سومین همایش ملی
نقش خراسان در شکوفایی هنر و معماری ایرانی اسلامی

تحلیل بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی بر مبنای رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی

مرتضی صدیقی‌فرد*[و۱]، مهدی مقیم‌نژاد[۲]

۱- کارشناس ارشد عکاسی، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر تهران، ایران
۲- استادیار گروه عکاسی، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر تهران، ایران

خلاصه

پژوهش حاضر در پی بررسی سیر تاریخی بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی است. این پژوهش که به روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای انجام گرفته، چارچوب نظری خود را بر پایه روش تحلیل گفتمان بنا نموده است. لذا برای دستیابی به یک منظر پژوهشی مشخص، نخست مقوله‌ی بازنمایی تشریح شده و پس از آن تحلیل گفتمان از منظر فرکلاف مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه با توجه به رابطه‌ی تنگاتنگی که میان بازنمایی و تحلیل گفتمان برقرار شد، سیر عکاسی زیارتی به عنوان بخشی از عکس‌های خانوادگی جامعه‌ی ایرانی مورد مطالعه قرار گرفت. این پژوهش در پی پاسخ به این سوال که بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی چگونه بوده، گفتمان‌های موثر را در سه دوره‌ی مختلف پیش از انقلاب، سال‌های انقلاب و دوران پس از انقلاب بررسی نمود که در نهایت چنین نتیجه شد که در سال‌های پیش از انقلاب به واسطه‌ی گفتمان‌هایی نظیر غرب‌گرایی و مردسالارانه، بازنمایی خانواده گاهی بدون حضور زنان و در برخی مواقع با مدهای لباس و آرایش غربی برای مردان انجام می‌شد. در بررسی عکس‌های زیارتی دوره‌ی انقلاب، مشخص شد که بازنمایی خانواده متاثر از گفتمان انقلابی بوده که نمود آن وارد شدن تصویر رهبران انقلاب به این عکس‌ها است. پس از دوران انقلاب در دهه‌ی نخست به واسطه‌ی جنگ و گفتمانِ حاصل از آن، خانواده‌ها خود را با ارزش‌های گفتمانیِ مربوط به جنگ بازنمایی می‌کردند. با پایان جنگ و ورود به دهه‌های متاخر، گفتمان‌هایی نظیر آزادی اجتماعی و روابط بین‌الملل زمینه‌ساز تغییراتی در بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی شد. از این زمان به بعد زنان با پوششی غیر از چادر در عکس‌ها دیده می‌شوند و در میان عکس‌ها نوشته‌هایی به زبان انگلیسی نیز قابل روئیت است. با همه‌ی این اوصاف می‌توان گفت که بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی، در سیر زمان علاوه بر تغییراتی که به واسطه‌ی پیشرفت تکنولوژی عکاسی داشته، در هر دوره به واسطه‌ی گفتمان‌های موجود، دستخوش تغییراتی شده است.

کلمات کلیدی: عکاسی زیارتی، عکس خانوادگی، بازنمایی، تحلیل گفتمان، نورمن فرکلاف.

---

* کارشناس ارشد عکاسی، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر تهران، ایران
Email: morteza.sedighifard@gmail.com

۱. مقدمه

شهر مشهد به‌واسطه‌ی وجود بارگاه امام هشتم شیعیان، سالیانه پذیرای زائرین زیادی است که این روند قرن‌ها قدمت دارد. با اختراع دوربین عکاسی و ورودش به جامعه‌ی ایرانی، عکاسی زیارتی به منظور مواردی همچون ثبت خاطره در میان خانواده‌های ایرانی رونق گرفت. سیر تاریخی عکاسی زیارتی یا همان عکاسی حرم بارگاهی با پیشرفت تکنولوژی عکاسی، در طی سالیان دستخوش تغییراتی شده است. ریشه‌ی این تغییرات را می‌توان از عکاسان فوری که به صورت سیار در اطراف حرم فعالیت می‌کردند جستجو کرد. این عکاسان دوربین‌های جعبه‌ای داشتند و نخست زائرین را به بام‌های مشرف به حرم جهت تهیه عکس می‌بردند. مشکلات این روش نظیر سنگینی ابزار عکاسی و لنزهای نامناسب، عکاسان را به سوی فرآیندهایی نظیر مونتاژ سوق داد. این سیر ادامه داشت و به عکاسی در مقابل پرده‌های نقاشی شده، استفاده از لوازم مخصوص این نوع عکاسی و ژست‌های مخصوص رسید. اما تغییرات به‌وجود آمده در بازنمایی خانواده‌ها در عکس‌های زیارتی تنها وابسته به فرآیندهای تکنولوژیک نبود. این پژوهش سعی دارد تا با استفاده از روشی توصیفی-تحلیلی، به تحلیل بازنمایی خانواده‌های ایرانی در عکس‌های زیارتی بپردازد و برای این منظور از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی استفاده می‌نماید.

۲.چارچوب نظری

این پژوهش برای بررسی چگونگی بازنمایی نهاد خانواده در سیر تاریخی عکس‌های زیارتی، به‌جای تحلیل سبکی آثار، از شیوه‌ی تحلیل گفتمان استفاده می‌کند. اگرچه نگاه جامعه‌شناسانه‌ی مارکسیستی به هنر بر اساس چیزی تحت عنوان «منطق بازتاب» به واکاوی «زمینه‌ی تولید اثر» می‌پردازد و همبستگی بین شرایط اجتماعی، اقتصادی و تاریخی و همچنین ظهور نوع خاصی از آثار را مربوط به سبک دوران می‌داند، اما باید در نظر داشت که در این نگاه، زمینه با تقلیل‌گرایی مادی خاصی مواجه است. اگرچه در گذارِ تاریخیِ پیشرفت تکنولوژیک رسانه عکاسی، عکس‌های زیارتی نیز دستخوش تغیراتی شدند، با اینحال در این پژوهش جریان پیدایش سیر عکس‌های زیارتی در جامعه، صرفاً به شرایط تولید آن محدود نمی‌شود؛ پیر بوردیو در نقد رویکردی که فقط به پیشرفت تکنولوژیک توجه دارد، بیان می‌کند که باید تمام پیش‌فرض‌های خامِ مربوط به نسبت دادن تألیفات هنری به مؤلفان روحانی و منافع گروهی را مورد بازنگری قرار داد. بوردیو در پی این ساده‌سازی‌ها، در مقابل مفهوم «زمینه»، مفهوم «فضا» را مطرح می‌کند.

مریدی به نقل از بوردیو فضا را به معنی پیکربندی پیچیده‌ای از چندین عامل اقتصادی و فرهنگی معرفی می‌کند که در تعیین موقعیت‌های هنری نظیر فرم، ژانر، سبک و انتخاب روش، تکنیک و نهایتاً مضمون از سوی هنرمند، مداخله دارد (مریدی، ۱۳۹۷: ۲۳). این فضا یا حوزه اندیشه که از عاملان منفرد استعلا می‌یابد، کارکردی شبیه به یک دستگاه هماهنگ‌کننده‌ی عمومی دارد که باعث می‌شود زمانی که خالقان آثار هنری به صورت خودآگاه به یکدیگر ارجاع نمی‌دهند، در عمل به نسبت هماهنگی با هم دست بیابند. اما با این همه، نباید فضا را در معنای نظامی همگون از اندیشه‌ها در نظر گرفت، بلکه در واقع آن نظامی از تفاوت‌ها و تنوع‌ها می‌باشد که هر اثر هنری درون آن تعریف می‌شود؛ فضایی که بوردیو در ارجاع به میشل فوکو آن را فضای مقدورات استراتژیک نامگذاری می‌نماید (بوردیو، ۱۳۸۰: ۸۰-۸۳). یعنی فضایی که هر مولدی اعم از نویسنده و هنرمند، آفرینشگری خود را بر اساس استراتژی‌هایی در پی می‌گیرد که مبتنی بر گزینش و رد پاره‌ای از خط سیرهای فرهنگی و موضع‌گیری‌های سبکی، تکنیکی و مضمونی است که فضای درون‌گفتمانی و برون‌گفتمانی را از هم تفکیک می‌کند.

بنابراین حرکت از مفهوم زمینه به سوی فضا، به مثابه‌ی حرکت از تحلیل سبک هنری به تحلیل گفتمان هنری است. اما تحلیل گفتمان بر خلاف تحلیل سبک، به دنبال ترسیم فضای یکپارچه‌ای از سیطره‌ی اندیشه در یک دوران تاریخی و آشکارسازی قواعد سبک و آفرینش‌گری در آن دوران نیست، بلکه علاوه بر پرداختن به قدرت و سلطه، به مکانیزم‌های مقاومت و تغییر نیز توجه دارد. در تحلیل سبک تلاش بر تفسیر متن در زمینه‌ی تاریخی و فرهنگی آن است، اما در تحلیل گفتمان گامی بلندتر برداشته و زمینه‌های تولید متن مد نظر قرار می‌گیرند. باید تاکید کرد که هدف از تحلیل گفتمان، تحلیل معنای متن نیست بلکه تحلیل شرایطی است که این معنا در آن تولید می‌شود و از همین رو به تحلیل نهادهای مولد معنا و بازتولید کننده‌ی گفتمان تاکید می‌شود؛ روند حرکت از متن به نهادهای مولد گفتمان بیانگر خواست نهایی تحلیل گفتمان در آشکار ساختن رابطه‌ی میان متن، قدرت و ایدئولوژی است.

۲,۱ بازنمایی

بازنمایی عبارت است از تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی، به نحوی که معنا از طریق نشانه‌ها، به ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده‌ی معنا برای رویه‌های اجتماعی و اشیا مادی است و صرفاً واسطه‌ای خنثی و بدون جهت‌گیری برای صورت‌بندی معانی و معرفت نیست. فرایند تولید معنا از طریق زبان را رویه‌های دلالت می‌نامند فلذا آنچه در واقع تحت عنوان واقعیت نامیده می‌شود خارج از فرآیند بازنمایی نیست. استوارت هال معتقد است که مطالعات رسانه‌ای به‌دنبال بررسی چگونگی صورت‌بندی و شکل‌دهی معانی توسط رسانه‌ها می‌باشند و همچنین اشاره می‌کند که بازنمایی از شیوه‌های کلیدی تولید معنا است؛ به نحوی که معنا بی‌ثبات، لغزنده و همواره در حال تغییر و دگرگونی است. معانی در رابطه با قدرت است که ثبت می‌شوند. در همین زمینه قابل ذکر است که بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای امری خنثی و بی‌طرف نیست، بلکه در خدمت روابط و مناسبات قدرت عمل می‌کند. به بیان دیگر، بازنمایی در بافت معانی (مثل عقل سلیم) تولید و توزیع می‌شود، اما این وضعیت در اختیار و کنترل نظام قدرت است؛ نظام قدرتی که تعیین می‌کند کدام معانی مشروعیت داشته باشند و کدامیک نه. بازنمایی دارای خصوصیاتی است که از آن جمله می‌توان به ایدئولوژیک بودن آن، تقدم بازنمایی بر حقیقت در اندیشه پست مدرن و داشتن پیامدهای واقعی برای مردم اشاره کرد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۵-۱۸) آنچه از معنای بازنمایی برمی‌آید این است که عموم همواره محصول بازنمایی هستند. کولمن و روس در نوشته‌ای پیرامون بررسی این موضوع اذعان می‌دارند که عموم مردم از طریق پروسه‌های میانجی‌گری که به وسیله‌ی نیروهای سیاسی، سازمانی، اقتصادی و فرهنگی کنترل می‌شوند، فراخوانده می‌شوند (Coleman & Ross, ۲۰۱۰: ۳).

۲,۲ تحلیل گفتمان از منظر فرکلاف

نورمن فرکلاف، سه سطح را در مطالعه‌ی گفتمان به کار می‌گیرد که سطح اول، گفتمان به مثابه‌ی متن، سطح دوم، گفتمان به مثابه‌ی تعامل بین فرآیند تولید و تفسیر متن و سطح سوم، گفتمان به مثابه‌ی فضای کنش است. بر این اساس او تحلیل گفتمان را در سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین مد نظر قرار می‌دهد (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۱۶۷) و بر این اساس سطوح گفتمان هنر را به سه صورت تشریح می‌کند. همانطور که اشاره شد، نخستین سطح، مرحله توصیف است که شامل مطالعه‌ی ویژگی‌های صوری یک متن می‌باشد. قواعد دستوری یک متن بصری نیز شامل قراردادهایی مانند کمپوزیسیون، کنتراست و کلیشه‌های بصری تکرارشونده است. ساخت یک متن بصری به معنای ساختار تعاملی تصویر

است؛ به عنوان مثال میزان واقعی یا انتزاعی بودن یک تصویر درجه تعامل اثر و مخاطب و امکان تفسیر متن را تعیین می‌کند. این رویکرد زمینه را برای ورود به سطح دوم تحلیل فراهم می‌کند.

سطح دوم، تفسیر متن است که ترکیبی از محتوای متن و ذهنیت مفسر است. از منظر مفسر ویژگی‌های صوری متن در حقیقت به منزله‌ی سرنخ‌هایی است که زمینه‌های تفسیر را در ذهن مفسر فعال می‌سازند. تفسیر، محصول ارتباط متقابل و دیالکتیکی این سرنخ‌ها و دانش زمینه‌ای ذهن مفسر خواهد بود. هر متن پیش‌فرض‌هایی دارد که برخاسته از تاریخ است. اما این پیش‌فرض‌ها، ویژگی و خصوصیت متن نیستند بلکه جنبه‌ای از تفسیر تولیدکنندگان متن از بافت بینامتنی هستند. در واقع این سطح از تحلیل گفتمان شامل تحلیل ویژگی‌های ژانر و سبک متن است. نهایتاً سطح سوم تبیین است که هدف از این مرحله، تحلیل گفتمان به عنوان بخشی از یک فرایند اجتماعی است. تبیین نشان می‌دهد که چگونه ساختارهای اجتماعی، گفتمان را تعیین می‌بخشند و همچنین گفتمان‌ها چه تاثیرات بازتولیدی می‌توانند بر ساختارهای مزبور داشته باشند. در این مرحله به روند مبارزه و مناسبات قدرت در سه سطح سازمان اجتماعی، نهادی و موقعیتی پرداخته می‌شود و بر این مسئله تمرکز می‌شود که مواضع گفتمان چگونه تولید و بازتولید می‌شود و در نهایت شکل می‌گیرد. این سطح از تحلیل به امکان تبیین فرایندهای اجتماعی فضای کار هنری از جمله تحلیل رویدادهای هنری همچون برگزاری فستیوال یا یک حراجی فروش هنری بزرگ (سطح موقعیتی)، تحلیل محیط نهادهای آموزشی هنر و موزه‌ها (سطح نهادی) و تحلیل ساختارهای ایدئولوژی و نظم اجتماعی (سطح سازمانی) را فراهم می‌سازد.

۲,۳ بازنمایی و تحلیل گفتمان

مفاهیم بازنمایی و گفتمان دارای ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر هستند که در اینجا سعی می‌شود تا علاوه بر ارائه تعریفی مناسب و درخور از بازنمایی و گفتمان به بیان و شفاف‌سازی این ارتباط تنگاتنگ پرداخته شود. گفتمان، شیوه‌ی خاص بازنمایی خود و دیگری و روابط بین آنها می‌باشد. وقتی بیاناتی درباره یک موضوع در درون یک گفتمان خاص اظهار می‌شود، این گفتمان شیوه‌های دیگری را که موضوع مورد بحث را می‌توان مطرح ساخت محدود می‌سازد. میشل فوکو مجموعه گزاره‌هایی که کنار یکدیگر قرار می‌گیرند تا چیزی را شکل دهند را صورت‌های گفتمانی می‌نامد. این گزاره‌ها دارای خصوصیاتی هستند که از آن جمله می‌توان به نظم و قاعده‌مندی آنها اشاره نمود. این گزاره‌ها با یکدیگر سازگارند، چرا که هر گزاره به گزاره‌های دیگر دلالت دارد. این عبارات، جفت و جور یکدیگرند، چون هر عبارت دلالت بر یک ارتباط با کلیه عبارات دیگر دارد: آنها به یک موضوع اشاره می‌کنند، از یک سبک برخوردارند و به یک راهبرد، یک جریان یا انگاره نهادی یا سیاسی مشترک می‌پردازند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۸) شاید مهم‌ترین ویژگی گفتمان ارتباطش با بستر اجتماع باشد و به همین خاطر گفتمان را همواره بایستی در بستر اجتماعی آن مشاهده کرد. فرکلاف در این خصوص معتقد است که گفتمان شکلی از رویه اجتماعی دارای روابط تنگاتنگ با جهان اجتماعی است؛ هم برساخته رویه‌های اجتماعی است و هم جهان اجتماعی را می‌سازد. در اینجا رویه‌های گفتمانی، سازنده و قوام‌بخش روابط نابرابر قدرت میان گروه‌های اجتماعی مثل طبقات اجتماعی، زنان و مردان، اقلیتهای نژادی، دینی و ... است (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۱۶۰)

با توجه به آنچه از بازنمایی و گفتمان مطرح شد، می‌توان ارتباط بین این دو مفهوم را بدین صورت در نظر گرفت که گفتمان چیزی است که به خدمت بازنمایی درآمده است. در واقع این گفتمان است که از طریق آن و به وسیله‌ی آن، بازنمایی صورت می‌گیرد. از این رو خصوصیاتی که برای گفتمان از جمله ارتباط آن با روابط قدرت، روابط متقابل با ساختارهای اجتماعی، محدود کردن حوزه دید افراد و چیزهایی از این دست، درباره بازنمایی صادق است و نهایتاً می‌توان

چنین نتیجه گرفت که از طریق گفتمان است که جهان به مخاطبان رسانه‌های جمعی عرضه می‌شود و بر آنها تاثیر می‌گذارد.

چارچوب‌های بازنمایی برآمده از سیاست‌های بازنمایی است که در آن‌ها به تجزیه و تحلیل کامل نقش جنسیت، طبقه، نژاد، قومیت، ملیت، علائق جنسی و مواردی از این قبیل پرداخته می‌شود. از آنجایی که این پژوهش در پی یافتن چارچوب‌های بازنمایی‌کننده‌ی نهاد خانواده در عکس‌های زیارتی است، نخست تعریفی از خانواده به‌مثابه‌ی یک نهاد اجتماعی و ارتباط آن با عکاسی مطرح شده و سپس به تحلیل گفتمان این آثار پرداخته می‌شود.

۳. خانواده، نهادی اجتماعی

خانواده به عنوان مفهومی بدیهی، در روزگار امروز، به دلیل ساختارهای فرهنگی و اجتماعی و مناسبات جدید روابط در حوزه‌های عمومی و خصوصی از تعریفی مشخص می‌گریزد، تا آنجایی که سبب جدال میان دانشمندان حوزه‌ی علوم اجتماعی شده است و با گذشت سال‌ها از پیدایش علوم اجتماعی، هنوز برسر نحوه‌ی تعریف خانواده، اختلاف نظرهای فراوانی وجود دارد. تحقیق‌های زیادی سالیانه بر روی مفهوم خانواده صورت می‌گیرد که اغلبِ این پژوهش‌ها یا در سطح خُرد به توصیف پیامدهای زشت و زیبای دگرگونی‌های خانواده، برای افرادِ جامعه می‌پردازند و یا در سطح کلان، نقش نظامِ حقوقی یا ساختارهای کلان اقتصادی و اجتماعی در زمینه‌ی خانواده را توضیح می‌دهند. قدر مسلم این است که تغییر خانواده هم معلول مجموعه‌ی وسیعی از عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است و هم پیامدهای وسیعِ اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دارد. گسترش فناوری‌ها، توسعه و تحول نظام‌های اداری، فرایندهای جهانی شدن و توسعه‌ی شهرنشینی را می‌توان عواملِ بنیادینی دانست که هر کدام به صورت مستقل و همچنین مجموعه‌ی آن‌ها در کنار هم، زمینه‌ی تغییر خانواده‌ی شهری امروز را فراهم کرده‌اند و همچنان این دگرگونی‌ها را تسریع و تشدید می‌کنند (فاضلی، علینقیان، ۱۳۹۱: ۱۶).

ساروخانی خانواده را انعکاسی از کل جامعه و یکی از مهمترین نهادهای اجتماعی در طول اعصار بر می‌شمارد و آن را در تماس مستقیم با جوامع به خصوص در جامعه‌ی ایرانی می‌داند، چرا که بخش عظیمی از فرهنگ‌پذیریِ اولیه و تولید و بازتولید فرهنگی در آن شکل می‌گیرد. وی اشاره می‌کند که خانواده علاوه بر ابعاد جسمانی-زیستی، دارای ابعاد اجتماعی-فرهنگیِ بسیار پیچیده‌ای می‌باشد. (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۳۵)

۳,۱ عکس خانوادگی، نمودی از خانواده و جامعه

مجموعه عکس‌های خانوادگی تنها دایره‌ی بسته‌ای از خانواده و دوستان را در برمی‌گیرند و به نمایش گستره‌ی محدودی از صحنه‌ها و فعالیت‌ها می‌پردازند. از همان روزگار ابتدایی اختراع عکاسی، خانواده‌ها به دلیل ثبت راست‌نمایی این ابزار، میل نزدیک شدن به آن را پیدا کردند. عکس‌هایی که گرفته می‌شد بازنمایی‌های گزینش شده‌ای بودند که عناصر مناسب از زندگی خانوادگی را به تصویر می‌کشید. همچنان که انت کون اظهار می‌کند عکس‌ها با داستان‌هایی از گذشته‌ی مشترک همراه هستند، نه تنها خانواده‌ها عکس‌ها را تولید می‌کنند، بلکه تصاویر هم، خانواده را خلق می‌کنند. بنابراین اعضای خانواده، موقعیت‌ها و افراد خاصی را عکس می‌گیرند و گفتگوهایی که همراه نمایش عکس‌ها می‌باشد، در واقع دورنمایی از خانواده را ارائه می‌دهد (فروزان‌پور،۱۳۹۲: ۳۴). همچنین آنطور که پیر بوردیو معتقد است، عمل عکاسی به‌مثابه‌ی شاخص و ابزار یکپارچگی عمل می‌کند. در بخش نخست کتاب عکاسی هنر میان‌مایه که با عنوان «آیین اتحاد و

تفاوت‌های پرورده» نامگذاری شده، بوردیو قصد دارد راه‌هایی که خانواده‌ها از عکس برای تعیین عضویت و نشان دادن مناسبت‌های مهم یا رسمی‌شان استفاده می‌کنند را نشان دهد و اذعان می‌کند که کسانی که از عکاسی سنتی خانوادگی پیروی نمی‌کنند، در مورد امتناع از هنجارهای طبقه اجتماعی که به آن تعلق دارند، «منحرف» تلقی می‌شوند (بوردیو، ۱۳۹۸: ۴۱) در عکس خانوادگی، خانواده و بازنمایی آن محور عکس است و به تولید محصولی اجتماعی، اخلاقی و زیباشناسانه‌ای منجر می‌شود که خانواده، هم واحد عرضه کننده و هم متقاضی آن است.

عکس‌های خانوادگی به داستان‌های خاطره‌گونه‌ای مرتبط می‌شوند که هر چقدر هم خصوصی باشند، ردپای روایت‌های عمومی و خاطرات جمعی را نمی‌توان در آنها نادیده گرفت. داستان‌هایی که برای عکس‌ها بازگو می‌شوند، بخشی از یک روایت بزرگتر یا حتی بخشی از تاریخ می‌باشند. عکس‌ها نقش مهمی را در پیوند دادن حافظه‌ی شخصی، حافظه‌ی فرهنگی و تاریخ بازی می‌کنند. به عنوان فرم‌های تاریخِ شخصی، عکس‌های خانوادگی شیوه‌هایی برای تصدیق کردن صداهایی که پیش از این در حاشیه قرار گرفته بودند، ارائه می‌دهند و به بایگانی‌های مهمی از دانش فرهنگی تبدیل شده‌اند. حافظه‌ی جمعی به عنوان بازنمایی و ارائه‌ی گذشته‌ی مشترک یک گروه یا جامعه، درک و فهمیده می‌شود. اما گاهی این عبارات و چگونگی یادآوری گذشته برای محققان و نظریه‌پردازان مختلف معناهای متفاوتی می‌یابند. حافظه‌ی جمعی از خرده حافظه‌هایی تشکیل شده است که گروه‌های مختلف همچون نهادهای دولتی، مذهبی، مردم و... در ساختن آن نقش دارند (فروزان‌پور،۱۳۹۲: ۹۵).

معنای عکس خانوادگی، معنایی شخصی و اجتماعی است. رابطه میان خواننده با یک عکس تنها از طریق آنچه که در بافت و یا آنچه که در عکس وجود دارد تعیین نمی‌شود، بلکه همواره بخشی از معنا در درون مخاطب، میان شبکه‌ی پیچیده و متراکمی از خاطرات، رویاها، باورهای درونی شده و... وجود دارد که بنا به قول بارت منجر به کشف پونکتوم درون هر عکسی می‌شود. عکس‌های خانوادگی به علت نقشی که در تصدیق هویت و تاریخ کاربران خود بازی می‌کنند، دارای اهمیت هستند. آنها همچون رسانه‌ای عمل می‌کنند که افراد، به واسطه‌ی آنها می‌توانند هویت خود را بشناسند و خود را در نقش‌های اجتماعی که دارند تجربه کنند. از آن جایی که عکس‌های خانوادگیِ یک خانواده، بر اساس الگوهای رفتاری و هنجارهای اجتماعیِ گروه بزرگتری که خانواده در آن جای گرفته خلق می‌شوند، لذا عکس‌ها ثبت کننده‌ی رفتاری هستند که مورد تأیید و سامان‌یافته‌ی اجتماع است. این تصاویر تأییدی هستند بر حضور خود اجتماعی که کمتر به جوانب نامتعارف، فردی و مستقل خود اشاره دارند، و بیشتر بر جنبه‌ی جمعی و خانوادگی خود و نسبت آن با هنجارها و قواعدِ اجتماعی تأکید دارند (Chalfen, ۱۹۸۷: ۱۴۰). بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که عکس‌های خانوادگی متاثر از گفتمان‌ها صورت‌بندی می‌شوند؛ لذا در ادامه عکاسی زیارتی به عنوان نوعی از عکس‌های خانوادگی بررسی می‌شوند و گفتمان‌های تاثیرگذار بر آن‌ها در دوره‌های مختلف مورد مداقه قرار می‌گیرند.

۴. عکاسی زیارتی (حرم-بارگاه)

عکس‌های زیارتی یا حرم بارگاهی، یکی از مردمی‌ترین انواع عکاسی می‌باشند که در زیرشاخه‌ی عکس خانوادگی قرار می‌گیرند. این عکس‌ها با هدف ثبت شدن در مکانی مقدس در کنار اسطوره مذهبی تهیه می‌شوند. بارت درباره‌ی اسطوره‌ی امروز بیان می‌کند که «امروزه یک اسطوره چیست؟ من بی‌درنگ نخستین پاسخ بس ساده‌ای را که کاملا در راستای تبارشناسی واژگان است، ارائه می‌دهم: اسطوره یک گفتار است» (بارت، ۱۳۸۶: ۹). مهم‌ترین موضوعی که عکاسی بعد از ورود به مشهد با آن مواجه شد، حضور بارگاه امام هشتم و خیل زائرین این بارگاه بود. با رشد روزافزون عکاسی و ارزان شدن ابزار آن، عکاسان فوری و دوره گرد همراه با دوربین‌های چوبی فوری، در اطراف حرم مطهر رضوی، شروع به

عکاسی از زائران کردند که از پیشگامان آن می‌توان به ابراهیم ذهبی معروف به سیاح و رسول عربلین اشاره کرد. آن‌ها مشتریان خود را به پشت بام‌های خانه‌های اطراف، جایی که نمای مناسبی داشت، می‌بردند و با قرار دادن زائر در مقابل مجموعه‌ی حرم رضوی، از آنان عکس می‌گرفتند. اما به دلیل محدودیت‌های کار در فضای باز، حمل دوربین سنگین و ابزار کار و عدسی‌های نامناسب که موجب نارضایتی مشتری نیز بود، مونتاژ عکس مورد استقبال قرار گرفت، به گونه‌ای که عکس حرم و شخص را به صورت هلال محو چاپ می‌کردند. بعد از آن با الهام از پرده‌های پس‌زمینه‌ی مورد استفاده در آتلیه‌های عکاسی در عکس پرتره و بهره‌گیری از نورپردازی با منابع نور مصنوعی، زائران جلوی پرده‌های نقاشی شده از حرم بارگاه می‌ایستادند و عکس می‌گرفتند (ترابی، ۱۳۸۸: ۵۲-۵۳).

در عکاسی زیارتی، پرده وسیله‌ای برای بیانِ زیبایی و بازسازی دنیایِ خیال است. در این پرده‌ها، فضاهای ذهنی و تخیلات مذهبی با هم همراه می‌شوند تا زمینه‌ای که زائر در آن قرار می‌گیرد، تا از او عکسی به یادگار باقی بماند، به رمزگان فرهنگی و مذهبی او نزدیک باشد. گویی او عکسی در عالم خیال و رؤیا گرفته است. ذات عکس حضور واقعی را گوشزد می‌کند، اما پرده، دنیای خیالی و ماورائی را به تصویر می‌کشد. در حقیقت این پرده‌ها، زائر را وارد دنیای فراواقعی می‌کنند (آخوندی،۱۳۹۶: ۵).

بر اساس آمار ثبت شده در رساله‌ی عاطفه ایمانی، ۸۱,۹۴٪ از زائران حرم مطهر رضوی اقدام به گرفتن عکس یادگاری حرم بارگاهی می‌کنند که از این تعداد ۷۲,۵۸٪ بصورت خانوادگی، ۷,۶۶٪ انفرادی و ۱۹,۷۶٪ بصورت جمعی است. همچنین در ادامه‌ی آمارهای بدست آمده این نکته حائز اهمیت می‌نماید که ۵۹٪ افرادی که عکس می‌گیرند، جهت مصرف یادگاری از آن استفاده می‌کنند و ۲۰٪ نیز جهت نشان دادن عکس‌ها به دوستان و آشنایان اقدام به تهیه عکس می‌نمایند (ایمانی،۱۳۹۱: ۱۳۱). فرد با قرار گفتن در قاب تصویر، به حضور خود به عنوان کسی که چیزی برای تعریف دارد، می‌نگرد، که حضور جنبه‌های معنوی و روحانی حاکم بر عکس، نه تنها به روایت او سندیت و ارزشِ ویژه‌ای بخشیده است، بلکه او را به جایگاه فرا انسان (قهرمان) ارتقا داده است. با این تفاسیر است که فرد به واسطه‌ی عکس‌های زیارتی، که بخشی کوچک از روایتی بزرگ‌تر است، به روایتِ خود پرداخته و دیگران را نیز در آن سهیم می‌سازد. این عکس‌ها به فرد اجازه می‌دهد تا آن را آغاز، میانه یا پایانِ روایت خود قرار دهد.

۵. تحلیل گفتمان عکس‌های زیارتی

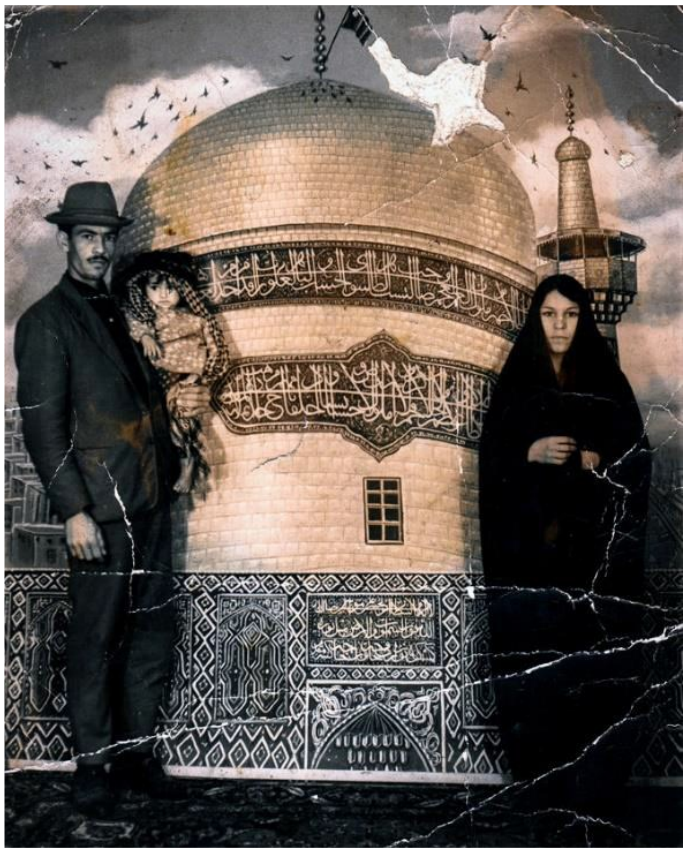
برای تحلیل گفتمان عکس‌های زیارتی، در این پژوهش بر اساس آنچه در مورد متد فرکلاف پیشتر توضیح داده شد، نخست به تقسیم‌بندی زمانی عکس‌های زیارتی به سه بازه‌ی کلی پیش از انقلاب اسلامی، بحبوحه‌ی انقلاب و پس از انقلاب پرداخته و در سطح نخست به توصیف صوری آنها پرداخته می‌شود. در سطح دوم تفسیر متعاقب آن مطرح شده و نهایتاً گفتمانی که اثر در هر دوره به واسطه‌ی آن تولید شده، تبیین می‌گردد.

۵,۱ گفتمان‌های حاکم پیش از انقلاب

بررسی بازنمایی نهاد خانواده در عکس‌های زیارتی پیش از انقلاب در یک دسته‌بندی کلی کار مشکلی به‌نظر می‌رسد، چرا که صحبت از بازه‌ی زمانی گسترده‌ای است. اگر نخستین عکس‌های زیارتی به سال‌های پهلوی اول مربوط باشند، از آن زمان تا دوره‌ی مورد نظر بعدی در این پژوهش، یعنی سال‌های انقلاب، گفتمان‌های متعددی حاکم بودند که از جمله‌ی آنها می‌توان به گفتمان باستان‌گرایی و اسلام‌ستیزی و غرب‌گرایی در پهلوی اول، گفتمان رمانتیسم فرهنگی ناشی از سرعت مهاجرت‌های روستا به شهر و به تبع آن ایجاد قشر متوسط در جامعه در پهلوی دوم اشاره نمود. آنچه به واسطه‌ی این گفتمان‌ها در بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی قابل توجه است، نقش پوشش زنانه که اگرچه در جامعه به اشکال

مختلفی دیده می‌شد، اما در عکس‌های زیارتی همواره چادر پوشش اصلی زنان بود. به‌علاوه گفتمان مردسالارانه‌ی این سال‌ها گاهی خانواده را در غیاب زنان بازنمایی می‌کند (تصویر۱). در این دوره به واسطه‌ی گفتمان قالب، پوشش و ظاهر مردان دستخوش تغییراتی شد. همانطور که در تصویر۲ دیده می‌شود، مردِ خانواده‌ی قشر متوسط با لباس و کلاه که به واسطه‌ی گفتمان حاصل شده، در تصویر بازنمایی شده است.

تصویر ۱. دو طفلان مسلم. (منبع: ترابی. ۱۴۰۰)

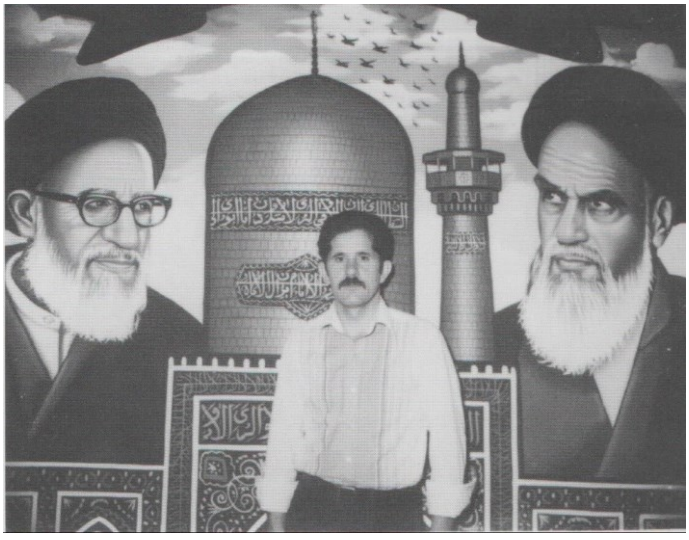


تصویر ۲. اولین فرزند. (منبع: ترابی، ۱۴۰۰)

۵,۲ گفتمان‌های حاکم در سال‌های انقلاب

چند سال ابتدایی انقلاب، سال‌هایی است که حتی از آن به مدینه فاضله‌ی جمهوری اسلامی ایران یاد می‌کنند. گفتمان حاکم در این سال‌ها برآمده از شعارها و مطالبات سال ۱۳۵۷ است که انقلاب اسلامی را رقم زد. با توجه به این نکته که این دوره، اوایل روی کار آمدن نظام جمهوری اسلامی است، بخش زیادی از گزاره‌های گفتمانی به گزاره‌های گفتمان رسمی جمهوری اسلامی نزدیک است. در واقع برای بررسی گفتمان حاکم بر این سال‌ها، ناگزیر، ابتدا به گفتمان انقلاب اسلامی باید پرداخت. تلاش برای صدور انقلاب اسلامی، تاکید بر حقانیت سربازان، اعتقاد به جهاد و شهادت در راه حفظ آرمان‌ها و ارزشهای انقلاب اسلامی، تاکید بر ادای واجبات دینی به عنوان یکی از ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران، رعایت حریم شرعی زن و مرد نامحرم، الگوی تفکیک جنسیتی زن و مرد نامحرم در مناسبات اجتماعی و رعایت حجاب به عنوان یکی از هنجارهای اصلی انقلاب اسلامی از جمله‌ی گفتمان‌های رسمی جمهوری اسلامی ایران است. انقلاب اسلامی، گفتمان جدید را در عرصه‌ی داخلی و خارجی ایجاد کرد که برخلاف گفتمان شاهنشاهی که در حوزه‌ی داخلی بر مبنای پهلویسم و ایران قبل از انقلاب بود و در حوزه‌ی خارجی تحت تاثیر مناسبات بین‌المللی بود، رویکردی ضد استکباری را با محوریت ضدیت با آمریکا در پیش گرفت. این گفتمان‌های انقلاب دال‌هایی مانند استقلال، آزادی، استبدادستیزی، مبارزه با استکبار و حق تعیین سرنوشت را درون خویش پرورش داد که در واقع نشات گرفته از کتاب، سنت، سیره‌ی معصومین و شیوه‌ی حکومتی آنان، به ویژه حکومت نبوی و علوی است. لذا طبیعی می‌نمود که در عکس‌های زیارتی این دوره، مسئولین حکومتی و رهبران جامعه در کنار اسطوره‌های دینی ظاهر شوند.

تصویر۳ که در بحبوحه‌ی سالیان انقلاب گرفته شده، عکسی زیارتی است که در دسته‌ی عکس‌های یادگاری-خانوادگی قرار می‌گیرد. عکسی که به سنت اغلب عکس‌های زیارتی از زاویه روبرو گرفته شده و فرد (زائر) در وسط تصویر قرار گرفته است و در پس‌زمینه، پرده‌ای منقش به گنبد و گلدسته‌ی امام هشتم در میان تصاویر امام خمینی و آیت‌الله طالقانی قرار دارد. اگر چه نشانه‌های ظاهری زیادی در تصویر موجود نیست، اما می‌توان طبقه‌ی اجتماعی فرد را حدس زد. اگرچه در ابتدا به نظر برسد که این عکسی مانند سایر عکس‌های زیارتی است که پیش از این نیز تولید می‌شده و صرفاً جنبه‌ای یادگاری دارد و تنها وظیفه‌ی بازنمایی فرد را در سفر زیارتی‌اش عهده‌دار است، اما می‌توان المان‌های صوری که به‌واسطه‌ی گفتمان این دوره پدید آمده‌اند را جستجو کرد.



تصویر ۳. تصویر زیارتی مرد در سال‌های انقلاب. (منبع: ترابی، ۱۴۰۰)

تصویر آیت‌الله طالقانی، به عنوان روحانی نواندیشی که در تاریخ ایران به واسطه‌ی حضورش در مواقعی حساس مانند دوران کودتا علیه مصدق به نمادی از ایستادگی در مقابل استعمار تبدیل شده بود در واقع به واسطه‌ی همان گفتمان استکبارستیزی این دوران پدید آمده است. طالقانی کسی بود که مورد علاقه‌ی همه‌ی احزاب و گروه‌ها در آن دوران بود تا جایی که سازمان مجاهدین خلق او را پدر طالقانی خطاب می‌کردند. در کنار او، رهبر انقلابی قرار دارد که برای مردم حکم تبدیل کننده‌ی ایران به بهشت را داشت. همه‌ی نشانه‌های موجود در عکس نشان از قرارگیری زائر در کنار قهرمان‌های ملی دراد که این همنشینی فراتر از تخیل ثانویه و هم‌ذات‌پندارانه‌ی زائر حرکت کرده و گویا فرد، خود را نیز قهرمانی در دستیابی به آرمان‌های کشورش می‌داند. همانطور که به تعبیری مخاطب در عکاسی زیارتی، خود به یکی از قهرمانان اصلی پرده‌های نقاشی شده بدل می‌شود. (آخوندی و افهمی، ۱۳۹۶: ۷)

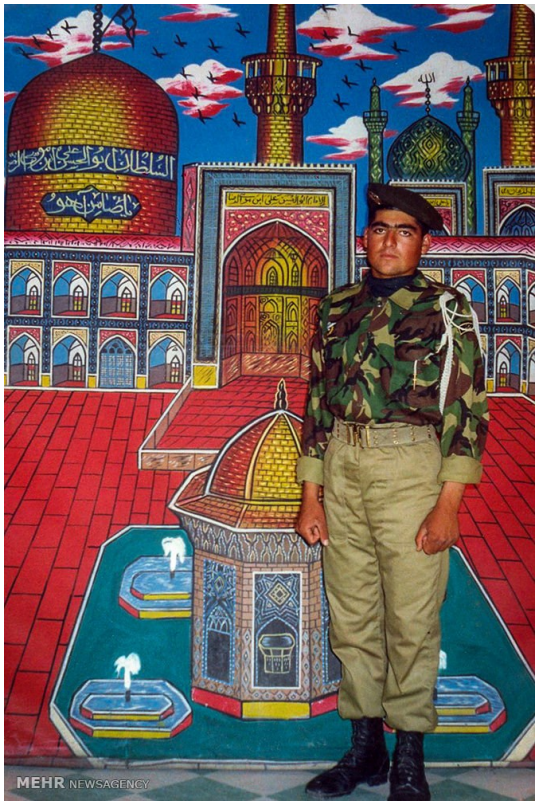
عکس دیگری که در زمستان سال ۱۳۵۸ ثبت شده (تصویر۴)، چهره رهبر انقلاب را در میان گلدسته‌های حرم نشان می‌دهد که این عکس نیز متاثر از گفتمان این سال‌ها پدید آمده است. با نظر به این عکس‌ها به مثابه‌ی نمادی از زندگی خانواده‌ی سال‌های اول انقلاب، تاثیر و نفوذ جریانات اجتماعی در بطن زندگی مردم را می‌توان درک کرد. اینکه چطور گفتمان‌های حاکم پای خود را به خصوصی‌ترین شکل بازنمایی خانواده باز می‌کنند. درواقع می‌توان چنین دید که خانواده بازنموده‌ای از گفتمان جامعه است. راوی این عکس‌ها که خود یکی از قهرمانان درون عکس نیز هست، به بازسازی تجارب زیسته‌اش پرداخته و دیگران را نیز در آن سهیم می‌کند. پاتریشیا هالند می‌گوید «وقتی تصاویر خصوصی زیر ذره‌بین کارآگاهان به دقت بررسی می‌شوند، به نظر می‌رسد معناهای عمومی زیادی در بردارند که بعضی از آن‌ها اهمیت چندانی ندارند، ولی بعضی دیگر به لحاظ تاریخی روشن‌گرند. اما در عین حال ایدئولوژی‌های عامه‌ی مردم را نیز در معرض دیدمان می‌گذارند، داستان‌ها و ایده‌هایی در باب اینکه مسائل چگونه هستند و چگونه باید باشند» (هالند،۱۳۹۰: ۱۴۹)

تصویر ۴. عکس زیارتی. مشهد. زمستان ۱۳۵۸. (منبع: www.zavosht.ir)

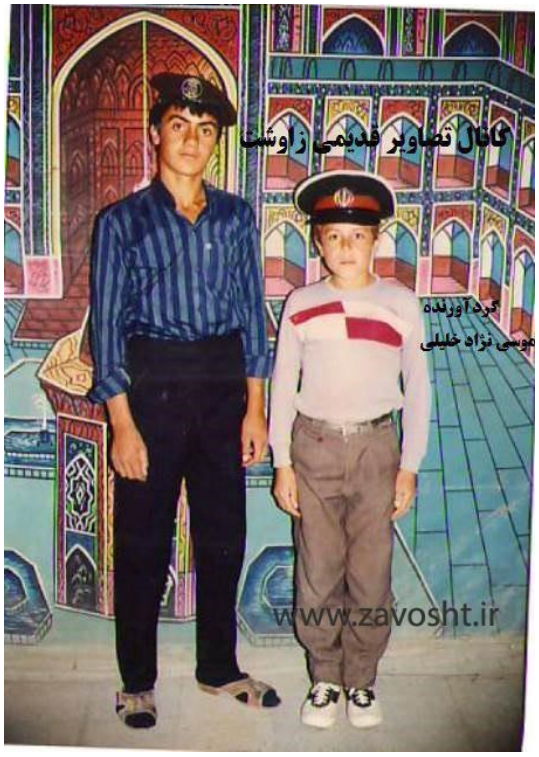
۵,۳ گفتمان‌های حاکم در سال‌های پس از انقلاب

پس از انقلاب اسلامی و عبور از روزهای اوج آن و به‌واسطه‌ی جنگ تحمیلی، شرایط خیلی زود تغییر کرد و تا پایان جنگ که قریب به یک دهه طول کشید، گفتمان‌های خاصی بر جامعه حاکم بود. بی‌تردید دوران هشت ساله‌ی دفاع مقدس به عنوان یکی از تأثیرگذارترین دوره‌های تاریخ معاصر ایران، می‌تواند به عنوان بستری مناسب برای ظهور گفتمان‌های مختلف محسوب شود. جنگی که موجب خلق گفتمان جدیدی شامل مجموعه‌ای از مفاهیم و معانی شد که بر مجموعه کنش‌های بعدی میدان سیاست و نیز مجموعه نهادها و میدان روابط میان آنها موثر بود. به طور کلی گفتمان ایران در دوران جنگ را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد که اولی گفتمان اسلام‌گرای امت محور است و دیگری گفتمان اسلام‌گرای مرکز محور می‌باشد. در حالی که سیاست خارجی ایران در بخش اولیه‌ی دوران جنگ تا ۱۳۶۴ عمدتاً بر مبنای گفتمان آرمانگرای امت محور بود، از اواسط دهه ۶۰، به تدریج و تحت تأثیر مشکلات داخلی و متأثر از فشارهای بین‌المللی به گفتمانی مرکز محور با تاکید بر ضرورت دفاع از تمامیت ارضی و حفظ امالقرای شیعه تبدیل شد (ازغندی، ۱۳۸۱: ۱۲-۱۳).

می‌توان برای دهه‌ی نخست پس از انقلاب، گفتمان دفاع مقدس را به عنوان گفتمان محوری در نظر گرفت که به مانند گفتمان انقلاب اسلامی براساس ارزش گذاری‌های اخلاقی پدید آمده بود. این گفتمان به‌طور معمول بر تمجید و تایید رزمندگان حاضر در جنگ می‌پرداخت و اصولاً هیچ گروه اجتماعی دیگری به اندازه حاضران در جنگ ستایش نشده‌اند. جنگ در این گفتمان معیار قطعی و مشخص تشخیص مرز کفر از ایمان و دین از طاغوت در نظر گرفته شده است که مبنای حکومت آرمانی اسلامی خواهد شد و یا اینکه در صورت شکست جنگ، همه این آرمان به فراموشی سپرده خواهد شد و شکست می‌خورد. همچنین گفتمان جنگ مجموعه متون گفتاری و نوشتاری در نظر گرفته می‌شود که در وضعیت جنگی تولید شده‌اند و بازنمایی واقعیت جنگ را برعهده دارند. در مورد بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی این دوره، حضور خانواده در کنار رزمنده‌ی خود، فردی با لباس نظامی، حاصل از این گفتمان بوده است. اساساً ثبت رزمندگان در این دوران با لباس نظامی در عکس‌های زیارتی به‌واسطه‌ی گفتمان موجود به وفور قابل رویت است(تصویر۵). علاوه‌بر این المان‌هایی مانند کلاه نظامی برای کودکان نیز مطابق تصویر۶ مورد استفاده قرار می‌گرفت که خود مبرهن اهمیت این گفتمان است.



تصویر ۵. عکس زیارتی. (منبع: آژانس خبری مهر)



تصویر ۶. عکس زیارتی. دهه‌ی ۶۰. (منبع: www.zavosht.ir)

اما دهه‌های بعدی هرکدام گفتمان‌های متمایزی را به خود دیدند. در گذشت آیت‌الله خمینی و پایان جنگ با آغاز عصری تازه در سیاست اقتصادی و خارجی ایرانیان همراه بود. در این دوران که با از اوایل دهه‌ی هفتاد با ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی آغاز شد، شعارهایی نظیر خصوصی‌سازی و توسعه اقتصادی مطرح گردید که این به معنای تغییر سیاست‌های اقتصادی دوره جنگ و فاصله گرفتن از اقتصاد در مالکیت دولت و وابسته به درآمدهای نفتی بود. آنطور که خسروی نیک بیان می‌کند، گفتمان‌های مطرح در این دوره عبارتند از گفتمان پیرامون سازندگی، گفتمان پیرامون خصوصی‌سازی، گفتمان پیرامون اصلاح اقتصادی و سرمایه‌گذاری، گفتمان پیرامون رفاه، گفتمان پیرامون آزادی اجتماعی، گفتمان پیرامون روابط بین‌المللی و گفتمان پیرامون سازندگی (خسروی نیک، ۱۳۹۷: ۴۰). در ادامه‌ی این دهه با روی کار آمدن دولت خاتمی، گفتمان آزادی اجتماعی بیش از پیش تقویت شد که نمود آن در بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی را می‌توان در مواردی همچون پوشش زنان ردیابی کرد. به عنوان مثال در تصویر۷، قاب به دو قسمت تقسیم شده است. قسمت سمت راست دو عکس با فاصله شخصی دور از زن و مرد در کادری مربع شکل قرار دارد. نگاه‌ها از نوع تقاضاگر هستند و زاویه دوربین از روبروست و برابری اجتماعی بین شرکت‌کننده در تصویر و شرکت‌کننده تعاملی برقرار است. مرد در جایگاه بالاتری نسبت به زن قرار دارد و به نوعی همان برتری جایگاه مرد نسبت به زن در جامعه ایرانی است. ساختار تصویر هم ساختاری مفهومی تحلیلی است. مرد با لباس سفید و صورت و موی آراسته و زن نیز با آرایش و روسری بر سر در قاب تصویر قرار گرفته‌اند (ترابی، ۱۴۰۰: ۸۲). پوششی که پیش از این کمتر در عکس‌های زیارتی دیده می‌شد و همانطور که اشاره گردید، در گفتمان سال‌های پیشین، حجاب چادر یکی از مولفه‌های اصلی حضور زنان در این تصاویر بود. علاوه بر این به‌واسطه‌ی گفتمان پیرامون گسترش روابط بین‌المللی، استفاده از نوشته‌های انگلیسی در این تصاویر قابل ملاحظه است.

تصویر ۷. زندگی مشترک. (منبع: ترابی، ۱۴۰۰)

۶. نتیجه‌گیری

عکاسی زیارتی به عنوان بخشی از عکس‌های خانوادگی با هدف ثبت زائر و نمایش وی در حال عرفانی سفر به‌وجود آمد. خانواده‌های ایرانی در سیر تاریخی این گرایش عکاسی که قریب به یک قرن از آن می‌گذرد، خود را با آن بازنمایی کرده و علاوه بر صحه گذاشتن بر امر تحکیم خانواده، خود را در کنار اسطوره‌ی مذهبی تثبیت نمودند. با این‌حال در طی دوره‌های مختلف، این بازنمایی متاثر از گفتمان‌های مختلف شکلهای گوناگونی به خود گرفته است. این پژوهش در پی پاسخ به این سوال که بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی چگونه بوده، گفتمان‌های موثر را در سه دوره‌ی مختلف پیش از انقلاب، سال‌های انقلاب و بعد از انقلاب بررسی نمود که در نهایت چنین نتیجه شد که در سال‌های پیش از انقلاب به واسطه‌ی گفتان‌هایی نظیر غرب‌گرایی و مردسالارانه، بازنمایی خانواده قشر متوسط گاهاً بدون حضور زنان و در برخی مواقع با مدهای لباس و آرایش غربی برای مردان انجام می‌شد. در عین حال پوشش زنان حاضر در عکس‌های زیارتی در این دوره همیشه چادر بوده است. عکس‌های زیارتی در دوره‌ی انقلاب متاثر از گفتمان انقلابی بوده که نمود آن وارد شدن تصویر رهبران انقلاب به این عکس‌های خانوادگی است و در واقع خانواده خود را در بطن جریانات انقلاب بازنمایی می‌کند. پس از دوران انقلاب در دهه‌ی نخست به واسطه‌ی جنگ و گفتمانِ حاصل از آن، خانواده‌ها خود را با ارزش‌های گفتمان‌های مربوط به جنگ در این عکس‌ها بازنمایی می‌کردند. با پایان جنگ و ورود به دهه‌های متاخر، گفتمان‌هایی نظیر آزادی اجتماعی و روابط بین‌الملل زمینه‌ساز تغییراتی در بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی شد. از این زمان به بعد زنان با پوششی غیر از چادر در عکس‌ها دیده می‌شوند و در میان عکس‌ها نوشته‌هایی به زبان انگلیسی نیز قابل روئیت است. با همه‌ی این اوصاف می‌توان گفت که بازنمایی خانواده در عکس‌های زیارتی، در سیر زمان علاوه بر تغییراتی که به واسطه‌ی پیشرفت تکنولوژی عکاسی داشته، در هر دوره به واسطه‌ی گفتمان‌های موجود، دستخوش تغییراتی شده است.

۷. مراجع

آخوندی، زهرا. افهمی، رضا. (۱۳۹۶). خوانش بینامتنی مناسبات عکاسی زیارتی در مشهد مقدس با نقاشی قهوه‌خانه‌ای. *هنرهای صناعی اسلامی*. ۲ (۱). صص ۱۰-۱.

ازغندی، علیرضا. (۱۳۸۱). *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*. تهران: قومس.

ایمنی، عاطفه. (۱۳۹۱). *مطالعه‌ی گردشگری مذهبی: بررسی مناسک سفر بین زائران شهر مشهد مقدس*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد علوم اجتماعی-گرایش مطالعات فرهنگی، دانشگاه علم و فرهنگ.

بارت، رولان. (۱۳۸٦). *اسطوره امروز*. (ترجمه شیرین‌دخت دقیقیان). تهران: نشر مرکز.

بوردیو، پیر. (۱۳۸۰) *نظریه کنش*. (ترجمه مرتضی مردیها). تهران: نقش و نگار.

بوردیو، پیر. (۱۳۹۸) *عکاسی؛ هنر میان‌مایه*. (ترجمه کیهان ولی‌نژاد). تهران: نشر پیام امروز.

ترابی، نسرین. (۱۳۸۳). *عکاسخانه‌ی ایام*. تهران: نشر کلهر.

ترابی، وصال. (۱٤۰۰). تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی عکس‌ها در دوران دیجیتال در عکاسی زیارتی (حرم – بارگاهی) شهر مشهد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. رشته عکاسی. دانشگاه هنر تهران.

خسروی نیک، مجید. (۱۳۹۷). *گفتمان، هویت و مشروعیت*. (ترجمه‌ی نیلوفرآقا ابراهیمی) تهران: نشر لوگوس.

ساروخانی، باقر. (۱۳۷۰). *جامعه‌شناسی و خانواده*. تهران: انتشارات سروش.

فاضلی، نعمت‌الله. علینقیان، شیوا. (۱۳۹۱). *گونه‌شناسی الگوهای در حال ظهور زندگی خانوادگی در شهر تهران*. مجموعه مقالات اولین همایش علمی پژوهشی زنان و زندگی شهری.

فرکلاف، نورمن. (۱۳۷۹). *تحلیل انتقادی گفتمان*. (ترجمه فاطمه شایسته پیران و همکاران). تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

فروزان‌پور، سیده ملیکا. (۱۳۹۲). بررسی نقش عکاسی خانوادگی در تکوین خاطرات جمعی و عمومی یک جامعه. *نشریه هنرهای زیبا*، دوره۱۸ شماره۱.

مریدی، محمدرضا. (۱۳۹۷). *گفتمان‌های فرهنگی و جریان‌های هنری ایران*. تهران: انتشارات کتاب آبان و دانشگاه هنر.

مهدی‌زاده، سید محمد. (۱۳۸۷). *رسانه‌ها و بازنمایی*. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

هالند، پاتریشیا. (۱۳۹۰). *«خوشا نگریستن به...: عکس‌های شخصی و عکاسی مردم پسند»*. در لیز ولز، عکاسی: درآمدی انتقادی. (گروه مترجمان). تهران: انتشارات مینوی خرد.

منابع انگلیسی

Chalfen, Richard. (۱۹۸۷). Snapshot version of life, popular press, Ohio.

Coleman, S. & Ross, K. (۲۰۱۰). The Media and the Public: “Them” and “Us” in Media Discourse. London: Wiley-Blackwell Publication.