تحول بازنمایی عکس‌ها از آلبوم شخصی تا اینستاگرام:
تحلیل جایگاه دیگری و بازنمایی هویت در فضای مجازی[1]

مریم امیری، دانشجوی دکتری پژوهش هنر، گروه تخصصی هنر، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران
amiri.mrym@gmail.com

نیر طهوری، استادیار، گروه تخصصی هنر، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران.
n-tahoori@srbiau.ac.ir

طاهر رضازاده، استادیار، گروه تخصصی هنر، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران
tahirrizazadeh@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۱۹
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۰۹

فضای مجازی به‌عنوان بستری نوین، این امکان را فراهم می‌آورد که افراد، فارغ از سبک و سطح زندگی خود، برای لحظاتی هویتی جدید و دلخواه بسازند و آن را به نمایش بگذارند. این هویت مجازی که به‌طور مستقل از هویت واقعی افراد شکل می‌گیرد، تأثیرات عمیقی بر هویت‌های پیشین آنان که سال‌ها بر اساس آن‌ها زندگی کرده‌اند، دارد. در این فرآیند، تصویری که فرد از خود در شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌دهد، نمودی از هویت مطلوب و آرمانی اوست. پژوهش حاضر با اتکا به نظریات ژاک لاکان و با هدف تحلیل دلایل و عوامل مؤثر در بازنمایی هویت‌های مجازی، به بررسی الگوهای بازنمایی عکس‌های افراد و تحولات آن‌ها در گذر زمان پرداخته است. این مطالعه بر اساس نظریه «دیگری» لاکان و با بهره‌گیری از سه ساحت خیالی، نمادین و واقعی که در این نظریه مطرح و انجام شده است. هدف اصلی تحقیق پاسخ به این پرسش است که سیر تحول بازنمایی عکس‌ها از آلبوم‌های شخصی تا فضای مجازی چگونه بوده است. روش پژوهش توصیفی‌ـتحلیلی و اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی‌های موردی در فضای اینستاگرام گردآوری شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افراد در فضای مجازی تحت تأثیر «دیگری بزرگ»، که لاکان آن را نمایانگر تأثیرات جامعه، فرهنگ و محیط اجتماعی می‌داند، هویتی مطلوب و ایده‌آل به تصویر می‌کشند که با آرزوها و امیال دیگری هم‌خوانی دارد؛ در حالی‌که هر آنچه مغایر با این امیال باشد، به‌طور ناخودآگاه پنهان می‌ماند. به‌علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهند که تحولات بصری بازنمایی عکس‌ها تحت تأثیر انتظارات جمعی و هنجارهای اجتماعی در فضای آلبوم‌ها و نیز انتظارات فردی و خودمحور در فضای مجازی، قابل دسته‌بندی و تحلیل هستند.

واژگان کلیدی:
بازنمایی، آلبوم خانوادگی، اینستاگرام، ژاک لاکان، فضای مجازی.

---

۱. این مقاله مستخرج از رسالهٔ دکتری مریم امیری با عنوان «بررسی رسانه‌های مجازی تصویرمحور به مثابه هتروتوپیای دیداری: مطالعه موردی اینستاگرام» به راهنمایی و مشاورهٔ نویسنده دوم و سوم است که در گروه تخصصی هنر واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران در دست انجام است.

مقدمه

امروزه، انسان در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی، قادر است هویت و نقش دلخواه خود را در جامعه بازسازی و بازآفرینی کند. دستیابی به موقعیت ایده‌آل و آرمانی در جامعه، مسیر تحقق اهداف و آرمان‌های فردی و جمعی را ترسیم می‌نماید. در جوامع معاصر، شکل‌گیری و تحول هویت اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای به شبکه‌های اجتماعی وابسته شده است. در میان این شبکه‌ها، اینستاگرام با تمرکز بر عناصر بصری و قابلیت‌های تصویری، جذابیت خاصی برای اقشار مختلف جامعه ایجاد کرده و تأثیرات عمیقی بر گسترش فرهنگ‌ها، هنجارها و شیوه‌های بازنمایی هویت گذاشته است. این پلتفرم به کاربران امکان می‌دهد محتوای ارتباطی خود را به اشتراک بگذارند و از زندگی اجتماعی آنلاین لذت ببرند؛ تحولی که بخش قابل توجهی از فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و دیدگاه‌های افراد را به فضای مجازی منتقل کرده است (Van Dijk, 2020: 15).

امروزه، تغییرات بنیادین ایجادشده توسط شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی و مفهوم خانواده، ساختار و محتوای عکس‌ها و آلبوم‌های خانوادگی را دگرگون ساخته است. این تحولات عمدتاً وابسته به امکانات پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام است که به کاربران اجازه می‌دهد تصاویر دلخواه خود را به شیوه‌ای که تمایل به دیده شدن دارند، ارائه دهند. در گذشته آلبوم‌های خانوادگی سنتی، به‌عنوان مخازن حافظهٔ جمعی و نماد روابط خانوادگی اجتماعی عمل می‌کردند، اما در عصر دیجیتال بازنمایی تصاویر به سمت فردمحوری، خودنمایی آرمانی و ساخت «خودِ نمایشی» گرایش یافته است.

پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی-تحلیلی، بر پایه منابع کتابخانه‌ای و انتخاب گزینشی عکس‌های آلبوم‌های خانوادگی سنتی دههٔ ۴۰ تا ۶۰ (به‌عنوان نماد هویت جمعی و واقعی در گذشته) و پست‌های تصویری کاربران فعال از سال‌های ۱۴۰۰تا ۱۴۰۴در فضای اینستاگرام (به‌عنوان نماد هویت مجازی و ایده‌آل در عصر دیجیتال) به بررسی این تحولات از منظر مفهوم «دیگری» در نظریه روانکاوانه ژاک لاکان می‌پردازد. چارچوب نظری پژوهش بر سه ساحت بنیادین خیالی[1]، نمادین[2] و نیز امر واقع[3] و تمایز میان «دیگری کوچک» (مرحله آینه‌ای و تصویر خیالی خود) و «دیگری بزرگ» (نظم نمادین اجتماعی، زبان و هنجارها) در نظریهٔ لاکان، و تطبیق آن‌ها با ویژگی‌های آلبوم‌های خانوادگی و فضای مجازی با تأکید بر اینستاگرام استوار است. این مفاهیم، هویت سوژه را به‌عنوان سوژه‌ای تقسیم‌شده و وابسته به نگاه دیگری تبیین می‌کنند؛ جایی که میل سوژه همواره از

1 Imaginary Order.
2. Symbolic Order.
3.Real Order.

میل «دیگری بزرگ» نشأت می‌گیرد.
هدف اصلی این پژوهش، پاسخ به این پرسش است که چگونه گذار بازنمایی‌های تصویری از آلبوم‌های سنتی به فضای دیجیتال، تحت تأثیر نگاه «دیگری بزرگ» (جامعه مجازی) قرار گرفته و چالش‌هایی چون بی‌ثباتی هویتی، وابستگی به تأیید اجتماعی و تشدید میل لاکانی را به همراه دارد. این پژوهش در ادامه با مروری بر پیشینه‌های مرتبط و چارچوب نظری و مفاهیم کلیدی مورد نیاز با بهره‌گیری از مثال‌هایی تصویری به تحلیل پرداخته و سعی در تبیین نقش پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام به مثابه دیگری در شکل‌دهی به هویت افراد در فضای مجازی دارد.

پیشینهٔ پژوهش

پیش از این، پژوهش‌های مختلفی در رابطه با عکس‌های افراد در آلبوم‌های خانوادگی و شیوه نمایش و بازنمایی عکس‌ها در فضای اینستاگرام انجام شده است، اما آنچه این پژوهش را از سایر تحقیقات متمایز می‌کند، بررسی بازنمایی عکس‌های افراد در شبکه‌های اجتماعی از منظر نظریه «دیگری» ژاک لاکان است. اسلاوی ژیژک[4] (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «فضای سایبری یا واقعیت مجازی» به بررسی فلسفی و فرهنگی فضای سایبری و تأثیرات آن بر هویت فردی و اجتماعی با اشاره به نظریات روانکاوی و تحلیل‌های روان‌شناختی در نظریات لاکان به تغییراتی اشاره دارد که فضای سایبری در مرز میان «داخل» و «خارج» ایجاد کرده و بر درک ما از بدن و ذهن اثر گذاشته است. او در این مقاله از دیدگاه پست‌مدرن و با استفاده از مفاهیم فلسفی و روانکاوانه، فضای سایبری را به‌عنوان عرصه‌ای جدید برای تحلیل تحولات هویت و تعاملات انسانی در دنیای دیجیتال معرفی می‌کند. ژیژک به‌ویژه به دو تصور غالب در خصوص فضای سایبری اشاره دارد: نخست، بازگشت به «تفکر حسی» و «تفکر بدوی» که در آن تعاملات دیجیتال به‌جای استفاده از سیستم‌های منطقی و تحلیلی، بر اساس تصاویر، صداها و متون متعدد معنا می‌یابند؛ دوم، گذار از فرهنگ مدرن محاسباتی به فرهنگ پست‌مدرن شبیه‌سازی. او در این راستا به تغییرات در طراحی و استفاده از فناوری‌ها اشاره می‌کند. به‌ویژه به تحولی که در مفهوم «شفافیت» به‌وجود آمده است. در دوران مدرن، فناوری «شفاف» به‌معنی دسترسی مستقیم به کارکرد دستگاه‌ها بود، اما در دوران پست‌مدرن، این شفافیت به‌گونه‌ای طراحی شده است که عمل و فرآیندهای پنهان دستگاه‌ها از دید کاربر مخفی بماند.

4. Slavoj Žižek (b. 1949), Slovenian philosopher, psychoanalyst, cultural critic, and public intellectual.

یان یاگودزینسکی[5] (۲۰۰۸) در کتاب خود با عنوان *تلویزیون و فرهنگ جوانان: پارانویای تلویزیونی*، به بررسی نقش رسانهٔ تلویزیون در شکل‌دهی تجربه‌های ذهنی، هویتی و روانی نوجوانان و جوانان می‌پردازد. این کتاب با تکیه بر روان‌کاوی لاکانی، تلویزیون را نه صرفاً یک ابزار انتقال پیام، بلکه به‌عنوان فضایی نمادین برای تولید فانتزی، میل و اضطراب در فرهنگ جوانان تحلیل می‌کند. یاگودزینسکی در این اثر مفهوم «پارانویا» را به‌عنوان یکی از ساختارهای مسلط در تجربهٔ رسانه‌ای جوانان مطرح می‌کند و نشان می‌دهد که روایت‌های تلویزیونی چگونه احساس تعلیق، بی‌اعتمادی، مراقبت دائمی و جست‌وجوی معنا را در ذهن مخاطبان جوان بازتولید می‌کنند. از منظر لاکانی، تلویزیون به‌مثابه ابژه‌ای عمل می‌کند که میل سوژه را برمی‌انگیزد، اما هرگز آن را به رضایت کامل نمی‌رساند و از این طریق، فانتزی‌های هویتی و ناخودآگاه جوانان را سازمان‌دهی می‌کند. همچنین در کتاب دیگری با عنوان *فانتزی‌های جوانان: چشم‌انداز منحرف رسانه* که در سال ۲۰۰۴منتشر شده است، به بررسی انتقادی نقش رسانه‌های معاصر در شکل‌دهی فانتزی‌ها، میل‌ها و ساختارهای روانی جوانان می‌پردازد. یکی از فصل‌های مهم این کتاب با عنوان «رویکرد لاکانی به رسانه» به‌طور خاص بر تحلیل رسانه‌ها بر اساس نظریه روانکاوی ژاک لاکان تمرکز دارد.

شیما فرزادمنش در کتاب *زنان اینستاگرامر* (۱۴۰۰) به تحلیل بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان در اینستاگرام پرداخته و همچنین بررسی تغییرات و تأثیراتی که این شبکه‌های رسانه‌ای در زندگی خصوصی افراد، به‌ویژه زنان و دیگر اعضای خانواده، ایجاد کرده‌اند، پرداخته است. او با تمرکز بر شبکه اجتماعی اینستاگرام، به بررسی چگونگی بازنمایی و کنش‌گری زنان در فضای رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد. این اثر با اتکا بر مطالعات فرهنگی و جنسیت، تلاش می‌کند نشان دهد که اینستاگرام چگونه به بستری برای دیده‌شدن، بیان خود و بازتعریف هویت زنانه در جامعه معاصر تبدیل شده است. نویسنده زنان اینستاگرامر را عمدتاً به‌مثابه کنشگرانی فعال در نظر می‌گیرد که از ظرفیت‌های رسانه‌ای این پلتفرم برای بازسازی موقعیت اجتماعی و فرهنگی خود بهره می‌برند.

آزاده هاشمی و علی ربیعی در مقاله‌ای با عنوان «مطالعه موردی شیوه نمایش خود در کاربران صفحه اجتماعی اینستاگرام» (۱۳۹۵) شیوه‌های بازنمایی خود را در فضای اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار داده‌اند. آن‌ها با تأکید بر نظریه کنش متقابل هربرت مید و نظریه نمایش گافمن، عکس‌های منتشرشده توسط سی کاربر زن و سی کاربر مرد را تحلیل کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان

5. Jan jagodzinski (b. 1948), Canadian education theorist, art educator, media theorist, and Professor Emeritus of Secondary Education (Visual Arts and Media Education) at the University of Alberta.

می‌دهد که کاربران اینستاگرام از طریق انتخاب ژست، پوشش، زاویه تصویر و زمینه بصری، به ساخت نوعی «خودِ نمایشی» می‌پردازند که در تعامل با نگاه دیگران و انتظارات اجتماعی شکل می‌گیرد.

افسانه کامران در رساله دکتری خود در سال ۱۳۹۲ با عنوان «نشانه‌شناسی عکس‌های خانوادگی دهۀ ۵۰ و ۸۰ در ایران» در دانشگاه الزهرا، به پژوهش در عکس‌های خانوادگی با استفاده از الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی پرداخته است. وی در این پژوهش، دلالت‌های بصری، روابط قدرت، الگوهای ژست، فاصله، ترکیب‌بندی و مناسبات جنسیتی در عکس‌های خانوادگی دو دورۀ تاریخی متفاوت را تحلیل کرده است. نتایج نشان می‌دهد که عکس‌های خانوادگی در دهۀ ۸۰ نسبت به دهۀ ۵۰ فردی‌تر، خودآگاهانه‌تر و تحت تأثیر رسانه‌های مدرن و فرهنگ بصری جهانی قرار گرفته‌اند. این پژوهش تغییرات بازنمایی و شیوه‌های نمایش هویت در دو دوره را به‌طور جامع بررسی کرده است.

چارچوب نظری

ژاک لاکان[6]، روانکاو فرانسوی قرن بیستم، با تأکید بر نظریۀ «بازگشت به فروید[7]» و ادغام آن با زبان‌شناسی ساختاری سوسور[8]، نظام فکری خود را بر پایه ساختار زبان‌گونه ناخودآگاه بنا نهاد (Lacan,2006). یکی از مفاهیم محوری لاکانی، «دیگری» است، مفهومی که سوژه را به‌عنوان موجودی تقسیم‌شده، ناکامل و وابسته به نگاه بیرونی تبیین می‌کند. لاکان میان «دیگری کوچک» ، مرتبط با مرحله آینه‌ای و تصویر خیالی و «دیگری بزرگ» ، (نماینده نظم نمادین، زبان، قانون و جامعه) تمایز قائل می‌شود. این مفاهیم در عصر دیجیتال، به‌ویژه در پلتفرم‌های بصری مانند اینستاگرام، کاربرد ویژه‌ای می‌یابند؛ جایی که بازنمایی تصاویر، نوعی «مرحله آینه‌ای دیجیتال» را بازتولید می‌کند و هویت سوژه تحت سلطه نگاه «دیگری بزرگ مجازی» (جامعه آنلاین، الگوریتم‌ها و بازخوردها) قرار می‌گیرد (Žižek, 2016؛ Turkle, 1995؛ McGowan, 2007). لاکان واقعیت انسانی را به سه ساحت (خیالی، نمادین و امر واقع) تقسیم می‌کند که به‌طور مداوم بر یکدیگر اثر می‌گذارند (هومر، ۱۴۰۰: ۲۲-۲۴).

ساحت خیالی؛ ریشه در مرحلۀ آینه‌ای[9] (۶ تا ۱۸ ماهگی) دارد؛ جایی که کودک تصویر یکپارچه و ایده‌آل خود را در آینه (بازتاب دیگری، مادر) می‌بیند و

6. Jacques Lacan (1901–1981), French psychoanalyst and psychiatrist.
7. Sigmund Freud (1856-1939).Austrian neurologist.
8. Ferdinand de Saussure (1857-1913).Swiss linguist.
9. Mirror Stage.

«ایگو[۱۰]»ی (من) خیالی شکل می‌گیرد. این ساحت بر پایه شناسایی خیالی، میل به تمامیت و خودشیفتگی آغازین است، اما همیشه با شکاف و بیگانگی همراه اس(Lacan, 1977[1949]: 1-5). امر خیالی هیچ زمانی کنار گذاشته نمی‌شود، بلکه به‌طور مداوم باقی می‌ماند و در فرآیند رشد سوژه نقش خود را ایفا می‌کند. «برای لاکان، ایگو مجموعه‌ای از تصاویر اجتماعی آینه‌ای ما است» (Mitchell and Black, 1995:196-198). در حقیقت لاکان ادعا می‌کند که «ساختار اساسی و مرکزی تجربه ما به‌واقع متعلق به ساحت خیالی است» (Lacan,1988b:37).

ساحت نمادین؛ ورود به زبان، قانون پدر[۱۱] و شبکه نشانه‌هاست، جایی که سوژه در هنجارهای اجتماعی و فرهنگی قرار می‌گیرد. در این ساحت است که سوژه با مفهوم «دیگری» آشنا می‌شود. به این معنا که کودک از دنیای خیالی کودکانه خود با مداخلهٔ پدر، وارد جهان نمادین و فقدان می‌شود. این دورهٔ گذار از ساحت خیالی به ساحت نمادین، گذار نمادین از طبیعت به فرهنگ است (Chandler, 2007:92-94). «دیگری بزرگ» اینجا حاکم است و میل سوژه را از طریق فقدان[۱۲] و اختگی ساختار می‌دهد (Lacan,2006) .

ساحت واقع؛ برای لاکان، «واقعی» چیزی است که همیشه از نمادین‌شدن گریزان است (Lacan, 1988a:80). «واقعی» در چارچوب لاکانی باید از «واقعیت» تمایز یابد. واقعیت روزمره از طریق یک نظم نمادین ساخته می‌شود. (Bar-Tura, 2011:30) امر واقع نه به حوزهٔ خیالی تعلق دارد و نه به حوزهٔ نمادین، بلکه چیزی فراتر از این دو نظم است. این امر نمی‌تواند به یک «چیز» مشخص نسبت داده شود، چرا که نه یک اُبژهٔ مادی است و نه یک «واقعیت» به معنای رایج. از نظر لاکان، واقعیت شامل نمادها و دلالت‌هاست و امر واقع چیزی است که هم در درون و هم بیرون سوژه وجود دارد، اما به‌طور مستقیم قابل دسترسی نیست. همچنین، «امر واقع» معرف حیطه‌هایی از زندگی است که انسان قادر به شناخت آن‌ها نیست. » (Evans, 1990: 169). به گفته‌ی لاکان، «امر واقع نوعی تودهٔ یکپارچه و همیشه‌حاضر است که سوژه از طریق فرآیند نمادسازی، خود را از آن متمایز می‌کند. «واقعیت اجتماعی» از طریق فرآیند حذف و نمادسازیِ امر واقع ساخته می‌شود (Homer, 2005:82) .

دیگری بزرگ و دیگری کوچک؛ مفهوم «دیگری» از پیچیده‌ترین و پرمناقشه‌ترین اصطلاحاتی است که ژاک لاکان به آن پرداخته است. این مفهوم در نظریهٔ لاکان نقش اساسی در شکل‌گیری هویت سوژه و تعامل آن با

۱۰. Ego : بنابر باور فروید، ایگو مبین‌بخش سازمان‌یافتهٔ روان است در مقابل اجزای سازمان نیافتهٔ ناخودآگاه (اید). فروید خود از اصطلاحات اید، ایگو و سوپر ایگو استفاده نکرد. این‌ها معادل‌های لاتین اصطلاحات فرویدند که به‌صورت رایج از این اصطلاح در زبان‌های دیگر به‌صورت لاتین استفاده می‌شود. در فارسی معنای «من» یا «خود» را برای آن در نظر می‌گیرند.

11. Name of the Father.

12. Lack

دنیای بیرون ایفا می‌کند (Johnston, 2022). لاکان «دیگری کوچک» و «دیگری بزرگ» را از یکدیگر متمایز می‌کند. «دیگری کوچک» در واقع همان «دیگری مرحلهٔ آینه‌ای» است که در آن کودک خود را از طریق تصویر بازتاب یافته در آینه می‌شناسد. این تصویر، همچون آینه‌ای، به کودک این امکان را می‌دهد که خود را با «من» شناخته‌شده در آن یکسان بداند و هویت اولیه‌اش را شکل دهد. در این مرحله، کودک خود را به‌عنوان اُبژه‌ای منحصربه‌فرد در دل میل «دیگری» می‌بیند. اما «دیگری بزرگ»، مفهومی است که فراتر از این مرحلهٔ اولیه قرار دارد و به‌طورکلی به دنیای نمادین و اجتماعی اشاره دارد. این «دیگری بزرگ» نه تنها از طریق زبان و فرهنگ به سوژه معرفی می‌شود، بلکه به‌عنوان نماینده‌ای از هنجارها، قوانین و ارزش‌های جامعه برای سوژه به ظهور می‌رسد. در این چارچوب، سوژه به‌تدریج از مرحلهٔ خیالی و تعلق به «دیگری کوچک» عبور می‌کند و وارد جهان نمادین و اجتماعی می‌شود که در آن «دیگری بزرگ» نقشی کلیدی در ساخت و شکل‌دهی به هویت او ایفا می‌کند. «سوژه از نظر لاکان تنها در دنیای واقعی توسط دیگری تعیین می‌شود» (González-Campo, García Solarte& Murillo Vargas, 2013:315). پل ورهاگه[13] دربارهٔ این فرآیند می‌گوید: «سوژه که با معمای میل دیگریِ بزرگ روبه‌روست، می‌کوشد این میل را به زبان بیاورد. بنابراین، با همانندسازیِ خود با دال‌های حوزهٔ دیگریِ بزرگ، خود را می‌سازد. اما در پر کردن شکاف میان سوژه و دیگریِ بزرگ موفق نمی‌شود. از این‌رو، جنبشی پیوسته از دال به دال دیگر در جریان است و سوژه به‌طور مداوم آشکار و ناپدید می‌شود» (Verhaeghe, 1998: 168). «خود» در این فرآیند یک فقدان اساسی را به نمایش می‌گذارد و میل[14] و اشتیاق را در سوژه ایجاد می‌کند. این میل به‌طور مداوم از دال به دال و از یک اُبژه به اُبژه دیگر تغییر می‌کند. این ، همان «دیگریِ بزرگ» است» (Homer, 2005:82).

آلبوم‌های عکس خانوادگی، هویت اجتماعی و حافظه جمعی

آلبوم‌های عکس به‌عنوان گنجینه‌های فرهنگی، نسل به نسل منتقل شده و همچنان جایگاه خود را در زندگی فردی و اجتماعی حفظ کرده‌اند. آلبوم‌های عکس خانوادگی، در واقع، انعکاس‌دهندهٔ لحظات مهم زندگی افراد و یک وسیله برای نشان دادن وابستگی به گروه‌های اجتماعی بزرگ‌تر هستند. این آلبوم‌ها، حتی در ساده‌ترین شکل خود، روایتگر تحولات خانوادگی و فرهنگی و تجربیات تغییرپذیر جوامع در گذر زمان‌اند. آلبوم‌های عکس

13.. Paul Verhaeghe(1955).Belgian psychologist.

14. Desire.

خانوادگی نه تنها تصویرگر تاریخ فردی هر خانواده، بلکه نمادی از حافظهٔ اجتماعی آن‌ها هستند. بوردیو[15] در این خصوص بر اهمیت آلبوم خانوادگی تأکید می‌کند و آن را به‌عنوان حافظه اجتماعی خانواده می‌داند که از طریق تصاویر و شرح‌ها، آیین‌ها و مناسک خانواده را به یاد می‌آورد و از این طریق اعضای جدید خانواده را با گذشتهٔ خانوادگی خود پیوند می‌دهد (بوردیو، ۱۳۸۶: ۴۶). در حقیقت، آلبوم‌های خانوادگی با مرور تصاویر، خاطرات و وقایعی را به یاد می‌آورند که به ترتیب حافظه اجتماعی خانواده سامان یافته‌اند.

از دیدگاه آنِت کن[16] «عکس نه تنها یک سند است بلکه حامل حقیقتی پنهان است که در دنیای رمزآلود خود قابل کشف است. به‌عقیدهٔ او، عکس می‌تواند همچون معما باشد که اگر رمزگشایی شود، واقعیتی را که در دل خود پنهان کرده است، آشکار می‌سازد» (کن، ۱۳۸۴: ۲۵). این حقیقت، همان‌طور که در عکس‌های خانوادگی نهفته است، می‌تواند بازتاب‌دهندهٔ واقعیت‌های عاطفی، اجتماعی و فرهنگی باشد که بر خاطرات فردی و جمعی تأثیرگذار است. در همین راستا، لنگفورد[17] «آلبوم‌های خانوادگی را به‌عنوان مخزنی از خاطرات و ابزاری برای عملکرد اجتماعی می‌داند و تفاوت‌های مهمی میان عکس‌های شخصی و آلبوم‌های خانوادگی قائل می‌شود. طبق نظر او، آلبوم‌های عکس نه تنها به‌عنوان گنجینه‌ای از خاطرات خانوادگی عمل می‌کنند، بلکه به‌عنوان وسیله‌ای برای انجام کنش‌های اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند. بر خلاف عکس‌های شخصی که بیشتر به‌عنوان شکل کاملی برای بازگو کردن خاطرات فردی و نیروی محرکه‌ای برای فرد عمل می‌کنند، آلبوم‌های خانوادگی حافظهٔ جمعی یک خانواده را بازسازی می‌کنند و خاطرات را با گزینش و حاشیه‌نویسی ویژه‌ای گردآوری می‌کنند» (لنگفورد، به نقل از کن، ۲۰۱۰: ۳۰۵ و ۳۰۶). آلبوم‌های خانوادگی به‌عنوان ابزارهایی برای حفظ خاطرات و ایجاد ارتباطات درون‌خانوادگی، نقش مهمی در شکل‌گیری هویت جمعی و فرهنگی ایفا می‌کنند. این آلبوم‌ها عمدتاً شامل تصاویری هستند که به دقت گزینش شده‌اند و لحظات خاص زندگی افراد را ثبت می‌کنند. انتخاب این تصاویر به‌طور عمدی و با توجه به اهمیت آن‌ها در بازگویی داستان‌ها و روایت‌های خانوادگی صورت می‌گیرد. به این ترتیب، آلبوم‌های خانوادگی علاوه بر مستندسازی زندگی شخصی، به حفظ و انتقال خاطرات اجتماعی نیز کمک می‌کنند.

15. Pierre Bourdieu(1930-2002).French sociologist.
16. Annette Kuhn(1945).British author.
17. Mike Langford (birth date not publicly available), New Zealand-born award-winning landscape and travel photographer, photography educator, and workshop leader.

فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت اجتماعی

فضای مجازی به‌عنوان یک پدیده نوظهور در دنیای ارتباطات و رسانه‌های جدید، در دو دهه اخیر به‌طور گسترده‌ای در جهان گسترش یافته است. این فضا به‌طور کلی به معنای فضای ارتباطی است که میان رایانه‌ها و کاربران شکل می‌گیرد و به‌طور مشترک جامعه‌ای را می‌سازد که از این ارتباطات بهره‌مند است. آنچه فضای مجازی را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند، ویژگی‌هایی چون دیجیتالی بودن، امکان ذخیره‌سازی اطلاعات در قالب‌های مجازی، تعامل‌پذیری، فرامتن بودن و غیرمتمرکز بودن است. با این حال، فضای مجازی همچون یک تیغ دو لبه عمل می‌کند؛ یعنی در کنار کارکردهای مثبت و کارآمد خود، می‌تواند به‌طور قابل توجهی در ایجاد چالش‌هایی همچون اختلال در سلامت روانی و فرهنگی جامعه نیز نقش داشته باشد. این فضای دیجیتال به کاربران این فرصت را می‌دهد تا نمایه‌ای نیمه‌عمومی در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند و علاوه بر آن، فهرستی از مخاطبان و دیگر کاربران را در صفحات مجازی خود داشته باشند. آنچه فضای مجازی را در این زمینه منحصربه‌فرد می‌سازد، فقط امکان ارتباط با افراد ناشناخته نیست، بلکه بیشتر امکان ساخت فهرستی از مخاطبان و پیگیری آنان است که این ویژگی، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی بارزتر می‌شود.

«هویت، به عنوان هسته مرکزی بسیاری از خدمات رسانه‌های اجتماعی، نقش اساسی در تعیین استراتژی‌ها و روندهای توسعه‌ای شرکت‌های مرتبط ایفا می‌کند. این امر برای شرکت‌هایی که به دنبال گسترش وب‌سایت‌های رسانه‌های اجتماعی خود یا همکاری با سایر پلتفرم‌ها هستند، اهمیت ویژه‌ای دارد. یکی از مفاهیم کلیدی در این زمینه، «محرمانگی» و «حریم خصوصی» است. کاربران، به‌طور داوطلبانه و با میل، هویت خود را در پلتفرم‌هایی همچون فیس‌بوک، توییتر و دیگر سایت‌های مشابه به اشتراک می‌گذارند» (آنجل و کیتزمان، ۲۰۱۰ به نقل از عقیلی و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۴). این وضعیت نشان‌دهندهٔ میزان آشکارسازی هویت کاربران در فضای رسانه‌های اجتماعی است. این آشکارسازی می‌تواند شامل اطلاعاتی نظیر نام، سن، جنسیت، شغل و مکان زندگی باشد. در واقع، افشای هویت افراد می‌تواند از طریق «خود اظهاری» آگاهانه یا ناآگاهانه رخ دهد، که شامل به اشتراک‌گذاری افکار، احساسات و علاقه‌مندی‌های فردی است و به راحتی در دسترس سایر کاربران قرار می‌گیرد.

در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام به دلیل ویژگی‌های دسترسی آسان و جذابیت‌های عامه‌پسند خود، تبدیل به یکی از محبوب‌ترین فضاهای آنلاین شده‌اند. اینستاگرام و پلتفرم‌های مشابه، به کاربران این امکان را می‌دهند تا با اشتراک‌گذاری محتوای مختلف،

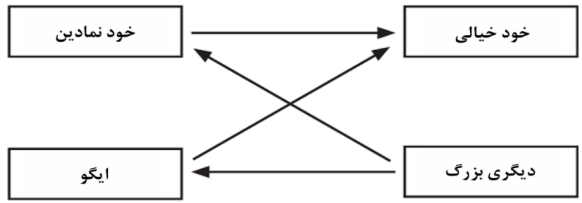
هویت خود را ابراز کنند و ارتباطات جدیدی با دیگران برقرار نمایند. ویژگی‌های بصری و تعامل‌پذیر این شبکه‌ها، فضایی را فراهم می‌آورد که افراد به راحتی می‌توانند زندگی‌های اجتماعی خود و بعضا خلاف واقع آن را به نمایش بگذارند و لذت ببرند. این تغییرات در نحوه‌ی ارتباطات و فعالیت‌های اجتماعی، باعث شده که بسیاری از تعاملات فرهنگی، اجتماعی و حتی حرفه‌ای به دنیای آنلاین و بسترهای مجازی منتقل شوند. در این فضاها، افراد به راحتی قادرند نه تنها تجربیات خود را به اشتراک بگذارند بلکه از طریق این ارتباطات به جامعه‌ای وسیع‌تر متصل شوند و از تاثیرات این تعاملات بهره‌مند شوند.

یکی از رفتارهای اجتماعی که افراد، به‌ویژه جوانان، از طریق آن سعی دارند هویت خود را بازنمایی و از دیگران متمایز سازند، شیوه‌های مدیریت بدن و ظاهر شخصی است. در جامعهٔ مصرفی مدرن، این شیوه‌ها نه تنها به‌عنوان یک انتخاب فردی، بلکه به‌عنوان نمادهایی برای تمایز اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌شوند. افراد از طریق آراستگی، پوشش، اصلاحات زیبایی و دیگر تصمیمات مربوط به ظاهر خود، هویت خود را به نمایش می‌گذارند و این انتخاب‌ها به نوعی بیانگر دیدگاه و سلیقهٔ شخصی‌شان هستند. در این فضا، بدن به عنوان یک نشانه یا نماد برای تمایز در نظر گرفته می‌شود و به شکلی گسترده‌تر، معنای هویتی افراد از این منظر مورد قضاوت و تحلیل قرار می‌گیرد.

در حقیقت، رسانه‌های اجتماعی به عنوان فضایی برای نمایش و مصرف تصاویر، مکانیزم‌های هویتی پیچیده‌ای را تسهیل می‌کنند که در آن هویت فردی و اجتماعی به گونه‌ای هم‌زمان شکل می‌گیرد و به مخاطبان عرضه می‌شود.

تحلیل بازنمایی تصاویر از منظر «نظریه دیگری لاکان»

با بهره‌گیری از رویکرد «آینه‌ای» ژاک لاکان، می‌توان رفتار و کنش‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به هویت خود را به‌ویژه در پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام مورد تحلیل و تفسیر قرار داد. در فضای شبکه‌های اجتماعی، فرد همانند سوژه‌ای لاکانی، در آینه‌ای بازتاب می‌یابد که از طریق آن تمامی ابعاد هویتی او به‌طور غیرمستقیم و از نگاه «دیگری بزرگ» (همان فضای مجازی و دیگر کاربران آن) مشاهده و ارزیابی می‌شود. در این آینه، سوژه خود را می‌بیند و از طریق بازتاب آن، تصوری از هویت خود شکل می‌دهد که به تأیید و واکنش دیگران بستگی دارد. این مرحله مشابه مرحلهٔ «آینه‌ای» است که در آن کودک برای نخستین بار از طریق بازتاب تصویر خود در آینه یا در نگاه والدین، هویت خود را شناسایی می‌کند. فینک در تحلیل این مرحله، توضیح می‌دهد «که کودک در این بازه زمانی، تصاویر آرمانی و ایده‌آل خود را از طریق بازتاب‌هایی

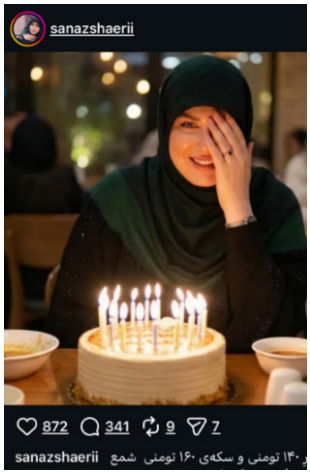


نمودار ۱: بازنمایی دیگری

که در والدین می‌بیند، جذب کرده و آن‌ها را در نقش‌های نمادین و هویتی مانند «دختر خوب» یا «پسر نمونه» درک می‌کند» (فینک، ۹۲:۱۳۹۹). این تعاریف هویتی، که در قالب واکنش‌ها و نگرش‌های والدین نسبت به کودک شکل می‌گیرند، در ادامه توسط سیستم‌های نمادین و تصویری مانند عکس‌های خانوادگی، تقویت می‌شوند. به‌طور گسترده‌تر، مفهوم «دیگری» در نظریه لاکان فراتر از والدین در دوران کودکی گسترش می‌یابد و در طی زندگی سوژه، این «دیگری» به شکلی دگرگون‌شده در قالب‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای بازتعریف می‌شود. در دنیای رسانه‌های اجتماعی «دیگری بزرگ» دیگر تنها در قالب مناسبات اجتماعی نمود نمی‌یابد، بلکه تبدیل به یک مجموعه وسیع از ارزیابی‌ها، بازخوردها و نظرات اجتماعی می‌شود که از طریق لایک‌ها، کامنت‌ها و تعاملات دیگر کاربران بازتاب می‌یابد. به عبارت دیگر، در این فضا، «دیگری بزرگ» به شبکه‌ای اجتماعی و نمادین از تأیید و ارزیابی تبدیل می‌شود که خود رسانه نیز بخشی از آن است و سوژه دایماً در تلاش است تا خود را در قالبی مطلوب و مطابق با انتظارات آن به نمایش بگذارد.

فضای اینستاگرام، در این راستا، همچون «آینه‌ای» جدید برای سوژه‌ها در جهان معاصر عمل می‌کند. به‌گونه‌ای که تصاویر و پست‌هایی که کاربران در این فضا به اشتراک می‌گذارند، نه تنها بازتاب‌های خودآگاه آن‌ها از هویت فردی است، بلکه از طریق تعاملات و واکنش‌های دیگران، تقویت و بازتعریف می‌شود. در این چارچوب، سوژه خود را در فرآیندی مستمر از بازتاب و تأیید به‌وسیله دیگران، از جمله دیگر کاربران فضای مجازی، بازمی‌یابد. فضای اینستاگرام و کاربران آن، در تلاقی با امر دیده‌شدن برای سوژه، همانند نوار موبیوس[۱۸]، در پیوستگی دائمی و غیرقابل تفکیک با یکدیگر قرار دارند. در این سیستم پیچیده، هیچ‌یک از این دو عنصر به‌طور مستقل عمل نمی‌کنند. در حقیقت، سوژه در فضای مجازی، به‌ویژه در اینستاگرام، به‌دنبال بازنمایی خود در قالبی مطلوب است، تا از «دیگری بزرگ» تأیید و تاییدیه دریافت کند. «دیگری بزرگ» در اینجا به فضای اینستاگرام و دیگر کاربران آن اشاره دارد، که همواره در چرخه‌ای از تأیید و پذیرش سوژه را می‌سازند و باز می‌نمایند. این تأیید، که در دنیای مجازی از طریق لایک‌ها و کامنت‌ها ابراز می‌شود، تبدیل به یک

۱۸. نوار موبیوس نواری است که دو لبه آن بر هم قرار گرفته است و تشکیل حلقه‌ای را داده است که اگر با یک خودکار، خطی بر روی نوار موبیوس بکشیم و آن‌را ادامه دهیم این خط دوباره به نقطه شروع باز می‌گردد و هر دو طرف نوار خط کشیده می‌شود. نوار موبیوس مثالی از یک رویه بدون جهت (جهت‌ناپذیر) است.



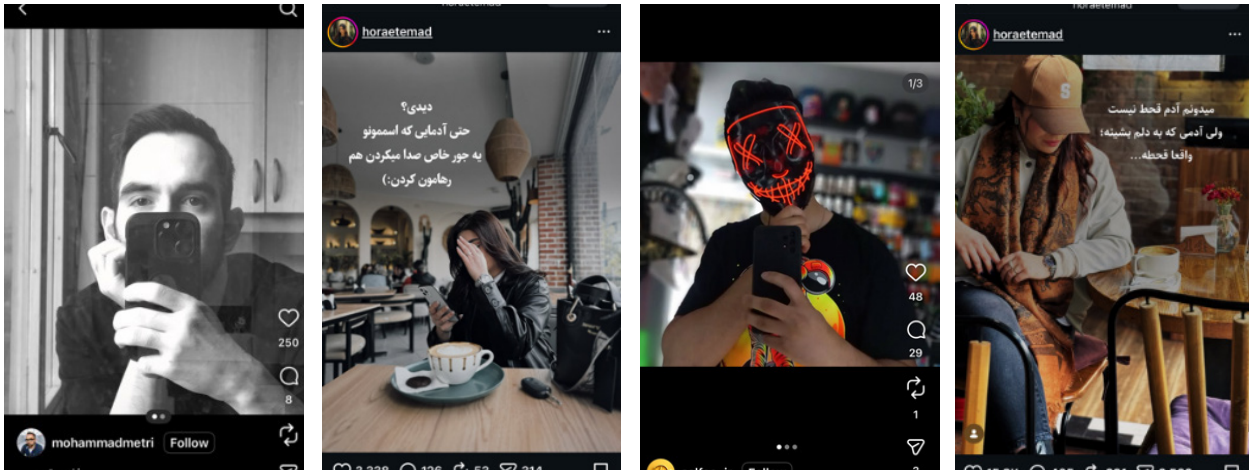
تصویر ۱: عکس از اینستاگرام

نوع قرارداد اجتماعی در تعاملات مجازی گردیده است. به‌این‌ترتیب، سوژه از این لایک‌ها به‌عنوان نمادهایی از محبوبیت و موفقیت در بازنمایی خود استفاده می‌کند. در این روند، سوژه با افزایش تعداد لایک‌ها، احساس می‌کند که تصویرش به‌طور فزاینده‌ای مطلوب و مطابق با انتظارات «دیگری بزرگ» است. این امر نشان‌دهندهٔ رابطه‌ای همسان‌سازی‌شده و وابسته به بازنمایی خود از سوی دیگران است. جایی که فرد خود را به‌عنوان یک موجود از خلال بازنمایی‌های بیرونی، به‌ویژه از طریق تصویر مشاهده می‌کند و این تصویر خود را به‌عنوان مرجع اصلی برای درک و ادراک از «خود» می‌سازد. به‌عنوان نمونه، در تصاویر تک‌نفره تولد در اینستاگرام (تصویر ۱)، فرد به‌طور خودآگاه یا ناخودآگاه خود را در موقعیتی قرار می‌دهد که در آن تصویر «آینه‌ای» از هویت ایده‌آل و اجتماعی‌سازی‌شدهٔ خود ساخته می‌شود. اینگونه تصاویر، که عمدتاً با استفاده از فیلترها و ویرایش‌های دیجیتال به‌دقت مهندسی می‌شوند، بیشتر به‌عنوان ابزاری برای ساختن و نمایش یک «خودِ ایده‌آلی» مورد استفاده قرار می‌گیرند که در تلاش است تا با انتظارات اجتماعی و هنجارهای موجود در فضای مجازی تطابق یابد. این روند از نظر لاکان به‌طور عمیق در مفهوم «دیگری» ریشه دارد، جایی که فرد برای به‌دست آوردن هویت و احساس خودمختاری، به تصویری بیرونی از خود نیاز دارد که توسط نگاه‌های اجتماعی و بازخوردهای دیگران تأیید می‌شود. از این منظر، عکس‌های تک‌نفره تولد نه تنها به‌عنوان ابزاری برای تأیید و بازتاب هویت فرد عمل می‌کنند، بلکه به‌نوعی

تصویر۲ : عکس از آلبوم خانوادگی

تبدیل به نمایش‌هایی می‌شوند که در آن‌ها فرد خود را در مقام «دیگری» در نظر دیگران تعریف می‌کند، به‌ویژه در شرایطی که این تصاویر به‌طور عمومی در معرض دید قرار می‌گیرند. در این فضا، خودآگاهی فرد به‌جای آنکه در قالب یک جمع و از طریق تعاملات خانوادگی در آلبوم‌های گذشته (تصویر۲) شکل گیرد، اکنون به‌صورت انفرادی و در یک بستر کنترل‌شده و به‌ویژه از طریق تصاویری به‌شدت پالایش‌شده، ظاهر می‌شود. این وضعیت می‌تواند به شکاف و تفاوتی عمیق میان «خود» واقعی و «خود» بازنمایی‌شده منجر شود، که در نهایت فرد را در یک فضای تعلیق و جدال میان واقعیت و آرزو، میان تصویر بازتابی و خود واقعی، قرار می‌دهد. این تغییر در شکل‌گیری و بازنمایی عکس‌های تولد، نه تنها بازتابی از تحول در فرهنگ اجتماعی و روان‌شناختی عصر دیجیتال است، بلکه تأثیرات عمیق‌تری بر مفهوم هویت و خودآگاهی فردی در عصر رسانه‌های اجتماعی می‌گذارد.

اگر به گذشته و آلبوم‌های خانوادگی نگاه کنیم، مشاهده می‌شود که عکس‌ها پیش‌تر در دایره‌ای محدود و نیمه‌عمومی از خانواده به نمایش درمی‌آمدند، و غالباً تحت نظارت و مدیریت بزرگ‌ترهای خانواده قرار داشتند. این عکس‌ها نه‌تنها به‌عنوان یک سند تصویری، بلکه به‌عنوان گواهی از هویت خانوادگی و اجتماعی یک جمع مطرح می‌شدند. روند گردآوری و چیدمان عکس‌ها در آلبوم‌های خانوادگی معمولاً به‌صورت سیستماتیک و بر اساس اصول خاصی، از جمله ترتیب سنی یا اهمیت افراد، صورت می‌گرفت. در این فرآیند، ساختار و نظم خاصی وجود داشت که توسط بزرگ‌ترها برای ثبت و نمایش خاطرات خانوادگی هدایت می‌شد. با ظهور و گسترش فضای اینستاگرام و رسانه‌های مشابه، این ساختار جمعی به‌شکل چشم‌گیری دگرگون شده است. در فضای اینستاگرام، هر فرد به‌طور مستقل و فردی عمل می‌کند، به‌طوری‌که دیگر گردآوری عکس‌ها و به نمایش گذاشتن



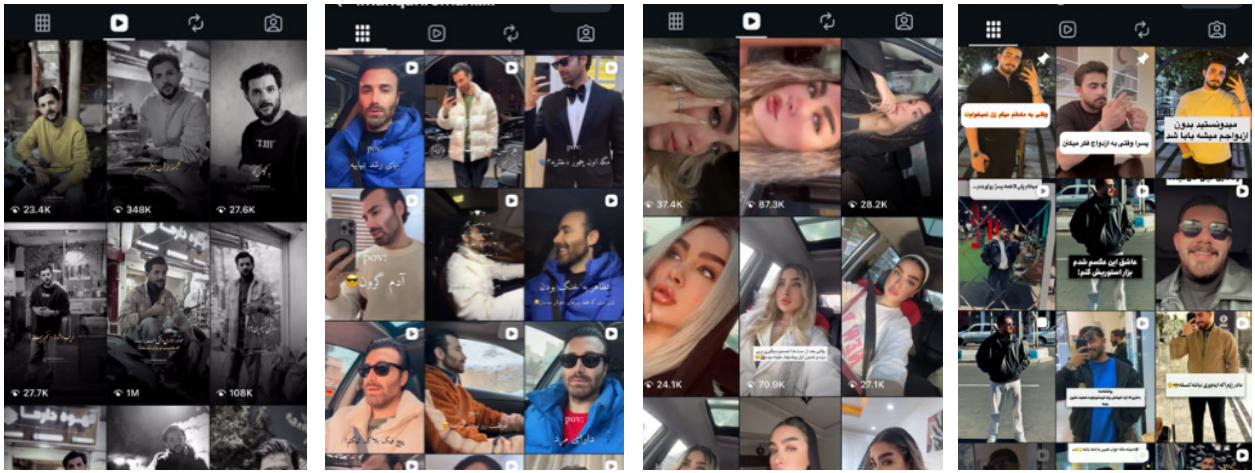
تصویر۳: عکس از صفحات اینستاگرام

آن‌ها تحت نظارت فرد خاصی صورت نمی‌گیرد. در نتیجه، دیگر هیچ‌گونه نظم یا ساختار خاصی در چیدمان تصاویر وجود ندارد. در فضای مجازی، «دیگری بزرگ» دیگر به معنای یک نهاد مرکزی نظیر بزرگ‌ترهای خانواده نیست، بلکه به تک‌تک اعضای شبکه‌های اجتماعی اطلاق می‌شود. به عبارتی دیگر، فضای اینستاگرام به‌طور مستمر و به‌وسیله افراد متنوع به‌عنوان «دیگری بزرگ» برای خود عمل می‌کند و هویت‌های فردی به‌طور مستقل در این فضا بازنمایی می‌شوند. این تغییر در نوع نمایش تصاویر و گردآوری آن‌ها که اکنون به‌طور فردی و غیرمتمرکز صورت می‌گیرد، باعث دگرگونی اساسی در مفهوم هویت اجتماعی و خانوادگی شده است. آلبوم‌های خانوادگی که پیش‌تر به‌عنوان نماینده‌ی هویت جمعی و گواهی بر تاریخچه خانوادگی عمل می‌کردند، اکنون جای خود را به تصاویری فردی و خودبازنمایانه در فضای مجازی داده‌اند. در فضای اینستاگرام، سوژه‌ها به‌طور مستمر در تعامل با «دیگری بزرگ» در حال بازسازی و بازنمایی هویت خود هستند. به بیان لاکان: «دیگری کسی است که مرا می‌بیند» (Lacan, 2006:19)، «جایی که خواستهٔ من در آن جلب می‌شود. بنابراین، وجود ناخودآگاه موجب می‌شود که افراد خواسته‌های بی‌پایان، اما در واقعیت خود عمل محدودی داشته باشند. این نمایش نمادین از خواسته‌ها در دنیای واقعی می‌تواند توسط سوژه در دنیای مجازی تحقق یابد » (Campo, García Solarte, & González) Murillo Vargas, 2013:313- و این ابژه شدن هویت سوژه را مستعد تغییر می‌کند، تغییری که

در شکل‌دهی هویت‌ها، بیانگر تحولی بنیادین در شیوه‌ی بازنمایی و تجربهٔ فرد از هویت اجتماعی و خانوادگی در دنیای مجازی است.

آنچه در فضای اینستاگرام به‌شکل بالقوه و به‌سهولت برای افراد ممکن می‌گردد، «تجربه‌گرایی» است؛ رویکردی که در آن مرزهای هویتی به‌طور مستمر در حال انعطاف و بازسازی‌اند. در این بستر مجازی، افراد قادرند به‌طور آنی و بدون هیچ‌گونه ممانعتی به هویت‌های جدیدی دست یابند و خود را در قالب‌های متنوع بازتعریف کنند. به‌عبارتی، به‌طور هم‌زمان می‌توانند با استفاده از نقاب‌های متعدد، «خود»های جدیدی را به نمایش بگذارند. مطابق با نظریه لاکان، این فرآیند، نقاب‌هایی که افراد از آن برای ایجاد هویتی جدید بکار می‌برند و خود جدیدی را می‌سازند، نه‌تنها فرآیند بازسازی هویت است، بلکه در آن «دیگریِ بزرگ» به‌طور همزمان خودِ فرد را نیز شامل می‌شود که از طریق این بازنمایی‌های جدید هویت خود را تغییر می‌دهد. در این فرآیند پیچیده، «دیگری» و «خودِ تغییر یافته» به‌طور متناقضی در هم‌آمیخته و تبدیل به یک واحد یکپارچه می‌شوند، به‌گونه‌ای که هیچ فاصله‌ای میان این دو مفهوم باقی نمی‌ماند. این وضعیت که در آن سوژه نه تنها «خود» است بلکه «خودِ تغییر یافته» را نیز به‌طور هم‌زمان تجربه می‌کند، به نوعی ایستایی در مفهوم هویت را نیز نقض می‌کند. این گسست در تمایزهای هویتی، به‌ویژه در دنیای دیجیتال و فضای اجتماعی شبکه‌های مجازی عکس‌محور، به‌طور آشکار نشان‌دهنده‌ی بی‌ثباتی و تمایل به بازتعریف مداوم خود است، جایی که هویت‌ها دیگر ثابت و متعین نبوده، بلکه به‌طور دائمی در حال تغییر و بازسازی‌اند. در دنیای معاصر، گاه تصاویری در فضای مجازی به‌چشم می‌خورند که هویت افراد در آن‌ها به‌طرزی پیچیده و ضمنی پنهان شده است، به‌گونه‌ای که چهره‌شان از طریق ابزارهایی چون کلاه، گوشی تلفن همراه، دست یا حتی آرایش موها به‌طور عمدی پوشانده می‌شود (تصویر۳). این گونه تصاویر، که عمدتاً در شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان نوعی تکنیک استتار هویتی و بازنمایی شبه‌واقعی افراد در دنیای مجازی به کار می‌روند، در آلبوم‌های خانوادگی قدیمی به ندرت مشاهده می‌شوند، زیرا آلبوم‌های خانوادگی به‌عنوان عرصه‌ای برای نمایش «خود واقعی» و اصیل افراد عمل می‌کردند. فضای آلبوم‌ها، برخلاف فضای مجازی که در آن تمایل به ساخت هویت‌های جدید و مطلوب‌شده غالب است، به‌نوعی به ثبت لحظات بداهه و بی‌پیرایه اختصاص داشت، جایی که پرتره‌های افراد خانواده به‌دور از هرگونه تغییر و دست‌کاری و در نمایش دقیق و صادقانه‌تری از «خود» واقعی ثبت می‌شد.

در چارچوب نظریه لاکان، تمامی تصاویر، بازنمایی‌ها و دلالت‌های موجود در فضای اجتماعی و به‌ویژه در



تصویر۴: عکس از صفحات کاربران اینستاگرام

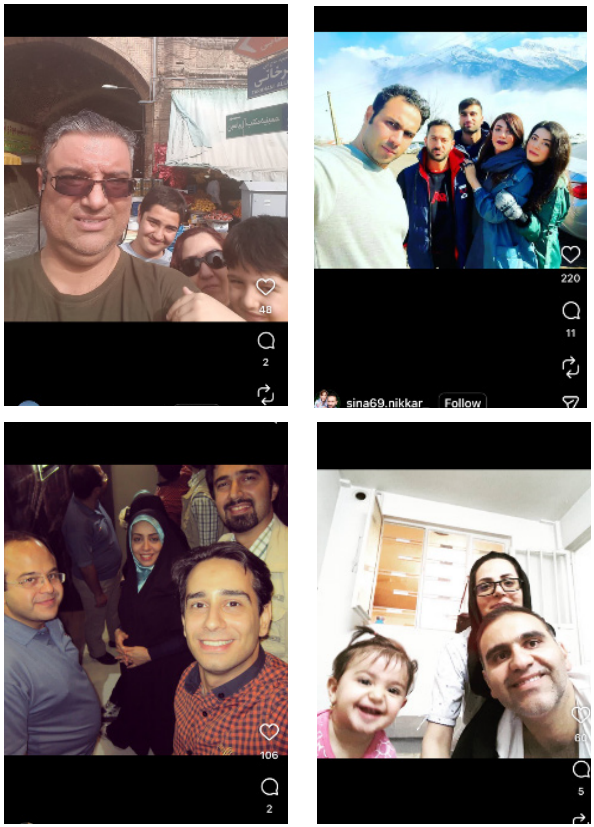
شبکه‌های اجتماعی، تلاشی مستمر برای پر کردن «فقدان» و «شکاف‌های» بنیادین هویت انسانی هستند. لاکان بر این باور است که سوژه به‌منظور سرپوش نهادن بر این شکاف‌های عمیق درونی و بی‌انتها به بازسازی و نمایش تصویر خود از طریق سازه‌های فانتزی متوسل می‌شود. در فضای دیجیتال، به‌ویژه در پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام، افراد از ابزارهایی مانند فیلترها، ویرایش‌های دیجیتال و تغییرات مجازی به‌منظور ساخت یک هویت ایده‌آل و فانتزی بهره می‌برند، تا تصویری از «خود» را به دیگران عرضه کنند که هم‌زمان با هنجارهای اجتماعی و آرمان‌های فرهنگی «دیگریِ بزرگ» هم‌خوانی داشته باشد. به‌زعم لاکان، فانتزی به‌عنوان یک صحنه خیالی و استعاری، نقشی محوری در فرایند بازسازی هویت ایفا می‌کند. در این صحنه خیالی، سوژه خود را به‌عنوان قهرمان و مرکز داستان می‌بیند و از این طریق تلاش می‌کند تا چندپارگی و پراکندگی درونی خود را به‌واسطه‌ی این تصویر آرمانی سرپوش بگذارد. از منظر لاکان، این فانتزی‌ها نه تنها به‌عنوان ابزاری برای سرکوب شکاف‌های روانی عمل می‌کنند، بلکه به سوژه این امکان را می‌دهند که توهم وحدت و انسجام درونی خود را با «دیگریِ بزرگ» حفظ کرده و بدین‌وسیله احساس فقدان خود را تسکین بخشند. گافمن بیان می‌کند که: «تمام جهان اجتماعی صحنه نمایش است و تمام افراد جهان بازیگران این صحنه نمایش هستند» (Goffman, 1959: 254).

طبق این دیدگاه، سوژه‌ها در موقعیت‌های اجتماعی متفاوت،

در تلاش‌اند تا تصاویر مطلوب و مورد انتظار خود را برای مخاطبان اجتماعی خود به نمایش بگذارند و این فرآیند به‌ویژه در فضای مجازی شدت می‌یابد. به‌عبارت‌دیگر، افراد در فضای اینستاگرام و سایر پلتفرم‌ها، خودهای مختلفی را برای پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و بازنمایی تصویری خود به معرض نمایش می‌گذارند. از این رو در فضای اینستاگرام، غالب تصاویر حول محور پرتره و معمولاً به صورت تک‌نفره و خودنگاره ارائه می‌شوند (تصویر۴).

آنچه عکس‌های تکنفره در فضای مجازی را از اینگونه عکس‌ها در آلبوم‌های شخصی متمایز می‌سازد، فردمحور بودن با ویژگی تمرکز بر بدن و حضور ژست‌های غیر رسمی و در برخی موارد حتی نامتعارف است که در گذشته کمتر رایج بوده و یا مشاهده نمی‌شوند. امروزه بیشتر عکس‌ها از قالب رسمی که در گذشته رایج بود، خارج شده و به فضایی غیررسمی تبدیل گشته‌اند. این تغییر به دلیل کمرنگ شدن نقش خانواده و اجتماع و اهمیت بیشتر هویت فردی به وجود آمده است. اگرچه برخی تصاویر در فضای مجازی به صورت گروهی به اشتراک گذاشته می‌شوند، اما معمولاً این تصاویر نیز به شکل خودنگاره توسط عکاس که جلوتر از سایر افراد قرار دارد، ثبت می‌شوند (تصویر۵).

در گذشته، عکاس نقش ثبت‌کننده و ویرایش‌کننده عکس‌ها را به‌طور همزمان برعهده داشت. اما امروزه با



تصویر۵: تصاویر از صفحات کاربران فعال اینستاگرام

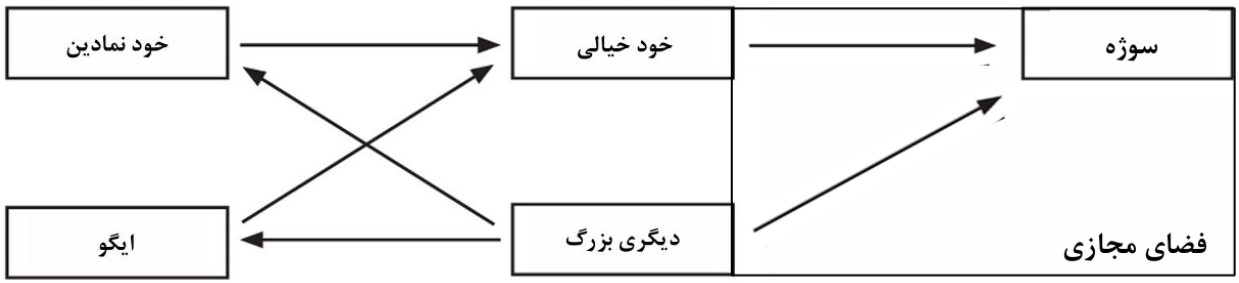
استفاده از قابلیت‌های پیشرفته تکنولوژی در گوشی‌های همراه، هر فرد به‌طور مستقل توانسته است نقش عکاس و ویرایشگر عکس‌های خود را ایفا کند. فضای اینستاگرام، به‌ویژه برای کاربر امکان ایجاد یک استودیو و لابراتوار شخصی را فراهم کرده است. در آلبوم‌های خانوادگی، تصاویر عمدتاً به صورت جمعی نمایش داده می‌شوند و

تصویر۶: عکس از آلبوم خانوادگی

اهمیت بیشتر بر جمع‌گرایی و ارتباطات خانوادگی متمرکز است (تصویر۶). افراد در گذشته بازتابی را که می‌توانستند از دیگری دریافت کنند در جمعی تقریبا با طیف مشابه خانواده (در نقش دیگری بزرگ) خود که با آنان در ارتباط بودند را دریافت می‌کردند.

اما در دنیای گسترده‌ی مجازی و به‌شکل خاص اینستاگرام، افراد با به اشتراک گذاشتن یک تصویر از خود، بازخورد بسیاری را از طیف‌های مختلف جامعه و یا حتی جوامع گوناگون دریافت می‌کنند. لاکان معتقد است تنها سوژه دارای فقدان نیست؛ بلکه «دیگریِ بزرگ» نیز با فقدان روبه‌رو است. چنین می‌توان گفت: «فقدان در سوژه و در «دیگریِ بزرگ». بَرهَم‌کُنش این دو فقدان، ساختار سوژه را تعیین می‌کند»(هومر، ۱۴۰۰ : ۱۰۴) .برای لاکان چیزی در دیگری گم شده بود: «آنچه که دیگری ممکن است خودش را به‌عنوان دیگری از دیگری کشف کند. فضای مجازی به وضوح تولیدات را به فرهنگ تبدیل می‌کند، و این قانون را که طیف تلاش‌های هویتی فردی است که سعی دارد از هویت نمادین فرار کند، تغییر می‌دهد» (Pommier, 2005).

به‌طور کلی، این تغییرات نشان‌دهندهٔ گسست میان حافظهٔ‌جمعی خانوادگی و حافظهٔ فردی در عصر دیجیتال است. فضای اینستاگرام و دیگر رسانه‌های اجتماعی اکنون به‌عنوان محمل‌های جدید برای نمایش و بازنمایی هویت‌های فردی عمل می‌کنند، در حالی‌که دیگر قادر به حفظ ساختارها و نظم‌های قدیمی در ثبت و به اشتراک‌گذاری خاطرات خانوادگی نیستند. در این فضا، هر فرد به‌طور مستقل و با تأثیرپذیری از تأییدات «دیگری بزرگ» به بازنمایی و ساخت هویت خود می‌پردازد، که به نوعی درهم‌آمیختگی میان «خود» و «دیگری» را ایجاد می‌کند. همان‌طور که در نظریهٔ لاکان مطرح می‌شود، «دیگری بزرگ» در فضای مجازی همچون آینه‌ای است که سوژه در آن به بازنمایی و تفسیر خود از طریق تعامل



نمودار ۲: بازنمایی سوژه

نتیجه‌گیری

با بازخوردهای اجتماعی می‌پردازد. در فضای اینستاگرام تصویر به‌عنوان یک ابزار بازنمایی، صرفاً به‌عنوان یک ماده بصری قابل تفسیر یا دلیلی برای دستیابی به حقیقت محسوب نمی‌شود؛ بلکه به‌عنوان وسیله‌ای برای آشکارسازی واقعیت‌های پنهان و همچنین انعکاس روابط پیچیده سوژه با خود و با دیگران عمل می‌کند. در دنیای معاصر، به‌ویژه با ظهور شبکه‌های اجتماعی، این تغییرات بازنمایی به‌طور قابل توجهی بر ماهیت تصویری که پیش از این در آلبوم‌های خانوادگی می‌شناختیم، تأثیر گذاشته است. در گذشته، عکس‌های خانوادگی فضای خصوصی خانواده را در بر می‌گرفتند و تنها در دایرهٔ محدودی از افراد به اشتراک گذاشته می‌شدند. اما امروزه، این تصاویر در فضای عمومی و از طریق پلتفرم‌های رسانه‌ای همچون اینستاگرام منتشر می‌شوند و در معرض دید تعداد بیشتری از تماشاگران قرار می‌گیرند. اینستاگرام، به‌عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب جهانی، روشی نوین برای بازنمایی فردی و ارائه تصویر بدن افراد به‌صورت آنی و فوری ایجاد کرده است که علاوه بر انتظارات اجتماعی و شاخصه‌های رایج در مقام دیگری، الزاماتی جدید برای خود دارد. با استفاده از هشتگ‌ها، کاربران می‌توانند به سرعت به تصاویر دیگران دسترسی پیدا کنند و خود را در دنیای تصویری وسیعی در معرض نمایش بگذارند. در فضای مجازی، افراد فارغ از تأثیر جامعه، فرهنگ و محیط پیرامونی خود و به شکلی متفاوت تحت تاثیر قواعد و الزامات نوپدید پلتفرم مورد استفاده به مثابهٔ «دیگری بزرگ» که لاکان از آن به‌عنوان نماد تأثیرات اجتماعی و فرهنگی یاد می‌کند، خودِ مطلوبی را به تصویر می‌کشند. به‌طور خاص، افراد در این فضا میل دارند تصاویری از خود ارائه دهند که با اَمیال و خواسته‌های دیگریِ بزرگ (در اینجا اینستاگرام) هم‌راستا باشد و هر آنچه که با این خواسته‌ها و امیال در تضاد است، از دید دیگران پنهان می‌شود. مطابق با نظریات لاکان، شخصیت فرد تحت تأثیر سه نظم اصلی تشکیل

می‌شود: «خیالی»، «نمادین» و «واقع». لاکان با تبیین این سه ساحت، به فرآیند پیچیده شکل‌گیری هویت افراد پرداخته و نشان می‌دهد که میل سوژه نه‌تنها از خود، بلکه از رابطه‌ای مداوم و متقابل با دیگری به‌وجود می‌آید. در دوران پیشین، عوامل اجتماعی و فرهنگی همچون خانواده، دین، حکومت و نهادهای آموزشی نقش اساسی در شکل‌دهی هویت اجتماعی افراد داشتند و افراد هویت خود را از طریق تعاملات در این محیط‌ها می‌آموختند. اما در فضای مجازی فرد به‌عنوان سوژه‌ای مستقل‌تر در فرآیند هویت‌یابی عمل می‌کند و قادر است هویت‌های متغیر و متنوعی برای خود بسازد و بخش‌هایی از خود را کاملا حذف و پنهان کند. این دگرگونی‌ها در بازنمایی و تعریف هویت، به‌ویژه با ظهور فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی، به‌طور چشمگیری تسهیل شده است. با توجه به امکانات پیشرفته در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، افراد قادر به ساخت هویت‌های جدید و بازنمایی خود به شیوه‌های دلخواه خود هستند. این هویت جدید در کنار زندگی واقعی‌شان، به‌طور مجازی در معرض دید دیگران قرار می‌گیرد و فرد می‌تواند از طریق تغییرات و ویرایش‌های متوالی تصاویر، تصویر ایده‌آل خود را به نمایش بگذارد. در این فضا، اینستاگرام به‌عنوان یک رسانه دیجیتال، به مثابهٔ «دیگری بزرگ»، نقش کلیدی در شکل‌دهی هویت فردی ایفا می‌کند. در واقع، افراد در شبکه‌های اجتماعی از طریق تعاملات آنلاین و دریافت بازخوردهایی همچون لایک‌ها و کامنت‌ها، به میل و خواسته‌های جمعی و اجتماعی نوین ساماندهی شده توسط «دیگری بزرگ» پاسخ می‌دهند. این بازخوردها و تأثیرات به‌طور مستمر باعث بازتعریف هویت فردی سوژه می‌شوند. میل فرد در این فضا با میل دیگریِ بزرگ هم‌راستا می‌شود و فرد خود را در بازنمایی تصویری که دیگران از او می‌بینند، جست‌وجو و می‌یابد. در گذشته، آلبوم‌های خانوادگی صرفاً عرصه‌ای برای به اشتراک‌گذاری خاطرات و تصاویر خانوادگی با تعداد محدودی از مخاطبان بود. در این فضا، سوژه‌ها تنها بازخوردهایی از اعضای خانواده یا دایره‌های اجتماعی محدودتر دریافت می‌کردند. اما در عصر حاضر، با گسترش فضای مجازی و به‌ویژه پلتفرم‌هایی همچون اینستاگرام، فرد از طریق به اشتراک‌گذاری یک تصویر از خود، بازخوردهایی از طیف‌های مختلف اجتماعی و حتی فرهنگی دریافت می‌کند. این بازخوردها در قالب لایک‌ها، کامنت‌ها و تعاملات دیگر کاربران، باعث می‌شود فرد تصویری از خود بسازد که از نظر اجتماعی و فرهنگی تأیید شده باشد. در این فضا، سوژه در پی ساخت هویتی است که هم‌راستا با میل و خواسته‌های اجتماعی و جمعی حاکم در پلتفرم قرار گیرد. این فرآیند منجر به هم‌پوشانی میان تصویر خود سوژه و تصاویری می‌شود که «دیگری بزرگ» در قالب جامعه و رسانه‌ها از او می‌سازد و تأیید می‌کند. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها مکان‌هایی برای بازنمایی فردی، بلکه فضایی برای بازسازی هویت سوژه‌ها در تعامل با تصورات و انتظاراتی متفاوت از هنجارهای رایج هستند.

هدف / فرضیه	متغیرها	نتایج
تحلیل سیر تحولی بازنمایی عکس‌ها از آلبوم‌های شخصی به فضای مجازی (اینستاگرام) با استفاده از نظریه «دیگری» ژاک لاکان و سه ساحت خیالی، نمادین و واقعی. پرسش اصلی: چگونه گذار بازنمایی‌های تصویری از آلبوم‌های سنتی به فضای دیجیتال تحت تأثیر نگاه «دیگری بزرگ» قرار گرفته و چالش‌هایی مانند بی‌ثباتی هویت، وابستگی به تأیید اجتماعی و تشدید میل لاکانی را به همراه دارد.	- ساحت خیالی (تصویر ایده‌آل خود در آینه، خودشیفتگی، فانتزی برای پر کردن فقدان). - ساحت نمادین (ورود به زبان، قانون پدر، «دیگری بزرگ» به عنوان جامعه، فرهنگ، الگوریتم‌ها و بازخوردها). - ساحت واقعی (فقدان، شکاف‌های بنیادین هویت، آنچه نمادین نمی‌شود). - دیگری کوچک (تصویر خیالی خود در مرحله آینه‌ای). - دیگری بزرگ (نظم نمادین، جامعه مجازی، تأیید اجتماعی از طریق لایک‌ها و کامنت‌ها). - بازنمایی در آلبوم خانوادگی (جمعی، واقعی، ساختارمند تحت نظارت خانواده، حافظه جمعی). - بازنمایی در اینستاگرام (فردی، ایده‌آل، خودمحور، ویرایش‌شده با فیلترها، وابسته به بازخوردهای متنوع، تمرکز بر پرتره تک‌نفره).	- افراد در فضای مجازی تحت تأثیر «دیگری بزرگ» (جامعه آنلاین) هویتی ایده‌آل و مطلوب می‌سازند که با آرزوهای دیگری هم‌خوانی دارد و عناصر مغایر پنهان می‌ماند. - تحولات بصری: از انتظارات جمعی و هنجارهای اجتماعی در آلبوم‌ها (هویت جمعی، رسمی، گروهی) به انتظارات فردی و خودمحور در فضای مجازی (هویت نمایشی، غیررسمی، تک‌نفره، ویرایش‌شده) که منجر به بی‌ثباتی هویت و وابستگی به تأیید اجتماعی می‌شود. - گذار از آلبوم‌های سنتی (حافظه جمعی، ساختارمند) به اینستاگرام (بی‌ثباتی هویت، وابستگی به تأیید اجتماعی، ساخت هویت‌های متغیر و پنهان‌سازی از طریق ابزارهای دیجیتال) منجر به چالش‌هایی مانند تشدید میل لاکانی، گسست میان حافظه جمعی و فردی، و پر کردن فقدان از طریق فانتزی شده است. - در اینستاگرام، تصاویر بیشتر تک‌نفره، ویرایش‌شده، فردمحور و غیررسمی هستند، در حالی که در آلبوم‌ها جمعی، واقعی و رسمی.

جدول ۳: متغیرها و نتایج پژوهش

منابع

بوردیو، پییر(۱۳۸۶)، *عکاسی هنر میان مایه*، ترجمهٔ کیهان ولی‌نژاد، تهران: دیگر.

عقیلی، سید وحید؛ قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۴). «رسانه‌های اجتماعی؛ چیستی، کارکردها و چالش‌ها»، مجلهٔ *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، صص ۲۱-۳۶.

فینک، بروس(۱۳۹۹). *سوژهٔ لاکانی بین زبان و ژوئیسانس*، ترجمهٔ محمدعلی جعفری، تهران: ققنوس.

کون، انت (۱۳۸۴). «کودکی که هرگز نبودم»، *عکسنامه*، (۲۰) ۵، صص. ۱۳-۱۵.

لنگفورد، مایکل (۱۳۸۶). *داستان عکاسی*، ترجمهٔ محمد نبوی، تهران: افکار.

هومر، شون (۱۴۰۰). *ژاک لاکان*، ترجمهٔ محمدعلی جعفری و سید محمدابراهیم طاهائی، تهران: ققنوس.

Bar-Tura, A. (2011). *Between Virtual Reality and the Real*: *Cyber Subjectivity and Ideology Critique*, Humanities & Technology Review, 30(Fall), 25-56.

Chandler, D. (2007). Semiotics: The Basics (2nd ed.). Routledge

Evans, D. (1990). *An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis*, London: Routledge.

Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. Doubleday.

González-Campo, C. H., García Solarte, M., & Murillo Vargas, G. (2013). Avatar (A'): Contrasting Lacan's Theory and 3D Virtual Worlds. *Psicología desde el Caribe*, 30(2), 309-324.

Homer, S. (2005). Jacques Lacan. Routledge.

Johnston, A. (2022). "Jacques Lacan," In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2023 Edition). Stanford University. https://plato.stanford.edu/archives/win2023/entries/lacan/

Johnson, A. (1995). *The Blackwell Dictionary of Sociology*: *A users guide sociological language*, Cambridge, Mass: Blackwel.

McGowan, T. (2007), The Real Gaze: Film Theory After Lacan, State University of New York Press.

Mitchell, S. A., & Black, M. J. (1995). *Freud and Beyond*: *A History of Modern Psychoanalytic Thought*, Basic Books.

Lacan, J. (2006). Le Séminaire de Jacques Lacan: D'unautre à l'autre, ۱۹۶۹-۱۹۶۸. Paris: SEUIL.

Lacan, J. (1988a). J.-A. Miller (Ed.), *The seminar of Jacques Lacan*: *Book I*: *Freud's Papers on*

Technique, 1953-1954. Cambridge University Press.
Lacan, J. (1988b). J.-A. Miller (Ed.), *The Seminar of Jacques Lacan*: *Book II*: *The ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis*, 1954-1955. Cambridge University Press.
Lacan, J. (1977). The Mirror Stage as Formative of the Function of the I as Revealed in Psychoanalytic Experience (A. Sheridan, Trans.). In Écrits: A Selection (Original work published 1949). Tavistock.
Pommier, G. (2005). *What is Real? A Psychoanalytic Essay*. Buenos Aires: Nueva Visión.
Turkle, S. (1995). Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. Simon & Schuster.
Turkle, S. (1992). *Psychoanalytic Politics*: *Jacques Lacan and Freud's French Revolution*. Guilford Press
Van Dijk, J. A. G. M. (2020), *The Network Society* (4th ed.), SAGE Publications.
Verhaeghe, P. (1998). Causation and Destitution of a Pre-ontological Nonentity: On the Lacanian Subject. In D. Nobus (Ed.), *Key Concepts of Lacanian Psychoanalysis* (pp. 14–89). London: Re
Žižek, S. (2016), *Cyberspace*, *or*, *the Virtuality of the Real*, Journal of the Centre for Freudian Analysis and Research.