



Corona pandemic: Return to Home and Emerging a New Generation of Digital-Housewives in Iran

Mohammad Hossein Badamchi¹, Fateme Alborzi²

Received: Apr. 20, 2020; Accepted: July 17, 2020

Abstract

Corona pandemic has suspended two major social institutions in Iran; Traditional institution: Mosques, Holy Shrines, Ramadan and Muharram religious rituals were shut down very soon; as far as modern institutions concerned, i.e. malls, cinemas, Coffee shops, universities, parks and restaurants they faced closure gradually. Instead of these two social structures, other two marginal institutions, internet and home, have taken responsibility to endure the fading social, cultural and even educational affairs. It seems in intersection of home and internet, there is a “digital woman” maintaining “the social”, which we aim to introduce. This new feminine institution has risen within masculine Iranian tradition and masculine modernization. We use Nematollah Fazeli’s viewpoint about Iranian “none-traditional return to home” in semi-quarantined corona days and his idea about appearance of unprecedented “active home” in the pandemic. We also use Donna Haraway’s “a cyborg manifesto” about the feminine characteristics of mixed human-technology condition, to get qualitative analysis of Persian Instagram content in first wave of pandemic (between March and June 2020). The result implicates the appearance of a new generation of Iranian women, neither a traditional housewife as part of private home; nor a modernized one as part of public street; but a post-traditionalist/post-modernist creative citizen inside “Insta-Homes”, representing an feminine agency which doesn’t fit in the marginalizing borders of traditional and modernist patriarchal structures.

Keywords: Coronavirus, Instagram, cyborg, digital-housewife, Iran, Cyberfeminism

1. Ph.D. of Sociology, Researcher in Mohaajer ThinkTank of Sharif University, Tehran, Iran (Corresponding Author)

✉ badamchi.mh@gmail.com

2. M.A in Theology, Freelance Researcher, Tehran, Iran

✉ mrs.f.alborzi@gmail.com



INTRODUCTION

Corona pandemic has suspended two major social institutions in Iran; Traditional institution: Mosques, Holy Shrines, Ramadan and Muharram religious rituals were shut down very soon; as far as modern institutions concerned, i.e. malls, cinemas, Coffee shops, universities, parks and restaurants they faced closure gradually. Beside these two social structures, other two marginal institutions, internet and home, are bearing the social, cultural and even educational burden of Iran, in which “the new digital woman” stands in the intersection. It’s misunderstanding to consider this revers flow of “returning to home” in corona quarantine days, as a reactionary movement to restoration traditional home and housewife, because this time a new home and housewife are emerging, particularly in the Instagram.

PURPOSE

Introducing this new home and new generation of post-traditionalist/post-modernist women representing as digital-housewives in Instagram, is the purpose of this article. While being in the housewife position is always humiliated by traditional and modernized patriarchal structures, this article is going to show that this position in semi-quarantined days of 2020 Iran, is empowering itself as a progressive, creative, feminine agency with its new characteristics.

METHODOLOGY

Conceptualizing “new digital-housewives” is a multidisciplinary task, so we use three relevant theories: 1) The “return to home” and “active home” viewpoint of Nematollah Fazeli, the Iranian anthropologist who proposed this idea earlier in the first pandemic days; 2) Donna Haraway’s “a cyborg manifesto” in social studies of technology to draw an outline of technology possibilities to flourish femininity not as “the other” of the center masculinity, but as an open lifeworld allows women to express their own embodiments; 3) Researches in the field of communication and media studies which noticed virtual sphere particularly Instagram to be the voice and missing feminine narratives of the society and life. Based on insights of these three approaches, we try to qualitative analyze some important contents of Persian Instagram in first wave of pandemic (between March and June 2020) categorizing them in 7 aspects of this new woman’s manifestations.

RESULT

In this article we extract the most important content of challenges and digital social events in first 4-5 months of pandemic in seven categories each one show a new revival in housewife affairs, presenting the new “active home” and feminine agency of this new type of “digital housewives”: 1) Baking homemade bread challenge (reclamation dignity of housekeeping); 2) Home-playing and home-educating of the kids (reclamation the central role of home in education); 3) Revising couple

relationship (erosion of patriarchal family); 4) Women and pluralism (emerging religious tolerance); 5. Women and West: toward a realistic approach (beyond hatred and mania); 6) Feminine charities: Instagram patterns; & 7) Feminine economy: revival of women's handicrafts.

CONCLUSION

We should consider these seven aspects as the appearance a new digital-housewife generation which cannot be theorized in classic dichotomies: Traditionalist or modernist woman. In each edge of this calm movement, femininity as a creative agent, riding with the capabilities of Instagram involves in making an alternative structure which is entirely against the official patriarchal status quo. It seems that Corona pandemic has improved the emergence of this new post-traditionalist/post-modernist generation of digital-housewives.

NOVELTY

Based on three dimensions of multidisciplinary theoretical framework of this article, six novelties can be noticed: 1) Bridging between micro qualitative research and macro institutional analysis in a totally new subject; 2) Applying Fazeli's "new active home" viewpoint to understand new cultural trends in Iran; 3) Using Haraway's cyborg theory to conceptualize digital femininity; 4) Crossing classic modern-tradition woman dichotomies which can't explain the emergence of this new post-tradition/post-modern generation of digital-housewives; 5) Demonstrating possibility and importance of feminist approaches in communication, media and internet studies; and 6. Introducing very deep emerging cultural changes from the depth of the known most traditional strata of Iranian society namely "housewives".



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

BIBLIOGRAPHY

- Ardakani, Z. (2020a). Bloggers ideal women: who consumes more. Retrieved from <https://shahrarnews.ir/fa/publication/content/1411/16712>
- Ardakani, Z. (2020a). Instagram, the most feminine media in Iran. Retrieved from <https://shahrarnews.ir/fa/publication/content/1347/15422>
- Ardakani, Z. (2020a). Instagram Mothers: feminine power against traditional structures. Reterrieved from <https://shahrarnews.ir/fa/publication/content/1489/18254>
- Bernardi, C. (2019). *Women and the digitally-mediated revolution in the Middle East: applying digital methods*. New York & London: Routledge
- Castells, M. (2010). *The Rise of Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture; Volume1)*. Wiley-Blackwell.
- Fazeli, N. (2020). How to pass Nowruz holidays at home? Reterived from <http://farhangshenasi.ir>
- Fazeli, N. (2020). Farhang-o fāje'e [Culture and catastrophe]. Tehran, Iran: Entešārāt-e Institute for Humanities and Cultural Studies.
- Ghaneirad, S. (2017). Zeval-e pedarsalari; Forupāši-ye xānevāde yā zohur-e xānevāde-ye madani [Decline of Patriarchalism]. Tehran: Naqd-e Farhang.
- Haraway, D. (2008). Mānifest-e sāyborg [A Cyborg Manifesto] (A. Fazāyi, Trans.). Tehran, Iran: Golāzin.
- Khelghati, M., & Molaei, H. (2019). The reception of Instagram users of the "Traditionalis Women" discourse. *Journal of Iranian Cultural Research*, 12(4), 29-50. doi: 10.22035/JICR.2019.2172.2689
- Rafipur, F. (2014). Dariq ast Iran ke virān šavad [Alas, Demising Iran]. Tehran, Iran: Sahāmi-ye Entešār.
- Rahimpur Azghadi, H. (2010). Talxtarin nevešte-ye man [My Most Bitter Writing]. Mašhad, Iran: Unknown.
- Thompson, J. (2017). Resāne-hā va modernite [Media and modernity: A social theory of the media] (M. Ohadi, Trans.). Tehran, Iran: Soruš. (Original work published 1995)
- Touraine, A. (2017). *Pārādāym-e jadid* [New Paradigm for Understanding Today's World] (S. Sadeghizade, Trans.). Tehran, Iran: Elmi va Farhangi (Original work published 2005)
- Vahidnia, B. (2020). Afzāyeš-e se barābari-e āmār-e tamās-hāye extelāfāt-e zojejn dar quarantine. [Number of couple contacts for house quarrels have increased treble]
- Van Dijk, J. (2006). *Network Society*, SAGE publications.
- Zahrayi, M. (2020). Corona-note: Coronaviruse and Home-Life. Retrieved from <http://csri.majazi.ir>



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Volume 12
Issue 3
Summer 2020



کرونا، بازگشت به خانه و برآمدن الگوی نوظهور زنان خانه‌دار مجازی

محمدحسین بادامچی*، فاطمه البرزی^۱

دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۰۹؛ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۲۷

چکیده

کرونا در دو موج پیاپی، عمده نهاد‌های اجتماعی سنتی و مدرن در ایران را به تعلیق در آورد. خیلی زود هیئت‌ها، مساجد و مناسک دینی و به‌تدریج خیابان و رستوران‌ها و پارک‌ها و سینماها و کافه‌ها بسته شدند. در مقابل این دو موج تعلیق‌کننده، که همچنان هم با قوت بسیار باقی است، دو نهاد دیگر، فضای مجازی و خانه، تقویت شدند و بار تداوم امر اجتماعی و فرهنگی و حتی آموزشی را در ایران سال ۱۳۹۹ به دوش کشیدند. به نظر می‌رسد در شرایطی که کرونا جامعه را به تعلیق درآورده، این «زن مجازی» است که در تقاطع خانه و فضای مجازی بار تداوم امر اجتماعی در ایران امروز را به دوش می‌کشد. هدف از این مقاله معرفی این نهاد اجتماعی زنانه نوینی است که از میانه تعلیق سنت و مدرنیته مردانه ایرانی در حال ظهور است. در این مقاله از چارچوب نظری نعمت‌اله فاضلی درباره بازگشت غیرسنتی به خانه و نظریه ظهور «خانه فعال» در کرونا، و نظریه سایبورگ دانا هاراوی درباره ویژگی‌های زنانه انسان آمیخته به تکنولوژی و همچنین، برخی پژوهش‌های انجام‌شده درباره تأثیر فضای مجازی بر زنان و تحلیل کیفی محتوای اینستاگرامی به‌هنگام شیوع اول کرونا (اسفند ۹۸ تا خرداد ۹۹) استفاده شده است. یافته‌های این مقاله نوید ظهور نسل تازه‌ای از «زن نوین ایرانی» است؛ نسل سومی از زنان پاساستی-پسامدرن، که نه چون زنان سنتی (بخشی از خانه)، و نه چون زنان مدرن (بخشی از خیابان)، بلکه شهروندی مولد در «خانه-اینستاگرام» هستند و «فاعلیت زنانه»‌ای از خود بروز می‌دهند که در چارچوب زنانگی تحقیرشده دوران سنتی و مدرن نمی‌گنجد.

کلیدواژه‌ها: کرونا، اینستاگرام، سایبورگ، زن خانه‌دار مجازی، سایبرفمینیسم

۱. دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی، اندیشکده مهاجر دانشگاه شریف، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

✉ badamchi.mh@gmail.com

۲. پژوهشگر آزاد، تهران، ایران

✉ mrs.f.alborzi@gmail.com

۱. مقدمه

کرونا در دو موج پی در پی دو دسته نهادهای اجتماعی عمده سنتی و مدرن در ایران را به تعلیق در آورد. خیلی زود هیئت‌ها، مساجد و مناسک دینی و به تدریج خیابان، رستوران‌ها، پارک‌ها، سینماها، و کافه‌ها به تدریج بسته شدند. هم دید و بازدید عید نوروز لغو گردید و هم زیارت و شب‌زنده‌داری‌های شب‌های قدر و هم پرسه‌زنی در خیابان. با گذشت ماه‌های اول، تلاش شد که رستوران‌ها، بازارها، میهمانی‌ها، حرم‌ها و هیئت‌ها بازگشایی شوند، اما در ادامه، روال‌های سابق به صورت نیم‌بند و با دلهره و اضطراب و ماسک و دستکش و فاصله‌گذاری و ده‌ها مراقبت بهداشتی انجام می‌شود و به نظر می‌رسد وضعیت همچنان با بازگشت به صورت سابق فاصله بسیار دارد.

در مقابل این دو موج، دو نهاد فضای مجازی و خانه تقویت شدند و بار تداوم امر اجتماعی و فرهنگی و حتی آموزشی را به دوش کشیدند. نگارنده به واسطه سابقه‌ای که در پژوهش درباره تأثیرات کرونا بر نهاد دین و فضای مجازی در چند ماهه اخیر داشته است، بر آن شد تا در مقاله مستقلی به مرکز تقاطع خانه و فضای مجازی، که تنها محمل تداوم امر اجتماعی در شرایط کنونی شده است، پردازد: بازگشت به خانه، تغییر معنای خانه‌داری و تحوّل در نقش زنان ایرانی.

در این مقاله «خانه»، «زن» و «فضای مجازی» به هم گره می‌خورند و زیست‌جهان نوینی می‌سازند که محوریت آن با «سایبورگ»^۱ است: انسانی مجازی با ویژگی‌های زنانه که از طریق شبکه‌های اجتماعی و به ویژه اینستاگرام در حال ساختن خود و تغییر جامعه و فرهنگ و سیاست ایرانی است. البته این ادامه روندهای پیشین جامعه ایرانی است که با تکانه‌کرونایی تشدید شده است. زن ایرانی که به‌ویژه در سه دهه اخیر و در سال‌های پس از جنگ با سرعتی بسیار زیاد از خانه به خیابان کوچ کرده بود، اینک با چرخشی بسیار سریع به خانه بازمی‌گردد. با این حال نمی‌توان این خانه‌پسامدرن را همان خانه سنتی انگاشت. خانه تغییر کرده است و در مرکز آن زن ایرانی است که تولدی نو یافته است.



۲. پیشینه تحقیق

۲-۱. نعمت‌اله فاضلی و خانه فعال ایرانی در دوران قرنطینه

نعمت‌اله فاضلی از معدود جامعه‌شناسان ایرانی است که از فکری گشوده، ذهنی جوال و تجربه عامی سیال بهره‌مند است تا بتواند «خانه» را در مرکز مسائل کرونایی و پساکرونایی ایران مفهوم‌پردازی کند. او بسیار زود هنگام، در اواخر اسفند سال گذشته در یادداشتی با عنوان «نوروز را چگونه در خانه بمانیم»، با اشاره به تعطیلی مناسک و آیین‌های دینی و ملی، بلافاصله به خانه به‌عنوان مهمترین نبض برجای ماندهٔ تداوم جامعه ایرانی اشاره می‌کند:

در موقعیت قرنطینه، زندگی روزمره، مناسک و آیین‌ها، زمان و شاید فرهنگ به‌طور کلی در موقعیت تعلیق درمی‌آید... سرزمین ایران، براساس تعامل رودررو، گردهمایی و همنشینی‌های گوناگون شکل گرفته است. معلق کردن مناسک، مشاغل و فعالیت‌های جمعی، کاری بسیار پیچیده و از حیث معنایی، بی‌سابقه و از نظر اجتماعی برای همهٔ شهروندان دشوار است. ما در این موقعیت ناگزیر هستیم تا پدیده تازه‌ای را در کلیت فرهنگ ایرانی ابداع کنیم. در موقعیت قرنطینه، خانه دیگر جان‌پناه یا پناهگاه یا استراحت‌گاه نیست، بلکه خانه تمام محیط زندگی ماست. در موقعیت قرنطینه باید به قابلیت‌هایی که زندگی در خانه با خود دارد کاملاً بیندیشیم (فاضلی، ۱۳۹۹، ب).

فاضلی در یادداشت دیگری با عنوان «بحران کرونا و بازگشت به خانه» (فاضلی، ۱۳۹۹ الف، ۱۱۴-۱۰۹) از آغاز روند معکوسی به نام «بازگشت به خانه»، در خلاف جهت الگوی نوسازی دولتی پیاده شده در سه دههٔ اخیر سخن می‌گوید و می‌کوشد به «تحلیل موقعیت مسئله‌مند خانه در شهرها و کلان‌شهرهای امروزی» در شرایط کرونایی بپردازد. وی استدلال می‌کند که پرسه‌زنی در خیابان و بیرون کشیدن انسان از خانه، مهمترین رکن شکل‌دهی سبک زندگی و هویت شهروند جامعه مدرن است:

مدرنیته با ساختن پدیده‌ای شگفت به نام «خیابان» و بیرون کشاندن انسان از دشت‌ها و بیابان‌ها و راندن او به شهرها، و سپس کوچاندن او از خانه به خیابان، توانست بر سرشت و سرنوشت انسان سیطرهٔ بی‌چون و چرا پیدا کند. میشل دوسرتو فیلسوف زندگی روزمره انسان مدرن و همین‌طور مارشال برمن در کتاب تجربهٔ مدرنیته به‌درستی و زیبایی نشان داده‌اند که تجربهٔ مدرنیته، همان تجربه انسان معاصر از خیابان است؛ همان‌طور که بودلر، شاعر و منتقد فرانسوی قرن نوزدهم، فلانور یا «پرسه‌زن» خیابان‌های پاریس قرن نوزدهم را مثال‌اعلای انسان مدرن می‌دانست (فاضلی، ۱۳۹۹ الف، ۱۰۹).





به تعبیر او «بحران کرونا نه تنها آئین‌ها را به تعلیق درآورده است، بلکه در حال به‌تعلیق درآوردن خیابان و مکان برای ما و همه شهروندان جهان است. هر روز که می‌گذرد خیابان‌های جهان خلوت‌تر می‌شوند». فاضلی می‌پرسد «اگر کرونا ما را از شهرها و خیابان‌ها بیرون براند، به کجا خواهیم رفت؟ مکان بعدی ما کجاست؟ پاسخی که تا این لحظه با آن مواجه بوده‌ایم این است که این مکان خانه است» (فاضلی، ۱۳۹۹ الف، ۱۰۹). بسیار مهم است که دریابیم، مراجعت کنونی ما به خانه، مراجعت انسان مدرن خیابانی (فراری از خانه) به خانه، پس از نوسازی است و مفهوم خانه، در حال بازسازی دوباره در این موقعیت جدید است. در فرایند نوسازی و تأکید آن بر خیابان، خانه به «اقامتگاه» تبدیل شده بود: نهادی نحیف، افسرده و پلاسیده و عاری از جوهر خیال‌پرور و خیال‌پرداز که فاقد پیوند معنادار میان انسان و فضا بود. فاضلی روایتی جامعه‌شناختی از زوال پیشاکروناپی خانه در ایران چنددهه اخیر ارائه می‌دهد که به نظر می‌رسد در اثر کرونا از این پس باید با افعال ماضی در توصیف آن سخن گفت:

ما در حالی «خانه‌نشینی ناگزیر» را پذیرا شده‌ایم که خانه‌ها پذیرای ما نیستند. در فرهنگ سنتی ایرانی، خانه‌های کاه‌گلی روستایی، آلاچیق و سیاه‌چادرهای عشایری، خانه‌های اعیانی شهری و «خانه» در هر شکل آن به‌طور تاریخی فضای تولید مثل، مراقبت، پرورش و تربیت، تغذیه، صمیمیت، امنیت، جان‌پناه و محافظت، برگزاری آئین‌ها، عبادت، و حتی کار و تولید بود. اما با ظهور تحولات ساختاری تجدد و نوسازی، خانه ایرانی به تدریج عملکردها و کارکردهایش کاسته شد. در فرایند شهری‌شدن در دوره معاصر، رقابتی میان خیابان و خانه شکل گرفت، رقابتی که هر سال از عملکردها و کارکردهای خانه کاسته می‌شد و کارکردهای خیابان اضافه‌تر و اضافه‌تر می‌گشت. بعد خانوار ایرانی مطابق آخرین سرشماری جمعیتی در سال ۱۳۹۵، به ۳/۲ کاهش یافته است... ابتدا مردان از خانه‌ها به بیرون رانده شدند، و سپس با گسترش اشتغال زنان، آنها نیز وقت کمتری در خانه گذراندند. بچه‌ها نیز در زایشگاه به دنیا می‌آیند، در مهدکودک‌ها و پیش‌دستانی‌ها، مدارس و دانشگاه‌ها پرورش پیدا می‌کنند. با گسترش نهادها و فضاهای شهری فراغتی، تفریح نیز به بیرون از خانه انتقال یافت. در دهه‌های اخیر با گسترش رستوران‌ها و فست‌فودها و کافی‌شاپ‌ها به تدریج بساط «سفره» نیز از خانه جمع شد یا این که محدود شد. از طرف دیگر، با ورود تلویزیون و رسانه‌های گوناگون و

به‌ویژه با گسترش اینترنت و فضای مجازی، عملاً تعاملات میان اعضای خانه نیز بسیار محدود شد. در نتیجه، گفت‌وگو و وقت‌گذرانی اعضای خانه با یکدیگر در درون خانه‌ها به حداقل کاهش یافت (فاضلی، ۱۳۹۹ الف، ۱۱۱ و ۱۱۲).

بنابراین، خانه ایرانی در سه دهه اخیر تحت تأثیر سیاست‌های نوسازی رو به زوال بوده و چالش‌های اساسی خانواده ایرانی نظیر «فرسایش سرمایه‌های اجتماعی، کاهش اعتماد اجتماعی، افزایش طلاق، بالا بودن نرخ آسیب‌های اجتماعی چون اعتیاد، فقر، خشونت، فحشا، ناامنی اجتماعی و امثال اینها» همه نشانه‌هایی از کم‌رمدی و بی‌جانگی جهان‌خانگی انسان ایرانی به شمار می‌روند. اما بحث فاضلی در همین‌جا خاتمه می‌یابد. او خاطر نشان می‌کند که «در اینجا نمی‌خواهم راه‌های مواجهه با موقعیت مسئله‌مند خانه را توضیح دهم. هدف این بود که این موقعیت را آشنایی‌زدایی کنم. نکته کلیدی این است که کرونا ما را ناگزیر به خانه‌نشینی کرده است و این موقعیت می‌تواند آغازی برای بازگشت مجدد به خانه در زندگی شهری و کلان‌شهری و پایان دوره فرار از خانه نیز باشد» (فاضلی، ۱۳۹۹ الف، ۱۱۳-۱۱۴).

فاضلی در مطالب بعدی خود با طرح یک کلیدواژه جدید به نام «خانه فعال» و با تأکید بر امکانات ارتباطی فضای مجازی و برخی تعابیر عرفانی تلاش می‌کند ابعاد متفاوت منظر خود را با خانه‌نشینی پیشامدرن بیان کند (فاضلی، ۱۳۹۹ الف، ۱۳۲-۱۲۷). این «سکنی‌گزیدن جدید در خانه فعال» همان کلید آغازین بحث ماست. مقاله حاضر دقیقاً از جایی آغاز می‌شود که فاضلی بحث خود را به پایان برده است؛ روایتی از نوزایی خانه و زن پسامدرن در قامت «زن نوظهور خانه‌دار مجازی» در دوران کرونا.

۲-۲. سایبورگ: نقطه تلاقی زنانه انسان و تکنولوژی

مسئله‌ای که کمتر مورد توجه فاضلی قرار گرفته، و کانون بحث ما را در این مقاله شکل می‌دهد، معنای نوین «زن در فضای مجازی» به عنوان کانون نوین خانه یا به تعبیر فاضلی «خانه خلاق» است. در اینجا برای مفهوم‌سازی «زن نوین مجازی» می‌کوشیم از آراء دانا هاروی^۱ و مفهوم

1. Haraway





«سایبورگ» او استفاده کنیم. دانا هاراوی، زیست‌شناس و فیلسوف ایرلندی در کتاب مانیفست سایبورگ (هاراوی، ۱۳۸۷) که در سال ۱۹۹۱ منتشر کرده است، سال‌ها پیش از رونق گرفتن اینترنت و ظهور شبکه‌های اجتماعی از ویژگی‌های موجود نوپدید به نام «سایبورگ» سخن گفته است که از امتزاج انسان و ماشین پدید آمده، ویژگی‌هایی زنانه داشته، و به‌نحو پیش‌گویانه‌ای با کاراکترهای نوظهور در فضای مجازی و به‌ویژه زنان مجازی هماهنگی دارد. هاراوی هم از موقعیت زنانگی برای توضیح وضعیت سایبورگ استفاده می‌کند و هم از سایبورگ برای بازسازی زنانگی. از این حیث سایبورگ نقطه تلاقی زنانه انسان و ماشین است.

مهمترین ویژگی سایبورگ این است که پایان‌دهنده به دوگانه‌های «دیگری‌ساز» و «استثماری» غرب است: دوگانه‌های هدف/ابزار، نظریه/عمل، ذهنیت/روح/کنش/بدن، صاحبان سرمایه/نیروی کار، مردان/مشغول سیاست/زنان و بردگان/مشغول به کارهای پست، متمدن/ابدوی، عمومی/خصوصی، فرهنگ/طبیعت، کل/اجزاء، واقعیت/اوهم، منیت/دیگری. در تمام این دوگانه‌ها عقلانیت پیش‌برنده، متعلق به ذهنیت ارباب است که ابزار و بنده را برای رسیدن به هدف خود در اختیار می‌گیرد. حال آنکه در سایبورگ عقلانیت متعلق به تولید، نیروی فن و کاربرد ابزاری جهان است. هاراوی اندیشه مدرن را با این یک جمله خلاصه می‌کند که «یکی بسیار کم است، اما دو تا بسیار زیاد است» (هاراوی، ۱۳۸۷، ۸۰) و اندیشه سایبورگی خود را با این جمله «یکی خیلی اندک است و دو تا تنها یک امکان است» (هاراوی، ۱۳۸۷، ۸۷) بیان می‌کند: کنایه از تلاش مدرنیته برای به وحدت رساندن همه چیز ذیل یک نظریه واحد؛ و ویژگی تکثری که هاراوی از تحولات تکنولوژی انتهای قرن بیستم استشمام می‌کند و سال‌ها بعد به‌صورت تام در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی ظهور می‌یابد و جلوه‌های دیگری از آن همراه با تحولات هوش مصنوعی و تکنولوژی‌های زیستی در دهه‌های آینده قرن بیست‌ویکم در پیش است.

از ویژگی‌های سایبورگ این است که از ذهنیت مسلط حاکم بر آن فراتر می‌رود و هیچ نیازی به مشروعیت خاستگاه خود ندارد. او فاقد یک هویت ثابت است و مدام در حال ازنوساختن خود است. برای سایبورگ چیزی از قبل به‌عنوان غایت فرض نشده است، بلکه او در کنش روزمره خود جهت‌گیری خود را می‌یابد. به نظر هاراوی، تا پیش از دوره سایبرنتیک، ماشین‌ها

همیشه ابزاری در دست مالک آن بودند، اما اکنونی تصویری از ماشین‌هایی وجود دارد که به خودی خود قادر به حرکت هستند، خود را طراحی می‌کنند و صرفاً مقلد نیستند.

به هم خوردن ساختار هدف وسیله در تحلیل تکنولوژی به تعبیر مباحث علوم رسانه و ارتباطات به این معناست که اگر تا پیش از این محتوا سوار بر قالب بود و پیام، فرم را متناسب با خواست خود شکل می‌داد و تصور می‌شد که رسانه «ابزاری» برای انتقال پیام است، اینک فرم و محتوا از هم قابل تمیز نیستند و هر دو معنایی تازه می‌یابند. این پارادایمی است پس از جبرباوری تکنیکی و به همین دلیل است که هارووی اصرار دارد که از مفهوم پیچیده «مطالعات اجتماعی فناوری» در عنوان کتاب خود استفاده کند. هارووی در خلاف جهت همه منتقدان تکنولوژی از هایدگر تا مارکوزه حرکت می‌کند که تکنولوژی را عامل از خودیگانگی انسان می‌داند و از بازگشت به طبیعت پیشاتکنیکی و فاقد ابزار سخن می‌گویند. او بر عکس تکنولوژی را در آغوش می‌گیرد و مرزهای آنرا یک قدم به پیش می‌راند تا از انسان-ماشین نوظهور آینده دفاع کند.

سایبورگ هویتی ناتمام، متناقض و استراتژیک دارد. از نظر هارووی زنانگی به عنوان «دیگری جنسیتی» دارای ذاتی مانند «مردانگی» نیست بلکه وضعیتی به هم پیوسته و دائماً سیال از طرح‌های جدید است. حیوان، بربر و زن در تاریخ غرب به عنوان دیگری‌هایی از «مرد تاریخ‌ساز و متمدن غربی» فرض شده‌اند که ذات اصلی نظام مدرن است. با برچیده شدن آن، ماهیت زن، جهان‌سومی و حتی ماشین، که به عنوان برده وضعی انعکاسی در ساختار ارباب‌برده داشته، آزاد می‌شود و هویتی ترکیبی-هیبریدی در موقعیت‌های بیرون جریان مرکزی شکل می‌گیرد.

سایبورگ مرز میان واقعی و مجازی را نیز درمی‌نوردد. با حضور او مشخص نیست که چه چیزی واقعی و چه چیزی مجازی است. او مجازی را نیز از بی‌اعتباری همیشگی در برابر امر واقعی می‌رهاند و آن را بزرگ می‌دارد. همین‌طور سایبورگ قطب‌بندی عمومی-خصوصی را نیز زیر سؤال می‌برد و خانه و خانواده را بازتعریف می‌کند. از ویژگی‌های سایبورگ آن است که «بدن واقعی» در آن بی‌معنا می‌شود. بدن معصومیت خود را از دست می‌دهد و به اشکال مختلف در می‌آید. بدن که در دیدگاه‌های دوگانه سنتی همواره شأنی پست‌تر از روح دارد و آلت دست آن است، اینک با ماشین ترکیب می‌شود و روح تازه‌ای را درون خود حمل می‌کند.





هاراوی در بحثی که شبیه به مباحث جامعه شبکه‌ای کاستلز^۱ (۲۰۱۰) و ون‌دایک^۲ (۲۰۱۰) است، از منظری زیست‌شناختی و بیولوژیک معتقد است که سلسله مراتب‌های قدیمی در انتهای قرن بیستم جای خود را به شبکه‌ای از انفورماتیک‌های سلطه داده است (هاراوی، ۱۳۸۷، ۴۵). این شبکه جدید خود با برداشتن مرزها و دوگانه‌ها می‌کوشد که زنان را نیز درون مدارهای مجتمع و متمرکزی که سابقاً مختص مردان بود ادغام کند. دانا هاراوی از دو سناریوی در حال رخ دادن به صورت موازی در اقتصاد صحبت می‌کند. از یک طرف با درهم شکستن بیشتر خانه و خانواده، اقتصاد کار خانگی به بدترین شکل کار روزمزد، بدون مهارت، دورکاری و به‌عنوان نیروی کار اضافه‌درگیر با ده‌ها مسئله روزمره زنانه مثل بچه‌داری و خانه‌داری تبدیل می‌شود. این را هاراوی «اقتصاد کار خانگی» می‌نامد که با فروریختن دولت رفاه و خصوصی‌سازی‌های گسترده هم‌زمان است؛ با انزوا و فردی‌شدن و زوال امر عمومی. او به این معنا شبکه‌ای شدن را راهبردی به نفع شرکت‌های چندملیتی می‌داند، اما در سناریوی دوم از یک استراتژی فمینیستی مقابل آن نیز سخن می‌گوید. در واقع سناریوی اول خود محمل پدید آمدن سایبورگ در موقعیتی مقاومتی است؛ چرا که شبکه سلطه انفورماتیک در حال یک‌دست کردن جوامع با همه تفاوت‌هایشان درون پیکره واحدی است که هاراوی به آن «مدار مجتمع» می‌گوید. در مدار مجتمع تمام هویت‌های سفت و ثابت قبلی دود می‌شوند و به هوا می‌روند. پس از پیاده‌سازی آن چیزی از طبقه، جنسیت، مذهب، قومیت، و ملیت بر زمین باقی نمی‌ماند. افزایش عظیمی از ناامنی و بینواسازی فرهنگی رخ می‌دهد و سیاست‌های معیشتی و حمایت از شبکه آسیب‌پذیران با شکست روبرو می‌شود. از اینجاست که زنانگی به‌عنوان استراتژی دومی از هیچ برمی‌خیزد. به زبان پیچیده هاراوی:

جنسیت سایبورگ امکانی موضعی برای کین‌خواهی جهانی است. نژاد، جنسیت و سرمایه نیازمند نظریه سایبورگ از کلیت و اجزا هستند. هیچ چیز سایبورگ‌ها را به طرف ایجاد نظریه‌ای از کلیت نمی‌کشاند، اما اینجا تجربه درونی از مرزبندی‌ها، شالوده‌ریزی آنها و شالوده‌شکنی آنهاست. این نظامی اسطوره‌ای است که منتظر است تا به زبانی

1. Castells
2. Van Dijk

سیاسی مبدل شود تا روشی را با ملاحظه به علم و فناوری بنیان نهد و در مبارزه با انفورماتیک‌های سلطه بالقوه، به‌طور نیرومند وارد عمل شود (هاراوی، ۱۳۸۷، ۸۹).

دیدگاه هاراوی رابطه انسان و تکنولوژی را دگرگون می‌کند. تکنولوژی دیگر نه ابزاری صرف در دست اهداف انسانی است و نه موجودی بی‌مهار که انسان را می‌بلعد و نابود می‌کند. از نظر هاراوی انگاره سایبورگ در جهت بر عهده گرفتن مسئولیت روابط اجتماعی علم و فناوری و استقبال از وظیفه ماهرانه بازسازی مرزبندی‌های زندگی روزانه در ارتباط ناتمام با دیگران و در ارتباط با تمامی اجزای خویشتن استدلال می‌کند. از نظر او علم و فناوری در عین حال که ابزار بزرگ خشنودی و ارضاء بشری هستند، ماتریکس پیچیده سلطه‌ها را هم شکل می‌دهند. به گفته هاراوی در آخرین بند از مانیفست خود:

انگاره سایبورگ می‌تواند راهی را فارغ از ماریپیج‌های دوآلیستی ارائه دهد که در آن ما بدن‌ها و ابزارهایمان را برای خود تشریح کرده‌ایم. این نه رؤیای یک زبان مشترک، بلکه رؤیای چندآوایی نیرومند و بی‌ایمان [نسبت به هر خوانش مرکزگرای واحد، ثابت و ذات‌گرا] است. این تصور یک گفتار فمینیستی در زبان‌هایی است که هراس را به حوزه‌های ابرذخیره‌سازان نظام جدید می‌افکند. این هم به معنای ساخت و هم به معنای نابودی ماشین‌ها، هویت‌ها، دسته‌بندی‌ها، روابط و داستان‌های فضایی [تخیل درباره آینده] است. گرچه هر دو به یکدیگر در هم پیچیده شده‌اند، اما من ترجیح می‌دهم که یک سایبورگ باشم تا یک الهه^۱ (هاراوی، ۱۳۸۷، ۹۰).

هاراوی در زمان نگارش مانیفست سایبورگ، آن را بیشتر موضوعی در داستان‌های علمی-تخیلی می‌دانست و تحولات آتی را در افق تکنولوژی زیستی و رباتیک و هوش مصنوعی جست‌وجو می‌کرد، اما اینترنت و تکنولوژی ارتباطی در مسیری متفاوت پیش‌بینی‌های او درباره پدید آمدن نوع تازه‌ای از انسان-تکنولوژی در فضای مجازی را خیلی سریع‌تر محقق کرد. دوگانه الهه-سایبورگ او بسیار نزدیک به استعاره‌ای است که در تحوّل «زنانگی و نقش زن» با وجود شبکه‌های اجتماعی در حال وقوع است. در حالی که دیدگاه‌های سنتی «الهه‌گرا» فضای مجازی را هیولایی شیطانی، خطرناک، اغواگر و فاسد می‌دانند و زنان را از حضور در فضای مجازی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی برحذر می‌دارند، نسل تازه‌ای از زنان در ایران به‌وجود آمده‌اند که

1. I would rather be a cyborg than a goddess.



صفحه اینستاگرام بخشی ناگسستی از وجود و شخصیت و احساس و عقلانیت و ارتباطات آنان است. هم‌صدا با هاراوی، که در مانیفست سایبورگ می‌نویسد:

ماشین آن چیزی نیست که به حرکت در آید، ستایش شود و سلطه یابد. ماشین خود ما، فرایندهای ما، سیمای تجسم ماست. ما می‌توانیم مسئول ماشین‌هایمان باشیم؛ آنها بر ما چیره نمی‌شوند و یا ما را تهدید نمی‌کنند. ما مسئول تمایزات خودمان هستیم، ما همان تمایزات هستیم» (هاراوی، ۱۳۸۷، ۸۸).

ما نیز باید بگوییم که نه فضای مجازی موجودی شیطانی است و نه زنان ما الهه‌هایی فراتاریخی هستند. زن ایرانی در معنای عینی و جامعه‌شناختی آن در فضای مجازی در حال بازتولد و پرورش است و کرونا بروز و تجلی آن را آشکارتر کرده است. با این حال تصوّر هاراوی از اینکه زن نوظهور مجازی در گسست از زن سنتی خانه‌دار و زن مدرن شاغل با روحیات مردانه شکل می‌گیرد، چندان صحیح نیست. سایبورگ محملی باز برای شکوفایی زنانگی است و دقیقاً به دلیل زمینه اجتماعی مورد توجه هاراوی، مسیر حرکت آن متناسب با موقعیت و سنت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تاریخی هر کشور متفاوت است. امری که کشف آن مستلزم مطالعاتی تجربی است و ما در این مقاله به برخی وجوه آن می‌پردازیم.

۲-۳. اینستاگرام، رسانه زنان نوظهور مجازی

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر وضعیت اجتماعی زنان بحثی بسیار نو در محافل مطالعات اجتماعی فناوری است. از جمله می‌توان به کتاب زنان و انقلاب دیجیتالی در خاورمیانه^۱ نوشته استاد ارتباطات، رسانه و فرهنگ در دانشکده هنرها و علوم انسانی دانشگاه استرلینگ انگلستان، خانم کیارا ال. برناردی^۲ اشاره کرد که در سال ۲۰۱۹ توسط انتشارات راتلج منتشر شده است (برناردی، ۲۰۱۹). از منظر این کتاب تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات اساساً سیاسی هستند؛ به این معنی که می‌توانند افراد و امور به حاشیه رانده‌شده را دوباره به کانون توجه درآورند، ناگفته‌ها را بیان کنند و نادیده‌ها را نشان دهند و بدین ترتیب رویه‌ها و شیوه‌های عمل فرهنگی و اجتماعی ما را که هر چه بیشتر با وساطت



1. Women and the Digitally-Mediated Revolution in the Middle East
2. Bernardi

تکنولوژی‌های دیجیتالی انجام می‌پذیرد، تغییر دهند. این کتاب به مطالعه تأثیرات تکنولوژی‌های دیجیتال بر حوزه‌های اجتماعی و سیاسی زنان در کشورهای مصر و عربستان سعودی و مشارکت ایشان در این حوزه‌ها می‌پردازد. نویسنده به‌ویژه با توجه به نقش زنان در بهار عربی از طریق شبکه‌های اجتماعی، با تعبیر «انقلاب خاموش و زنان آنلاین»، نقش شبکه‌های اجتماعی را در افزایش حضور اجتماعی زنان و مشارکت در بحث از «مسائل زنان» در دو کشور مصر و عربستان به‌ویژه در دو دهه اخیر بررسی می‌کند.^۱

با این حال بررسی کتاب نشان می‌دهد که به‌خاطر اتکا بر نوعی فمینیسم خام نتوانسته تحولات اساسی در مفهوم زنانگی در حال وقوع در کشورهای اسلامی را دریابد. دو مفهوم «رؤیت‌پذیری اجتماعی زنان» و «مسائل زنان» که ارکان اصلی بررسی اجتماعی در این کتاب هستند، اگرچه اهمیت زیادی دارند، اما نمی‌توانند در چارچوب دوگانه‌های قدیمی زن سنتی/ زن مدرن تحلیل شوند. همان‌طور که در طرح مسئله و بحث از سایبورگ ذکر شد، معتقدیم که زنانگی نوظهور در شبکه‌های اجتماعی در ایران را باید ذیل مفهوم «بازگشت پسامدرن به خانه» فهمید که جهانی فراسوی دوگانه‌های قدیمی زن سنتی در خانه/زن مدرن در خیابان را شکل می‌دهد و نوعی نوزایش و سنتز این دو در زیست‌جهان مجازی ایرانی محسوب می‌شود.

بنابراین این حوزه مطالعاتی، حوزه‌ای تازه و بکر است و طبعاً توجه به آن در ایران نیز به واسطه عقب‌ماندگی تاریخی در تحقیقات اجتماعی به‌رغم مباحثات بسیار درباره فضای مجازی و اهمیت چشمگیر آن، سابقه‌ای ندارد. در این میان زهرا اردکانی از معدود پژوهشگرانی است که در نوشته‌های کرونایی خود اهمیت این موضوع را دریافته است. وی در یادداشتی تحت عنوان «اینستاگرام^۲ زنانه‌ترین فضای رسانه ای ایران» می‌نویسد:

در رسانه‌های اجتماعی جدید، برخلاف رسانه‌های جمعی، مخاطبان فقط مصرف‌کننده پیام‌های رسانه‌ای نیستند. آن‌ها، خودشان، سازنده پیام هستند. زنان نیز در همه این شبکه‌ها فعال و پویا هستند، اما آن‌ها طبق آمار، اینستاگرام را بیشتر دوست دارند. اینستاگرام تنها شبکه اجتماعی در ایران است که تعداد کاربران زن در آن از کاربران مرد بیشتر است. از این جهت، شاید بتوان اینستاگرام را زنانه‌ترین رسانه در ایران نام نهاد. اما

۱. از خانم نوشین شاهنده به‌خاطر معرفی و مساعدت در استخراج نکات اصلی این کتاب سپاسگزارم.





چرا در مقایسه با توئیتر، تلگرام و فیس بوک، اینستاگرام زنان را بیشتر جذب خود کرده است؟ در اینستاگرام، تصاویر و آنچه به صورت بصری دیده می‌شود حرف اول را می‌زند. لذا این شبکه بیش از شبکه‌های دیگر به افراد امکان نمایش خود (خودبازنمایی) و نمایش ابعاد مختلف زندگی روزمره را می‌دهد. به زبان ساده، اینستاگرام امکان روایت زندگی روزمره را به زبان تصویری و جذابی فراهم می‌کند. زنان روایتگرند. آن‌ها معمولاً علاقه‌مند به روایت اتفاقات و تجربه‌های روزمره خود هستند. به همین علت مخاطب را به خوبی با خود همراه می‌کنند. آن‌ها از قدیم در میهمانی‌های زنان، در ارتباط با همسایه‌ها و دوستان و غیره به روایتگری درباره خود و زندگی‌شان عادت داشته‌اند. امروز اینستاگرام بستری رسانه‌ای برای این عادت دیرینه زنان فراهم کرده است. به علاوه، اینستاگرام امکان دیده‌شدن را نیز برای میل زنان به نمایش خود در اختیارشان گذاشته است. اینستاگرام اجازه می‌دهد زنان به صورت روایت‌های بصری، خود را به نمایش بگذارند و از خود، ذهنیات، رؤیاهای، خاطرات، علایق، ترس‌ها و تلاش‌هایشان بگویند. شبکه‌های اجتماعی و به صورت خاص اینستاگرام به زنان، زبان و فضایی برای بیان خود و خواسته‌هایشان داده است، فضایی که تا پیش از این کمتر میسر بود و زنان برای بیان دیدگاه‌هایشان باید از فیلترهای خانواده، جامعه، سنت، فرهنگ و رسانه عبور می‌کردند تا صدایشان و حرف‌هایشان شنیده شود اما در این رسانه به راحتی و بدون هیچ سانسور و محدودیتی قادرند خودشان را بیان کنند. اینستاگرام امکان خودبیانگری تصویری به زنان داده است. از این جهت، به رسانه‌ای پرتطرفدار در بین آنها تبدیل شده است. برخلاف رسانه‌های جمعی که الگوهایی کلیشه‌ای از زنان و زنانگی عرضه می‌کنند، رسانه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام تصویری واقعی‌تر و غیرکلیشه‌ای‌تر را از زنان ایجاد می‌کنند زیرا این تصویر به صورت مستقیم توسط خود زنان تولید می‌شود (اردکانی، ۱۳۹۹ الف).

اردکانی فعالیت‌های زنان در اینستاگرام را به چند دسته کلی تقسیم می‌کند: (۱) اینفلوئنسرها، که به کسب و کار مجازی مشغول اند؛ (۲) بلاگرها، که از تجربیات و زندگی منحصر به فرد خود می‌گویند؛ (۳) مادران اینستاگرامی که تجربیات مادرانه خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند؛ (۴) فعالان اجتماعی که فعالیت‌هایی خیرخواهانه در بستر این شبکه به وجود می‌آورند؛ و (۵) زنان سلبریتی و ستاره‌های دنیای سینما و بازیگری که صفحات آن‌ها با مؤلفه‌های مد و زیبایی پیوند خورده است. با اینحال بررسی تحلیل اردکانی نیز نشان می‌دهد که وی همچنان در تحلیل حضور نوظهور زنان در شبکه‌های اجتماعی اسیر کلیشه‌زن سنتی/زن

مدرن است. او زنان بلاگر را بسط جهان مصرفی و مدگرایی سرمایه‌داری بیرونی در فضای مجازی می‌داند (اردکانی، ۱۳۹۹ب) و مادران اینستاگرامی را بازتولید کلیشه‌های سنتی تقسیم کار زنان و مردان که هر دو دچار نوعی «نمایشی بودن» در ارائه پیام هستند، هرچند در نهایت به بازنمایی متفاوت مادری در اینستاگرام با تعبیر «فاعلیتی زنانه و نو» اذعان دارد و می‌نویسد:

مادران اینستاگرامی با به اشتراک گذاشتن تجربیات خود با مخاطبان گسترده، مادری را از فرایندی فردی و خانگی به فاعلیتی اجتماعی و گسترده تبدیل می‌کنند و از طریق این فعالیت اجتماعی، بیش از پیش بر فاعلیت و قدرت خود صحه می‌گذارند. لذا آنها در اینستاگرام، از دل سنتی‌ترین ساختارهای جنسیتی (مادری) فاعلیتی زنانه و نو متولد می‌کنند (اردکانی، ۱۳۹۹ج).

در جدول شماره (۱) ویژگی‌های موقعیت پسا‌سنتی/پسامدرن زنان در فضای مجازی که در شرایط کرونایی به ظهور رسیده است، با استفاده از سه رویکرد بیان شده در پیشینه تحقیق خلاصه شده است:

جدول شماره (۱). ویژگی‌های موقعیت جدید «زن مجازی» از منظر بین‌رشته‌ای

کلیدواژه اصلی	حوزه مطالعاتی	صاحب‌نظر شاخص	ویژگی‌ها
بازگشت به خانه - خانه فعال	انسان‌شناسی فرهنگی	فاضلی	بازتعریف خانه به‌عنوان نهاد نوین فعالیت اجتماعی
سایبورگ	مطالعات اجتماعی فناوری	هاراوی	تلفیق بدن و تجربه و دیدگاه زنانه با امکانات تکنولوژیک
رؤیت‌پذیری و فاعلیت زنانه	ارتباطات و مطالعات رسانه	برناردی، اردکانی	عمومی شدن مسائل زنان و زنانه شدن عرصه عمومی

۳. روش

برای بررسی تجربی تحوُّلی که در زنانه و دربارهٔ خانه در دوران کرونایی ایران رخ داده است، متناسب با چارچوبی که اتخاذ کردیم، اینستاگرام به‌عنوان رسانهٔ زنان نوظهور مجازی، مهمترین محمل محسوب می‌شود. در این مقاله با تحلیل محتوای کیفی مهمترین مسائل رخ داده در اینستاگرام فارسی‌زبان در سه ماههٔ ابتدای کرونایی، در هفت محور اصلی که به‌نحوی ناگسستگی فعالان اصلی آن زنان بوده‌اند، می‌کوشیم نشان دهیم که مفاهیم «خانه



فعال» و «فاعلیت زنانه و نو» در فضای اینستاگرام زنان ایرانی در شرایط «بازگشت به خانه کرونایی» رخ داده است و ما با نوعی متکامل از سایبورگ یا زن نوظهور مجازی مواجهیم که در چارچوب‌های زن سنتی/مدرن نمی‌گنجد. در انتهای این مقاله به دلالت‌های ساختاری این تحوّل اشاراتی خواهم داشت.

۴. یافته‌ها

۴-۱. پویش پخت نان خانگی (اعاده حیثیت از خانه‌داری)

در فرهنگ سنتی ایرانی نان را همیشه در خانه می‌پختند و تنور همواره یکی از لوازم اصلی زندگی بود. از روایت برخی نویسندگان از تحولات کشاورزی ایران در یک سده اخیر این‌گونه برمی‌آید که خارج شدن پخت نان از خانه ارتباط وثیقی با سیاست‌های سازمان ملی غله، ساختار تعاونی‌های تهیه و توزیع گندم و آرد، دولتی‌شدن نانوبی‌ها و یکسان‌شدن و یارانه‌ای‌شدن قیمت نان در کل کشور در سال‌های دهه شصت دارد. به هر حال سال‌هاست که در ایران کسی در خانه نان نمی‌پزد و با پیاده‌شدن سیاست‌های نوسازی در سی سال اخیر و زوال خانه، گرانی قیمت آزاد آرد و بی‌علاقگی زنان به امور خانه، پخت خانگی نان به کاری پرزحمت و کم‌فایده تبدیل شده است. اما از اوایل اسفند با آغاز شیوع کرونا و شبه‌قرنطیه در کشور، تهیه نان به مسئله تبدیل شد و از اینجا بود که بحث اینکه برای نان چه کار می‌توانیم بکنیم در میان کاربران زن اینستاگرام داغ شد، به‌ویژه که با تعطیلی نسبی محیط‌های کار و خانه‌نشینی گسترده، تفاوت میان زنان خانه‌دار و زنان شاغل نیز از میان رفت. در این میان گروهی از اینفلوئنسرهای آشپزی در فضای مجازی شروع به ضبط و ادیت فیلم‌های آموزش نان‌پزی کردند: اینفلوئنسرهایی مثل fatemeh_1359 با دوستان و پنجاه هزار فالور و نواب ابراهیمی با یک میلیون و نیم فالور و فرحناز سلیمی با صد هزار فالور. آنها در پست‌های نان خانگی خود نوشتند که بنا بر درخواست مردم، دستورهای نان‌پزی را به برنامه رسانه‌ای سابق خود که بیشتر به انواع کیک و شیرینی اختصاص داشت، اضافه کردند. به تدریج پخت انواع نان ساده و خوشمزه با عکس‌های زیبایی که کار می‌شد، به تدریج فراگیری در اینستاگرام تبدیل شد. جالب اینکه در پویش پخت نان خانگی تفاوتی میان تهران و شهرستان وجود نداشت و حتی این پویش پس از مدتی به ایرانیان خارج از کشور نیز تسری پیدا کرد.





تصویر شماره (۱). هشتگ نان خانگی (۵۲ هزار پست تا خرداد ۹۹)

به واسطه پویش پخت نان خانگی بود که پس از کمبود ماسک و دستکش و مواد ضدعفونی کننده، کمبود آرد و وایتیل به مهمترین مسئله فروشگاه‌های بزرگ تبدیل شد. پویش پخت خانگی نان در ماه رمضان به پویش پخت خانگی زولبیا و بامیه و حلیم گسترش یافت و اینفلوئنسرهای آشپزی از اقصی نقاط ایران دستورهای خاص مناطق خود را به این پویش جمعی عرضه کردند. هر عکسی که زنان خانه‌دار مجازی از تجربه پخت خود در اینستاگرام و سپس در گروه‌های واتس‌آپی به اشتراک می‌گذاشتند، موتور محرکی بود الهام‌بخش برای زنان بعدی. این پویش پخت نان و زولبیا و بامیه خانگی به مناسک ملی-مذهبی نوین، اشتراکی و خودجودش زنان ایرانی در سراسر ایران و جهان تبدیل شد که در شرایط اندوه‌بار کرونایی، روحیه و امید را از میان خانه‌ها به ایرانیان گسیل کرد.



تصویر شماره (۲). طرز تهیه حلیم در یکی از صفحات اینستاگرام (که در سه روز دویست هزار لایک خورد)



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۱۹۷

کرونا، بازگشت به خانه و
برآمدن الگوی نوظهور...

۲-۴. پویبازی و آموزش کودکان (اعاده حیثیت از خانه به عنوان کانون اصلی تربیت)

در ایام کرونا با بسته شدن مهدهای کودک، پیش دبستانی ها و مدارس و خانه نشینی کودکان، خانه به مقام مرکزیت تربیتی ارتقاء یافت. پیش از کرونا نیز در روندی معکوس با تصوّر طاقت فرسا و پرزحمتی که از کار بچه داری در ذهنیت سنتی و مدرن وجود دارد، جریانی از مادران اینستاگرامی وجود داشت که بچه داری و بازی با کودک را به عنوان فعالیتی هنرمندانه، افتخارآمیز، ظریف و پرشور بازنمایی می کردند و این روند در دوران شیوع کرونا تشدید شد.

ساختار آموزش مجازی به گونه ای است که خود به خود نسبت همیشگی خانه و مدرسه را معکوس می کند و مدرسه را در خدمت خانه قرار می دهد. در اینجا نیز شبکه های اجتماعی، به ویژه اینستاگرام و یوتیوب، به کمک مادران نوظهور مجازی آمدند تا شکلی تازه، نوآورانه و ارزشمند از بازی و آموزش کودکان در خانه را خلق کنند. در واقع با کرونا و مجازی شدن آموزش، ساختار اصلی آموزشی ایران که بر پایه مکانیزم های هم حضوری و باهمجوری^۱ استوار بود به کلی فروپاشید و این نهاد نوین «زنان مجازی» بود که تداوم نهاد مدرسه را ممکن کرد.

پویبازی ساخت «خمیر بازی خانگی» یکی از مواردی بود که به عنوان فعالیت مشترک و سرگرم کننده ای میان کودک و مادر به وجود آمد و سنت فراموش شده ساخت اسباب بازی خانگی را که بیشتر به دوران سختی ملت در سال های جنگ تحمیلی برمی گشت، احیاء کرد، با این تفاوت که این بار ساخت اسباب بازی خانگی نه فعالیتی از سر فقر و نداری و مربوط به طبقات فرودست بلکه فعالیتی پرشور و افتخارآمیز مربوط به فعالان نوظهور فضای مجازی محسوب می شود.



۱. هم حضوری بحثی است در مطالعات رسانه و در بیان تفاوت های تعاملات سنتی و از راه دور به کار می رود. باهمجوری نیز یکی از مکانیزم های عمده شکل دهنده رفتار فرهنگی و اجتماعی در ایران است که از طریق همجواری و سرایت رفتارها در شرایط کنار هم بودن به وجود می آید. برای بحث بیشتر درباره هم حضوری رجوع کنید به (تامپسون، ۱۳۹۶) و درباره باهمجوری رجوع کنید به (رفیع پور، ۱۳۹۳).



تصویر شماره (۳). طرز تهیه خمیرخانگی در یکی از صفحات اینستاگرام با ۱۶ هزار فالور



مهد کودک‌ها و پیش‌دبستان‌ها هم نقش بسزایی در آموزش بازی‌های مختلف خانگی دارند. در ایام تعطیل مدارس، بازی‌های مختلفی که نیاز به خرید وسایل نداشته باشد و با امکانات خانه هم بشود آنها را انجام داده و از طریق نرم‌افزار واتس‌آپ برای مادران ارسال می‌کردند تا آنها به‌صورت هدفمند و هماهنگ با اهداف مدرسه بازی‌ها را اجرا کنند. سپس از خانواده‌ها می‌خواستند که گزارش تصویری از اجرای بازی به‌صورت عکس یا کلیپ برای مدرسه ارسال کنند. ما در اینجا با زنجیره کاملی از تهیه اسباب‌بازی تا اجرا و عکاسی و کلیپ‌سازی از بازی در خانه مواجه هستیم که توسط مادران آشنا به فنون کار با فضای مجازی انجام می‌شود. ورزش کودکان نیز مقوله دیگری است که از طریق شبکه‌های اجتماعی به‌اشتراک گذاشته می‌شد. ورزش هیچگاه در سبب فعالیت‌های خانگی قرار نداشت و باشگاه‌های ورزشی در سال‌های اخیر رشد زیادی در محلات مختلف پایتخت و شهرهای بزرگ داشته‌اند. اما مقوله تازه‌ای که در شرایط کرونایی کشف شد، پویش یوگای کودکان بود که به‌عنوان هم‌سرگرمی و هم‌ورزش، خانه‌فعال را در بعد ورزشی ارتقاء داد. یوگاکیدز یکی از این فعالیت‌ها بود که توسط sadatgirls بانوی دورگه ایرانی-آمریکایی که با ۲۸ هزار فالور یکی از اینفلوئنسرهای خانه‌داری پسامدرن محسوب می‌شود، تبلیغ شد. از آنجا که برنامه «کازمیک کیدز یوگا» یک برنامه ورزشی یوتیوبی مخصوص کودکان است یک جهت دیگر از این پویش کاربردی شدن بیشتر یوتیوب در ایران و محوریت زنان خانه‌دار مجازی در مشارکت در فعالیت فرهنگی بین‌المللی‌ای است که معمولاً بیشتر از یک میلیون بار توسط کودکان کشورهای مختلف جهان دیده می‌شود.



تصویر شماره (۴). برنامه یوتیوبی کازمیک کیدز یوگا

۳-۴. بازنگری در رابطه زناشویی (فرسایش بیشتر خانواده پدرسالار)

در دوران قرنطینه کار مادران و بانوان خانه‌دار یا بانوان شاغلی که به اجبار خانه‌نشین شده‌اند، دو چندان و بلکه چند برابر شد، و همین بار زحمات اضافی، اولین علتی است که به هم خوردن تعادل تقسیم کار و نقش‌های جنسیتی سابق در نهاد خانواده را کلید می‌زند و با افزوده شدن به ناکارآمدی‌ها و گسل‌های پیشین، مناقشاتی پدید می‌آورد که بعضاً تا عمق سازمان سنتی خانواده پیش می‌رود و در صورت عدم بازنگری روابط زن و شوهر و از نو نوشتن تقسیم وظایف و حقوق و نقش‌ها در شرایط کرونایی می‌تواند به طور مضاعفی به نزاع و درگیری میان زوجین بینجامد؛ همچنان‌که در خبرهای رسمی چندماهه اول شیوع ویروس، به نقل از بهزاد وحیدنیا، مدیرکل مشاوره و امور روان‌شناختی بهزیستی کشور ذکر شد:

در دوران قرنطینه، ساعات تماس زوج‌ها و مدت زمان تعامل آنها با یکدیگر بیشتر است و اختلافات زناشویی افزایش می‌یابد. میزان تماس‌های زوجین مربوط به اختلافات خانوادگی در دوران قرنطینه و کرونا با صدای مشاور بهزیستی با شماره ۱۴۸۰ نشان می‌دهد آمارهای اختلافات بین زوجین، سه برابر افزایش یافته است. شرایط خاص کرونا موجب شده تا روزانه چهارهزار تماس با صدای مشاور بهزیستی کشور از ساعت هشت صبح گرفته شود. به‌طورمثال، برخی اختلافات زوجین مربوط به اختلافات بر سر مسائل رعایت اصول بهداشتی و هنگام بیرون رفتن یکی از اعضای خانواده است. کودکان در شرایط کنونی بخشی از انرژی بیرون خود را داخل خانه آورده‌اند و ممکن است بین زوج‌ها، اختلافات بر سر تربیت فرزند پیش آید. (وحیدنیا، ۱۳۹۹).



این مسئله به قدری شایع بود که وزارت بهداشت در تاریخ ۲۲ فروردین ۱۳۹۹ در ادامه پیامک‌های بهداشتی این پیام غیرمنتظره را ارسال کرد:

در صورت مشاهده یا مواجهه با موارد کودک‌آزاری، همسرآزاری در ایام کرونا، برای دریافت خدمات اجتماعی-روانی به صورت رایگان و شبانه‌روزی با شماره تلفن ۱۲۳ اورژانس اجتماعی سازمان بهزیستی کشور، تماس بگیرید (V.Behdasht).

حوادثی چون قتل رومینا توسط پدرش در حوالی یک ماه و نیم بعد از این تاریخ نشان داد که متأسفانه روند رو به افزایش اختلافات خانوادگی به درستی تشخیص داده شده بود. افزایش ساعات تعامل رودرروی اعضای خانواده در شرایطی است که از یک سو اموارت خانه‌داری زنان به خاطر حضور تمام وقت اعضای خانواده در منزل چند برابر شده است و از سوی دیگر، مردان با تعلیق فعالیت اقتصادی و سایر امور خارج از منزل با نوعی «بی‌ربطی» و «بی‌کارکردی» مواجه شده‌اند که در کنار اخبار اسفبار کرونایی و مشکلات اقتصادی به حس بیهودگی و ویرانی روانی مردان دامن می‌زند. فقدان افق پایان شرایط اضطراری کرونایی و وضعیت انتظار برای بازگشت امور به جریان عادی، عملاً به معنی عدم تغییر تقسیم کار متعارف است که فشار بیشتر خانه‌داری را بر دوش زنان تحمیل می‌کند. به علاوه حضور دائم کودکان و وظایف سنگین آموزش مجازی فرزندان که مادران به طور کامل بر دوش خود احساس می‌کنند و همسرانشان را در این گذر کرونایی در کنار خود نمی‌یابند.

بالا گرفتن تنش، جرّوبحث، دعوا و مشاجره در چنین شرایطی طبیعی است. نظام همواره مستقر زناشویی سنتی جوابگوی خانه‌نشینی، اوضاع قرنطینه‌ای و شرایط پیش آمده نیست، به‌ویژه که بیکاری مرد، نابلدی او در امور خانه، بی‌ربطی او نسبت به فرزندان و عدم ابتکار عمل او در کنترل اوضاع تا اطلاع ثانوی اقتدار سنتی شوهری و پدری را نیز به کلی تضعیف کرده است. همچنین، حضور مرد در خانه اندک فضای آزادی عمل اعضای خانواده به دور از دیدرس پدر و شوهر سنتی را نیز سلب می‌کند و تشنّجات را بیشتر می‌کند. زن سنتی که رفت‌وآمد به خانه مادر و خواهر و دوست و همسایه را فرصتی برای تنفس و آسودگی و درودل می‌دید، این امکان را نیز از دست داده و حتی تلفن نیز در چنین شرایطی کارایی لازم را ندارد. مرد سنتی نیز



بنا به عادت بهانه‌گیری خود آتش زیر التهاب را روشن‌تر می‌کند. در یک کلام کرونا ضعف‌های سازمان سنتی خانواده را عیان و ادامه آن را تحمل‌ناپذیر می‌کند. تبعات این وضعیت کرونایی به حدی بود که حتی زنان خانه‌دار سنتی را به بازاندیشی در تقسیم کار جنسیتی سنتی و نقد الگوی پدرسالار و مردسالار خانواده مذهبی وادار کرد. از جمله عسل خرسندیان، بلاگر مذهبی جوانی با ۱۸ هزار فالوور است که در یادداشتی با هشتگ «خشونت خانگی» به این موضوع می‌پردازد. (تصویر شماره ۵).



تصویر شماره (۵). یادداشتی با هشتگ خشونت خانگی در یک صفحه پرفرودار زنان مذهبی جوان



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۰۲

دوره ۱۲، شماره ۳

تابستان ۱۳۹۹

پیاپی ۴۷

این پست در میان مخاطبین این صفحه که بیشتر دختران مذهبی هستند، بحث دامنه‌داری در نقد الگوی سنتی و مردسالارانه تقسیم کار در خانه به‌وجود آورد. با این حال نکته جالب توجه اینجاست که مطابق رویکرد مقاله حاضر، به نظر می‌رسد مطالبات زنان از رویکرد فمینیستی مدرنی که بیشتر حول مطالبه اشتغال زنان و مخالفت با فرزندآوری می‌گشت به رویکرد فمینیستی پسامدرنی در حال تحوّل است که در عین مطالبه روابطی عادلانه‌تر میان زن و مرد، خانه‌داری و فرزندآوری مطبوع و ارزشمند را نه به‌عنوان یک وظیفه طاقت‌فرسا، بلکه به‌عنوان حق زنانه مطالبه می‌کنند. برخی از این نظرات را در تصویر شماره (۶) مشاهده نمایید.

سلام خانم zohre.mohammadzadeh6 خرسندیان عزیز من متوجه شدم شما منظورتون از این متن اینه که ما خانوما باید سعی کنیم تو زندگی جوری رفتار کنیم که آقایون قدردارن زحمتمون، باشن و کمترین تکی بخت و پر و خوجه داری و وظیفه مونه با نیت شما کاملا همراهم اما با عصاداتون همراه و موافق نیستم برای عزیز بودن حتما نیاز نیست کارای مردونه انجام داد و شنبه مردان شد تا قدرمونو بدونن کافیه کسی مطالعه داشته باشیم تا بدویم چی کار کنیم که هم آقایون قدر ما رو بدونن هم ابرو خودمون دوست داریم زندگی کنیم حالا یکی دوست داره بره بیرون کار کنه یکی نه میخواد تو محیط خونه فعالیت داشته باشه

2w 10 likes Reply

View 4 previous replies

asalkhorsandian72 متوجه zohre.mohammadzadeh6 شدیم

2w 1 like Reply

عسل جان برفق بچول atijehsoleiman9 ناگهان در همینست رو بدانته باش سعی کن صراحتا درخواست جات رو بکن بارها و بارها و تالیر عوالله که کاری دادی برتری ها رو در روحت جودت و بچه ها به وضوح برای همینست توضیح بده این رو هم بارها و بارها من هم برتی رو دیدم که مطلقا طبع همسر بود و همه جور خواسته هاشون رو ساسور میدزد اما الان در دوران ببری حتی نیمه رو برتون عمده دوه هاشون برده و همسرتون توجه مابین که ایشان چون خیلی بچه داری کردن الان از بچه زنده شدیا انقدرگی روش کلا ستورده و ارفظدر به دختش که سه تا بچه داشت کنگ رسوله که دختش رفت به شهر دیکه خونه مادر مرده تا بکی باشه کنگش که حداقل چون نگاهش اینه که من که این همه سخت کشیدم حالا بچه هم نکشیا! کسی که احساسات و علافت رو ساسور کن زحمت و پیردم میشه

2w 4 likes Reply

من به خانم شامل بودم mahdaviat_rayyan که بخاطر بصرم کارم رو ترک کردم، الان با افتخار خاله دارم و از تمام لظالم لذت میبرم، مخصوصا این مدل که همسرم منزل بودن بهترین روزهای ما بوده و از بودن تو جمع خانواده خیلی لذت بردیم.. شما بهتره تجربیات و شکست های خودت رو که حاصل ذهبت لذت نیست به خنس مرد هست به تمام خانم ها تزیین کنی

2w 12 likes Reply

View 2 previous replies

من که دانشگاه شریف درس خوندم tina.4054 ساگرد اول بودم و در بر به شرکت خوب با حقوق بالا کار میکردم. بعد بچه دار شدنم همسرم گفت تا پاره وقت کار کن و اگه موافقت نکردن فعلا برو سرکار. منم قبول کردم. و فعلا تا بچم بزرگتر بشه سرکار تصمیم. و پشیمون نیستم. راهی هست که خودم انتخاب کردم. با وجود اینکه بقیه همکلاسی هایم الان اموزگار و اروپا دارن تحصیل میکنن، ولی من وقتی انتخابم ازدواج یا چه مرد مذهبی بود که تربیت بچه بران مهمه منم باید برای تربیت بچه و زندگیم تلاش کنم و حرف همسرم رو بپذیرم

2w 64 likes Reply



تصویر شماره (۶). نظرات کاربران در نقد تقسیم کار تبعیض آمیز در عین ارزشمند شمردن خانه‌داری

عسل خرسندیان متولد سال ۱۳۷۲ همسر روحانی جوانی است که با راه‌اندازی پیج «زندگی طلبگی با طعم عسل» صحنه‌هایی از زندگی خود با یک طلبه حوزه علمیه را با مخاطبان و دنبال‌کنندگان خود به اشتراک می‌گذاشت. خاطرات زندگی مشترک با یک روحانی، نحوه برخورد با سختی‌ها و شیرینی‌های زندگی و همچنین همسرمداری مطابق توصیه‌های بزرگان دین از مطالبی بود که در صفحه وی به چشم می‌خورد. او دارای تحصیلات کارشناسی فلسفه اسلامی دانشگاه تهران، مسلط به زبان انگلیسی و آموزش دیده طب سنتی دانشگاه تهران، مدرس سواد رسانه در مقطع دبیرستان و عضو یک تیم تحقیقاتی روان‌شناسی کودک و زنان است. با اینکه تحصیلات رسمی حوزوی ندارد، اما پیگیری مباحث دینی مربوطه به حیطة تحقیقاتی و کاری خود است. او به عنوان همسر طلبه‌ای که بعد از به دنیا آوردن فرزند دوم خود با بحران‌های روانی و اعتقادی جدی درباره ساخت خانواده سنتی روبرو شده بود، یکی از نقاط آرمانی و تپیک نمایان شدن این گسل در زنان مذهبی جامعه ایران است و مسیری فشرده از دفاع از ایستار زن سنتی، فاصله گرفتن تا مرز خروج از خانه و طلاق، رها کردن فرزندان، گفت‌وگوی انتقادی لایو با همسرش و نهایتاً بازگشت

دوباره به خانه را در ایام کرونایی طی کرد. این داستان نمادین که به صورت سریالی اینستاگرامی و زنده در حضور هزاران نفر پخش شد، ارتباط وثیقی با چالش‌هایی دارد که زن سنتی ایرانی با آن روبروست و در ایام کرونایی تشدید شده است. «زینت و کار خانه» عنوان اینستالایو انتقادی او با همسرش بود که در نوع خود شاید در کل جهان بی سابقه باشد (تصویر شماره ۷).



تصویر شماره (۷). لایو اینستاگرامی انتقادی میان یک طلبه با همسرش در نقد نگاه تبعیض آمیز مردان به خانه‌داری



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۰۴

دوره ۱۲، شماره ۳
تابستان ۱۳۹۹
پیاپی ۴۷

اینها فهرستی از دغدغه‌های زنان نوظهور خانه‌دار به زبان خود آنهاست که با هشتگ «زینت» در اینستالایو مشترک غسل خرسندیان و همسرش، به طور زنده مورد توجه سه هزار نفر که عمدتاً از میان بانوان جوان مذهبی هستند، قرار گرفت:

اینکه شوهر فکر می‌کنه کار خونه و کار زن در منزل هیچه و کار خودش سخته‌تره؛
تربیت درست فرزندان در راه عاقبت به خیری، رسیدگی به امور منزل و ایجاد آرامش؛
همه چیز باید نصف نصف باشه، چه درآمدزایی چه کارهای خونه؛
خیلی حرص می‌خورم می‌بینم خانم‌های محجبه رو آوردن به چادرهایی که روش یه
عالمه جواهر کار شده. با مفهوم حجاب متضاده؛
ترس از تکراری شدن برای مرد؛
چرا مرد نمی‌فهمه زن هم نیاز جنسی داره؛
تأمین جنسی مرد تمام؛
اینکه زن رو به چشم یه مادر و یک کلفت نبینن، بزارن زن هم برای خودش وقت بذاره و
کتاب بخونه و تفریح کنه؛

من آگه یه روز تو خونه مریض باشم و نتونم کاری کنم خونه به مرز انفجار می‌رسه؛ احساس بی‌کفایت بودن. دوست داری کارایی که دلت می‌خواد بکنی ولی همش یکی اجازده نمی‌ده؛

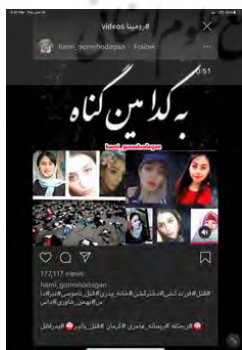
بدترینش اینه که متأسفانه شوهرم طرز فکرش کاملاً مردسالارانه است و از هرنوع فعالیتی مثل رانندگی منع می‌کنه؛

اینکه توقع «صم بکم بودن» و «اطاعت سرورم گفتن» داشته باشن... اینکه اختیار رو با این مفهوم از زن سلب کنن...؛

موضوعی که خیلی رو اعصابمه این که بعضیا هی می‌گن «بچه که آخرش واسه مرده»؛ چرا مرده حق دارن هروقت دلشون خواست داد بززن و بعد بگن تو درکم کن، اما زنا حتی ماهی یکی دوروز آگه بی حوصله باشن دعوا؛

سربازی برن. نفقه نه بگیرن و نه بدن. نصف هزینه زندگی رو بدن و تقاضای پول نکنن/ حفظ آرامش خانه و تمکین و سراغ فمینیست نرفتن! (مشخص است که برخلاف موارد دیگر، نویسنده این نظر مرد بوده است).

ماجرای قتل رومینا اشرافی به دست پدرش در همین ایام و حواشی پیرامون قصاص نشدن پدر، را شاید بتوان صدای بلندی از ترک خوردن نهاد سنتی خانواده در ایران دانست. مسئله قتل رومینا موج بزرگی از هم‌ذات‌پنداری زنان ایرانی با رومینا پدید آورد و مباحثات اینستاگرامی دامنه‌داری را درباره زیرساخت‌های حقوقی، اجتماعی، الهیاتی و سیاسی این گونه جنایت‌هایی که به «قتل‌های ناموسی» و «قربانیان غیرت و آبرو» تعبیر شد، برانگیخت. تنها جست‌وجوی هشتگ رومینا نشانی از بزرگی این مباحثات در شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه کاربران زن اینستاگرامی دارد.



تصویر شماره (۸). فراوانی هشتگ رومینا (تا انتهای خرداد ماه ۹۹)





رخداد غم‌بار کشته شدن رومینا به دست پدر را می‌توان شکلی نمادین از تعبیر جامعه‌شناسانه‌ای دانست که مرحوم محمدامین قانع‌ی راد در آخرین اثر خویش از آن به «افزایش خشونت در خانواده‌های ایرانی به دلیل تضعیف پدرسالاری» تعبیر کرده بود. زلزله‌هایی که در فقدان الگوهای مدنی گفت‌وگو و تعامل افقی در گذر از خانواده پدرسالار به خانواده مشورتی و دموکراتیزه با حقوق برابر زن و فرزندان در برابر پدر در ایران امروز در حال رخ دادن است و کرونا آشکارا این گذار را تشدید کرده است (قانع‌ی راد، ۱۳۹۶، ۱۵۸).

اگرچه مواردی مثل خرسندیان و مباحثات برخاسته از قتل رومینا به دست پدر، از مرحله گذر کردن از نگاه سنتی به نگاهی فراجنسیتی حکایت دارد، در مجموع به نظر می‌رسد که جست‌وجوی زنان ایرانی به یک وضعیت مطلوب، پس از گذراندن یک دوره طولانی سنتی و یک دوره از تجربه کار و تحصیلات هم‌پای مردان در بیرون از منزل، اینک به وادی تازه‌ای گام نهاده: موقعیتی پسا‌سنتی و پسامدرن که می‌کوشد به نوعی هارمونی تازه میان خانه، مادری، ارزشمندی زنانگی و شکوفایی زن دست یابد.

۴-۴. زنان و تکرر دینی (مدارا و به رسمیت شناختن انواع دینداری‌ها)

زنان معمولاً به مسائل سیاسی و الهیاتی نه به‌طور مستقیم، بلکه از آن جهت که به زیست عینی‌شان مربوط می‌شود می‌پردازند. به همین دلیل در بررسی‌هایمان چندان نشانه‌ای از مشارکت گسترده زنان در مباحثاتی که در اسفندماه و ماه‌های پس از آن تا محرم و اربعین بر سر بستن حرم‌ها و هیئت‌ها جهت جلوگیری از شیوع ویروس به‌وجود آمد، به‌دست نیاوردیم. در مقابل رمضان خانگی و کروناپی امسال این فرصت را بیش‌ازپیش در اختیار زنان گذاشت که درباره عقاید دینی به گفت‌وگو بپردازند. یکی از مهمترین محورهای این‌گونه مباحثات به بهانه رمضان به سؤال از روزه بودن افراد با کلیدواژه «شخصی بودن عقیده دینی» می‌پردازد. از جمله مظهره حیدری، یکی از بلاگرهای مذهبی مقیم خارج از کشور با ۳۳۵ هزار فالوور که اخیراً با مرد فرانسوی تازه‌مسلمانی ازدواج کرده است، در ماه رمضان اخیر به‌طور جدی درگیر این پرسش شد که آیا روزه هست یا خیر. در نهایت، این مناقشه با ارائه تصویری از سفره افطار او و همسرش با ابراز رضایت خاطر مخاطبین مذهبی او پایان یافت. در همین راستا آن‌اشید حسینی فشن‌بلاگر

نیوجحاب با ۶۶۵ هزار نفر فالوور با طرح سؤال زیر گفت‌وگویی را در میان مخاطبین خود که بیشتر دختران جوان مذهبی هستند، درباره نگاه به تکثر دینی آغاز کرد (تصویر شماره ۹).



تصویر شماره (۹). بحث درباره احترام به تکثر عقاید دینی در صفحه پر مخاطب يك فشن بلاگر نیوجحاب

نگاهی به پاسخ‌های مطرح شده از سوی دختران جوان کاربر اینستاگرام در این صفحه نشان می‌دهد که به رسمیت شناختن تکثر دینی چه در میان متدینین و چه در میان غیر متدینین (در همه اشکال آن از غیر معتقد تا غیر عامل) در حال تبدیل به هنجاری مشترک است. برخی از این پاسخ‌ها در تصویر شماره (۱۰) آمده است.



تصویر شماره (۱۰). نظرات کاربران درباره احترام به عقاید دینی دیگران که نشان از خواست تساهل دینی مستقل از درستی و نادرستی عقاید دارد.



نگاهی به کلیت این نظرات نشان می‌دهد که بنیادگرایی ستیزنده و سکولاریسم ستیزنده هر دو به یک میزان در حال زوال در جامعه نوظهور زنان مجازی هستند و نوعی مدارای دینی در عین مراقبت از ارزش‌های مشترک جمعی به جای آن در حال تقویت است. بنابراین، نقطه ثقل مباحثات دینی زنان از تمرکز بر اینکه «حجاب برای همگان الزامی است یا نه» به «نحوه مشارکت مسالمت آمیز زنان باحجاب و بی حجاب در یک زندگی جمعی» منتقل شده است، گویی مفهوم «زن بودن» که معمولاً تابعی از عقاید دینی شمرده می‌شد، اینک فراسوی عقاید دینی در حال تبدیل به مسئله مشترک همه زنان است.



تصویر شماره (۱۱). پیامی در صفحه یک سلبریتی حجاب که نشان می‌دهد زن بودن در حال یافتن ضربی قویتر از عقاید مذهبی در جهت ترمیم روابط است

۴-۵. زنان و غرب: به سوی دیدگاهی واقع بینانه فراسوی شیفتگی و انزجار

کرونا بحرانی جهانی بود و پس از چین به ایران و سپس به ایتالیا و اروپا و امریکا منتقل شد. به‌رغم موج فرهنگی ابتدای کرونا که شوکی سنگین به جامعه ایرانی وارد کرد، در مجموع به نظر می‌رسد آنچه رخ داد، تأثیر بسزایی در واقع‌بینی زنان ایرانی در غرب‌شناسی و بدست آوردن اعتماد به نفسی فرهنگی داشته است، چرا که برای اولین بار وضعیت بحرانی مختص ایران نبود و در یک مقایسه کلی تفاوت چندانی میان وضعیت ایران و سایر کشورها به نظر نمی‌رسید. این مسئله به‌ویژه پس از کشته‌شدن جورج فلوید به دست پلیس امریکا و جنبش «نمی‌توانم نفس بکشم»^۱ علیه نژادپرستی و نظام ظالمانه اقتصادی-اجتماعی امریکا بیش‌ازپیش تشدید شد.



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۰۸

دوره ۱۲، شماره ۳
تابستان ۱۳۹۹
پیاپی ۴۷

1. I cant breathe

از جمله این حس دوگانه را کاربران زن اینستاگرام در نسبت با صفحه صدف بیوتی پیدا کردند. صدف مسائلی معروف به صدف بیوتی دومین اینفلوئنسر برتر بین‌المللی در حوزه زیبایی و لوازم آرایشی با ۲/۷ میلیون فالوور، متولد سال ۱۳۶۸ و دانش‌آموخته کارشناسی شیمی از دانشگاه آزاد اسلامی است. وی در ایام اوج کرونایی ایران در دیزنی‌لند بود و تصویری اغواگرانه از شادی و شغف امریکاییان ارائه می‌داد که مورد حسرت بسیاری از ایرانیان قرار گرفت، اما به سرعت با شیوع ویروس به امریکا و به هم ریختن اوضاع در آن کشور، آن تصویر فانتزی به کلی فرو ریخت و تحمل قرنطینه به احساسی جهانی و حتی قابل تحمل‌تر در ایران تغییر یافت.

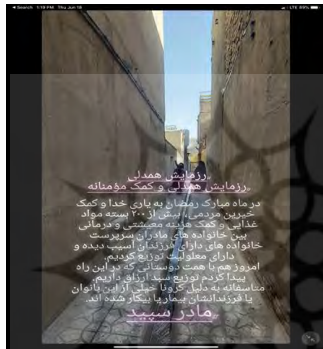
مسئله مهاجرت نخبگان نیز متأثر از کرونا وضعی متفاوت یافت. بسیاری از دانشجویان دختر ایرانی مشغول به تحصیل در کشورهای مختلف مانند فرانسه، ایتالیا، آلمان، استرالیا و... با سراسیمگی و تهیه دشوار بلیط هواپیما و تحت مراقبت‌های ویژه به ایران بازگشتند و در روایت بازگشت خود شرایط سخت قرنطینه دائمی آن کشورها را برای هم‌وطنان خود تعریف کردند و در کنار خانواده بودن را به همه امکانات غرب ترجیح دادند. این جو بازگشت به ایران در کنار اخباری که از قحطی‌ها و کمبودها و غارت مغازه‌ها در اروپا و امریکا به گوش می‌رسید، نگرانی و افسردگی ناشی از موج اولیه کرونا را تا حدودی خنثی کرد. در مقایسه با صفحات ایرانی، افسردگی و سوت‌وکوری اینستاگرام شهروندان کشورهای غربی در اوایل شیوع کرونا نشان از آن داشت که شوک روانی و اجتماعی و افسردگی ناشی از خانه‌نشینی اجباری برای کشورهای غربی شدیدتر بوده است. این با نظریه محرومیت نسبی که معتقد است نارضایتی طبقات بالا و برخوردار در زمان وقوع بحران‌ها و رکودها بیشتر از نارضایتی طبقات پایین است، تطابق دارد. به این باید اضافه کرد ابتکارات و پوشش‌های زنان ایرانی که خیلی زود چشمه‌هایی از امید و خلاقیت را از درون هر خانه جاری کرد و از طریق اینستاگرام به بازنمایی تازه‌ای از دریای جامعه زنان ایرانی مبدل کرد.^۱

۱. لازم به ذکر است که با آغاز زود هنگام موج دوم شیوع ویروس در ایران و مقایسه آن با وضعیت کشورهای غربی در ماه‌های آینده، این نتیجه گیری می‌تواند مورد بازنگری مجدد قرار گیرد.



۶-۴. خیریه‌های زنانه، ظهور الگوهای اینستاگرامی

جامعه زنان به لحاظ خیریه‌ای و اقدامات جهادی نیز در ایام کروناپی خودکفا، پویا و فعال بود. جالب آنکه مدل‌های کاری خود را بر فضای مجازی و روابط اینستاگرامی منطبق کرده و به حیات اجتماعی زنان جلوه‌ای متفاوت از پراکندگی نهادهای رسمی عمدتاً مردانه داده است. از جمله اینها فعالیت‌های خیریه‌ای است که در منزل انجام می‌شود و به صورت جمع کردن مواد غذایی در خانه و دسته‌بندی کردن و سپس توزیع آن. مانند صفحه «ریحانه» بانوی فعال اجتماعی و «مادر سپید» که با سه پسر خود که یکی از آنها نابیناست، در اینستاگرام معروف شد.



تصویر شماره (۱۲). مشارکت صفحات پربازدید بانوان فعال اجتماعی در رسیدگی به امور خیریه و نیازمندان

یکی دیگر از الگوهای خیریه‌ای اینستاگرامی راه انداختن جمع‌های زنانه برای درست کردن ماسک و دستکش و شیلد است. از جمله می‌توان به عملکرد آناشید حسینی، فشن بلاگر نیوجهاب اشاره کرد. او ابتدا پست‌هایی تهیه کرد راجع به آموزش تهیه ماسک در خانه برای کسانی که در ابتدای شروع قرنطینه نتوانسته بودند ماسکی تهیه کنند. او ضمن اینکه در چند پست انگیزشی کوشید که به مخاطبین خود امید دهد، اعلام کرد که کارگاه خود را چند روزی به محل دوخت ماسک اختصاص داده و این کار را به صورت کار عام‌المنفعه و خیریه‌ای انجام می‌دهد. همین‌طور می‌توان به پویش «گوش راغب» بانوی تبریزی با سه قلو سه ساله معروفش با بیش از یک میلیون فالور اشاره کرد که پویش ضد عفونی داوطلبانه دستگیره‌ها و خودپردازها توسط زنان مخاطب خود را کلید زد.



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۱۰

دوره ۱۲، شماره ۳

تابستان ۱۳۹۹

پیاپی ۴۷



تصویر شماره (۱۳). آناشید حسینی، فشن بلاگر نیوجاب مزون و کارگاه خود را به کارگاه عام‌المنفعه دوختن ماسک تبدیل کرد

یکی از برجسته‌ترین و منحصربه‌فردترین این پویش‌های خیریه‌ای اینستاگرامی به فعالیت جهادی برخی از بانوان بسیجی مربوط است که به غسل‌خانه‌ها رفتند و در شست‌وشوی اموات کمک کردند و پویش خود هشتگ «غسل‌خانه» عمومی کردند.



تصویر شماره (۱۴). هشتگ غسل‌خانه از جمله منحصربه‌فردترین فعالیت‌های عام‌المنفعه زنان در کرونا



۲-۴. اقتصاد زنانه: احیای صنایع دستی زنان

همچون پخت نان، صنایع دستی زنان نیز از ساختارهای سنتی به حاشیه رانده شده حیات ایرانی است که تنها بقایایی از آن در میان عشایر و زنان قالیباف برخی روستاها و شهرهای کوچک برجای مانده است. با این حال شبکه اجتماعی زنانه اینستاگرام به طور کلی و شرایط کرونایی به طور خاص نقش بسزایی در احیاء این بخش اقتصادی زنانه داشته است. دست‌ساخته‌هایی آمیخته به هنر و برآمده از ذوق و تولید زنانه که متناسب با شرایط کرونایی تعطیلی بازارها و اجاره هنگفت مغازه‌ها از سیستم تولید و توزیع و تبلیغ نامتمرکز مجازی بهره می‌گیرد. زنان هنر‌ساز و هنرمند اینستاگرامی در ایام کرونایی با رونق گرفتن معاملات مجازی، تا جای ممکن دست مردان واسطه‌گر و دلال که عمدتاً با دستکاری در بازار منافع تولیدکننده و مصرف‌کننده را به سود خود زیر پا می‌گذارند، کنار زده و خود به‌گونه‌ای تولید به مصرف، به‌طور مستقیم با مشتریان خود ارتباط گرفته، ترکیبی از اینستاگرام و سیستم توزیع پست را به شبکه‌ای از کارگاه‌های خانگی و مغازه‌های آنلاین خود تبدیل کرده اند. جالب اینکه در یکی از صفحات اینستاگرامی که در همین راستا به معرفی هنرمندان ایرانی و کسب‌وکارهای کوچک خانگی پرداخته است، از میان هر ده صاحب هنرهای دستی، نه نفر بانوان جوان و تحصیل کرده متولد دهه‌های شصت و هفتاد شهرهای مختلف ایران هستند که عمدتاً رشته‌های تحصیلی مهندسی و علوم انسانی خود را برای پیگیری علایق خود رها کرده و به جهان زنانه هنرهای دستی مهاجرت و مراجعتی نو یافته‌اند و اینستاگرام محمل اصلی این بازسازی هویت اجتماعی، علمی و اقتصادی جدید آنان بوده است.



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۱۲

دوره ۱۲، شماره ۳
تابستان ۱۳۹۹
پیاپی ۴۷



تصویر شماره (۱۵). هنروران اینستاگرامی بازار آلترناتیو مجازی که عمدتاً از زنان جوان هستند.



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۱۳

کرونا، بازگشت به خانه و برآمدن الگوی نوظهور...

ادامه تصویر شماره (۱۵). هنروزان اینستاگرامی بازار آلترناتیو مجازی که عمدتاً از زنان جوان هستند.

این فرایند را می‌توان در راستای به هم خوردن ساخت ناعادلانه تقسیم کار زنانه/مردانه، تقویت سازمان اجتماعی کار زنانه و زنانه شدن کار در اثر تحولات جامعه شبکه‌ای در قرن بیست و یکم دانست که صاحب نظران مختلفی مثل کاستلز و تورن آن را پیش‌بینی کرده بودند. محمدرضا زهرایی در مقاله‌ای پس از بررسی نظرات این صاحب نظران، در تحلیل نقش کرونا در تقویت نقش اقتصادی زنان در ایران می‌نویسد:

در شرایط کرونایی، خانه محیط اصلی تعاملات اجتماعی می‌شود، درحالی‌که خانه دارای ویژگی زنانه بیشتری از دیگر محیط‌هاست. به نظر می‌رسد با تقاطع محوریت خانه، خصلت فرهنگی سازمان کار جدید، روابط مبتنی بر فضای مجازی و زیرساخت‌های دیجیتال در حیات خانگی در دوران کرونا، تحولات اجتماعی خصلتی

زنانه می‌یابد و نیروی اجتماعی زنان، سهم زیادی در تحولات اجتماعی این دوران خواهد داشت. در جامعه ایران بعد از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ (۱۹۷۹م)، زنان سهم بالاتری از سرمایه انسانی دارا می‌باشند و توانسته‌اند سهم بیشتری از تحصیلات دانشگاهی و تولید محصولات فرهنگی را تصاحب کنند. (زهرایی، ۱۳۹۹)

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هفت محوری که بر پایه مستندات تجربی و کیفی جامعه کاربران زن اینستاگرام در چندماهه کرونایی اخیر شناسایی شد، ویژگی‌های عمده زن نوظهور فضای مجازی ایران است که بنا به چارچوب نظری که در ابتدای این مقاله بیان شد، معتقدیم که همسو با مفاهیم «بازگشت به خانه»، «خانه فعال» و «فاعلیت زنانه»، نوعی الگوی زن پسااستنی/پسامدرن با ویژگی‌هایی نوین به شمار می‌رود. برآمدن این نسل جدید از زنان، برآمده از تحولات ساختاری بزرگتری در جامعه ایران است که پرداختن تفصیلی به آن مستلزم مقالاتی مستقل است. به‌طور کلی و به اجمال می‌توان گفت که نظام خانه/خیابان یا خصوصی/عمومی در ایران در حال فروریختن است و ما با پدیده «زنانه‌شدن عرصه عمومی» و «عمومیت یافتن زنانگی» مواجه هستیم. علاوه بر این استدلال‌هایی در همین متن ارائه شد که ناکارآمدی و زوال الگوی مردسالار و پدرسالار خانواده سنتی را تا مرحله احتضار ردگیری می‌کرد که مطابق تحلیل قانعی‌راد امری فراتر از نهاد خانواده و تحوّل در سطح ساختارهای کلان اجتماعی ایران معاصر است (قانعی راد، ۱۳۹۶). زنان در مرکز این تحولات ساختاری اساسی جامعه ایران قرار گرفته‌اند و به کمک شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه اینستاگرام، که باید آن را «رسانه زنان نوظهور مجازی» یا «سایبورگ‌های ایرانی» دانست، خود به صورتی خودمختار و پیشرو، به بازسازی و بازتعریف نقش و زیست‌جهان و تصور آتی خود از زنانگی اقدام کرده‌اند.

جامعه زنان نوظهور ایرانی، از فعال‌ترین و مترقی‌ترین نیروهای امروز ایران است و بحران کرونا هم از جهت شرایط قرنطینه‌ای آن و هم از جهت بحران اقتصادی فراگیری که به تضعیف موقعیت مردان انجامیده است، تکانه‌ای در جهت افزایش ضریب اهمیت جامعه زنان نوظهور مجازی محسوب می‌شود.



۲۱۴

دوره ۱۲، شماره ۳
تابستان ۱۳۹۹
پیاپی ۴۷

به عنوان یک ملاحظه راهبردی، مقاله حاضر بر این باور است که حکمرانی زنان در نظام جمهوری اسلامی نیازمند تجدیدنظری جدی در جهت تحولات در حال وقوع است. تحلیل ویژگی‌های زنان نوظهور مجازی و روند بازگشت به خانه، آن‌طور که در این مقاله آمد، نشان می‌دهد که نسل جدید با گذر از کلیشه‌های فمینیستی مدرن از موقعیت بسیار بهتری برای بازسازی خانه و خانواده زوال یافته ایرانی برخوردار است. با اینحال همه شواهد دال بر این است که کشتی کهنه و فرسوده پدرسالاری سنتی برای هدایت جامعه ایرانی در این دریای طوفانی توفیق چندانی نخواهد یافت. تغییر الگوی حکمرانی زنان در جمهوری اسلامی مستلزم «تحولی» هم در الهیات رسمی و تلقی سنتی از زنان و هم در الگوی سازماندهی زنان است که مشخصاً باید در خلاف ساختارهای منسوخ پاتریمونالیستی پیگیری شود.

پیشنهاد راهبردی این مقاله بازسازی یک گفتمان فمینیستی پسا‌سنتی/پسامدرن بر پایه ظرفیت‌های فرهنگی و الهیاتی است که در افق انقلاب اسلامی ظهور یافت و در زمانه حاضر بر خلاف الهیات متصلب حوزوی می‌تواند توفیقات درخشانی به دست آورد. رویکرد نوینی که مستلزم تغییر در نگاه سنتی به زنان و متوقف کردن تلاش‌هایی است که نه تنها به ساماندهی و حمایت از نسل جدید زنان خانه‌دار مجازی نمی‌اندیشند؛ بلکه به عکس با اصرار بر پارادایم‌های متمرکز و بوروکراتیک و ایستای گذشته، متأسفانه اهدافی چون فیلترینگ اینستاگرام را در ذهن می‌پروراندند که از قضا طبق اخبار رسمی در برهه نگارش این مقاله از سوی نمایندگان مجلس در دستور پیگیری قرار دارد.

همان‌طور که مرضیه خلقتی و حمیده مولایی در مقاله خود نشان داده‌اند اینستاگرام در تمایز و تقابل با تلویزیون، به رسانه بسط گفتمان‌های به چالش کشیدن نظام پدرسالاری تبدیل شده است که رشد زنان را در جامعه ایرانی محدود نگه داشته و آنان را به حاشیه رانده‌اند (خلقتی و مولایی، ۱۳۹۸). از این منظر، اینستاگرام نه یک تهدید که یک فرصت فوق‌العاده است. تا همین جای کار پخت نان خانگی، آموزش مجازی، اهمیت بچه‌داری، احیاء زنانگی، احیاء هنرهای دستی و اقتصاد زنانه، مدارای دینی، واقع‌بینی نسبت به غرب و خیریه‌های زنانه به هیچ‌وجه دستاوردهای اندکی برای کشور نیستند و به دست آوردن هر یک از اینها به سال‌ها برنامه‌ریزی و تلاش نیاز داشت و حال به مدد تحولات طبیعی جامعه ایرانی به رایگان چنین ثمراتی به دست آمده است.



آنچه در این مقاله بیان شد را شاید بتوان طلیعه‌های آغازینی از پارادایم جدیدی دانست که آلن تورن از آن به ظهور «جامعه زنان» در جهان قرن بیست و یکم تعبیر کرده است (تورن، ۱۳۹۶)؛ بذرهایی از ترقی و تعالی ایران در قرن آینده شمسی اینبار به پشتوانه نیروی نوظهور زنان، که تنها با تغییر جهت بادبان‌ها بارور خواهد شد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۲۱۶

دوره ۱۲، شماره ۳
تابستان ۱۳۹۹
پیاپی ۴۷

منابع

- اردکسانی، زهرا (۱۳۹۹ الف). اینستاگرام، زنانه‌تریم فضایی رسانه‌ای ایران. برگرفته از <https://shahrarnews.ir/fa/publication/content/1347/15422>
- اردکسانی، زهرا (۱۳۹۹ ب). زن ایده‌آل بلاگرها، زنی که بیشتر مصرف می‌کند. برگرفته از <https://shahrarnews.ir/fa/publication/content/1411/16712>
- اردکسانی، زهرا (۱۳۹۹ ج). مادران اینستاگرامی، قدرت زنانه در مقابل ساختارهای سنتی. برگرفته از <https://shahrarnews.ir/fa/publication/content/1489/18254>
- تامپسون، جان (۱۳۹۶). رسانه‌ها و مدرنیته؛ نظریه اجتماعی رسانه‌ها (ترجمه مسعود اوحدی). تهران: انتشارات سروش.
- تورن، آلن (۱۳۹۶). پارادایم جدید (مترجم: سلمان صادقی‌زاده). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- خلقتی، مرضیه؛ و مولایی، حمیده (۱۳۹۸). خوانش کاربران زن اینستاگرام از گفتمان زن سنت‌گرا. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۲(۴)، ۲۹-۵۰. doi: 10.22035/JICR.2019.2172.2689
- رحیم‌پور ازغدی، حیدر (۱۳۸۹). تلخ‌ترین نوشته من. مشهد: بی‌نا.
- رفعی‌پور، فرامرز (۱۳۹۳). دریغ است ایران که ویران شود: جنگ فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، یک الگو تحلیلی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- زهرایی، محمدرضا (۱۳۹۹). کرونا نوشت: کرونا و حیات خانگی. برگرفته از <http://csri.majazi.ir>
- فاضلی، نعمت‌اله (۱۳۹۹ الف). فرهنگ و فاجعه، جستارهای انسان‌شناختی درباره مصیبت جمعی در ایران. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- فاضلی، نعمت‌اله (۱۳۹۹ ب). نوروز را چگونه در خانه بگذرانیم؟. برگرفته از <http://farhangshenasi.ir>
- قانع‌راد، سیدمحمدامین (۱۳۹۶). زوال پدرسالاری؛ فروپاشی خانواده یا ظهور خانواده مدنی. تهران: نقد فرهنگ.
- وحیدنیا، بهروز (۱۳۹۹). افزایش سه‌برابری آمار تماس‌های اختلافات زوجین در قرنطینه. برگرفته از <http://www.irna.ir/news/83733948>
- هاراوی، دانا (۱۳۸۷). مانیفست سایبرگ؛ فمینیسم در روابط اجتماعی علم و فناوری (مترجم: امین فضایی). تهران: نشر گل آذین.
- Bernardi, C. (2019). *Women and the digitally-mediated revolution in the Middle East: applying digital methods*. New York & London: Routledge.
- Castells, M. (2010). *The Rise of Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture; Volume1)*. Wiley-Blackwell.
- Van Dijk, J. (2006). *Network Society*. SAGE publications.

