



سال یازدهم / زمستان ۱۴۰۱

از منبر تا نمایشی شدن؛

بازنمود سلبریتی گونه روحانیون در اینستاگرام

• عبدالله بیچرانلو^۱، علی مومنی^۲

DOR: 20.1001.1.38552322.1401.11.44.2.0

چکیده

با گسترش دسترسی به رسانه‌های اجتماعی در ایران، روحانیون نیز در این رسانه‌ها فعالیت کرده‌اند و علاوه بر تولید محتوای دینی، به طرح اموری غیردینی برای جلب توجه مخاطبان/ دنبال‌کنندگان خود در صفحات کاربری در شبکه‌های اجتماعی رو آورده‌اند.

در این پژوهش، ۷۱ پست اینستاگرامی روحانیون مورد مطالعه بر اساس شیوه نمونه‌گیری هدفمند، تحلیل مضمون، شده است. نتایج تحلیل، حاکی است امور غیردینی در ۲ مضمون «سیالیت روحانیون اینستاگرامی» و «گذار روحانیون اینستاگرامی از حریم خصوصی به محیط نمایشی» بروز پیدا کرده‌اند. روحانیون مطالعه‌شده با بازنمود نگرش‌های سیاسی، فعالیت‌های ورزشی، همراهی با سلبریتی‌ها، مصرف فرهنگی و از طرف دیگر، بازنمود منزل و خود غیرروحانی، امور متنوعی را برای جلب همراهی کاربران با صفحات این روحانیون نمایش داده‌اند. ارتباط این شیوه از نمایش در اینستاگرام با فرهنگ شهرت، دال بر شباهت فعالیت سلبریتی‌ها مانند نمایش زندگی روزمره، حریم خصوصی و اظهارنظرهای گوناگون است که بر مبنای مدل ارتباطی توجه‌محور، به دنبال افزایش شهرت در اینستاگرام و کسب سرمایه توجه بیشتر هستند. لذا گذار روحانیون از بازنمود دغدغه‌مندی‌های دینی و غیردینی، به بازنمود امر غیردینی برای جلب توجه بیشتر، آن را به «روحانیون نمایشی» مطابق با مؤلفه‌های شبه‌سلبریتی تبدیل کرده است.

واژه‌های کلیدی: روحانیون، اینستاگرام، نمایش، فرهنگ شهرت، بازنمود.

۱ عضو هیات علمی گروه ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران؛ bikaranlou@ut.ac.ir

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران ali.momeni77@ut.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

ویژگی همگانی بودن رسانه‌های اجتماعی، امکان ظهور جهان‌بینی‌های گوناگون را در این رسانه‌ها تسهیل می‌کند. بر این اساس نهادهای اجتماعی سعی در استفاده از آن‌ها در جهت منافع خود خواهند داشت. دین نیز به‌مثابه یکی از نهادهای مهم اجتماعی، همچنان که ارتباط خود را با رسانه‌های پیشین حفظ کرده، سعی در استفاده از رسانه‌های نوین در جهت منافع و ارتقای خود دارد؛ به‌عبارتی با رشد و گسترش رسانه‌های اجتماعی، مفهوم دین دوباره برساخت شده است. از حضور دین در اینترنت با تعبیر متفاوتی مثل «دین رسانه‌ای»، «دین سایبری» یا «دین مجازی» استفاده شده است ولی [از نگاه کمبل] اصطلاح «دین دیجیتال» اصطلاح دقیق‌تری است؛ چراکه هم اشاره به تغییرات نوین داشته و هم به ارزیابی روابط بین دین در فضای آنلاین و آفلاین می‌پردازد (Campbell, 2016). با نگاهی کلی به سیر تطور فرایند ارتباط در میان انسان‌ها، متوجه تغییر ارتباط از مدل فرایندمحور به مدل محصول‌محور خواهیم شد (دونزباخ، ۱۳۹۸). گسترش مدل‌های ارتباطی محصول‌محور، با ظهور رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی، گونه‌های حضور دین را در میان انسان‌ها نیز تغییر داد. دین تا پیش‌ازاین از طریق فرایندهای ارتباطی مانند گفت‌وگو، خطابه، منبر و... در اختیار مردم قرار می‌گرفت و واعظان و روحانیون دینی در جایگاه شارح امر قدسی بودند؛ اما تبدیل فرایند ارتباط به محصولاتی قابل تکثیر و خصوصاً تصویری، باعث تغییر شیوه برقراری ارتباط میان شارحان دینی با مردم شد. به تعبیری دیگر ارتباطات دینی صرفاً گونه آیینی ندارد و با ظهور فناوری‌های رسانه‌ای، گونه‌ای انتقالی به خود نیز گرفته است. در رویکرد آیینی، ارتباط به‌مثابه ابزاری برای هدف نیست بلکه تأکید بر ارضای درونی فرستنده دارد؛ لذا بیشتر به دنبال انعکاس تفسیر خارجی مشاهده‌کنندگان است تا اهداف اظهارشده فرستندگان و دریافت‌کنندگان (مک کوایل، ۱۳۸۲ و گیویان، ۱۳۸۷). اما در رویکرد انتقالی به فرایند ارسال و دریافت پیام از راه دور تأکید می‌شود (ون‌لون، ۱۳۹۱). مهم‌ترین تعریفی که از ارتباط انتقالی می‌توان کرد، تعریف لاسول^۱ است؛ مبنی بر اینکه، چه کسی، چه چیزی را، در چه مجرای، به چه کسی و با چه اثری می‌گوید (لافی، ۱۳۹۶). به‌عبارتی، آنچه اهمیت پیدا می‌کند انتقال پیام بر اساس اهداف فرستنده است تا به مطلوب خود دست پیدا کند.

۱. هاولد دوايت لاسول (Harold Lasswell) اندیشمند آمریکایی ارتباطات و علوم سیاسی بود و تعاریف پایه‌ای مانند ارتباطات و تبلیغات او همچنان مورد استفاده در میان پژوهشگران ارتباطات است (۱۹۰۲-۱۹۷۸).

در ایران نیز با وجود پیشینه بهره‌گیری روحانیون از رسانه‌ها در طول حداقل سه دهه پیش از انقلاب اسلامی، با تشکیل جمهوری اسلامی، پیوند میان رسانه و دین وارد مرحله جدیدی شد؛ به‌نحوی که به مباحث دینی در اشکال و گونه‌های مختلف آن در این دو رسانه پرداخته و مسیر رسانه برای روحانیون گشوده شد. حضور در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی یکی از پرتکرارترین شیوه‌های حضور روحانیون در این رسانه‌های جمعی بوده است (معتمدی، ۱۳۹۵). همان‌طور که گفته شد دین به‌مثابه یکی از نهادهای اجتماعی، پیوند خود را با رسانه‌ها بنا و حفظ کرده است؛ روحانیون نیز به‌مثابه رکن اصلی تبلیغ و ترویج دینی، فعالیت خود را در رسانه‌ها به انحصار مختلف گسترش داده‌اند. از رسانه‌های مهمی که در دهه اخیر در ایران اهمیت بسیاری در زندگی روزمره فردی و اجتماعی مردم پیدا کرده است، رسانه‌های اجتماعی هستند. با ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی مانند متا، توئیتر، اینستاگرام و... در ایران، فرایند ارتباطاتی مردم نیز دستخوش تغییرات جدی قرار گرفت. این رسانه‌های نوین، احتمال تغییرات در سبک نگرش و رفتار اجتماعی مردم و به‌طور اخص امکان تغییر جریان دینی را ایجاد می‌کنند.

روحانیون شیعی با فهم این تغییر جریان، به حضور در شبکه‌های اجتماعی روی آورده تا بتواند رسالت خود که ترویج دین و دین‌داری بوده را گسترش دهد؛ از طرفی دیگر، فارغ از بُعد دینی- هویتی این افراد، علاقه به حضور در رسانه‌های اجتماعی، میلی است که در میان بخش زیادی از مردم از جمله روحانیون بروز یافته است. اکنون روحانیون در توئیتر و اینستاگرام نیز حضور دارند و در حوزه‌های مختلفی اقدام به تولید محتوا می‌کنند. بخشی از روحانیون که سخنران و اصطلاحاً منبری هستند، اقدام به بارگذاری سخنرانی‌های خود در اینستاگرام می‌کنند یا تعدادی از روحانیون با تمرکز بر روی موضوعات و مسائل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی با استفاده از امکانات و ابزار شبکه اجتماعی موردنظرشان، مانند لایو اینستاگرام، توئییت و... اقدام به گفت‌وگو در این خصوص یا انتشار تحلیل‌های خود می‌کنند؛ تعداد دیگری نیز علاوه بر اینکه به مسائل و مباحث دینی یا غیردینی می‌پردازند، به نمایش خود، زندگی خصوصی، روزمره‌ها، زیارت‌ها می‌پردازند.

مسئله مهم این است که به نظر می‌رسد روحانیون که هدف اصلی خود را به‌مثابه نماینده دین از ارتباط با رسانه‌های انتقالی، ترویج امر دینی می‌دانسته، حال در اینستاگرام که فرصتی

بیش از ترویج امر دینی شکل گرفته، امور غیردینی را نیز به نمایش می‌گذارد و در مسیر نمایشی شدن قرار گرفته است.

در این رسانه‌ها، بر اساس مشاهدات و مواجهات مکرر روزمره و اولیه با حساب‌های کاربری روحانیون، شاهد نمایش‌های مکرر از امور غیردینی با تأکید بر خود، کم‌رنگ شدن ترویج و پرداخت به امور دینی و از طرفی تمایل به بیشتر دیده شدن و کسب شهرت بیشتر در این حساب‌های کاربری هستیم. علت انتخاب اینستاگرام غلبه بُعد بصری در این رسانه و از طرفی دیگر، عامه‌پسندی و اقبال گسترده به آن در ایران است؛ همچنین اینستاگرام، بستری برای برون‌گرایی و نمایش خود را برای همه کاربران ایجاد می‌کند؛ لذا پرسش پژوهش این است که امر غیردینی توسط روحانیون شیعی در اینستاگرام چگونه بازنمود داده می‌شود؟ و نسبت این شیوه از بازنمود با فرهنگ شهرت چیست؟

مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش، با بهره‌گیری از ۳ مفهوم «بازنمود خود»^۱، «شهرت آنلاین»^۲ و «ارتباطات توجه»^۳ شکل گرفته است. اروینگ گافمن^۴ زیست اجتماعی را مانند اجرای تئاتر می‌بیند که انسان‌ها بازیگرانی هستند که در موقعیت‌های گوناگون، نقش‌های خاصی را ارائه می‌دهند (گافمن، ۱۳۹۶ و شلدون، ۱۳۹۶). این نقش‌های اجتماعی، افراد را قادر می‌سازد تا برداشت دیگران را از خود مدیریت کنند و از ایجاد شرمساری‌های احتمالی جلوگیری کنند و خود را در بهترین شکل ممکن نشان دهند (Whiteside & Kelly, 2015). از منظر گافمن، «خود» محصولی از کنش متقابل نمایشی میان کنشگر و تماشاگران است. خود یک اثر نمایشی است که از صحنه نمایش برمی‌خیزد. به دلیل این‌که خود محصول کنش متقابل نمایشی است در برابر وقفه در زمان اجرای نمایش آسیب‌پذیر است (گافمن، ۱۳۹۶). لذا کنشگران در تلاش هستند که خودی نیرومند را به مخاطبان نشان دهند تا به اندازه و کیفیتی که خودشان می‌خواهند، نمایش داده شوند. آن‌ها به دنبال آن هستند که این شیوه از نمایش، دیگران را وادارد تا با میل خود به دلخواه آن‌ها عمل کنند (Goffman, 1967). همچنین گافمن به دنبال ترسیم پیوستاری میان صداقت و بدگمانی است که در کل زندگی واقعیت شخصی قرار

1 The Presentation of Self

2 Fame Online

3 Attention communication

4 Erving Goffman

می‌گیرد؛ به عبارتی دیگر، کنشگر هنگام ارائه خود یا به این ارائه باور دارد (صداقت) یا از نمایش دروغین خوداست (ه است) (بدگمانی) (گافمن، ۱۳۹۶). از این رو، در رسانه‌های اجتماعی که تعاملات و ارتباطات میان کاربران در حال تشدید است، مفهوم بازنمود خود به نحوی رسانه‌ای شده و حاد آیینی برساخت می‌شود (Goffman, Forms of talk, 1981). با توجه به مفهوم مورد نظر گافمن، می‌توان اینستاگرام را صحنه اجرایی در نظر گرفت که کاربران سعی در نمایش بهترین جنبه‌های بصری خود در آن دارند و از طرفی دیگر، تلاش در پنهان‌سازی بخش‌های متعددی از زندگی خویش را دارند و بر اساس معیارهای شبه تعاملات رسانه‌ای (تامپسون، ۱۳۹۶) سعی در مدیریت نمایش (بازنمود) خود در این فضا را دارند.

شهرت آنلاین، مفهومی برساختی به واسطه ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است. اینترنت، شیوه‌های ارتباطات را تغییر داده است و امکان برقراری آن را با یک کلیک در دسترس قرار می‌دهد. باید در نظر داشت که راه‌کارهای دستیابی به شهرت با تلفن همراه، لپ‌تاپ و وب سازگار است. گسترش شبکه‌های اجتماعی از انباشت شهرت به گونه‌ای حمایت می‌کند که متقاضیان تبلیغات قدیمی در گذشته تصور نمی‌کردند؛ لذا شبکه‌های اجتماعی راه‌های ارتباطی ارائه می‌دهند که توسط افراد و گروه‌هایی که قصد کسب شهرت دارند، سوءاستفاده شده است (Rojek, 2012).

فرهنگ دیجیتال در رسانه‌های اجتماعی و فرهنگ شهرت در رسانه‌های پیشین در حال تکامل یکدیگرند، به نحوی که شهرت‌مندان برآمده از ویدئوهای انتشاریافته در شبکه‌های اجتماعی با یک تلاش کوچک می‌توانند شهرت گذرای خود را به فعالیت حرفه‌ای در رسانه‌های تصویری پیشین تبدیل کنند. با شناخت اولیه از نحوه عملکرد بسترهای رسانه‌های اجتماعی، هرکسی این ظرفیت را دارد که تبدیل به یک خرده‌چهره (میکروسلبریتی) شود، اما همه نمی‌توانند به موفقیت مشاهیر اینترنتی دست پیدا کنند (Abidin, 2018). از منظر روجک «خرده‌چهره‌ها ابزارهای فرهنگی هستند که پیرامون ارتباط جمعی و اصالت نمایشی سازمان یافته‌اند» (روجک، ۲۰۰۱، نقل شده در وارد، ۱۳۹۹: ۷۲). لذا شهرت (یا تقویت شهرت) برآمده از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، امری کاملاً اتفاقی و ناپایدار است؛ به عبارتی، حیات فرد شهرت‌یافته به بستر شبکه اجتماعی گره خورده است. سلبریتی‌های اینترنتی را به دلیل دیدپذیری بالایشان می‌شناسند؛ این دیدپذیری به واسطه شهرت/ بدن‌امی، توجه مثبت/ توجه منفی، هوش و مهارت/ حماقت و نادانی ایجاد شده باشد. مهم‌ترین رکن موفقیت شهرت‌مندان

اینترنتی، مخاطب است که باید این شهرت اینترنتی را دریافت و تحسین کند. شهرت آنلاین ماحصل نمایش و ادراک است. این شهرت را می‌توان به صورت عامدانه یا غیرعامدانه، به مثابه امری که کیفیت شهرت اینترنتی دارد، درک کرد (آبیدین، ۱۳۹۸).

ارتباطات توجه، اشاره به آن دارد که فعالیت اساسی ارتباطی رسانه‌های جمعی و اجتماعی جلب و نگهداری توجه است و نه انتقال معنا یا گسترش آیین‌های مشترک؛ لذا هدف تمام رسانه‌ها، جلب توجه مخاطبان خود می‌شود و مبنای قضاوت آن‌ها نیز بر اساس میزان جلب و نگهداری توجه است. بخش مهمی از فرهنگ و اعمال رسانه‌ها، افزایش فرایند توجه است. مهم‌ترین بخش ارتباط توجه محور، زمان پرداختی برای هر نوع محتوا یا مجرا و رسانه ارتباطی است. از طرفی دیگر، کیفیت توجه، نسبت به خود رسانه، اهمیت ثانویه دارد. در این فرایند ارتباطی، جهت‌گیری فرستنده با نمایش و نشان‌دادن مشخص می‌شود و جهت‌گیری مخاطب با توجه و تماشاگری (مک‌کوایل، ۱۳۸۲). «توجه مخاطب، به مثابه بهایی است که تولیدکنندگان رسانه و توزیع‌کنندگان رسانه‌ها در مقابل کمک صاحبان آگهی به استمرار فعالیت‌شان به آن‌ها می‌پردازند و همین پایه‌ی سودآوری است» (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۷۸). در این رویکرد، عطف توجه به نحوه ماهوی، هدف است و ابزار هدفی دیگر قرار نمی‌گیرد، لذا آنچه ارزشمند است، فناوری و شکل (فرم) فرهنگی است. این الگوی ارتباطی در مطالعات شهرت با مفهوم «اقتصاد توجه» در نسبت سلبریتی‌ها با کاربران و مخاطبان بیان می‌شود. به عبارتی، برای سلبریتی، «افزایش سرمایه توجه» ارزش است و شیوه کسب آن اهمیتی ندارد. از منظر کشمور، مخاطبان، مصرف‌کنندگانی هستند که با میلی سیری‌ناپذیر، برای چهره‌های جدید، فرهنگ شهرت را خلق کردند. در این وضعیت متناقض‌نما، مصرف‌کننده، فردی فعال است که خالق و درعین‌حال، مصرف‌کننده سلبریتی است (کشمور، ۱۳۹۶). مصرف سلبریتی و افزایش سرمایه توجه، هر دو حامل یک معنی هستند؛ مخاطب سلبریتی را مصرف می‌کند و درعین‌حال، سلبریتی توجه مخاطب را جلب خود می‌کند.

روش تحقیق

بر اساس اهداف و پرسش‌های تحقیق، در این پژوهش از روش «تحلیل مضمون» استفاده شده است. تحلیل مضمون یک روش اساسی برای تجزیه و تحلیل کیفی است؛ چراکه مهارت اصلی را برای اجرای بسیاری از اشکال دیگر تجزیه و تحلیل کیفی فراهم می‌کند. تحلیل مضمون، هم برای بیان واقعیت و هم برای تبیین آن به کار می‌رود (Braun & Clarke,

(2006). تحلیل مضمون روشی مناسب برای شناسایی و تحلیل مضامین (ن(تم‌های) درون‌داده‌ای موردنظر است؛ که آن‌ها را به نحوی غنی توصیف می‌کند. باین‌حال؛ اغلب فراتر از این نیز می‌رود و جنبه‌های مختلف موضوع تحقیق را تفسیر می‌کند (Boyatzis, 1998). به عبارتی دیگر، «تحلیل متن بر اساس استقرای تحلیلی که در آن، محقق از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون‌داده‌ای و برون‌داده‌ای به سنخ‌شناسی و درک تحلیلی دست می‌یابد. بنابراین، تحلیل مضمون، عبارت است از عمل مفهوم‌یابی و شناسایی تم‌های محوری با هدف کشف این مهم که داده‌ها چه می‌گویند» (محمدپور، ۱۳۹۰: ۶۶). بر این اساس، با استفاده از روش تحلیل مضمون، پست‌های منتشرشده توسط روحانیون شیعی منتخب در صفحات اینستاگرامی آن‌ها مطالعه شده‌اند.

جامعه تحقیق در این پژوهش، صفحات روحانیون شیعی در اینستاگرام است و نمونه‌های مورد مطالعه با روش «نمونه‌گیری هدفمند»^۱ انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری هدفمند، تکنیکی است که به‌طور گسترده در تحقیقات کیفی برای شناسایی و انتخاب موارد غنی از اطلاعات برای مؤثرترین استفاده از منابع محدود، استفاده می‌شود (Palinkas, et al., 2013). بر اساس معیارهای اهداف پژوهش، ۵ حساب کاربری از روحانیون فعال در اینستاگرام انتخاب شدند. برای تحلیل مضمون، تمام داده‌های موردنظر جمع‌آوری شدند و تا زمانی که هیچ گواه و مفهوم جدیدی از داده‌ها حاصل نشد، یعنی تا تحقق «اشباع نظری»^۲ (فلیک، ۱۳۹۹) این فرایند ادامه یافت. به‌طور مشخص ۷۱ پست اینستاگرامی برای این پژوهش انتخاب شدند و سپس فرایند کدگذاری آغاز شد و کشف خرده‌مضامین و درنهایت، استخراج مضامین اصلی، صورت گرفت. مشخصات ۵ حساب کاربری منتخب به شرح ذیل هستند:

1 Purposeful Sampling
2 Theoretical saturation

جدول ۱: مشخصات کلی صفحات نمونه تحقیق در اینستاگرام

ردیف	نام روحانی	تصویر پروفایل	نام کاربری	تعداد دنبال‌کنندگان (در دوره اجرای تحقیق)	پست‌های تحلیل‌شده
۱	علی بخشی		Alibakhshi_ir	33.5K	۲۰
۲	محمد رضا زائری		Zaeri.mohammadreza	240K	۲۰
۳	علی سرلک		Alisarlak	38.8K	۱۵
۴	احسان بی‌آزار طهرانی		Ehsan_biazar2	757K	۶
۵	شهاب مرادی		Moradishahab	476K	۱۰

یافته‌ها

همان‌طور که در بخش روش تحقیق نیز اشاره شد؛ این پژوهش بر اساس روش تحلیل مضمون انجام شده است. بر اساس اهداف و سؤالات تحقیق، نتایج این پژوهش دو مضمون اصلی را نشان می‌دهد که هر کدام دارای خرده مضامینی هستند که به شرح ذیل است:

جدول ۲: مضامین اصلی و خرده مضامین استخراج شده

خرده مضامین	مضامین اصلی	ردیف
۱. بازنمود نگرش‌های سیاسی ۲. بازنمود همراهی با سلبریتی‌ها ۳. بازنمود فعالیت‌های ورزشی ۴. بازنمود مصرف فرهنگی	سیالیت روحانیون اینستاگرامی	۱
۱. بازنمود منزل ۲. بازنمود خود غیرروحانی	گذار روحانیون اینستاگرامی از حریم خصوصی به محیط نمایشی	۲

سیالیت روحانیت اینستاگرامی

تلاش برای بازنمود خود در حالاتی غیر از امور مرتبط با دین، از اشتراکات اصلی نمونه‌های مورد مطالعه است. انگاره‌های ذهنی عموم مردم از روحانیت بر این اساس شکل گرفته است که به واسطه تحصیل علوم دینی و فعالیت‌های دینی مانند سخنرانی، تبلیغ باید صرفاً در امور تخصصی دینی، ورود کنند؛ اما با حضور برخی روحانیون در اینستاگرام، این تحدید تخصصی متزلزل شد. از طرف دیگر، اینستاگرام نیز بستر مناسبی برای نمایش خود در عرصه‌های گوناگون است. مشخصاً نمونه‌های مورد مطالعه سعی در نمایش هویت خود، فارغ از امور دینی داشته‌اند و در تلاش بوده‌اند که نگرش‌های سیاسی خود، فعالیت‌های ورزشی، همراهی با سلبریتی‌ها و مصرف فرهنگی خود را به نمایش بگذارند؛ اموری که ارتباط مستقیمی با امر دینی نداشتند و حاکی از آن است که در پی برساخت و نمایش هویتی فرا دینی از خود هستند. البته، طبیعی است که روحانیون نیز در زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دیدگاه و نظرهای خاص خود را داشته باشند، اما موضوع این است که بسیاری از حوزه‌های غیردینی نیز، حوزه‌هایی تخصصی هستند که نیاز به مطالعه، دانش نظری دارد و چنانچه روحانیون در جایگاه صرف روحانی، نه به مثابه سیاستمدار یا صاحب‌نظر در یک رشته تخصصی مانند علوم سیاسی، روان‌شناسی، اقتصاد یا جامعه‌شناسی و ... به ابراز دیدگاه خود بپردازند، مخاطبان اغلب با خلط حوزه دین و حوزه تخصصی دیگر مواجه می‌شوند. علاوه بر این، ابراز دیدگاه‌های عمومی یک فرد غیرروحانی، در صورت خطا یا غیردقیق بودن، به‌طور معمول، پیامد اجتماعی و فرهنگی خاصی ندارد اما در مورد روحانیون، موضوع، متفاوت است و بلافاصله با حوزه دین و حتی گفتمان دینی رسمی کشور پیوند داده می‌شود.

۱. بازنمود عقاید سیاسی

بخشی از بازنمود روحانیون اینستاگرامی در حساب کاربری‌شان، به بیان عقاید سیاسی آن‌ها اختصاص یافته است. این در حالی است که آن‌ها در جایگاه سیاسی خاصی قرار ندارند و اغلب، صاحب‌نظر علوم سیاسی نیز به شمار نمی‌روند. محمدرضا زائری با انتشار سخنانی از امام خمینی در خصوص رابطه ایران با آمریکا، نوشته است: «با آمریکا هم رابطه خواهیم داشت» و سپس از کاربران پرسیده که «آیا موضع جمهوری اسلامی در این سال‌ها تغییر کرد، یا آمریکا به آن تفاهم و ادراک نرسید و با توطئه‌ها و خیانت‌های خود، این مسیر را بست؟». او به‌طور ضمنی در حال بیان عقیده‌ی خود در خصوص برقراری ارتباط میان ایران و آمریکا است. او در پست‌هایی که با مضامین سیاسی بوده است، سعی در بازنمود رویکردی انتقادی در قبال وضع فعلی کشور داشته است.

مضامین پست‌های سیاسی علی‌بخشی، انتقاد از شرایط اقتصادی و سیاسی موجود بوده است. او انتقادهای خود را با عکس‌نوشته‌ای با پس‌زمینه‌ای مشکی و متنی سفیدرنگ منتشر می‌کرد که در جهت تأثیر بیشتر و حکایت از شرایط نامساعد کشور، استفاده کرده است. او در پستی انتقادی در مورد محرمانگی تصمیمات مسئولان نوشته است: «رأی‌گیری محرمانه، اموال مسئولین محرمانه، جلسه طرح صیانت محرمانه، مجلس محرمانه، عجایب هفتگانه را به عجایب هشتگانه ارتقاء داد». او همچنین در پستی دیگر در واکنش به روز آزادسازی خرمشهر و مراسم بزرگداشت آن، با انتشار عکس‌نوشته‌ای حاوی «بقول یکی اگه اینقدر که سالانه خرج بزرگداشت سالروز آزادسازی خرمشهر می‌کنند، خرج بازسازی خرمشهر می‌کردند، الآن خرمشهر دبی بود» و در کپشن این پست نیز با ایجاد تقابل بزرگداشت/بازسازی؛ به‌طور ضمنی مسئولان را مقصر شرایط خوزستان دانسته و سعی در ایجاد مطالبه‌ای عمومی نسبت به این مسئله در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی دارد.



عکس ۲) پست علی بخشی درباره بزرگداشت سالروز آزادسازی خرمشهر

همچنین در پستی دیگر با انتشار عکس نوشته‌ای حاوی «حتماً اعدام کنید» و کپشنی با مضمون مجازات مسئولانی که باعث ایجاد مشکلات اقتصادی در میان کارگران، جوانان شده‌اند (با لحنی دستوری)؛ به وضعیت اقتصادی مردم واکنش منفی نشان داده است. بخشی در پست‌هایی که عقاید سیاسی خود را منتشر می‌کند به دنبال مطالبه‌گری از مسئولان کشور است و هویت سیاسی خود را از طریق اعتراض به وضع موجود تعریف می‌کند.

علی سرلک نیز در خصوص وقایع مختلف سیاسی، واکنش نشان داده است. او در پستی، عکس نامزدهای سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری که به دیدار رئیس‌جمهور منتخب رفته بودند را منتشر کرده و از آن به عنوان نمادی برای همدلی یاد کرده و از رویکرد رئیس‌جمهور جدید، تمجید کرده است. در پستی دیگر، با انتشار فیلمی از سخنان رهبری در نماز جمعه (با مضمون رابطه میان مردم و حکومت) در خصوص حواشی نماز جمعه و عدالت‌خواهی اظهار داشت که مسئولان باید در قبال مردم پاسخگو باشند و «مسئولین خطاکار (چه سهوی، چه عمدی) باید به فراخور خطایشان مؤاخذه و در صورت لزوم محاکمه شوند (چه

عمومی و علنی و چه خصوصی و شخصی)». او به دنبال ترسیم فضای آرمانی مطالبه‌گری از حکومت بوده و سعی در توجه به حفظ اخلاق در این شیوه از مطالبه‌گری داشته است. همچنین در پستی دیگر با انتشار فیلمی از رزمنده دفاع مقدس که نسبت به شرایط کنونی کشور، معترض است و مسئولان را در برابر شهدا قرار می‌دهد، اظهار داشت که «این انقلاب صاحب دارد، صاحبش هم شهدا هستند». در مجموع، سرلک با وجود اعلام موضع مثبت خود نسبت به دولت سیزدهم، سعی در اعتراضی بسیار پنهان نسبت به شرایط موجود کشور دارد.

شهاب مرادی، اشارات سیاسی کلی داشته است. او در پستی با تصویر پرچم ایران اشاره به دهه فجر و شهدای انقلاب اسلامی داشت. در پستی دیگر مردم را تشویق به حضور در سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، کرده است و این فعالیت جمعی را «جشن» دانسته است. همچنین با انتشار تصویری از متن استفتاء از رهبری، مبنی بر وجوب عینی حضور در انتخابات، مردم را مجدد تشویق به حضور در انتخابات کرده و با بیان حفظ و تقویت نظام، مردم را به همراهی نظام دعوت کرده است. مرادی در انتقاد از تعداد بالای جان‌باختگان ناشی از کرونا، با انتشار سکansı از فیلم آخرین روزهای زمستان و دیالوگ‌های شهید حسن باقری (که از تعداد تلفات و شهدای جنگ تحمیلی انتقاد داشته)، به عدم حساسیت مسئولان به ارقام بالای تلفات کرونا، اعتراض کرده است. البته مرادی اشاره‌ای به مسئول خاصی نکرده است. مرادی سعی می‌کند در ابراز دیدگاه‌های سیاسی خود، رویکرد همراهی با کلیت نظام سیاسی ایران و کلی‌گویی را حفظ کند و به‌طور جدی وارد مقولات سیاسی نشود.

احسان بی‌آزار طهرانی در مقایسه با دیگر نمونه‌های مورد مطالعه کمتر به بیان عقاید سیاسی خود پرداخته است و تنها در یک پست، ویدئویی از مقابله نیروی انتظامی با ارادل و اوباش در سطح شهر را منتشر کرده است. او نوشت: «دوره قمه‌کشی و لات کوچه خلوت بودن به پایان رسیده است». بی‌آزار طهرانی مسئله امنیت شهری را بسیار مهم می‌داند و قائل به برخورد قدرت با این افراد برای برقراری نظم در سطح جامعه است.

به‌طور کلی، روحانیون پس از انقلاب اسلامی حضور خود را در عرصه‌های گوناگون از جمله عرصه سیاسی حفظ کرده است و یکی از مراجع فکری مهم مردمی برای رفتارهای سیاسی آن‌ها بوده است؛ اما اظهارنظرهای سیاسی روحانیون در شبکه‌های اجتماعی، پیش از آنکه دغدغه‌های سیاسی را در کانون توجه قرار دهد، خود سوژه‌ها را در این کانون قرار می‌دهد؛ و دغدغه‌های سیاسی، ابژه‌ای برای نمایش آن‌ها می‌شود؛ آن‌ها با بیان اعتراضات و انتقادات خود از

قدرت (هرچند گاه کلی‌گویانه یا تلویحی)، رویکرد مطالبه‌گرایانه اتخاذ کرده‌اند. این شیوه از قرارگیری در موضع انتقادی در برابر قدرت، بستر نمایشی شدن و بهتر دیده شدن آن‌ها را ایجاد یا تقویت می‌کند.

۲. بازنمود همراهی با سلبریتی‌ها

روحانیون مورد مطالعه برای بازنمود خود در اینستاگرام از تصاویرشان در کنار سلبریتی‌ها یا تصاویری درباره سلبریتی‌ها استفاده کرده‌اند. منظور از سلبریتی‌ها اشخاصی هستند که به واسطه فعالیت‌های تخصصی مانند هنر، ورزش، سیاست و... به شهرت رسیده‌اند و برای تداوم شهرت خود، روی به فعالیت‌های غیر تخصصی آورده‌اند (کشمور، ۱۳۹۶).

محمد رضا زائری بیشترین تعداد عکس را به‌عنوان یک روحانی در کنار سلبریتی‌ها داشته و تصاویر خود را با هشتگ مرور آلبوم منتشر کرده است. او تصویر خود را در کنار پرویز پرستویی، منتشر کرده؛ تصویر حاکی از گفت‌وگویی ساده میان دو سوژه است که با لبخندی از پرویز پرستویی همراه است.



عکس ۳) پست محمد رضا زائری در کنار پرویز پرستویی

پست دیگری با انتشار عکس او در کنار رضا کیانیان است که زائری با لباس معمولی در کنار او قرار گرفته و هردو در حال خنده هستند. پس‌زمینه این عکس، کتابخانه‌های فلزی با کتب مجلد عربی هستند که حاکی از حضور سوژه‌ها در مجاورت کتابخانه زائری است. زائری در پست دیگری، تصویر خودش به همراه محسن تنابنده را نیز منتشر کرده است. زائری در پست دیگری با انتشار تصویر خود با اردشیر رستمی، او را فردی دوست‌داشتنی در هنر و اخلاق تعریف کرده است؛ رستمی دست برگردن زائری انداخته و هردو در حال لبخند زدن هستند. عکس دیگری همراه با سروش صحت با مضمون یادآوری خاطرات، توسط زائری منتشر شده است. زائری و صحت در نمایی کلوزآپ و با لبخند قرار گرفته‌اند که حاکی از صمیمیت بالا و ارتباط دوستانه میان آن‌هاست. در مجموع، زائری در حال نمایش ارتباطی بسیار دوستانه و مثبت با سلبریتی‌ها است.

علی بخشی نیز در دو پست، خود را در کنار سلبریتی‌ها نمایش داده است. در پست اول، او تصویر خود با علی انصاریان، فوتبالیست فقید را منتشر کرده که در خصوص فوت انصاریان بوده است. این تصویر در یک محیط ورزشی ثبت شده است. همچنین او در پستی دیگر با حضور در یک باشگاه ورزشی، تصویری از خود در کنار سید مهدی رحمتی و افرادی دیگر را منتشر کرده است. بخشی، ارتباط خود را با سلبریتی‌ها بسیار کم نمایش داده، اما مضامین تصاویر او در کنار سلبریتی‌ها، حاکی از رویکردی مثبت و ارتباطی قوی میان آن‌هاست.

همچنین علی سرلک نیز تنها در یک پست، به مرگ آزاده نامداری با انتشار عکسی سیاه‌سفید و کلوزآپ از او، واکنش نشان داده است. او در کپشن متنی را خطاب به نامداری نگاشته است و با استفاده از جملاتی مانند «یادت هست که می‌گفتم تنها راه نامداری، آزاده بودن است؟» یا «چه عقده‌گشایی‌هایی با تو نکردند» به دنبال ترسیم ارتباطی قدیمی و عمیق میان خود با او در اذهان کاربران بوده است.



Liked by m.rasul.mohammadi and 6,271 others
allsariak.ir

آزاده خانوما
حالا دیگر برده از مقابل چشمان تو کنار رفته
محفلت خیران را بنگر
بابت هست که می گفتم تنها باز نامداری، آزاده بودن است؟
آدم را آزاده که بشود، نامش به خاطر خدا می ماند
می گفتم اگر پیش خدا نامدار شویم دیگر حرف این و آن و گوشه و طعنه دیگران چه اهمیتی دارد؟
لفظ باز خودشان را سنگین می کنند و گناه ما را سبک
خاطرت هست که می گفتم خودت را رها کن از شنیدن فان فان کلاغ های که سیاه صندپشان ، می تواند شومی و افسردگی به دل بپاشد؟
و تو بردمنند و خسته می کنی از آزارشان ، خسته آن
کاه جنگل چون و نامردی و بی انصافی ، خودت را به شعله کوچک کبریت خطائی آدم ها مخصوصا اگر مشهور باشند، می رساند و آتش به
یا می کند که گرگ بیابان نبیند
آزاده خانوما!
مطمئن همان موقع که زنده بودی و گاه بداندیت می دادم ، خیلی بدهکار تو شدنت همان ها که با ابرویت بازی کردند و حتی بعضی خطای
تو را بهانه ای برای حمله به نجابت و چادر و بندداری کردند .
چه عقده کشانی ها که با تو مکرودند؟
آزاده خانوما اما تو آرام بخواب
حساب همه این حرف ها و کائنات ها و لایک ها پیش خدا معظوم است، حساب همه شان
لفظاً برای آرامش روح او قرآن بخوانیم
#آزادیو نامداری

عکس ۴) پست علی سرلک درباره مرگ آزاده نامداری

احسان بی آزار طهرانی صرفاً یک پست با تصویر خود در کنار محمدحسین پویانفر (مداح) منتشر کرده است که در نمایی مدیوم‌شات، هر دو با لبخند به دوربین خیره شده‌اند. او این تصویر را همراه با شعری درباره عزاداری اهل‌بیت (ع) منتشر کرده است.

شهاب مرادی نیز هیچ پستی در خصوص ارتباط خود با سلبریتی‌ها نداشته است و بخش کوتاهی از گفت‌وگوی خود با سروش صحت در برنامه کتاب‌باز را منتشر کرده است؛ او نیز ارتباط مثبت و همراه با لبخندی را با صحت داشته است. همچنین قسمتی از گفت‌وگوی خود در برنامه خندوانه با رامبد جوان را نیز منتشر کرده که در خصوص شکرگزاری فقرا از خداوند و تحمل در برابر سختی‌های زندگی است.

در مجموع، بازنمود همراهی روحانیون مورد مطالعه، با سلبریتی‌ها، دو کارکرد دارد؛ نخست، تقویت سیالیت رفتاری روحانیون در اذهان کاربران، به واسطه بازنمود خود در کنار سلبریتی‌ها، همراه با ارتباطی مثبت و تعاملی و دوم، سلبریتی‌ها به دلیل شهرت زیاد، شخصیت‌هایی پرنفوذ

در میان اقشاری از کاربران در شبکه‌های اجتماعی هستند که توان جهت‌دهی جریان‌های فکری این کاربران را نیز دارند؛ حضور در کنار سلبریتی‌ها می‌تواند زمینه جلب‌توجه به روحانیون در رسانه‌های اجتماعی را افزایش دهد.

۳. باز نمود فعالیت‌های ورزشی

خرده مضمون مشترک دیگری که از پست‌های روحانیون مورد مطالعه استخراج شد، باز نمود فعالیت‌های ورزشی است. پرداختن به اخبار و حواشی ورزشی، به‌ویژه در مورد ورزشکاران مشهور در پست‌های نمونه‌های مورد مطالعه، بسیار جلوه داشته است. زائری در مورد مسابقه میان کیمیا علیزاده و ناهید کیانی در المپیک ۲۰۲۰، ضمن انتقاد از مسئولان، به‌طور ضمنی، مهاجرت کیمیا علیزاده و بازی با پرچم مخصوص پناهندگان را نتیجه عملکرد مسئولان ایران دانسته است. او در این پست، عکسی از این دو بازیکن منتشر کرده که با لباس تکواندو هستند.



Liked by meghdadd.tabesh and 15,036 others

zaeri.mohammadreza

دوستی که این روزها رئیس از ایشی است، یکبار در انستای صریح از من گفت: ایراد تو این است که تلاش می‌کنی مرزها را به هم بزنی. و ما می‌خواهیم مرزها شفاف و فاصله‌ها واضح باشد!
 امروز در روزیابی دو بانوی تکواندوکار ایرانی که دلم خون و چشم گاشه اشک بود، از خود پرسیدم: آیا اکنون دوستانمان را می‌هستند و این همان چیزی است که می‌خواستند؟
 این تصویر دردناک و تلخ امروز، آیا آینه تمام‌نمای وضعیتی نبود که داریم رقم می‌زنیم؟
 سروصوت آینده کشور در فضایی که هر لحظه با سوه‌اندیز و تاش‌گری بیش از گذشته از کوبه و نفرت و بدبینی و ناامیدی و افسردگی و سرخوردگی آکنده می‌شود، چه خواهد بود؟

عکس ۵) پست محمدرضا زائری درباره رقابت کیانی و علیزاده

بخشی نیز با انتشار تصویری کلوزآپ از چهره حسن یزدانی پس از کشتی، پیروزی او در مسابقات جهانی کشتی را تلاش و مقاومت در جهت کسب مدال طلا توصیف کرده و او را قهرمان زنده خوانده است. همچنین بخشی در تصویری که همراه با سید مهدی رحمتی در یک باشگاه ورزشی منتشر کرده، کپشن تک‌کلمه‌ای «تندرستی» را نوشته و به دنبال ارائه تصویری ورزشی و از نظر جسمانی سالم از خود بوده است.

علی سرلک نیز به مسابقه علیزاده و کیانی، واکنش نشان داده و معتقد است که با وجود مهاجرت و پناهندگی علیزاده به آلمان، او نباید توسط مسئولان و مردم کنار گذاشته شود و وی را فرزند همیشگی ایران دانسته است. همچنین سرلک، ویدئویی از تیم کشتی ایران در المپیک ۲۰۲۰ منتشر کرده که بسیاری از اعضا در سالن تمرین حضور دارند و در پایان ویدئو، عبادت و نماز حسن یزدانی را نشان می‌دهد. همچنین او در پست دیگری، تصویری از خود با پیراهنی قهوه‌ای در کنار قهرمان وزنه‌برداری پارالمپیک ۲۰۲۰ و مادر شهید ژاپنی (کونیو یامامورا) منتشر کرده است. او در این پست اعلام کرده که خود و مادر شهید ژاپنی از سرپرستان معنوی کاروان پارالمپیک ایران هستند و نقش این زن را بسیار مهم دانسته است. علی سرلک با پست‌های مرتبط به اخبار روز ورزشی سعی در بازنمود عقاید خود در خصوص این‌گونه مسائل را داشته است.

شهاب مرادی نیز شب قبل از مسابقه فوتبال ایران و کره جنوبی، با انتشار ویدئویی از گلزنی علی دایی در تیم ملی ایران، کاربران را دعوت به تماشای این بخش با هاله‌ای نوستالژیک، کرده است و پیروزی تیم ملی ایران در مصاف با کره جنوبی را امری لازم دانسته تا از اندوه مردم کاسته شود. همچنین او در پست دیگری، قهرمانی حسن یزدانی در مسابقات جهانی کشتی را نیز تبریک گفته است. مرادی خود را در هنگام ورزش نمایش نداده است، و با پرداخت به اخبار روز ورزش ایران، سعی دارد پیگیری ورزش ملی را امری خاطره‌انگیز، احساسی و عامل فراغت‌های کوتاه‌مدت نمایش دهد.

احسان بی‌آزار طهرانی ویدئویی از خود در سالن بولینگ که با لباس روحانیون در کنار توپ‌های بولینگ در حال یادگیری این رشته ورزشی است؛ منتشر کرده است. او در کپشن بیان داشته که برای اولین بار، بولینگ را تجربه کرده و توانسته موفقیت زودهنگامی کسب کند. همچنین او معتقد است که روحانیون باید در میان مردم باشد و با شئون مختلف در خدمت آن‌ها قرار گیرد. او روحانیون را در قطب‌بندی مردم/روحانیون، همراه مردم دانسته؛ لذا علاقه

دارد تمام رشته‌های ورزشی را تجربه کند. همچنین در پست دیگری، ویدئویی از خود که در حال ورزش زورخانه‌ای با لباس روحانیون است؛ منتشر کرده است و در کپشن، هدف از این ورزش را لبخند همراهان او در ورزش کوه‌پیمایی دانسته است. بی‌آزار طهرانی در پست دیگری تمرین ورزش بوکس خود را با لباس ورزشی مشکی در منطقه‌ای کوهستانی منتشر کرده و در حال ترویج پویش «ورزش هر روزه به عشق یک شهید» بوده و از این طریق نیز مسابقه‌ای را برای پیوستن به این پویش تدارک دیده است. بی‌آزار طهرانی خود را یک روحانی ورزشکار می‌داند که سعی در تجربه و بازنمود انواع تجربه‌های ورزشی در اینستاگرام دارد.



عکس ۶) پست بی‌آزار طهرانی درباره حضور در باشگاه بولینگ

بازنمود دغدغه‌مندی در ورزش (خصوصاً ورزش ملی) توسط روحانیون، آن‌ها را همراه با توده مردمی می‌کند که علاقه‌مند به امور عامه‌پسندی مانند فوتبال یا مسابقات ورزشی هستند؛ فارغ از امکان علاقه‌مندی به ورزش و اخبار ورزشی، روحانیون به دنبال ایجاد این تبادل ذهنی است که مانند مردم سعی در حضور در موقعیت‌های ورزشی گوناگون دارد و علاقه‌مند به حواشی ورزشی است. این نحو از بازنمود خود، روحانیون را از محدوده دینی و دغدغه‌مند خارج می‌کند و به ابعاد شخصیتی آن‌ها در افکار عمومی سیالیت و وجهه‌ای روزمرگی را می‌دهد.

۴. بازنمود ذائقه و مصرف فرهنگی

آخرین خرده‌مضمون مستخرج از نمونه‌های مورد مطالعه، بازنمود ذائقه و مصرف فرهنگی روحانیون است. روحانیون مطالعه‌شده، با بازنمود مصرف رسانه‌ای و فرهنگی خود مانند تماشای فیلم، یا مطالعه یک کتاب، باعث ایجاد خوانشی سیال از تنوع مصرف رسانه‌ای و فرهنگی روحانیون می‌شوند.

زائری، سکانسی از یک فیلم قبل از انقلاب را که درباره حرمت ربا است؛ منتشر کرده و نوشته است: «پگم فیلم ایرانی قدیمی ببینیم؛ فکر نمی‌کردم روزی بخوام از محتوای فیلم فارسی تمجید کنم و به فیلمنامه‌نویس بگم باریکلا...». او با تمجید از این فیلم، به بانکداری فعلی ایران، اعتراض کرده و آن را بانکداری لیبرال و نه بانکداری اسلامی دانسته است. زائری در پستی دیگر با انتشار تصویر جلد کتاب «اصول و مبانی طراحی ایونت»، از کمبود منابع در حوزه فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی انتقاد کرده و مطالعه این کتاب را برای راهنمایی در این خصوص توصیه کرده است. همچنین در پست دیگر، سکانسی از سریال «قهوه تلخ» را منتشر کرده که مضمون آن شیوه نابرابر و غیرعادلانه توزیع ثروت است. او در کپشن هیچ توضیحی درباره این پست نداده است. با توجه به رویکرد انتقادی زائری، او به‌طور ضمنی از نابرابری و بی‌عدالتی در جامعه انتقاد کرده است. همچنین نماهنگی با مضمون سرزمین ایران از خواننده نوجوان مسابقه عصر جدید، پارسا خائف را منتشر کرده و در کپشن نوشته است: «من کودک توام، تو مادر منی». او در پست دیگری، سکانسی از فیلم «گشت ارشاد ۲» را بارگذاری کرده که بازیگران اصلی این فیلم در حال دستگیری توسط پلیس هستند و تمامی مشکلات کشور را به خود نسبت می‌دهند؛ زائری نیز در کپشن نوشته است: «آره، همش تقصیر ما بود! حالا خیالتون راحت‌ه؟». او در پستی دیگر، ویدئویی از اظهارنظر هوشنگ ابتهاج درباره «ربنای مرحوم شجریان» منتشر کرده و از این اثر هنری-دینی تمجید و تعریف کرده است. زائری سعی کرده با استفاده از این آثار رسانه‌ای-فرهنگی، نظر و اعتراض خود را درباره مسائل گوناگون جامعه بیان کند و نسبی‌گرایی نظری خود - از اعتراض تا تمجید - را در این پست‌ها حفظ کند.

بخشی با انتشار سکانس رقص بازیگران فیلم «جهان با من برقص» در کپشن، متنی را با مضمون همیاری مردم توسط یکدیگر در کنار عدالت‌خواهی و مبارزه با ظلم، نگاشت. همچنین در پست دیگری، سکانسی از سریال «عاشقانه» را منتشر کرد و در کپشن در خصوص رابطه میان زن، مرد، ثروت و محبت، نوشته است. او در پستی دیگر، ویدئویی از کنسرت «چارتار» را

منتشر کرده و در کپشن نیز قسمتی از شعر این موسیقی را نوشته است؛ او با درج هشتگ #آرامشم و #امام_زمان، امام زمان را مخاطب این شعر قرار داده است. بخشی، با انتشار تیزری از فیلم «مغزهای کوچک زنگ‌زده» متنی را از زاهایار استانکو در کپشن نگاشته و با انتشار این پست، مردم را توصیه به تفکر کرده است.

سرلک در پستی درباره محمدرضا شجریان، با انتشار ویدئویی از «قطعه ربا» با ذکر تکبیتی از حافظ، درباره شجریان نوشته است: «وجه هنری و فرهنگی آقای شجریان را نباید با وجه سیاسی و حزبی او درآمیخت» و به دنبال ترویج چهره‌ای ملی از ایشان در این پست است. او در پست دیگری با انتشار سکانسی از فیلم «چند می‌گیری گریه کنی؟» با مضمون قبر و مرگ، معتقد است که تفکر به مرگ، زندگی را پرتحرک و با نشاط می‌کند؛ او این فیلم را در زمان فوت بازیگر این سکانس (کریم اکبری مبارکه) منتشر کرده است. سرلک در پستی دیگر قطعه شعری از شهریار با صدای ایشان منتشر کرده؛ این شعر در وصف امام علی (ع) بوده و سرلک نیز از کاربران خواسته که جمله‌ای در وصف امام علی (ع) بنویسند. سرلک در انتخاب آثار رسانه‌ای-هنری، وجود مضامین دینی را در آن‌ها لحاظ کرده است.



از برای سحر خلق بنده چو سحر / بگردانم که بر لبی گدازم بماند
 یاد آنگوی و سحر و افسان جان فراقی را دارد، با دیدن سحر و جادوی او در سحرگاهت
 در سحرگاهان سحر از جادوی او آید که می‌جوید آن سحر را که سحر است، سحر سحر است
 سحر و سحر از برای او بود تا همیشه بر لبش آید می‌گردد
 آید می‌گردد سحر از جادوی او بود تا همیشه بر لبش آید می‌گردد
 سحر و سحر از جادوی او بود تا همیشه بر لبش آید می‌گردد

عکس ۷) پست علی سرلک درباره محمدرضا شجریان

شهاب مرادی با انتشار پوستری از فیلم «نامادری»^۱ نوشته است که با تماشای آن از شبکه نمایش، متأثر شده و اشک ریخته است. او معتقد است که نامادری در نسل‌های پیشین مردم

1 Stepmom

ایران بیشتر بوده و شرایط متفاوتی در زندگی آن‌ها ایجاد کرده است که نیازمند مهارت‌های ارتباطی-روانشناختی برای کنترل و مدیریت آن بوده است. مرادی صرفاً بازنمود مصرف فرهنگی خود را محصور به این فیلم کرده و هیچ اثر رسانه‌ای-هنری دیگری را در صفحه شخصی خود منتشر نکرده است. چنین رویکردی در صفحه احسان بی‌آزار طهران‌ی، مشاهده نمی‌شود.



عکس ۸) پست شهاب مرادی درباره فیلم نامادری

درمجموع روحانیون مورد مطالعه، از انتشار آثار موسیقایی، سینمایی و تلویزیونی، بازنمودی متنوع و چندخواره از ذائقه فرهنگی و رسانه‌ای خود ارائه کرده‌اند. از طرفی دیگر، آن‌ها از این آثار در جهت توصیه‌های اخلاقی - روانشناختی و سیاسی - اعتراضی استفاده کرده‌اند. به نظر

می‌رسد آن‌ها به این دریافت رسیده‌اند که برای حضوری فعال در شبکه‌های اجتماعی، نیازمند بازنمود امور غیردینی و توجه به آثار عامه‌پسند و جذاب رسانه‌ای-هنری هستند. در مجموع روحانیون برای شکست انگاره‌های غالب از خود، مانند رویکردهای سراسر دینی یا دغدغه‌مندی‌های مرتبط با حکمرانی و از طرفی دیگر، حفظ جایگاه خود در میان مردم با استفاده از اینستاگرام، سعی در بازنمود هویتی سیال و چندبعدی دارد؛ البته تمرکز آن‌ها صرفاً بر خودشان است و با این شیوه از بازنمود خود مانند حضور در کنار سلبریتی‌ها، مصارف فرهنگی، فعالیت و دغدغه‌های ورزشی و اظهارات سیاسی، جایگاه نهاد روحانیون را برای مردم تغییر نمی‌دهند؛ بلکه خود را از این نهاد مستثنی کرده و با توده کاربران اینستاگرام، خود را همراه می‌کنند. از جا کندگی روحانیون از نهاد حوزه و قدرت و هویت‌یابی به‌واسطه موارد مذکور، شخص روحانی را به فردی دارای روزمرگی‌های مهم تبدیل کرده که به‌واسطه جایگاه و انگاره‌های عمومی و پیشینی از نهاد روحانیون، امکان جلب توجه بیشتر را برای خود ایجاد می‌کند.

گذار روحانیون اینستاگرامی از حریم خصوصی به محیط نمایشی

مضمون دیگری که از صفحات مورد مطالعه استخراج شد، گذار روحانیون از حریم خصوصی خود و میل به محیط نمایشی بوده است. روحانیون مطالعه‌شده همانند بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی که سعی در بازنمود زندگی روزمره خود و وقایع مرتبط با آن دارند، به‌شیوه‌ای خودآگاه یا ناخودآگاه در تلاش برای بازنمود زندگی خصوصی خود هستند و آن را تبدیل به محیطی نمایشی کرده‌اند. «بازنمود منزل» و «خود غیرروحانی» دو شکل مشترک تلاش روحانیون مورد مطالعه برای تبدیل حریم خصوصی به محیطی نمایشی بوده است.

۱. بازنمود منزل

روحانیون مورد مطالعه سعی در بازنمود منازل خود در اینستاگرام داشته که قسمتی از آن با انتشار تصاویر خود در منزل، همراه با دیگران بوده و قسمتی دیگر با انتشار ویدئو از خود در محلی خاص از خانه است. آنچه در منازل آن‌ها اهمیت نمادین پیدا می‌کند، وسایل محیطی آن است که دلالت بر معانی خاصی دارد.

محمدرضا زائری سعی در نمایش «اتاق مطالعه» خود در اینستاگرام دارد. این اتاق در حکم محل ملاقات‌های او با دیگران نیز است. او در پستی، تصویری از خود همراه با محمدرضا شهیدی‌فرد و احسان عبدی‌پور در این اتاق منتشر کرده است. زائری با پیراهنی سرمه‌ای در

حال گفت‌وگو است و پشت سر آن‌ها کتابخانه‌های فلزی و متعدد، نما را اشباع کرده است. او همچنین تصویری از خود و رضا کیانیان نیز در این اتاق گرفته شده است که زائری با لباس غیرروحانی در کنار کیانیان جلوی کتابخانه قرار دارد. زائری در پستی دیگر، ویدئویی از کتاب‌های روی میز اتاق مطالعه را منتشر کرده است. وجه مشترک نمایش این بخش از منزل او کتاب‌ها هستند که بخش عظیمی از نما را به خود اختصاص داده است.

بخشی با انتشار ویدئویی از خود در حال خواندن شعر، مخاطبان را با فضای خانه‌اش آشنا می‌کند. او با پیراهن سفید و آستین‌های قرمز در کنار تلفنی قدیمی که بر دیوار نصب شده، در برابر دوربین حاضر شده است. چراغ‌های حبابی شکل و نارنجی نیز اتاق را روشن کرده‌اند؛ این بخش از خانه، دیوارهای توسی دارد و پشت سر سوژه تابلوی بزرگ نامشخصی بر دیوار نصب شده است. اما بخشی در ویدئوی دیگری که از خود منتشر کرده، پشت سر او قابی سفید بر دیوار نصب شده که نقاشی از چهره اوست که با سایه‌روشن، کشیده شده است. بالای سر او شاهد چراغ‌های حبابی شکل هستیم. بخشی، با بازنشر لایو خود قسمتی دیگر از منزل خود را نمایش می‌دهد. او در این لایو با لباس روحانیت اما با رنگ طلایی در حال گفت‌وگو درباره «یک ایدئولوژی انسان‌گریز» است. پشت سر او قفسه چوبی و سمت راست او در طبقه بالایی قفسه، کتاب قرآن جیبی و سمت چپ او ادکلن‌های مورد استفاده او، قرار گرفته است. در لایو دیگری از او درباره «ستایش بانوان مظلوم» که دقیقاً در موقعیت لایو قبلی است، شاهد تغییر در تعداد ادکلن‌های بخشی و اضافه شدن ساعت شنی دکوری و کوچک در طبقه بالایی قفسه چوبی هستیم. بخشی سعی دارد تصویری لوکس از منزل خود نمایش دهد. همچنین او سعی کرده در نمایش منزل، حضور سوژه را لحاظ کند و بسیار مشتاق است که بخش‌های مختلف منزل خود را به‌طور غیرمستقیم به کاربران نمایش دهد.



عکس ۹) پست علی بخشی درباره یک ایدئولوژی انسان‌گریز در منزل خویش

سرلک نیز در پست‌های مختلفی از خود در بالکن منزلش، ویدئو گرفته است و ما را با فضای بالکن و بیرون از خانه خود آشنا می‌کند. بالکن او مملو از گیاهان گوناگون است که سرلک بعضاً از آن برای پس‌زمینه ضبط ویدئو استفاده می‌کند. از طرف دیگر، او در پست‌هایی در خصوص شیوه کاشت و ثمرات گیاهانش، ویدئوهایی را منتشر کرده است. نمایش بالکن توسط شخصی روحانی در اینستاگرام، زندگی روزمره او را تبدیل به امری نمایشی می‌کند و با تمرکز بر گل و گیاهان منزل، بر بازنمودی مبتنی بر طبیعت دوستی و لطافت طبع او تمرکز دارد.

شهاب مرادی با انتشار تصویری از منزل خود که دیوارهایی پوشیده از کاغذدیواری‌های گلی، فرش، بالش‌های کوچک، زمین پارکت‌شده، که اشعه‌هایی از نور خورشید این نما را تبدیل به سایه‌روشن کرده است؛ در کپشن نوشته است که بعد از نماز ظهر با تماشای این نما یاد خاطرات کودکی کرده و حس نوستالژیکی برای او ایجاد شده است. مرادی در حال نمایش خانه خود است، درحالی‌که هیچ فایده‌ای برای مخاطبان نخواهد داشت و باعث شکست حریم خصوصی او و جایگاه روحانی خویش در برابر مخاطبان است. احسان بی‌آزار طهرانی از محیط خصوصی و منزل خویش هیچ‌گونه تصویر و ویدئویی را منتشر نکرده است.



تصویر ۱۰) پست شهاب مرادی با نمایی از منزل خویش

به‌طور کلی روحانیون مورد مطالعه از نمایش منزلشان در بازنمود خود استفاده کرده‌اند؛ آن‌ها با نمایش لوازم و عناصر مختلف خانه، طبقه، سلیقه و عادتواره^۱ (بوردیو، ۱۳۹۹) خود را برای کاربران تعریف می‌کنند و امکان جلب توجه بیشتر را از طرف مخاطبان دریافت می‌کنند.

۲. بازنمود خود غیرروحانی

روحانیون مورد مطالعه سعی در بازنمود خود غیرروحانی را نیز داشتند؛ منظور از خود غیرروحانی، بازنمود روحانیون از خود با پوشش غیر از لباس روحانیون است. محمدرضا زائری پست‌های زیادی را با پوشش غیرروحانی منتشر کرده است. او در جهت مرور خاطرات، تصویری از خود با لباس دانش‌آموختگی در دانشگاه قدیس یوسف را منتشر کرده است که در جشن

دریافت دانشنامه دکتری شرکت کرده است. همچنین تصویر دیگری را از خود با کتوشلوار در کنار هم کلاسی‌های دکتری خویش، منتشر کرده است. هم‌کلاسی‌های او که از کشیشان مسیحی بودند با لباس مخصوص کشیش‌های مسیحی در کنار زائری قرار گرفته‌اند. زائری تصویر دیگری از خود را همراه با پیام فضلی‌نژاد و ناصر نقویان منتشر کرده است که در حال تماشای منظره‌ای هستند؛ هر سه با پوشش پیراهن و شلوار ساده هستند. همچنین زائری در تصاویری که در اتاق مطالعه خود حضور داشته است، با پوششی غیر از لباس روحانیون حاضر شده است. زائری سعی کرده است بخشی از بازنمود مرور خاطرات خویش در اینستاگرام را با پوششی عادی (غیرروحانی) انجام دهد.

بخشی نیز پست‌های متعددی در لباسی غیر از روحانیون از خود منتشر کرده است. او در پستی با تبریک عید، تصویری از خود در سالن پیرایش منتشر کرده است. او با پیراهن سفید با آستین‌های سفید-مشکی شلوار سرمه‌ای، پس از اصلاح در مقابل دوربین، همراه با لیوان چای و قند، ایستاده است. از تصویر او مشخص است که از مدل موی «دور سفید» پیروی کرده است. محیط پشت سر او که نیمه‌محو است، آینه‌هایی لوزی‌شکل بر دیوار آن نصب شده و آرایشگر مشغول کار است. بخشی، در پست دیگری با تصویری از خود شلوار کتان سبز، اورکت «آمریکایی» سبز و کلاه قهوه‌ای بر سر، تسبیح «شاه‌مقصود» و انگشتر عقیق به دست، منتشر کرده است. او بر روی صندلی قرمزی نشسته و در حال گفت‌وگو با فرد دیگری است. بخشی، پست دیگری را با پیراهن آستین‌کوتاه از خود منتشر کرده است؛ او که در یک‌سوم راست تصویر قرار دارد، تسبیح قرمز-مشکی رنگی را بر گردن خویش انداخته و به دوربین نگاه می‌کند. پشت او نمایی از خانه مشهود است که در انتهای آن، توسط پارتیشن‌هایی پوشانده شده است. او در کپشن نیز نوشته است: «رفیق جان! برای پیاده‌ها هیچ خیابانی یک‌طرفه نیست». همچنین در تعدادی از لایوهای خود در منزل خویش، با پیراهن‌های آبی و سفید رنگ ظاهر شده است. بخشی، بسیار به دنبال ساخت هویتی غیرروحانی به موازات بر ساخت هویت روحانی خود است. همچنان او با استفاده از مدل موی خاص، پیراهن‌های رنگی، گردن انداختن تسبیح و پیراهن آستین‌کوتاه، به‌طور ضمنی در حال انتقال این پیام است که با جریان پوشش و مد روز، همراه است.



عکس (۱۱) پست علی بخشی با تصویری از خود

سرلک در پست‌های معدودی با تیشرت‌های خانگی، پیراهن‌های یقه‌آخوندی، و بلوز سرمه‌ای در منزلش، ویدئوها و تصاویری را از خود منتشر کرده است. او در این پست‌ها در خصوص مسائل گوناگونی مانند سازمان صداوسیما، تخلفات در انتخابات ریاست جمهوری، مناظره با رئیس‌جمهوری سابق و... صحبت می‌کند. او با انتشار این‌گونه تصاویر از خود درصدد گشودن مسیر ورود مخاطب به حریم خصوصی و خود غیرروحانی اوست. او آن جنبه و وجهه اجتماعی خود را از این طریق کم‌رنگ و سعی کرده جنبه خصوصی و غیراجتماعی خود را نمایشی‌تر کند.

احسان بی‌آزار طهرانی که در پستی با لباس روحانیون در حال ورزش زورخانه‌ای بود، ویدئویی از حضور خود در زورخانه و ورزش با لباس زورخانه‌ای منتشر کرده است؛ او تی‌شرت مشکی بر تن دارد و چفیه نیز بسته است. همچنین او در پستی که مشغول ورزش رزمی در یکی از ارتفاعات تهران است با پوشش گرم‌کن و کلاه و کتانی در مقابل دوربین در حال تمرین است. همچنین ویدئویی از تمرین بوکس خود را در یکی از سالن‌های تمرین منتشر کرده که با شلوار و تی‌شرت توسی در حال مبارزه با مربی خود است. او در کپشن با انتشار این ویدئو روز جهانی بوکس را تبریک گفته است. بی‌آزار طهرانی سعی کرده است تنها پوشش غیرروحانی خود را هنگام فعالیت‌های ورزشی نمایش دهد. به‌عبارتی، او هویت غیرروحانی خود را به بازنمود ورزش محدود کرده و سعی در انتشار آن و تشویق مردم به ورزش دارد. شهاب مرادی هیچ‌گونه

تصویری در لباس غیرروحانی از خویش نمایش نداده است و چهره اجتماعی خود را صرفاً با استفاده از لباس روحانیون باز نموده است.



عکس (۱۲) پست بی‌آزار طهرانی با تصویر خویش در لباس زورخانه‌ای

در مجموع روحانیونی که سعی در باز نمود منزل یا شخصیت غیرروحانی خود داشتند، در اینستاگرام به نمایش جنبه‌هایی از زندگی خصوصی و شخصی خود پرداخته‌اند و بخشی از محیط زندگی شخصی خود را به محیطی نمایشی برای کاربران اینستاگرام تبدیل کرده‌اند.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، باز نمود امر غیردینی توسط ۵ نفر از روحانیون شیعه در اینستاگرام مطالعه شد. تحلیل یافته‌ها نشان داد آن‌ها سعی در باز نمود خود در زمینه‌های اجتماعی خاص و نیز باز نمود حریم خصوصی زندگی خود در صفحات اجتماعی داشته‌اند. تحلیل‌ها نشان داد که روحانیون در جنبه‌های گوناگون، هویتی «سیال» را از خود باز نموده‌اند. به طور مشخص آن‌ها در باز نمود نگرش‌های سیاسی خود و همراهی با سلبریتی‌ها، و نیز باز نمود فعالیت‌های ورزشی و مصرف فرهنگی خود به دنبال برساخت چنین تصویری بوده‌اند. آنچه در این میان قابل توجه است تغییر تدریجی جایگاه روحانیون به مثابه مهم‌ترین مرجع فکری مردم در دوره‌های پیشین بوده است که امروزه با تکثر یافتن منابع بسیار فراوان رسانه‌ای، از جمله گسترش شتابان رسانه‌های

اجتماعی، وضعیت متفاوتی یافته است. در چنین وضعیتی روحانیون نیز برای حفظ و تداوم مرجعیت خود بسیار تلاش کرده‌اند که ورود برخی از آن‌ها به ویژه شماری از روحانیون جوان‌تر به اینستاگرام نیز از همین منظر، قابل ملاحظه است. مسأله اساسی بروز یافته در این رویکرد روحانیون، اقتضائات خاص ارتباطات انتقالی نوین از طریق رسانه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام است. تغییر معیارهای مرجعیت در این رسانه و شکل‌گیری ارتباط در مدل توجه‌محور، آن‌ها باید رویه‌های خودابرازی خویش را با معیارهای اینستاگرام، تطبیق دهند تا امکان دستیابی به مخاطبان گسترده‌تر را داشته‌باشند. لذا بازنمود سیالیت روحانیت در نسبت با وقایع پیرامون خویش در ابعاد اعتقادی و رفتاری، الگوهای معمول از جایگاه روحانیون را دگرگون می‌کند؛ بر این اساس، برخی از روحانیون صرفاً به اموردینی نمی‌پردازند و سعی در بازنمود امور غیردینی، در اینستاگرام دارند. مضامین استخراج یافته نشان داد که آن‌ها سعی در پرداختن به امور عامه‌پسند مانند برخی ورزش‌های پرطرفدار (به ویژه فوتبال)، همراهی با سلبریتی‌ها، فرهنگی (فیلم و موسیقی) و عقاید سیاسی (اعتراضی) دارند؛ این شیوه از پرداخت، همراه با واکنش به برخی وقایع روز جامعه؛ لذا شاهد عبور از بازنمود دغدغه‌مندی دینی توسط روحانیون به بازنمود امور غیردینی و ساخت هویتی سیال (نسبت به دیگر روحانیون) برای کسب توجه بیشتر، هستیم. همچنین روحانیون برای بازنمود امر غیردینی به حریم خصوصی خود نیز ورود کرده‌اند. به عبارت دیگر، «گذار روحانیون اینستاگرامی از حریم خصوصی به محیط نمایشی» رخ داده است. روحانیون به واسطه نمایش منزل خویش، محیط خصوصی خود را تبدیل به عرصه نمایشی کرده‌است. اگرچه آن‌ها به‌طور مستقیم و آشکارا تلاشی برای آشنایی کاربران با زندگی خصوصی خود نداشته‌اند، اما به‌طور ضمنی، با نمایش ایزه‌های محیطی، توجه کاربران را جلب کرده‌اند. از طرفی دیگر، آنچه به‌طور بدیهی از حضور اجتماعی و ارتباطی روحانیون در اذهان وجود دارد، همراه با لباس روحانیون است؛ اما نمونه‌های مطالعه‌شده سعی در بازنمود خود غیرروحانی با پوششی معمولی نیز دارند؛ این شیوه از نمایش خود علاوه بر اینکه نشان از معمولی‌بودگی روحانیون و مانند مردم بودن، است، دال بر نمایش جنبه‌ای از حریم خصوصی روحانیون دارد که اکنون در حال نمایشی شدن است. در مجموع، در اجرای این راهبرد ارتباطی، روحانیون برای نمایش امر غیردینی نیاز به نمایش آن امر در بهترین شکل ممکن، دارد و صرفاً به نمایش جنبه‌هایی از خویش می‌پردازد که توجه بیشتری را از سوی کاربران دریافت کند. حضور روحانیون در بستری شهرت‌آفرین مانند اینستاگرام و تلاش برای

کسب توجه بیشتر، باز نمود امر غیردینی به مثابه ابژه‌ای را در بستر فرهنگ شهرت قرار داده و روحانیون مطالعه شده را به مثابه افرادی در طلب شهرت بیشتر قرار می‌دهد؛ امری که حتی در ادبیات دینی نیز نکوهش شده است.^۱ روحانیون نمایشی با قراردادن خود در مرکز توجه، ساختار ارتباطی توجه، شهرت‌زایی را درونی کرده و به عبارتی، به مخالفت عملی با اندوخته‌های فرهنگی - دینی خود پرداخته‌اند.

همچنین در خصوص نسبت این شیوه از باز نمود با فرهنگ شهرت می‌توان گفت نمونه‌های مورد مطالعه بر اساس برگزاری منبرهای سخنرانی گوناگون یا حضور در تلویزیون، شهرت کسب کرده‌اند و اکنون رو به اینستاگرام آورده تا شهرت بیشتر خود را تقویت کنند و جایگاه مرجعیت فکری را از دست ندهند. این رویکرد برخی روحانیون با تعریف از سلبریتی، مبنی بر اینکه سلبریتی یعنی شخص مشهوری که توجه به زندگی شخصی وی بیشتر از کارهایی است که به واسطه‌ی آن‌ها مشهور شده است (Stever, 2019) مطابق است. مضامین مستخرج در این پژوهش نیز حاکی از شباهت کنش‌های اینستاگرامی آن‌ها با دیگر سلبریتی‌هاست. همچنان که سلبریتی‌ها در مدل ارتباطی توجه‌محور، متوسل به هرکاری می‌شوند و به دنبال باز نمود زندگی روزمره، اظهار نظرهای گوناگون و باز نمود حریم خصوصی خویش هستند، برخی از روحانیون نیز سعی کرده‌اند با باز نمود سیالیت عقیدتی و رفتاری خود مانند اظهار نظرهای گوناگون انتقادی در مورد وقایع روز، نمایش فعالیت‌ها و دغدغه‌های ورزشی، ابراز علاقه به تولیدات فرهنگ پاپ و عامه‌پسند، نمایش ارتباط خود با سلبریتی‌ها و از طرفی دیگر، نمایش منزل و احوال شخصی صرفاً به شهرت کسب‌شده‌ی پیشینی خود اکتفا نکنند و درصدد افزایش شهرت خود از طرق گوناگون دیگر باشند. مرکز ثقل فرهنگ شهرت در جایگزینی توجه نسبت به بسیاری از شئون اجتماعی است؛ به عبارت دیگر، آنچه برای روحانیون مورد مطالعه هدف قرار گرفته، امر دینی نیست بلکه افزایش توجه بیشتر و دستیابی به شهرت آنلاین است؛ لذا نمایش و هرچه بهتر دیده شدن ارزش پیدا می‌کند و در این هنگام روحانیت نمایشی به وجود می‌آید. در نتیجه، در صورت تشدید چنین رویکردی در میان روحانیون (که بسیار محتمل به نظر می‌رسد)، به تدریج باید شاهد شمار روزافزون روحانیون علاقه‌مند به کسب شهرت و توجه بیشتر به واسطه باز نمود خود و امور غیردینی بود.

منابع

- آیدین، ک. (۱۳۹۸). *سلبریتی اینترنتی*. (ا. شاه‌قاسمی، مترجم) تهران: انتشارات سوره مهر.
- باهنر، ن. (۱۳۸۶). *رسانه‌ها و دین؛ از رسانه‌های سنتی تا تلویزیون*. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- بوردیو، پ. (۱۳۹۹). *تمایز؛ نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. (ح. چاوشیان، مترجم) تهران: انتشارات ثالث.
- تامپسون، ج. ب. (۱۳۹۶). *رسانه‌ها مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها*. (م. اوحدی، مترجم) تهران: انتشارات سروش.
- دونزباخ، و. (۱۳۹۸). *فلسفه ارتباطات*. (ا. شاه‌قاسمی، مترجم) تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- شلدون، پ. (۱۳۹۶). *رسانه‌های اجتماعی؛ اصول و کاربردها*. (ح. حسنی، مترجم) تهران: انتشارات ثانیه.
- فلیک، ا. (۱۳۹۹). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. (ه. جلیلی، مترجم) تهران: نشر نی.
- کشمور، ا. (۱۳۹۶). *فرهنگ شهرت*. (ا. شاه‌قاسمی، مترجم) تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- گافمن، ا. (۱۳۹۶). *نمود خود در زندگی روزمره*. (م. کیانپور، مترجم) تهران: نشر مرکز.
- گیویان، ع. (۱۳۸۷). *ارتباطات آیینی؛ از گفت‌وگوهای روزمره تا جشن‌های رسانه‌ای شده*. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- لافی، د. (۱۳۹۶). *موضوعات کلیدی در نظریه رسانه‌ها*. (ی. نوربخش، مترجم) تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- معتمدی، ب. (۱۳۹۵). *مطالعه رویکردهای تعامل دین و تصویر در برنامه‌های دینی سه دهه تلویزیون ایران*. رساله دکتری دانشگاه تهران.
- مک کوایل، د. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*. (پ. اجلالی، مترجم) تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- وارد، پ. (۱۳۹۹). *خدایان بدکردار: رسانه‌ها دین و فرهنگ شهرت*. (ا. شاه‌قاسمی، مترجم) تهران: انتشارات سوره مهر.
- ون لون، ی. (۱۳۹۱). *تکنولوژی‌های رسانه‌ای از منظر انتقادی*. (ا. علیقلیان، مترجم) تهران: انتشارات همشهری.
- ABIDIN, C. (2018). *INTERNET CELEBRITY; Understanding Fame Online*. Bingley: Emerald.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 77-101.

- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Thousand Oaks: Sage.
- Campbell, H. A. (2016). Surveying theoretical approaches within digital religion studies. *New Media & Society*, 15-24.
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual*. New York: Pantheon.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Blackwell: Oxford.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. E. (2013). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 1-12.
- Rojek, C. (2012). *Fame Attack: The Inflation of Celebrity*. London: Bloomsbury Academic.
- Stever, G. (2019). *The psychology of celebrity*. New York: Routledge.
- Whiteside, B., & Kelly, J. (2015). The presentation of self in the classical ballet class: dancing with Erving Goffman. *Research in Dance Education*, 1-14.
- Abidin, C. (2020). *Internet Celebrity; Understanding Fame Online*. (E. Shahghasemi Trans.). Tehran. Iran: Sourey-e Mehr. (In Persian)
- Bahonar, N. (2008). *The Media and Religion; from Traditional Media to Television*. Tehran. Iran: Markaz-e Tahqiqāt-e Sedā va Simā-ye Jomhuri-ye Eslāmi-ye Iran. (In Persian)
- Bourdieu, P. (2021). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. (H. Chvovshian Trans.). Tehran. Iran: Sales. (In Persian)
- Cashmore, E. (2017). *Celebrity/ Culture*. (E. Shahghasemi Trans.). Tehran. Iran: RICAC. (In Persian)
- Donsbach, W. (2020). *The International Encyclopedia of Communication*. (E. Shahghasemi Trans.). Tehran. Iran: Elmi- va Farhangi. (In Persian)
- Flick, U. (2021). *An introduction to qualitative research*. (H. Jalily Trans). Tehran. Iran: Ney. (In Persian)
- Goffman, E. (2016). *The Presentation of Self in Everyday Life*. (M. Kianpour Trans.). Tehran. Iran: Markaz. (In Persian)
- Laughey, D. (2018). *Key themes in media theory*. (Y. Nourbakhsh Trans.). Tehran. Iran: Elmi- va Farhangi. (In Persian)
- McQuail, D. (2004). *Mass Communication theory, An Introduction*. (P. Ejlali Trans.). Tehran. Iran: Markaze Motalet va Tahghighate Resanha. (In Persian)
- Moatamedi, B. (2017). *The Study of the Religion and Image Interaction in recent Religious Iranian T.V Programs*. Ph.D Thesis. The University of Tehran. (In Persian)
- Rothenbuhler, E.W. (2009). *Ritual Communication: from Everyday Conversation to Mediated*. (A. Givian. Trans.). Tehran. Iran: Imam Sadiq. (In Persian)
- Sheldon, P. (2018). *Social Media: Principles and Applications*. (H. Hasani Trans.). Tehran. Iran: Sanyeh. (In Persian)

- Thompson, J. (2018). *Media and Modernity A Social Theory of the Media*. (M. Ohadi. Trans.). Tehran. Iran: Soroush.. (In Persian)
- Van Loon, J. (2017). *Media Technology: Critical Perspectives*. (A. Aligholian Trans.). Tehran. Iran: Hamshahri. (In Persian)
- Ward, P. (2017). *Gods Behaving Badly :Media, Religion, and Celebrity Culture*. (E. Shahghasemi Trans.). Tehran. Iran: Sourey-e Mehr. (In Persian)