

مردانگی‌های ایرانی در فضای مجازی: سنخ‌ها، گفتمان‌ها و منازعات*

محمدسعید ذکایی*، سیمین ویسی**

(تاریخ دریافت ۱۴۰۰/۰۲/۲۲، تاریخ پذیرش ۱۴۰۰/۰۶/۲۲)

چکیده

مردانگی به‌عنوان قالبی ارزشی، هنجاری و رفتاری به درجات زیادی برآمده از روابط گفتمانی است. بسط شبکه‌های اجتماعی مجازی در دهه اخیر زمینه تکثر و صف‌آرایی گفتمان‌های رقیبی از مردانگی را مهیا ساخته است. با اتکا به روش قوم‌نگاری مجازی و تحلیل نشانه‌شناختی و مضمونی به دنبال شناسایی سنخ‌های مردانگی در فضای مجازی، گفتمان‌های حاکم بر آن‌ها و روابط میان آن‌ها هستیم. سنخ‌های اصلی استخراج‌شده شامل مردانگی هژمونیک، هم‌دست، فرودست و حاشیه‌ای و خرده‌سنخ‌های آن‌ها هستند. صورت بدیل مردانگی فعال ضدتبعیض با آرمان برابری دو جنس و صورت بریکولاژگونه (هم‌پیوندی) مردانگی هژمونیک جدید نیز شناخته شد که به دنبال ترکیب عناصر مردانگی هژمونیک سنتی با عناصر جدیدتر برای تداوم بخشیدن به تفوق مردانه است. سنخ‌ها جهانشمول و برخی نیز بومی بودند. مردان ایرانی در زمینه پیچیده فرهنگی-تاریخی و نیز ساختارهای اقتصادی و سیاسی موجود دست به ترکیب عناصر هویتی خویش می‌زنند. بنابراین سلسله‌مراتب میان انواع مردانگی، کنشگری‌های آن‌ها در مواجهه با یکدیگر و سایر صورت‌ها و نیز در مواجهه با ساختارهای کلان، بصورت قدرت/مقاومت و تاکتیک/استراتژی، و نیز برخی مکانیسم‌های آن‌ها پیچیدگی‌های بیشتری یافته و صورت ایرانی پیدا کرده‌اند.

<http://dx.doi.org/10.22034/jsi.2022.528065.1428>

* مقاله علمی: پژوهشی

* استاد گروه مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
saeed.zokaiei@gmail.com

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)
siminveisi@gmail.com

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره بیست و دوم، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۰، ص ۶۸-۹۲

واژگان کلیدی: سنخ‌های مردانگی، گفتمان‌های مردانگی، مردانگی فعال ضدتبعیض،

مردانگی هژمونیک جدید

بیان مسأله

جنسیت پایه‌ای‌ترین زمینه‌ای است که توسط آن شخصیت افراد را هویت‌یابی می‌کنیم. بدون شک تحولات در عرصه جنسیت هم زائیده تحولات ساختاری است و هم می‌تواند بر بسیاری از جنبه‌های فرهنگی اثر بگذارد. مردانگی به نقش‌های اجتماعی، رفتارها و معانی تعیین‌شده برای مردان در هر جامعه معینی در هر زمان اشاره دارد که در نهادهای جامعه و از طریق تعامل روزانه افراد تولید می‌شود (Kimmel. 2000, cited in Kimmel & Aronson.2004). در صد سال اخیر دست‌رسی مردان به کار مادام‌العمر کاهش یافته و همین مسأله بر بسیاری از نقش‌های آنان در حوزه خصوصی و عمومی و نیز سبک زندگی آنان تأثیر گذاشته که از آن با نام بحران مردانگی یاد می‌شود. بحران مردانگی را می‌توان نتیجه این دانست که «موقعیت مردان در حوزه‌های کار، تحصیل، جرم، خانواده، جنسیت و سلامت، مسأله‌آمیز شده است» (Harman.2011:29). از طرفی جانانان راثرفورد به نقل از گیدنز (۲۰۰۶) به تصویر جدیدی از مردانگی که موسوم به «مرد نوین» است و از دهه ۱۹۸۰ به خصوص در رسانه‌ها دیده می‌شود اشاره می‌کند. به‌طور کلی از دهه ۷۰ میلادی مطالعات مردانگی در جهان رواج یافته است. گرچه این تحولات ساختاری با چند دهه تأخیر در کشور ما نیز اتفاق افتاده‌اند اما به‌دلیل تمرکز محققان بر مطالعات زنان که اغلب با ابژه-سازی آنان همراه است مطالعات مردانگی در کشور مغفول مانده است و تنها به چند نمونه محدود که در بخش پیشینه پژوهش خواهند آمد اکتفا شده است.

فضای مجازی ایرانی در دهه‌های اخیر توانسته بازنمایی این تحولات را در چندگانه شدن مردانگی، به عنوان مفهومی که هم بر نقش و هم مجموعه‌ای از ارزش‌های همراه با آن دلالت دارد، نشان دهد. یکی از مهمترین موضوعات، پرداختن به چندگانگی به‌وجودآمده در تعریف مردانگی است به‌طوری‌که صحبت کردن از مردانگی به عنوان طبقه‌بندی یک‌دست تقلیل‌گرایی به شمار می‌آید. با وجود این «حتی اگر مردانگی‌ها متنوع باشند و بنابراین تصور صورت مسلطی از مردانگی دشوار باشد، مردان همچنان در مرکز قدرت هستند» (Aboim.2010:43). این یک‌دستی مردانگی‌ها در عین تنوع به دلیل روابط گفتمانی حاکم بر جنسیت در جامعه ایرانی دیده می‌شود. گفتمان‌ها به‌صورت گروه‌هایی از متون پیرامون موضوعی خاص با عملکردی مشابه گرد هم آمده و حاوی پیش‌فرض‌های خاصی درباره مردانگی هستند (Reeser.2010). نه تنها گفتمان‌های گوناگونی که سبب ابقای ایدئولوژی مردسالاری و مردانگی هژمونیک می‌شوند بلکه سایر صورت‌ها نیز به دلیل خاصیت ابرازی، ذهنی و فانتزی‌ساز فضای مجازی بازنمایی شده و بنابراین روابط

استراتژی / تاکتیک و قدرت / مقاومت پیچیده و تو در تویی را شاهدیم که از طریق بینامتنی با ساختارهای کلان جامعه نیز مرتبط هستند. از آنجایی که تغییرات در جنسیت و گفتمان‌های آن می‌تواند بر بسیاری از جنبه‌های زندگی ما اثر بگذارند شناسایی این گفتمان‌ها می‌تواند داده‌های بسیاری را جهت افزایش آگاهی عمومی و نیز سیاست‌گذاران فراهم آورد. بدین‌منظور به‌وسیله تحلیل مضمون و تحلیل نشانه‌شناختی متون تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی مجازی به دنبال شناسایی سنخ‌های مردانگی، تحلیل منازعات گفتمانی میان آن‌ها و سایر صورت‌ها و رابطه آن‌ها با ساختارهای کلان هستیم.

مرور تجربی و مفهومی پژوهش

کانل در کتاب «جنسیت و قدرت» (۱۹۸۷) به بررسی انتقادی مردانگی هژمونیک پرداخت و تحقیقات نیز بر تنوع مردانگی‌ها تأکید داشتند.^۱ به گفته رابرتز (۲۰۱۴) محققان بسیاری از چارچوب مفهومی کانل برای در نظر گرفتن عناصر منفی مردانگی، وجود طیف‌های مختلف آن به-جای داشتن یک تصویر ایستا و یک‌دست و نیز روش‌هایی که مردان در جامعه به شکل سلسله-مراتبی قشربندی شکل می‌دهند استفاده کردند (Roberts.2014). رابرت بلای^۲ در «آیرون جان: کتابی درباره مردان» ادعا کرد مردان معاصر در رنجند زیرا از مردانگی عمیق که تعریف آن را از داستان‌ها، داستان‌های عامیانه، اسطوره‌ها و گزیده‌ای از اطلاعات انسان‌شناختی استنباط می‌کند محروم گشته‌اند. فرهنگ غربی تداوم خود با مردانگی سنتی که طی مناسک گذار پسران با مسئولیت‌های مردانگی آشنا می‌شدند را از دست داده است (Buchbinder.2013).

شناخت تنوع مردانگی، و جدا کردن آن‌ها از یکدیگر ممکن است باعث حذف برخی مشخصه‌ها و عادات رفتاری شایعی شوند که به شکل عمومی‌تری، موجب آگاهی بخشیدن در مورد «انجام مردانگی» می‌شوند (هرن^۳ ۲۰۰۴). به‌طور مثال وایت‌هد^۴ (۲۰۰۲) از مفهوم احساس حق مراقبت از زنان، حمایت و تمایلات جنسی سخن می‌گوید. همچنین بر طبق مفهوم «مردانگی همدست» کانل (۲۰۰۵)، مردانی که با مردانگی هژمونیک مطابقت ندارند، نیز از امتیازات رایج مردانگی در جامعه

^۱. همان‌گونه که ابویم (۲۰۱۰) می‌گوید، پس از نخستین تحولات صورت‌گرفته در نظریه نقش جنسیتی، اسطوره مردانگی پلک (۱۹۸۱) و یا معضلات مردانگی کوموروفسکی (۱۹۷۶) به‌وسیله بسیاری از آثار دیگر همانند تولسون (۱۹۷۹)، اسنودگراس (۱۹۷۷)، کاکبرن (۱۹۸۳)، کانل (۱۹۸۳)، کیمل (۱۹۸۷)، ویکز (۱۹۸۹)، هرن و مورگان (۱۹۹۰)، سگال (۲۰۰۷) و کالیر (۱۹۹۵) پی گرفته شد و مفهوم کثرت به عنوان اصل اساسی مردانگی پذیرفته شد (cited in Aboim, 2010)

^۲. Robert Bly

^۳. Hearn

^۴. Whitehead

سود می‌برند (Whitenhead.2002, Seidler. 2006,cited in Robbinson & Hockey.2011) بریتان (۱۹۸۹) می‌گوید «درحالی‌که آشکار است سبک‌های مردانه در مدت زمان کوتاهی نسبتاً تغییر کرده‌اند اما سرشت قدرت مردانه تغییری نداشته است» (Brittan.1989,cited in Robbinson & Hockey.2011:10). بر طبق نظر هیوود و مک-ان‌گیل (۲۰۰۳) مفهوم مردانگی، ایدئولوژی را تشکیل می‌دهد که به شکل منطقی و مشروع، به تمام نیازها و دستاوردهای مردان، امتیاز می‌بخشد. همانگونه که اسکارفیلد و دریکفورد (۲۰۰۲) می‌گویند گرچه مفهوم بحران مردانگی باعث شده تا رفتارهای مردانه به شکل فزاینده‌ای زیرسؤال بروند اما روشن نیست که آیا می‌توانیم از مردانگی‌هایی که ظاهراً از دهه ۱۹۹۰ به‌وجود آمده‌اند تحت مردانگی جدید نام ببریم (Scourfield & Drakeford. 2002,cited in Robbinson & Hockey.2011)

در ایران نیز برخی پژوهش‌ها به ارائه سنخ‌شناسی از مردانگی پرداخته‌اند. چاووشیان و رشت-آبادی (۱۳۸۹) با بررسی سینمای پس از انقلاب ایران چهار سنخ ایده‌آل از مردانگی را شناسایی کرده و نشان دادند که اجزای مردانگی هژمونیک در طول این سال‌ها دچار تغییرات متعددی شده است. ذکایی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی در استان گیلان مردانگی سنتی، نیمه‌سنتی و مدرن را شناسایی کردند که دو گونه آخر جایگزین مردانگی هژمونیک قدیمی‌تر گشته است. کوثری و مولایی (۱۳۹۱) با بررسی روایت‌های مردانگی در موسیقی رپ توانستند ۱۴ روایت از مردانگی ارائه کنند که برخی در دسته مردانگی هژمونیک و برخی به عنوان آلترناتیوهای آن تلقی شدند. حسن‌پوراسلانی و صدیقی (۱۳۹۲) با نشانه‌شناسی اجتماعی مردانگی در عکاسی مطبوعاتی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ خورشیدی نشان دادند در هر سه گونه مردانگی مسلط در سال‌های پیش از انقلاب تا پس از جنگ شامل مردانگی شهری در مقابل دهاتی، انقلابی در مقابل مردانگی شهری و پس از انقلاب مردانگی مستضعف-اشرافی، سلطه بر زنان شامل عدم بازنمایی و یا بازنمایی به عنوان ابژه تزئینی دیده می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

نظریه کانل در مورد گونه‌های مردانگی و برخی نظریات مرتبط می‌توانند حساسیت نظری را فراهم کنند. مردانگی هژمونیک مشخصاً یک معیار و رایج‌ترین روش‌هایی است که در صورت انجام، باعث احترام به مردان می‌شوند (Connell & Messerschmidt.2005). «دیدگاه گفتمانی بر ابعاد نمادین مردانگی هژمونیک تأکید می‌کند اما از طریق اعمال غیرگفتمانی شامل دستمزد، خشونت، روابط جنسی، کار خانگی و نگهداری کودکان نیز صورت می‌گیرد» (Connell & Messerschmidt.2005:842) «مردان با یکدیگر در پیوند هستند و این پیوند لزوماً آگاهانه نیست و از طریق تمایلات جنسی غالب، خشونت و خشونت بالقوه، امتیازات اجتماعی و اقتصادی،

قدرت پدرانگی و قدرت سیاسی است» (Hearn. 2002:249). شاید وجه بارز و مشترک مردانگی هژمونیک تعریف خود با آنچه زنانه نیست باشد. علاوه بر این سایر موقعیت‌های فرودست را نیز شامل شده و «مردانگی در تقابل با مجموعه‌ای از مشخصاتی تعریف می‌شود که تحت موقعیت‌های پست‌تر شناخته می‌شوند» (Mc Dowell.2005:19). امروزه این مسأله به رسمیت شناخته شده که راه‌های متعددی برای مرد بودن وجود دارد. مردانگی پیچیده و اغلب متناقض است، و ممکن است با تمایلات پر از کشمکش و مبهم، از درون شکسته شده باشد. «حتی آن نوع از مردانگی که به شکل رایج به عنوان مردانگی هژمونیک تعریف می‌شود شامل طیف گسترده‌ای از کردارهاست» (Mc Dowell.2005:19). آنچه در این میان مهم است این است که این مجموعه باید به شکل مرتب بازخلق شده و از نو مرتب شوند. از انواع مردانگی‌های هژمونیک می‌توان به مردانگی متخصص یا معیار اشاره کرد. مک‌لثان و همکاران (۱۹۷۷) فرهنگ مهندسی را نمونه واضحی از مردانگی مسلط می‌دانند که سایر افراد در محل کار شامل تکنسین‌ها و کارگران سعی در یکسان‌سازی هویت خود با آن را دارند (McLean et al.1997,cited in Haywood & Mac an Ghail.2003) در هر فضایی مردان تلاش می‌کنند خود را با مردانگی‌های پذیرفته‌شده، یکسان‌سازی کنند و خصوصا در فضای مجازی به دلیل توانایی در تغییر «خود وانمودی» و امکان کاملا متفاوت بودن آن از خود واقعی و نیز فانتزی‌سازی‌ها و همذات‌پنداری با مردان معیار، بیشتر دیده می‌شود. یکی دیگر از رایج‌ترین و جهانی‌ترین صورت‌های مردانگی هژمونیک مردانگی قهرمان است که با سینما و به‌خصوص ورزش عامه‌پسند نزدیکی دارد. با رشد فرهنگ بدن در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰، نظافت شخصی و تغییر شکل در بدن با هدف روابط جنسی محبوبیت زیادی پیدا کرد و باعث توجه به ظاهر مردان به شیوه‌های جدیدی شد. جنیفر هارگریوز (۱۹۹۴) استدلال می‌کند که در دهه ۱۹۸۰ تصاویر ستاره‌های ورزش زنان به طور فزاینده‌ای جنسی شدند. در طول دهه ۹۰ تصاویر مردان نیز مشمول همین رویه شده و به عنوان موضوع زیبایی و جذابیت جنسی مطرح شدند. «ورزش به شکل قدرتمندی با گفتمان‌های جنسیتی در تعامل است. درک عامه از ورزشکار حرفه‌ای شامل ورزشکار بودن، قدرت، چابکی و جذابیت است. این امر نه تنها به عنوان ایده‌آل مردانگی برای آرزو کردن مردان، بلکه برای زنان جذابیت پیدا می‌کند» (Wellard.2009:21). با وجود این بدن به سادگی پذیرنده تقاضاها و تعاریفی که منشأ بیرونی دارند، نیست، بلکه در واقع وسیله‌ای است که مردان از طریق آن عاملان رفتار می‌کنند؛ خواه از طریق اعلام نمودن احساس خود در طرز لباس پوشیدن، حرف زدن یا راه رفتن و یا به شکل جهت‌دارتری، عمل بر اساس دنیای اجتماعی و مادی که بر اساس آن عمل می‌کنند (Robbinson & Hockey.2011). فدرستون (۱۹۹۵) نشان می‌دهد در حوزه‌های خطر، خشونت و مخاطره قهرمان در خارج از زندگی روزمره قرار دارد و تنها چون برای انجام وظیفه و کار خود مورد تحسین قرار می‌گیرد به انجام آن مبادرت می‌

ورزد (Hargreaves.1994, Featherstone.1995, cited in Whannel.2002). «ورزش با ایده‌آل بازی جوانمردانه عرصه‌ای نمادین است که در آن قهرمانان می‌توانند رژه بروند، بهترین و نجیب‌ترین ارزش‌ها را به نمایش بگذارند و الگویی برای نقش‌های پسران ارائه کنند» (Whannel.2002:7).

به گفته کانل (۲۰۰۵) لازمه تمرکز بر روی روابط جنسیتی در میان مردان تحلیل پویای آن است. بنابراین تعریف مردانگی هژمونیک نیز ثابت نبوده و با سایر مردانگی‌ها مانند مردانگی‌های هم-دست، فرودست و درحاشیه تعریف می‌شود (Connell.2005). صورت بسیار شایع، «مردانگی هم‌دست»^۱ است. کانل در جنسیت و قدرت، به امتیازاتی که مردان با دفاع از مردسالاری تحت عنوان «سود سهام پدرسالارانه» بدست می‌آورند اشاره کرد. «اینها شامل احترام، اقتدار، خدمات زنان، مزایای پولی، قدرت نهادی و کنترل بر زندگی‌شان است. بسته به این‌که مردان در این نظم جنسیتی چه موقعیتی دارند، کم و بیش از این امتیازات برخوردار می‌شوند» (Pease.2014:21). یکی از آخرین اشکال در سلسله‌مراتب کانل «مردانگی فرودست»^۲ است که نقطه مقابل مردانگی هژمونیک است؛ هر نوع از مردانگی که به دلیل نداشتن ویژگی‌های مطلوب و معیار مانند سفیدپوست بودن، تعلق به طبقه متوسط و مانند آن از مزایای قرار گرفتن در مردانگی هژمونیک و حتی همدست محروم شده است. «مردانگی درحاشیه»^۳ در پایین‌ترین بخش از سلسله‌مراتب مردانگی قرار می‌گیرد؛ قرار داشتن در صورت‌های مردانگی که به شکل صریح، دیگری مردانگی هژمونیک باشد و مردان دگرباش بهترین نمونه برای آن هستند.

بر طبق نظر وایتنهد (۲۰۰۲) «بسیاری از مردان در کسب رابطه‌ای بدون نقص، رضایت‌بخش و مناسب بین بدن خود و گفتمان غالب مردانه شکست می‌خورند، اما همچنان تلاش می‌کنند و در واقع، ذهنیت مردانه آن‌ها در این تلاش‌ها سرمایه‌گذاری می‌شود» (Whitenhead.2002, cited in Robinson & Hockey.2011:97) از جمله مکانیسم‌های رایج مردانگی هژمونیک برای بقای خود، می‌تواند ترکیب شدن با برخی عناصر هویتی پذیرفته‌تر همچون صفات زنانه باشد. داگلاس (۱۹۷۷) مفهوم احساسی شدن^۴ را مطرح کرده و می‌گوید مردان در آمریکا به طور فزاینده-ای ارزش‌هایی که از نظر سنتی زنانه تعریف شده‌اند همچون صمیمیت، عاطفی و احساساتی بودن را به کار می‌برند (Douglas.1977, cited in Haywood & Mac an Ghail.2003). موازی با فضای واقعی در فضای مجازی نیز روحیه هنری، حساس نشان دادن خود و اهمیت دادن به ظاهر

¹ . Complicit Masculinity

² . Subordinate Masculinity

³ . Marginal Masculinity

⁴ . sentimentalization

از مهمترین ارزش‌هاست که مردان نیز از آن تبعیت می‌کنند. علاوه بر این برخی از اضطراب‌ها که تا پیش از این زنانه تلقی می‌شدند در میان مردان نیز گسترش پیدا کرده‌اند. همان‌گونه که ویدوز (۲۰۱۸) نشان می‌دهد گسترش فرهنگ دیداری و مجازی به شکل سلطه ایده‌آل‌هایی در جریان است به طوری که در برابر قضاوت‌های ما در مورد بدنمان و آنچه که در رابطه با بدنمان می‌خواهیم قرار می‌گیرد. در چنین شرایطی چنانچه فرد میان اندام خود و استانداردهای زیبایی مطابقت نبیند مضطرب خواهد شد (Widdows, 2018). علاوه بر اضطراب زیبایی همان‌گونه که سالکل (۲۰۰۴) یادآور می‌شود مردان دچار اضطراب عشق نیز شده‌اند. او می‌گوید احساس عاشق شدن شدید معمولاً همراه با اضطرابی است که حتی ممکن است مانع از این شود که فرد بتواند با خاطر جمع در پی عشق دلخواه خود باشد. هنگامی که عاشق می‌شویم به طور ذهنی و موقت غرق در موضوع دیگری می‌شویم «این اضطراب موقت زمانی که شریکی (همسر، دوست جنس مخالف) پیدا می‌کنیم با اضطراب دیگری جایگزین می‌شود؛ نکند او را از دست بدهم» (Salecl, 2004:43). بنابراین می‌توان از بازاندیشی خودآگاه یا ناخودآگاه در هویت مردانه سخن گفت. برخی نویسندگان از «بدیل مردانگی هژمونیک» نیز سخن گفته‌اند. در این میان، «مردانگی فعال ضدتبعیض»، جایگاه مهمی دارد. به گفته کیمل و آرونسون (۲۰۰۴) مردان فمینیست حرفه‌ای به طور عمومی از اهداف فمینیستی شامل حذف جنس‌گرایی و برابری جنسیتی حمایت می‌کنند به طوری که برخی از آن‌ها واژه ضدجنس‌گرا را برای فعالیت‌هایشان به کار می‌برند. «فمینیست‌های حرفه‌ای سعی می‌کنند زندگی شخصی، فعالیت اجتماعی یا کار سیاسی را بر اساس اصول فمینیستی پایه‌گذاری کنند» (Kimmel & Aronson, 2004:634). همان‌گونه که فلود (۲۰۱۴) می‌گوید برای اینکه مردان بتوانند در نقش یک مرد فعال ضدخشونت علیه زنان قرار بگیرند باید دارای ویژگی‌هایی باشند که کسی^۱ و اسمیت^۲ (۲۰۱۰) آن‌ها را برشمرده‌اند: ۱) داشتن تجربه‌های حساس‌کننده شخصی که سبب آگاهی مردان نسبت به خشونت یا نابرابری‌های جنسی شده‌اند. ۲) دعوت شدن برای چنین درگیری‌هایی و ۳) فهم این تجربیات به روشی انگیزش‌بخش. بسیاری از مردان انواع تجربه‌های حساس‌کننده را دارند که مسأله خشونت مردان علیه زنان را برای آن‌ها قابل‌درک‌تر و قابل تأکیدتر می‌سازد و شامل گوش فرادادن به افشاگری‌های زنانه در مورد خشونت، احساس نزدیکی و وفاداری نسبت به زنان خاص، داشتن تعهدات سیاسی و اخلاقی نسبت به عدالت، برابری و مفاهیم نزدیک به آن‌ها، در معرض عقاید فمینیستی قرار داشتن، داشتن همسالان و افراد نزدیکی که در تضاد با سنتند و قربانی خشونت بوده‌اند هستند (Casey & Smith, 2010, cited in Flood, 2014).

¹. Casey

². Smith

فضای مجازی به عنوان میدانی که می‌تواند نمایانگر تغییرات فرهنگی گسترده باشد خنثی نبوده و بر این تغییرات تأثیر نیز می‌گذارد. خصوصیات فضای مجازی باعث شده که نه تنها این فضا بستری برای نشان دادن پیدایش چنددستگی در مردانگی باشد بلکه خود نیز بر شکل‌گیری این - دسته‌بندی‌ها تأثیر گذاشته است. با توجه به آنچه گفته شد، در این پژوهش به دنبال آنیم تا به دو پرسش مهم پاسخ دهیم: (۱) صورت‌ها و گفتمان‌های مردانگی چگونه در فضای مجازی ایرانی بازنمایی می‌شوند؟ (۲) چه مکانیسم‌هایی در پویایی‌های آن‌ها دخیلند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش قوم‌نگاری مجازی صورت می‌پذیرد. در این روش کردارهای فرهنگی در فضای مجازی مورد مطالعه قرار می‌گیرند تا شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان را درک کنیم (Boellstorff, Nardi, Pearce & Taylor, 2012). جامعه آماری شامل کلیه افرادی است که در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام، فیسبوک (متا)، توئیتر، یوتیوب و تلگرام، صفحه یا گروه عمومی داشته و به بررسی تصاویر و نوشته‌های آن‌ها شامل زندگی‌نامه کوتاه، کپشن‌ها^۱، و سایر مطالب موجود در صفحاتشان پرداخته‌ایم. در بازه زمانی بیش از یک‌سال صفحاتی در صبح، ظهر یا شب انتخاب شده و مورد بررسی قرار می‌گرفتند. در فضای شبکه‌های اجتماعی به دلیل وجود خود-ابرازی‌های بسیار و نیز متون حاصل از گفت‌وگوهای افراد نیازی به مصاحبه نیست. محقق باید بتواند با مراجعه به صفحات بسیار و با رعایت انتخاب از میدان‌های متنوع، در کنار معیار هدفمند بودن به نمونه‌های مناسبی دست یابد. برای تجزیه و تحلیل این داده‌های حاصل از مشاهده غیرمشارکتی، از تحلیل نشانه‌شناسی و مضمون استفاده می‌شود. در تحلیل نشانه‌شناختی ارزش نشانه توسط روابط همنشینی و جاننشینی که زمینه ساختاری را ارائه می‌دهند که در آن علائم معنا پیدا می‌کند مشخص می‌شود (Chandler, 2004). علاوه بر این که هر صفحه به عنوان ساختاری جداگانه مد نظر بود، روش نشانه‌شناسی پسا‌ساختارگرا نیز مورد استفاده گرفت. کریستوا با الهام از مفهوم چند-صدایی باختین اصطلاح بینامتنیت را مطرح کرد بدین معنا که هر متنی متون دیگر را در خود جذب کرده و انتقال می‌دهد (Kristeva, 1989). فرض بر این است که برای فهم معنای آنچه در صفحه شخصی فرد بازنمایی می‌شود باید به متون دیگری که معنای آن‌ها در آن مستتر است رجوع کرد. علاوه بر اینکه داده‌های تصویری مورد تحلیل نشانه‌شناختی قرار گرفتند، نوشته‌های موجود نیز تحلیل مضمون شدند. «مضمون ویژگی تکراری و متمایزی در متن است که به نظر پژوهشگر،

^۱. جمله یا جملات نغز آن‌ها در زیر پست‌ها

نشان‌دهنده درک و تجربه خاصی در رابطه با سؤالات تحقیق است» (King & Horrocs, 2010: 150).

پیش‌فرض این پژوهش وجود آگاهی‌های مخدوشی است که می‌توانند بر مردانگی‌ها و غیرمردانگی‌ها اثر منفی داشته باشد. در اینجا با نگرش انتقادی نسبت به گفتمان‌های حاضر در جامعه اعم از گفتمان‌های متعارف حاکم بر رسانه رسمی، سیاست‌گذاری‌ها، خانواده، شبکه‌های اجتماعی جدید و مانند این و با دست‌یافتن به عمیق‌ترین جنبه‌های روانشناسی اجتماعی در روابط میان آن‌ها سعی در برملا ساختن ایدئولوژی‌های موجود در تعاریف مردانگی داریم.

یافته‌های پژوهش

صورت‌های مردانگی: مردانگی هژمونیک ایرانی در فضای سایبر، نمودهای گوناگونی دارد. در این بخش اشکال عمده این صورت‌ها به همراه گفتمان‌ها، تحولات و منازعاتی که با آن‌ها همراهند مورد بحث قرار می‌گیرند:

۱. مردانگی هژمونیک: مردانگی هژمونیک که احتمالاً می‌توان آن را به‌واسطه تداوم تاریخی و بسامد، رایج‌ترین جلوه مردبودگی به شمار آورد، اشکال و جلوه چندگانه زیر را به خود می‌گیرد:

1/1. *پدرانگی قدرتمند و تمرکزگرا:* به گفته هرن (۲۰۰۲) در گذشته پدرانگی بیولوژیکی و قانونی تعریف می‌شد، اما ممکن است صورتی تاریخی داشته باشد؛ پدرانگی قدرتمند و تمرکزگرا در تاریخ اجتماعی و سیاسی ایران و خاستگاه ژئوپولوتیک کشور ایران ریشه دارد. پدری که تمام مسئولیت‌های جمعی و ترس‌ها به او منتقل شده و بنابراین مقدس است. البته تقدس این شخصیت، اشباع خواهد شد زیرا شخصیت نوعی ایرانی برای تخفیف هراس‌های دائمی و سلب مسئولیت از خود به او پناه برده است. صورت جدید که جایگزین می‌شود، تنها در صفات عَرَضی با او متفاوت است. صورت بینامتنی آن را می‌توان در «پدرهای تمرکزگرای بدیل» دید؛ علاوه بر شخصیت‌های سیاسی حال و گذشته که نمونه‌های اصلی این نوع مردانگی هستند، تمام گروه‌های متخاصم سیاسی، مذهبی و حتی هنری به‌طور مداوم و متقابل در حال ارائه بدیل‌های خود هستند. نمونه‌های آن در فرهنگ عامه محمدرضا شجریان ستاره موسیقی سنتی ایرانی، ناصر حجازی مربی تیم فوتبال استقلال و همچنین بهروز وثوقی بازیگر ایرانی هستند که به عنوان قهرمان اسطوره‌ای شناخته شده و گاه در تقابل با حاکمیت یا اسطوره‌های مورد نظر آن شناخته می‌شوند. حتی مردانگی‌های فرودست با پیروی از آن‌ها تلاش دارند تا از وجهه‌ای که در پدرانگی قدرتمند تمرکزگرا وجود دارد، سود ببرند و به سرکوب غیرمردان بپردازند. همواره میان نیروهای استراتژی و تاکتیک نبردی است که هر کدام الگوهای مرد نظر خود را مطرح سازند اما در نهایت الگوی مد نظر، سرکوب‌کننده غیرمردان است.

قومیت به گفته اسمیت (۱۹۸۶) بر گذشته اسطوره‌ای و پدران دیرین تأکید دارد و همین موجب قداست بیشتر پدر در نزد قومیت‌ها می‌شود.

۱/۲. مردانگی موفق و معیار: تصویری که این نوع مردانگی ارائه می‌دهد بر تخصص او تأکید دارد. در جامعه‌ای که آرمان «خود-تحقق‌بخشی» از مهمترین ارزش‌های پذیرفته‌شده است، فردی که توانسته در زمینه مادی همچون ثروت‌اندوزی، کسب شغل پردرآمد و دارای منزلت اجتماعی بالا و نیز کسب سرمایه فرهنگی همچون تحصیلات موفقیت کسب کند، «معیار» تلقی می‌شود. سایر مردانگی‌ها با ایجاد تعاریفی همچون خودنمایی‌های ظاهری و بدن‌نمایی به دنبال رقابت با این گروه هستند، اما معمولاً ناکام می‌مانند. با وجود این در تعریف عامیانه، داشتن زندگی هذونیستی و برخورداری از مواهب زندگی (حتی بدون تلاش) نیز می‌تواند یک مرد را موفق و خوشبخت بنمایاند. وجود عنصر خیام‌گرایی^۱ در فرهنگ ایرانی که بر زندگی در لحظه حال توجه دارد توجیه‌کننده این امر است. قرار گرفتن این ویژگی‌ها در بستر مصرفی و داشتن زندگی لاکچری می‌تواند مورد غبطه (و البته نفرت و خشم) پسر نوجوان و مرد جوان ایرانی باشد. زندگی ساشا سبحانی آقازاده ایرانی^۲، دن بیلزریان و افراد دیگری که پول‌های بادآورده و زندگی سرخوشانه، سرشار از لذت و لاکچری دارند نمونه‌هایی از آن هستند.

۱/۳. مردانگی قهرمان: فضای مجازی به عنوان بدیل رسانه‌های رسمی می‌تواند محل مناسبی برای مردانگی قهرمان باشد که برخی ویژگی‌های تاریخی گروه‌های عیاران از جمله طرفداری از ضعیفان و ایستادن در برابر قدرت را دارد. فعالان مدنی، فعالان صنفی، ورزشکاران، برخی چهره‌های هنری و حتی گمنام‌ترین افراد در صورتی که ثابت شود از ویژگی‌های رفتاری همچون عدالت‌طلبی برخوردارند قهرمان تعریف می‌شوند.

از طرفی مردانگی قهرمان گاهی در ورزشکار بودن که تأکید آن بر ماهیچه‌های ورزیده و مردانه است تجلی یافته و به عنوان ایده‌آلی مردانه مطرح می‌شود. به گفته وانل (۲۰۰۲) برای بسیاری از مردان، ورزش، جهانی واقعی و هم‌تخیلی است، که در بخش تخیلی آن می‌توان کمال انجام هر کاری را تخیل کرد. حافظه ورزشی و فانتزی ورزشی گرد هم می‌آیند و زمینه‌ای جادویی را برای عملکرد مردانه فراهم می‌آورند که در آن تخیل‌گر می‌تواند هم مجری باشد و هم مخاطب (Whannel, 2002). کمال ثروتمند بودن، داشتن روابط متعدد با زنان، یا وفاداری و داشتن

^۱ نگرشی مبتنی بر فلسفه غیررسمی موجود در اشعار منسوب به حکیم ابوالعمر خیام فیلسوف، ریاضیدان و شاعر ایرانی قرن ششم هجری قمری که بر لذت بردن از زندگی و توجه به زمان حال به جای گذشته و آینده توجه دارد.

^۲ فرزندان مقامات رسمی که از طریق جایگاه پدر یا مادر خود توانسته‌اند به موقعیت اجتماعی و اقتصادی بسیار بالایی دست یابند.

زندگی عاشقانه، جذابیت، محبوبیت و غیرمنتظره بودن در چهره‌هایی همچون دیوید بکهام، مارادونا، کریستانو رونالدو، لیونل مسی وجود دارد و بسیاری از مردان با آن‌ها همذات‌پنداری می‌کنند. علاوه بر اسطوره غلامرضا تختی، در ورزشکاران ایرانی می‌توان کمال نجابت، موفقیت و انسان‌دوستی و یا انتقاد از قدرت و چالش با آن را در مفهوم «جوانمردی» و در چهره‌هایی همچون علی دایی و علی کریمی دید. گویی مردان با جنبه‌هایی از شخصیت ورزشکاران که آرزوی آن را دارند هویت‌یابی می‌کنند و از این طریق هویت مردانه خود را کامل می‌کنند. «ورزش بخش مهمی از یک عرصه اجتماعی است که در آن مردانگی‌ها و زنانگی در روابط سلطه و تابعیت ساخته، آموخته و ساختار-یافته می‌شوند» (Wellard.2009:21). در سال‌های اخیر از آنجایی که مردان حساس و احساسی شده‌اند، ورزش‌های کارگری همچون بوکس، کشتی و وزنه‌برداری به حاشیه رفته‌اند. در چنین شرایطی ورزشکاران در برخی رشته‌های عامه‌پسندتر همچون فوتبال تلاش می‌کنند «مردانگی هژمونیک جدید» که تلفیقی از مردانگی هژمونیک سنتی و احساسی‌گری است را به نمایش بگذارند. این حساس شدن بیشتر در بعد فرم صورت می‌گیرد و شامل برداشتن ابروها، مدل‌های موی متفاوت از موی مردانه کلاسیک مانند تل بستن به موها یا بستن موها، استفاده از زیورآلات و مانند این است. در حالی که در بعد رفتاری فوتبالیست‌ها همچنان بیشتر به ادبیات زبان غیرمعیار، خشونت کلامی و رفتاری گرایش دارند.

۱/۴. مردانگی دین‌مدار: ظاهر دینی که در داشتن ریش، پوشیدن لباس‌های ساده با یقه‌های بسته، انگشتر عقیق و مانند آن وسبک زندگی دین‌مدار نمایان می‌شود از ظاهری‌ترین خصوصیات این نوع مردانگی است. در سبک زندگی دین‌مدار مهمترین چالش جنسیتی، خانواده دینی شامل تعدد فرزند و مسأله چندهمسری است. دی‌سوندی (۲۰۱۵) معتقد است اگر چه در اسلام تعدد ازواج مجاز است اما معیاری برای کمال اسلامی نیست. رودد (۲۰۰۶) نیز دلیل تعدد زوجه‌های پیامبر را رسیدن به اتحاد سیاسی می‌داند. در ایران نیز امروزی‌کردن زندگی بزرگان دین و خوانش مدرن از زندگی آن‌ها صورت می‌گیرد؛ از چندهمسری پیامبر(ص) و امامان شیعه(ع) معمولاً صحبت نمی‌شود و از عشق آن‌ها به همسرانشان به شیوه‌ای امروزی سخن گفته می‌شود.^۱ ریشه این رفتار به آرای صوفیان در قرن‌ها پیش برمی‌گردد. تصوف و عرفان عاشقانه در قرن دوم و سوم هجری به عرفان اسلامی وارد شد اما «از قرن پنجم هجری عشق در مکتب جمال به مرحله جالب‌تری می‌رسد و عشق همه چیز می‌شود. از این مرحله دیگر عشق کاربرد و معنای جدیدی می‌یابد» (افراسیاب پور، ۱۳۸۰: ۱۲۶). به گفته نصر (۱۹۸۰) در صورت عارفانه اسلام، خدا به عنوان معشوق و زن به عنوان

^۱ بر طبق نظر متفکران دینی، پیامبر(ص) در طول حیات حضرت خدیجه(س) و نیز حضرت علی(ع) در طول حیات حضرت زهرا(س)، تک‌همسر بوده‌اند.

موجودی گران‌بها که نماد باطن و بهشت درونی است ظاهر می‌شود. در توصیف هانری کربن از عشق در آثار ابن‌عربی و مولانا، عارف بالاترین بینش خداشناسانه را با تأمل در تصویر زنان که بالاترین تجلی خداوند تلقی می‌شوند می‌یابد (Nasr.1980, cited in Amed.2006).

مردانگی دین‌مدار را می‌توان به سه گروه عاشق مسلک که نگاهی عارفانه به زندگی دارند، ولایت‌مداری که قرائت رسمی حاکمیت از مردانگی و به‌طور کلی زندگی را پذیرفته است و بنیادگرا تقسیم کرد. نوع اول انعطاف بیشتری دارد و نوع دوم نیز نسبت به بنیادگرایان منعطف‌ترند. بنیاد-گرایان دینی حتی گاهی از قرائت‌های رسمی حاکمیت از دین فراتر رفته و بازگشت متن‌گرایانه به اصل دین را آرمان خود می‌دانند. آن‌ها معتقد به چندهمسری، نگاه ذات‌گرایانه به زنانگی و مردانگی، عدم انعطاف در نقش پدرانگی و مانند این هستند. انواع مردانگی دین‌مدار ایرانی معتقد به تک-همسری و وجود عشق به عنوان رکن اصلی همسرگزینی هستند، اما جریان‌های افراطی و بنیادگرا هر از گاهی جریان‌های چندهمسری را ایجاد می‌کنند. مردانگی عاشق مسلک به سرکوب زنانگی و حتی صورت‌های دیگر مردانگی مانند مردانگی‌های درحاشیه نمی‌پردازد زیرا به «وحدت وجود»^۱ معتقد و «مسأله تفاوت» برای او پذیرفته شده است. مردانگی ولایت‌مدار به‌خاطر قرائت فقهی از جنسیت و خانواده، همدلی نسبی با زنانگی و سایر مردانگی‌ها دارد. مردانگی بنیادگرا که در غالب اوقات تعدد ازدواج و تعدد فرزند (باروری‌های متعدد و پیوسته برای زنان) را تجویز می‌کند، با کمترین مدارا، بیشتر از دو گروه دیگر دیگری‌سازی می‌کند. مردانگی عاشق مسلک معمولاً نیرویی مربوط به تاکتیک و دو صورت دیگر و خصوصاً مردانگی بنیادگرا مربوط به استراتژی هستند. با توجه به اینکه رسانه‌های رسمی و حتی گاه فضای مجازی در اختیار مردانگی ولایت‌مدار و بنیادگراست، بنابراین مردانگی عاشق مسلک نیز مانند زنانگی و سایر صورت‌های جنسیتی اقلیت و تحت سرکوب است. بر خلاف مردانگی عاشق مسلک، در مردانگی ولایت‌مدار و بنیادگرا همسر و دختر و مانند این، بازنمایی ندارند و تصاویر آن‌ها در فضای مجازی محذوف است. سیاست رسمی و حتی غیررسمی گاه مسأله چندهمسری و به بیان دقیق‌تر چندزنی را مطرح می‌سازد که با برخورد شدید کاربران مواجه می‌گردد، اما به دلیل غالب بودن نگاه مردسالار، بحث چندزنی به شکل استخوان لای زخم در فرهنگ ایرانی وجود دارد و در غالب شوخی‌های زننده با دین، پیامبر(ص) و زنان متأهل خود را نشان می‌دهد.

^۱ اصطلاحی در فلسفه و عرفان اسلامی که به ابن‌عربی، عارف مشهور قرن ۶ و ۷ هجری قمری باز می‌گردد گرچه او خود مستقیماً چنین اصطلاحی را به کار نبرده است. در چنین دیدگاهی تنها ذات خداوند حقیقی است و تمام موجودات تجلی ذات او هستند.

۲. مردانگی‌های بدیل مردانگی هژمونیک: کمپین‌ها و هشتگ‌هایی با مضمون حمایت از زنان تنها در زمان‌های خاص همچون هنگامی که موردی از ظلم علیه زنان به‌وجود آمده باشد (دخترآبی^۱، ریحانه جباری^۲، چندهمسری) و یا اجماع بین‌المللی برای مسأله‌ای باشد (کودک‌همسری) نمود می‌یابند. در مورد مسائل حقوقی حوزه خصوصی مانند امنیت زنان در برابر خشونت‌های خانگی، تساوی دین زن و مرد، سهم‌الارث، حضانت فرزند، شرایط ضمن عقد (حق تحصیل و کار پس از ازدواج و مانند این) حرکتی شکل نمی‌گیرد و به‌شکل مقطعی شاهد هشتگی همچون «نه به ازدواج با کودکان» هستیم. علاوه بر این به‌دلیل دوقطبی شدن فضا، بلافاصله واکنش‌هایی از سوی گروه‌های بنیادگرا و سنت‌گرا به‌وجود آمده که با گفتگوهای خشونت‌آمیز و هزل‌آمیز همچون واکنش‌ها به «هشتگ من نیز»^۳ سعی در به‌حاشیه بردن مطالبه مورد نظر دارند. در چنین شرایطی زنان نیز معمولاً در مقابل هرزه‌گویی‌ها یا سکوت می‌کنند و یا به گفتن فانتزی‌ها و بی‌پروایی‌های جنسی، عشق‌پروری و نشان دادن نیاز خود به ازدواج (یا شریک جنسی) می‌پردازند. از طرفی در سطح فردی «توانایی مردان در بیان احساسات» که چودروف (۱۹۷۸) به آن اشاره می‌کند و در سطح ساختاری نبود ساختارهای اجتماعی (اتحادیه‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد و مانند این) مدافع برابری جنسیتی از مهمترین دلایل عدم گستردگی این صورت از مردانگی است. کاربران نسل دهه ۶۰ و ۷۰ که تجربه احساس بی‌عدالتی دارند به‌صورت مقطعی به صحبت در مورد خشونت علیه زنان در روزهای خاص مانند روز جهانی نه به خشونت علیه زنان و نازنجی کردن پروفایل، سخن گفتن از حقوق زنان و مانند آن می‌پردازند. برخی مکانیسم‌های مردان در مقابل مردانگی ضدتبعیض شامل اتحاد در سکوت و عدم فعال‌گرایی برای حقوق زنان، زندگی دوگانه شامل سخن گفتن از برابری زنان در زندگی شخصی و فضاهای گفتگویی مجازی، و لکنت مردانه و سکوت در برابر نابرابری بین دو جنس در فضای عمومی هستند.

۳. مردانگی هم‌دست: از نظر عددی بیش از گروه‌های دیگر بوده و شامل زیرساخت‌های زیر

است:

۳/۱. *مردانگی لذت‌طلب فارغ از تعهد:* تخیل در فضای مجازی بستر این نوع مردانگی است. «در هدونیسم مدرن افراد در ساخت خود غیرواقعیشان، بیشتر شبیه به یک هنرمند هستند، فردی که تصورات را از حافظه یا محیط موجود می‌گیرد و به مرتب‌سازی دوباره و ارتقای آنان در ذهن خویش

^۱. در حمایت از حضور زنان در ورزشگاه که بخاطر جریان خودکشی یک دختر که به دلیل حضور در ورزشگاه بازداشت شده بود به راه افتاد.

^۲. دختری جوان که در سال ۱۳۹۳ به دلیل قتل صاحبکار خود که گفته شده بود قصد تجاوز به وی را داشته اعدام شد.
^۳. *Me Too*: هشتگی جهانی بود که در فضای سایبری ایران نیز به راه افتاد. هدف این هشتگ ابراز خشونت‌های جنسی بود که از کودکی تا به امروز بر علیه افراد صورت گرفته بود.

به چنان روشی که خوشایند شوند می‌پردازد» (Campbell.2005:78). قرارگیری هدونیسیم در بستر انتزاع‌پرور و تصویری فضای مجازی که شامل عناصر زیبایی‌شناختی و سبک‌محور است باعث شکل‌گیری نوعی از هدونیسیم شده که می‌توان آن را «خلسه مایوس‌کننده» دانست. به‌خاطر خاصیت تصویری و نیز سرعت در جابه‌جایی تصاویر و بی‌زمان و مکان بودن، هر نوع تصویر که نوعی حظ جسمانی و یا روحی را به‌وجود آورد مورد توجه قرار می‌گیرد که می‌تواند زن و یا حتی مرد زیبا و اروتیک، منظره زیبای طبیعی (که تلویحا مکان تفریحی و مختص طبقات بالای اقتصادی است)، تصویر حضور آرامش‌بخش و با شکوه خانواده‌ای شاد و ثروتمند در کنار یکدیگر و مانند این باشد. در لذتی خودآزارانه فرد (عمدتا مرد) با دیدن تصویر، گیف یا فیلم مورد نظر ابتدا به لذت ذهنی می‌رسد و سپس دچار رنج ناشی از خودارضایی جسمی و ملال ناشی از ناکامی می‌گردد؛ او می‌داند چنین شرایطی برای او در واقعیت تحقق نمی‌یابد.

۳/۲. مردانگی نظریات و تمامیت‌طلب: در این نوع از مردانگی به شکلی غیرواقعی و تخیلی فرد صاحب همه زنان ثروتمند و معروف جهان است. این مالکیت تخیلی در دنیای مجازی و واقعی باعث رواج نظریات و ارضای چشمی در میان مردان شده است. مردان جوان به دفعات بسیار از نام، تصویر و فیلم زنان ابژه همانند مدل‌ها و ستارگان قبیح‌نگاری استفاده می‌کنند. همچنین واژگان مبتذل در نظرها، پست‌ها، توییت‌ها و لطفیه‌ها نشان‌دهنده این تمایل است که در میان نوجوانان نیز تکثیر پیدا کرده است. با مقاومت در برابر شرایط فرهنگی و به‌خصوص اقتصادی جامعه همچون تورم بالا، بیکاری و عدم امکان ازدواج، فرد از مکانیسم دفاعی تحریف و شکل‌دهی واقعیت به‌گونه‌ای که با نیازهای درونی او سازگار باشد استفاده می‌کند. در این مکانیسم فرد، اغلب خود را صاحب یک یا چند یا حتی بی‌نهایت شریک احساسی و جنسی زیبا، ثروتمند و معروف واقعی یا خیالی تصور می‌کند که در حمله به صفحات زنان معروف و ثروتمند مانند ایوانکا ترامپ و مواردی از این دست خود را نشان می‌دهد.

۳/۳. مردانگی هرزه‌گویی و اکنشی نسبت به ناکامی‌های نسل‌های دهه ۶۰ و ۷۰ که بسیاری از سیاست‌گذاری‌های نادرست و مقدس‌سازی‌ها را تجربه کرده‌اند بوده و اغلب باخشم و نفرت و نقض تابوهای جنسی و سیاسی و گاه ترکیب درهم‌تنیده آن‌ها همراه است. گرچه ابژه‌سازی زنان و هرزه‌گویی همراه با قضیب‌محوری ایرانی، دارای برخی زمینه‌های تاریخی است^۱، اما با افزایش ناکامی‌های ساختاری شدت بیشتری گرفته است. این خشم و تابوزدایی منجر به خشونت زبانی نسبت به غیرمردان شده است و با تحقیر و شرمندگی‌سازی زنان و سایر خرده‌فرهنگ‌های جنسیتی و شکوه بخشیدن به اندام جنسی مردانه و تحقیر اندام زنانه همراه است. به دلیل خودابرازی تصویری

^۱ در بسیاری از حکایات و ضرب‌المثل‌ها و به‌طور کلی در فرهنگ عامه قضیب‌محوری در اشکال مختلفی نمود دارد.

برخی زنان در صفحات اینستاگرام، مردان به صفحات زنانی که دارای پوشش و زبان بدنی اروتیک هستند وارد شده و سپس به توصیف ویژگی‌های جسمی فرد مورد نظر پرداخته و حتی مکالماتی میان آن‌ها با سایرین و یا دارنده صفحه شکل می‌گیرند. این جملات معمولاً یک‌طرفه و مبتنی بر هرزه‌گویی بوده و نشان از نگاه ابژه‌ساز مرد به دارنده صفحه دارند و با توصیفات همچون عمل جنسی یک‌طرفه همراه هستند. ستایش و گاه توهین و زمان‌هایی نیز به‌شکل متناقضی ترکیبی از این دو دیده می‌شود.

۳/۴. *مردانگی عاشق‌نما (دون‌ژوان):* مردان ایرانی به دلایلی همچون نقش بیشتر مادران در تربیت فرزند، فرهنگ مردسالار، پرزمینه بودن فرهنگ ایرانی و نیز محدودیت‌های فرهنگی، زمینه زیادی برای دون‌ژوان بودن دارند و فرهنگ ایهام برانگیزتر مجازی آن را به شدت گسترش می‌دهد. دون‌ژوانیسم با قدرت در گفتمان بین دو جنس در ارتباط است؛ آن‌ها با درگیر ساختن تعداد زیادی فرد از جنس مخالف از نظر عاطفی، احساس قدرتمندی پیدا می‌کنند و به دلیل ایهام موجود در گفتار و رفتار ردپایی از خود برجای نمی‌گذارند. مردان چه سنتی و چه مدرن، با گفتن سخنان دو پهلو، شعرنویسی، تعریف و تمجید مؤدبانه و یا حتی غیرمؤدبانه از ویژگی‌های زنان و خصوصاً ویژگی‌های ظاهری، گفتن سخنان عاشقانه در لفافه و یا به‌صورت مستقیم سعی در ایجاد احساس قدرت در خود دارند. فضای مجازی به‌دلیل ارتباط بی‌حد و حصر با جنس مخالف و نیز امکان گفت-وگو، خودابرازی و نیز خیال‌پردازی مکان مناسبی برای عاشق‌نماهاست.

مکانیسم عمده‌ای که توسط مردانگی‌های هم‌دست و خصوصاً دو گونه اخیر به کار گرفته می‌شود «غیرت‌ورزی» است. گویی دیگری بزرگ مردان ایرانی در مرحله آینه‌ای در اثر نگرستن به واجدین قدرت در هر مکان و زمانی، به‌وجود آمده است و به عبارت دقیق‌تر دیگری بزرگ او «قدرت» در معنای کلی است. به‌سخره گرفتن مردان به زعم او فاقد قدرت و غیرهژمونیک، تقدیس مردانگی هژمونیک در قالب اسطوره‌ها و خصوصاً پدرانگی تمرکزگرا، میل به تملک تمام زنان و رشک بردن به فرد دارای قدرت به دلیل توانایی تملک بر زنان بسیار و در نهایت نظربازی و هرزه‌گویی را می‌توان راه‌حل‌های بی‌قدرتی در مردان ایرانی دانست. غیرت ناموسی برای زنان نزدیک اعمال می‌شود که به‌طور مثال با عدم نمایش تصویر زنان نزدیک به خود همراه است. با وسعت یافتن ابژه غیرت‌ورزی، احساس مالکیت نسبت به زنان هموطن به‌وجود می‌آید به‌طوری‌که زنانی که بر خلاف آن کنشی صورت دهند آماج خشم و نفرت حاصل از غیرت‌ورزی تعمیم‌یافته مردان گوناگون قرار می‌گیرند. از طرفی مفهوم غیرت مفهومی چندوجهی و موقعیت‌مند است و با رجوع همان مردان به صفحات روسپی‌های سایبری و تعریف و تمجید از آن‌ها و تلاش برای برقراری ارتباط، نظربازی و هرزه‌گویی، خود را نشان می‌دهد. در مثالی ذهنی‌تر می‌توان توهین به زنان نزدیک دیگران همچون خواهر، مادر، عمه و مانند این در مقابل خشم در برابر توهین به زنان نزدیک به خود را مثال زد.

۴. مردانگی‌های فرودست:

۴/۱. مردانگی جاهل‌مآب: روحیه لوطی‌مسلمی، اهمیت مرام و رفاقت، تأکیدگذری بر شخصیت‌های دینی یا ارزش‌هایی همچون تقدس پدر و مادر، ظاهر خشن مردانه و در برخی موارد خشونت‌های رفتاری (داشتن خال‌کوبی‌های خشن و نامرتب، ظاهر به‌هم‌ریخته و خشن، نمایش سلاح سرد و گرم و مانند این) از ویژگی‌های مردانگی جاهل‌مآب به‌طور کلی است. جاهل‌ها انواع انحرافات خود مانند خوردن مشروب و روابط با زنان متعدد را از طریق صفحات شخصی‌شان به نمایش می‌گذارند. نسل جدید آن‌ها از نظر ظاهری متفاوت‌تر از نسل‌های قبلی هستند و اندام ورزش‌کاری و خال‌کوبی به عنوان ویژگی‌های مردانه در کنار پوشیدن لباس‌ها و ظاهر به‌روزتر، ترکیب بریکولاژگونه‌ای را از آن‌ها نشان می‌دهد. در اینجا مردانگی با مفهوم جوانمردی هم‌معناست، به عبارتی فرد نالوطی، مرد محسوب نمی‌شود. لوطی یا لات با رفتارهای ناپه‌نجان مانند مشروب خوردن، اعتیاد، زندان رفتن، چاقوکشی و دعوا، زخم خوردن از یار بی‌وفا و نارفیق و درگیر شدن با نیروهای دولتی مانند پلیس و مانند آن به درجات بالاتر مردانگی می‌رسد. فرهنگ لوطی‌گری به‌صورت تاریخی با عیش و طرب، باده‌نوشی و شنیدن موسیقی کوچه‌بازاری و در عین حال زخم خوردن و عزلت‌نشینی و ترک دنیا شناخته می‌شود. دنیا برای لوطی که همیشه درحاشیه بوده و هست، در نهایت شوخی پرنجی است. بر طبق شعبانی (۱۳۶۹) از مهمترین ویژگی‌های تاریخی مبارزه‌های مردمی ایران مجامع جوانمردان و عیاران بود که ویژگی‌هایی همچون دفع بیدادگری، تشکیل هسته‌های مقاومت با مرکزیت شخصیتی شجاع، اخلاقی بودن و اعتقاد به آیینی الهی و به خصوص رعایت تابوهای مذهبی در باب حلال و حرام و مکروه و مستحب و واجب، اعتقاد به مروت به عنوان یک اصل اساسی زندگی، ایستادن در برابر زور ولو از طریق غارت، سرکش بودن و نه‌راسیدن از مرگ و مانند آن را داشتند. بر طبق نظر بالسلو لوطی‌ها دارای ترکیبی از ویژگی‌های مثبت و منفی بودند که در طول تاریخ برخی حذف یا اضافه شده‌اند. تصویر لوطی با راهزنی، ناآرامی‌های اجتماعی و بی‌قانونی‌های عمومی مانند خوردن شراب، دعوا و رفتارهای ناشایست جنسی در کنار سخاوت، شجاعت و راست‌گویی وجود داشته است. «آن‌ها به عنوان عوامل آشوب و ناآرامی، بی‌ارزش تلقی شده و معمولاً توسط اعضای دولت که سعی در مشروعیت‌زدایی از اعتراضات داشتند و به تظاهرات‌کنندگان برچسب اراذل و اوباش می‌زدند سرکوب می‌شدند» (Balslev, 2019:38). همان‌طور که دیده می‌شود. البته برخی نیز اصل لوطی‌ها عدالت‌خواهی و شجاعت است که در مردانگی قهرمان نیز دیده می‌شود. البته برخی نیز با پیوستن به قدرت، به سرکوب مردم پرداخته‌اند. مورخین معاصر معتقدند از زمان حکومت پهلوی و خصوصاً پهلوی دوم برخی لوطی‌ها با حکومت وارد ارتباط شده و به سرکوب تظاهرات‌کنندگان

پرداخته‌اند. نقطه اوج این دخالت لوطیان در حکومت، به‌کارگیری افرادی همچون طیب حاج‌رضایی^۱ و شعبان جعفری در سرکوب معترضان در کودتای ۲۸ مرداد بود. مردانگی جاهل‌مآب در نسل جدید توانسته در فضای مجازی بازنمایی گسترده‌ای داشته باشد. آن‌ها از طرف حکومت رسمی به عنوان خرده‌فرهنگ انحرافی (شرو، اراذل و اوباش و مانند این) شناخته می‌شوند. شاید به همین دلیل مرگ جاهل‌هایی همچون وحید مرادی و حتی اعدام بهروز حاجیلو از سوی عموم مردم، سیاسی تعبیر شد و حتی گروه‌هایی از مردم جاهل‌ها را قهرمان می‌دانند، گرچه برخی از مردم نیز دسته‌ای از آن‌ها را در پیوند با قدرت می‌دانند. همان‌گونه که پاپلی یزدی (۱۳۹۷) نیز می‌گوید تلاش گسترده‌ای برای وارد ساختن جاهل‌ها و لوطی‌ها و مصادره ایدئولوژیک فرهنگ آنان صورت گرفته است که در فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی به‌خصوص مشهود است، اما در واقعیت آن‌ها همواره در طیفی میان مقابله با قدرت و پیوند با قدرت قرار دارند.

۴/۲. مردانگی لوطی‌منش (لاتی تعمیم‌یافته): مردانگی لوطی‌منش نسخه شایع‌تر مردانگی جاهل‌مآب است ولی لزوماً به معنای قرار داشتن فرد در دسته لوطی‌ها نیست. فرد در صفحه خود به‌طور مداوم در مورد رفاقت، بی‌وفایی دنیا، زنان و معشوق‌های بی‌وفا سخن می‌گوید و حتی تصاویر تزئینی زنان زیبا در این صفحات یافت می‌شود، اما اثری از همسر و زنان خانواده او نیست و به عبارتی هویت زن او به‌علت غلبه غیرت‌ورزی، محذوف است. در فرهنگ لوطی‌منشی گروه‌های مرجع گوناگونی وجود دارند؛ از جوانمردان قدیمی تا ستارگان ورزش و سینمای جاهلی و از چریک‌های عدالت‌طلب همچون چگوارا تا حضرت علی(ع) و امام حسین(ع) که همگی عنصر دادخواهی را در خود دارند. علاوه بر عدالت‌طلبی، اعتقاد به در لحظه زندگی کردن و در عین حال بی‌ارزشی دنیا و احساس بیگانگی نسبت به نهادهای مدرن که در نمادهای آن‌ها در سینما و موسیقی عامه‌پسند کاملاً مشهود است^۲ می‌توانند زمینه‌های ایجاد جنبش‌های اجتماعی کوتاه‌مدت و بدون ساختار را فراهم آورند. با توجه به این‌که این روحیه در ناخودآگاه جمعی بسیاری از ایرانیان، فارغ از طبقه اقتصادی و فرهنگی وجود دارد، به جرأت می‌توان گفت که در زمان اوج گرفتن نارضایتی‌ها در هر برهه از تاریخ این گروه و به‌طور کلی این فرهنگ به الگوی مرجع تبدیل شده و هم‌پوشانی بسیاری با مردانگی تمرکزگرا و قهرمان می‌یابند. به عبارتی لوطی‌منشی از جنس تاکتیک است، گرچه همان‌طور که گفته شد هم قدرت و هم مقاومت را توأمان در خود دارد.

^۱ او با چرخشی عکس به صف معترضان حکومت پهلوی درآمد و در سال ۱۳۴۲ تیرباران شد.

^۲ به‌طور مثال فیلم قیصر و نشانه‌های اصلی غیرت‌ورزی در آن یعنی شخصیت‌های «قیصر» و «فرمان» و حتی بازیگران آنها هنوز مهم‌ترین الگوهای این گروه هستند.

نکته جالب توجه در بحران مردانگی ایرانی پیوستن مردان طبقه متوسط تحصیل کرده به مردانگی‌های فرودست، به دلیل شرایط ساختاری است. ذکایی و ویسی (۱۳۹۸) سنخ اول که مردان تحصیل کرده طبقه متوسط بودند را سنخ‌های «روشنفکر مغموم»، «نسل سوخته» و «منتقد نصیحت‌گر» و سنخ دوم که به طبقات پایین اقتصادی و فرهنگی اختصاص داشت را «لوطی‌مسلک» نامیده و هر دو را در گروه منفعلان‌الهام‌بخش قرار دادند. ملال ناشی از ناکامی به خشم تسری یافته و دشنام‌گویی تبدیل می‌شود؛ فرد نه تنها خود را به‌خاطر مسائل ساختاری، ناکام می‌بیند، بلکه گروه دیگری را مشاهده می‌کند که به دلایلی از جمله تبعیض، اتصال به قدرت، عدم رعایت قوانین و نداشتن صلاحیت (همچون سلبریتی‌ها و آقازاده‌ها) و حتی موفقیت‌های فردی به وضعیت مناسبی دست یافته‌اند. این افراد که عموماً متولدین دهه‌های ۶۰ و ۷۰ یعنی کسانی که به عنوان «نسل‌های سوخته» شناخته می‌شوند، هستند گرچه نقدهای عقلانی به ساختارها دارند اما معمولاً این نقدها که به طنز کارناوالی آمیخته خصوصاً هنگامی که با نوستالژی‌گرایی و سرخوشی توأم با آن همراه می‌شوند، انفعال در کنش‌های مدنی را سبب می‌شوند. از طرف دیگر ناکامی‌های نسلی باعث شده تا سه‌گانه اقتدار خدا، حاکمیت سیاسی و پدر در نزد جوانان متزلزل گردد. شوخی با نقش پدر و توهین به او، عقاید شطح‌آمیز و شوخی با خداوند و انکار او و زیرسؤال بردن قدرت سیاسی به شکل همزمان در حال روی دادن است. این ساختارهایی از نوع دریدایی نیست که موجب عدم تثبیت دال مرکزی و در نتیجه بهبود یافتن نقش زن/مادر در دوگانه مرد/زن باشد. این تزلزل با نیهیلیسم منفعلانه، رخوت در تمام جامعه، فرافکنی خشم و ناکامی به سمت زنان و افزایش کلیشه‌های جنسیتی و خشونت‌های کلامی علیه آنان همراه است. به نظر ما ظهور دسته‌بندی‌های جدید در کلمات رکیک و ناسزاها در فضای مجازی ایرانی به شدت جنسیت‌مند بوده و خصوصاً حول مفهوم «غیرت ناموسی» به‌جود آمده‌اند. مشکلات ساختاری و ناکامی‌های مردانه و از طرفی رواج مردانگی - های منعطف‌تر باعث پاسخی از سمت مردانگی فرودست شده و شاهد بسط و رواج ویژگی‌های شخصیتی مردانگی طبقه کارگر در شکل اغراق‌آمیز هستیم. «پسران به صورت جمعی به خشونت روی می‌آورند چرا که ترس از این وجود دارد که لطافت و آسیب‌پذیری به عنوان همجنس‌خواهی تلقی شود» (Seidler.2006:92). روحیه خشونت‌ورزی، سکس‌پرستی و تأکید بر عدم زیبایی ظاهری از ویژگی‌های این تیپ است. این تیپ که در ابتدا مختص طبقات پایین بود در حال رواج میان تمام طبقات است و خصوصاً نوجوانان و جوانان به شدت از آن استقبال می‌کنند. الگوگیری از جاهل‌های منفی و ستارگان قبیح‌نگاری از ویژگی‌های این نوع مردانگی بازتولید شده است.^۱

۱. رواج گسترده کلیپ‌ها، پست‌ها و نظراتی که نشانگر آشنایی کامل و حتی الگوگیری نوجوانان از بازیگران فیلم‌های قبیح‌نگار هستند نشانگر این مسأله است.

۵. مردانگی‌های حاشیه‌ای: ۵/۱. مردانگی دگرپاش (لواط‌گر): این نوع مردانگی به گفته شمیسا (۱۳۸۱) حداقل از زمان ورود ترکان به ایران مشاهده شده است. به گفته حجازی (۱۳۷۶) و ستاری (۱۳۷۴) این شکل از ارتباط عاطفی و جنسی حتی در بسیاری از آثار شاعران و حتی عرفا نیز انعکاس داشته است. با وجود این به دلیل تابوهای دینی و زمینه‌های فرهنگی و نیز به دلیل سیاست گذاری‌های فرهنگی مقدس‌ساز از سوی حاکمیت، وجود این مسأله در میان مردم و حاکمیت به شدت نفی شده است. نفی وجود یک مسأله با پذیرفتن آن به عنوان انحراف یعنی نگاه دورکیمی که همواره نرخی از جرم در هر جامعه وجود دارد متفاوت است. به دلیل تابو بودن لواط در جامعه، گفتمان رسمی نیز اکراه شدیدی در مورد سخن گفتن از وجود رابطه‌های منحرفانه میان دو همجنس و تجاوز به عنف در مورد پسرپچه‌ها، بر خلاف تجاوز به دخترپچه‌ها، دارد. گویی همدستی مردی برای سخن نگفتن درباره رابطه میان دو مرد وجود دارد و حتی امکان وجود آن مورد تمسخر و تحقیر واقع می‌شود. بنابراین این مسأله در رسانه و حتی عرف بازتاب نداشته و به زیرزمین جامعه منتقل می‌شود و گاه به شکل کودک‌آزاری‌های جنسی در فضای واقعی و مجازی نمود پیدا می‌کند. تجاوز به پسران در قضایایی همچون تجاوز به محمدرضا پسرپچه ۹ ساله در مهریز یزد و قتل او در سال ۹۳ بازتاب عمومی و رسانه‌ای چندانی نداشت اما تجاوز و قتل آتنا ۷ ساله در سال ۹۶ وجدان عمومی را در کل کشور خدشه‌دار ساخت.

۵/۲. ترنس‌ها: در مورد ترنس‌ها نیز معمولاً از دو مکانیسم طرد یا حذف استفاده می‌شود. فرد دو جنسی در چنین فضایی که هویت‌های بینابینی پذیرفته نشده‌اند، معلق میان برزخ است و مستحق هر نوع توهین و تحقیر دانسته می‌شود. برخی از ترنس‌ها با شجاعت و به شکل مقاومت‌آمیزی تصویر خود و زندگی روزمره‌شان را به نمایش می‌گذارند و به عنوان آنچه مارویک (۲۰۱۳) یا موریسون (۲۰۱۸) «خرده‌سلبریتی» و «سلبریتی دیجیتال» در مقابل سلبریتی سنتی می‌نامند ظاهر می‌شوند، گرچه با برخورد خشونت‌آمیز و تحقیرآمیز مردانه مواجه می‌شوند.^۱ در اینجا بر خلاف آنچه هومی بابا (۱۹۹۸) می‌گوید نه تنها افراد در انتخاب هویت و داشتن هویت بینابینی آزاد نیستند، بلکه هرگونه تخطی از هنجارهای جنسیتی (حتی به شکلی ناخواسته) به عنوان نوعی ناهنجاری و تهدید مردانگی به حساب می‌آید. مردانگی به وسیله مکانیسم‌های موجود در کنش متقابل هرروزه تعریف می‌شود. «همه ابعاد شرط‌های هویتی قادرند مخاطب را متقاعد کنند که ما چه کسی هستیم و باید ادعا کنیم که چه کسی باشیم. این شرط‌ها هم مادی و هم روانی هستند» همچنین شبکه‌های مسئولیت‌پذیری به ما می‌گویند که به واسطه تعلق به گروه‌ها در هر لحظه مورد قضاوت دیگران هستیم به طوری که «اگر به گونه‌ای رفتار کنیم که دیگری در آن مسأله‌ای عجیب یا از نظر اخلاقی

^۱. طنز مهربان یکی از مهمترین آنهاست.

مشکوک بیابد ممکن است برای انجام آن مورد بازخواست قرار بگیریم.» (Schwalbe, 2005: 66) بنابراین مردانی که هنجارهای مردانه و آنچه به تعبیر شوالب (۲۰۰۵) «شرط‌های هویتی» و «مسئولیت‌پذیری» مردانه تلقی می‌شوند را نپذیرند به صراحت نیمه‌مرد دانسته شده و با الفاظ رکیک خطاب می‌شوند. این واکنش‌های تند و پرخاشگرانه (حتی از سوی زنان) را می‌توان ناشی از ابهام و عدم امنیتی دانست که در هنگام از بین رفتن ساختارها و قطعیت‌ها بوجود می‌آید.

محققان نابرابری معتقدند که «از فکر کردن درباره نژاد، طبقه، جنسیت و روابط جنسی به عنوان طبقه‌بندی‌های مجزا باید گریخت» (Howard & Renfrow, 2014: 105). به تعبیر آن‌ها موقعیت‌هایی همچون مردانگی همواره در پیوند با سایر موقعیت‌ها همچون جنسیت، طبقه، نژاد و مانند این قرار دارند و بنابراین از «ساختار نابرابری تقاطعی» می‌توانیم سخن بگوییم. چنین مردانی مانند مردان طبقه کارگر غیرمرکز نشین و یا دگرباش که دچار نابرابری تقاطعی هستند، از بریکولاژ (هم‌پیوندی) برای کاستن تبعیض در مورد خود و حتی برای ارتقای خود در سلسله‌مراتب مردانگی استفاده می‌کنند. آن‌ها هر بخش از هویتشان را از یک نوع مردانگی قدرتمند به دست آورده و آن‌ها را به شکل ذهنی به هم متصل می‌کنند و از طریق هویت‌یابی با آن‌ها و ایجاد «خود و انمودی»، خودابرازی قدرتمندی در فضا از خود به نمایش می‌گذارند. علاوه بر این صورت از مقاومت که به صورت وام‌گیری از گفتار و سبک زندگی معیار است، گاه آن‌ها عناصر هویتی خود را به عناصر هویتی مردانه معیار وارد می‌کنند تا احساس قدرتمندی کنند. این مسأله در دو دهه اخیر با وارد شدن واژگان مردان طبقات پایین و درحاشیه، به گفتار مردان طبقات بالا و حتی گفتمان رسمی خود را نشان می‌دهد.^۱

۶. مردانگی هژمونیک جدید: با شروع بحران مردانگی و تسخیر نشانگان فرهنگی مردانه از قبیل رقابت، استقلال و فردگرایی توسط زنان، مردان دچار بحران هویت مضاعف گردیده‌اند. بی‌پروایی، داشتن روابط متعدد همزمان یا پیوسته با جنس مخالف، استقلال مالی، نمایش بدن ورزشکار، استفاده از زبان مخفی^۲ و هرزه‌گویی از جمله ویژگی‌های مردانه است که به تدریج با حضور زنان در جامعه جزء ویژگی‌های زنان نیز گشته‌اند. با کمک صنعت مد برای مصادره دوباره فضای مردانه و در نتیجه تسکین آلام ناشی از بحران مردانگی، مکانیسمی در جریان است: بازتعریف نشانگان مردانگی هژمونیک و ریختن آن‌ها در قالب جدیدی که عناصری از مردانگی هژمونیک سنتی و جدید را در خود دارد. گذاشتن ریش‌های مختلف و رواج آن در بین جوانان و تأکید دوباره

^۱. واژگانی همچون خفن، قزمیت و مانند آن که متعلق به نقاط خاصی از شهر تهران بودند در دو دهه اخیر خصوصاً در فضای مجازی گسترش یافته‌اند.

^۲. زبان غیررسمی که عمدتاً در میان گروه‌های خاص رایج است: slang.

بر اندام ورزشکارگونه، در کنار برخی عناصر زیبایی‌شناختی که از مدهای زنانه وام گرفته شده‌اند مانند پوشیدن شلوار تنگ و فاق کوتاه، کفش کالج و به‌طور کلی کفش‌های ظریف‌تر، زدودن موهای بدن، استفاده از خالکوبی و زیورآلات نشان‌دهنده این چرخش مردانگی برای تصاحب دوباره نشانگان مردانگی و قدرت مردانه به‌طور کلی است. از طرفی برخی اضطراب‌های زنانه همچون اضطراب زیبایی، اضطراب عشق و اضطراب والدگری که تا پیش از این زنانه دانسته می‌شدند نیز به مردان نیز سرایت پیدا کرده‌اند. شاید بتوان مردانگی‌هایی که به عنوان مدل (زیبایی، ظرافت و شیک پوشی) یا بلاگر سبک زندگی (بازنمایی همسر و پدر ایده‌آل) در فضای مجازی بازنمایی می‌شوند را نقطه اوج این صورت دانست. آن‌ها سعی در خوشایند ساختن ظاهر خویش داشته و عموماً در صفحات سبک زندگی، عشق رمانتیک و پدرانگی نوین را به نمایش می‌گذارند. علاوه بر این صفحات بسیاری که توسط مردان ایجاد شده‌اند، از دیدگاه روانشناختی و حتی دینی سعی در نشان دادن نیازهای روحی مردان و نیز وظایف آن‌ها برای تبدیل شدن به مرد امروزی را دارند.

بحث و نتیجه گیری

تغییرات در هویت و ارزش‌های مردانگی اغلب از نگاه پژوهشگران داخلی دور مانده‌اند. در این پژوهش در پی این بودیم تا فضای مجازی را محملی برای ارائه سنخ‌شناسی از مردانگی، یافتن پویایی‌ها و روابط گفتمانی میان آن‌ها و ساختارهای جامعه ایرانی قرار دهیم. فضای شبکه‌ای ایرانی خنثی نبوده و شاهد بازنمایی‌های متفاوت مردانه در برخی از آنها هستیم. به‌طور مثال به دلیل غالب بودن فضای نمایشی و مصرفی در اینستاگرام، مردانگی به سمت مردانگی هژمونیک جدید متمایل‌تر گردیده، گرچه صورت‌های هم‌دست نیز به دلیل تصویری و بینامتنی بودن فضای مجازی توانسته‌اند خود را مطرح سازند. همچنین با امکان ایجاد بریکولاژهای هویتی، مردان فرودست و حاشیه‌ای نیز برای معرفی و یا ارتقای تصویر خویش و یا حتی وام دادن عناصر فرهنگی‌شان به سایر مردانگی‌ها تلاش می‌کنند. توئیت‌ها و شبکه‌هایی از این دست به دلیل نقدمحور بودن و با استفاده بیشتر از برخی ویژگی‌های فضای مجازی همچون آیکونیک بودن، بینامتنیت، مقایسه‌ای بودن و مانند این بستر مناسبی برای طرفداران پدرانگی‌های قدرتمند تمرکزگرا، مردان قهرمان، مردان متخصص، فعالان ضدتبعیض، لوطی‌مسلك‌ها و حتی مردانگی‌های حاشیه‌ای هستند. با وجود این شاهد همگرایی میان شبکه‌ها نیز هستیم به‌طوری‌که از تنوع مردانگی به‌دلیل خاصیت‌های متفاوت و به‌طور همزمان یکسان شبکه‌ها می‌توان سخن گفت. فرهنگ ایرانی به دلیل پیچیدگی و حضور دائمی قدرت / مقاومت در تمام عرصه‌ها به روابط میان مردانگی‌ها شکل ویژه‌ای بخشیده است که در فضای مجازی بسیار قابل توجه‌تر و نمایان‌تر است. برخی از صورت‌ها به عنوان سنخ‌های جهان‌شمول دیده شدند، با

وجود این برخی نیز ریشه در فرهنگ ایرانی داشته و متأثر از ساختارهای جامعه ایرانی هستند. سلسله‌مراتب میان انواع مردانگی، کنشگری‌های آن‌ها در مواجهه با یکدیگر و حتی صورت‌های غیرمردانه به صورت قدرت / مقاومت و نیز در مواجهه با ساختارهای کلان، و نیز برخی مکانیسم‌ها نیز ایرانیزه شده‌اند. به عبارتی مردانگی‌های ایرانی سعی در حل کردن عناصر هویتی قدیم و جدید همچون دیانت، ملیت و تجدد دارند. این ترکیب عناصر در زمینه‌ای وسیع و در ملغمه میان ساختارهای کلان اقتصاد سیاسی و فرهنگی- تاریخی ایرانی با تمامی هنجارهای اخلاقی پذیرفته- شده صورت می‌گیرد و بنابراین دارای پیچیدگی‌های منحصر به خویش است. تکثر در مردانگی‌ها در زمینه ایرانی علاوه بر اینکه در امتداد تغییرات فراملی رخ داده، ادامه تغییرات ساختاری و نتیجه برخی سیاست‌گذاری‌های کلان نیز است که نه تنها موجب شده‌اند مردانگی دچار تکثر گردد بلکه از این تکثر تأثیر نیز می‌پذیرند.

منابع

- افراسیاب پور، علی اکبر (۱۳۸۰)، *زیبایی‌شناسی در عرفان اسلامی*، تهران: انتشارات طهوری.
- پاپلی یزدی، علی (۲۰۱۸/۱۳۹۷)، «اخراجی‌ها: نقش لات در ساخت مرد ایده‌آل گفتمان جمهوری اسلامی»، *ایران‌نامه*، سال ۳، شماره ۱، صص: ۶۰-۳۳.
- چاووشیان، حسن؛ حسینی رشت آبادی، سید جواد، «ستاره‌های مردانگی و مردانگی ستاره‌ها: بررسی تغییر الگوی غالب مردانگی بازیگران سینمای بعد از انقلاب ایران»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال سوم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹، صص: ۸۴-۵۹.
- حجازی، بنفشه (۱۳۷۶)، *به زیر مقنعه: بررسی جایگاه زن ایرانی از قرن اول هجری تا عصر صفوی*، تهران: قصیده سرا.
- حسن پور اسلانی، محسن؛ صدیقی، بهرنگ، «مردانگی در قاب نشانه‌شناسی اجتماعی مردانگی در عکاسی مطبوعاتی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ خورشیدی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهاردهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۲، صص: ۳۴-۳.
- ذکایی، محمدسعید؛ یزدخواستی، بهجت و یعقوبی چوبری، علی (۱۳۹۰). «گونه‌شناسی مردپنداری در اقوام استادان گیلان»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۵۵، صص: ۱۳۰-۹۳.
- ذکایی، محمدسعید؛ ویسی، سیمین (۱۳۹۸)، گفتمان‌های امید در شبکه‌های اجتماعی، در *امید اجتماعی: چیستی، وضعیت و سبب‌شناسی*، گردآورنده: هادی خانیکی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی با همکاری مؤسسه رحمان.
- ذکایی، محمدسعید؛ ویسی، سیمین (۱۳۹۹). *زیست مجازی در ایران: عواطف و خرده‌فرهنگ‌ها در شبکه‌های اجتماعی*، تهران: آگاه.

- ستاری، جلال (۱۳۷۴)، *عشق صوفیانه*، تهران: نشر مرکزی.
- شعبانی، رضا (۱۳۶۹)، *مبانی تاریخ اجتماعی در ایران*، تهران: نشر قومس.
- شمیسا، سیروس (۱۳۸۱)، *شاهد بازی در ادب فارسی*، تهران: انتشارات فردوس.
- کوثری، مسعود؛ مولایی، محمدمهدی، «روایت‌های مردانگی در موسیقی رب و چالش مردانگی هژمونیک»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره سیزدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۱، صص: ۱۷۷-۱۵۱.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵)، *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نشر نی.
- Aboim, Sofia. (2010), *Plural masculinities: The remaking of the self in private life*. Ashgate.
- Amed, Durre. S. (2006), Gender and Islamic spirituality: A psychological view of 'low' fundamentalism. In L. Ouzgane (Ed.), *Islamic masculinities*. London and New York: Zed Books.
- Anderson, Peter., Hecht, Michael. L., Hoobler, Gregory. D. & Smallwood, Maya. (2003), Nonverbal communication across cultures. In W. B. Gudykunst (Ed.), *Cross-cultural and intercultural communication*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publication.
- Balslev, Sivan. (2019), *Iranian masculinities: Gender and sexuality in late Qajar and early Pahlavi Iran*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bhabha, Homi. K. (1998), Cultures in between. In D. Bennett (Ed.), *Multicultural states: Rethinking difference and identity*. London and New York: Routledge.
- Boellstorff, Tom., Nardi, Bonnie., Pearce, Celia. & Taylor. T.L. (2012), *Virtual Worlds: A Handbook of Method*. New Jersey: Princeton University Press.
- Buchbinder, David. (2013), *Studying men and masculinities*. London and New York: Routledge.
- Campbell, Colin. (2005), *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Alcuin Academics.
- Chandler, Daniel. (2004), *Semiotics: The Basics*, New York: Routledge.
- Chodorow, Nancy. J. (1978), *The reproduction of mothering: Psychoanalysis and the sociology of gender*. California: University of California Press.
- Connell, Raewyn. W. (1987), *Gender and power*, Cambridge: Polity Press.
- Connell, Raewyn. W. (2005), *Masculinities* (2nd Ed.). Berkley, Los Angeles: University of California Press.
- Connell, Raewyn. W. & Messerschmidt, James. W. (2005), "Hegemonic masculinity: Rethinking the concept". *Gender & society*, 19(6), 829-859.
- De Soudy, Amanullah. (2015), *The Crisis of Islamic masculinities*. London: Bloomsbury Publishing.
- Flood, Michael. (2014), Men's antiviolence activism and the construction of gender-equitable masculinities. In À. Carabí, & J. M. Armengol (Eds.), *Alternative masculinities for a changing world*. Palgrave Macmillan.

- Gilbert, Rob., & Gilbert, Pam. (1998), "Masculinity crises and the education of boys". *Change: Transformations in Education*, 1(2), 31-40.
- Harman, Tom (2011), "The crisis of masculinity as Deleuzian event". *Culture, Society and Masculinities*, 3(1), 26-31.
- Haywood, Chris. & Mac an Ghail, Mairtin (2003), *Men and masculinities: Theory, research and social practice*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Hearn, Jeff. (2002), Men, fathers and the state: National and global relations. In B. Hobson (Ed.), *Making Men into Fathers: Men, masculinities and the social politics of fatherhood*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Howard, Judith. A., & Renfrow, Daniel. G. (2014), Intersectionality. In J. D. MacLeod, E. J. Lawler, & M. Schwalbe (Eds.), *Handbook of the social psychology of inequality*. NYC, New York: Springer.
- Kaynak, Erdener. & Sai. Yasutaka. (1995), *The Eight Core Values of the Japanese Businessman: Toward an Understanding of Japanese Management*. Psychology Press.
- Kimmel, Michael. & Aronson, Amy. (2004), *Men and masculinities: A social, cultural, and historical encyclopedia*. Santa Barbara, CA: ABC-Clio Press.
- King, Nigel. & Horrocs, Christine (2010), *Interviews in Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- Kristeva, Julia. (1989), *Word, Dialogue and Novel. Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Leon S.Roudiez. Trans. Thomas Gora et al (Ed). New York: Columbia U.P.
- Marwick, Alice. E. (2013), *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press. New Haven, London: Yale University Press.
- Mc Dowell, Linda. (2005), The men and the boys: bankers, burger makers and barmen. In B. van Hoven, and K., Hörschelmann (Eds.), *Spaces of masculinities*. London: Routledge.
- Morrison, Joshua. N. (2018), All stars burn the same: Media customs and the flattening of celebrity. In C. M. Madere (Ed.), *Celebrity media effects: The persuasive power of the stars*. Landham, Boulder, New York, London: Lexington Books.
- Pease, Bob. (2014), Reconstructing masculinity or ending manhood? The potential and limitations of transforming masculine subjectivities for gender equality. In À. Carabí, & J. M. Armengol (Eds.), *Alternative masculinities for a changing world*. Palgrave Macmillan.
- Reeser, Todd. W. (2010). *Masculinities in theory: An introduction*. John Wiley & Sons Ltd, Blackwell Publishing.
- Robbinson, Victoria. & Hockey, Jenny. (2011), *Masculinities in transition: Genders and sexualities in the social sciences*. Palgrave Macmillan.

- Roberts, Steven. (2014), Masculinities in crisis? Opening the debate. In S. Roberts (Ed.), *Debating modern masculinities: Change, continuity, crisis?* Palgrave Macmillan.
- Roded, Ruth. (2006), Alternate images of the Prophet Muhammad's virility. In L. Ouzgane (Ed.), *Islamic masculinities*. London and New York: Zed Books.
- Salecl, Renata. (2004), *On Anxiety: Thinking in action*. London and New York: Routledge.
- Schwalbe, Michael. (2005), Identity stakes, manhood acts, and the dynamics of accountability. In N. K. Denzin (Ed.), *Studies in symbolic interaction*. New York, US: Elsevier Science/JAI Press.
- Seidler, Victor. J. (2006), *Transforming masculinities men, cultures, bodies, power, sex and love*. London: Routledge.
- Smith, Anthony. D. (1986), *The ethnic origins of nations*. Oxford: Blackwell.
- Wellard, Ian (2009), *Sport, masculinities and the body*. New York and London: Routledge.
- Whannel, Garry (2002), *Media sport stars masculinities and moralities*. London: Routledge.
- Widdows, Heather. (2018), *Perfect Me: Beauty as an ethical ideal*. Princeton University Press.