

# تطورات معنایی خانه و خانواده ایرانی در رسانه‌های اجتماعی با تمرکز بر اینستاگرام

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۳۱

تاریخ تأیید: ۱۴۰۲/۱۱/۱۰

**عبداله بیچرانلو**

دکتری تخصصی و دانشیار ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران؛

bikaranlou@ut.ac.ir؛ (نویسنده مسئول)

**منصوره حجاری**

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران؛

hajjari@ut.ac.ir

## چکیده

در دهه اخیر، رسانه‌های اجتماعی در ایران، نقش مهمی را در اشتراک‌گذاری اطلاعات و عکس‌ها در میان اعضای خانواده پیدا کرده‌اند. به دلیل حضور و فعالیت اعضای خانواده در پلتفرم‌های مختلف از جمله شبکه اجتماعی اینستاگرام، روابط خانوادگی که در گذشته امکان راهیابی به حوزه عمومی نداشت، امکان‌پذیر شده است. پرسش اصلی پژوهش پیش‌رو این است که حضور کاربرانه اعضای خانواده ایرانی (همسران) در شبکه‌های اجتماعی (با تمرکز بر اینستاگرام) چه معناهای جدیدی از مفاهیمی مانند خانه، خانواده، صمیمیت (رابطه عاشقانه)، حریم خصوصی و مناسک خانوادگی بر ساخته است؟ در این پژوهش با استفاده از نظریه نمایش فینچ و دیدگاه‌های گیدنز در خصوص مناسبات قدرت در خانواده، ۷۰۰ پست و استوری اینستاگرامی از ۲۱ صفحه خانوادگی با روش نشانه‌شناسی اجتماعی مطالعه شده است. یافته‌ها چندین موضوع کلیدی مرتبط با تغییرات در آیین‌های خانوادگی، تعاملات و مرزهای خانواده را نشان می‌دهند که

ذیل دو مضمون فراگیر «ساخت خانه و خانواده» و «تعامل و معنا در خانواده» صورت‌بندی شده است. مضامین دیگر شامل «خانواده هسته‌ای»، «مناسک خانوادگی بسط‌یافته»، «قدرت زنانه بسط‌یافته» و «حریم خانوادگی بسط‌یافته» است. یافته‌ها کم‌رنگ شدن مرزهای خصوصی خانواده را نشان می‌دهد. همچنین تعاملات گسترده و معانی جدیدی را در خانواده نشان می‌دهد که با تغییر نقش‌های ستی جنسیتی مرتبط است. ویژگی‌های تعاملی شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور برای بازسازی و انتشار نسخه‌های جدید زندگی خانواده‌های ایرانی امکان‌های جدید نمایش را بازتولید کرده است. رسانه‌ای شدن خانواده و تشخیص و تأیید دیگران دو روی یک سکه هستند. خانواده رسانه‌ای شده برای ابراز هویتش و دریافت تأیید، نیازمند نمایش و ساخت روایت خود است. پیامد نمایشی شدن، تمرکز بر روایت کوتاه‌مدت بوده است و اهداف بلندمدت روابط معمولاً در خودابرازی خانواده‌ها دیده نمی‌شوند.

#### واژگان کلیدی:

خانواده ایرانی، رسانه‌های اجتماعی، اینستاگرام

## مقدمه و طرح مسئله

خانواده در عصر حاضر محصول فرایند بلندمدت تغییراتی است که در سه قرن اخیر روی داده‌اند. این تغییرات پایان ندارد و خانواده همواره در میان تغییراتی است که دائم و مستمر در حال وقوع هستند (زمانیان، ۱۳۸۷). با گسترش ارتباطات فرامحلی و دو فضایی شدن خانواده (عاملی، ۱۳۹۰)، خانواده امروز از مشخصات جدیدی برخوردار شده است. دسترس پذیری بیشتر، تقویت فردگرایی، امکان بازنمود حریم خصوصی و اتصال به اشکال مختلف زندگی خانوادگی، امکان جدیدی از ارتباطات خانوادگی را به وجود آورده است که متفاوت از گذشته است؛ بنابراین در پی تغییرات اجتماعی و فناورانه، الگوی ارتباطی جدیدی بروز و ظهور یافته است (ولمن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱).

شبکه‌های اجتماعی و خانواده‌ها، در هر دوره شکل‌ها و ظرایف جدیدی به خود می‌گیرند. در هزاره جدید تغییرات برجسته در این حوزه با توسعه سریع فناوری‌های ارتباطی جدید<sup>۲</sup> (آنتونوچی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۹) و گسترش و تنوع در ساختارها و هنجارهای خانواده همراه است. امروزه افراد، زوجها و خانواده‌ها در جهان‌های تعاملی گسترده‌تری حضور دارند.

در کمتر از دو دهه پیش، بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی در زمره راه‌های ارتباطی اعضای خانواده نبود، اما امروزه به‌طور گسترده توسط خانواده‌ها در سراسر جهان استفاده می‌شوند. در زیست‌جهان جدید، ماهیت ارتباطات خانوادگی و عملکردهای اجتماعی و فرهنگی آن تغییر کرده است (پاولز، ۲۰۰۸). وایدمر (۲۰۱۰) بر این نظر است که خانواده از مرحله سنت به مدرنیته رسیده است، اما اینک شاهد دوران پسامدرن هستیم و باید ویژگی‌های خانواده در این عصر را مطالعه کنیم. از دید او، این تحولات به‌صورت یکسان در تمام جوامع رخ نداده است؛ به‌طوری که در بخش‌هایی از جهان شاهد حضور قدرتمند خانواده‌های سنتی، در بخش‌های دیگر، خانواده‌های مدرن و در نهایت، در بخش سوم، شاهد شکل‌گیری خانواده‌هایی هستیم که باید آن‌ها را خانواده‌های منفرد و پسامدرن دانست.

1. Wellman
2. ICTS
3. Antonucci

تحولات مدرنیته متأخر یا معاصر یا به تعبیری دیگر «پست مدرنیته» با رسانه‌ای شدن، دیجیتال شدن، فردی شدن (فردگرایی)، عامه یا مردم‌پسند شدن و بصری شدن (میرزوئف، ۲۰۱۲) همراه است. تامپسون (۱۳۹۶) رسانه‌ای شدن را مهم‌ترین فرایند تحول فرهنگ معاصر می‌داند. گسترش فرایندهای جهانی شدن، فشردگی زمان و مکان، به تدریج اهمیت مکان را می‌کاهد و به «فضا» اهمیت بیشتری می‌بخشد.

رسانه‌های اجتماعی به پلتفرم‌های محوری برای اشتراک گذاری اطلاعات و عکس‌ها در میان اعضای خانواده تبدیل شده‌اند (بریث‌ویت<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۷؛ نگوین<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۰) و خانواده‌ها در یک چشم‌انداز چندرسانه‌ای زندگی می‌کنند؛ خانه مکانی فیزیکی است که اعضای خانواده در بستر آن کنش‌های ارتباطی خود را شکل می‌دهند. در شرایط جدید خانه شبکه‌ای شده (ونکانش، ۲۰۱۴؛ عاملی، ۱۳۹۷) و اعضایی که در یک مکان فیزیکی در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند، با اتصال به دستگاه‌های مختلف با افراد دیگری خارج از خانه ارتباط برقرار می‌کنند و ارتباطات متکثر را تجربه می‌کنند. به واسطه حضور و فعالیت اعضای خانواده در پلتفرم‌های مختلف، از جمله شبکه اجتماعی تصویرمحور اینستاگرام، روابط خانوادگی که در گذشته امکان راهیابی به حوزه عمومی نداشت، امکان بازنمایی یافته است.

زیست دیجیتال جدید باعث شده تا زوج‌های جوان ایرانی که نسل زد<sup>۳</sup> نامیده می‌شوند و عموماً پیش از ورود به زندگی مشترک، زیست دیجیتال را تجربه کرده‌اند، تجربه اشتراک گذاری زندگی خانوادگی خود در اینستاگرام را داشته باشند. فقدان غنای نظری و مفهومی درباره نظام ارتباطی خانواده معاصر ایرانی باعث شده طرح‌های مختلف سیاستی مربوط به خانواده تحت تأثیر دیدگاه‌های معرفتی خاصی باشند؛ نگرش‌هایی که توانایی بازنمایی و توصیف دقیقی از وضعیت خانواده امروز ندارند. ما نمی‌توانیم درباره خانواده امروز سخن بگوییم و قانونی وضع کنیم، بدون آنکه معنای امروزی خانه و ارتباط خانوادگی را درک کرده باشیم. مطالعه روابط خانوادگی و بازنمایی آن، با توجه به زیست دیجیتال جدید می‌تواند درک بهتری از وضعیت خانواده رسانه‌ای شده امروز به دست دهد.

1 Braithwaite  
2. Nguyen  
3. Z generation

بنابراین پرسش پژوهش پیش رو این است؛ حضور کاربرانه اعضای خانواده ایرانی (همسران) در شبکه‌های اجتماعی (با تمرکز بر اینستاگرام) چه معناهای جدیدی از مفاهیمی مانند خانه، خانواده، صمیمیت (رابطه عاشقانه)، حریم خصوصی و مناسک خانوادگی بر ساخته است؟

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی در سال‌های اخیر انجام شده است که به مطالعه نمایش روابط خانوادگی در اینستاگرام پرداخته‌اند؛ این پژوهش‌ها به سه دسته کلی شامل «بازنمود اشکال مختلف خانواده (هسته‌ای/سنتی/غیرهنجاری)»، «بازنمود مادرانگی» و «بازنمود رابطه خوب» تقسیم می‌شود.

پژوهش ماریجا و گلوبیک (۲۰۲۱) نشان می‌دهد عکس‌های خانوادگی در فیس‌بوک و اینستاگرام روایت‌کننده انحراف از خانواده هسته‌ای است. نتایج نشان می‌دهد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاری عکس‌های خانوادگی به دلیل عدم تعادل گفته شده، از الگوی هسته‌ای سنتی خانواده منحرف می‌شود (ماریجا و گلوبیک، ۲۰۲۱). پژوهش دیگری در همین حوزه از بارنول و همکاران (۲۰۲۱) حاکی از پیکربندی دوباره خانواده سنتی است که در آن صمیمیت‌های دیجیتال عمده‌تاً بر روابط عاشقانه و جوانی<sup>۱</sup> متمرکز شده است.

پژوهشی که در ایران با تأکید بر زندگی روزمره خانوادگی زنان ایرانی در اینستاگرام انجام شده، مضامین مادری و خانه ایدئال؛ انقیاد توأم با قدرتمندی، بازنمایی هویت‌های زنانه-مردانه و پارادوکس‌های هویتی شامل بازنمایی مفهوم خوشبختی در پیوند با خانواده، را شناسایی کرده است. ذکایی و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند بازنمایی مفهوم خانواده هسته‌ای فارغ از تمام اشکال متعددی که خانواده می‌تواند داشته باشد، به کل قابل توجهی در اینستاگرام مشهود است.

مطالعاتی که در حوزه بازنمود<sup>۲</sup> روابط خانوادگی در اینستاگرام انجام شده است، اهداف پایدار رابطه را که شامل تعهد و زندگی پایدار است به نمایش نمی‌گذارد و اهداف

1. romance and youth  
2. Re-presentation

رابطه به گذران وقت، رضایت و لذت فوری در رابطه و به عبارتی «زندگی خوب ناپایدار» محدود می‌شود. در مطالعه‌ای توسط محققان دانشگاه پنسیلوانیا از تحلیل پست‌های اینستاگرام، چندین مضمون زندگی خوب به دست آمد که شامل تناسب‌اندام و سلامت، کارآفرینی و ثروت است. یک مضمون واحد می‌تواند چندین مضمون فرعی را مجدداً گروه‌بندی کند و آن موقتی بودن<sup>۱</sup> است. موقتی بودن در پست‌ها، تصاویر بریده از زندگی و هشتک‌ها کاملاً نمایان است (لوکیانو و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعه دیگری در جاकारتا نشان می‌دهد بازنمایی خانواده، اهداف کوتاه‌مدت را دنبال می‌کند که در آن به‌طور خاص کاربر به گذراندن وقت با همسر و بودن در لحظه اشاره می‌کند (عزیز و آبراهام، ۲۰۱۷).

در میان مطالعاتی که در ایران انجام شده است مطالعات اندکی به‌طور خاص به حوزه خانواده و بازنمود اینستاگرامی آن پرداخته‌اند، از جمله در مطالعه‌ای با عنوان «بازنمود سبک زندگی زنان جوان ایرانی در اینستاگرام» به الگوی روابط خانوادگی اشاره و بر این موضوع تأکید شده است که نمایش ارتباطات عاطفی و محبت‌آمیز یا ابراز علاقه، میان زن و شوهر یا نمایش حضور در جمع‌های خانوادگی؛ ارزشمند و به یکی از موضوعات ثابت در صفحات و پست‌های اینستاگرامی زنان و دختران جوان بدل شده است (بیچرانلو و همکاران، ۱۳۹۷).

دسته سوم پژوهش‌ها به بازنمود مادرانگی در این پلتفرم پرداخته‌اند. پژوهشی با عنوان «تصویر خانواده: بازنمایی والدین از خانواده و فرزندان در اینستاگرام» به مطالعه تصاویر خانوادگی به اشتراک گذاشته‌شده در اینستاگرام می‌پردازد. این پژوهش به هویت والدین و تصویر فوری خانواده در عصر رسانه‌های اجتماعی از طریق اینستاگرام می‌پردازد. بر اساس این مطالعه، تصاویر خانواده به‌عنوان بخشی از ساختار بلندمدت روایت مادری تمرکز دارد (مویگان، ۲۰۱۸).

در پژوهش‌های اخیر که در ایران نیز انجام شده است این موضوع مورد توجه قرار گرفته است، روایت مادری بخش مهمی از فرهنگ تصویری خانواده را شکل می‌دهد. یافته‌های پژوهش بیگ‌وند و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد چهره ترسیم‌شده از مادری، تداوم الگوی مادرانگی سنتی اما در لباس جدید است.

## چارچوب مفهومی

در این بخش در ابتدا نظریات متأخر نمایش خانواده طرح می‌شود و در ادامه مناسک‌سازی و قدرت و مناسبات خانواده از دیدگاه گیدنز بیان می‌شود.

### شبکه‌های اجتماعی و نمایش خانواده

مفهوم «کردارهای خانوادگی»<sup>۱</sup> (مورگان، ۱۹۹۶) و مفهوم نمایش<sup>۲</sup> (فینچ، ۲۰۰۷) به تغییر در تحلیل خانواده‌های معاصر کمک شایانی کرده است و باعث شده خانواده به مثابه مجموعه کردارهایی درک شود که معانی خاصی در ارتباط با خانواده دارند.

دیوید مورگان این ایده را طرح می‌کند که خانواده مجموعه‌ای از کردارها<sup>۳</sup> است و انگاره موجودیت خانواده را به چالش می‌کشد. از نظر وی خانواده در کردار ایجاد می‌شود و نه اینکه از قبل موجودیتی تثبیت شده داشته باشد که ما ذاتاً به آن تعلق داشته باشیم. جانت فینچ، ایده مورگان را توسعه می‌دهد و مفهوم نمایش خانواده را طرح می‌کند. از دید او ما نیاز داریم کاری که انجام می‌دهیم را نمایش دهیم. فینچ (۲۰۰۷) توضیح می‌دهد؛ منظور از «نمایش» اساساً تأکید بر ماهیت اجتماعی کردارهای خانواده است. نمایش فرایندی است که به وسیله آن افراد و گروه‌های مختلف درگیر دیگران را در معرض اقداماتی قرار می‌دهند که برخی از آنها «انجام دادن کارهای خانوادگی» است و در نتیجه تأیید می‌شود که این روابط؛ روابط «خانوادگی» هستند. مفهوم نمایش تصدیق می‌کند که کردار خانواده ماهیتی اجتماعی دارد و از درک خانواده که فراتر از ارتباطات بیولوژیکی است حمایت می‌کند. خانواده درباره روابط است و تعیین این که کدام روابط دارای ویژگی یک رابطه «خانوادگی» است (فینچ، ۲۰۰۷، ۶۶-۶۹).

فینچ (۲۰۰۷) دو عامل مهم در فرایند نمایش را توصیف می‌کند؛ تعامل اجتماعی<sup>۴</sup> و بازخورد<sup>۵</sup>. تعامل اجتماعی برای ایجاد روابط خانوادگی لازم است. تعامل اجتماعی<sup>۶</sup> می‌تواند مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را شامل شود (کارهای روزمره، اوقات فراغت) و توسط

1. family practices
2. display
3. Practices
4. social interaction
5. feedback.
6. social interaction

اعضای خانواده به عنوان «فعالیت خانواده»<sup>۱</sup> شناخته شود. بازخورد به دیگرانی خارج از واحد خانواده مربوط می شود که مجموعه کردارها را مشاهده می کنند. فعالیت هایی که ماهیت خانوادگی دارند، تقویت و تأیید می شوند.

فینچ (۲۰۰۷) ابزار نمایش را شناسایی می کند که شامل عکس، مصنوعات و روایت ها (برای مثال، داستان ها) است. همچنین طرح می کند فعالیتی که در آن خانواده ها به طور عمومی با یکدیگر همکاری می کنند، مانند صرف غذاهای خانوادگی در رستوران می تواند عملکردهای مهمی در نمایش باشند که فرایند انتقال معنای خانواده به دیگران را پشتیبانی می کند. ادواردز و هارت (۲۰۰۴) و رز (۲۰۰۳) بر این باورند که عکس های خانوادگی و عکس های نمایش داده شده در خانه، هدفی فراتر از ثبت وقایع و روابط یا به اشتراک گذاری تجربیات و تنظیمات اجتماعی را در نظر دارند. فرصت های به اشتراک گذاری تصاویر دیجیتال (برای مثال، عکس های خانوادگی) در شبکه های اجتماعی، قابلیت عکاسی را به مثابه یک ابزار مدرن انتخابی برای ثبت معانی مربوط به خانواده و ساخت هویت خود و انتقال آن به دیگران ارتقا داده است (کوشینگ، ۲۰۱۳؛ اسپراکلن، ۲۰۱۵؛ وینستون، ۲۰۱۳).

نحوه نمایش خانواده ها یا آنچه «صمیمیت خوب»<sup>۲</sup> نامیده می شود می تواند به طور قابل توجهی بازنمایی را شکل دهد. نمایش خانواده به روش مهمی برای افراد تبدیل می شود که روابطشان را با کیفیت، ویژگی و هویت ویژه به برند تبدیل کنند مانند یک سبک «سرگرمی». نکته مهم این است که نمایش ها و تشخیص کیفیت روابط خانوادگی برای چه کسانی مهم است و نحوه تشخیص آن چگونه است (فینچ، ۲۰۰۷: ۷۴). فینچ توضیح می دهد که این تشخیص می تواند توسط یکی از اعضای خانواده یا توسط مردم باشد که در عصر رسانه های نوین ممکن است دنبال کنندگان اینستاگرام کاربر باشند (لوکیانو، ۲۰۲۰). فینچ (۲۰۰۷) توضیح می دهد که ابزار نمایش خانواده شامل عکاسی خانوادگی<sup>۳</sup> و مصنوعات داخلی<sup>۴</sup>، هدیه دادن<sup>۵</sup> است. فینچ از تماس تلفنی صحبت می کند

1. doing family
2. good' intimacy
3. family photography
4. domestic artefacts,
5. gift-giving

اما ابزارهای دیجیتالی را مطرح نمی‌کند (ص ۷۷). این مفهوم، ظرفیت و موقعیت خود را در رسانه‌های اجتماعی گسترش داده است. ژیلیان رز (۲۰۱۰ و ۲۰۱۴) استدلال کرده است که فناوری‌های دیجیتالی، عکاسی خانوادگی را تغییر نداده‌اند بلکه آن را تشدید کرده‌اند. تعداد عکس‌هایی که می‌توان گرفت، نحوه سازمان‌دهی آن‌ها و نحوه عکاسی تغییر کرده است. نوع عکس‌ها و نوع نمایش خانواده در اینترنت تفاوت یافته است. در این وضعیت، مخاطبان به‌طور بالقوه به همه کاربران اینستاگرام گسترش یافته است. درحالی‌که در مطالعه رز، کیفیت عکس‌ها اهمیتی کمتر از «تأیید رویداد به یادماندنی» داشت (رز: ۸۰) اما در مورد اینستاگرام «محتوای باکیفیت» بسیار مهم است؛ این‌که چگونه اینستاگرام «نمایش خانواده» را عمومی می‌کند. این تفاوت‌ها نشان می‌دهد که استفاده از اینستاگرام به‌مثابه پلتفرم و ابزاری برای نمایش عکس‌های خانوادگی فراتر از اهداف عکاسی سنتی خانواده و فراتر از به اشتراک‌گذاری خاطرات بین اعضای خانواده است. در اینستاگرام، ژانر «حفظ و ثبت واقعیت»، جایی که کاربران قصد دارند واقعیت<sup>۱</sup> را به اشتراک بگذارند، مهم است؛ که درنهایت شامل «نکات برجسته» یا «اوقات خوب» و «صرف وقت خانوادگی با هم» می‌شود. این کردار است که در یک پست به اشتراک گذاشته می‌شود که فینچ (۲۰۰۷:۷۳) آن را «پیام اصلی نمایش» توصیف می‌کند، یعنی «این روابط خانوادگی من است و فعال است» (لوکیانو، ۲۰۲۰).

### آیینی‌سازی<sup>۲</sup> زندگی خانوادگی، ساخت قدرت و مناسبات زوجین

جان گیلیس<sup>۳</sup> (۱۹۸۹) مناسکی نظیر کریسمس یا جشن‌های خانوادگی در طبقه متوسط بریتانیا در دوره ویکتوریا را شیوه‌ای برای بیان متفاوت بودن زندگی خانوادگی افراد از زندگی کاری‌شان می‌دانست. او استدلال می‌کند که زندگی خانوادگی این طبقه در میانه قرن نوزدهم حالت مناسکی یافت؛ چراکه این شیوه یکی از راه‌هایی بود که به‌وسیله آن بورژوازی می‌توانست خلأ معنایی ناشی از جامعه صنعتی سرمایه‌داری را که آن‌ها خودشان عامل ایجادش بودند، برطرف نماید (چیل، ۱۳۹۴: ۶).

1. real' genre,"  
2. Ritualization  
3. John Gillis

شمولیت و قدرت ماندگاری این آیین‌ها نشانگر این واقعیت است که امروزه نیز چنین مناسکی بر زندگی خانوادگی همه افراد در جامعه مدرن تأثیر می‌گذارد؛ چراکه روابط خانوادگی ریشه در نظام مدرن تولید ندارند، اعضای خانواده از طریق توسعه فعالیت‌های حمایتی نظیر مناسک کریسمس خانوادگی<sup>۱</sup>، با جامعه سرمایه‌داری سازگار شده‌اند. مناسکی نظیر ضیافت شام و مبادله هدایای کریسمس، مبنایی را برای تعامل و هویت‌یابی عاطفی فراهم می‌کند که پیش‌تر به وسیله کار مبتنی بر همکاری ایجاد می‌شد. به دنبال جدا شدن محل کار از محل سکونت خانوار بر اثر شهرنشینی و صنعتی شدن، خانه به محل خصوصی بدل شد و معنایی جدید پیدا کرد و مناسک خاصی برای تعریف این جهان نمادین جدید به وجود آمد و درخت کریسمس و مراسم هدیه‌دادن به یکدیگر به مثابه آیین جدیدی در جشن‌های خانوادگی مطرح شدند (چیل، ۱۳۹۴: ۶۱ و ۶۳).

یکی از ویژگی‌های روابط خانوادگی در جوامع مدرن این است که این‌گونه روابط به وسیله هدیه‌دادن و هدیه گرفتن متمایز می‌شوند. هدیه‌دادن بهانه‌ای است که از طریق آن افراد به روابط خود معنا می‌بخشند، روابطی که «با دیگران مهم»<sup>۲</sup> دارند (همان: ۶۵).

گیدنز در مناسبات میان زوجین بر «دمو کراسی عاطفی» به مثابه موقعیت برابر زن و مرد در روابط زوجیتی تأکید می‌کند و اصل تساوی حقوق و تکالیف متقابل را تأیید می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۰۹). رابطه ناب نزد گیدنز مبتنی بر همکاری مشترک در انجام دادن امور زندگی اعم از مناسبات اقتصادی، مدیریت خانه و والدگری است. همچنین گیدنز بر سیالیت روابط زن و مرد و ناپایداری پیوندهای آنان در عصر جدید اشاره می‌کند و بر تحول سازوکارهای جلب اعتماد متقابل در روابط جدید تأکید می‌ورزد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۴۴). به تبع اراده مشترک زن و مرد در ایجاد رابطه و پیوند زناشویی، پدیده‌ای شکل می‌گیرد که گیدنز با نام «خانواده دموکراتیک» از آن یاد می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۰۵). بر این اساس، ساخت قدرت از شکل هرمی با محوریت مرد در رأس هرم تغییر یافته، با معیارهای دموکراتیک بازسازی می‌شود (گیدنز، ۱۳۹۲: ۱۳۷) در نگاه گیدنز نتیجه منطقی تحول در ساخت قدرت در خانواده بر اساس ارزش‌های دموکراتیک، جنسیت‌زدایی از

1. Family oriented Christmas rituals  
2. Significant others

روابط نقشی در درون خانواده است.

## روش پژوهش

در این مقاله از روش نشانه‌شناسی اجتماعی برای تحلیل صفحات خانوادگی اینستاگرام استفاده شده است. به‌زعم نشانه‌شناسی اجتماعی، نشانه‌ها همیشه به‌گونه‌ای بدیع در تعاملات اجتماعی ساخته می‌شوند؛ ارتباط بین نشانه‌ها ارتباطی آزاد و بی‌قید بین معنی و شکل نیست، بلکه این ارتباط ماهیتی انگیزشی نشئت گرفته از علایق سازندگان نشانه‌ها دارد؛ اشکال/دال‌ها در فرایند ساخت نشانه‌ها به کار گرفته می‌شوند (کرس<sup>۱</sup>، ۱۳۹۲: ۶۶). یکی از تفاوت‌های نشانه‌شناسی اجتماعی با نشانه‌شناسی سنتی در این است که نشانه‌شناسی اجتماعی توجه خود را نه به نشانه‌ها بلکه به معنای اجتماعی و کل فرایندها یعنی متن، متوجه می‌کند. نشانه مقوله تحلیلی است، اما در مقابل، متن یک مقوله اجتماعی است (فرقانی و اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۰: ۱۴۶-۱۴۵). کرس و ون‌لیوون قائل به سه فراکارکرد بوده و آن را در تحلیل بصری وارد کردند: فراکارکرد بازنمودی (اندیشگانی). فراکارکرد تعاملی (بین شخصی): فراکارکرد ترکیبی و نهادی (متنی).

## دستور زبان طراحی بصری<sup>۲</sup>: فرانش بازنمودی<sup>۳</sup>، تعاملی<sup>۴</sup> و ترکیبی

فرانش بازنمودی به این سؤال مهم پاسخ می‌دهد که تصاویر چه چیزهایی را بازنمایی می‌کنند. دو الگوی نحوی بصری در این زمینه وجود دارد؛ روایتی<sup>۵</sup> و الگوی مفهومی<sup>۶</sup>. الگوی روایتی شرکت‌کنندگان را در قالب «انجام کار» و «رخداد»، رویدادها یا فرآیندها به یکدیگر ربط می‌دهد و الگوهای مفهومی، شرکت‌کنندگان را در قالب «عناصر»، تعمیم‌یافته‌تر و پایدارتر ارائه می‌کند. این الگوها افراد را به‌عنوان کسانی که کاری را انجام داده‌اند، معرفی نمی‌کنند بلکه به‌عنوان چیزی بودن یا معنای چیزی را دادن یا متعلق بودن به

1. G. Kress
2. grammar of visual design
3. representational meaning
4. interactive meaning
5. Narrative process
6. Conceptual process

گروهی خاص یا داشتن مشخصات یا اجزاء خاص نشان می‌دهد. در الگوی روایی، بردار<sup>۱</sup> نقش مهمی را در روایت تصویری ایفا می‌کند. آن دسته از تصاویر که دارای بردار نیستند و به واسطه ساختارهای طبقه‌بندی و نمادین، عناصر تصویری را در تصویر جای‌داده و تجزیه و تحلیل می‌کنند، ساختارهای مفهومی هستند. فرایندهای نمادین<sup>۲</sup>، فرایندهای تحلیلی<sup>۳</sup>، فرایندهای طبقه‌بندی<sup>۴</sup>.

جدول ۱: الگوی پیشنهادی تحلیل نشانه‌ای تصویر: (ون لوون، ۲۰۰۶)

ترکیبی (متنی)	تعاملی (بین فردی)	بازنمودی (اندیشگانی)	
		الگوی مفهومی	الگوی روایی
الف: ارزش اطلاعاتی	الف: زاویه دید	بدون بردار حرکتی:	دارای بردار حرکتی:
ب: قاب بندی	ب: تماس	الف: تحلیلی	الف: گذرا
ج: برجسته سازی	ج: فاصله	ب: طبقه بندی	ب: ناگذرا
		ج: نمادین	

در الگوی تعاملی، ارتباط بین کارکردهای اجتماعی میان فردی و نیز رابطه تعاملی بین بیننده و تصاویر تحلیل می‌شود. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، سه عامل نقش کلیدی را در تفهیم این معانی بازی می‌کنند: فاصله، تماس و زاویه دید (کرس و ون‌لوون، ۲۰۰۶: ۱۲۵). تماس، نگاه پیکره یا پیکره‌هاست که می‌تواند باعث یک رابطه بین آن‌ها و بینندگان شود که به پیروی از هالییدی تقاضا و پیشنهاد نام‌گذاری شده‌اند. نگاه خیره به بیننده، حالت تقاضا را از او برای یک رابطه خیالی مدنظر دارد. تصاویر دیگر ما را به صورت غیرمستقیم خطاب قرار می‌دهند. در این مورد، بیننده هدف دیدن نیست بلکه موضوع دیدن است. تصاویری که به صورت مستقیم به بیننده نگاه نمی‌کنند از این نوع هستند. به همین دلیل

1. vector
2. symbolic
3. analytical
4. classificatory

مجدداً به پیروی از هالیدی (۱۹۸۵)، این تصویر عرضه نامیده شده که تصاویر نمایش داده شده را به بیننده به مثابه اقلام اطلاعاتی و موضوعاتی برای تفکر پیشنهاد می‌کند (کرس و ون لوون ۲۰۰۶:۱۱۹).

نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی به صورت هدفمند و با توجه به موضوع تحقیق انجام می‌شود (کرپیندورف و وبر ۱۹۸۰ به نقل از رز، ۱۳۹۷). صفحاتی که در اینستاگرام عموماً با هشتک‌هایی مانند خانواده من، زندگی روزمره ما، خانواده آقا و خانم فعالیت می‌کنند از جمله صفحاتی هستند که کاربران در آن به بازنمود زندگی خانوادگی خود می‌پردازند؛ بنابراین با جستجوی هشتک‌های مربوط، این صفحات شناسایی شدند و با روش گلوله برفی تعداد بیشتری از صفحات شناسایی شدند. واحد تحلیل، تصاویر منتشر شده در این صفحات اینستاگرامی است. انتخاب تصاویر به صورت تصادفی انجام شده و از هر صفحه به صورت مستمر استوری‌ها و پست‌ها در یک بازه یک‌ساله مطالعه شده است. در نهایت ۲۱ صفحه اینستاگرامی شناسایی شدند که حدود ۱۵۰ هزار دنبال‌کننده به بالا دارند و بیشتر آن‌ها با حدود یک میلیون دنبال‌کننده از صفحات پر بازدید خانوادگی در اینستاگرام هستند. لازم به ذکر است در پژوهش‌های پیشین که به نشانه‌شناسی اجتماعی تصاویر پرداخته‌اند، تعداد محدودی تصویر مطالعه شده است (۳ تا ۱۰ تصویر). در پژوهش حاضر با توجه به تعداد زیاد صفحات اینستاگرامی در حوزه خانواده و زندگی روزمره و وجود تصاویر تکراری که در صفحات مختلف وجود دارد، تصاویر مشابه در کنار یکدیگر قرار گرفته است (به‌طور تقریبی ۶۰۰ تا ۷۰۰ پست و استوری مطالعه شده است؛ از هر صفحه حدود ۳۰ تا ۳۵ تصویر). رز (۲۰۱۶) به ارائه جزئیات متنی و بصری که تحلیل را تأیید می‌کند، اشاره می‌کند (رز، ۲۰۱۶: ۲۱۷) به همین دلیل، در این پژوهش نیز کپشن در کنار تصاویر، مطالعه شده است.

جدول (۲) صفحات خانوادگی مطالعه شده در اینستاگرام

نام صفحه	تعداد دنبال‌کننده	تعداد پست	بوی صفحه
Gounashin-kizlari	m۱,۴	۱۱۳۵	زندگی ساده است اما ما اصرار داریم زندگی رو پیچیده کنیم.

نام صفحه	تعداد ذنبال کننده	تعداد پست	بیو صفحه
Mano niniham	k۷۳۲	۳۰۷	بلاگر
Avista_orak.1394 (sorour family)	k ۶۰۸	۷۲۹	اینجا روزمرگی های ما چهار نفر رو می بینید
Maedehmoradi	k۵۲۹	۵۰۳	بلاگر
Mahya.rahimi71	m۱	۵۳۲	تبلیغات
Yasin.family	k۹۰۲	۳۷۴	یاسین یعنی یاسر و متین
Baran. Nasrollahi.17	k۸۳۷	۷۰۹	یه مامان پرانرژی
Leilyzomorodian	k۶۲۵	۷۲۱	مامایی حرفه منه، مادر بودن عشق منه و ترکیب این دو روزگار منه
eli-daily-life	k۲۹۶	۲۳۴	مامان الی هستم، دانشجو و مامان ۵ تا بچه
Khanom o aghaye m	M۱	۱۱۲۲	از وقتی منان به زندگی ما اومده همه چی قشنگ تر شده/ همه تلاشم رو می کنم رنگی ترین صحنه های زندگی رو به چشمت بیارم.
Reyhooon-daily	k۳۵۵	۵۲۲	مامان لیا و لنا، برای دل خودت زندگی کن
Seven.family	k۴۴۸	۱۳۴	سمیه هستم مامان سوین
Samin.sh68	k۵۵۹	۵۳۶	روزمرگی های دو عاشق که بعد از کلی سختی به هم رسیدن
Shaki_sadat	K۲۱۴	۲۷۸	روانشناس/ مامان فاطمه و محمد علی
zohreamin	K۲۹۱	۲۶۸	من زهرام
Mina.bdrs.65	k۵۲۹	۳۴۴	به پیج آموزشی/ هنری و خلاقیت من خوش اومدین
Ahoo	m۱.۳	۱۱۱۳	خانواده مهرورز: پزشک/ مادر/ همسر
hodaaa	K۳۰۰	۳۷۰	گردشگر/ هنرمند/ مترجم
Sara_iii	k۱۶۵	۳۶۴	روزمرگی های مادرانه
shayaanrahaa	k۱۷۷	۴۶۸	چرا ما یه دقیقه خونه بند نمیشیم/ زندگی از یه بعد دیگه ش
Mozhde hatami	k۸۰۵	۲۳۵	متفاوت باش دنیا پر از آدم های معمولیه

### یافته ها

در این بخش تعدادی از تصاویر انتشار یافته در صفحات اینستاگرامی منتخب، تحلیل شده

است. دو مضمون فراگیر «ساخت خانه و خانواده» و «تعامل و معنا در خانواده» که هر کدام شامل مضامین فرعی هستند، در ادامه تشریح شده است. برای هر سه تصویر منتشرشده مشابه در صفحات اینستاگرامی مختلف (تصاویری که به لحاظ بردار یا زاویه دید و غیره مشابه هستند) یک جدول تحلیلی تهیه شده است.

### ۱. ساخت خانه و خانواده

ساخت خانه و خانواده شامل دو مضمون «خانواده هسته‌ای» و «خانه؛ فضای وسیع/طراحی شده/ دارای تنوع فضایی» است.

#### ۱-۱. خانواده هسته‌ای

ساخت و شکل خانواده در همه صفحات مورد مطالعه «خانواده هسته‌ای» است. یک واحد خانوادگی شامل پدر، مادر و فرزندان.



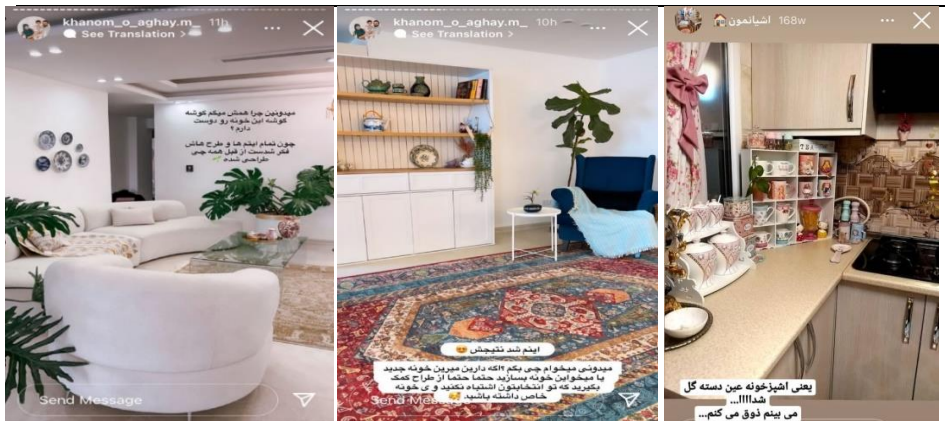
معنای نشانه	توضیح	الگوی
خانواده هسته‌ای شامل پدر، مادر و فرزندان	فرآیندهای طبقه‌بندی: شرکت کنندگان از طبقه مرفه شهری هستند. فرآیندهای نمادین: حضور همه	ساختار مفهومی: کنشگران شامل مرد/ زن و فرزندان با هم نشان داده می‌شوند تا نشانگر مفهوم با هم بودن و

معنای نشانه	توضیح	الگو
متعلق به قشر برخوردار	اعضای خانواده با لبخند نشان‌دهنده یک رابطه عاطفی رضایت‌بخش میان اعضای خانواده است. اشیاء و پوشش کنشگران نشانه لاکچری بودن و تعلق به طبقه مرفه است.	در کنار هم بودن باشد. اشیاء شامل بادکنک‌های رنگی، کیک، لباس مکان: جایی خارج از خانه
نوع تماس از نوع تقاضاست، شرکت‌کنندگان در تلاش هستند کاربران دنبال‌کننده صفحه خود را به فضای صمیمی خانوادگی خود دعوت کنند. احساس صمیمیت و دوستی با دنبال‌کنندگان صفحه	نگاه خیره: شرکت‌کنندگان دارای نگاه خیره و مستقیم به مخاطب هستند و در حال برقراری یک رابطه اجتماعی خیالی با بیننده؛ بنابراین تماس از وجه تقاضاست. نمای متوسط: وجود رابطه اجتماعی بین بیننده و تصویر باز نمود شده زاویه روبرو: از این جهت بیننده فراخوانده می‌شود تا تبدیل به بخشی از دنیایی شود که در تصویر ترسیم شده است.	معنای تعاملی
همبستگی خانوادگی احساس شادی و رضایت	محور افقی: درگیر بودن با مخاطب مرکز تصویر: هسته اطلاعاتی رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ/ قاب‌بندی به نحوی است که همه اعضای خانواده شامل پدر، مادر و فرزندان در یک قاب قرار گرفته‌اند.	وجه ترکیبی

### ۲-۱. خانه؛ فضای وسیع/طراحی‌شده/ دارای تنوع فضایی

در پست‌های مربوط به بازنمایی خانه، خانه شامل فضاهای متنوع و جدید است. لوازم خانه عموماً کم‌بهره است و کارکرد فضاهای خانگی نمایشی شده است.

مقالات



معنای نشانه	توضیح	نوع الگو
تنوع فضایی در خانه خانه شامل فضاهای متنوع و جدید است. لوازم خانه عموماً کم‌بهره	مکان: کافه بار / لاندری / کلوزت روم / قفسه‌های لوازم خانگی لاکچری سالن وسیع، چیدمان مبلمان اشیاء: قهوه‌ساز / حوض خانگی / تخت نشیمن / تزئینات دیوار / لوازم خانگی فانتزی و گران‌قیمت	الگوی بازنمودی
کارکرد فضاهای خانگی نمایشی شده است.	از نوع عرضه است، کنشگران یا حضور ندارند یا نگاه مستقیم به بیننده ندارند و از بیننده می‌خواهند شاهد کنش آن‌ها باشد. مکان دارای اهمیت است.	معنای تعاملی
رضایت از رسیدگی به خانه	محور افقی: درگیر بودن با مخاطب	وجه ترکیبی

معنای نشانه	توضیح	نوع الگو
استفاده از واژگان غیرفارسی در مورد اماکن مختلف در خانه دال بر مدرن بودن و اشاره به گذر از سنتی بودن خانه طراحی شده	<ul style="list-style-type: none"> <li>یعنی آشپزخونه مثل دسته گل شد؛ می بینم ذوق می کنم.</li> <li>ولی من وقتی سنتی بود دوستش داشتم، یاسین که اومد لباسای اضافه من رو آورد کلوزت روم.</li> <li>لاندری هم تمیز شد.</li> <li>این خونه رو دوست دارم چون تمام آیتم هاش طراحی شده است</li> <li>آگه دارید میرید خونه جدید حتماً از طراح کمک بگیرید.</li> <li>رنگ های شاد/ کنتراست رنگ/ رنگ های متنوع در اشیاء و لوازم خانگی وجود تضاد رنگ در لوازم و نماها نشانه برجسته بودن و اهمیت داشتن</li> </ul>	

## ۲. تعامل و معنا در خانواده

در کنار تغییراتی که در ساخت خانواده به وقوع پیوسته، تغییراتی نیز در معنا و تعامل در میان اعضای خانواده در تصاویری که بلاگرهای خانواده به اشتراک می گذارند، مشاهده می شود. این تغییرات شامل «مناسک خانوادگی بسط یافته»، «بازنمایی قدرت زنانه» و «گسترده شدن مرزهای خانوادگی» است.

### ۲-۱. مناسک خانوادگی بسط یافته

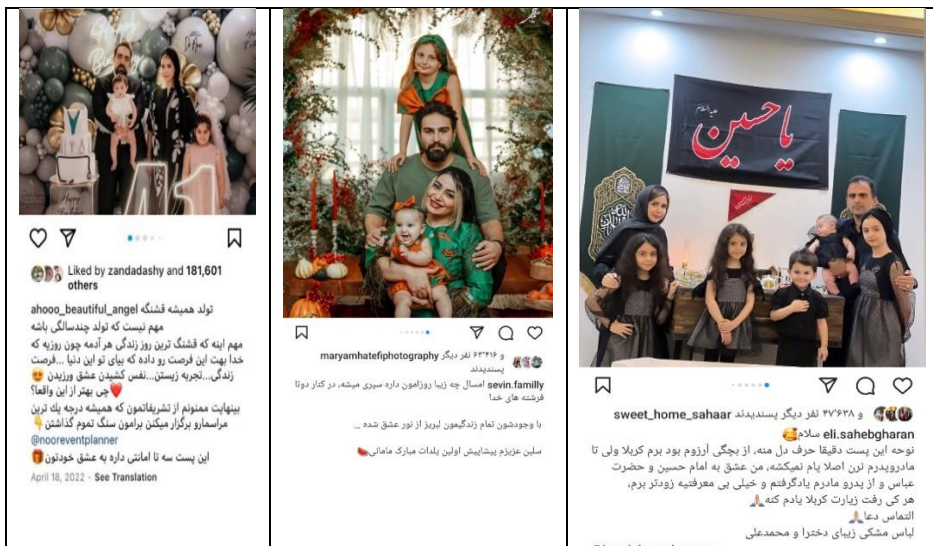
این مضمون شامل ۴ مضمون پایه ای است که نشان دهنده مناسک تغییر یافته و یا مناسک جدیدی است که به مناسک خانوادگی اضافه شده است. «عکاسی اختصاصی خانوادگی»، «چالش ها و سرگرمی های فانتری»، «سفر خارجی» و «سورپرایز (شگفتانه) خانوادگی».

### • عکاسی اختصاصی خانوادگی

خانواده ها عموماً در مناسبت های مختلف، عکاسی مشترک دارند. این مناسبت ها شامل تولد اعضای خانواده، مناسبت های ملی-مذهبی و جهانی مانند یلدا، ایام محرم و کریسمس و عکاسی برای تبلیغات (لباس، آتلیه و...) است.

## مقالات

تظورات معنایی خانه و خانواده ایرانی در رسانه‌های اجتماعی یا تمرکز بر اینستاگرام



الگو	توضیح	معنای نشانه
الگوی باز نمودی	کنشگران شامل مرد/زن	عکاسی به‌مثابه یکی از مناسک خانوادگی جدید به شمار می‌رود و لوازم و تشریفات
	شرکت کنندگان از قشر	فرآیندهای طبقه‌بندی:

الگو	توضیح	معنای نشانه
	اشیا: لباس گران قیمت / مکان لاکچری / میز و صندلی لاکچری / مکان: آتلیه عکاسی	بر خوردار تر شهری هستند. فرآیندهای نمادین: حضور همسران در حال عکاسی / با لبخند و رضایت اشیاء و پوشش کنشگران نشانه تجملی بودن و تعلق به طبقه مرفه است.
معنای تعاملی	نگاه خیره: شرکت کنندگان دارای نگاه خیره و مستقیم به مخاطب هستند و در حال برقراری یک رابطه اجتماعی خیالی با بیننده؛ بنابراین تماس از وجه تقاضاست. نمای متوسط: وجود رابطه اجتماعی بین بیننده و تصویر باز نمود شده	چون نوع تماس از نوع تقاضاست، شرکت کنندگان در تلاش هستند کاربران دنبال کننده صفحه خود را به فضای صمیمی خانوادگی خود دعوت کنند. احساس صمیمیت و دوستی با دنبال کنندگان صفحه
وجه ترکیبی	محور افقی: در گیر بودن با مخاطب مرکز تصویر: هسته اطلاعاتی • اما این سری که دعوت شدیم عکاسی از استایل رو از خود تهران شروع کردیم و بعدش با خیال راحت رفتیم بی نهایت ممنونم از تشریفاتمون • برای عکاسی ۶ ماهگی رفته بودیم ولی از تم کریسمس آتلیه خوشمون اومد تصمیم گرفتیم به عکاسی متفاوت داشته باشیم (تصمیم لحظه‌ای) • دریاب دمی که با طرب می گذرد. رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ/ در عکس‌های متعلق به یلدا نیز رنگ نارنجی و کدو به عنوان نماد وجود دارد.	عکاسی با تشریفات خاص و در آتلیه ترکیبی از نمادهای یلدا و هالووین (هویت بریکولازی و چهل تکه) دم را غنیمت شمردن در لحظه بودن

### • سفر خارجی

سفر همواره یکی از گزینه‌های خانوادگی برای کنار هم جمع شدن اعضای خانواده بوده، در صفحات خانوادگی اینستاگرام سفر خانوادگی، عنصر مهمی است که برای دنبال کنندگان به اشتراک گذاشته می‌شود. در میان تعدد سفرهای داخلی به شهرهای مختلف، سفر به کشورهای خارجی نیز از محتواهای پرتکرار در صفحات بلاگرهای خانواده است.

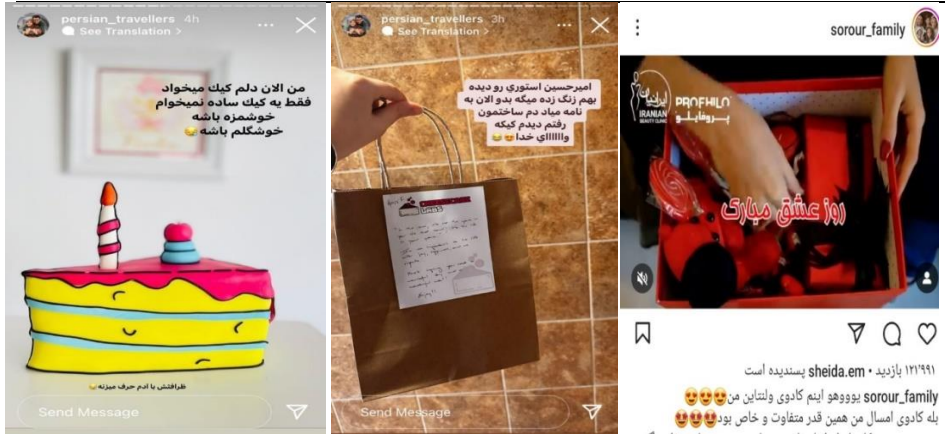


معنای نشانه	توضیح	الگو
سفر خارجی به‌عنوان یک گزینه عادی تفریحی در زندگی خانوادگی تعلق داشتن به طبقه مرفه	جهت بردار از سمت زوجین به سمت مخاطب کنشگران شامل مرد/زن و فرزندان در سفر اشیاء: اماکن گردشگری/مکان: سفر خارجی	الگوی بازنمودی
	نگاه از نوع تقاضاست، کنشگران در تصویر از بیننده می‌خواهند که شاهد کنش آن‌ها باشد که در گشت‌وگذار و سفر به سر می‌برند.	معنای تعاملی
برخورداری مالی برای رفتن به سفر احساس رضایت و شادی	ارزش اطلاعات: <ul style="list-style-type: none"> <li>خدا رو شکر شرایطمون طوری هست که خوب مسافرت بریم.</li> <li>سفرهامون هم کاریه هم تفریحی</li> <li>تو این سفر عاشق آفریقایی‌ها شدم دوست دارم به سفر برم آفریقا (تصمیم لحظه‌ای)</li> <li>رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ /</li> <li>اعضای خانواده در یک قاب تصویر شده‌اند به همراه مکان گردشگری</li> </ul>	وجه ترکیبی

• شگفتانه (سورپرایز)؛ نشانه دوست داشته شدن

سورپرایز یا غافلگیری تبدیل به اصطلاحی متداول در تصاویر اینستاگرامی از برگزاری

مراسم و مناسک خانوادگی شده است که به معنای غافلگیر کردن همسر است و عموماً از طرف شوهر انجام می‌شود. این واژه در فضای مجازی برای توصیف روش‌های خلاقانه برای سورپرایز کردن دوستان و اعضای خانواده استفاده می‌شود. تصاویر نشان می‌دهد عنصر برجسته در این پدیده، حمایت و ابراز عشق از طرف شوهر به همسر است.



مناسک خانوادگی و جشنواره

سال یازدهم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۴۰۷

معنای نشانه	توضیح	نوع الگو
سورپرایز کردن همسر نشانه ابراز محبت و عشق	فرایند نمادین: کنش گران در تصویر حضور دارند/ در مواردی هم حضور ندارند اشیا شامل هدیه	الگوی بازنمودی
ابراز عشق از طرف مرد همراهی و حمایت مرد	از نوع عرضه است، کنشگران حضور ندارند یا در صورت حضور به بیننده نگاه نمی‌کنند تا بیننده شاهد کنش آن‌ها باشد. زاویه روبرو: از این جهت بیننده فراخوانده می‌شود تا به بخشی از دنیای وارد شود که در تصویر ترسیم شده است.	معنای تعاملی
تأیید رابطه صمیمی همسران و دوست داشته شدن توجه و حمایت مرد تصمیم فوری و در لحظه بودن احساس شادی هدیه و یا مکانی که سورپرایز در آن اتفاق افتاده و گاهی به همراه کنشگران	محور افقی: در گیر بودن با مخاطب زن در استوری درخواستی داشته، همسر او را غافلگیر کرده و یک بسته درب منزل فرستاده است. • امیرحسین استوری رو دیده زنگ زده میگه الان نامه میاد دم ساختمون رفتم دیدم وای خدا کیکه! (تصمیم لحظه‌ای) رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ قاب‌بندی شامل اهمیت هدیه است که کل قاب را شامل می‌شود.	وجه ترکیبی

### • چالش‌ها و بازی‌های خانوادگی

چالش‌های خانوادگی در اینستاگرام برای سرگرمی و تفریح انجام می‌شوند. برخی از چالش‌های محبوب خانوادگی عبارت‌اند از چالش فیلتر مانند فیلتر پیری، در این چالش کاربران با استفاده از فیلتر پیری، تصویر خود را در موقعیت پیری به مخاطب نمایش می‌دهند. دابسمش به معنای همخوانی شعر و ترانه توسط اعضای خانواده و هم‌چنین بازی‌های فانتزی همسران از چالش‌ها و بازی‌های خانوادگی است.



الگو	توضیح	معنای نشانه
		توازن قدرت
معنای تعاملی	معمولاً نگاه مستقیم به بیننده ندارند/ از بیننده درخواست می‌شود به کنش آن‌ها توجه کند.	همراهی همسر
وجه ترکیبی	<p>ارزش اطلاعات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• خدا کنه نقش خوب تو مافیا بهمون بیفته</li> <li>• ممنون همسر عزیزم که هستی تا پایه خل بازی‌های من باشی</li> <li>• من زخم تو را به هیچ مرحم ندهم...</li> </ul> <p>رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ/ قاب دو نفره شامل زن و شوهر</p>	بازی نشانه در لحظه زندگی کردن همراهی و حمایت همسر

## ۲-۲. قدرت زنانه بسط یافته (تغییر نقش و قدرت بسط یافته)

### • سفر شخصی شده (تفریحات فردی زنانه)

در این تصاویر عموماً زنانی را می‌بینیم که به صورت فردی و بدون حضور اعضای خانواده به سفر می‌روند. این سفرها به همراه دوستان یا با تور انجام می‌شود.





معنای نشانه	توضیح	الگو
استقلال زن برای سفر شخصی بدون همراهی اعضای خانواده زنان متعلق به طبقه مرفه	فرآیندهای طبقه‌بندی: شرکت کنندگان از طبقه مرفه شهری هستند. فرآیندهای نمادین: در حال غذا خوردن / گردش / خرید اشیاء و پوشش کنشگران نشانه لاکچری بودن و تعلق به طبقه مرفه است.	کنشگر فقط زن است. اشیا: اماکن گردشگری مکان: سفر (بیرون از خانه)
شرکت کنندگان در تلاش هستند کاربران دنبال کننده صفحه خود را به فضای صمیمی خود دعوت کنند. یا از مخاطبان می‌خواهند شاهد کنش آنها باشند.	نگاه خیره: شرکت کنندگان دارای نگاه خیره و مستقیم به مخاطب هستند و در حال برقراری یک رابطه اجتماعی خیالی با بیننده؛ بنابراین تماس از وجه تقاضاست. در برخی دیگر از تصاویر نیز نگاه از نوع عرضه است و کنشگران از مخاطب می‌خواهند که شاهد کنش آنها باشد. نمای متوسط: وجود رابطه اجتماعی بین بیننده و تصویر باز نمود شده زاویه روبرو: از این جهت بیننده فراخوانده می‌شود تا تبدیل به بخشی از دنیایی شود که در تصویر ترسیم شده است.	الگوی باز نمودی معنای تعاملی
اجرای همزمان نقش‌های مادری و	محور افقی: درگیر بودن با مخاطب	وجه

معنای نشانه	توضیح	الگو
شغلی در کنار تفریحات فردی مدیریت زندگی و توسعه فردی احساس خوشحالی و رضایت	مرکز تصویر: هسته اطلاعاتی • به مادر قبل رفتنش فکر آموزش بچه هاشم می‌کنه که دیگه با خیال راحت بره • بدترین احساس سفر بدون همسر و بچه‌ها ته رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ/ قاب‌بندی به نحوی است که کنشگر در مرکز تصویر قرار دارد یا در سفر حضور دارد و یا عازم سفر است.	ترکیبی

### • مالکیت خانه؟! یا مدیریت طراحی خانه

بلاگرهای خانواده علاوه بر تصاویری که از اعضای خانواده خود منتشر می‌کنند، تصاویری نیز از فضای خانه به اشتراک می‌گذارند. زنان در این تصاویر به این موضوع اشاره می‌کنند که طراحی یا بازسازی خانه با مدیریت آنان انجام شده است. در این پست‌ها عموماً از ضمایر مفرد استفاده می‌شود «کافه بارم»، «مبل هام»، «خونه دلبرم» که اشاره به مالکیت فضای فیزیکی خانه است. در متنی که در تصاویر نوشته می‌شود زنان به رضایت‌مندی و علاقه نسبت به خانه‌شان اشاره می‌کنند.



معنای نشانه	توضیح	نوع الگو
خانه طراحی شده با	مکان: خانه طراحی شده	الگوی بازنمودی

معنای نشانه	توضیح	نوع الگو
فضای وسیع و مدیریت زنان احساس مالکیت نسبت به خانه	از نوع عرضه است، کنشگران حضور ندارند یا در صورت حضور به بیننده نگاه نمی‌کنند تا بیننده شاهد کنش آن‌ها باشد. نمای دور برای نشان دادن وسعت خانه زاویه روبرو: از این جهت بیننده فراخوانده می‌شود تا تبدیل به بخشی از دنیایی شود که در تصویر ترسیم شده است.	معنای تعاملی
علاقه‌مندی به خانه مدیریت طراحی خانه	• میدونین چرا همش میگم چرا گوشه گوشه این خونه رو دوست دارم؟ • چون تمام آیت‌ها و طرح‌هاش فکر شده س از قبل طراحی شده • کافه بارم، مبلمام ... (استفاده از ضمائر شخصی) • به مهمونی بزرگ دارم، ۳۰ نفریم. به نظرتون کیا هستن؟ (تازگی رویداد)	وجه ترکیبی
احساس رضایت و خوشحالی	رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ/ رنگ‌های متنوع در اشیاء و لوازم خانگی وجود تضاد رنگ در لوازم و نماها فضاهای مختلف خانه در قاب دیده می‌شود.	

### • مدیریت خانه؛ انتخاب شخصی و همراه با رضایت

زنان از برنامه‌های معمول روزانه برای نظم‌دهی به امور مربوط به خانه تصاویری را به اشتراک می‌گذارند. آن‌ها در این تصاویر به برنامه‌ریزی و احساس رضایت از مدیریت خانه اشاره می‌کنند.





معنای نشانه	توضیح	الگو
اهمیت برنامه‌ریزی شامل انجام دادن کارهای خانه و رسیدگی و مراقبت فردی و تولید محتوای تبلیغات ترکیب دیجیتال شدن و وظایف سنتی خانه‌داری و فرزندداری به‌مثابه انتخاب شخصی	کنشگر در تصویر حضور ندارد. اشیاء شامل اپلیکیشن برنامه‌ریزی روزانه و دفتر برنامه‌ریزی مکان: خانه	الگوی باز نمودی
	از نوع عرضه است، کنشگران حضور ندارند یا در صورت حضور به بیننده نگاه نمی‌کنند تا بیننده شاهد کنش آن‌ها باشد. زاویه روبرو: از این جهت بیننده فراخوانده می‌شود تا تبدیل به بخشی از جهانی شود که در تصویر ترسیم شده است.	معنای تعاملی
احساس رضایت از کار خانگی احساس خوشحالی برنامه‌ریزی شامل کارهای معمول روزانه و کوتاه‌مدت مانند خالی کردن گالری، رسیدگی به پوست و غیره)	محور افقی: درگیر بودن با مخاطب در مرکز تصویر، هسته اطلاعاتی حاکی از اهمیت برنامه‌ریزی روزانه است. <ul style="list-style-type: none"> <li>از صبح زود مشغول مرتب‌سازی خونه هستم همراه با ایموجی لبخند و قلب</li> <li>من آگه به روز برنامه‌ریزی نداشته باشم نابود میشم.</li> </ul> رنگ‌های شاد/ کنتراست رنگ/	وجه ترکیبی

• **همراهی پدر و مادر در بازی با فرزندان**

در این تصاویر همراهی مرد هنگام بازی با فرزندان بازنمایی می شود و نشان دهنده این است که امور مربوط به فرزند تنها به عهده زن در خانواده نیست و زن و شوهر هر دو در این امور مشارکت دارند که نشان تعامل و توزیع متوازن قدرت در خانواده است.



معنای نشانه	توضیح	الگو
همراهی مرد در کنار زن هنگام بازی با بچه ها	جهت بردار از سمت پدر و مادر به فرزندان است و از طرفی بردار، واکنشی است زیرا فرزندان هم در یک کنش تعاملی با پدر و مادر هستند	الگوی باز نمودی
رابطه صمیمی با فرزندان و بازی با آنها دال بر خوشبختی خانواده	نگاه از نوع تقاضاست، کنشگران در تصویر از بیننده می خواهند که شاهد کنش آنها باشد که بازی با فرزندان و وجود رابطه صمیمی با آنهاست. زاویه رو برو: از این جهت بیننده فراخوانده می شود تا تبدیل به بخشی از دنیایی شود که در تصویر ترسیم شده است.	معنای تعاملی
احساس رضایت و شادی پدر، مادر و فرزندان در هنگام بازی در یک قاب نمایش داده شدند.	محور افقی: در گیر بودن با مخاطب در مرکز تصویر، هسته اطلاعاتی حاکی از وجود و حضور فرزندان است. رنگ های شاد/ کنتراست رنگ / اعضای خانواده و وسایل بازی در یک قاب تصویر شده اند.	وجه ترکیبی

## ۲-۳. حریم خانوادگی بسط یافته

بخش دیگری از تصاویری که بلاگرهای خانواده به اشتراک می‌گذارند، نشان‌دهنده بسط مرزهای خانواده است. ارتباط عاطفی همسرانگی، راه‌یافته به حوزه عمومی و کم‌رنگ شدن مرزهای حریم خصوصی خانواده از جمله مضامینی است که در این تصاویر تکرار می‌شود.

### • ارتباط همسرانگی؛ راه‌یافته به حوزه عمومی

در این تصاویر عموماً رابطه همسرانگی بازنمایی می‌شود. جهت بردارها از طرف مرد به زن و رابطه عاطفی و صمیمی بین زوج‌ها به مخاطب نمایش داده می‌شود.



الگو	توضیح	معنای نشانه
کنشگران شامل مرد/زن هستند.	جهت بردار از سمت مرد به همسر و کنش شامل دادن هدیه به همسر یا نوازش و... فرایند نمادین:	برگزاری مراسمی مانند تولد همسر در مکانی خارج از خانه و در فضایی خاص (طبیعت/ تالار/خانه با معماری سنتی) انجام می‌شود و می‌تواند نشان‌دهنده این باشد که ابراز محبت باید با آداب خاص، در مکان و شرایط خاص انجام شود.
اشیاء شامل هدیه، ماشین، لباس	ابراز محبت و دادن هدیه در مکانی خارج از خانه انجام شده است.	در این نوع از تصاویر از مخاطبان خواسته می‌شود تا به سوژه‌ها نگاه کنند و شاهد رابطه صمیمی آن‌ها باشند.
بازنمودی	نوع پوشش مرد و زن، پوشش لاکچری است. لباس‌ها عموماً مناسب این	رابطه صمیمی راه‌یافته به حوزه عمومی
پذیرایی، خانه با معماری سنتی، پارک و...		

معنای نشانه	توضیح	الگو
ابراز عشق از طرف مرد	مهمانی تدارک دیده شده است.	معنای تعاملی
	از نوع عرضه است، کنشگران نگاه مستقیم به بیننده ندارند و از بیننده می‌خواهند شاهد کنش آن‌ها باشد. نمای دور: بیننده، بیگانه تلقی می‌شود که از بیرون نظاره‌گر رابطه است. زاویه رو برو: از این جهت بیننده فراخوانده می‌شود تا به بخشی از دنیایی وارد شود که در تصویر ترسیم شده است.	
تأیید رابطه صمیمی همسران و دوست داشته شدن زن از طرف مرد احساس شادی و رضایت	محور افقی: درگیر بودن با مخاطب هدیه در سمت راست تصویر وجود دارد که نشانه تازه شدن و تأیید رابطه گذشته است. رنگ‌های شاد / کنتراست رنگ / تضاد رنگ مشکی و قرمز / تضاد رنگ نارنجی و سفید و... قاب‌بندی: تمام وسایل تجمعی موجود در صحنه در کنار زوجین	وجه ترکیبی

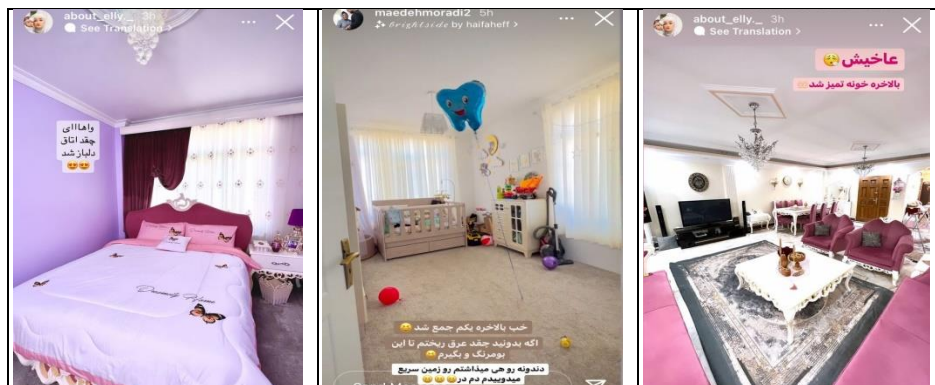
هم‌چنین در برخی تصاویر، موقعیت‌های مختلف مانند بیماری همسر یا برگشت زن از سفر نشان داده می‌شود که با حمایت عاطفی مرد و ابراز محبت او بازنمایی می‌شود.



معنای نشانه	توضیح	الگو
مورد توجه قرار گرفتن زن از طرف همسر همراهی و حمایت مرد توازن قدرت	مرد در حال پذیرایی و ابراز محبت به زن کشگر در تصویر حضور دارد.	الگوی باز نمودی
	نگاه مستقیم به بیننده ندارند. از بیننده دعوت می‌شود به کنش شرکت کنندگان نگاه کند. زاویه روبرو: بیننده فراخوانده می‌شود تا تبدیل به بخشی از دنیایی شود که در تصویر ترسیم شده است.	معنای تعاملی
همراهی و حمایت مرد تازگی رویداد	<ul style="list-style-type: none"> <li>• و خونه... رسیدم و با این گل خوشگل روبرو شدم (در لحظه بودن)</li> <li>• به مناسبت تولد صبونه روی تخت پیشنهاد می‌شود</li> <li>• سلام از تنها روزی که نازم خریدار داره / صدای من هنوز خوابه</li> </ul> رنگ‌های شاد / کنتراست رنگ / قاب دو نفره زن و شوهر	وجه ترکیبی

### • کم رنگ شدن مرزهای حوزه خصوصی خانه

در تصاویری که از خانه نیز به اشتراک گذاشته می‌شود فضاهای خصوصی مانند اتاق خواب و اتاق کودک به نمایش گذاشته می‌شود.



الگو	توضیح	معنای نشانه
الگوی بازنمودی	مکان: اتاق خواب/ اتاق کودک/ سالن پذیرایی و هال اشیاء: تخت خواب/ لوازم اتاق کودک/ تزئینات داخلی خانه/	مرز بین قلمروهای عمومی و خصوصی به حداقل رسیده است. مرزبندی برای حریم خصوصی خانه وجود ندارد.
معنای تعاملی	زاویه روبرو: از این جهت بیننده فراخوانده می شود تا تبدیل به بخشی از دنیایی وارد شود که در تصویر ترسیم شده است.	استفاده از نمای باز همه فضای خانه را با جزئیات نمایش می دهد. جزئیات زیادی از خانه به بیننده ارائه می شود
وجه ترکیبی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• وای چقدر اتاق دلپاز شد.</li> <li>• آخیش خونه تمیز شد...</li> </ul> رنگ های شاد/ کنتراست رنگ/ رنگ های متنوع در اشیاء و لوازم خانگی اتاق خواب/ اتاق بچه/ سالن پذیرایی در قاب تصویر شده اند.	رضایت از خانه داری احساس شادی و خوشبختی

### بحث و نتیجه گیری

این مطالعه با تحلیل بازنمایی خانه و خانواده ایرانی در اینستاگرام با استفاده از نشانه شناسی اجتماعی، دیدگاهی در مورد چگونگی استفاده از ویژگی های تعاملی پلتفرم های تصویر محور برای بازسازی و انتشار نسخه های جدید زندگی خانوادگی ایرانی ارائه می کند. یافته ها چندین موضوع برجسته مرتبط با تغییرات در آیین های خانوادگی، تعاملات و مرزهای خانواده را نشان می دهند.

شبکه های اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن آیین ها و مراسم خانوادگی توسط کاربران عمدتاً زن استفاده می شود. مراسم انحصاری عکاسی خانوادگی، عکاسی را به مثابه رویدادی ویژه که در استودیوها در مناسبت هایی مانند تولد، سالگرد ازدواج یا مناسبت های ملی، دینی و جهانی انجام می شود برجسته می کند، به نحوی که کارکرد عکاسی صرفاً ثبت و ماندگاری خاطرات در نظر گرفته نمی شود. علاوه بر این، عکاسی در مناسبت های جهانی مانند هالووین و کریسمس نیز در کنار مناسبت های ملی-دینی مانند یلدا یا اعیاد دینی انجام می شود که حاکی از هویت بریکولاجی خانواده است که تلاش می کند از هر

مناسبتی که امکان تعامل با دنبال‌کنندگان صفحه را ایجاد می‌کند، استفاده کند.

آیین‌های خانوادگی مناسبتی مانند جشن تولد و مراسم سالگرد ازدواج از مصادیق فعالیت‌های فراغتی جمعی و فیزیکی هستند که ساختار جماعتی اعضای خانواده را شکل می‌دهند و سبب ایجاد انسجام خانوادگی و تحکیم پیوندهای ناشی از آن می‌شوند؛ اما حضور و ماندگاری در فضای مجازی و دریافت بازخورد از دنبال‌کنندگان نیاز به تنوع و خلق آیین‌های جدید توسط کاربران دارد. ماهیت کلی مناسک و از جمله مناسک خانوادگی به اتصال اعضای خانواده و کنش جمعی اعضا منجر می‌شود، اما به نظر می‌رسد بازنمایی مناسک خانوادگی در شبکه‌های اجتماعی به سمت نمایشی شدن صرف رفته و معنای واقعی جمع‌گرایانه خانواده را تداعی نمی‌کند. هم‌چنین بازنمایی وجوه خاصی از زندگی خانوادگی سبب افول روند طبیعی زندگی و بازآفرینی روابط و مناسک خانوادگی جدیدی شده است. شگفتانه‌ها (سورپرایزهای) متنوع که عموماً شامل هدیه دادن از سوی شوهران به همسران است و بر محبت و حمایت مردانه دلالت دارد، نیز از جمله تصاویر پرتکرار است. افزون بر این، چالش‌های سرگرم‌کننده و بازی‌های فانتزی بین همسران، دال بر همراهی مردان و عدم سلطه مردان در خانواده و توازن قدرت در خانواده جدید است.

علاوه بر این، سفر به خارج از کشور، به یک گزینه عادی تفریحی خانوادگی تبدیل شده است که اغلب برای کاربران به اشتراک گذاشته می‌شود. تأکید بر آیین‌های خانوادگی دال بر قابلیت تجمل و تشریفات در برساخت معنای خانواده است. همان‌طور که مفهوم «نمایش» فینچ (۲۰۰۷) نشان می‌دهد، اهمیتی که به اشتراک تصاویر و عکاسی داده می‌شود، به اهمیت تولید محتوا و ارتباط با مخاطبان اینستاگرام مربوط می‌شود.

رسانه‌ای شدن خانواده و تشخیص و تأیید دیگران دو روی یک سکه هستند. خانواده رسانه‌ای شده امروز نیازمند نمایش خود است برای اینکه بگوید وجود دارد و زمانی که خانواده تبدیل به نمایش می‌شود نیاز به ابزار نمایش دارد. ابزار این نمایش عکاسی در موقعیت‌های مختلف، هدیه دادن (سورپرایز) و روایت‌های بریده و کوتاه زندگی خانوادگی است.

یافته‌ها همچنین تعاملات گسترده و معنایی جدیدی را در خانواده نشان می‌دهد که با تغییر نقش‌های سنتی جنسیتی مرتبط است. زنان در خانواده امکان سفر تفریحی مستقل و

بدون اعضای خانواده یافته‌اند. مراقبت از فرزندان صرفاً بر عهده مادران نیست و پدران نیز در حال بازی با فرزندان دیده می‌شوند. هم‌چنین زنان مدیریت فضاهای طراحی شده خانگی را بر عهده دارند. چنین تصاویری بر رضایت، انتخاب و قدرت زنانه دلالت دارد. مردان به‌مثابه همراهانی حمایتگر، معرفی می‌شوند؛ این نحوه‌ی بازنمایی، نقش‌های زناشویی و والدینی برابری طلبانه را منعکس کرده و ترویج می‌کند.

بعلاوه تصاویر مطالعه‌شده کم‌رنگ‌شدن مرزهای خصوصی خانواده را نشان می‌دهد. ابراز محبت‌های زناشویانه برای دنبال‌کنندگان قابل مشاهده است و فضاهای شخصی مانند اتاق خواب به اشتراک گذاشته می‌شوند. پیش‌ازاین، حریم خصوصی خانواده مرزهای آن را شکل می‌داد، در حال حاضر کردار خانوادگی خصوصی به حوزه عمومی راه یافته و به بازنمود خصوصی‌ترین وجوه روابط خانوادگی رسیده است؛ بنابراین هم روابط خانوادگی به حوزه عمومی راه یافته است و هم حوزه‌های بیرون از خانه به درون فضای زندگی وارد شده است و تقریباً بیشتر اطلاعات مربوط به خانه و خانواده، امکان رویت‌پذیری یافته است. فضاهای مختلف خانه، اطلاع از بارداری و تولد فرزند، رابطه عاطفی همسرانه و همه چیز می‌تواند با دنبال‌کنندگان به اشتراک گذاشته شده است؛ به عبارت دیگر، شاهد اختلاط، هم‌پوشانی و ترکیب فضای عمومی و خصوصی در نمایش روابط خانوادگی برای مخاطبان صفحات خانوادگی هستیم.

درنهایت موقتی‌بودن و در حال زندگی کردن یکی از عناصر اصلی تصویری است که از زندگی خانوادگی بازنمود می‌شود. عکس‌ها عموماً بریده‌های خاصی از روند زندگی را نشان می‌دهند. هشتگ‌ها (# روز تولد، # اینجا، # امروز صبح)، پست‌ها حاکی از رویدادهای لحظه‌ای (سورپرایز، مهمانی‌ها، روتین‌های روزانه) و تصمیمات فوری (تصمیم برای سفر بعدی حین سفر و تصمیم برای عکاسی در آتلیه) است. هرچند برخی از توصیفات در زمان گذشته نوشته شده‌اند، اما ارجاع داده می‌شوند به رویدادهایی که احتمالاً به تازگی رخ داده‌اند یا طوری به نظر می‌رسند که به تازگی اتفاق افتاده‌اند، (امروز به مناسبت تولد، صبحانه روی تخت پیشنهاد شد). در این نحوه‌ی بازنمایی، اهداف و رویکردهای بلندمدت رابطه همسران، معمولاً در پست‌ها دیده نمی‌شوند و گذرا و موقت بودن در چارچوب‌های زمانی کوتاه و روزمره که روایت‌های زندگی خانوادگی روایت

می‌شوند، نقش مهمی ایفا می‌کند. به نظر می‌رسد رویکردهای نمایشی و ژانر روزمره نگاری (بازنمود زندگی روزمره در شبکه‌های اجتماعی) سرخوشی موقت، دم غنیمت شمردن و «اکنون‌گرایی» را ارج می‌نهد که پیامدهای اجتماعی، ارتباطی و روان‌شناختی چنین رویکردی به زندگی و بازنمود آن در مطالعات دیگری قابل واکاوی هستند.

وقتی نحوه بازنمایی زندگی خانوادگی به صورت آنلاین مطالعه می‌شود، اینستاگرام ممکن است کنش‌های متفاوتی را از سایر رسانه‌های اجتماعی تشویق کند. رسانه‌های اجتماعی دیگر شامل دوستان و آشنایان آنلاین هستند، درحالی‌که کاربران اینستاگرام اغلب سعی می‌کنند به شبکه بزرگ‌تری از دنبال‌کنندگان دسترسی پیدا کنند. اینستاگرام همچنین تعامل رفت و برگشتی کمتری در مقایسه با سایر شبکه‌های اجتماعی دارد؛ بنابراین به کاربران امکان کنترل بیشتری بر روی تصویری که ایجاد می‌کنند، می‌دهد. اینستاگرام بیشتر در مورد ارائه یک تصویر به دنبال‌کنندگان و کمتر در مورد ارتباط با افراد دیگر است و در نهایت رابطه‌ای نمایشی و فراواقعی را بازنمایی می‌کند.

دسترسی به داده‌های جدید، تقلیل و تغییر در ارتباط با دیگران در عرصه عمومی و حضوری و امکان بازنمایی وجوه خصوصی زندگی خانوادگی باعث شده تا بازنمود زندگی خانوادگی در شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه جریان مستمر زندگی در نظر گرفته شود. کاربران شبکه‌های اجتماعی تلاش می‌کنند تا روابط خانوادگی خود را بر اساس ایماژی که دریافت می‌کنند، سامان دهند. آنچه از معنای عشق، صمیمیت، خانه، حریم خصوصی و داشتن رابطه ناب و رضایت‌بخش درک می‌شود آن چیزی است که به‌واسطه تصاویر و روایت‌های شبکه‌های اجتماعی بر ساخته می‌شود.

## منابع

۱. بیچرانلو، عبدالله؛ صلواتیان، سیاوش و لاجوردی، آرزیتا. (۱۳۹۸). بازنمود سبک زندگی زنان جوان ایرانی در اینستاگرام. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. ۱۵ (۵۶). ۱۱۲-۱۴۰.
۲. بیگوند، مینا؛ کاظمی، عباس و بصیریان جهرمی، حسین. (۱۴۰۰). زن در فرهنگ و هنر، دوره ۱۳، شماره ۱، بهار: ۱۳۹-۱۶۳.

۳. تامپسون، جان. بی. (۱۳۹۶). رسانه‌ها و مدرنیته، مترجم: مسعود اوحدی. انتشارات آگاه
۴. ذکایی، محمد سعید؛ کرمی، محمد تقی؛ فرزاد منش، شیما. (۱۳۹۹). بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان ایرانی در اینستاگرام، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال ششم، شماره ۳۲، پاییز، ص ۵۲-۱
۵. رز، ژیلیان (۱۳۹۷). روش و روش‌شناسی تحلیل تصویری، مترجم: سیدجمال‌الدین اکبرزاده جهرمی، ناشران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات / مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما، چاپ دوم.
۶. زمانیان، علی. (۱۳۸۷). تغییرات بنیادین نهاد خانواده در چند دهه اخیر در ایران. چاپ اول، تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی
۷. عاملی، سعید رضا (۱۳۹۰). مطالعات جهانی شدن؛ دو فضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها، تهران: سمت،
۸. عاملی، سعید رضا (۱۳۹۷)، خانواده مسلمان و فضای مجازی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ دوم
۹. کرس، گوئتر (۱۳۹۲). نشانه‌شناسی اجتماعی از نظریه تا کاربرد: بازنمود چندوجهی رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی به موضوع ارتباط در عصر حاضر. ترجمه: سجاد کبگانی و رحمان صحراگرد، تهران: مارلیک.
۱۰. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، چشم‌انداز جهانی. چاپ دوم. ترجمه حمیدرضا جلایی پور. انتشارات طرح نو
۱۱. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی، ترجمه محسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۱۲. لستر، مارتین؛ دووی، جان؛ گیدینگز، ست؛ گرنیت، لین و کلی، کران (۱۳۹۸)، رسانه‌های نوین در آمدی انتقادی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ترجمه احسان شاه قاسمی

13. Antonucci, T. C., Ajrouch, K. J., & Webster, N. J. (2019). Convoys of social relations: Cohort similarities and differences over 25 years. *Psychology and Aging*, 34(8), 1158.
14. Barnwell, A., Neves, B. B. & Ravn, S. (2021). Captured and captioned: Representing family life on Instagram. *New Media & Society*, pp. 22-. doi:10.1177/14614448211012791

15. Cushing, A. L. (2013). "It's stuff that speaks to me": Exploring the characteristics of digital possessions. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(8), 1723–1734. doi:10.1002/asi.22864
16. Edwards, E., & Hart, J. (2004). *Photographs as objects*. In E. Edwards & J. Hart (Eds.), *Photographs objects histories: On the materiality of images* (pp. 1–15). New York, NY: Routledge.
17. Finch J (2007) *Displaying families*. *Sociology* 41(1): 65–81. Geismar H (2017) Instant archives? In: Hjorth L (ed.) *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. New York: Routledge, pp. 331–343
18. Finch, J. (2007). Displaying families. *Sociology*, 41(1), 65–81. doi:10.1177/0038038507072284
19. Kress, G. & T. Van Leeuwen (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
20. Kress, Gunther and Van Leeuwen, Theo. (2006). *Reading Images, Second Edition*. Routledge, Taylor & Francis e-Library. London.
21. Le Moignan E, Lawson S, Rowland DA, et al. (2017) Has Instagram fundamentally altered the 'family snapshot'? In: *Technology in households, proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems, Denver, CO, 6–11 May*, pp. 4935–4947. New York: ACM.
22. Le Moignan, E. (2018). *The family snapshot: Parental representations of family and children on instagram* (Order No. 27991992).
23. Loukianov, A. (2020). *An exploration of the good life narratives of young people* (Doctoral dissertation, University of Surrey)
24. Loukianov, A., Burningham, K & Jackson, T. (2019). *Living the Good Life on Instagram. An exploration of lay understandings of what it means to live well*. *Journal of Consumer Ethics*;
25. Marija I. Golubović (2021). *Overview of the research of representing the family and spare time on Facebook and Instagram*
26. Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to visual culture*. Psychology press.
27. Morgan D (2011) *Rethinking Family Practices*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Pearce KE and Vitak J (2016) *Performing honor online: the affordances of social media for surveillance and impression management in an honor culture*. *New Media & Society* 18(11): 2595–2612.
28. Nguyen, L. H., Drew, D. A., Graham, M. S., Joshi, A. D., Guo, C. G., Ma, W., ... & Zhang, F. (2020). Risk of COVID-19 among front-line health-care workers and the general community: a prospective cohort study. *The Lancet Public Health*, 5(9), e475-e483.
29. Rose G. (2014). *How digital technologies do family snaps: only better*. In: Larsen J, Sandbye M (eds) *Digital Snaps: The New Face of Photography*. London; New York: I. B Tauris, pp. 67–86.

30. Van leuween, Theo., & Jewitt. C. (2001). *Handbook of Visual Analysis*, SAGE. London.
31. Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *International journal of urban and regional research*, 25(2), 227-252.
32. Widmer, E. (2010). *Family Configurations: A Structural Approach to Family Diversity*. London. Routledge.
33. Winston, J. (2013). Photography in the age of Facebook. *Intersect: The Stanford Journal of Science, Technology and Society*, 6(2), 1-11.