

فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۸، صفحات ۱۷۷-۱۴۹

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی؛ تحلیل گفتمان کامنت‌های کاربران اینستاگرام و تلگرام

مژده کیانی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۶/۳۱

چکیده

هویت جنسیتی یکی از چالش‌های جامعه جهانی امروز است. زبان نوشتاری، گفتاری و تصویری برای ارتباط با دیگران در فضای مجازی، زمینه هویت جنسیتی سیال را فراهم نموده است. این مقاله با هدف تحلیل واقعیت و بازنمایی هویت جنسیتی کاربران فضای مجازی با استفاده از روش کیفی تحلیل گفتمان بر اساس مدل فیسک به تحلیل سطوح هویت جنسیتی کاربران پرداخته است. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. نمونه تحلیل، پست و کامنت‌های کاربران زن و مرد شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و تلگرام از آبان تا اسفندماه سال ۱۳۹۶ بود. پست و کامنت‌های ۳۰۰ کاربر زن و مرد با روش‌های رایج در تحلیل گفتمان بررسی شده است. تحلیل پست و کامنت‌های کاربران نشان داد که کاربران زن، کامنت‌های بیشتری به ثبت رسانده‌اند. بر اساس یافته‌های این مطالعه، مردان پست‌های بیشتری ثبت می‌کنند. نتایج به تقویت این مفهوم که «زنان در شبکه‌های اجتماعی آنلاین، بیشتر حمایت و تأیید می‌کنند» منجر شد. نتایج این مطالعه نشان داد که زنان به اشتراک موضوع‌های شخصی‌تر تمایل دارند و مردان بیشتر تمایل به مسائل کمتر شخصی هستند. گفتمان مسلط در این مطالعه «ماندگاری زنان در گفتمان سنتی حمایتی - تأییدی نسبت به مردان» است.

واژه‌های کلیدی: هویت جنسیتی، تحلیل گفتمان، شبکه‌های اجتماعی مجازی،

گفتمان حمایتی، بازتولید نقش‌های سنتی زنان.

مقدمه

استفاده روزافزون از امکانات تکنولوژی ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی آنلاین و عدم تبعیض جنسیتی فرصت دسترسی به این فضا، بستر خودگشودگی زنان در عرصه‌های عمومی و مجازی برای برقراری ارتباط اجتماعی و فردی را فراهم آورده است. با خودگشودگی زنان در کنار گسترش شبکه‌های اجتماعی آنلاین، بستر سیالیت هویت جنسیتی، فراهم شده است. به‌طور روزافزون، شکل‌گیری هویت جنسیتی سیال و متغیر از طریق فعالیت کاربران زن و مرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در یک فضای مشترک و دسترسی به محتوا و ابزار مشترک، تقویت شده است. اما مناسبات قدرت و هنجارهای اجتماعی نقش‌های جنسیت اجتماعی واقعی تا حدی بر شبکه‌های اجتماعی حاکم است. ارتباطات مجازی آنلاین کاربران زن و مرد در عرصه‌های خصوصی و عمومی، تجربه جدیدی از تعاملات نوین است که از هنجارهای اجتماعی دنیای واقعی متأثر است. هنجارهای تولید سبک گفتمان مردان و زنان. اما در کنار این هنجارهای جاری اجتماعی، فضای متفاوت شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعاملات نمادین، بستر شکل‌گیری تعاملات فردی و اجتماعی نوین است.

در واقع شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی و تعامل صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. به‌طورکلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (Pempek & et al. 2009: 228). عمومی شدن دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و در کنار آن افزایش تعداد سایت‌ها و وبلاگ‌های زنان و

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۵۱

پایگاه‌های اطلاع‌رسانی بر روی این شبکه جهانی و توجه ویژه کاربران زن، شاید یکی از مهم‌ترین دلایل احساس نیاز برای بررسی باشد (مظاهری، ۱۳۹۲؛ به نقل از نیرومند و ذهابی، ۱۳۹۴).

ارتباطات اینترنتی به دلیل تازگی تاریخی این رسانه و بهبود نسبی جایگاه قدرت برای گروه‌هایی از قبیل زنان که از نظر سنتی زیردست بوده‌اند ممکن است فرصتی برای معکوس کردن بازی‌های سنتی قدرت در فرایند ارتباطات را فراهم کند (کاستلز^۱، ۱۳۸۲: ۴۱۷). رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر هویت افراد تأثیر می‌گذارند (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷). یکی از پیامدهای تحولات فضای مجازی، چالش‌های هویتی است. اینترنت یکی از مؤلفه‌های شکل‌گیری هویت زنان در جوامع جدید است که به‌نوعی برای زنان فرصت خودگشودگی 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 (پیشگامی فرد و همکاران، ۱۳۸۹). از آنجاکه هویت، بخش مهمی از وجود هر انسانی را تشکیل می‌دهد و زندگی شخصی و اجتماعی او تحت تأثیر هویتش قرار دارد، بررسی هویت بسیار قابل‌تأمل می‌باشد. این مفهوم در فرآیند تحولات تاریخ اجتماعی فرهنگی و در بسترهای مناسبات سیاسی - اقتصادی جوامع عصر حاضر دستخوش دگرگونی شده، به‌طوری‌که امروزه سخن از هویت سنتی، هویت مدرن و هویت آینده یا پسامدرن به میان می‌آید (تاجیک، ۱۳۸۴).

یکی از هویت‌های مهم، هویت جنسیتی^۲ است. این هویت از طریق ارتباطی که افراد با یکدیگر در جامعه دارند، شکل می‌گیرد و منتقل می‌گردد. افراد از طریق این هویت، در اکثر موارد به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازند که محیط اجتماعی برای یک دختر و یک پسر تصویب کرده است (هاشمیان‌فر و همکاران،

1. Castels
2. Gender Identity

۱۳۹۲). هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی، اجتماعی شکل می‌گیرد. جنسیت آشکارترین وجه هویت فردی است که در تعامل با دیگران ساخته می‌شود. بنابراین، هویت ما از طریق ساختار اجتماعی پیرامون ما شکل گرفته است و در طی فرایندی دائماً تولید و بازتولید شده است و تغییر می‌کند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). از ویژگی‌های ارتباطات اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی، فضای گفتمانی آن است که نقش جنسیت و هویت جنسیتی در گفتمان اجتماعی مورد توجه محققان قرار گرفته است. سؤال مهمی که در عصر گسترش ارتباطات الکترونیکی پیش می‌آید این است که در جامعه انسانی چه عامل یا عواملی مرزهای نمادین جامعه و هویت گروهی را مشخص می‌کنند، بستگی به عوامل گفتمانی^۱ دارند. این عوامل گفتمانی، در اساس، شامل فاکتورهای قدرت و هژمونی است (Foucault, 1969).

برجسته‌ترین عنصر هویت شخصیتی یا خود، آن بخش از هویت اجتماعی است که در آن هر کدام از ما به یکی از دو مقوله مرد یا زن منتسب می‌شویم، هر کدام از ما دارای یک هویت جنسیتی هستیم یعنی به خودمان برچسب مذکر یا مؤنث می‌زنیم (Baron and Byrne, 1997): به نقل از علمی و علیزاده، (۱۳۸۸). هویت جنسیتی به معنای مردانگی یا زنانگی تعریف می‌کنند (Carleston, 2010). هویت جنسیتی را از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری به افراد منتقل می‌گردد و افراد از طریق این هویت، در اکثر موارد به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازند که محیط اجتماعی برای یک دختر و یک پسر تصویب کرده است (Larber, 2000): به نقل از علمی و علیزاده، (۱۳۸۸).

با توجه به نقش محوری شبکه‌های اجتماعی آنلاین در جامعه معاصر، مطالعات به بررسی این که آیا چنین الگوهای گفتمانی سنتی جنسیتی در محیط شبکه‌های

1. Discursive

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۵۳

اجتماعی آنلاین همچنان ادامه دارند؟ یا این که شبکه‌های اجتماعی آنلاین «تغییردهنده بازی» هستند، می‌پردازد (Joiner et al., 2016; Joiner et al., 2015; Brandtzaeg, 2014). به نظر می‌رسد بر اساس مشاهدات و یافته‌های پژوهشی (پیشگامی فرد، ۱۳۸۹) زنان از هویت‌های سنتی خود دور شده‌اند و هویت جنسیتی زنان بازتولید شده است. اهمیت پرداختن به هویت جنسیتی در فضای مجازی این است که امروزه، جامعه با توجه به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تغییرات هویت جنسیتی و تا حدودی بازتولید هویت جنسیتی، مواجه شده است. با توجه به مباحث مطرح شده و بررسی پیشینه نظری و تجربی پژوهش، سؤال اصلی این مطالعه به قرار زیر است:

آیا الگوهای سنتی جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی هم برقرار است یا به

عبارتی، بازتولید می‌شود؟

و سؤالات فرعی این مطالعه عبارتند از:

۱. کدام جنس پست‌های بیشتری را به اشتراک می‌گذارد؟
۲. کدام جنس نسبت به پست‌های دیگران در اینستاگرام و تلگرام بیشتر تأیید و حمایت می‌کند؟
۳. پیام‌های کدام جنس، حمایت‌های عاطفی دارد؟
۴. کدام جنس تمایل به اشتراک موضوع‌های شخصی‌تر دارد؟

پیشینه تجربی پژوهش

یافته‌های پژوهشی با عنوان «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران» نشان داد که تعامل در فضای مجازی سبب دور شدن زنان ایرانی از هویت‌های سنتی خود شده است (پیشگامی فرد و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۹).

هاشمیان‌فر و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت جنسیتی دختران جوان شهر اصفهان به این نتیجه رسیدند که

متغیرهای سرمایه فرهنگی و ابعاد آن، متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و متغیرهای زمینه‌ای (سن، درآمد، تحصیلات) با متغیرهای هویت جنسیتی، هویت شغلی و هویت اجتماعی رابطه معناداری نشان داده‌اند. نتایج نشان داد که متغیرهای درآمد و سرمایه فرهنگی عینیت یافته، تبیین‌کننده متغیر وابسته هویت جنسیتی هستند به گونه‌ای که از طریق میزان درآمد و میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته می‌توان به هویت جنسیتی دختران جوان دست یافت.

نیک‌خواه و منصوریان (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تأملی بر رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی، مطالعه موردی کاربران اینترنت در شهر کاشان به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معنادار بین میزان و سابقه استفاده کاربران از اینترنت و هویت جنسیتی کاربران، وجود داشته است.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان تبیین رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با هویت جنسیتی دانشجویان دانشگاه اصفهان به این نتیجه رسیدند که هویت جنسیتی کاربران، تحت تأثیر عضویت در فیس‌بوک قرار دارد. همچنین، بین مدت‌زمان عضویت در فیس‌بوک و میزان استفاده از فیس‌بوک و هویت جنسیتی، همبستگی معکوسی وجود دارد؛ یعنی با افزایش مدت‌زمان عضویت در فیس‌بوک و میزان استفاده از فیس‌بوک، هویت جنسیتی کاربران تضعیف می‌شود.

حسینی و کلاتری (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تحلیل پدیدار شناختی تجربه زیسته کاربران شبکه اجتماعی تصویری اینستاگرام در ایران» به مطالعه تجربه زیسته کاربران ایرانی اینستاگرام با کاربرانی که تجربه حضور کافی در اینستاگرام را داشتند، پرداختند. برای فهم معنای عمیق این تجربیات از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری و روش مصاحبه نیمه ساخت یافته استفاده شده است. با شانزده نفر مرد و زن مصاحبه شد که مدت میانگین عضویت آن‌ها در اینستاگرام دو سال بوده است. بر اساس تحلیل مصاحبه‌ها مضامین مختلفی در رابطه با نقش اینستاگرام در زندگی روزمره کاربران

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۵۵

شناسایی شد که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: لایک به‌منزله تحسین و نیز ایجاد رابطه اجتماعی؛ کامنت به‌منزله میدان گفت‌وگو؛ ارزشمند بودن تعداد زیاد فالوورها و نیز عدم شکل‌گیری دوستی واقعی در میان فالوورها.

نصرالهی و بادین فکر (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «نشانه‌شناسی فرهنگی - ارتباطی ایموجی‌ها در پیام رسان‌های اجتماعی، مورد مطالعه فرهنگ خانواده، فرهنگ جنسی و فرهنگ زبان دست» با روش نشانه‌شناسی، معانی فرهنگی صریح و ضمنی برآمده از ایموجی‌های منتخب را (۲۳ ایموجی) در سه بخش خانواده، جنسیت و زبان بررسی کردند. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که رهیافت فرهنگی حاکم بر ایموجی‌ها، تکثرگرایی و نسبیت فرهنگی برآمده از مدرنیسم و پست‌مدرنیسم است. چند دهه است که محققان، نقش جنسیت در گفتمان اجتماعی، را مطالعه می‌کنند (Leaper, 2014; Leaper & Ayres, 2007; Maltz & Borker, 1982). مطالعه شواهد قوی نشان داد که مردان مطابق با وضعیت اجتماعی درک شده و ماهیت رقابتی، بیشتر سبک گفتمان سلطه‌گرانه و قاطعانه تولید می‌کنند درحالی‌که اغلب سبک گفتمان زنان، وابسته و حامی است (Leaper & Ayres, 2007).

تحلیل ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ توییت در MySpace نشان داد که تمایل زنان به واکنش مثبت و ابراز حمایت در شبکه‌های اجتماعی نسبت به مردان بیشتر است. زنان، مردان را بیشتر تأیید می‌کردند (Thelwall, Wilkinson, & Uppal, 2009).

وانگ و همکاران (Wang, Burke, & Kraut, 2013) دریافتند که زنان نسبت به مردان دو برابر نظر و به‌روزرسانی در فیس‌بوک ارسال می‌کنند.

تحلیل والتون و رایس (Walton and Rice, 2013) یک مطالعه جامع در حوزه شبکه‌های اجتماعی آنلاین نشان می‌دهد که زنان تمایل به اشتراک موضوع‌های شخصی‌تر (به‌عنوان مثال، مسائل خانوادگی) با استفاده از یک شیوه مطلوب گفتمانی دارند، درحالی‌که مردان بیشتر به بحث در مورد مسائل غیرشخصی از جمله سیاست و ورزش علاقه‌مند هستند (Wang, Burke, & Kraut, 2013).

یکی دیگر از مطالعات (Brandtzaeg, 2015) با استفاده از یک داده بزرگ (Wisdom) برای بررسی فیس‌بوک برای بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میان ۲۱۷۰۶۸۰۶ کاربر فیس‌بوک در ۱۰ کشور در سراسر آسیا، آفریقا، آمریکا و اروپا اجرا شد. این مطالعه نشان داد که زنان، بیشتر به موارد خصوصی علاقه دارند (Brandtzaeg, 2015). محققان نتیجه گرفتند که اختلافات جنسیتی آنلاین، تقویت شده و بازتولید شده است.

پژوهش‌های قابل توجهی در مورد تفاوت‌های جنسیتی در حوزه شبکه‌های اجتماعی زنان و مردان کار شده است (Brashears Hoagland, & Quintane, 2016) مطالعه جونیر و همکاران (Joiner and et al, 2016) نشان می‌دهد که زنان از مردان بیشتر حمایت می‌کنند و تمایل دارند پیام‌های دیگران را در شبکه اجتماعی پاسخ دهند. این یافته‌ها همچنین توسط یافته‌های پژوهش دیگری (Joiner et al, 2014) که تفاوت‌های جنسیتی را در استفاده از زبان در فیس‌بوک مورد بررسی قرار می‌دهد تأیید شده است. این مطالعه نشان داد که زنان به‌طور قابل توجهی بیشتر به اشتراک‌گذاری و ابراز حمایت‌های احساسی قوی‌تر نسبت به مردان تمایل دارند. حیات و همکاران (Hayat et al, 2017) دریافتند که شبکه فعالیت به‌شدت با مطلوبیت محتوا مرتبط است. علاوه بر این، زنان دارای محبوبیت پست بالاتر هستند.

مبانی نظری پژوهش

طبق رویکرد نظری ریچارد جنکینز، جنسیت مهم‌ترین عاملی است که به تجربه فرد سامان می‌دهد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۴). بنابراین ساختار اجتماعی و فرهنگی همه جوامع انسانی به‌شدت متأثر از تفاوت‌های جنسیتی است که غالباً علمی یا طبیعی نمایانده می‌شوند، اما در واقع برساخته اجتماع هستند و به‌ویژه متأثر از تصورات قالبی و ایدئولوژی‌های جنسیتی هستند (جنکینز، ۱۳۸۴).

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۵۷

نظریه اجتماعی کردن نقش جنسیت، متأثر از این فرض است که مردان و زنان دیدگاه‌ها و رفتارهای جنسیتی شده درباره چیزی که به مفهوم مرد و زن است را، یاد می‌گیرند (Addis, Mahalik, 2003). در این نظریه به نظر می‌رسد که نقش زنانگی، نمایش وابستگی عاطفی به دیگران را پرورش می‌دهد درحالی‌که نقش مردان تفاوتی برای قدرت و فردیت قائل می‌شود. بر طبق این نظریه انتظار می‌رود زنان برای جستجوی حمایت اجتماعی به حد خیلی زیادی احساسی عمل کنند. درحالی‌که مردان کمتر در این وضع قرار دارد (Greengalss, 2002) این تفاوت‌ها به سمت کلیشه‌های جنسیتی و اینکه زنان رفتار سنتی زنانگی خود و مردان رفتار سنتی مردانگی خود را دارند، پیش می‌رود (Vogel, 2003).

رویکردهای دیگر عبارت‌اند از نظریه اجتماعی شدن که بیانگر سلطه مردان از طریق تأثیر ادراک جنسیت بر الگوهای اجتماعی شدن است. این نظریه نشان می‌دهد که مشارکت در فعالیت‌های گروهی جنسیتی بر الگوهای گفتمان تأثیر می‌گذارد. زنان بیشتر در فعالیت‌های تعاملی و مردان در فعالیت‌های گروهی - رقابتی مشارکت می‌کنند. زنان بیشتر تأیید می‌کنند، درحالی‌که پسران از زبان قوی‌تر برای تسلط خود استفاده می‌کنند (Sidanius & Pratto, 1999).

از نظر گافمن، «آنچه واقعاً طبیعت انسانی مردان و زنان را شامل می‌شود، ظرفیتی برای یادگیری است، به‌گونه‌ای که نمایش‌های مردانگی و زنانگی و اراده معطوف به پیروی برحسب برنامه ارائه این تصاویر را مهیا و قرائت می‌کند... اما این ظرفیت ممکن است هویت جنسیتی نباشد، بلکه صرفاً برنامه‌ای برای نمایش جنسیت باشد». از نظر گافمن جنسیت یک برساخته اجتماعی است. گافمن این مسئله را بررسی می‌کند که چگونه زنان و مردان کنش متقابل میان خود را تفسیر می‌کنند، او بیشتر درباره کنش‌های متقابل دو جنس و تأثیر چارچوب‌های اجتماعی بر آن توضیح می‌دهد (منینگ، ۱۳۸۰: ۱۰۴).

جودیت باتلر، هویت‌های جنسی را نه امری طبیعی و ثابت، بلکه دارای معنایی اکتسابی می‌داند. او با این عقیدهٔ سیمون دوبووار موافق است که «هیچ‌کس زن متولد نمی‌شود، بلکه زن ساخته می‌شود». از این رو، فعالیت‌ها و رفتارهایی که جنسیت به واسطهٔ آن‌ها شکل می‌گیرد، دارای مشابهت‌هایی با فعالیت‌های اجرایی در یک بازی تئاتر است. به این معنا که، جنسیت اجراست و چگونگی اجرای آن مبتنی بر جامعه یا فرهنگ در لحظهٔ تاریخی خاص است. اگرچه جنسیت فرایند کنشگری بیرونی است تا امری ذاتی؛ با این همه، تابع هنجارهای اجتماعی و شرایطی است که دامنهٔ فعالیت‌های جنسیت افراد را محدود می‌کند. بازی جنسیت، بازی رها و فارغ از همه‌چیز نیست. بازی جنسیت، خطوط سنتی تقسیم هویت مردانه و زنانه را فرومی‌ریزد و تمایزهای مرسوم بین دو جنس مرد و زن را واژگون می‌سازد. «ایدهٔ باتلر دربارهٔ فمینیسم و واژگونی هویت جنسی، مبین دیدگاه خوش‌بینانهٔ وی در تضاد با توصیفات فمینیستی مرسوم و متداول دربارهٔ سلطهٔ پدرسالاری و فرودستی زنان است (لافی، ۲۰۰۷: ۱۱۳ به نقل از مهدی زاده، ۱۳۸۹).

نظرات جودیت باتلر بدیع‌ترین نظرات در فمینیسم پسامدرن است (سیدمن، ۱۳۸۶: ۲۸۵). مهم‌ترین رویکرد در مطالعات جنسیت، مفهوم‌پردازی جودیت باتلر از مفهوم «اجرای جنسیت» است. جنسیت به بیان باتلر نه نوعی هویت ذاتی که کرداری گفتمانی است. در حالی که تصور می‌شود جنسیت محصول و معلول هویت جنسی است، رابطه‌ای معکوس وجود دارد؛ این جنسیت است که هویت جنسی را برمی‌سازد. بنابراین هویت‌های جنسی گونه‌های متفاوتی از «اجرا» هستند که برخی همراه با سیستم و برخی ضد سیستم هستند (میلنر و براویت، ۱۳۸۵). او با به کارگیری مدل فوکویی معتقد است که همهٔ طبقه‌بندی‌های هویتی در حقیقت متأثر از نهادها، اعمال و گفتمان است (باتلر، ۱۹۹۰). نظرات او مبنای نظریات کوییر و موج سوم فمینیسم و نیز پست فمینیسم می‌باشد (سیدمن، ۱۳۸۶: ۲۸۵).

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۵۹

تحلیل فمینیستی - انتقادی گفتمان یکی از شاخه‌های تحلیل گفتمان است که بر کشف و آشکارسازی روابط نابرابر قدرت جاری میان زنان و مردان در مناسبات و نظم‌های اجتماعی متمرکز است. نظریهٔ سیمون دوبووار در کتاب جنس دوم در باب چگونگی شکل‌گیری هویت جنسیتی و سوژهٔ مؤنث، زمینهٔ نظری مناسبی برای تلفیق میان فمینیسم و تحلیل گفتمان فراهم می‌سازد (صابرپور، ۱۳۹۳: ۱). همچنین میچل معتقد بود که باید خانواده را برحسب چهار مؤلفه ساختاری تولید، بازتولید، ویژگی جنسی و جامعه‌پذیری تجزیه و تحلیل کرد (آبوت و والاس، ۱۳۹۸). او به توضیح نقش خانواده در ایجاد نقش‌های زنانه و مردانه و اعطای ارزش بیشتر به نقش‌های مردانه می‌پردازد (گمبل و هام، ۱۳۸۲). فمینیست‌ها معتقدند اگر از زنان انتظار می‌رود که احساسات حمایتی نشان دهند درحالی‌که از مردان انتظار می‌رود نقش‌های رهبری را بر عهده گیرند، این نتیجهٔ سازمان اجتماعی است، نه طبیعت و تفاوت‌های جنسیتی میان زنان و مردان که تنها به دلیل تداوم بخشیدن به سلطهٔ مردان ایجاد شده‌اند. بدین معنا که مردان پیوسته در موقعیت فرادست قرار دارند اما کنترل تصور عمومی از جنسیت، استراتژی پنهانی‌تر و احتمالاً کارآمدتر در فرادستی مردان است (سیدمن، ۱۳۸۶: ۲۷۲).

روش پژوهش

با استفاده از روش کیفی تحلیل گفتمان بر اساس مدل فیسک به تحلیل هویت جنسیتی کاربران پرداخته شده است. روش پژوهش، تحلیل گفتمان است. از روش تحلیل گفتمان که یک رویکرد میان‌رشته‌ای شامل رویکردهای روش‌شناختی و نظری متفاوت از زبان‌شناسی، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی می‌باشد (Wortham, 2007) استفاده شده است. یکی از نظریه‌های روش‌های رایج در تحلیل گفتمان، نظریه گفتمان فیسک است. فیسک مدل خود را در سه سطح عرضه می‌دارد:

- واقعیت (رمزگان اجتماعی) که شامل ظاهر، محیط، رفتار و گفتار، حرکات

سروصورت و صدا و ... است

۱۶۰ فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۸

- بازنمایی (رمزگان فنی) که روایت، کشمکش، شخصیت، گفت‌وگو، زمان و مکان، را شکل می‌دهد.

- سطح ایدئولوژیک، که عناصر سطح اول و دوم را در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهد.

فیسک رمزها را دارای ساختارهای سلسله‌مراتبی می‌داند: ۱- واقعیت: بیشتر رمزها در این سطح می‌باشند. از جمله این رمزها می‌توان لباس‌ها و ظواهر چیزها را نام برد. ۲- بازنمایی: در این سطح بیشتر رمزهای اجتماعی قرار دارند که بازنمایی عناصر دیگر هستند. این معنای اجتماعی می‌تواند قومیت، طبقه و... باشد. ۳- ایدئولوژی (رمز ایدئولوژیک): در واقع از لحاظ روشی نیز که تحلیل سه سطحی منطبق به رمز فنی، اجتماعی، ایدئولوژیک ارائه می‌شود که در سطح اول توصیفی است، سطح دوم تفسیر است که همان معنای اجتماعی رمزهاست و در سطح سوم که رمزهای ایدئولوژیک قرار دارد بعد تبیینی دارد (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۲۷).

فیسک، بین تولید متون و تولید معانی، تمایز قائل می‌شود. در نظریه فیسک، خلق گفتمان و معنا در یک متن، به کمک نظام رمزگان، تحقق می‌یابد. بازنمایی فرایند ذاتی تولید و مبادله معنا بین اجزا برای تولید معنا به کار گرفته می‌شود و به‌طور کلی روشی برای تحلیل چگونگی انتقال معنی به‌واسطه بازنمایی شناختی با معنای متون سروکار دارد و معنا محصول روابط است (فیسک، ۱۹۸۷: ۵). علت انتخاب مدل فیسک بر اساس هدف پژوهش که تحلیل واقعیت و بازنمایی هویت جنسیتی کاربران فضای مجازی بود، انجام شده است. تحلیل سه سطحی منطبق به رمز فنی، اجتماعی و ایدئولوژیک که بر اساس نظریه روش فیسک، تحلیل در سه سطح توصیفی، تفسیر و تبیین ارائه شد. برای رمزگشایی از معانی پنهان پست و کامنت‌های کاربران از این مدل استفاده شد.

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۶۱

در این بررسی تحلیلی - توصیفی سعی شده است تحلیل هویت جنسیتی با استفاده از چارچوب نظری و با تکیه بر سطوح تحلیل جان فیسک اجرا شود. به نظر فیسک معنا زمانی ایجاد می‌شود که واقعیت و انواع بازنمایی و ایدئولوژی در یکدیگر ادغام شوند و به نحو منسجم و ظاهراً طبیعی به وحدت برسند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴).

جدول ۱- سطوح هویت جنسیتی بر اساس مدل فیسک

رمزگان هویت جنسیتی	سطوح تحلیل	سطوح هویت جنسیتی
تعریفی که فیسک از رمز ارائه می‌دهد آن را نظامی از نشانه‌های قانون‌مند می‌داند که همه آحاد یک فرهنگ به قوانین و عرف‌های آن پایبندند.	گفتار رفتار	واقعیت
در این سطح بیشتر رمزهای اجتماعی قرار دارند که بازنمایی عناصر دیگر هستند که به کمک معنای فرهنگی با معانی رمزگان فنی بازنمایی می‌شوند. این معنای اجتماعی می‌تواند مردسالاری، قومیت، طبقه و ... باشد.	مردسالاری طبقه	بازنمایی
از لحاظ زبانی نوع جملات مورد توجه است.	زبان	ایدئولوژی

منبع: مؤلف

پژوهش حاضر بررسی تحلیلی - توصیفی پست‌ها (هر مطلبی که در شبکه اجتماعی منتشر می‌شود) و کامنت‌ها («اظهارنظر کردن») است. هنگامی که بخواهید نظر خود را در مورد یک پست بیان کنید، می‌توانید زیر همان پست کامنت بگذارید. در این پژوهش پست و کامنت ۳۰۰ کاربر زن و مرد شبکه‌های اجتماعی تلگرام و

اینستاگرام از ۲۸ آبان تا ۱۰ اسفندماه ۱۳۹۶ جمع‌آوری شد. علت انتخاب تلگرام و اینستاگرام، میزان عمومیت، محبوبیت و در دسترس بودن این دو شبکه اجتماعی بود. با توجه به عضویت محقق در شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های مختلف نظیر گروه‌های کارکنان دانشگاه، اعضای هیات علمی، گروه‌های دوستان و..... طبیعی است که دسترسی به پست و کامنت‌های متنوع و بسیار زیادی از زنان و مردان، میسر باشد. گروه‌هایی با ۱۰۰۰ کاربر، ۵۰۰۰ کاربر و به دلیل گستردگی موارد، برای افزایش اعتبار پژوهش، معیارهایی برای انتخاب نمونه در نظر گرفته شد که عبارتند از:

۱. شفاف بودن نام و هویت کاربر برای تشخیص جنس کاربر
 ۲. شفاف بودن پروفایل کاربر برای تشخیص جنس کاربر
 ۳. فعال بودن در گروه
 ۴. داشتن سابقه عضویت دو سال و بیشتر که بتوان فرد را کاربر حرفه‌ای و آشنا به فضای مجازی و شبکه اجتماعی در نظر گرفت.
 ۵. داشتن فعالیت مستمر
- از کاربران در رابطه با جنسیتشان سؤال ن شده است. جنس از نمایه آنلاین شناسایی شده است. علاوه بر این، نمونه ما شامل کاربرانی که جنس خود را در نمایه خود نشان ندادند، نیست. محقق از حدود یک سال قبل از دوره زمانی پژوهش و انتخاب کاربران، با دقت روی پست‌ها و کامنت‌های کاربران متمرکز بود. انتخاب کاربران بر اساس شرایط فعالیت مستمر و سایر ویژگی‌ها و معیارهای انتخاب نمونه که شرح داده شد، اجرا شده است. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. انتخاب نمونه در چند مرحله انجام شد:
۱. در مرحله اول، نمونه ۹۰۰ نفری شامل کاربران زن و مرد از چند گروه با چند هزار کاربر، بر اساس میزان فعالیت کاربر در ماه انتخاب شد.
 ۲. در مرحله دوم، پس از گذشت چند ماه پایش، کاربرانی که فعالیت مستمر نداشتند حذف شدند.

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۶۳

۳. در مرحله سوم، به‌طور هم‌زمان ادامه حذف کاربران اکانت حذف‌شده^۱ و انتخاب کاربرانی بود که فعال‌ترین کاربران زن و مرد بر اساس نوع فعالیت و زمان‌های فعالیت بودند. به دلیل عضویت و فعالیت محقق در گروه‌های مختلف، روند رصد و پایش کاربران فعال قبلی که در مرحله دوم حذف شده بودند، تا پایان دوره زمانی پژوهش ادامه داشت. معیار مهم در این مرحله اشباع بود. در برخی حوزه‌ها تکرار تعیین‌کننده بود. برخی پیام‌ها و کاربران تکرار می‌شد.

برای بازبینی مفاهیم، حضور متصل، همکاری مداوم، توجه دائمی ضروری بود. تقریباً به‌طور یکسان از کاربران زن و مرد نمونه انتخاب کردیم. انتخاب ۳۰۰ کاربر زن و مرد نمونه تحلیل، از میان چند هزار کاربر صورت گرفته است. طی چند مرحله پایش بر اساس معیارها و به‌ویژه استمرار پست و کامنت نویسی برای تحلیل پست‌ها و کامنت‌های کاربران زن و مرد، فعال‌ترین کاربران انتخاب شدند. کاربرانی که پنج شرط کامل معیارهای انتخاب نمونه در این پژوهش را داشتند، انتخاب شدند.

یافته‌های پژوهش

اولین سؤال ما این است که کدام جنس؛ مردان یا زنان پست‌های بیشتری را به شبکه‌های اجتماعی ارسال می‌کنند؟ شبکه‌های اجتماعی، مرزهای بین جنبه‌های شخصی و عمومی را مختل می‌نمایند. به اشتراک‌گذاری یکی از اصول اساسی شبکه‌های اجتماعی است، بنابراین در فرهنگ شبکه‌های اجتماعی انتظار می‌رود که پیام‌ها به اشتراک گذاشته شوند. کاربران درجات مختلفی از اطلاعات خصوصی در مورد وضعیت فعلی خود را به اشتراک می‌گذارند. بر اساس مدل فیسک، تحلیل سه سطحی منطبق به رمز فنی، اجتماعی و ایدئولوژی بر اساس نظریه روش فیسک، ارائه می‌شود.

1. Delet account

رمزگان اجتماعی: واقعیت

چگونگی پست و کامنت: شکل‌گیری پست و کامنت‌های کاربران بر اساس ساختار اجتماعی نقش جنسیت و هویت جنسیتی است. ساختار اجتماعی نقش جنسیت و هویت‌های جنسیتی و اجتماعی و همچنین گرایش‌های فردی و محتوای ارتباطات بالقوه در شبکه‌های اجتماعی مجازی منعکس می‌گردد.

موافقت و مخالفت به‌عنوان دو کنش گفتاری متفاوت اما مرتبط، در بسیاری از مکالمه‌ها و بافت‌های زبانی به کار می‌رود (Sifianou, 2012 به نقل از مقدم و وفایی مهر، ۱۳۹۶). بر اساس یافته‌های این مطالعه، مردان پست‌های بیشتری ثبت می‌کنند. تحلیل کامنت‌های کاربران شبکه‌ها نشان می‌دهد که «زنان کامنت‌های بیشتری به ثبت رسانده‌اند». بر اساس مدل فیسک، این واقعیت، ما را به واقعیت دیگری در مورد مردان رساند که «مردان در مقایسه با زنان، نظرات کمتری را در شبکه‌های اجتماعی ثبت کردند». بر این اساس، مطابق با روند اصلی نشان داده شده در مطالعات قبلی، پاسخ پرسش دوم این است که مردان در مقایسه با زنان، نظرات کمتری را در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی ثبت می‌کنند.

محتوی پست و کامنت: واقعیت «زنان موضوع‌های شخصی‌تر و مردان مسائل غیرشخصی را به اشتراک گذاشتند» حاصل تحلیل پست‌ها و کامنت‌ها بود که نشان داد بیشتر پست و کامنت‌ها شامل موضوعات عاطفی-عشقی است.

تعداد پست و کامنت: پس از پست و کامنت‌های عاطفی - عشقی، پست و کامنت‌های طنز بالاترین است. مردان بیشتر پست‌ها و کامنت‌های عمومی از جمله سیاست و ورزش را ثبت کرده‌اند و زنان بیشتر پست و کامنت‌های عشقی - عاطفی را.

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۶۵

جدول ۲- تحلیل محتوای پست و کامنت‌ها

کل	جنس		محتوی
	مرد	زن	
۴۹	۱۲	۳۷	عشقی - عاطفی
۱۸	۸	۱۰	تبریک
۳۴	۱۴	۲۰	اجتماعی
۴۶	۱۲	۳۴	طنز
۲۴	۹	۱۵	علمی
۳۷	۱۰	۲۷	عرفانی
۳۷	۱۰	۲۷	پزشکی
۴۵	۲۷	۱۸	عمومی
۱۰	۱۰	۰	سیاسی
۳۰۰	۱۱۲	۱۸۸	جمع کل

واقعیت «مردان آغازگر گفتگو هستند» حاصل تحلیل پست‌ها و کامنت‌های کاربران بود. بر اساس شواهد تجربی، نوشتن پست، به نوعی مشابه شروع گفتگو، نشانه‌ای روشن از تسلط مردان در گفتمان آفلاین و آنلاین در شبکه‌های اجتماعی است (Hayat, 2017). هنجارهای واقعیت اجتماعی جاری است؛ هنجارهای تولید سبک گفتمان سلطه‌گرانه و قاطعانه مردان و سبک گفتمان وابسته و حامی زنان.

رمزگان فنی: بازنمایی

رمزهای اجتماعی با رمزگان فنی رمزگذاری می‌شود. بازنمایی (رمزگان فنی) که روایت، کشمکش، شخصیت، گفت‌وگو، زمان و مکان، را شکل می‌دهد. با رمزگشایی از

رمزگان اجتماعی (واقعیت) و رمزگان فنی (بازنمایی)، چگونگی برقراری ارتباط میان فردی و نقش فرادست مردان در تحلیل پست و کامنت‌های کاربران، بازنمایی شد.

ارتباط میان فردی: بر اساس واقعیت‌های «زنان کامنت‌های بیشتری به ثبت رسانده‌اند.» بازنمایی «زنان در برقراری ارتباط میان فردی فعال‌ترند» شکل گرفت.

نقش فرادست مردان: بازنمایی تأیید - حمایت و انطباق با پیام‌های مردانه به نقش مسلط مردان در آغازگری گفتمان گره‌خورده است. مردان با توجه به وضعیت اجتماعی درک شده و ماهیت رقابتی، بیشتر سبک گفتمان سلطه‌گرانه و قاطعانه تولید می‌کنند. درحالی‌که اغلب سبک گفتمان زنان، وابسته و حامی است (Leaper & Ayres, 2007).

«نقش فرادست مردان، زنان را به نقش فرودستی، انطباق و تأیید مردان سوق می‌دهد».

نقش‌های جنسیتی زنان در پست‌ها و کامنت‌ها، حمایتی است و حمایت بیشتر از است. مردان (Joiner and et al, 2016; The wall, Wilkinson & amp; Uppal, 2009).

جدول ۳- سطوح هویت جنسیتی بر اساس مدل فیسک

رمزگان هویت جنسیتی سستی	رمزگان	چگونگی هویت جنسیتی
مسلط حمایتی تأییدی	قاطعانه حمایتی تأییدی	سبک گفتمان
آغازگری گفتمان فعال ارتباط میان فردی	رمزگان فنی شروع‌کننده تعامل منفعل	الگوی ارتباط
شروع‌کننده گفتگو انطباق زنان	نقش فرادست مردان نقش فرودستی زنان	نقش اجتماعی
سازگاری زنان	هنجارهای اجتماعی	انتظارات اجتماعی

رمزگان ایدئولوژی

سطح ایدئولوژی، عناصر سطح اول و دوم را در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی قرار می‌دهد. کارکرد رمزهای ایدئولوژیک، طبیعی رمزهای قراردادی و قواعد سلطه‌گر است (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۳۰ به نقل از دهقان و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳).

بازنمایی‌های «زنان در برقراری ارتباط میان فردی فعال‌ترند»، «نقش فرادستی مردان، زنان را به نقش فرودستی و تأیید مردان سوق می‌دهد»، «زنان تأییدها و حمایت‌های نسبت به پیام‌های مردانه دارند» منجر به شکل‌گیری رمزگان سطح ایدئولوژی شد. نابرابری قدرت بین زنان و مردان در عرصه‌های خصوصی و عمومی زندگی واقعی، در شبکه‌های مجازی در حال شدن و سیالیت است. ایدئولوژی تبیینی «ماندگاری سنتی زنان در گفتمان حمایتی - تأییدی نسبت به مردان» به عنوان گفتمان مسلط در شبکه اجتماعی مجازی شد. فرایند بازتولید گفتمان مسلط در شبکه‌های اجتماعی آنلاین، رمزگشایی شد.

جدول ۴- تحلیل محتوی پست‌ها و کامنت‌ها بر اساس مدل فیسک

واقعیت	توصیفی
	۱. مردان پست‌های بیشتری ثبت کردند. ۲. زنان کامنت‌های بیشتری را ثبت کردند. ۳. مردان در مقایسه با زنان، نظرات کمتری را در شبکه‌های اجتماعی ثبت کردند. ۴. زنان موضوع‌های شخصی‌تر و مردان مسائل غیرشخصی را به اشتراک گذاشتند. ۵. مردان آغازگر گفتگو هستند.
بازنمایی	تفسیری
	۱. زنان در برقراری ارتباط میان فردی فعال‌ترند. ۲. نقش فرادست مردان، زنان را به نقش فرودستی انطباق و حمایت مردان سوق می‌دهد. ۳. زنان از زبان حمایتی - تأییدی نسبت به مردان استفاده می‌کنند.
ایدئولوژی	تبیینی
	«ماندگاری سنتی زنان در گفتمان حمایتی-تأییدی نسبت به مردان» بازتولید گفتمان مسلط در شبکه اجتماعی آنلاین.

بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله با هدف تحلیل واقعیت و بازنمایی هویت جنسیتی کاربران فضای مجازی با استفاده از روش کیفی تحلیل گفتمان بر اساس مدل فیسک به تحلیل هویت جنسیتی کاربران پرداخته است. پژوهش حاضر بررسی تحلیلی - توصیفی کامنت‌های کاربران زن و مرد شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و تلگرام می‌باشد. مطالعه جنسیتی یک الگوست و الگوهای گفتمان در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به مراتب بیشتر است (Hayat and et al, 2017). نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که زنان کامنت‌های بیشتری به ثبت رسانده‌اند. یافته‌های این مطالعه با نتایج پژوهش وانگ و همکاران (Wang et al., 2013) همسو است. همچنین تحلیل پست‌ها و کامنت‌های کاربران نشان می‌دهد که زنان موضوع‌های شخصی‌تر و کامنت‌های عشقی - عاطفی بیشتری به اشتراک گذاشته‌اند، در حالی که مردان بیشتر به بحث در مورد مسائل کمتر شخصی از جمله سیاست و ورزش علاقه نشان دادند. نتایج این مطالعه با نتایج پژوهش وانگ، بورک و کراوت (Wang, Burke, & Kraut, 2013) همسو است.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که زنان زبان حمایتی - تأییدی نسبت به پیام‌های مردانه دارند. نتایج این مطالعه با نتایج پژوهش جوینر و همکاران (Joiner et al., 2016; Joiner et al., 2014) همسو است. نقش فرادست مردان، زنان را به نقش فرودستی و حمایتی مردان در گفتگوها سوق می‌دهد. افراد مطابق با نقش تعیین شده خود در جامعه عمل می‌کنند و مردان به مکالمه‌ها برای تحقق انتظارات اجتماعی از آنها (Cameron, 2010) متکی هستند. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش تحلیلی آیرس و لیپر (Ayres Leaper, 2007) سازگار است.

بر اساس مطالعات الیسون و بوید (۲۰۱۳)، شبکه اجتماعی، کاربران را قادر می‌سازند تا مجموعه‌ای از محتوای تولید شده را مورد استفاده قرار داده، آن‌ها را تولید و یا با آن‌ها تعامل کنند. یافته‌ها نشان داد که مردان با نوشتن در شبکه‌های اجتماعی

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۶۹

شروع به گفتگو می‌کنند. بر اساس نظریه اجتماعی شدن، مشارکت در فعالیت‌های گروهی بر الگوهای جنسیتی گفتمان تأثیر می‌گذارد؛ زنان بیشتر در فعالیت‌های تعاملی و مردان در فعالیت‌های رقابتی مشارکت می‌کنند. همچنین زنان بیشتر از سبک‌های تأییدی - حمایتی و مردان از زبان قوی‌تر برای تسلط خود استفاده می‌کنند (Sidanius & Pratto, 1999).

آیا الگوهای سنتی جنسیتی هنوز در شبکه‌های اجتماعی وجود دارند؟ یافته‌های این پژوهش، تحلیل‌های قبلی را که شواهدی از سبک گفتمان قاطعانه و غالب مردان را گزارش می‌دهند، تقویت می‌کند: نقش اجتماعی سبک گفتمان قاطعانه و غالب مردان در مقابل سبک گفتمان حمایت بیشتر زنان. نتایج این مطالعه با نتایج مطالعات جوینر و کاپرین سکایت (Joiner and Cuprinskiat, 2016) همسو است اما با یافته‌های پژوهش پیشگامی فرد (پیشگامی فرد، ۱۳۸۹) ناهمسو است. محققان نتیجه گرفتند که اختلافات جنسیتی آنلاین، تقویت شده و بازتولید شده است (Joiner and et al, 2016, Brandtzaeg, Wang and et al, 2013, Walton and Rice 2015). کاربران از طریق کنش متقابل نمادین و محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی، به فهم ما از شکل‌گیری هویت‌ها کمک می‌کنند.

تمرکز تحلیل فمینیستی - انتقادی گفتمان بر کشف روابط نابرابر قدرت جاری میان زنان و مردان در مناسبات اجتماعی است. وظیفه گفتمان در بازتولید مناسبات سلطه اجتماعی از طریق کنترل معنا قرار دارد (مک دائل، ۱۳۸۰: ۴۳). بر این اساس، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی با هنجارهای سنتی در شکل نوین مطابقت دارند. به این معنی که مردان پست‌های بیشتری را ارسال می‌کنند و زنان بیشتر روی پست‌های مردان، کامنت‌های حمایتی می‌گذارند. به عبارت دیگر، مردان بیشتر شروع‌کننده نوشتن و آغازگر گفتمان هستند درحالی‌که زنان اغلب در مورد پست‌های مردان اظهار نظر می‌کنند.

بر اساس مدل فیسک، معنا در تلفیق واقعیت و انواع بازنمایی ایجاد و گسترش می‌یابد. در شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی دنیای واقعی و غیرمجازی و بازنمایی جنسیت با ظاهر مدرن بازتولید شده است. جایی که نظریه باتلر چشم‌انداز مهمی را برای مطالعه شبکه‌های اجتماعی و ایجاد هویت فراهم می‌کند. به عبارت دیگر، رفتار شبکه‌های اجتماعی آنلاین، مثل عملکردی از زندگی واقعی است و به همان اندازه یک حس خود و هویت را تشکیل می‌دهد. رفتار آنلاین نباید به عنوان یک فعالیت جدا از هنجارهای اجتماعی نقش‌های اجتماعی هویت در نظر گرفته شود. بر اساس دیدگاه باتلر، جنسیت در شبکه‌های اجتماعی در حال اجراست. جنسیت تابع هنجارهای اجتماعی است. بازی جنسیت، خطوط سنتی تقسیم هویت مردانه و زنانه را فرومی‌ریزد و تمایزهای مرسوم بین دو جنس مرد و زن را واژگون (مهدی زاده، ۱۳۸۹) می‌کند.

به اعتقاد گافمن نمایش‌های جنسیتی در موقعیت‌های فرهنگی - اجتماعی، جنسیت را تولید و بازتولید می‌کند. واقعیت و بازنمایی هویت جنسیتی کاربران زن و مرد این مطالعه منجر به بازتولید گفتمان حمایتی - تأییدی زنان در قرائت جدید از «ماندگاری سنتی زنان در گفتمان حمایتی - تأییدی نسبت به مردان» شده است. این عوامل گفتمانی، در اساس، شامل فاکتورهای قدرت و هژمونی است (Foucault, 1969). عدم توازن قدرت بین زنان و مردان در عرصه‌های خصوصی و عمومی دنیای واقعی، در شبکه‌های مجازی در حال شدن و سیالیت است.

اگرچه یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی با هنجارهای سنتی در شکل نوین مطابقت دارند، اما با مشاهده موارد استثنا در شبکه‌های اجتماعی مجازی، شروع تغییر در سبک گفتمان قاطعانه و فرادست مردان و سبک گفتمان حمایتی زنان، اختلافات جنسیتی آنلاین، تقویت شده و بازتولید می‌گردد. فرایندهای تغییرات اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی، افزایش دانش‌آموختگی زنان در آموزش عالی،

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۷۱

اشتغال زنان در حوزه‌های مختلف، افزایش استقلال مالی زنان در مقایسه با دهه‌های قبل، تغییر هنجارهای اجتماعی را به دنبال دارد. شروع تغییر در تعاملات اجتماعی در حوزه شبکه اجتماعی مجازی با توجه به ویژگی ناشناختگی دیده می‌شود.

در برخی موارد، اجرای نقش‌های جنسیتی غیرسنتی توسط زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی مشاهده می‌شود ولی عمومیت ندارد. مشاهده موارد استثنا فقط نشان‌دهنده شروع تغییرات سبک گفتمان است. شاید فعالیت مجازی و آنلاین زنان در شبکه‌های اجتماعی که بر اساس یافته‌های این پژوهش بیشتر حمایتی است، در ظاهر نوعی اجرای نقش‌های جنسیتی غیرسنتی محسوب گردد. اما شکل‌گیری پست‌ها و کامنت‌های کاربران بر اساس ساختار اجتماعی نقش جنسیت و هویت جنسیتی است. سطح ایدئولوژی مدل فیسک، در مقوله مقبولیت اجتماعی، زنان را در موضع بازی نقش سنتی نوین قرار می‌دهد. درحالی‌که مردان بیشتر آغازگر گفتمان هستند زنان اغلب در گفتمان حمایتی - تأییدی قرار دارند. هویت جنسیتی... تحت تأثیر شرایط فرهنگی، اجتماعی شکل می‌گیرد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲).

به نظر می‌رسد که پست‌ها و کامنت‌های ارسالی توسط زنان، نقش جنسیت اجتماعی را به عنوان یک عامل عاطفی منعکس می‌نماید. رفتار کاربران زن شبکه‌های اجتماعی آنلاین بر اساس باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی کاربران بر اساس قواعد اجتماعی است. آیا شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ فرصت برای بازی نقش سنتی زنان و مردان است یا تغییر بازی کاربران؟ اگرچه مناسبات قدرت جهان واقعی تا حدی بر شبکه‌های اجتماعی حاکم است، شبکه‌های اجتماعی آنلاین ممکن است برای زنان که از نظر سنتی زیردست بوده‌اند فرصتی برای معکوس کردن بازی‌های سنتی قدرت (کاستلز^۱، ۱۳۸۲: ۴۱۷) در فرایند تعاملات نوین فردی و اجتماعی را فراهم کند.

1. Castels

۱۷۲ فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۸

فضای مجازی در حوزه هویت جنسیتی و آنلاین، زمینه‌ساز بازتولید شده است. تولید و بازتولید هویت جنسیتی در میان کاربران زن و مرد شبکه‌های مجازی آنلاین؛ بازتولید «ماندگاری سنتی زنان در گفتمان حمایتی- تأییدی نسبت به مردان» است.

پیشنهادها

- پیشنهاد می‌شود که مطالعات آینده، الگوهای گفتمان جنسیتی را مقایسه کنند تا بیشتر به بررسی ساختار شبکه و الگوهای گفتمان جنسیتی پردازند. همچنین شبکه‌های مختلف مجازی بر اساس الگوهای گفتمان جنسیتی مطالعه شوند.
- پیشنهاد می‌شود که موارد استثنا در شبکه‌های اجتماعی مجازی و شروع تغییر در سبک گفتمان مردان و زنان و اختلافات جنسیتی آنلاین، مطالعه گردد.

هویت جنسیتی کاربران شبکه‌های اجتماعی ... ۱۷۳

منابع

- آبوت، پاملا و کلر، والاس. (۱۳۹۸). *جامعه‌شناسی زنان*. ترجمه: منیژه نجم عراقی. تهران: نشر نی.
- احمدی، ثریا؛ عقیلی، وحید؛ مهدی زاده، سیدمحمد و مظفری، افسانه. (۱۳۹۵). «رسانه‌ها و مسئله هویت جنسیتی بازنمایی شده (رهیافتی تحلیلی به مناقشه تاریخی نقش رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی)»، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۱۰، شماره ۳۱.
- پیشگاهی فرد، زهرا؛ انصاری زاده، سلمان؛ کرمی، افشین و پرهیز، فریاد. (۱۳۸۹). «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران: (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران)». *زن در توسعه و سیاست*، شماره ۲۹، ۱۸۹-۲۱۰.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۴). *روایت غیرت و هویت در میان ایرانیان*. تهران: گفتمان فرهنگ.
- دهقان علیرضا؛ محبی نجیبه و برکت محیا. (۱۳۹۵). «مطالعه استیکرهای وایبر و نشانه‌شناسی ایدئولوژی‌های آن». *مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۲، شماره ۷، ۱-۳۳.
- سیدمن، استیون. (۱۳۸۶). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی*، ترجمه: هادی جلیلی، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۴). *هویت اجتماعی*. ترجمه: تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حسینی حسین و کلانتری عبدالحسین. (۱۳۹۶). «تحلیل پدیدارشناسی تجربه زیسته کاربران ایرانی اینستاگرام در ایران». *مطالعات فرهنگ ارتباطات*. دوره ۱۸، شماره ۴۰ - شماره پیاپی ۷۲، ۳۲-۶۳.
- صابریپور، زینب. (۱۳۹۳). «جنس دوم به‌عنوان مبنایی نظری برای تحلیل فمینیستی - انتقادی گفتمان». *جستارهای نوین ادبی*. ۴۷. شماره ۱۸۳، ۲۷-۵۱.
- فرقانی، محمد مهدی و مهاجری، ربابه. (۱۳۹۷). «رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان». *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۳، ۱۷۹-۲۰۳.
- فیسک، جان. (۱۳۸۶). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*. ترجمه: مهدی غبرایی. دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- قاسمی، وحید؛ عدلی پور، صمد و برندگی، بدری. (۱۳۹۵). «تبیین رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با هویت جنسیتی دانشجویان دانشگاه اصفهان». *رسانه و فرهنگ*. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال ششم. شماره دوم.

- علمی، محمود و عزیزاده، حمیده. (۱۳۸۸). «عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت جنسیتی دختران دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز». *زن و مطالعات خانواده*، دوره ۱، شماره ۳.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۲). *عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ترجمه: حسن چاوشیان، چاپ سوم، تهران، طرح نو.
- گمبل، سارا و هام، مگی. (۱۳۸۲). *فرهنگ نظریه‌های فمینیستی*، ترجمه: نوشین احمدی خراسانی، فرخ قره‌داغی، فیروز مهاجر. تهران: نشر توسعه.
- مقدم، امیر زند و وفایی مهر، رؤیا. (۱۳۹۶). «بررسی مقابله‌ای راهبردهای تولید کنش‌های گفتاری موافقت‌کردن و مخالفت‌کردن در فیس‌بوک (مقایسه فارسی‌زبانان با انگلیسی‌زبانان)». *مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۳، شماره ۱۱، ۱۳۷-۱۶۶.
- مک دائل، دایان. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های گفتمان*. ترجمه: حسینعلی نوذری. تهران: فرهنگ.
- میلنر، آندرو و براویت، جف. (۱۳۸۵). *درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر*. تهران: نشر ققنوس.
- مینینگ فیلیپ. (۱۳۸۰). *اروینگ گافمن و جامعه‌شناسی نوین*. ترجمه: ثریا کامیار. تهران: ثریا کامیار.
- مهدی زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: نشر همشهری.
- نصراللهی، محمدصادق و بادین فکر، محمدجواد. (۱۳۹۸). «نشانه‌شناسی فرهنگی-ارتباطی ایموجی‌ها در پیام رسان‌های اجتماعی، مورد مطالعه فرهنگ خانواده، فرهنگ جنسی و فرهنگ زبان دست». *مطالعات رسانه‌های نوین*. دوره ۵، شماره ۱۷، ۶۷-۹۹.
- نیرومند، لیلا و ذهابی، شایسته. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد مطالعه: زنان ساکن شهر تهران»، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۱۰، شماره ۲۸، ۵۳-۶۶.
- نیک‌خواه، نرگس و منصوریان، فاطمه. (۱۳۹۳). «تأملی بر رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی مطالعه موردی کاربران اینترنت در شهر کاشان». *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۹، شماره ۲۷.
- هاشمیان‌فر، سیدعلی؛ مهرابی، حسینعلی و مرادی فرد، سمیه. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت جنسیتی دختران جوان شهر اصفهان. دانشگاه اصفهان - دانشکده ادبیات و علوم انسانی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*.

- Brandtzaeg, P. B. (2015). Facebook is no “Great equalizer”: A big data approach to gender differences in civic engagement across countries. *Social Science Computer Review*. Advance online publication.
- doi:10.1177/0894439315605806
- Boyd, danah, Ellison, Nicole. (2013). “Social network sites: definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer Mediat. Commun.* 13(1), article 11.
- Foucault Michel. (1969). *The Archaeology of Knowledge and the Discourse on Language*. London: Tavistock.
- Judith Butlbr. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Cameron, David. (2010). Gender. In K. Allan. (Ed.), *Concise encyclopedia of semantics* (online), 733–739.
- Carstensen, Tanja. (2009). Gender Trouble in Web 2.0: Gender Relations in Social Network Sites, Wikis and Weblogs, *International Journal of Gender, Science and Technology*, Vol. 1, No. 1.
- Cliff Lampe. (2007). the Benefits of Facebook “Friends” Social Capital and College Students' Use of Online Social Network ir Archive of SID Computer-Mediated Communication, 12(4), article <http://jcmc.Indiana.Edu/vol12/issue4/ellison.Htm>.
- Hayat, Tsahi, Samuel-Azran, Tal, & Galily, Y. (2016). “*Al-Jazeera Sport’s US Twitter-followers: sport-politics nexus?*” Online Information Review, 40(6), 785-797.
- Hayat, Tsahi, Lesser Ofrif, Samuel-Azran Tal. (2017). “*Gendered discourse patterns on online social networks: a social network analysis perspective*”. Computers in Human Behavior. Doi: 10.1016/j.chb.2017.08.041.
- Joiner Richard, Cuprinskaite Juste, Dapkeviciute Lina, Johnson Helen, Gavin Jeffrey, Brosnan Mark. (2016). “*Gender differences in response to Facebook status updates from same and opposite gender friends*”. Computers in Human Behavior, 58, 407–412.
- Joiner, Richard, Stewart, Caroline, Beaney, Chelsea, Moon, Amy, Maras, Pam., Guiller, Jane., Gregory, Helen., Gavin, Jeff., Cromby, J., & Brosnan, Mark. (2014). “*Publically different, privately the same: Gender differences and similarities in response to Facebook status updates*”. Computers in Human Behavior, 39, 165–169.

- Leaper, Campbell. (2014). "Gender similarities and differences in language use". In T. - Holtgraves (Ed.), *Oxford handbook of language and social psychology* (pp. 62–81). Oxford: Oxford University Press.
- Leaper, Campbell, & Ayres, Melanie. (2007). A meta-analytic review of gender variations in adults' language use: Talkativeness, affiliative speech, and assertive speech. *Personality and Social Psychology Review*, 11(4), 328–363.
- Pempek, Tiffany, Yermolayeva, Yevdokiya, Calvert, Sandra. (2009). "College students' socialnetworking experiences on Facebook", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227–238.
- Sidanius, Jim, & Pratto, Felicia. (1999). *Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Thelwall, Mike, Wilkinson, David, & Uppal, Sukhvinder. (2009). Data mining emotion in social network communication: Gender differences in MySpace. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(1), 190–199.
- Wang, Yi-Chia., Burke, Moira, & Kraut, E. Kraut. (2013). Gender, topic, and audience response: an analysis of user-generated content on Facebook. *ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI)*.
- Walton, Courtney, & Rice, Ronald E. (2013). Mediated disclosure on twitter: The roles of gender and identity in boundary impermeability, valence, disclosure, and stage. *Computers in Human Behavior*, 29(4). 1466–1474.