیب‌بندی مرکزی، استفاده از زاویه افقی مستقیم و وضوح بیشتر چهره مادر در مقایسه با چهره کودکان، مادر را در تصویر برجسته کرده است.

به‌گفته کرس و ون‌لیوون (۱۳۹۶، ۲۷۵) برخلاف ارتباط تصویری، زبان نوشتاری صورت‌های دستوری برای بیان معنایی که ذیل فرانش ترکیبی در تحلیل بصری ذکر شد را توسعه نداده است.

۵. تحلیل «پیکره‌ای» صفحه اینستاگرامی منتخب با استفاده از الگوی تحلیلی کرس و ون‌لیوون
در بخش گذشته تحلیل متنی یک پست منتخب از صفحه اینستاگرامی آوین بابایی، با استفاده از الگوی تحلیلی کرس و ون‌لیوون شرح داده شد. تحلیل سه فرانش اندیشگانی، بین‌فردی و ترکیبی، در مجموع نشان داد که در پست منتخب، تأکید بر مادر خانواده و محوریت آن در خانه بوده است. مادر به‌عنوان هسته اطلاعاتی در تصویر و نوشتار پست برجسته شده است و مخاطبان را با خود همراه می‌کند. در این پست، مادر خانواده‌محور و فداکار نشان داده شده است و مسئولیت کارهای خانه و رسیدگی به فرزندان را برعهده دارد و این در حالی است که این فعالیت‌ها را با رضایت انجام می‌دهد و از رسیدگی به فرزندان لذت می‌برد. کودک دختر نیز دنباله‌رو رفتار و منش مادر نشان داده شده است.

در این بخش، تحلیل پیکره‌ای مجموع این صفحه با استفاده از همان الگو بیان خواهد شد:

۱-۵. کودک

آوین (دختر ۵ ساله) و آروین (پسر ۳ ساله)، دو کودک خانواده بابایی هستند. از آنجا که آوین فرزند اول خانواده است و زودتر به دنیا آمده، از نام او برای عنوان صفحه استفاده شده است. هر دو کودک در بیشتر پست‌ها حضور دارند؛ با این حال آنها کمتر بدون حضور مادر، مشاهده می‌شوند. آنها عمدتاً در دو طرف مادر یا در کنار مادر هستند و یا پسر در آغوش مادر است و دختر در کنار آن دو حضور دارد. به‌رغم حضور کودکان در بیشتر تصاویر، تحلیل میان‌نشانه‌ای نشان می‌دهد که در برخی از پست‌ها (پست‌های آموزشی



ابتدای صفحه)، کودک تنها در تصویر حضور دارد و در نوشتار به او اشاره نشده است. به عبارت دیگر، کودک مشارکت‌کننده اصلی و یا یکی از مشارکت‌کنندگان تصویر به‌شمار می‌رود؛ در حالی که در نوشتار آن پست مشارکت ندارد و استفاده از تصویر کودک تنها برای جلب توجه کاربران به پست و نوشتار آن بوده است (مشارکت).



#آموزشی
این شما و اینم کلیبی که خیلی پرسیدید. خوشتون اومد؟ آموزش بعدی چی باشه؟

#آموزشی
سلام. این آموزشو قبلا داشتیم ولی پستشو پاک کرده بودم. گفتم دوباره آموزششو بدم و بذارم تو پیج بچونه، چون شاید الان به دردتون نخوره ولی به روزی حتما به کارتتون میاد

#آموزش-یاب-آیدا
اینم هدیه شب عید ما به شما آموزشی که قولشو داده بودم بچون امیدوارم که به دردتون بخوره

شکل ۳. مشارکت کودک در تصویر و عدم مشارکت آن در نوشتار

مکان حضور کودکان، خانه و به‌ویژه پذیرایی خانه بوده و به‌ندرت در اتاق مخصوص خود حضور دارند. همچنین، به‌رغم حضور کودکان در بیشتر پست‌ها، حضور آنها اغلب منفعلانه و بدون کنش است. در بسیاری از تصاویر هیچ برداری از دو کودک منشعب نمی‌شود. در مواردی نیز آنها با کنش‌هایی نظیر بازی با مادر، به‌هم ریختن خانه یا بیدار کردن مادر از خواب، دیده می‌شوند. کودکان اغلب در حال تعامل و بازی با مادر هستند و نه بازی و تعامل با یکدیگر (فرایند کنشی). البته در برخی از تصاویر به‌طور خاص دختر در حال کنش است که این موضوع در ادامه و در توضیح مقایسه کودک دختر و کودک پسر، شرح داده خواهد شد.





شکل ۴. کنش کودکان معطوف به بازی با مادر، به هم ریختن خانه و بیدار کردن مادر از خواب

در تصاویر این صفحه، مهم‌ترین ویژگی ملکی بازنمودشده برای هر دو کودک، لباس‌های متنوعی است که بر تن دارند. در نوشتار نیز، توجه و نظر دنبال‌کنندگان بر تماشای پوشش و لباس کودکان جلب شده و از آنها در خصوص میزان پسند لباس و زیبایی و تناسب آن با چهره کودک سوال شده است (فرایند تحلیلی). همچنین در بسیاری از تصاویر، لباس کودکان با لباس مادر ست شده است که کودکان را دنباله‌روی مادر و نیز به‌صورت نمادین آنها را بخشی از مادر و ضمیمه و امتدادی از وجود مادر معرفی می‌کند (فرایند نمادین).



شکل ۵. ست بودن نمادین لباس کودکان با مادر

۵-۲. کودک دختر / کودک پسر

اگرچه تفاوت معناداری در میزان مشارکت و حضور کودک پسر و کودک دختر در تصاویر و نوشتار مشاهده نمی‌شود و هر دو کودک از مشارکت‌کنندگان بازنمودشده محوری در صفحه هستند، اما در برخی تصاویر قاب‌بندی به نحوی است که مادر و پسر را با بیشترین اتصال و به صورت جمعی‌تر و نزدیک‌تر به یکدیگر نشان می‌دهد؛ در حالی که کودک دختر با عدم اتصال و اندکی فاصله و تمایز از آنها قرار گرفته است. چنین تصویری محوری‌تر بودن پسر برای مادر را نشان می‌دهد (قاب‌بندی).



شکل ۶. قاب‌بندی با بیشترین اتصال مادر و پسر و عدم اتصال مادر و دختر

در نوشتار صفات متعددی برای هر یک از کودکان به کار برده شده است. برخی صفات همچون صفت «قشنگ»، به صورت مشترک هم برای دختر و هم برای پسر بیان شده است. برخی صفات نیز به طور خاص و تنها برای دختر و یا پسر به کار گرفته شده که کلیشه‌های جنسیتی را نشان می‌دهد. به عنوان نمونه، در نوشتار یکی از پست‌ها صفت «قانع» برای دختر استفاده شده است و در پستی دیگر از صفت «زورگو» برای پسر استفاده شده و استفاده از ایموجی‌ها، لذت بردن مادر از این زورگویی و تایید و تشویق این صفت برای پسر را نشان می‌دهد:

داستان این کلیپ این بود که من تو ظرف آوین به دونه پفک گذاشتم، تو ظرف آرمین سه چهارتا، دوربین رو روشن گذاشتم و رتم بیرون، پیش خودم گفتم شاید دعواشون شه 😊 ولی عکس العملشون عالی بود 😊 اول اینکه آوین به حق خودش قانع بود، دوم هم مهربونی آرمین ❤️ فقط آخرش آرمین بدشانسی آورد دستش خورد به چشم آوین 😊 من برادر ندارم. ولی فکر میکنم حس خیلی شیرینی باشه 😊، به جورایی ته دلت قرصه، پشتتگر مه 🍷 شماهایی که برادر دارید بگید 😊 حالا واقعا داداش داشتن خوبه؟ آرمین آبنبات آوینو گرفته 😊 زور میگه دیگه 🍷

همچنین در موارد متعددی برای پسر از صفات آقا، مرد کوچک، امید مادر و تکیه‌گاه خانه بعد از پدر استفاده شده و در نقطه مقابل صفاتی همچون ظریف و حساس برای دختر به کار رفته است (فرایند رابطه‌ای توصیفی).



جدول ۱. مقایسه صفات دختر و صفات پسر

صفات	دختر	پسر	دلالت
صفات مشترک	قشنگ، سیندرلا	قشنگ، دلریا	زیبا بودن
	مهربون	مهربون	مهربان بودن
	بانمک، شیرین زبون	قند مامان، شیرینی خونه	همچون خوراکی بودن
	عزیز	گل	دوست‌داشتنی بودن
صفات خاص	-	نفس مادر	وابسته بودن زندگی مادر به پسر
	خوب	شیطون، وروجک، خرابکار، شلوغ‌کار	کلیشه جنسیتی
	قانع	زورگو	کلیشه جنسیتی
	ظریف، حساس	آقا و مرد کوچک و امید مادر و تکیه گاه خانه بعد از پدر	کلیشه جنسیتی

پیش‌تر بیان شد که کودکان اغلب بدون کنش و یا در حال بازی با مادر هستند؛ اما در برخی از تصاویر به‌طور خاص دختر در حال کنش است. با این حال، سطح عاملیت و کنش دختر در توانایی رقصیدن او خلاصه می‌شود که تنها در چند تصویر و نوشتار مرتبط با آن نشان داده شده است. در چند تصویر نیز دختر در حال کمک کردن به مادر در انجام امور خانه همچون جارو کشیدن و یا آبمیوه گرفتن است (فرایند کنشی) و این کنش دختر در نوشتار پست از سوی مادر تأیید و تشویق می‌شود. این در حالی است که در این تصاویر پسر نظاره‌گر خواهرش است (فرایند واکنشی) و یا بر اساس آنچه مادر در نوشتار ذکر کرده است، با خرابکاری مانع انجام کار توسط مادر و خواهرش می‌شود. در تصویر دیگر دختر علاقه‌مند به جارو کشیدن و در تلاش برای گرفتن جارو از مادر نشان داده شده است.



میدونی چرا کار مامانا انقدر طول میکشه؟ 😊😊

خدایی قبول دارید اینو؟
بعد میگن چرا کار رو انقدر طول میدی؟
اعتراف کنید همین الان
با یکی دو تا بچه که دلم زیر دست و پاته، کار کردن واقعا سخت و وقت گیره



این شما و این په روز عادی تو خونه ما
این مدلی شروع میشه
تمام شلوغ کاری هم واسه آرمینه
وگرنه من و آرمین خوب کار میکنیم والا
شماها شاهد باشید



ببینید چه رقصی میکنه براتون
کی اینقدری شدی آخه جویبه قشنگم؟
چطوره رقصش؟
همه رو هم خودش یاد گرفته انجام میده ها

شکل ۷. توانمندی دختر در رقصیدن و کمک به مادر در انجام امور خانه



علاوه بر نمایش کلیشه‌های جنسیتی نقش‌های زنانه برای دختر، کلیشه‌های جنسیتی در فرایندهای نمادین نیز قابل مشاهده است. در حالی که برای دختر تم تولد سیندرلایی تهیه شده است، تولد پسر با کیک تولد ماشینی جشن گرفته می‌شود. (فرایند نمادین). بنابراین، به نظر می‌رسد که دختر برای ایفای نقش‌های عرفاً زنانه همچون انجام کارهای خانه و پسر برای ایفای نقش‌های عرفاً مردانه همچون رانندگی آماده می‌شود.



شکل ۸. استفاده از تم تولد سیندرلایی برای دختر و کیک تولد ماشینی برای پسر

۳-۵. مادر

مشارکت‌کننده اصلی در صفحه آوین بابایی، مادر است. اگرچه کودکان در بیشتر پست‌های صفحه حضور دارند؛ حضور آنها کم‌رنگ‌تر از مادر است. در برخی از پست‌ها، مادر تنها مشارکت‌کننده انسانی در تصویر است و این در حالی است که به ندرت تصویر کودکان یا یکی از آنها بدون همراهی مادر به چشم می‌خورد (مشارکت). مهم‌ترین ویژگی ملکی بازنمود شده برای مادر نیز لباس‌های متنوعی است که بر تن دارد و در نوشتار توجه و نظر دنبال‌کنندگان به آنها جلب شده و در خصوص انتخاب لباس‌های مادر نظر خواهی می‌شود (فرایند تحلیلی). در این تصاویر، اغلب از نمای متوسط استفاده شده است تا لباس‌ها و تیپ و پوشش مادر به طور کامل برای دنبال‌کنندگان قابل مشاهده باشد (فاصله اجتماعی).



شکل ۹. نمونه‌هایی از مشارکت مادر در تصویر بدون حضور و همراهی کودکان



در تصاویری که مادر و کودکان حضور دارند نیز تصویر مادر برجسته شده است که ارزش اطلاعاتی بیشتر و اهمیت محوری مادر را نشان می‌دهد. در این زمینه به‌عنوان نمونه می‌توان به استفاده از کنتراست و تضاد رنگ پوشش مادر با سایر اعضای خانواده، استفاده از نور و وضوح چهره مادر در کنار چهره تار و ناواضح سایر اعضای خانواده، اندازه نسبی بیشتر مادر در تصویر، قرار گرفتن مادر در مرکز تصویر، استفاده از زاویه افقی روبرو برای مادر و زاویه افقی اریب برای سایر اعضای خانواده و یا نامشخص بودن چهره آنها، اشاره کرد (برجستگی، ارزش اطلاعاتی، نگرش ذهنی معطوف به رابطه).



برجستگی مادر با استفاده از وضوح چهره و اندازه نسبی



برجستگی مادر با استفاده از کنتراست و وضوح چهره



برجستگی مادر با استفاده از کنتراست رنگ سبز در زمینه سفید



برجستگی مادر با استفاده از پرسپکتیو افقی (مادر با زاویه روبرو و نامشخص بودن چهره کودکان)



برجستگی مادر با استفاده از ترکیب‌بندی مرکزی (مادر در مرکز و کودکان در حاشیه)



برجستگی مادر با استفاده از ترکیب‌بندی مرکزی (مادر در مرکز و کودکان در حاشیه) و پرسپکتیو افقی (مادر با زاویه روبرو و کودکان با زاویه اریب)

شکل ۱۰. برجستگی حداکثری تصویر مادر





مادر، کنشگر اصلی در پست‌های روایی به‌شمار می‌رود و در بیشتر موارد، فرزندان ذینفعان کنش‌های مادر هستند. در بسیاری از تصاویر، جهت بردار از دست مادر به فرزندان یا یکی از آنهاست؛ بدین ترتیب که مادر کودک را در آغوش گرفته و یا با گرفتن دست کودک، از وی حمایت و مراقبت می‌کند. علاوه بر آن، در بسیاری از تصاویر مادر در حال رسیدگی به امور فرزندان و انجام خدمتی برای آنهاست. غذا دادن به کودک، خواباندن کودک و تعویض لباس کودک، نمونه‌هایی از این کنش‌های مادر به‌شمار می‌روند (فرایند کنشی). مراقبت و رسیدگی مادر به کودک، عمدتاً با نگاه محبت‌آمیز و لبخند رضایت‌بخشی همراه است که رضایت مادر از رسیدگی به امور فرزندان را نشان می‌دهد (فرایند واکنشی). تحلیل نوشتاری نیز بیانگر آن است که مادر به‌رغم داشتن احساس خستگی از فعالیت‌های مرتبط با رسیدگی به امور کودکان، از انجام این فعالیت‌ها راضی و خشنود است و زندگی را در تبدیل سختی‌های بچه‌داری به لحظات شیرین و شاد تعریف می‌کند (فرایند ذهنی). تا جایی که حتی از مصدومیت خود هنگام بازی با کودک، با رضایت یاد می‌کند:

دیگه فکر کنم تو این مدت منو شناخته باشید، سعی میکنم از هر فرصتی واسه خوش گذروندن در کنار بچه‌ها استفاده کنم 😊 بچه‌داری سخته‌ها، قبول دارم 😊 ولی خب تمام سعی مو میکنم که شیرینش کنم، سعی میکنم کلی تجربه‌های جدید کنیم در کنار هم، که بهمون خوش بگذره و خاطره شه 🌸 😊 زندگی همیشه دیگه 🌸 مگه نه؟

مصدومم شدم 😊 عوضش آوین کلی سرگرم شد 😊
با اینکه خیلی وقتا خسته میشم، وقت کم میارم، همش در حال بدو بدوام، ولی بازم راضی‌ترم 😊 😊
حوصله‌م هیچ وقت سر نمیره 😊
یعنی بچه‌ها صبح تا شبم اذیتم کنن، به محض اینکه بخوابن، دل‌م براشون تنگ میشه 😊 😊 هی میشینم بالاسرشون قربون صدقه‌شون میرم 😊



شکل ۱۱. نمونه‌هایی از کنش مادر معطوف به مراقبت از کودک و رسیدگی به امور فرزندان

چنانچه اشاره شد، در تصاویر ترکیب‌بندی مرکز‌حاشیه غالب است که در آن مادر در مرکز تصویر قرار گرفته و ارزش اطلاعاتی بیشتری دارد. با این حال، در برخی تصاویر به‌منظور مقایسه شرایط گذشته و شرایط کنونی از ترکیب‌بندی بالاپایین و یا چپ‌راست استفاده شده است. در یکی از نمونه‌ها، در تصویر پایین، روزگار گذشته نشان داده شده است که در آن مادری عبوس با استفاده از زور در حال خواباندن کودک بر روی پای خود است. در تصویر بالا، عنصر آرمانی مادر امروزی است که کودک را در تاب مخصوص گذاشته و با صبوری و آرامش در حال خواباندن کودک است و مادری نسل جدید را فداکارانه‌تر و آرمان‌گرایانه‌تر نشان می‌دهد.



شکل ۱۲. ترکیب‌بندی بالاپایین و نمایش مادر نسل جدید به‌مثابه عنصر آرمانی

در برخی دیگر از تصاویر با استفاده از ترکیب‌بندی چپ‌راست، شرایط مادر پیش از مادر شدن و پس از آن، با یکدیگر مقایسه شده است. بدین ترتیب که در سمت چپ تصویر، شرایط پیش از مادر شدن، نشان داده شده و در سمت راست، شرایط پس از مادر شدن به‌عنوان شرایط جدید و مطلوب معرفی شده است (ارزش اطلاعاتی). به‌عنوان نمونه، در یکی از تصاویر، مادر در سمت چپ و شرایط پیش از مادری در حال مطالعه کتاب و یا استفاده از تلفن همراه خود است، در حالی که در شرایط پس از مادری، کودکان جایگزین وقت شخصی مادر برای مطالعه و استفاده از تلفن همراه شده‌اند و لبخند مادر و فرایند



ذهنی وی که در نوشتار بیان شده، رضایت مادر از این تغییر را نشان می‌دهد. در یکی دیگر از نمونه‌ها، در شرایط پیش از مادر شدن، وی بینی خود را گرفته و با دستمال‌کاغذی جوارب را از خود دور می‌کند؛ اما در شرایط پس از مادر شدن با رضایت پوشک کودک خود را بو می‌کشد. در نوشتار مربوط به این پست نیز با بیان اینکه «مادر است دیگر... با این چیزها هم ذوق می‌کنه» رضایت خود از این وضعیت را نشان می‌دهد (فرایند ذهنی). در مجموع، کنش‌های معطوف به مراقبت و رسیدگی به امور فرزندان و رضایت از آن علیرغم خستگی، مادر را فداکار نشان می‌دهد.



قبول دارید اینو؟ در مورد من که واقعا صدق میکنه
 کارایی کردم تو این چندسال بچه داریم که قبلا محال
 بود. یادمه وقتی آوین رو باردار بودم همش به این فکر
 میکردم که میتونم از پوشش بریام یا نه؟ چطوری باید
 پوششکشو عوض کنم و هزاران سوال دیگه
 حالا الان... مادر است دیگر...
 با این چیزها هم ذوق میکنه

اینکه خیلی وقتا خسته میشم، وقت کم میارم،
 همش در حال بدویدوام
 ولی بازم رضای ترم
 حوصله مم هیچ وقت سر نبریزه

خطایی این مدالی بیشتر میچسبه ها
 سرورصدای بچه ها نیاشه حوصله م
 سرمیره

شکل ۱۳. ترکیب‌بندی چپ‌راست و نمایش شرایط مادری به‌مثابه وضعیت جدید و مطلوب

مادر عمدتاً در خانه حضور دارد و در محیط‌های خارج از خانه دیده نمی‌شود. در کنار کنش‌های معطوف به مراقبت و رسیدگی به فرزندان، سایر کنش‌های مادر در راستای رسیدگی و انجام امور خانه است و وی در حال انجام اموری همچون ظرف شستن و جارو کشیدن نمایش داده می‌شود (فرایند کنشی). در نوشتار نیز، کار خانه به‌عنوان وظیفه و کار مادر معرفی شده است:

می‌دونی چرا کار مامانا اقلدر طول می‌کشه؟
 آگه چوب جادویی داشتین باهاش چه کار میکردین؟ من مطمئنا در نظافت و جمع و جور کردن خونه ازش استفاده
 می‌کردم.





شکل ۱۴. نمونه‌هایی از کنش‌های مادر در راستای انجام امور خانه

بررسی فرایند رابطه‌ای توصیفی برای مادر در نوشتار نیز نشان می‌دهد که مادر از صفات

«مادر خوب» و «همسر خوب» به‌عنوان صفات مطلوب خود نام برده است:

امیدوارم نگاه خدا امسال هم همراهم باشه، بتونم مادر و همسر بهتری باشم.
تمام تلاشمو میکنم که مامان پرانرژی ای براشون باشم.

۵-۴. پدر

پدر هم در تصاویر و هم در نوشتار، حضور و مشارکت بسیار کم‌رنگی دارد. تحلیل میان‌نشانه‌ای بیانگر آن است که در بسیاری از پست‌هایی که در نوشتار آن از هشتگ خانواده استفاده شده است، در تصویر تنها مادر و کودکان حضور دارند و خانواده بدون حضور پدر تعریف شده است (مشارکت).



#تولد#تولدت-میارک
#تولد#تولدت-میارک#چشم#میارکتک
#عکس-تولد#آرمن#آبی
#سفید#تولدی#یک#یک#کتولد
#خانوادگی#خانواده#بیام



#شب#بیدا#بیدا#میز#بیدا
#شب#چله#بیلدا#۹۹#انار#مندیوانه
#فرمز#خواهر#برادری#خانوادگی
#بیلدای#لایک#کامنت
#خانوادگی#عشق#خانواده#بیلدا#در#خانه



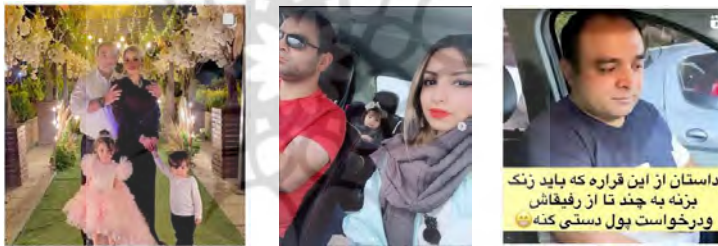
#تولد#چالش#تولد#چالش
#تولد#میارک#سبز
#خانواده#عشق#تولدی#۲۹
سالگی

شکل ۱۵. استفاده از هشتگ خانواده در تصاویر حضور مادر و کودکان، بدون حضور پدر

در چند تصویر انگشت‌شماری که پدر مشارکت دارد، در خارج از خانه (در محل کار، در اتومبیل و در رستوران) بوده و کنش اصلی وی رانندگی است (فرایند کنشی). بر خلاف مادر که اغلب با نگاه تقاضا در تصویر حضور دارد و فاعلی است که با بیننده وارد رابطه



شده و حسی از صمیمیت را به همراه دارد، پدر با نگاه عرضه نمایش داده شده است که نتیجه آن حس خنثی از سوی بیننده خواهد بود (تماس). در یکی از تصاویر تنها بخشی از بدن و چهره پدر دیده می‌شود و بخش دیگر، خارج از کادر تصویر است (برجستگی حداقلی). در سایر تصاویر نیز پدر به صورت سر به زیر، نیم رخ و با زاویه افقی مورب حضور دارد که چنین تصویری نشان دهنده عدم رابطه بوده و او را خارج از جهان ما نشان می‌دهد. این در حالی است که مادر اغلب با زاویه افقی مستقیم و تمام رخ نمایش داده شده است و این زاویه مستقیم بیانگر هماهنگی و رابطه است و اینکه آنچه می‌بینید بخشی از جهان ماست (نگرش ذهنی معطوف به رابطه). در تنها تصویری که پدر با نگاه تقاضا و زاویه افقی مستقیم حضور دارد، برداری از سوی دستان پدر به شانه‌های مادر منشعب شده و با دستان خود شانه‌های مادر را دربر گرفته است (فرایند کنشی) که به صورت نمادین او را حامی و تکیه‌گاه مادر نشان می‌دهد (فرایند نمادین).



شکل ۱۶. پدر با نگاه عرضه و زاویه افقی مورب، خارج از خانه، در حال رانندگی، حامی مادر

به‌رغم حضور اندک و حاشیه‌ای پدر در تصاویر، در نوشتار از وی با صفات متعددی یاد شده است. برخی از این صفات خطاب به پدر و برخی دیگر در وصف او بیان شده است. در صفات، بیش از همه بر صفت حامی بودن پدر برای مادر تأکید شده است و سایر صفات به‌کاربرده شده، ارزشمند بودن پدر برای مادر، بزرگ‌خانواده بودن و زحمت‌کش بودن پدر از منظر مادر را نشان می‌دهد (فرایند رابطه‌ای توصیفی). در مجموع پدر مطلوب در این صفحه، پدری معرفی شده است که حامی مادر است، حضور بسیار کم‌رنگی در خانه دارد و همواره در حال کار و کسب درآمد است.

جدول ۲. صفات پدر

دالات	صفت
تکیه‌گاه و حامی مادر بودن	پشتمی، هوامو داری، دلگرمیمی، عین‌کوه پشتمه، حامیمه
ارزشمند بودن برای مادر	همه چیزم، عشقم
بزرگ خانواده بودن	تاج سر، آقای خونه
زحمت‌کش بودن	زحمت‌کش، همیشه در حال تلاش و کار

۶. تحلیل گفتمانی

یافته‌های به‌دست آمده از تحلیل متنی پست منتخب و تحلیل پیکره‌ای مجموع صفحه، نشان می‌دهد که کودکان در این صفحه، منفعل و وابسته نمایش داده شده‌اند. در غالب تصاویر، کودکان منفعلانه و بدون انجام هیچ کنشی صرفاً حضور دارند. همچنین آنها کاملاً نیازمند حمایت و مراقبت مادر خود هستند و در بسیاری از تصاویر مادر آنها را در آغوش گرفته و یا با گرفتن دست‌شان از آنها حمایت می‌کند. تنها در برخی از تصاویر، کودک دختر، در حال انجام کنش دیده می‌شود. کنش دختر یا رقصیدن است و یا مشارکت در انجام امور خانه. در نوشتار نیز به ایفای نقش خانگی از سوی کودک دختر اشاره شده است. کودک دختر، همچنین در یکی از تصاویر با اصرار از مادرش می‌خواهد که جارو کشیدن در خانه را به او واگذار کند و این تصویر علاقه‌مندی و تمایل دختر به ایفای نقش خانگی را نشان می‌دهد. علاوه بر آن، کودک دختر با اسباب‌بازی‌ها و نمادهای عرفاً زنانه و متناسب با تمرین نقش خانگی یا مادرانه، و کودک پسر با اسباب‌بازی‌ها و نمادهای عرفاً مردانه نمایش داده شده است. در صفات نیز، کودک دختر احساساتی، قانع و خوب، و کودک پسر زورگو، بازیگوش و تکیه‌گاه معرفی شده است. مجموع آنچه گفته شد، بازتولید و تداوم کلیشه‌های جنسیتی را هم در بعد نقش‌ها و وظایف و هم در بعد صفات و ویژگی‌ها نشان می‌دهد. این موضوع، در نحوه نمایش مادر و پدر نیز صادق است. مادر خانه، عمدتاً در خانه نمایش داده شده و به‌عنوان مسئول انجام کارهای خانه معرفی می‌شود. وی همچنین مادر فداکاری است که در کنار انجام کارهای خانه، رسیدگی به کودکان را بر عهده دارد و سایر فرایندهای کنشی و مادی‌اش به مراقبت و نگهداری از کودکان اختصاص



یافته است. مادر از ایفای نقش خانگی و مراقبت فداکارانه از کودکان کاملاً رضایت دارد و این رضایت را با لبخندزدن در هنگام انجام فعالیت‌ها و استفاده از تعبیر سختی شیرین برای اشاره به سختی‌های بچه‌داری نمایش می‌دهد. پدر در تصاویر حضور اندکی دارد که به دلیل حضور اندکش در خانه است. وی عموماً بیرون از خانه است و در محدود تصاویری که نمایش داده می‌شود نیز در محل کار و یا در داخل اتومبیل قرار دارد. پدر همچنین در نوشتار تکیه‌گاه، زحمتکش و مقتدر و نیز رییس خانه توصیف شده است. بنابراین آنچه گفته شد، گفتمان و ایدئولوژی «مردسالاری» در این صفحه کاملاً مشهود و پررنگ است.

با این حال، شواهدی از گفتمان و ایدئولوژی «سرمایه‌داری» نیز در آن به چشم می‌خورد. مادر نمایش داده شده در این صفحه، نقش‌های سنتی را ایفا می‌کند؛ اما یک زن کاملاً سنتی نیست؛ چراکه ایفای نقش‌های سنتی را نه از روی فشار و اجبار، بلکه به انتخاب و دلخواه خودش انجام می‌دهد. وی همچنین بر خلاف زنان سنتی، یک زن مصرف‌گراست که در مجموع صفحه با تنوعی از لباس‌ها حضور دارد و نیز در بسیاری از تصاویر لباس خود را با لباس کودکان خود ست کرده است. تأکید بر نمایش چهره مادر در مجموع صفحه و گاه با نمای نزدیک نیز علاوه بر نشان دادن اهمیت محوری مادر در خانواده، حاکی از تأکید بر زیبایی‌های فردی و زنانه مادر است. اقتدار پدر نیز با اقتدار پدر سنتی متفاوت است. این اقتدار بیشتر در توصیف به چشم می‌خورد و نه در عمل. پدر اگرچه در نوشتار، مقتدر توصیف شده است؛ اما در تصاویر عمدتاً به صورت حاشیه‌ای و کم‌اهمیت، حامی مادر خانواده و نیز سربه‌زیر و شرم‌منده نمایش داده می‌شود. گویی تنها نقش آن تامین مالی خانواده است و در سایر تصمیم‌گیری‌ها و مسائل خانواده نقشی ندارد.

۷. نتیجه‌گیری

هدف مقاله حاضر، کاربست روش تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی برای انجام مطالعات اجتماعی بر بستر رسانه‌های اجتماعی و به‌طور خاص اینستاگرام بود. از آنجا که ساخت هویت همواره یک حوزه اصلی موردعلاقه برای مطالعات گفتمان انتقادی بوده است و با توجه به آنکه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر همچون اینستاگرام، توانایی تصویر برای



برساخت هویت و انتقال آن به دیگران را ارتقا داده‌اند، مطالعه برساخت هویت کودکی، مادری و پدری در صفحات کودک محور اینستاگرامی برای مطالعه موردی انتخاب شد. در ادامه، رویکرد کرس و ون لیوون در تحلیل گفتمان انتقادی چندوجهی، به عنوان یک رویکرد مناسب برای تحقیق در رسانه‌های اجتماعی معرفی شده و به طور کامل شرح داده شد. در این روش، تحلیل‌های مبتنی بر نشانه‌شناسی اجتماعی تصاویر، نقشی محوری دارند و بخش اصلی یافته‌ها را شکل می‌دهند و در نهایت نیز گفتمان‌ها از ماحصل این تحلیل‌ها استخراج خواهند شد.

صفحه آوین بابایی، به عنوان تنها صفحه کودک محور خواهربرادری که در دسته اینفلوئنسرهای سطح بالا قرار دارد، با استفاده از این روش تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که گفتمان و ایدئولوژی مردسالاری در این صفحه کاملاً مشهود و پررنگ است. در این صفحه، هویت کودکی با انفعال و وابستگی، هویت مادری با ایفای نقش خانگی و نگهداری از فرزندان و هویت پدری با توصیفات اقتدارگرایانه گره خورده و کلیشه‌های جنسیتی هم در نمایش کودکان و هم در نمایش مادر و پدر قابل مشاهده است. یافته‌ها، همچنین سیال شدن هویت‌ها و هم‌زمانی شدن هویت‌ها متأثر از ظهور جهان مجازی و رسانه‌های اجتماعی را نشان داد. بدین ترتیب که هویت‌های برساخت شده، ترکیبی از هویت‌های سنت‌گرا در کنار هویت‌های مدرن‌گرا را به نمایش گذاشت. فرهنگ و هویت سنتی با ایفای نقش‌ها و وظایف عرفاً پذیرفته شده جنسیتی، و فرهنگ و هویت مدرن با نمایش مصرف‌گرایی، زیبایی‌های ظاهری و تأکید بر انتخاب، لذت و رضایت شخصی و نیز تقلیل اقتدار پدر به توصیفات نوشتاری، قابل مشاهده بود.

رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های برابری را برای دستیابی به قدرت مشارکت آنلاین فراهم کرده‌اند که به موجب آن، گروه‌های به حاشیه رانده شده می‌توانند به جامعه گسترده‌تر دسترسی پیدا کنند (شاهقاسمی و پروسر، ۲۰۱۹). زنان، به عنوان بخشی از گروه‌های خاموش در جامعه ایران، از طریق رسانه‌های اجتماعی این فرصت را یافته‌اند که به چرخه فرهنگ بصری راه یابند و تصویری از زندگی و خانواده خود را، به گونه‌ای که می‌پسندند، به تصویر بکشند. قابلیت خودارتباطات جمعی رسانه‌های اجتماعی و چرخش شهرت متأثر



از آن نیز، برای مردم عادی و از جمله زنان، این امکان را فراهم آورده است تا از مزایای سلبریتی بودن و قدرت سلبریتی برخوردار شوند و از طریق تعامل ارتباطی بر یکدیگر تأثیر بگذارند و در برساخت هویت‌ها و گفتمان‌ها سهیم شوند. هویت‌های مختلفی را بسازند، به چالش بکشند و یا تداوم ببخشند. در صفحات کودک‌محور اینستاگرامی، هنگامی که مادران تصاویر و عکس‌هایی از خود و کودکان‌شان را در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند، در حال طبقه‌بندی و چارچوب‌بندی خود و کودکان خود در این تصاویر هستند. آنها می‌توانند فرصت‌هایی را برای مقاومت در برابر کلیشه‌های موجود ایجاد کنند و یا آن کلیشه‌ها را تداوم ببخشند و به عنوان نمونه، با میانجی‌گری خود طبقه‌بندی جنسیتی، خودکلیشه‌سازی جنسیتی را تقویت کنند. در حالی که رسانه‌های اجتماعی، شکل‌گیری قدرت گفتمانی از پایین به بالا را تسهیل کرده‌اند و انتظار می‌رفت قدرت کسب‌شده از این طریق، منجر به خلاقیت بیشتر در تغییر ارزش‌ها و هنجارها شود؛ آنچه در این صفحه مشاهده شد، نه شکل‌گیری قدرت گفتمانی از پایین به بالا؛ بلکه بازتولید کلیشه‌های جنسیتی و گفتمان از پیش قدرتمند مردسالاری بود که در جامعه ایران نهادینه شده و به صورت از بالا به پایین از سوی ساختارها و نهادهای رسانه‌ای به سوژه‌های عادی جامعه هدایت می‌شود. خود طبقه‌بندی مطابق با هنجارهای رایج و خودکلیشه‌سازی مشاهده شده در این صفحه را می‌توان ناشی از این دانست که مادر به‌عنوان مدیریت‌کننده تصاویر صفحه، بیشتر در معرض نمایش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی قرار داشته و تا اندازه‌ای متأثر از آنها بوده است. از سوی دیگر، وی و سایر مادرانی که چنین صفحاتی را مدیریت می‌کنند، به شدت به بازخورد دنبال‌کنندگان‌شان وابسته هستند و بنابراین تنها آن دسته از هنجارهای مرسوم اجتماعی را زیر پا خواهند گذاشت که تضاد عمیقی با نگرش‌ها و ساختارهای درونی شده از سوی دنبال‌کنندگان نداشته باشند. وابستگی به بازخوردهای دنبال‌کنندگان و میل به کسب وفاداری و دریافت پسند و تأیید از سوی آنها، منجر به آن می‌شود که آنها خواسته یا ناخواسته، در برخی موارد خود و کودکان‌شان را مطابق استانداردهای جامعه، طبقه‌بندی کرده و نمایش دهند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که گرچه پویایی قدرت ارتباطی به نفع افراد عادی و تولیدکنندگان معمولی متون و محتواها تغییر کرده است؛ با این





حال هر پدیده ارتباطی در رسانه‌های اجتماعی، تحت‌تأثیر زمینه‌های صنعتی و نیز تحت‌تأثیر زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. بازتولید گفتمان از پیش قدرتمند مردسالاری در این صفحه را نیز می‌توان ناشی از قدرت زمینه اجتماعی دانست. همان‌طور که یک فیلم‌ساز در تلاش برای کسب باورپذیری مخاطب، از فرهنگ همان مخاطب استفاده می‌کند و در تهیه فیلم خود، چیزی را استفاده می‌کند که فرهنگ در اختیارش می‌گذارد، در صفحات اینستاگرامی نیز کاربران، تصویری از خود و خانواده‌شان را به نمایش می‌گذارند که بیشتر در آن زیسته‌اند و بنابراین، متأثر از زمینه اجتماعی است. علاوه بر آنچه گفته شد، شواهدی از گفتمان و ایدئولوژی سرمایه‌داری نیز در این صفحه به چشم می‌خورد که می‌توان آن را متأثر از قدرت زمینه صنعتی تلقی کرد. عقلانیت تجاری و ارزش‌های سرمایه‌داری نقش مهمی در اینستاگرام ایفا می‌کنند و تأکید بر دیده شدن در اینستاگرام یک اصل اساسی است که نمایش زیبایی‌های چهره و ظاهر مطلوب و نیز تنوع در پوشش و مصرف‌گرایی را به‌دنبال دارد و در این صفحه نیز قابل مشاهده بود. نمایش مصرف و مصرف‌گرایی در اینستاگرام، می‌تواند دنبال‌کنندگان بسیاری را به صفحه جذب کند؛ چرا که بسیاری از کاربران توانایی خرید کالاها و خدمات گرانی‌مندی که افراد مشهور از آنها لذت می‌برند را ندارند و راه جایگزین برای آنها این است که مصرف آنها را مصرف کنند؛ از این مصرف نیابتی لذت ببرند و از این طریق با شخصی که به طور آشکار آن خدمات و کالاها را مصرف می‌کند، هویت‌یابی کنند (شاه‌قاسمی، ۲۰۲۱).

تحقیقات پیشین که به مطالعه صفحات اینستاگرامی زنانه پرداخته‌اند نیز بازتولید دو ایدئولوژی مردسالاری و سرمایه‌داری در این صفحات را نشان داده‌اند. فراتحلیل پژوهش‌ها و مقالات فارسی مرتبط با بازنمایی زنانگی و مادرانگی در اینستاگرام نشان داده است که علیرغم برخی مقاومت‌ها بر ضد گفتمان مردسالاری، این گفتمان در اینستاگرام در حال بازتولید است. پژوهش‌ها همچنین بازتولید گفتمان سرمایه‌داری را در کنار اندیشه‌های فمینیستی، نشان داده‌اند (مجدی‌زاده، حجاری، و بیچرانلو، ۱۴۰۱). چنانچه شرح داده شد، این پژوهش نیز با استفاده از کاربست یک روش جدید در تحلیل صفحات اینستاگرامی و با تمرکز بر صفحات کودک‌محور اینستاگرام ایرانی، این یافته‌ها را تایید می‌کند.

با توجه به آنچه بیان شد، تصویر ارائه شده برای کودک، مادر و پدر و هویت برساخت شده برای آنها در این صفحه اینستاگرامی، همزمان متأثر از قدرت کاربر، قدرت زمینه اجتماعی و قدرت زمینه صنعتی بوده است. با این حال، در این صفحه تأثیر قدرت زمینه اجتماعی مشهودتر است. تحقیقات بیشتر در سایر صفحات کودک محور اینستاگرامی با استفاده از روش پیشنهادی این تحقیق، می تواند سایر گفتمان های احتمالی در چنین صفحاتی را نشان دهد. در رسانه های اجتماعی، به دلیل عدم کنترل و نظارت مرکزی، تکثیر بازنمایی ها محدود نمی شود و تصویر و هویت کودک، مادر و پدر، در تمام صفحات کاملاً یکسان نخواهد بود. می توان تصور کرد که در برخی صفحات کودک محور، قدرت کاربر و کنشگری آن در تغییر هنجارها و در برخی دیگر قدرت زمینه صنعتی، مشهودتر باشد و نقش بیشتری در برساخت هویت ها و گفتمان ها ایفا کند. روش و الگوی تحلیلی معرفی شده در این مقاله، روشی بدیع و نوآورانه برای تحلیل متون چندوجهی رسانه های اجتماعی به شمار می رود که کاربرد آن در تحقیقات و مقالات حوزه علوم اجتماعی تاکنون مورد توجه نبوده است. مقاله حاضر، به کارگیری این روش را به پژوهشگران و محققان حوزه های مختلف اجتماعی و فرهنگی برای تحلیل متون چندوجهی رسانه های اجتماعی همچون اینستاگرام پیشنهاد می کند.

۸. محدودیت های تحقیق

مهم ترین محدودیت پژوهش حاضر، اعمال محدودیت و فیلترینگ اینستاگرام بود که سرعت پژوهش را با کندی مواجه می ساخت. همچنین به دلیل اینکه محتوای استوری های اینستاگرام تنها ۲۴ ساعت قابلیت دسترسی دارد، فیلترینگ و سرعت پایین مانع دسترسی روزانه به همه استوری ها شده بود و به همین دلیل تنها به تحلیل پست های ثابت صفحه بسنده شد.

۹. سپاسگزاری

این مقاله مستخرج از رساله جهت دفاع از رساله دوره دکتری با عنوان «مطالعه الگوهای فرزندپروری و ارزش های ترویجی برای کودکان در صفحات کودک محور اینستاگرام»



می‌باشد که با راهنمایی دکتر اعظم راودراد و مشاوره دکتر سعیدرضا عاملی انجام شده است و از ایشان بابت رهنمودهایشان کمال تشکر را دارم.

۱۰. تعارض منافع

هیچ‌گونه تضاد منافی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۹۸

دوره ۱۷، شماره ۲
تابستان ۱۴۰۳
پیاپی ۶۶



اکبرزاده جهرمی، سیدجمال‌الدین؛ و تقی‌آبادی، مسعود (۱۳۹۸). ستاره‌های خرد ایرانی در قالب سلفی: مطالعه‌ی نشانه‌شناختی شهرت خرد در اینستاگرام. فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ۲۰ (۴۶)، ۱۱۳-۱۵۵. doi: 10.22083/jccs.2019.120410.2376

برگر، آرتور ایسا (۱۳۸۹). تحلیل گفتمان کاربردی؛ فرهنگ عامه، رسانه‌ها و زندگی روزمره (مترجم: حسین پاینده). تهران، ایران: مروارید. (تاریخ اصل اثر ۲۰۱۶)

برگر، آرتور ایسا (۱۳۹۹). روش‌های پژوهش در رسانه‌ها و ارتباطات: درآمدی بر رویکردهای کیفی و کمی (مترجم: احسان شاه‌قاسمی و محمدرضا نیرو). تهران، ایران: جهاد دانشگاهی. (تاریخ اصل اثر ۲۰۲۰)

راودراد، اعظم؛ حجاری، منصوره؛ و مجد‌زاده، زهرا (۱۴۰۰). بصری‌شدن زندگی روزمره زنان؛ گفتمان غالب زنان اینفلونسر در شبکه اجتماعی اینستاگرام. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۴ (۱۲)، ۱۸۳-۲۱۴. doi: 10.22034/jjism.2021.296803.1242

عاملی، سیدسعیدرضا (۱۳۹۰). مطالعات جهانی شدن؛ دوفضایی‌شدن‌ها و دوجبهانی‌شدن‌ها. تهران: سمت.

عینی‌فر، مینا (۱۳۹۵). مطالعه شیوه‌های خودابرازی زنان با عکس در شبکه‌های اجتماعی: مطالعه موردی اینستاگرام (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

کرس، گونتر (۱۳۹۷). نشانه‌شناسی اجتماعی؛ از نظریه تا کاربرد: بازنمود چندوجهی رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی به موضوع ارتباط در عصر حاضر (مترجم: سجاد کبگانی و رحمان صحراگرد). تهران: مارلیک. (تاریخ اصل اثر ۲۰۱۰)

کرس، گونتر؛ و ون‌لیوون، تتو (۱۳۹۶). خوانش تصاویر؛ دستور طراحی بصری (مترجم: سجاد کبگانی). تهران: هنر نو. (تاریخ اصل اثر ۲۰۰۶)

لدین، پر؛ و مچین، دیوید (۱۴۰۰). گفتمان‌شناسی انتقادی چندوجهی (مترجم: سمیرا امیرذهنی). در جان فلاوردو و جان ریچاردسون. راهنمای گفتمان‌شناسی انتقادی؛ رویکردها (صص ۹۳-۱۱۸). تهران: لوگوس. (تاریخ اصل اثر ۲۰۱۸)

مجدی‌زاده، زهرا؛ حجاری، منصوره؛ و بیچرانلو، عبدالله (۱۴۰۱). ظهور شبه‌فمینیسم نتولیبرال در صفحات اینستاگرامی زنان ایرانی. جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۴ (۴)، ۴۸-۷۲. doi: 10.34785/J016.2022.038

مجدی‌زاده، زهرا؛ و حجاری، منصوره (۱۴۰۱). تحلیل گفتمان چندوجهی. جامعه فرهنگ رسانه، ۱۱ (۴۲)، ۲۷۹-۳۱۰.

مسکوب، شاهرخ (۱۳۷۳). هویت ایرانی و زبان فارسی. تهران: باغ آینه.

ون‌لیوون، تتو (۱۳۹۵). آشنایی با نشانه‌شناسی اجتماعی (مترجم: محسن نوبخت). تهران، ایران: علمی. (تاریخ اصل اثر ۲۰۰۵)

Aeini, B., Zohouri, M., & Mousavand, M. (2023). Iranians and privacy preservation on social media: A systematic review. *Positif*, 23(10), 88-100.



- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). Introducing a new topology for (multimodal) discourse analysis. In Ph. Chappell, & J. S. Knox (Eds), *Transforming Contexts. Papers from the 44th International Systemic Functional Congress. Wollongong: 44th ISFC Organising Committee*. ISBN 978-0-646-97417-0.
- Cadinu, M., & Galdi, S. (2012). Gender differences in implicit gender self-categorization led to stronger gender self-stereotyping by women than by men. *European Journal of Social Psychology*, 42(5), 546-551. doi:10.1002/ejsp.1881
- Choi, G. y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids:!" Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164. doi: 10.1080/10646175.2017.1327380
- Çoşkun, G. E. (2015). Use of Multimodal Critical Discourse Analysis in Media Studies. *The Online Journal of Communication and Media*, 1(3), 40-43.
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, M. I. M. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. London, United Kingdom: Hodder Education.
- Kautsar, K., & Bustam, M. R. (2021). A Multimodal Discourse Analysis of American Restaurant Chains Instagram Post during Pandemic. *Journal of English Language Teaching, Linguistics and Literature*, 4(2), 14-22. doi: 10.29100/bright.v4i2.2058
- Mastro, D. E., & Kopacz, M. A. (2006). Media representations of race, prototypicality, and policy reasoning: An application of self-categorization theory. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 305-322. doi:10.1207/s15506878jobem5002_8
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. New York, USA: Routledge.
- Nosrati, S., Sabzali, M., Arsalani, A., Darvishi, M., & Aris, S. (2023). Partner choices in the age of social media: are there significant relationships between following influencers on Instagram and partner choice criteria? *Revista De Gestão E Secretariado (Management and Administrative Professional Review)*, 14(10), 19191-19210. doi: 10.7769/gesec.v14i10.3022
- Nosrati, S., Sarfi, M., & Moosavand, M. (2023). Liquid love and continuation of a new love order. *Synesis*, 16(1), 114-132.
- Sabbar, S., Abdollahinezhad, A., Heidari, A., & Mohammadi, F. (2021). Knowledge Management in the Age of Unreliable Messages. Do University Students Trust Online Messages? (A Survey from the Middle East). *AD-Minister* (39), 143-162. doi: 10.17230 Ad-minister.39.7
- Shahghasemi, E. (2021). Rich Kids of Tehran: The Consumption of Consumption on the Internet in Iran. *Society*, 58, 398-405. doi: 10.1007/s12115-021-00626-3
- Shahghasemi, E., & Prosser, M. (2019). The Middle East: Social media revolution in public and private communication. In *International Conference on Future of Social Sciences and Humanities*, Warsaw.
- Turner, J. C., & Reynolds, K. J. (2012). Self-categorization theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*, (pp. 399-417). California, USA: Sage Publications Ltd.

