



doi 10.22059/JWICA.2022.347115.1822

Qualitative Discourse Analysis of Iranian Women's Subjectivity on Instagram Social Network

Heyran Pournajaf¹ | Mansour Haghghatian^{2✉} | Esmaeel Jahanbakhsh³

1. Ph.D. Student in Cultural Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran. Email: pournajafh@yahoo.com

2. Corresponding author, Associate Professor of the Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran. Email: researcher.991@gmail.com

3. Assistant Professor of the Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran. Email: esjahan@yahoo.com

Article Info

Research Type:
Research Article

Received:
25 August 2022

Accepted:
26 September 2022

Keywords:
Discourse, subjectivity, Instagram, qualitative study, Fairclough's discourse.

Abstract

In today's world, the remarkable and unimaginable growth of the media has made them a powerful tool that not only fulfills the informational task inherent in their nature; rather, they have gone further and entered and influenced all aspects of human life. The diversity of the social roles of women and men reflects the fact that the concepts of femininity and masculinity (gender) are strongly influenced by social factors. Both men and women are reflected in mass media, though differently. The image of women has ideologically resulted in continuation of patriarchal relations. The strategy of struggle to deconstruct and break stereotypes has flowed in late modernity in spite of the subjectivity of women in patriarchal discourse. The current research aims to analyze the discourse of Iranian women's subjectivity in the Instagram social network. The research method in this study is qualitative content analysis. The technique used is critical discourse analysis and specifically, Fairclough's discourse analysis approach. The community studied in this research is the pages related to the theoretical class of discourses of subjectivity in the Instagram social network of Iranian users, selected with theoretical considerations and qualitative content analysis. The final categories obtained in the research include the objectification of women, glorification of narcissism, gender class system, de-importance of role, naturalization of superior status, deprivation of rights, and double otherization, which is consistent with the discourse of women's subjectivity.

How To Cite: Pournajaf, Heyran, Haghghatian, Mansour, & Jahanbakhsh, Esmaeel (2023). Qualitative Discourse Analysis of Iranian Women's Subjectivity on Instagram Social Network. *Women in Culture & Art*, 15(2), 229-258.

Publisher: University Of Tehran Press.





فصلنامه زن در فرهنگ و هنر

سال ۱۵، شماره ۲
بهار ۱۴۰۲، ۲۲۹-۲۵۸



تحلیل گفتمان کیفی سوژگی زن ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام

حیران پورنجف^۱ | منصور حقیقتیان^۲ | اسماعیل جهانبخش^۳

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران. رایانامه: pournajafh@yahoo.com

۲. نویسنده مسئول، دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران. رایانامه: researcher.991@gmail.com

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران. رایانامه: esjahan@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت:

۳ شهریور ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

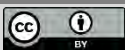
۷ مهر ۱۴۰۱

واژه‌های کلیدی:

اینستاگرام، تحلیل گفتمان
فرکلاف، گفتمان، سوژگی،
مطالعه کیفی.

در دنیای امروز، رشد شگفت‌انگیز و خارج از حد تصور رسانه‌ها، آن‌ها را به ابزاری قدرتمند تبدیل کرده است که نه تنها وظیفه اطلاع‌رسانی نهفته در ماهیت خود را به خوبی انجام می‌دهند، بلکه بر همه زوایای زندگی انسان تأثیر نهاده‌اند. گوناگونی نقش‌های اجتماعی زنان و مردان، بازگوکننده این واقعیت است که مفاهیم زنانگی و مردانگی (جنسیت) به شدت تحت تأثیر عوامل اجتماعی قرار دارد. زنان و مردان هر یک به گونه‌ای در رسانه‌ها بازتاب داده می‌شوند. تصویر زنان در رسانه‌های جمعی دارای وجهه‌ای ایدئولوژیک برای تداوم مناسبات مردسالارانه بوده است. در برابر سوژگی زن در گفتمان مردسالار، استراتژی مبارزه برای ساختار شکنی و درهم‌شکستن قالب‌های کلیشه‌ای، در مدرنیته متأخر جریان یافته است. هدف پژوهش حاضر، تحلیل گفتمان سوژگی زن ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام است. روش تحقیق در این پژوهش، تحلیل محتوای کیفی و تکنیک مورد استفاده تحلیل گفتمان انتقادی و مشخصاً رویکرد تحلیل گفتمان فرکلاف است. جامعه مورد مطالعه صفحات مرتبط با طبقه نظری گفتمان‌های سوژگی در شبکه اجتماعی اینستاگرام کاربران ایرانی است که با ملاحظات نظری و تحلیل محتوای کیفی انتخاب شدند. مقوله‌های نهایی به دست آمده در پژوهش شامل زن شیء‌واره، تجلیل نارسایی‌ها، نظام طبقاتی جنسیتی، اهمیت‌زدایی از نقش، طبیعی‌شدگی مراتب بالاسری، سلب حقوق و دیگری‌سازی مضاعف است که منطبق با گفتمان سوژگی زنان است.

استناد به این مقاله: پورنجف، حیران، حقیقتیان، منصور و جهانبخش، اسماعیل (۱۴۰۲). تحلیل گفتمان کیفی سوژگی زن ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام. زن در فرهنگ و هنر، ۱۵ (۲)، ۲۲۹-۲۵۸.



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. مقدمه

شبکه‌های اجتماعی در دوره مدرنیته متأخر (به تعبیر هابرماس) دستاوردهای بی‌بدیل و پیامدهای مخاطره‌آمیز پیچیده‌ای برای بشر به ارمغان آورده است. شبکه‌های ارتباط جمعی به ارتباط دوسویه مخاطبان کمک کرده است. از یک سو گفتمان‌های قوی‌تر قدرت بازنمایی بیشتری یافته‌اند و از سوی دیگر این امکان برای چانه‌زنی و گفت‌وگوی هرچند نابرابر گروه‌های به‌حاشیه‌رانده و طبقات پایین‌تر و مطرود و محکوم جامعه فراهم شده است. به این صورت که ماهیت هرجایی و فراگیری اینترنت و شبکه‌های اجتماعی رشدیافته بر بستر آن، امکان کنش ارتباطی را برای همگان فراهم آورده است.

پیش‌فرض بسیاری از پژوهش‌ها در حوزه مطالعات زنان این است که در دنیای مدرن، تصویر زنان در رسانه‌های جمعی دارای وجهه‌ای ایدئولوژیک برای تداوم مناسبات مردسالارانه است؛ بنابراین در عمل این فرایند کلی به این معنا است که مردان و زنان در رسانه‌های جمعی به‌صورتی بازنمایی شده‌اند که با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی که در جهت بازسازی نقش‌های جنسیتی سنتی به کار می‌روند، سازگاری دارند. معمولاً مردان به‌صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر به تصویر کشیده می‌شوند و نقش‌های متنوع و مهمی را که موفقیت در آن‌ها مستلزم مهارت حرفه‌ای، کفایت، منطق و قدرت است، ایفا می‌کنند و زنان در نقطه مقابل این کلیشه (فاقد ویژگی‌های بیان شده برای مردان) به تصویر کشیده و بازتاب داده می‌شوند (صادقی فسائی و پروائی، ۱۳۹۵). نظریه عینیت‌سازی فردریکسون و رابرتز^۱ (۱۹۹۷) بیان می‌کند که زنان در فرهنگ‌های اشباع جنسی مانند فرهنگ غربی به‌عنوان ابژه در نظر گرفته می‌شوند و از نگاه دیگران ارزیابی می‌شوند. براساس این نظریه، زنان را می‌توان در تصویرسازی رسانه‌های عینیت بخشید (ریچارت اسمیت^۲، ۲۰۱۶).

تضاد جنسیتی در طول تاریخ از مواضع بحث‌برانگیز اندیشمندان حوزه‌های مختلف بوده است. در برابر سوژگی^۳ زن در گفتمان مردسالار، استراتژی مبارزه برای ساختارشکنی و درهم‌شکستن قالب‌های کلیشه‌ای، در مدرنیته متأخر جریان یافته است. گفتمان مبارزه و جنبش‌های برابری‌خواه تحت پوشش ادبیات انتقادی و پسامدرنیسم بر این باور تأکید دارند که امکان گفت‌وگوی آزاد و مبارزه برابر، از ویژگی‌های مثبت و دستاوردهای بی‌بدیل دنیای شیشه‌ای و شبکه‌ای امروز است. این فناوری به‌مثابه امکانی برای کنشگران است که از طریق زبان و کنش ارتباطی آزاد، به درهم‌شکستن قالب‌های کلیشه‌ای و ذهنیت‌های مردانه و آنچه ساختار کلان و تک‌گویی قدرت نامیده می‌شود، مبادرت ورزند. کنشگران ارتباطی با ابزار

1. Fredrickson & Roberts
2. Reichart Smith
3. Subjectivity

رسانه‌های اجتماعی مجازی به‌دنبال تبیین شرایط واقعی زنان با هدف بازاندیشی در هویت زنان و بازتولید نمادین زنان در شبکه‌های مجازی هستند. به این ترتیب در مدرنیته متأخر، ادراک انتقادی سوژگی زن به‌عنوان جنس دوم، جنبش‌ها، نهضت‌ها، تشکل‌ها و پارادایم‌های فکری را برای جنبش و مبارزه علیه ساختار موجود برانگیخته است.

رسانه مدرن در جامعه مردسالار به بازنمایی و الگوسازی زیست‌جهان براساس آرمان‌ها و ایدئال‌های مردان می‌پردازد. اما در مدرنیته متأخر، فناوری رسانه‌های جمعی و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی، در کنار پیامدهای مخرب و مخاطره‌آمیز، امکان کنش انقلابی و عاملیت کنشگران اجتماعی به‌حاشیه‌رانده را فراهم ساخته است. به این صورت که در کنار بازنمایی روایت‌های کلان و گفتمان‌های تزریقی قدرت، برای گروه‌های به‌حاشیه‌رانده (در این پژوهش زنان)، این امکان فراهم شده است تا آرمان‌های مشترک خود را بازسازی و برساخت کنند. رسانه مدرن، بازنمایی و بازسازی سیمای متفاوت و برتر زن را تحت مبارزه در برابر سوژگی مردسالارانه زن در شبکه‌های مجازی (به‌مثابه حوزه عمومی) ممکن می‌سازد. با این توصیف، شبکه‌های اجتماعی مجازی ابزار رهایی زنان تلقی و بستر مبارزه با سوژگی و شیء‌وارگی زن در گفتمان مردسالار خواهد شد.

تصویر زنان در رسانه‌های جمعی دارای وجهه‌ای ایدئولوژیک برای تداوم مناسبات مردسالارانه بوده است. تاکن^۱ «فناهی نمادین زنان»^۲ در رسانه‌های جمعی را در ارتباط با «فرضیه بازتاب»^۳ می‌داند. براساس این فرضیه، رسانه‌های جمعی ارزش‌های حاکم در جامعه را منعکس می‌کنند. این ارزش‌ها نه به اجتماع واقعی، بلکه به «بازتولید نمادین»^۴ اجتماع، به‌نحوی که میل دارد خود را ببیند، مربوط هستند. تاکن معتقد است اگر موضوعی به این صورت متجلی نشود، «فناهی نمادین» صورت می‌گیرد: محکوم‌شدن و ناچیز به حساب آمدن، یا عدم حضور که به معنی فناهی نمادین است» (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴۳).

نظریه پردازان بر این باورند که بازنمودهای تصویری و متنی رسانه‌های جمعی، اهمیت زیادی برای واقعیت زیسته ما دارند. مانوئل کاستلز^۵ معتقد است جامعه پیرامون جریان‌ها شکل می‌گیرد که جریان‌های فناورانه، جریان‌های اطلاعات، جریان‌های متقابل سازمانی، جریان‌های تصاویر، صداها و نمادها از آن جمله هستند؛ بنابراین جریان‌ها تجلی فرایندهای نمادین مسلط بر زندگی هستند و تکیه‌گاه مادی آن‌ها مجموعه عناصری است که از آن‌ها حمایت می‌کنند (خانیکی و ساروخانی، ۱۳۹۰: ۵۲). رسانه‌ها نه تنها اخبار و اطلاعات را به سمع و نظر مردم

1. Tuchman
2. Women's symbolic extinction
3. Reflection hypothesis
4. Symbolic reproduction
5. Manuel Castells

می‌رسانند، بلکه بر تمامی جنبه‌های زندگی مردم سایه می‌افکنند و هر کس را به‌نوعی درگیر می‌کنند. رسانه‌ها گاهی تبلیغ می‌کنند، گاهی جریان‌سازی می‌کنند و گاه به حوزه اخلاقی آدمیان وارد می‌شوند و صفات نیک و بد را در آنان رشد می‌دهند. همچنین گاهی وارد حریم خانوادگی آنان می‌شوند و روابط بین اعضای خانواده را تغییر می‌دهند. رسانه‌ها هزاران هزار چهره نیک و بد را می‌سازند و تخریب می‌کنند (عبدالرحمانی و حبیب‌زاده ملکی، ۱۳۹۴: ۶).

شبکه‌های مجازی اجتماعی^۱، نسل جدید تولیدات شبکه جهانی اینترنت هستند که بنا به ماهیت و ویژگی‌های خاص خود امروزه در میان اقشار مختلف جامعه ایران به‌خصوص نسل جوان، با استقبال وسیعی روبه‌رو شده است. اصطلاح شبکه‌های اجتماعی را نخستین بار جی. ای. بارنز^۲ در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به‌سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل شد. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می‌شود: مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی شامل مردم و سازمان‌ها که به‌وسیله سلسله روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل‌اند و با هم در به‌اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی، بر انواع روابط مانند دوستی‌ها و روابط چهره‌به‌چهره متمرکز است، اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است (معمار، عدلی‌پور و خاکسار، ۱۳۹۱: ۱۱۲).

زنان نیز به‌عنوان بخشی از جمعیت جامعه، از تأثیر و تأثرات اینترنت و محصولات آن دور نمانده‌اند و به بخشی از مخاطبان یا تأثیرگذاران این پدیده نوظهور تبدیل شده‌اند. قدرت در حال گسترش اینترنت و توانایی خارق‌العاده آن در سامان‌دهی ارتباطات و نیز جذابیت فضای مجازی، به رشد روزافزون کاربران شبکه‌های اجتماعی در جهان منجر شده است. درواقع، اینترنت و فضای وب، یکی از مؤلفه‌های اصلی شکل‌گیری و بازنمایی هویت زنان در جوامع جدید است که به‌نوعی برای زنان فرصت خودکشف‌گری فراهم می‌آورد تا بتوانند استعدادها، مهارت‌ها و دیدگاه‌های خود را به جامعه عرضه کنند و تصویر جدیدی از هویت جنسیتی خودشان نشان دهند که این امر از منظر جامعه‌شناختی بسیار اهمیت دارد (علیخواه، کوهستانی و واقعه‌دستی، ۱۳۹۶: ۴۹۲).

یکی از شبکه‌های اجتماعی محبوب در میان کاربران در سراسر جهان اینستاگرام^۳ است. اینستاگرام را می‌توان از مهم‌ترین پدیده‌های قرن جدید در زمینه انتشار محتوای تصویری مبتنی بر فضای اینترنت و سخت‌افزارهای جدید دانست (مقیمی و مهری، ۱۴۰۰: ۱۷۸). درواقع در این شبکه اجتماعی نوظهور، قابلیت‌های زیادی برای به‌اشتراک‌گذاری عکس و ویدیو موجود است.

1. Virtual social network
2. J. A. Barnes
3. Instagram

دنبال کردن صفحات کاربران مختلف در سراسر دنیا و تعامل با آنها از جمله خدماتی است که این شبکه اجتماعی به صورت رایگان به کاربران خود ارائه می‌دهد. آمارها نشان می‌دهد اینستاگرام در سال‌های اخیر از محبوبیت روبه‌رشدی برخوردار شده و از بسیاری از شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک پیشی گرفته است (عبدالهی نژاد و مجلسی، ۱۳۹۷؛ بیچرانلو، صلواتیان و لاجوردی، ۱۳۹۷). اینستاگرام بخش بزرگی از زندگی روزمره زنان جوان را تشکیل می‌دهد (گاریسا، بینگام و لیو^۱، ۲۰۲۱). زنان فعالیت بسیار زیادی در این رسانه دارند. طبق آمار سایت استاتیستا^۲، در ژانویه ۲۰۲۱ زنان ۵۰/۸ درصد کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام را تشکیل می‌دهند (استاتیستا، ۲۰۲۱). آنها با به اشتراک گذاری پست، کامنت، استوری و گفت‌وگوی زنده به مشارکت و تولید محتوا در این شبکه می‌پردازند. این رسانه به سبب نظارت و کنترل کمتری که در آن وجود دارد، عرصه عمومی تازه‌ای برای مخاطبان و به‌طور خاص برای زنان ایجاد کرده است. فناوری رسانه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام دامنه فضای عمومی را گسترش می‌دهد و پتانسیلی برای بازسازی ایدئولوژی جنسیتی ایجاد می‌کند (اردکانی فرد و رضوی‌زاده، ۱۴۰۰: ۶۶). رسانه‌های اجتماعی این احتمال را افزایش می‌دهد که افراد (به‌ویژه زنان و دختران) با دیگران مقایسه و با اثرات بالقوه منفی سبب افزایش خودشیء‌وارگی شوند (هاننا^۳ و همکاران، ۲۰۱۷).

در شرایط جدید، بنیان‌های نظم اجتماعی با دشواری‌های جدی مواجه شده است و به دلیل نفوذپذیر شدن فزاینده مرزهای اجتماعی در سایه گسترش خارج از حد تصور ایستگاه‌ها و شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، شاهد حسی شدن جامعه، کمرنگ شدن هویت فرهنگی، تقویت ارزش‌های مادی گرایانه و رغبت فراوان به سوی شیوه نوین بازنمایی در زنان هستیم. چنین تغییراتی موجب شده تا در شرایط کنونی، پرداختن به موضوع بازنمایی و شناخت علمی آن و عوامل اثرگذار بر تغییرات آن، به موضوعی درخور توجه و واجد اهمیت مبدل شود؛ بنابراین با لحاظ کردن شرایط و رویدادهای جدید، این سؤال مطرح می‌شود که تغییر و تحولات فرهنگی ناشی از نفوذ گسترده اینترنت و قدرت شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیری بر زنان و بازنمایی سیمای آنان داشته است و زنان این جامعه چگونه در این فضاهای جدید حضور پیدا کرده و آیا حضور آنان به صورت حضوری فعال و تأثیرگذار بوده‌اند یا برعکس در وضعیت انفعالی و تأثیرپذیرانه قرار گرفته‌اند. در این پژوهش تصویر زن بازنمایی شده در «گفتمان مردسالار» و «تصویر سوژگی زن» از طریق تحلیل گفتمان فرکلاف تحلیل خواهد شد.

براساس آنچه گفته شد، سؤال اساسی پژوهش حاضر این است که در فضای ارتباطی و

1. Garcia, Bingham & Liu
2. Statista
3. Hanna

اطلاعاتی جدید که زاینده گسترش اینترنت و رشد شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های الکترونیک است، تحلیل گفتمان کیفی سوژگی زن ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام چگونه است.

۲. پیشینه پژوهش

۱-۲. مبانی نظری

در پژوهش حاضر، به بررسی نظریه‌های مرتبط با سوژگی زن و رسانه و تحلیل سوژگی زن به زبان تحلیل گفتمان پرداخته می‌شود.

سوژه^۱ یکی از مفاهیم اصلی مطالعات بین‌رشته‌ای به‌ویژه در حوزه فلسفه، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی است که بررسی آن در مطالعات جدید جامعه‌شناختی سیاسی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (کریمی و نوانبخش، ۱۳۹۸: ۸). مفهوم سوژه را باید در ریشه‌های فکری معاصر یعنی دوران نوزایی جست‌وجو کرد که پیش‌قراول آن رنه دکارت^۲ است. دکارت سوژه را با قضیه کوجیتوی مشهور خود بنیان گذاشت: «من می‌اندیشم، پس هستم.» در اندیشه دکارت، سوژه به‌عنوان ماهیتی مستقل از جهان پیرامون خود متولد می‌شود: «پیامد و نتیجه فلسفه دکارت، گسست جهان درونی ایدئال سوژه از جهان خارجی ابژه است. سوژه از جهان جدا می‌شود و جهان در آنجا به‌عنوان امری گسسته و متمایز از سوژه قرار می‌گیرد. همراه با دکارت، سوژه تبدیل به امر محوری می‌شود و به‌عنوان نخستین هستی حقیقی، بر همه موجودات تقدم می‌یابد» (کوشن، ۱۳۹۰: ۱۱).

به‌طور کلی می‌توان گفت سوژه بنا به موقعیت و شرایطی که در آن قرار می‌گیرد، دست به کنشگری می‌زند، اما این کنشگری می‌تواند منفعلانه یا با فاعلیت باشد. فهم و آگاهی سوژه‌ها و ویژگی‌های گفتمان حاکم در رشد فهم و درک سوژه‌ها نقش بسزایی دارند، اما سوژه‌ها هم در موقعیت‌هایی خاص قادر به فروپاشی یک گفتمان و هژمونیک ساختن گفتمانی دیگر می‌شوند (همان).

یکی از نظریه‌های مهم در این زمینه، نظریه فوکو^۳ و سوژه‌شدگی است. فوکو در مقاله «سوژه و قدرت»^۴ نقطه آغاز تحلیل خود را اشکال مقاومت قرار داده است. به اعتقاد او به‌واسطه مقاومت و معارضة استراتژی است که روابط قدرت را می‌توان شناخت و به‌منظور فهم روابط قدرت باید اشکال مقاومت و تلاش‌های انجام‌شده برای گسیختن روابط قدرت را بفهمیم (فوکو، ۱۳۸۴: ۳۴۶). او هدف اصلی مبارزه در عصر حاضر را حمله به نهاد قدرت (مثلاً دولت و اقتصاد) یا گروه نخبه و طبقه‌ای خاص نمی‌داند، بلکه حمله به تکنیک یا شکل قدرت می‌داند که افراد را به سوژه تبدیل می‌کند. این شکل قدرت، خودش را بر زندگی روزمره بلاواسطه‌ای که به فرد هویت می‌بخشد، اعمال می‌کند. او

1. Subject
2. René Descartes
3. Foucault
4. Domination and power

با نشان دادن فردیت خاص خودش مشخص می‌سازد، قانونی بر او تحمیل می‌کند که خود او باید آن را تصدیق کند و دیگران هم باید آن را در وجود او بازشناسند. این قدرت از نوعی است که افراد را به سوژه تبدیل می‌کند. مبارزه‌ای که فوکو از آن سخن می‌گوید، مبارزه با سوژه‌شدن است. این سوژه‌شدن در هر جامعه و هر مقطع تاریخی تفاوت خواهد داشت و بنابراین اشکال مقاومت نیز تغییر خواهد کرد (کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۱۳)؛ برای مثال مبارزه علیه اعمال قدرت مردان و زنان، والدین بر کودکان، اعمال قدرت روان‌پزشکی بر بیماران روانی و پزشکی بر کل جمعیت و اعمال قدرت دستگاه اداری بر شیوه زیست مردم (فوکو، ۱۳۸۴: ۳۲۶). به اعتقاد فوکو به‌طور کلی سه نوع مبارزه وجود دارد:

۱. مبارزه با اشکال سلطه مانند سلطه قومی، مذهبی و اجتماعی (مبارزات قرن ۱۶ علیه جامعه فئودالی)؛
۲. مبارزه با اشکال استثمار که فرد را از آنچه تولید می‌کند جدا می‌سازد (مبارزه علیه استثمار اقتصاد سرمایه‌داری در قرن ۱۹)؛
۳. مبارزه با چیزی که فرد را به خودش مقید می‌کند و به این شیوه او را تسلیم دیگران می‌سازد (مانند مبارزه با انقیاد، شی‌ءوارگی و سوژه‌شدگی در قرن حاضر) (همان).

یکی از نظریات مطرح در این خصوص، نظریه گروه خاموش^۱ است. نظریه گروه خاموش نظریه‌ای انتقادی است؛ چرا که با مفاهیمی نظیر قدرت و نحوه اعمال آن سروکار دارد. نظریه‌های انتقادی به روش‌های گوناگون، انسان‌ها را به دو دسته افراد صاحب قدرت و افراد فاقد قدرت تقسیم می‌کنند. در این نظریه، زنان و مردان در دو سر طیف قدرت قرار دارند. بدین ترتیب که مردان در گروه صاحبان قدرت و زنان در گروه افراد فاقد قدرت قرار می‌گیرند. براساس نظریه گروه خاموش، فرهنگ محدودۀ زبان را مشخص می‌کند و از آنجا که مردان در مقایسه با زنان از قدرت بیشتری برخوردارند، تأثیر و نفوذ بیشتری بر زبان دارند. این نفوذ سبب می‌شود تا شاهد گرایش‌های مردانه بیشتری در زبان باشیم. براساس نظریه گروه خاموش، این مردان هستند که واژه‌ها و معانی را در فرهنگ خلق می‌کنند و بدین ترتیب این امکان را می‌یابند تا به ابراز دیدگاه‌ها و عقاید خود بپردازند. از طرف دیگر زنان در خلق معانی نقشی ندارند و از هیچ‌گونه ابزاری برای بیان و ابراز عقاید و دیدگاه‌های خود برخوردار نیستند. نظریه گروه خاموش براساس سه اصل شکل گرفته است: ۱. زنان و مردان درک متفاوتی از جهان دارند؛ چرا که تجربیاتی که درک آن‌ها را از جهان شکل می‌دهد، متفاوت است. این تجربیات متفاوت نیز به علت نقش‌های متفاوت مردان و زنان در جامعه شکل گرفته است؛ ۲. مردان از قدرت خود استفاده سیاسی می‌کنند. مردان به‌منظور استمرار و تداوم قدرت خود همیشه تلاش می‌کنند تا عقاید و دیدگاه‌های زنان را سرکوب کنند و مانع از آن شوند تا معانی و باورهای آنان مقبولیت عمومی یابد؛ ۳. زنان فقط در صورتی می‌توانند به ابراز وجود بپردازند که عقاید، دیدگاه‌ها، معانی و تجربیات خود را با زبان مردان سازگار کنند. براساس این نظریه، اهداف زبان انسان یا بشر برای تعریف، تحقیر و نادیده‌انگاشتن زنان به‌کار آمده است؛ زیرا زنان در جمع دارای قدرت بیان

1. Muted group theory

کمتری نسبت به مردان هستند. از طرفی این عقیده وجود دارد که واژه‌ها و هنجارهای مورد استفاده آنان توسط مردان ابداع شده است. وقتی زنان از آرام‌بودن و آرامش دست می‌کشند، مردان پس از مدت کوتاهی موقعیت یا نفوذ خود را در جامعه حفظ خواهند کرد. سنت، روایت این نظریه انتقادی است. نکته جالب درخصوص نظریه گروه خاموش و رسانه‌ها، به‌ویژه رادیو و تلویزیون، این است که دیگر یک رسانه به‌صرف تخصص زنانه محکوم به همکاری با این قشر انسانی نیست و می‌بینیم که بیشتر رسانه‌های دنیا بار دیگر با مردسالاری به حیات خود ادامه می‌دهند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۴۹-۵۰).

همچنین در نظریه کنش ارتباطی^۱ هابرماس^۲، حوزه عمومی، فضایی است که در آن افراد بتوانند به شیوه عقلانی به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند. افراد در این محیط‌ها می‌توانند به‌طور برابر شرکت کنند و قدرت در این بحث‌ها دخالتی ندارد. هر موضوعی می‌تواند در این بحث‌ها مطرح شود و افراد می‌توانند مسائل خصوصی خود را مطرح کنند. این بحث‌ها همیشه باز است و همیشه می‌توان به آن رجوع کرد. محیط اینترنت این فضا را فراهم کرده و شرایط حوزه عمومی مورد نظر هابرماس را تا حدودی دارد. حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به‌منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت‌وگو تحقق می‌یابد. در فضای محیط‌های تعاملی اینترنت، بحث شرایط آرمانی مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین‌گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آن‌ها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفت‌وگوی عملی شود، ضرورتاً کشف خواهد شد. با توجه به اینکه در محیط تعاملی اینترنت، افراد به‌راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند، این طرح نیازها موجب شکل‌گیری یک فضای گفت‌وگو و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد. هابرماس می‌افزاید روابط میان گویندگان و شنودگانی که از توان ارتباط برخوردارند، موجب می‌شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار که همان شیوه یا کاربرد زبان عادی تلفیق شده است، وارد عمل شود. در کاربرد توصیفی زبان، هر گفتار کنش نوعی دربردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن من گوینده، احساسات، نیازها و نیت‌های درونیم را برای شنونده ابراز می‌کنم. درست در همین بعد است که گفتار، شنونده را به دنیای درونی احساس‌ها و انگیزه‌های من و همین‌طور به ارزیابی صحت گفته‌های من می‌کشاند. پس این احساسات سبب شده روابط بین افراد صمیمی شود و نیازهای خود را بیان و انرژی عاطفی خود را در این محیط مصرف کنند. پس محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی درنظر گرفت که کاربران به‌راحتی در آن به گفت‌وگو پرداخته و فضای صمیمیت همراه با ابراز احساسات شکل داده‌اند.

1. Communication action theory
2. Habermas

همچنین از یکدیگر تأثیر پذیرفته‌اند، نیازهای خود را با هم مطرح و انرژی عاطفی خود را در این محیطها مصرف کرده‌اند. این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر مؤثر واقع می‌شود (پیوزی^۱، ۱۳۹۳: ۴۳).

مانوئل کاستلز ظهور جامعه شبکه‌ای را سرآغاز دگرگونی‌های همه‌جانبه در این عصر می‌نامد. او شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی را عنصر اصلی کنشگری‌های اجتماعی در اواخر سده بیستم می‌داند و به بررسی روابط این شبکه‌ها و تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌پردازد. منطق شبکه‌ای تغییرهای بسیاری در تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ به وجود می‌آورد و قدرت جریان‌ها از جریان‌های قدرت پیشی می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه منبع ناتوانی یا توانایی در جهان جدید است. شناخت عناصر ارتباطی که موجب تشکیل این جهان زیست فشرده و درهم‌تنیده فرهنگی شده‌اند، اهمیت ویژه‌ای دارد. سیستم جدید، همه جلوه‌های فرهنگی را در جامعه دربرمی‌گیرد و در واقع، چندرسانه‌ای یا چندپیشگی نظام ارتباطی آن می‌تواند همه صورت‌بندی‌های بیانی و همه ارزش‌ها، تخیل‌ها و منافع متنوع را دربربگیرد. به گفته کاستلز «ویژگی سیستم جدید القای واقعیت مجازی نیست، ایجاد مجاز واقعی است» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۱). از آنجا که مکان و فضا عناصر و اجزای اصلی در پیوست و حتی معرفت اجتماعی‌اند، همواره برای اصحاب دانش و فرهنگ مورد تأکید بوده‌اند. احساس متمایز بودن از دیگران که جزئی جدایی‌ناپذیر از پیوست اجتماعی است، نیازمند وجود مرزهای پایدار و کمتر نفوذپذیر است. به بیان دیگر، مرزپذیری مکان و به تبع آن فضا، امکان تمایز و تعلق به گروه‌های خاص فرهنگی و اجتماعی را بیشتر می‌کند. مکان‌مندی زندگی اجتماعی بدان سان که در جوامع سنتی مشهود بوده، در حال دگرگونی است. البته این به معنای آن نیست که عصر ارتباطات و فرایند جهانی‌شدن^۲، مکان و محل و سرزمین را از بین می‌برد، اما مسئله‌ای که پیش‌روی ماست، تحول رابطه میان مکان با پیوست و معرفت انسانی و اجتماعی است. رابطه سنتی میان فرهنگ و قلمروهای جغرافیایی در حال تبدیل به رابطه‌ای جدید است. در موقعیت جدید، انسان‌ها و جوامع از دایره تنگ و محدودکننده زمان فراتر رفته‌اند و در گستره‌ای پهناور از فضا و زمان با یکدیگر رابطه برقرار می‌کنند. آنچه روشن است، جایگزینی رابطه‌ای پیچیده و دوسویه میان انسان امروز و محیط فرهنگی و اجتماعی او به جای رابطه مستقیم و ساده گذشته است، ولی آنچه هنوز به خوبی برای همگان روشن نیست، عمق و انتهای تحولی است که عصر ارتباطات را به وجود آورده است. «زمان مکان‌مند» دیروز زمانی خطی بود که در درون گروه اجتماعی از آن تجربه‌ای مشترک وجود داشت، اما زمان بی‌مکان امروز فاقد آن تمایزها است. فضامندشدن زندگی اجتماعی و فروریزی مرزها، انسان و جامعه کنونی را در کنار انسان‌های پرشمار و جوامع دیگری قرار داده است که در مجموع دنیای متفاوتی را ساخته‌اند.

1. Pusey

2. Globalization

درواقع، کاستلز برخلاف بیشتر نظریه‌های اجتماعی کلاسیک که فرض را بر تسلط زمان بر مکان می‌گذارند، این فرضیه را مطرح می‌کند که «مکان، زمان را در جامعه شبکه‌ای سازمان می‌دهد» (خانیک، ۱۳۹۲).

نظریه دیگر، نظریه جنسیتی در حوزه فمینیست‌های رادیکال^۱ است. این حوزه پدرسالاری^۲ را دلیل انقیاد زنان می‌داند. این گروه بر تفاوت اساسی زنان و مردان تأکید می‌کنند و راه‌حل را در جداسازی علایق زنان از علایق مردان می‌دانند. آن‌ها معتقدند پدرسالاری و سرکوب زنان مهم‌ترین شکل تاریخی تقسیم اجتماعی و سرکوب بوده است (مک‌کی^۳، ۲۰۱۵). فمینیست‌های رادیکال در تبیین علی نابرابری جنسی به‌طور عام و تقسیم نقش‌ها به‌طور خاص بر عنصر پدرسالاری تکیه می‌کنند. آن‌ها اوکلی^۴ تقسیم‌کار جنسیتی در خانه به‌ویژه نماد آشکار آن یعنی مادری را اسطوره‌های پدرسالارانه می‌داند که نهادهای فرهنگی جامعه در پیدایش و تقویت آن بیشترین سهم را دارند. فمینیسم رادیکال تداوم الگوی جنسیتی تقسیم‌کار را نیز برحسب کارکردهای مثبت آن برای طبقه مردان تبیین می‌کند. از این منظر، علت تداوم این الگو بهره‌ای است که مردان از آن می‌برند؛ زیرا در این الگوی تقسیم‌کار، همه زنان - اعم از همسران، مادران، خواهران و دختران - در خدمت همه مردان و تأمین نیازهای آنان قرار می‌گیرند. تبیین رادیکال فمینیستی از هر دو جنبه علی و کارکردی قابل نقد است. از جنبه نخست، مناقشات اوکلی و سایر فمینیست‌ها هیچ‌گاه بطلان نظریه‌های رقیب را که بر تفاوت‌های زیست‌شناختی مردان و زنان تأکید دارند، نشان نداده‌اند، بلکه در بهترین حالت، جنبه‌های افراطی این نظریه‌ها را زیر سؤال برده‌اند. در نتیجه، ادعاهایی مانند تأثیر زیست‌شناسی زن و مرد در تفاوت نقش‌ها و جهان‌شمول بودن نقش‌های جنسیتی همچنان دارای اعتبارند. هرچند دیگر نمی‌توان با برخی ادعاهای افراطی ذات‌گرایانه و جبرگرایانه که امکان هرگونه تغییر در هویت مردانه و زنانه را منکرند، موافقت کرد. از جنبه دوم نیز به‌نظر می‌رسد تداوم تقسیم‌کار جنسیتی را نباید صرفاً براساس استفاده مردان از کار خانگی تبیین کرد، بلکه استفاده متقابل مردان و زنان از کار و فعالیت یکدیگر باید مبنای تحلیل قرار گیرد و نادیده گرفتن استفاده‌های فردی و اجتماعی زنان از تقسیم‌کار جنسیتی یا ناچیز شمردن آن، نشئت گرفته از ارزش داورى صرف است. از این گذشته، اگر هرگونه استفاده مردان از کار زنان به‌خودی‌خود امری ناپسند و محکوم است، با تغییر الگوی تقسیم‌کار این امر از میان نمی‌رود؛ زیرا مردان از کارهای مزدی زنان نیز سود وافر می‌برند (بستان، ۱۳۸۵: ۱۶).

نظریه مطرح دیگر نظریه طرحواره جنسیتی^۵ است. طرح او این است که هر یک از ما به‌عنوان بخشی از ساختار دانش خود، طرحواره جنسیتی یا مجموعه‌ای از تداعی‌های مرتبط با جنسیت داریم.

1. Radical feminisms
2. Patriarchy
3. Mackay
4. Ann Oakley
5. Bem gender schema theory

وانگهی، طرحواره آمادگی یا زمینه اصلی را برای پردازش اطلاعات براساس جنسیت عرضه می‌کند؛ یعنی طرحواره جنسیتی گرایش ما را نسبت به اینکه بسیاری از امور را به‌عنوان امور مرتبط با جنسیت ببینیم و بخواهیم آن‌ها را براساس جنسیت طبقه‌بندی کنیم، بازنمایی می‌کند. طرحواره جنسیتی اطلاعات جدید و در حال ورود را پردازش می‌کند و دست به تصفیه و تفسیر آن می‌زند. به می‌گوید فرایند رشد و تحول سنخیت جنسی یا اکتساب نقش جنسیتی در کودکان نتیجه یادگیری تدریجی کودک از محتوای طرحواره جنسیتی جامعه است. تداعی‌های مرتبط با جنسیت که طرحواره را شکل می‌دهند، بسیار هستند: دختران لباس می‌پوشند، پسران لباس نمی‌پوشند، پسرها قوی و محکم هستند، دختران زیبا هستند (شاید صرفاً از صفاتی که بزرگسالان برای کودکان به‌کار می‌گیرند آموخته‌اند، پسران هرگز خوشگل خطاب نمی‌شوند یا به‌ندرت این‌گونه خطاب می‌شوند) (بم، ۱۹۷۵). نظریه طرحواره جنسیتی بر این فرض استوار است که کودکان در طول دوران کودکی جنسیت را می‌آموزند. یکی از پیش‌فرض‌های اولیه نظریه‌های طرحواره جنسیتی آن است که دانش جنسیتی چندبعدی است. ابعاد مشخص یا عناصر دانش مربوط به جنسیت دربرگیرنده رفتار، نقش‌ها، مشاغل و صفات است. زن بودن با رفتارهای خاص (گل‌آرایی)، نقش‌های خاص (خانه‌داری)، مشاغل خاص (آموزگار مدرسه ابتدایی) و صفات خاص توأم است. دانش ما سازمان‌یافته است؛ به‌گونه‌ای که صرف داشتن برچسب یا لقب جنسیتی موجب پیوند با این عناصر مربوط به جنسیت می‌شود. به‌مرور زمان که کودکان درباره هر یک از این مؤلفه‌ها اطلاعات بیشتری فرامی‌گیرند، شروع به سازمان‌دهی دانش خود به شیوه‌های پیچیده‌تر می‌کنند. به‌طور خاص، دانش آنان به‌گونه‌ای سازمان می‌یابد که هم در درون هر بخش (مؤلفه) و هم از یک مؤلفه به مؤلفه دیگر ارتباط برقرار می‌شود (تجاریان و خداحیمی، ۱۳۷۷: ۳۲). براساس این نظریه، کودکان برای سازمان‌دهی اطلاعات مربوط به خود براساس تعاریف فرهنگی رفتار متناسب با جنسیت، نوعی آمادگی تعمیم‌یافته دارند. به عقیده بم، کودکان این آمادگی عمومی را دارند تا اطلاعات مربوط به خود را بر مبنای تعاریف اجتماعی رفتارهای مناسب برای هر جنس، سازمان‌دهی کنند. زمانی که یک کودک می‌آموزد که خودش را دختر یا پسر بداند، صحنه آماده است تا کودک نقش‌هایی را بیاموزد که این برچسب‌ها را همراهی می‌کنند. به‌موازات رشد کودکان، آن‌ها به‌تفصیل عقاید کلیشه‌ای مربوط به مرد بودن یا زن بودن (کلیشه‌های جنسیتی) را در فرهنگ خودشان می‌آموزند (خمسه‌ای، ۱۳۸۵: ۵۲).

مؤلفه دیگر مورد بحث در این پژوهش، تحلیل گفتمان^۱ است. هرچند تکنیک تحلیل گفتمان بیشتر برای موضوعات اجتماعی قابل استفاده است، نمی‌توان آن را با همه چارچوب‌های نظری به‌کار برد و باید از چارچوب نظری خود تحلیل گفتمان استفاده کرد. همچنین در صورت استفاده از نظریه‌های غیر گفتمانی باید آن را به زبان تحلیل گفتمان ترجمه کرد (نظری و قجری، ۱۳۹۲: ۳۰).

شاید بتوان گفت تحلیل گفتمان آخرین دستاورد اندیشهٔ انسانی در تبیین مفاهیم جدیدی در عرصهٔ زبان گفت‌وگو و متن نوشتاری است. آنچه در تحلیل گفتمان صورت می‌گیرد، بازسازی متن براساس عناصری همچون زمان و مکان، اندیشه، سیاست، فرهنگ، گرایش‌های فردی و اجتماعی است که در حقیقت خوانندهٔ متن بیش از نویسنده و گویندهٔ آن در این بازسازی نقش اساسی دارد (بشیر، ۱۳۸۹: ۲۲۱).

منظور از گفتمان، اعمالی است که از قواعد خاصی پیروی می‌کنند. این اعمال به‌وسیلهٔ کارگزاران یک سیستم اجتماعی، علمی و حقیقی و یا فکری صورت می‌پذیرد. مربوط به زبان و گفتار است و موضوع اصلی آن حکم است. گفتمان گروهی از بیان‌ها است که امکان صحبت دربارهٔ موضوعی خاص در لحظه‌ای ویژه از تاریخ را برای زبان فراهم می‌آورد. گفتمان، حقیقت، دانش اجتماعی و سوژه را تعریف می‌کند و می‌سازد. گفتمان، طبیعت بدن، ذهن، ناخودآگاه، خودآگاهی و زندگی احساسی انسان‌ها را تشکیل می‌دهد. تحلیل گفتمان مستلزم نوعی پژوهش تاریخی است. کانون توجه تحلیل گفتمان، سازوکارهای اعمال قدرت است؛ به‌طوری که عملکرد این سازوکارها را به‌دقت توصیف می‌کند. سرانجام اینکه تحلیل گفتمان به بررسی پدیدهٔ «سوژه‌شدن»^۱ می‌پردازد؛ یعنی کنش‌های عینی/ نمادینی را که سوژه‌ها به میانجی آن‌ها برساخته می‌شوند مطالعه می‌کند. از نظر فوکو، گفتمان صرفاً معادل نمونه‌ای خاص از کاربرد زبان - مثلاً متن یا گفته یا کنش زبانی - نیست، بلکه به مجموعه‌ای از قواعد، دسته‌بندی‌ها و نظام‌های دانش اشاره دارد (محمدی و محمدی، ۱۴۰۰: ۲۳۳). پس گفتمان مجموعه قواعدی است که اندیشه، کردار و رفتار فرد را شکل می‌دهد و در واقع با تحمیل اندیشه و رفتاری خاص بر فرد، فردیت را از او می‌گیرد.

رویکرد فرکلاف در تحلیل گفتمان انتقادی از جنبهٔ نظری رویکردی فرهنگی-اجتماعی است. این رویکرد از آن جهت فرهنگی است که به باور او، آنچه فضای خالی بین متن و جامعه را پر می‌کند، فرهنگ است؛ و اجتماعی است از آن جهت که گفتمان در رویکرد او به‌مثابهٔ کنشی اجتماعی است. در واقع فرکلاف ساختارهای خرد گفتمان یعنی ویژگی‌های زبان‌شناختی اعم از صورت و معنا را مرتبط با ساختارهای کلان گفتمان یعنی ایدئولوژی و ساختارهای اجتماعی می‌داند. او معتقد است اگرچه ممکن است ساختارهای خرد گفتمان توسط ساختارهای کلان جامعه تعیین شوند، اما عکس آن هم صادق است؛ بدین معنی که ساختارهای گفتمانی خرد نیز به‌نوبهٔ خود ساختارهای ایدئولوژیکی کلان را بازتولید می‌کنند (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۵۱). فرکلاف بر این باور است که زبان به اشکال گوناگون و در سطوح متفاوت، حامل ایدئولوژی است. ایدئولوژی از نظر فرکلاف عبارت است از «معنا در خدمت قدرت». به عبارت دقیق‌تر، ایدئولوژی‌ها از نظر او برساخته‌هایی معنایی‌اند که به تولید، بازتولید و دگرگونی مناسبات سلطه کمک می‌کنند. ایدئولوژی در جوامعی به‌وجود می‌آید که مناسبات

سلطه مبتنی بر ساختارهای اجتماعی‌ای از قبیل طبقه و جنسیت باشند. فرکلاف همچون تامپسون و بسیاری از نظریه‌پردازان حوزه تحلیل گفتمان انتقادی، از آرای گرامشی^۱ و آلتوسر^۲ تأثیر می‌پذیرند که معتقدند تولید معنا در زندگی روزمره نقشی مهم در حفظ نظم اجتماعی دارد. فرکلاف توان طبیعی‌سازی ایدئولوژی‌ها را از جمله خصایص مهم یک صورت‌بندی ایدئولوژیک گفتمانی مسلط می‌شمارد؛ یعنی صورت‌بندی ایدئولوژیک گفتمانی مسلط می‌تواند برای ایدئولوژی‌ها به‌عنوان مواردی از «فهم مشترک» غیرایدئولوژیک مقبولیت کسب کند. در فرایند طبیعی‌شدن گفتمانی خاص و ایجاد فهم مشترک، گفتمان مذکور ظاهراً ویژگی ایدئولوژیکی خود را از دست می‌دهد و تمایل دارد به‌جای اینکه به‌عنوان گونه گفتمان گروهی خاص در درون نهاد تلقی شود، صرفاً به‌عنوان گونه گفتمان خود نهاد در نظر گرفته می‌شود (محسنی، ۱۳۹۱: ۹۳). طبیعی‌شدگی، با تبدیل بازنمودهای ایدئولوژیک به عقل سلیم، آن‌ها را غیرشفاف می‌کند؛ یعنی دیگر به‌عنوان ایدئولوژی به آن‌ها نگاه نمی‌شود. فرکلاف سرچشمه این طبیعی‌شدگی و عدم شفافیت را با کمک الف) فرایند شکل‌بخشیدن به فاعلان؛ ب) مفهوم صورت‌بندی ایدئولوژیک - گفتمانی مسلط، توضیح می‌دهد. استدلال فرکلاف این است که برای شکل‌بخشیدن به فاعل، یادگیری شیوه‌های تجویزی حرف‌زدن باید هم‌زمان با یادگیری شیوه‌های نگاه‌کردن مرتبط با آن‌ها صورت پذیرد. به بیان دیگر، از آنجا که همه مجموعه‌های گفتمانی مستلزم دانش پایه‌ای شامل عنصری ایدئولوژیک هستند، می‌توان هنجارهای گفتمانی و هنجارهای ایدئولوژیک مرتبط با آن‌ها را هم‌زمان فراگرفت (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۲۷).

بنا بر آنچه مطرح شد، با توجه به رویکرد نظری تحلیل گفتمان، بازنمایی سیمای زنان در شبکه‌های اجتماعی در گفتمان سوژگی زن مورد توجه قرار می‌گیرد.

۲-۲. پیشینه پژوهش

گفتمان سوژگی زن در پژوهش‌های پیشین مشهود است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. محمدی و محمدی (۱۴۰۰) به تحلیل گفتمان برساخت سوژه جسم‌مند زنانه در ارتباط با سلطه مردانه پرداختند. از یافته‌های تحقیق هشت گزاره اصلی در ارتباط با موضوع استنتاج شد که نشان از برساخت نفس زنانه در فضای نزاع‌آلود و پرتناقض بیناگفتمانی دارند. تکنیک‌های برساننده سوژه جسم‌مند زنانه در دو گروه تکنیک‌های پرورش نفس مستقل زنانه و تکنیک‌های معطوف به بازتولید سلطه مردانه دسته‌بندی شده‌اند. براساس نتایج تحقیق، مهم‌ترین موقعیت‌های سوژگی که به زنان ارائه می‌شود عبارت‌اند از: پایه زندگی، معشوق وفادار، شریک جنسی، زن جذاب، زن مهربان و فداکار، و زن خانه‌دار. همچنین یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که سه گفتمان خودفعلیت‌بخشی، عشق رماتیک و گفتمان زن مستقل، به پرورش نفس مستقل زنانه کمک می‌کنند و سه گفتمان

1. Gramsci
2. Althusser

تناسب‌اندام، شریک زندگی و مادر دلسوز به بازتولید سلطه مردانه می‌انجامند.

فرقانی و عبدی (۱۳۹۵) با بررسی بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی، تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی را در مورد زنان در شبکه‌های موبایلی مطالعه کردند. به این منظور با استفاده از الگوی سه‌بعدی نورمن فرکلاف، بیست مورد از میان بیش از یک‌صد جوک جنسیتی انتخاب و تحلیل شدند. نتایج پژوهش مذکور نشان داد جوک‌های جنسیتی، بازنمایی‌ای منفی و فرودست از زنان و دختران در مقابل مردان و حتی پسران دارند. در این جوک‌ها بازنمایی دختران متفاوت با زنان صورت گرفته است. همچنین بازنمایی زنان تحت تأثیر باورهای کلیشه‌ای، سنتی، مردسالارانه و تا حدودی کلیشه‌های رسانه‌ای انجام می‌پذیرد.

پیشگاهی‌فرد (۱۳۹۵) با تأکید بر آرای میشل فوکو، بازنمایی روایت‌های هویتی را در فضای مجازی بررسی کرد. طبق این پژوهش، دو دیدگاه اصلی در خصوص اینترنت و فضای مجازی وجود دارد. دیدگاه اول انتشار است که در آن، اینترنت مکانیسم انتشار اطلاعات در سطح جهانی است. دیدگاه دوم اینترنت را معادل مفاهیمی مانند مشارکت، سهیم‌شدن، اجتماع، انجمن و رسیدن به باورهای مشترک می‌داند و از اینترنت انتظاری بیش از انتقال پیام و انتشار اطلاعات دارد. نویسنده براساس دیدگاه سومی که فضای اینترنت نه خود واقعیت، بلکه شبیه‌سازی واقعیت و ابزاری برای استیلای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است و استفاده از رویکرد تحلیلی-توصیفی، روایت‌های هویتی در فضای مجازی را با تأکید بر آرای فوکو بررسی انتقادی کرد.

بخارائی، علیخواه و نباتی شاغل (۱۳۹۴) در «واکاوی سوژه زن در فضای گفتمانی سینمای ایران (تحلیل گفتمان موردی فیلم‌های لیلا، دو زن و جدایی نادر از سیمین)» بر پایه نظریات لاکلاو و موف در مورد جامعه، سیاست، سوژگی و قدرت و براساس روش تحلیل گفتمان به تحلیل گفتمان نشانه‌شناختی این سه فیلم پرداختند. در این تحلیل مشخص شد روابط زنان در بستر سلسله‌مراتب اجتماعی و همچنین گفتمان‌های مسلط بر جامعه و فضای خانوادگی، چندپاره و ازهم‌گسیخته است؛ کما اینکه نمی‌توان رویه یا سوئیته مشخصی را بر چگونگی کنش زنان در مناسباتشان در فضای جامعه ایران حاکم دانست و این را می‌توان منبعث از معلق‌بودن روابط در جامعه در حال گذار ایران به‌شمار آورد.

نیکخواه قمصری و هلالی ستوده (۱۳۹۲) در مطالعه «از سوژه جنسی تا سوژه انقلابی»، بازنمایی زن در گفتمان انقلاب اسلامی را مطالعه کردند. بدین منظور، با تکیه بر نظریه گفتمانی لاکلاو و موف و نظریه تاریخی-گفتمانی وداک، فرایند واسازی گفتمان‌های سنتی و مدرن و در پی آن ساخت‌زدایی از «زن به‌عنوان سوژه صرفاً جنسی یا جنسیتی» در پرتو ظرفیت‌های زبانی اندیشه‌پردازان شاخص انقلاب اسلامی-مطهری، شریعتی و امام خمینی (ره)- بررسی شد. سپس چگونگی شکل‌گیری مفهوم «زن به‌عنوان سوژه انسانی» درون شبکه‌های معنایی صورت‌بندی گفتمان انقلاب اسلامی به

تصویر کشیده شد.

ملاجعفری (۱۳۹۱) با تکیه بر روش تحلیل گفتمان انتقادی به مطالعه سیمای زن در اشعار احمد شاملو و فروغ فرخزاد پرداخت. در این پژوهش ضمن تعریف تحلیل گفتمان به‌ویژه رویکرد انتقادی آن، به بررسی جایگاه آن در ایران و رویکردهایی که در شکل‌گیری آن نقش داشته‌اند پرداخته شد. همچنین پیشینه تفکر درباره زن مطالعه شد تا پیش‌فرض‌های تثبیت‌شده در باب زنان در جامعه انسانی مورد واکاوی عمیق‌تر قرار گیرد. نویسنده پس از تحلیل اطلاعات و داده‌ها، با بهره‌گیری از الگوی فرکلاف، گفتمان مرتبط به سیمای زن را در سطوح متفاوت این مدل، در هریک از شاعران مذکور بررسی کرد.

گارسیا و همکاران (۲۰۲۱) در بررسی اثرات استفاده روزانه از اینستاگرام بر خودشی‌وارگی، خوش‌بینی و حالات زنان جوان به این نتیجه رسیدند که استفاده زیاد از اینستاگرام در یک روز با افزایش خودشی‌وارگی در همان روز مرتبط است. نتایج این پژوهش نشان داد احساسات خودشی‌وارگی تا حدی رابطه بین استفاده از اینستاگرام و خلق منفی را توضیح می‌دهد. همچنین قرارگرفتن روزانه در معرض پست‌های رسانه‌های اجتماعی تصویری مانند اینستاگرام ممکن است آثار نامطلوبی بر زنان داشته باشد.

مو و لنون^۱ (۲۰۱۸) در «شی‌وارگی زن در اکانت‌های برندهای لباس ورزشی در اینستاگرام» توضیح دادند که بیش از یک‌سوم همه تبلیغاتی که دارای تصویر عینی هستند، می‌توانند بینندگان زن را به سمت خودشی‌وارگی سوق دهند. خودشی‌وارگی سبب می‌شود زنان به‌جای آنکه بر توانایی بدنشان تمرکز کنند، بر ظاهر بدنشان متمرکز می‌شوند و این امر می‌تواند از مشارکت ورزشی زنان و دختران جلوگیری کند. به این ترتیب عینیت‌بخشیدن به تبلیغات لباس ورزشی می‌تواند توانایی‌های ورزشکاران زن را مختل کند؛ بنابراین برندهای پوشاک ورزشی باید روی توانایی‌های ورزشی زنان تمرکز ورزند و از استفاده از تصاویر عینی خودداری کنند.

کاترین^۲ (۲۰۱۶) به بررسی آشوب‌انگیزی برهنگی فمینیستی در جنبش‌های اعتراضی چین یعنی جنبش چتری در پاییز ۲۰۱۴ و جنبش فمینیستی ۲۰۱۲-۲۰۱۳ پرداخت. این مقاله بر این فرض است که این گفتمان‌ها دارای ریشه‌ای تاریخی در آثار دگراندیشانه «زودگذر» انقلاب فرهنگی هستند که واکنش‌های گسترده‌ای را به‌وجود آورد، اما هدف آن‌ها تبدیل شدن به کارهای هنری جدی و یکپارچه است. در این حالت، برهنگی بیشتر از آنکه یک وضعیت منسجم و مجسم را ارائه دهد، شهروندان اینترنتی^۳ را تحریک می‌کند و به جنب‌وجوش درمی‌آورد. برهنگی، ژست‌ها و عبارت‌های غیرمحرمانه‌ای را ارائه می‌دهد که نشان‌دهنده ایدئولوژی موجود در جنبش‌های اجتماعی اینترنتی

1. Mu & Lennon

2. Katrien

3. Netizens

هستند.

سومنال و آتکینسون^۱ (۲۰۱۶) مطالعه‌ای کیفی در مورد فرهنگ و آداب شراب‌خواری زنان در وبسایت‌های شبکه اجتماعی انجام دادند. این پژوهش از طریق مصاحبه‌های گروهی با زنان ۱۶ تا ۲۱ سال از شهری در شمال غربی انگلیس، به بررسی تجارب زنان در شراب‌خواری و مستی، استفاده از وبسایت‌های شبکه اجتماعی در فرهنگ‌های شراب‌خواری‌شان و نمایش شراب‌خواری در وبسایت‌های شبکه اجتماعی پرداخت. بارگذاری عکس‌های مربوط به مشروب‌خوردن در وبسایت‌های شبکه اجتماعی نقش مهمی در نمایش شهرت زنان جوان، افزایش سرگرمی و وابستگی دوستانه، و تبدیل ظاهر زنانه فرانسوی^۲ به عنوان هنجار در مکان‌های شراب‌خواری ایفا کرده است. هم مستی و هم ظاهر زنانه فرانسوی اندیشه‌های سنتی زنانگی قابل احترام را به چالش می‌کشیدند؛ درحالی که ظاهر زنانه بسیار آراسته و تمیز خود نیز با مستی تهدید می‌شد؛ بنابراین زنان جوان کار و تلاش بسیاری را صرف پایش خود و مدیریت نمایش رفتارهای شراب‌خواری در وبسایت‌های شبکه اجتماعی می‌کردند.

با توجه به پژوهش‌های انجام شده می‌توان گفت ساختارهای کلان و گفتمان‌های قوی‌تر در شکل گفت‌وگو و ارتباط نابرابر زن و مرد چیرگی دارد و شرط بلاقید سلطه‌گری همواره برقرار است. ادبیات گذشته در منظری ساختارگرایانه، معمولاً به زن به عنوان سوژه‌ای منفعل و تحت تعیین‌گری ساختارها و گفتمان‌های غالب نگریسته است و معمولاً صحبت بر سر این است که شرایط ساختاری در تعیین‌گری مردسالارانه خود، به زن به مثابه «گروهی خاموش، تحت تعیین‌گری کلیشه‌های جنسی، تحت فنای نمادین، دیگری، جنس دوم، سوژه مفعول و تسلیم محض ساختارهای مسلط، عنصر سکسوالیته، توجه به بدن، هویت بصری، لذت‌بخش و مفید، غیرمبارز، طبیعت‌گرایانه، ذهنی، آرمانی، تحت تقید و تسلط، دسترس‌پذیر، زیباشناسانه و...» نگریسته است. این روال در حجم عظیمی از اسناد پژوهشی مشهود است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر تحلیل محتوای کیفی است. تکنیک مورد استفاده، تحلیل گفتمان انتقادی و مشخصاً رویکرد تحلیل گفتمان فرکلاف است. گفتمان از دیدگاه فرکلاف در بردارنده متن و شناخت‌های اجتماعی تولید و تفسیر متن است.

فرکلاف سه سطح از گفتمان یعنی شرایط اجتماعی تولید و تفسیر متن، فرایند تولید و تفسیر و خود متن را از هم جدا می‌کند. بر این اساس، سه بعد یا سطح گفتمان عبارت‌اند از:

۱. توصیف: شامل تحلیل خصوصیات صوری متن

1. Sumnall & Atkinson
2. Hypersexual

۲. تفسیر: بررسی و توضیح روابط موجود در بین فرایندهایی که سبب تولید و درک گفتمان مورد نظر می‌شوند. به بیان دیگر، تحلیل تفسیری گفتمان با توجه به قواعد متعارفی است که مردم در زندگی روزمره رعایت می‌کنند؛

۳. تبیین: بررسی رابطه بین تعامل و بافت اجتماعی و توضیح رابطه بین عناصر گفتمانی و اجتماعی در حین توجه به پیشینه فرهنگی آن گفتمان (افخمی و بهمردی شریف‌آباد، ۱۳۹۳: ۹۴).

براساس مدل سه‌سطحی فرکلاف، متن را فقط می‌توان در شبکه‌ای از متون دیگر و در بافتی اجتماعی درک کرد. رابطه بین متن و کنش اجتماعی از طریق واسطه کنش گفتمانی شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر، آنچه تأثیرپذیری متن از کنش اجتماعی و برعکس را ممکن می‌سازد، کنش گفتمانی است؛ یعنی روندی که افراد در آن از زبان برای تولید و تفسیر متن استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، متن (عناصر صوری زبان)، هم بر روند تولید و هم بر روند تفسیر تأثیر می‌گذارد (فرکلاف، ۱۳۷۹).

همچنین توصیف و تحلیل داده‌ها براساس تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف انجام شد که مراحل آن عبارت‌اند از: ۱. تمرکز بر مسئله اجتماعی خاص که دارای بعد گفتمانی و نشانه‌شناختی است؛ ۲. شناسایی سبک‌ها، ژانرها، و گفتمان‌های مسلط شکل‌دهنده به متن؛ ۳. تحلیل ساختاری نظم و زنجیره گفتمان؛ ۴. تحلیل تعاملی؛ ۵. تحلیل بین‌گفتمانی؛ ۶. تحلیل زبان‌شناختی و نشانه‌شناختی؛ ۷. بررسی دامنه تفاوت و تنوع در سبک‌ها، ژانرها و گفتمان‌های درون متن؛ ۸. بررسی مقاومت انجام‌شده علیه فرایندهای استعمارسازی ناشی از سبک‌ها، ژانرها و گفتمان‌ها (محمدپور، ۱۳۹۲: ۱۴۹).

۳-۱. نمونه‌گیری

جامعه مورد مطالعه در پژوهش حاضر صفحات مرتبط با طبقه نظری «گفتمان‌های سوژگی» در شبکه اجتماعی اینستاگرام کاربران ایرانی بود که با ملاحظات نظری و تحلیل محتوای کیفی انتخاب شد. حجم نمونه در مطالعات کیفی معمولاً کوچک است. در نمونه‌گیری هدفمند، قصد محقق انتخاب مواردی است که با توجه به هدف تحقیق، اطلاعات زیادی داشته باشند. حد نمونه‌گیری اشباع نظری و پاسخگویی هرچه دقیق‌تر به سؤال‌های پژوهش است. نمونه‌گیری در اینستاگرام، برخلاف شبکه اجتماعی مانند توییتر که براساس هشتگ می‌توان در آن سرچ کرد و جامعه آماری تحقیق را به‌دست آورد، بیشتر بر جست‌وجو و پرس‌وجوهای فردی برای یافتن جامعه آماری مبتنی است. برای این منظور و جست‌وجوی نمونه‌ها، پژوهشگر در صفحه اینستاگرامی شخصی خود از مخاطبان خواست صفحات اینستاگرامی زنانی را که محتوای مرتبط با گفتمان سوژگی ارائه می‌کنند معرفی کنند. تعداد ۴۳۵ نفر در این درخواست مشارکت و

صفحاتی را معرفی کردند که پس از بررسی صفحات معرفی شده، موارد تکراری و غیرمرتبط حذف شدند و ۴۵ صفحه کاملاً مرتبط با موضوع تحقیق به دست آمد. سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند با استراتژی حداکثر گونه‌گونی^۱، انتخاب نمونه انجام شد و در نهایت ۶ صفحه که ماهیت پیام آن‌ها با یکدیگر متفاوت بود، به عنوان نمونه‌های تحقیق انتخاب شدند. تعداد دنبال‌کننده‌های این صفحات مربوط به زمان انجام تحقیق است. مشخصات این نمونه‌ها در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. توصیف صفحه اینستاگرام

ویژگی‌ها	صفحه اول	صفحه دوم	صفحه سوم	صفحه چهارم	صفحه پنجم	صفحه ششم
تعداد پست‌ها	۱۱۵	۸۵	۶۳	۹۵	۵۴	۷۷
تعداد دنبال‌کنندگان	۱۱۵،۵۵۵	۵۴،۵۸۲	۱۳۵۴	۸۳۴۱	۳۳۵۶	۳۲۳۵
تعداد دنبال‌شوندگان	۳۳۳۵	۴۵۲۶	۸۵۴	۵۶۴	۷۸۴	۹۶۵
ماهیت پیام	خشونت	تفکر مدرن زنان	سکس	مبارزه فمینیستی	اتحاد زنان	نقد آموزش
محتوا	فمینیستی	فمینیستی	سوزه‌شدگی	جنسیتی	فمینیستی	سوزگی

۴. یافته‌های پژوهش

به منظور تحلیل داده‌ها، کدگذاری باز در دو مرحله صورت پذیرفت. در مرحله اول مفاهیم و در مرحله دوم مقوله‌های عمده پژوهش به دست آمدند. در این نوع کدگذاری، مفاهیم مستتر در مصاحبه‌ها و اسناد و مدارک براساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند. نتیجه این مرحله، تقطیر و خلاصه کردن انبوه اطلاعات کسب‌شده از صفحات به درون مفاهیم و دسته‌بندی‌هایی است که در این سوالات مشابه هستند. در این پژوهش به دلیل وقت‌گیر بودن تحلیل جزءبه‌جزء، فقط نکات و مضامین کلیدی کدگذاری شدند. بعد از پایان یافتن کدگذاری باز، کدگذاری محوری انجام شد. در این مرحله مقوله‌ها در قالب فرایند شرایط، تعاملات و پیامدها طبقه‌بندی شدند. در این مرحله دسته‌بندی‌های اصلی و فرعی مشخص شدند. در مرحله آخر، کدگذاری گزینشی به منظور تعیین مقوله هسته انجام گرفت که مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. همچنین با توجه به الگوی فرکلاف، در سطح توصیف، از بررسی واژگان دال بر معانی ارزشی و تعیین مقوله‌های هسته‌ای و در سطح تفسیر و تبیین از نظم گفتمانی و میان‌متنیت (میان‌گفتمانی) استفاده شد.

1. Maximum variation

۴-۱. کدبندی یافته‌های پژوهش و تشریح مقوله‌های هسته‌ای

الف) زن شی‌واره

جدول ۲. مرحله توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس زن شی‌واره

مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقوله نهایی
همنوایی با فرهنگ زیبایی مدرن براساس ملاک‌های برهنگی غربی	زن مصرف‌کننده	زن شی‌واره
آرایش و مراقبت از خود به‌مثابه وظیفه	لذت‌بخش و مفید	
زن به‌مثابه آشپز، خانه‌دار	الگوی زن طناز	
زن به‌مثابه خوشی‌آفرین	به‌مثابه شیئی اروتیک	
توجه به زیبایی بدن		
اشتغال فکر به مدیریت و نگهداشت ظاهر		
همنوایی با مدل‌های برهنگی		
مطیع خوش‌پوشی		

توجه به بدن و مدیریت ظاهر به غیر از وجه شی‌شدگی و انطباق زنان با الگوهای زیبایی، دارای وجوه مختلف است. تلاش زنان برای زیباترکردن بدن خود، اقبال زنان برای انجام اعمال جراحی زیبایی، برای احساس رضایت از خود است که زنان کمتر از آن برخوردارند. زنان با این گزاره که «من از بدن خود راضی‌ام» چالش اساسی دارند و معمولاً هم این احساس رضایت منوط به تأیید دیگری (زن یا مرد) است. این مسئله نیز وجود دارد که مردان بسیار کمتر از زنان با بدنشان درگیر هستند. به‌طور کلی بدن مردانه کمتر در معرض مؤاخذة و ارزش‌گذاری اجتماعی و قضاوت دیگران گذاشته می‌شود. از طرف دیگر زنان به دلایل بیولوژیک مانند عادت ماهیانه، بارداری و... در طول زندگی، بیشتر روی بدنشان متمرکز می‌شوند و زمان‌های بیشتری را به مشاهده خود در آینه اختصاص می‌دهند. موضوع مهم‌تر این است که بدن زنان حداقل در طول تاریخ شهرنشینی، تنها سرمایه آنان بوده و در واقع نه خود بدن، بلکه بعد جنسی آن همواره مهم‌ترین سرمایه فیزیکی برای زنان محسوب می‌شده است. بسیاری از زنان به‌دنبال مصرف هستند، دانش و تحصیلات آکادمیک را مانند لوازم آرایش، فقط مصرف می‌کنند (به‌جای آنکه آن را تولید یا استفاده کنند). اگرچه وجه مصرفی دانش فقط امری زنانه نیست و دامنه آن فراسوی مرزهای جنسیتی است. به همین جهت شاید راه دیگر مقابله با چنین ارزش‌هایی، روی آوردن و تأکیدکردن بر ارزش‌های تولیدگری زنانه‌ای است که بر تولیدگر بودن آنها به‌جای مصرف صرف و شی‌وارگی تأکید دارد؛ زیرا حداقل تا پیش از تجربه شهرنشینی شاهد آن بودیم که تولید، یکی از مهم‌ترین ارزش‌های هویت‌دهنده به زنان روستایی محسوب می‌شده است. همچنین اتفاق دیگری که با اقبال امروزه زنان به جراحی زیبایی نسبت مستقیم دارد، چرخش گفتمان جنسی زنان از باروری به سکسیم است. در ادامه به دیدگاه‌هایی از نمونه‌های تحقیق در این زمینه اشاره می‌شود:

زهره ۲۴ ساله و مجرد، دارای هیكلی معمولی است که تا چندی پیش داشتنش جزو ایدئال‌های فرهنگ ایرانی محسوب می‌شد، اما حالا خودش ناراضی است: «هر وقت تصمیم می‌گیرم لاغرتر شوم، چند کیلویی وزن اضافه می‌کنم. اصلاً از ظاهر خودم راضی نیستم. از یک طرف دختران دور و اطرافم بیشترشان لاغر و خوش‌هیكل اند و از طرف دیگر هرچه لباس شیک و مدل‌های متنوع و زیبا می‌بینیم، انگار برای سایز ۳۶ و ۳۸ دوخته شده‌اند. حالا مدتی برای گرفتن رژیم غذایی اقدام کرده‌ام. طی پنج ماه هشت کیلو وزن کم کرده‌ام و الان سایز ۴۰ شده است. می‌خواهم ادامه دهم؛ گرچه در تجارب قبلی‌ام هیچ‌وقت نتوانسته‌ام وزنم را طی یک سال ثابت نگه دارم. این بالا و پایین رفتن‌های مداوم اعصاب آدم را خرد می‌کند.»

مونا ۳۰ ساله و صاحب یک فرزند یک‌ساله، حدود دو سال پیش بینی‌اش را عمل کرده و چند سال قبل نیز عمل ساکشن انجام داده است. او می‌گوید پس از عمل بینی اگر نتواند وزنش را به ایدئال قبل از بارداری‌اش برساند، باز هم ساکشن خواهد کرد. چون فرزند دیگری هم نمی‌خواهد: «کلاً بچه‌دار شدن نه‌تنها هیكل و وزن مناسب را که به‌سختی بعد از عمل ساکشن حفظش کرده بودم به هم ریخت، بلکه چون ناخواسته و یک‌دفعه بود، برای بینی‌ام هم مشکل ایجاد کرد. دکتر به من گفته بود تا یک سال نباید باردار شوم، اما خیلی جدی نگرفتم و سه ماه بعد حامله شدم. با شروع بارداری، بینی‌ام کم‌کم شروع به ورم کرد و بخیه‌های گوشه بینی‌ام پاره شد و خونریزی کرد. گوشه‌های بینی‌ام به‌خاطر پاره‌شدن بخیه‌های جراحی قبلی به شکل بدی جوش خورده و زشت شده است. دکتر می‌گوید کار زیادی ندارد و به نسبت عمل اولی خیلی سبک‌تر است.»

ب) تحلیل نارسیسیسم

جدول ۳. مرحله توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس تحلیل نارسیسیسم

مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقوله نهایی
آرایش به‌مثابه امکانی برای برانگیختن حسادت دیگران	برساخت موجودی که جز	تجلیل نارسیسیسم
به‌دنبال تأیید دیگران براساس خواسته‌های اجتماع	جنسیتش سلاخی ندارد	
آسیب به خود برای خودآرایی	آرایش عامل منفعت	
زن متشخص و زنان اسپر بدن	وقف مرد شدن	
بزرگ برای نفع اقتصادی		
جذب مرد به‌عنوان عامل نارسیسیسم		

نارسیسیسم نوعی عشق افراطی به خود محسوب می‌شود که طی آن، فرد هنگام گفت‌وگو با دیگران فقط به موضوعاتی علاقه نشان می‌دهد که خودش شیفته آن است و تمایلی برای شنیدن سایر حرف‌های مردم ندارد. در ضمن، نامنی، بیم طرد و عدم تأیید از جانب اطرافیان از عواملی هستند که سبب می‌شوند توجه شخص معطوف به خود شود و زنان به جهت جذب

جنس مخالف و تأمین نظرات آنان در این روند شخصیتی قرار می‌گیرند. از سایر عواملی که موجب نارسیسیسم در افراد می‌شود می‌توان به توانایی‌های تخصصی، برتری در ویژگی‌های جسمی، موفقیت‌های پیاپی و تشویق و ترغیب‌های بی‌حد جنسی اشاره کرد. کاربری در این رابطه چنین اظهارنظر کرده است: «زن‌ها بیشتر از مردا به بحث زیبایی و آرایش و... اهمیت می‌دن. بعضی‌هاشونم به هم حسادت می‌کنن و خودشونو خدای آرایش کردن و زیبایی می‌دونن. همیشه دنبال عمل کردن و آرایش هستن. از اون ور از زیبایی طبیعی دفاع می‌کنن.»

پ) نظام طبقاتی جنسیتی

جدول ۴. مرحله توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس نظام طبقاتی جنسیتی

مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقوله نهایی
آموزش سلطه‌گرا تسلط هستی‌های بیگانه بر زن مطیع و سر به‌زیری به‌مثابه ارزش زن اسطوره تمکین از مرد سهمیه‌بندی جنسیتی نابرابری توزیعی بازتولید مکرر تحت گفتمان زن به‌مثابه فرع	کلان‌روایت برتری مرد کوری جنسی حاشیه‌ای کردن زن دائمی کردن وابستگی	نظام طبقاتی جنسیتی

تبعیض جنسیتی باور یا نگرشی است که زن یا مرد را درجه دو و پست‌تر از دیگری تلقی می‌کند. نتیجه این موضوع، تبعیض نسبت به انسان‌ها و بر پایه هویت واقعی یا فرضی جنسیتی آنان است. همچنین این مفهوم به معنای نفرت یا بدگمانی به یک جنس، زن‌ستیزی یا مردستیزی یا کلیشه‌ای کردن مردانگی و زنانگی است. هرچند از لحاظ تاریخی و فرهنگی تبعیض جنسیتی بیشتر در راستای فرودست کردن زنان و دختران به کار برده شده است. جنسیت‌گرایی خصمانه^۱ نگاهی بر پایه سلطه‌جویی مردسالارانه و باورهای تحقیرآمیز دارد و موضوع اصلی آن عبارت است از اینکه مرد جنس برتر است و باید قدرت را در اختیار داشته باشد و این همان نگاهی است که زن را ضعیف می‌بیند. اما جنسیت‌گرایی خیرخواهانه^۲ نگاهی ملایم‌تر به زن دارد؛ زن را موجودی زیبا و شکننده و به عبارتی «جنس لطیف» می‌بیند که باید از او حمایت کرد. با این حال زنان باید همان نقش‌های محدود و کلیشه‌ای را بپذیرند. سارا از کاربرانی است که در این زمینه چنین اظهارنظر کرده است: «باید عرض کنم که تو کشورمون مشکل یکی دوتا نیست: عدم وجود نام مادر در کارت شناسایی، پایان خدمت،

1. Hostile sexism

2. Benevolent sexism

معافیت، گذرنامه، وجود حتمی رضایت پدر در خصوص خروج فرزند از کشور، وجود حق طلاق با مرد، وجود حضانت فرزند با پدر، داستان حصر وراثت و تقسیم ارث، داستان شهود، داستان حق گرفتن زن تا ... نفر و صیغه که دیگه بی‌نهایت، داستان رضایت همسر در خصوص صدور گذرنامه، داستان رضایت پدر در خصوص ازدواج دختر، حق نداشتن در انتخابات ریاست جمهوری و قضاوت و ...»

مریم در این زمینه کامنت گذاشته است: «بدون تردید تعدادی از مسئولین ما به شدت تمایل دارند زن‌ها کنج خونه بشینن و دانشگاه نرن و به‌جای رفتن سرکار، تمام‌قد (تمام‌قد که نه! در حال تعظیم ژاپنی) در خدمت همسر و بچه‌هاشون باشن.»

کاربر دیگری می‌نویسد: «تا جایی که من از جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنم، اطلاع دارم فرصت‌های برابر برای زنان و مردان وجود ندارد.»

ت) اهمیت‌زدایی از نقش

جدول ۵. مرحله توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس اهمیت‌زدایی از نقش

مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقوله نهایی
تقید به نقش مادری	انکار خود به‌خاطر مرد	اهمیت‌زدایی از نقش
اسطوره زن شرقی	سلب مسئولیت‌های اجتماعی	
زن به‌مثابه بازیگر منفعل دنیای مردانه	تقید به نقش کدبانو	
وظیفه تلقی‌کردن خدمات زن		
سلب سایر مسئولیت‌های اجتماعی		
خوشبخت‌کردن مرد به‌عنوان هدف		

میزان اهمیت و اعتباری که زنان یک کشور دارند، از مهم‌ترین معیارهای سنجش درجه توسعه یافتگی آن کشور است. هرچه زنان حضور فعال و مؤثرتری در اجتماع داشته باشند، آن کشور پیشرفته‌تر و توسعه‌یافته‌تر خواهد شد. اما میزان مشارکت زنان در جامعه و نقشی که در آن ایفا می‌کنند، به‌ویژه در زمینه‌های اعتقادی، اجتماعی و فرهنگی، به میزان زیادی به نگرش آن جامعه به زن وابسته است. با توجه به ضرورت حضور و مشارکت حقیقی زنان در عرصه‌های مختلف فعالیت‌ها، برای تحقق جامعه مدنی، تحقق عدالت اجتماعی، رشد و بالندگی جامعه بانوان کشور و نیز تسریع فرایند توسعه، چنانچه زن نیروی فعال و سازنده پنداشته شود، آثار مثبتی به بار خواهد آمد. این نگرش قطعاً تأثیر زیادی در روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی آن جامعه دارد و بستر مناسب برای حضور زنان در تمام صحنه‌های اجتماعی فراهم خواهد شد؛ بنابراین با توجه به توضیحی که از اهمیت نقش حضور زنان شد، عدم شناسایی کار زنان در خانه به‌عنوان کار سبب می‌شود آن‌ها هرگز نتوانند به‌عنوان یک گروه، ارزشی برای خود کسب کنند.

ث) طبیعی شدگی مراتب بالاسری**جدول ۶.** مرحله توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس طبیعی شدگی مراتب بالاسری

مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقوله نهایی
قاعدگی مزاحم کناره‌گیری زن به‌مثابه میل طبیعی لطفات زن و توجه لزوم کار در منزل عوامل روانی بازدارنده باروری طبیعی بزرگ‌نمایی محدودیت‌های زیست‌شناختی دوستدار اطاعت مردی حمایتگر و قدرتمند	طبیعت زن عامل توجه نابرابری القای بدبختی حقارت و ضعف در برابر مردان ریشه طبیعی ضعف جامعه‌پذیری سلسله‌مراتبی	طبیعی‌شدگی مراتب بالا

حقیقت این است که زن و مرد از نظر حقوق اجتماعی استعداد و لیاقت یکسانی دارند و باید به یک اندازه از امکانات بهره ببرند. اثرگذاری هردو جنس نیز در جامعه به یک اندازه است. اگر تفاوتی وجود دارد باید در نوع استعداد افراد باشد و جنسیت نمی‌تواند عامل تبعیض باشد. اما در طول تاریخ، واقعیت جایگاه زنان با حقیقت آن فاصله بسیاری دارد و همین موضوع سبب شده است زنان تا امروز نتوانند جایگاه خود را در جامعه به‌درستی پیدا کنند.

مریم در این زمینه اظهارنظر کرده است: «درسته که در بعضی از خانواده‌ها ما به‌شدت شاهد مردسالاری هستیم، اما خانواده‌هایی هم هستن که از اون ور بوم افتادند و زن با تمام توان مشغول انتقام‌گیری از شوهرش. به این صورت که زن می‌خواد انتقام مادر و مادربزرگ و خانم همسایه و همه زنان مظلوم تاریخ رو از شوهر بخت‌برگشته‌ش بگیره. برای همین حسابی به اون زور می‌گه. و البته خانواده‌هایی رو هم می‌بینیم که زن و شوهر در محیط خانواده تقریباً از حقوق یکسان برخوردارن و با هم تفاهم دارن و هیچ‌کدوم قصد زورگویی و بهره‌کشی از دیگری رو نداره.»

ج) سلب حقوق**جدول ۷.** مرحله توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس سلب حقوق

مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقوله نهایی
سلب حق طلاق سلب حق خروج از کشور سلب حق حضانت اولاد اسطوره ناقص‌العقل و سبک‌مغز کنش‌های مبتنی بر فرهنگ بازتولید تصاویر قالبی بی‌بندوبار و مسیب خطای مردان	فشار سرکوب تحقیر برچسب‌زنی	سلب حقوق

حقوق زنان ایرانی در دوره‌های مختلف سیاسی و تاریخی تغییرات زیادی کرده است. این حقوق شامل حق ازدواج، حق طلاق، حق تحصیل، حق پوشش و حجاب و حقوق سلامت (مانند حقوق باروری، تنظیم خانواده و سقط‌جنین)، حق رأی و حقوق دیگر است.

سارا دربارهٔ حقوق ماهیانه می‌نویسد: «بعضی وقت‌ها بیستم ماه می‌شود، اما هنوز حقوق من را نداده است. البته چون با این پول خرج دانشگاهم را می‌دهم و آن را کنار می‌گذارم خیلی زمانش برایم مهم نیست، اما اینکه این قدر بی‌توجه است خیلی اعصابم را خرد می‌کند.»

نسرین در پستی از وضعیت محل کارش می‌نویسد: «نگاه‌های آزاردهندهٔ پیرمرد در محل کار اذیت می‌کنه. البته هیچ موقع زورش بهم نمی‌رسه. خیلی دست‌وپا چلفتیه، فقط حرف‌هاش اذیت می‌کنه. خاطراتی که از کارهای بدش در جوانی تعریف می‌کنه، حالم رو به هم می‌زنه. اما خیلی وقت‌ها هدفون می‌ذارم تا صداشو نشنوم. نمی‌شه سروکله زد. من پامو از اینجا بیرون بذارم، یکی دیگه جامو می‌گیره. تازه اینجا می‌تونم درس هم بخونم و اگر پیرمرد لعنتی رو فاکتور بگیریم، کار خیلی ساده‌ایه.»

چ) دیگری سازی مضاعف

جدول ۸. مرحلهٔ توصیف تحلیل گفتمان سوژگی زن براساس دیگری سازی مضاعف

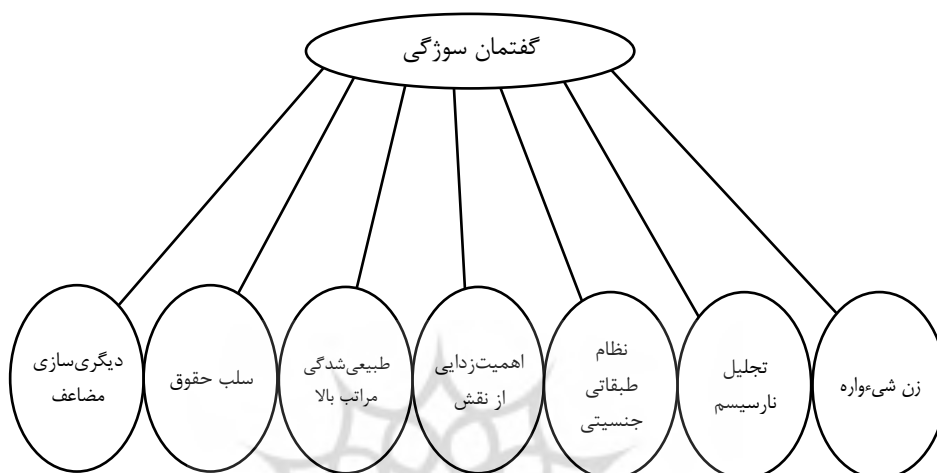
مفاهیم	مقوله‌های محوری	مقولهٔ نهایی
نقش زن در بازتولید مضامین جنسیتی	بازتولید تحت انقیاد	دیگری سازی مضاعف
تفسیرگری جماعت براساس تجربهٔ جنسی	تحت گفتمان سوژگی	
بازنمایی زن به شکل مجرم	دیگری سازی	
نفوذ فرهنگ‌ها و گرایش‌ها از طریق بازنمایی	دیگری متهم	
بازتولید ناخواستهٔ مضامین جنسیتی	تفسیر تحت انقیاد مردانه	

دیگری سازی روشی برای تبدیل فرد به شیء است: القای ترس، منجرکننده بودن، بی‌اهمیت بودن، مبهم بودن، خطرناک، هیولا و مخرب بودن و... ممکن است ملت، گروهی از مردم، فردی نادیده یا افرادی را که با آن‌ها زندگی یا کار می‌کنیم دیگری سازی کنیم، اما بعد از آن دیگر نمی‌توانیم دیگران را آن‌طور که واقعاً هستند، ببینیم.

در زندگی مردان، زن هم به‌عنوان «دیگری» و هم به‌عنوان «مادر» معرفی شده است. به گفتهٔ سیمون دوبوآر، مرد خود را هنجار می‌داند و زن را «دیگری» که هم نزدیک است و هم دور. گروه‌های محروم از قدرت مانند اقلیت‌ها، به‌حاشیه‌رانده‌ها، مستعمره‌ها و... توانسته‌اند سرکوبگر خود را «دیگری» کنند، اما رابطهٔ زنان با مردان (که تاریخ شاهد قدر قدرتی‌شان بر زنان است) چنین نیست. زنان خود را «تزن» و مرد را دیگری یا «آنتی‌تزن» نکرده‌اند، تا به سنتز خود و شناخت برسند.

کاربری زیر یکی از عکس‌های مرتبط با این مطالب کامنت گذاشته است: «به‌نظر می‌رسد

داشتن نگاه متعصبانه به داشته‌ها و آگاهی‌های فردی و غیرقابل تغییر پنداشتن آن‌ها منجر به نگرش‌های متفاوت افراد به دیگران می‌شود. این نوع نگرش باعث آن می‌شود تا اگر اشکال و نقصانی در عقاید به وجود آمد، برای گریز از پذیرفتن اشتباه و تصحیح آن - که احتمالاً خسارت‌ها



و شرمندگی‌هایی چه درونی و چه بیرونی به همراه داشته باشد - آن‌ها را به گردن خطای دیگری (یا همان زنان) بیندازیم و از بار عذاب وجدان شانه خالی کنیم.»

شکل ۱. مقوله‌های استخراج‌شده از تحلیل گفتمان سوژگی زن

۵. بحث و نتیجه‌گیری

اینترنت و فضای فرهنگی زاده آن مهم‌ترین ابزار قدرت رسانه‌ها برای ایجاد جامعه‌ای جهانی و تبادل روزافزون اطلاعات و ارتباطات است. این مخلوق شگفت‌انگیز فنی و فناورانه که امروزه به بخش اساسی و جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر تبدیل شده است، ابزار و بستری مهم در تداوم حیات فرهنگی و اجتماعی دائم‌التغیر بشر و باز نمود روایت‌ها و گفتمان‌های متفاوت و متعدد از انسان و هویت‌های فردی و اجتماعی او است.

اینترنت به‌عنوان یک رسانه جدید و فراگیر در شکل‌دهی به ارتباطات (و انتشار اطلاعات)، به‌سرعت در حال گسترش است؛ به‌طوری که هیچ پدیده دیگری در سال‌های اخیر، به اندازه اینترنت رشد نداشته است. سایت‌ها و وبلاگ‌ها روی این شبکه جهانی، هر لحظه بیشتر می‌شوند و کاربران زن ایرانی پا به پای دیگر کاربران به استفاده از آن‌ها علاقه نشان می‌دهند (امیرمظاهری و ایرانشاهی، ۱۳۸۸: ۲۱). رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات، از یک سو موجب آسانی ارتباطات، از میان برداشتن موانع جغرافیایی و دسترسی به اطلاعات شده و از دیگر سو زمینه‌های بروز مسائلی را فراهم کرده است. گسترش اینترنت به خلق محیط‌های جدیدی منجر

شده (سولر^۱، ۲۰۰۴) که نیازمند بررسی‌های همه‌جانبه با تکیه بر نظریات جامعه‌شناختی است. هابرماس اینترنت را محیطی می‌داند که یک حوزه و فضای عمومی را فراهم ساخته است. حوزه عمومی هابرماس، عرصه‌ای است که در آن حضور افراد در مباحث، باز و علنی است و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت‌وگو تحقق می‌یابد (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۶۵).

به قول سی رایت میلز^۲، امروزه رسانه‌ها شیوه‌های رفتاری و اهداف توده‌های شهری را تعیین می‌کنند و افراد جامعه (صرف‌نظر از تفاوت‌هایی که با هم دارند) در برابر این دستگاه‌های فرهنگی (رسانه‌ها) برابرند (عبدالرحمانی و حبیب‌زاده ملکی، ۱۳۹۴: ۱۵). هرچند از نظر کاستلز، ارتباط کامپیوتری و اینترنتی (ارتباطات مجازی) از سطوح بالای تحصیلات و ثروت آغاز می‌شود و احتمالاً نمی‌تواند بخش‌های بزرگی از توده‌های فاقد تحصیلات و فقیر را در زیر چتر خود بگیرد، احتمال اینکه زنان و دیگر گروه‌های تحت ستم بتوانند با حمایت رسانه الکترونیکی، آزادانه نظر خود را بگویند، بیشتر است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۱۷).

در طول تاریخ، نظام پدرسالاری (مردسالاری) در شکل‌گیری و بازنمایی هویت جنسیتی زنان، نقشی مهم ایفا کرده است. به همین علت زنان در حوزه عمومی جامعه امکان حضور فعال و سازنده نداشته‌اند و در حاشیه ماندگار شده‌اند. با توجه به اینکه در فضای واقعی جامعه ایران، زنان کمتر از مردان دیده شده‌اند، فضای مجازی این امکان را به کاربران زن داده است تا از منزل خود با مسائل روز آشنا شوند و در مباحث شرکت کنند.

گوناهگونی نقش‌های اجتماعی زنان و مردان بازگوکننده این واقعیت است که مفاهیم زنانگی و مردانگی (جنسیت) به شدت تحت تأثیر عوامل اجتماعی قرار دارد. زنان و مردان هر یک به‌گونه‌ای در رسانه‌ها بازتاب داده می‌شوند. مناسبات مردسالارانه حاکم بر تمامی جوامع بشری، زمینه‌ساز ارائه تصویری ایدئولوژیک از زنان شده است و آنان را در موضع سوژگی قرار داده است. اما مدرنیته متأخر در بطن خود استراتژی مبارزه با قالب‌های کلیشه‌ای از زنان و ساختارشکنی را پرورش داده است.

ادبیات انتقادی و پسامدرنیسم که گفتمان مبارزه و جنبش‌های برابری‌خواه را ایجاد کرده بر این باور است که رشد شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر بستر اینترنت، ساختار کلان و تک‌گویی و مونولوگ قدرت را به چالش کشیده و امکان گفت‌وگوی آزاد و برابر را برای کنشگران فراهم ساخته است.

استراتژی‌های مقاومت در برابر سوژگی زن، متون کلیشه‌ای را مورد بازنگری اساسی قرار داده است. همچنین انگیزه‌های ایدئولوژیک پنهان و مستتر در آن‌ها را برملا می‌کند و به

1. Suler

2. C. Wrighte Mills

بازسازی تصویر و هویت راستین زنان می‌پردازد. هدف اصلی این مبارزات، تغییر و برساخت مجدد تصویر زن، هم در نزد زنان و هم در منظر مردان است و در این مسیر، از راهبرد مشارکت فعال و مؤثر و تلاش برای توانمندسازی زنان بهره می‌گیرد.

ابزار رسانه‌های اجتماعی مجازی برای کنشگران ارتباطی این امکان را فراهم ساخته است که شرایط واقعی زنان با هدف بازاندیشی در هویت زنانه و بازتولید نمادین زنان در شبکه‌های مجازی را تبیین کنند. به بیان دیگر، مدرنیته متأخر زمینه‌ساز پیدایش پارادایم‌های فکری و جنبش‌ها و نهضت‌هایی شده است که ساختاری را که زنان را با ادبیات سوژگی و جنس دوم بازنمایی می‌کند، به مبارزه جدی دعوت می‌کند. همچنین این ساختار در سطح وسیع مورد انتقاد قرار داده و به چالش کشیده است.

به بیان دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی به مثابه حوزه عمومی، شرایطی را برای بازنمایی و بازسازی متفاوت از زنان فراهم کرده است. علاوه بر این زمینه مبارزه زنان علیه سوژگی و شی‌وارگی در گفتمان مردسالار را مهیا کرده و به ابزار رهایی زنان تبدیل شده است. رسانه‌ها با بهره‌گیری از قدرت فراگیر اینترنت و اقبال جهانی به جاذبه‌های آن و تنوع ذائقه‌های انسانی، به بازتاب و حتی تولید اشکال مختلف بازنمایی هویت‌های اجتماعی و فرهنگی به‌ویژه هویت جنسیتی کمک کرده‌اند.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۲). *پدیده جهانی شدن وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی*. تهران: آگه.
- آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۸۵). *تحلیل گفتمان انتقادی*. تهران: علمی و فرهنگی.
- اردکانی‌فرد، زهرا، رضوی‌زاده، سید نورالدین (۱۴۰۰). زنان تأثیرگذار اینستاگرامی؛ زنانگی بازنمایی شده در صفحات زنان اینفلوئنسر ایرانی. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۳ (۱)، ۶۵-۹۰.
- استریناتی، دامینیک (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*. ترجمه ثریا پاک‌نظر. تهران: گام نو.
- افخمی، علی و بهمردی شریف‌آباد، بهاره (۱۳۹۳). بازنمود شبکه‌های اجتماعی در مطبوعات ایران از منظر تحلیل گفتمان انتقادی. *مطالعات زبان و گویش‌های غرب ایران*، ۲ (۶)، ۹۱-۱۰۸.
- امیرمظاهری، امیرمسعود و ایرانشاهی، اعظم (۱۳۸۸). فرصت‌های فضای مجازی برای تعامل اجتماعی زنان ایرانی (از دید زنان فعال در فضای مجازی). *علوم اجتماعی*، ۵ (۲۰)، ۱۹-۳۸.
- بخارائی، احمد، علیخواه، فردین و نباتی شاغل، امین (۱۳۹۴). واکاوی سوژه زن در فضای گفتمانی سینمای ایران (تحلیل گفتمان موردی فیلم‌های لیلا، دو زن و جدایی نادر از سیمین). *زن در فرهنگ و هنر*، ۳ (۷)، ۱۷-۳۶.
- بستان، حسین (۱۳۸۵). بازنگری نظریه‌های نقش جنسیتی. *زن در توسعه و سیاست*، ۴ (۱-۲)، ۵-۳۱.

- بشیر، حسن (۱۳۸۹). خبر: تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- بیچرانلو، عبدالله، صلواتیان، سیاووش و لاجوردی، آریتا (۱۳۹۷). بازنمود سبک زندگی زنان جوان ایرانی در اینستاگرام. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۵ (۵۶)، ۱۱۲-۱۴۰.
- پیشگاهی‌فرد، زهرا، زمانی، عظیم، عزیزی، فرید و محمدی، احد (۱۳۹۵). بازنمایی روایت‌های هویتی در فضای مجازی با تأکید بر آرای میشل فوکو. *مطالعات میان فرهنگی*، ۱۱ (۲۸)، ۹-۳۷.
- پیوزی، مایکل (۱۳۹۳). *یورگن هابرماس*. ترجمه احمد تدین. تهران: هرمس.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۲). جهانی‌شدن و ارتباطات؛ زمینه‌ها و چشم‌اندازهای نظری. *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۴ (۱۳)، ۶-۳۳.
- خانیکی، هادی، روحانی، ریحانه سادات (۱۳۹۰). ارتباطات مجازی و سایبر سایکولوژی (مطالعه رابطه میان بهره‌مندی دانشجویان فنی دانشگاه تهران از وبلاگ با نگرش آنان درباره روابط مجازی). *مطالعات اجتماعی ایران*، ۵ (۳)، ۴۸-۷۱.
- خمسه‌ای، اکرم (۱۳۸۵). بررسی ارتباط میان رفتار جنسی و طرحواره‌های نقش جنسیتی در دو گروه از دانشجویان متأهل. *خانواده‌پژوهی*، ۲ (۸)، ۳۲۷-۳۳۹.
- صادقی فسائی، سهیلا و پروائی، شیوا (۱۳۹۵). نحوه بازنمایی زن در زیست‌جهان مدرن در فیلم‌های اصغر فرهادی (مطالعه موردی: چهارشنبه‌سوری، درباره‌الی و جدایی نادر از سیمین). *زن در فرهنگ و هنر*، ۱ (۲)، ۱۴۷-۱۷۰.
- عبدالرحمانی، رضا و حبیب‌زاده ملکی، اصحاب (۱۳۹۴). *رسانه‌شناسی*. تهران: جامعه‌شناسان.
- عبداللهی‌نژاد، علیرضا و مجلسی، نوشین (۱۳۹۷). خشونت کلامی؛ مطالعه موردی اظهارنظرهای دنبال‌کنندگان در صفحات اینستاگرام هنرمندان ایرانی. *مطالعات نوین*، ۴ (۱۳)، ۱-۶۱.
- علیخواه، فردین، کوهستانی، سمانه و واقعه دشتی، طاهره (۱۳۹۶). نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی زنان (مطالعه موردی: شهر رشت). *زن در فرهنگ و هنر*، ۹ (۴)، ۴۹۱-۵۰۹.
- فرقانی، محمدمهدی و عبدی، سید عیسی (۱۳۹۵). بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی؛ تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی در مورد زنان در شبکه‌های موبایلی. *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ۱۷ (۳۳)، ۳۱-۵۲.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل گفتمان انتقادی*. ترجمه فاطمه شایسته پیران و همکاران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- فوکو، میشل (۱۳۸۴). *تاریخ جنسیت، اراده به دانستن*. ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده. تهران: نشرنی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: قدرت هویت*. ترجمه افشین خاکباز و احمد علیقلیان. تهران: طرح نو.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۴). *پروپلماتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی و نسبت آن با جامعه ایران*. *فرهنگ و ارتباطات*، ۱ (۴)، ۹۷-۱۲۲.
- کریمی، شهناز و نوانبخش، مهرداد (۱۳۹۸). *واکاوی مفهوم سوژه در رویکردهای تحلیل گفتمان*.

- مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۱ (۲)، ۷-۱۹.
- کوشن، کادیر (۱۳۹۰). روایت هایدگر از ایدئالیسم دکارت رابطه سوژه و ابژه. ترجمه تینا فرنام. کتاب ماه فلسفه، ۴۶، ۱۰-۱۵.
- محسنی، محمدجواد (۱۳۹۱). جستاری در نظریه و روش تحلیل گفتمان فرکلاف. معرفت فرهنگی اجتماعی، ۳ (۳)، ۶۳-۸۶.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۲. تهران: جامعه‌شناسان.
- محمدی، جمال و محمدی، فاطمه (۱۴۰۰). تحلیل گفتمان برساخت سوژه جسم‌مند زنانه در ارتباط با سلطه مردانه (زنان شهر سنندج). پژوهشنامه زنان، ۱۲ (۳۶)، ۲۲۷-۲۵۶.
- معمار، ثریا، عدلی‌پور، صمد و خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱ (۴)، ۱۵۵-۱۷۶.
- مقیم، مریم و مهری، رقیه (۱۴۰۰). تحلیل انتقادی رسانه‌های اجتماعی: مطالعه موردی کارکردهای تلگرام و اینستاگرام بر مبنای نظریات مکتب فرانکفورت. جامعه، فرهنگ و رسانه، ۱۰ (۳۹)، ۱۷۵-۱۹۳.
- ملاجعفری، فریبا (۱۳۹۱). بررسی سیمای زن در اشعار احمد شاملو و فروغ فرخزاد با تکیه بر روش تحلیل گفتمان انتقادی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه سمنان.
- مهدی‌زاده، سیدمهدی (۱۳۸۸). مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات. تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌های سازمان صداوسیما.
- نجاریان، بهمن و خداحیمی، سیامک (۱۳۷۷). دوگانگی جنسی (آندروژنی). تازه‌های روان‌درمانی، ۳ (۹) و ۱۰، ۳۰-۴۴.
- نظری، جواد و قجری، حسینعلی (۱۳۹۲). کاربرد تحلیل گفتمان در تحقیقات اجتماعی. تهران: جامعه‌شناسان.
- نیکخواه قمصری، نرگس و هلالی ستوده، مینا (۱۳۹۲). از سوژه جنسی تا سوژه انقلابی: بازنمایی زن در گفتمان انقلاب اسلامی. مطالعات اجتماعی ایران، ۷ (۳)، ۱۵۰-۱۷۰.

- Bem, S. L. (1975). Sex-role adaptability: one consequence of psychological androgyny. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 634-643.
- Garcia, R. L., Bingham, S., & Liu, S. (2021). The effects of daily Instagram use on state self-objectification, well-being, and mood for young women. *Psychology of Popular Media*. Advance Online Publication.
- Hanna, E., Ward, L. M., Seabrook, R. C., Jerald, M., Reed, L., Giaccardi, S., & Lippman, J. R. (2017). Contributions of social comparison and self-objectification in mediating associations between Facebook use and emergent adults' psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 20(3), 172-179.
<http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2016.0247>
- Katrien, J. (2016). Disorderly conduct: Feminist nudity in Chinese protest

- movements. *Sexualities*, 19(7), 819-835.
<https://doi.org/10.1177/1363460715624456>
- Mackay, F. (2015). *Radical Feminism* (1st Ed.). New York: Palgrave Macmillan.
- Mu, D. W., & Lennon, SH. J. (2018). Objectification of Women in Sportswear Brands' Instagram Accounts. *Annual Conference Proceeding*, 75(1), 1-4.
- Reichart Smith, L. (2016). What's the best exposure? Examining media representations of female athletes and the impact on collegiate athletes' self-objectification. *Communication & Sport*, 4(3), 282-302.
- Statista (2021). *Instagram: distribution of global audiences 2021, by gender*. <https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagramworldwide-gender>.
- Suler, J. (2004). *Hypotheses about online text relationship*. Retrived from: www.rider.edu/suler/psycyber/psycyber.html
- Sumnall, H. R., & Atkinson, A. M. (2016). 'If I don't look good, it just doesn't go up': A qualitative study of young women's drinking cultures and practices on Social Network Sites. *International Journal of Drug Policy*, 38, 50-62.