

## فهم ساختار عاطفی جامعه ایرانی از دریچه فضای مجازی: بسوی آرایه یک نظریه

محمدسعید ذکایی\*

سیمین ویسی\*\*

### چکیده

فضای مجازی پویایی‌ها و نظم عاطفی جدیدی را در متن زندگی روزمره برقرار ساخته است. با هدف بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر ساختار عاطفی ایرانیان داده‌های بدست‌آمده از قوم‌نگاری مجازی مورد تحلیل مضمونی قرار گرفتند. بر اساس یافته‌ها الگوهای رسوبی مشاهده شده الگوهای اسطوره‌ای (گذشته طلایی و کاریزما بخشیدن به سردسته‌ها)، الگوهای مربوط به خانواده (عشق و غیرت‌ورزی) و الگوی چالش با قدرت (اصالت، عدالت و طنز) را شامل می‌شوند. همچنین شاهد گسترش الگوهای مسلطی همچون امید عمومی، سیطره بیشتر کدهای زبانی مسلط و دخالت‌های مستقیم و غیرمستقیم گفتمان رسمی در فضا هستیم. الگوهای نوظهور نیز به اشکال صورت‌های فردی (خودتحقق‌بخشی‌ها و صورت‌های جمعی) (گسترش جامعه مدنی و جریان‌های عقلانی) و نیز ملغمه عواطف مثبت و منفی مانند تروماسازی، خشم حاصل از ناکامی، خشم مطلق گرایانه، تجمیع سطوح ملال، عمومی شدن اضطراب‌های فردی و صورت‌های مختلف شفقت‌ورزی دیده می‌شوند. در نهایت ویژگی‌هایی به ساختار احساس و ویلیمز اضافه شدند که شامل عمومی شدن امر شخصی، روزمره شدن و به سطح آمدن الگوهای رسوبی، فردی/

\* استاد گروه مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی، saeed.zokaei@gmail.com

\*\* دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)، siminveisi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۲۰



Copyright © 2018, This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

جمعی شدن، محلی/ جهانی شدن، قدرت/ مقاومت، رابطه دیالکتیکی با ساختارهای کلان، عملگرایی/ انفعال و هم‌افزایی درون و میان الگوهای سه‌گانه هستند.

**کلیدواژه‌ها:** ساختار عاطفی، ریموند ویلیامز، الگوی رسوبی، الگوی مسلط، الگوی نوظهور

## ۱. مقدمه و بیان مسأله

پژوهش‌هایی که به بررسی ساختار ارزشی و هنجاری جامعه ایرانی پرداخته‌اند، عمدتاً یا ساختار عاطفی را نادیده گرفته‌اند و یا به علت تجربی نبودن نتوانسته‌اند آن را به عنوان موضوعی قابل بررسی از سطوح شناختی در سطح فردی و جمعی جدا سازند. پژوهش‌های تجربی نیز عموماً در سطوح پایین‌تر تحلیل باقی مانده و پیچیدگی‌های موجود را تبیین نکرده و در نهایت به مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی در مورد جامعه ایرانی نپرداخته‌اند. سیاست‌گذاران کشور نیز معمولاً ساختار عاطفی را که یکی از مهمترین بخش‌های جامعه است، رابطه دیالکتیکی با ساختارهای متصلب داشته و منجر به تغییرات اساسی می‌شود در نظر نمی‌گیرند.

یکی از کارآمدترین تحلیل‌ها در بررسی پویایی جوامع پرداختن به ساختار احساس (Structure of feeling) است. اهمیت آن زمانی آشکارتر می‌شود که فرهنگ امروزین که در معرض انواع تغییرات فرهنگی و خصوصاً رسانه‌های جدید است را در وضعیت پست‌مدرن و معادل با کلانشهر مورد نظر زیمبل بدانیم که در اثر مواجهه دائمی با نشانه‌های جدید دچار شوک و ملال گشته است. در صورت تشدید یافته شاهد وضعیت پست‌مدرن هستیم که در ساختار عاطفی خود «ریسک را به عنوان یک کالا تولید می‌کنند و سپس کالاها و خدمات را برای تسکین همان حس وحشت ارائه می‌دهند» (Woodward, 2009: 215-216). در جامعه پست‌مدرن، عواطف در کنش‌های هرروزه نقش مهمی دارند و همواره با ملغمه‌ای از عواطف سر و کار داریم که از منابع متکثر تولید شده و در امتداد یکدیگر، در تضاد و یا توافق با هم وجود دارند.

در سنت مطالعات فرهنگی یکی از نخستین تلاش‌ها برای توجه به ساختارهای عاطفی در تولید نظم اجتماعی و فرهنگی را می‌توان در آرای ویلیامز در مارکسیسم و ادبیات (۱۹۷۷) یافت. او با تفکیک ساختارهای احساس در هر متن اجتماعی و فرهنگی به سه‌گانه مسلط، رسوبی و در حال ظهور، به پویایی و حضور همزمان این عناصر در هر

جامعه اشاره دارد. برخی نویسندگان معتقدند تمرکز او بر ساختار پویای احساس در آثار هنری و ادبی بوده است و «طیف وسیع‌تری از عاملان و نهادهایی را که به نامگذاری، چارچوب‌گذاری و تفسیر عواطف و از طرف دیگر به ارائه چارچوب‌های عواطف و تکنیک‌های مدیریت هیجان مشغول هستند، را در نظر نمی‌گیرد» (Illouz, Gilon & Shachak, 2014: 228) از طرفی این مفهوم، الهام‌بخش بسیاری از محققان و اندیشمندان گردیده است. به‌طور مثال اوینگ (۲۰۰۷) همچون ردی (۱۹۹۹) کار ویلیامز را به عنوان نقطه شروع تلاش خود برای توسعه نظریه احساسات و این پرسش در نظر گرفته است که «آیا احساسات در طول زمان همراه با تغییر شرایط سیاسی و پروژه‌های مرتبط با هژمونی فرهنگی یا رهایی تغییر می‌کند یا خیر؟» (Ewing, 2007: 230). ایلوز و همکاران (۲۰۱۴) ساختار احساس را شامل پیامدهای عاطفی باورها و نهادهای عمومی می‌دانند و معتقدند که می‌توانیم از خشم و سرخوردگی ناشی از رویارویی با بوروکراسی، اضطراب ناشی از ایده تقدیر، و یا «خود»ی صحبت کنیم که نتیجه سایت‌های قرار عاشقانه اینترنتی و ساختار رویایی‌های رمانتیک هستند. «ساختار احساس به‌ویژه برای ثبت تجربیات اجتماعی عاطفی که تحت یک برچسب یا چارچوب ایدئولوژیکی مناسب سازماندهی نشده‌اند، و نیز در شرایط اجتماعی ناآرامی و اضطراب بسیار مفید است» (Illouz, Gilon & Shachak, 2014: 228).

از آنجا که سهم زیادی از تعاملات و پویایی‌های عاطفی انسان امروز در فضای مجازی و در متن شبکه‌های دیجیتال رقم می‌خورد<sup>۱</sup> و اینترنت به حوزه عمومی گسترده‌ای برای مبادلات و کنش‌ورزی‌های عاطفی بدل گردیده است (نگاه کنید به ذکایی و ویسی، ۱۳۹۹) و با توجه به اهمیت فراوان تعاملات و ابرازگری‌های عاطفی در فهم سوژگی فردی و اجتماعی انسان امروز ایرانی، در مقاله حاضر تلاش می‌کنیم به فهم و تحلیل ساختار عاطفی جامعه ایرانی از دریچه این شبکه‌ها بپردازیم. مهمترین پرسش پژوهش حاضر این است که صورت‌بندی ساختار عاطفی جامعه ایرانی چگونه است و فضای مجازی ایرانی به عنوان یکی از مهمترین عرصه‌های تجلی تجربیات عاطفی چه آثاری در اجزای ساختار عاطفی ایرانیان پدید آورده است.

## ۲. پیشینه پژوهش

نعمت‌الله فاضلی (۱۳۹۷) در «صورت‌بندی مسأله احساسات در ایران معاصر: نظریه‌ای درباره پویایی الگوهای عاطفی در ایران» تلاش کرد تا به روش نظری-تحلیلی به بررسی عواطف در ایران بپردازد. او متأثر از ویلیامز، سه گروه عواطف شامل «الگوی رسوب‌یافته»، «الگوی امروزی‌شده و مسلط» و «الگوی در حال ظهور» را از یکدیگر تفکیک کرده و نشان می‌دهد که عواطف بر ساخت اجتماعی هستند و همراه با تحولات تاریخی و اجتماعی تغییر می‌کنند.

ذکایی و ویسی (۱۴۰۰) (a) در «آثار پاندمی کوید-۱۹ بر ساختار عاطفی در آئینه شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی» تلاش کردند تا با کمک قوم‌نگاری مجازی به صورت‌بندی از ساختار عاطفی در جامعه ایرانی دست یابند. آنها بدین منظور دو عاطفه اضطراب و امید را به عنوان محوری‌ترین عواطف در دوران شیوع ویروس کرونا مورد بررسی قرار دادند و صورت‌بندی‌های مختلف آنها و رابطه متقابلشان در شبکه‌های اجتماعی ایرانی و نیز ساختارهای کلان را در دوران کرونا نشان دادند.

تانگ (۲۰۰۹) در «شکل‌گیری احساسات در فضای مجازی: مورد شرکای دریانورد چینی» در پی پاسخ به این پرسش بود که آیا تعامل عاطفی آنلاین احساس افراد را تغییر می‌دهد و اگر چنین است، به چه شیوه‌هایی این تغییر صورت می‌گیرد؟ او به بررسی فعالیت‌های شرکای دریانورد چینی در یک گروه آنلاین پرداخته و با تکیه بر نظریه مدیریت احساسات نشان می‌دهد که آنها در گروه به یکدیگر کمک کردند تا تجربیات منفی را به شیوه‌های مثبت برای سرکوب احساسات ناخوشایند تنظیم کنند. همچنین با استفاده از مفهوم جوشش جمعی، فرآیند شکل‌گیری احساسات آنلاین و تقویت احساسات مثبت را آشکار می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که هر دو فرآیند به احساس شریک دریانورد در مورد روابط خود کمک کرد. کشف جریان‌های پویای عاطفی در شبکه‌های اجتماعی وجه مشترک پژوهش حاضر با پژوهش ذکر شده است. با وجود این ما برآنیم که در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی ساختار عاطفی علاوه بر سطوح میانی و خرد، در سطح کلان جامعه نیز وجود داشته و عمل می‌کند.

استریتز (۲۰۱۷) در «اینترنت به عنوان ساختار احساس تاریخ ۱۹۹۲-۱۹۹۶ تاریخچه اینترنت» با تکیه بر مطالعات قبلی، علل و ویژگی «ساختار احساس» خاصی که در دوره

انقلاب دیجیتال پدیدار شده است را توضیح می‌دهد. عادات فکری حاصله را می‌توان در تعدادی از تحولات بعدی مشاهده کرد، از ایجاد سریع زیرساخت‌های اینترنت در اواخر دهه ۱۹۹۰، تا بحث‌های بی‌طرفی شبکه و طراحی گزینه‌هایی که از تعامل شدید و همیشه متصل استفاده می‌کنند. این مقاله نشان می‌دهد که فناوری‌ها می‌توانند موجب اجرای جمعی و کشف امیدها، خواسته‌ها و بینش‌های سیاسی به بهترین وجه شوند. جهت‌گیری جمعی رسانه‌های جمعی جدید و به‌طور خاص شبکه‌های اجتماعی در ایجاد ساختار عاطفی و همگرا ساختن این ساختار، می‌تواند نقطه مشترک آن با پژوهش حاضر باشد.

کلمن (۲۰۱۸) در «نظریه‌پردازی اکنون: رسانه‌های دیجیتالی، پیش‌ظهوریافته و فراساختار احساس» بر تعریف ویلیامز از ساختار احساس به عنوان زمان حال «فعال»، «انعطاف‌پذیر» و اهمیتی که او برای (پیش) ظهوریافته (pre-emergent) در درک این زمان قائل است، متمرکز می‌شود. او با اشاره به بسترهای رسانه‌های اجتماعی، دستگاه‌ها، سرویس‌های پخش و برنامه‌ها، نشان می‌دهد که ظهور، کیفیتی ویژه از فرهنگ رسانه امروز است. این پژوهش همچنین تصور ویلیامز از ساختارهای احساس را برای ارائه مفهوم فراساختارهای احساس بسط داده و به فهم بیشتر اهمیت (پیش) ظهوریافته، کیفیت تأثیرگذار آن و نحوه عملکرد رسانه‌های دیجیتال در معماری پیچیده متون، بافت‌ها، سیستم عامل‌ها و دستگاه‌ها کمک می‌کند. بدین منظور زمان حال که توسط سایت شبکه اجتماعی توئیتر و سرویس پخش نتفلیکس (Netflix) تولید شده و از طرفی آنها را می‌سازد، را تجزیه و تحلیل کرده و نشان می‌دهد که این رسانه‌ها زمان حال را به شکل متفاوتی به صورت زمانی واقعی، زنده، متصل به هم در مورد قبلی و یک حالت معلق یا گسترده در حالت دوم تولید می‌کنند. گرچه این تمایزها قابل توجه است اما در هر دو مورد، (پیش) ظهوریافته مفهومی مرکزی است.

پژوهش حاضر نیز به‌طور خاص بر معنایی متمرکز است که در ساختار عاطفی فضای شبکه‌ای ایرانی در حال ظهور است. فضای شبکه‌ای در ایران همچون دوره‌های تاریخی گذشته، مأمّن عواطف سرکوب‌شده فردی و جمعی است که به دلایلی همچون نبود ساز و کارهای حزبی و مدنی پیچیده، بار ساختارهای کلان جامعه را به دوش می‌کشد. بنابراین میان ساختارهای کلان جامعه ایرانی و ساختار عاطفی منعکس‌شده در فضای مجازی ایرانی رابطه دیالکتیکی وجود دارد. علاوه بر این از آنجایی که به دلایل ذکرشده، فضای شبکه‌ای

مهمترین جایگاه ساختار عاطفی ایرانی است، برخی از مهمترین صفات شبکه‌های مجازی به ساختار عاطفی ایرانی راه یافته‌اند.

### ۳. مبانی نظری

بنابر مطالعات نظری صورت گرفته بر روی آرای ویلیامز و شارحان او به چند ویژگی مهم ساختار احساس که قابلیت تعمیم در مورد ساختار عاطفی جامعه ایرانی را نیز دارند می‌پردازیم:

**پایداری نسبی/ فرایندی بودن ساختار احساس:** «مفهوم ساختار احساس اصطلاحی است که ویلیامز به کار می‌گیرد تا فرایند و محصول، امور فردی و عمومی، جدید و قدیمی، ملموس و سیال را توصیف کند» (Eldridge & Eldridge, 2005: 140). این مفهوم به‌طور همزمان پویایی و ایستایی اجتماعی را در بر می‌گیرد و گویی در نظر او این تغییر در عین ثبات، تمامی وجوه ذهنی/ انضمامی و فردی/ ساختاری و مانند این را نیز شامل می‌شود. ویلیامز از طرفی به پایدار بودن نسبی ساختار احساس معتقد است: «همه ما می‌توانیم ببینیم این ساختار احساس تا چه اندازه در ادبیات و تفکر اجتماعی زمان خود پابرجا بوده است» (Williams, 1960: 118). «همانند میشل فوکو و کلیفورد گیرتز، ویلیامز احساسات را پدیده‌هایی می‌داند که جوامع بشری را شکل داده و نیز توسط آنها شکل گرفته‌اند، بنابراین آنها به عنوان عناصر مهم ثبت‌کننده امور تاریخی شناخته می‌شوند» (Mc Clary, 2017: 4).

ساختار احساس بخش پویای ساختار هر جامعه نیز بوده و خود به تغییرات اساسی می‌تواند منجر شود. «زندگی اجتماعی و شخصی جریان دارد و بی‌وقفه در حال تحول است، به طوری که اغلب تنها زمانی که ساختار یا الگویی در حال تغییر و از بین رفتن است، تلاش و تقلای آن آشکار می‌شود» (Wetherell, Margaret, 2012: 104). ویلیامز اصرار دارد که ساختار احساس شامل عناصر تأثیرگذار آگاهی و روابط است و نمی‌توان آن را به عنوان احساس صرف در برابر فکر قرار داد. از نظر او می‌توان این ساختار را فکر به عنوان احساس و احساس مانند فکر تعریف کرد. در کامل‌ترین تعریف ساختار احساس آگاهی عملی از نوع جاری، در یک تداوم زنده و مرتبط است (Woodward, 2009).

مفهوم ساختار احساس برای ویلیامز هم یک تجربه عملی و هم یک ابزار نظری بود. مفهومی غالب در تمام کارهای اوست، و وسیله‌ای برای بررسی تاریخ نه تنها به عنوان محصول، بلکه به عنوان یک فرایند در اختیار او قرار می‌دهد. «احساسات و تأثیرات در حال ظهور، متونی در حال پردازش هستند، دسته‌بندی ندارند، و با هر منطقی مخالف هستند. آنها همچنین تجربیات اجتماعی در حال ساخت هستند. اهمیت آنها در عملکردشان نهفته است» (Engle & Wong, 2018: 9). اگر این واژه مبهم است به این دلیل است که برای نام-گذاری چیزی استفاده می‌شود که واقعاً فقط می‌تواند به عنوان یک مسیر در نظر گرفته شود. سارا احمد نیز در *سیاست فرهنگی عواطف* (۲۰۰۴) عواطف را فرایندی می‌بیند: «زمان عواطف همیشه درباره گذشته و اینکه آنها چگونه صورت متصلبی به خود گرفتند نیست. عواطف همچنین رو به آینده دارند به نحوی که شامل جهت‌گیری‌های مختلف نسبت به دیگران هستند» (Ahmad, 2004: 202). احمد همچنین عواطف را به عنوان کردارهای فرهنگی در نظر می‌گیرد و از تقلیل دادن آنها به احساسات روانی خودداری می‌کند. عواطف دارای قدرت اثرگذاری بوده و قادرند شیوه‌های زندگی ما، اتحادهای اجتماعی و سیاست جمعی ما را تعیین کنند.

**مفهوم ساختار احساس؛ برگردان خوانش مارکسیستی از طبقه:** در مفهوم ساختار احساس جبرگرایی سفت و سخت، با روابط متقابل جایگزین می‌شود. به نظر می‌رسد این مفهوم به یک نسل اشاره دارد اما باید در نظر داشت که «در برخی مواقع طول عمر بیشتری نسبت به یک نسل مشخص دارد، این مفهوم در بیان آگاهی اجتماعی با ارجاع گاه به گاهی که در عرض طبقات دارد، یگانه به نظر می‌رسد» (Higgins, 1999: 37). بنابراین شاید بتوان به بیان دقیق‌تر پایه‌های ساختار احساس را به‌طور هم‌زمان در مفهوم نسل و طبقه دید. گرچه ساختار احساس به دلیل گرایش به تحلیل طبقاتی ریشه‌های مارکسیستی دارد اما نباید فراموش کرد که از خوانش وارونه قرائت مارکسیستی از واقعیت اجتماعی برمی‌خیزد.

به گفته هیگینز (۱۹۹۹) ویلیامز ساختار احساس را به عنوان چالشی مستقیم برای توضیح مارکسیستی بازتولید فرهنگی در نظر گرفته زیرا وقتی می‌نویسد که به نظر می‌رسد مفهوم ساختار احساس دقیق‌تر از مفاهیم ایده‌ها یا زندگی عمومی باشد، در حال استدلال علیه ساختار مارکسیستی و پارادایم روبنا در آن است. او در فرهنگ و جامعه متذکر می‌شود که شیوه تولید در زندگی مادی، ویژگی کلی فرایندهای اجتماعی، سیاسی و معنوی زندگی

را تعیین می‌کند، گرچه در تحلیل نهایی میان اصالت سوژه و ابژه تفاوت خاصی قائل نمی‌شود. با تحلیل آرای ویلیامز در می‌یابیم که در نظر او «در مطالعه یک دوره، ممکن است بتوانیم زندگی مادی، سازمان اجتماعی و تا حد زیادی ایده‌های غالب را با دقت کم و بیش بازسازی کنیم. در اینجا لازم نیست بحث کنیم که وجود کدام‌یک از این جنبه‌ها در کل مجموعه تعیین‌کننده است» (Higgins, 1999: 40).

از سوی دیگر ساختار احساس را می‌توان به عنوان تجربه زیسته جمعی نیز تعریف کرد. به عقیده براون لای (۲۰۱۴) مفهوم ساختار احساس ویلیامز دقیقاً دغدغه‌هایی را پیرامون تجربه فرهنگ به صورت عاطفی دارد. «از نظر ویلیامز ساختار احساس مربوط به تجربه عاطفی زیسته یک فرهنگ است. رابطه بین افراد و صورت‌بندی‌های اجتماعی که لزوماً به طور رسمی ثبت نشده‌اند» (Brownlie, 2014: 10). گرچه در ابتدا ویلیامز با این مفهوم تلاش می‌کند تا پیشرفت ادبیات را در ارتباط با الگوهای تغییرات اجتماعی تحلیل کند، اما به تدریج در کاربرد او و شارحانش جنبه کلی‌تری پیدا کرد. «مفهوم ساختار احساس ویلیامز تلاش می‌کند تا تجربیات ناشی از کلیت شکل خاصی از زندگی، تناقضات ناشی از آن و پیامدهای واقعی و احتمالی اجتماعی و فرهنگی آن را در بر بگیرد» (Illouz, Gilon & Shachak, 2014: 227).

همواره میان آنچه در تجربیات زیسته افراد به صورت عملی دیده می‌شود، و باورهای رسمی و انتخاب‌شده تضاد و تناقض‌هایی دیده می‌شود. آنچه که ویلیامز ساختار احساس می‌نامد شامل آن بخش از ایدئولوژی که هاکشیلد (۱۹۸۳) قوانین احساس (feeling rules) می‌نامید نیست. این مفهوم را همچنین نمی‌توان با آنچه استرنز (۱۹۹۴) استانداردهای عاطفی (Emotional Standards) یا عاطفه‌شناسی (Emotionology) می‌نامد شبیه دانست، بلکه مربوط به تجربه تولیدشده به وسیله سازمان عمومی جامعه و فرهنگ، شیوه تولید و ایده‌آل‌های فرهنگی است. از این رو، این مفهوم شامل پیامدهای عاطفی ناخواسته ایدئولوژی و عمل اجتماعی و تأثیرات احتمالی آنها نه تنها بر تجربه بلکه بر بازتولید فرهنگی نیز خواهد بود. در این دیدگاه، عواطف نه تنها از «قوانین احساس» یا «معیارهای احساسی»، بلکه از ساختارهای اجتماعی و چارچوب‌های فرهنگی عمومی ناشی می‌شوند. اما همانطور که در زمینه روابط قدرت درک می‌شود، این مفهوم می‌تواند راه‌های جدیدی برای مقاومت در برابر هژمونی یا ظهور و پذیرش ایدئولوژی‌های جدید را ایجاد کند. «این مفهوم به تأکید بر خاص‌بودگی تجربه اجتماعی تاریخی و روابط دیالکتیکی آن با ساختار اجتماعی و بازتولید



فرهنگی کمک می‌کند» (Illouz, Gilon & Shachak, 2014: 227). از طرفی عواطف نتیجه کلیت نظم اجتماعی و ساختار نمادین هستند، اما از سوی دیگر از آنجایی که آنها خود بازتابی از این شرایط هستند، امکانی برای تغییرات اجتماعی و فرهنگی نیز هستند.

ریموند ویلیامز عبارت ساختار احساس را در پیشگفتار فیلم (۱۹۵۴) برای بحث در مورد روابط قراردادهای نمایشی و متون مکتوب ابداع کرد. او در کارهای بعدی و خصوصاً *انقلاب طولانی* (۱۹۶۱) مفهوم ساختار احساس را بیشتر گسترش داد و از آن برای مسأله-آمیز کردن مفهوم هژمونی گرامشی استفاده کرد. بر طبق استدلال او هژمونی که می‌تواند به عنوان «عقل سلیم» یا طرز تفکر غالب در زمان و مکان خاص در نظر گرفته شود هرگز نمی‌تواند کامل باشد، بلکه همیشه باید پویایی درونی وجود داشته باشد که به وسیله آن شکل‌های جدیدی از اندیشه پدیدار شود. ساختار احساس به شیوه‌های مختلف تفکر اشاره می‌کند که در هر زمان از تاریخ ظهور می‌کنند. این امر در شکاف بین گفتمان رسمی سیاست‌گذاری و مقررات، پاسخ مردمی به گفتمان رسمی و تخصیص آن در متون ادبی و دیگر آثار فرهنگی ظاهر می‌شود. او در *انقلاب طولانی* رابطه بین روابط اجتماعی، نهادهای فرهنگی و ذهنیت را با هدف نشان دادن چگونگی پیدایش و تثبیت ایده‌های سیاسی مرفعی به عنوان یک هنجار، به طور مفصل نظریه‌پردازی می‌کند.

**ساختار احساس؛ تضاد و قدرت:** هاردینگ و پربرام (۲۰۰۹)، مفهوم ساختار احساس ویلیامز را به طور مستقیم یا به اندازه کافی با روابط قدرت مرتبط نمی‌دانند. با وجود این، تعارضاتی در دل ساختار احساس دیده می‌شوند که براون لای (۲۰۱۴) به آنها اشاره می‌کند. به گفته او ویلیامز ساختار احساس رسوبی را تجربیات، معانی یا ارزش‌هایی توصیف می‌کند که در گذشته شکل گرفته‌اند، اما هنوز «زنده»‌اند و در کردارهای ما اعمال می‌شوند. با این وجود بین آن جنبه‌های رسوبی که در نظم غالب گنجانده شده‌اند و آنهایی که به عبارتی معارض هستند تمایز وجود دارد. به طور مثال ارزش‌هایی که در برابر پیام فرهنگی غالب مبنی بر «خوب صحبت کردن» مقاومت می‌کنند، می‌توانند رسوبی تلقی شوند (Brownlie, 2014). در اینجا می‌توان به مقاومت برخی گروه‌ها در برابر زبان استاندارد به مثابه نظم غالب و تلاش آنها برای جایگزین ساختن صورت‌های خویش و یا دستکم به چالش کشیدن و چانه‌زنی با آن اشاره کرد. بنابراین او مفهوم ساختار احساس که در پیشگفتار فیلم (۱۹۵۴) معرفی شد و نیز صورت‌های مختلف مسلط، رسوبی و در حال ظهور را توضیح می‌دهد تا

انواع تغییرات خُلقی فرهنگی مورد نیاز برای ایجاد تغییرات ایدئولوژیکی را توضیح دهد. این مفهوم در اثر بعدی او یعنی *مارکسیسم و ادبیات شرح و بسط بیشتری پیدا کرد*. همان‌گونه که استرانگلمن (۲۰۱۲) اشاره می‌کند کسانی که برای گذشته ماتم می‌گیرند، ممکن است با این کار در مورد شیوه‌های زمان حال اظهار نظر کنند، اما آنها غالباً بر از دست رفتن ارزش‌هایی که در گذشته وجود داشته‌اند حسرت می‌خورند. یِتس (۲۰۱۵) فرهنگ عامه را محل ظهور نیروهای متضاد می‌داند. در نظر او فرهنگ عامه فضاهایی را فراهم می‌کند که جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و احساسی تجربه در کنار هم قرار می‌گیرند، و پیوسته شکل گرفته و تبدیل به نماد می‌شوند. «نمادها و نشانه‌هایی که در آن قلمرو ایجاد می‌شوند، کانون اصلی مبارزه برای قدرت، معنا و هویت می‌شوند» (Yates, 2015: 15). بدین ترتیب، ساختارهای تأثیرگذار فرهنگ و هویت عامیانه خارج از حوزه سیاسی نیستند، بلکه بخش مهمی از آن هستند. ذکایی و ویسی (۱۴۰۰) (a) نشان دادند که در فضای شبکه‌های ایرانی صورت‌های مختلف امیدورزی مربوط به سیاست رسمی و فرهنگ عامه وجود داشته و هر دو از درون دچار گسست‌هایی هستند. همچنین ذکایی و ویسی (۱۴۰۰) (b) وجود نیروهای مربوط به استراتژی و تاکتیک را به‌طور همزمان در فضای مجازی ایرانی شناسایی کردند.

ریموند ویلیامز به شکل رسمی‌تر میان فرهنگ مسلط، رسوبی و نوظهور تمایز قائل شد. فرهنگ رسوبی ادامه ارزش‌های قبلی، باورها و کردارهایی است که گاهی اوقات می‌توانند به عنوان جایگزینی برای صورت مسلط باشند. فرهنگ نوظهور شامل توسعه معانی جدید، ارزش‌ها و کردارهایی است که می‌توانند عناصر تخالفی را برای فرهنگ مسلط پدید آورند (Eldridge & Eldridge, 2005). نگرانی گسترده ویلیامز ظرفیت نظم‌های اجتماعی غالب برای ادغام فرهنگ‌های رسوبی و نوظهور بود.

در مجموع مفهوم ساختار احساسات ویلیامز در فهم ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های فرهنگی گروه‌ها و نسل‌های اجتماعی کارآیی زیادی دارد با این حال توسعه فضای مجازی و مشارکت‌های عاطفی و اظهاری متنوع و گسترده‌ای که با انگیزه‌های مختلف در آن انعکاس می‌یابد، ضرورت بازسازی و بازاندیشی در آن را پدید می‌آورد. تنوع و پیچیدگی عاطفه‌ورزی‌های مجازی و دیجیتال و قالب‌های متکثری که تکنولوژی مجازی برای فهم و نمایش عواطف پدید می‌آورند، می‌توانند ماهیت، معنا و منطق متفاوتی به آنها بخشیده و ابعاد تازه‌ای را در مناسبات انسانی پدید آورند. در ادامه و با الهام از فضای مفهومی «ساختار

احساس» ویلیامز و با بسط دادن مفهوم «احساس» (feeling) به «عاطفه» (emotion) که بر طبق تعریف شامل وجوه اجتماعی و ساختاری تری است، به دنبال این هستیم تا ببینیم که ابعاد مختلف ساختار عاطفی مورد نظر ویلیامز شامل الگوهای رسوبی، مسلط و خصوصاً نوظهور در ایران چه صورت‌بندی دارند و نسبت آنها با یکدیگر چیست. در نهایت و با هدف شناسایی آثار بدیع شبکه‌های اجتماعی در آرایش و ساختار عاطفی، به دنبال بررسی رابطه دیالکتیکی میان ساختارهای کلان و ساختار عاطفی و درک پیچیدگی‌های این روابط در متن جامعه ایرانی هستیم.

#### ۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر متکی بر مردم‌نگاری مجازی است که به بررسی مواردی همچون تجربیات (آنچه افراد احساس می‌کنند)، اعمال، رفتار یا آنچه افراد انجام می‌دهند، روابط (محیط‌های اجتماعی و روابط صمیمی ما)، جهان اجتماعی، مکان (فضاهای مشترک زندگی)، و رویدادها (گردهم آمدن فرآیندهای متفاوت در یک بستر عمومی) می‌پردازد (Pink, et al., 2016). انعطاف و قابلیت‌های این روش امکان مشاهده‌های غیرمشارکتی و به اصطلاح حضور در خفا را در قلمرو موضوعی پژوهش حاضر شامل تعاملات عاطفی و خودبیانگری‌ها و تفسیرها و دریافت‌ها از زندگی روزمره مجازی ایرانیان فراهم می‌کند.

با هدف درک عمیق و مستمر این تجربیات، رفتارها و رویدادها و بر اساس مشارکت و مشاهدات طولانی، انبوهی از اطلاعات متنی، تصویری و کلامی کاربران شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک (متا)، تلگرام، اینستاگرام، یوتیوب و توییتر استخراج و تحلیل شدند. تلاش بر این بود تا به صورت هدفمند افرادی انتخاب شوند که نوعی ابرازگری عاطفی در سه قلمروی الگوی رسوبی، مسلط و نوظهور در صفحات‌شان دیده شود. ضمن وفاداری به الگوی سه-گانه ساختار احساس ویلیامز تلاش کردیم تا با استفاده از حساسیت نظری آن، صفحات مورد بررسی را خوانش کرده و به توسعه تجربی و نظری این نظریه پردازیم. با توجه به این‌که نمونه‌گیری و پوشش تنوع نمونه‌ها، میدان‌ها و کاربران در پژوهش‌های مجازی نوعاً با چالش جدی همراه است و ملاحظاتی را در آنچه هابرمن و مایلز (۲۰۰۲) اعتبار تفسیری، نظری و تعمیم‌پذیری نتایج می‌خوانند به دنبال دارد، علاوه بر این‌که با منطقی قیاسی تمرکز بر محورها و مقولات مرتبط با حیات عاطفی پاسخ‌گویان است، تنوع در انتخاب رویدادها،

مناسبت‌ها، دوره‌های زمانی و برخی زمینه‌های دموگرافیک (همچون دوره زندگی و جنسیت) نیز مورد توجه بوده است. یافتن نمونه‌ها بدون محدودیت زمانی و تا جایی که مضمون‌ها و مقولات اصلی تکمیل می‌شدند ادامه داشت. خوانش متون و تحلیل مضمونی نوشته‌ها شامل زندگی‌نامه، کپشن‌ها یا جملات نغز آن‌ها زیر پست‌های‌شان، نوشته‌های موجود در پست‌ها مانند اشعار، متون ادبی یا خودنوشته‌ها، وبلاگ‌ها و مانند آن، با ایده‌های نشانه‌شناختی به‌دست آمده از تصاویر تکمیل می‌شد. در نهایت به شیوه استقیاسی (abductive) و مبتنی بر رفت و برگشت داده و نظریه مضمون‌هایی شناسایی و در تحلیل و مفهوم‌سازی استفاده شد.

بر طبق فلیک (۱۳۸۷) باورپذیری شامل «حضور مداوم در فضا» و نیز «استفاده از مشاهده‌های طولانی‌مدت» و علاوه بر آن توجه به جزئیات و تمام عوامل، پویایی نظری و تجربی و مانند این سبب افزایش اعتبار و پایایی تفاسیر می‌گردد: «هرچه فرایند تحقیق به منزله یک کل با جزئیات بیشتری ثبت شود، پایایی کل فرایند بهتر خواهد بود.» (فلیک، ۴۱۳: ۱۳۸۷). بر طبق تعمیم مطلوب<sup>۱</sup> انتظار می‌رود محققان بعدی بتوانند به روش‌های گوناگون الگوهای سه‌گانه ساختار عاطفی ایرانی و مضامین آنها را در فضای مجازی ایرانی بررسی نموده و به محتواهای مشابهی با پژوهش حاضر دست یابند.

## ۵. یافته‌های پژوهش

الگوهای رسوبی: بخش‌هایی از ساختار عاطفی ایرانی که ریشه در گذشته تاریخی داشته و امروزه نیز در فرهنگ عامه و به‌طور خاص در فضای مجازی ایرانی وجود داشته و دچار تغییراتی نیز شده‌اند:

الگوهای رسوبی مرتبط با امور مقدس: اولین صورت «اسطوره‌های کاریزماتیک» شامل یک یا چند تیپ ایده‌آل تبدیل شده به آیکون در تمام گروه‌ها است که به عنوان اسطوره‌های فاقد نقص و اشتباه معرفی شده، به‌گونه‌ای که گویا راهکارها و خط مشی‌های‌شان می‌تواند سوء مدیریت‌ها و مشکلات کنونی را یک‌تنه برطرف سازد و حتی کمپین‌ها و جنبش‌ها حول آنها شکل می‌گیرد. از طرفی افراد به تخریب شخصیت‌های رقیب از طریق بازخوانی زندگی آن‌ها، باز کردن زوایای تاریک و حتی غیرمهم، تشبیه اشتباهات‌شان به اشتباهات امروز برای نشان دادن بی‌کفایتی مضاعف و حتی فساد فکری و اخلاقی آن‌ها می‌پردازند. ضداسطوره-

سازی زمان‌هایی که اسطوره‌ای از جناح خود یا دیگری به هر دلیل دوباره مطرح شده و یا کاربران متوجه می‌شوند گفتمان رسمی عامدانه در تلاش است تا از شخص یا جریان خاصی اسطوره بسازد، اوج می‌گیرد.

همچنین گمان بر این است که یک «گذشته» طلایی در چند دهه‌ی پیش، زمانی که بزرگ‌سالان فعلی در دوران کودکی بودند وجود داشته که ساده‌بودن زندگی و نبود مسئولیت این دوران را علی‌رغم تمام کمبودها به دورانی شیرین و دست‌نیافتنی تبدیل کرده است. افراد به دنبال پناه بردن به نوستالژی‌های دوران کودکی اعم از خاطرات دوران مدرسه، بازی‌ها، کارتون‌های تلویزیونی محبوب، اسباب‌بازی‌های ساده اما پرخاطره و مانند آن هستند. گذشته طلایی دوم در دوره‌های تاریخی قبل‌تر و زمانی است که تصور می‌رود جامعه در وضعیت بهتری بوده و با تلاش می‌توان دوباره به آن شرایط دست یافت. هشتگ‌هایی با عنوان «چی دادیم چی گرفتیم» و «...داشتیم وقتی ... مُد نبود» برای مقایسه با وضعیت در زمان حال و اشاره به وضعیت بهتر و حتی پیشرو بودن ایران در زمان گذشته دیده می‌شوند. نکته مهم در چنین پست‌هایی عنصر مقایسه و وجود یک گذشته طلایی بدون نقص در گذشته و وضعیت ناامیدکننده در زمان حاضر است. این گذشته‌های طلایی از میان نمی‌روند بلکه به تناوب و گاه هم‌زمان در ذهنیت ایرانی وجود دارند و شامل پادشاهی جمشید، عصر کوروش کبیر، نوشیروان عادل، اوج شکوفایی تمدن اسلامی، برهه‌هایی از تاریخ معاصر و مانند این هستند.

**الگوهای رسوبی مربوط به ارزش‌های خانوادگی:** داشتن «عشق» در زندگی حتی به‌عنوان یک امر ذهنی امری معناساز و امیدبخش است و جدایی از آن می‌تواند افراد را به ورطه نابودی و نیستی بکشاند. ویژگی ابژه‌ساز و کالاساز فضای مجازی بر اهمیت عشق جنسی در این فضا می‌افزاید. ابژه‌های عشق‌ورزی جنسی (شامل تمام افراد جنس مخالف و حتی موافق) به‌طور مداوم در حال انتشار تصاویر شخصی خود بوده و گفت‌وگو‌هایی را با افراد ناشناس و مخاطبان عمومی ایجاد می‌کنند که تا پیش از این تنها در روابط صمیمانه و عاشقانه یافت می‌شد. سخن گفتن از حالات روحی، علائق، ترس‌ها و حتی خصوصی‌ترین جنبه‌های زندگی مانند چهره و لباس، روابط جنسی، فرستادن عکس برهنه و چالش‌هایی مثل چال لپ و ترقوه، لباس گلدار و مانند این‌ها نشان‌دهنده صمیمیت عمومی‌یافته با ویژگی غالب به‌اشتراک گذاشتن بخش‌هایی از بدن و زیبایی است که قبلاً تنها در دسترس

معشوق و همسر بود. دالّ عشق روی مدل‌های متعددی به‌طور مداوم در حال حرکت است. عشق به امر جنسی صرف تقلیل می‌یابد و در افراطی‌ترین حالت و در خودسامانی امر جنسی، فرد با افراد ناشناس و حتی تصاویر آن‌ها عشق‌بازی می‌کند.

برای دوست‌داشته‌شدن باید خود را به شیئی تجملی (luxury) تبدیل کرد؛ شیئی با اندام مبالغه‌آمیز و حرکاتی که عمدتاً از رسانه‌ها و فرهنگ عامه‌پسند وام گرفته می‌شود. امر تجملی دیگر مربوط به هنرها و فضاها و حتی طبقات خاص نیست بلکه برای زیستن باید بتوان تجملی بود. در این میان زنان به دلیل موضوع عشق بودن نیاز به تلاش بیش‌تری دارند. داشتن اندام‌های جنسی برجسته، صورت‌های جنسی‌شده (دستکاری و بزرگ کردن لب و گونه‌ها) و پوشیدن لباس‌ها و انجام حرکاتی که آن‌ها را به ستاره‌های موسیقی، سینما و حتی فیلم‌های قبیح‌نگار نزدیک می‌کند، ضروری است. وسواس ظاهر از تبعات تجملی شدن عشق و جنسیت است که با پرسش‌های مکرر در مورد ظاهر خود (من چطورم؟! ) در فضا دیده می‌شود.

دومین الگوی رسوبی مربوط به خانواده، «غیرت‌ورزی» است. غیرت در جامعه ایرانی از امری دینی/عرفی که در حوزه‌ی حریم شخصی خانواده‌ها قرار داشت، به امری عمومی تبدیل شده است. می‌توان تغییراتی را در هر سه بخش مثلث غیرت دید: شخص غیرت‌ورز مسئله خود را به کل جامعه، سیاست‌ها و سیاست‌گذاری‌ها، مردم و مانند آن بسط می‌دهد؛ جفت فرد غیرت‌ورز نیز شامل کلیت زنان جامعه می‌شود؛ و در نهایت رقیب نیز به کل مردان جامعه بسط می‌یابد. نتیجه این امر «سیاسی‌شدن امر فردی» در حوزه‌های جامعه خصوصاً سیاست و اجتماع و ابژگی زنان جامعه در تمام سیاست‌گذاری‌ها، قوانین، محتواهای رسانه‌ها و حتی ادبیات روزمره و عامیانه است. دالّ غیرت‌ورزی روی مدل‌های متعددی در حال حرکت است و موضوع آن از امر جنسی و عاطفی به جنسیت و مدل‌های جنسیت‌مند، که قابلیت ابژه‌شدن دارد، یعنی زنان، تغییر کرده و مفاهیم مربوط به آنان مانند پوشش، کار زنان و مانند آن مسأله‌آمیز شده است و نتیجه آن ورود سیاست‌گذاری‌های رسمی و غیررسمی<sup>۲</sup> به این حوزه‌ها و به دنبال آن شکل‌گیری مطلق‌نگری در مورد ابژه غیرت‌ورزی و پراکندن خشم و نفرت بسوی آنهاست. از طرفی غیرت چندوجهی و وابسته به موقعیت نیز هست؛ حظ بردن از زنانی که ابژه میل و نگاه خیره مردانه دانسته می‌شوند مانند مدل‌ها، بازیگران و حتی زنان حاضر در فضای عمومی و مجازی و توصیف آنها با

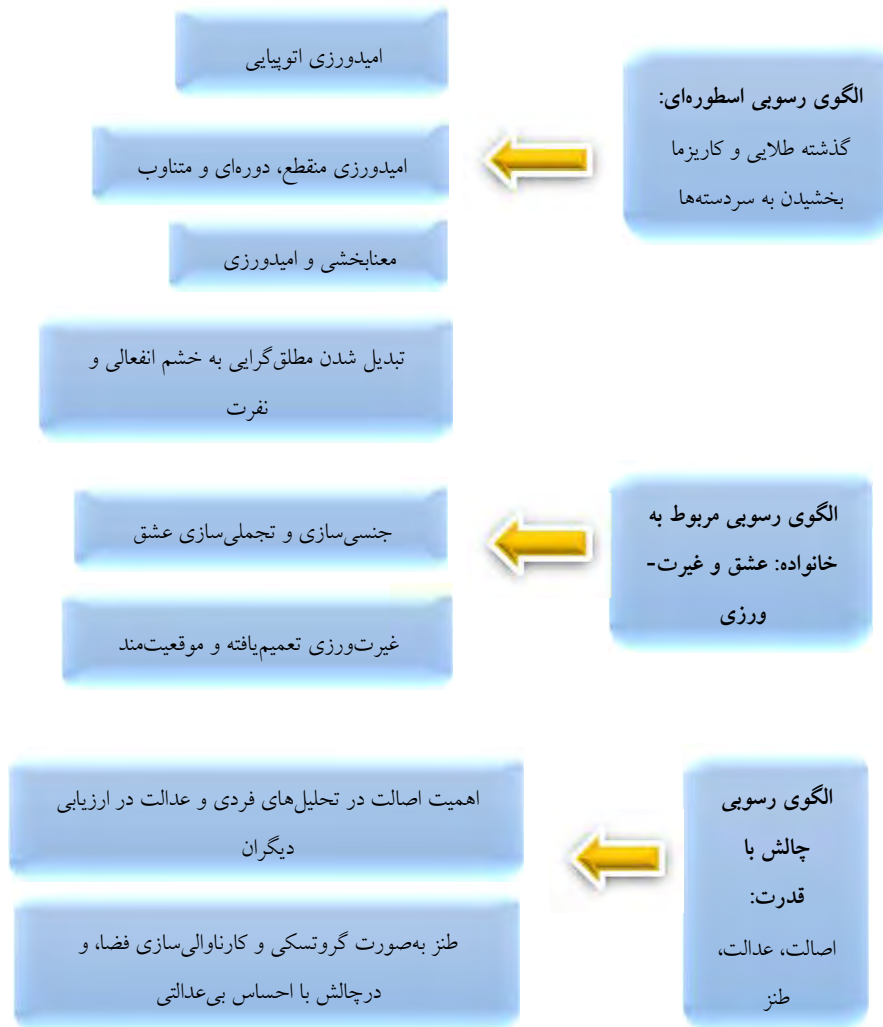
الفاظی مانند داف، پلنگ و در عین حال جلوگیری و حراست از زنان نزدیک به خود در برابر ابژه میل قرار گرفتند.

**الگوهای رسوبی مرتبط با قدرت:** اولین صورت «اصالت» است که در معنای سستی<sup>۱</sup> دارا بودن ثروت و منزلت را دستکم در یک نسل<sup>۲</sup> پیش<sup>۳</sup> طلب می‌کرد. این مفهوم هم‌چنان وجه طبقاتی داشته و اصل تمایز در مرکز آن وجود دارد و اما با وجوه زیبایی‌شناسانه بیش‌تری تلفیق گشته و در فضای مجازی خود را به صورت‌های مختلف همچون علاقه به سبک‌های خاص موسیقی، ادعای برخورداری از هنرهای همچون عکاسی و نقاشی و مانند این نشان می‌دهد. برای گم نشدن در میان توده، تظاهر به عضو طبقه بالا بودن کفایت، اما نیاز به همراه شدن با موج‌های سبک زندگی دارد. گرچه جابه‌جایی منزلتی در دنیای سستی به‌سختی صورت می‌گرفت اما در دنیای مجازی نیز با کوچک‌ترین غفلتی ممکن است بسیاری از دنبال‌کنندگان (followers) به سبب پی‌بردن به تصنعی بودن تمایز، توجه خود را قطع کنند و همین کاربران در پی توجه و تمایز را مضطرب می‌سازد. همانقدر که کاربر برای خود به دنبال ایجاد اصالت است اما در تحلیل «دیگری» همواره «اصل عدالت» را مد نظر دارد. فرد در گذشته در یک ساختار طبقاتی، جنسیتی و قومیتی به دنیا می‌آمد و ممکن بود تبعیض چندگانه‌ای را نیز تجربه کند، اما به دلیل نبود امکان بازاندیشی در خود، شرایط تحمیلی را می‌پذیرفت. بازاندیشی به‌وجود آمده که خصوصاً از طریق مصرف‌فراینده افکار، سبک‌های زندگی و گفت‌وگوی مداوم با افراد دارای سبک‌ها و باورهای متفاوت صورت می‌گیرد، نوعی احساس محرومیت نسبی را در افراد به وجود می‌آورد.

تأکید بر خودتحقق‌بخشی‌های فردگرایانه باعث می‌شود که مطالبه‌گری‌ها عمدتاً شخصی و در نهایت برخاسته از سرمایه اجتماعی درون‌گروهی باشند. بنابراین چالش با قدرت بر سر تعریف مفهوم عدالت نیز عموماً برخاسته از اهداف گروهی بوده و بر صف‌آرایی‌های گروهی در مقابل یکدیگر می‌افزاید. کاربران اعتراض خود نسبت به احساس بی‌عدالتی را با «طنزگویی» نشان می‌دهند که از ویژگی‌های رسوبی در فرهنگ ایرانی است. گرچه در فضای مجازی ایرانی طنز مدرن در معنای پذیرش اصول کلی اخلاقی و انتقاد از رذیلت‌های اخلاقی همچنان دیده می‌شود، اما معمولاً ویژگی‌های ظاهری، اخلاقی، زبانی و فرهنگی فرد یا گروه مقابل<sup>۴</sup> مورد تمسخر واقع می‌شوند. طنز در بسیاری از موارد به دلیل شخصی شدن با هجو نزدیکی دارد، و همانند دوران پیشامدرن هنگامی که با ناکامی‌های فردی همراه

می‌شود آنچه‌ان کاربرد کلمات رکبک در آن شدت می‌یابند که به هزل نزدیک می‌شود. همچنین طنز در بسیاری از موارد با فانتزی‌های ذهنی و بینامتنیتِ فضا درآمیخته است و تمایل شدیدی به عجیب و گروتسکی نشان‌دادن واقعیت پیرامون دارد. با وجود این اگر در گروتسک مرزها و سلسله‌مراتب‌ها فرو می‌ریزند تا طرحی نو در انداخته شود، ورود انواع گروه‌های مطلق‌نگر و قدرت‌ها در گروتسک ایرانی به تداوم مطلق‌گرایی‌ها و طرد بیشتر گروه‌های درحاشیه منجر می‌شود. هر اندازه خاصیت بینامتنی کم شده و گروتسک‌ها به سمت طنز در معنای مدرن میل می‌کنند، خاصیت انتقادی و مؤثر آن‌ها برجسته‌تر می‌شود. اگرچه هدف گروتسک و امر کارناوالی<sup>۵</sup> ساختارزدایی از سلسله‌مراتب‌ها برای بنای دنیای معنایی جدید بود، اما در گروتسک ایرانی «یکسان‌سازی امور» نیز رخ داده است؛ عرصه‌های گوناگون کاملاً همسطح بوده و هیچ‌یک نسبت به دیگری تعیین‌کنندگی ندارد. بنابراین به عاملیت منجر نمی‌گردد و تنها جنبه سرگرم‌کننده دارد.



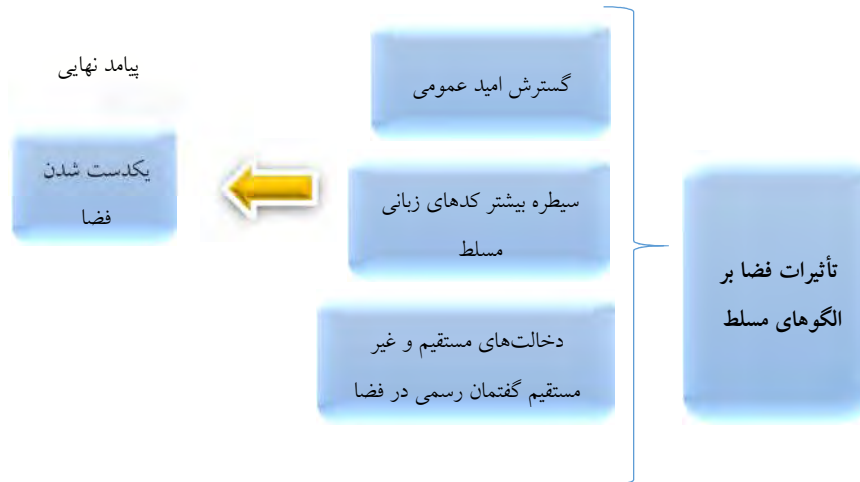


نمودار ۱. وضعیت الگوهای رسوبی ساختار عاطفی در فضای شبکه‌ای ایرانی

**الگوهای مسلط:** «زبان رسمی و استاندارد جامعه»<sup>۳</sup> در فضای مجازی نیز صورت مسلط است و دارندگان آن خصوصاً به‌خاطر خاصیت ابرازی این فضا به‌راحتی می‌توانند در شبکه‌های اجتماعی بازنمایی بیش‌تری داشته باشند. ساز و کار خشونت نمادین موجود در فضای مجازی در ادامه فضای واقعی با اتکا بر تقابل‌های دوتایی زبانی صورت می‌پذیرد. مهم‌ترین دوجویی‌های موجود در فضای مجازی شامل نخبه / غیرنخبه، قوی / ضعیف

هستند که به نوبه خود با دوگانه‌های مختلفی همچون مرکز نشین / حاشیه نشین (تهران نشین / شهرستان نشین یا شهرستانی)، مرد / زن، بزرگسال / خردسال، تحصیل کرده / غیر تحصیل کرده و مانند این در ارتباط هستند. اتصال این دوگانه‌ها موجب تقویت آن‌ها و نیز دوگانه‌های مرکزی شده و در نهایت باعث به حاشیه رفتن زبان غیر معیار و مرکزیت یافتن هر چه بیش تر زبان معیار، ارزش‌های حاکم و در نتیجه گروه‌های قدرتمند خواهد شد. در چنین شرایطی سه راه برای گروه‌های هم‌معنی با شق‌های دوم باقی خواهد ماند؛ راه‌حل اول ادامه مسیری است که در دنیای واقعی هرروزه ادامه دارد؛ صاحبان صداهای بالقوه همانند فضای رسمی جامعه طرد خواهند شد. راه‌حل دوم نیز پذیرفتن زبان معیار و در نتیجه تن دادن به قدرت‌های رسمی است. اما در راه حل مقاومت، فرد در حاشیه نه اجازه حذف شدن توسط گروه‌های بالاتر را می‌دهد و نه تعاریف آنان را از معیار بودن می‌پذیرد، بلکه تلاش می‌کند تا تعاریف خود را وارد زبان معیار سازد. وام دادن واژگان به طبقات بالاتر و رایج شدن برخی اصطلاحات زبان‌های محلی از رایج‌ترین مقاومت‌ها در برابر خشونت و نخبه‌گرایی زبانی هستند.

صورت دیگر الگوی مسلط، «گسترش امید عمومی» است، طبق دراوس (۲۰۰۴): «امیدی که بوسیله صاحب‌منصبان دولتی ساخته شده و برای تغییر عقیده عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد» (cited in Lueck, 2007: 252). این نوع امید، خصوصاً در امیدورزی همراه با شکیبایی، از نوع دین‌دارانه در میان طیف‌های مختلف رواج دارد که عموماً خود را به شکل سخن گفتن از مقدسات دینی، گرامیداشت اعیاد مذهبی، زیارت و به‌خصوص مفهوم شهادت نشان می‌دهد. برخی بازنمایی‌ها علاوه بر اینها به کلیه مفاهیم مورد نظر حاکمیت مانند حجاب، ولایت، جهاد، تهاجم فرهنگی و مانند آن نیز می‌پردازند. معمولاً در این‌گونه صفحات روزمرگی، مسائل اجتماعی و اقتصادی و مانند آن انعکاسی ندارند و یا به‌طور کامل در جهت هدف مورد نظر هستند. علاوه بر این امید عمومی که می‌توان آن را در برابر امید جمعی که برخاسته از گروه‌های مردم است قرار داد، به شکل‌های مختلف همچون فیلترینگ برای محدودسازی کاربران، دستگیری شاخ‌های اینستاگرامی و یا کانالیزه-سازی آنها، ساختن حساب‌های کاربری که تلاش دارند گفتمان مورد نظر سیاست رسمی را در پراکنده سازند و مانند این سعی در کنترل فضا دارد.



نمودار ۲. وضعیت الگوهای مسلط ساختار عاطفی در فضای شبکه‌ای ایرانی

**الگوهای نوظهور: الگوهای مرتبط با اصالت فرد/ جامعه:** یکی از مهمترین الگوهای نوظهور در فضای شبکه‌ای «اصالت فرد» است. تیلور از انقلابی در سال‌های دهه ۱۹۶۰ سخن می‌گوید که بر مبنای آن برای تحقق بخشیدن به انسانیت خود، باید راه و روش خاصی را یافته و با آن زندگی کنیم (تیلور، ۱۳۸۷). این اصطلاح که آن را فردگرایی اظهاری می‌نامد به‌طور مستتر مدیریت نفس‌گیدنز و موثراثر نفس‌باومن را در خود دارد، ضمن این‌که یک وجه دیگر نزدیک به مفهوم فردگرایی همراه با ابراز وجود رابرت بلا را نیز به آن می‌افزاید؛ تمایل افراد به خودابرازی و محقق‌کردن فردیت در حد اعلا. از مهمترین سنخ‌های خودتحقق‌بخشی در فضای مجازی ایرانی می‌توان به این موارد اشاره کرد: ۱. فلسفه‌ورزی‌های عامیانه، الهام‌بخشی‌ها، نگاه هنری و شاعرانه و تظاهر به سبک فکری والا، بی‌تفاوتی نسبت به شرایط جامعه و اهمیت صرف تحقق روحی کامل خود ۲. خودتحقق‌بخشی جسمی با تأکید بر مدیریت بدن از طریق روش‌های سلامتی، بهداشتی و زیبایی و ۳. پیشرفت تحصیلی، کاری و مالی و داشتن مشاغل پردرآمد و پُروجعه به عنوان هدف اصلی اجتماعی. دومین صورت از اصالت فرد، نوعی فرهنگ سرخوشی و لذت از لحظات که می‌توان آن را «خیام‌گرایی منفعت‌طلبانه» و منطبق با «هدونیسم» نامید است که در زندگی ایرانیان وجود دارد و خاصیت تصویری فضای مجازی به آن دامن زده است. حسرت لحظاتی در گذشته که فرد نتوانسته از زندگی لذت ببرد، تمسخر افراد پرتلاش و

موفق در زمینه‌های علمی و ستایش افراد موفق در زمینه مد و زیبایی، سلبریتی‌های هنری و ورزشی، مالکان صنایع بزرگ و خصوصاً صنایع نرم مرتبط با فضای مجازی مانند مالک مایکروسافت، فیس‌بوک، تلگرام، توئیتر و مانند آن که گمان می‌رود کارشان ترکیبی از سرگرمی و سودآوری است، ستایش صاحبان پول‌های بادآورده، تمسخر نسل‌های قبلی به خاطر قانع بودن به زندگی پرتلاش و کم‌درآمد و داشتن تابوهای اخلاقی فراوان که مانع لذت بردن از زندگی می‌شود، همگی نشانه‌هایی از این ویژگی هستند. در چنین شرایطی الگوهای مرجع نیز بسیار متکثرند<sup>۴</sup>. به‌طور کلی گرایش به راحت‌شدن زندگی، بیش‌تر شدن تفریحات، در لحظه زیستن و نیز کم‌شدن ساعات کاری دیده می‌شود.

همچنین شاهد الگوهای نوظهوری که بر «اصالت جامعه» و «جامعه مدنی مجازی» هم‌عرض با جامعه مدنی واقعی تأکید دارند همچون دوستدارن طبیعت، کمپین‌های آزادسازی زندانیان، دوستداران حیوانات، انجمن‌های اهدای عضو، حمایت از حقوق کودکان و مانند آن هستیم. به دلیل هم‌زمان بودن، تنوع گروه‌های هدف و مشخص نبودن برنامه‌ها و خواسته‌های عملیاتی و وجود موانع قانونی، برخی کمپین‌ها پس از مدتی به فراموشی سپرده می‌شوند. به‌جز این‌گونه صفحات و نیز منتقدان، تعلق به اجتماع در میان طبقات پایین رایج‌تر است که می‌تواند به دلایلی همچون وجود سرمایه اجتماعی بالاتر در میان آنها، پیوندهای مذهبی، خانواده‌گرایی، تعلق به فرهنگ جوانمردی و مانند این باشد. همچنین می‌توانیم از «شکل‌گیری جریان‌های عقلانی» سخن بگوییم. گرچه در ابتدا پیرامون موضوعات، شخصیت‌ها، افکار و مانند آن واکنش‌های مطلق‌نگر و افراطی به‌وجود می‌آیند اما پس از مدتی و با صیقل خوردن افکار جریانی عقلانی شکل می‌گیرد که جهت‌گیری اصلی آن را نیازهای اصلی جامعه تعیین می‌کند. بازبینی جمعی در مورد قضاوتی اشتباه، تبدیل شدن هشتک‌های پراکنده همچون در جنبش کامیون‌دارن به جنبشی واقعی، تبدیل انتقادات از صورت اتوپیایی و یا کارناوالی به انتقادات ارزیابانه، متعادل شدن خودبزرگ-بینی‌های جمعی از نمونه‌های آن هستند.

**ملغمه و هم‌افزایی عواطف:** عرصه فضای مجازی علاوه بر انعکاس و ترکیب الگوهای مختلف عواطف، مجال گسترده‌ای برای هم‌افزایی آنها علی‌رغم متفاوت بودنشان نیز مهیا ساخته است:

**تروما و خیر و شرسازی:** الکساندر با طرح مفهوم تروما نشان داده است که رسانه‌ها می‌توانند، با خلق و بازسازی برخی مفاهیم، تعاریف مردم را از مسائل مختلف تغییر دهند. «تروما زمانی اتفاق می‌افتد که احساس خوب‌بودگی در نزد کنشگر فردی و جمعی در هم می‌شکند. واکنشی که در مقابل این اتفاقات برهم‌زننده صورت می‌گیرد ساختن تروما به عنوان واکنشی فوری و غیربازاندیشانه است» (Alexander, 2013; 7-8). در طول زمان یک رویداد از طریق نمادسازی‌های مختلف به یک روایت جدید تبدیل می‌شود که خود می‌تواند نمادپردازی‌های جدیدی را بر جهان واقع تحمیل کند (Alexander, 2009). در لحظات حساس (از انتخابات و حوادث ناخوشایند طبیعی و غیرطبیعی گرفته تا حملات بیرونی مانند حملات تروریستی داعش یا پیروزی‌های ورزشی و مانند آن) فرایند تروماسازی شکل می‌گیرد و طی آن برخی افراد و اتفاقات به امیدبخش و ناجی و برخی به غیرامیدبخش و ضدقهرمان تبدیل می‌شوند. این جریان تا زمانی که اتفاق ترومایی دیگری رخ دهد و خیر و شر، قهرمان و ضدقهرمان را از نو تعریف کند، ادامه دارد. گاه شاخ‌ها یا آنتی‌شاخ‌های اینستاگرام<sup>۵</sup> و یا چهره‌های معروف مورد انزجار واقع شده و کاربران به رکیک‌گویی و توهین در صفحات آن‌ها می‌پردازند. تغییرات سریع و بی‌منطق در ایجاد قهرمان، سبب جایگزین‌شدن قهرمان بعدی و تبدیل قهرمان اول به ضدقهرمان می‌شود. انتخاب‌ها معمولاً احساسی، بر اساس موج رایج و نیز مقطعی و کوتاه‌مدت‌اند و غلبه نگرش اتوپیایی سبب شده کاربرد فضای مجازی همانند زندگی روزمره به‌طور مداوم حرکت در بین متون مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و ورزشی، فرایند قهرمان‌سازی و قهرمان‌کشی و به عبارتی امیدورزی و ناامیدی را تکرار کند. در «بینامتنیت» هر متنی متون دیگر را در خود جذب می‌کند و انتقال می‌دهد (Kristeva, 1980). در نهایت جریان تروماسازی که از بینامتنیت بهره می‌برد سبب انقطاع در امیدورزی می‌شود.

**خشم نسلی و ساختاری:** نه تنها متولدین دهه شصت (به تعبیر کاربران ملقب به نسل سوخته) و قبل از آن خود را افرادی اغفال‌شده در می‌یابند که به سیاست‌گذاری‌های رسانه، آموزش و پرورش، خانواده و مانند آن تن داده و دچار خسران عظیمی شده‌اند، بلکه دهه‌های بعدی نیز به انتقاد از آنها می‌پردازند. گروه اول به دلیل احساس ناکامی و گروه دوم به دلیل ترس از تکرار سرنوشت دهه‌ی ۶۰ و ۵۰ به تابوردایی و به کارگیری زبان شهوان<sup>۶</sup> (erotic) در جوک‌ها، نظرات (comment)، صفحات، توئیته‌ها و مانند این می‌پردازند.

از طرف دیگر ترس و اضطراب مواجهه با آینده نامعلوم بخاطر مسائل مدیریتی در سطح کلان و معادلات جهانی در سطوح اقتصادی، تکنولوژیکی و غیره نیز وجود دارد که به این خشم نسلی دامن می‌زند. این خشم ساختاری زمانی تشدید می‌یابد که احساس ناکامی بخاطر وجود گروه یا گروه‌های دیگری که به دلایلی از جمله تبعیض، عدم رعایت قوانین و حتی موفقیت‌های فردی به وضعیت مناسبی دست یافته‌اند افزایش می‌یابد. خشم و نفرت نسبت به سلبریتی‌ها و آقازاده‌ها که بر طبق نظر کاربران به خاطر مسائل ساختاری جامعه همچون نبود شایسته‌سالاری، نبود موانعی که پیش روی سایر افراد برای رسیدن به مواهب وجود دارد، و پیوند با قدرت توانسته‌اند به موقعیت مناسبی در جامعه دست پیدا کنند، علاوه بر اینها خشم نسبت به افراد موفق<sup>۷</sup> نیز در این فضا به شدت دیده می‌شود.

**مطلق‌گرایی:** فضای مجازی با دامن زدن به «ابراز / قضاوت» باعث شده تا بیان ارزش‌ها و در نتیجه واکنش نسبت به آنها اصولاً بر اساس خشم و طرفداری از ارزش‌های خودی صورت گیرد. این فضا محیطی مستعد برای گفت و گو میان اشخاص ناشناس است که عموماً با بیان دیدگاه‌های افراطی و قضاوت‌گرانه (و به تعبیر کاربران جاج کردن) همراه می‌شود. انواع دشنام‌هایی که به گروه مقابل داده می‌شوند نتیجه مکانیسم «تقلیل‌گرایی» است که با فروکاستن افراد به برخی اجزای آن‌ها موجب تأکید کم‌تر بر برخی اجزای دیگر هویتی آن‌ها و نگرش به به آنها به‌عنوان موضوعات (بزه‌ها) شده است، به طوری که نتیجه می‌گیریم کم‌تر از ما انسان هستند. در این فضا شاهد «خشم منفعل»، و نه خشم فعالانه که از عواطف رشد یافته محسوب می‌شود، هستیم و از این رو نفرت هم‌چنان منجمد باقی خواهد ماند. همان‌طور که قبل گفتیم دوگانه خیر/شر که معمولاً منطبق بر خود / دیگری است به صورت مداوم بر روی مدل‌های متعدد در جریان بوده به طوری که گاه فرد یا جریانی در اندک-زمانی از خیر به شر یا برعکس تغییر موقعیت می‌دهد.

**گسترش و تغییر شکل ملال:** خاصیت بصری و تجملی فضا که در برخی شبکه‌های دیداری‌تر به اوج خود می‌رسد، سعی در پرکردن خلأ و ملال ناشی از نبود ساختارهای معنابخش پیشین از طریق تعریف زیبایی‌شناختی از جهان پیرامون دارد. با وجود این خاصیت دیداری و شمایی<sup>۸</sup> (iconic) این فضا، بی‌ریشگی و تنوع فراوان اطلاعات و اخبار و امکان مقایسه خود با دیگران، و تأکید بر سبک زندگی<sup>۹</sup> باعث شده تا خشم و نفرت ناشی از ناکامی برخاسته از مواجهه با ساختارهای اقتصادی و سیاسی خود را با سایر شکل‌های ملال

مانند ملال وجودی ترکیب کرده و صورتی جدید از ملال را پدید بیاورد. اشارات بسیار به رمق‌نداشتن برای زندگی، کسالت همیشگی که خود را در عدم تمایل به رفتن به دانشگاه و محل کار در ساعات اولیه صبح و اول هفته نشان می‌دهد، بی‌حوصلگی مداوم و عدم تمایل به معاشرت با دیگران و حتی خانواده، اشاره به بیهودگی زندگی و تمرکز بر مرگ خود و دیگران و حتی شوخی کردن با آن از نشانه‌های ملال فزاینده است. رواج کلیپ‌های شاد، استندآپ کمدی‌های مختلف، که برخی توسط حرفه‌ای‌ها و برخی توسط کاربران عادی تهیه می‌شوند، ساختن دابسمش‌ها، گسترش نگاه هنری به زندگی و مانند این راه‌های افراد برای مقاومت و گریز از ملال هستند که به‌زودی همچون مخدرهای قبلی مثل فرهنگ سلبریتی و قبیح‌نگاری اشباع خواهند شد.

**تغییر شکل اضطراب:** ارزش‌های جامعه که بر «خودتحقق‌بخشی مادی و معنوی» تأکید دارند، موفقیت را نهایی‌ترین هدف زندگی انسان ساخته‌اند و از آن‌جا که بر فردی‌بودن مسیر و رقابت و حذف سایرین تأکید دارند، بنابراین خود سر منشأ دچار شدن به اضطراب است. همچنین افراد در پی معنای زندگی به عشق پناه می‌برند که شق دیگر آن «اضطراب عشق» است که به دلایلی همچون گنگ بودن روابط، سهولت دسترسی افراد به جنس مخالف و در نتیجه احتمال خیانت، سوءاستفاده احتمالی از عکس‌ها و مکالمات طرف مقابل و مانند به‌وجود می‌آید. با حضور شبکه‌های اجتماعی و گسترش یافتن معنای سلبریتی و پیدایش خرده‌سلبریتی‌ها<sup>۱</sup> (microcelebrity)، ایده‌آل‌های زیبایی بدن خصوصاً برای زنان نیز به شکل گسترده‌ای تنوع پیدا کرده‌اند به‌طوری‌که ارائه تمامی ایده‌آل‌ها به شکل هم‌زمان و افزایش امکان مقایسه خود با آن‌ها باعث «اضطراب زیبایی» بیشتر می‌شود. علاوه بر اضطراب‌های فردی، «اضطراب مخاطره‌ای» مهمترین صورت اضطراب ساختاری در فضای شبکه‌ای ایرانی است که برخلاف مخاطرات مورد نظر بک، در موارد بسیاری عینی، ساختاری و ملی هستند. کاربران معتقدند این مخاطرات توسط قدرتمندان ایجاد می‌شوند اما نتایج آنها معمولاً مختص عامه مردم است. از نظر کاربر ایرانی پیوستگی جهانی که در تعریف بک (۱۹۹۲) از مخاطره وجود دارد، هنوز فراگیر نیست. مخاطرات ساختاری همچون جنگ، توم، فقر، بیکاری و حتی آلودگی‌های محیط زیستی منوط به تأثیرگذاری قدرت‌های داخلی و خارجی هستند اما «دائمی»، «فراگیر» و «برگشت‌ناپذیر» نبوده بلکه با تغییر سیاست‌گذاری‌ها در سیاست خارجی و داخلی قابل تغییر هستند.

**صورت‌های شفقت‌ورزی در فضا:** شفقت «عاملانه» که خود را بصورت کمک‌های مالی (بیماران خاص، افراد بی‌بضاعت یا در زمان بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی)، حقوقی (کودکان، سالمندان، خشونت خانگی و سایر گروه‌های درحاشیه و آسیب‌دیده) و حتی آگاهی‌بخشی در فضای شبکه‌ای نشان می‌دهد موجب شنیده‌شدن صداهایی می‌گردد که در رسانه‌های رسمی معمولاً کمتر منعکس می‌شوند از طرفی صورت «غیرعاملانه» شفقت نمود بیشتری دارد. افراد با کاستن از مسئولیت اجتماعی خود با مکانیسم دفاعی دلیل‌تراشی، دیگری یا دیگران مشفق را تحسین می‌کنند که با اقدامات خود مرهمی بر زخم‌های سایرین هستند؛ مغازه‌داری که هر صبح نان‌های فروش نرفته روز قبل را برای فقیران در گوشه خیابان می‌گذارد، فردی که ته‌سیگارها را در طبیعت جمع‌آوری می‌کند، یا همدلی و مهربانی با سالمندان، معلولین و حتی حیوانات. از آنجا که بی‌ریشگی و خاصیت ذره‌بینی در فضای مجازی سبب هجوم صحنه‌های رنج‌آور می‌شوند، «سیرشدگی مُشدّد» استراتژی مهمی است که سبب تحمل کمترین آسیب روحی می‌شود. با وجود این به گفته اسکاگ (۲۰۰۱) اینترنت در میان کاربران خود در جهان وحدت و روحی مشترک به وجود آورده که در برابر بسیاری از اتفاقات شکننده است (Skog, 2001). افرادی که تا پیش از این بیگانه محسوب می‌شدند و هیچ‌گونه آشنایی با زندگی آن‌ها نداشتیم اکنون جزء نزدیکان ما به حساب می‌آیند و بنابراین به خاطر رنج‌های آن‌ها دچار رنج و شفقت می‌گردیم. «شفقت را می‌توان نزدیک به چیزی دانست که می‌توان آن را نوع‌پرستی عقلانی (rational benevolence) نامید» (cited in Archer, 2018: 3). نوعی خوبی جهانی وجود دارد که دوری از آن و یا محروم‌گشتن از آن باعث احساس «شفقت جهانی» در افرادی می‌شود که چنین محرومیتی را در دیگری مشاهده می‌کنند، و معمولاً با خشم و نفرت همراه است. تصویر کودک گُرد سوری که در سال (۲۰۱۵) در پی تلاش برای پناهندگی در دریا غرق شد، مردم درگیر در جنگ در نقاط مختلف، یا خانواده‌ای مکزیکی که به خاطر قوانین ضد‌مهاجرتی ترامپ در سال (۲۰۱۸) نتوانستند مهاجرت کرده و جان خود را از دست دادند و مانند این، خشم و نفرت نسبت به قوانین و اقدامات سیاست‌مداران را برمی‌انگیزانند. آیا مرگ کودکی بدون این‌که قربانی جنگ یا قوانین مهاجرت باشد می‌تواند تا این اندازه موجب خشم و نفرت و پس از آن احساس شفقت در میان مردم جهان گردد؟ کسانی مانند اکمن و اکمن (۲۰۱۷) شفقت جهانی را معادل گسترش دامنه نگرانی ما فراتر از خانواده‌مان (برای مثال،



خانواده و دوستان) به غریبه‌ها می‌دانند (Ekman & Ekman, 2017). بنابراین می‌توان شفقت جهانی را ناشی از عام‌گرایی فزاینده متأثر از فضای مجازی دانست.



نمودار ۳. وضعیت الگوهای نوظهور ساختار عاطفی در فضای شبکه‌ای ایرانی



نمودار ۴. پیامدهای نهایی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ساختار عاطفی ایرانی

## ۶. نتیجه‌گیری

در این مقاله کوشیدیم تا نظریه ساختار احساس ویلیامز را در فضای مجازی ایرانی به عنوان مهمترین عرصه خودابرازی ایرانیان نشان داده و بسط دهیم. علی‌رغم اینکه بسیاری از این ویژگی‌ها توسط خاصیت‌های فضای شبکه‌ای تشدید و یا حتی ایجاد شده‌اند اما به دلیل متداخل بودن فضای واقعی و مجازی ایرانی، ساختار عاطفی شناسایی شده قابلیت تعمیم به فرهنگ روزمره ایرانیان را داشته و می‌توانیم آنها را بر ابعاد مفهومی نظریه ساختار احساس ویلیامز بیفزاییم.

ساختار عاطفی ایرانی ضمن اینکه دارای پایداری نسبی است اما همواره رو به آینده داشته و از درون دچار تغییراتی می‌شود که نتیجه برهمکنش عواطف، رابطه ساختار عاطفی با نیروهای ساختاری کلان و دیالکتیک استراتژی و تاکتیک‌های به کار گرفته شده در این فضا است. سه الگوی بدست‌آمده بر یکدیگر اثر گذاشته و خصوصاً الگوهای نوظهور سبب شده‌اند تا الگوهای رسوبی و مسلط از درون دچار تغییرات بسیاری گردند. هر سه الگو

خصلت‌های فضای مجازی را در خود حل کرده‌اند. به‌طور مثال خاصیت گروه‌سازی فضای مجازی باعث تشدید مطلق‌گرایی شده و این باعث شده تا نگاه اسطوره‌ساز و اتوپیا‌ساز که جزء الگوهای رسوبی هستند به زندگی روزمره ما وارد شوند. توجه به اصالت و تلاش برای اصیل نشان دادن خویش به همراه حساسیت در برابر عدالت نیز به دلیل خاصیت شمایی فضای امکان ابراز و مقایسه خویش با دیگران رایج گردیده است. به همان‌سان خاصیت عمومیت‌ساز شبکه باعث شده تا امور شخصی موجود در الگوهای رسوبی خانواده همچون عشق و غیرت‌ورزی، کالایی، سیاسی و سپس عمومی شوند. در الگوهای نوظهور نیز اضطراب‌های شخصی همچون اضطراب زیبایی عمومیت پیدا کرده‌اند. شبکه‌های اجتماعی همچنین هم‌افزایی‌هایی را در درون و نیز در میان الگوهای سه‌گانه بوجود آورده‌اند و به نوعی آنها را سیال ساخته‌اند. به‌طور مثال الگوهای رسوبی چالش با قدرت دچار هم‌افزایی شده‌اند. از یک‌سو خاصیت خودتحقق‌بخشانه و فردگرایانه سبب شده تا خودنمایی برای کسب اصالت بیشتر شود و از طرفی به‌دلیل خاصیت بینامتنی و مقایسه مداوم خود با دیگری، احساس عدالت دچار چالش‌های بسیاری گشته است. روحیه طنزگویی نیز که در شبکه ایرانی عناصر محلی‌تر همچون هجو، هزل و گروتسک را به کار گرفته است، سبب چالش با قدرت و به‌خصوص قدرت ساختاری شده است. این هم‌افزایی در درون عواطف نوظهور همچون ملال نیز دیده می‌شود. از طرفی میان الگوها نیز هم‌افزایی و سیال شدن مرزها دیده می‌شود. امیدورزی از یک‌طرف به‌خاطر الگوهای رسوبی اسطوره‌ای و نیز از طرف دیگر با تروماسازی در الگوهای نوظهور دچار انقطاع و تناوب گشته و این در حالیست که الگوهای مسلط نیز شیوه امیدورزی خود (امید عمومی یا امیدورزی مطابق با خواست حاکمیت) را ترویج می‌کنند. همچنین مطلق‌گرایی در اسطوره‌سازی به عنوان الگوی رسوبی، گفتمان رسمی (الگوی مسلط) و نیز الگوهای نوظهور دیگری ساز دیده می‌شود. از سوی دیگر می‌توان از نفوذ گفتمان مسلط در گفتمان شبکه‌ای و مقاومت کاربران در برابر آن و به عبارتی حضور همزمان نیروهای قدرت و مقاومت سخن گفت. برخی از الگوها به‌طور همزمان به‌خاطر خاصیت شبکه‌ای در دو بعد فردی/جمعی دچار تغییراتی شده‌اند. شبکه باعث افزایش امیدورزی به‌شکل خودتحقق‌بخشی‌های فردی و از سوی دیگر افزایش ظرفیت عقلانیت جمعی و جامعه مدنی شده است. رابطه دیالکتیکی میان ساختارهای کلان و عواطف وجود داشته و خصوصاً عواطف منفی، همواره واکنشی در برابر ساختارهای کلان هستند که به‌طور مثال خود را در خشم و ملال ناشی از

ناکامی‌های ساختاری و یا ترس‌های مخاطره‌ای ملی و ساختاری نشان می‌دهند. بر اساس مشاهدات، عملگرایی / انفعال را می‌توان از دوگانه‌های مهم تجربه کاربران ایرانی در فضای مجازی دانست. عواطف مثبت فضای مجازی همچون امید و شفقت می‌توانند از ویژگی‌های فضا استفاده کرده و به صورت عملی منجر به تغییرات مثبت گردند و از طرف دیگر بی‌مسئولیتی اجتماعی و سرشدگی مشدّد فضا صورت‌های انفعالی‌اند. در نهایت امر محلی / ملی و جهانی را می‌توان از جلوه‌های مهم آثار فضای شبکه‌ای بر ساختار عاطفی دانست. بخش مهمی از ابعاد ذکر شده که در این پژوهش بر ابعاد مورد نظر ویلیامز از ساختار احساس افزودیم و بطور خاص سیال دیدن ساختارهای سه گانه مورد نظر او محصول و نیز برآمده از فرهنگ دیجیتال است. فضای مجازی عاملی مهم در تغییرات بنیادین در ساختار عاطفی جوامع است که در دهه‌هایی پس از اینکه ویلیامز چشم از دنیا فروبست، موتور محرکه این تغییرات بنیادین گشت.

## پی‌نوشت‌ها

۱. بر طبق نظرسنجی ایسپا در سال ۱۳۹۸، ۷۰ درصد مردم ایران دستکم از یکی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.
۲. دخالت‌های سیستماتیک و برنامه‌ریزی شده گروه‌های قدرتمند در فضای مجازی مانند ساختن حساب‌های کاربری هدف‌مند، ارائه محتواهای مشخص و در نتیجه جریان‌سازی.
۳. مترادف با کدهای مورد نظر برنشتاین (۱۹۶۲، ۲۰۰۰) یعنی اصل نظم‌دهنده و هنجاری‌بخشی که در تمامی نهادهای جامعه جریان دارد.
۴. این گروه‌های مرجع شامل شاخ‌های مجازی یا بازیگران فیلم‌های قبیح‌نگار نیز هستند.
۵. کسانی که در فضای مجازی به منظور کسب شهرت و درآمد کلان رفتارهای غیرمعمول می‌کنند.
۶. زبان رایج خرده‌فرهنگ‌های خاص که به دلایل مختلف ساختاری رایج شده و ویژگی بارز آن توصیف امور به وسیله واژگان شهوانی است.
۷. طنزهایی که در مورد دانشمندان ایرانی یا خارجی قرون گذشته و حاضر ساخته می‌شوند از این نمونه‌هاست.

۸. اصطلاحی محقق ساخت بر اساس نظریه پیرس که نسبت میان دال و مدلول را در آیکون، یکسانی می‌داند. مخاطب با دیدن تصویری یک تفکر، احساس، واقعه، دوره تاریخی، شخص و مانند این را به خاطر می‌آورد.

۹. بلاگر (در حوزه‌های مختلف)، اینفلوئنسر، واینر و مانند این که به تولید محتوا، جمع کردن طرفدار و محبوبیت و به درجات مختلف، ثروت رسیده و همچون سلبریتی‌ها گروه مرجع و به-طور خاص الگوی ظاهر و سبک زندگی، تلقی می‌شوند.

## کتاب‌نامه

- تیلور، چارلز (۱۳۸۷). *تنوع دین در روزگار ما؛ دین‌داری دوباره با ویلیام جیمز*، ترجمه مصطفی ملکیان، تهران: شور.
- ذکایی، محمد سعید و ویسی، سیمین (۱۳۹۹). *زیست مجازی در ایران: عواطف و خرده-فرهنگ‌ها در شبکه‌های اجتماعی*، تهران: آگاه
- ذکایی، محمد سعید و ویسی، سیمین (۱۴۰۰). (a). آثار پاندمی کوید-۱۹ بر ساختار عاطفی در آئینه شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی، *فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی*، دوره ۱۳، شماره ۲، ۲۹-۱.
- ذکایی، محمد سعید و ویسی، سیمین (۱۴۰۰). (b). مواجهه و معناسازی کاربران ایرانی از شبکه‌های مجازی، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۱۶، شماره ۱، ۱۲۷-۱۱۱.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۷). *صورتبندی مسأله احساسات در ایران معاصر: نظریه‌ای درباره پویایی الگوهای عاطفی در ایران*، *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، دوره ۱۹، شماره ۴۳، ۳۶-۱.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

Ahmad, S. (2004). *The Cultural politics of emotion*. Edinburg: Edinburgh University Press Ltd.

Alexander, C. J. (2009). *Remembering the Holocaust: A Debate*. New York: Oxford, Oxford Univesity Press.

Alexander C, J. (2013). *Trauma: A Social Theory*. Cambridge: Polity Press.

Archer, A. (2018). The Moral Value of Compassion, In: J. Caouette & C. Price (eds.), *The Moral Psychology of Compassion*. London: Rowman & Littlefield Publishers.

Beck, U. (1992). *Risk Society: Toward a New Modernity*. London: Sage Publication.

Bernstein, B. (1962). Linguistic codes, hesitation phenomena and intelligence, *Language and Speech*, 5, (1), 31-46.

- Bernstein, B. (2000). *Pedagogy, Symbolic Control and Identity: Theory, Research, Critique*, London: Rowman & Littlefield.
- Brownlie, J. (2014). *Ordinary Relationships: A Sociological Study of Emotions, Reflexivity and Culture*. New York City: Springer Publishing.
- Coleman, R. (2018). Theorizing the present: digital media, pre-emergence and infra-structures of feeling. *Cultural Studies*, 32(4), 600-622.
- Ekman, P. & E. Ekman (2017). Is Global Compassion Achievable? In Seppälä, E, Simon-Thomas, E. , Brown, S.L., Worline, M.C., Cameron, C.D. & Doty, J.R. (eds.), *The Oxford Handbook Compassion Science*. Oxford: Oxford University Press.
- Eldridge, E., & Eldridge, J. (2005). *Raymond Williams: making connections*. London: Routledge.
- Engle, K. & Wong, Y. (2018). Thinking Feeling, In Engle, K. & Wong, Y. (Eds.), *Structure of feeling: Explorations in Affect*. Montreal & Kingston: McGill-Queen's University Press.
- Ewing, K. P. (2007). Immigrant Identities and Emotion, In Casey, C and Edgerton, R. B. (Eds.), *A Companion to Psychological Anthropology: Modernity and Psychocultural Change*. Malden: Blackwell Publishing.
- Harding, J., & Pribram, E. D. (Eds.). (2009). *Emotions: A cultural studies reader*. London: Routledge.
- Higgins, J. (1999). *Raymond Willims: Literature, Marxism and cultural materialism*. New York: Routledge.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California.
- Huberman, M. & M. Miles (eds.) (2002). *Understanding and Validity in Qualitative Research, The Qualitative Researcher's Companion*. London: Sage.
- Kristeva, J. (1980). Word, Dialogue and Novel, In Roudiez, L.S. (ed.), *Desire Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Transl. T. Gora et al. New York: Columbia U.P.
- Illouz, E., Gilon, D. & Shachak, M. (2014). Emotions and Cultural Theory, In Stets, J. E. & Turner, J. H. (Eds.), *Handbook of the Sociology of Emotions (Volume II)*, New York City: Springer Publishing.
- Lueck, M. A. (2007). Hope for a cause as cause for hope: The need for hope in environmental sociology. *The American Sociologist*, 38(3), 250-261.
- Mc Clary, S. (Ed.) (2017). *Structure of feeling in seventeenth century*. Toronto, Ontario: University of Toronto Press.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. London: sage.
- Reddy, W. M. (1999). Emotional Liberty: Politics and History in Anthropology of Emotions. *Cultural Anthropology*, 14(2): 256-288.
- Skog, S. (2001). *Radical Acts of Love: How Compassion Is Transforming Our World*. Center Sity, Minnesota: Hazelden.

- Strangleman, T. (2012). Work identity in crisis? Rethinking the problem of attachment and loss at work. *Sociology*, 46(3), 411-425.
- Streeter, T. (2017). The Internet as a structure of feeling: 1992–1996. *Internet Histories*, 1(1-2), 79-89.
- Stearns, P. N. (1994). *American cool: Constructing a twentieth-century emotional style*. New York: New York University Press.
- Tang, L. (2009). Shaping feelings in cyberspace: The case of Chinese seafarer-partners. *Emotion, Space and Society*, 2(2), 104-110.
- Wetherell, M. (2012). *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. London: Sage Publication.
- Williams, R. & Orrom, M. (1954). *Preface to Film*. Ann Arbor: University of Michigan.
- Williams, R. (1960). *Culture and Society*. New York: double day Publishing.
- Williams, R. (1961). *The Long Revolution*. Cardigan: Parthian Books.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.
- Woodward, K. (2009). *Statistical Panic, Cultural Politics and Poetics of Emotions*. Durham, North Carolina: Duke University Press.
- Yates, C. (2015). *The play of political culture, Emotion and Identity*, Palgrave Mac Millan.
- <http://ispa.ir/Default/Details/fa/2094/70>