

On the user dialogism in the brand co-creation value of iranian modest sustainable fashion

Farideh Haghbin¹, Narjes Monfared², Yousef Qaseminezhad Raeini³

Received: 2024/12/14 Accepted: 2025/02/28

1. Introduction

The concept of *modest fashion* was initially used as a way for women to cover some parts of their bodies and represent their identity in international communities. Over time, it has not been limited to women and has expanded to include men as well (Kamarulzaman et al., 2023). The concept of modest fashion, which involves multi-layered clothing, has the potential to integrate with other fashions such as *sustainable fashion*. However, sustainable fashion has led to an issue known as *greenwashing* (Kumaresan & Chandramohan, 2023; Shi & Teo, 2024). Greenwashing can negatively impact the market ecosystem by reducing demand for such products and making consumers skeptical about purchasing them (Kumaresan & Chandramohan, 2023; Shi & Teo, 2024).

The investigation of brand value development in relation to modest sustainable fashion is crucial and demands an understanding of consumer behavior and interactions. Our study is dedicated to creating a model that investigates the

How to Cite:

Haghbin, F; Monfared, N; Qaseminezhad Raeini, Y (2025), On the user dialogism in the brand co-creation value of iranian modest sustainable fashion, *Journal of Language Research*, 17 (56), 185-217.

<https://doi.org/10.22051/jlr.2025.49193.2526>

homepage: <https://zabanpazhuhi.alzahra.ac.ir>

1. Professor in Linguistics, Department of Linguistics, Faculty of Literature, Alzahra University, Tehran, Iran; fhaghbin@alzahra.ac.ir

2. Postdoc Researcher, Department of Linguistics, Faculty of Literature, Alzahra University, Tehran, Iran (corresponding author); n.monfared@alzahra.ac.ir

3. Department of Mathematics, Faculty of Computer and Mathematics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran; yqasemi@gmail.com



Copyright © 2025 The Authors. Published by Alzahra University. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited; and does not alter or modify the article.

brand equity of Iranian modest sustainable fashion through the co-creation process within potential consumers' dialogues. This study employs an integrated method that involves *conversation analysis* and a *marketing semiotics* perspective to decisively explore how users perceive and interact with the brands, with the clear objective of increasing user awareness and promoting informed decision-making.

2. Methodology

2-1. Materials and methods

The research corpus consists of social network dialogues between brand owners and consumers regarding Iranian modest sustainable fashion from 2020 to 2024. First of all, the corpus was collected randomly using the Apify and CrowdTangle search engines, as well as Google Search. Subsequently, 15 Iranian brands were purposefully selected based on their dialogical chains related to the co-creation value of modest sustainable fashion.

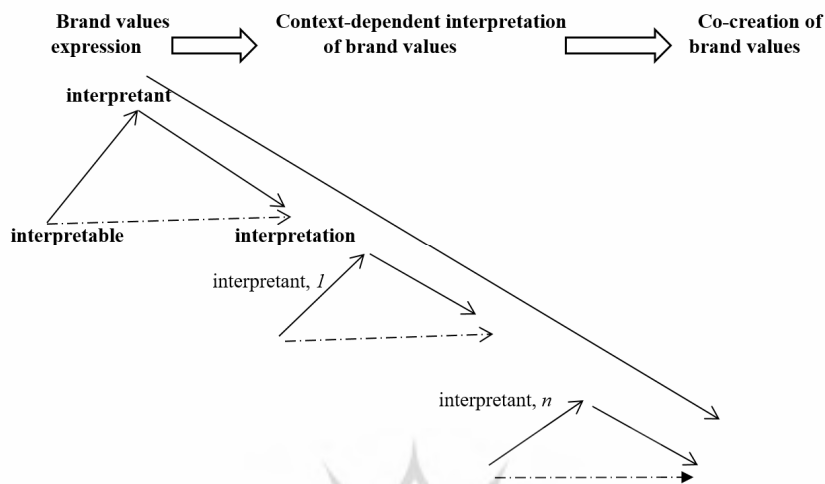
The data were analyzed using a combined qualitative and quantitative approach. The sample was examined using an integrated corpus-based model in conversation analysis and marketing semiotics. In addition, artificial intelligence methods were applied to represent the meaning-making patterns of Iranian sustainable fashion brands through interaction with users.

2-2. Integrated model

According to Peirce (1977), the meaning-making or *interpretation* of brand values is determined by the *object* or interpretable phenomena such as modest sustainable fashion brand. The object produces an effect on a person (the *interpretant*) - like the potential brand community. Finally, the person, or the interpretant, is thereby indirectly determined by the object.

Figure 1.

Interpretation of the brand during value co-creation (Hagbin et al., 2022)



2-2-1. Brand values expression

At the expression level, the branding process focuses on how certain processes of creating meaning for brands can make them widely accessible and open to negotiation (Iedema 2003).

2-2-2. Context-dependent discourse of modest sustainable fashion brands

Considering the creativity of user-generated content, the effectiveness of modest sustainable fashion brands needs systematic investigation using an integrated model in discourse in interaction, including *conversation analysis*, *discourse coherence* and *Topic drift*.

2-2-3. Co-creation of brand values

Predicting interactions with potential consumers in the *context of situation* needs to consider both *temporal* and *spatial* aspects (Sassani, 2006: 70. *Context of culture* encompasses shared knowledge, communication norms, belief systems, linguistic metaphors, historical awareness, and ethical principles. Finally, potential customer communication through co-creation manner can address the goals, values, and implications of how users interact with stakeholders.

3. Results and discussion

To investigate how inter-semiotic devices are used in the discourse of Iranian sustainable fashion during brand value co-creation, they were analyzed using artificial intelligence techniques based on the nature of the research variables.

Figure 2.

Heatmap of inter-semiotic devices of Iranian sustainable modest fashion

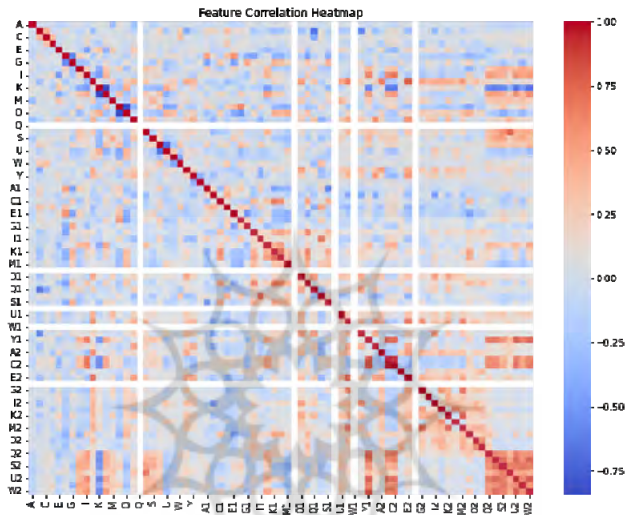


Figure 3.

Clustering of inter-semiotic devices of Iranian sustainable modest fashion

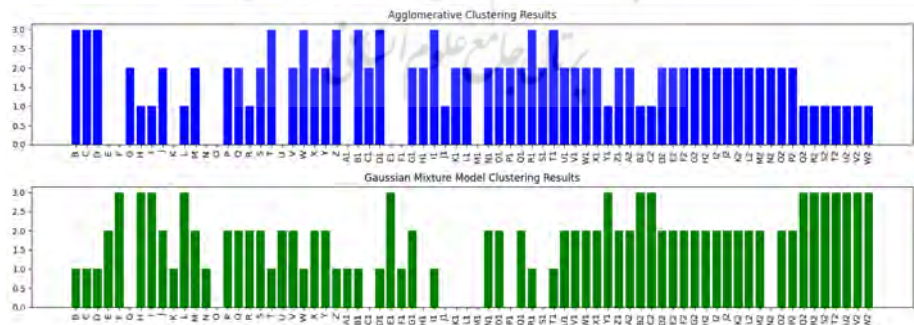


Figure 4.

Heatmap of interactional devices of Iranian sustainable modest fashion

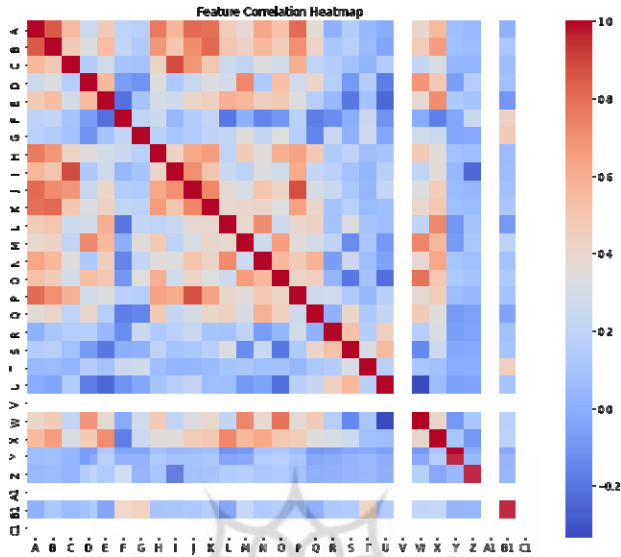
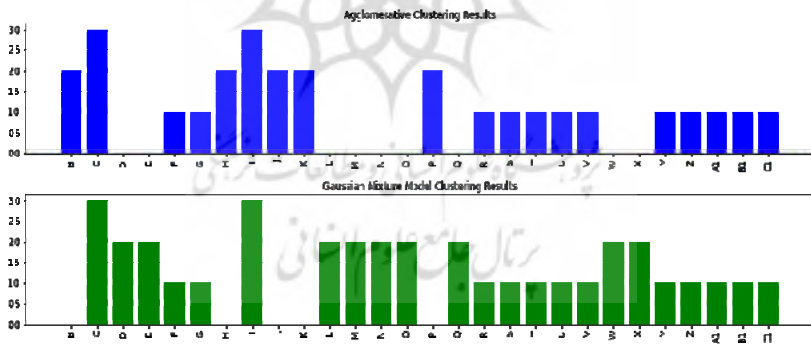


Figure 5.

Clustering of interactional devices of Iranian sustainable modest fashion



To represent the meaningful patterns of Iranian sustainable modest fashion during user interactions, machine learning approaches, including the heat map method, agglomerative clustering, and gaussian mixture model, were combined.

The findings showed that Iranian clothing brands align with global trends modestly and sustainably. However, they often employ repetitive semiotic mechanisms to convey brand values. Despite Iran's geographical and cultural diversity, not all meaning-making capabilities of inter-semiotic devices related to

Iranian sustainable modest fashion have been utilized. At the international level, the dialogic process was manipulated and navigated toward prising brand values.

4. Conclusion

Current fashion is centered on responsible manners rather than the traditional view of fashion as a system of norms and regulations. This approach prioritizes comfort and coverage while offering a wide range of styles, from simple to extravagant. In doing so, modest fashion contributes to environmental sustainability goals. Iranian modest fashion that embraces environmental sustainability trends includes a variety of special value environments such as sustainable fashion, cycle fashion, and recycled fashion.

By emphasizing minimalism, some brands are pioneering the production of durable, functional clothing without gender distinctions. In this context, producing high-quality and well-tailored clothing can be costly. Additionally, highlighting the cultural and historical authenticity of the garments can serve as a strategy to justify higher prices, potentially leading to greenwashing. While utilizing degradable materials like vegetable leather and natural fibers in natural colors is ideal, it may not always be feasible. Brand owners may sometimes exploit customer ignorance to elevate perceived value, resulting in greenwashing practices. Similarly, claims of incorporating disposable materials and scraps in clothing design may not always be practical and can function as a form of greenwashing that inflates brand prices.

In summary, research findings indicate that the brand equity of Iranian sustainable modest fashion consists of special values, cyclical fashion, and recycled fashion.

Keywords: co-creation value, comment marketing, greenwashing, Iranian modest sustainable fashion



گفت‌وگومندی کاربر در هم‌آفرینی با ارزش ویژه و ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی

فریده حق‌بین^۱، نرجس منفرد^۲، یوسف قاسمی نژاد رائینی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۰

چکیده

مد امروز، با تکیه بر خردگرایی آرمانی، کوشیده تا از تقلید کورکورانه جمعی پرهیز کرده و بر انتخاب آگاهانه فردی تأکید کند. این دیدگاه آرمان‌گرایانه، بستری را برای برند (ویژند)‌های پوشاک ایرانی فراهم آورده تا همسو با جریان‌های گوناگون مد، همچون مد موقر (پوشیده) و پایدار، کسب ارزش کنند. هدف پژوهش حاضر، بازنمایی معانی نهفته ارزش‌های و ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی در جریان خلق و هم‌آفرینی ارزش ویژگی است. به این منظور، ۴۰۰۰ زنجیره گفت‌وگو پیرامون ۱۵ ویژگی مد پوشیده پایدار ایرانی به روش تصادفی از شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی (اینستاگرام و یوتیوب) و ملی (باسلام و ترب) گردآوری شدند. سپس، زنجیره‌های گفت‌وگویی که در پیوند با ارزش

استناد به مقاله:

حق‌بین، فریده؛ منفرد، نرجس؛ قاسمی نژاد رائینی، یوسف (۱۴۰۴)، گفت‌وگومندی کاربر در هم‌آفرینی با ارزش ویژه و ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی، زبان پژوهی، ۱۷ (۵۶)، ۲۱۷-۱۸۵.

<https://doi.org/10.22051/jlr.2025.49193.2526>

homepage: <https://zabanpazhuhi.alzahra.ac.ir>

* پژوهش حاضر برگرفته از طرح پسادکتری است که توسط پژوهشگر پسادکتری، نرجس منفرد به میزبانی دکتر فریده حق‌بین در دانشگاه الزهراء به انجام رسیده است.

۱. استاد زبان‌شناسی، گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران؛ fhaghbin@alzahra.ac.ir
۲. پژوهشگر پسادکتری، گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛ n.monfared@alzahra.ac.ir
۳. دکترای تخصصی ریاضی، گروه ریاضی، دانشکده ریاضی و کامپیوتر، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران؛ yqasemi@gmail.com

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴. ناشر این مقاله، دانشگاه الزهراء است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و عدم تغییر یا تعدیل مقاله مجاز است.

Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)



ویژه و ویژگی‌های موردبررسی بودند، به شیوه هدفمند انتخاب شدند. روش پژوهش ترکیبی از شیوه کیفی و کمی است؛ در این زمینه از روشی تلفیقی با ماهیتی چندسطحی در معناپردازی پویا و بازاریابی دیدگاه بهره گرفته شد تا امکان واکاوی داده‌ها با تلفیق ابزارهای یادگیری ماشین فراهم شود. یافته‌های پژوهش نشان داد ویژگی‌های پوشاک پوشیده پایدار ایرانی با تکیه بر مفاهیم مد بادوام، مد چرخه‌ای و مد بازیافتی در پی بازنمایی گرایش‌های پایداری محیط زیست، هستند؛ ولی ناآگاهی کاربران از مفاهیم مد پایدار، بستر سبزشویی را فراهم آورده است. این امر با هدایت کاربران به سوی برهم‌کنش‌های همسو با ارزش‌های سبزشویی، به عادی‌سازی سبزشویی می‌انجامد. در نهایت، الگوی معناپردازی ارزش‌های ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی در جریان برهم‌کنش با کاربران نمایانده شد.

واژه‌های کلیدی: ارزش ویژه و ویژگی، مد پوشیده پایدار ایرانی، بازاریابی دیدگاه، سبزشویی، هم‌آفرینی ارزش

۱. مقدمه

مد امروز با تکیه بر خردگرایی و انتخاب فردی، امکان گسترش گرایش‌های گوناگونی همچون مد موقر (پوشیده)^۱ را فراهم آورده است. مد پوشیده، نخست در میان زن‌ها به کار گرفته شد تا این امکان برای آن‌ها فراهم شود که با حفظ پوشیدگی و آراستگی به راحتی در جامعه فعالیت کنند. با گسترش جریان‌های آزادی‌خواهانه و پذیرش گرایش‌های فکری افراد، مد پوشیده بالندگی بیشتری یافت. تا اندازه‌ای که ویژگی‌های مد پوشیده، افزون‌بر زن‌ها و اقلیت‌های مذهبی، در میان گروه‌های دیگر اجتماع هم گسترش یافت (Kamarulzaman et al., 2023). بووی (Bouvier, 2016) به واکاوی گفتمان مد پوشیده زن‌های مسلمان مصری پرداخت. وی دریافت که از یک سو، زن‌های مسلمان می‌خواهند پابندی خود به ایدئولوژی‌های دینی را نشان دهند تا بر اثر فشار اجتماعی برگرفته از سنت، چندان مدرن و شیک به نظر نرسند؛ از سوی دیگر، برخی زن‌ها با تکیه بر مد امروز، می‌خواهند ایده‌های فردی خود به نمایش گذارند تا سطح تحمل اجتماع را بالا ببرند. به باور هال (Hall, 1984)، رمزگان پوشاک، به مثابه منبع نشانه‌شناختی و ابزاری است که با آن می‌توان به هدف‌های ارتباطی دست یافت.

مد پوشیده، با تکیه بر مفهوم چندلایه بودن، امکان ترکیب با مد پایدار را دارد. جریان‌های مد

۱. در این پژوهش، به جای واژه «modest fashion»، که مد موقر ترجمه شده است از مد پوشیده بهره گرفته‌ایم.

۲. در پژوهش حاضر به جای واژه «Brand»، از معادل فارسی «ویژند» که از سوی فرهنگستان معرفی شده است، بهره گرفته‌ایم. این واژه، به قیاس با واژه برند و با تغییر واژه «ویژه»، به معنای «خاص بودن»، پدید آمده است.

پایدار مواردی همچون مد بادوام (خرید کم ولی باکیفیت)؛ مد چرخه‌ای^۱ (مصرف دوباره پوشاک)؛ مد احیاکننده (بازآفرینی مدهای قدیمی)؛ سفارش پوشاک پیش از خرید و موارد مشابه را دربر می‌گیرد (Haghbin et al., 2023). راسلن و همکاران (Ruslan et al., 2023) با تأکید بر تعهد اجتماعی برآمده از مذهب، می‌نویسند مصرف‌کننده مد پوشیده پایدار، می‌تواند با کاربرد برخی ارزش‌های اسلامی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی را نشان دهند. از دید بووی (Bouvier, 2016) مد پوشیده پایدار به سبب همبستگی که با جغرافیای فرهنگی مصرف‌کننده‌ها، به شکل‌های گوناگونی در میان جوامع بازنمایی می‌شود.

باین وجود، برخی ویژگی‌ها به دلایلی همچون الزامات قانونی، فشار سهامداران، حفظ اعتماد عمومی و به دست آوردن مزیت رقابتی، تلاش‌های گوناگونی در زمینه پایداری محیط زیست انجام می‌دهند (Kumaresan & Chandramohan, 2023). گاهی رفتارهای آن‌ها نمایانگر گونه‌ای از سبزشویی مشتمل بر «بزرگ‌نمایی جزئی تا دروغ‌های کامل» هستند که افزون‌بر کاهش اعتبار و بی‌ثباتی، تأثیرات منفی بر زیست‌بوم بازار، صنعت و جامعه دارد (Shi & Ling, 2024). گالی کانو (Gallicano, 2011) با بررسی شگردهای سبزشویی و بی‌ثباتی استارباکس^۲ در جریان گفت‌وگوی کاربران شبکه‌های اجتماعی دریافت که استارباکس به جای پاسخ‌دهی به انتقادات و نگرانی‌های افراد، محتوای جدیدی در شبکه اجتماعی منتشر می‌کرد؛ همچنین، بر گفت‌وگوی خوشایند کاربران تمرکز داشت. از دید مییر (Maier, 2011)، سبزشویی، نخست از دید مصرف‌کننده عادی شده، سپس مشروعیت می‌یابد. در این زمینه، زبان یا غیبت معناساز آن، نقش مهمی در پذیرش و عادی‌سازی سبزشویی دارد. گاهی دولت‌ها، سیاستمداران، مدیران دانشگاه‌ها، سازمان‌های پژوهشی، کارشناسان زیست‌محیطی و سازمان‌های غیردولتی هم سبزشویی می‌کنند (de Jong, 2020). با وجود اینکه، اتحادیه اروپا شیوه‌نامه‌ای را به تصویب رسانده تا کسب و کارها ادعاهای زیست‌محیطی خود را با شواهد توجیه کنند، ولی در نهایت، مسئولیت بر گردن صاحبان کسب و کار نهاده شده است (Williams, 2024).

از دیدگاه گفتمانی، پیگیری جریان گفت‌وگوی کاربران در ارتباط با بی‌ثباتی، به روش‌های گوناگونی امکان‌پذیر است. رازقی و همکاران (Razeghi et al., 2020) می‌نویسند با توجه به ماهیت گفت‌وگوها در فضای برخط، تعداد بالای کاربران، ترتیب و زمان پیام‌های ارسال‌شده، گفت‌وگوها تاندازه‌ای از هم گسیخته می‌شود. تغییر در موضوع گفت‌وگو به ویژه در گفت‌وگوهای برخط و ناهمزمان رخ می‌دهد. زیرا مدیریت و هدایت گفت‌وگو به سوی خاصی

1. circular fashion
2. Starbucks

امکان‌پذیر نیست و سوگیری آن‌ها نیز غیرقابل پیش‌بینی است. حق‌بین و همکاران (Haghbin et al., 2025) با تکیه بر استراتژی بازاریابی دیدگاه، نشان دادند که کاربران با بهره‌گیری از انواع سازوکار گفت‌وگومانی گسست-گسست انگلی، گسست ارجاعی و بازنشر-سعی در برهم‌زدن زنجیره گفتار و هدایت کاربران به صفحه اینستاگرامی یا وب‌گاه خود دارند. هرچند کاربرد سازوکار گسست انگلی و گسست بازنشر در بازاریابی دیدگاه تأثیر منفی بر نگرش کاربران داشت، ولی سازوکار گسست ارجاعی تأثیر مثبتی بر نگرش کاربران داشته‌است. حسین‌زاده و همکاران (Hosseinzadeh Shahri et al., 2023) با بررسی تأثیر دیدگاه‌های جعلی بر نگرش خرید کاربران در زنجیره گفت‌وگویی برخط دریافتند دیدگاه‌های جعلی با حفظ انسجام موضوعی و انسجام دستوری-واژگانی تأثیر مثبتی بر نگرش خرید مصرف‌کننده‌ها دارند. همچنین، دیدگاه‌های جعلی با سازوکارهای گسست موضوعی تأثیر مثبتی بر نگرش خرید مصرف‌کننده‌ها دارند. حق‌بین و همکاران (Haghbin et al., 2023) به ترسیم الگوی بومی معناپرداز و ویژگی‌های بومی ملی و بین‌المللی در جریان هم‌آفرینی ارزش ویژه‌ها با ابزارهای یادگیری ماشین پرداختند. با وجود تصویب قانون «ساماندهی مد و لباس» در راستای بومی‌سازی صنعت پوشاک، همچنان طراحی رمزگان پوشاک پوشیده پایدار ایرانی نیازمند بررسی‌های روشمند است. این مسئله، در «سند ملی پوشش اسلامی ایرانی»، با هدف دستیابی به بیش از ۴۰ درصد از بازارهای داخلی در دوره زمانی ده ساله به‌وسیله ویژگی‌های پوشاک ایرانی مطرح شد (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی [IPRC]، 2023). در این مسیر، نیازمند بهره‌گیری از مفاهیم صنایع خلاق فرهنگی به‌ویژه در بازنمایی قابلیت‌های پوشش بومی در زمینه مد پوشیده پایدار روبه‌رو هستیم. این امر نیازمند پیگیری جریان خلق تا هم‌آفرینی ارزش‌های ویژه‌های پوشیده پایدار ایرانی، با تکیه بر رویکردی چندروشی است. بر این مبنای برآیند تا به این پرسش‌ها پاسخ دهیم که از چه طریقی سازوکارهای گفت‌وگومانی بافت-وابسته رمزگان مد پوشیده پایدار ایرانی، در هم‌کنش با کاربران به گسترش معنا می‌پردازند؟ چگونه گفت‌وگومان ویژه‌های مد پوشیده پایدار ایرانی با تکیه بر ارزش ویژه خود می‌توانند به سبزشویی در جریان هم‌آفرینی ارزش ویژه‌ها می‌انجامند؟ در ادامه، به معرفی روش‌شناسی پژوهش و مدل تلفیقی پژوهش می‌پردازیم. سپس، یافته‌های پژوهش در بخش کیفی و کمی ارائه می‌شوند. در نهایت، در بخش بحث و نتیجه‌گیری به مهم‌ترین دستاوردهای پژوهش اشاره می‌شود.

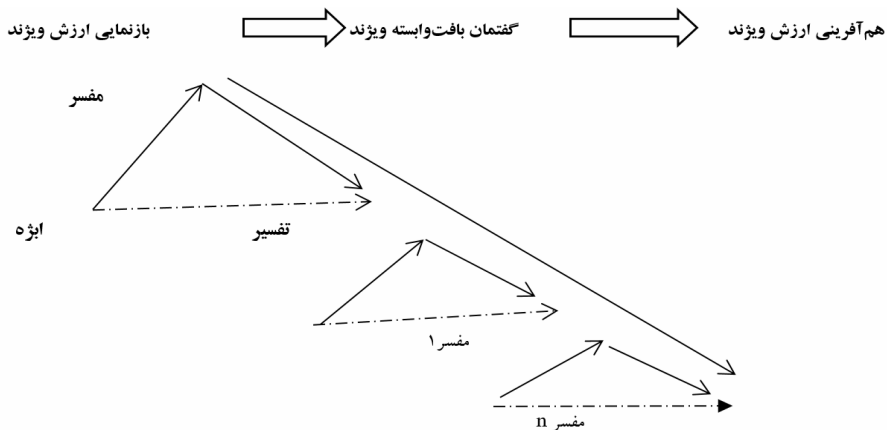
۳. روش‌شناسی پژوهش

۳-۱. روش، ابزار و داده‌های پژوهش

داده‌های پژوهش، مشتمل بر ۴۰۰۰ زنجیره گفت‌وگو پیرامون ۱۵ ویژگی مد پوشیده پایدار ایرانی است که به روش تصادفی گردآوری شدند. به سبب نبود معیار از پیش مشخص، ۱۴۷ زنجیره گفت‌وگویی به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای^۱ استخراج شده و مبنای تحلیل قرار گرفتند. در این زمینه، زنجیره گفتگوهای کاربران در صفحه‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام و یوتیوب با ابزارهای جستجوگر هوشمند اپی‌فای^۲ و کرادتنگل^۳ جستجو شدند. همچنین به جستجو در وب‌گاه‌ها و شبکه‌های اجتماعی ملی «باسلام» و «ترب» پرداختیم. سپس، زنجیره گفت‌وگویی که بر پایه معیارهای اعتبارسنجی پژوهش حاضر در پیوند با مد پوشیده پایدار ایرانی بودند به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. روش پژوهش ترکیبی (کیفی و کمی) است؛ در پژوهش کیفی، به تلفیق رویکردهای معناپردازی پویا و بازاریابی دیدگاه پرداختیم این مدل تلفیقی با نگرشی چندروشی می‌تواند به فهم فرایندهای معناپرداز مرتبط با گفت‌وگومندی کاربر در فضای فرهنگی و اجتماعی ایران امروز بیانجامد. در پژوهش کمی، رویکردهای یادگیری ماشین برای بازنمایی الگوی معناپردازی ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی تلفیق شدند.

۳-۲. مدل تلفیقی پژوهش

ارزش‌های ویژگی‌ها به وسیله ابژه یا پدیده‌های قابل تفسیر بازنمایی می‌شود (Peirce, 1977). این ابژه به وسیله افرادی با قابلیت معناپردازی (ویژندهای شخصی) یا گروهی از افراد (ویژندها) ارائه می‌شود. بافت به مثابه عامل تقویت‌کننده معنا، به گسترش معنای گفتمان ویژگی می‌انجامد (Thibodeau, 2024). سپس، ابژه [گفتمان مبتنی بر ارزش‌های ویژگی‌ها] تأثیری بر روی کاربر به عنوان مفسر می‌گذارد. در نهایت، کاربر یا مفسر به طور غیرمستقیم در جریان هم‌آفرینی ارزش ویژگی‌ها توسط ابژه قرار گرفته تا به خوانش معنا پردازد.



شکل ۱: تفسیر ویژه در جریان هم‌آفرینی ارزش ویژه (Haghbin et al., 2022)

معناپردازی ویژه را می‌توان از طریق برهم‌کنش صاحب ویژه و مشتری پیگیری کرد (Monfared & Haghbin, 2019; Haghbin et al., 2022). گسترش تعاملات اجتماعی پیرامون ویژه، منجر به افزایش آگاهی از ویژه، وفاداری به ویژه و درک کیفیت ارزش‌های ویژه به وسیله سهامداران می‌شود.

۳-۲-۱. سطح بازنمایی ویژه

به‌باور هلیدی (Halliday, 1978: 39) سطح بازنمایی دربردارنده «... نظامی از معانی بالقوه است...» که ویژه با انتخاب (یا جانشینی) از سازه‌های گفتمانی از پیش موجود پدید می‌آورد. ویژه فراتر از نام یا نماد (Haghbin et al., 2022)، امکان گفت‌وگوی کاربران را به‌طور بالقوه فراهم می‌کنند. قدرت یک ویژه از ذهنیت و تجربه مصرف‌کننده در گذر زمان، ناشی می‌شود. ارزش ویژه ویژه به‌عنوان «ارزش افزوده‌ای که یک ویژه خاص به یک محصول می‌دهد» نقشی اساسی در خلق ارزش برای مشتری و روابط سودمند با آن دارد (Kotler et al., 2024: 29; Kumaresan & Chandramohan, 2023).

۳-۲-۲. گفتمان بافت‌وابسته ویژه‌های مد پوشیده پایدار

به‌باور سجودی (Sojoudi, 2008) پوشاک خود یک منبع نشانه‌ای است که به‌مثابه رسانه (ابزار) در پیوند با گفتمان‌های دیگر عمل می‌کند. بارت (Barthes, 1967) در بررسی نظام پوشاک با الهام از مفهوم لانگ و پارول سوسور بر این باور است که لانگ (زبان) پوشاک از دو جریان ساختاری تشکیل شده است؛ نخست، نظام حاکم بر ترکیب و ارتباط میان اجزای پوشاک. دوم، تقابل بین سازه‌های به‌کاررفته در پوشاک که سبب بروز تفاوت در معنا می‌شود. پارول یا

پوشش، جریانی است مشتمل بر عناصر تولید غیرنظام مند از جمله پوشش فردی، ملاحظات فردی، وسواس و موارد مشابه. دیدگاه مد به مثابه نظام دلالت، در تلفیق با دیدگاه مد معاصر افزون بر بلاغت، بر «محتوا» نیز متمرکز است و ارتباط فرد با مد شخصی تر شده است. در این میان، گفتمان ویژگی‌های مد با تکیه بر نظام‌های نشانه‌ای دیداری به بازنمایی ارزش‌های خود می‌پردازند و از نظام کلامی برای معرفی ارزش‌های انتزاعی بهره می‌گیرند. در ادامه، به معرفی سازوکارهای معناپرداز نظام‌های نشانه‌ای دیداری - ایستا (تصویر و رنگ) و پویا (ژست) - و نظام نشانه‌ای نوشتاری برپایه فرانتش‌ها^۱ می‌پردازیم.

۳-۲-۱. نظام‌های نشانه‌ای دیداری

معنای اندیشگانی ژست می‌تواند با فرآیندهای مادی، ذهنی، رفتاری، حالت^۲ و کلامی بررسی شود. فرایند مادی ژست، به ژست پویای انجام کاری - مانند راه رفتن مدل برای نمایش لباس - اشاره دارد که شرکت کننده اصلی یا «رفتارگر^۳»، دارای قوه شناخت است. فرایند ذهنی ژست، در پیوند با مفاهیم انتزاعی اندیشدن است که نمود عینی ندارد. فرآیندهای حالت نمایانگر حرکتی نبوده - مانند حالت ایستاده مدل - و فقط یک شرکت کننده دارد که به عنوان حالت پرداز^۴ شناخته می‌شود. فرآیند کلامی با کنش صحبت کردن مرتبط است (Clough & Duff, 2020). معانی بینافردی پویای ژست با مفاهیم نگرش^۵، درجه‌پذیری^۶ و درگیرشدگی^۷ قابل بررسی است. ژست مدل‌ها می‌توانند با تکیه بر مقوله نگرش، احساسات را به‌ویژه با چهره بیان کنند. برپایه مقوله درجه‌پذیری، امکان ارائه معنا در اندازه‌های گوناگون فراهم می‌شود. همچنین برپایه مقوله درگیرشدگی، جریان تعامل، می‌تواند به شکلی گسترده یا محدود ارائه شود. معانی متنی ژست بر مبنای مقوله‌های سرعت^۸، اهمیت و مشخص سازی^۹ بررسی می‌شود. سرعت ژست با اندازه سریع، متوسط و آهسته قابل بررسی است. اغلب، ژست با درجه آهسته نمایانگر تأکید و تعمد است. ژست با درجه سریع، نمایانگر فوریت، انرژی و پویایی است. ژست با سرعت میانه، روایتگر جریان معمول است. ژست‌ها، جریان موزون اطلاعات را با طول موج‌های مختلف ژست نشان می‌دهند. هر طول موج، دارای یک قله است که این قله نمایانگر اهمیت معنای ژست است. در بُعد

1. metafunctions
2. state process
3. behavior
4. stayer
5. attitude
6. graduation
7. engagement
8. speed
9. specificity

مشخص‌سازی، به بخش‌هایی از بدن مانند انگشت اشاره به کار گرفته می‌شود تا با انعطاف‌پذیری بالا، بیشترین میزان مشخص‌شدگی فراهم شود. همچنین، می‌توان با اشاره با اعضای بدن نیز پدیده‌ای را مشخص نمود (Martinec, 2000: 247-249).

معنای اندیشگانی تصویر، در ساختارهای روایی^۱ و مفهومی^۲ قابل بررسی است. ساختارهای روایی، نمایانگر برداری بوده که نشان‌دهنده یک کنش ایستا هستند (Kress & Van Leeuwen, 2021: 55-61) و ممکن است گذرا یا ناگذر باشند. ساختار مفهومی بیانگر سه گونه تصویر است. گاهی یک نوع پوشش از دیگر گونه‌ها متمایز می‌شود (ساختار مفهومی طبقه‌بندی)؛ در مواردی، پوششی -مانند پوشش سنتی یک منطقه- به‌شیوه‌ای نمادین بیان می‌شود (ساختار مفهومی نمادین) (Ghazvineh, 2024: 24). گاهی پوششی با تکیه بر رابطه جز و کل نمایانده می‌شود (ساختار مفهومی تحلیلی) مانند، نمایش یک فرد با سربند به مفهوم مد پوشیده محلی. معنای بینافردی تصویر، بر پایه مفاهیم تماس^۳، فاصله اجتماعی^۴ و نگرش^۵ قابل بررسی است که ماهیتی نسبی دارند. مقوله تماس، ارتباط بین تصویر و بیننده را بررسی می‌کند. تصویرها می‌توانند اطلاعاتی را ارائه کرده، پیشنهاد داده و یا درخواستی مطرح کنند. کنش درخواست در تصویر، به حضور یا غیاب نگاه مستقیم شرکت‌کننده اشاره دارد که می‌تواند به معنای خطاب مستقیم یا غیرمستقیم بیننده باشد. فاصله اجتماعی پیوند نزدیکی با اندازه قاب تصویر دارد و دست کم می‌تواند به سه نوع رابطه اجتماعی اشاره کند. شرکت‌کننده‌ها نمایانده شده از نمای دور به‌مثابه غریبه و شرکت‌کننده‌های به‌نمایش درآمده از نمای نزدیک به‌مثابه آشنا تفسیر می‌شوند. نمایش شرکت‌کننده از نمای میانه به معنای آن است که شرکت‌کننده، قصد ایجاد ارتباط اجتماعی با بیننده را دارد (Kress & Van Leeuwen, 2021). همچنین، به‌باور شعیری و ساسانی (Shairi & Sasani, 2008: 83) زوایای دید نقش اصلی در جهت‌مندی گفتمان دارد؛ زاویه دید جهان‌شمول، نمایانگر فاصله زیاد با گروهی از افراد است. زاویه دید تسلسلی، به نوعی تسلسل یا توالی نگاه سوژه‌های دیداری، اشاره دارد. زاویه دید گزینشی، مشتمل بر انتخاب برترین نمونه از یک تصویر است. بر مبنای زاویه دید ویژه، جزئی از یک تصویر جدا شده و با دقت بسیار، مورد بررسی قرار می‌گیرد. معنای متنی تصویر با سه مقوله ارزش اطلاع^۶، برجستگی^۷ و قاب‌گیری^۸ قابل بررسی است. بر پایه ویژگی ارزش اطلاع، محور افقی

1. narrative
2. conceptual
3. contact
4. social distance
5. attitude
6. information value
7. saliency
8. framing

در تصویر می‌تواند با توجه به تمایز راست و چپ در تولید معنا مطرح شود. حقیقت این است که (Haghbin, 2011: 135) معتقد است در گفتمان‌های فارسی‌زبان‌ها، با توجه به الفبای نوشتاری و عادت بینندگان فارسی‌زبان، معمولاً در سمت راست تصویر، اطلاع معلوم قرار دارد و در سمت چپ، اطلاع نومی آید. از دیدگاه کرس و فان لیوون (Kress & Van Leeuwen, 2021) محور عمودی در تصویر، تمایز بالا-پایین را ایجاد می‌کند. در بالای تصویر، اطلاعات ایده‌آل یا با ارزش آورده می‌شود ولی در قسمت پایین تصویر، اطلاعات واقعی یا کم‌ارزش آورده می‌شود. جنبه سوم از ارزش اطلاع، به سازه‌های تصویر در مرکز و حاشیه مرتبط است. چیزی که در مرکز نمود می‌یابد به مثابه هسته‌های اطلاعاتی تفسیر می‌شود ولی حاشیه‌ها، به مثابه سازه‌های کمکی و وابسته هستند. برجستگی یک کیفیت غیر قابل اندازه‌گیری است و نشان می‌دهد چه عنصری مهم‌تر از عناصر دیگر است. قاب‌گیری جنبه دیگری از معنای متنی است که از طریق قاب واقعی یک واحد دیداری نمایانده می‌شود.

معنای اندیشگانی نظام نشانه‌ای رنگ می‌تواند به نمودهایی از فرهنگ، سنت، هویت بومی؛ هویت سازمانی و نیزند؛ گرایش جهانی رنگ سال و موارد مشابه اشاره کند. معنای بینافردی رنگ منجر به ایجاد کنش‌هایی در ارتباط با بیننده یا مخاطب می‌شود. معنای متنی نظام نشانه‌ای رنگ در سازه‌های دیداری با هماهنگی رنگی و تضاد رنگی به تولید معنا می‌پردازد. برای نمونه، رنگ‌های متضاد در لباس، از یک سو بر بخش‌های تأکید کرده و آن‌ها را از هم جدا می‌کنند و از سوی دیگر بین آن بخش‌ها، انسجام برقرار می‌کنند (Van Leeuwen, 2011: 73-56).

۳-۲-۲. نظام نشانه‌ای نوشتاری

معنای اندیشگانی نظام نوشتاری با مفهوم گذرایی^۱ و بر مبنای فرایندهای مادی^۲، ذهنی^۳ و رابطه‌ای^۴، رفتاری^۵، کلامی^۶ و وجودی^۷ بررسی می‌شود. فرایندهای مادی، نمایانگر انجام دادن یا رخ دادن در بند هستند. فرایندهای ذهنی، به تجربه فرد از دنیا از دریچه آگاهی وی می‌پردازند. فرایندهای رابطه‌ای برای توصیف و شناسایی در بند به کار می‌روند. فرایندهای رفتاری بر فرایندهای پیکرشناختی^۸ و روان‌شناختی در بند دلالت می‌کنند، مانند نفس کشیدن. فرایندهای وجودی،

1. transitivity
2. material
3. mental
4. relational
5. behavioural
6. verbal
7. existential
8. physiologic

۲۰۰ / گفت‌وگومندی کاربر در هم‌آفرینی با ارزش ویژه و ویژگی‌های مد پوشیده‌پایدار ایرانی / حق‌بین و ...

وجود داشتن و یا رخ دادن چیزی را بازنمایی می‌کنند. بر مبنای فرانشس بینافردی، ساختار دستوری وجه^۱ به صورت مستقیم در جابه‌جایی اطلاعات نقش دارد. مبادله اطلاعات، بر مبنای دو متغیر بخشیدن و طلب کردن انجام می‌گیرد. وقتی این دو کنش، در تعامل کلامی با هم همراه می‌شوند، چهار نقش گفتاری اصلی پیشنهاد، درخواست، خبر و پرسش تولید می‌شود که می‌توانند در بند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بیان شوند. بر مبنای فرانشس متنی، در دستور نقش‌گرای سازگانی، پائین‌تر از سطح بند مرکب، دو نظام، بند و نظام اطلاع‌بخشی یا واحدهای اطلاعاتی قرار دارند. هر واحد اطلاعاتی، از دو نقش معلوم و نو تشکیل شده است. اطلاعاتی که سخنگو، آن‌ها را به مثابه اطلاعات قابل‌بازیابی برای شنونده ارائه می‌دهد، اطلاع معلوم هستند. اطلاعاتی که برای شنونده قابل‌بازیابی نیستند، اطلاع نو به‌شمار می‌آیند (Halliday, 2014: 114-297).

۳-۲-۳. گفتمان به‌مثابه کنش تعامل

گفتمان، یکی از مواد سازنده کنش نیست، بلکه گفتمان در درون کنش است (Norris, 2004). این دیدگاه مشتمل است بر روش‌های پیچیده‌ای که تعامل با گفتمان انجام می‌شود. ماهیت بیناکنشگر رسانه اجتماعی، به‌مثابه سپهر عمومی، اجازه می‌دهد تا افراد به‌طور مجازی، در جامعه‌ای جدید به‌شکلی همزمان یا ناهمزمان ارتباط برقرار کنند. در بافت موقعیت ناهمزمان، متن‌ها بی‌حضور شنونده تولید شده و بافت موقعیت به‌مثابه مفسر متن، از یک مرجع منفعل به صحنه‌ای از روابط تعاملی بین گویندگان عمل می‌کند. در بافت موقعیت همزمان، گوینده و شنونده در یک موقعیت مکانی و زمانی تعامل می‌کنند و زمان و مکان در دنیای مجازی، نسبت به دنیای «واقعی» بیرونی مشخص می‌شود (Sassani, 2006: 70). افزون‌براین، به‌ویژه در پیوند با بافت موقعیت زمانی، پیش‌بینی زمان‌های تعامل با مخاطب خاص، نیازمند توجه به جنبه‌های زمانی و مکانی ویژه‌ای است. بافت فرهنگ مشتمل بر شرایط تفسیر و خوانش نیست، بلکه خود به‌مثابه عاملی معناپرداز در ارتباط با گفتمان ویزند مطرح می‌شود. بافت فرهنگ (Malinowski, 1923)، نمایانگر دانش مشترک سخن‌گویان، قراردادهای نظام‌های باورها، ژانرهای گفتاری، آگاهی تاریخی، اصول اخلاقی و قضایی آن‌ها و موارد مشابه است. همچنین، کلان بافت فرهنگ، فرهنگ بومی-محلی است که در سیطره فرهنگ ملی و تحت نفوذ فرهنگ جهانی است.

۳-۲-۴. هم‌آفرینی ارزش ویزند

تغییر جایگاه نسبی قدرت از صاحب ویزند به مشتری، امکان انتشار دیدگاه را برای کاربران فراهم آورده است. این امکان، می‌تواند بستر بیناکنش‌های گسترده‌تری را در جریان تعامل شبکه‌ای

کاربران فراهم آورد. گفتگوی میان‌گفتمانی (Omid Ouskui, 2020) می‌تواند تفسیرهای مختلف اجتماعی را در برگیرد. در ادامه، به معرفی سازوکارهای کلامی گفتمان وینژند و زنجیره گفت‌وگویی کاربران می‌پردازیم.

۳-۲-۴-۱. سازوکارهای تحلیل گفت‌وگو

تحلیل گفت‌وگویی کاربران، با سازوکارهای نوبت‌گیری^۱، بازسازی گفتمان^۲، کنش گفتاری، و توالی گفت‌وگو قابل بررسی است (Sidnell, 2016). الف) در نوبت‌گیری، گوینده‌ها از «نشانه‌های نوبت‌گیری» بهره می‌گیرند که شنونده باید پیش از آغاز سخن، آن‌ها را دریافت کند. ب) «بازسازی» گفت‌وگو، مبتنی بر کاربرد پاره‌گفتاری است که گوینده از طریق آن و با «گسست احتمالی گفته‌های پیشین» به بازسازی گفته‌ای می‌پردازد. پ) شنونده‌ها با بهره‌گیری از پاره‌گفته‌هایی می‌توانند کنش گفتاری (مانند احوال‌پرسی، شکایت، درخواست، دعوت) را شناسایی کنند. الزاماً «انطباق یک‌به‌یک» میان کنش گفتار و صورت زبانی در جریان گفت‌وگو وجود ندارد. ت) در توالی گفت‌وگو، کنش‌ها به صورت توالی‌هایی همچون جفت‌های مجاورت و پیوندهای مشروط نمود می‌یابند. جفت‌های مجاور، گفت‌وگوهایی هستند که به شکل پیش‌فرض در جریان گفت‌وگو رخ می‌دهند. پیوندهای مشروط، مواردی هستند که به شکلی مسلم در جریان گفت‌وگو محقق می‌شود همچون پاره‌گفته‌های پرسش و پاسخ (Sidnell, 2016; Schegloff, 1968: 1083).

۳-۲-۴-۲. پیوست و گسست گفتمانی

امکان‌های ارتباطی چندسویه کاربران در رسانه اجتماعی، لزوم توجه به سازوکارهای پیوستگی گفتمانی و گسستگی موضوعی را پیش‌ازپیش فراهم نموده است (Razeghi et al., 2020). پیوستگی موضوعی، به‌طور کلی در دو سطح ارتباط موضوعی^۳ و انسجام دستوری-واژگانی^۴ قابل بررسی است. به‌باور هلیدی و حسن (Halliday & Hassan, 1976)، متنی منسجم است که همه اجزایش با هم مرتبط باشند. انسجام دستوری شامل پیوندهای انسجام‌بخش دستوری ارجاع^۵، جایگزینی^۶، حذف^۷ و پیوندنما^۸ است. سازوکارهای انسجام‌بخش در سطح واژگانی مشتمل بر دو

1. turn-taking
2. repair
3. coherence
4. lexical-grammatical cohesion
5. reference
6. substitution
7. ellipsis
8. conjunction

دسته «بازگویی»^۱ و «باهم‌آیی»^۲ هستند. بازگویی مشتمل بر هفت رابطه معنایی واژگانی است: الف) تکرار واژگانی ساده^۳، تکرار پیچیده^۴، کاربرد واژه هم‌معنا^۵؛ رابطه شمول معنایی^۶، رابطه زیرشمول معنایی^۷، هم‌شمولی^۸ و تضاد واژگانی^۹. باهم‌آیی، مشتمل است بر سه دسته باهم‌آیی مجموعه‌ای (کاربرد واژه‌های مرتبط با یک مجموعه (مانند ماه‌های سال) در جریان گفت‌وگو)؛ ب) باهم‌آیی کنشی^{۱۰} (کاربرد واژه‌هایی در جریان گفت‌وگو است که از دید گویشوران در یک مجموعه قرار می‌گیرند) پ) باهم‌آیی گسترشی^{۱۱} (واژه‌هایی که بین آن‌ها ارتباطی -نه از گونه الف و ب- وجود دارد، بلکه در جریان کنش گفتار، می‌توان روابطی را بین آن‌ها در نظر گرفت) (Tanskanen, 2006).

در جریان برهم‌کنش برخط، شرکت‌کنندگان مکالمه به هماهنگ‌سازی موضوع یا تغییر آن پرداخته و یا موضوع را پایان داده و درمورد آن نظر می‌دهند. بخش گفتمان دنباله‌رو یا درباره موضوع است یا موضوع را به وسیله آن تغییر می‌دهد. گسست موضوعی^{۱۲}، بر مبنای تغییرات کوچک پی‌درپی در موضوع گفتمان رخ می‌دهد که سبب رانش موضوعی و گسست زنجیره مکالمه می‌شود (Hobbs, 1985). گسست موضوعی مشتمل بر چهار گونه است: یکم- توازن معنایی^{۱۳} شامل معرفی دوباره پدیده‌هایی در جریان مکالمه است که پیش‌تر با همان ویژگی‌ها و یا با ویژگی‌هایی مشابه اشاره شده بودند. دوم- گسترش‌های زنجیره‌ای^{۱۴}، به شرح گسترش‌یافته جمله‌ای- که پیش‌تر در جریان گفت‌وگو آمده بوده- می‌پردازد. سوم- فراسخن^{۱۵}، به‌طور کلی موضوع جدیدی را در جریان گفت‌وگو معرفی می‌کند. چهارم- گسست^{۱۶} به تغییر موضوع در جریان گفت‌وگو اشاره دارد (Herring & Nix, 1997). رازقی و همکاران (Razeghi et al., 2020) می‌نویسند گسست مشتمل بر سه گونه است: الف) در گسست انگلی^{۱۷} برخی کاربران در پی تغییر موضوع گفت‌وگو بر می‌آیند. ب) ارجاع متقابل^{۱۸} ارجاع به موضوع دیگری خارج از

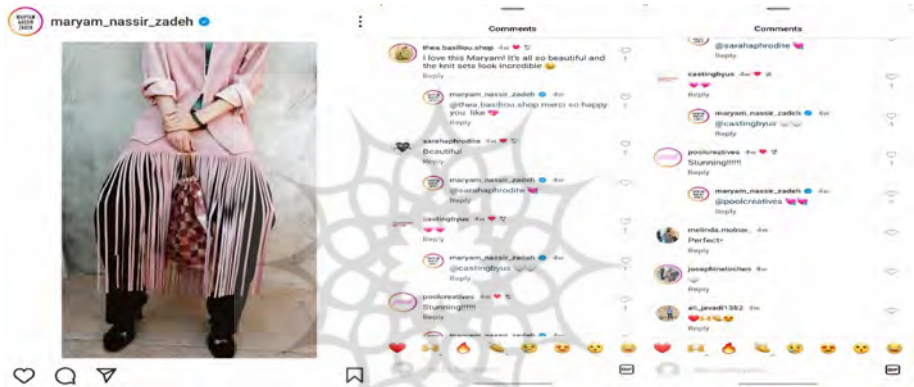
1. reiteration
2. collocation
3. Simple repetition
4. complex repetition
5. synonymy
6. hyponymy
7. meronym
8. co-hyponymy
9. contrast
10. activity-related collocation
11. elaborative collocation
12. Topic drift
13. sematic parallelism
14. chained explanations, or explanation
15. metatalk
16. break
17. parasite
18. mutual reference

موضوع گفت‌وگو (پ) بازنشر^۱ شامل گسست گفتمان با اشاره کاربر به موضوعی با نشانه‌هایی همچون # و @ است.

۴. یافته‌ها

۴-۱. گفتمان مد پوشیده بادوام

مد بادوام، به‌عنوان یکی از راهکارهای مد سبز، در تقابل با مد گذرا^۲ قرار دارد. مد گذرا، مشتمل بر تجاری‌سازی تندرو و مصرف بیش‌ازاندازه پوشاک است. ولی مد پایدار به‌مثابه سرمایه‌ای در نظر گرفته می‌شود که داری عمر عملکردی است و جذابیت خود را برای مصرف‌کننده در ورای فصل مد حفظ می‌کند.



شکل ۲: تن پوش ویژند شخصی مریم نصیرزاده

در سطح بازنمایی، یکی از تن پوش‌های ویژند مریم نصیرزاده بر تن مدلی نمایانده شده است. این مدل در مرکز قاب تصویر بر روی صندلی نشسته و سر آن نشان داده نشده است. وی، در حالی که آستین‌هایش را بالا زده است، با یکی از دستانش کیفش را نگه داشته و دستش را بر دست دیگر قرار داده است. کیف دارای رویه شطرنجی به رنگ قهوه‌ای تیره و صورتی کم‌رنگ براق است. در لایه رویی، کت و پوشش شبه‌دامنی به رنگ صورتی دیده می‌شود که در وضعیت‌های مختلف به‌گونه‌ای انعطاف‌پذیر عمل می‌کند. در لایه زیرین، فرد شلوار مشکی و بلوز آبی به تن کرده است.

با واکاوی گفتمان این ویژند می‌توان دریافت که معنای اندیشگانی مدل با ژست نشسته، به ساختار مفهومی تحلیلی اشاره دارد. این ساختار با تکیه بر رابطه جز-کل، نمایانگر بخشی از بدن

1. republishing
2. Fast fashion

فرد است تا جنسیت فرد مطرح نباشد. به‌ویژه، کت و شلوار در ترکیب با رویه شلوار و کیف، پوششی همسو با گرایش بی‌جنسیت را به‌نمایش درآورده‌است. همچنین، آستین‌های بالازده همسو با قسمت پایینی پوشاک بر مفهوم محدود نبودن پوشاک به جنسیت اشاره دارد. بر مبنای معنای اندیشگانی رنگ، کاربرد رنگ صورتی کم‌رنگ هم به گرایش جهانی مفهوم بی‌جنسیت اشاره دارد. کاربرد رنگ‌های روشن در رویه لباس، بر مبنای تضاد رنگی بر بخش‌های بی‌جنسیت تأکید کرده و آن‌ها را از هم جدا می‌کنند. معنای بینافردی رنگ، با تکیه بر کاربرد رنگ‌های بی‌جنسیت همچون رنگ‌های خنثی و کم‌اشباع فرد را ترغیب به استفاده از این سبک پوشش می‌کند. بر مبنای فرانقش متنی، بازنمایی تصویر در مرکز قاب تصویر به‌مثابه موضوع محوری است که بر عمومیت پوشش برای هر جنسیتی تأکید دارد. معنای متنی ژست، بر پایه ویژگی مشخص‌سازی، بر آستین‌های بالازده و پاهای فرد در حالت نشسته تأکیدی بر مفهوم مد پوشیده پایدار بی‌جنسیت است. بر پایه فرانقش بینافردی ژست، مقوله درجه‌پذیری، امکان تفسیر معنای بی‌جنسیت و پایدار را تا اندازه ممکن فراهم می‌آورد تا درگیرشدگی با کاربر به‌شکلی گسترده ادامه یابد. این ویژگی‌ها شخصی، همسو با گرایش‌های کمینه‌گرایی در مد پایدار، ارزش ویژه مد پوشیده بادوام را ارائه نموده‌است که محدود به جنسیت نیست. برخی اجزای این تن‌پوش همچون کت، شلوار و بلوز زیرین آن، نمایانگر ارزش‌های مرتبط با سبک کمینه‌گرایی است که با کاربرد پارچه باکیفیت و دوخت تمیز، از دوام بالایی برخوردارند. هماهنگی رنگ‌های تیره در پس‌زمینه، نمایانگر پوشیدگی و دوام پوشش هستند. رنگ خنثی پوشاک هم امکان کاربرد رویه‌هایی با رنگ‌های گوناگون همچون آبی، مشکی و قهوه‌ای را فراهم کرده‌است.

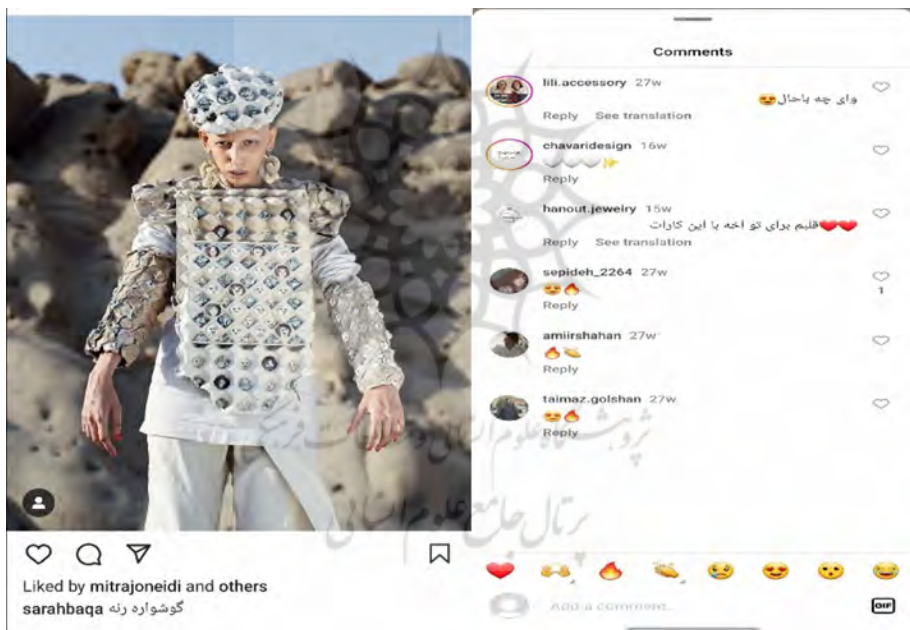
با واکاوی دیدگاه کاربران می‌توان دریافت جریان گفت‌وگوی کاربران با تکیه بر پیوستگی گفتمان، همسو با ارزش‌های ویژه پیش می‌رود. کاربران با بهره‌گیری از سازوکارهای انسجام واژگانی همچون پاره‌گفته‌های هم‌معنای «Stunning!!!!!!»، «Beautiful»، و «perfect» در پی تعریف از پوشاک مورد تبلیغ برآمده‌اند تا باهم آبی گسترشی به شکل زنجیره‌ای از تمجید ادامه یابد. همچنین در پاره‌گفته «I love this Maryam! It's all so beautiful and the knit sets look incredible»، پیوندنمایی همچون «and» نیز دو ساختار مشابه با مفهوم تمجید را به‌شکلی منسجم به هم پیوند می‌زند. در جریان گفت‌وگو، صاحب ویژگی‌ها نیز با کاربرد پاره‌گفتارهای سپاسگزاری، جریان گفتار را به‌شکلی موافق با ویژگی‌ها به پیش می‌برند.

۱. این رویکرد همسو با هدف «سند ملی سبک پوشش اسلامی ایرانی» مبنی بر «تأکید بر نگاه درون‌زا و خلاقانه به‌جای نگاهی تقلیدی و وابسته به هنجارهای جنسی (تفاوت‌های زن و مرد)» است.

در نهایت، سبک بادوام و بیژند مریم نصیرزاده، با تکیه بر نگرش اخلاق گرای مد پوشیده پایدار که محدود به جنسیت نیست، در پی کسب ارزش از مشتری است تا مشتری را به خرید محصولات گران قیمت با تکیه بر اعتماد سبز سوق دهد. از دید گالی کانو (Gallicano, 2011) به سبب آنکه ادعاهای سبز مبتنی بر ابهام بوده و نمایانگر تعریف نادقیقی از مفهوم پایداری است، می توانند بستر سبز شویی را فراهم آورد.

۴-۲. گفتمان مد چرخه‌ای

مد چرخه‌ای، بر کاربرد مواد تجزیه پذیر، فناوری‌های رنگ‌رزی طبیعی، چرم گیاهی و مانند آن تأکید دارد. و بیژند سارا بقا با ارائه ارزش ویژه‌ای که مبتنی بر طراحی زیورآلات با مواد دورریختنی است تا به حفظ محیط زیست کمک کند، در پی کسب ارزش است.



شکل ۳: گوشواره رنه و بیژند شخصی سارا بقا

در سطح بازنمایی، پس زمینه تصویر نمایانگر کوه‌هایی سنگی و بی‌آب و علفی است که در مرکز آن سایه‌ای گسترانیده شده است. بر روی سایه و در مرکز تصویر فردی با رنگی پریده، موها و ابروهای ریخته با چهره‌ای خشم‌آلود و لب‌هایی آویزان به نمایش درآمده است. وی در حالی که لباس و شلوار سفیدرنگی بر تن دارد، گوشواره رنه و بیژند سازا بقا از گوش‌هایش آویزان است. او کلاه ایمنی با شانه تخم‌مرغ بر سر نهاده و پلاکاردی از شانه تخم‌مرغ بر گردنش آویزان کرده است.

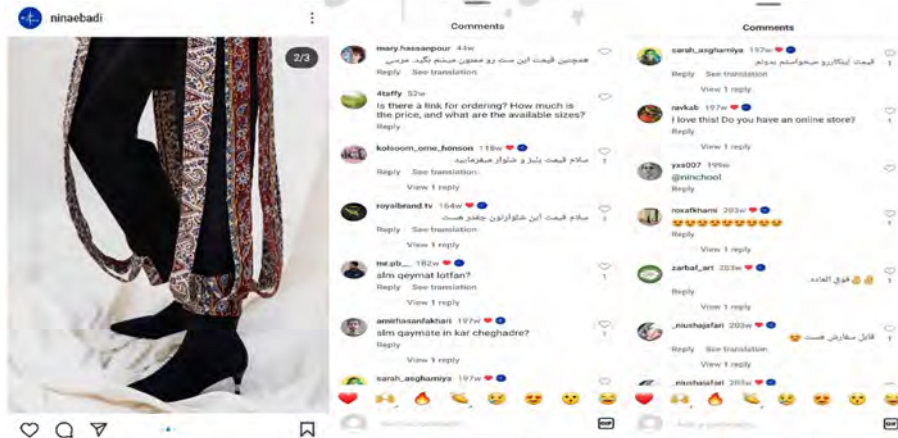
دست‌های فرد با قالبی از شانه تخم‌مرغ به‌حالتی آویزان و از هم گشوده به‌نمایش درآمده‌است. معنای اندیشگانی ژست، بر مبنای فرآیندهای حالت، نمایانگر حالت ایستاده و مسخ‌شده فرد حالت‌پرداز است. این ژست همسو با ساختار مفهومی نمادین نمایشگر فردی به‌عنوان نماینده جامعه سرطانی است. تأکید بر این امر تا اندازه‌ای است که بیمار سرطانی در کنشی اعتراضی، لباس‌هایی از شانه تخم‌مرغ پوشیده‌است. کاربرد جعبه تخم‌مرغ به‌جای پلاکارت، هشدار برای مرگ‌میر و پیامدهای ناگوار تولید انبوه پوشاک است. معنای اندیشگانی نظام نشانه‌ای رنگ به‌ویژه رنگ‌های ناخالص خاکستری، کرم، سفید و سیاه می‌تواند به خشکی، نیستی و نابودی اشاره کند. معنای بینافردی تصویر، بر پایه مقوله تماس و نگاه مستقیم شرکت‌کننده، به مفهوم خطاب مستقیم بیننده تفسیر می‌شود. بر مبنای ویژگی فاصله اجتماعی، نمایش شرکت‌کننده از نمای میانه به مفهوم آن است که شرکت‌کننده، قصد ایجاد ارتباط اجتماعی با بیننده را دارد. انتخاب زاویه دید گزینشی، نمایانگر نمودی از پیامدهای کاربرد مواد پلاستیکی در طبیعت و در میان افراد است. معنای بینافردی رنگ به کنش استفاده‌نکردن از مواد پلاستیکی به‌وسیله بیننده یا مخاطب می‌انجامد. چراکه رنگ‌های ناخالص خاکستری، کرم، سفید و سیاه می‌توانند نگرانی درباره طبیعت و افراد انسانی را به فرد القا کنند. معنای بینافردی ژست حالت‌پرداز با تکیه بر مقوله نگرش، احساسات منفی فرد را بیان می‌کند چراکه با تکیه بر نادیده‌انگاشتن طبیعت، به ابتلای فرد به سرطان انجامیده‌است. نگرش فرد با اخم و نگاه خیره و لب‌های پایین افتاده، نمایانگر جنبه‌های عاطفی درد، ناراحتی و آزرده‌گی است. این در حالی است که تصویر فرد بیمار با جواهرات و یژند بقا، همچنان زیباست. همچنین این تصویر، هشدار است بر اینکه فرد همچنان در پی ادامه زندگی و تجربه زیبایی است. بر پایه مقوله درگیرشدگی، جریان تعامل با بیننده، به‌شکلی گسترده ادامه یافته‌است. بر مبنای معنای متنی تصویر، نمایش فرد در مرکز تصویر و در قاب، بر اهمیت وی اشاره دارد. برجسته‌سازی این طرح به پیامدهای توجه‌نکردن به طبیعت و بازیافت مواد اشاره دارد. معنای متنی نظام نشانه‌ای رنگ در سازه‌های دیداری با هماهنگی رنگی رنگ‌های ناخالص خاکستری، کرم، سفید و سیاه به معنای نیستی و زوال اشاره دارد. معنای متنی ژست، در بُعد مشخص‌سازی، به بخش‌هایی از بدن به‌ویژه سر اشاره دارد که درگیر بیماری شده‌اند. این و یژند با نمایش پیامدهای ناشی از مصرف بی‌اندازه پلاستیک - که به بیماری‌های سرطان و نازیایی ظاهری انجامیده‌است - بر جایگزینی مواد بازیافتی تأکید کرده‌است. از دید صاحب و یژند، راهکار رفع این مشکل، جایگزینی کاغذ به‌جای پلاستیک است. در این زمینه صاحب و یژند، از یک سو بر ضرورت تغییر رویه مصرف مواد پلاستیکی تأکید داشته و از سوی دیگر مواد جایگزینی که با بازیافت تولید

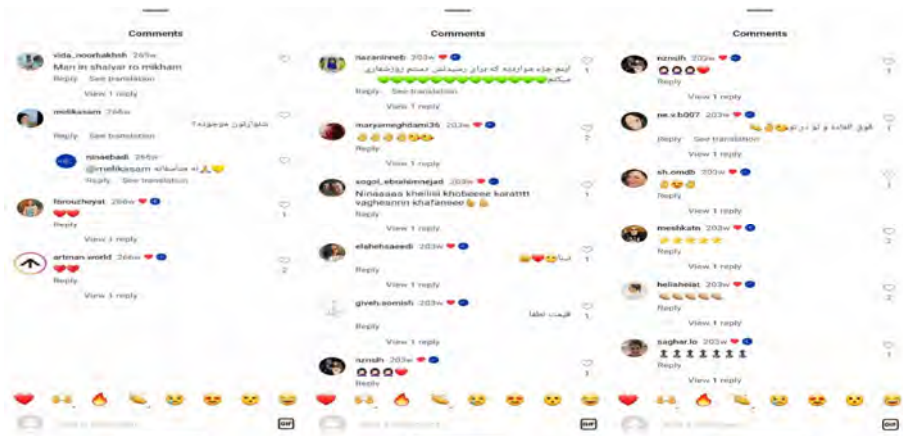
شده‌اند را تبلیغ نموده‌است.

جریان گفت‌وگوی کاربران، با بیان پاره‌گفته‌هایی همچون «وای چه با حال»، «قلبم برات تو آخه با این کارات» به پیش می‌رود. این پاره‌گفته‌ها با تکیه بر رابطه هم‌معنایی مبتنی بر تمجید، به حفظ موضوع موردنظر صاحب ویزند منجر شده‌اند. تکرار ضمیر متصل «ت» در دوسوی ضمیر منفصل «تو»، بر نقش منحصر به فرد طراح اثر تأکید دارد و به اثر وی نیز ارجاع داده شده‌است. کاربرد پیوندنمای «آخه»، بیانگر گفتار صمیمی و غیررسمی در جریان گفت‌وگوی کاربران است. زنجیره گفتمانی پیرامون این آثار، اغلب بر تمجید از سوی صاحب ویزند متمرکز است. در مواردی کاربران در زیر فرسته مشابه با این فرسته، با کنش گفتاری «قیمت این کار به ریالی چند است؟» و «این کار برای خودتون چقدر درآمده‌است» به صورت غیر مستقیم قیمت محصول را به چالش کشیده‌اند. از دید مییر (Maier, 2011) این گونه نمایش اعتراضی حامیان مد سبز برای تأکید بر دیدگاه‌های آن‌ها الزامی است. چراکه، با تأکید بر اطلاع‌رسانی بیشتر جریان‌های سبزشویی را کاهش می‌دهد.

۴-۲-۱. گفتمان مد احیاکننده

مد احیاکننده پوشیده پایدار ایرانی، اغلب، با الهام از طراحی پوشاک محلی بنا شده‌است. ویزند نینا عبادی در مجموعه‌های خود همچون بزم با تلفیق سازه‌های برگرفته از سبک‌های هنری گوناگون و ناهمخوان، بر مد پایدار تأکید کرده‌است. به بیان وی، «مجموعه بزم، مجموعه‌ای [است] از ... تزئین‌هایی ایرانی در ترکیبی از فرم‌های لباس‌هایی از دوره باروک. در دوخت لباس‌های...، پارچه‌های قلمکار اصفهان ... به کار رفته‌است. ...اصالت طرح و نقش این پارچه‌ها بیشتر به دوره‌های صفویه و قاجار و بخشی از دوره پهلوی بازمی‌گردد».





شکل ۴: شلوار ویژه شخصی نینا عبادی (مجموعه بزم)

در سطح بازنمایی، بر روی پس‌زمینه‌ای با پارچه سفید، مدلی به شکل ایستاده به‌نمایش درآمده‌است. در قاب تصویر فقط پایین پاهای مدل دیده‌می‌شود. مدل، شلوار مشکی و کفش مشکی پاشنه‌داری با پاشنه‌ای که بخشی از آن طلایی است، پوشیده‌است. در لایه رویین، نوارهایی با طرح سنتی قلمکاری اصفهان دیده می‌شود که به‌شکل شلوارهای سبک هنری باروک در پایین به‌هم دوخته شده‌اند. فرد درحالی که پای چپش درحالی ایستاده است، پای راستش را کمی به جلو خم کرده تا به نمایش شلوار پردازد.

معنای اندیشگانی ژست مدل با حالتی ایستاده که پای راستش به جلو خمیده شده‌است برای نمایش طرح شلوار است. تصویر با تکیه بر ساختار مفهومی نمادین به نمایش طرحی پرداخته که تلفیقی از سبک باروک و هنر سنتی ایرانی است. همچنین، معنای اندیشگانی نظام نشانه‌ای رنگ در طرح به نمودهایی از فرهنگ و سنت ایرانی اشاره دارد. بر مبنای زاویه دید ویژه، بر طرح شلوار از مجموعه بزم تأکید شده‌است. معنای بینافردی رنگ، از طریق پیوند سبک باروک با سنت‌های بومی، فرد را به کنش خرید ترغیب نموده‌است. بر پایه معنای بینافردی ژست، ساختار درجه‌پذیری، با نمایش قسمتی از پاهای مدل در اندازه بزرگ، در گیرشدگی بیننده گسترش می‌یابد. بر مبنای فرانش متنی، نمایش تصویر در مرکز و با اندازه بزرگ و در قاب، نمایانگر برجسته‌سازی و اهمیت طرح است. رنگ‌های متضاد سنتی ایرانی در شلوار، بر کاربردی بودن طرح‌های بومی ایرانی در تلفیق با طرح باروک تأکید دارد. تضاد نسبی میان رنگ‌های تیره در پس‌زمینه و رنگ‌های نیمه‌روشن در لایه رویین شلوار، سبب برجستگی طرح شده‌است. معنای متنی ژست بر پایه مقوله مشخص‌سازی، به نمایش طرح شلوار در پای مدل پرداخته تا بر زیبایی و منحصر به‌فرد بودن طرح

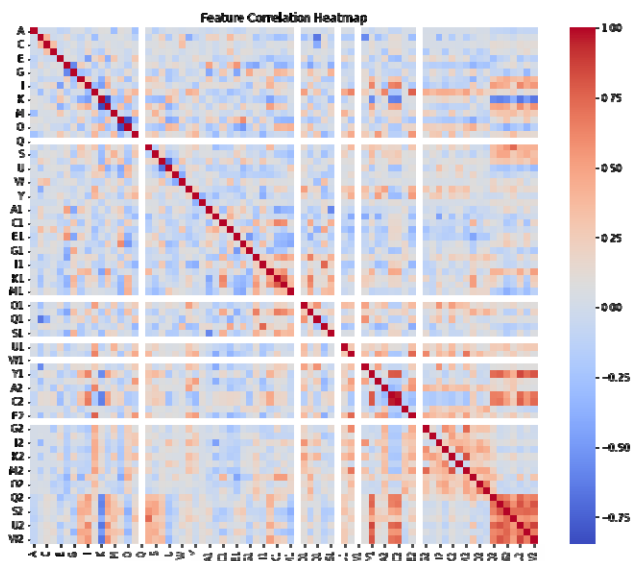
ویژه خود تأکید کند.

در جریان گفت‌وگوی کاربران، در مواردی، شاهد تغییر موضوع در جریان مکالمه هستیم. در بیشتر موارد، کاربران با بیان «قیمت لطفاً»، «سلام. قیمت این ست رو ممنون میشم بگید. مرسی»، «سلام قیمت این شلوارتون چقدر هست؟» و با استفاده از گسترش‌های زنجیره‌ای، به مفهومی اشاره کرده‌اند. در پاسخ به قیمت، به حساب شخصی ارجاع داده شده تا جریان مکالمه گسسته نشود و برای کاربر این فرصت فراهم نشود تا به نشر دیدگاه درباره پیام بپردازد. کاربرد جفت‌های مجاور مبتنی بر تشکر جریان گفت‌وگو را به سوی پیوست گفتمانی کشانده است. برخی کاربران، با گسست باز نشر لینک‌هایی را به اشتراک گذارد -مانند @ninchool- تا کاربران را به وب‌گاه یا صفحه اجتماعی مورد نظر خود هدایت کند. در این زمینه، برخی ارتباطات در جریان هم‌آفرینی ارزش و یژند رخ می‌دهد ولی برخی کاربران، با هدف تبلیغ و یژند دیگری فعالیت می‌کنند و یا اینکه کاربر جعلی هستند. جریان گفت‌وگو با تکرار موارد یکسان همچون قیمت به درازا کشیده شده است. همچنین، بیان تعریف از کاربر، زنجیره ای منسجم را پدید آورده که میزان مشارکت بیشتر کاربران را در پی داشته است. در پایان، ترکیب مدل‌های نقاشان سبک باروک با طرح‌های سنتی پوشاک ایرانی تا اندازه‌ای همسو با مفهوم پایداری است. وجود ابهام در این زمینه، افزون‌بر اینکه بستر سبزشویی را فراهم می‌آورد، به اعتماد مشتری در زمینه یژندهای پایدار هم آسیب می‌زند.

۳-۴. الگوی معناپردازی و یژندهای مد پوشیده پایدار ایرانی

در این بخش، سازوکارهای معناپردازی درون‌متنی گفتمان و یژندهای مد پوشیده پایدار ایرانی با ابزارهای یادگیری ماشین تجزیه و تحلیل شدند. در این زمینه، ارتباط میان سازوکارهای درون‌متنی با نمودار حرارتی^۱ (شکل ۵) و روش خوشه‌بندی تجمع^۲ و مدل ترکیبی گوسی^۳ (شکل ۶)، نمایانده شده است که می‌توان به چهار دسته اشاره نمود.

1. Hitmap
2. Agglomerative clustering
3. Gaussian mixture model



شکل ۵: نمودار حرارتی سازوکارهای معنای درون‌متنی ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی



شکل ۶: خوشه‌بندی سازوکارهای معنای درون‌متنی ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی

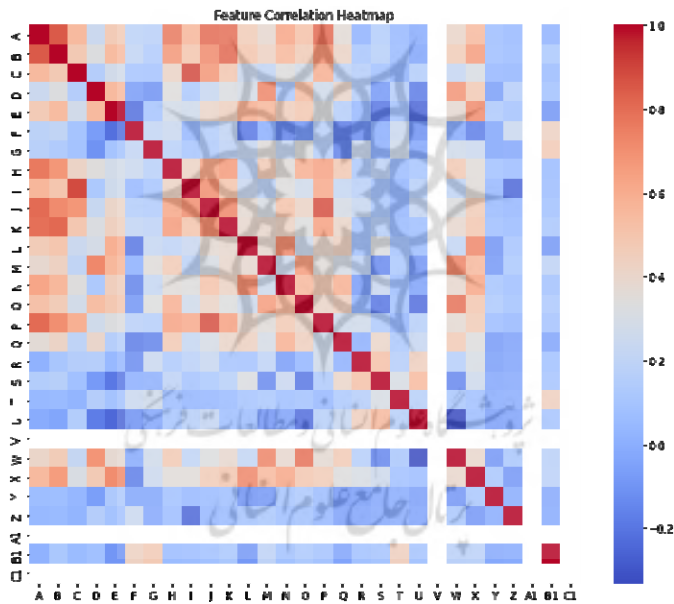
در دسته نخست، بر مبنای فرانشی اندیشگانی، به «نام ویژگی»، «مواد سازنده محصول» پوشیده پایدار، اشاره شده است. اغلب با «فرایند رابطه‌ای»، ویژگی‌هایی به ویژگی یا فرآورده آن نسبت داده شده است. بر مبنای فرانشی بینافردی، اغلب از «صورت کلامی خبری» برای امر غیرمستقیم بهره گرفته شده است. بر پایه فرانشی متنی، «ساختار اطلاع‌نو» به بازماندگی ارزش ویژه ویژگی و ویژگی پرداخته است. بر مبنای فرانشی اندیشگانی، «رنگ محصول» ویژگی‌های مد پوشیده پایدار نمایانده شده است. بر مبنای فرانشی بینافردی، رنگ محصول، «کارکرد برانگیزانندگی» در ارتباط با مخاطب داشته است. بر مبنای فرانشی متنی، «هماهنگی رنگی» میان اجزای پوشش به کار رفته است. بر مبنای فرانشی بینافردی، برای تصویر از «جهت افقی» نمایانده شده است. بر پایه فرانشی متنی، نمایش

تصویر با «ساختار ارزش اطلاع با تمایز مرکز-حاشیه» انجام شده است و در بیشتر موارد، تصاویر «قاب گیری» شده اند.

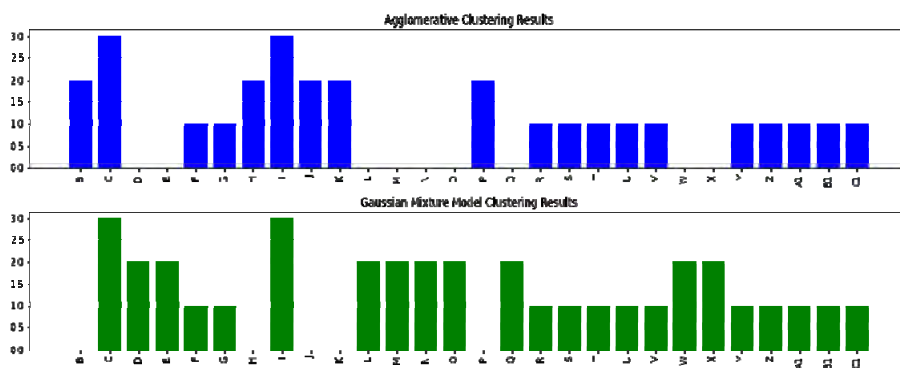
در دسته دوم، بر مبنای فرانش اندیشگانی، از «ساختار مفهومی طبقه بندی» در نمایش تصویر محصول های ویزند بهره گرفته شده است. اغلب، تصویر، نمایانگر «ساختار روایی گذرا» در ارتباط با ارزش های ویزند است. بر مبنای فرانش بینا فردی، تصویر از «نمای دور» به نمایش درآمده است. تصاویر با «زاویه دید تسلسلی» و «زاویه دید جهان شمول» نمایانده شده اند. شرکت کننده، «نگاهی غیررودرو» به مخاطب داشته است. بر مبنای فرانش متنی، تصویر با «ارزش اطلاع با تمایز (بالا-پایین) و (چپ-راست)» نمایانده شده است. در موارد بسیاری، بخش هایی از تصویر «برجسته» شده است. بر مبنای فرانش اندیشگانی به «شعار برند» و «قیمت محصول» اشاره شده است. اغلب با «فرایند مادی»، به فعالیت ویزند در مورد محصول اشاره شده است. با «فرایند کلامی»، نقل قولی در ارتباط با ویزند ارائه می شود. با فرایند رفتاری، بهره گرفته شده است. بر مبنای فرانش بینا فردی، اغلب از «درخواست غیرمستقیم با صورت کلامی پرسش» بهره گرفته شده است. در موارد بسیاری، در ارتباط با ویزند از «درخواست مستقیم»، «پیشنهاد مستقیم»، «امر مستقیم (با صورت کلامی امر)» و «امر غیرمستقیم (با صورت کلامی خبری)» استفاده شده است. بر مبنای فرانش متنی، اغلب با ساختار «اطلاع کهنه» به ارزش های پیشین برند اشاره شده است. بر مبنای فرانش اندیشگانی، از «فرایند مادی ژست»، برای انجام فعالیت های شرکت کننده در ارتباط با ویزند بهره گرفته شده است. «فرایند رفتاری ژست»، نمایانگر رفتارهای زیست شناختی شرکت کننده بوده و «فرایند ذهنی ژست» به کنشگری ذهنی شرکت کننده اشاره داشته است. بر مبنای فرانش بینا فردی، در ارتباط با محصولات پایدار از «ژست با درگیرشدگی مثبت» با «درگیرشدگی گسترده» استفاده شده و در موارد برعکس، «درگیرشدگی با ژست منفی» به کار رفته است. در مواردی، «درگیرشدگی متناقض ژست» به بازنمایی رفتارهای متناقضی انجامیده است. بر مبنای فرانش متنی، ژست شرکت کننده با «حرکت آهسته» و «حرکت متوسط» نمایانده شده است.

در دسته سوم، بر مبنای فرانش اندیشگانی «ساختار مفهومی جز-کل» در نمایش تصویر به کار رفته است. همچنین، تصویر با «ساختار روایی ناگذر» به نمایش درآمده است. بر مبنای فرانش بینا فردی، «تصویر از نمای میانه» به نمایش درآمده است. شرکت کننده با «نگاه مستقیم» و «نگاه رودرو» نمایانده شده است. بر مبنای فرانش اندیشگانی، از «فرایند ذهنی کلامی» در ارتباط با ذهنیت کاربر بهره گرفته شده است. از «فرایند حالت ژست»، در مواردی استفاده شده است. بر مبنای فرانش بینا فردی «نگرش خنثی ژست» نمایانده شده است. بر مبنای فرانش متنی، «درگیرشدگی

خنتی ژست»، «ژست با دست، دهان، ابرو، چشم‌ها، بازوها، پاها و سر» نمایانده شده‌است. دسته چهارم، برمبنای فرانش متنی، «تضاد رنگی» اجزای پوشش بسیار کم به کار رفته‌است. برمبنای فرانش اندیشگانی، «ساختار مفهومی نمادین» در نمایش تصویر بسیار کم به کار رفته‌است. برمبنای فرانش بینافردی از «زاویه دید ویژه» و «زاویه دید گزینشی»، بسیار محدود به کار رفته‌است. برمبنای فرانش اندیشگانی، به «نام محصول»، «پیشینه تاریخی محصول» بسیار محدود اشاره شده‌است. در موارد اندکی، به «وبگاه ویزند» ارجاع داده شده‌است. برمبنای «فرایند وجودی» به موجود بودن محصول‌های ویژگی‌های مد پایدار اشاره شده‌است. همچنین سازوکارهای مرتبط با زنجیره گفتگوی برخط کاربران، با رویکردهای مختلف یادگیری ماشین، در چهار دسته نمایانده شدند.



شکل ۷: نمودار حرارتی سازوکارهای معنایردازی بیناکش با کاربران ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی



شکل ۸: خوشه‌بندی سازوکارهای معناپردازی بیناکنش با کاربران ویژگی‌های مد پوشیده پایدار ایرانی

در دسته نخست، اغلب «کنش گفتاری تمجید» از سوی کاربران به کار رفته‌است. همچنین، «ارتباط موضوعی» در زنجیره گفت و گو بسیار به کار رفته‌است. در دسته دوم، در موارد بسیاری، زنجیره کلامی، با سازوکار «بازسازی گفت و گو» و «پیوندهای مشروط» ترمیم شده‌است. اغلب انسجام دستوری زنجیره گفتار با «ارجاع» به محصول، ویژگی و مانند آن، «حذف» سازه‌های کلامی و کاربرد «واژه‌های هم‌معنا» حفظ شده‌است. در دسته سوم، در مواردی با «کنش گفتاری دعوت»، کاربران به خرید محصول ترغیب شده‌اند. همچنین گاهی از «جفت‌های مجاور» در زنجیره گفت و گویی کاربران بهره گرفته شده‌است. همچنین، در مواردی انسجام واژگانی زنجیره کلام با «هم‌شمولی واژگانی»، «زیرشمولی واژگانی»، «تضاد واژگانی»، «باهم‌آیی مجموعه‌ای» و «باهم‌آیی کنشی» حفظ شده‌است. همچنین، گاهی از سازوکارهای گسست موضوعی همچون «گسترش‌های زنجیره‌ای»، «فراسخن»، «گسست انگلی»، «ارجاع متقابل» و «بازنشر» بهره گرفته شده‌است. در دسته چهارم، به‌ندرت کاربران از «کنش گفتاری شکایت» در ارتباط با ویژگی و از «کنش گفتاری درخواست» برای انجام کاری بهره گرفته‌اند. انسجام دستوری زنجیره گفت و گو بسیار اندک با «جایگزینی»، کاربرد «سازه‌های پیوندنما»، «تکرار واژگانی ساده» و «تکرار واژگانی پیچیده» و «باهم‌آیی گسترشی» حفظ شده‌است. در نهایت، بسیار کم از سازوکار گسست موضوعی «توازن معنایی» بهره گرفته شده‌است.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

به‌طور کلی، نبود تعریفی نظام‌مند از مد پوشیده پایدار می‌تواند به ادعاهای نامتناقصی منجر شده و بستر سبزشویی را فراهم آورد. مد پوشیده ایرانی همسو با گرایش پایداری محیط زیست

گفتمان‌های گوناگونی همچون مد بادوام، مد چرخه‌ای یا مد بازیافتی را دربر می‌گیرد. برخی ویژگی‌ها با تکیه بر دیدگاه کمینه‌گرایی، ادعا می‌کنند که پوشاکی بادوام تولید می‌کنند که به‌ویژه با حذف تمایز جنسیتی، قابلیت کاربرد بالایی دارند. با این وجود، تولید پوشاک با کیفیتی که دوام بالایی دارد، افزایش قیمت پوشاک را توجیه می‌کند. همچنین، ارجاع به اصالت فرهنگی-تاریخی اثر، راهبردی است که با عادی‌سازی افزایش قیمت پوشاک، بستر سبزشویی را فراهم می‌آورد. همچنین، بهره‌گیری از مواد تجزیه‌پذیر همچون چرم گیاهی، الیاف طبیعی با کاربرد رنگ‌های طبیعی، در همه موارد صددرصد شدنی نیست. در این زمینه صاحبان ویژگی‌ها با تکیه بر ناآگاهی مشتری، در پی کسب ارزش از وی هستند که این ناآگاهی به سبزشویی می‌انجامد. همچنین ادعای بهره‌گیری از مواد دورریختنی و تکه‌پارچه‌ها در طراحی لباس، در همه موارد کاملاً عملی نیست و خود سبک جدیدی از سبزشویی است که توجیه افزایش قیمت ویژگی‌ها را در پی دارد.

بازنمایی‌های ویژگی‌های مد پوشیده پایدار در برهم‌کنش با کاربران برخط، به‌گونه‌ای است که صاحبان ویژگی‌های پوشاک ایرانی، اغلب با رویه تکراری از سازوکارهای درون‌متنی در بازنمایی ارزش‌های ویژگی‌ها بهره‌گرفته‌اند. به‌ویژه با توجه به تنوع جغرافیایی فرهنگی ایران، از همه قابلیت‌های معناپردازی مد پوشیده پایدار ایرانی بهره‌گرفته نشده است. اغلب گفتمان ویژگی‌های مد پایدار با تکیه بر سازوکارهای پیوستگی گفتمانی، کاربران را به سوی برهم‌کنش‌های چندسویه هماهنگ با ارزش‌های ویژه و ویژگی‌های مد پایدار هدایت می‌کنند. ولی همسو با دیدگاه بوریه (Bourriaud, 1998/2002) بهره‌گیری از «هنر رابطه‌ای» بر اختراع «مدل‌های جامعه‌پذیری» متمرکز است که برآمده از همکاری بین هنرمند، آثار هنری و بینندگان آنها است. دستاورد هنر رابطه‌ای، نه یک تلاش هنری اصیل از سوی مصرف‌کننده است و نه یک تعهد منحصر به فرد از سوی طراحان شرکت، بلکه یک تعهد مشترک است.

در نهایت، سبزشویی، نه تنها از گفتمان صاحب ویژگی‌ها، بلکه از طریق چشم‌انداز گنج‌کننده و متناقض گواهی‌نامه‌های توسعه پایدار هم امکان‌پذیر است. در این زمینه، غیبت معنا ساز کلام به جریان‌های سبزشویی بیشتر کمک می‌کند. تصویرهای بی‌کلام از فرآورده‌های ویژگی‌های مشهور و لوگوهای شرکت‌های بزرگی که سبزشویی می‌کنند، تأثیر بسیاری بر نگرش بینندگان می‌گذارد. تا اندازه‌ای که بی‌هیچ کلامی، بینندگان ارزش‌های سبزشویی را می‌پذیرند. در حالی که فشارهای مقامات دولتی و فعالان، در مواردی ویژگی‌ها را مجبور به کاربرد مفهوم پایداری واقعی می‌کند، سهامداران، تأمین‌کنندگان، بانک‌ها و دیگر مؤسسه‌های مالی می‌توانند تأثیر مثبتی در این زمینه داشته باشند. سبزشویی نه تنها پیامدهای زیان‌باری برای جامعه دارد، بلکه برای خود سازمان‌ها نیز

نتیجه‌ای ندارد. در این زمینه، پژوهش حاضر کوشید تا با بازنمایی شگردهای سبزشویی و ویژگی‌های مد پایدار، نقش بااهمیتی در آگاهاندن کاربر داشته باشد تا به خرید منصفانه وی منجر شود.

References

- Barthes, R. (1967). *Elements of semiology*. Jonathan Cape.
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3257069>
- Bourriaud, N. (2002). *Relational aesthetics* (S. Pleasance & F. Woods, Trans.; Original work published 1998). Le Presse du Réel.
https://www.csus.edu/indiv/o/obriene/art206/Readings/Relational%20Aesthetics_entire.pdf
- Bouvier, G. (2016). Discourse in clothing: The social semiotics of modesty and chic in hijab fashion. *Gender and Language*, 10(3), 364–385.
<https://doi.org/10.1558/genl.v10i3.32034>
- Clough, S., & Duff, M. (2020). The role of gesture in communication and cognition: Implications for understanding and treating neurogenic communication disorders. *Frontiers in Human Neuroscience*, 14, 323.
<https://doi.org/10.3389/fnhum.2020.00323>
- de Jong, M. D. T., Gabriel, H., & Ardion, D. B. (2020). Different shades of greenwashing: Consumers' reactions to environmental lies, half-lies, and organizations taking credit for following legal obligations. *Journal of Business and Technical Communication*, 34(1), 38–76.
<https://doi.org/10.1177/1050651919874105>
- Gallicano, T. (2011). A critical analysis of greenwashing claims. *The Public Relations Journal*, 5(3), 1–21.
- Ghazvineh, A. (2024). An inter-semiotic analysis of ideational meaning in text-prompted AI-generated images. *Language and Semiotic Studies*, 10(1), 17–42. <https://doi.org/10.1515/lass-2023-0030>
- Hagbin, F. (2011). Visual analysis of sacred defense era photos based on Halliday's social semiotics theory. In A. Kamari (Ed.), *Namavard* (pp. 135–177). Sore-Mehr. [In Persian]
- Hagbin, F., Hoseinzadeh Shahri, M., Monfared, N., & Qaseminezhad Raeini, Y. (2025). The effect of discourse mechanisms of break on the shopping attitude of social network users in comment marketing. *Language Related Research*, 16(2), 65–115. <http://lr.modares.ac.ir/article-14-62385-fa.html> [In Persian]
- Hagbin, F., Monfared, N., & Qaseminezhad Raeini, Y. (2023). On the semiosis of brand discourse in the social network of Instagram: An investigation of cultural systems in Iranian creative industries. Alzahra Publication. [In Persian]
- Hagbin, F., Nambusubramanian, S., & Monfared, N. (2022). The semiotics of social-distance branding during the post-coronavirus crisis. *Semiotica*, 2022(249), 145–175. <https://doi.org/10.1515/sem-2021-0157>
- Hall, S. (1984). Cultural studies and the centre: Some problematics. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 117–121). Hutchinson. <https://doi.org/10.4324/9780203381182>
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as social semiotics: The social interpretation of language and meaning*. Edward Arnold.

- Halliday, M. A. K. (2014). *Halliday's introduction to functional grammar* (4th ed.). Routledge.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. Longman. <https://www.jstor.org/stable/42945277>
- Herring, S. C., & Nix, C. G. (1997, March 8–11). Is “serious chat” an oxymoron? Pedagogical vs. social use of Internet Relay Chat [Conference presentation]. American Association of Applied Linguistics, Orlando, FL, United States.
- Hobbs, J. R. (1985). *On the coherence and structure of discourse*. Center for the Study of Language and Information, Stanford University.
- Hosseinzadeh Shahri, M., Haghbin, F., Qaseminezhad Raeini, Y., & Monfared, N. (2023). The effects of fake reviews during stepwise topic movement on shopping attitude in social network marketing. *MethodsX*, 11, 102461. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2023.102461>
- Islamic Parliament Research Center. (2023). *Examining the implementation status of the "Fashion and Clothing System" law and its executive regulations*. <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1784017> [In Persian]
- Kamarulzaman, Z., & Shaari, N. (2023). A systematic review of modest fashion perspectives in the Malaysian fashion industry. *International Journal of Art and Design*, 7(2), 32–45. <https://doi.org/10.5281/ijad.v7i2.23491>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). *Principles of marketing* (20th ed.). Pearson Education Limited.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.25073/2525-2445/vnufs.4217>
- Kumaresan, C. R., & Chandramohan, S. (2023). The effect of greenwashing on brand equity: A conceptual study. *International Journal of Advances in Engineering and Management*, 5(9), 88–92. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10970138>
- Maier, C. D. (2011). Communicating business greening and greenwashing in global media: A multimodal discourse analysis of CNN's greenwashing video. *International Communication Gazette*, 73(1–2), 165–177. <https://pure.au.dk/portal/da/publications/communicating-business-greening-and-greenwashing-in-global-media>
- Malinowski, B. (1923). The problem of meaning in primitive languages. In C. K. Ogden & I. A. Richards (Eds.), *The meaning of meaning* (pp. 297–336). Routledge and Kegan Paul.
- Martinec, R. (2000). Types of process in action. *Semiotica*, 130(3–4), 243–268. <https://doi.org/10.1515/semi.2000.130.3-4.243>
- Monfared, N., & Haghbin, F. (2019). The resemioticisation of the socio-cultural construct of Nowruz festival in Tehran's “Fatemi Spring” billboards. *Social Semiotics*, 29(2), 204–221. <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1430664>
- Norris, S. (2004). *Analyzing multimodal interaction: A methodological framework*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203379493>
- Omid Ouskui, S., Torabi, M. A., & Davatgari Asl, H. (2020). Fifties stamps discourse from the applied semantics perspective based on Van Leeuwen critical discourse analysis approach. *Zabanpazhuhi*, 12(35), 267–295. <https://doi.org/10.22051/jlr.2019.22754.1608> [In Persian]

- Peirce, C. S. (1977). *Semiotics and signifies*. Indiana University Press.
- Razeghi, S., Sasani, F., & Modaresi Tehrani, Y. (2020). Coherence discourse analysis and topic drift in Instagram comments. *Iranian Journal of Comparative Linguistics Research*, 10(19), 111–126.
<https://doi.org/10.22084/rjhll.2019.19116.1930> [In Persian]
- Ruslan, B., Maulina, E., Tahir, R., & Rivani, M. R. A. (2023). Sustainable consumer behavior: Bibliometric analysis for future research direction in Muslim fashion context. *Sustainability*, 15(24), 16824.
<https://doi.org/10.3390/su152416824>
- Sasani, F. (2006). Time in cyberspace. *Farhangestan-e-Honar*, 1, 65–74.
https://pazhouheshnameh.ir/browse.php?mag_id=17&slc_lang=fa&sid=1 [In Persian]
- Schegloff, E. A. (1968). Sequencing in conversational openings. *American Anthropologist*, 70(6), 1075–1095.
<https://doi.org/10.1515/9783110880434-006>
- Shaeiri, H. R., & Sasani, F. (2008). Viewpoint and perspective in discourse. *International Journal of Humanities*, 15(1), 69–81. [In Persian]
- Shi, C., & Ling, T. (2024). Commodifying green living: Discourses of class and sustainability in housing estates. *Language and Communication*, 94, 85–101. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2023.12.004>
- Sidnell, J. (2016). Conversation analysis. *Oxford Research Encyclopedia of Linguistics*.
- Sojoudi, F. (2008). *Construalism, post-structuralism and literary studies* (2nd ed.). Research Institute of Islamic Culture and Art. [In Persian]
- Tanskanen, S. K. (2006). *Collaborating towards coherence: Lexical cohesion in English discourse*. John Benjamins Publishing Company.
<https://doi.org/10.1075/pbns.146>
- Thibodeau, K. (2024). Dynamic semiosis: Meaning, informing, and conforming in constructing the past. *Information*, 15(1), 13.
<https://doi.org/10.3390/info15010013>
- Van Leeuwen, T. (2011). *The language of colour: An introduction*. Routledge.
<https://doi.org/10.1558/6545748635>
- Williams, J. (2024). Greenwashing: Appearance, illusion and the future of 'green' capitalism. *Geography Compass*, 18(1), e12736.
<https://doi.org/10.1111/gec3.12736>