فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۲۰، شماره ۱، پاییز ۱۴۰۴، صفحات ۲۸۶-۲۵۷

بازنمایی هویت جنسیتی زنان در برنامه‌های قرار ملاقات ناشناس در یوتیوب (مطالعه موردی: برنامه‌های ***Blind Date***)

دکتر داود صفا[۱]، ضمیره حسینی[۲]، حسنی نبی‌زاده[۳]

تاریخ وصول: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۲/۱۶

چکیده:

پدیده "دیت ناشناس" در یوتیوب فارسی به‌عنوان شکلی نوظهور از تعاملات اجتماعی، بازنمایی‌های جدیدی از هویت زنان ارائه می‌دهد. پژوهش حاضر با هدف بازنمایی هویت جنسیتی زنان در برنامه‌های دیت ناشناس یوتیوب، با رویکرد نشانه‌شناسی جان فیسک و با تکیه بر مبانی نظری بازنمایی استوارت هال، نظریه رسانه استیونسن، و مفهوم هویت گیدنز انجام شده است. روش پژوهش، کیفی و با استفاده از تحلیل نشانه‌شناختی در سه سطح رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک بوده است. نمونه‌های پژوهش با روش نمونه‌گیری هدفمند شامل سه ویدئوی پربازدید در قالب‌های «دیت بادکنکی» با ۱۵۵۱۹۷۶ بازدید، «دیت بر اساس جذابیت» با ۶۷۱۴۶۲ بازدید و «دیت بر اساس رد فلگ» با ۷۲۰۴۱۶ بازدید در یوتیوب بوده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد؛ بازنمایی هویت زنان در این برنامه‌ها با تناقضی آشکار همراه است؛ از یک‌سو زنان به‌عنوان کنشگرانی مستقل و فعال نمایش داده می‌شوند و از سوی دیگر با نگاهی مصرف‌گرایانه و ابزاری مواجه هستند. این بازنمایی‌ها به عادی‌سازی رفتارهای غیر اخلاقی، تقلیل هویت زنان به ابژه‌های مورد ارزیابی و قضاوت و ترویج نگاه کالایی و مصرفی به روابط انسانی می‌انجامد. این بازنمایی دوگانه در قالب مؤلفه‌هایی چون شیءوارگی، مادی‌گرایی، سطحی‌نگری، هنجارشکنی و عادی‌سازی پیمان‌شکنی نمود می‌یابد. در نهایت می‌توان گفت این برنامه‌ها با بازتولید گفتمانی متناقض، که در آن عناصر مدرنیته (استقلال، فردگرایی) با عناصر سنتی (کنترل، شیءوارگی) در هم آمیخته شده، بازتاب‌دهنده وضعیت گذار جامعه امروزی و چالش‌های هویتی زنان در این دوره هستند.

مفاهیم کلیدی: *بازنمایی هویت، دیت ناشناس، هویت جنسیتی زنان، یوتیوب، نشانه‌شناسی جان فیسک*

---

[۱] استادیار گروه جامعه‌شناسی جامعه‌المصطفی العالمیه، قم، ایران davood_safa@yahoo.com

[۲] دانشجوی دکتری قرآن و روانشناسی، قرآن و حدیث، جامعه‌المصطفی العالمیه، قم، ایران (نویسنده مسئول) zamirahussieni19@gmail.com

[۳] دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی، علوم تربیتی، جامعه‌المصطفی العالمیه، قم، ایران hosnasadatn@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

در عصر حاضر، گسترش فناوری‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی، تحولات عمیقی در شیوه‌های تعامل انسانی و بازنمایی هویت‌های فردی و اجتماعی ایجاد کرده است. یکی از مهم‌ترین عرصه‌های این تحول، تغییر در نحوه بازنمایی هویت جنسیتی زنان در فضای مجازی است (*Haji Vosoughi, 2001:1*). در این میان، پدیده نوظهور "دیت ناشناس" (*Blind Date*) در پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب، به‌عنوان شکلی جدید از تعاملات اجتماعی، توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است.

"دیت ناشناس" به‌عنوان قالبی از برنامه‌های گفتگومحور، شامل ملاقات دو یا چند فرد است که پیش از برنامه یکدیگر را نمی‌شناسند و طی یک گفتگوی هدایت شده، با یکدیگر آشنا می‌شوند (*Joya, 2024*). این پدیده که ریشه در تحولات اجتماعی اوایل قرن بیستم در ایالات متحده و اروپای شرقی دارد (*Tabnak, 2024*)؛ اخیراً در فضای مجازی ایران انواع مختلفی از آن مثل" دیت بادکنکی، رد فلگ، دیت بر اساس استایل، دیت بر اساس جذابیت، ریت دیت، اسپید دیت و ..." نیز رواج یافته است که در یوتیوب فارسی با استقبال گسترده مخاطبان روبه‌رو شده و میلیون‌ها بازدید داشته است. مسأله قابل تأمل این است که این برنامه‌ها، با ارائه تصویری متفاوت از تعاملات اجتماعی زنان و مردان، چالش‌هایی را در مواجهه با ارزش‌های اجتماعی ایجاد کرده‌اند. در جوامع سنتی، هویت جنسیتی زن معمولاً با مفاهیمی چون عفت، حیا و جایگاه خانوادگی او تعریف می‌شد و زنان از انجام بسیاری از رفتارها همچون صحبت و مزاح با مردان نامحرم اجتناب می‌کردند (*Ghasemi, 2009*). اما امروزه به خصوص در فضای مجازی در رابطه با این مفاهیم عادی‌سازی انجام شده و به شکل گسترده‌ای مورد باز تعریف و گاه قبح‌شکنی قرار می‌گیرند. اهمیت این مسئله از آنجا ناشی می‌شود که رسانه‌های اجتماعی با قابلیت دسترسی گسترده خود، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی نگرش‌های اجتماعی دارند (*Attarzadeh, 2009:42*). علاوه بر آن در دنیای امروز، تولید محتوا دیگر محدود به رسانه‌های رسمی یا کارشناسان خاص نیست. با ظهور شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوا از انحصار گروهی خاص خارج شده و هر شخصی می‌تواند با عضویت در این شبکه‌ها به‌آسانی در تولید محتوا مشارکت کند. محتوا نیز دیگر صرفاً به متن‌های تخصصی و پیچیده خلاصه نمی‌شود؛ حتی یک پیام کوتاه طنزآمیز می‌تواند بخشی از این جریان باشد. طبیعی است که در چنین فضایی، بیشترین حجم تبادل اطلاعات و تعاملات اجتماعی اتفاق می‌افتد (*Hosseinpour & Arab Momeni, 2017:45*). در این میان، مهم‌ترین نکته این است که زنان به‌عنوان بخش عمده‌ای از کاربران فضای مجازی، در تولید، مصرف و بازنمایی

محتوا در این پلتفرم‌ها نقش مؤثری دارند. هویت زنان در این فضا می‌تواند به‌طور عمیقی بر ساختارهای اجتماعی و ارزش‌های موجود تأثیر بگذارد. هویت مفهومی است که جهان درونی و شخصی فرد را با قلمرو جمعی، فرم‌های فرهنگی و مناسبات اجتماعی پیوند می‌دهد. این پدیده‌ای ذهنی و چندبعدی است که معانی کلیدی شکل‌دهنده ذهنیت افراد را فراهم می‌کند. افراد از طریق هویت، خود را تعریف کرده و مطابق با آن تصویر، رفتار می‌کنند (*Hamidpour and Colleagues, 2024:8*). می‌توان هویت را به‌طور خاص‌تر مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، احساسات، و اندیشه‌های فردی و اجتماعی است که از طریق توانایی کنش متقابل خود و یافتن تصوراتی از خویش به‌دست می‌آید و در پاسخ سؤال «من کیستم؟» ارائه می‌شود (*Hosseinpour& Arab Momenim, 2017:42*). این مفهوم شامل ابعاد مختلفی از جمله شناختی، احساسی و رفتاری می شود (*Doran, 2004:97*). از طرف دیگر، هویت در فضای مجازی به‌ویژه در چنین برنامه‌هایی از نوعی «هویت تعاملی» یا «غیر ساختارمند» برخوردار است که در مقایسه با هویت‌های ساختارمند و سنتی، آزادی‌های بیشتری برای افراد در اظهار وجود و ابراز هویت فراهم می‌آورد. در نتیجه، تغییرات هویتی در این فضا، همزمان با تغییرات ارزشی در جامعه، می‌تواند ابعاد پیچیده‌ای پیدا کند. نحوه بازنمایی هویت جنسیتی زنانه در این فضا می‌تواند تأثیری عمیق بر درک جامعه از جایگاه، نقش وهویت زنان داشته باشد

این مقاله تلاش دارد تا با مطالعه پربازدیدترین قسمت ها از سه نوع از انواع منتشر شده دیت ناشناس (دیت بادکنکی، بر اساس جذابیت و رد فلگ) نحوه بازنمایی هویت زن در این محتواها را مورد واکاوی قرار دهد. بنابراین سؤال اصلی پژوهش، این است که هویت جنسیتی زنان (شناختی، احساسی و رفتاری) در برنامه‌های "دیت ناشناس" در یوتیوب چگونه بازنمایی می‌شود؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعددی به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی و مجازی در بازنمایی هویت زنان و تأثیر آن‌ها بر نگرش‌های اجتماعی پرداخته‌اند و در این بخش، مطالعات پیشین مرتبط با موضوع پژوهش در دو محور اصلی "مطالعات خارجی" و "مطالعات داخلی" بررسی می‌شوند.

الف) تحقیقات داخلی

مطالعات داخلی را می‌توان در سه حوزه اصلی مورد بررسی و تحلیل قرار داد:

حوزه اول: فضای مجازی و هویت جنسیتی

نیکخواه قمصری و منصوریان راوندی (۱۳۹۳)، در مطالعه‌ای با عنوان "تأملی بر رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی" در زمینه رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی در جامعه آماری کاربران اینترنت شهر کاشان، نشان دادند که همبستگی معناداری میان میزان و سابقه استفاده از اینترنت با تغییرات هویت جنسیتی کاربران وجود دارد. این پژوهش نشان داد که نوع فعالیت‌های مجازی (اعم از علمی و تفریحی) تأثیرات متمایزی بر ساختار هویت جنسیتی کاربران دارد.

در همین راستا، کنعانی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر هویت جنسیتی مادران و دختران" با تمرکز بر مطالعه تطبیقی مادران و دختران، آسیب‌پذیری بیشتر نسل جوان در برابر تغییرات هویتی ناشی از مصرف رسانه‌های اجتماعی را مستند کردند.

حوزه دوم: بازنمایی زنان در رسانه‌ها

احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان "تحلیل نشانه‌شناختی هویت جنسیتی در تلویزیون" با تحلیل نشانه‌شناختی سریال "زمانه"، و دوگانگی بازنمایی هویت‌های سنتی و مدرن زنان در رسانه ملی را با غلبه گفتمان سنت‌گرا مستند کردند.

پیچرانلو و همکاران (۱۳۹۶)، نیز با رویکرد زبان‌شناسی اجتماعی در تحلیل سریال "شهرزاد"، و با هدف "بازنمایی زن در سریال شهرزاد از منظر زبان‌شناسی اجتماعی" استمرار گفتمان مردسالارانه در بازنمایی رسانه‌ای زنان را تأیید کردند.

مطالعه زین‌العابدینی و شفیعیون (۱۴۰۲)، با عنوان «کلیشه‌سازی جنسیتی و بازنمایی زنان در سینمای ایران» نیز با تمرکز بر سینمای پس از انقلاب، تداوم بازنمایی‌های کلیشه‌ای و تقویت ارزش‌های مردسالارانه را در این حوزه نشان داد.

حوزه سوم: شبکه‌های اجتماعی و هویت زنان

رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان«تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام بازتعریف هویت جنسیتی زنان» قابلیت شبکه‌های اجتماعی در ایجاد فضایی برای بازتعریف نقش‌ها و ارزش‌های نوین را مشخص کردند.

حیدری و همکاران (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای کیفی با عنوان "هویت‌یابی واقعی ـ وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی" که بر روی دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج انجام دادند،

به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی بستری برای خلق و تجربه هویت‌های متکثر برای زنان فراهم می‌کند.

پیشینه‌های تحقیق موجود، چارچوب نظری و تجربی مناسبی برای درک بازنمایی هویت جنسیتی در رسانه‌ها و فضای مجازی فراهم کرده است. با این حال، همچنان شکاف‌های پژوهشی قابل توجهی وجود دارد که نیازمند بررسی در مطالعات آینده است. به‌ویژه، اغلب پژوهش‌های پیشین بر جنبه‌های خاصی از هویت جنسیتی متمرکز بوده‌اند، اما کمتر به تحلیل این بازنمایی در پلتفرم‌های خاص، به‌ویژه یوتیوب و برنامه‌های قرار ملاقات ناشناس، پرداخته‌اند.

علاوه بر این، تمرکز بیشتر تحقیقات بر نقش تولیدکنندگان محتوا در شکل‌دهی هویت جنسیتی بوده است، در حالی که نقش مخاطب در بازسازی و تفسیر این بازنمایی‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که محتواهای تعاملی و مشارکتی، نظیر برنامه‌های گفت‌وگومحور یوتیوب، بستری متفاوت برای هویت‌سازی فراهم می‌کنند که در آن کاربران نه تنها مصرف‌کننده، بلکه مشارکت‌کننده و گاه تأثیرگذار بر شکل‌گیری این بازنمایی‌ها هستند. از این‌رو، بررسی عمیق‌تر تأثیر این نوع محتواهای تعاملی بر هویت جنسیتی و چگونگی تغییر نگرش‌های اجتماعی در چنین فضایی، ضرورتی انکارناپذیر در مطالعات آتی است.

ب) تحقیقات خارجی

Jay Wirtz & et. al (2016) با عنوان« بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم هویت، استفاده از رسانه، شناخت‌ها و مکالمات بر فعالیت فیزیکی خود گزارش‌دهی شده در نمونه‌ای از بزرگسالان اسپانیایی‌تبار» مطالعه با استفاده از مدل *O-S-O-R* و تحلیل داده‌های ۲۶۸ بزرگسال اسپانیایی‌تبار در جنوب غربی ایالات متحده، تأثیر هویت ورزشی و قومی، استفاده از رسانه‌های مرتبط با فعالیت فیزیکی، و مکالمات مرتبط بر فعالیت فیزیکی را بررسی کرده است. نتایج نشان داد که هویت ورزشی تأثیر مستقیم و غیر مستقیم مثبتی بر فعالیت فیزیکی و استفاده از رسانه دارد. استفاده از رسانه‌های مرتبط نیز تأثیر مثبت بر مکالمات مرتبط و به‌طور غیر مستقیم بر فعالیت فیزیکی داشت. مکالمات درباره محتوای رسانه‌ای مرتبط نیز تأثیر مثبت و معناداری بر فعالیت فیزیکی داشتند. این یافته‌ها نقش هویت به‌عنوان فیلتر و مکالمات به‌عنوان پل میان رسانه و رفتارهای سلامت را برجسته می‌کند.

Elsayed (2021)، با استفاده از روش‌شناسی توصیفی ـ تحلیلی و مطالعه بر روی نمونه ۲۰۰ نفری از نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله، تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی را بر اساس چهار سطح نظریه هویت اجتماعی جیمز مارشیا (دستیابی، تعویق، بسته شدن، و پراکندگی) مورد بررسی قرار داد. یافته‌های این پژوهش حاکی از تأثیرات منفی قابل توجه رسانه‌های اجتماعی بر سطوح مختلف هویتی است و بر ضرورت تدوین راهکارهای حمایتی از سوی نهادهای اجتماعی تأکید می‌کند.

Stink & et. al (2024)، با بهره‌گیری از روش‌شناسی ترکیبی، به مطالعه رابطه میان هویت زنان و الگوهای تعاملی آنها با محتوای علمی در ویدیوهای علمی *Deep Look* یوتیوب پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ترجیحات زنان در مصرف محتوای علمی، ارتباط معناداری با هویت اجتماعی و سطح کنجکاوی آنها دارد و تولیدکنندگان محتوا باید این عوامل را در طراحی محتوا مد نظر قرار دهند.

نوآوری پژوهش حاضر در مقایسه با مطالعات پیشین تمرکز بر تحلیل و بازنمایی هویت جنسیتی زنان در برنامه‌های مجازی دیت ناشناس در یوتیوب، به‌عنوان مسأله‌ای نوظهور است. این پژوهش با رویکردی متمایز، به جای تحلیل بازنمایی‌های رسانه‌ای ساختارمند (مانند تلویزیون و ...)، به مطالعه تعاملات طبیعی و خودانگیخته افراد در فضای گفت‌وگو محور می‌پردازد. این برنامه‌ها با بازنمایی مستقیم و آنی تعاملات اجتماعی، تغییرات هویتی و تقابل ارزش‌های سنتی و مدرن را در محیطی طبیعی‌تر نشان می‌دهند. تمرکز بر مفهوم "هویت وانمودی" و بررسی تأثیرات آنی رفتار و گفتار بر تصمیم‌گیری‌ها، از دیگر وجوه تمایز این پژوهش است. این مقاله به جای تحلیل تئوریک یا شخصیت‌های ساختگی رسانه‌ای، رفتارها و سخنان واقعی افراد را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌های تعاملی جدید، بازنمایی هویت زنان را از کلیشه‌های رایج فاصله داده یا گاه تناقضات بیشتری ایجاد کرده‌اند. همچنین، مطالعه حاضر با تحلیل نقش مخاطب‌محوری فضای تعاملی نوین، ابعاد جدیدی از پویایی تغییرات هویتی زنان در فضای مجازی را آشکار می‌سازد.

مبانی نظری پژوهش

بازنمایی هویت جنسیتی زنان در برنامه‌های آشنایی مجازی "دیت ناشناس" یوتیوب را می‌توان در قالب چارچوبی تلفیقی از نظریه‌های بازنمایی رسانه‌ای، هویت در عصر مدرن، و نشانه‌شناسی رسانه مورد تحلیل قرار داد.

استوارت هال در نظریه بازنمایی خود، معنا را نه امری ذاتی، بلکه محصول فرآیندهای اجتماعی و فرهنگی می‌داند. از نظر او، بازنمایی فرآیندی است که از طریق آن، معنا در زبان و نظام‌های نشانه‌ای تولید می‌شود (*Mahdizadeh, 2014:226*). هال سه رویکرد برای بازنمایی مطرح می‌کند: رویکرد بازتابی که زبان را آینه واقعیت می‌داند، رویکرد تعمدی که معنا را وابسته به قصد مؤلف می‌داند اما محدودیت‌هایی دارد، و رویکرد برساختی که بیان می‌کند معناها توسط ما و از طریق نظام‌های بازنمایی ساخته می‌شوند (*Panahi, 2017: 5*). این رویکرد در تحلیل نحوه شکل‌گیری معانی مرتبط با هویت زنانه در بستر رسانه‌های نوین اهمیت محوری دارد، زیرا نشان می‌دهد چگونه معانی و مفاهیم هویتی در بستر تعاملات رسانه‌ای ساخته و پرداخته می‌شوند.

استیونسن (۱۹۹۵:۳)، با مطالعه نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت و سبک زندگی، بر نقش محوری مصرف رسانه‌ای در فرآیند هویت‌یابی تأکید می‌کند. از این منظر، رسانه‌ها نه بازتاب‌دهنده صرف واقعیت، بلکه سازنده روایت‌هایی هستند که به واقعیت‌های اجتماعی شکل می‌دهند (*Ahmadi and Colleagues, 2015:3*). در تکمیل این دیدگاه، گیدنز با تأکید بر خصلت بازتابنده هویت در عصر مدرن، چارچوب نظری مهمی برای فهم تحولات هویتی در بستر رسانه‌های جدید ارائه می‌دهد. از نظر گیدنز هویت در عصر حاضر به پدیده‌ای سیال و متغیر تبدیل شده که تحت تأثیر رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی مدام در حال بازتعریف است (*Giddens, 2005:26*). او معتقد است که وضعیت کنونی ادامه و تکامل مدرنیته است، نه پایان آن. گیدنز چهار پایه اصلی مدرنیزاسیون و مدرنیته اولیه را شامل قدرت اجرایی و اداری، قدرت نظامی، سرمایه‌داری و صنعت می‌داند. در مدرنیته متأخر، این عوامل بر اساس سه فرآیند به هم پیوسته عمل می‌کنند: جهانی‌شدن، بازاندیشی اجتماعی و سنت‌زدایی (*Rostami & Colleagues, 2025:5*).

در همین راستا، رویکرد برساخت‌گرایانه یورگنسن و فیلیپس (۲۰۱۴:۲۶)، با تمرکز بر نقش محوری زبان در ساخت معنا، نشان می‌دهد چگونه واقعیت‌های اجتماعی از طریق نظام‌های بازنمایی شکل می‌گیرند. کالورت و لویس (۲۰۰۰:۲۰۰). نیز معتقدند رسانه‌ها از طریق ساختاردهی به پیام‌ها و تصاویر، به بازآفرینی مستمر واقعیت‌های اجتماعی می‌پردازند. در تکمیل این رویکردها، نظریه نشانه‌شناسی جان فیسک با تمرکز بر شیوه‌های رمزگذاری معانی در متون رسانه‌ای، چارچوب تحلیلی منسجمی برای مطالعه لایه‌های معنایی بازنمایی ارائه می‌دهد. فیسک معتقد است معانی رسانه‌ای از طریق تعامل دو سطح رمزگان اجتماعی

(شامل پوشش، محیط و گفتار) و رمزگان فنی (شامل عناصر تولیدی مانند زاویه دوربین و نورپردازی) شکل می‌گیرند (*Fiske, 2007:21*).

این چارچوب مفهومی تلفیقی، با بهره‌گیری از نظریه بازنمایی هال برای تحلیل فرآیند تولید معنا، نظریه مدرنیته گیدنز برای درک دینامیک تحولات هویتی، رویکرد برساخت‌گرایی برای تحلیل نقش زبان و تعاملات اجتماعی، و نشانه‌شناسی فیسک برای تحلیل لایه‌های معنایی بازنمایی، امکان تحلیل چندسطحی و جامع بازنمایی هویت زنان در برنامه‌های آشنایی مجازی را فراهم می‌آورد. این رویکرد تلفیقی به پژوهشگر امکان می‌دهد تا ضمن شناسایی سطوح مختلف معنایی در بازنمایی هویت زنان، نحوه تعامل این سطوح و تأثیر آن‌ها بر شکل‌گیری معانی نهایی را در بستر تعاملات رسانه‌ای نوین مورد واکاوی قرار دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با بهره‌گیری از روش نشانه‌شناسی جان فیسک به تحلیل بازنمایی هویت زنان در برنامه‌های "دیت ناشناس" یوتیوب می‌پردازد. انتخاب این روش به این دلیل بوده که نشانه‌شناسی امکان تحلیل نظام‌مند متون رسانه‌ای و کشف لایه‌های معنایی نهفته در آنها را فراهم می‌آورد (*Ghorbani and Colleagues, 2023:80*).

فیسک در نظریه خود سه سطح تحلیلی را پیشنهاد می‌کند؛ که امکان بررسی عمیق متون رسانه‌ای را فراهم می‌سازد. در سطح نخست که "سطح واقعیت" نام دارد، عناصر ظاهری و قابل مشاهده مانند: پوشش، آراستگی، حرکات بدن، حالات چهره، لحن صدا و محیط مورد تحلیل قرار می‌گیرند. این عناصر از طریق رمزگان اجتماعی رمزگذاری می‌شوند و معنای اولیه را شکل می‌دهند.

در سطح دوم یا "سطح بازنمایی" چگونگی انتقال این عناصر از طریق رمزگان فنی رسانه بررسی می‌شود. در این سطح، عناصری چون زاویه دوربین، نورپردازی، تدوین، موسیقی و افکت‌های صوتی مورد تحلیل قرار می‌گیرند. این رمزگان فنی، نحوه بازنمایی واقعیت در رسانه را شکل می‌دهند.

سطح سوم یا "سطح ایدئولوژی" به تحلیل معانی ضمنی و دلالت‌های ایدئولوژیک می‌پردازد. در این سطح، عناصر پیشین در ارتباط با ارزش‌های اجتماعی، هنجارهای جنسیتی و روابط قدرت تفسیر می‌شوند تا معانی عمیق‌تر متن آشکار گردد (*Fiske, 2001:128*).

جامعه آماری این پژوهش را تمامی ویدئوهای "دیت ناشناس" منتشر شده در یوتیوب فارسی طی سال‌های ۱۴۰۳-۱۴۰۲ تشکیل می‌دهد. دیت ناشناس مسأله‌ای نوظهور بوده و در

سال‌های ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۳ به اوج خود رسیده و آن‌گونه که آمار دنبال‌کنندگان و مخاطبین نشان می‌دهد توانسته مخاطبین زیادی را جذب کند. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند و اصل اشباع نظری و بر مبنای جذابیت از نظر مخاطبین انجام شده است و سه‌گونه از انواع دیت ناشناس (دیت بادکنکی، دیت بر اساس جذابیت و دیت بر اساس رد فلگ) انتخاب و از میان این سه مدل پربازدیدترین برنامه‌های این حوزه برای تحلیل عمیق انتخاب شده‌اند.

فرآیند تحلیل داده‌ها در سه مرحله انجام می‌شود: ابتدا در مرحله توصیف، تمامی عناصر قابل مشاهده در هر سه سطح به دقت ثبت می‌شوند. سپس در مرحله تفسیر، روابط میان این عناصر و معانی ضمنی آنها کشف می‌شود. در نهایت، مرحله تبیین به تحلیل نهایی و استخراج دلالت‌های ایدئولوژیک می‌پردازد.

برای افزایش اعتبار یافته‌ها، از روش‌های بازبینی چند باره داده‌ها، مثلث‌سازی نظری و بررسی توسط همکاران پژوهش استفاده شده است. این روش‌شناسی امکان دستیابی به تحلیلی جامع و عمیق از چگونگی بازنمایی هویت زنان در برنامه‌های "دیت ناشناس" را فراهم می‌آورد.

تحلیل یافته‌ها

در این قسمت ویدیوهای انتخاب شده با توجه به رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۱: مشخصات کلی ویدیو دیت بادکنکی

Table 1: *General Specifications of Balloon Date*

دیت بادکنکی (آگوست ۲۰۲۴)	
Ballon Partner	
ویدیو انتخابی	دیت بادکنکی قسمت سوم، تعداد بازدیدکنندگان از ۳۰ آگوست ۲۰۲۴ تا ۲۰ نوامبر ۲۰۲۴ (۱۵۵۱۹۷۶) و مدت زمان ویدیو (۴۱:۳۳)
شرکت‌کنندگان	۷ پسر، ۶ دختر
خلاصه	دیت بادکنکی به این شکل است که دو گروه شرکت‌کننده در برنامه حضور دارند یک گروه دختر و یک گروه پسر بر حسب موقعیت پسران یا دختران به صورت صف کنار هم می‌ایستند. در این ویدیو دختران به صورت صف ایستاده سوزن و بادکنک در دست دارند و پسران به نوبت وارد سالن می‌شوند. از لحظه ورود شرکت‌کنندگان پسر در سالن می‌توانند بادکنک را بترکانند. ترکاندن بادکنک به معنای رد کردن فرد مقابل از لحاظ ظاهری یا شخصیتی است. اگر دختر و پسر یکدیگر را انتخاب کنند از صف کنار می‌روند و اگر چند دختر بادکنک را نترکاند پسر از بین دختران

دیت بادکنکی (آگوست ۲۰۲۴)	
Ballon Partner	
	یکی را انتخاب می‌کند و قرار می‌گذارند و روال برنامه به همین ترتیب تا آخرین پسر ادامه پیدا می‌کند.
مضامین سؤال‌های که از شرکت‌کنندگان پرسیده می‌شود	با بررسی سؤالات مطرح شده در برنامه‌های دیت ناشناس یوتیوب، می‌توان محورها و مضامین اصلی زیر را به صورت تحلیلی استخراج کرد: این سؤالات را می‌توان در چندین محور اصلی دسته‌بندی و تحلیل کرد که نشان‌دهنده بازنمایی‌های هویتی و الگوهای ارتباطی در روابط عاطفی است: محور اول به بررسی معیارهای اساسی و ارزش‌های بنیادین در روابط می‌پردازد. سؤالاتی مانند "اساس رابطه را چی میبینی" و "تو رابطه چی برات از همه چی مهمتره" به دنبال کشف ارزش‌های محوری و اولویت‌های افراد در روابط عاطفی است. این دسته از پرسش‌ها به دنبال درک چارچوب‌های ذهنی و معیارهای اساسی در انتخاب و تداوم روابط است. محور دوم به مسائل مرتبط با اعتماد و تعهد اختصاص دارد. سؤالاتی نظیر "اعتماد که در رابطه از دست رفته را چجوری میشه برگردوند" و "دلیل خیانت کردن یک پسر در رابطه چیست"؛ به آسیب‌شناسی روابط و چالش‌های اعتماد می‌پردازد. این بخش نشان‌دهنده اهمیت مسئله تعهد و اعتماد در گفتمان روابط عاطفی است. محور سوم به بررسی الگوهای ابراز محبت و عاطفه می‌پردازد. پرسش‌هایی مانند "چطوری عشقتو به پارتنرت ابراز میکنی" و "چجوری یه پسر بدون هزینه خوشحالت کنه"؛ به دنبال شناخت شیوه‌های ابراز عاطفه و انتظارات عاطفی طرفین است. محور چهارم به مرزبندی‌ها و حدود روابط می‌پردازد. سؤالاتی مانند "خط قرمزتون چیه" و "نظرت در مورد آشنایی پارتنر با دوست صمیمت چیه" به بررسی حریم‌های شخصی و حدود قابل قبول در روابط می‌پردازد. محور پنجم به ترجیحات ظاهری و شخصیتی اختصاص دارد. سؤالاتی نظیر "دختر بلوند دوست داری یا مشکی" و "دوست داری پارتنرت چطوری شخصیت داشته باشد"؛ به بررسی معیارهای انتخاب و ترجیحات فردی می‌پردازد. محور ششم به پویایی قدرت در روابط می‌پردازد. سؤالاتی مانند "در رابطه ترجیح میدی حمایت کنی یا حمایت بشی" و "با این موافقید که پسرا پرنسس شده‌اند" به بررسی نقش‌های جنسیتی و توازن قدرت در روابط می‌پردازد. این سؤالات در مجموع تصویری از گفتمان‌های رایج در روابط عاطفی معاصر و بازنمایی هویت‌های جنسیتی در فضای مجازی را ارائه می‌دهند. همچنین نشان‌دهنده تغییرات اجتماعی در نگرش به روابط عاطفی و نقش‌های جنسیتی است.

جدول ۲: رمزگان اجتماعی دیت بادکنکی

Table 2: *Social Codes of Balloon Date*

سکانس‌های منتخب	رمزگان اجتماعی در برنامه "دیت ناشناس" الگوهای رفتاری و تعاملی متنوعی را آشکار می‌سازد. در ابتدای هر قسمت، شرکت‌کنندگان دختر غالباً از معیارهای ظاهری و سطحی برای ارزیابی اولیه استفاده می‌کنند. این رفتار در قالب ترکاندن سریع بادکنک‌ها با دلایلی چون "رنگ چشم"، "قد" یا "تیپ ظاهری" نمود می‌یابد. چنین قضاوت‌های سریعی نشان‌دهنده اولویت معیارهای ظاهری در انتخاب‌های اولیه، حتی پیش از برقراری هر گونه تعامل کلامی است. در مرحله بعد، معرفی شغل و موقعیت اقتصادی شرکت‌کنندگان مرد واکنش‌های متفاوتی را برمی‌انگیزد. برای مثال، مشاغل آزاد مانند: مشاور املاک و معاملات خودرو یا فعالیت در حوزه شیرینی و آجیل، غالباً با واکنش‌های منفی و ترکاندن بادکنک‌ها همراه می‌شود. این امر نشان‌دهنده حساسیت به ثبات شغلی و وجود پیش‌داوری‌های مرتبط با برخی مشاغل خاص است. در جریان تعاملات، موضوع روابط گذشته و تجربیات عاطفی نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌ها دارد. برای نمونه، اشاره به خیانت در روابط قبلی یا نحوه بیان تجربیات گذشته، واکنش‌های عاطفی شدیدی را برمی‌انگیزد. همچنین، نگرش نسبت به روابط با جنس مخالف و دوستی‌های اجتماعی نیز در تصمیم‌گیری‌ها تأثیرگذار است. استفاده از طنز و شوخی در برنامه، به‌ویژه توسط مجری و برخی شرکت‌کنندگان، نقش مهمی در کاهش تنش و ایجاد فضای صمیمی‌تر دارد. این رفتار در مواردی به جلب توجه و افزایش محبوبیت شرکت‌کنندگان کمک می‌کند، چنانکه در مورد شرکت‌کننده آخر مشاهده می‌شود. معیارهای انتخاب یا رد طرف مقابل ترکیبی از عوامل مختلف از جمله ترجیحات ظاهری و سبک زندگی گرفته تا نگرش نسبت به روابط اجتماعی و تحصیلات است. این معیارها گاه با پیش‌داوری‌های جنسیتی مانند: واکنش تمسخرآمیز به رشته تربیت بدنی برای یک دختر همراه می‌شود. در مجموع، این رمزگان اجتماعی نشان‌دهنده تلفیقی از معیارهای سنتی و مدرن در انتخاب همسر است. از یک سو شاهد تأکید بر انتخاب فردی و گفتگوی مستقیم درباره معیارها و انتظارات هستیم، و از سوی دیگر برخی کلیشه‌های جنسیتی و طبقاتی همچنان در فرآیند انتخاب همسر تأثیرگذار باقی مانده‌اند. این امر نشان‌دهنده دوره گذار جامعه از ارزش‌های سنتی به مدرن در حوزه روابط و ازدواج است.
صحنه‌پردازی	زندگی تجمل‌گرایانه، تمرکز بر ظاهر، قشر مرفه و استایل‌های مدرن، بدن‌نما نمایش داده می‌شود.
گفتار	لحن غیر رسمی گاهاً همراه با ناز و عشوه در دختران، استفاده از کلمات و اصطلاحات نوظهور و برگرفته از فرهنگ غرب، لحن‌های طنزآمیز و کنایه‌دار.
ارتباط غیر	افزایش میزان فعالیت بدنی و تحرک، بروز خنده‌های بی‌دلیل، تمایل به اغراق در

کلامی	بیان احساسات، ایجاد تماس چشمی عمیق، نمایان شدن نشانه‌های ناراحتی در چهره، بزرگ شدن چشم‌ها به‌عنوان نشانه‌ای از تعجب یا واکنش عاطفی و محو شدن لبخند از لب‌ها.
لباس و آرایش	در این برنامه افراد از استایل‌های کلاسیک، لش، اسپرت، مینیمال استفاده کرده‌اند و اکثر پسران تتو داشتند. دختران دارای آرایش ملیح یا غلیظ، موهای صاف یا فر و بعضا رنگ شده، استفاده از لنز چشم و تزریق ژل به صورت، کامپوزیت دندان.
روابط اجتماعی	روابط اجتماعی فعال، روابط آزادانه با جنس مخالف

جدول ۳: رمزگان فنی دیت بادکنکی

Table 3: *Technical Codes for Balloon Date*

بخش‌های منتخب	ورود پسران به جایگاه با موسیقی خاصی همراه است و افکت نور رنگی به اطراف سوژه پخش می‌شود با ترکاندن هر بادکنک نور قرمز روشن می‌شود زمانی که تمام بادکنک‌ها ترکانده شود تصویر سیاه و سفید می‌شود در طول برنامه از افکت‌های خاصی استفاده می‌شود و در صورتی که دو نفر با هم به تفاهم برسند یک نور سبز نمایان می‌شود.
اندازه نما	از نماهای لانگ شات (سر تا پای اشخاص را پوشش می‌دهد)، مدیوم شات (سوژه از کمر به بالا) و مدیوم کلوز آپ (از شانه به بالا سوژه را به نمایش می‌گذارد) استفاده شده است.
نورپردازی	در بعضی از قسمت‌ها استفاده از نور طبیعی و در بعضی از بخش ها استفاده از نور شاد و روشن
موسیقی و صدا	استفاده از بخش ابتدایی موزیک *Bossa Nova* در هنگام ورود پسران
زاویه دوربین	برای دوربین از زاویه‌های هم‌سطح چشم و شیب‌دار استفاده شده است.
پوستر	سادگی و روانی: پوستر دارای طراحی ساده و روانی است که به راحتی قابل درک است. تمرکز بر پیام: تمام عناصر بصری پوستر به سمت انتقال پیام اصلی هدایت می‌شوند. تأثیرگذاری: استفاده از کنتراست رنگی و قرارگیری متقارن متن، تأثیرگذاری پوستر را افزایش می‌دهد. عدم پیچیدگی: طراحی پوستر از پیچیدگی‌های بصری پرهیز کرده و بر سادگی تمرکز دارد. خوانایی بالا: فونت و اندازه متن به گونه‌ای انتخاب شده است که خوانایی پوستر در فاصله‌های مختلف تضمین شود.

رمزگان ایدئولوژیک

رمزهای ایدئولوژیک از این جهت اهمیت دارند که رابطه بین انتخاب فنی شرکت‌کنندگان و رمزهای اجتماعی مرتبط با آن‌ها را معنادار می‌کنند. این رمزها به ما نشان می‌دهند که چگونه این انتخاب‌ها با مفاهیم و ارزش‌های گسترده‌تری که در فرهنگ عمومی وجود دارد، ارتباط پیدا می‌کنند و درک آن‌ها را آسان‌تر می‌سازند. به این ترتیب، استفاده از این دو نوع رمز به ما کمک می‌کند تا ارتباط بین جنبه‌های فنی و اجتماعی شرکت‌کنندگان را در بستر فرهنگی وسیع‌تری درک کنیم (*Ahmadi, 2015:4*) برنامه‌های "دیت ناشناس" (*Blind Date*) معمولاً با هدف ایجاد فضایی برای آشنایی افراد به‌صورت ناشناس طراحی می‌شوند در طول برنامه سؤالات در زمینه‌های متفاوتی مطرح می‌شود که از نحوه پاسخ‌دهی به آن، پوشش، ادبیات به کار رفته در برنامه و حرکات و رفتار شرکت‌کنندگان ایدئولوژی‌هایی به‌دست می‌آید که در ادامه به تحلیل این ایدئولوژی‌ها پرداخته خواهد شد.

۱. *عادی‌سازی پیمان‌شکنی:* تجربه خیانت به‌عنوان یک موضوع رایج مطرح شده است و این امر طبیعی جلوه داده می‌شود. در این برنامه نیز همه شرکت‌کنندگان (زن و مرد) تجربه خیانت را به اشتراک گذاشته‌اند، اما این موضوع به‌طور خاص بر احساس آسیب‌پذیری زنان تأکید بیشتری دارد (مانند زمانی که دختری به دلیل شباهت چشم پسر با شخصی که قبلاً به او آسیب رسانده بدون توجه به سایر ویژگی‌های پسر بادکنک را می‌ترکاند) که نشان‌دهنده بی‌اعتمادی نسبت به سایر افراد و شکسته شدن عزت نفس می‌شود چرا که نگرش منفی نسبت به خود پیدا می‌کند (*Aslipour, 2017:2*).

۲. *ارزش‌گذاری بر معیارهای ظاهری:* بسیاری از دلایل ترکاندن بادکنک‌ها به ظاهر افراد مربوط است، مانند رنگ چشم، قد، استایل، یا حتی جزئیاتی مثل کامپوزیت دندان. این موضوع نشان‌دهنده تأکید بر معیارهای سطحی در بازنمایی هویت زنان است. دختران به‌جای تمرکز بر ویژگی‌های عمیق‌تر شخصیتی یا فکری، با معیارهایی مانند ظاهر یا ترجیحات ظاهری خود، افراد را ارزیابی می‌کنند. تأکید بر جذابیت فیزیکی در روابط نشان‌دهنده نقش پررنگ ساختارهای اجتماعی مبتنی بر زیبایی در هویت‌سازی زنان است.

۳. *بازنمایی جنسیتی و انفعال زنان:* مردان غالباً با اظهار نظرهای کنایه‌آمیز (مانند نظر یکی از پسران درباره ظاهر دختر یا شوخی شخص دیگر درباره شغل) یا تقاضای ویژه (مثل تقاضای مجری از دختران برای شنیدن حرف‌های پسران قبل از ترکاندن بادکنک‌ها و یا درخواست فرار نکردن از شنیدن شغل) تلاش می‌کنند کنترل فضا را در دست بگیرند. این رفتارها بازتاب ساختارهای سلطه‌گرانه است که موجب انفعال زنان می‌شود. یا پسری که از

عبارتی تحقیرآمیز (مانند خوردن دوباره غذایی که بالا آورده شده) برای توضیح درباره برگشت به رابطه‌ای که پایان یافته استفاده می‌کند، که می‌تواند بازتاب نگرش اجتماعی مردان به روابط گذشته باشد. در مقابل، زنان اغلب به دلایل احساسی یا عاطفی تصمیم به ترکاندن بادکنک می‌گیرند (مثل بازخورد به اظهارنظر درباره استایل) انتخاب‌های نهایی بر عهده پسران در حالی که دختران تنها به‌صورت انفعالی عمل می‌کنند.

۴. *تأکید بر مادی‌گرایی:* کلیشه‌های جنسیتی مردانی که در شغل‌هایی مانند تجارت املاک و خودرو فعالیت دارند، به‌عنوان تنوع‌طلب یا غیر متعهد مطرح می‌شوند، در حالی که زنان با معیارهایی مانند قد، رنگ چشم یا شغل دست به انتخاب می‌زنند که بازنمایی از زنان مادی‌گرا را به نمایش می‌گذارند.

۵. *استفاده از عناصر فنی برای تقویت پیام‌ها:* استفاده از عناصر فنی مانند موسیقی، نورپردازی و نماهای بصری در تقویت این ایدئولوژی ها نقش مؤثری ایفا می‌کند. نور سبز به‌عنوان نماد پیشرفت و موفقیت است (*Karimi, 2021*)؛ بنابراین لحظه‌های تحقق اهداف مردانه یا رسیدن به توافق با زنان را برجسته می‌کند، در حالی که نور قرمزنشان دهنده خطا و اخطار است (*E–Sanj, 2023*) یا تغییر تصویر به سیاه و سفید برای نشان دادن تعجب و غم به کار می‌رود (مرکز تخصصی آموزش‌های جامع عکاسی) به دراماتیک‌سازی لحظات کمک می‌کنند.

تحلیل این بخش نشان می‌دهد که برنامه "دیت ناشناس" بازتولیدکننده مجموعه‌ای از ارزش‌ها است که روابط انسانی را به سمت عادی‌سازی خیانت، سطحی‌نگری، مادی‌گرایی، کالایی‌شدن ، بازنمایی جنسیتی و قدرت سوق می‌دهد.

جدول ۴: مشخصات کلی ویدیویی دیت بر اساس جذابیت

Table 4: *General Characteristics of Video Dating Based on Attractiveness*

دیت بر اساس جذابیت (می ۲۰۲۴)	
ویدیو انتخابی	دیت بر اساس جذابیت، بازدیدکنندگان از ۱۰ می ۲۰۲۴ تا ۲۱ نوامبر ۲۰۲۴ (۶۷۱۴۶۲) مدت زمان ویدیو: ۱۹ دقیقه
شرکت‌کنندگان	۵ دختر، ۵ پسر
خلاصه	برنامه "دیت ناشناس" یک مسابقه واقع‌نما است که در آن گروهی از دختران و پسران به ارزیابی و رتبه‌بندی یکدیگر بر اساس معیارهای شخصی و ظاهری می‌پردازند. در ابتدا دختران خودشان را معرفی کرده و بر اساس ظاهر و استایل، یکدیگر را رتبه‌بندی می‌کنند. سپس پسران نیز بر اساس زیبایی دختران را

	رتبه‌بندی کرده و درباره معیارهای خود از یک شریک ایده‌آل صحبت می‌کنند. در طول برنامه، از دختران سؤالاتی درباره روابط و معیارهای شخصی‌شان پرسیده می‌شود و پسران نیز با توجه به پاسخ‌ها، دوباره دختران را ارزیابی و رتبه‌بندی می‌کنند. در نهایت، پسران تصمیم می‌گیرند که کدام دختر را بکشند، با کدام خیانت کنند، کدام را به‌عنوان "زاپاس" نگه دارند، و کدام را برای دوستی و کدام را برای ازدواج انتخاب کنند. برنامه با رتبه‌بندی نهایی دختران بر اساس نظرات پسران به پایان می‌رسد.
مضامین سؤال‌هایی که از شرکت‌کنندگان پرسیده می‌شود	در بررسی محتوایی سؤالات مطرح شده در برنامه‌های دیت ناشناس، می‌توان مشاهده کرد که این پرسش‌ها حول محورهای متنوعی شکل گرفته‌اند که بخش عمده‌ای از آن‌ها به معیارهای ظاهری و زیبایی‌شناختی اختصاص دارد. این توجه به ظاهر در قالب سؤالاتی چون "نظر دادن در مورد استایل"، "نظر دادن در مورد چهره" و "نظر پسران نسبت به ظاهر دختران" نمود پیدا کرده است. در کنار این موضوع، سلایق فرهنگی و سرگرمی نیز جایگاه ویژه‌ای در این پرسش‌ها دارد که از طریق سؤالاتی مانند "آرتیست مورد علاقتون کیه؟" و "چه فیلم‌هایی می‌بینید؟" مطرح شده است. مسائل مالی در روابط نیز از موضوعات مورد توجه در این برنامه است که به‌طور مشخص در پرسش "خرج رابطه را کی باید بده؟" مطرح شده است. همچنین، روابط عاطفی و اجتماعی در قالب سؤالاتی چون "نظرتون نسبت به دوست جنس مخالف چیه؟" و "با کی ازدواج میکنی؟" مورد توجه قرار گرفته است. حضور سؤالات چالش‌برانگیز اخلاقی مانند "با کی خیانت میکنی؟"، "چه کسی رو زاپاس نگه میداری؟" و "چه کسی را میکشی؟"، بخش دیگری از محتوای این برنامه را تشکیل می‌دهد. معیارهای انتخاب و رد در روابط نیز از طریق پرسش‌هایی مانند "چی کنسله برات؟" مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت، تکنیک‌های ارتباطی و شیوه‌های جذب طرف مقابل نیز در قالب سؤالی مانند "چطور مخ میزنی؟" مطرح شده است. این تنوع موضوعی نشان می‌دهد که برنامه‌های دیت ناشناس تلاش دارند طیف گسترده‌ای از جنبه‌های روابط عاطفی، از معیارهای ظاهری گرفته تا مسائل اخلاقی و چالش‌برانگیز را پوشش دهند.

جدول ۵: رمزگان اجتماعی دیت بر اساس جذابیت

***Table 5:** Social Codes of Dating Based on Attractiveness*

سکانس‌های منتخب	در برنامه "دیت ناشناس"، رمزگان اجتماعی متنوعی نمود می‌یابد که در ابعاد مختلف زبانی، رفتاری و تعاملی قابل مشاهده است. در آغاز برنامه، زبان و واژگان مورد استفاده شرکت‌کنندگان نشان‌دهنده تأثیر فرهنگ مدرن و شبکه‌های اجتماعی است. استفاده از اصطلاحاتی مانند "استایل خفن"، "گنگ"، "مینیمال"، "کیوت"، "هات" و "داف" بیانگر نفوذ زبان جوانان و فرهنگ غربی در گفتمان روزمره است. رفتارهای رقابتی و خودارزیابی‌های شرکت‌کنندگان زن نشان‌دهنده نوعی موضع‌گیری قدرت است. برای مثال، اظهار نظر "بین دختران رقیبی نمی‌بینم" یا "چیزی را که بخواهم به دست می‌آورم" نشانگر تلاش برای اثبات برتری و اعتماد به نفس است. این رفتارها همچنین بازتابی از تغییر در نقش‌های سنتی جنسیتی است. معیارهای انتخاب همسر در میان شرکت‌کنندگان ترکیبی از ارزش‌های سنتی و مدرن را نشان می‌دهد. برای مثال، در حالی که برخی معیارها مانند "اهل کار بودن" و "فکر کردن به آینده" سنتی هستند، معیارهایی مانند "پوشش مارک جوردن" و "لایف استایل مشخص" متأثر از ارزش‌های مصرف‌گرایانه مدرن است. نگرش نسبت به روابط جنسیتی نیز دوگانگی‌هایی را نشان می‌دهد. در حالی که اکثر دختران با داشتن دوست جنس مخالف مشکلی ندارند و برخی دیدگاه‌های سنتی را "تفکرات جهان سوم" می‌دانند، همچنان حساسیت‌هایی نسبت به نحوه تعامل با جنس مخالف وجود دارد. در نهایت، نحوه رتبه‌بندی و دسته‌بندی افراد با عباراتی چون "کشتن"، "خیانت"، "زاپاس"، "دوستی" و "ازدواج" نشان‌دهنده نوعی شیءانگاری و نگاه ابزاری به روابط انسانی است. واکنش‌های عاطفی به این رتبه‌بندی‌ها، مانند اظهار نارضایتی از "زاپاس" بودن، نشان می‌دهد که این نوع نگاه می‌تواند آسیب‌های روانی ـ عاطفی به همراه داشته باشد. این رمزگان اجتماعی در مجموع تصویری از جامعه‌ای در حال گذار را نشان می‌دهد که در آن ارزش‌های سنتی و مدرن در کنار هم وجود دارند و گاه در تضاد با یکدیگر قرار می‌گیرند. همچنین، نشان‌دهنده تغییر در الگوهای ارتباطی و معیارهای انتخاب همسر در نسل جوان است.
صحنه‌پردازی	تمرکز برجذابیت و زیبایی ظاهری، استایل‌های زننده، فضای سفید بدون دکور.
گفتار	گفتار غیر رسمی و استفاده از کلمات انگلیسی مثل (اکس، پارتنر، لایف استایل، آرتیست) کلمات کوچه بازاری (مثل داف، خفن، گنگ) و عبارات تحقیرآمیز (مثل قیافه‌ات به زاپاس میخوره، اینا تفکرات جهان سومی هست).
ارتباط غیر کلامی	حرکات موزون، بشکن زدن، ناز و عشوه اومدن، خنده‌های بلند
لباس و آرایش	اکثر دختران دارای آرایش غلیظ تزریق ژل بوده‌اند. موهای رنگ شده بلوند و بعضاً مشکی، کاشت ناخن، استفاده از پرسینگ و انگشترهای عجیب، استفاده از تتو در دست، کاشت مژه. لباس‌های گرم و زمستانی بعضی افراد از کلاه و پالتو بعضی پافر، کت چرم و بافت و همچنین از شلوارهای راسته، اسکینی، لی استفاده کرده بودند اکثر دختران شال پوشیده بودند یکی از آنان کلاه و دیگری دستمال سر. پسرا اکثراً تیپ اسپرت داشتند.

در این برنامه، زنان عمدتاً بر اساس معیارهای سطحی مانند زیبایی ظاهری و استایل ارزش‌گذاری می‌شوند و مردان به‌عنوان داورانی برای انتخاب و رتبه‌بندی آن‌ها ظاهر و جذابیت بیرونی را مهم‌ترین معیار می‌دانند. این رویکرد، نوعی نگاه مصرف‌گرایانه به زنان را تقویت می‌کند با این حال، برخی از شخصیت‌های زن مانند طناز و رونیا تلاش می‌کنند با ابراز شجاعانه خواسته‌ها و معیارهای خود، هویت مستقل و مدرن‌تری را به نمایش بگذارند. در مجموع، برنامه با وجود تلاش‌هایی برای بازتعریف هویت زنانه، همچنان بر جذابیت ظاهری و ویژگی‌های سطحی تأکید دارد که می‌تواند به نگرش ابزاری به زنان منجر شود.

جدول ۶: رمزگان فنی دیت بر اساس جذابیت

Table 6: *Technical Dating Codes Based on Attractivenes*

بخش‌های منتخب	شروع برنامه با یک موسیقی هیجانی و افکت رنگی همراه است. موزیک پس زمینه خاص است و در طول برنامه از افکت‌های زیادی استفاده شده است. از تصویر و استیکرهای مختلف برای نشان دادن حالت چهره یا واکنش‌های شرکت‌کنندگان استفاده شده است.
اندازه نما	از نماهای لانگ‌شات (سر تا پای اشخاص را پوشش می‌دهد)، مدیوم شات (سوژه از کمر به بالا) و مدیوم کلوزآپ (از شانه به بالا سوژه را به نمایش می‌گذارد) و نمای کلوزآپ (چهره شخص به نمایش گذاشته می‌شود) استفاده شده است.
نورپردازی	بهره‌گیری از نور طبیعی.
موسیقی و صدا	استفاده از موسیقی *Sugar Foot Stomp* به‌عنوان موسیقی پس زمینه
زاویه دوربین	برای دوربین از زاویه‌های هم‌سطح چشم و شیب‌دار و در موارد معدود از بالا به پایین نیز استفاده شده است.
پوستر	پوستر به نظر می‌رسد که بر روی ظاهر افراد و زیبایی ظاهری تمرکز دارد و ممکن است به‌طور ناخودآگاه ظاهرگرایی را ترویج دهد همچنین با طرح سؤال "کی از همه خوشگل‌تره؟" پوستر به نوعی رقابت بین افراد را تشویق می‌کند. استفاده از کلمات عامیانه مانند "دیت" به پوستر یک لحن غیر رسمی و جوان‌پسند می‌دهد.

موسیقی هیجانی و افکت‌های رنگی که در ابتدای برنامه استفاده می‌شود، با هدف جلب توجه مخاطب و ایجاد فضای پرشور و پر انرژی انتخاب شده است. این نوع موسیقی‌ها معمولاً برای جذب مخاطب جوان و انتقال حس هیجان و رقابت استفاده می‌شوند. همچنین موزیک پس زمینه خاص مانند "*Sugar Foot Stomp*" نیز به نوعی جلب توجه می‌کند و حالتی

جوان‌پسند و سرگرم‌کننده به برنامه می‌بخشد. انتخاب موسیقی و افکت‌ها می‌تواند بازتاب‌دهنده فرهنگی باشد که در آن سرگرمی و جذابیت‌های بصری به‌عنوان عناصر کلیدی مطرح می‌شوند. استفاده از عکس‌ها و استیکرهای مختلف برای نشان دادن واکنش‌ها و حالت چهره شرکت‌کنندگان، به منظور برجسته‌سازی احساسات و واکنش‌های عاطفی افراد به کار رفته است. این تکنیک به نوعی سعی در تأکید بر لحظات احساسی و واکنش‌های طبیعی شرکت‌کنندگان دارد. استفاده از لانگ‌شات که سر تا پای اشخاص را نشان می‌دهد، بر ظاهر کلی و استایل افراد تأکید دارد. مدیوم شات و مدیوم کلوزآپ، با نمایش جزئیات بیشتر از سوژه، تلاش می‌کنند که واکنش‌ها و احساسات شرکت‌کنندگان را بهتر نشان دهند. کلوزآپ بر روی چهره‌ها، احساسات و واکنش‌های عاطفی را به شکل دقیق‌تری نشان می‌دهد و تأکید بیشتری بر زیبایی چهره و جزئیات آن می‌گذارد.

رمزگان ایدئولوژیک

دیت بر اساس جذابیت، برنامه‌ایست که در آن دختران و پسران بر اساس معیارهای ظاهری و شخصی یکدیگر را ارزیابی و رتبه‌بندی می‌کنند. در ابتدای برنامه دختران یکدیگر را بر اساس ظاهر رتبه‌بندی می‌کنند و سپس پسران نیز آن‌ها را با توجه به زیبایی ارزیابی می‌کنند. برنامه‌ی "دیت ناشناس" بازتابی از دیدگاه‌های ایدئولوژیک غالب در جامعه‌ی مدرن است که در آن ارزش زنان بیشتر به جذابیت‌های ظاهری و معیارهای سطحی تقلیل می‌یابد. ایدئولوژی‌های به‌دست آمده از این برنامه در ادامه بیان خواهد شد.

۱. *تقلیل هویت زنان به شئ‌ای برای ارزیابی:* مردان در جایگاه داوری و انتخاب قرار گرفته‌اند و معیارهای خود را برای ارزیابی زنان بیان می‌کنند؛ مانند زیبایی چهره، استایل، و جذابیت ظاهری. زنان در این برنامه بیشتر به‌عنوان شئ‌ای برای ارزیابی و داوری مردانه نمایش داده می‌شوند.

۲. *نگاه کالایی به زنان:* تصمیمات مردان، نظیر اینکه چه کسی را "بکشند" یا "به‌عنوان زاپاس نگه دارند"، به نوعی نگاه ابزاری و مصرف‌گرایانه نسبت به زنان اشاره دارد. این نگاه، ارزش زنان را به ظاهر و جذابیت‌های سطحی آن‌ها کاهش می‌دهد و نشان‌دهنده این است که نقش هویتی زنان در چنین برنامه‌هایی به شدت در چارچوب معیارهای کلیشه‌ای مردانه تعریف می‌شود.

۳. *تناقض استقلال و انفعال:* از یک‌سو، تلاش می‌شود تا زنان به‌عنوان افرادی مستقل، با اراده و با معیارهای مشخص در انتخاب‌هایشان معرفی شوند (مثل زمانی که دختر بیان

می‌کند اگر از پسری خوشش بیاد خودش پیش‌قدم می‌شود و شماره پسر را می‌گیرد). از سوی دیگر، تلاش می‌شود تا با تأکید بیش از حد بر زیبایی و رقابت‌های ظاهری مورد تأیید، انتخاب و ارزیابی مردان قرار گیرند. در واقع، برنامه با نمایش زنان به‌عنوان افرادی که به راحتی بر اساس معیارهای بصری و سطحی قضاوت می‌شوند، به نوعی به بازتولید کلیشه‌های انفعال جنسیتی زنان در قالبی مدرن می‌پردازد.

۴. استفاده از عناصر فنی و محتوایی برای جذب مخاطب جوان و ایجاد فضای رقابتی، به نوعی تقویت‌کننده این نگاه مصرف‌گرایانه و سطحی به هویت زنان است.

جدول ۷: مشخصات کلی ویدیوی دیت بر اساس رد فلگ

Table 7: *General Characteristics of the Video Date Based on Red Flags*

	بلایند دیت بر اساس رد فلگ (آوریل، ۲۰۲۴)
ویدیوی انتخابی	بلایند دیت بر اساس رد فلگ، ۲ آوریل ۲۰۲۴ تا ۲۳ نوامبر ۲۰۲۴: (۷۲۰۴۱۶ هزار بازدید، مدت زمان ویدیو ۲۸ :۵۱)
شرکت‌کنندگان	۱ دختر، ۵ پسر
خلاصه	در این برنامه، دختر با پنج پسر دیدار می‌کند و بر اساس (*Red Flag*) انتخاب می‌کند. دختر در برنامه سؤالاتی را مطرح می‌کند تا بر اساس آن *Red Flag* (خط قرمز)های شرکت‌کننده را به دست آورد. پس از هر سؤال، دختر نظر خود را با نشان دادن پرچم سبز یا قرمز مشخص بیان می‌کند و شرکت‌کنندگان با توجه به رنگ پرچم یک قدم به عقب یا جلو حرکت می‌کنند، برنده آن پسری است که زودتر به دختر برسد.
مضامین سؤال‌های که از شرکت‌کنندگان پرسیده می‌شود	در بررسی مجموعه سؤالات جدید مطرح شده در برنامه‌های دیت ناشناس، می‌توان محورهای زیر را همراه با مصادیق شناسایی کرد که به صورت پیوسته و متوالی مطرح شده‌اند: بخشی از سؤالات به معرفی اولیه و شناخت شخصیتی اختصاص دارد که در قالب پرسش‌هایی مانند "معرفی بچه‌ها"، "آرتیست مورد علاقه را نام ببر" و "عیب اخلاقی ظاهری از خودت بگو" مطرح شده است. این سؤالات به دنبال ایجاد شناخت اولیه و کشف ویژگی‌های شخصیتی شرکت‌کنندگان است. بخش عمده‌ای از پرسش‌ها به تجربیات پیشین در روابط عاطفی می‌پردازد که در قالب سؤالاتی مانند "آخرین باری که اعتماد کسی را شکوندی"، "در حال حاضر رابطه‌ات با اکست چطوره" و "طولانی‌ترین رابطه‌ای که داشتی" بیان شده است. موضوع خیانت به‌عنوان یک چالش مهم در روابط، به‌طور مشخص در سؤالاتی مانند "خیانت کردی" و "خیانت دیدی" مورد توجه قرار گرفته است. مسائل مالی و اقتصادی در روابط نیز از طریق پرسش‌هایی مانند "دیت اول رو کی حساب کنه" بررسی شده است؛ همچنین،

	حریم خصوصی و مرزهای رابطه در سؤالاتی مانند "رابطه‌تون پابلیک باشه یا پرایوت" و "خط قرمزت تو رابطه چیه" مورد کنکاش قرار گرفته است. موضوع جذابیت و نحوه برقراری ارتباط نیز در پرسش‌هایی مانند "نظر دادن به استایل پسران" و "چجوری مخ من رو میزنی" نمود یافته است. مسائل مربوط به صمیمیت فیزیکی نیز در سؤالاتی مانند «چه مدتی پس از شروع رابطه، تمایل به برقراری رابطه جنسی پیدا می‌کنی؟» نیز مطرح گردیده است. چگونگی تنظیم مراوده با افراد دیگر در طول یک پیوند عاطفی، از دیگر نکات کلیدی است که در سؤالاتی چون «اگر دوستت در حالی که با من ارتباط دارید، با تو معاشقه یا رفتار عاشقانه نشان دهد، چه عکس‌العملی داری؟» و «اگر فرد دیگری پارتنرت را مورد تحسین قرار دهد، چه رفتاری خواهی داشت مورد توجه قرار گرفته است. در نهایت، ایده‌آل‌های رابطه نیز در قالب پرسش "دیت ایده‌آل شما چیست" بررسی شده است.

جدول ۸: رمزگان اجتماعی دیت بر اساس رد فلگ

Table 8: *Social Codes of Dating Based on Red Flags*

سکانس‌های منتخب	برنامه "دیت ناشناس" الگوهای رفتاری و تعاملی پیچیده‌ای را در روابط میان دو جنس نشان می‌دهد. رمزگان اجتماعی مشاهده شده را می‌توان در چند سطح اصلی تحلیل کرد: نخست، رفتارهای غیر کلامی شرکت‌کنندگان نشانگر سطوح متفاوتی از تعهد به تعامل اجتماعی است. بی‌اعتنایی برخی پسران و سرگرم شدن به بازی سنگ، کاغذ، قیچی نشان‌دهنده عدم جدیت در گفتگو است؛ همچنین، واکنش‌های غیر کلامی مانند پشت کردن به دوربین یا پایین انداختن سر هنگام طرح مسائل جنسی، بیانگر وجود تابوها و محدودیت‌های فرهنگی است. دوم، نحوه مواجهه با مسائل جنسی و روابط عاطفی تناقض‌های موجود در جامعه را آشکار می‌سازد. استفاده از شوخی‌های نامناسب و الفاظ زننده از یک‌سو، و شرم و خجالت در پاسخ به سؤالات صریح جنسی از سوی دیگر، نشان‌دهنده دوگانگی در رفتار اجتماعی است. سوم، نگرش به روابط با جنس مخالف طیفی از دیدگاه‌های سنتی تا مدرن را نشان می‌دهد. برخی پاسخ‌ها مانند "نیاز به دیدن دوست پسر" نشان‌دهنده نگاه کنترل‌گرایانه است، درحالی‌که پاسخ‌هایی مانند "در سن محدود کردن نیستیم" رویکردی آزادانه‌تر را نشان می‌دهد. چهارم، بحث خیانت و اعتماد در روابط به شکل‌های مختلف مطرح می‌شود. اعتراف به خیانت و توجیه آن با دلایلی چون "تلافی" نشان‌دهنده آسیب‌های موجود در روابط عاطفی است. نهایتاً، رفتار دختر در بازی نهایی و انتخاب "دزدیدن" پول علی‌رغم توافق قبلی، و توجیه آن با پرسش "چرا باید پول

	را به او بدهم؟" نشان‌دهنده شکاف میان تعهد اخلاقی و رفتار عملی است. این رفتار همچنین می‌تواند بازتابی از تغییر در ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی باشد. این رمزگان اجتماعی در مجموع، تصویری از جامعه‌ای در حال گذار را نشان می‌دهد که در آن ارزش‌های سنتی و مدرن، تابوها و شکستن آنها، و تعهدات اخلاقی و فردگرایی در تعامل و گاه تقابل با یکدیگر قرار دارند.
صحنه‌پردازی	صحنه‌پردازی ساده بوده و سطح زمین مسیری با موزاییک‌های رنگی برای پسران مشخص شده.
گفتار	در گفتمان شرکت‌کنندگان، به‌کارگیری واژگان ترکیبی از زبان‌های مختلف (مانند "پابلیک" و "پرایوت") و استفاده از اصطلاحات محاوره‌ای رایج (مانند "هول" و "لاس زدن") مشاهده می‌شود. علاوه بر این، صراحت در بیان موضوعات حساس مانند مسائل جنسی و به‌کارگیری واژگان عامیانه و گاه نامتعارف به‌وضوح در این گفتگوها مشهود است.
ارتباط غیر کلامی	تحرک زیاد، استفاده از دست برای صحبت، دزدیدن نگاه، پشت کردن به دوربین
لباس و آرایش	آرایش ملیح و استفاده از پرسینگ،لباس کراپ مشکی آستین فینگر، شال مشکی، شلوار بگ یشمی، پسران اغلب استایل کلاسیک

در این برنامه زن‌ها به‌عنوان قضاوت‌گران یا کنترل‌کنندگان معرفی می‌شوند، اما این نقش‌ها بیشتر به ابزاری برای برتری‌جویی ظاهری یا شوخی‌های سطحی تقلیل پیدا می‌کند. زنان در این برنامه‌ها به‌عنوان آغازگران بحث‌های جنسی یا نقض‌کنندگان توافقات مالی نشان داده می‌شوند، که تصویر دوگانه‌ای از آنان به‌عنوان پیشرو و غیر قابل اعتماد ایجاد می‌کند.

جدول ۹: رمزگان فنی دیت بر اساس رد فلگ

Table 9: *Technical Data Codes Based on Red Flags*

بخش‌های منتخب	هنگامی که یکی از پسران خودشان را معرفی می‌کند اطراف او را هاله‌ای از نور سفید می‌گیرد و سایر پسران محو می‌شوند. در طول برنامه از افکت‌های زیادی استفاده شده است.
اندازه نما	از نماهای مدیوم شات، مدیوم کلوزآپ، لانگ‌شات، فول شات در برنامه استفاده شده است.
نورپردازی	استفاده از نور طبیعی
موسیقی و صدا	از موزیک *Boro Hara Noda* در ابتدای برنامه و موزیک *Gustav Lundgren* در پس زمینه استفاده شده است. هنگام بالا بردن پرچم سبز موزیک کوتاه و خاص و برای پرچم قرمز نیز موزیکی پخش می‌شود.
زاویه دوربین	برای دوربین نیز از زاویه هم‌سطح چشم، روی شانه (*Over Shoulder Shot*)
پوستر	استفاده از دو فونت متفاوت برای ایجاد کنتراست و جلب توجه. پوستر طراحی ساده و مینیمالیستی دارد که پیام را به‌صورت مستقیم و بدون پیچیدگی به مخاطب منتقل می‌کند. با توجه به‌عبارت « با کی میری دیت؟» می‌توان حدس زد که هدف و مخاطب این پوستر جوانان و نوجوانان هستند.

محو شدن دیگر پسران در لحظه معرفی، تمرکز را بر فرد معرفی شده می‌گذارد و به او برتری بصری می‌دهد و مخاطب را به تماشای او ترغیب می‌کند. لانگ شات‌ها به مخاطب اجازه می‌دهند تا محیط و ارتباطات بین فردی را درک کند. در مقابل، نماهای مدیوم شات و مدیوم کلوزآپ برای نمایش جزئیات احساسی و واکنش‌های چهره‌ای شخصیت‌ها به کار می‌روند و لحظات احساسی و معنادار را برجسته می‌کنند. استفاده از نور طبیعی در برنامه، به القای فضایی واقعی و صمیمی کمک می‌کند. در ابتدای برنامه، از موزیک "*Boro Hara Noda*" استفاده شده که حالتی شاداب و پرانرژی به شروع برنامه می‌دهد. همچنین، موسیقی پس‌زمینه *Gustav Lundgren* با ملودی‌های ملایم و آرامش‌بخش، فضایی احساسی و دلنشین ایجاد می‌کند که به تعادل حس هیجان و آرامش در برنامه کمک می‌کند. استفاده از زاویه‌های مختلف دوربین مانند "هم‌سطح چشم" و "روی شانه *Over Shoulder Shot*"به ایجاد حس نزدیکی و واقع‌گرایی در برنامه کمک می‌کند. طراحی پوستر با استفاده از دو فونت متفاوت و به شکلی ساده و مینیمالیستی، تأکید بر پیام برنامه دارد. این طراحی سعی دارد تا با ترکیب ساده‌ای از فونت‌ها، توجه مخاطب جوان و نوجوان را جلب کند.

رمزگان ایدئولوژی

برنامه دیت ناشناس بر اساس رد فلگ از طریق تعاملات میان دختر و پسران شرکت‌کننده، بازنمایی‌هایی از هویت زنان ارائه می‌دهد که مبتنی بر کلیشه‌ها و ایدئولوژی‌های رایج در جامعه است. این بازنمایی‌ها تصویر زنان را در چارچوبی تقلیل‌یافته و سطحی قرار می‌دهد. تحلیل ایدئولوژی‌های حاکم بر این برنامه نشان می‌دهد که چگونه عناصر مختلف، از گفت‌وگوها و رفتارها گرفته تا ساختار کلی برنامه، به تداوم و تقویت باورهای سطحی درباره نقش زنان در جامعه کمک می‌کند. در ادامه، برخی از این ایدئولوژی‌ها و مصادیق آن‌ها بررسی می‌شود.

۱. قضاوت‌گر و گاهی کنترل‌کننده: برنامه نقش زن را به‌عنوان فردی که می‌تواند قضاوت کند و گاهی تصمیم‌گیری‌های دیگران را تحت تأثیر قرار دهد، به تصویر می‌کشد. در این بازنمایی، زن به‌عنوان کسی معرفی می‌شود که نه تنها معیارهای خود را برای ارزیابی ارائه می‌دهد، بلکه بر رفتار و ظاهر دیگران نیز تأثیر مستقیم دارد. نمونه‌ای برجسته از این بازنمایی، زمانی است که دختر شرکت‌کننده درباره استایل یکی از پسران نظر می‌دهد و پیشنهاد می‌کند که عینکش را بردارد. پسر بدون تردید و بلافاصله عینکش را از چهره برمی‌دارد و در جیب خود قرار می‌دهد. دختر با بیان نظر خود در مورد عینک، در واقع معیاری برای ظاهر "مطلوب" از دیدگاه خود ارائه می‌دهد. پسر نیز با انجام سریع این تغییر، نشان می‌دهد که تحت تأثیر این معیارها قرار گرفته و حاضر است برای جلب نظر مثبت دختر، ظاهر خود را تغییر دهد. این تصویرسازی به نوعی نقش زن را در چارچوب یک داور یا کنترل‌کننده نشان می‌دهد.

۲. هنجارشکنی که با محوریت حیازدایی و شکستن تابوهای سنتی شکل می‌گیرد: طرح سؤال مستقیم دختر درباره روابط جنسی، نمودی از حیازدایی است که زن را به‌عنوان آغازگر یا محور بحث در این موضوع نشان می‌دهد. این بازنمایی در قالبی انجام می‌شود که زن، تابوی سنتی سکوت یا پرهیز از صحبت درباره موضوعات جنسی را می‌شکند و مردان را به واکنش وادار می‌کند. این بازنمایی، در کنار چالش با کلیشه‌های قدیمی، کلیشه‌های جدیدی نیز می‌سازد. زن به‌عنوان کسی که "حریم‌های عرفی را کنار می‌زند" تصویر می‌شود، اما نه در قالب انسانی که به دنبال گفتمانی عمیق و برابر است؛ بلکه به‌عنوان فردی که با طرح چنین موضوعاتی، فضایی چالش‌برانگیز یا حتی تحریک‌آمیز ایجاد می‌کند. استفاده از چنین سؤالاتی می‌تواند اقدامی برای عادی‌سازی گفتگو درباره مسائل جنسی و حیازدایی در زنان باشد

۳. *تقلیل ارزش زنان:* رفتارهای پسران، مانند بازی سنگ ـ کاغذ ـ قیچی هنگام طرح سؤالات جدی دختر و همچنین استفاده از شوخی‌های توهین‌آمیز، بازتابی از کم‌ارزش جلوه دادن مشارکت زنان در گفتمان است. وقتی دختر سؤالاتی جدی مطرح می‌کند، رفتار پسران که با بی‌توجهی یا انجام فعالیت‌های حاشیه‌ای (مانند بازی سنگ ـ کاغذ ـ قیچی) پاسخ می‌دهند، نشانه‌ای از نادیده گرفتن نقش زنان در گفتمان‌های عمومی است. این رفتار، زنان را به‌عنوان افرادی که جدیت آن‌ها در بحث اهمیت کمتری دارد، نشان می‌دهد. پیام ضمنی این رفتار این است که حضور زن در چنین محیط‌هایی، بیشتر جنبه نمادین یا حاشیه‌ای دارد و نه محوری و تأثیرگذار. جوک‌هایی که در برنامه استفاده می‌شوند (مانند "تنها کسی که صبح می‌ره سرکار و می‌بینه براش ..... کیه؟ مسئول آزمایشگاه") در نگاه اول ممکن است صرفاً به‌عنوان شوخی‌های معمول تلقی شوند، اما در واقع این جوک‌ها فضای بحث را به سمت بی‌ارزشی و تمسخر می‌کشاند. استفاده از چنین لطیفه‌هایی، نه تنها به جایگاه بحث لطمه می‌زند، بلکه نشان می‌دهد که حضور زن به‌عنوان فردی که سؤالات جدی مطرح می‌کند، برای مردان موضوعی جدی نیست.

۴. *فرصت‌طلبی:* صحنه پایانی که دختر توافق مالی را نقض کرده و مبلغ را برای خود برمی‌دارد، زنان را به‌عنوان شخصیت‌هایی که در تعاملات اجتماعی می‌توانند فرصت‌طلب یا بی‌اعتماد باشند بازنمایی می‌کند. این تصویرسازی، از نقش زنان در دستیابی به منفعت شخصی است که می‌تواند ایدئولوژی‌های درباره عدم اعتماد به زنان را تقویت کند.

۵. *پنجمین و آخرین رمزگان، رمزگان سطحی‌سازی است:* که از طریق عناصر بصری چون موزاییک‌های رنگی و موسیقی عمل می‌کند. این رمزگان با تقلیل مفاهیم عمیق هویتی به سطح سرگرمی، به کاهش اهمیت مباحث هویتی زنان می‌انجامد.

جدول ۱۰: استخراج رمزگان ایدئولوژی سه جدول

Table 10: *Extraction of Ideology Codes from Three Tables*

رمزگان ایدئولوژی دیت بادکنکی	عادی‌سازی خیانت، ارزش‌گذاری بر معیارهای سطحی، بازنمایی جنسیتی و انفعال زنان و تأکید بر مادی‌گرایی
رمزگان ایدئولوژی دیت بر اساس جذابیت	تقلیل هویت زنان به شئ برای ارزیابی، نگاه کالایی به زن و تناقض استقلال و انفعال
رمزگان ایدئولوژی دیت بر اساس رد فلگ	قضاوت‌گری و کنترل، هنجارشکنی، تقلیل ارزش زن، فرصت‌طلبی و عدم اعتماد به زنان

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی بازنمایی هویت جنسیتی زنان در برنامه‌های "دیت ناشناس" یوتیوب فارسی و تحلیل سه قالب "دیت بادکنکی"، "دیت بر اساس جذابیت" و "دیت بر اساس رد فلگ" انجام شد. تحلیل نشانه‌شناختی با رویکرد جان فیسک نشان داد که این برنامه‌ها از طریق رمزگان اجتماعی، فنی و ایدئولوژیک، بازنمایی‌هایی متناقض و مسئله‌دار از هویت زنان ارائه می‌دهند. به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی و تقلیل جایگاه زنان می‌پردازند. مهم‌ترین مضامین ایدئولوژیک مستخرج از تحلیل‌ها عبارتند از شیءانگاری زنان، نگاه ابزاری به هویت زنانه، و تقلیل ارزش‌های انسانی به معیارهای سطحی و مادی بوده است. این بازنمایی‌ها در قالب سه الگوی اصلی نمود یافته‌اند که عبارتند از:

۱- عادی‌سازی رفتارهای غیر اخلاقی و هنجارشکنانه از طریق قبح‌زدایی: نتایج نشان داد که این برنامه‌ها به‌طور غیر مستقیم به عادی‌سازی روابط آزادانه دختر و پسر و بی‌تعهدی در روابط می‌پردازند. در این برنامه‌ها، پیمان‌شکنی نه تنها یک امر نکوهیده تلقی نمی‌شود، بلکه گاه به‌عنوان بخشی از روابط عادی بازنمایی می‌شود. این یافته‌ها با پژوهش قاسمی (۱۳۸۸)، که بیان می‌کند رسانه‌های جدید می‌توانند به تغییر و تضعیف برخی ارزش‌های سنتی، از جمله پایبندی به تعهدات عاطفی، منجر شوند همخوانی دارد.

۲- تقلیل هویت زنان به ابژه‌های مورد ارزیابی و قضاوت: در این برنامه‌ها، زنان در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که بیشتر به‌عنوان ابژه‌هایی برای ارزیابی ظاهر، جذابیت و ویژگی‌های سطحی آن‌ها مورد قضاوت قرار می‌گیرند. این امر نشان‌دهنده تناقض میان استقلال ظاهری آن‌ها و انفعال واقعی در روند تصمیم‌گیری‌های برنامه است. این یافته با پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، که بر استمرار بازنمایی‌های کلیشه‌ای زنان در رسانه‌های ایران تأکید دارد، همسو است. از منظر نظری، این موضوع با نظریه بازنمایی استوارت هال (۱۹۹۷)، نیز مطابقت دارد که معتقد است رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت، بلکه سازنده معانی و کلیشه‌های اجتماعی هستند.

۳- ترویج نگاه کالایی و مصرفی به روابط انسانی: معیارهای ظاهری و مادی در این برنامه‌ها بر ارزش‌های اصیل انسانی اولویت یافته‌اند. انتخاب افراد در این برنامه‌ها عمدتاً بر اساس ویژگی‌های بصری و ظاهری صورت می‌گیرد و معیارهای عمیق‌تری مانند شخصیت، اخلاق و ارزش‌های فردی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند. این یافته‌ها با پژوهش رهبر مهرپور و همکاران (۱۳۹۸)، که به تأثیر اینستاگرام بر بازتعریف هویت جنسیتی زنان پرداخته، همخوانی دارد. این پژوهش نشان می‌دهد که علی‌رغم ادعای نوگرایی و شکستن تابوها در این

برنامه‌ها، الگوهای بازنمایی جنسیتی در آنها عمیقاً مسئله‌دار بوده و به بازتولید هویت جنسیتی دوگانه و متناقض می‌انجامد. زنان همزمان در دو موقعیت متضاد قرار می‌گیرند: به‌عنوان کنشگرانی مستقل و فعال در عرصه روابط اجتماعی ظاهر می‌شوند، و در عین حال به ابژه‌هایی در نظام مصرف‌گرایانه تقلیل می‌یابند. در این برنامه زن به مثابه کالایی در بازار عرضه و تقاضا تصویر می‌گردد و ارزش او عمدتاً با معیارهای ظاهری و مادی سنجیده می‌شود نگاه مصرف‌گرایانه و شیءوارگی که ریشه در گفتمان سرمایه‌داری متأخر دارد با نظریه شیءوارگی لوکاچ (۱۹۲۳)، قابل تبیین است. از منظر مبانی نظری، این پژوهش از نظریه‌های بازنمایی استوارت هال، رسانه‌های نوین استیونسن و هویت در عصر مدرن گیدنز بهره گرفته است. استوارت هال (۱۹۹۷)، نشان می‌دهد که رسانه‌ها چگونه از طریق زبان و نشانه‌ها، معنا و هویت را تولید می‌کنند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که برنامه‌های "دیت ناشناس" نه تنها بازتابی از تحولات هویتی زنان در جامعه ایران هستند، بلکه به‌عنوان بستری برای بازتولید کلیشه‌های جنسیتی و ارزش‌های مصرف‌گرایانه نیز عمل می‌کنند. در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که، برنامه‌های "دیت ناشناس" در یوتیوب فارسی با ارائه روایتی متناقض از هویت زنانه، به باز تولید گفتمانی دوگانه می‌پردازند که در آن عناصر مدرنیته (استقلال، فردگرایی) با عناصر سنتی (کنترل، شیءوارگی) در هم آمیخته شده‌اند. این بازنمایی متناقض، بازتاب‌دهنده وضعیت گذار جامعه ایران است. این یافته‌ها ضرورت بازنگری در شیوه‌های بازنمایی هویت زنان در رسانه‌های نوین و توجه به پیامدهای اجتماعی ـ فرهنگی این بازنمایی‌ها و اهمیت تقویت گفتمان‌های انتقادی نسبت به بازنمایی‌های رسانه‌ای را آشکار می‌سازد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند مبنایی برای مطالعات آتی در زمینه تأثیر رسانه‌های نوین بر تغییرات هویتی ـ فرهنگی در جامعه معاصر ایران باشد؛ همچنین توسعه کمپین‌های آگاهی‌بخشی و ابزارهای آموزشی می‌تواند به افراد کمک کند تا تفاوت بین سرگرمی و ایدئولژی‌های پنهان در محتوا را تشخیص دهند. گنجاندن آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی مدارس، رویکردی دقیق‌تر به محتوای آنلاین را ترویج می‌کند و به درک بهتر چالش‌های هویتی در دوره گذار کمک می‌کند.

References:

Ahmadi, S.; Aghili, S. V.; Mahdizadeh, S. M. (2015). "A Semiotic Analysis of Gender Identity in Television", Women in Culture and Art Journal, Vol. 7, No. 1. (Persian)

Akrami, A. A. (2013). "Anthony Giddens' Sociology", Growth of Social Sciences Education, Vol. 16, No. 1. (Persian)

Aslipour, A.; Kafi, M.; Kavianfar, H. (2017). "The Effect of Cognitive-Behavioral Therapy on the Self-Esteem of Women Affected by Marital Infidelity in Iranian Culture", International Conference on Culture, Psychopathology, and Education, First Edition. (Persian).

Attarzadeh, M. (2009). "Media and the Reflection of Women's Identity in the Public Sphere", Women's Studies Research Journal, Vol. 3, No. 1. (Persian).

Calvert, B., & Levis, P. (Eds.). (2002). Television Studies: The Key Concepts. London: Routledge, 200p.

Comprehensive Photography and Videography Training Center. "Black and White Photos", Retrieved on December 9, 2024, at 01:27. https://akkasi.art/%D8%B9%DA%A9%D8%B3-%D9%/.

Doran, B. (2004). "Family Identity and Interaction in Cybernetic Space", Journal of the Faculty of Literature and Humanities, Kharazmi University. (Persian).

Elsayed, W. (2021). "The Negative Effect of Social Media on the Social Identity of Adolescents from the Perspective of Social Work", Heliyon, Vol. 7, Issue 2, pp. 1-15.

E-Sanj. (March 2023). "The Psychology of the Color Red." Retrieved on December 9, 2024, at 01:15. https://esanj.ir/mag/the-psychology-of-red#list_comments.

Fiske, J. (2007). Introduction to Communication Studies. Translated by Mehdi Bahiraei, Tehran: Office of Media Development Studies. (Persian)

Fiske, J.; Bromand, M. (2001). Television Culture, Arghavan Journal, No. 19, p. 128. (Persian).

Ghasemi, H. A. S. (2009). "The Role of the Family in Reproducing the Culture of Modesty, Houra Journal", No. 35. (Persian).

Ghorbani Rezvan, Z.; Ghorbani Rezvan, F.; Mosdari, F. (2023). "A Semiotic Analysis of Women's Nature in Western TV Series Based on John Fiske's Theory", Interdisciplinary Studies in Communication and Media Quarterly, Vol. 6, No. 4. (Persian).

Giddens, A. (2005). Global Perspectives. Translated by Mohammad Reza Jalipour, Tehran: Tarh-e-No Publications, 2nd Edition. (Persian)

Haji Vosoughi, N. (2021). "The Role of Virtual Space in Representing the Identity of Iranian Women", National Symposium on Women: Hopes, Opportunities, and Challenges in the New Decade. (Persian).

Hamidpour, F.; Tavassoli, A.; Edrisi, A. (2025). "Investigating the Barriers and Presenting a Model of Women's Entrepreneurial Family Identity: A Grounded Theory Approach", Social Development Journal (formerly Human Development), Vol. 19, No. 4, pp. 257-288. (Persian).

Hashemloo, J. (2022). "Sociological Theories of Anthony Giddens", Hashemloo Psychology Blog. Retrieved on December 29, 2022, at 19:57.

Hosseinpour, J.; Arab Momeni, A. (2017). "The Impact of Virtual Social Networks on the Identity of the Family Institution", Welfare Planning and Social Development Quarterly, Vol. 8, No. 32. (Persian).

https://jafarhashemlou.blogfa.com/post/2953.

https://virgool.io/ fanvareh/ %D8% AF% DB% 8C% D8% AA-%D9% 86% D8%A7%D8%B4%D9%86%D8%A7%D8%B3-blind-date-wzr4qu3c5f5f.

Jorgensen, M.; Phillips, L. (2014). Discourse Analysis: Theory and Method, Translated by Hadi Jalili, Tehran: Nashr-e-Ni. (Persian).

Joya, P. (2024). "Blind Date or Anonymous Date", Virgool Website, Retrieved on December 7, 2024, at 16:55.

Karimi, Sh. (2021). "The Psychology of the Color Green", Parnoon Website, Retrieved on December 9, 2024, at 01:07. https://www.parnoun.com/blog/choose-gift/green-psychology #:~: text=%D8%.

Mahdizadeh, S. M. (2014). Media Theories: Mainstream Thoughts and Critical Perspectives. Tehran: Hamshahri. (Persian).

Mohammadi Vakil, M.; Farghani, A.; Pakzad, Z. (2021). "An Analysis of the Theory of Objectification in the Works of Photorealist Artist Don Eddy", Fine Arts - Visual Arts Journal, Vol. 26, No. 1. (Persian).

Panahi, A.; Muhammadzadeh, A. (2017). "Expression of Iranian Woman in French Travel Literature from the Eve of the Qajar Period Until the Constitutional Revolution Based on Stuart Hall's Reception Theory", Quarterly Journal of Cultural Historical Studies, Vol. 7, No. 27, pp. 1-23. (Persian).

Rostami, R.; Bagheri, R.; Geravand, A. (2025). "Migration and Rethinking Cultural Identity: A Study of Lak Ethnic Migrants Residing in Namju Neighborhood, Tehran", Social Development Quarterly (formerly Human Development), Vol. 20, No. 1. (Persian).

Steinke, J.; Gilbert, C.; Opat, K.; Landrum, A. R. (2024). "Fostering Inclusive Science Media: Insights from Examining the Relationship Between Women's Identities and Their Anticipated Engagement with Deep Look YouTube Science Videos", PLoS One, Vol. 19(8).

Stevenson, N. (1995). Understanding Media Culture, London: Sage.

Tabnak (September 4, 2024, 01:45). "Our Appointment: 'Blind Hour'–If You're Not Familiar with 'Blind Dates,' Read with Caution." News Code: 1257568. Retrieved on December 7, 2024, at 16:43.https://www.tabnak.ir/fa/news/1257568/% .

Wikipedia, "Vinnie Vids", Edited on November 16, 2024, at 12:23, Retrieved on December 7, 2024, at 17:21.https://fa.wikipedia.org/wiki/%D9%88%DB%8C%D9%86%DB%8C_%D9%88%DB%8C%D8%AF%D8%B2.

Wirtz, J. G.; Wang, Z.; Kulpavarapos, S. (2017). "Testing Direct and Indirect Effects of Identity, Media Use, Cognitions, and Conversations on Self-Reported Physical Activity Among a Sample of Hispanic Adults", Health Communication, Vol. 32(3).

Analysis of the Representation of Women's Gender Identity in Anonymous Dating Programs on YouTube (A Case Study of Blind Date Programs)

Davood Safa (Ph.D)[1], *Zamira Hosseini*[2], *Hosna Nabizadeh*[3]

DOI: 10.22055/QJSD.2026.48720.3020

Abstract:

The phenomenon of "blind dating" in Persian-language YouTube, as an emerging form of social interaction, presents new representations of women's identities. This study aims to analyze the representation of women's gender identity in blind dating programs on YouTube, using John Fiske's semiotic approach and drawing on the theoretical foundations of Stuart Hall's representation theory, Stevenson's media theory, and Giddens' concept of identity. The research follows a qualitative methodology, employing semiotic analysis at three levels: social, technical, and ideological codes. The study sample was selected through purposive sampling and includes three highly viewed videos: "Balloon Date" with 1,551,976 views, "Attraction-Based Date" with 671,462 views, and "Red Flag Date" with 720,416 views on YouTube. The findings reveal a clear contradiction in the representation of women's identities in these programs. On one hand, women are portrayed as independent and active agents; on the other, they are subjected to a consumerist and instrumental perspective. These representations contribute to the normalization of unethical behaviors, the reduction of women's identities to objects of evaluation and judgment, and the promotion of a commodified and consumerist view of human relationships. This dual representation manifests in elements such as objectification, materialism, superficiality, norm-breaking, and the normalization of betrayal. Ultimately, it can be argued that these programs reproduce a contradictory discourse in which elements of modernity (independence, individualism) are intertwined with traditional elements (control, objectification), reflecting the transitional state of contemporary society and the identity challenges faced by women in this period.

Key Concepts: *Representation of Identity, Anonymous Dating, Women's Gender Identity, Youtube, John Fiske's Semiotics*

[1] Assistant Professor, Department of Sociology, Al-Mustafa Al-Alamiyah University, Qom, Iran, davood_safa@yahoo.com

[2] PhD Student in Quran and Psychology, Quran and Hadith, Al-Mustafa Al-Alamiyah University, Qom, Iran (Corresponding Author), zamirahussieni19@gmail.com

[3] MA Student in Educational Psychology, Educational Sciences, Al-Mustafa Al-Alamiyah University, Qom, Iran, hosnasadatn@gmail.com

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).