



Research Paper

The netnographic-semantic analysis of gender space in Iran's virtual social networks

Mohammad Saeed Zokaei¹, Simin Veisi^{2*}

¹ Professor, Department of Cultural Studies, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

² Ph.D. in Cultural Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author).



10.22034/scart.2023.138801.1288

Received: March 2, 2023

Accepted: November 1, 2023

Available online: March 20, 2024

Keywords:

gender, gender discourse, gender space, power discourse relationship, gender mechanisms.

Abstract

The Iranian virtual space has had an impact on the discourse relations between the two sexes. This research aims to investigate the gender space that governs the Iranian virtual space, including definitions and meanings, the discursive relationship of power and the symbolic forms of the relationship between the two sexes through virtual ethnography and semiotic and thematic analysis. The findings indicate the importance of sexual and erotic aspects between the two sexes and the emergence of generalized intimacy. Gender relations are unequal at the power discourse level. Men have different mechanisms against masculinity crisis which include the rejection of new changes and the stabilization of women in the form of sensitive beings, the creation of a new face of masculinity, as well as the use of previous mechanisms as don juanism and jealousy. Although women have resistances in the form of Female self-discoveries, they ultimately by taking refuge in modernity/decency, being sensitive and being love nurturerer, passively establish themselves in the face of previous stereotypes. In the semiotics of space, not only have women in their most commodified form and along with other elements of hedonistic bricolage and through compliance with luxurious object become hedonistic along with other subjects of pleasure, but also in their fantasies, despite some resistance, they seek convergence with men in recklessness and hedonism, and also consumerization and romanticizing relationships which ultimately lead to the consolidation of previous discourse relations.

Zokaei, M. S., & Veisi, S. (2024). The netnographic-semantic analysis of gender space in Iranian virtual social networks. *Sociology of Culture and Art*, 6(1), 17 – 40.

Corresponding author: Simin Veisi

Address: Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: siminveisi@gmail.com

Extended Abstract

1- Introduction:

In recent decades, Iranian virtual social networks have provided opportunities for the self-expression of different genders, as well as a possibility for boundless dialogue between the two sexes and have had an unprecedented impact on the nature of love, gender identity and sexuality. Despite the self-expression among some women, we witness the continuation of patriarchal power relations and some anti-feminist stereotypes in the network space. Due to the predominance of male mentality in the public space of society and specifically in the country's scientific community, we have witnessed inadequate reflection of women's lived experiences, objectifying and problematizing women, and neglect of discourse relations between the two sexes. Here, by designing the concept of gender space, we seek to know its triple components, including defining elements of gender relations, symbolic relations, as well as power relations governing the relations between men and women in the virtual space of Iranian society.

2- Methods:

The present study was conducted using virtual ethnography (Netnography). Sampling was purposeful and included all the pages of people who were engaged in gender self-expression or discussing sexuality on Facebook, Twitter, Instagram and YouTube in Iran. The samples were in the age range of 15 to 35 years old and were selected during one year. Also, sampling was theoretical and continued until theoretical saturation. In the semiotic analysis of the relations of the elements in the image, the rules of syntagmatic and paradigmatic relations were examined. In the thematic analysis, the themes that were simultaneously affected by the theoretical sensitivity of the previous theories and the cumulative attitude to the data, formed the starting point of data analysis which finally led to the final narrative of the gender space.

3- Results:

On the one hand, due to factors such as increasing individualism and the availability of countless sexual objects, the sexual aspect of love has become more important. The generations of the 60s, 70s and 80s, who are angry about structural failures, resort to sexual and political de-tabooization in their daily speech. We are also witnessing the spread of infatuation, which manifests itself in serial and multiple relationships between the two sexes, and has ultimately made love meaningless. We are also witnessing the phenomenon of generalized intimacy, during which people while talking about their most personal issues with the general public,

reveal secrets and the parts of the body that were previously only visible to his/her lover to everyone. Men show their anger towards the non-compliance of masculine norms and the blurring of the boundaries of masculinity in the form of bluntness, irony, and open mockery and the intensification of phallogentrism in speech. On the other hand, men are trying to create a new definition of masculinity which is a combination of hegemonic masculinity with some feminine characteristics such as beauty and emotionality, in order to deal with women's confiscation of many areas that were previously exclusive to them. In the Iranian society, in recent years, jealousy has turned from a religious, customary and private matter into a public matter, and as a result, women and their related issues have become problematized and the subject of official policies. On the other hand, by taking advantage of the ambiguous space available in social networks, Iranian don-juans express their interest towards different people secretly and indirectly to gain a feeling of power. Women use some mechanisms in a complementary way. On the one hand, due to the norms of the society, they show an innocent and decent self, and on the other hand, they show themselves as modern women by exaggerating their recklessness. Nurturing love and taking refuge in love are considered as valuable female traits: although in some cases these are challenged by women's self-discovery with the characteristics of emphasizing individuality, expertise, skill acquisition and independence, but in the end, too much emphasis on these characteristics face negative reactions from men and women.

Materialization, sexualization, and objectification of women by men have caused them to become a means of male hedonism which is seen in the concept of hedonistic bricolage which includes images in which female figures and luxurious natural landscapes and comfort items, foods and the like are placed next to each other with the same meanings. Also, because of being the object of love, people, especially women, have to turn themselves into a luxurious object with exaggerated body and gesture, which has led to constant concern about the standard of their appearance. Women emphasize emotional, dreamy and luxurious fantasies that define romantic love in a consumerist context, and men's fantasies are mainly sexual, exaggerated and based on power. The projection of fantasies has caused a kind of convergence in the fantasies of people, especially of both sexes, so that women have become inclined towards body-oriented, erotic and reckless fantasies.

4- Conclusion:

In terms of the constituent elements, the gender space in Iran has moved towards the generalization and commodification of the subject of love. Also, at

The netnographic-semantic analysis of gender space in Iranian virtual social networks.

the linguistic level, unequal power between men and women can be seen. Men seek to stabilize their power with the help of various mechanisms, from violent encounters against new forms of masculinity, stabilizing women in the form of emotional beings, and creating a new form of masculinity, to traditional mechanisms of being jealous and don juanism. The unequal relations between the two sexes have become more obvious in the symbolic dimension as the outermost layer, so that not only have women turned themselves into luxurious and hedonistic things in the most objectified way, but also in their fantasies, they seek convergence with men in hedonism and recklessness, and also consumerization and romanticization of relationships, which finally,

despite some women's resistance, lead to the stabilization of previous discourse relations.

5- Funding

As far as funding is concerned, there is none.

6- Authors' contributions

The authors have equally contributed to the writing of the article.

7- Conflict of interests

We have no conflict of interests.

تحلیل نتوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی

محمدسعید ذکایی^۱، سیمین ویسی^{۲*}

۱. استاد گروه مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

۲. دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.



10.22034/scart.2023.138801.1288

چکیده

فضای مجازی ایرانی بر روابط گفتگویی میان دو جنس تأثیراتی گذاشته است. هدف این پژوهش بررسی فضای جنسیتی حاکم بر فضای مجازی ایرانی شامل تعاریف و معانی، رابطه گفتگویی قدرت و صورت‌های نمادین رابطه میان دو جنس، از طریق قوم‌نگاری مجازی و تحلیل نشانه‌شناختی و مضمونی است. یافته‌ها نشانگر اهمیت وجوه جنسی و اروتیک میان دو جنس و نیز پدید آمدن صمیمیت عمومی‌یافته هستند. روابط میان دو جنس در سطح گفتگویی قدرت نابرابر است. مردان در برابر بحران مردانگی مکانیزم‌های گوناگونی دارند که شامل نفی صورت‌های جدید و تثبیت زنان در شکل موجودات احساس‌زده، ایجاد صورت جدیدی از مردانگی و نیز به کار بردن مکانیزم‌های قبلی دون‌ژوانیسم و غیرت‌ورزی است. زنان گرچه مقاومت‌هایی به صورت خودیابی‌های زنانه دارند اما در نهایت با پناه بردن به تجدد/مستورگی، عشق‌پروری و احساس زدگی، منفعلانه خود را در صورت‌های کلیشه‌ای قبلی تثبیت می‌کنند. در نشانه‌شناسی فضا نیز نه تنها زنان در شی‌ء‌واره‌ترین صورت، و در کنار سایر عناصر بریکولاژ هدونیستی و از طریق انطباق با امر لاکچری و در کنار سایر موضوعات لذت تبدیل به امری هدونیستی شده‌اند، بلکه در فانتزی‌های خود نیز علیرغم برخی مقاومت‌ها به دنبال همگرا شدن با مردان از نظر بی‌پروایی و لذت‌گرایی، و نیز مصرفی‌سازی و رمانتیک‌سازی روابط هستند که در نهایت به تثبیت روابط گفتگویی قبلی می‌انجامد.

تاریخ دریافت: ۱۱ اسفند ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۰ آبان ۱۴۰۲

انتشار آنلاین: ۱ فروردین ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی:

جنسیت، گفتگویی جنسیتی، فضای جنسیتی، رابطه گفتگویی قدرت، مکانیزم‌های جنسیتی

استاد: ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

* نویسنده مسئول: سیمین ویسی

نشانی: دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

پست الکترونیکی: siminveisi@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

در دهه‌های اخیر رسانه‌های جدید موسوم به شبکه‌های اجتماعی^۱ در فضای مجازی بر ماهیت عشق، هویت جنسیتی و سکسوالیته تأثیرات بی‌سابقه‌ای گذاشتند. شبکه‌های اجتماعی مجال برای خودابرازی صورت‌های مختلف جنسیتی و نیز امکانی را برای گفتگوی بی‌حد و مرز دو جنس فراهم ساخته‌اند که پیش از این در جامعه ایرانی فراهم نبود. این جریان سویه‌های مثبتی داشته است از جمله اینکه باعث شنیده شدن صدای زنان و خرده‌فرهنگ‌های جنسیتی درحاشیه گردیده است و یا به تعبیر مؤید حکمت (۱۳۹۴) با شکل‌دهی طرح‌واره‌های متفاوت دربارهٔ سنخ‌های خاص زنان و مردان که دربرگیرندهٔ خوشه‌های متمایز از ویژگی‌هاست تا حدودی مانع استمرار کلیشه‌های جنسیتی گشته است. با وجود این، این دسترسی‌های آزادانه پیامدهای پیچیده و اغلب چالش‌برانگیزی را نیز نمایان ساخته‌اند که وجه غالب آنها تداوم روابط قدرت مردسالارانه و برخی کلیشه‌های زن‌ستیزانه در فضای شبکه‌ای است. به‌طور مثال طالبی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود نشان دادند بسیاری از کلیشه‌های جنسیتی در فضای مجازی ایرانی در قالب جوک‌ها بر ساخت می‌شوند. ذکایی و ویسی (۱۳۹۹) نیز به بازتولید خشونت کلامی از طریق دشنام‌های جنسیتی در فضای مجازی اشاره کردند. به‌دلیل متن‌محور بودن و حاکم بودن زبان معیار در این فضا زنان و سایر گروه‌های جنسیتی که مطابقت کمتری با مرد مرکز نشین طبقه متوسط غالب و سرمایه‌نمادین ناشی از آن دارند، در حاشیه قرار گرفته و یا مجبور به تن دادن و استفاده از چنین زبانی که فاقد امکانات لازم برای بیان تجربیات زیسته‌شان است، شده‌اند.

وجود مسائل ساختاری نسلی و خصوصاً حضور جوانان به عنوان مهم‌ترین افراد فعال در فضای مجازی نیز باعث بغرنج‌تر شدن این فضا گردیده است. در این میان اگرچه برخی زنان و خرده‌فرهنگ‌های جنسیتی توانسته‌اند ابتکار عمل را در دست گرفته و به خودابرازی خویش دست بپزدانند، اما فضای حاکم باعث تن دادن آنها و خصوصاً زنان به کلیشه‌های مورد نظر عرف و قانون رسمی شده و در نهایت افراط در خودابرازی و در نتیجه خودابژه‌سازی بیش از حد آنان را به دنبال داشته است. این مسأله نه تنها رنج بیش از حد زنان برای ایجاد و بازتولید این صورت‌های افراطی را موجب گردیده، بلکه باعث شده است به جای اینکه بتوانند بدیل‌های درستی برای زنانگی‌های پیشین ارائه کنند، در نهایت صورت‌های متنوعی از زنانگی مورد نظر جامعه سنتی و مردسالار را ایجاد کنند.

پیش از تحولات اخیر در جوامعی همچون ایران که تابوهای شدید فکری، اجتماعی و قانونی بر آنها حاکم است، افراد تنها در صورت ازدواج و یا برقراری روابط با جنس مخالف در خفا افراد می‌توانستند به بیان ذهنیات شامل آرزوها، امیدها، ترس‌ها، رنج‌ها و خواسته‌هایشان از جنس مخالف، با تعداد معدودی از افراد غیرهمجنس سخن بگویند. مشاهدات نشان می‌دهند که امروزه افراد به واسطهٔ حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به شناسایی افراد غیرهمجنس، فارغ از هرگونه ترس، محدودیت و مخاطرات دنیای واقعی بپردازند، اما باید دید این صورت‌های جدید چه آثاری را برای رابطهٔ گفتمانی میان دو جنس در جامعه ایرانی فراهم آورده است.

پژوهش‌های پیشین همچون حاتمی و مذهبی (۱۳۹۰)، نیکخواه قمصری و منصوریان راوندی (۱۳۹۳) و رهبرمهرپو و همکاران (۱۳۹۷) بر تأثیر فضای مجازی و به‌طور خاص شبکه‌های اجتماعی بر روی شکل‌گیری هویت جنسیتی در سطح فردی تأکید داشته‌اند اما به بُعد جمعی آن نپرداخته‌اند. غلبهٔ ذهنیت مردانه بر فضای عمومی جامعه و به‌طور خاص جامعه علمی کشور و وجود کلیشه‌های جنسیتی سبب انعکاس ناکافی تجربیات زیستهٔ زنان جامعه شده است. پژوهش‌های صورت‌گرفته با موضوع رابطهٔ میان دو جنس، عموماً محدود به بررسی یکی از دو جنس و به‌طور خاص زنان (و ابژه‌سازی زنان و مسأله‌آمیز کردن آنان) بوده است و به بیان دقیق‌تر با بی‌توجهی به روابط گفتمانی میان دو جنس صورت گرفته‌اند. با توجه به خلاء موجود در بررسی روابط گفتمانی میان دو جنس در فضای مجازی و با الهام از نگرش گفتمانی ریوین کانل در کتاب جنسیت و قدرت (۱۹۸۷) به بررسی رابطهٔ گفتمانی میان دو جنس به‌صورت نظری و تجربی در فضای مجازی ایرانی خواهیم پرداخت.

ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

مراجعه به متون (نوشتاری و تصویری) ارزیابی و گفتگویی میان دو جنس در فضای شبکه‌های اجتماعی داده‌های ازپیش‌موجودی را که حاصل خودابرازی جنسیت‌ها و گفتگوی آزادانه و فارغ از هرگونه قید و بند اجتماعی و در نتیجه خودسانسوری است فراهم می‌کنند. تحلیل دقیق آنها از طریق کدگذاری و مقوله‌بندی موجب شناخت ساختارهای گفتگویی روابط میان زنان و مردان و سایر اقلیت‌های جنسیتی و کشف بسیاری از تضادها و چالش‌های روابط میان دو جنس در بستر جامعه ایرانی با همه پیچیدگی‌های آن می‌شود. در این پژوهش به دنبال این هستیم که با طرح مفهوم «فضای جنسیتی» به این پرسش اساسی بپردازیم که اجزای سه‌گانه آن شامل عناصر تعریف‌کننده روابط جنسیتی، روابط نمادین و نیز روابط قدرت حاکم بر مناسبات مردان و زنان در فضای مجازی ایرانی چه ویژگی‌هایی دارند؟

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱: پیشینه تجربی

راس (۲۰۰۵) پژوهشی با عنوان «تایپ کردن، انجام دادن و بودن: سکسوالیته و اینترنت» انجام داد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اینترنت به عنوان یک بازار جنسی، با جایگزین کردن امر واقعی با امر نمادین نقش مهمی را در فرهنگ جنسی به‌طور کلی و بر ساخت اجتماعات جنسی خصوصاً در جایی که رفتار یا هویت جنسیتی انگ خورده است، دارد.

پاسکو (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «منابع و مخاطرات: سکسوالیته جوانان و کاربرد رسانه‌های جدید» به دنبال بررسی هراس‌های اخلاقی است که پیرامون سکسوالیته جوانان در رسانه‌های جدید وجود دارد. یافته‌ها مؤید آن بود که گرچه فناوری‌های جدید در شیوه‌های ملاقات، دوست‌یابی و از هم‌گسیختگی و حتی فراهم ساختن منابع مهمی در مورد سلامت جنسی و هویت مهم‌اند، اما آنها اغلب نمایانگر نظم معاصر قدرت اقتصادی، نژادی و جنسیتی هستند. منابع اطلاعاتی و رابطه‌ای به‌طور یکسان در دسترس همه جوانان نیست و علاوه بر این، برخی جوانان از اقدامات ایمنی آنلاین آگاه و برخی دیگر در معرض خطرات آنلاین هستند.

زگلین و میچل (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان «استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارزیابی مفهوم‌سازی از سکسوالیته» انجام دادند. هدف این پژوهش تبدیل امر جنسی از امری شهودی به امری انضمامی و قابل بررسی است. آنها با استفاده از مدلی که سکسوالیته را ترکیبی از چرخه‌هایی همچون صمیمیت، احساس‌گری، بهداشت/رفتارهای جنسی، هویت جنسی و جنسی شدن می‌داند و با بررسی شبکه‌های اجتماعی به دنبال رسیدن به مفهوم اجتماعی از سکسوالیته بودند. نتایج نشان داد که چرخه‌ها به‌صورت نابرابری بازنمایی می‌شوند. در این فضا صمیمیت کمتر نمایش داده می‌شود و هویت جنسی بیش از حد ابراز می‌گردد.

دی ریدر و ون باول (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان «جوانان و فرهنگ رسانه‌های صمیمی: جنسیت، سکسوالیته، روابط و میل به مثابه شیوه‌های داستان‌سرایی در سایت‌های شبکه‌ای اجتماعی» به دنبال بررسی خودابرازی‌های جوانان در حوزه‌های جنسیت و سکسوالیته در فضای شبکه‌های اجتماعی بودند. آنها با بررسی نتلاگ‌ها نتیجه گرفتند که فرهنگ رسانه‌ای نشان می‌دهد که چگونه کاربران و نهادهای حاکم بر شبکه‌های اجتماعی صمیمیت را حس می‌کنند. داستان‌های صمیمی به عنوان کردارهای رسانه‌ای در شبکه اجتماعی نتلاگ، حول خلاقیت، گمنامی، اصالت، عملکرد، بریکولاژ و متون متنی بر ساخت می‌شوند.

الوتری، سالادینو و وراسترو (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان «هویت، روابط، سکسوالیته و رفتارهای مخاطره‌آمیز نوجوانان در متن شبکه‌های اجتماعی» نشان دادند شبکه‌های اجتماعی نه تنها بر جنسیت نوجوانان تأثیر می‌گذراند بلکه همچنین بر نوع رابطه‌ای که نوجوانان در اولین تجربه جنسی خود برقرار می‌کنند و از جمله عواقب خطرناک احتمالی آن مانند آزار و اذیت اینترنتی، ارسال محتوای جنسی، قبیح‌نگاری انتقامی (پخش تصاویر جنسی افراد بدون رضایت آنها)، استفاده بیش از حد از اینترنت و رفتارهای جنسی پرخطر تأثیر می‌گذارند.

1. Netlog

ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

گذشته از نگرش آسیب‌شناسانه اکثر پژوهش‌ها، برخی از آنها نظم قدرت حاکم بر فضای مجازی را شناسایی کرده‌اند و یا نشان دادند که کدام ابعاد سکسوالیته در این فضا اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند اما به دنبال این پرسش کلی نبوده‌اند که اساساً سکسوالیته در این فضا چگونه بر ساخت می‌شود و اضلاع و پیچیدگی‌های آن کدامند.

۲-۲: ملاحظات نظری

در این پژوهش با طرح مفهوم «فضای جنسیتی» به دنبال بررسی بر ساخت این مفهوم با تمامی ابعاد آن در فضای مجازی ایرانی هستیم. اولین بعد فضای جنسیتی به زعم ما، معانی و تعاریف هستند. یکی از مهمترین آنها، عشق و معانی مرتبط با آن است: عشق جنسی؛ «این نوع عشق نوعاً میان دو نفر از جنس مخالف گسترش می‌یابد اما با این حال متفاوت از تمایل جنسی و هوس جنسی است»، زیرا موضوع عشق جنسی معمولاً یک نفر است. با وجود این ممکن است با تمایل جنسی^۱ هم معنا گردد که «امکان دارد قویاً بدون ارجاع به یک شخص خاص به عنوان موضوع عشق جنسی باشد» (الیس و آباریانل، ۲۰۱۳: ۴۴۶). شیفتگی^۲؛ «شیفتگی فانتزی ایده‌آل در مورد شخص دیگر است که با آشکار ساختن منحصر به فرد بودن او ساخته می‌شود» (شف، ۲۰۱۱: ۴۸). عشق رمانتیک^۳؛ «عشق رمانتیک به افراد اجازه می‌دهد که درگیر انتخاب آزادانه یکدیگر باشند. همچنین آنها درگیر در کرداری مدرن می‌شوند که شامل تجربه و کشف لذت‌ها و ارتباطاتی در مورد خواسته-هایشان است» (سیباج، ۲۰۱۷: ۱۹). رابرت. جی. استرنبرگ اجزای عشق [کامل] را صمیمیت، شور جنسی و تعهد می‌داند (شانکار، ۲۰۱۷). با وجود این، او عشق رمانتیک را دارای دو ضلع این مثلث یعنی صمیمیت و شور جنسی می‌داند. صمیمیت را نیز به عنوان یکی از اجزای عشق رمانتیک و حتی به صورت مستقل، می‌توان از مهمترین عناصر فضای جنسیتی ایرانی دانست و مشابه با اصطلاح رابطه ناب‌گیدنر یعنی ارتباطی که «تنها از طریق رضایت کافی هر دو نفر از فردیتی که با ماندن در رابطه می‌توانند کسب کنند» ادامه می‌یابد (شاموی، ۲۰۰۳: ۱۳۹). لارنس توماس^۴ صمیمیت را خودافشایی متقابل^۵ و شکل‌گیری زنجیره اعتماد می‌داند و به گفته او می‌توان آن را به اشتراک گذاشتن چیزی دانست که دوستان باید از آن مواظبت کنند (به نقل از هلم، ۲۰۰۹).

بعد دوم فضای جنسیتی شامل روابط قدرت حاکم بر فضای جنسیتی است. به تعبیر بورديو «فضا مجموعه‌ای از موقعیت‌های متمایز و همزیستی است که نسبت به یکدیگر حالت بیرونی داشته و در ارتباط با یکدیگر از طریق روابط مجاورت یا دوری تعریف می‌شوند» (بورديو، ۱۹۹۶: ۱۱). رابطه میان عاملان اشغال‌کننده یک فضا با سایر عاملان، رابطه‌ای مبتنی بر قدرت است که بر اساس «حجم کلی سرمایه‌هایی که در اختیار دارند، در وهله دوم بر اساس ترکیب سرمایه‌ها، و در وهله آخر بر اساس وزن نسبی سرمایه در سرمایه کلی» مشخص می‌شود (بورديو، ۱۹۸۵: ۷۲۴). ترکیب سرمایه‌ها عمدتاً به شرایط انضمامی و ساختاری مربوط است اما در شکل خشونت زبانی در این فضا استمرار می‌یابد. شکل‌گیری و تدوam سرمایه جنسیتی از طریق فرایندهای زبانی که متقارن با ساختارهای کلان در جریانند اتفاق می‌افتد. بررسی‌های زبانی نشان می‌دهند که تقابل‌های زبانی معمولاً خنثی نبوده و در جهت معیارسازی یکی و دیگری‌سازی دیگری عمل می‌کنند. همانگونه که بورديو در کتاب *سلطه مردانه* (۲۰۰۲) به ما می‌گوید دوگانه‌هایی همچون زن و مرد به یک سیستم تقابل‌های دوگانه متصل می‌شوند و «آنها را با نداشتنشان در نظامی از تفاوت‌ها طبیعی‌سازی می‌کنند» (بورديو، ۲۰۰۲: ۸). زن همواره در تقابل‌های دوگانه در شق دوم قرار گرفته و به صورت طبیعی با تمام شق‌های دوم همچون پایین، ضعیف، بد، چپ و مانند این مترادف دانسته می‌شود. در مکانیزمی همسو، معانی که از عناصر جنسیتی به وجود می‌آیند، در روابط قدرت وارد شده و عمل می‌کنند. به گفته شوالب (۲۰۰۵) شرط‌های هویتی^۶ که هم مادی و هم

1. sexual desire

2. infatuation

3. romantic love

4. Laurence Thomas

5. self disclosure

6. identity stakes

ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. *فصلنامه*

روانی هستند «قادرند یک مخاطب را متقاعد کنند که ما چه کسی هستیم و باید ادعا کنیم که چه کسی باشیم» (شوالب، ۲۰۰۵: ۶۷). در مرحله اول هم از نظر مادی و هم روحی تلاش می‌کنیم تا آنچه در خور هویت منسوب به ماست را در هر لحظه از کنش‌ها بر ساخت کنیم. در مرحله بعدی نظم هنجاری به نام شبکه‌های مسئولیت‌پذیری^۱ به صورت «نمادها و خطوط رفتارهای بهم‌پیوسته وجود دارند»، بنابراین ما باید «آنها را عناصری از ناخودآگاه جمعی و یا در اصطلاح جمعی بازنمایی اجتماعی بدانیم» (شوالب، ۲۰۰۵: ۶۸). ما باید تمامی رفتارهای منطبق با آن گروهی که بدان منسوبیم را در کنش‌های هر روزمان پیاده سازیم و هرگونه تخطی از این شبکه هنجاری و کنش‌های انضمامی مرتبط با آنها احساساتی همچون شرمندگی در ما و خشم را در سایرین برانگیخته می‌کنند.

تغییرات در تعریف مردانگی، بر روابط گفتگویی میان دو جنس اثر گذاشته است. «مردانگی مسلط»^۲ که «شامل رایج‌ترین روش‌هایی است که در صورت انجام، باعث احترام به مردان می‌شوند» (کانل و مسراشمیت، ۲۰۰۵) و در تمام بخش‌های زندگی روزمره تنیده شده است، با برخی تغییرات جدید متزلزل گشته است. در دهه‌های اخیر شاهد بحران مردانگی^۳ بوده‌ایم که اشاره به این دارد که «موقعیت مردان در حوزه‌های کار، تحصیل، جرم، خانواده، جنسیت و سلامت مسأله‌آمیز شده است» (هرمان، ۲۰۱۱: ۲۹). این بحران از شماری از نیروهای اقتصادی و اجتماعی متفاوت که شامل عقلانی‌سازی نیروی کار، جنبش زنان و ورود زنان به محیط کار و در نتیجه بیکاری و مانند این است، ناشی می‌شود. به‌طور کلی کلیه تأثیرات جهانی شامل ورود به سرمایه‌داری متأخر و نیز تصمیم‌گیری‌ها در حوزه ملی که تصور کار مادام‌العمر را برای مردان دچار خدشه ساخته‌اند، در این بحران دخیلند. از طرف دیگر بازنمایی مردان در رسانه‌ها و اخیراً شبکه‌های اجتماعی نیز دچار تغییرات مهمی شده است. «مرد نوین»^۴ که از دهه ۱۹۸۰ به خصوص در رسانه‌ها دیده می‌شود اشاره به نوعی از مردانگی دارد که تا به امروز سرکوب شده است و به‌طور همزمان دارای عناصر ملایمت، نیرومندی و ابژه جنسی بودن است (گیدنز، ۱۳۹۱). علاوه بر اینکه واکنش‌های مردان به این بحران می‌تواند بر روابط گفتگویی قدرت میان دو جنس اثر بگذارد، بخشی از این بحران مردانگی را می‌توان با «بازبینی در زنانگی» تبیین کرد. زنان به بر ساخت نسخه‌ای دارای عاملیت از جنسیت در فضای رسانه‌ای پست مدرن می‌پردازند. «دختران و زنان جوان طرفدار سرگرمی، متمرکز بر مصرف، و از نظر فیزیکی، اجتماعی و روانی قوی، فعال و برجسته به تصویر کشیده شده و مورد خطاب قرار می‌گیرند» (دابسون، ۲۰۱۶: ۲۳). در این پژوهش در پی بررسی امکان وجود چنین زنانگی‌هایی در جامعه ایرانی هستیم.

مکانیزم‌های سنتی حفظ سلطه مردانه از جمله غیرت نیز در فضای مجازی همچنان فعال هستند. غیرت شامل احساس ترس از فقدان شریک زندگی و یا ناراحتی بر اساس تجربه واقعی یا خیالی ارتباط شریکمان با نفر سوم است و مجموعه کنش‌هایی است که برای مقابله با تهدیداتی که بر ضد یک رابطه ارزشمند که فرد در آن سرمایه‌گذاری کرده است صورت می‌گیرند (باس، ۲۰۰۰). فریود مکانیزم‌ها و احساسات ناخودآگاهی که در پس غیرت وجود دارند را تا عقده اودیپ ردیابی می‌کند و می‌گوید در حالی که غیرت امری ذاتی نیست اما بهنجار است و هر فردی در برخی از لحظات زندگیش آن را تجربه می‌کند. لاکان می‌گوید غیرت بیش از هر چیزی توسط خودشیفتگی تعیین شده و در ارتباط با عدم امنیت است. کودک در مرحله آینه‌ای در اثر خیره شدن به دیگری، شیفته و فریفته تصویر آن می‌گردد. او ممکن است به بازتاب کامل از تصویر خود یعنی دیگری خیالی رشک برد و احساس رقابت نسبت به این تصویر خودشیفته که به نظر می‌رسد بسیار محاط، کامل و دست‌نیافتنی است را تجربه کند (بیٹس، ۲۰۰۷). به تعبیر لاکان، دیگری بزرگ همان تصویر سازمان‌یافته‌ای است که می‌تواند بی‌سازمانی سوژه را با نظم نمادین همراه سازد. نشانه‌های بسیاری از غیرت‌ورزی بیمارگونه در جامعه ایرانی دیده می‌شود که آن را از امری که تا حدی از نظر زیستی و روانی قانع‌کننده است، به مسأله‌ای فرهنگی تبدیل ساخته است.

دومین عنصر فرهنگی ایرانی که در روابط گفتگویی قدرت میان دو جنس تنیده شده است عاشق‌نمایی یا دون‌ژوانیسم است. «دون‌ژوانیسم تمایلی اضطراب‌آمیز مربوط به دوران کودکی است که به قصد اطمینان‌بخشی به فرد در مورد اینکه امکان ورود به کالبد‌های مادرانه بسیاری را دارد صورت می‌گیرد و در ادامه با هراس و ترک کردن آنها همراه است» (باد، ۲۰۰۳: ۵۸). دون‌ژوان تمایل اشباع‌نشده برای اغوای هر زن

1. nets of accountability

2. hegemonic masculinity

3. masculinity crisis

4. new man

ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی. *فصلنامه*

و یا تمام زنانی که او انتخاب کرده است را دارد (سیلوسترو، ۲۰۱۸). ریشه قربانی شدن زنان در دون ژوانیسم و عاشق‌نما بودن مردان را می‌توان در واکنش‌های متفاوت آنها نسبت به اضطراب جدایی از مادر دید. بر طبق نظر چودروف^۱ (۱۹۷۸) زنان به علت تشابه جنسیتی با مادر تلاش می‌کنند با افزایش احساس همدلی در خود و نیز گسترش دادن صمیمیت خود با همجنسان خود، از رنج و اضطراب جدایی رهایی یابند. اما مردان «به تصویر خود باشکوهی پناه می‌برند که عدم انعطاف، استقلال، سرکوب عواطف و حتی تملک پنهانی بر زنان را راه حل اضطراب جدایی می‌داند» (بالاس، ۲۰۰۲: ۲۱۶). تشدید چنین صفاتی می‌تواند آنها را به راحتی به یک دون ژوان تملک‌طلب و فاقد احساس تبدیل کند. بر طبق نظر چودروف اضطراب جدایی در فرهنگ‌هایی که مادر تنها تیماردار کودک است، اتفاق می‌افتد. از آنجایی که در فرهنگ ایرانی نگهداری از کودک عمدتاً بر عهده مادر است و نیز برطبق شواهد موجود همچون لکت مردانه شدید در بیان احساسات، قدرت‌طلبی بی‌حد و حصر مردانه و روابط پرباهام با زنان، می‌توان گفت عاشق‌نمایی در جامعه ایرانی رایج است.

علاوه بر این در فضای مجازی به عنوان فضایی که مبتنی بر نشانه‌هاست می‌تواند صورت‌های نشانه‌شناختی را نیز در فضای جنسیتی ایجاد کند. در فضای نشانه‌ای «روابط همنشینی به صورت بینامتنی به سایر دال‌های موجود در متن اشاره دارند، در حالی که روابط جانشینی به صورت درون‌متنی به دال‌هایی که از متن غایب هستند، اشاره دارند» (چندلر، ۲۰۰۴: ۸۴). پیشفرض ما در این پژوهش این است که هیچ نشانه‌ای خنثی نبوده و کاربرد یا عدم کاربرد هر نشانه بر وجود معنایی که بر ساختار زبانی گسترده‌تر که کل جامعه را فرا می‌گیرد دلالت دارد. به‌طور مثال ضعیف بودن و یا ابژه میل بودن، خواه در کلام یا تصویر تنها در رابطه با غیرمردان به کار می‌رود و برعکس.

در محیط پر از نمادپردازی فضای مجازی امر جنسی تبدیل به امری هدونستی شده است. هدونیسیم با «جذب شدن به سمت امور خوشایند و اجتناب از حالت‌های ناخوشایند ذهنی» تعریف می‌شود (میسنر، ۲۰۰۳: ۱۱۳). کمپبل (۲۰۰۵) بر این باور است که در دوران مدرن هدونیسیم، خود خیال‌آفرینانه افراد شبیه به یک هنرمند عمل می‌کند. فرد تصورات را از حافظه یا محیط موجود می‌گیرد و به مرتب‌سازی و ارتقای آنان در ذهن خویش به چنان روشی می‌پردازد که به عنوان محصولی بی‌نظیر بازخلق شوند (کمپبل، ۲۰۰۵). هدونیسیم می‌تواند خود را به دو صورت «لاکچری شدن عشق» و «تأکید بر فانتزی‌ها» نشان دهد: لاکچری، مرزهای تعریف از بدن را به سمت انتزاع صرف می‌برد. بدن لاکچری، یک بدن غیرمعمولی و افراطی (اغراق‌شده) است. بدن زنان به تمام معنی تجملی است و یا به بیان دیگر زمینه لاکچری شدن را دارد (کالفاتو، ۲۰۱۴). شاید بتوان لاکچری شدن بدن‌ها را ادامه نگاه خیره مردانه در بستر جدید شبکه‌های اجتماعی دانست، بستری که به دلیل خاصیت به شدت خیال‌محور و مصرفی، بدن‌ها و به‌خصوص بدن‌های زنانه را تبدیل به اشیای تجملی می‌کند که در نهایت به ابژگی کامل زنان می‌انجامد. «فانتزی‌های جنسی را می‌توان فانتزی‌هایی تعریف کرد که به عنوان تخیلات ذهنی در پیوند با احساسات تجربه‌شده آگاهانه‌ای قرار می‌گیرند که به شکل صریحی اروتیک و شهوانی هستند» (فریدمن و داوونی، ۲۰۰۲: ۹). آنها کارکردهایی همچون منبع برای لذت بردن و انگیزش بودن، نوعی تمرین ذهنی برای رابطه واقعی، و تجربه کردن تمام ممنوعیت‌ها بدون درگیر شدن در آنها را دارند (کروکز و باتور، ۲۰۱۰). بدون شک در زمینه مملو از نابرابری جنسیتی و پرزمینه و پر از سانسور فرهنگ ایرانی که بسیاری از گرایز و امیال به سطح ناخودآگاه فراخوانده می‌شوند، فانتزی‌سازی جنسی می‌تواند نقش مهمی در زندگی جنسی افراد داشته باشد و شاید بتوان تفاوت‌هایی میان فانتزی‌های دو جنس مشاهده کرد.

نویسندگان مقاله با بررسی نظری مباحث مربوطه و نیز مشاهدات اکتشافی تجربی پیرامون روابط گفتمانی میان دو جنس در فضای مجازی ایرانی، مفهوم «فضای جنسیتی» را پیشنهاد می‌کنند. این مفهوم شامل سه جزء است: معانی، نمادها و کردارها. معانی شامل تمامی مفاهیمی‌اند که به نوعی پایه کردارهای تعریف‌کننده جنسیت و نیز رابطه گفتمانی میان دو جنس را می‌سازند و شامل عشق رمانتیک با دو جزء صمیمیت و شور جنسی و سایر اجزای پراکنده آنها همچون عشق جنسی، شیفتگی و صمیمیت است. معانی بدون صورت‌های نشانه‌شناختی و نمادین قابل رؤیت و فهم نیستند. در فضایی که عمده مقامیم مربوط به رابطه میان دو جنس پیرامون جسمانی عشق هستند، هدونیسیم بارزترین صورت نشانه‌شناختی است. این مفهوم صورتی کلی است که در آن اشخاص به شکل تخیلی و ذهنی تمامی امور و حتی اشخاص را وسیله‌ای برای کسب لذت خود می‌دانند. گاه این لذت به وسیله تجملی‌سازی یعنی اغراق و باشکوه‌سازی و گاه از طریق ساختن فانتزی‌های ذهنی که

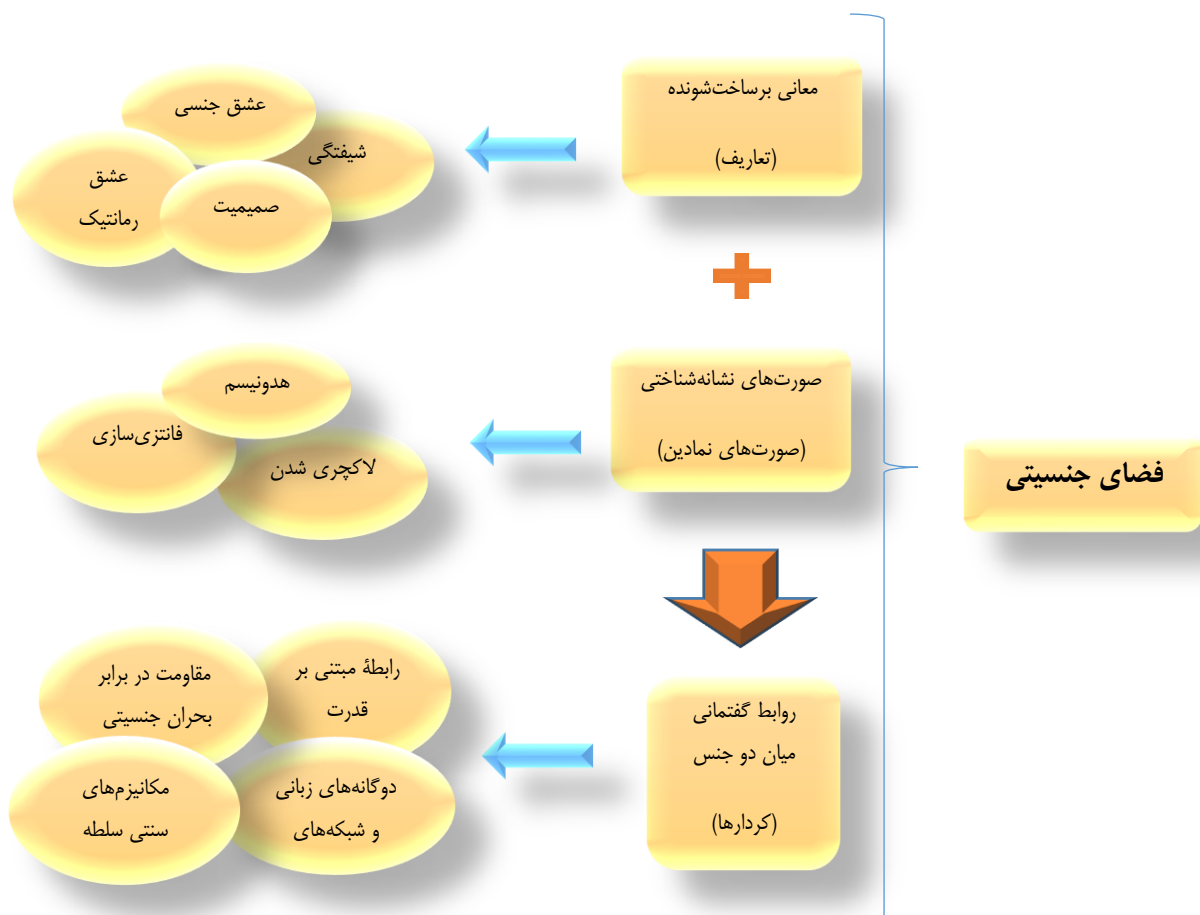
1. Chodrow

ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

عمدتاً شامل تابوهای ذهنی و فراگذشتن از آنها در خیال است صورت می‌گیرد. در نهایت مفاهیم و معانی به همراه صورت‌های نشانه‌شناختی، کردارهای میان دو جنس را بر ساخت می‌کنند. مهمترین مشخصه این کردارها مبتنی بر قدرت بودن آنهاست که معمولاً چربش با هویت جنسیتی مردانه است. مردان از طریق هم‌رده‌سازی خود با سایر شق‌های اول دوگانه‌های زبانی همچون قوی، عاقل، شایسته، کامل و مانند این، جایگاه زنان را با شق‌های دوم همچون ضعیف، کم‌عقل، ناتوان، ناقص و از این دست مفاهیم پیوند می‌دهند. به‌طور هم‌زمان مجموعه‌ای از شرط‌های هویتی وجود دارند که فرد را در شبکه‌ای از نقش‌ها و وظایف همراه با آنها وارد می‌سازند؛ مردان در صورتی «مرد» خطاب می‌شوند که نقش‌های خاصی را بر عهده گیرند و از برخی کردارها دوری گزینند به‌طوری‌که سرپیچی از چنین قواعدی مایه سرافکندگیشان خواهد بود. بخصوص در دورانی که بحران جنسیتی در حوزه‌های مختلف سبب سیالیت هویت مردانه گشته است، رعایت این قواعد ضروری‌تر به نظر می‌رسد. مردان مقاومت‌هایی در برابر بحران مردانگی از خود بروز می‌دهند و حتی در این میان از برخی مکانیزم‌های سنتی سلطه که ریشه در زیست، ناخودآگاه و فرهنگ ایرانی دارد بهره می‌برند. در مجموع با ترکیب مفاهیم و معانی و صورت‌های نشانه‌ای شاهد شکل‌گیری کردارهای گفتمانی جنسیتی هستیم و در نهایت با ترکیب این سه جزء فضای جنسیتی بر ساخت می‌شود. «فضای جنسیتی» در معنای مورد استفاده ما، مفهومی ابداعی است که حاصل ترکیب مفاهیم نظری پیشین و تحقیقات قبلی است و تمامی لایه‌های شکل‌دهنده رابطه میان دو جنس را در بر می‌گیرد. معانی و تعاریف، و صورت‌های نمادین در فضای مجازی ایرانی با یکدیگر تجمیع شده و کردارها را می‌سازند و در نهایت به‌صورت انباشتی مفهوم فضای جنسیتی را بر ساخت می‌کنند:

نمودار فضای جنسیتی در فضای مجازی ایرانی



۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش قوم‌نگاری مجازی صورت پذیرفت. منطق حاکم بر پژوهش نیز استقیاس^۱ است و در واقع هدف اصلی این مقاله، رسیدن به نقطه نظرات جدید بر پایه نظریات پیشین و داده‌های جدید از طریق رفت و برگشت مداوم نظریه و داده است. بنابراین از یکسو از مدل مفهومی «فضای جنسیتی» که سازه‌ای ابداعی اما بر پایه مؤلفه‌های مفهومی و تجربی حاصل از مطالعات پیشین است بهره می‌بریم (منطق قیاسی)، و از سوی دیگر از طریق منطق استقرائی به دنبال بررسی وجود مفاهیم جدید و بسط نظری منتج از آنها در فضای مجازی ایرانی هستیم. نمونه‌گیری هدف‌مند و شامل همه صفحات افرادی بود که در ایران، در فیس‌بوک، توئیتر (X)، اینستاگرام و یوتیوب به نوعی به خودابرازی جنسیتی دست زده بودند و یا به گفتگو پیرامون سکسوالیته پرداخته بودند و طی مدت یک‌سال روزانه انتخاب می‌شدند. تلاش کردیم بر اساس شواهد موجود پیرامون سن، جنس، طبقه و سایر متغیرهای جمعیت‌شناختی که از طریق عکس پروفایل، زندگینامه^۲ و سایر علائم همچون نوشته‌ها و گفته‌های خود فرد در پست‌ها و توئیتهای قابل تشخیص بود، نمونه‌های یکسانی را از هرگروه برگزینیم. به‌طور مثال از شواهد ظاهری همچون سطح تحصیلات، شغل، نوع علائق و تفریحات و مانند این، تا حد زیادی طبقه اجتماعی فرد قابل برداشت بود. همچنین از آنجایی که در سال‌های اخیر بسیاری از کنشگری‌های ابرازی مبتنی بر جنسیت میان نوجوانان و جوانان و نیز طبقات گوناگون دچار همگرایی‌های بسیاری شده است، برای فهم بهتر فضای جنسیتی حاکم بر جامعه ایرانی که در فضای مجازی نیز نمود یافته است، عماداً گروه خاصی انتخاب و تفکیک نشد. با وجود این به دلیل شکل‌گیری تغییرات گسترده در تعریف جنسیت و روابط گفتگویی میان دو جنس در میان نوجوانان و جوانان، تلاش کردیم نمونه‌ها در بازه سنی ۱۵ تا ۳۵ سال باشند که از طریق بیوگرافی، تصاویر و محتوای پست‌های آنها امکان تخمین آن فراهم بود. از آنجایی که ورود در صفحات شخصی و گفتگوها نیاز به مشارکت نداشت به صورت متناوب ساعاتی از صبح، بعد از ظهر یا شب برای بررسی صفحات اختصاص داده می‌شد؛ «داده‌هایی که از طریق ضبط و ثبت وقایع و تعاملات اجتماع آنلاین ایجاد می‌شوند» (کوزینتز، ۲۰۱۰: ۱۹). تلاش کردیم تعداد پست‌های کافی مورد بررسی قرار بگیرند و محدودیتی از نظر تعداد نمونه‌ها وجود نداشت. شرط اصلی نمونه‌گیری رسیدن به اشباع نظری است و تا آن زمان و در رفت و برگشت داده‌ها و نظریات و در جهت تکمیل و توسعه نظریات موجود و ارائه نظریه متناسب با زمینه ایرانی نمونه‌گیری ادامه یافت.

مطالعه تصاویر مختلف افراد، نوشته‌ها (زندگی‌نامه، کپشن‌ها، نوشته‌های موجود در پست‌ها شامل اشعار، متون ادبی و یا خودنوشته‌ها) و سایر رفتارهای فردی و جمعیشان در فضای شبکه‌های اجتماعی مختلف یکی از اصلی‌ترین روش‌های جمع‌آوری داده‌هاست زیرا به راحتی و به اجمال می‌تواند خودابرازی‌های افراد و ذهنیت، امیال، عواطف، رفتارها و حتی شیوه‌های ارتباطی آنان را بر ملا سازد. در فضای شبکه‌های اجتماعی به دلیل وجود صفحات بسیاری که باز و بنابراین قابل دسترسی و بررسی هستند و خودابرازی‌های بسیار و نیز متون حاصل از گفتگوهای افراد نیازی به مصاحبه در معنای معمول آن نیست، چرا که داده‌های طبیعی و بدون دخالت‌های معمول پژوهشگر، از قبل موجود هستند. «محققان ممکن است علاقه‌مند به تعاملات بین اعضای یک جامعه اینترنتی باشند که آنها به آن تعلق ندارند» (گیون، ۲۰۰۸: ۵۶۱). این روش امکان شرکت در بسیاری از اتاق‌های گفتگو و مکالمه‌های گروهی را فراهم کرد که در صورت استفاده از مشاهده مشارکتی، تنها امکان عضویت در برخی از آنها وجود داشت. بطور خاص از آنجایی که به دلایلی از جمله وجود تابوهای فرهنگی، اجتماعی و قانونی برای معاشرت میان دو جنس، وجود مخاطرات بسیار در ارتباط‌گیری‌های واقعی، گمنامی فضای مجازی و امکان دوست‌یابی‌های فراوان، متعدد و حتی همزمان در آن، بسیاری از ابرازگری و کنشگری‌های جنسی و جنسیتی با هدف تحت تأثیر قرار تعداد بیشتر افراد از جنس مخالف صورت می‌گیرند، داده‌های بیشتر و غیرمحافظة شخصی‌شده بسیاری را می‌توان در فضای مجازی ایرانی مشاهده و بررسی نمود.

در بررسی فضای جنسیتی امکان تفکیک نوشته‌ها از تصاویر ممکن نبود زیرا در هر سه بعد آن شامل عناصر تشکیل‌دهنده و رابطه گفتمانی قدرت و خصوصاً در بررسی صورت‌های نمادین، وجود آنها ضروری بود. تحلیل تصاویر به روش نشانه‌شناسی و تحلیل مضمونی

۱. abduction

۲. bio

ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

صورت گرفت. در تحلیل نشانه‌شناختی، روابط عناصر موجود در تصویر، قواعد هم‌نشینی و نیز قواعد جانشینی مورد بررسی قرار گرفت. در اینجا صفحه شخصی فرد شامل تصاویر و نوشته‌ها به عنوان یک ساختار در نظر گرفته می‌شود و قواعد هم‌نشینی و جانشینی در آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

مضمون‌ها که به‌طور هم‌زمان متأثر از حساسیت نظری نظریات پیشین و انباشتی نگریستن به داده‌های پراکنده و سخنان و نشانه‌های موجود در فضا پیرامون جنسیت بودند، نقطه شروع تحلیل‌ها را تشکیل دادند. این موضوعات در نهایت به روایت نهایی در مورد فضای جنسیتی منجر شدند که تصور می‌شود روایتی همه‌جانبه از موضوع باشد. از آنجایی که واقعیتی به نام جنسیت در دنیای واقعی شامل عناصر معنایی، نمادین و گفتمانی متداخل است و در سطح تحلیل نیاز به تفکیک میان آنها وجود داشت، بنابراین از دو روش تحلیل نشانه‌شناختی به منظور شناسایی ویژگی‌های نمادین، تحلیل مضمونی برای شناسایی معانی و تعاریف و از هر دو روش به منظور شناخت روابط گفتمانی میان دو جنس استفاده کردیم. تفکیک بخش‌های واقعیت در سطح تحلیل امری پیچیده و وابسته به توان، ذوق و علاقه محقق در شناخت واقعیت به ظاهر یکدست بود و در عین حال کاملاً ضروری می‌نمود.

۴- تحلیل یافته‌ها

۵/۱. معانی و تعاریف عشق در فضای روابط جنسی سایبری:

عشق جنسی: دال تمایل جنسی بر روی مدل‌ها و ابژه‌های متعددی در فضای مجازی در حرکت است. گویی وجه جنسی عشق حتی اهمیت بیشتری از وجه احساسی آن پیدا کرده و حتی بالاتر از آن می‌توان گفت اگر در گذشته و به‌طور هم‌زمان در حال حاضر برای برخی از افراد وجه احساسی عشق معنابخش زندگی بوده و می‌توانسته آنان را از اضطراب و ملال برهاند، برخی نیز وجه جنسی عشق و به زبان دقیق‌تر عشق جنسی را برای این هدف انتخاب کرده‌اند. جسمانی شدن عشق در روابط میان افراد که نقطه نهایی آن میل به ارضای فردی در رابطه جنسی است را می‌توان ناشی از اهمیت یافتن خودتحقق‌بخشی‌های مادی متأثر از فردگرایی دانست. در فضای مجازی، بی‌نهایت ابژه جنسی در دسترس وجود دارند که فرد می‌تواند از آنها بهره‌مند گردد. روابط به شدت سیال و حتی هم‌زمان در فضای مجازی که خود را به شکل گفتگوهای شهوانی، رابطه جنسی تصویری، ارائه عکس برهنه از خود و به تعبیر کاربران نود دادن و مانند آن نشان می‌دهد، در فضا در جریان است و رابطه میان دو جنس را به رابطه جنسی فروکاسته است. طرف مقابل در چنین روابطی موضوعی برای رضایت خاطر فردی بوده و آنچه مهم است ارضای سریع میل جنسی به بهترین شکل است. گاه موضوع چنین عشقی تصویر یک فرد ناشناس است که در مفهوم استمناء و مفاهیم عامیانه مشابه، به خوبی دیده می‌شود و حتی گاهی تصور خیالی فرد از فردی که در فضای مجازی به گفتگو با او پرداخته است.

نه تنها رابطه میان دو جنس و عشق بلکه در سطح بالاتر تمامی مسائل جامعه از جمله مسائل سیاسی به زبان اروتیزم مطرح می‌شوند. خلط تابوزدایی سیاسی و فرهنگی با جنسی باعث شده تا افراد با بی‌پروایی بیشتری به تابوزدایی‌های جنسی در کلام و گفتار روزانه متوسل گردند. به نظر می‌رسد شهوانی شدن کلام را می‌توان واکنش نسبت به ناکامی‌های نسل‌های دهه ۶۰، ۷۰ و حتی ۸۰ و انفعال آنها نسبت به مشکلات ساختاری و خشم و نفرت حاصل از آن دانست که خود را به صورت رکیک‌گویی به‌طور کلی و به‌طور خاص زبان اروتیک انتقادی نشان می‌دهد. استفاده از کلمات رکیک و تمثیل‌های جنسی (مانند تشبیه‌سازی عمل جنسی، تجاوز^۱ و مانند آن) در زبان اروتیک انتقادی رواج دارد. این زبان در فضای سایبری ایران در ابتدا متعلق به نسل جوان بود و تا حدی با زبان خرده‌فرهنگ خیابانی و یا جوانان نزدیکی داشت اما به تدریج به عنوان یکی از صورت‌های مهم زبان سایبری و انتقادی رایج گشت.

^۱ این تمثیل‌ها در رقابت با دیگری بزرگ یا قدرت متمرکز سیاسی ریشه دارند. قدرت داخلی یا خارجی به راحتی می‌تواند ناموس (زنان) و وطن را مورد سیطره و تجاوز قرار دهد.

غلبه شیفنگی و شور بر صمیمیت، و تغییر شکل صمیمیت: پدیده «سریالی شدن روابط» در فضای مجازی به علت در دسترس بودن افراد و امکان ارتباط‌های متناوب سریع و حتی همزمان، شدت بیشتری یافته است. به همین دلیل عنصر تکرار در عشق و در نتیجه خالی شدن عشق از محتوا در روابط عاشقانه مجازی امری رایج است. دال عشق بر روی مدلول‌های متعددی به طور مداوم در حال حرکت است و در نهایت این امر باعث از بین رفتن معنای عشق و معشوق خواهد شد. از آنجایی که پائین‌ترین حد صمیمیت و کمترین درگیری در ارزش‌ها، رازها و مراقبت میان دو نفر به وجود می‌آید بنابراین فرد حتی به‌طور همزمان می‌تواند با معشوق‌های بسیاری در تماس باشد. چنین ارتباطاتی باعث از بین رفتن معنای عشق می‌گردد و ناگزیر فرد به دلیل شکست‌های پیاپی در عشق آن نسبت به آن بی اعتماد شده و آن را به عنوان امری معنابخش و امنیت‌بخش زیر سؤال می‌برد، یا در نهایت موجب می‌شود عشق به امری فاقد معنا تبدیل شود و یا همان‌گونه که ذکر شد به امر جنسی صرف، تقلیل یابد. در نتیجه گفتگوهای شخصی که معمولاً در روابط عاشقانه و بسیار صمیمی وجود دارند، بین فرد با تعداد زیادی از جنس مخالف و حتی موافق صورت می‌گیرند که می‌تواند معنای صمیمیت را تا حد زیادی متفاوت سازد؛ مسائلی مانند سلائی هنری و فراغتی، خاطرات، ضعف‌ها و ترس‌ها، پرسیدن نظر دیگران در مورد خصوصی‌ترین جنبه‌های زندگی مانند چهره و لباس، روابط جنسی و غیره، فرستادن عکس برهنه از خود که در بین کاربران «نود» خوانده می‌شود و چالش‌هایی مثل چالش چال لپ و ترقوه، لباس گلداز، تعویض لباس و مانند این نه تنها بار جنسیتی داشته، بلکه «صمیمیت عمومی‌یافته» را با به اشتراک گذاشتن بخش‌هایی از بدن و زیبایی که قبلاً تنها در معرض دید معشوق و همسر بود نشان می‌دهند.

جدول شماره ۱: معانی و تعاریف

مضمون‌ها	خرده مضمون‌ها	مصادیق	نمونه‌ها (در نوشته‌ها و تصاویر)
عشق جنسی	جسمانی شدن عشق	گفتگوهای شهوانی، رابطه جنسی تصویری، ارائه عکس برهنه از خود	تصاویر شهوانی از بدن کاربران، نشانه‌های رجوع افراد به دایرکت و دیدن تصاویر برهنه
	رواج اروتیسم در زبان	به کار بردن کلمات رکیک، تمثیل‌های جنسی	«زندگی اینجا هم ف...که، هم تماشا!»، تشبیه بخش‌هایی از طبیعت به اندام‌های جنسی
مقوله شماره ۱: غلبه شیفنگی و شور بر صمیمیت و تغییر شکل صمیمیت	حرکت از معشوقی به معشوق دیگر	گفتگوهای عاشقانه با افراد متعدد و بصورت همزمان، سخن گفتن مکرر از شکست‌های عشقی، داشتن دوست غیرهم‌جنس و سخن گفتن از تنهایی	«نیست در شهر نگاری که دل ما ببرد»، «باز شب اومد و غم و تنهایی گلویم را می- فشارد» (ذکر توسط فردی که بنا بر سایر نشانه‌ها دارای ارتباط با فرد غیرهم‌جنس است)
	صمیمت عمومی‌یافته	گفتگو پیرامون علائق، ترس‌ها، ضعف‌ها، بخش‌های خصوصی بدن	«من عاشق این شکلات- هام»، «آهنگ مورد علاقه من...»، «بچه‌ها لاکم قشنگ شده؟»، «توی جدید زدم» یا «بینید با این لباس چه

ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

جوری/م؟»(نمایش
خصوصی‌ترین بخش‌های
بدن)

۵/۲. روابط گفتمانی قدرت: در این بخش به مکانیزم‌هایی می‌پردازیم که مردان عمدتاً در مواجهه با بحران مردانگی به کار می‌برند:

خشم مردان در مورد مردانگی‌های جدید: به دلایل اقتصادی و فرهنگی تعاریف مردانگی و زنانگی در حال سیال شدن نسبی هستند و این مسأله از سوی هر دو جنس و خصوصاً مردان با واکنش‌های منفی روبرو می‌شود. به عبارتی خارج از تعاریف کلیشه‌ای، مرد یا زنی وجود ندارد و با پذیرفتن آنها که شوالب (۲۰۰۵) شرط‌های هویتی می‌نامد، مردان می‌توانند به عنوان «مرد» پذیرفته شوند و کلیهٔ مردانگی‌های خارج از مردانگی هژمونیک مورد تحقیر و اهانت قرار گرفته و یک‌کاسه می‌شوند. بنابراین واکنش نسبت به «مردانِ اواخواهر» که آرایش کرده و لباس‌های زنانه می‌پوشند، مردانی که هنجارهای فکری، گفتاری، رفتاری و پوششی مردانه را نقض می‌کنند، مردانی که روحیهٔ هنرمندانه داشته و یا نسبت به روابط زن و مرد برابری می‌نگرند، ترنس‌ها و مانند این، اغلب یکسان بوده و همگی با الفاظ رکیک و توهین‌آمیزی توصیف و تحقیر می‌شوند. با به هم ریختن ساختارهای زبانی پیشین که بورديو (۲۰۰۲) نیز به آن اشاره می‌کند مردانگی از هم‌معنا بودن با قوی، عاقل، بالا و مانند این دور شده و شکل سیالی به خود می‌گیرد. شاید بتوان این واکنش‌های بعضاً تند و پرخاشگرانه را ناشی از ترسی دانست که در هنگام از بین رفتن ساختارها و قطعیت‌ها و احساس ترس ناشی از آن به‌وجود می‌آیند. در واقع با از بین رفتن ساختارهای پیشین مردان نمی‌توانند شرط‌های هویتی پیشین را مانند قبل انجام داده و از آنجا که به گفتهٔ شوالب (۲۰۰۵) در نظر جامعه و سایر مردان، مرد بودن به معنای عضویت در یک طبقه یا گروه است، شبکه‌های مسئولیت‌پذیری نیز زیر سؤال رفته و بخشی از مردان را دچار خشم و ناقضان را دچار احساس شرم می‌کند. مثال‌های مختلفی که بر خشم نسبت به لطافت روحی مردان و یا سیالیت پوشش در مردان اشاره دارند در فضای مجازی دیده می‌شوند:



در زیر این تصویر نوشته شده بود: «پسری که از این جورابا می‌پوشه اگه ازش بپرسی حالت چطوره؟ میگه «دوبم»».



کاربران تختی سلبریتی‌های مرد داخلی و خارجی را نیز از هنجارهای پوشش مردانه نمی‌پذیرند. به‌طور مثال واکنش‌های این‌چنینی را شاهد هستیم: «یاد عمه کوچیکهٔ داماد تو جشن پاتختی افتادم!»، «وقتی تو صف نونوایی هستی و بهت میگن بیا جشنواره جایزه تو ببر!»

حتی گاهی کمترین حد پرداختن مردان به بهداشت و زیبایی با زبان طنز و رکیک‌گویی مذموم دانسته می‌شود: «پسر خوشگل مال، پسر باید شبیه کفتار تبتی باشه» و یا «یادش بخیر یه زمانی اوج بازی پسرها ابرو برداشتن بود، امروز یه پسری رو دیدم داشت بعد ناهار مسواک میزد.»

ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

همانطور که ملاحظه می‌شود اوج خشم مردانه از سیال شدن مرزهای مردانگی خود را به صورت رکیک‌گویی، طنز و تمسخر نشان می‌دهد. «قضیب‌محوری در کلام» که در فضا جریان دارد نیز با این خشم مردانه تشدید می‌شود. جریانی تاریخی که زن را از طریق مجاز جزء از کل، «عورتینه» خطاب می‌کرد امروزه در گفتارهای روزمره و خصوصاً شبکه‌های اجتماعی صورت آشکارتری و توهین‌آمیزتری به خود گرفته است. از طرفی دیگر «قضیب» نه فقط به صورت دال مرکزی و نظم‌دهنده، بلکه به عریان‌ترین شکل در قالب تصویر واقعی، آیکون‌ها، نمادها و واژگان، نمایش داده می‌شود. این نمایش، نشان‌دهنده تسلط مردانگی و یا حتی میل به تسلط بیشتر به این دلیل است که بحران مردانگی در حوزه‌های مختلف به شکل شدیدی در حال رخ دادن است. در یک تحلیل گفتمانی تمام کلمات عامیانه و مترادف با قضیب، با داشتن جرأت، شهامت و درستی مترادف بوده و فقدان آن در زنان بر رذالت و دون‌مایگی آنان دلالت دارد. تمامی این فرایندها در بستری اجتماعی رخ می‌دهد که همانگونه که صادقی فسایی و نیکدل (۱۳۹۵) یادآور می‌شوند در آن مردان به عنوان گروه مسلط، قالب‌هایی را برای حالت هنجاری به عنوان معیار و از طرف دیگر برای گروه‌های ضعیف به عنوان نامرغوب و غیراستاندارد تعریف می‌کنند.

بازگشت مردانگی هژمونیک در قالب‌های جدید: به دلیل در قبضه درآمدن نشانه‌های فرهنگی مردانه توسط زنان مانند حضور بیشتر در جامعه، پرداختن به ورزش و بدن‌گرایی حتی به شکل‌های تعریف‌شده برای مردان مانند بدنسازی و ورزش‌های خشن، روی آوردن به نفی تابوهای زبانی و رکیک‌گویی که تا پیش از این خاص مردان بود و به‌طور کلی تأکید زنان بر صفاتی که عمدتاً مردانه تلقی می‌شدند از قبیل رقابت‌پذیری، استقلال و فردگرایی، مردان بحران هویت مردانه را بیشتر احساس می‌کنند. این در حالی است که به علت اهمیت یافتن مردانگی جدید در رسانه، امکان بازگشت کامل به مردانگی هژمونیک در شکل‌های قدیمی‌تر وجود ندارد. مردان با کمک صنعت مد و نیز صنایع همسو همچون فرهنگ سلبریتی، شروع به مصادره دوباره فضای مردانه از طریق بازتعریف نشانگان مردانگی هژمونیک و ریختن آنها در قالب‌های جدیدی که هم عناصری از مردانگی هژمونیک سنتی و هم جدید را در خود دارد کرده‌اند. استفاده از پتانسیل‌های زیبایی مردانه همچون گذاشتن ریش‌های مختلف در صنعت مد و رواج یافتن آن در بین جوانان، تأکید دوباره بر اندام ورزشکارگونه در کنار برخی عناصر زیبایی‌شناختی که از مدهای زنانه وام گرفته شده‌اند مانند پوشیدن تیشرت‌های بدن‌نما و شلوارهای تنگ و فاق کوتاه، کفش‌هایی که صورتی ظریف و زنانه دارند مانند کفش کالج، زدودن موهای بدن، استفاده از جراحی‌های زیبایی، پیرسینگ، تتو و زیورآلات و حتی لاک زدن (البته استفاده از رنگ‌های تیره‌تر همچون مشکی یا آبی کاربنی با هدف رد نکردن کامل مرزهای مردانگی مرسوم)، همگی نشان‌دهنده چرخش تعریف مردانگی و تولید «مردانگی هژمونیک جدید»، به منظور مصادره مجدد نشانگان و قدرت مردانه به‌طور کلی است.



تعریف جدید از جذابیت مردانه و نیز مقایسه‌هایی که بر استفاده از پتانسیل‌های مردانه برای ایجاد جذابیت بیشتر تأکید دارند و تبلیغات برای تعریف جدید از زیبایی جدید مردانه در فضا دیده می‌شود.

از جمله مکانیزم‌های رایج مردانگی هژمونیک برای بقای خود، ترکیب شدن با برخی عناصر هویتی پذیرفته‌تر همچون صفات فرهنگی زنانه‌تر است. در ایالات متحده آمریکا داگلاس (۱۹۷۷) مفهوم احساسی شدن^۱ را برای توضیح زنانه شدن به کار می‌گیرد. او استدلال کرد که

1. sentimentalization

ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. *فصلنامه*

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

«مردان در آمریکا به طور فزاینده‌ای ارزش‌هایی که از نظر سنتی زنانه تعریف شده‌اند همچون عاطفی بودن، صمیمیت و احساساتی بودن را به کار می‌برند» (به نقل از هیوود و مک انگیل، ۲۰۰۳: ۲۷). در فضای جنسیتی ایرانی، احساسی شدن مردان که نشان از وام‌گیری مردانه از خصلت‌هایی که تا پیش از این زنانه محسوب می‌شدند دارد، به‌خوبی به چشم می‌خورد. انواع ابرازگری‌های عاطفی همچون ابراز ترس، غم، شرم و مانند آن که تا پیش از این بیشتر زنانه تلقی می‌شدند و به‌طور خاص اضطراب زیبایی و اضطراب پدران (معادل با اضطراب مادرانه)، و پُست‌های عاشقانه و عاطفی بسیاری از مردان در فضا دیده می‌شود:

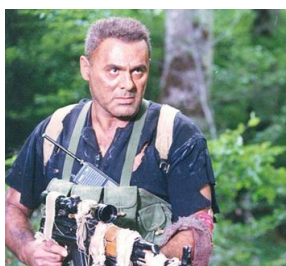


«خیلی سخته همیشه محکوم باشی به قوی بودن، خیلی سخته بگن مردی،

باید همیشه تکیه‌گاه باشی، مرد هم که باشی گاهی نیاز داری یکی نوازشت کنه».

همچنین به شکل موازی نوعی مقاومت مردانه که توسط انواع تیپ‌های مردانگی و خصوصاً مردانگی‌های فرودست‌تر برای حفظ مردانگی هژمونیک و حتی کشاندن آن به سمت «مردانگی خشن و اندام‌محور» صورت می‌گیرد دیده می‌شود.

مردانگی مدل و سلبریتی می‌تواند به عنوان بیرونی‌ترین نمود تلاش‌های مردان با کمک صنعت مُد، ورزش، موسیقی، سینما و ... و به عنوان گروهی که به‌طور وسیعی بر سایر مردان تأثیرگذار است، تا حدی نمایانگر تغییرات در تعریف مردانگی در نظر گرفته شود. اگر سه دهه پیش ژان کلود وندام (فرانکی)، آرنولد شوارتزنگر و بروس ویلیس به عنوان مردان ورزشکار و بدنساز با مردانگی هژمونیک مورد نظر کانل (۲۰۰۵) مطابقت داشتند و مورد توجه بودند، در دهه پس از آنها چرخش مردانگی هژمونیک به سمت برد پیت، جرج کلونی و مانند آن بود. صورت‌های جدیدتر مردانگی هژمونیک که از دهه ۹۰ شمسی به بعد در حال رواج هستند، در پاسخ به هجوم زنان به قلمرویشان در حوزه‌های زبانی، سبک زندگی، اشتغال و مانند این به‌وجود آمده است. صورت اخیرتر که در اواخر دهه ۹۰ رایج گردیده و احتمالاً در اثر ترکیب کرختی ناشی از ناکامی در برابر مشکلات ساختاری با فرهنگ هدونستی به‌وجود آمده است، با آیکون‌هایی همچون دن بیلزریان، ساشا سبجانی، امیر تتلو و مانند آن ملغمه‌ای از ثروت، قدرت و لذت را به نمایش می‌گذارد. به دلیل راحتی سبک زندگی توأم با انواع فسادهای مالی، اخلاقی و مانند این، بیشترین واکنش نوجوانان و جوانان ایرانی به تیپ آخر کُشش و الگوگیری همراه با انزجار است. گرچه تیپ‌های معرفی شده از نوع سنخ آرمانی هستند و صورت ناب آنها ممکن است در زندگی واقعی روزمره کمتر نمود یابد اما در بررسی فضای شبکه‌ای ایرانی و الگوگیری‌های مردان ایرانی از مردانگی هژمونیک که توسط رسانه ایجاد و تبلیغ می‌شود شناسایی شدند. همانطور که ملاحظه می‌شود نمونه‌های داخلی عمدتاً برگرفته از نمونه‌های جهانی ساخته می‌شوند:



دهه ۷۰ شمسی: مردانگی هژمونیک ورزشکار با ویژگی‌های بدن‌گرایی و تأکید بر اندام ورزشکارگونه



دهه ۸۰ شمسی: مردانگی هژمونیک در حال تبدیل شدن به «مرد جدید» با ویژگی‌های زیبایی، خوش‌پوشی، ظرافت و جذاب بودن برای جنس مخالف.



دهه ۹۰ شمسی: در مردانگی هژمونیک جدید همچنان تأکید بر زیبایی ظاهری وجود دارد اما از پتانسیل‌های بیشتری برای جذب جنس مخالف و جذابیت استفاده می‌شود.



اواخر دهه ۹۰ شمسی: مردانگی اندام‌محور و لذت‌طلب با ظاهری زمخت و ثروتمند (اغلب نامشروع)

و متمایل به روابط متعدد همزمان و یا سریالی با جنس مخالف

گرچه سایر مردانگی‌ها در جایگاه خود دارای ویژگی‌های گروهیشان هستند اما به‌طور همزمان تلاش می‌کنند تا با هویت‌یابی از طریق مردانگی هژمونیک در هر دوره احساس قدرت کنند، و بنابراین تغییرات در مردانگی هژمونیک می‌تواند بر کلیت ساختار مردانه اثر بگذارد. **غیرت‌ورزی:** علاوه بر آنچه گفتیم، همچنان مناسبات و مکانیزم‌های مرسوم و تاریخی چون غیرت در فضا فعال هستند گرچه این عواطف نیز دستخوش تغییراتی شده‌اند. در جامعه ایرانی در سال‌های اخیر بیش از پیش، غیرت از امری که در حوزه دین و عرف مطرح بود و در چارچوب حریم خانواده قرار داشت به امری عمومی که به کل جامعه بسط یافته و موضوع سیاست‌گذاران است تبدیل شده است. آنچه باس (۲۰۰۰) در مورد اضلاع سه‌گانه غیرت شامل فرد غیرت‌ورز، موضوع غیرت‌ورزی و رقیب در سطح فردی می‌گوید در جامعه ایرانی عمومیت یافته است. جفت فرد غیرت‌ورز نیز شامل کلیت زنان جامعه شده و در نهایت رقیب به تبع فرد غیرت‌ورز نیز به کل مردان جامعه بسط پیدا کرده است. نتیجه این امر سیاسی شدن امر فردی و ابژگی همه زنان جامعه و موضوع قرار گرفتن آنان در تمام سیاست‌گذاری‌ها، قوانین، محتوای رسانه‌ها و حتی ادبیات روزمره و عامیانه مردم جامعه است. دال غیرت که خود شامل غیرت‌مند، موضوع غیرت و فرد رقیب است، بر روی مدل‌های متعددی در حال حرکت است و موضوع آن از امر جنسی و عاطفی به جنسیت و مدل‌ول جنسیت‌مند که قابلیت ابژه شدن را دارد یعنی زنان تغییر پیدا کرده است. در فضای شبکه‌ای همسو با گفتمان رسمی جامعه، مسئله غیرت، زنان و مفاهیم همبسته با آن مانند پوشش، سبک زندگی، کار زنان و مانند آن، پروپلماتیزه گشته است. نتیجه این پروپلماتیزه شدن ورود سیاست‌گذاری‌های رسمی و غیررسمی^۱

۱. اصطلاح سیاست‌گذاری غیررسمی اشاره به تمام دخالت‌های سیستماتیک و برنامه‌ریزی شده از سوی گروه‌های مختلف فکری و سیاسی در فضای مجازی مانند ساختن اکانت‌های هدف‌مند، ارائه محتوای مشخص و به‌طور کلی جریان‌سازی در فضای مجازی دارد.

ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

و به دنبال آن شکل‌گیری جماعت‌وارگی است. خصلت جماعت‌وارگی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی است و خصوصاً با دخالت‌های عامدانه در این فضا تشدید می‌شود. از آنجایی که جماعت‌وارگی همراه با مطلق‌نگری است، شکل‌گیری جماعت‌وارگی حول هر موضوع باعث به‌وجود آمدن پیروی گاه ناآگاهانه و در نتیجه پراکنش خشم و نفرت تسری‌یافته در خصوص آن موضوع می‌شود.

تفسیر مورد نظر لاکان در مورد غیرت نیز در جامعه ایرانی شکل خاصی به خود گرفته و غیرت نیز همچون بسیاری موضوعات دیگر، در پیوند با قدرت در سطح کلان قرار گرفته است. به نظر می‌رسد غیرت‌ورزی در لایه‌های پنهانی‌تر با تمایل به داشتن تمام زنان دیگر نیز در ارتباط باشد. سوژه غیرت‌ورز فاقد قدرت از اینکه دارای قدرت و تصاحب زنان بسیاری نیست و حتی زن مورد نظر او ممکن است تصاحب دیگری قدرت‌مند قرار بگیرد آزرده‌خاطر است و در نهایت میل به داشتن همه زنان را در نظر بازی سایبری و گفتن کلمات نظربازانه و به عبارتی رکیک‌گویی خلاصه می‌کند. در سطح روانکاو فردی در مرحله پیشادیبی، فرزند پسر با مادر در ارتباط کامل بوده و در مرحله آینه‌ای بر پدر، خواهر یا برادر که ممکن است رقیب او باشند رشک می‌برد. در سطح فردی و جمعی با یادگیری زبان و شناخت تمام دال‌های مرکزی مانند خدا، پدر، حکومت که دال مرکزی آنها را استحکام می‌بخشد شروع به شناخت خود و در نتیجه هویت‌یابی خویش از طریق آنها می‌کند. به نظر می‌رسد مرحله آینه‌ای در مرد ایرانی، در اثر نگرستن به واجدین قدرت در هر مکان و زمانی شکل گرفته است و «دیگری بزرگ» او شامل کلیه قدرتمندان است. شکل‌گیری مردی که مردان به زعم او فاقد قدرت و غیرهژمونیک را به سخره می‌گیرد، تقدیس مردانگی هژمونیک در قالب اسطوره‌های تاریخی، سیاسی، فرهنگی، هنری، ورزشی و مانند این، میل به تملک تمام زنان و رشک بردن به قدرت و هر فرد دارای آن به دلیل توانایی تملک بر زنان بسیار، و به شکل متناقضی غیرت‌ورزی عمومی و در نهایت نظربازی به عنوان راه‌حل بی‌قدرتی را می‌توان از نشانه‌های مرحله آینه‌ای در این گروه از مردان ایرانی و رشک بردن آنها بر قدرت دانست.

همچنین غیرت مفهومی چندوجهی و وابسته به موقعیت است. گاه با غیرت ناموسی برای زنان نزدیک به خود، گاه غیرت‌ورزی برای تمام زنان و گاه غیرت‌ورزی در یک حوزه و عدم غیرت‌ورزی در حوزه دیگر را می‌توان دید. برخی مردان با رجوع به صفحات زنان ویژه (روسپی‌های سایبری) و یا دستکم زنان ابژه و در دسترس، خود را متمایل به ارتباط با آنها نشان می‌دهند که طریق رد و بدل شدن شماره تلفن در صفحات، مراجعه به دایرکت برای رابطه جنسی تصویری و مانند این می‌توان متوجه ارتباط جنسی واقعی و یا حداقل تمایل به داشتن چنین ارتباطی در آنها شد که گاه با نظربازی و رکیک‌گویی و گذاشتن تصاویر جنسی از زنان و یا رابطه جنسی سعی در ارضای میل تمامیت‌خواهی خود دارند. تمام این موارد در حالیست که آنها در مواجهه با زنان خانواده خود کاملاً غیرت نشان می‌دهند که خصوصاً در محذوف بودن تصاویر مربوط به آنان نمایان است.

عاشق‌نماها (دون ژوان‌ها): دون ژوانیسم که با سرگشته نشان دادن ظاهری مردان برای زنان نمود می‌یابد، در فضای مجازی انعکاس زیادی دارد. بر طبق نظر باد (۲۰۰۳) دون ژوانیسم ریشه در فراقتنی ترس‌های دوران کودکی و به‌طور خاص دورانی که پسر بچه جدایی از مادر را تجربه کرده است دارد، و به علت تیمارداری پسر بچه‌ها توسط مادران در ایران این اضطراب جدایی در مردان ایرانی تشدید یافته است. بر طبق تعریف بالباس (۲۰۰۲) از دون ژوانیسم، می‌توان در ایران نیز راه‌حل این مسأله را در پناه بردن به خود باشکوه، برای پنهان ساختن ضعف‌ها دید. دون ژوانیسم ساختی است که ساختار همسرگزینی و خود زنان نیز در شکل دادن به آن نقش دارند: «زنان به شکل گسترده‌ای نیاز دارند که مردان آنان را به‌صورت ابژه‌هایی برای تحسین شدن و مطلوب دانسته شدن دریابند. قبل از ازدواج نیز اینها یک فرایند روان‌شناختی قبل از ورود به فرایند قانونی محسوب می‌شوند» (اسکات، ۲۰۰۷: ۴۴). بنابراین به علت اهمیت «کالای مناسب ازدواج بودن»، زنان ایرانی به بساختن «خود» مورد قبول مردان و عشق‌پروری پناه می‌برند و همین مسأله بر شدت دون ژوانیسم افزوده است. دون ژوان‌های ایرانی به‌خاطر معذوریت‌های فرهنگی قادر به ارتباط با چندین نفر از جنس مخالف برای ابراز وجود و یافتن احساس قدرتمندی نیستند و بنابراین تلاش می‌کنند تا به ابراز علاقه نسبت به افراد مختلف به‌صورت پنهانی پرداخته و از پرمینه بودن فرهنگ ایرانی و محدودیت‌های فرهنگی استفاده می‌کنند. نمونه‌های بسیاری را در گفتگوی بین دو جنس و در مورد خطاب قرار دادن‌های زنان به‌وسیله مردان مثلاً در صفحات اینستاگرام و

یا تایم‌لاین‌های توییتر و مانند این می‌توان دید. در این فضا در بسیاری موارد شاهد این هستیم که در زیر تصویر ابراز‌گرایانه یک زن که عمدتاً بار جنسی داشته و یا از صمیمیت عمومی‌یافته تبعیت می‌کند، جملاتی توسط مردان متعدد ذکر می‌شود:

کاربرد مرد: *یه روز پیدات می‌کنم، نگاه تو چشمت می‌کنم!* // *اینم تقدیم به تو*
کاربر زن: *مرسی*

کاربرد مرد: *من دلم برای قهوه‌ای چشمانت ...*
من دلم برای موج موهایت ...
من دلم برای نوازش صدایت...
من دلم برای تو تنگ است
کاربر زن: *چشمای من مشکیه (ایموجی لبخند)*
و ...

این نوع مثال‌ها و البته موارد اروتیک در فضا به کرات دیده می‌شوند و با افزایش بار ابراز بودن تصویر، بر رکیک بودن و بی‌پرده‌گی جملات مردان افزوده شده و یا با افزودن عناصر نجابت، بر لفافه‌های آن افزوده می‌شود.

فضای مجازی به دلیل ارتباط بی‌حد و حصر با جنس مخالف و نیز امکان گفتگو، خودابرازی و نیز گمنامی و خیال‌پردازی، مکان مناسبی برای عاشق‌نماهاست که به‌صورت‌هایی همچون تعریف اغراق‌آمیز مردها از ظاهر جنس مخالف، رفتن به بخش گفتگوی خصوصی و مکالمه با او و حتی کشیده شدن این رابطه به دنیای واقعی و آسیب‌های ناشی در فضای مجازی دیده می‌شود.

علاوه بر مکانیزم‌های مردان در گفتمان جنسیتی، می‌توان به چند مکانیزم زنانه شناسایی‌شده در داده‌ها اشاره کرد که در کنش هرروزه زنان به کار رفته و باعث بازتولید گفتمان نابرابری می‌گردند. خودابرازی زنان از خود در صفحات شخصی نوعی فراواقعیت از آنها ارائه می‌کند که متأثر از دو ایدئولوژی تجدد/مستورگی، و احساسی‌زدگی است.

تجدد/مستورگی: گرچه مستورگی و تجدد دو عنصر فرهنگی هستند اما هنگامی که با حذف یکدیگر، تلاش برای مخدوش ساختن و یکدست‌سازی واقعیت داشته باشند صورت ایدئولوژیک به خود می‌گیرند. زنان سعی می‌کنند بخاطر هنجارهای جامعه، قدری از بی‌پروایی که خاص چنین محیطی است بکاهند و یک خود معصوم و متین از خود نیز به نمایش بگذارند و بدین‌منظور از این مکانیزم‌ها بهره می‌برند:

۱. دوگانگی پوشش: استفاده از چادر و روسری در بعضی از عکس‌ها و برداشتن آنها در بعضی دیگر از عکس‌ها دوگانگی فرهنگی در ایران را نشان می‌دهد و به‌طور مثال از طرفی چادر پوشش سنتی و وسیله‌ای برای نشان دادن تدین و یا نجابت محسوب می‌شود و از طرف دیگر برداشتن آن نشان از تجدد و به روز بودن دارد. ۲. اشاره به تنهایی یا نداشتن دوست غیرهمجنس. ۳. تکنیک ناشناسی: در عکس‌هایی که روسری برداشته شده یا باز است با دست‌ها یا برگ و مانند این بخش زیادی از صورت پوشانده می‌شود. ۴. معصومیت: گذاشتن نوشتارهای عاشقانه در زیر تصویر خنده کودکان و به‌طور کلی استفاده از تصویر کودکان و بهره‌گیری از معصومیت آنان. ۵. خودنمایی: در شهرهای بزرگ نوعی بی‌ریشه‌گی به‌وجود آمده و پیوندهای قدیمی وجود ندارند و بنابراین شیوه‌های همسرگزینی پیشین که بر شناخت قبلی استوار بود رواج کمتری دارند. فضای مجازی و خصوصاً اینستاگرام به عنوان یکی از تصویری‌ترین شبکه‌ها، محلی است که در آن این بی‌ریشه‌گی و بیگانگی با نوعی آشنابودگی مصنوعی و برساختی تلفیق می‌شود. زنان برای ترسیم خود به عنوان کالای مناسب ازدواج، «خود وانمودی» را ارائه می‌کنند که ترکیبی از چهره روتوش و آرایش‌شده، شخصیت فانتزی شاعرانه و با احساس، عناصر سنتی مانند نجابت و آشپزی و مانند آن، با عناصر مدرن‌تر مانند شیک‌پوشی و به روز بودن در خلقیات، کسب مهارت‌ها و مانند آن است. از طرفی در عکس‌ها سعی می‌کنند با بی‌پروا نشان دادن خود و حتی اغراق در آن، خود را زنی مدرن نشان دهند که شامل این نشانه‌ها است: ۱. مدیریت بدن شامل آرایش مصنوعی، اندام و

صورت دستکاری شده ۲. مصرف نمایشی ۳. خودشیفتگی و در مرکز قرار دادن خود ۴. قوی بودن و با ارادگی ۵. بی‌توجهی به حجاب در معنای دینی و حتی گاهی عرفی ۶. تأکید بر داشتن هویت مستقل.



تأکید بر خانه‌داری و مستورگی دو ویژگی مهم زنانگی هژمونیک در فضا هستند که گاه در ترکیب با عناصر مدرن و گاه به‌صورت جداگانه دیده می‌شوند.

احساس زندگی زنانه: هنوز آنچه چودروف «لکت مردانه» یا «ناتوانی در بیان احساسات» می‌نامد و همانطور که گفتیم در دون ژوانیسم به اوج می‌رسد، باعث عدم فهم مناسب دو جنس از دنیای یکدیگر می‌شود. از طرف دیگر عشق رمانتیک به‌شدت توسط رسانه‌های مختلف و کلیت فرهنگ جامعه تبلیغ می‌شود. «عشق‌پروری» به عنوان یک صفت زنانه مثبت تلقی می‌شود و این درحالیست که مردان به سرکوب عواطف خود می‌پردازند. بنابراین از یک‌سو شاهد زنانی هستیم که آزادی‌هایی را بدست آورده‌اند و گمان می‌کنند در مسائل عاطفی نیز عاملیت کسب کرده‌اند، و از سوی دیگر ساختارهای کلانی وجود دارند که مانع این عاملیت هستند. تقابل‌های دوگانه مرد/زن، عقل/احساس، قوی/ضعیف، همچنان در کلیه نهادهای جامعه در حال بازتولیدند. این بازتولید به عاطفه‌ورزی زن و سرکوب عواطف توسط مردان دامن می‌زند و بنابراین در نهایت زنان در طلب احساس و عواطف در ساختارهایی هستند که هیچ‌گاه به آنها دست نخواهند یافت. مقوله «پناه بردن به عشق» نشان‌دهنده تلاشی است که گرچه در آن فرد به بی‌توجهی معشوق، پایان تلخ روابط عاطفی و مانند آن واقف است، اما همچنان به آن ادامه می‌دهد. مضمون‌های به‌دست‌آمده شامل این موارد هستند: اصرار بر برگشتن معشوق یا ماندن او: «نابستان را که داغ نیامدن کردی، پاییز را سرد نبودن نکن! گناه دارد»، دلتنگی برای معشوق بی‌تفاوت و بی‌رحم: «تو غرق خوابی و من غرق آرزوی توام»، «واست بی‌تاب بی‌تابم/ ندارم از تو هیچ سهمی/ تو حالم رو نمی‌فهمی/ چرا اینقدر بی‌رحمی»، بی‌وفایی معشوق: «به عشق دیدنش خودتو خوشگل کنی بعد اون چشاش همه رو ببینه جز تو و خوشگلیات»، عشق ذهنی یا خیالی: «تو هستی نمی‌ترسم از بی‌کسی، نمی‌ترسم از بازی سرنوشت، نمی‌بینم اما حس می‌کنم...» و نیز تصویر چیدن دو بشقاب، فنجان و ... بر روی میز، عشق به عنوان پناهگاه: «بگم کن که جهان کوچک و غمگین نشود»، عشق به عنوان شرط اصلی خوشبختی: «یک آدمی باید باشد که بلد باشد به دیوانه‌بازی‌هایت بخندد، هر کس باید کسی را داشته باشد که...»، ناتوانی در گذشتن از معشوق: «پاییز در راه است تو باید باشی، کوچه جهنم است خیابان جهنم است این روزها بدون تو تهران جهنم است»، اغراق در مورد معشوق: «تو کیستی که هوا را گرفته‌ای از من خودم که هیچ خدا را گرفته‌ای از من»، فنا شدن برای معشوق: «تو وقتی نباشی چه بهتر که یک شب بیفتم کنار خیابان بمیرم، زود برگرد میلانی آلزایمر دارم ممکن است یادم برود نفس بکشم» و

زنان گرچه دچار زنانگی هژمونیک از نوع سنتی و مدرن نیز می‌شوند اما همچنان یک مقوله رقیب به نام «خودیابی» وجود دارد؛ زنانی که بعد از هر شکست عاطفی خود را باز یافته و از امید و تلاش و خوش بینی نسبت به دنیا سخن می‌گویند و علاوه بر آن دست کم در یک علم، مهارت، هنر و یا ورزشی خاص تخصص دارند^۱ و تلاش می‌کنند با سایر مخاطبان و از جمله مخاطبان مرد در فضای مجازی از دریچه فردیت خویش مواجهه پیدا کنند. از طرفی همانطور که گفته شد ساختارهای موجود در روابط بین دو جنس، گفتمان نابرابری را بازتولید می‌کند که

^۱ . مجدی‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) از برجسته‌سازی موفقیت‌های فردی خصوصاً در زمینه شغلی به عنوان یکی از ویژگی‌های مهم شبه فمینیسم نتولیرال یاد کرده‌اند. ذکایی، محمد سعید، ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. فصلنامه

در آن زنان برای هویت‌یابی و ابراز خود باید مجدداً به ایدئولوژی احساسی‌زدگی و زنانگی هژمونیک پناه ببرند. در صورتی که یک زن به‌طور کامل صفات متضاد زنانگی هژمونیک شامل احساسی بودن، مطیع بودن، مهربانی و دلپذیر بودن ظاهری برای مردان را در خود پرورش دهد ممکن است از طرف جنس مخالف و حتی سایر زنان، با برچسب‌های منفی مختلفی مواجه شود.

جدول شماره ۲: روابط گفتمانی قدرت

مضمون‌ها	خرده‌مضمون‌ها	مصادیق	نمونه‌ها (در نوشته‌ها و تصاویر)
مقاومت مردان	خشم مردان از مردانگی‌های جدید	توهین به مردان احساسی و غیرمنطبق با مردانگی هژمونیک از نظر ظاهری	«آبروی هر چی مرده برده با این لباس پوشیدنش»، «مرد هم مردای قدیم، به اینا باید گفت ...» (کلمات رکیک)
	بازگشت مردانگی هژمونیک در قالب‌های جدید	ترکیب عناصر مردانگی هژمونیک و جدیدتر در پوشش، ترکیب روحیات مردانگی‌های سنتی با احساس‌گری	گذاشتن ریش‌های متنوع در کنار موی بلند، زیورآلت و ...، «خیلی از مردها نمی‌دونن که دوست داشته شدن چقدر جذابه!» (کاربر مرد)، «دوستان شما بچه‌تون خوابش نمی‌بره چی کار می‌کنین؟» (کاربر مرد)
اشکال سنتی سلطه	غیرت‌ورزی	غیرت‌ورزی عمومی، غیرت‌ورزی در مورد زنان نزدیک به خود	«خیلی بی‌غیرتن! اگه جای خانوادهاش باشم از خونه میندازش بیرون»
	دون ژوانیسم	خطاب قرار دادن یک زن معمولی یا محبوب ابا الفاظ پرلغافه و شاعرانه، خطاب قرار دادن زنان بی‌پروا و ابژه	«بی لعل لب و وصف شکر می‌توان کرد»، «عجب دافی هستی!»، کلمات رکیک و تحریک‌برانگیز در توصیف اندام‌های زنانه در مواجهه با پُست‌های با ابراز‌گری و بی‌پروایی بالا
کنشگری‌های منفعلانه زنانه	تجدد/ مستورگی	کاستن از پوشش، تأکید بر زبان بدن قوی / افزودن بر پوشش و معصوم نشان دادن خود و گاهی صورت‌های خود با چادر در برخی مواقع	پوششی کمتر از معمول و یا معمول خود، زبان بدن قوی (در حال ورزش، در محل کار و ...) / نشان دادن تصاویر خود با چادر در برخی مواقع

مقوله شماره ۲:

روابط گفتمانی قدرت در فضای جنسیتی

ترکیبی که در مدل‌های
حجاب قابل مشاهده هستند.^۱

احساس‌زدگی	محتاج عشق نشان دادن خود	«باز هم شب و تنهایی»، «اردیبهشت بی تو جهنم است»، استفاده از تصاویر قلب، انار، نوشتن عبارتی همچون «قلیم اکلیلی شد» در زیر تصاویر عاشقانه و ...
------------	-------------------------	--

۵/۳. نشانه‌شناسی در فضای روابط جنسی:

هدونیسیم: معطوف شدن بر ابعاد مادی و جنسی روابط میان دو جنس و ابژه‌سازی زنان توسط مردان، سبب تبدیل شدن زن از موجود انسانی به وسیله‌ای برای لذت مردانه گشته است. هدونیسیم موجود بر تعریف از روابط دو جنس تأثیر گذاشته و عشق کامل و برابرانه را به تمایل و کشش عمدتاً یک‌طرفه و خودخواهانه تنزل داده است. با الهام از کمپبل (۲۰۰۵) که منشأ هدونیسیم مدرن را ترکیب عناصر واقعی در ذهنیت انسان می‌داند، در اینجا می‌توان از «بریکولاژ هدونیستی» سخن گفت؛ تصاویری که در آن حضور پیکرهای زنانه در کنار مناظر طبیعی لوکس که بار لذت‌طلبانه دارند و نیز وسایل رفاهی، غذاها و مانند آن، نشان‌دهنده یکسان دانستن تمامی آنها به عنوان منبع لذت‌جویی است. معمولاً در زیر چنین تصاویری نوشته می‌شود: «ز این شرایط فقط ... رو دارم». عمدتاً در سه نقطه، چیزی قرار می‌گیرد که داشتن آن طبیعی به نظر می‌رسد. مثلاً داشتن دست و پا، اشیای پیش پا افتاده و مانند این. در واقع فرد به‌طور کنایی تمامی نداشته‌هایش را در یک تصویر نشان داده و می‌خواهد بگوید در واقع هیچ کدام از عناصر یک شرایط رضایت‌بخش و «لذت‌بخش» را ندارد. بسیاری از تصاویر مربوط به فضاهای فراغتی طبقات بالا و خارج از کشور بوده و در زیر تصاویر، جملاتی همچون «خونه‌های اونا رو ببین، منم تقریباً اینه که بالشم رو برگردونم روی طرف سردش بخوابم و مانند این» نوشته می‌شود. هدونیسیم ترکیبی در بستر انتزاع‌پرور و تصویری فضای مجازی که عناصر زیبایی‌شناختی و سبک‌محور را در خود دارد، «خلسه مایوس‌کننده» را به وجود آورده است. به‌خاطر خاصیت تصویری و نیز سرعت در جابجایی تصاویر و بی‌زمان و مکان بودن تصاویر، هر نوع تصویر که نوعی حظ جسمانی و یا روحی را به‌وجود می‌آورد، مورد توجه فرد قرار می‌گیرد؛ این تصویر می‌تواند شامل زنان و یا حتی مردان زیبا و اروتیک، مناظر طبیعی زیبا، تصویر حضور آرامش‌بخش، شاد و با شکوه یک خانواده ثروتمند در کنار یکدیگر و تصاویری از این دست باشد. فرد به دیدن این تصاویر پرداخته و سپس دچار نوعی ملال ناشی از ناکامی به‌خاطر محقق نشدن قطعی چنین فراغتی برای او در واقعیت می‌گردد.

لاکچری شدن عشق: فضای مجازی به لاکچری کردن جنسیت، رابطه میان دو جنس و عشق می‌پردازد، از جمله ارائه تصویر اغراق‌شده از صورت و اندام خود خصوصاً توسط زنان و نیز ارائه تصاویر عاشقانه لاکچری و تجملی که در آنها مصرف‌فارغ‌بالانه بستری برای ارائه عشق جنسی است. برای معنا یافتن زندگی در دنیایی که سرشار از اضطراب و ملال است باید عشق ورزید. اما از آنجا که عشق میان دو جنس و به‌طور خاص، شیفتگی، عشق رمانتیک و عشق جنسی اهمیت ویژه‌ای یافته‌اند، بطور خاص زنان تصور می‌کنند که برای تبدیل شدن به موضوعی برای دوست داشته شدن باید خود را به یک شیء لاکچری با اندام‌های اغراق‌شده از نظر جنسی با بهره‌گیری از انواع جراحی‌های صورت و بدن تبدیل کنند، به جرح و تعدیل در صورت و بدن از طریق تتوی بدن، انواع تتوهای صورت همچون میکروبیلدینگ و میکروپیگمنتیشن ابرو، چشم و لب، پیرسینگ اعضای صورت و بدن، استفاده از زیورآلات، آرایش‌های غلیظ و مانند این بپردازند و در حرکات

^۱ می‌توان مصداق نوع‌های پیریدی باحجاب / متجدد را در آنچه علی‌خواه و محمدزاده (۱۴۰۱) شیک‌حجاب و بطور کلی نسل «تری این وان» می‌نامند مشاهده نمود. همچنین اوج ترکیب دو عنصر مستورگی و تجدد را می‌توان در کنش‌های حجاب استایل‌ها و مقلدان آنها دید.

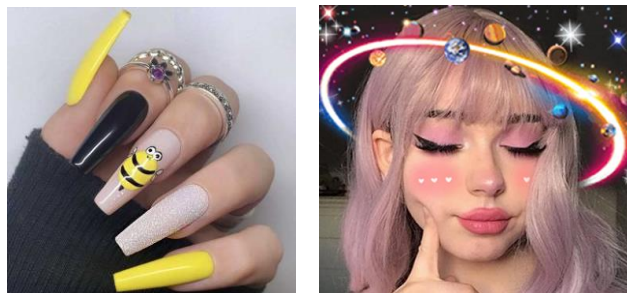
ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. *فصلنامه*

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

و پوشش از آنچه که عمدتاً در رسانه‌ها و فرهنگ عامه‌پسند رایج هستند، الگوگیری کنند. به عبارتی امر تجملی تنها مختص موضوعات، افراد و فضاهای هنری و طبقاتی دارای ذائقه والا نیست بلکه برای ادامه زندگی باید بتوان «بدن خود» را به عنوان امر لاکچری تعریف کرد. در این میان نوجوانان و جوانان به دلیل بازتعریف مرزهای جنسیت زنانه/مردانه و تعاریف زیبایی، و به‌خصوص زنان به‌طور مضاعف به دلیل موضوع عشق بودن نیاز به تلاش بیشتر برای انطباق با تعاریف امر تجملی دارند. آنها باید بتوانند سلیقه رسانه‌ها در زمینه زانگی شامل اندام‌های جنسی، لب‌ها و گونه‌های برجسته، پوشیدن لباس‌های بدن‌نما و ابژه‌کننده، و تقلید از حرکات ستاره‌های موسیقی، سینما و حتی فیلم‌های قبیح‌نگار را به بهترین شکل اجرا کنند.

یکی از مهمترین تبعات لاکچری شدن عشق و جنسیت خصوصاً در میان زنان، وسواس پیدا کردن در مورد ظاهر خویش است. علاوه بر اینکه به‌صورت مداوم شخصی‌ترین قسمت‌های بدن به معرض نمایش در می‌آیند، پرسش‌های مکرری پیرامون چگونگی اندام، لباس‌ها، نوع آرایش صورت، موها، دست‌ها و مانند این و سایر مشخصه‌های ظاهری که با سؤالاتی مانند: «خوبم؟ چطورم؟» و با هدف تأیید مناسب بودن مطرح می‌شوند، در این فضا دیده می‌شود. همچنین ایجاد تصویر اغراق‌شده از خود در بین دختران نوجوان و زنان جوان که با رواج اسنپ‌چت، فیلترهای صورت و بدن که فانتزی و عموماً مربوط به زیبایی هستند و نیز انواع برنامه‌های ویرایش عکس، رواج بیشتری یافته و به کالایی شدن و لاکچری شدن فزاینده زنان شدت بیشتری بخشیده است. این اغراق‌ها در چهره و اندام گرچه گاهی با تمسخر سایرین و خصوصاً جنس مخالف همراه می‌شود اما جزء جدانشدنی حضور زنان در این فضا است و آنها در صورت عدم رعایت این اصول برساختی مورد مؤاخذه سایرین و حتی همجنسان خود واقع می‌شوند.

در این فضا تمامی اعضای صورت و بدن تبدیل به شیئی لاکچری می‌شود:



فانتزی‌های جنسی: زنان بیشتر بر فانتزی‌های احساسی، رؤیایی و تجملی که عشق رمانتیک را در بستری مصرف‌زده تعریف می‌کند، تأکید دارند و فانتزی‌های مردان عمدتاً جنسی، اغراق‌شده و مبتنی بر قدرت هستند. هر دو گروه فانتزی متأثر از فرهنگ عامه‌پسند رسانه‌ها هستند. به‌طور مثال زنان تصاویری از هم‌آغوشی‌هایی که بیشتر شبیه به تصاویر فیلم‌ها و یا رمان‌های عامه‌پسند هستند را از خود و یا سایرین منتشر می‌کنند و زیر آن عباراتی اینچنینی می‌نویسند: «اگر زور نداشته باشه اینجوری بغلم کنه چی؟» این گونه تصاویر عموماً در فضایی مصرف‌زده مثلاً در اتاق‌ها و منظره‌های لوکس و همراه با لباس‌ها، هدایا، اشیای زینتی و تجملی و حتی بدن‌های لاکچری همراه با کلیشه‌های جنسیتی فراوان مانند زنان کمرباریک و مردان ورزیده و مانند این هستند. مثال‌های مردان در اینجا قابل ذکر نبوده و عموماً شامل نمایش تصویر صورت، بخشی از بدن و یا کل بدن اروتیک و لاکچری زنی زیبا و گفتن سخن‌های خوشونت‌آمیز و جنسی در مورد آن، و یا ذکر بی‌پروایی‌های جنسی شان می‌گردد.

همانطور که ذکر شد رواج مردانگی خشن و بدن‌گرا سبب الگوگیری برخی از مردان، از بازیگران مرد فیلم‌های قبیح‌نگار گشته است به‌طوری‌که در کلام آنان همواره مقایسه خود و شرکای خیالی (و یا واقعی) شان با بازیگران این فیلم‌ها از نظر ظاهری و انجام حرکات غیرمتعارف

^۱ به دلیل ملاحظات اخلاقی و قانونی امکان نمایش تصاویر بدن‌های فانتزی وجود ندارد، اما در فضای مجازی ایرانی به وفور قابل دسترسی هستند.

ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه های اجتماعی مجازی ایرانی. *فصلنامه*

جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

دیده می‌شود. به نظر می‌رسد که فانتزی‌های مردانه در فضای مجازی با مردانگی هژمونیک سنتی مطابقت بیشتری داشته باشد. زنان نیز با ترسیم فضایی رنگارنگ و رؤیایی و مصرف‌زده که در آنها مردانگی هژمونیک جدید با تمام عناصر تلفیقی‌اش مانند عضلات مردانه در کنار روحیات لطیف وجود دارد، به فانتزی‌سازی می‌پردازند. زن‌ها نسبت به سال‌های قبل خود را بی‌پروا تر نشان می‌دهند و با ابرازگری جسمی، سخن گفتن از مسائل زیستی زنانه که قبلاً تابو بوده‌اند و با ترسیم جزئیات خواسته‌هایشان، مطالبات خود در فضای خصوصی را که تأمین نشده‌اند در فضای عمومی فریاد می‌زنند. همچنین آنها در مواردی افراطی‌تر همچون مردان به زیر پا گذاشتن هنجارهای جنسی (رواج کلماتی همچون بی‌دی اس ام^۱، پلی آموری^۲، روابط جنسی چندنفره (تری سام، فور سام) و مانند این) پرداخته و همچون برخی مردان به تفکیک امر جنسی و عاطفی می‌پردازند.^۳ به‌طور کلی گرچه این فضا به ظاهر، باعث برون‌ریزی فانتزی‌های ذهنی افراد می‌شود اما در درازمدت باعث عمومیت فانتزی‌ها شده است به‌طوری‌که نوعی همگرایی در فانتزی‌های افراد و حتی دو جنس دیده می‌شود و خصوصاً زنان به سمت بدن‌گرایی، لذت‌گرایی، فردگرایی در روابط با جنس مخالف و فانتزی‌های شهوانی تمایل پیدا کرده‌اند.

جدول شماره ۳: نشانه‌شناسی فضای جنسیتی

مضمون‌ها	خرده‌مضمون‌ها	مصادیق	نمونه‌ها (در نوشته‌ها و تصاویر)
هدونیسیم	بریکولاژ هدونیستی	هم‌رده‌سازی و ترکیب تصاویر لذت‌بخش طبیعت، محیط‌ها و اشخاص	صبحانه لاکچری بر روی سینی شناور در استخر یک ویلای باشکوه
احساس ناکامی ناشی از خلسه مایوس‌کننده	مقایسه دائمی لذت‌های زندگی دیگران با نداشته‌های خود	«آکه اون (فرد ثروتمند) داره زندگی میکنه، پس من دارم چی کار میکنم؟!»	
لاکچری شدن عشق	تبدیل شدن بدن به شیء لاکچری	دستکاری مبالغه‌آمیز صورت و بدن	گونه‌ها، لب‌ها و اندام‌های جنسی برجسته
برساخت ایده‌آل‌های زیبایی و وسواس ظاهر ناشی از آن	توقع نمایش دائمی چهره شاداب، جوان با زیبایی برساختی	«به نظرتون این (شخصی با زیبایی عموماً برساختی و یا فرد احتمالاً سلبریتی که به جذابیت معروف است) خوشگلتره یا من؟»	

مقاله شماره ۳:

نشانه‌شناسی فضای جنسیتی

^۱. رابطه ارباب/برده در کنش عاطفی و جنسی که همراه با خشونت و زیرپا گذاشته شدن ارزش‌های انسانی است.

^۲. رابطه عاطفی همزمان فرد با چندین نفر: Polyamory.

^۳. نمایش بدن در بین کاربران زن و برخی کاربران مرد معنای مقاومت و مالکیت بر بدن خویش نیز پیدا کرده است. با وجود این به‌وضوح نمی‌توان مرز میان تنانگی و ایژگی را مشخص کرد. این عدم وضوح در کنش کاربران (نمایش خاص از بدن خویش از نظر زاویه‌بندی، اروتیک یا غیراروتیک بودن پوشش)، واکنش‌های دیگران و واکنش مثبت زنان به برانگیختگی کاربران مرد دیده می‌شود. با وجود این واکنش‌هایی از سوی مردان دیده می‌شود که نشان می‌دهد غالباً برای مردان چنین تفکیکی وجود ندارد؛ لایک کردن تصاویر برهنه زنان و نوشتن تعاریفی که معمولاً اروتیک هستند، تمسخر بدن‌های زنانه‌ای که با معیارهای رنگ، اندازه، فرم و حالت فیگورهای زنانه ایده‌آل از نظر زیبایی و برانگیخته‌سازی تفاوت عمده دارند.

فانتزی‌سازی	فانتزی‌های رمانتیک و مصرفی	تصویرسازی رفتارهای عاشقانه با چهره‌ها، اندام‌ها، لباس‌ها، محیط و اشیای مصرفی به سبک رسانه‌ها	«دوست دارین عشقتون ولتاین چه جور یکی بهتون کادو بده؟»
فانتزی‌های بی‌پروا و اروتیک	تصویرسازی شهوانی از اندام و حرکات خود و شریک واقعی یا خیالی، زیر پا گذاشتن هنجارهای مرسوم	تصاویر شهوانی، نشان دادن محیط یا تصویر اشیای مرتبط با عمل جنسی، روابط چند-نفره، رابطه ارباب /برده	

۵- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی «فضای جنسیتی» حاکم بر فضای مجازی ایرانی و بررسی سه جزء این مفهوم شامل عناصر تشکیل‌دهنده معنایی روابط میان دو جنس و تغییرات و تحولات آنها، رابطه گفتمانی قدرت میان دو جنس، و صورت‌های نمادین رابطه میان دو جنس به عنوان بیرونی‌ترین بخش فضای جنسیتی بود. همانطور که در یافته‌ها دیده شد وجوه جنسی و اروتیک میان دو جنس اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است و از طرف دیگر می‌توانیم از پدیده صمیمیت عمومی‌یافته سخن بگوییم. فضای جنسیتی در ایران از نظر عناصر تشکیل‌دهنده به سمت عمومی شدن و شی‌ءواره شدن موضوع عشق تغییر کرده است. همچنین در سطح زبانی نیز روابط میان دو جنس به صورت کنش و واکنش یک‌طرفه از نظر قدرت است. تغییرات ساختاری اقتصادی و فرهنگی باعث شده تا بحران مردانگی موقعیت تثبیت‌شده مردان در تقابل‌های دوگانه قبلی را دچار چالش سازد. مردان از آنچه باعث بحران مردانگی شده خشمگین‌اند و با روش‌های گوناگون سعی در مقابله با آن را دارند که شامل برخوردهای خشن در برابر صورت‌های جدید و تثبیت زنان در شکل موجودات احساس‌زده تا ایجاد صورت جدیدی از مردانگی که علیرغم کوتاه آمدن ظاهری از برخی مواضع مردانگی هژمونیک بوده، و همگی با هدف تثبیت مردانگی هژمونیک صورت می‌گیرد. آنها از مکانیزم‌های سنتی مردانه ایرانی همچون غیرت ورزیدن و دون‌ژوانیسم که سعی در ایژه ساختن زنان، اعمال قدرت و تثبیت گفتمان جنسیتی غالب در جامعه دارند و در فضای مجازی به دلیل خاصیت ایکونیک و تصویری، و امکان خودافشایی بالا امکان بروز بیشتری یافته‌اند اما به شکل متناقضی نامحسوس‌تر گشته‌اند، استفاده می‌کنند. زنان نیز گرچه مقاومت‌هایی دارند اما در نهایت به شکل منفعلانه‌ای خود را در صورت‌های کلیشه‌ای قبلی تثبیت می‌کنند. روابط قدرت میان دو جنس در بیرونی‌ترین بخش فضای جنسیتی یعنی بعد نمادین، صورت آشکارتری به خود گرفته است، به طوری که نه تنها زنان در شی‌ءواره‌ترین صورت خود را در کنار سایر موضوعات لذت تبدیل به امری هدونیستی کرده‌اند بلکه در فانتزی‌های خود نیز علیرغم برخی مقاومت‌ها به دنبال همگرایی با مردان در فانتزی‌های فردگرایانه، بدن‌گرایانه و لذت‌گرایانه، و نیز مصرفی‌سازی و رمانتیک‌سازی روابط هستند که در نهایت به تثبیت روابط گفتمانی قبلی می‌انجامد.

مشارکت نویسندگان

نویسندگان بصورت یکسان در نگارش مقاله نقش داشته‌اند.

تعارض منافع

تضاد منافع نداریم.

منابع

- حاتمی، محمدرضا و مذهبی، سارویه (۱۳۹۰). رسانه و نگرش زنان به هویت جنسیتی خود. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۴ (۲)، ۱۸۵-۲۰۹.
- ذکایی، محمد سعید و ویسی، سیمین (۱۳۹۹). زیست مجازی در ایران: عواطف و خرده‌فرهنگ‌ها در شبکه‌های اجتماعی. تهران: آگاه.
- رهر مهرپو، بهناز؛ رشیدی، احتشام و دانایی، ابوالفضل (۱۳۹۸). تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان. *پژوهشنامه زنان*، ۱۰ (۲)، ۸۵-۱۱۲.
- صادقی فسایی؛ سهیلا و نیکدل، نرمین (۱۳۹۵). تحلیل جنسیتی از تحقیر اجتماعی در روابط بین فردی (مطالعه کیفی). *پژوهشنامه زنان*، *پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۱۷ (۱)، ۹۹-۱۲۵.
- طالبی، محمد علی؛ میرزایی، خلیل و مهدوی، محمدصادق (۱۳۹۹). چگونگی بازنمایی ویژگی‌های جنسیتی در جوک‌های فارسی تلگرامی. *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۱ (۵۰)، ۹۵-۱۱۷.
- علیخواه، فردین و محمدرزاده، حمیده (۱۴۰۱). درباره دختران چادری مدرن: ظهور نسل «تری این وان» در ایران. *فصلنامه علمی جامعه شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۴)، ۲۸-۴۶.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی*. ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نشر نی، چاپ هفتم.
- مجدی‌زاده، زهرا؛ حجازی، منصوره و بیچرانلو، عبدالله (۱۴۰۱). ظهور شبه فمینیسم نئولیبرال در صفحات اینستاگرامی زنان ایرانی. *فصلنامه علمی جامعه شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۴)، ۴۸-۷۲.
- مؤید حکمت، ناهید (۱۳۹۴). شناسایی «تصورات قالبی جنسیتی» در شهر تهران: گسست یا تداوم. *پژوهشنامه زنان*، *پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۶ (۱)، ۱۵۳-۱۶۹.
- نیکخواه قمصری، نرگس و منصوریان راوندی، فاطمه (۱۳۹۳). تأملی بر رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی (مطالعه موردی کاربران اینترنت در شهر کاشان). *مطالعات رسانه‌ای*، ۹ (۴) (پیاپی ۲۷)، ۱۰۷-۱۲۰.

References

- Alikhah, F. & Mohammadzadeh, H. (2022). "On modern chadori girls: the emergence of the 3 In 1 generation", *Sociology of Culture and Art*, 4(2), Serrial Number: 11, 28-46 (in Persian).
- Bourdieu, P. (1985). "The social space and genesis of groups", *Theory and Society*, 14(6), 723-744.
- Bourdieu, P. (1996). *Physical space, social space and habitus*, Vilhelm Aubert Memorial lecture, Report, 10, 87-101.
- Bourdieu, P. (2002). *Masculine domination*. Translated by Richard nice. Redwood City, California: Stanford University Press.
- Budd, S. (2003). No sex please –we, re British: Sexuality in English and French psychoanalysis, In S. Harding (Ed.), *Sexuality: Psychoanalytic perspectives*. London: Routledge.
- Balbus, I. D. (2002). Masculinity and the mother: Toward a synthesis of feminist mothering theory and psychoanalytical theory of narcissism, In J. K. Gardinger (Ed.), *Masculinity studies and feminist theory*. New York: Columbia University Press.
- Buss, D. (2000). *The dangerous passion: Why jealousy is as necessary as love and sex*. New York: The Free Press.
- Calefato, P. (2014). *Luxury, fashion, lifestyle and excess*, Translated by Lisa Adams. London: BloomsBury.
- Campbell, C. (2005). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Dallas, Texas: Alcuin Academics.
- Chandler, D. (2004). *Semiotics: The basics*. New York: Routledge.
- Chodorow, N. J. (1978). *The reproduction of mothering: Psychoanalysis and the sociology of gender*. California: University of California Press.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Redwood City, California: Stanford University Press.
- Connell, R.W. (2005). *Masqulinities*. 2th Edition, Berkley. Los Angeles: University of California Press.
- Connell, R.W, & Messerschmidt, J.W. (2005). "Hegemonic masculinity: Rethinking the concept", *Gender and Society*. Sage Journal. <http://www.sagepublication.com>, 829-859.
- ذکایی، محمد سعید؛ ویسی، سیمین (۱۴۰۳). تحلیل نتنوگرافیک-نشانه‌شناختی فضای جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی. *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۱)، ۱۷ - ۴۰.

- Crooks, R. & Baur, K. (2010). *Our sexuality*. Boston, United States Wadsworth: Cengage Learning.
- De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2015). "Youth and intimate media cultures: Gender, sexuality, relationships, and desire as storytelling practices in social networking sites", *Communications*, 40(3), 319-340.
- Dobson, A. S. (2016). *Postfeminist digital cultures: Femininity, social media, and self-representation*. Midtown Manhattan, New York City: Springer.
- Eleuteri, S., Saladino, V., & Verrastro, V. (2017). "Identity, relationships, sexuality, and risky behaviors of adolescents in the context of social media", *Sexual and Relationship Therapy*, 32(3-4), 354-365.
- Ellis, A. & Abarbanel, A. (2013). *The Encyclopedia of Sexual Behavior*. Lanham, Maryland: Jason Aronson Inc., Vol 1.
- Friedman, R. C. & Downey, J. I. (2002). *Sexual orientation and psychoanalysis, sexual science and clinical practice*. New York: Columbia University Press.
- Giddens. A. (2012). *Sociology*, 7th, translated by Hasan Chavoshian, Tehran: Ney Publication (in Persian).
- Given, L. M. (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Thousand Oaks, California: Sage Publication.
- Harman, T. (2011). "The crisis of masculinity as Deleuzian event, *Culture*", *Society and Masculinities*, 3(1), 26-39.
- Hatami, M. & Mazhabi, S. (2011). "Media and women view to their gender identity", *Journal of Iranian Cultural Research*, 4(2), Serial Number: 14, 185-209 (in Persian).
- Haywood, C. & Mac an Ghail, M. (2003). *Men and masculinities: Theory, research and social practice*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Helm, B. W. (2009). *Love, friendship, and the Self: Intimacy, identification, and the social nature of persons*. Oxford: Oxford University Press.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. London: Sage Publication.
- Le bon, G. (2001). *The crowd: A study of the popular mind*. Mineola: New York: Dover publication, INC.
- Majdzadeh, Z; Hajjari, M. & Bicharanlou, A. (2023). "The emergence of neoliberal pseudo-feminism on Iranian women's Instagram pages", *Sociology of Culture and Art*, 4(4), Serial Number: 13, 48-72 (in Persian).
- Meissner, W. W. (2003). *The ethical dimention psychoanalysis, a dialogue*. New York: State University of New York Press.
- Moayedhekmat, N. (2015). "Gender stereotyping: Continuation or rupture", *Women, s Studies*, 6 (11), Serial Number: 11, 153-169 (in Persian).
- Nikkhah Ghamsari, N. & Mansourian Ravandi, F. (2014). "The relationship between cyber space and gender identity, Case study of the internet users in Kashan, Iran", *Media Studies*, 9(27), 107-120 (in Persian).
- Scheff, T. (2011). *What's love got to do with it? Emotions and relationships in popular songs*. London: Routledge.
- Schwalbe, M. (2005). Identity stakes, Manhood acts and the dynamics of Accountability, In N. K. Denzin, J. Salvo, A. Durhan, K. Dolan, G. Kien and D. Monje, (Eds.), *Studies in Symbolic Interaction*. Amesterdam: Elsevier.
- Shankar, S. V. (2017). *What is love*. Chennai: Notion Press.
- Shumway, D. R. (2003). *Modern love, romance: Intimacy and the marriage crisis*. New York: New York University Press.

- Seebach, S. (2017). *Love and society: Special social forms and the master emotion*. London: Routledge.
- Silvestro, K. (2018). *Narcissism and sexuality: A self inflicted wound*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Page, P. (1999). *Masculinity in crisis? A study on the threat to masculine identities through unemployment* (Doctoral dissertation, National University of Ireland Maynooth).
- Pascoe, C. J. (2011). "Resource and risk: Youth sexuality and new media use", *Sexuality Research and Social Policy*, 8(1), 5-17.
- Rahbarmehrpo, B., Rashidi, R. & Danaei, A. (2019). "Explain the relationship between the virtual social network Instagram and redefine women's gender identity", *Women, s Studies*, 10(28), Serial Number: 28, 85-112 (in Persian).
- Ross, M. W. (2005). "Typing, doing, and being: Sexuality and the internet", *Journal of Sex Research*, 42(4), 342-352.
- Sadeghi Fasaee, S. & Nikdel, N. (2016). "Gender-related analysis of social humiliation in inter-individual relationships: A qualitative study", *Women, s Studies*, 7(15), Serial Number: 15, 99-125 (in Persian).
- Scott, S. V. (2007). *Harassment: Victims and victimizers*. Bloomington, Indiana: Xlibris Corporation.
- Talebi, M., Mirzaeii, K. & Mahdavi, M. (2020). "How gender characteristics are being represented in Persian Telegram jokes", *Culture-Communication*, 21(50), Serial Number: 82, 95-117 (in Persian).
- Yates, C. (2007). *Masculine Jealousy and Contemporary Cinema*. London: Palgrave, Macmillan.
- Zeglin, R. J., & Mitchell, J. (2014). "Using social media to assess conceptualizations of sexuality", *American Journal of Sexuality Education*, 9(3), 276-291.
- Zokaei, M. S. & Veisi, S. (2020). *Virtual life in Iran: Emotions and subcultures in online social networks*. Tehran: Ahah Publication (in Persian).