

کودکی جنسی شده:

مطالعه‌ی نشانه‌شناختی روایت کودکان دختر از خود در شبکه‌ی

اجتماعی آپارات

زهره علیخانی^۱، عطیه مهرابی کوچه بیوکی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳/۱۰/۱۷، تاریخ تایید: ۳/۱۲/۱۶

چکیده

خودجنسی‌سازی وقتی اتفاق می‌افتد که فرد، ایده‌ی اصلی جنسی کردن یعنی اهمیت به ویژگی‌های ظاهری و جذابیت‌های جنسی را در خود درونی کند. توجهات عمومی و پژوهشی عمدتاً محدود به جنسی‌سازی آن از سوی دیگران بوده و به ورود فاعلیت کودکان در فرایند خودجنسی‌سازی توجهی نشده است؛ این در حالی است که اینترنت فضاهایی جدید برای مسیر جنسی‌سازی و خودجنسی‌سازی کودکان پدید آورده است که از آن جمله مشارکت کودکان در تولید متن در شبکه‌های اجتماعی است. تحلیل پست‌های بخشی از کودکان دختر فعال در شبکه اجتماعی ایرانی آپارات با روش نشانه‌شناسی فیسک نشان می‌دهد این کودکان با «اجرا» هایشان با یک واسطه متنی در تلاش‌اند تا خود را به شکلی ایده‌آل برای دیگری همیشه موجود ارایه دهند و ایده زن جنسی یک صورتبندی ایدئولوژیک در پرکتیس روزمره این کودکان در این شبکه اجتماعی است. این صورتبندی از طریق کنار هم‌آیی چندان دال اساسی شامل ترجیح زنانگی جنسی به مثابه‌ی امر ایده‌آل در برابر دخترانگی، زیبایی در چارچوب استانداردهای جنسی، اغواگری، زیست روزمره جنسی شده و کارگزاری در بازار جنسی‌سازی شکل می‌گیرد.

واژه‌های کلیدی: کودکی، جنسی شدن، خودجنسی‌سازی، نشانه‌شناسی، آپارات

^۱ عضو هیأت علمی گروه ارتباطات دانشگاه تهران zr.alikhani@ut.ac.ir

^۲ دانشجوی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه‌ی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) atieh.mehrabi.ko@ut.ac.ir

یکی از مواردی که بزرگسالی را از کودکی جدا می‌سازد، درگیری این دوره با مسائل جنسی است. «جنسی شدن» اما به فرآیند ارزشگذاری جنسی باز می‌گردد که می‌توان از اولین مرحله‌ی آن، تحت عنوان جنسی‌سازی^۱ نام برد. این مفهوم بر روندی دلالت دارد که در آن تنها، به ظاهر یک فرد توجه شده و ارزیابی وی نیز مبتنی بر مشخصه‌های جنسی‌اش اتفاق می‌افتد (پاپی و داینل^۲، ۲۰۲۰: ۴۳۳). آنچه در جنسی‌سازی اهمیت دارد، فقدان عاملیت انسان و حضور شخص سومی است که او را در این مسیر قرار داده، به ابژه‌ی نگاه خیره و قضاوت دیگران تقلیل می‌دهد. در مورد کودکان، می‌توان به مصادیق مختلفی از جنسی‌سازی اشاره کرد که ساخت و ارائه‌ی تصویری جنسی از کودکان از جمله‌ی این موارد است (رابرتس و زوربرینگن^۳، ۲۰۱۳: ۶). همچنین تولید انیمیشن، کتاب و موسیقی‌هایی با محتوای جنسی برای کودکان و مصرف آن از سوی ایشان هم، نمونه‌ی دیگری از جنسی‌سازی کودکی دانسته می‌شود که به عقیده برخی موجب درگیری کودکان با مسائل جنسی شده، و آنان را زودتر از موعد به جهان بزرگسالی وارد می‌کند. به همین رو برخی جنسی شدن را نقطه‌ی پایانی تلقی می‌کنند که باید کودکان را از آن محافظت کرد (ایگان و هاکس^۴، ۲۰۰۸: ۳۱۲). در همین راستا، پژوهش ارسالانی و همکاران (۲۰۲۲) بر اهمیت سواد رسانه‌ای در مواجهه با محتوای پیچیده و گاه آسیب‌زای فضای دیجیتال تأکید دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که آموزش ساختارمند سواد رسانه‌ای، متناسب با رشد شناختی و عاطفی کودکان، می‌تواند نقش مهمی در کاهش تأثیرات منفی محتواهای نامناسب و حمایت از کودکان در برابر پیامدهای زود هنگام ورود به دنیای بزرگسالی ایفا کند. پژوهش سخایی و همکاران (۲۰۲۳) نیز نشان می‌دهد که آموزش ساختارمند سواد رسانه‌ای، متناسب با رشد شناختی و عاطفی کودکان، می‌تواند نقش مهمی در کاهش تأثیرات منفی محتواهای نامناسب و حمایت از کودکان در برابر پیامدهای زود هنگام ورود به دنیای بزرگسالی ایفا کند. این مطالعه به چالش‌هایی مانند نابرابری‌های اجتماعی، کمبود برنامه‌های آموزشی استاندارد و نیاز به آموزش معلمان اشاره می‌کند که مانع از گسترش مؤثر سواد رسانه‌ای می‌شوند.

1 Sexualization

2 Poppi & Dynel

3 Roberts & Zurbriggen

4 Egan & Hawks

فاعل^۱ جنسی شدن کودک، می‌تواند خود کودک باشد. خودجنسی‌سازی^۲ زمانی اتفاق می‌افتد که فرد، ایده‌ی اصلی جنسی کردن یعنی اهمیت به ویژگی‌های ظاهری و جذابیت‌های جنسی را در خود درونی کند (استار و زوربرینگن^۳، ۲۰۱۹: ۵۱۵). در این‌جا فرد تلاش می‌کند مشخصات فیزیکی و جنسی خود را برجسته سازد و چگونه به نظر رسیدنش از آن‌چه هست، مهم‌تر می‌شود (لوین و کیلبورن^۴، ۲۰۰۸: ۲۸). همچنین جنسی شدن کودکی به این صورت می‌تواند به قول براگ^۵ (۲۰۱۴: ۳۲۵)، غرق شدن در ظاهر نیز معنا گردد. شدت آسیب به کودکی در مرحله‌ی خودجنسی‌سازی است. هر چند از ابتدای قرارگیری در مسیر ارزشگذاری‌های جنسی، فاصله‌ی کودکان با دانش و عمل جنسی، به واسطه‌ی مواجهه‌ی ایشان با هر آنچه همواره از آن دور نگه داشته می‌شدند، مورد خدشه قرار گرفته است. خودجنسی‌سازی سبب می‌شود تا موقعیت کودک به عنوان یک «کودک» از او گرفته شود (ایگان^۶، ۲۰۱۵: ۱۰۶)؛ به نحوی که مرز اجتماعی مشخص میان او و بزرگسال کاملاً از میان رفته و حتی دست‌نیافتنی گردد (ایگان و هاکس^۷، ۲۰۰۸: ۳۱۶). مهم این است که به نظر می‌رسد نگرانی از جنسی شدن کودکی، چه در دغدغه‌های نظری و چه در مناقشات عمومی، عمدتاً محدود به جنسی‌سازی آن توسط دیگران بوده و به فاعلیت کودکان در فرایند خودجنسی‌سازی توجهی نشده است.

سوی تغییرات کلان اجتماعی سال‌های اخیر که توجهات عمومی را به مسائلی همچون آموزش جنسی کودکان جلب کرده است، رخدادهای متعددی نیز توجه جامعه‌ی ایران را به مسأله‌ی جنسی شدن کودکان معطوف کرده و موجب مباحثاتی در حوزه عمومی ایرانی شدند.^۸ با این حال، تمامی رخدادهای مذکور، ذیل جنسی‌سازی قرار می‌گیرد. هر چند اهمیت

۱ وقتی از عاملیت کودکان در جنسی‌سازی خود صحبت می‌کنیم، صرفاً می‌خواهیم تا کودکان را فاعل این امر بدانیم و منظور از عاملیت، اشاره به بلوغ و آگاهی ایشان نیست (اسپارمن، ۲۰۱۵: ۱۲۵). کودکان می‌توانند رفتاری جنسی داشته باشند و همزمان از تغییر هویت خود و تعبیر جنسی‌شده‌ی آن از سوی دیگران، اطلاعی نداشته باشند (راش و لاناوز، ۲۰۰۶: ۶).

2 Self-sexualization

3 Starr & Zurbruggen

4 Levin & Kilbourne

5 Bragg

6 Egan

7 Egan & Hawkes

۸ پخش موسیقی‌هایی با دلالت‌های جنسی در مدارس، لایوهای وایرال شده کودکان (مثل ماجرای لایو مینا نامداری)، تولید آهنگ‌هایی با متن‌هایی که عناصر و الفاظ کودکانه را با مسائل جنسی ترکیب می‌کند (مثلاً موسیقی لایلا و ساسی مانکن) از این دست هستند.

جنسی‌سازی و ضرورت محافظت از کودکان در برابر آن غیرقابل‌انکار است، باید توجه داشت که جنسی شدن کودکی، در این مرحله متوقف نشده و می‌تواند با تعمیق ارزش‌های جنسی و بازتولید آن به خودجنسی‌سازی برسد. وضعیتی که طی آن، این کودکان هستند که به عنوان فاعل و کارگزار این فرایند حاضر شده و هر چند ناخواسته، تجربه‌ی کودکی را به سوی جنسی شدن پیش می‌برند. فرایندی که در آن احساس ارزشمندی کودکان، از دیگر ساحت‌های زیست آنان همچون موفقیت‌های تحصیلی و سلوک رفتاری و لذت از زندگی فاصله گرفته و معطوف به ظاهر آن‌ها می‌شود (هارتر^۱، ۱۹۸۷ نقل شده در فردریکسون و رابرتس^۲، ۱۹۹۷: ۲۰۶) و کودک در روند طبیعی هویت‌یابی، خود مطلوبش را با معیارهای جنسی که به لحاظ تاریخی از پیش ایدئولوژیک است، تعریف می‌کند.

اینترنت فضایی برای فاعلیت کودکان و ورودشان به فرایند خودجنسی‌سازی فراهم کرده است. کودکان امروز به موازات بزرگسالان، به کنشگرانی در فضای اینترنت تبدیل شده‌اند. این کودکان در شبکه‌های اجتماعی، حساب کاربری مختص به خود داشته، به تولید محتوای دیجیتال می‌پردازند و از این طریق خود را ابراز می‌کنند. آنچه آن‌ها تولید می‌کنند، می‌تواند تجسم آن‌ها باشد؛ تصویر آن‌ها و محتوای پیامشان، نشانه‌ای است از آنچه این کودکان هستند و یا دوست دارند که باشند (وبر و میچل^۳، ۲۰۰۸: ۳۰). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی، به ویژه پلتفرم‌های تصویری مانند اینستاگرام و تیک‌تاک، می‌توانند با ترویج رفتارهای پرخطر و نمایش آن‌ها به عنوان فعالیت‌های جذاب، افراد را به سمت انجام اقدامات خطرناک سوق دهند. سواد رسانه‌ای به عنوان ابزاری مؤثر می‌تواند به افراد کمک کند تا در برابر این تأثیرات مقاومت کرده و تصمیمات آگاهانه‌تری اتخاذ کنند (سروری سرابی و همکاران، ۲۰۲۰).

باید توجه داشت که همان طور که اغلب پژوهش‌ها نشان می‌دهد و البته با توجه به ساختار نابرابر جنسی و جنسیتی قابل پیش‌بینی نظری است، جنسی‌سازی و خودجنسی‌سازی در میان دختران بیش‌تر رواج دارد. مفاهیم مذکور اساساً و در ابتدای امر، ناظر به جایگاه جنس زن و در راستای نقد نگاه ابژه‌محور به او طرح شده است (فردریکسون و رابرتس^۴، ۱۹۹۷؛ سوریانو آیل^۵ و دیگران، ۲۰۲۳: ۲۱۲). علاوه بر این ریشه، به طور کلی، احتمال خود جنسی‌سازی و یا بازنمود

1 Harter

2 Fredrickson & Roberts

3 Weber & Mitchell

4 Fredrickson & Roberts

5 Soriano-Ayala

خود به مثابه‌ی بدنی جذاب، در مورد زنان و همین‌طور دختران بیش‌تر است (گراف^۱ و دیگران، ۲۰۱۳: ۵۷۱؛ راش و لاناوز^۲، ۲۰۰۶: ۶؛ براگ^۳، ۲۰۱۴: ۳۲۴). بدون تردید این نکته، رخداد جنسی شدن را در مورد مردان و پسران، انکار نمی‌کند. با این حال اگر دغدغه‌ی اصلی به فهم جنسی شدن کودکی آن هم در مرحله‌ی خودجنسی‌سازی کودکان مرتبط باشد، مطالعه‌ی آن در میان دختران در اولین مرحله می‌تواند راهگشا باشد. ضمن این که دخترانی که در ابتدای نوجوانی و چه بسا قبل از آن قرار دارند، در برابر ایجاد هویتی جنسی شده، آسیب‌پذیر هستند (مک‌کنی و بیگلر^۴، ۲۰۱۴: ۱۷۴).

با توجه به آن‌چه گفته شد، فضای نابرابر جنسیتی، بیش‌جنسی شدن و خودجنسی‌سازی افراد و از جمله کودکان و امکان فاعلیت آنان در فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی امکان‌های متعددی برای نحوه خاصی از خودبیان‌گری برای کودکان دختر پدید می‌آورد. بنابراین پرسش این‌جاست که در شبکه‌های اجتماعی به ویژه آن دسته از شبکه‌های اجتماعی مجازی موسوم به بومی و داخلی همچون آپارات، کودکان دختر ایرانی چگونه به ابراز خود می‌پردازند و تجربه‌ی کودکی خود را جنسی می‌سازند؟

مطالعات پیشین^۵

در محدوده‌ی جستجوی این مقاله، به نظر می‌رسد در پژوهش‌های ایرانی به مسأله‌ی جنسی شدن کودکی و خودجنسی‌سازی کودکان پرداخته نشده است. پژوهش‌هایی که می‌توان تا اندازه‌ای آن را در ارتباط با مقاله‌ی حاضر دانست، بر درک و آسیب‌شناسی هویت جنسی، و همچنین انگاره‌های جنسی و بدنی نوجوانان متمرکز بوده است. برای نمونه فنودی‌پور (۱۳۸۷)، مرادحاصلی و منطقی (۱۳۹۶)، فقیهی مقدس و همکاران (۱۳۹۸) و اسدی (۱۳۹۹) از این

1 Graff

2 Rush & La Nauze

3 Bragg

4 McKenney & Bigler

۵ در این پیشینه از ذکر این دسته از پژوهش‌ها صرف‌نظر شده است: ۱- پژوهش‌هایی همچون هرناندز و همکاران (۲۰۲۲)، هیل (۲۰۱۴)، ورنهولم و هورسمن (۲۰۱۹) که به بازنمایی خود در میان کودکان پرداخته‌اند اما اشاره‌ای به هیچ امر جنسیتی نداشته‌اند. ۲- پژوهش‌هایی همچون عینی‌فر (۱۳۹۵)، زید و همکاران (۲۰۲۱) و ماتان و اسمال (۲۰۲۱) که به بازنمایی جنسیت پرداخته‌اند اما در متن پژوهش به هیچ مسأله‌ای در ارتباط با امر جنسی و یا جنسی‌شدگی اشاره نشده است. ۳- پژوهش‌هایی با رویکرد روانشناختی به پدیده‌ی مورد نظر همچون ون‌اویستل و همکاران (۲۰۲۰) یا ژنگ و همکاران (۲۰۱۸).

دسته‌اند که گاه به نقش رسانه‌ها پرداخته و گاه نیز برآورد کرده‌اند که نسبتی بین این امور و رسانه وجود ندارد. اگر بتوانیم موضوع خودجنسی‌سازی یا بازنمایی خود «زن» را به موضوع مقاله حاضر مرتبط بدانیم، می‌توان به مواردی چون سرافرازی (۱۳۹۵) راودراد و گشینیزجانی (۱۳۹۶)، و مراقی و خانیکی (۱۴۰۱) نیز اشاره کرد.

نتایج جست‌وجو در پژوهش‌های انگلیسی زبان، توجه بیشتری را به مسأله‌ی جنسی شدن کودکی نشان می‌دهد. برخی از مقالات مشخصاً به موضوع روایت جنسی کودکان از خود پرداخته‌اند. مک‌کنی و بیگلر^۱ (۲۰۱۹) در پژوهش خود به تلاش برای فهم میزان درونی شدن پیام‌های جنسی در دختران پرداخته‌اند. محققان نشان داده‌اند که استفاده از لباس‌های جنسی، با باورهای جنسی در مورد خود مرتبط است و این باورها، نگرانی‌ها در مورد بدن را افزایش می‌دهد. کار سوریانو آیلّا^۲ و همکارانش (۲۰۲۳) از منظر مطالعه‌ی روایت جنسی‌شده در بستر یک شبکه‌ی اجتماعی، بیش‌ترین ارتباط را با پژوهش حاضر داراست. نویسندگان در این مقاله قصد داشته‌اند تا جنسی‌شدگی ویدئوهای تیک‌تاک را تحلیل کرده و از طرفی آن را با روایت نوجوانان کاربر در همین فضا، مقایسه کنند. بر اساس نتایج این پژوهش، اغلب ویدئوها بیش‌جنسی‌شده^۳ بودند. همچنین روایت‌های نوجوانان از این مسأله، دوسویه بوده و آنان در عین این که شبکه‌ی اجتماعی را ابزاری مؤثر برای اجتماعی شدن تلقی می‌کردند، از خطرات آن هم آگاه بودند. ویلم^۴ و همکاران او (۲۰۱۲) در مطالعه‌ی بازنمایی نوجوانان دختر از خود در سایت فوتولوگ بازنمود خود دختران را ذیل سه تیپ جای داده و متذکر می‌شوند که چنین بازنمایی‌ای را باید به عنوان یک قطعه از پازل بزرگ‌تری فهم کرد که شامل جامعه و رسانه‌ی غرق در تصویرپردازی‌های جنسی می‌شود.

همان‌طور که درباره پژوهش‌های ایرانی گفته شد، در میان پژوهش‌های انگلیسی‌زبان نیز دسته بزرگی از پژوهش‌ها بر فهم و آسیب‌شناسی هویت جنسی نوجوانان، انگاره‌های جنسی و بدنی نوجوانان تمرکز داشته و با نگاهی تبیینی و یا آسیب‌شناختی انجام شده است. برای نمونه استار و فرگوسن^۵ (۲۰۱۲) یا تراکلس^۶ و همکاران (۲۰۱۸) که به «تاثیر» مصرف رسانه‌ها بر

1 McKenney & Bigler
2 Soriano Ayala
3 Hyper-sexualized
4 Willem
5 Starr & Ferguson
6 Trekels

خودجنسی‌سازی می‌پردازند، باومگارتنر^۱ و دیگران (۲۰۱۵) به تأثیر هنجارهای مرتبط با همسالان در به‌اشتراک‌گذاری تصاویر جنسی نوجوانان پرداخته‌اند و استار و زوبریگن^۲ (۲۰۱۹) که تأثیر مستقیم موضوع یادشده، بر خودشی‌انگاری و نگرانی‌های وزنی در میان دختران را نشان داده‌اند. پژوهش‌هایی نیز به موضوع خودجنسی‌سازی میان زنان به ویژه زنان جوان پرداخته‌اند که از آن میان می‌توان وارد^۳ و همکاران (۲۰۱۸)، چوی^۴ و همکاران (۲۰۲۲)، راکل و هیل^۵ (۲۰۱۷) و کاپیدزیچ و هرینگ^۶ (۲۰۱۵) را نام برد. مثلاً هال^۷ و دیگران (۲۰۱۲) با تمرکز بر تصاویر پروفایل در فضای مای اسپیس، به پژوهش بر روی خودجنسی‌سازی زنان پرداخته‌اند. این پژوهشگران، با ترکیب ایده‌های گافمن و دیگران، سه کد آیینی شدن مادونی، نمایش بدن و شی‌انگاری را طرح کرده‌اند و نشان داده‌اند که در کنار نمایش‌های جنسی از زنان در رسانه‌ها، خودجنسی‌سازی نیز در میان ایشان رو به افزایش است.

با توجه به آنچه گفته شد به نظر می‌رسد پژوهش حاضر اولین پژوهش در موضوع خودجنسی‌سازی کودکان در رسانه‌های اجتماعی در ایران است.

مبانی نظری

در این بخش با توجه به طرح مساله و رویکرد نظری- روشی پژوهش ذیل چهار عنوان به مفاهیم بنیادین تحقیق و نیز پایگاه نظری آن پرداخته شده است.

۱- کودک و امر جنسی

اگر چه جنسی‌سازی کودکان معمولاً به عنوان یک پدیده‌ی نسبتاً نو بازنمایی می‌شود، تاریخ اما تداومی پیوسته از جنسی‌سازی کودکان و آثار ناگوارش به ویژه در زندگی دختران پیش رو می‌نهد (ایگان و هاکس^۸، ۲۰۰۸). در نسبت میان کودک و تمایلات جنسی^۹، می‌توان از دو گفتمان معصومیت کودکی^{۱۰} و همین‌طور کودکی و میل جنسی^{۱۱} صحبت کرد. گفتمان

1 Baumgartner

2 Starr & Zurbriggen

3 Ward

4 Choi

5 Ruckel & Hill

6 Kapidzic & Herring

7 Hall

8 Egan & Hawkes

9 Sexuality

10 Childhood Innocence

11 Childhood and Sexuality

معصومیت در جهان غرب، به قرن هجدهم و چرخش رویکرد از کودک دیونوسوسی به کودک آپولونی بازمی‌گردد. طبق نگاه اول، کودک با گمراهی و شرارتی ذاتی به دنیا می‌آمد (جنکس، ۱۳۸۸: ۱۰۰). بنابراین تلاش می‌شد تا او را به هر وسیله‌ای، فرمانبردار و جامعه‌پذیر کرد؛ چرا که به قول جنکس (همان: ۱۱۱) این کودک، «انسجام قدسی جهان بزرگسالان را تهدید می‌کرد». با این حال، کودک آپولونی که می‌توان سرچشمه‌ی آن را در ایده‌های روسو و سپس جان لاک جست‌وجو کرد، کودک را سرچشمه‌ی خصلت‌های والای انسانی و شایسته‌ی افتخار می‌دانست (جنکس، ۱۳۸۸: ۱۰۳-۱۰۴). براساس این صورت‌بندی نوین، کودک، فرشته‌ای پاک و معصوم بوده و در اصل، نیکو زاده می‌شد (همان). از این زمان، معصومیت در مرکز مفهوم‌پردازی جهان غرب از کودکی قرار گرفت و سبب شد تا نگرانی‌های پیرامون این پدیده، ریشه در هر آن چیزی داشته باشد که به عقیده‌ی تیلور^۱ (۲۰۱۰: ۵۲) معصومیت را تهدید می‌کند. این گفتمان از دهه‌ی ۱۹۹۰، به بحث از جنسی‌سازی کودکی و به مخاطره افتادن معصومیت پرداخته است (جکسون و اسکات^۲، ۲۰۱۵: ۵۲). محور اصلی نگرانی گفتمان مذکور این است که جنسی‌سازی آخرین نقطه‌ای تلقی می‌شود که باید از همه‌ی کودکان در برابر آن محافظت کرد (ایگان و هاکس^۳، ۲۰۰۸: ۳۱۲). در این نگاه باید کودکان را از دانش و عمل جنسی، دور نگاه داشت. چرا که جنسی‌سازی به رشد و عزت نفس کودکان آسیب وارد کرده و فشاری برای شباهت به بزرگسالان بر آن‌ها تحمیل می‌کند (راش و لاناوز^۴، ۲۰۰۶: ۲). به عقیده‌ی دورهام^۵ (۲۰۰۹: ۱۲۶) جنسی‌سازی به ویژه در مورد دختران، پیامدهایی دارد که هم برای کودکان و هم برای جامعه به مثابه‌ی یک کل، گران است. عباراتی چون بزرگسال مینیاتوری، زوال کودکی، کودکی گمشده و همچنین، کودکان باید کودکی کنند، ذیل گفتمان معصومیت قرار می‌گیرد که به عنوان گفتمانی ضدجنسی‌سازی^۶ نیز شناخته می‌شود.

با این حال طرح مسأله‌ی جنسی شدن سبب شده است تا گفتمان دیگری در تقابل با گفتمان اشاره شده، برجسته شود. گفتمان کودکی و میل جنسی را می‌توان برخاسته از ایده‌های زیگموند فروید دانست. فروید باور داشت که کودک از بدو تولد، تمایلات جنسی را با

1 Taylor

2 Jackson & Scott

3 Egan & Hawks

4 Rush & La Nauze

5 Durham

6 Anti-sexualization

خود به همراه دارد (فروید^۱، ۱۹۰۷: ۲۲۲ نقل شده در ایگان^۲، ۲۰۱۵: ۱۰۶). حیات جنسی انسان، با تولد آغاز می شود که در این میان، سال های نخستین، به شور جنسی تعلق دارد (باب الحوائجی، ۱۳۴۱: ۶۳). در تعریف فروید، کودک، موجودی جنسی است که چون دیگر نیازهای اساسی، به دنبال رفع نیاز جنسی خود می گردد (ایگان، ۲۰۱۵: ۱۰۶)؛ هر چند که از ابراز تمایلات خود شرم ورزیده و سپس آن را به وادی فراموشی می سپارد (باب الحوائجی، ۱۳۴۱: ۱۴). گفتمان کودکی و میل جنسی با این مبنا، انتقاداتی را متوجه گفتمان معصومیت کرده است. در نگاه نظریه پردازان این رویکرد، معصومیت با دور نگاه داشتن کودکان از مسائل جنسی بیش از این که از کودکان مراقبت کند، آنان را آسیب پذیر کرده است (رابینسون^۳، ۲۰۱۳: ۸)؛ ضمن این که عاملیت جنسی کودکان را نیز، نادیده می گیرد. کودکان، مفسران فعالی در درک جهان اجتماعی خود هستند که این امر در مورد جنسی شدن نیز صدق می کند (جکسون و اسکات^۴، ۲۰۱۵: ۵۱). در گفتمان کودکی و میل جنسی، معصومیت، افسانه و فانتزی بزرگسالان تلقی می شود که به کودکی تحمیل گشته (واکاردین^۵، ۱۹۸۶: ۷۳ نقل شده در بیکر^۶، ۲۰۰۴: ۲۰۶)؛ در حالی که موجب شده است تا کودکان از درک جنبه ی مهمی از هویت خود، محروم شوند و همین طور طبیعت جنسی در حال رشد آن ها سرکوب گردد (کیلی و موننگمری، ۱۳۹۶: ۱۷۲). با این همه با هر نگاه به موضوع کودک و امر جنسی، توجه به مساله جنسی سازی مهم و محرز است. برای نمونه راش و لاناوز^۷ (۲۰۰۶: ۲-۳) که گزارشی مشهور در باب جنسی سازی دختران در استرالیا تهیه کرده اند و به دلیل تعلق به گفتمان معصومیت مورد انتقاد واقع شدند، در هر دو پژوهش خود اذعان کردند که موجودیت جنسی کودک را انکار نمی کنند و رشد جنسی انسان هم از کودکی آغاز می شود؛ با این همه در نهایت تاکید کردند که جنسی سازی، جهش ناسالمی را به سوی پایان این فرآیند رشد ایجاد می کند و از این جهت نگران کننده است.

1 Freud

2 Egan

3 Robinson

4 Jackson & Scott

5 Walkerdine

6 Baker

7 Rush & La Nauze

۲- از جنسی سازی تا خودجنسی سازی

مساله تعریف در موضوع جنسی سازی تا آن جاست که براگ در این باره می گوید «به رغم سر و صدای زیاد موضوع، هنوز تعریف مشخصی از جنسی سازی وجود ندارد، و در عمل مشخص نیست وجه تمایز میان آن چه ذاتا سکسی است و آن چه سکسی شده است چیست». وی ادامه می دهد در مورد جنسی سازی کودکان معمولا به ناچار به تعاریف روانشناختی رجوع می شود، و رویکرد اغلب مقالات به موضوع هم فرآیندی همچون تلقیح است که در آن کودک موجودی منفعل است که قدرت معنا سازی ندارد (براگ^۱ و دیگران، ۲۰۱۱: ۲۸۰).

جنسی سازی بنا به تعریف انجمن روانشناسی آمریکا^۲ (۲۰۰۷: ۱)، می تواند به ۴ صورت اتفاق افتد: ۱- وقتی که ارزش یک شخص با حذف سایر ویژگی های او، صرفا از ظاهر و رفتار جنسی اش نشأت بگیرد. ۲- وقتی انسان در بند استانداری قرار بگیرد که جذابیت فیزیکی را با جنسی بودن یکسان فرض می کند. ۳- وقتی تمایلات جنسی بر یک شخص به نحو نامناسبی تحمیل شود. ۴- وقتی فرد به جای این که انسانی با توانایی تصمیم گیری و عمل مستقل به حساب آید، به چیزی برای استفاده ی جنسی دیگران تبدیل شود. این صورت آخر از جنسی سازی، با عنوان شیء انگاری جنسی^۳ نیز شناخته می شود؛ با این حال مفهوم مذکور، مترادف دقیق جنسی سازی نیست.

اصطلاح شیء انگاری^۴ نیز در عرض جنسی سازی، مفهومی کلان بوده و به طور کلی دال بر این است که با آنچه شیء نیست، به مثابه ی یک شیء رفتار شود (نوسبام^۵، ۱۹۹۵: ۲۵۷). شیء انگاری در نگاه نوسبام (همان)، با هفت مفهوم درگیر است: ۱- نگاه ابزاری (Instrumentality)، ۲- انکار قدرت (Denial of autonomy)، ۳- بی اثری (Interess)، ۴- تعویض پذیری (Fungibility)، ۵- قابلیت غصب (Violability)، ۶- مالکیت (Ownership)، ۷- انکار سوژگی (Denial of Subjectivity).

شیء انگاری پس از نوسبام، در مقاله ای از فردیکسون و رابرتز^۶ (۱۹۹۷)، در قالب یک تئوری بیان شده است. با این حال همانطور که در طی نوشته ی ایشان دیده می شود، واژه ی پر کاربرد و از طرفی مورد نظر این دو، شیء انگاری جنسی است که طبق نگاه کلان نوسبام، نمی تواند معادل

1 Bragg

2 APA

3 Sexual Objectification

4 Objectification

5 Nussbaum

6 Fredrickson & Roberts

شیءانگاری تلقی شود. البته نظریه پردازان دیگر نیز، شیءانگاری و شیءانگاری جنسی را متمایز از یکدیگر دانسته اند (چوی و دلونگ^۱، ۲۰۱۹). شیءانگاری جنسی اما در تلاقی جنسی سازی و شیءانگاری قرار می گیرد. در فرآیند مذکور، بدن (زن)، به عنوان شیء برای لذت و استفاده ی دیگران بازنمایی می شود (اسلاتر و تیگمان^۲، ۲۰۰۲: ۳۴۳). در نتیجه وضعیتی به وجود می آید که در آن، این بدن معادل با رضایت جنسی ای که ایجاد می کند، ارزشمند تلقی می گردد (هال و دیگران^۳، ۲۰۱۲: ۲). در شیء سازی جنسی، انسان به بدن و یا اعضای جنسی خود تقلیل پیدا کرده و با آن به مثابه ی ابزار رفتار می شود (بارتکی^۴، ۱۹۹۰: ۲۶). بر این اساس شیءانگاری جنسی، صورت شدید جنسی سازی است.

در فرایند خودجنسی سازی، فرد ایده ی اصلی جنسی کردن را در خود درونی می سازد (استار و زوربرینگن^۵، ۲۰۱۹: ۵۱۵). اگر کسی مطلوبیت جنسی خود را با عزت نفس خویش مرتبط سازد، جذابیت فیزیکی اش را با مشخصه های جنسی پیوند زده و آن را مبنای ارزش خود تلقی کند و یا جنسیت خود را با استانداردهای محدود و مشخصی از زیبایی فیزیکی یکی کند، دچار خودجنسی سازی شده است (چوی و دلونگ، ۲۰۱۹: ۱۳۶۳). مهم آن است که بر خلاف جنسی سازی، این بار «خود» فرد است که تعریفی از خویش ارائه می دهد. به عبارتی، انسان می تواند به مثابه ی کارگزاری فعال حاضر شده و خود را جنسی کند (رابرتس و زوربرینگن^۶، ۲۰۱۳: ۱۶). با این حال همچون جنسی سازی، خودجنسی کردن هم می تواند شدت و عمق پیدا کرده و بنابراین، به خودشیءانگاری جنسی برسد. این وضعیت زمانی اتفاق می افتد که فرد (بدن) خود را از نگاه دیگری ببیند. خودشیءانگاری جنسی سبب می شود تا فرد، خود را به مثابه ی شیء ای جنسی که به آن نگریسته شده و ارزیابی می گردد (فردریکسون و رابرتس^۷، ۱۹۹۷: ۱۷۷)، در نظر بگیرد. هر چند کسانی چون چوی و دلونگ^۸ (۲۰۱۹: ۱۳۶۳)، خودشیءانگاری جنسی را مطرح کرده و آن را دال بر عاملیت فرد می دانند اما به نظر می رسد این مرحله از خودجنسی سازی، به شکل کاملاً متناقضی، آن عاملیت را از میان برده و فرد را هر چند با رضایت

1 Choi & DeLong

2 Slater & Tiggemann

3 Hall & Others

4 Bartky

5 Starr & Zurbriggen

6 Roberts & Zurbriggen

7 Fredrickson & Roberts

8 Choi & DeLong

خویش در مسیر ابژگی قرار می‌دهد؛ چنانچه بر همین اساس، شدت خودجنسی‌سازی در این مرحله، بیشتر دانسته شده است.

۳- بازنمود/ بازنمایی خود

در بحث از بازنمود خود، همواره به آراء گافمن رجوع می‌شود. گافمن (۱۴۰۰)، زیست بشری را چون صحنه‌ی تئاتری می‌بیند که افراد همواره در تلاش‌اند تا دیگران را تحت تأثیر قرار داده و نزد آنان، شکل ایده‌آلی از خود ارائه دهند. گافمن از لفظ «اجرا»^۱ برای اشاره به تمامی کنش‌های یک فرد در جهت هدفِ یادشده استفاده می‌کند (همان: ۲۶ و ۳۳). این ایده‌آل‌سازی و همین‌طور مدیریت تأثیرگذاری، ممکن است با «تأکید بر برخی حقایق و پنهان کردن برخی دیگر» همراه باشد (همان: ۷۶). در ابراز وجود هر انسانی، با دو نوع نمودی که اول، خودش ارائه داده و دوم از او صادر می‌شود، مواجهیم (همان: ۱۲). هر کسی تلاش می‌کند تا آن جنبه‌ی ثانوی ناآگاهانه را به دست بگیرد تا اعتبار آنچه را که از طریق جنبه‌ی قابل مدیریت او به دیگران می‌رسد، حفظ کند (همان: ۱۷). به همین ترتیب، «نما» به عنوان هر گونه تجهیزات بیانی در خلال اجرا اهمیت پیدا کرده که شامل محیط، قیافه و منش مجری می‌شود (همان: ۳۴-۳۶). در نهایت به نظر گافمن، «خود» هر کس نه علت که ماحصل همین صحنه و اجرای اوست (همان: ۲۸۲).

ایده‌ی اروینگ گافمن، مبنای نظری پژوهش‌های بسیاری حول فهم بازنمایی «خود» در بستر شبکه‌های اجتماعی بوده است. با این وجود، ثومیم^۲ تلاش می‌کند تا در مورد آنچه ناظر به «خود» در یک بستر رسانه‌ای شده بیان می‌شود، دقت بیشتری را به کار ببرد. او میان سه مفهوم اجرا، ارائه^۳ و بازنمایی^۴، تمایز می‌گذارد. در نگاه ثومیم (۲۰۱۲: ۶)، اجرای مطرح‌شده از سوی گافمن همواره و بدون هیچ محدودیتی رخ داده و لزوماً هم، آگاهانه نیست. همین‌طور در عبارات اجرا و نیز ارائه، پیش‌فرضی مبتنی بر وجود یک واسطه یا فرآیند میانجیگری نیست (همان). ثومیم لفظ بازنمایی را پیشنهاد می‌کند که مسأله‌ی میانجیگری یک شیء متنی را برجسته می‌سازد (همان). بنا بر همین، واسطه‌ی متنی نیز محدودیت داشته و همه‌جایی نیست (همان). مهم‌تر آن که بازنمایی خود، آگاهانه صورت می‌گیرد و فرض اصلی هر مشاهده‌گری که از طریق یک رسانه، متن و تصویر یک دیگری را دریافت می‌کند، این است که او با درجه‌ی بالایی از

1 Performance

2 Thumim

3 Presentation

4 Representation

هوشیاری و آگاهی - به ویژه در نسبت با ارائه‌ی خود در یک ارتباط چهره به چهره - چنین کنشی را انجام داده است (دابسون^۱، ۲۰۱۵: ۹). تومیم بحث از بازنمایی خود را با سوژگی پیوند می‌زند. در فرآیند یادشده، مردم عادی نیازی به اظهار شدن از سوی دیگران ندارند و این بار از جانب خودشان و به خاطر خودشان صحبت می‌کنند (تومیم، ۲۰۱۲: ۷). تومیم همچنین پیشنهاد می‌کند که به «بازنمایی خود» به عنوان یک ژانر نگریسته شود. ژانر مبتنی بر درک ضمنی و قرارداد است. این نکته در مورد بازنمایی‌های از خود افراد نیز صدق می‌کند که دارای همه یا بخشی از این مشخصه‌هاست: مردم عادی، مردم عادی در یک جامعه^۲، جامعه، احساس، تجربه، صداگذاری به صورت اول شخص، تاریخچه‌ی شخصی، جهان‌های داخلی، ایده‌ی یک "سفر" شخصی (واقعی یا استعاری)، دیدگاه فردی، صحبت با دوربین در نمای نزدیک، به صورت خانگی، خودساز، دفترچه یادداشت، زیبایی‌شناسی، عکس‌های خانوادگی و مصنوعات شخصی (همان: ۱۶۶-۱۶۷). بدین ترتیب مصادیق ژانر بازنمایی خود، از ویدئوهای اشخاص شناخته‌شده در یوتیوب گرفته تا نمونه‌های کمترشناخته‌شده و خاص در سایر بسترها، قابل مشاهده است (همان: ۱۶۸). همچنین در این مسیر، می‌توان ضمن برجسته ساختن تفاوت ناشی از میانجیگری‌های مختلف، نوع بازنمایی خود افراد را هم مورد توجه قرار داد (همان: ۱۶۷).

۴- بازنمایی جنسیت و ابژه‌انگاری زنان

بعد از دستیابی به حقوق شهروندی برابر با مردان، هدف موج دوم فمینیسم، اثرگذاری بر روی بازنمایی‌های فرهنگی آن هم به نفع زنان مطرح شد (بارکر، ۱۴۰۱: ۴۷۷). از اوایل دهه‌ی ۷۰، تحقیقاتی درباره نحوه بازنمایی زنان و جنسیت با تمرکز بر طیف گسترده‌ای از رسانه‌ها چون تلویزیون، فیلم‌ها، روزنامه‌ها، رمان‌ها و مجلات آغاز شد (دابسون^۳، ۲۰۱۵: ۲۵). نتیجه‌ی مطالعات اولیه‌ی فمینیست‌ها در تحلیل محتوای رسانه‌ها نشان داد که زنان، در موقعیت ابژه به نمایش درآمده‌اند. همانطور که ون زونن^۴ (۱۹۹۱: ۳۵) نیز اشاره می‌کند، «تجزیه و تحلیل محتواهای کمی متعدد، نشان داده که زنان به ندرت در رسانه‌های جمعی ظاهر می‌شوند و آن هم در قالب همسر، مادر، دختر، معشوقه، کارمند در مشاغل سنتی زنان چون منشی و پرستار و یا یک شیء جنسی است». به عبارت دیگر، زنان یا در عرصه‌های اجتماعی حضور ندارند یا اگر هم هستند، با

1 Dobson

2 Community

3 Dobson

4 Van Zoonen

جذابیت جنسی و اشتغال به امور خانگی موجودیت پیدا می‌کنند (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴۲). این زنان، در مقابل مردانی که همواره قدرتمند، مسلط، مقتدر و فعال به تصویر کشیده شده، تابع، تسلیم و منفعل هستند (همان: ۲۴۶). آن‌ها هرگز موقعیت سوژه را اشغال نکرده و همواره، به جای این که خود نگاه کنند، مورد نگاه خیره‌ی مردان قرار می‌گیرند (کیس ۱، ۱۹۹۸: ۱۲۰ نقل‌شده در دابسون ۲، ۲۰۱۵: ۲۸). به همین واسطه، می‌توان از شیء‌شدگی^۳ زنان صحبت کرد. در نگاه فردریکسون و رابرتس^۴ (۱۹۹۷: ۱۷۴)، شیء‌شدگی وقتی اتفاق می‌افتد که کسی به بدن خود تقلیل یابد که آن هم مطابق با استفاده‌ی دیگران ارزشگذاری می‌شود. مورد نگاه خیره قرار گرفتن به ویژه در رسانه‌های تصویری، امکان شیء‌شدگی را بالا می‌برد (همان: ۱۷۵) و در نتیجه نگاه یک ناظر در زنان درونی شده و با تمرکز بر بدن، حالت‌های انگیزشی و کیفیت زندگی‌شان تحت تأثیر قرار می‌گیرد (همان: ۱۸۳-۱۸۴). از همین روست که «شیء‌سازی جنسی هم نوعی ظلم جنسی هست و هم میزبان دیگر اشکال ظلم» (فردریکسون و رابرتس، ۱۹۹۷: ۱۷۴).

فمینیست‌های لیبرال خواستار «بازنمایی واقع‌بینانه از زنان و ایجاد فرصت‌های شغلی برای ایشان در صنایع رسانه‌ای» (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۵۰) شدند. فمینیست‌های سوسیال، بر چگونگی ساخت ایدئولوژی‌های زنانگی در رسانه‌ها و این که ایدئولوژی‌های مذکور به نفع چه کسانی هست تمرکز کرده و در این راه از رویکردهای ساختارگرایی و نشانه‌شناسی بهره بردند (ون زونن^۵، ۱۹۹۱: ۳۹). فمینیست‌های سوسیال، تغییر اوضاع را علاوه بر حذف سرمایه‌داری و ایدئولوژی پدرسالارانه (بارکر، ۱۴۰۱: ۴۷۸)، در اصلاح ساختار رسانه‌ای و نیز تولید رسانه‌های زنانه‌ی جدا می‌دیدند (ون زونن، ۱۹۹۱: ۳۹). فمینیست‌های پس‌اساختارگرا هم جنسیت و هم جنس را به عنوان برساخته‌های گفتمانی مطرح کرده و ارتباط میان بازنمایی با بازتاب جهان واقعی را زیر سؤال بردند (بارکر، ۱۴۰۱: ۴۸۰). پس‌افمینیسم اما با عاملیت زنان شناخته می‌شود. زنان این دوره، ضمن راه یافتن به عرصه‌ی تولید رسانه‌ای، «حق دارند که از زندگی فرهنگی خود آن گونه که دوست دارند، لذت ببرند» (بارکر، ۱۴۰۱: ۴۸۲). در پس‌افمینیسم، عاملیت و انتخاب زنان محوریت دارد (دابسون^۶، ۲۰۱۵: ۲۹). همچنین زنانگی این دوره، در تقابل با زنانگی ضعیف قبلی، با قدرت،

1 Case

2 Dobson

3 Objectification

4 Fredrickson & Roberts

5 Van Zoonen

6 Dobson

توانمندی و اعتماد به نفس شناخته می‌شود (همان). با این حال، همچنان گفتمان شیء‌شدگی و حتی این بار، جنسی شدن برجسته است و حتی از خودشیء‌سازی^۱ و خودجنسی‌سازی^۲ زنان سخن به میان می‌آید.

روش پژوهش

در راستای پاسخ به پرسش اصلی، در پژوهش حاضر از ترکیب دو روش کیفی نشانه‌شناسی و تحلیل مضمون، استفاده شده است. نشانه‌شناسی به عنوان یک روش بصری انتقادی قابل استفاده است؛ چرا که به قول رز (۱۳۹۷: ۱۴۳)، جعبه‌ی کاملی از ابزارهای تحلیلی، جهت فهم معنا و عملکرد تصویر ارائه می‌دهد. همچنین نشانه‌شناسی به وجه اجتماعی متن از جمله تصاویر توجه دارد (رز، ۱۳۹۷: ۱۹۰). برای این روش، شیوه‌های متعددی وجود دارد که در پژوهش حاضر، نشانه‌شناسی فیسک به واسطه‌ی دقتی که در تجزیه و تحلیل تصاویر متحرک دارد، انتخاب شده است. جان فیسک (۱۳۸۰: ۱۲۸) برای فهم نشانه‌ها و معنای موجود در متن، آن را در سه سطح تحلیل می‌کند. این سطوح شامل واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی می‌شود (جدول شماره ۱).

جدول ۱- سطوح نشانه‌شناسی فیسک

سطح تحلیل	نوع رمزگان	نمونه‌ها
واقعیت	اجتماعی	ظاهر، لباس، چهره پردازی، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سر و دست، صدا
بازنمایی	فنی	دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و صدایبرداری
ایدئولوژی	ایدئولوژیک	مفاهیم و ایده‌های کلان چون پدرسالاری، فردگرایی، طبقه‌ی اجتماعی، مادی‌گرایی

همچنین همانطور که اشاره شد، در ترکیب با نشانه‌شناسی فیسک، از تحلیل مضمون نیز استفاده شده است. تحلیل مضمون، از جمله شیوه‌های متن‌پژوهی است که در آن، داده‌های موجود در متن، استخراج و سپس مقوله‌بندی و تلخیص شده، ذیل مفاهیم یا مضامینی کلی مطرح می‌گردد (شیخ‌زاده و بنی‌اسد، ۱۳۹۹: ۷۹). آنچه در مورد تحلیل مضمون اهمیت دارد، عدم تعلق آن به یک چارچوب نظری مشخص است. به همین واسطه نیز، امکان استفاده از آن در

1 Self-Objectification

2 Self-Sexualization

امور مختلف وجود دارد (همان). همچنین خصیصه‌ی مذکور، سبب می‌شود تا به قول کلارک و براون^۱ (۲۰۱۷: ۲۹۷)، تحلیل مضمون بیشتر روشی به مثابه‌ی یک تکنیک و ابزار بوده و امکان بحث روش‌شناختی در مورد آن وجود نداشته باشد. کیفیت بهره‌گیری از تحلیل مضمون در این پژوهش هم بیشتر به عنوان تکنیک بوده است. به دلیل نوع متن مورد مطالعه (ویدئو)، تعداد بالای نمونه‌ها و نیز انفصال آن از یکدیگر، پس از نشانه‌شناسی ویدئوها، مفاهیم کلان برخاسته از آن‌ها در ترکیب با هم تلخیص شده و ذیل تعدادی مضمون قرار گرفته است. لازم به ذکر است که این ترکیب، در راستای دستیابی به ایده‌ای مشخص بر مبنای داده‌های به دست‌آمده از این پژوهش، ضرورت داشته است.

نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها

داده‌های پژوهش از شبکه‌ی اجتماعی آپارات گردآوری شده است. آپارات، اولین سایت اشتراک ویدئوی ایران به شمار می‌رود^۲ که از فرم یوتیوب پیروی می‌کند. آپارات طبق رتبه‌بندی الکسا تا سال ۱۴۰۰، رتبه‌ی اول وب‌سایت‌های ایرانی بوده است (آپارات، ۱۴۰۰: ۱۳). طبق آمار آپارات، ۷۱۵ درصد کاربران آن تا سال ۱۴۰۰، زیر ۱۸ سال سن داشته‌اند (به نقل از فرهیختگان، ۱۴۰۰). هر چند آپارات قوانینی ناظر به محتوای ویدئوهای آپلودشده دارد اما استفاده از آن، محدودیت سنی نداشته و هر کسی می‌تواند با تولید ویدئو در آن، درآمد کسب کند.

در این سرویس، تنها فیلترهای جست‌وجو، تاریخ و کیفیت ویدئوهای آپلودشده هستند و نمی‌توان به رتبه‌بندی مشخصی از محتواهای پربازدید و نیز کاربرانی که تعداد دنبال‌کنندگان زیادی دارند، دست یافت. همچنین آپارات، فاقد آمار به روز از کاربران خود در گروه جمعیتی کودکان است. با این توضیح و با در نظر گرفتن تمامی کودکان دختر فعال در آپارات به عنوان جامعه‌ی پژوهش، از میان آن‌ها به شکل هدفمند نمونه‌گیری شده است. در این نوع نمونه‌گیری بر اساس قضاوت پژوهشگر مبنی بر این که کدام نمونه‌ها برای دستیابی او به اهدافش مناسب‌تر است، انتخاب صورت می‌گیرد (بلیکی، ۱۳۹۹: ۲۶۷). در این موارد معمولاً شناسایی جامعه‌ی اصلی غیرممکن (همان: ۲۶۶) و یا گستره و ویژگی‌های آن، نامشخص است (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۴۱). نمونه‌گیری قضاوتی تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که داده‌ی جدیدی به دست نیامده و یا به اصطلاح اشباع نظری اتفاق بیفتد (همان). در پژوهش کنونی نیز، تعداد دنبال‌کنندگان و

1 Clarke & Braun

2 <https://www.aparat.com/info98>

همین‌طور بازدید ویدئوها، محوریت نداشته و صرفاً داده‌های برآمده از ویدئوهای آنان مورد توجه بوده است. تنها ملاحظه‌ی صورت‌گرفته، حداقل یک سال فعالیت در آپارات و نیز بارگذاری ویدئو در بازه‌ی زمانی یک ماه پیش از نمونه‌گیری بوده است. با این شیوه، ۶ کودک دختر انتخاب شده و از میان ویدئوهای آن‌ها نیز، در مجموع ۵۴ ویدئو مورد تحلیل قرار گرفته است. این کودکان در زمان انجام پژوهش، میان ۱۲ تا ۱۵ سال سن داشته‌اند که بسته به زمان آغاز فعالیتشان در آپارات، این بازه سنی کمتر نیز می‌شود. لازم به ذکر است که اطلاعات مذکور، از میان توضیحات و یا ویدئوهای موجود در صفحه‌ی شخصی آن‌ها، استخراج شده است.

به رغم انتشار عمومی داده‌ها، از آن جا که کاربران مطالعه شده در بازه سنی کودک دسته‌بندی شده‌اند و با توجه به موضوع خودجنسی‌سازی که از موضوعات حساس و مهم در تحقیقات است^۱، جدول مشخصات کاربران مطالعه‌شده (شامل نام کاربری، آدرس صفحه، تصویر پروفایل، سن در زمان انجام پژوهش، تاریخ آغاز فعالیت در آپارات، تعداد پست‌های تحلیل شده) در پیوست مقاله و جهت رؤیت ارزیابان ضمیمه شده و در متن مقاله آورده نشده است (جدول شماره ۱ در بخش پیوست)^۲. همچنین تصویر پنج ویدئو که به عنوان نمونه در متن تحلیل شده‌اند، در پیوست آمده است (جدول شماره ۲ در بخش پیوست).

یافته‌ها

رمزهای برآمده از نشانه‌شناسی ویدئوهای کودکان، ذیل پنج مفهوم کلان که به یک مفصل‌بندی ایدئولوژیک منتهی می‌شوند به دست آمده است. برای هر کدام از این‌ها یک ویدئو به عنوان نمونه در متن مقاله آمده و تحلیل شده است. لازم به ذکر است که ویدئوها اغلب در بردارنده‌ی چندین رمز ایدئولوژیک بوده که بنا بر برجسته‌ترین آن، نمونه‌ای انتخاب شده و در متن مقاله ذکر گشته است. آن‌چه از مجموع این ایده‌های مضمّر در متن پست‌ها به دست آمده، نشان می‌دهد پرکتیس روزمره کودکان در فضای آپارات، در سطح ایدئولوژیک، حاوی ترجیح زنانگی به دخترانگی، اغواگری و تلاش برای جلب نگاه خیره، محدود کردن زیبایی به استانداردهای مرسوم، زیست روزمره‌ی جنسی‌شده و نیز مشارکت فعال در بازار ترویج جنسی شدن است.

۱ برای مرور بر مباحث اخلاقی پژوهش در موضوع کودکان بلاگر، به فولی (۲۰۱۳) مراجعه شود.

۲ بنابراین در بخش یافته‌ها هر جا به نام کاربر اشاره شده نام مستعاری برای آن کودک به کار رفته و از استفاده از نام اصلی وی احتراز شده است.

۱- زنانگی به مثابه‌ی امر ایده‌آل در برابر دخترانگی

در ویدئوهایی که با مقایسه‌ی ظاهر کودکان‌های یک دختر و نیز ظاهر زنانه‌ی او همراه بوده، همواره زنانگی ارجح دانسته شده است. در این میان تقلید و حسرت جهان کودکی کاربران به دنیای زنانه، عمدتاً به مشخصات جنسی موجود در ظاهر زنانه مرتبط است. نکته این‌جاست که در این فرا‌روی از بازه‌ی سنی که در نگاه‌هایی می‌تواند امری طبیعی در فرایند هویت‌یابی کودکان به مرحله بزرگسالی باشد، عمدتاً به مشخصات جنسی زنانه که خود در سطح اجتماعی، ایدئولوژیک و برساخته‌ای نابرابر و ضعیف‌ساز است، تاکید می‌شود. در این‌جا زنانگی نه از آن باب که الگویی در فرایند رشد است، بلکه به عنوان مرحله‌ای که تنها با دال‌های جنسی‌اش معنادار و مطلوب است، تقلید می‌شود. نارضایتی کودکان از «آن‌چه هست» با تبدیل به «زن جنسی‌شده» و «آن‌چه باید باشد» برطرف می‌شود. نمونه‌های فراوانی از این رمز ایدئولوژیک در میان ویدئوهایی که با ژانر «چالش‌های تغییر» تولید می‌شوند، موجود است. واضح است که چنین هویت‌یابی‌ای، حرکت در مسیری فرهنگی و تاریخی، از پیش موجود و حتمی است و نمی‌تواند به روند کلی و طبیعی رشد کودکی تعبیر شود.

تحلیل ویدئو (جدول شماره ۲): این ویدئوی^۱ سارا، به یک چالش تغییر کوتاه اختصاص دارد. او در صحنه‌ی اول، بلوزی صورتی بر تن دارد؛ در حالی که موهای بلند خود را باز گذاشته و آرایشی بر چهره ندارد. وی حرکت بدنی خاصی نیز از خود نشان نمی‌دهد. به نظر می‌رسد از فیلتر هم استفاده نکرده است. علاوه بر این، صدای روی تصویر، صدای زمخت مردانه‌ای است که قابل فهم نیست. با این حال وقتی سارا دو دست خود را جلو آورده و بر هم می‌زند، همه چیز تغییر می‌کند. در صحنه‌ی دوم، او یک لباس مشکی با یقه‌ای کاملاً باز پوشیده و علاوه بر مرتب کردن موهایش، رژ لب نارنجی هم بر لب زده است. رنگ مشکی بر قدرت دلالت می‌کند (آیزمن، ۱۳۹۵: ۶۳) و در صحنه‌ی دوم در ترکیب با رنگ نارنجی و همین‌طور بنفش که حاصل استفاده از فیلتر است، پیامی شهوانی و محرک را منتقل می‌کند (همان: ۸۴). علاوه بر این، آن صدای روی تصویر نیز در صحنه‌ی دوم، به صدای زنانه‌ی واضحی، تغییر می‌یابد. همچنین قابل توجه است که برخلاف تصویر اول، سارا در صحنه‌ی دوم، لبخند بسیار کوتاهی زده و همزمان دست چپش را روی مویش می‌کشد که این امر می‌تواند در کنار پیام حاصله از ترکیب رنگی، موی بلند

او را هم، به ابزار اغوا تبدیل کند (دایر^۱، ۲۰۰۹: ۷۸). به این ترتیب دو چهره از سارا، با یکدیگر مقایسه می‌شود؛ جایی که او صورت ساده‌ی یک کودک دختر داشته و به مانند بسیاری از همسالان هم‌جنس خود، یک لباس صورتی پوشیده و موهایش هم شاید کمی نامرتب جلوه کند و در مقابل، صحنه‌ی دیگری که او را در قامت زنی نشان می‌دهد که جذابیت او، قدرت اوست و نمی‌توان در برابر آن مقاومت کرد. با این حال آنچه مورد ترجیح اوست و می‌توان آن را به واسطه‌ی لبخند رضایت و نوازش موها تشخیص داد، ظاهر زنانه است.

جدول ۲- تحلیل ویدئوی سارا

رمزگان ایدئولوژیک	رمزگان فنی	رمزگان اجتماعی
زنانگی به مثابه‌ی وجودی قدرتمند و شهوانی قیاس دخترانگی و زنانگی و ترجیح زنانگی به عنوان امر ایده‌آل	ثبات زوایه‌ی دوربین و نوع نما در هر دو صحنه: نمای متوسط و زاویه‌ی از بالا به پایین در هر دو تصویر خبره به دوربین است استفاده از فیلتر تیره‌کننده در صحنه‌ی دوم ناظر به صدای روی تصویر، صدای صحنه‌ی اول، صدای مردانه و ناواضح است؛ در حالی که در صحنه‌ی دوم، این صدا به صدایی زنانه و واضح تغییر پیدا می‌کند.	صحنه‌ی اول: بلوز صورتی بر تن/ موهای باز و چتری‌های با فاصله بر روی پیشانی/ صورت بدون آرایش و لب‌های بی‌رنگ صحنه‌ی دوم: لباس مشکی با بقعه‌ی کاملاً باز/ موهای مرتب و چتری‌های بدون فاصله/ آرایش صورت و لب‌های نارنجی پررنگ
		در صحنه‌ی اول و دوم، خبره به دوربین است. تغییر صحنه با دست زدن متقابل دوربین در صحنه‌ی دوم، لبخند کوتاهی زده و با دست چپ خود، موهایش را نوازش می‌کند.

۲- زیبایی در چارچوب استانداردهای جنسی

گذشته از آن که بیش‌مشغولی به زیبایی به بیان ناومی وولف^۲ (۲۰۰۲: ۵۳) «همچون زالویی، زمان، پول، اوقات فراغت و اعتماد به نفس زنان و دختران را مصرف می‌کند»، یکی از مواردی که ذیل

1 Dyer

2 Naomi Wolf

خودجنسی‌سازی قرار می‌گیرد، محدود کردن زیبایی به معیارهای مرسوم است. محققان بسیاری به ربط وثیق استاندارد شدن زیبایی و جنسی‌سازی اشاره کرده‌اند. وقتی که فردی جنسیت خود را با استانداردهای مشخصی از جذابیت همسو کند، دچار خودجنسی‌سازی شده است (رابرتس و زوربریگن^۱، ۲۰۱۳: ۱۶). درونی شدن این معیارها می‌تواند بعد ساختگی آن را از میان برده و فرد را به این باور برساند که این معیارها، ایده‌آلی دست‌یافتنی است (مک‌کینلی و هاید^۲، ۱۹۹۶: ۱۸۳). در پست‌های مورد مطالعه، تعریف مشخص از زشتی و پیروی از استانداردهای زیبایی مشهود است. به علاوه در این پست‌ها کودک موازنه‌ای میان زیبایی و سکسی بودن برقرار می‌کند، برای زیبا بودن، باید سکسی بود و هر که زیباست، سکسی است؛ در مقابل، هر کس با معیارهای بازار امروز زیبا نیست، جنسی هم نمی‌تواند باشد. این پست‌ها نه تنها در مفهوم بلکه در فرم ارائه نیز عمدتاً با ایجاد رابطه‌ی تناقض^۳ به نفع هرگونه دیگربودگی می‌پردازند. نکته این جاست که این زیبایی استاندارد و جنسی شده وقتی در کنار پرفورمنس‌های دیگر کودکان قرار می‌گیرد - که منحصر در پرکتیس‌های هموند و مشابه خلاصه شده است - معنای جنسی این زیبایی را مورد تأکید قرار می‌دهد: تجمیع رمزها در کنار یکدیگر معنای این رمز را بازتایید و همدستی ایدئولوژیک‌شان را آشکارتر می‌کند. به بیان فیسک (۱۳۸۸: ۲۶۱) این کودکان «عمدتاً کار دیگری نمی‌کنند و هر چه هست و نیست همان وضع ظاهرشان است: منفعل، کودکانه و رام».

تحلیل ویدئو (جدول شماره ۳): در این ویدئو^۴ و در صحنه‌ی اول چالش، نسرين با ظاهری آشفته دیده می‌شود. موهای او به‌هم‌ریخته بوده و صورتی پرمو، با ابروهای پیوندی، و یک خال هم در صورت دارد. نسرين همچنين یک تی‌شرت شلوغ نخی به همراه شلوار مشکی مچ‌دار پوشیده و پاپوشی راحتی نیز به پا دارد. به نظر می‌رسد که او از ظاهر خود ناراضی است؛ دست لای موها برده، این طرف و آن طرف را نگاه می‌کند و زانوی خود را در بغل می‌گیرد. وقتی پای نسرين به جلوی دوربین آمده و عقب می‌رود، یک تغییر کامل در ظاهر او اتفاق می‌افتد. موهای او به یک طرف آویخته و مرتب می‌شود. همین‌طور صورت نسرين به صورتی بی‌مو، بدون خال و

1 Roberts & Zurbriggen

2 McKinley & Hyde

۳ استفاده‌های گسترده از فیلتر روی چهره بیش و پس از آرایش و تغییر چهره یکی از تکنیک‌های بیش‌برجسته کردن این تناقضات است. در این پست‌ها همچنین، کودک ویژگی‌های ظاهری طبیعی همچون بینی، موی صورت، رنگ پوست، وزنی بیش از معمول جهان مد و امثال آن را در مقابل معادل‌های بهینه‌شده‌اش قرار می‌دهد.

۴ جدول ۲ در بخش پیوست، تصویر شماره ۲

با آرایش و ابروهای مرتب بدل می‌گردد. لباسی که نسرین به تن دارد، شانه و پاهای او را به طور کامل نمایان کرده است. جوراب توری یا فیشنت، پوششی دانسته می‌شود که برای نمایان کردن جذابیت‌های جنسی به کار می‌رود. بنابراین ظاهر ثانویه نسرین، با برجسته‌سازی مشخصه‌های جنسی او، از لبان سرخ گرفته تا بدنی نمایان همراه است. با این حال او از ظاهر دوم خود راضی بوده و حتی علامت پیروزی را نیز با دستان خود نشان می‌دهد. همچنین ترکیب این صحنه با موسیقی، ظاهر جدید نسرین را به عنوان بخش تاریک و دیده‌نشده‌ی او معرفی می‌کند. به این ترتیب، در مقایسه‌ی آن ظاهر اول که از مشخصه‌هایی شبیه به پست یکی دیگر از دختران مورد مطالعه برخوردار بوده، با ظاهر دوم که جنسی شده است، مقایسه‌ای میان زشت و زیبا رخ داده که نهایتاً زیبایی آن هم در چارچوبی استاندارد و دارای مشخصات جنسی برجسته، پیروز می‌شود.

جدول ۳- تحلیل ویدئوی نسرین

رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	رمزگان ایدئولوژیک
صحنه‌ی اول: موهای آشفته، صورت پرمو و دارای خال و ابروهای پیوسته/ تی‌شرت نخی با طرح شلوغ و تم رنگی مشکی، سفید و سرخابی به همراه شلوار مشکی مچ‌دار و دمپایی خردار راحتی صحنه‌ی دوم: موهای مرتب با فرق کج، ابروهای مرتب، صورت بدون مو و خال و همین‌طور با آرایش (لب)/ استفاده از گوشواره، پوشیدن بلوز لی با یقه‌ی کاملاً باز به همراه جوراب شلواری و ساق دست فیشنت، پوشیدن بوت مشکی بت‌دار و بلند	ثبات نما و زاویه‌ی دوربین در هر دو صحنه: نما، متوسط و زاویه نیز از بالا به پایین است. بخشی از آهنگ Darkside روی تصویر پخش می‌شود: Cross my heart and Welcome /hope to die to my darkside (به مرگ خود قسم می‌خورم/ به بخش تاریک من خوش آمدی)	تعریف زشتی و زیبایی مطابق با معیارها پیوند زیبایی با مشخصات جنسی ترجیح زیبایی استاندارد و پیروی از آن
رمزگان ظاهری		
رمزگان رفتاری		

رمزگان ایدئولوژیک	رمزگان فنی	رمزگان اجتماعی
		دست چپش را به علامت پیروزی، مقابل صورتش می‌گیرد؛ در حالی که لبانش را غنچه کرده است. نرگس دستش را پایین آورده و به دیوار پشت خود، تکیه می‌دهد/ چند لحظه‌ای در همان حال مانده و مجدد جلو می‌آید، لبخند زده هر دو دستش را تکان می‌دهد و به سمت چپ حرکت می‌کند.

۳- اغواگری

فریبندگی یا اغواگری، مفهوم کلان برآمده از تعداد قابل توجهی از پست‌های دختران مورد مطالعه است. این فریبندگی، به شکل کاملاً یکسانی صورت نگرفته و بسته به سطح واقعیت یا رمزهای اجتماعی موجود در تصویر، به دو گونه مشاهده شده است. در دسته‌ی اول، کودک در مقام اغواگر و بدون نقاب زن اجراگری می‌کند. فریبندگی در قامت یک کودک، موقعیتی است که در آن نشانه‌ها، به ویژه در حالت بدن و رفتار فرد حاکی از اغواگری او باشد؛ در حالی که این فرد، کودک بوده و با همان ظاهر معصوم کودکانه نیز مشغول به این کار باشد. موقعیت مذکور در ترکیب اغواگری و معصومیت، حامل یک تناقض است. در دسته دوم از فریبندگی، نشانه‌های اغواگرانه با ظاهری زنانه همراه شده و هر چند فاعل آن کودک است، ظاهر و عمل او، هم‌راستا و فاقد تناقض به نظر می‌رسد.

با این حال آنچه در هر دو نوع این اغواگری اهمیت دارد، خودشی‌انگاری جنسی موجود در آن است. رفتار فریبنده، تلاشی از جانب فرد برای جلب نگاه خیره‌ی دیگران بوده و به همین ترتیب، دال بر این است که انسان، خود را شی‌ای جنسی می‌بیند که باید بدان نگریسته و توجه شود (رابرتس و زوربرگن^۱، ۲۰۱۳: ۱۶). با این مبنا می‌توان، اغواگری را مصداق خودجنسی‌سازی عمیق کودکان دختر تلقی کرد.

در موارد بسیاری از ویدئوهای مورد مطالعه، کودک با نگاه متناوب به مخاطب مفروض و سپس نگاه به بدن خود، مخاطب را به سمت بدنش دعوت و اغوا می‌کند. بازی دوربین در اینجا این گونه است که به رغم برتری فنی در زاویه و ارتفاع دوربین، آن جایگاه غالب با تلاش کودک

برای جلب نگاه و توجه بیننده، توخالی می‌شود؛ به نحوی که کودک ویدئو، موقعیتی به عنوان یک ابژه پیدا می‌کند. در این جا گاه متن موسیقی (که حاوی دال‌های جنسی است) در همراهی با چنین نگاه، اغواگری را تشدید می‌کند. در این جلب نگاه، کودک در موارد بسیاری به بخش‌هایی از بدن همچون لب‌ها و بخش‌هایی از بدن که برهنه است (گرچه گاه طبق قواعد آپارات شطرنجی می‌شود) و در جهان بزرگسالان بیش جنسی شده است، اشاره می‌کند. این اغواگری در ویدئوهای بسیاری با دال‌هایی جنسی و اروتیک همچون لیسیدن آب نبات و یا لباس‌های خاصی همچون فیشنت همراهی می‌شود.

در این جا یک رفت و برگشت تکمیل‌کننده در فضای نابرابر اجتماعی در مسأله‌ی جنسیت اتفاق می‌افتد. اگر به بیان بسیاری از جمله فیسک (۱۳۸۸: ۲۶۱) جهان رسانه و تبلیغات با «آرایش و فنون عکاسی، معانی کودکانه را در چهره‌ی زنانه بازسازی می‌کنند»، از سوی دیگر منضم کردن اغواگری به کودکان، جنسی شدن کودکی را بازتأیید، بازتولید و تشدید می‌کند.

تحلیل ویدئو (جدول شماره ۴): حانیه در این ویدئو^۱، بر خلاف سایر ویدئوهای خود که در آن با آرایش کامل حاضر می‌شود، صورتی ساده دارد. لباس سفید بر تن کرده و عروسک خرسی سفیدی را که پیراهن ترمه‌ی آبی پوشیده، در آغوش گرفته است. موهای حانیه باز است و تاج کوچکی بر روی آن جلوه می‌کند. به نظر می‌رسد در این ویدئو، از فیلتری تیره‌کننده استفاده شده باشد. با این حال رنگ آبی و سفید این تصویر، ترکیبی از اطمینان و پاکی را به مخاطب منتقل می‌کند (آیزمن، ۱۳۹۵: ۴۳ و ۵۹). علاوه بر این موارد، در ابتدای ویدئو، حانیه به دوربین نگاه نمی‌کند و بخشی از صورت خود را پشت عروسک، پنهان کرده است. همین‌طور بر روی تصویر هر چند ناواضح، یک موسیقی انگلیسی در حال پخش است. تا به اینجا ما دخترکی معصوم و خجول را در تصویر می‌بینیم. با این حال در نیمه‌ی دوم ویدئو، حانیه صورتش را از پشت عروسک بیرون می‌آورد و عبارت واضح موسیقی Baby, I'm yours را چشم در چشم دوربین، تکرار می‌کند. اصطلاح Baby نیز، عبارتی است که برای ابراز محبت در میان بزرگسالان به کار می‌رود (رز، ۱۳۹۷: ۱۵۳). در این زمان نگاه حانیه، تبدیل به نگاهی فریبنده می‌شود (دایر^۲، ۲۰۰۹: ۷۹) و به همراه عبارت «من مال تو هستم» و چشمکی که در انتهای تصویر رو به دوربین می‌زند، اغواگرانه جلوه می‌کند. در یک لحظه، معصومیت و خلوص، با فریب و اغوا همراه

می‌شود. علاوه بر این با وجود فاصله‌ی حنانه با مخاطب و نیز جایگاه غالب او، طلب موجود در کلام و رفتارش، او را به ابژه‌ی طلب و نگاهی جنسی تغییر می‌دهد. پارادوکس دوم نیز با موقعیت ظاهری حنانه به عنوان سوژه و جایگاه حقیقی او به مثابه‌ی یک ابژه اتفاق می‌افتد.

جدول ۴- تحلیل ویدئوی حانیه

رمزگان ایدئولوژیک	رمزگان فنی	رمزگان اجتماعی	
معصومیت و سادگی کودکانه اما در آمیخته رفتار و گفتار اغواگرانه برخورداری از موقعیت فیزیکی سوژه اما دارای جایگاه حقیقی یک ابژه	نمای متوسط زاویه‌ی از بالا به پایین استفاده از فیلتر خاکستری بخش صدای Baby, I'm yours روی تصویر به معنای بچه؛ من مال تو هستم (بخشی از موسیقی I'm yours از ایزابل لاروسا)	رمزگان ظاهری	موهای باز با تاجی روی سر لباس سفید بر تن صورت ساده و بدون آرایش
		رمزگان رفتاری	عروسک خرس سفید با پیراهن ترمه‌ی آبی در آغوش در ابتدا به سمت چپ خیره شده است/ بعد به دوربین نگاه می‌کند. ما لب‌های دختر را نمی‌بینیم/ صورت خود را به عروسک چسبانده است. لبخند می‌زند/ مجدد به سمت چپ نگاه می‌کند. صورت را از پشت خرس بیرون می‌آورد و عبارت Baby, I'm yours را تکرار می‌کند. در انتهای عبارت، سرش را صاف کرده و چشمک می‌زند.

۴- زیست روزمره‌ی جنسی شده

وقتی ارزش‌های جنسی درونی شده باشد، فعالیت‌های معمول زندگی نیز با آن پیوند می‌خورد. این واقعیت را می‌توان با بیش جنسی شدن نیز مرتبط دانست؛ زمانی که ارزش جنسی محوریت پیدا کرده و عبارات و پوششی که فرد استفاده می‌کند نیز در راستای آن است (اینفوکوپ^۱،

۲۰۱۸). کودکان در ویدئوها، در گفتار، خرید، امور روزمره و حتی محیط زندگی، به ترتیب واژگان، محصولات، رفتارها و نیز تصاویر جنسی را به نمایش می‌گذارند. در استفاده از رسانه دو فرآیند وجود دارد که کم و بیش به طور همزمان عمل می‌کنند و با هم نتیجه‌ای را به وجود می‌آورند که بخشی از آن به حضور خود رسانه و بخشی به پیام‌های مورد استفاده بازمی‌گردد (مک‌کویل، ۱۳۸۵: ۱۴۰). در این‌جا حضور همه‌جایی خود رسانه نقش مهمی بازی می‌کند. آن مقاومت‌هایی بسیاری که به بیان ماروین^۱ «در مقابل ورود فناوری‌ای همچون تلویزیون به خانه» وجود داشته، در مقابل اینترنت به زودی رنگ باخته و شکست خورده است؛ این فناوری به بیان سیلورستون^۲ «اهلی و خانگی» شده و گویی در «مرحله ادغام چرخه‌ی سیلورستونی» قرار دارد (نقل‌شده در حبیبی و دیگران، ۱۴۰۲: ۱۱-۱۲). در اغلب ویدئوهای تحلیل شده، کودک در حال تولید محتوا در محیط خانه و اتاق خواب خود است. نکته این جاست که جنسی‌سازی کودک همپای رسانه‌ای شدن زندگی روزمره- رسانه‌ای که پیشاپیش از محتوای جنسی‌سازی زنان سرریز است- روزمره می‌شود. در این‌جا کودک با به نمایش گذاردن خرده‌کردارهای روزمره در مقابل یک شخص ناظر که دوربین آن را نمایندگی می‌کند، کنش‌های جنسی را به میان همی این فعالیت‌ها تزریق می‌کند.

تحلیل ویدئو (جدول شماره ۵): این پست دیگر^۳ از سارا، یک ولاگ درسی است. او در آغاز ویدئو، چتری‌های خود را شانه می‌زند؛ در حالی که یک نیم‌تنه و شلوار جین بر تن دارد. رنگ لباس سارا، مثل ویدئوهای دیگر او، مشکی است که علاوه بر این که بر قدرت دلالت می‌کند (آیزمن، ۱۳۹۵: ۶۳)، نشانگر تلاش کودک برای پوشیدن لباسی از جهان بزرگسالان است- طبق قواعد آپارات پوشیدن بسیاری از لباس‌ها که عموماً لباس‌هایی متناسب سن بزرگسالان است ممنوع است و در بسیاری از ویدئوها کودکان برای تغییر حالت از کودکی به زنانگی از لباس‌های سیاه‌رنگ استفاده می‌کنند- نمایی که ما از او می‌بینیم، نمایی متوسط و با زاویه‌ای از بالا به پایین است. هر چند سارا به مقابل خیره شده اما نیم‌نگاهی نیز به دوربین می‌اندازد. او در صحنه‌ی بعدی، از کشوی خود چیزی بر می‌دارد که در واقع یک لاک لب است و مشابه صحنه‌ی قبلی، مقابل دوربین ایستاده و آن را بر لبانش می‌زند و سپس، موهایش را نیز بالای سر می‌بندند.

1 Marvin

2 Silverstone

صحنه‌ی بعدی، نمایی نزدیک از آماده‌سازی خوراکی است که بعد از آن، سارا به سراغ کتابخانه رفته و کتاب و دفتری را از داخل آن بر می‌دارد. سپس هدفون بنفشی روی گوش گذاشته و مشغول به کار می‌شود. آنچه در صحنه‌های نگارش تکلیف این دختر جالب توجه است، آن لحظه‌ای است که علاوه بر کتاب و دست سارا، بخشی از صورت او نیز در تصویر دیده می‌شود. با این حال در ثانیه‌ی بعدی همین تصویر، تغییر قابل توجهی یافته؛ چرا که با فیلتر تیره‌کننده، پوست گندم‌گون سارا، سفید شده و لبانش نیز نارنجی شده است. او پس از بردن سگ خود به پارک، مجدد به سراغ کتابخانه آمده و به باقی کارهای خود مشغول می‌شود؛ اینجا نیز یک فیلتر بنفش روی تصویر قرار می‌گیرد که در ترکیب با مشکی و نارنجی، صحنه را به صحنه‌ای وسوسه‌برانگیز و تحریک‌کننده تبدیل می‌کند (همان: ۸۴). او همچنین قصد مطالعه دارد اما از آرایش غافل نمی‌شود. در صحنه‌ی انجام تکالیف نیز با یک فیلتر، لبان معمولی و صورت گندمگون خود را به شدت تیره می‌کند. آرایش، از جمله مواردی است که ذیل جنسی شدن دختران بدان اشاره می‌شود (راش و لاناوز، ۲۰۰۶: ۱۰). سارا جز نیم‌گاه ابتدای ویدئو، نگاهی به دوربین نمی‌کند، اما به نظر می‌رسد نگران از قضاوت دیگران بوده و تلاش می‌کند تا نگاه خیره‌ی ایشان را به بدن خود جلب سازد.

جدول ۵- تحلیل ویدئوی سارا (۲)

رمزگان ایدئولوژیک	رمزگان فنی	رمزگان اجتماعی	
جنسی شدن در زندگی روزمره تلاش برای دیده شدن و به نوعی خودشیء‌انگاری جنسی	نمای متوسط و دور به عنوان نماهای اصلی ویدئو نمای نزدیک؛ در هنگام تهیه‌ی خوراکی و نگارش تکلیف استفاده از فیلتر پررنگ‌کننده در دومین صحنه‌ی انجام تکلیف	نیم‌تنه‌ی مشکی با شلوار جین آرایش لب‌ها/ موهای بسته‌شده روی سر و چتری‌های روی پیشانی	رمزگان ظاهری
		در ابتدا چتری‌ها را مقابل دوربین شانه می‌کند؛ در حالی که خیره به آینه‌ی مقابل است. از داخل کشو، لاک لب برداشته و مجدد جلوی آینه لب‌ها را آرایش می‌کند و نیز موهایش را بالای سر می‌بندد؛ در حالی که نیم‌نگاهی نیز به دوربین دارد. آماده کردن خوراکی در آشپزخانه	رمزگان رفتاری

رمزگان اجتماعی	رمزگان فنی	رمزگان ایدئولوژیک
وقتی کتاب درسی را برمی دارد و می خواهد پشت میز بنشیند، یک هدفون بنفش از داخل کتو در آورده و روی گوش می گذارد. یک نمای کوتاه از نوشتن تکالیف در حالی که بخشی از صورت سارینا نیز پیداست، نشان داده می شود و سریع صحنه تغییر کرده و با وجود ثبات آنچه در کادر بوده، رنگ آن تیره می گردد؛ به نحوی که لب های سارینا، نارنجی پررنگ می شود. نشان دادن سگ خود و بغل کردن آن برداشتن کتاب از کتابخانه و مطالعه ی درس زبان	با تصویر خود سارینا استفاده از فیلتر بنفش در انتهای ویدئو استفاده از یک موسیقی انگلیسی بر روی ویدئو	

۵- کارگزاری بازار جنسی سازی

امروزه در دنیای بزرگسالان، سکسوالیته همان طور که محلی برای به چالش کشیدن جنسیت و سلسله مراتب قدرت است، اما همینطور به نحو فزاینده ای با پرکتیس های مصرفی همبسته می شود (هاو و ریگی^۱، ۲۰۰۹: ۳۰۳). یکی از گره گاه های ایدئولوژیک پرکتیس های کودکان در این ویدئوها هم، کارگزاری نمایشی کودک در بازار جنسی سازی است. فرایندی که در آن «مسائل بلوغ و تبدیل شدن دختر به زن در چارچوب کالاها حل و فصل و محدود می شود» (فیسک، ۱۳۸۸، ص. ۲۶۴). در این جا کودک به مثابه ی اینفلوئنسر، به آموزش و یا تبلیغ جنسی سازی می پردازد. سکسوالیته به تبعیت از آن چه موجود است وارد روابط بازار شده و ارزش مبادله به خود می گیرد؛ فرایندی که در آن جنسی بودن به چیزی قابل ارتقا و بهبود و موضوع رقابت بدل می گردد. و این در یکی از وجوه طبیعی زندگی به مسائلی همچون نابرابری دامن زده و داراها و ندارهای خودش را تولید می کند. علاوه بر این، بازار فقط مکان توزیع کالا نیست بلکه نوع نگاه به کالا را نیز نشان داده و تبلیغ می کند:

«این تداعی ها هستند که باعث فروش آبدو و ماشین لباسشویی می شوند. در الگوی فرهنگی ما اشیاء به تنهایی کافی نیستند و باید اعتبار خود را حتی اگر شده، تنها در خیال از همراهی با

یک مجموعه ارزش‌های اجتماعی و شخصی کسب کنند که ممکن است در یک الگوی فرهنگی متفاوت دسترسی به آن‌ها مستقیم‌تر و سراسرتر باشد. الگویی که ما داریم در یک کلام جادو است: نظام به شدت سازمان‌یافته و حرفه‌ای ترغیب و اقناع که از نظر کارکرد، بسیار شبیه نظام‌های جادویی جوامع ابتدایی است، اما به شیوه‌ای غریب با تکنولوژی‌های بسیار پیشرفته همزیستی دارد (ویلیامز، ۱۳۹۷: ۴۱۰).

ویدئوهای فراوان آموزش آرایش کردن، عمل به اصطلاح «آباکسینگ»، معرفی محصولات و کالاها، و تمناهای افزایش لایک و فالو از این دست‌اند.

تحلیل ویدئو (جدول شماره ۶): در این پست^۱ حانیه قصد دارد تا به قول خود، یک کاغذ دیواری کیوت (بامزه) را آموزش دهد. در آغاز ویدئو، یک صحنه از اتمام کار را می‌بینیم که در آن حانیه ایستاده و در حالی که لبان او سرخ است، کاغذی به دست دارد که پر از طرح لب صورتی است؛ همچنان که روی صورت او نیز، با کمک فیلتر، تعدادی زیادی لب سرخ دیده می‌شود. بعد از این آموزش آغاز می‌شود. این آموزش، صامت است و صدای روی ویدئو، یک موسیقی انگلیسی است. حانیه، موهای خود را بافته و بلوزی صورتی بر تن دارد که لبه‌ی آستین آن، مشکی بوده و روی آن love نوشته شده است. همچنین، گردنبندی به طرح کلید بر گردن انداخته و گوشواره نیز دارد. در ابتدا هیچ آرایشی در چهره‌ی حانیه دیده نمی‌شود. او یک کاغذ سفید و سپس یک رژ سرخابی و برق لب فانتزی را نشان می‌دهد. در ادامه، شروع به زدن رژ و روی آن برق لب می‌کند که بعد از پرنرنگ شدن لب خود، گویی که می‌خواهد بوسه بزند، آن را روی کاغذ فشار می‌دهد. حانیه در صحنه‌ی بعدی، به کل کاغذ اشاره می‌کند و سپس کاغذ او را می‌بینیم که پر از طرح لب شده؛ در حالی که بینی و چانه‌اش نیز سرخ شده است. حانیه فقط لبانش را برعکس کرده و دستی به روی بینی می‌مالد. در انتها نیز کاغذ دیواری او روی دیوار قرار می‌گیرد. طرح لب سرخ که حانیه آن را برای تزئین دیوار انتخاب کرده و زیبا یا به اصطلاح کیوت می‌داند، در واقعیت امر، نشانه‌ای بر اغواگری و جذابیت زنانه است. به این ترتیب او، این بار یک نشانه‌ی جنسی را برای محیط زندگی خود انتخاب کرده و مهم‌تر از این، قصد دارد تا با عنوان آموزش، ایده‌ی خود را به دیگران منتقل سازد. بنابراین، فراتر از درونی‌سازی ارزش‌های جنسی، این بار عمل صورت‌گرفته، در راستای جنسی‌سازی دیگران و تبلیغ این بازار است.

جدول ۶- تحلیل ویدئوی حانیه (۲)

رمزگان ایدئولوژیک	رمزگان فنی	رمزگان اجتماعی	
درونی شدن ارزش های جنسی انتقال ارزش های جنسی به دیگران	نمای متوسط و زاویه ی هم سطح از ابتدا تا انتهای ویدئو فقط در هنگام نشان دادن کاغذ نهایی، یک نمای نزدیک داریم. استفاده از فیلتر لب های قرمز بر روی صورت پخش یک موسیقی انگلیسی روی تصویر	پوشیدن بلوز صورتی آستین بلند با مچ مشکی که روی آن واژه ی انگلیسی عشق (LOVE) درج شده است. صورت ساده ی حانیه در ابتدای ویدئو/ استفاده از گوشواره و یک گردنبند به طرح کلید موهای بافته شده و آویخته بر روی یک شانه	رمزگان ظاهری
		حانیه چیزی نمی گوید و فقط به آن اشاره می کند. بعد از نشان دادن کاغذ، رژ و برق لب را نشان می دهد. به دقت رژ لب را روی لب می زند و سپس از برق لب استفاده می کند. چسباندن لب ها به کاغذ به مانند بوسیدن آن اشاره به کاغذ و چرخاندن دست روی آن لمس بینی سرخ شده از رژ آوردن دست جلوی دوربین و تغییر صحنه نشان دادن نتیجه و گرفتن آن روی دیوار	رمزگان رفتاری

نتیجه گیری

تاریخ انسان تداومی مستمر از جنسی سازی کودکان و آثار ناگوارش به ویژه در زندگی دختران پیش رو می نهد، اینترنت اما فضاهایی جدید برای مسیر جنسی سازی کودکان پدید آورده است. در ایران نیز سوای تغییرات کلان اجتماعی سال های اخیر که توجهات عمومی را به مسائلی همچون آموزش جنسی کودکان جلب کرده است، رخداد های متعددی نیز توجه جامعه را به مسأله ی جنسی شدن کودکان معطوف کرده و موجب مباحثاتی در حوزه عمومی ایرانی شدند. با این همه، نگرانی از جنسی شدن کودکی در ایران، در دغدغه های نظری غایب و در مناقشات عمومی، عمدتاً محدود به جنسی سازی آن از سوی دیگران بوده و به ورود فاعلیت کودکان و

فرآیند خودجنسی‌سازی توجهی نشده است. علاوه بر این، دغدغه‌های بالادستی و سیاستگذارانه، همچنان حاوی رویکرد ایجاد هراس‌های اخلاقی جدید و نیز نگاه‌هایی یکسره ایدئولوژیک نسبت به امر جنسی است.

نشانه‌شناسی پست‌های بخشی از کودکان دختر فعال در شبکه اجتماعی آپارات نشان می‌دهد کودکان با «اجرا» هایشان با یک واسطه متنی در تلاش‌اند تا خود را به شکلی ایده‌آل برای دیگری همیشه موجود ارائه دهند و ایده‌ی زن جنسی، یک صورتبندی ایدئولوژیک در پرکتیس روزمره این کودکان است. این صورتبندی چندین دال اساسی دارد:

زنانگی به مثابه‌ی امر ایده‌آل در برابر دخترانگی: تقلید وحسرت جهان کودکی کاربران به دنیای زنانه، عمدتاً به مشخصات جنسی موجود در ظاهر زنانه مرتبط است. در این فرازوی از بازه‌ی سنی که در نگاه‌هایی می‌تواند امری طبیعی در فرایند هویت‌یابی کودکان به مرحله بزرگسالی باشد، عمدتاً به مشخصات جنسی زنانه که خود در سطح اجتماعی، ایدئولوژیک و برساخته‌ای نابرابر و ضعیف‌ساز است، تاکید می‌شود. واضح است که چنین هویت‌یابی حرکت در مسیری فرهنگی و تاریخی و از پیش موجود و حتمی است و نمی‌تواند به روند کلی و طبیعی رشد کودکی تعبیر شود.

زیبایی در چارچوب استانداردهای جنسی: علاوه بر بیش‌مشغولی کودکان با زیبایی و ربط وثیق استاندارد شدن زیبایی و جنسی‌سازی، کودک موازنه‌ای میان زیبایی و سکسی بودن برقرار می‌کند، برای زیبا بودن باید سکسی بود و هر که زیباست سکسی است. این زیبایی استاندارد و جنسی شده وقتی در کنار پرفورمنس‌های دیگر کودکان قرار می‌گیرد که منحصرراً در پرکتیس‌های هموند خلاصه شده است معنای جنسی این زیبایی را تاکید می‌کند: تجمیع رمزها در کنار یکدیگر معنای این رمز را بازتایید و همدستی ایدئولوژیک‌شان را آشکاره‌تر می‌کند.

اغواگری: آن‌چه در اغواگری اهمیت دارد، همبسته بودن آن با خودشی‌انگاری جنسی است. در موارد بسیاری از ویدئوهای مورد مطالعه، کودک با همراهی نگاه، دوربین، موسیقی‌های با متن‌هایی گاه عمیقاً جنسی و آن «انحنای تسلیم شونده‌ی تن» به بخش‌هایی از بدن که در جهان بزرگسالان بیش‌جنسی شده است، دعوت و اغواگری می‌کند. در این‌جا یک رفت و برگشت تکمیل‌کننده در فضای نابرابر اجتماعی در مسأله‌ی جنسیت اتفاق می‌افتد: اگر به بیان برخی جهان رسانه و تبلیغات برای جنسی کردن زن معانی کودکانه را در آن تعبیه می‌کنند، از سوی دیگر منضم کردن اغواگری به کودکان، جنسی شدن کودکی را بازتایید و تشدید می‌کند.

زیست روزمره‌ی جنسی‌شده: در این‌جا حضور همه‌جایی خود رسانه نقش مهمی بازی می‌کند و جنسی‌سازی کودک، همپای رسانه‌ای شدن زندگی روزمره- رسانه‌ای که پیشاپیش از محتوای جنسی‌سازی زنان سرریز است- روزمره می‌شود. همچنین تمامی فضای زندگی روزمره‌ی کودک ذیل نگاه و استانداردهای شخص سوم جریان می‌یابد.

کارگزاری بازار جنسی‌سازی: یکی از گره‌گاه‌های ایدئولوژیک پرکتیس‌های کودکان در این ویدئوها، کارگزاری نمایشی کودک در بازار جنسی‌سازی و پیوند خوردن سکسوالیته با پرکتیس مصرفی است. در این‌جا کودک به مثابه‌ی اینفلوئنسر، به آموزش و یا تبلیغ جنسی‌سازی می‌پردازد. سکسوالیته به تبعیت از آن چه موجود است، وارد روابط بازار شده و ارزش مبادله به خود می‌گیرد؛ فرایندی که در آن جنسی بودن به چیزی قابل ارتقا و بهبود و موضوع رقابت بدل می‌گردد. و این به مسائلی همچون نابرابری، در یکی از وجوه طبیعی زندگی دامن زده و داراها و ندارهای خودش را تولید می‌کند.

با توجه به مجموع این رموزها به نظر می‌رسد حتی با شاخص انجمن روانشناسی هم بتوان گفت دستکم سه بند از چهار بند (بجز تحمیل واضح تمایلات جنسی) از درجات جنسی‌سازی در شکل‌گیری این صورتبندی ایدئولوژیک وجود دارد. خودشیء‌انگاری جنسی هم در نگاه ایزاری، انکار قدرت، بی‌اثری، تعویض‌پذیری، قابلیت غضب، مالکیت و انکارسوژگی کودکان نسبت به خود دیده می‌شود. اما «چنین بازنمایی‌ای را باید به عنوان یک قطعه از پازل بزرگ‌تری فهم کرد که شامل ساحات مختلفی از جامعه» هم می‌شود و همراه با رسانه یک کلیت همدست را می‌سازد؛ کلیتی اسطوره‌ای که «می‌گوید دختران به طور طبیعی مبدل به زن می‌شوند و به طرز چشمگیری از هر سوالی از این دست که چه جور زنی می‌شوند و این کار در خدمت کیست خودداری می‌گردد (فیسک، ۱۳۸۸: ۲۶۵)».

باید توجه داشت که بخش بزرگی از این بازنمایی از خود همان‌طور که ثومیم می‌گوید، یک خصلت ژانری است و وضعیتی دوگانه دارد. از یکسو خصلت‌های حاکم ژانری و ناشی از میانجی-گری‌های مختلف به حرکت به سمت بستار یافتن چنان طرح ایدئولوژیکی کمک می‌کند؛ از سوی دیگر همان‌طور که وی این گونه بازنمایی‌ها را با سوژگی پیوند می‌زند، می‌توان نوع بازنمایی خود افراد را هم مورد توجه قرار داد. همان‌طور که کار کسانی همچون خود فیسک (۱۹۸۹) درباره‌ی

دختران، پیچیدگی مصرف آنان را نشان می‌دهد.^۱ با این همه به نظر می‌رسد به رغم پتانسیل‌های فضای مجازی برای گزینشگری سوژه‌ی ایرانی و تحقق فردیتش، دموکراتیزه کردن فرهنگ، فائق آمدن بر تنگناهای ایجاد شده در فضای عمومی و نیز ایجاد امکان مقاومت سبک زندگی در برابر نظم مسلط، از آن‌جا که در این‌جا با موضوع کودک سر و کار داریم سویی «ادغام»، «درآمیختن» و «نقاب زدن» (فیسک، ۱۳۸۸: ۲۶۲) در جهان پدرسالار جنسی‌شده، در کنار سویه «مقاومت» اهمیت قابل توجهی دارد؛ و البته این را نمی‌توان با قدرت هراس‌های اخلاقی و یا سامانه‌ها و گفتمان‌هایی که خود یکسره ایدئولوژی‌کنند و سرکوب جنسی زنان و دختران را پیشفرض می‌گیرند و به جای این که خصلت مراقبت‌گری داشته باشند، آنان را آسیب پذیر می‌کنند، به سامان آورد. به علاوه باید توجه داشت رسانه‌هایی که در جهان بیش جنسی شده فعالیت می‌کنند، ژانرهایی تولید می‌کنند که قدرت بازتولید و رسوخ در هر پلتفرم مشابهی- ولو با عنوان بومی- را دارند.

منابع

- آپارات (۱۴۰۰). گزارش سالانه‌ی آپارات؛ تیر ۱۳۹۹ تا تیر ۱۴۰۰. آپارات.
<https://www.aparat.com/info00>
 آیزمن، لئاتریس. (۱۳۹۱). *روانشناسی کاربردی رنگ*. (ترجمه‌ی روح الله زمزمه). تهران: بیهق کتاب.
 استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه* (ترجمه‌ی ثریا پاک‌نظر). تهران: گام نو.
 اسدی، مریم. (۱۳۹۹). *نقش خانواده، هویت و رسانه‌های مجازی در بی‌بندوباری جنسی نوجوانان دختر*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم انسانی؛ دانشگاه آزاد اسلامی شهر قدس.
 بارکر، کریس. (۱۴۰۱). *مطالعات فرهنگی؛ نظریه و عملکرد* (ترجمه‌ی مهدی فرجی و نفیسه حمیدی). تهران: مؤسسه‌ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
 باب‌الحوائجی، نصرالله. (۱۳۴۱). *فروید چه می‌گوید*. تهران: دکارت.
 بلیکی، نورمن. (۱۳۹۹). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*. (ترجمه‌ی حسن چاوشیان). تهران: نی.

اکسانی همچون براگا و باکینگهام (۲۰۱۱) توجه را به این مساله جلب می‌کنند که بسیاری از نابسندگی‌هایی که در پژوهش‌های اثرات رسانه دیده و نقد شده، در این‌جا هم وجود دارد به ویژه در نگاه ساده‌انگارانه‌شان به پاسخ مخاطب. همچنین بی‌توجهی به بافت‌های فرهنگی اجتماعی سکسوالیته؛ دقت نداشتن به این که چگونه معانی جنسی شکل می‌گیرد و مورد مذاکره واقع می‌شود، این که چگونه کودکان متن جنسی را استفاده و یا تفسیر می‌کنند، و یا این که چرا هیچ‌کدام از گزارش‌های جنسی‌سازی کودکان به وجود مباحث کلان‌تری چون «جنسی سازی فرهنگ» دقت نمی‌کنند.

جنکس، کریس. (۱۳۸۸). *دوران کودکی*. (ترجمه‌ی سارا ایمانیان). تهران: اختران.

حبیبی، عباس؛ یزدانفر، سیدعباس؛ حمزه‌نژاد، مهدی و کاظمی، عباس. (۱۴۰۲). خانگی شدن رسانه‌ها، رسانه‌ای شدن خانه‌ها؛ فرهنگ مادی فناوری‌های رسانه‌ای و تغییرات خانه و فضاهای خانگی در ایران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۶(۱)، ۵-۴۷.

راودراد، اعظم و گیش‌نیزجانی، گلنار. (۱۳۹۶). گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای کاربران ایرانی شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام. *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال سوم، شماره‌ی ۱۰، ۲۵۹-۳۰۴.

رز، ژیلیان. (۱۳۹۷). *روش و روش‌شناسی تحلیل تصویر*. (ترجمه‌ی سید جمال‌الدین اکبرزاده‌ی جهرمی). تهران: پژوهشکده‌ی فرهنگ، هنر و ارتباطات.

سرافرازی، زهرا. (۱۳۹۵). *بررسی بازنمایی جنسیت در تصاویر سلفی در شبکه‌های مجازی*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی هنر و معماری؛ دانشگاه علم و فرهنگ.

شیخ‌زاده، محمد و بنی‌اسد، رضا. (۱۳۹۹). *تحلیل مضمون؛ مفاهیم، رویکردها و کاربردها*. تهران: لوگوس. عینی‌فر، مینا. (۱۳۹۵). *مطالعه شیوه‌های خود ابرازی زنان با عکس در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: اینستاگرام)*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم اجتماعی؛ دانشگاه تهران.

فره‌یختگان (۱۴۰۰). ۳۸ درصد کاربران آپارات بین ۱۸ تا ۳۴ سال سن دارند. روزنامه‌ی فره‌یختگان. <http://fdn.ir/63971>

فقیهی مقدس، نفیسه؛ مؤمنی‌راد، فهیمه و شریفی، سعید. (۱۳۹۸). *ارائه‌ی مدل رفتار منحرفانه‌ی جنسی نوجوانان دختر؛ تأملی بر رویکرد زمینه‌ای*. زن در توسعه‌ی سیاست، دوره‌ی ۱۷، شماره‌ی ۱، صفحه‌ی ۷۱-۹۵.

فلیک، اووه. (۱۳۹۲). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. (ترجمه‌ی هادی جلیلی). تهران: نی. فنودی‌پور، راضیه. (۱۳۸۷). *بررسی تصویر بدنی نوجوانان دبیرستانی و عوامل مؤثر بر آن*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم اجتماعی؛ دانشگاه علامه طباطبائی.

فیسک، جان. (۱۳۸۰). *فرهنگ تلویزیون*. (ترجمه‌ی مژگان برومند). *فصلنامه‌ی ارغنون*، شماره‌ی ۱۹، صفحه‌ی ۱۲۵-۱۴۲.

فیسک، جان. (۱۳۸۸). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*. (ترجمه‌ی مهدی غبرایی). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

کیلی، مری جین و مونتگمری، هیتز. (۱۳۹۶). *درآمدی بر مطالعات کودکی*. در مری جین کیلی (ویراستار)، *درآمدی بر مطالعات کودکی* (ترجمه‌ی علیرضا کرمانی)، صفحات ۱۴۷-۱۸۳، تهران: ثالث.

گافمن، اروینگ. (۱۴۰۰). *نمود خود در زندگی روزمره* (ترجمه‌ی مسعود کیانپور). تهران: نشر مرکز.

مراد حاصلی، مستانه و منطقی، مرتضی. (۱۳۹۶). شناسایی فرایندهای مرتبط با تحول تصویربدنی در نوجوانان دختر کاربر فضای مجازی در ایران: یک مطالعه کیفی. پژوهش در سلامت روان/شناختی، ۱۱(۳)، ۶۲-۸۳.

مراقی، مهشید و خانیکی، هادی. (۱۴۰۱). تحلیل نشانه‌شناختی بدنمندی در میان کاربران زن اینستاگرام (مطالعه‌ی موردی دو طراح لباس: آناشید حسینی و الهه جهادگر). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۴(۱)، ۴۲-۶۲.

ویلیامز، ریموند. (۱۳۹۷). نظام جادویی تبلیغات. در سایمون دیورینگ (ویراستار)، مطالعات فرهنگی؛ مجموعه مقالات (ترجمه‌ی نیما ملک‌محمدی و شهریار وقفی‌پور)، صفحات ۳۸۵-۴۱۳، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

American Psychological Association. (2007). Report of the APA Task Force on the sexualization of girls. <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report.aspx>
Aparat (2021). Aparat Annual Report; July 2020 to July 2021. Aparat. <https://www.aparat.com/info00> (In Persian)

Arsalani, A., Sakhaei, S., & Zamani, M. (2022). ICT for children: The continuous need for media literacy. *Socio-Spatial Studies*, 6(1), 1-11. doi: 10.22034/soc.2022.211944

Asadi, Maryam. (2010). *The role of family, identity and virtual media in sexual promiscuity among adolescent girls*. Master's thesis, Faculty of Humanities; Islamic Azad University, Qods City. (In Persian)

Babal-hawa'iji, Nasrallah. (1962). *What Freud Says*. Tehran: Descartes (In Persian)

Baker, S. (2004). 'It's not about Candy': Music, Sexiness and Girls' Serious Play in after School Care. *International Journal of Cultural Studies*, 7(2), 197-212. <https://doi.org/10.1177/1367877904043236>

Barker, Chris. (2022). *Cultural Studies: Theory and Practice* (Translated by Mahdi Faraji and Nafiseh Hamidi). Tehran: Institute of Cultural and Social Studies (In Persian)

Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge.

Baumgartner, S. E., Sumter, S. R., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2015). Sexual self-presentation on social network sites: Who does it and how is it perceived? *Computers in Human Behavior*, 50, 91-100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.061>

Blakey, Norman. (2012). *Designing Social Research*. (Translated by Hassan Chavoshian). Tehran: Ney (In Persian)

Bragg, S. (2014). "Shameless mums" and universal pedophiles; Sexualization and commodification of children. In C. Carter, L. Steiner & L. McLaughlin (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Gender* (pp. 321-331). New York: Routledge.

Bragg, S., Buckingham, D., Russell, R., & Willett, R. (2011). Too much, too soon? Children, 'sexualization' and consumer culture. *Sex Education*, 11(3), 279-292. <https://doi.org/10.1080/14681811.2011.590085>

- Choi, D., DeLong, M. (2019). Defining Female Self Sexualization for the Twenty-First Century. *Sexuality & Culture*, 23, 1350–1371. <https://doi.org/10.1007/s12119-019-09617-3>
- Choi, D., Kang, J.-Y. M., Kim, J., & Lee, H. K. (2022). *Self-sexualization in relation to sexual harassment and body shame*. Research Square. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2330732/v1>
- Clarke, V. & Braun, V. (2017). Thematic analysis, *The Journal of Positive Psychology*, 12:3, 297–298, DOI: 10.1080/17439760.2016.1262613
- Dobson, A. S. (2015). *Postfeminist Digital Cultures; Femininity, Social Media, and Self-Representation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Durham, M. G. (2009). *The Lolita effect: The media sexualisation of young girls and what we can do about it*. London: Gerald Duckworth Press.
- Dyer, G. (2009). *Advertising as Communication*. Taylor & Francis e-Library.
- Egan, R.D., Hawkes, G.L. (2008). Endangered Girls and Incendiary Objects: Unpacking the Discourse on Sexualization. *Sexuality & Culture* 12, 291–311. <https://doi.org/10.1007/s12119-008-9036-8>
- Egan, R. D., & Hawkes, G. (2008). Girls, sexuality and the strange carnalities of advertisements: Deconstructing the discourse of corporate paedophilia. *Australian Feminist Studies*, 23(57), 307–322.
- Egan, R. D. (2015). Desexualizing the Freudian Child in a Culture of ‘Sexualization’: Trends and Implications. In E. Renold, J. Ringrose & R. D. Egan (Eds.), *Children, Sexuality and Sexualization* (pp. 105-120). New York: Palgrave Macmillan.
- Einifar, Mina. (2016). *Studying women's self-expression methods with photos on social networks (case study: Instagram)*. Master's thesis, Faculty of Social Sciences; University of Tehran. (In Persian)
- Eiseman, Leatrice. (2012). *Pantone Guide to Communicating with Color*. (Translated by Ruhollah Zamzameh). Tehran: Bayhaq Ketab. (In Persian)
- Faghihi Moghadas, Nafiseh, Momenirad, Fahimeh & Sharifi, Saeed. (2019). A Model for Sexual Deviant Behaviors of Teen Girls: Thinking on the Grounded Theory. *Woman in Development & Politics*, 17(1), 71-95. (In Persian)
- Fanoodipour, Razieh. (2008). *Studying the body image of high school adolescents and the factors affecting it*. Master's thesis, Faculty of Social Sciences; Allameh Tabatabaei University.
- Farahikhtegan. (2021). 38 percent of Aparat users are between 18 and 34 years old. Farahikhtegan Newspaper. <http://fdn.ir/63971> (In Persian)
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, J & Hartley, J. (2004). *Reading Television*. Taylor & Francis e-Library.
- Fisk, John. (2002). *Television Culture*. (Translated by Mozghan Boroumand). *Arghanun*, Issue 19, pp. 125-142. (In Persian)
- Flick, Uwe. (2013). *An Introduction to Qualitative Research*. (Translated by Hadi Jalili). Tehran: Ney. (In Persian)
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

- Fowley, C. (2013). Studying Young People's Blogs: Ethical Implications. In C. Fowley, C. English, & S. Thouësny (Eds.), *Internet Research, Theory, and Practice: Perspectives from Ireland* (pp. 33-54). Research-publishing.net: Dublin.
- Graff, K. A., Murnen, S. K. & Krause, A. K. (2013). Low-Cut Shirts and High-Heeled Shoes: Increased Sexualization Across Time in Magazine Depictions of Girls. *Sex Roles* 69, 571–582. <https://doi.org/10.1007/s11199-013-0321-0>
- Habibi, Abbas, Yazdanfar, Seyyed Abbas, Hamzenejad, Mahdi. and Varij Kazemi, Abbas. (2023). The domestication of media, the mediatization of homes material culture of media technologies and changes to domestic spaces in Iran. *Journal of Iranian Cultural Research*, 16(1), 5-47. (In Persian)
- Hall, P. C., West, J. H. & McIntyre, E. (2012). Female Self-Sexualization in MySpace. com Personal Profile Photographs. *Sexuality & Culture* 16, 1–16. <https://doi.org/10.1007/s12119-011-9095-0>
- Hawkes, G., & Dune, T. (2013). Introduction: Narratives of the sexual child: Shared themes and shared challenges. *Sexualities*, 16(5-6), 622-634. <https://doi.org/10.1177/1363460713497459>
- Hawkes, G. L., & Egan, R. (2008). Developing the Sexual Child. *Journal of Historical Sociology*, 21, 443-465.
- Hernández-Serrano, M., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Campos Ortuño, R. (2022). Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 11(1), 49-63. doi:<https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.797>
- Hill, A .M. (2014). "The Kids Are All Right Online: Teen Girls' Experiences with Self-Presentation, Impression Management & Aggression on Facebook". *CUNY Academic Works*. https://academicworks.cuny.edu/gc_etds/430
- Howe, C., & Rigi, J. (2009). Transnationalizing Desire: Sexualizing Culture and Commodifying Sexualities. *Ethnos*, 74(3), 297–306. <https://doi.org/10.1080/00141840903053071>
- Infocop. (2018). NLP approved to promote measures against the hypersexualization of children. Infocop Website. https://www.infocop.es/view_article.asp?id=7377
- Jackson, S. & Scott, S. (2015). A Sociological History of Researching Childhood and Sexuality: Continuities and Discontinuities. In E. Renold, J. Ringrose & R. D. Egan (Eds.), *Children, Sexuality and Sexualization* (pp. 39-55). New York: Palgrave Macmillan.
- Jenks, Chris. (2009). *Childhood*. (Translated by Sara Imanian). Tehran: Akhtaran .(In Persian)
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958-976. <https://doi.org/10.1177/1461444813520301>
- Kehily, Mary Jane and Montgomery, Heather. (2017). An Introduction to Childhood Studies. In Mary Jane Kehily (Ed), *An Introduction to Childhood Studies* (Translated by Alireza Kermani), pp. 147-183, Tehran: Saless. (In Persian)
- Levin, D. E., & Kilbourne, J. (2008). *So sexy so soon: The new sexualized childhood and what parents can do to protect their kids*. New York: Ballantine Books.

- Maraghi, Mahshid. and khaniki, Hadi. (2022). Semiotic analysis of embodiment among female Instagram users; (case study: two fashion designers). *Sociology of Culture and Art*, 4(1), 62-42. (In Persian)
- Mattan A., Small T. (2021). Worth a thousand words: the study of visual gendered self-presentation on twitter. *Canadian Journal of Political Science* 54(2): 477-490.
- McKenney, S. J., & Bigler, R. S. (2014). Internalized Sexualization and Its Relation to Sexualized Appearance, Body Surveillance, and Body Shame Among Early Adolescent Girls. *The Journal of Early Adolescence*, 36(2), 171-197.
<https://doi.org/10.1177/0272431614556889>
- Moradhaseli Mastaneh, Manteghi Morteza. (2017). Identification process related to development of body image in female adolescents' users of cyberspace in Iran: A qualitative study. *Research in Psychological Health*, 11(3), 62-83. (In Persian)
- Nussbaum, M. C. (1995). Objectification. *Philosophy & Public Affairs*, 24(4), 249-291.
- Poppi, F. I. M., & Dynel, M. (2021). Ad libidinem: Forms of female sexualisation in RoastMe humour. *Sexualities*, 24(3), 431-455. <https://doi.org/10.1177/1363460720931338>
- Ravadrad, Azam & Gishnizjani, Golnar. (2017). Typology of re-presentation mediated body of Iranian Instagram users. *New Media Studies*, 3(10), 265-310. (In Persian)
- Roberts, T. A., & Zurbriggen, E. L. (2013). The problem of sexualization: What is it and how does it happen? In E. L. Zurbriggen & T. -A. Roberts (Eds.), *The sexualization of girls and girlhood: Causes, consequences, and resistance* (pp. 3-21). Oxford University Press.
- Robinson, K. H. (2013). *Innocence, Knowledge and the Construction of Childhood; The contradictory nature of sexuality and censorship in children's contemporary lives*. New York: Routledge.
- Rose, Gillian. (2018). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. (Translated by Seyyed Jamaledin Akbarzadeh Jahromi). Tehran: Research Center for Culture, Art and Communication. (In Persian)
- Rush, E., & La Nauze, A. (2006). Corporate Paedophilia: Sexualisation of children in Australia. Canberra: The Australia Institute.
- Ruckel, L., & Hill, M. (2017). Look @ me 2.0: Self-sexualization in Facebook photographs, body surveillance and body image. *Sexuality & Culture: An Interdisciplinary Quarterly*, 21(1), 15-35. <https://doi.org/10.1007/s12119-016-9376-8>
- Sakhaei, S., Arsalani, A., & Nosraty, N. (2023). Media Literacy for Children: A Systematic Review. *Journal of Cyberspace Studies*, 7(2)
- Sarafarazi, Zahra. (2016). *Studying the Representation of Gender in Selfie Images on Social Networks*. Master's Thesis, Faculty of Art and Architecture; University of Science and Culture. (In Persian)
- Sheikhzadeh, Mohammad and Bani-Assad, Reza. (2010). *Thematic Analysis; Concepts, Approaches and Applications*. Tehran: Logos. (In Persian)
- Slater, A., Tiggemann, M. (2002). A Test of Objectification Theory in Adolescent Girls. *Sex Roles* 46, 343-349. <https://doi.org/10.1023/A:1020232714705>
- Soriano Ayala, E., Díaz, M. B & Cala, V. C. (2023) TikTok and Child Hypersexualization: Analysis of Videos and Narratives of Minors, *American Journal of Sexuality Education*, 18:2, 210-230, DOI: 10.1080/15546128.2022.2096734
- Soroori Sarabi, A., Arsalani, A., & Toosi, R. (2020). Risk management at hazardous jobs: A new media literacy?. *Socio-Spatial Studies*, 4(1), 13-24. doi: 10.22034/soc.2020.212126

- Sparman, A. (2015). Seeing (with) the 'Sexy' Body: Young Children's Visual Enactment of Sexuality. In E. Renold, J. Ringrose & R. D. Egan (Eds.), *Children, Sexuality and Sexualization* (pp. 123-140). New York: Palgrave Macmillan.
- Starr, C.R., & Ferguson, G.M. (2012). Sexy Dolls, Sexy Grade-Schoolers? Media & Maternal Influences on Young Girls' Self-Sexualization. *Sex Roles*, 67, 463-476.
- Starr, C. R., & Zurbriggen, E. L. (2019). Self-sexualization in preadolescent girls: Associations with self-objectification, weight concerns, and parent's academic expectations. *International Journal of Behavioral Development*, 43(6), 515-522. <https://doi.org/10.1177/0165025419873036>
- Strinati, Dominic. (2001). An Introduction to the Theories of Popular Culture (Translated by Soraya Paknazar). Tehran: Gam-No(.In Persian)
- Taylor, A. (2010). Troubling Childhood Innocence: Reframing the Debate over the Media Sexualisation of Children. *Australasian Journal of Early Childhood*, 35(1), 48-57. <https://doi.org/10.1177/183693911003500108>
- Thumim, N. (2012). *Self-Representation and Digital Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tolman, D. L; Bowman, C. P & Chmielewski, J. F. (2015). Anchoring Sexualization: Contextualizing and Explicating the Contribution of Psychological Research on the Sexualization of Girls in the US and Beyond. In E. Renold, J. Ringrose & R. D. Egan(Eds.), *Children, Sexuality and Sexualization*(pp. 71-88). New York: Palgrave Macmillan.
- Trekels, J., Karsay, K., Eggermont, S. *et al.* (2018) .How Social and Mass Media Relate to Youth's Self-Sexualization: Taking a Cross-National Perspective on Rewarded Appearance Ideals. *J Youth Adolescence* 47, 1440-1455. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0844-3>
- Van Ouytsel, J., Walrave, M., Ojeda, M., Del Rey, R., & Ponnet, K. (2020). Adolescents' Sexy Self-Presentation on Instagram: An Investigation of Their Posting Behavior Using a Prototype Willingness Model Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 8106. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218106>
- Van Zoonen, L. (1991). Feminist Perspectives on the Media. In James Curran and Michael Gurevitch (Eds), *Mass Media and Society*. London: Edward Arnol.
- Ward, L. M., Seabrook, R. C., Grower, P., Giaccardi, S., & Lippman, J. R. (2018). Sexual Object or Sexual Subject? Media Use, Self-Sexualization, and Sexual Agency Among Undergraduate Women. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 29-43. <https://doi.org/10.1177/0361684317737940>
- Weber, S & Mitchell, C. (2008). "Imagining, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies. " In D. Buckingham. *Youth, Identity, and Digital Media* (p 25- 48). Cambridge: The MIT Press. doi: 10.1162/dmal.9780262524834.025
- Wernholm, M. (2019). Children's Shared Experiences of Participating in Digital Communities. *Nordic Journal of digital literacy*, 13(4), 38- 55. <https://doi.org/10.18261/issn.1891-943x-2018-04-0>

- Willem, C.; Araña, N.; Crescenzi, L. & Tortajada, I. (2012). Girls on Fotolog: reproduction of gender stereotypes or identity play? *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 2, pp. 225-242. https://doi.org/10.1386/isc.2.3.225_1
- Williams, Raymond. (2018). *The Magical System of Advertising*. In Simon During (Ed.), *Cultural Studies; Collection of Essays (Translated by Nima Malekmohammadi and Shahriar Vaghfipour)*, pp. 385-413, Tehran: Scientific and Cultural Publications. (In Persian)
- Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*. New York: Harper.
- Zaid, B., Shin, D. D., Kteish, S. W., Fedtke, J., & Ibahrine, M. (2021). Gendered self-representation and empowerment on social media in the United Arab Emirates. *The Communication Review*, 24(3), 199–217.
<https://doi.org/10.1080/10714421.2021.1957382>
- Zheng, D., Ni, X., & Luo, Y. (2018). Selfie Posting on Social Networking Sites and Female Adolescents' Self-Objectification: The Moderating Role of Imaginary Audience Ideation. *Sex Roles*, 80, 325-331.

