

بررسی ارتباط نگاه محور^۱ در فیس بوک: برساخت فانتزی و گفتمان هیستریک (با رویکرد لکان)

سروناز تربتی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۰۹

چکیده

تحقیق حاضر به منظور تحلیل ارتباط‌گران فیس‌بوک همچون سوژه‌های لکانی انجام گرفته است. برخلاف نظریه‌های رایج ارتباطی که ارتباط را فرایند ساده انتقال پیام و آگاهانه می‌دانند، در روان‌کاوی لکان این دو ویژگی به چالش کشیده می‌شود. سوژه روان‌کاوانه لکان، سوژه آگاه مدرن نیست، بلکه سوژه‌ای است که توسط میل دیگری یا زبان برساخته می‌شود و چون میان آنچه توسط زبان می‌گوید و آنچه هستی اوست، شکاف وجود دارد، سوژه خط‌خورده تلقی می‌گردد. با توجه به این که سوژه خط‌خورده لکانی، همواره با حفره مواجه است و این امر که زبان در رویکرد او ناخودآگاه تلقی می‌گردد، این

1. scopophilic

* استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.

sarvenaz.torbati@gmail.com

تحقیق با بهره‌مندی از نظریات روان‌کاوانه لکان و روش تحلیل روان‌کاوانه و پسا ساختارگرایانه درصدد تبیین و تحلیل تعامل گران فیس‌بوک و پاسخ به دو پرسش است: ۱- چگونه ارتباط نگاه محور که مبتنی بر دیدن و دیده شدن است در فیس‌بوک تبدیل به یک فانتزی می‌شود؟ ۲- چگونه گفتمان فیس‌بوک را می‌توان در چارچوب گفتمان سرمایه‌داری هیستریک تبیین و برساخت سوژه‌های هیستریک شده حاصل از نفوذ گفتمان سرمایه‌داری را تفسیر نمود؟ در تحقیق حاضر کاربران فیس‌بوک چون سوژه‌هایی که در عرصه نگاه‌محوری با یاری امر تصویری برای پر کردن حفره تروماتیک تا بالاترین حد فانتزی، تعاملات خود را گسترش می‌دهند، تحلیل می‌گردند. مورد مطالعاتی، تبیین کاربران پیج بچه پولدارهای تهرانی در فیس‌بوک است، که با توجه به مبانی نظری تحقیق، همچون سوژه‌های هیستریک در امر دیداری دست به خیال‌پردازی می‌زنند. تحلیل کاربران نشان می‌دهد که چگونه روابط اجتماعی در قالب گفتمان‌ها معنا دار می‌گردد و کارکرد فیس‌بوک چون عرصه‌ای برای تعاملات فردی و اجتماعی محلی برای فانتزی دیداری می‌شود. به‌منظور انضمامی ساختن تحلیل نظری کاربران، تعداد ۱۰۰ تصویر از این صفحه مورد بررسی قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: سوژه لکانی، فانتزی، فیس‌بوک، ارتباط نگاه محور، گفتمان هیستریک.

بیان مسئله

فهم ما از فیس‌بوک، اساساً وابسته به بازنمایی ما از فضا است. این بازنمایی به شکل خودانگیخته، مبتنی بر هندسه اقلیدسی، فضا را بر اساس حدفاصل میان نقاط که خصوصیت آن است، تعریف می‌کند. اما برای توصیف فیس‌بوک (Facebook) همچون کتاب چهره‌ها که تجربه ارتباطی جدیدی را به وجود آورده است، فهم متفاوتی از مکان و فضا را ملزم می‌سازد. ارتباط در فیس‌بوک، کاربران را در فضایی از حس

۳ بررسی ارتباط نگاه محور در فیس‌بوک ...

حضور همه‌جایی^۱ و ارتباط متقابل نگاه محور، دیدن و دیده شدن در یک‌زمان، قرار می‌دهد. به نظر می‌رسد که فهم متریک و اقلیدسی از مکان برای این شکل تعامل مناسب نیست و این فهم از مکان قادر به توصیف چیرگی ما در فیس‌بوک نیست. تعامل در فیس‌بوک ما را قادر می‌سازد تا پست یا تصویر یک فرد را در فیس‌بوک لایک (like) کنیم و با این کار او را از این که از پست او لذت بردیم، آگاه کنیم. هرچند، درون گفتمان فیس‌بوک، این حقیقت که کلید لایک کردن به کاربر این امکان را می‌دهد تا لذت خود را نشان دهد، اما نمی‌تواند نشانگر دلیل الزام‌آوری برای پاسخ به این سؤال باشد که چرا ممکن است یک نفر از یک عکس یا پست خوشش بیاید و هم‌زمان بخواهد لذت خود را نشان دهد. این موضوع دلیل خوبی برای نشان دادن این که چگونه آگوها^۲ قادرند به صورت لذت طلبانه مرزهای خود را برای دسترسی به زمینه مشترک استعلا بدهند، نیست. این که چگونه کاربران، در آپاراتوس بصری فیس‌بوک، خود را جایگزین موقعیت دیگری می‌کنند و به صورت همدلانه تمایز کمتری در تفاوت میان خود و دیگری ایجاد می‌کنند؟ یا چرا غالباً تمایل به تعامل با افرادی داریم که با نقطه نظرات ما موافق هستند؟ پاسخ به این دست از سؤالات زمانی امکان‌پذیر می‌شود که خود را همچون آگوهای مجزا و درون ماندگار ندانیم. برای فهم این که چگونه دیدن و دیده شدن در فیس‌بوک تبدیل به یک فانتزی جمعی می‌شود و چرا فیس‌بوک خود تبدیل به فضایی برای فانتزی شده است، زمانی قابل توصیف می‌گردد که بتوان از هندسه اقلیدسی که معیار آن اندازه و فاصله میان نقاط است عبور کرد و به فهمی توپولوژیکی از ارتباط و خود دست‌یافت. واژه توپوس^۳ در زبان یونان باستان به معنای

1. omnipresence

2. Ego

در روان‌کاوی لکان آگو به معنای من در مرحله خیالی است. یعنی منی که هنوز وارد نظم نمادین نشده و بعد از ورود به نظم نمادین، تبدیل به سوژه برساخته زبان می‌شود، با این پیش‌فرض که در رویکرد پساساختارگرا، زبان سوژه و واقعیت بیرونی را بر می‌سازد. برای حفظ مفهوم تخصصی، از واژه‌های آگو و سوژه استفاده می‌شود.

3. topos

مکان بوده، اما این مکان بر اساس فاصله یا اندازه متریک اندازه‌گیری نمی‌شود، بلکه آنچه در این فضا مهم است مفهوم همسایگی یا نسبت میان چیزهاست. در مواجهه با این سؤالات، باید نقطه‌نظری توپولوژیکی و غیر متریکی را اتخاذ کرد تا بتوان کارکرد کیفی تعامل در فیس‌بوک را به‌درستی و دقت بیان نمود. با توجه به دیدگاه کلی توپولوژی، فضا توسط حدفاصل میان نقاط تعریف نمی‌شود، بلکه در عوض توسط خصوصیات و نسبت‌هایی تعریف می‌گردد که در فرایند کژدیدی‌ها و تغییر شکل‌ها، مانند خمیدگی و کشش، ثابت باقی بمانند. فضای توپولوژی مبتنی بر مفاهیمی چون فاصله، اندازه، ناحیه و زاویه نیست، بلکه مبتنی بر مفهوم همسایگی است. این فهم از فضا ما را قادر می‌سازد تا نگاهی روانکاوانه بر کاربر فیس‌بوک داشته باشیم که نه به‌عنوان آگوه‌ای درون ماندگار به شمار آیند که به‌صورت مکانیکی با یکدیگر تعامل دارند، بلکه آن‌ها را چون آگوها و سوژه‌های میل از پیش مفصل‌بندی شده^۱ بدانیم. برای این شکل از تحلیل روان‌کاوانه ارتباط از نظریه سوژه لکانی و اصطلاحات مربوط به آن بهره گرفته می‌شود که در بسط متن حاضر تعریف مفاهیم شده است.

پرسش دیگر این تحقیق این است که چگونه ارتباط در فیس‌بوک را می‌توان گفتمان سرمایه‌داری هیستریک شده دانست؟ درحالی‌که، سوپژکتیویته هیستریک توسط نفوذ تولید ابژه a در گفتمان سرمایه‌داری برساخته می‌شود. با توجه به این که در رویکرد پسا ساختارگرایی لکانی، روابط و رویدادهای اجتماعی تنها در قالب گفتمان‌ها، معنادار و قابل تحلیل هستند، بدین ترتیب، کارکرد فیس‌بوک چون محلی برای تعاملات اجتماعی و فردی مبتنی بر نگاه‌محوری در قالب گفتمان سرمایه‌داری و هیستریک لکان تحلیل پذیر می‌گردد.

توپولوژی ارتباط

به منظور تحلیل تعامل در فیس بوک با توجه به فانتزی نگاه محوری که مبتنی بر میل به دیدن و دیده شدن است، تحلیل روانکاوانه خود را با مثالی از یکی از اشکال توپولوژی آغاز می‌کنم و سپس آن را در جهت پاسخ به پرسش‌های تحقیق بسط می‌دهم. از میان این اشکال می‌توان به نوار مویبوس اشاره کرد. نوار مویبوس یک شکل سه وجهی است که با پیچاندن یک نوار کاغذی و سپس به هم پیوستن انتهای نوار به یکدیگر که یک حلقه درست می‌کند، به وجود می‌آید. این شکل نشانگر این است که چگونه واژه‌های متضاد، مانند درون/بیرون، عشق/نفرت، دال/مدلول با یکدیگر در پیوستگی قرار دارند و نه گسستگی.

تعامل ارتباط‌گران در فیس بوک که اساساً مبتنی بر نگاه محوری است، با در نظر گرفتن شکل توپولوژیکی، نشانگر چرخش مداوم درون و بیرون آگوها و سوژه‌هاست. بدین ترتیب ما ارتباط‌گران درون ماندگار که در انزوا و آگوی یکه که در یک مدل خطی تعامل برقرار می‌کنیم، در نظر نمی‌آییم. در قدم آغازین، فهم ما از توپولوژی زمانی صورت می‌گیرد که کلیت چیزها را همچون یک ساختار درک کنیم. ساختار، کلیتی است که معناداری اجزای تشکیل‌دهنده آن توسط جایگاه و نسبت میان اجزای آن کل معین می‌شود. به عنوان مثال، در یک سازمان رابطه و نسبت میان کارکنان سازمان را جایگاه و موقعیت شغلی شان معین می‌کند. رویکرد پسا ساختارگرا و روانکاوانه تحقیق، محقق را ملزم به روشن ساختن توپولوژی ارتباط‌گران از نگاه روانکاوی لکان می‌کند. در سه ساحت رئال^۱ (واقعی)، خیالی^۲ و نمادی^۳ در توپولوژی لکان، وضعیت ارتباط‌گران تحلیل می‌گردد و تحلیل

1. the real

ساحت رئال (واقعی) به معنای واقعیت بیرونی نیست به این جهت برای این که با واقعیت بیرونی به اشتباه گرفته نشود از واژه رئال استفاده می‌گردد.

2. imaginary
3. symbolic

ارتباط‌گران در این سه ساحت در ارتباط و هم‌پوشانی با یکدیگر هستند. با توجه به سه ساحت لکان، بدن در سه مرحله قرار می‌گیرد: بدن مرحله پیش‌آینه‌ای، بدن در مرحله خیالی، و بدن در حالت سوژه نمادین که از نظر لکان این سوژه، سوژه دارای شکاف است. با بیان این سه ساحت می‌توان شکل‌گیری اگو، سوژه و دیگری بزرگ^۱ را توصیف کرد.

بدن در ساحت رئال

در مرحله پیش‌آینه‌ای که همان ساحت واقعی (رئال) است، بدن حسی از یگانگی و یکپارچگی ندارد (یعنی از همان زمان تولد) و همواره مورد هجوم رانه‌ها^۲ و تکانش‌ها قرار می‌گیرد. بدن در این مرحله وارد نظم نمادین و هنجارهای اجتماعی نشده است. "ساحت رئال پیش از زبان و کلمه است و با ساحت خیالی و نمادی پیوند دارد. به‌جای چیزی می‌نشیند که نه در ساحت خیالی است و نه در ساحت نمادی..." (لکان، ۱۹۹۸: ۲۸۰)^۳ در ساحت رئال، بدن شناخت و تصویری از خود ندارد و توسط رانه‌ها به‌ویژه رانه دهانی و مقعدی احاطه شده است. رانه را نباید با غریزه که یک امر زیست‌شناختی است، اشتباه گرفت. زیرا رانه‌ها برخلاف غریزه ساختی فرهنگی - زبانی پیدا می‌کنند. رانه‌ها همواره در پی کسب لذت هستند و هیچ‌گاه کاملاً سیر و راضی نمی‌گردند. لکان، رانه‌ها را که موجب راندن و حرکت سیری‌ناپذیر و لذت طلب است، ژویی‌سانس^۴ یا کیف می‌نامد. "رانه‌ها امری جزئی هستند، نه بدین معنا که جزئی از

1. Other

منظور از "دیگری بزرگ" که در انگلیسی با حرف بزرگ O نوشته می‌شود، زبان، قانون، فرهنگ است. البته دیگری با حرف O کوچک هم به معنای مادر است. بنابراین گاهی برای توصیف دیگری بزرگ و دیگری کوچک که مادر است در زبان انگلیسی این‌چنین نوشته می‌شود: m(O)ther.

2. drives

3. Lacan

4. jouissance

یک کل هستند بلکه سکسوالیته را به صورت جزئی بازنمایی می‌کند؛ رانه‌ها کارکرد بازتولیدی سکسوالیته را بازنمایی نمی‌کنند بلکه فقط بعدی از کیف {ژویی سانس} هستند." (لکان، ۱۹۹۸: ۲۰۴) بدن در مرحله پیش زبانی ارگانیسمی با انرژی‌های بالقوه است که به آن لیبدو می‌گوییم و قرابتی میان ژویی سانس لکان و لیبدوی فروید وجود دارد، لکان (۱۹۹۸a) در سمینار ۲۰ ژویی سانس را "جوهر دارای بدن" توصیف می‌کند. بدین معنا که جایگاه ژوئی سانس و رانه‌ها در بدنی است که هنوز وارد نظم نمادین نشده است و حسی از یکپارچگی ندارد. "این رئال است که بیش از هر چیز دیگری فعالیت‌های ما را کنترل می‌کند..." (لکان، ۱۹۹۸: ۶۰) رانه‌ها (دهانی، دیداری، شنیداری و مقعدی) از آن جهت که جزئی و پراکنده هستند نمی‌توانند کاملاً توسط زبان تعریف شوند. (نگاه شود به لکان، ۱۹۹۸: ۱۶۸) ابژه‌های مورد توجه رانه‌ها نیز جزئی هستند و حالت جایگزینی دارند. به عنوان مثال ابژه رانه دهانی، سینه مادر است که پس از ورود به مرحله نمادی می‌تواند توسط ابژه‌های دیگر مانند سیگار کشیدن جایگزین شود و به همین ترتیب، ابژه رانه دیداری، نگاه خیره و ابژه رانه شنیداری، صداست. ویژگی تکرارپذیری رانه‌ها منجر به اجباری و سواس‌گون می‌گردد. فیس‌بوک و شبکه‌های مجازی که با رانه دیداری در ارتباط، و ابژه آن نگاه خیره است، رؤیت ابژه‌های تصویری را در اجباری و سواس‌گون بازنمایی می‌کنند.

بدن در ساحت خیالی

ساحت خیالی، اساس شکل‌گیری اگو در مرحله آینه است. زمانی که کودک (۶ تا ۱۸ ماهگی) برای اولین بار خود را در آینه می‌بیند و خود را با تصویر آینه‌ای اینهمان^۱ می‌کند، بدن خود را به صورت یک کلیت یکپارچه می‌فهمد. لکان این مرحله را خیالی می‌نامد و این تصویر ایده‌ال را دروغین می‌داند، از آنجایی که این تصویر یک تصویر

1. identify

معکوس شده از بدن است، به‌عنوان مثال با بالا آوردن دست چپ به‌طور معکوس دست مقابل در آینه بالا می‌آید. از نظر لکان این مرحله خودشیفتگی (نارسیستیکی) است که اگو در حالت تقلید و ادا درآوردن قرار دارد. وقتی اگو در مرحله آینه قرار می‌گیرد، همواره خود را در آینه می‌بیند و همزمان در آینه دیده می‌شود. (نگاه شود به فینک، ۱۹۹۵: ۳۶-۳۷)^۱ سرآغاز این مرحله در کودکی است اما این بدین معنا نیست که در همان دوران به پایان می‌رسد. اگو در بزرگسالی نیز همواره خود را با تصویر خود اینهمان می‌سازد تا تصویری از من ایده‌ال^۲ داشته باشد. اگو در این حالت ویژگی توپولوژیک دارد، بدین معنا که همزمان که خود را در آینه می‌بیند، توسط دیگری یعنی تصویر خود دیده می‌شود و این تصویر همان تصویر ایده‌ال شده‌ای است که توسط مادر معنادار شده است. این تصویر در مرحله خیالی، تنها تصویر آینه‌ای نیست بلکه همزمان تصویری را شامل می‌شود که اگو از بیرون و به‌ویژه از سوی والدین خود، توسط دیگری دریافت می‌کند و همواره خود را درصدد هماهنگ‌سازی با آن تصویر قرار می‌دهد. این تصویر ساختار زبانی دارد، برای مثال والدین یا دیگری می‌گویند: "چه دختر قشنگی" یا "چه پسر شجاعی" بدین ترتیب تصویر از خود^۳ در اگو توسط زبان و تصویر او در آینه برساخته می‌شود. اگو همواره سعی می‌کند تا از زاویه دید تصویر ایده‌ال، خود را ببیند و درعین حال توسط دیگری دیده بشود. تصویری که فرد از خود دارد منشأ بیرونی دارد و اگو تلاش می‌کند خود را با آن تصویر اینهمان کند و هم‌زمان چیزی را درونی می‌کند که بیرونی است و بدین طریق زمانی که خود را می‌بیند، نگاه دیگری را هم بر خودش مشاهده می‌کند، گویی دیگری نیز از بیرون به او نگاه می‌کند که در اصطلاح به آن نگاه خیره دیگری یا گیز^۴ می‌گویند، البته نگاه خیره همواره نامرئی باقی می‌ماند. بدین ترتیب در سطح خیالی آنچه در درون است در بیرون مشاهده

-
1. Fink
 2. ego-ideal
 3. Self-image
 4. gaze

می‌شود و بالعکس. آگو توپوس است، که همواره چون نوار موبیوس درون آن بیرونی و بیرون نیز درونی شده است.

آنچه در مدل‌های رایج ارتباطی چون مدل خطی شانون و ویوبر (۱۹۴۹) مدل تعاملی شرام (۱۹۵۵) یا مدل فرا تعاملی برن لوند (۱۹۷۰) مشاهده می‌شود فهم ارتباط در فضایی ساختاری و توپولوژی نیست. هدف این مدل‌های ارتباطی چگونگی انتقال پیام به گیرنده و بازخورد در یک فضای خطی است.

برای فهم تعامل در فیس‌بوک با درکی از فضای غیرخطی می‌توان چنین گفت: برای مثال، آپلود کردن تصاویر یا لایک کردن تصاویر در فیس‌بوک، یک کنش درخودمانده و منزوی آگو نیست. همان‌طور که خاطر نشان شد، فهم تعامل در فیس‌بوک یا هر شکل از تعامل در دنیای واقعی تنها لذت ما را از تعامل به صورت آگوی درخودمانده نشان نمی‌دهد. ارتباط گران غالباً، تصویر یا پستی را لایک می‌کنند که در یک رابطه توپولوژی با آن قرار می‌گیرند. به کلام دیگر، تصویری توسط ارتباط گر لایک می‌شود که در این‌همانی و شباهت با خود می‌بیند و در این حالت مانند تصویر در آینه (یعنی مرحله خیالی) نه تنها آن تصویر را می‌بینند بلکه توسط آن تصویر (تصویر ایده‌ال از خود) نیز دیده می‌شوند. اما برساخت فانتزی نگاه محور زمانی تکمیل می‌گردد که آگو چون سوژه میل مفصل‌بندی شده توسط زبان قدم به مرحله نمادی می‌گذارد و توسط دیگری بزرگ مورد تأیید قرار می‌گیرد تا سوژکتیویته‌اش برساخته و خیال‌پردازی‌اش کامل شود.

بدن در ساحت نمادی

تفکر ساختارگرایی آلتوسر (۱۳۸۷) که ما را سوژه‌های به دنیا آمده در ایدئولوژی می‌داند، توسط لکان تقویت و گسترش پیدا می‌کند. بدین معنا که ما در زبان به دنیا می‌آییم و توسط زبان (آلتوسر آن را ایدئولوژی می‌داند) نامیده و توسط نام پدر هویت‌مند

می‌شویم. بنابراین زبان پیش از ما وجود داشته است. ساحت نمادی از زمانی آغاز می‌شود که کودک حرف می‌زند و قدم به مرحله یادگیری زبان در ساختار اجتماعی می‌گذارد. ما زبان را از والدین خود می‌آموزیم و والدین ما هم از والدین خود و به همین شکل زبان (که دربرگیرنده فرهنگ، سنت، هنر، موسیقی، دین، قانون و اسطوره‌هاست) نسل به نسل و سینه‌به‌سینه منتقل می‌شود. از نظر لکان زبان متعلق به ما نیست بلکه متعلق به دیگری بزرگ است. "سوژه چون برده زبان ظاهر می‌شود... که به موجب آن جایگاهش از زمان تولدش ثبت می‌شود، حتی اگر فقط توسط نام خاص او باشد". (لکان، ۱۹۷۷: ۱۴۸) پس از تولد، ما قدم در جهانی می‌گذاریم که مفاهیم از پیش تعریف‌شده‌اند، به‌عنوان مثال اگر نوزادی گریه کند، والدین او می‌گویند که احتمالاً کودک گرسنه است و به این ترتیب نیاز^۱ کودک را با نام‌نهادن تبدیل به درخواست^۲ می‌کنند. این درخواست برآورده می‌شود (کودک سیر می‌شود). در این معنا زبان به آرزوهای ما شکل می‌دهد.

لکان، استدلال اسپینوزا مبنی بر این که "میل^۳ چیزی جز ذات انسان نیست" (لکان، ۱۹۹۸: ۲۷۵) را دنبال می‌کند. جایگاه "میل" و "فانتزی" در ساحت نمادی است. میل به‌طور هم‌زمان قلب وجود انسان است و موضوع مورد توجه روان‌کاوی به شمار می‌رود. اما لکان میل را که زبان و در ناخودآگاه است، متعلق به دیگری بزرگ می‌داند. "میل انسان، میل دیگری است." (لکان، ۱۹۹۸: ۲۳۵) درعین حال میل یک امر زیست‌شناختی نیست. ما همواره خواستار چیزی هستیم یا میل به چیزی داریم که متعلق به دیگری است. زمانی که میل از زبان عبور می‌کند جهت‌مند می‌شود و بخشی از آن به‌صورت درخواست متحقق می‌گردد؛ اما بخشی از قسمت تعریف‌نشده آن از نظم نمادی به‌صورت افزوده بیرون می‌افتد (امر رئال) که در اصطلاح‌شناسی لکان ابژه

1. need
2. demand
3. desire

کوچک a نامیده می‌شود. "میل در جدا شدن درخواست از نیاز شکل می‌گیرد." (لکان، ۲۰۰۴: ۳۱۱) ابژه کوچک a خود هم ابژه میل و هم علت میل است، "ابژه a ابژه میل است که ما در دیگری جستجو می‌کنیم." (Lacan, 2015, 177)

لکان در سمینار ۶۳-۱۹۶۲ ابژه a را همچون مازاد و باقی‌مانده‌ای تعریف می‌کند که باقی‌مانده درآمد ساحت نمادی در ساحت رئال است. (ایوانز، ۲۰۰۶: ۱۲۸) از آنجاکه هیچ‌گاه میل مندی سوژه به‌طور کامل بیان نمی‌گردد، افزوده‌ای را تولید می‌کند که توسط فانتزی یا خیال‌پردازی پشتیبانی می‌گردد. فانتزی سعی در پر کردن مازادی دارد که چون نمادی نشده، یعنی به زبان درنیامده، همچون یک خالی/حفره باقی‌مانده است. "فانتزی... سوژه را قادر به حفظ میلش می‌سازد." (لکان، ۱۹۹۸: ۱۸۵) باید در نظر داشت که "فانتزی به‌عنوان مقوله روان‌کاوانه قابل‌تحلیل به سناریوی تخیلی که در آن امیال ما برآورده می‌شود نیست... خود میل نمی‌تواند برآورده شود یا به فرجام برسد." (مایرس، ۱۳۸۵: ۱۳۱) به‌علاوه "ابژه میل ما چیزی از پیش داده شده نیست، بلکه خیال‌پردازی {فانتزی} قبل از هر چیزی به ما یاد می‌دهد که میل خود را به چیزی معطوف کنیم. خیال‌پردازی عملاً میل ما را بر می‌سازد." (همان: ۱۳۲). رسانه‌ها در پر کردن این حفره با برساخت فانتزی یاری می‌کنند. "خیال‌پردازی {فانتزی} آن چیزی است که ژیتک بین‌الذهانی می‌نامد. منظور او این است که خیال‌پردازی تنها محصول تعامل بین سوژه‌هاست." (همان: ۱۳).

از آنجاکه زبان، دیگری بزرگ است؛ میل ما نیز میل دیگری محسوب می‌شود. بدین ترتیب میل در ساحت نمادین برساخته می‌گردد. ما سوژه‌های از پیش مفصل‌بندی شده و میل مند شده توسط زبان هستیم. به این معنا که جهان ما توسط زبان معنادار و ساخته می‌شود." در اصطلاح‌شناسی لکان واقعیت محصول زبان است: زبان چیزها را به عرصه واقعیت می‌آورد (آن را بخشی از واقعیت انسان می‌کند) چیزهایی که پیش از این که رمزگشایی شوند موجودیت نداشتند، نمادی یا به زبان درمی‌آیند. " (فینک،

۱۹۹۵: ۲۵) به‌زعم لکان، میل، ابژه میل شخص دیگر است و توسط شخص دیگر شناسایی می‌شود. همیشه "میل برای یک‌چیز دیگر است." (لکان، ۲۰۰۴: ۱۶۷) این میل، نه میل واقعی ما بلکه میل دیگری است. میل اسطوره‌ای و اولیه از زبان - زنجیره دال‌ها - عبور می‌کند، زبانی که به دیگری تعلق دارد. میل ما همواره میل دیگری m(O)ther باقی می‌ماند، یعنی میل مادر و میل دیگری بزرگ (جامعه و فرهنگ) و بدین ترتیب میل دیگری نیز متعلق به دیگری است. ابژه میل، شیء/چیز^۱ یا ابژه گم‌شده‌ای است که فهم آن ناممکن می‌گردد. همچنین حول این ابژه، رانه‌ها در گردش هستند. "رانه به مقصد نمی‌رسد اما برای دنبال کردن هدف خود به دور ابژه {a} می‌گردند." (لکان، ۱۹۹۸: ۱۶۸) میل همچون یک حفره، هرگز پُر یا برآورده نمی‌شود تنها در قالب درخواست‌ها و آرزوها بیان می‌گردد. مانند کوزه‌ای که اطرافش حول خالی بودن درونش ساخته می‌شود. میل امری خصوصی تلقی نمی‌گردد، محصولی است اجتماعی که در رابطه‌ای دیالکتیک با دریافت امیال سوژه‌های دیگر بر ساخته می‌گردد. این سوژه میل مند شده توسط زبان را سوژه میل می‌نامند.

اختگی در ساحت نمادی و ابژه a

واژه ترجمه ناپذیر ژویی سانس به معنای لذت مفرط، بیان‌گر کیفی توأم با رنج است، آنچه فرای اصل لذت می‌رود. لذت، به‌زعم فروید در "فراسوی اصل لذت" از قانون منع زنای با محارم فرمانبرداری می‌کند. اما ژویی سانس/کیف با تخطی از قانون، فراسوی اصل لذت به جریان درمی‌آید. (لکان، ۲۰۱۵: ۱۸۴) بر ساخت سوژه توسط دال‌ها در ساحت نمادی با منع و ثبت بدن که جایگاه رانه‌ها و ژوئی سانس بشمار می‌آید، همراه می‌گردد.

برش حاصل از دال‌ها، با به نظم و انقیاد درآوردن بدن در عرصه نمادی را اختگی می‌نامند. "اختگی به معنای عدم پذیرش ژوئی سانس است. از آن رو می‌تواند به نردبان وارانه شده قانون میل نائل شود." (لکان، ۲۰۰۴: ۳۲۴) تأثیر نخستین دال‌ها، سرکوب "آن چیزی" است^۱ که تمامیت ژوئی سانس موجود تلقی می‌گردد. در لحظه حضور دال دیگری بزرگ، ژوئی سانس به شکل تمامیت یکپارچه خود رخت می‌بندد. تأثیر دال بر برش و اجبار بدن، برای مصرف ژوئی سانس و امکان‌پذیر ساختن لذت تحت قانون نام پدر یا فالوس است؛ مازادی باقی می‌ماند، ته‌مانده‌ای که حاصل این تخلیه است. مازادی که توسط عملیات تخلیه سازی نمادی چون ژوئی سانس افزوده در اطراف منطقه محرکات جنسی باقی می‌ماند، یعنی در محلی که رانه مفصل‌بندی می‌شود. یک سطح از این باقی‌مانده ابژه گم‌شده یا ابژه a است. محرکات جنسی که در تجسم ابژه a قرار گرفته‌اند، ژوئی سانس متعلق به فانتزی هستند، این فانتزی با هدفمندی به سوی تکه‌ای از بدن و آفرینش توهمی از وحدت پیوند سوژه با ابژه معین برساخته می‌شود. (دایره المعارف لکان، ۲۰۱۵)^۲

ابژه a چون افزوده ساحت نمادی در رئال

ابژه a، حفره‌ای که ابژه‌های جزئی و پراکنده رانه به حول آن می‌گردد، "خلئی ملموس در قلب زبان، بدن و وجود قرار دارد؛ از این رو این فقدان است که زندگی را به پیش می‌راند." (راگند، ۱۳۸۴: ۳۴۴) "ابژه a به هر چیزی اشاره دارد که این خلأ را پر کند." (کولت، ۱۹۹۱: ۱۹۱)^۳

-
1. the thing
 2. Encyclopedia
 3. Colette

شکل دیگری از توپولوژی، مانند تورس^۱، تورس یک حلقه سه‌بعدی است که از طریق حرکت یک استوانه که دو انتهای آن به هم می‌پیوندد شکل می‌گیرد. خصوصیت اصلی این شکل، مرکز ثقل بیرون افتاده از حجمش است. تصور کنید که ابژه میل در مرکز حلقه و رانه‌ها در یک حرکت دورانی در سطح دایره سه‌بعدی می‌گردند. به عبارتی افزوده بیرون مانده از ساحت نمادی در ساحت رئال و ارتباط آن با رانه‌ها توسط دو فانتزی پارادوکسیکال حمایت می‌گردد: فانتزی میل که ابژه a چون علت میل دیگری، خلاً دیگری را پر می‌کند و فانتزی رانه که ابژه a، چون ژوپی سانس افزوده با فراتر رفتن از محدودیت‌های کیف یا همان ژوپی سانس، اضطراب اختگی را جبران می‌کند. تمرکز این تحقیق بر فانتزی رانه است که با توسل به رانه دیداری برساخته می‌گردد تا ژوپی سانس افزوده حاصل از لذت تعامل دیداری را پر سازد.

فانتزی سوژه میل و سوژه رانه

فانتزی میل در ساختار زبانی، با یاری محورهای هم‌نشینی و جانشینی، هویت‌مند و معنادار می‌گردد. دال‌ها با در کنار یکدیگر قرار گرفتن (زنجیره‌ای از دال‌ها یا S2) یا به‌جای دال دیگر نشستن (دال ارباب یا S1) مانند استعاره، معنادار و با دخالت دال ارباب، سوژه برای دال‌های دیگر تعریف می‌گردد. در پروفایل شخصی کاربران این محورها نمایان است. کاربران با کنار هم قرار دادن دال‌هایی مانند: نام، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، شغل، سال تولد، محل زندگی و حتی نوع فیلم، کتاب و موسیقی موردعلاقه، خود را بیان پذیر می‌کنند و توسط دال ارباب، سوژه قابل‌تعریف برای دال‌های دیگر می‌شود. این سوژه می‌لمند شده توسط زبان یا دیگری بزرگ در عرصه اجتماعی تعریف و معنادار می‌گردد.

فانتزی رانه، به ابژه‌هایی توجه دارد که هرگز منتهی به سنتزی نهایی نمی‌گردند. بدین ترتیب جزئی و پراکنده باقی می‌ماند، و در عرصه زبانی قابل بازنمایی نیستند. پراکندگی این ابژه‌ها به‌ویژه در سطح رانه دیداری در مداری مدور، موجب تولید اجباری می‌گردد که برای کامیابی سیری‌ناپذیر رانه دیداری در گردانه تصاویر و نوشته‌ها به دام می‌افتد. ویژگی بازگشت‌پذیری رانه دیداری چون امر رئال از طریق نگاه خیره توصیف‌پذیر می‌گردد. بدین ترتیب ارتباط‌گران به دنبال ابژه‌هایی جزئی هستند که به خیال‌پردازی‌های‌شان تداوم بخشند.

تفاوت و درعین‌حال قرابت و درهم‌تنیدگی سوژه میل و سوژه رانه، راهگشایی برای هدایت این تحقیق به‌سوی پاسخ به چگونگی برساخت فانتزی نگاه محور است. سوژه پس از ورود به ساحت نمادی، یعنی ورود به ساحت اجتماعی و هویت‌مند شدن توسط زبان از هستی خود فاصله می‌گیرد، از سوی دیگر، هستی او که بدن همراه با رانه‌ها در ساحت رئال است در اطراف محرکات حسی و جنسی قرار دارد و در عرصه زبان بیان ناشدنی باقی می‌ماند. رانه‌ها پس از ورود سوژه به عرصه زبان، در ارتباط با میل نمادی و در اطراف حفره میل به چرخش درمی‌آیند. سوژه میل، که در دیالکتیک با امیال دیگری برساخته می‌گردد، در پاسخ به این که من چه می‌خواهم؟ یا میل من چیست؟ پاسخ می‌دهد: میل من توسط دال ارباب (S1) معین می‌گردد، که اساساً در قالب آرزوی موفقیت جلوه‌گر می‌شود، مانند دال پزشک، که در عرصه اجتماعی دارای اعتبار، احترام و ثروت و مورد تأیید دیگری بزرگ است.

میل سوژه، بخش بیرون مانده تحقق نیاز و آرزوست. تحقق آرزو، ضامن تحقق میل نیست، بلکه آرزو توسط دال ارباب در حوزه نمادی تعریف می‌گردد. میل به آرزو درآمده توسط دال ارباب در حوزه نمادی، با فقدان مواجه است. زیرا اساساً دال، فقدان هستند. هم‌پوشانی سه ساحت رئال، خیالی و نمادی در گره برومه‌ای (نگاه شود به لکان، ۱۹۹۸a: ۱۱۲) نشانگر این امر است که دال‌ها نمی‌توانند به‌طور کامل چیزی را به

زبان درآورند و امر رئال در وحشتی از دلالت ناپذیری باقی می‌ماند. دال‌ها با افزوده‌ای بیش از میل سوژه، در ساحت رئال و فقدان دال برای بیان پذیر ساختن این امر هولناک، سوژه را با اضطراب مواجه می‌کنند. فالوس همچون دال فقدان "دال میل دیگری" (لکان، ۲۰۰۴: ۲۹۰) و "دال ژوئی‌سانس" (لکان، ۲۰۰۴: ۳۲۰) توصیف شده است. کارکرد فانتزی پر کردن این حفره، میان دال (امر نمادی) و رانه (امر لذت)، است. "کارکرد فانتزی همچون صفحه تلویزیون میان ساحت میل و رانه عمل می‌کند." (ژیزک، ۱۹۹۷: ۳۲)^۱

سوژه میل در مواجهه با پرسش من چه می‌خواهم یا بهتر است بگوییم دیگری از من چه می‌خواهد با امری ناممکن روبه‌رو می‌گردد. او دست به خیال‌پردازی می‌زند تا این امر ناممکن را به امری رمزآلود تبدیل کند. رسانه‌ها در یاری برای برساخت فانتزی جهت پایدار نگه‌داشتن میل سوژه، سوژه را تبدیل به قهرمان میل خود می‌کنند. کارمند آمریکایی را تصور کنید، که میل او توسط جامعه سرمایه‌داری ساخته شده است، تحت قوانین بوروکراتیک و کارت‌های اعتباری با مصرف کردن، خوشبختی و تحقق آرزوهایش را تضمین می‌کند. اما با افزوده‌ای بیشتر از خواسته‌های خودش روبه‌رو می‌شود چراکه با مصرف هر چه بیشتر، احساس بی‌مصرفی چون افزوده‌ای تروماتیک تولید می‌گردد. در قهرمان پردازی فیلم "سوپرمن" او تبدیل به ابرمردی می‌شود که قادر است فراتر از توانایی‌های انسانی و قانونی جامعه به صورت یک قهرمان توانا، به‌دردبخور، جذاب و مورد توجه زنان عمل کند. او با همذات‌پنداری با این فانتزی غیرممکن از اضطراب حفره میل دیگری و اختگی حاصل از ژوئی‌سانس افزوده طفره می‌رود و ایده‌الی از خود می‌سازد که از سوی نگاه پنهان دیگری بزرگ مورد تأکید قرار گیرد.

1. Zizek

فانتزی برساخته شده در دو ساحت رئال (رانه‌ها) و نمادی (میل) کارکرد خود را نمایان می‌سازد. فرمول فانتزی ($a \langle \rangle \$$) نشانگر درهم‌تنیدگی میل و رانه است. لکان به ما می‌آموزد که "این بعد خیالی از فانتزی توسط کارکرد امر نمادین و امر رئال تعیین پیدا می‌کند. این دقیقاً همان معنای فرمول ($a \langle \rangle \$$) است: نمایانگر درهم‌تنیدگی امر نمادین و امر رئال، متعین کننده پیکربندی امر خیالی است." (ایدلتزاین، ۲۰۰۹: ۱۸۴)^۱ میانجی‌گری رسانه‌ها و به‌ویژه تبلیغات و شبکه‌های اجتماعی، در برساخت فانتزی برای یافتن ابژه گم‌شده، سوژه خط‌خورده را هویتی ساختگی می‌بخشد. این هویت برساخته شده در امر نمادی با حمایت رانه‌ها، لذتی افزوده از ابژه‌هایی می‌برد که با دریافت ارزش لیبدوویی از سوی دیگری بزرگ، پربار شده‌اند. وسوسه لذت از ابژه‌های جزئی با خاصیت بازگشت‌پذیری رانه‌ها، و همواره مصرف کردن و مصرف شدن، یا دیدن و دیده شدن در یک‌زمان، سوژه‌ها را در عرصه رانه دیداری نمایان می‌سازند.

برساخت فانتزی نگاه محور در فیس بوک

ژوزف والتر (۱۹۹۶)^۲ با ارائه مدل ارتباطی فرا شخصی^۳، که وضعیت تعاملات فردی را در ارتباطات کامپیوتر- واسط مورد مطالعه قرار داده است، بر این نظر است که ارتباطات متن - محور^۴ کامپیوتری این امکان را به کاربران می‌دهد تا فرستنده پیام قادر به بازنمایی هوشمندانه‌ای از خود باشد و همواره این امکان را داشته باشد تا دست به اصلاح و دست‌کاری نمایش خود بزند، همچنین فرستنده قادر است نمایش و ارائه بهتر و گزینش‌شده‌ای از خودش به دیگری بدهد. با در نظر گرفتن این مدل ارتباطی ما بر

-
1. Eidelsztein
 2. Walter
 3. hyperpersonal
 4. Text-based

اساس انتظارات دیگری رفتار می‌کنیم و داده‌های اجتماعی در ارتباطات به صورت گزینشی فرستاده و دریافت می‌شود.

مطالعات انجام گرفته بر روی فیس‌بوک توسط وانگ و مون (۲۰۱۰)^۱ با بررسی علائم و نشانه‌های دیداری برای آغاز دوستی در فیس‌بوک، مدل فرا شخصی والتر را تأیید می‌کند. نتایج این تحقیق نشانگر این است که بیشتر زن‌ها و مردها ترجیح می‌دهند کسانی را برای دوستی انتخاب کنند که عکس پروفایل آن‌ها جذاب و گیرا باشد و بدین ترتیب، علائم و نشانه‌های غیرکلامی در این مطالعه از اهمیت برخوردار است.

مدل والتر با در نظر گرفتن بازنمایی گزینش شده کاربران جهت برآورده ساختن انتظارات دیگران، و بیان تأثیر جذابیت عکس‌های پروفایل توسط وانگ و مون، گرچه با رویکرد لکانی قرابت دارد؛ اما مدل والتر و رویکرد وانگ و مون نمی‌تواند راهگشایی برای تحلیل روانکاوانه تعامل نگاه محور و فانتزی بر ساخته شده در فیس‌بوک باشد.

در تحلیل روانکاوانه لکانی، ما سوژه شکاف خورده در میدان دید هستیم، که از یک سو میان رانه دیداری چشمی و از سوی دیگر نگاه خیره/گیز دیگری قرار گرفته است. به زعم لکان "چشم و نگاه خیره، این برای ما شکافی است که توسط آن رانه در سطح حوزه دیداری نمایان می‌گردد." (لکان، ۱۹۹۸: ۷۳) لکان در نظریه نگاه خیره، از سارتر و مرلوپونتی بهره می‌گیرد. اما در نهایت نگاه خیره را یک احتمال غریب می‌داند، در مواجهه با محدودیت‌های تجربه مرئی، فقدان است که اضطراب اختگی را بر می‌سازد. (همان، ۷۲)

به زعم سارتر در هستی و نیستی، نگاه خیره دیگری به یک شخص، او را در همان لحظه تبدیل به ابژه می‌کند. این امر منجر می‌گردد که یک شخص به عنوان ابژه‌ای که توسط دیگری دیده می‌شود به خود نگاه کند و حضور او وابسته به ظهور نگاه خیره دیگری است. در واقع من خودم را می‌بینم چون کسی مرا می‌بیند. از سوی دیگر نگاه

خیره دیگری نامرئی است، درحالی که حضور آن قطعی به شمار می آید. زمانی که شخصی از درون یک سوراخ کلید در حال دید زدن است، حضور او چون خودآگاهی غیر بازتابانه و غیرقطعی وابسته به حضور دیگری است. با نمایان شدن نگاه دیگری، او از حضور خودش آگاه می شود، تنها زمانی که با نگاه خیره دیگری مواجه می گردد. (سارتر ۱۹۸۳: ۲۵۷-۲۵۶)^۱ من از هستی خود زمانی آگاه می شوم که متوجه نگاه دیگری بر خود شوم. به زعمی، نگاه خیره دیگری بزرگ، سوژه را تبدیل به ابژه دیدن خود کرده است.

سوژه شکاف دار لکانی میان دیدن رانه چشمی که توجهش ابژه‌های جزئی در حیطه محرکات جنسی است (مانند هرزه‌نگاری و عریان گرایی) و نگاه دیگری بزرگ که سوژه را تحت انقیاد، نگاه و به عبارتی انتظارات یا ابژه خود درمی آورد، تقسیم شده است. نگاهی که، نگاه قابل دیدن نیست بلکه نگاهی است که توسط من در میدان دیدن دیگری به "تصور" درمی آید. (سارتر، ۱۹۸۳: ۲۵۶-۲۵۷) "در سطح تأثیر ادراکی، نوار مویوس نگاه خیره‌ای را بازنمایی می کند که در مقابل خود رانه‌های دیگری را بسط می دهد به طوری که هر یک از قبل متولد شده اند. یک شخص نگاه خیره ندارد. یک شخص مورد نگاه خیره قرار می گیرد، به طور ناخودآگاه کسی را می بیند مادامی که دیده می شود." (ایدلزستاین، ۲۰۰۹: ۳۱۵)

این ایده را می توان با طرح نظریه کیاسم^۲ مرلوپونتی گسترش داد. مرلوپونتی در کتاب مرئی و نامرئی، نظریه کیاسم خود را در مورد بدن (گوشت) این چنین مطرح می کند که بدن همچون کیاسم یا احساس مضاعف، بدین معنا است که زمانی که با یک دست، دست دیگر را لمس می کنیم، رابطه بازگشت پذیری میان دو دست وجود دارد، به کلام دیگر دستی که لمس می کند، خود لمس می شود. این بازگشت پذیری موقعیت بدن ما را به صورت ابژه بودن و سوژه بودن (لمس شدن و لمس کردن)

1. Sarter
2. chiasm

به صورت همزمان نشان می‌دهد. مرلوپونتی نظریه خود را از مرحله لمس کردن تا دیدن گسترش می‌دهد، "نگاهی که می‌گوییم، چیزهای مرئی را در برمی‌گیرد، لمس می‌کند و دربر می‌گیرد: بنابراین دیدن هم چون لمس کردن دارای طبیعتی چندپهلوی است و از سوی جنبه ابژکتیو است که عینیت جهان مرئی تولید می‌شود". (مرلوپونتی، ۲۰۰۴: ۱۳۳)^۱ بدین ترتیب، از آنجاکه دید توسط دیدن لمس می‌شود، زمانی که یک شخص می‌بیند نباید توسط دنیایی که به آن نگاه می‌کند غریبه باشد یا به عبارتی زمانی که کسی چیزی را می‌بیند از سوی آن چیز نیز دیده می‌شود، یعنی از جهان بیرونی. جهان بیرونی در تکمیل دید ما، ما را می‌بیند اما خود نامرئی است و نقطه نگاه خیره ما به شمار می‌آید.

از طرفی در ساختار توپولوژی لکان "رانه دارای ساختاری لبه‌دار و حلقوی شکل است، و در مدار دایره‌ای قرار گرفته است که هیچ‌گاه از منطقه محرکات جنسی جدا نمی‌گردد و همیشه به آن بازگشت می‌کند. بدین خاطر نیز هرگز به هدف نمی‌رسد اما آن را در دایره دنبال می‌کند. این مدار از ساختار دستور زبانی سه‌گانه‌ای پیروی می‌کند: صدای معلوم (من می‌بینم)، صدای بازگشتی (من خودم را می‌بینم) و صدای مجهول (من دیده می‌شوم)". (لکان، ۱۹۹۸: ۱۷۸) بازگشت ساختار مجهولی یعنی "من دیده می‌شوم" به نگاهی است که در بیرون از سوژه قرار دارد و سوژه در اینجا ابژه دیدن می‌شود که قرار است در پاسخ به این سؤال که دیگری می‌خواهد من چگونه دیده شوم، دست به خیال‌پردازی بزند. مادامی‌که سوژه در تلاش است تا دیده شود از حالت منفعل ساختار مجهولی بیرون می‌آید. توپولوژی ساختار دستور زبانی رانه دیداری، دلالت بر این دارد که دیدن و دیده شدن هم‌زمان باهم صورت می‌گیرد، همچنین نشان می‌دهد که "دیده شدن از سوی دیگری" امری منفعل نیست. زمانی که من تصویری را می‌بینم بدین معناست که من خودم را در آن تصویر می‌بینم و هم‌زمان توسط آن عکس

1. Merleau-Ponty

نیز دیده می‌شوم. آپلود کردن عکس در فیس‌بوک، نوشتن پست، به اشتراک گذاشتن که شکل جدیدی از تعاملات اجتماعی محسوب می‌گردد، کنشی برای دیده شدن است، در سطح دیگر من خودم را می‌بینم و تبدیل به ابژه نگاه دیگری می‌شوم. این که چگونه دیده شوم، از فانتزی دیداری حمایت می‌کند. حرکت دوار رانه‌ها، پیام را به سوی فرستنده پیام بازمی‌گرداند. درحالی‌که می‌خواهم دیده شوم (توسط دیگری) همزمان می‌بینم و خودم را می‌بینم.

از سوی دیگر، لکان با گسترش مفهوم ابژه گمشده a همچون علت میل در ۱۹۶۴، نظریه خود را در ارتباط با نگاه خیره شکل داد. نظریه‌ای که کاملاً متمایز از نظریه سارتر بود. نظر به این که سارتر نگاه را با عمل دیدن در هم می‌آمیزد، لکان این دو را از هم متمایز می‌کند؛ که نگاه خیره، خود، ابژه عمل دیدن می‌شود یا به زبان دقیق‌تر، ابژه رانه دیداری می‌شود. بنابراین نگاه به‌زعم لکان، در سمت سوژه قرار ندارد بلکه در سمت دیگری بزرگ است. همچنین نظر به این که سارتر، دریافتی از دوسویه بودن دیدن دیگری و دیده شدن توسط او دارد، لکان دریافتی آتنی‌نومیک / تناقض‌آمیز میان نسبت نگاه و چشم (دیدن) دارد: چشمی که می‌بیند مربوط به سوژه است و نگاه به سمت ابژه است و هیچ انطباقی میان این دو وجود ندارد "بنابراین تو هیچ‌وقت از زاویه‌ای که من تو را می‌بینم مرا نمی‌بینی" (لکان، ۱۹۹۸: ۱۰۳) وقتی سوژه، ابژه را می‌بیند ابژه نیز همزمان به آن سوژه نگاه کرده است اما از نطق‌های که سوژه نمی‌تواند آن را ببیند. این شکاف میان چشم و نگاه، چیزی به‌غیر از تقسیم سوژه در زمینه بینایی نیست.

در درون ساختار دیداری فانتزی نگاه در بیرون از آن قرار دارد، و سوژه خودش را همچون "به من نگاه می‌شود، من یک تصویر هستم" تعریف می‌کند. در اینجا، دستور زبان مجهول صدا، "به من نگاه می‌شود" نشان می‌دهد که رانه دیداری ناشی از منطقه محرکات جنسی چشم است، دایره‌های اطراف ابژه کوچک a ، دوباره به منطقه

محركات جنسی برمی‌گردد. در این ساختار رانه‌ها مدار خود را تکمیل می‌کنند و سوژه جدید ظاهر می‌شود. بنابراین، فانتزی دیداری، سوژه‌ای را هویت می‌دهد که برای "دیده شدن داده شده" که در نسبت با نگاه همزیستی دارد.

اگر نگاه خیره را ابژه عمل دیدن در نظر بگیریم (یعنی ابژه a)، باید این چنین مفصل‌بندی کنیم که ما چیزی را می‌بینیم که آن چیز ابژه‌ای است که از زاویه‌ای ما را می‌بیند که ما آن را نمی‌بینیم، "من از یک نقطه می‌بینم، اما موجودیت من از زوایای گوناگونی دیده می‌شود." (لکان، ۱۹۹۸: ۷۲) "هدف رانه مقصدی مرئی و حساس نیست، بلکه نتیجه آن ارائه بازگشت آن است بعد از آن که به دور مقصد خودش، نیست و مفقود می‌گردد؛ بعد از مواجه شدن با امر رئال، و امکان‌ناپذیر بودن برای تحقق کامل." (لکان، ۱۹۹۸: ۱۶۷) از سوی دیگر به‌زعم مرلوپونتی، بر اساس ویژگی پدیدارشناسانه، میان بدن (گوشت) و جهان بیرون در هم تنیدگی وجود دارد به طریقی که "چیزها به درون ما عبور می‌کنند و درعین حال ما از درون آن‌ها عبور می‌کنیم." (مرلوپونتی، ۲۰۰۴: ۱۲۳) به‌عبارت دیگر، میان دیدن و دیده شدن بازگشت‌پذیری وجود دارد که وقتی به چیزی نگاه می‌کنیم آن چیز نیز به ما نگاه می‌کند.

"نگاه خیره به تصور درآمده" سارتر و "بازگشت‌پذیری امر مرئی و نامرئی" مرلوپونتی، لکان را در نظریه‌پردازی نگاه خیره یاری می‌دهد. می‌توان گفت که در فانتزی دیداری که "فانتزی دیده شدن" است، سوژه خودش را با نگاه خیره به تصور درآمده این‌همان می‌سازد. بر ساخت فانتزی برای پر کردن فقدان حاصل در میدان دید شکل می‌گیرد تا ایده‌ال سوژه ساخته شود. این فانتزی در برابر نگاه خیره‌ای برساخته می‌شود که به‌زعم لکان، "فقدان حاصل از اضطراب اختگی" است. به‌عبارت دیگر فانتزی در پاسخ به این پرسش ساخته می‌شود که دیگری می‌خواهد من چگونه دیده شوم، فانتزی‌ای مبنی بر این که ببینیم و دیده بشویم. هرچند، چرخش رانه دیداری کامل نمی‌شود مگر این که دیگری‌های بزرگ دکمه لایک زیر آن را بزنند. بدین ترتیب،

دکمه لایک، فانتزی دیداری را کامل می‌کند، حفره تروماتیک را که درون‌هسته سوژه شکل گرفته، پر می‌کند و سوژه را قادر می‌سازد تا میلش را حفظ کند. اگرچه، به‌روز کردن استتوس و نظر دادن در مورد آن، همان ساختار را دارد که به‌موجب آن، در اینجا، رانه شنیداری که از منطقه حسی گوش ناشی می‌شود، به دور ابژه کوچک a می‌چرخد و به منطقه حسی باز می‌گردد. رانه شنیداری، بنابراین، به رانه دیداری برای فانتزی کردن به شیوه سینماتوگرافی کمک می‌کند. "ابژه دیداری و ابژه شنیداری باقی می‌مانند. ویژگی دقیق آن‌ها این است که با ابژه میل پیوند دارند.... نگاه و صدا همچون ابژه‌های فقدان ظاهر می‌شوند: ابژه نگاه دقیقاً آن چیزی است که در میدان دیداری دیده نمی‌شود و صدا همواره در میدان گفتار فراموش می‌شود." (ایدلزتاین، ۲۰۰۹: ۲۳۴) سوژه در پاسخ به این پرسش که چگونه باید دیده و شنیده شود، خیال‌پردازی می‌کند. زمانی که توسط دیگری لایک می‌شود، خیال‌پردازی او مورد تأیید دیگری قرار می‌گیرد که زاویه دید او پنهان باقی است و سوژه در این حالت هویت‌مند می‌شود.

فیس‌بوک یک فضای انتزاعی از پیش کامل شده نیست، بلکه یک فضای کشیده شده نیمه‌کاره است که به‌طور مداوم توسط تاشونگی انعکاسی، آگوهای وابسته به دیدن و سوژه‌های نگاه محور بازسازی می‌شوند. بدین ترتیب نگاه‌محوری در فیس‌بوک با دریافتی توپولوژی از فضا، کاربران را تبدیل به سوژه‌های جدیدی می‌کند که همواره با پرسش هیستریک "چگونه دیده شوم" مواجه می‌کند. او به همان اندازه که می‌نگرد در سیطره نگاه خیره قرار می‌گیرد و در توهمی از تمامیتی که امر نمادی بر او منطبق می‌سازد، شکاف خود را پر می‌کند. او حقیقت لذت دیدن و دیده شدن را در ارائه ژست‌ها، واقع‌نمایی می‌کند. سوژه جدید فیس‌بوکی در دام تکرار "دیده شدن" و "دیدن" دچار سرگشتگی می‌شود.

گفتمان هیستریک شده سرمایه‌داری در فیس‌بوک

به نظر می‌رسد که گفتمان فیس‌بوک در ادامه گفتمانی شکل می‌گیرد که محصول جامعه سرمایه‌داری است، گفتمان جامعه سرمایه‌داری از نظر لکان شکل جدیدی از گفتمان ارباب است (نگاه شود به فینک، ۱۹۹۷: ۱۳۱). تولید ابژه a، در گفتمان فیس‌بوک از فانتزی نگاه محور پشتیبانی می‌کند و در شکل دادن به ارتباطی که حقیقت آن منجر به شناخت از خود بشود، ناکام باقی می‌ماند. حقیقت حاصل از این گفتمان، سوژه خط‌خورده (\$) و از خود بیگانه است. سوژه خط‌خورده در جدالی دائم با امر تصویری در سیطره نگاه خیره در افقی نامرئی همواره خواهان تأیید سوژکتیویته خود از جانب دیگری پنهان است. تنوع امر تصویری و شنیداری به واسطه فانتزی، سوژه هیستریک را بر می‌سازد. به‌زعم ژیزک "هیستری دست‌کم از نظر روانکاوا اشاره دارد به رفتار مبتنی بر پرسش، به‌ویژه پرسش درباره دیگری بزرگ. این پرسش در آثار ژیزک غالباً به تلخیص به‌صورت "che vuoi?" بیان می‌شود - دیگری بزرگ از من چه می‌خواهد؟" (مایرس، ۱۳۸۵: ۱۲۴)

سوژه‌های از معنا گسیخته که ابژه میل خود را در میلی مفرط از امر تصویری تنزل داده، در خیال‌پردازی چگونه دیده شدن، در لذت اندام‌نمایی و تفاوت‌های جزئی سرگردان گشته‌اند. تحلیل وضعیت ایدئولوژی رسوخ کرده سرمایه‌داری و برساخت سوژه‌های هیستریک تعاملات فیس‌بوکی در گرو شرح چهار گفتمان لکان است.

برقراری ارتباط در چهار گفتمان

بدون شک، گفتمان غالب در جهان، گفتمان قدرت است که در تلاش برای به دست آوردن است و دست‌آخر این گفتمان، منجر به قدرت برای قدرت می‌گردد. "اما روانکاوی لکانی گفتمان قدرت نیست. شکل خاصی از قدرت را در شرایط تحلیلی گسترش می‌دهد... ساختار گفتمان تحلیلی متفاوت از گفتمان قدرت است." (فینک،

۱۹۹۹: ۱۲۹) با توجه به این که در رویکرد پساساختارگرا، زبان به واقعیت بیرونی موجودیت می‌بخشد، در پاسخ به این که گفتمان در نگاه لکان چیست باید چنین گفت: "گفتمان چیست؟ نظامی است ... که تحت نظام‌مندی آن، چیزی توسط موجودیت زبان تولید می‌شود و منجر به کارکرد پیوندهای اجتماعی می‌گردد..." (لکان، ۱۹۷۸: ۱۲) برای تحلیل زمینه‌های اجتماعی و ارتباطی ساختاریافته نیاز به بررسی گفتمان موجود است تا کارکرد عناصر زبانی در آن معنادار شود. گفتمان‌های لکان عبارتند از: گفتمان ارباب، گفتمان دانشگاه، گفتمان هیستریک و گفتمان روان‌کاو؛ و گفتمان سرمایه‌داری در تقارن با گفتمان ارباب در گذشته مطرح می‌گردد. گفتمان‌ها در زمینه معنا بخشی به تعاملات و روابط اجتماعی قابل‌تحلیل هستند. با گذر از دو گفتمان روان‌کاو و دانشگاه و حفظ محوریت متن، گفتمان ارباب/سرمایه‌داری و گفتمان هیستریک جهت تحلیل سوژه فیس‌بوکی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تعامل در چهار گفتمان لکان همراه با ذکر جایگاه‌های عناصر سازنده گفتمان یعنی: S1، a، S2، \$ تحلیل‌پذیر می‌گردد. چگونه تعامل در فیس‌بوک منجر به برساخت سوژه هیستریک می‌شود یا به عبارت دیگر، چگونه فضای تعاملی فیس‌بوک در چارچوب گفتمان سرمایه‌داری هیستریک شده، تحلیل‌پذیر می‌گردد؟

چهار گفتمان از اصول اولیه‌ای پیروی می‌کنند. به این معنا که هر گفتمان دارای چهار جایگاه است: ۱- عامل (agent)، فاعل یا عاملی است که چیزی را می‌گوید. ۲- دیگری (Other)، شنونده‌ای که پیام‌گوینده را دریافت می‌کند. ۳- حقیقت (truth)، که حقیقت گفته بیان‌شده است. ۴- تولید (product)، نتیجه و محصول خطاب است. ترتیب قرار گرفتن این چهار جایگاه به ترتیب زیر است:

<u>agent</u>	<u>other</u>
<u>truth</u>	<u>production</u>

$$\begin{array}{cccc} \text{U} & & \text{M} & & \text{H} & & \text{A} \\ \frac{S_2}{S_1} \rightarrow \frac{a}{\$} & & \frac{S_1}{\$} \rightarrow \frac{S_2}{a} & & \frac{\$}{a} \rightarrow \frac{S_1}{S_2} & & \frac{a}{S_2} \rightarrow \frac{\$}{S_1} \end{array}$$

عناصر در چهار گفتمان ثابت‌اند اما جایگاه آن‌ها متغیر است. با انتقال به جایگاه جدید و کسب نسبت متفاوت با عناصر گفتمان، معنایی تازه می‌یابند. (مانند مثال سمت‌های شغلی در سازمان). این عناصر عبارتند از دال ارباب (S1) که معنا تولید می‌کند، شناخت که در زنجیره دال‌ها (S2) نمایان می‌گردد، ابژه a که علت میل یا کیف افزوده و ابژه نگاه خیره است، و سوژه خط‌خورده (\$) که میان هستی و زبان، خودآگاهی و ناخودآگاهی یا دیدن و نگاه دونیمه شده است. عناصر هر یک از این گفتمان‌ها با چرخشی در جهت عقربه‌های ساعت جایگاه خود را تغییر می‌دهند و تفسیر جدیدی را می‌پذیرند.

U = گفتمان دانشگاه = M = گفتمان ارباب = H = گفتمان هیستریک = A = گفتمان روانکاو

شکل ۲.

گفتمان ارباب و گفتمان سرمایه‌داری

گفتمان ارباب با قرار گرفتن دال ارباب (S1) در جایگاه عامل، شناخت (S2) در جایگاه دیگری، ابژه a در جایگاه تولید یا محصول و سوژه خط‌خورده (\$) در جایگاه حقیقت، ساخته می‌شود. در گفتمان سرمایه‌داری جایگاه‌ها طبق شکل ۳ تغییر می‌کنند.

$$\begin{array}{cc} \frac{S1}{\$} & \frac{S2}{a} \end{array}$$

گفتمان ارباب

$$\begin{array}{cc} \frac{\$}{a1} & \frac{S2}{a} \end{array}$$

گفتمان سرمایه‌دار

شکل ۳.

ارتباط در گفتمان ارباب که اولین گفتمان لکان به شمار می‌آید، ارتباط میان ارباب و بنده است. کارکرد گفتمان ارباب سازمان بخشیدن به زمینه اجتماعی با توجه به ایدئولوژی حاکم یا دال ارباب است. عامل یا گوینده در این گفتمان، نام یا دال دارای قدرت (S1) و مخاطب، برده است که در موقعیت کارگر قرار دارد و با کاری که برای ارباب انجام می‌دهد، شناخت (S2) حاصل می‌کند. اما از این رو که برده در تلاش برای تحقق میل ارباب است، شناخت نه شناخت واقعی از خود بلکه دانش فنی محسوب می‌شود. شناخت در شکل مدرنش یعنی گفتمان سرمایه‌داری، نامعلوم و مبهم است. تولید حاصل از ارتباط در گفتمان ارباب، لذت افزوده (یا ارزش‌افزوده) است. این افزوده حاصل تلاش کارگر و مختص سرمایه‌داری می‌باشد. (نگاه شود: فینک، ۱۹۹۵: ۱۳۱) به این معنا که برده در جهت برآورده ساختن میل ارباب می‌کوشد، اما این میل ارباب است و نه میل به درخواست آمده برده. برده با برآورده کردن درخواست ارباب، افزوده‌ای را تولید می‌کند، میل ارباب توسط او به‌طور کامل متحقق نمی‌شود.

در جایگاه حقیقت، سوژه خط‌خورده (\$) قرار دارد به این معنی که برده میان میل ارباب (دیگری) و هستی خود، میان آنچه انجام می‌دهد و آنچه که حقیقت برده است شکاف می‌خورد. سوژه هیستریک شده‌ای که در لابه‌لای میل حفره‌دار ارباب با این پرسش مواجه می‌شود که ارباب از من چه می‌خواهد؟ این شکل از ارتباط (ارباب و بنده)، سوژه را رهنمون شناخت واقعی نمی‌کند. شناخت برده از خود به تعویق می‌افتد. در این گفتمان مخاطب توسط عامل یا گوینده سرکوب می‌شود زیرا در ازای برآوردن خواسته دیگری میلش سرکوب می‌گردد. مخاطب همواره از خود پرسش می‌کند که چگونه باید خواسته دیگری را برآورده سازم. گفتمان ارباب در شکل مدرن خود تبدیل به گفتمان سرمایه‌داری می‌گردد با چرخشی میان سوژه خط‌خورده که در جایگاه عامل یا گوینده می‌نشیند شکل مدرن ارتباط در جامعه سرمایه‌داری و فیس‌بوک که گسترش گفتمان سرمایه‌داری است، برساخته می‌شود.

ارتباط در گفتمان سرمایه‌داری را لکان نسخه جدیدی از گفتمان ارباب می‌داند. خاصیت مویبوسی، منجر به درهم غلتیدن عناصر گفتمان و همپوشانی و تنیدگی آن‌ها می‌گردد، و گفتمان سرمایه‌داری به شکل مدرنش ظهور می‌کند.

"... با این واقعیت آغاز کردیم که موقعیت اولیه شناخت گفتمان ارباب به‌سوی برده است. و فکر کردم می‌توانم اتفاقی که میان گفتمان کلاسیک ارباب و گفتمان مدرن ارباب، که من آن را سرمایه‌داری می‌نامم، می‌افتد را نشان دهم، تغییری در جایگاه شناخت است ... حقیقت این است که تمامی دانش که به جایگاه ارباب منتقل شده است چیزی است که روشن‌گر نیست بلکه بیشتر حقیقت را تیره و نامعلوم می‌سازد." (لکان، ۲۰۰۷: ۳۱)

گفتمان سرمایه‌داری همان‌طور که در شکل ۳ مشاهده می‌گردد، در جایگاه عامل یا گوینده، سوژه خط‌خورده (\$) می‌نشیند که سوژه هیستریک است (در گفتمان هیستریک به شرح آن می‌پردازم) همان سوژه‌ای که با پرسش دیگری از من چه می‌خواهد؟ مواجه است.

در گفتمان سرمایه‌داری، S2 یا شناخت، در جایگاه دیگری (مخاطب) قرار می‌گیرد، این جایگاه بجای برده، توسط تبلیغات پر می‌شود (S2 زنجیره‌ای از دال‌ها است که در هم‌نشینی با یکدیگر قرار می‌گیرند و با دخالت دال ارباب این شناخت تکمیل می‌گردد). تولید این گفتمان چون گفتمان ارباب، ارزش‌افزوده مصرف به شکل ابژه a است. دال ارباب (S1) در جامعه سرمایه‌داری "مصرف" است که در جایگاه حقیقت قرار می‌گیرد. تبلیغات به شکل دال‌هایی چون نام برندها و محصولات گوناگون و در فیس‌بوک نام کاربران در غالب انسان‌های به تصویر مبدل شده هستند، که شناختی کاذب تولید می‌کند. شناخت حاصل، مصرف‌گرایی و میل به مصرف است. به‌زعم لکان در گفتمان سرمایه‌داری:

"حالا عنصر حقیقت در جای دیگری است. این حقیقت باید توسط آنچه جایگزین برده‌های گذشته می‌شود، تولید شود، آن چیزی که توسط کسانی که خودشان محصول خودشان می‌شوند. هر ذره آن بیش از دیگری قابل مصرف است. ما به آن "جامعه مصرفی" می‌گوییم. در یک مرحله بعد "انسان مادی" می‌گویند... (همان)

سوژه خط‌خورده (در گفتمان سرمایه‌داری) با مصرف، احساس لذت می‌کند و از مورد تأیید و پذیرش قرار گرفتن، کیف او تکمیل می‌شود. کیفی که مازاد یا ارزش‌افزوده آن، محصول گفتمان است. میل متعین شده توسط جامعه سرمایه‌داری و در احاطه رانه‌ها توسط ابژه‌های جزئی و پراکنده سرمایه‌داری، سوژه خط‌خورده را تا حد کامیابی مصرف تنزل می‌دهد. چهره‌های بدیل شده به ابژه‌های مصرفی در فیس‌بوک تنزل میل‌مندی سوژه‌ها را در امر تصویری رقم می‌زند. مصرف کردن در وحدت با مصرف‌شدگی ابژه‌ها، حول محور تروماتیک a افزوده مضاعفی فراتر از اصل لذت تولید می‌کند. تولید در گفتمان سرمایه‌داری چیزی جز افزوده کیف نیست که در عرصه نمادی متحقق نمی‌شود. همخوانی گفتمان فیس‌بوک با گفتمان سرمایه‌داری، کاربر را در جایگاه عامل به‌اجبار مصرف و مصرف‌شدگی ابژه رانه دیداری گرفتار می‌سازد. تا همزمان کیف دیگری، و کیف خود را برآورده کند. مصرف در قالب امر تصویری و شنیداری ظاهر می‌گردد. بدین طریق، گفتمان فیس‌بوک همچون یک آپاراتوس بصری و اجتماعی شده در ادامه گفتمان سرمایه‌داری تحلیل‌پذیر می‌گردد.

سوژه هیستریک شده در گفتمان فیس‌بوک

از سوی دیگر، سوژه هیستریک شده در گفتمان فیس‌بوک بر ساخته می‌شود. "لکان در سخنرانی خود در میلان در ۱۹۷۸، موضع خود از سرمایه‌داری با شناسایی گفتمان

هیستریک تغییر می‌دهد.^۱ (اولیور، ۲۰۰۹: ۳۰) سوژه‌ای خط‌خورده (\$) حقیقت گفتمان ارباب است، در گفتمان مدرن ارباب، یعنی گفتمان سرمایه‌داری، سوژه خط‌خورده در جایگاه گوینده می‌نشیند. سوژه‌ای که در مواجهه با دال ارباب و هم‌رنگی با جامعه می‌خواهد سوژه ایده‌ال باشد، تا حقیقت خود را که ابژه میل ارباب است، تأمین کند (نگاه شود به شکل ۲ در گفتمان هیستریک). مشاهده می‌گردد که گفتمان ارباب/ سرمایه‌داری مدرن در چرخشی تبدیل به گفتمان هیستریک شده است. سوژه هیستریک در دو گفتمان سرمایه‌داری و هیستریک در جایگاه عامل قرار دارد. تغییر موضع لکان از گفتمان سرمایه‌داری به هیستریک، روشن‌گر این امر است که جایگاه حقیقت که توسط ابژه a اشغال گردیده، حقیقت سوژه هیستریک جهت ایده‌ال سازی در چشم دیگری است. سوژه‌ای که سمپتوم‌های خود را در جلوه‌های گوناگون چون تصاویر و استاتوس‌ها نمایان می‌سازد تا ابژه میل دیگری باشد.

ساختار هیستریک زمانی عملی می‌گردد که گفتمانی تحت تسلط سمپتوم‌های گوینده قرار می‌گیرد... که همچون شکست سوژه، \$، برای منطبق شدن با یا راضی کردن دال‌های ارباب عمل می‌کند، که توسط جامعه ارائه گشته و او را همچون سوژه ایده‌ال در بر گرفته است.
(براجر، ۱۹۹۴: ۱۲۲)^۲

با قرار گرفتن سوژه خط‌خورده در جایگاه عامل در گفتمان هیستریک و دال ارباب (S1) در جایگاه مخاطب‌ها یا دیگری‌ها که با لایک کردن پست‌ها و تصاویر عامل، توهمی از هویت‌مندی سوژه هیستریک را بر می‌سازند که در جایگاه تولید، شناختی کاذب (S2) از او برجای می‌ماند. ابژه a در جایگاه حقیقت، سوژه هیستریک را چون ابژه میل دیگری در گفتمان فیس‌بوک جلوه‌گر می‌سازد، سوژه هیستریک یا عامل

1. Olivier
2. Bracher

ارتباط در مقام ابژه‌ای برای میل دیگری‌های بزرگ ایفای نقش می‌کند تا سرخوشی حاصل از توجه دیگری بزرگ را تأمین می‌کند.

ابژه a در گفتمان فیس‌بوک (با توجه به گفتمان سرمایه‌داری) در جایگاه تولید، شکل جدیدی از روابط و ارتباطات اجتماعی را می‌سازد. به‌زعم ژیک در مقاله "ابژه a در پیوندهای اجتماعی" در کتاب *ژاک لکان و آن‌سوی دیگر روان‌کاوی*: "در تولیدات غیرمادی، تولیدات، اشیای مادی نیستند، بلکه خود روابط اجتماعی میان فردی جدیدی هستند، به‌طور خلاصه، تولیدات غیرمادی مستقیماً زیست سیاسی،^۱ و محصول زندگی اجتماعی هستند." (ژیک، ۲۰۰۶: ۱۱۹) ابژه a که ارزش‌افزوده حاصل از اقتصاد لیبردویی جامعه سرمایه‌داری بشمار می‌آید، نه در عرصه فردی بلکه در عرصه اجتماعی کارکرد خیال‌پردازانه خود را اعمال می‌کند. ژیک در همان مقاله خاطر نشان می‌کند: "محصولات کثیر تنها کالا یا خدمات نیست، این کثرت به‌طور قابل‌توجهی شامل تشریک مساعی کردن، ارتباطات، و اشکال روابط زیستی و اجتماعی است." (همان) تولید ابژه a در گفتمان فیس‌بوک ضامن روابط اجتماعی و ارتباطات می‌گردد. این شکل از ارتباطات جمعی در سرمایه‌داری شکلی از مصرف را در شبکه‌های اجتماعی معنادار می‌سازد. مصرف در معنای مصرف بصری که میل نگاه محوری سوژه را حفظ می‌کند. بدین ترتیب، سوژه بر ساخته‌شده در حقیقت گفتمان بصری فیس‌بوک، و تولید ابژه a که از فانتزی نگاه‌محوری حمایت می‌کند، در گام بعدی (گفتمان هیستریک) با قرار گرفتن (سوژه هیستریک) در جایگاه عامل و حقیقت حاصل یعنی ابژه a، سوژه بر ساخته‌شده را در تداوم خیال‌پردازانه نگاه محور، در مقام ابژه میل دیگری تقویت می‌کند و گفتمان فیس‌بوک را در قالب گفتمان سرمایه‌داری هیستریک شده لکانی تحلیل‌پذیر می‌سازد.

پیج فیس‌بوک «بچه پولدارهای تهرانی» چون موردی برای مطالعه

صفحه‌ای در فیس‌بوک به نام «بچه پولدارهای تهرانی» وجود دارد که می‌تواند به‌عنوان نمونه‌ای مطالعاتی برای گفتمان سرمایه‌داری هیستریک شده فیس‌بوک محسوب گردد. از این صفحه و چند صفحه مشابه با این نام که در اینستاگرام وجود دارد، تعداد ۱۰۰ نمونه تصویر آپلود شده مورد بررسی قرار گرفته است. ضمن این که تعداد هواداران این صفحات به‌طور میانگین ۴۰۰ و تعداد افرادی را که هوادار آنان هستند، ۴۰۰۰ نفر می‌باشند. با توجه به مباحث نظری ذکرشده، در گفتمان ارباب، a تولید می‌شود که به‌منزله هیچی، حفره و افزوده میل برآورده نشده ارباب است. حقیقت شکل یافته در این گفتمان، سوژه خط‌خورده (\$) است. سوژه خط‌خورده، همان سوژه هیستریک است که در گفتمان ارباب در حالت پنهان هیستریک می‌شود. هیستریک بودن در رویکرد پساساختارگرایی لکانی یک مفهوم نیست که دارای خصوصیات فردی مشخصی باشد و تحت مفهوم هیستریک طبقه‌بندی شود، بلکه هیستریک بودن به‌منزله قرار گرفتن در یک موقعیت و ساختار بالینی است. بدین معنا که کاربران با قرار گرفتن در گفتمان فیس‌بوک همچون یک ساختار، سوژه هیستریک می‌شوند و الزاماً در طبقه‌بندی افراد هیستریک قرار ندارند. باید به این مهم توجه کرد که با تولید ابژه a در گفتمان ارباب، سوژه در جایگاه حقیقت، هیستریک می‌شود؛ زیرا سوژه در مواجهه با حفره یا ابژه a، با پرسش من چه می‌خواهم یا دیگری از من چه می‌خواهد مواجه می‌گردد. البته جامعه سرمایه‌داری، به پرسش من چه می‌خواهم؟ با ارائه کالاهای مصرفی و دارای برند که هویتی کاذب ایجاد می‌کنند، پاسخ می‌دهد. در گفتمان سرمایه‌داری که شکل مدرن گفتمان ارباب به شمار می‌آید، S2 در جایگاه دیگری، متشکل از کالاهایی است که زنجیره‌ای از دال‌ها را ایجاد و توسط S1 یا دال ارباب معنادار می‌گردد. S1، حقیقت گفتمان سرمایه‌داری است. با توجه به اظهارات نظری پیشین، S1 مصرف است. به‌عبارت‌دیگر منطق سرمایه‌داری به‌صورت پنهان، لذت بیشتر را همراه با مصرف بیشتر

می‌داند. اما ابژه a که تولید گفتمان سرمایه‌داری است، نشان می‌دهد که مصرف کالاها موجب رضایت و آنچه را که من می‌خواستم، نیست و این امر مصرف‌کننده را وادار به مصرف بیشتر می‌کند تا خواسته و رضایت او تأمین شود، درحالی‌که حفره a ، پر نمی‌گردد. درون گفتمان فیس‌بوک، $S2$ مصرف تصاویر آپلود شده برای کسب لذت بیشتر محسوب می‌شود. سوژه هیستریک شده یا همان $\$$ ، امکان چرخش گفتمان ارباب را به گفتمان هیستریک ممکن می‌سازد، تا سوژه هیستریک را در جایگاه و موقعیت عامل قرار دهد.



شکل ۴.

با توجه به توضیحات نظری و توصیف و تبیین جایگاه‌ها در گفتمان سرمایه‌داری هیستریک شده، می‌توان کاربران فیس‌بوکی را، که چون سوژه‌های هیستریک شده در موقعیت عامل قرار گرفته‌اند، با ذکر مورد مطالعاتی در پیچ فیس‌بوک بچه پولدارهای تهرانی تبیین نمود. کاربران هیستریک شده در مواجهه با پرسش من چه می‌خواهم، از دیگری طلب معنا می‌کنند. $S1$ یا دال ارباب، در جایگاه و موقعیت دیگری آن‌ها را با عنوان نامی معرفی می‌کند. در این مورد مطالعاتی، $S1$ یا دال معرفی کننده کاربر فیس‌بوکی، «بچه پولدار» بودن است. بدین ترتیب، کاربر فیس‌بوک، با دال ارباب من بچه پولدار تهرانی هستم، معرفی و بازنمایی می‌گردد. با توجه به گفتمان سرمایه‌داری هیستریک شده، $S2$ زنجیره‌ای از دال‌هاست که در همنشینی با یکدیگر و دخالت $S1$ شناخت را تکمیل می‌کند؛ که به صورت دال‌های کالاهای مصرفی و دارای برند نمایان و تولید می‌گردند. با در نظر گرفتن این که کالا و مصرف تنها شامل اشیاء نمی‌شود بلکه مکان و زمان هم، چون اشیاء قابل مصرف است. با توجه به پست‌های آپلود شده در این

صفحه فیس‌بوکی، می‌توان تصاویری را به‌وضوح مشاهده کرد که ذیل نام بچه پولدار تهرانی، با دال‌های مصرفی و همچون کالا نمایان شده است (که تولید گفتمان هیستریک یعنی S2 محسوب می‌گردد). در میان این ۱۰۰ تصویر می‌توان به دال‌های بچه پولدار بودن اشاره کرد، به‌عنوان مثال، این دلالت‌ها یا زنجیره‌ای از دال‌ها شامل موارد زیر می‌گردند:

- تصاویری از ماشین‌های گران‌قیمت مانند فراری، پورشه، مازراتی، بی ام و، و بنز که غالباً به شکل کوپه و برخی نیز با پلاک گذر موقت هستند.
- تصاویری که غالباً خودِ کاربر در آن حضور ندارد، اما کالاهایی هستند که متعلق به کاربر است، که به‌وفور در تصاویر دیده می‌شود، مانند ساعت‌های تمام طلا و تمام برلیان با برندهای رولکس، پتلفیلپ و... حتی در این تصاویر، کالاها در همنشینی با دال‌های دیگر قرار گرفته‌اند، مانند ساعت به همراه سویچ ماشین، تلفن همراه و پوشش تلفن همراه که غالباً دارای برند و از چرم مرغوبی درست شده است. در کاربران مؤنث، این کالاها بیشتر شامل کیف و کفش‌های دارای برند است.
- تصاویری از مکان‌هایی نیز به چشم می‌خورد که از دیگر دلالت‌های بچه پولدار بودن و هویت‌مندی با این نام است. در تصاویر این صفحه از فیس‌بوک مکان‌هایی چون ویلاهای مجلل در شمال ایران و منطقه لواسانات، پیست اسکی، استخر و جکوزی، و پنت هاوس در برج‌ها، فراوان است. این مکان‌ها در همنشینی با دال‌های دیگر گویاتر شده است که به‌عنوان نمونه می‌توان به تصویری اشاره کرد که فردی در استخر سرپوشیده ویلای خود با کشیدن قلیان به دیدن سینمای خانگی مشغول است و برخی از تصاویر نیز به همراه سگ اصیل خانگی یا سگ‌های اصیل بزرگ چون دبرمن یا شینلو و حتی مار بوا چون نمادی از پولدار بودن و خانم‌هایی که همچون کالای مصرفی نمایان می‌شوند، زنجیره‌ای از S2 ها را به وجود آورده‌اند.

- تصاویری که با استفاده از عینک‌های آفتابی با طراحی‌های خاص، که به صورت عکس‌های سلفی در درون ماشین، کنار استخر یا بار و کافی‌شاپ‌ها گرفته شده است.

- کاربران نه تنها از کالاها استفاده می‌کنند، تا هویت‌مندی کاذب خود را در امر دیداری متحقق سازند، بلکه خود را تبدیل به کالای بی‌چهره پولدار تهرانی شده‌اند. مشاهده تصاویری از صورت‌های جراحی‌شده، لب‌های برجسته و تاتوهای ابرو و بدن، شکل خاصی از پوشاک، مانند شلوارهای چین پاره شده و لباس‌های تنگ ورزشی، خود گویای این امر است.

تمامی این تصاویر با نام بی‌چهره پولدارهای تهرانی، در گفتمان فیس‌بوک تولید می‌شوند تا در عرصه اجتماعی توسط زبان یا دیگری بزرگ معنادار و هویت‌مند گردند و سوژه خط‌خورده توسط دال ارباب، برای دال‌های دیگر بازنمایی شود. اما حقیقت این گفتمان، چنانچه ذکر شد، ابژه a است. ابژه a، کیف افزوده از دیده شدن، خلأ و حفره تروماتیکی است که با حمایت خیال‌پردازی و فانتزی کردن، پر می‌گردد تا سوژه را قادر به حفظ میلش (که میل دیگری است) سازد. این خیال‌پردازی در عرصه گفتمان فیس‌بوک، و با توجه به رانه دیداری، خیال‌پردازی به صورت امر تصویری است. این امر منجر می‌گردد تا کاربران، با مصرف هر چه بیشتر کالا (همچون ماشین، ساعت، و...) و تصاویر منجمد از طریق امر دیداری، یعنی دیدن و دیده شدن، به خیال‌پردازی‌های خود تداوم ببخشند تا بدین ترتیب، حفره تروماتیکی خود را پر نمایند. از این طریق با ایده‌آل سازی با بی‌چهره پولدار بودن، خود را با جلوه‌های تصویری گوناگون در معرض دید قرار می‌دهند. ابژه a، در گفتمان فیس‌بوک، میل به دیدن و همزمان دیده شدن است اما چون این حفره همیشه با فقدان روبه‌روست، هرگز به صورت کامل پر نمی‌گردد. کاربر فیس‌بوک با آپلود کردن تصاویر، از این که با نام بی‌چهره پولدار معرفی می‌گردد، سرخوشی خود را در چشم دیگران می‌بیند. با دریافت نظر و لایک، احساس دیده شدن می‌کند و

ابژه میل دیگری قرار می‌گیرد. اما خاصیت حفره بودن ابژه a که در اینجا کیف افزوده حاصل از بچه پولدار دیده شدن است، سوژه هیستریک را در پرسش از من چه می‌خواهم، حفظ می‌کند. مشاهده تصاویر تکراری و یک‌شکل و مداومت در آپلود کردن عکس‌ها، نشانگر این امر است که کاربر در موقعیت هیستریک بودن قرار دارد و تکرار اجبار گون در امر دیداری، او را دچار اعتیاد به فیس‌بوک می‌سازد. بدین ترتیب، فانتزی بچه پولدار بودن را برای خود و مخاطبینی که آن‌ها را لایک می‌کنند، به وجود می‌آورد.

نتیجه‌گیری

فهم ما از فیس‌بوک اساساً وابسته به بازنمایی ما از فضا است. تحلیل کارکرد کیفی تعامل در فیس‌بوک با توجه به ارتباط نگاه محور، یعنی میل به دیدن و دیده شدن، و تحلیل روان‌کاوانه کاربران، نیاز به رویکردی توپولوژیکی دارد. این رویکرد ما را قادر می‌سازد تا ارتباط‌گران را چون سوژه‌های روان‌کاوانه مورد بحث و بررسی قرار دهیم. ارتباط‌گران، همچون سوژه‌های روان‌کاوانه، سوژه‌هایی آگاه در برقراری ارتباط و تعاملات اجتماعی نیستند. بلکه، با توجه به رویکرد روان‌کاوانه لکان، سوژه‌هایی به شمار می‌آیند که توسط زبان یا میل دیگری ساخته می‌شوند. از آنجاکه در ساختار روان‌کاوی لکان، سوژه می‌لمند شده توسط زبان، از هستی خود فاصله می‌گیرد، سوژه خط‌خورده (\$) محسوب می‌شود. در این ساختار روان‌کاوانه بدن در ساحت رئال، آگو در ساحت خیالی و سوژه خط‌خورده در ساحت نمادی در نسبت با ابژه a قرار می‌گیرد. لکان ابژه a را همچون مازاد و باقی‌مانده‌ای تعریف می‌کند که باقی‌مانده درآمد ساحت نمادی در ساحت رئال است. از آنجاکه هیچ‌گاه میل‌مندی سوژه به‌طور کامل بیان نمی‌گردد، افزوده‌ای را تولید می‌کند که توسط فانتزی یا خیال‌پردازی پشتیبانی می‌گردد. فانتزی سعی در پر کردن مازادی دارد که چون نمادی نشده، یعنی به زبان درنیامده،

همچون یک خالی/حفره باقی مانده است. این فانتزی در سطح دیداری، سوژه را همچون سوژه "داده شده برای دیده شدن" بازتولید می کند.

ما در ارتباط نگاه محور در فیس بوک سوژه شکاف خورده در میدان دید هستیم، که از یک سو میان رانه دیداری چشمی و از سوی دیگر نگاه خیره/گیز دیگری قرار گرفته است. در فانتزی دیداری که "فانتزی دیده شدن" است، سوژه خودش را با نگاه خیره به تصور درآمده این همان می سازد. برساخت فانتزی با نوشتن استاتوس ها و آپلود کردن تصاویر برای پر کردن فقدان حاصل در میدان دید شکل می گیرد تا ایده آل سوژه ساخته شود. به عبارت دیگر فانتزی در پاسخ به این پرسش ساخته می شود که دیگری می خواهد من چگونه دیده شوم. هرچند، چرخش رانه دیداری کامل نمی شود مگر این که دیگری های بزرگ دکمه لایک زیر آن را بزنند. بدین ترتیب، دکمه لایک، فانتزی دیداری را کامل می کند، حفره تروماتیک را که درون هسته سوژه شکل گرفته، را پر می کند و سوژه را قادر می سازد تا میلش را حفظ کند.

از سوی دیگر، با تفسیر گفتمان های لکان، این امر مورد بررسی قرار گرفت که چگونه گفتمان بصری فیس بوک، سوژه های هیستریکی را بر می سازد که توسط دیگری (S1) معرفی و نام گذاری می شوند و همچنین در جایگاه تولید، برای ایده آل سازی و منطبق شدن با دال ارباب و دیده شدن در چشم دیگری، جلوه های گوناگونی از تصاویر (S2) را نمایان می سازند. ابژه a ، حقیقت گفتمان هیستریک در فیس بوک است، که کاربران را همچون سوژه های هیستریک، به حفظ و ادامه فانتزی دیداری و میل به دیده شدن سوق می دهد تا آن ها در پاسخ به این پرسش هیستریک که دیگری می خواهد من چگونه دیده بشوم، ابژه میل دیگری قرار بگیرند. ذکر مورد مطالعاتی با عنوان پیچ "بچه پولدارهای تهرانی"، تفسیر جایگاه ها و عناصر گفتمانی را در گفتمان سرمایه داری و هیستریک شده فیس بوک به صورت انضمامی تبیین کرده است.

منابع

- التوسر، لوئی. (۱۹۷۰)، *ایدئولوژی و سازویرگ‌های ایدئولوژیک دولت*، مترجم: روزبه صدر آرا. (۱۳۷۸). تهران: نشر چشمه.
- راگند، الی. (۱۳۸۴)، *مفهوم رانه مرگ نزد لکان*، مترجم: شهریار وقفی پور، ارغنون، شماره ۲۶ و ۲۷.
- مایرس، تونی. (۲۰۰۳)، *اسلاوی ژنیک*، مترجم: فتاح محمدی، (۱۳۸۵)، زنجان: نشر هزاره سوم.
- Bracher, Mark. (1994). *On the Psychological and Social Functions of Language: Lacan's Theory of the Four Discourses*. In Bracher, M & Alcorn Jr.M.W., et al. *Lacanian Theory of Discourse. Subject, Structure and Society*. (pp. 107-128). New York, New York University Press.
- Colette, Soler. (1991). *Literature as Symptom, Lacan and the Subject of Language*. (E.R. Sullivan & M. Bracher, Ed.). New York, Routledge.
- *Encyclopedia of Lacanian Psychoanalysis*. (2015).
Nosubject.com/index.php.title Jouissance.
- Eidelsztein, Alferedo.(2009). *The Graph of Desire, Using the work Jacques Lacan*. (F.C. Florencia, Trans.). Shanahan, London NW3 5HT.
- Evans, Dylan. (2006). *An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis*. London. Routledge.
- Fink, Bruce. (1995). *The Lacanian Subject ,Between Language and Jouissance*. Princeton University Press.

- Lacan, Jacques. (1977). *The Agency of the Letter in the Unconscious, or Reason Since Freud. Ecrits: a selection.* (Alan Sheridan, Trans.). London: Tavistock
- Lacan, Jacques. (1978). *On Psychoanalytic Discourse.* (J.W.Stone, Trans.). Published in the bilingual work: Lacan in Italia. Pp. 32-35
- Lacan, Jacques. (1998). *The Four Fundamental Concept of Psycho-Analysis.* (Jacques-Allen Miller, Ed.)(Alan Sheridan, Trans.) W. W. Norton & Company New York. London.
- Lacan Jacques. (1998a). *On Feminine Sexuality, The Limits of Love and Knowledge.* Book 20, Encore (1972-73). (Jacque Allen Miller, Ed.). (Bruce Fink, Trans.) W. W. Norton & Company New York. London.
- Lacan, Jacques. (2004). *Ecrites: A Selection.* (Bruce Fink, Trans.) W.W. Norton & Company. New York. London.
- Lacan, Jacques. (2007). *The Other Side of Psychoanalysis* (Rousell Grig, Trans.) W.W Norton & Company. New York. London.
- Lacan, Jacques. (2015). *Transference, The Seminar of Jacques Lacan.* Book 8. (Jacques Alain Miller,Ed.)(Bruce Fink,Trans.). Wiley. USA.
- Merleau-Ponty, Maurice. (2004). *The Visible and the Invisible.* (Thomas Baldwin, Ed.). Routledge. online at:
http://web.missouri.edu/~stonej/Milan_Discourse2.pdf; Accessed 9 May 2008.
- Olivier, Bret. (2009). *Lacan on the Discourse of Capitalism, Critical Prospects*, Phronimom, Vol 10 (1): 25-42
- Sartre, Jean-Paul. (1983). *Being and Nothingness.* (Hazel E, Barnes, Trans.) Publisher: Washington Square Press.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research Journal*, Vol. 23 (1): 13-43.

- Wang, Sharo & Shin ii Moon. March (2010). *Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook*, Computers in Human Behavior journal, Vol. 26 (2): 226–234.
- Zizek, Slavoj. (1997). *The Plague of Fantasies*. Londen/New York: Verso.
- Zizek. Slavoj. (2006). *Object a in Social Links in Jacque Lacan and the Other Side of Psychoanalysis*. (Clemens, J and Grigg, R. Ed.) USA, Duke University Press. Pp: 108-137.

