

زنان از سبک زندگی می‌گویند؛ مطالعه ارزش‌های محوری در صفحات زن نوشته اینستاگرامی

سمیه سادات شفیعی*

سیده زهرا حسینی فر**

چکیده

اینستاگرام نقش پررنگی در زندگی روزمره ایرانیان دارد و از این لحاظ از جمله متون رسانه‌ای محسوب می‌شود که از اهمیت وافری در مطالعه سبک زندگی زنان برخوردار است. این پژوهش به عنوان مطالعه‌ای اولیه در زمینه ابعاد شبکه‌های اجتماعی، با هدف کشف ارزش‌های محوری زنان در ارتباط با سبک زندگی به مثابه ترویج‌کنندگان شیوه‌های مطلوب تفکر و کنش در میان مخاطبان انجام شده است. بدین منظور صفحات زن نوشته‌ای برای مطالعه در نظر گرفته شدند که نویسندگان آن با دستمایه قراردادن زندگی شخصی و خانوادگی خود به بحث و نظر می‌پردازند. این صفحات از نظر تعداد پست، کمیت و کیفیت مطالب و تعداد دنبال‌کننده نیز متمایز هستند. با در نظر گرفتن این ویژگی‌ها، بالغ بر پانزده هزار پست از پنج زن کاربر حرفه‌ای اینستاگرام مورد تحلیل محتوای کیفی قرار گرفت و ارزش‌های محوری آنان بر اساس مبانی پدیدارشناسی در سه ساحت احصا شد: الف- بازاندیشی، زنانگی، اراده به تغییر و تلاش جهت برخورداری از سرمایه فرهنگی به عنوان ارزش‌های دنیای فردی آنان ب- همسرداری، باورهای برابرخواهانه شوهر و مادری به عنوان ارزش‌های دنیای مایی و ج- مشارکت‌پذیری و مدیریت مصرف به عنوان ارزش‌های دنیایی آن‌هایی این زنان شناخته شد.

* استادیار پژوهشکده علوم اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)،

ss.shafiei@gmail.com

** کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. zahrahoseinifar1@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۴

Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، سبک زندگی، بازاندیشی، خود زنانه، فضای مجازی

۱. طرح مسئله

گستره مجازی در جهان امروز آنچنان وسیع و فراگیر است که گاه بیش از واقعیات جهان عینی بر کنشگران احاطه یافته، به قدرتی همسان با ساختارهای جهان عیان، آنان را به تابعیت وامی‌دارد. از این نظر بررسی موضوعات، روابط و کنش‌های ارتباطی در هر یک از قلمروهای مجازی از جمله تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک، توئیتر و امثال آن، می‌تواند بر کنش و نگرش عاملان در دنیای مجازی و بازخورد آن در دنیای واقعی اثر گذاشته و از این جهت دستاوردهای مطالعاتی بی‌سابقه‌ای به دنبال آورد.

این دست مطالعات گویای درهم‌تنیدگی سلايق، ارزش‌ها و گرایش‌های منفرد، با کنش‌های جمعی نیز هست، چرا که به مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌پردازد که به‌واسطه کاربرد آسان، سریع و همه‌جانبه فناوری تلفن همراه، زندگی روزمره کنشگران را تحت تأثیر قرار داده و کنش‌ها را بطور شگفت‌انگیزی متحول ساخته است. کاربرد صور متداول «شکلک‌ها emoji» در بیان احساسات و ساخت استیکرهای sticker بومی در مناسبت‌ها و یا رسوم کاملاً جاافتاده، مثال خوبی از همه‌گیری و شتاب کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی است بطوریکه به تصریح گرگن Gergen (۱۹۹۲) و پینیلوس Pinillos (۱۹۷۷) ظهور نوآوری‌های عظیم فناورانه همواره تغییرات عمیق اجتماعی و سیاسی و حتی شیوه‌های کاملاً جدید زندگی را با خود به همراه می‌آورد (García-Montes et al, 2006). دسترس‌پذیری آسان و پر سرعت به شبکه‌های اجتماعی از طریق ارتقا زیرساخت‌های فناوری، فضای مجازی را بعنوان جهان اجتماعی مرجح در اختیار کاربران قرار داده و زمینه تعامل و در نتیجه شکل‌گیری فهم در میان ذهنیت کنشگران را میسر می‌سازد. فهم بعنوان رویه آگاهی بخش در زندگی روزمره در آمیزش با باورها، ارزش‌ها و هنجارها، علایق و ترجیحات، روابط انسان‌ها را سامان می‌دهد و چگونگی تفاهم از جمله امکان بازنگری‌ها و بازاندیشی‌ها را میسر می‌سازد.

تولد مفاهیمی همچون مرزدایی، اندیشه‌های جهان‌وطنی و بومی‌گرایی رهاورد الگوهای جدیدی از شناخت متقابل است و فرصتی را به وجود آورده که افراد بتوانند با وجود باورها و فرهنگ‌های متفاوت در فضایی مشترک به تبادل آگاهی بپردازند.

از این نظر قلمروهای مختلف فضای مجازی که از طریق نرم افزارهای کاربردی Application امکان دسترسی عمومی بدانها میسر است، از قابلیت برآوردن تقاضاهای متفاوت کاربران برخوردار بوده و علاوه بر تأمین ویژگی‌های سرگرمی فراغتی، به برقراری ارتباط آسان کمک بسزایی می‌کند. آن‌ها در بافت‌های فرهنگی اجتماعی جوامع، فضای دموکراتیکی جهت بروز و بیان ارزش‌ها، منش‌ها و کنش‌ها ایجاد کرده، آن را ارتقا داده و یا تغییر می‌دهند.

بدیهی است که زنان در جوامعی چون ایران که بطور سنتی جایگاه آنان در خانه تعریف شده و به اشکال مختلف حضورشان را منوط به نقش‌های عرصه خصوصی ساخته، از این فرصت بهره گرفته و به عنوان کاربران پروپاقرص از پتانسیل‌های فضای مجازی بهره‌گیرند. نگاهی به وضعیت آنان به‌ویژه در نسل جدید به جهت افزایش تعداد تحصیل‌کردگان دانشگاهی در دو دهه گذشته از یک‌سو و غیبت در بازار کار رسمی می‌تواند از جمله مهم‌ترین زمینه‌های جدیت و شور و شعف آنان در کنشگری در قلمروهای فضای مجازی باشد. زیرا به بیانی ساده هم از مهارت و هم فرصت و هم از تجمیع مطالبات اجتماعی مدنی برخوردارند و از این نظر پتانسیل بالایی در کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی از خود نشان داده‌اند. اینستاگرام از جمله نرم افزارهای نسبتاً متأخری است که از محبوبیت فراوانی برخوردار است، کارکردهای مختلفی از جنبه‌های سرگرمی و فراغتی، اطلاع‌رسانی، ایجاد ارتباطات اجتماعی و ... دارد، کما اینکه به شکلی حرفه‌ای می‌تواند در خدمت هنر و زیبایی‌شناسی، ایجاد کسب‌وکارهای کوچک، تبلیغات بازرگانی یا فرهنگی و سیاسی، اهداف کمپین‌ها یا گروه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی و همچنین در خدمت بازنمایی زندگی روزمره افراد و سبک شخصی فردی از طریق اشتراک عکس و نوشته باشد. اما فرای این اختیارات و امکانات این موقعیت را برای خرده‌فرهنگ‌ها و هویت‌های به حاشیه رانده‌شده از جمله زنان ایجاد کرده که بتوانند فارغ از محدودیت‌های گفتمان‌های رسمی و آشکار جامعه، هویت خود را بروز داده و به صورت‌بندی مطالبات خود پردازند.

هدف از انجام پژوهش تولید دانش بومی در زمینه‌های کمتر مورد مطالعه قرارگرفته و بدیع از یک‌سو و ترسیم سیمای مناسبات اجتماعی جاری در این فضا و در این مقاله صفحات پرتلفدار زن نوشته است. به گونه‌ای که هم بتواند پاسخی برای مابه‌ازاهای مجهول در جهان عیان باشد و هم سطوح سیاست‌گذاری را به فراخور بهره‌مند سازد.

در مرور پژوهش‌های پیشین، افشار و میرمحمدتبار (۱۳۹۵) معتقدند کنشگری زنان منجر به هویت بازاندیشانه می‌شود، بر اساس تحقیق مجیدی قهرودی و آذری (۱۳۸۹) کنشگری در زنان افزایش یافته؛ میان کاهش انزوای اجتماعی و تعاملات زنان با حضور در فضای مجازی و انعکاس جنبه‌های شخصی و رویدادهای زندگی روزمره ارتباط مثبت وجود دارد. کفاشی و پیر جلیلی (۱۳۹۴) با تحلیل اوقات فراغت زنان در فضای مجازی، تم‌هایی شامل ارتباط آسان و بی‌وقفه با دوستان و آشنایان، امکان کسب اخبار، امکان حضور هم‌زمان در گروه‌های گوناگون، موفقیت بیشتر در تربیت فرزندان، آشنایی با طرز تفکر دیگران، توسعه دایره تعاملات فرد بدست آوردند. از نظر سیف‌اللهی و شاطری (۱۳۹۴) زنان با عضویت در رسانه‌های نوین تا حدودی محدودیت‌های جامعه را در هم شکسته، دوستی‌های خود را وسعت داده، خلأهای دنیای واقعی‌شان را در فضای مجازی پر کرده و فضای مناسبی برای اظهار خود و نظراتشان بیابند.

پژوهش درباره شبکه اجتماعی اینستاگرام شامل سه مورد است: سیاسی راد و بیچرانلو (۱۳۹۶) بر لزوم برخورداری از سواد حریم خصوصی آنلاین برای کاربران دختر تأکید کرده‌اند. راودراد و گیشینزجانی (۱۳۹۶) به نحوه بازنمود بدن در اینستاگرام به عنوان مهم‌ترین مؤلفه هویت‌ساز انسان پرداخته و سه تیپ بدنی «اجتماعی»، «نمایشی» و «زیباشناختی» را از هم متمایز کرده‌اند. رشیدی و صبورنژاد (۱۳۹۵) به نقش فضای مجازی در تعامل بی‌واسطه ستاره‌های سینمایی با مخاطبان و تغییر نگرش جامعه به معنای ستارگی پرداخته‌اند.

نکته آنکه به نظر می‌رسد برخی صفحات زن نوشته در اینستاگرام که از طرفداران زیادی به‌ویژه در میان زنان برخوردار است با صورت‌بندی و عرضه آگاهی، ارزش‌هایی را ترویج می‌کنند که در شکل‌دهی ذهنیت مخاطبان و انگیزش آنان در سطح کنش تأثیرگذار است. محققان بر این باورند که مطالعه تطبیقی محتوای پیام‌ها می‌تواند سنخ‌بندی‌های بدیعی از ارزش‌های این زنان را به‌دست‌دهد؛ سنخ‌بندی‌هایی که الگوهای سبک زندگی سایر زنان را دستخوش تحول ساخته، تا اندازه زیادی بازتاب جریان‌های اجتماعی پویا و زایا باشد. ویژگی ارتباط دوسویه اینستاگرام و سهولت دسترسی به آن در مقایسه با فیس‌بوک و توییتر (که در ایران فیلتر است) بر پویایی این رابطه افزوده و سلسله ارتباطاتی را موجب می‌شود که در بزنگاه‌های کنشگری از قابلیت بالایی در جلب تابعیت و همسویی کاربران برخوردار است.

نوشته حاضر با بررسی محتوای مکتوب این صفحات، نمایی از زندگی و تجربه زیسته کاربران زن را در نقش‌های همسری و مادری ارائه می‌دهد که به باور محققان فراخوانی برای تغییرات فراگیر و عمیق‌تر اجتماعی در وضعیت زنان و نیز مناسبات جنسیتی در آینده‌ای نزدیک است.

این افراد به عنوان کاربران حرفه‌ای اینستاگرام با طرح زندگی خود و شکل دادن فضای بحث و نظر، توانسته‌اند شبکه اجتماعی فراگیری شامل تعداد کثیری از طرفداران پروپاقرص خود ایجاد کنند؛ طرفدارانی که نه تنها در فضای مجازی بلکه در فضای واقعی نیز ضمن تعامل با آن‌ها به تبادل پیام‌های ارتباطی می‌پردازند. چنانکه در خلال پست‌های پی‌درپی می‌توان پیام‌های ارتباطی را دید که بر محورهای اصالتاً تولیدشده توسط این دست کاربران حرفه‌ای در جریان است.

با توجه به جایگاه کانونی ارزش در شکل‌گیری و استمرار سبک زندگی پرسش این است که پیام‌های تولیدشده اولیه در این صفحات زن نوشته در اینستاگرام درباره چه ارزش‌هایی است؟ آیا می‌توان سنخ بندی از این ارزش‌ها به دست داد؟

۲. مفاهیم نظری

شبکه‌های اجتماعی مجازی: شبکه‌های اجتماعی مجازی حاصل تحولات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و گسترش وب، امکان فعالیت و مشارکت کاربر در فرایند تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را فراهم آورده است. وندایک شبکه‌های اجتماعی را به عنوان سرویس‌های مبتنی بر وب تعریف می‌کند که به افراد اجازه می‌دهد (۱) یک پروفایل عمومی یا نیمه عمومی در یک سیستم محدود ایجاد کنند (۲) گویای لیستی از کاربرانی است که با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و (۳) مشاهده و عبور از لیست ارتباطات خود و آنچه که توسط دیگران در سیستم ساخته شده است (Ellison, 2007: 211). پائول لوینسون این شبکه‌ها را «رسانه‌های جدید جدید» (new new media) می‌داند که در آن مصرف‌کننده تبدیل به تولیدکننده‌ای می‌شود که به صورت «فردی» کنشگری می‌کند نه «جمعی». مثل نوشتن پست وبلاگ یا ضبط یک ویدئو (levinson, 2009:5).

کستلز از شبکه‌های اجتماعی جدیدی همچون اینستاگرام و توئیتر به عنوان «خود ارتباط جمعی» mass self-communication یاد می‌کند. از نظر او در دوره جدید، شبکه‌های اجتماعی مجازی به سرعت شکل و شمایل رسانه‌های جمعی را به خود می‌گیرند» که در

آن کاربر و کنش او مخاطبان جهانی را به خود جلب می‌کند (Allan, 2007 according to .castells, 2000).

کاستلز درباره اصطلاح مذکور می‌نویسد:

این به معنای ارتباط جمعی است چون به شکل بالقوه‌ای از طریق ارتباطات اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی راه دور مخاطبین جهانی دارد. شبکه‌های اجتماعی جدید قابلیت خودآفرینی در محتوا، خودنظارتی در نشر محتوا، و خودانتخابی در پذیرش را دارد که همه این موارد در ارتباطات میان کاربران اتفاق می‌افتد. در واقع ما در قلمروی ارتباطات جدیدی در قالب رسانه جدیدی هستیم که ستون فقرات آن را شبکه‌های کامپیوتری تشکیل می‌دهند که زبانشان دیجیتال است، فرستنده‌های آن‌ها بطور گسترده‌ای در سراسر جهان هستند و با هم تعامل جهانی دارند. (Allan, 2007 according to castells, 2007: 248)

ارزش: روکیچ را باور پایداری می‌داند که فرد با تکیه بر آن یک شیوه خاص رفتار یا حالت غایی را که شخصی یا اجتماعی است به یک شیوه رفتاری یا یک حالت غایی که در نقطه قابل حالت برگزیده فرد قرار دارد ترجیح می‌دهد (بورگاتا، ۱۹۹۲: ۲۲۲۳ و فردر، ۱۹۷۵: ۵).

سبک زندگی: بوردیو سبک زندگی را حاصل جمع عادت‌واره‌ها و عمل‌های افراد می‌داند. عمده‌ترین شاخص‌های سنجش عبارتند از: سلیقه غذایی، ورزشی، توجه به ظاهر، نحوه پوشش و شیوه سخن گفتن. در این راستا بوردیو به تفصیل درباره سبک زندگی سه طبقه فرادست، متوسط و فرودست در کتاب تمایز سخن گفته است (موید حکمت، ۱۳۹۵: ۶۶).

۳. روش تحقیق

این تحقیق از روش تحلیل محتوای کیفی سود جسته است. تحلیل محتوای کیفی گاهی به عنوان روشی برای تقلیل داده و مفهوم‌سازی از آن‌ها و روشی رایج برای طیف گسترده‌ای از داده‌های متنی است (Julien, 2008: 120). واحد تحلیل «پست post نوشته» است، بنابراین همه پست‌های صفحه page‌های موردنظر در اینستاگرام بازخوانی، پست‌های مشابه، پست‌های پراهمیت و مرتبط با موضوع تحقیق بیرون کشیده شد، فرایند مقوله‌سازی بر پایه مفاهیم نظری انجام گرفت.

۱.۳ جامعه آماری و نمونه

نمونه‌گیری به شیوه‌ای هدفمند بوده و متون زن نوشته‌ای مورد بررسی قرار گرفت که نویسندگان آن با دستمایه قرار دادن زندگی شخصی و خانوادگی خود به بحث و نظر در باب موضوعات مختلف پرداخته و از این رو مخاطبان متعددی داشته‌اند. بطوریکه با تأیید محبت‌آمیز (اصطلاحاً لایک) حمایت خود را از نوشته بیان داشته و یا با درج عبارات در تایید یا رد موضوع کوشیده و از این جهت به پست ارائه شده اهمیت بخشیده‌اند. به بیان دیگر مخاطبان با تداوم تعامل خود با صاحب صفحه تمایلشان به حفظ شبکه ارتباطی را نشان داده‌اند.

جامعه آماری شامل کلیه پست‌های اصلی زنان پرترفدار در اینستاگرام است که از تاریخ ایجاد صفحه تا پایان سال ۱۳۹۶، گردآوری شد. کلیه پست‌های اصلی آنان، در مجموع «پانزده هزار و دویست» پست مطالعه و در نهایت تعدادی از آن‌ها که حاوی اطلاعات مرتبط با موضوع تحقیق بود انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفت. داده‌های پژوهش عمدتاً بر مبنای بخش‌های مکتوبی است که توسط صاحبان صفحه در ابتدا به عنوان شاکله اصلی آن پست مطرح می‌شود.

نهایتاً در این پژوهش، صفحات ۵ تن از کاربران زن حرفه‌ای اینستاگرام مورد بررسی قرار گرفت. زنان تولیدکننده متن نیز به عنوان کاربر حرفه‌ای دارای ویژگی‌های ذیل بودند: حداقل ۱۹۰ هزار دنبال‌کننده (فالور) داشته‌اند، بطور متوسط هفته‌ای ۱۶ پست در صفحه اینستاگرام خود گذاشته‌اند و در جهت تعامل پویا و دوسویه با مخاطبان خود تلاش می‌کنند و از این لحاظ با صفحاتی که به طرق مختلف صرفاً به دنبال جلب فالور هستند تفاوت ماهوی دارند.

۴. یافته‌های توصیفی

مشخصات اصلی کاربران زن حرفه‌ای صفحات پرترفدار در اینستاگرام در جدول ذیل آمده است.

جدول ۱- مشخصات اصلی کاربران

سن	شغل	تحصیلات	تعداد دنبال‌کننده	تاریخ ایجاد صفحه	محل زندگی
----	-----	---------	-------------------	------------------	-----------

آزاده کرمی	۳۵	متصدی داروخانه	دانشجوی دکتری داروسازی	۲۰۰ هزار	بهمن ماه ۱۳۸۹	سوئد
شبنم شاه‌رخی	۳۴	مربی بدنسازی	نامشخص	۴۷۶ هزار	آذرماه ۱۳۹۱	تهران
شیرین طحانان	۳۳	مدرس آشپزی	کارشناس ارشد معماری	۱۹۳ هزار	مردادماه ۱۳۹۲	تهران
مونا کاکاوند	۳۳	مربی بدنسازی	دکترای حرفه‌ای مدیریت ورزشی	۳۶۵ هزار	آبان ماه ۱۳۹۳	تهران
نعیمه گیاهی	۳۰	طراح لباس	تحصیلات آکادمیک طراحی لباس	۳۲۱ هزار	خردادماه ۱۳۹۴	ایتالیا

جدول بالا نشان می‌دهد همه این زنان دارای مشاغل رسمی و یا غیررسمی بوده و از محل آن درآمد شخصی دارند. میانگین سنی آنان ۳۳ سال است و جوان محسوب می‌شوند. به لحاظ فعالیت در اینستاگرام می‌توان گفت برحسب مدت زمان فعالیت و تعداد پست‌ها آزاده کرمی با میانگین ۱۹ پست در هفته پرکارترین و نعیمه گیاهی با میانگین ۷ پست در هفته کم‌کارترین فرد در این گروه بوده است. طولانی‌ترین پست‌ها بطور متوسط متعلق به آزاده حداقل با ۲۰۰ تعداد کلمه است.

در میان پست‌ها در اینستاگرام، مونا و شبنم با صفحات تبلیغاتی مربوط به کالاهایی چون (مواد شوینده، خمیردندان، عطر، مواد آرایشی، انواع کرم پوست، وسایل منزل) و بیش از تبلیغ کالا با تبلیغ خدمات، تبلیغ سایت‌های آنلاین فروش، رستوران‌ها و کافه‌های تازه تأسیس و ... روبرویم که به‌منظور ایجاد بازار تقاضا و رونق فروش محصولات مربوطه از فرصت شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت تبلیغ بهره گرفته‌اند.

۵. یافته‌های تحلیلی

در جهت پاسخگویی به پرسش‌های تحقیق و با توجه به مباحث نظری، ارزش‌های اصلی مطرح‌شده توسط زنان صاحب صفحات پرطرفدار در اینستاگرام به مثابه شبکه‌ای «خود-ارتباط جمعی» را می‌توان در سه مقوله اصلی مورد بررسی قرارداد. جهان فردی، جهان مایی و جهان آنهایی. تشخیص این جهان‌ها به تأسی از مبانی پدیدارشناسی شوٲس میسر شده و ملهم از روابطی است که در هر جهان، فرد در طول حیات خود تجربه کرده است. شوٲس

کنش انسانی را با ارجاع به وبر، کنش نیت‌مندی می‌داند که با رابطه دیالکتیکی که میان افراد انسانی و واقعیت اجتماعی برقرار کرده، در صورت‌بندی واقعیت‌های اجتماعی تاریخی دخالت داشته و آنها را دسته‌بندی می‌کند... به دیگر سخت، واقعیت اجتماعی با توجه به اینکه تا چه اندازه در حوزه شناخت و کنترل انسان قرار می‌گیرد معانی مختلفی را به ذهن متبادر ساخته و قلمروهای متمایزی را ایجاد می‌کند. شوتس در رابطه با واقعیت اجتماعی زمان کنونی (در تمایز با قلمرو گذشتگان و آینده‌گان) از قلمرو تجربه مستقیم که در این تحقیق دربردارنده جهان فردی و مایی کنشگران است و نیز قلمرو تجربه غیرمستقیم که مشتمل بر زوایای روابط جهان‌انگیزی است، تحقیق است نام می‌برد. در تجربه بی‌واسطه افراد از طریق روابط رو در روی به زوایا و افق درونی یکدیگر پی می‌برند. تجربه بی‌واسطه گونه‌ای از معرفت‌شناختی شخصی و حضوری است... در این تجربه افراد به دلیل حضور و نزدیکی با دیگران و ورود به قلمروهای آگاهی‌های شخصی یکدیگر می‌توانند سنخ‌های ساختاری پیشین که جامعه برای آنها تعریف و مشخص کرده بود را از طریق شناخت پدیداری دقیقی که به دست آورده‌اند، واریسی و بازسازی کنند. (تنهایی، ۱۳۹۱: ۲۳۶-۲۳۵).

قلمرو تجربه غیرمستقیم جنبه‌ای از جهان اجتماعی است که در آن انسان‌ها معمولاً با نمونه‌های آدم‌ها و یا با ساختارهای اجتماعی گسترده‌تر سروکار دارند و نه با کنشگران واقعی. از آنجا که کنشگران به‌جای آدم‌های واقعی با نمونه‌ها روبرویند، دانش آن‌ها از مردم، بر مبنای کنش متقابل رودررو دائماً در معرض تجدیدنظر قرار نمی‌گیرد. (ریترز، ۱۳۸۱: ۳۳۹) به نظر شوتس دانش ما در قلمرو تجربه غیرمستقیم از حد معرفت و تجربه شخصی فراتر رفته و دانشی تکرار شونده و مشترک در میان آدم‌ها است، در نتیجه این دانش را می‌توان مورد بررسی علمی قرار داد. تنهایی می‌نویسد: «در این نوع تجربه و معرفت، سنخ آرمانی کنش اجتماعی بر اساس ساخت قشریندی شده جامعه، که در فرایند تکوینی ره می‌سپرد، تشکیل می‌شود (تنهایی، ۱۳۹۱: ۲۳۷)

۱.۵ جهان فردی

در این بخش ارزش‌هایی که در سطح فردی و در مختصات جهان فردی بروز و نمود می‌یابد قرار می‌گیرند و حاوی تجربه فرد در ارتباط با خود و در دنیای درون خود است که در حال حاضر به اشتراک گذاشته شده است. هرچند این دست بروز و نمودها رنگ و بوی

هویتی داشته و مشتمل بر عادت‌واره‌ها و ذوق‌ها هم هست اما در اینجا از آن جهت اهمیت دارد که حالات درونی و تجربیات فردی موجب تولید محتوا و پیام‌هایی شده که بر ارزش‌های شاخصی دلالت دارد. نکته آنکه در کنار ارزش‌های رایج و عرفی، این دست ارزش‌ها نسبتاً جدید و نوگرایانه تلقی می‌شوند.

۱.۱.۵ زنانگی

در جهان فردی این زنان زنانگی ارزش دانسته شده اما مورد بازتعریف قرار گرفته است. زنانگی به عنوان سازه‌ای اجتماعی حاصل تجربه، احساسات و کنش‌های فرد است که به تدریج و در جریان فرایند جامعه‌پذیری و روابط دیالکتیک بین درون و بیرون (جهان فردی و جهان اجتماعی) شکل می‌گیرد. کنشگری سهم بسزایی در زنانگی دارد و از این لحاظ «جنسیت چیزی نیست که یک نفر هست بلکه آن چیزی است که فرد انجام می‌دهد؛ یک عمل یا بطور روشن‌تر توالی اعمال است» (باتلر، ۱۳۸۵). زنان کاربر حرفه‌ای اینستاگرام با به چالش کشیدن تصورات قالبی از زنانگی، توصیف متفاوتی از آن برمی‌سازند که مبتنی بر تجربه شخصی آنان و کنشگری در میدان اجتماعی امروز ایران است. برای مثال شب‌نم به عنوان یک زن ورزشکار در رشته بکس با درج تصویر خود که نشانگر آراستگی مو و صورت است در یک پست می‌نویسد:

«ورزشکار بودن (حتی به قول بعضی‌ها ورزش خشن کیک بکس) و عضلانی بودن باعث نمی‌شه که ابعاد زنانه وجودتو از یاد برده باشی، هر چیزی باید جای خودش و در زمان مناسب باشه تا به دل بشینه! زنانگی و زیبایی باید در رفتار و شخصیت و منش یک خانم باشه! دیاتونو بزرگتر کنید و دیدتون به زندگی رو وسیعتر» (شب‌نم).

تفکر انتقادی و به چالش کشیدن مناسبات جنسیتی مرسوم از جمله مهم‌ترین وجه تعریف زنانگی است. آزاده خطاب به دختری که به دنیا نیامده است هر از گاهی پستی می‌گذارد و در واقع زنان را مخاطب قرار می‌دهد. تعریفی که از زنانگی ارائه می‌دهد دستمایه‌ای دارد. با این حال آزاده جنسیت زنانه را نفی نمی‌کند و زنانگی را نه در دلزدگی از نقش زنانه، بلکه پذیرفتن و شناخت خویشتن زنانه و آرمان‌خواهی می‌داند.

«دخترم، حس‌هاتو، خودتو، قلق‌هاتو و نقطه ضعف‌هاتو بشناس. به خودت و خواسته‌ها احترام بذار. زنی که حال دل خودش خوب باشه بهترین و بی‌منت‌ترین مادر، صبورترین و عاشق‌ترین همسر و مستقل‌ترین و کله‌ش‌ترین فعال دنیاست... دخترم، زن

بودن سخت‌ترین و زیباترین تجربه دنیاست؛ دنیای مرموز و پر اسرار ارتش یک‌نفره‌ای که برای آرمان‌هاش به دل مشکلات می‌زنه. کافیه به دوروبرت نگاه کنی تا میلیون‌ها زن رو ببینی که معنای معنوی کلمه «مرد» رو به چالش کشیدن. تو هم یکی از اون‌ها باش. زنی که از زن بودنش شرم نمیکنه، ادای مردها رو در نمیاره و اقتدار زنونه‌ش دنیا رو میاره تو مشتش» (آزاده).

برخلاف کلیشه‌های جنسیتی، اینجا زنانگی دیگر با جذابیت‌های ظاهری در صورت و اندام، کنش‌های عاطفی و نیز ارائه انواع خدمات در عرصه خصوصی تعریف نمی‌شود. در اینجا تضادی میان پرداختن به ورزش‌خشن و پرورش عضلات با زیبایی و زنانگی وجود ندارد. زنانگی ساده و پیش‌پاافتاده نمی‌نماید، برعکس با توجه به ظرافت‌ها و پیچیدگی‌هایش نیازمند سیاست‌ورزی، قدرت، پشتکار و سخت‌کوشی است و این‌همه در گام نخست نیازمند تحول در رابطه فرد با فردیت خویش است. به‌علاوه می‌بینیم در هر دو متن با کاربرد عباراتی چون ورزش‌خشن کیک بکس و نیز با به چالش کشیدن معنای معنوی کلمه مرد، از سوی میلیون‌ها زن مفهوم زنانگی در امتزاج با صفات نقشی مردانگی تعریف‌شده و کلیشه‌های جنسیتی را به زیر سؤال می‌برد و شاید بتوان گفت شاهد نوعی جنسیت‌زدایی از نقش‌های زنانه و مردانه در رفتارهای اجتماعی هستیم.

۲.۱.۵ بازاندیشی

بازاندیشی به کنشگران این توانایی را می‌دهد که در مورد بدیل‌های جدید کنش تامل کنند. در حقیقت تغییرات گسترده در ساختار فناوریهای نوین به طور روزافزونی انسان‌ها را رو در روی یکدیگر قرار می‌دهد؛ مناسب‌کردن فردی و فرهنگی جاافتاده را چنان دچار نسبیّت می‌کند که دیگر به راحتی نمی‌توان شیوه‌های انجام امور را بدیهی انگاشت. در این شرایط «به قول بک این فقدان ساختارهای اجتماعی است که به خصیصه ساختار اجتماعی تبدیل شده‌است» (آدامز، ۲۰۰۶) برگر استدلال می‌کند که زندگی در جوامع امروزی، فرد را با چشم‌اندازی پیوسته در حال تغییر از تجارب و معانی اجتماعی رو در رو قرار می‌دهد و او را به تصمیم‌گیری‌ها و طرح برنامه‌های متنوع و اندیشیدن وامی‌دارد. (برگر و دیگران، ۱۳۸۱).

از نظر گیدنز کنشگران جهان مدرن آگاهانه با مرور خویش‌تن خویش و مناسبات اجتماعی‌شان، سیاست‌های هویتی از خود بروز می‌دهند. حوزه‌های فعالیت اجتماعی در

جامعه مدرن برخلاف گذشته حساسیت و تأثیرپذیری بیشتری دارد و بر اساس اطلاعات و دانش‌های، روش‌ها و نگرش‌های افراد مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرد. بازناندیشی به معنای فرآیند تعریف و بازتعریف خود از طریق مشاهده و تأمل در اطلاعات درباره مسیرهای ممکن زندگی (گیدنز، ۱۳۹۰: ۴۴) در نهایت در سطح کنش نیز بروز می‌یابد. زیرا گیدنز کنش را نه مجموعه‌ای از تعامل‌ها، بلکه جریان مداومی می‌داند (گیدنز، ۱۳۹۰: ۴۵). در مجموع بازناندیشی دربرگیرنده این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی پیوسته بازسنجی می‌شوند و در پرتو اطلاعات تازه، اصلاح و دگرگون می‌شوند.

برای مونا بازناندیشی در زمینه مناسک دینی همچون نذر در دنیای فردی‌اش، مبتنی بر سوژه‌هایی عام‌المنفعه است و از فرصت شبکه مجازی جهت ارائه آن و ترغیب مخاطبان بهره می‌گیرد. «برای نذر کردن حتماً نباید خیلی هزینه کنیم، هیچ‌وقت فکر کرده‌اید که می‌توان تعریف نذر کردن را تغییر داد! مثلاً بجای پول... می‌توانید برای مدت معین هیچ‌چیز را دور نریزید و حتی خرده‌نان را هم برای گنجشک‌ها بریزید. می‌توانید نذر کنید تا چهل روز آب به اندازه نیاز مصرف کنید. از کارتان نزنید. دروغ نگیرید. به کسی تعارف بی‌جا نکنید. راجع به زندگی خصوصی دیگران پرس‌وجو نکنید. با واقعیت‌ها زندگی کنید. مثلاً تا زمانی که از صحت چیزی مطمئن نیستید آن را پخش نکنید، یا برای کسی تعریف نکنید، چراغ اضافی را خاموش کنید. نذر کردن فقط قیمة و مرغ بخاطر چشم و هم‌چشمی نیست. می‌توان نذر کرد.. انسان بودن را» (مونا).

شیرین در مقام یک کارآفرین در بازناندیشی خود نسبت به شغلش و اجزاء آن، نظافت محل کار را جزء برنامه کاری‌اش برمی‌شمرد و در تعریف کار، بجای کسب سود آن چنانکه منطق نظام کار و شغل است، لذت را در کانون بازناندیشی خود قرار می‌دهد: «از اینکه برای رشد فردیم، کارهایی رو انجام بدم که از نظر خیلی‌ها افت داشته باشه، اذیت نمیشم... حتی تمیز کردن سرویس بهداشتی محل کارم باشه... این رو هم بخشی از کارم میدونم و از انجام دادنش لذت میبرم... مهم‌ترین اصل زندگیه، لذت ببر برای خودت... همین» (شیرین).

بازناندیشی یک ظرفیت اجتماعی است که به فرد اجازه می‌دهد به عقب برگردد و هویت خود را بدون توجه به سنت که دارای مرزهای سفت و سخت می‌باشد دوباره در نظر آورد و درباره خود تأمل و بازناندیشی کند (کرسلی، ۲۰۰۵ به نقل از کریمی منجرمویی و فرهنگمند، ۱۳۹۶). آزاده با به چالش کشیدن موضوع ازدواج مجدد به ویژه برای زنان و سنت‌ها و ارزش‌های مرتبط با آن، با سوژه قرار دادن ازدواج مجدد یکی از هنرپیشگان

می‌نویسد: «چقدر خوشحالم برای وجود زنی که به قیمت و تاوان سنگینی قدم بزرگی برای سنت‌شکنی و از بین بردن تابوهای جامعه ما برداشت... دمش گرم. تو فرهنگ ما تا از حرف می‌زنی میگن؛ وای خاک به سرم!!! روم به دیفال... خدابه‌دور ... مردم چی میگن؟؟؟ آبرومون میره... از ما گذشته و ... من ازدواج (سنت پیامبر) و مراسم عروسی گرفتن (آرزوی هر زوج نرمالی) خانوم ب. ر رو تحسین می‌کنم و براشون آرزوی عشق، سلامتی و خوشبختی دارم... آدم تا زنده‌س باید زندگی کنه این سن لعنتی و "فرهنگ" پوسیده رو نکنیم تو چش و چار هم... طرف مادره؟؟ خوب باشه قبل از مادر بودن انسانه و حق زندگی داره... همین ملتی که میگن بمون دست تنها بچه تو بزرگ کن و تارک دنیا شو، و یا اینکه در و همسایه چی میگن و اینا... همینا شب میرن در آغوش خانواده شون سر سوزنم به تنهایی و بی‌کسی شما فکر نمیکنن» (آزاده).

۳.۱.۵ اراده به تغییر

یکی از مهم‌ترین ارزش‌های مطرح شده، اراده به تغییر است. در حقیقت کنشگران ما در این تحقیق با کسب شناخت نسبت به خویشتن خویش و محیط اجتماعی‌شان، طرح تغییری را کلید زده‌اند که در میان‌مدت به تحول جلدی در زندگی فردی و اجتماعی‌شان انجامیده است. به تعبیر گیدنز «هویت‌های فردی با خروج از چارچوب‌های تنگ اجتماعی و سستی، به دنبال عناصر مدرن در عرصه جهانی می‌گردند که این خود می‌تواند چالش‌برانگیز باشد» (گیدنز، ۱۳۹۰: ۶۶). آزاده با گذاشتن عکس خود در بارداری دوم در کنار فرزند خردسال و همسرش از روند تغییر خود به عنوان هدف و استراتژی‌های کسب آن این‌گونه گزارش می‌دهد: «روزی که این عکس رو می‌گرفتم دقیق یادمه، غربت.. دو تا بچه شیر به شیر.. تنهایی.. اضافه‌وزن.. ندانستن زبان جدید و هزاران هزار چالش که پشت صورت آروم و لبخند همیشگیم جا خوش کرده بود.. پر بودم از حس‌های مختلف که همسری، مادری و مهاجرت برام به ارمغان آورده بودن.. اهداف بزرگی تو سرم داشتم؛ تموم کردن زبان سوئدی، گرفتن گواهینامه، گذروندن دوران دبیرستان، شروع دانشگاه و انتخاب شغلی که بهش علاقه داشته باشم.. یادمه یکی از اولین قدم‌های مهم زندگیم تو اون روزها کنترل وزنم بود.. برای خودم برنامه ریختم که کی چی و چقدر بخورم و صبحها شروع کردم به ورزش. سعی کردم از یک‌ساعتی به بعد دیگه مسواکه رو بزوم و آشپزخونه رو تعطیل کنم..

یواش یواش اندازه شدن لباس‌ها هم بهم حس خوبی میداد و تشویقم میکرد، تأییدی به اینکه راه و روشم درسته و برای من جواب میده.» (آزاده)

این اراده به تغییر با گام‌های کوچک در راستای توجه به خود و نیازهای فردی و تلاش در جهت ارضای آن به تدریج رخ می‌دهد. از نظر شب‌نم این ترک روزمرگی است که تغییر را به تدریج حاصل می‌سازد. خصوصاً در فاصله گرفتن از الگوی عرفی همسری و مادری که وقفی تمام و کمال درزمینه وقت و انرژی از زن می‌طلبد: «برای نسل ما که از مادرامون وقف شدن رو زیاد یاد گرفتیم، از اول سخت بوده که همیشه یک تکه کوچیک از زندگی رو به خودمون اختصاص بدیم! اما به روزی به خودمون می‌ایم و به قول پابلو نرودا میبینیم واقعا به آرامی آغاز به مردن کردیم. چون روزمرگی رو تغییر ندادیم، تغییر برای هرکس یک شکل متفاوت تعریف شده. من؟ من با یک فنجان قهوه کنار طنین قشنگ نفس‌های عمیق نیوان توی سکوت خونه، روزمرگی رو می‌کشم و هر روز با یه تمرین جانانه خودمو به چالش می‌کشم، به همین سادگی» (شب‌نم).

۴.۱.۵ سرمایه فرهنگی و تلاش جهت افزایش آن

کاربران زن حرفه‌ای اینستاگرام از سطوح مختلف سرمایه فرهنگی برخوردارند و به نمایش این برخورداری می‌بالند. معرفی کتب ارزشمند از جمله کتب ادبیات کلاسیک، کتب فلسفی نه به زبان ساده، کتب روانشناسی، گزارش مشاهده تئاترهای روی صحنه، شرکت در کلاس‌های روانشناسی به‌ویژه فرزندپروری و معرفی فیلم‌های سینمایی فاخر بین‌المللی از جمله شاخص‌های برخورداری از سرمایه فرهنگی در میان آنان است. شب‌نم برخی فیلم‌های مستند یا فیلم‌های سینمایی را با ارائه توضیحاتی معرفی می‌کند، شیرین از برخی تئاترهایی که می‌بیند پست تصویری می‌گذارد، مونا مشغول نوشتن کتابی درباره آشپزی است و در صفحه اینستاگرام خود از کتابش می‌گوید، همچنین مسابقه کتاب‌خوانی در صفحه‌اش می‌گذارد. به‌علاوه میزان تحصیلات و نیز برخورداری از ذوق هنری به‌ویژه در خصوص شیرین و نعیمه بیانگر ابعاد ساحت‌های وجودی آنان به عنوان یک کنشگر است.

۲.۵ جهان مایی

ارتباطات فرد با دنیای بیرون خود بیش و پیش از هر چیز با اعضای خانواده‌اش است. از آنجا که همگی این زنان متأهل هستند رابطه همسر و در خصوص آنانی که مادر هستند

رابطه با همسر و فرزند دومین قلمرو از جهان آنان را تشکیل می‌دهد. این درحالی است که خانواده در جامعه معاصر شاهد تغییرات شگرفی بوده. به بیان گیدنز این تغییرات هم جایگاه و نقش را درنور دیده و هم ذات روابط قدرت را متحول ساخته است: «امروزه در کشورهای غربی و بطور فزاینده‌ای در کشورهای دیگر جهان، خانواده دیگر یک واحد اقتصادی نیست، بلکه مجموعه‌ای از پیوندها است که بیشتر بر اساس ارتباط و خصوصاً ارتباط عاطفی شکل گرفته است... همچنین ساختار قدرت تغییر یافته و روابط افقی میان زن و مرد جای روابط عمودی را گرفته، این هرم ساختار جدیدی به خانواده‌ها بخشیده که راه آن را از خانواده سنتی جدا می‌سازد (گیدنز، ۱۳۹۰: ۱۲۳). با این توضیح می‌توان ارزش‌های اطلاع‌رسانان در دنیای روابط چهره به چهره و مستقیم را در مقولات ذیل دسته‌بندی کرد:

۱.۲.۵ همسرداری

همسرداری به معنای مهارت برقراری ارتباط صحیح و مؤثر با همسر است که زنان کنشگر در این تحقیق به آن گرایش داشته، همسرداری را ارزش می‌شمرند. کاربرد این مهارت در گروه شناخت توانایی‌ها، استعدادها و نیازهای طرفین بر مبنای پذیرش تفاوت‌ها و تشابهات است، زنان ممارست خود را به این مهم این‌گونه گزارش داده‌اند؛ آزاده درباره همراهی شوهرش می‌نویسد: «خیلی چیزارو تو زندگی‌م مدیونتم. خدا سایهت رو همیشه بالای سر ما حفظ کنه بزرگمرد زندگی من. همیشه گفتم بازم می‌گم، خوشبخت مطلق وجود نداره، زندگی بدون بن‌بست، سربالایی و مشکلات وجود نداره، اختلاف سلیقه و دلخوری تو همه رابطه‌ها هست، این زندگی‌های رویایی و پرآب‌وتابی که تو دنیای مجازی می‌بینیم که همیشه همه‌چیز گل و بلبله فقط یه سرابه... زندگی واقعی رنگ و شکله فرق میکنه، دردهاشو با استخون میشه حس کرد و سختی‌هاش تا ابد روی روح آدم ردپا میندازه. قدر زندگی و داشته‌هاتون رو بدونین و بخاطر حرف بقیه خرابش نکنین» (آزاده).

«خووب روزمون مبارک خانم‌های خفن. یه زن میتونه همه چیزو با هم داشته باشه بدون اینکه در ارزشش تأثیری بذاره، میشه یه همسر عاشق و همراه باشی و باعث دلگرمی همسرت باشی، میشه قوی و مستقل باشی و بهش آرامش بدی، میشه سخت‌کوش و بااراده باشی و باعث افتخارش باشی، و با همه اینا میتونی یه مادر نمونه هم باشی. یه زن میتونه تو همه این ابعاد قوی باشه بدون اینکه هیچکدوم از این جنبه‌های شخصیتش به دیگری خدشه‌ای وارد کنه. قوی و زیبا و خفن باشید» (شبنم).

و همچنین در این راستا به معرفی مهارت‌های زندگی نیز پرداخته‌اند: «یه وقتایی خانوما از این ناراحت میشن که چرا همسرشون وقتی بیرونه یه مدت طولانی بهشون زنگ نزده و وقتی زنگ زد؛ تا گوشی را جواب داد کلی غر و طعنه میزنن. میدونی به جاش تا گوشی را جواب داد چی بگی؟ که تأثیرش هم خیلی بیشتر باشه. بگو: وای عزیزم خیلی خوشحال شدم که زنگ زدی؛ حالت چطوره؟ همسرتون خودش انقدر شرمنده میشه که توضیح میده، و سعی میکنه جبران کنه» (مونا).

۲.۲.۵ باورهای برابرخواهانه شوهر و همراهی او

نکته قابل تأمل آن است که بر اساس روایتی که این زنان از زندگی مشترکشان می‌دهند، آشکارا می‌توان سیطره ارزش‌های برابرخواهانه را در خانواده این زوج‌های جوان لمس کرد. به عبارت دیگر شوهران این زنان با باور به ارزش‌های برابری جنسیتی و حمایت از همسران و نیز عدم ایجاد محدودیت‌ها و موانع، مسیر آنان را برای تحقق فردیت آنان در قالب کنشگر هموار می‌سازند. این امر به عنوان تغییری اجتماعی در پژوهش‌های جامعه‌شناختی دیده شده^۲ و می‌توان دید تعدیل ساختار قدرت و اهمیت به خواسته‌های فردی طرفین بر کیفیت زندگی زوجین تأثیرات مثبتی دارد. شبنم می‌نویسد: «من بهترین و پایه‌ترین همسر دنیا رو دارم. حضور تو توی زندگی من بهترین اتفاق زندگیم بود، ازت خیلی چیزها یاد گرفتم، خیلی چیزارو با صبر و آرامش بهم یاد دادی، بعدش بهم میدون عمل دادی تا نتیجه‌اش رو ببینی و باز هم راهنماییم کردی و تشویقم کردی، تو برام فقط یه همسر نیستی، بهترین دوست، همراه، خانواده، استاد هستی. تو بهم ایمان و اعتقاد داشتی که من تونستم خودمو پیدا کنم و اون چیزی که امروز هستم باشم. خداروشکر می‌کنم بخاطر داشتنت» (شبنم).

نعیمه می‌نویسد: «یکی از مشکلات عمده، مادر دست تنها بودن دو تا پسر شیطون بود، البته که من تنها نیستم یه شوهری دارم که همه جوره همراهم و کمک حالمه... این دوره کلاسی که من رفتم خیلی سخت بود زمانش طولانی بود تا آخر شب سر کلاس بودم. چون مسیرش دور بود و با اتوبوس و قطار نمی‌شد، همسرم مجبور می‌شد با بچه‌ها منو ببره و با بچه‌ها ۴، ۵ ساعت پشت در کلاس توی ماشین منتظر من میشد یا بعضی اوقات نزدیک کلاس بچه‌ها رو می‌گردوند که من پیام تا ساعت ۱۱ شب!! خلاصه پشت سر هر مرد موفق زن موفق هست و برعکسش. مرسی همسر عزیزم» (نعیمه).

۳.۲.۵ مادری و فرزند پروری

مادری در معنای فرزندآوری و فرزندپروری در زندگی این زنان ارزش دانسته می‌شود. همگی آنان بجز مونا دارای دو فرزند هستند. با درج تصاویر متعدد فرزندان خود به آنها می‌بالند و در گزارش خود از زندگی روزمره به تناوب از فرزندآوری و فرزندپروری سخن می‌گویند.

شیرین گوشه‌هایی از فرزندآوری را این‌گونه روایت می‌کند

«وقتی مادر میشی فارغ از همه کارهای دنیا به آدم دیگه میشی. شبا تا صبح بیداری ولی روزها خسته نیستی... انگار خدا بهت قدرتی مضاعف داده بعد از نه ماه انتظار و حمل جنین بجای خستگی، پر از انرژی و پرنشاطی... ماجرای مادر شدن شبیه درد عشقی کشیده‌ام که مپرسه.. چرا؟ چون نه میشه خوب خوابید مثل همیشه.. نه میشه خوب خورد.. گلاب به روتون روم به دیوار، وای این دستشویی رفتن هم یه سریال ۹۰ قسمتی واسه خودش» (شیرین).

او در جای دیگری از مادری به عنوان ارزشی فاخر یاد کرده و در وصف آن می‌نویسد: «وقتی مادری از هیچ‌کس توقع نداری بهت بگه خسته نباشی، خدا قوت، دست‌م‌ریزاد، ایول، دستت درد نکنه... ولی اگه یه نفر فقط یه نفر بهت بگه که چقدر قدر کاراتو میدونه همه دنیا رو به پاش میریزی... وقتی مادر میشی! بزرگ میشی، یاد میگیری واسه خاطر بچه‌ت غرورت رو زیر پا بذاری و تو دعواها با همسرت کوتاه بیای... یاد میگیری سکوت کنی... به دروغ بخندی و بگی همه‌چیز رو به‌راهه... وقتی مادر میشی خدا بهت نگاه ویژه‌ای میکنه چه نعمتی از این با شکوه‌تر؟! حس مادری رو نمیتونی برای هیچ‌کس تعریف کنی... فقط باید بگی من مادرم شما درک نمی‌کنید من چه اندازه خوش‌بختم، مغرورم و به خودم می‌بالم» (شیرین).

جنبه مهم دیگر مادری، فرزندپروری است. با توجه موضع‌گیری این زنان در قبال ارزش مادری، نقد آشکار شیرین به زنانی که صرفاً از مادری به فرزندآوری بسنده می‌کنند، دور از انتظار نیست:

«بعضی مامانای هم سن و سال خودم رو میبینم که حتی سرکار نمیرن و تو خونن، ولی بچشون همش مهد هست و موقعی هم که بچه خونست حوصلش رو ندارن، یه گوشه یا تبلت میدن دستش که کار به کارشون نداشته باشه یا میبرن میزرن خونه مامانشون. نمیگم مهد بده، اصلاً. ولی هر چیزی به اندازهش... یه بچه از مادرش مهارت زندگی یاد می‌گیره که

تو مهد یادش نمی‌دن... وقتی حوصله بچه نداری، خوب چرا این ظلم رو هم به خودت می‌کنی هم به بچت؟ مادر بودن اینجوری به چه درد بچه می‌خوره؟! چرا تو جامعه جافتاده که همه خانوما باید مادر بشن؟ مگه الکیه؟!» (شیرین).

فرزندپروری مستلزم شناخت و هوشیاری همه‌جانبه نسبت به فرزند، ابعاد شخصیتی نیازها و درعین‌حال چگونگی برقراری ارتباط مؤثر است. نعیمه با پخش ویدئوهایی از فرزندانش در حال فعالیت‌های موردعلاقه، اهمیت خلاقیت در زندگی روزمره کودکان را نشان می‌دهد و در جایی دیگر با روایت امر ساده بستن بند کفش از شناخت نیاز کودک، شکست‌ها و راه‌حل‌ها سخن می‌گوید و در نتیجه مادری را به عنوان ارزشی بنیادین با کارکردهای پیچیده مطرح می‌سازد: «یه چند وقت بود فارس به دلیل اینکه دلش می‌خواست بند کفشاشو خودش ببندد همیشه مدرسه دیر میشد از اون به بعد هم ناامید شده بود که واای چقدر سخته بستن کفش واسه همین رفتم کش خریدم بند کفش و عوض کردم کش زدم که از این به بعد خیلی راحت بدون نگرانی که دیر نشه مدرسه یا اعتمادبه‌نفس فارس پایین نیاد و بدون خودش هم می‌تونه کارش رو انجام بده» (نعیمه).

شیرین از مهارت فعالیت مشارکتی به عنوان استراتژی تعاملی خود در برقراری رابطه سازنده با کودکش حکایت می‌کند: «مهم اینکه خودش هم ترجیح می‌ده با من باشه... کلی کارها رو با هم انجام میدیم... از خرید کردن، پهن کردن لباسای شسته رو رخت‌آویز، گل‌ها رو آب دادن و مرتب کردن خونه با کلی بازی، شیر چای خوردن عصرگاهی به همراه کتاب داستان خوندن» (شیرین).

فرزندپروری علاوه بر آموزش دانش و مهارت آن‌چنان‌که متداول است، از نظر زنان کاربر اینستاگرام مستلزم آموزش مهارت‌های زندگی به کودکان نیز هست. شیرین درباره اهمیت امر آموزش می‌نویسد:

«متأسفانه ما تو ایران انقدری که به درس و مشق اهمیت میدیم و نمره گرفتن برامون مهمه، که مهارت زندگی به بچه‌هامون یاد نمیدیم، یاد نمیدیم که باید زحمت بکشیم. ای کاش از بچگی اینو بهمون یاد بدن...مهارت زندگی یادمون بدن...تا خیلی چیزهایی که اصلاً بدردمون نمی‌خوره» (شیرین).

۳.۵ روابط آن‌هایی

قلمرو سوم حیات این زنان، قلمرو روابط آن‌ها با اجتماع است. این سومین بعد از حیات اجتماعی، مجموعه روابطی را دربردارد که متکی بر تجربه غیرمستقیم ارتباط با افراد یا با ساختارهای اجتماعی گسترده‌تر است. ویژگی آن این است هر چه در این روابط جلوتر می‌رویم، انسان‌های موجود در آن‌ها غیرشخصی‌تر و ناشناخته‌تر می‌شوند. از این نظر این زنان همچون سایر کنشگران عموماً با نمونه‌هایی از اجتماع در ارتباط‌اند و بر اساس شناخت جاری از چگونگی وقوع تعامل با نمونه‌های نوعی روابط ثابتی را به عنوان طرح‌واره‌های ذهنی پذیرفته‌اند. گزارش آنان از دیگری برای مخاطبانی که هرگز شاید تعاملی با آن دیگری مشخص نداشته و یا نخواهند داشت برحسب استمرار نسبی روابط، نوعی تجربه ذهنی را متبادر می‌سازد.

در اینجا به توصیف عناصر و مفاهیم محوری ارائه شده از سوی این کاربران حرفه‌ای از این قلمرو می‌پردازیم تا نشان دهیم کدام ارزش‌های سبک زندگی بیان و ترویج می‌شوند.

۱.۳.۵ مشارکت‌پذیری اجتماعی و سیاسی

مشارکت در معنای اعم کلمه عبارت‌است از سهیم بودن و شرکت در یک فعالیت اجتماعی. آلن بیرو می‌نویسد: «مشارکت به معنای سهیمی در چیزی یافتن و از آن سود بردن یا در گروهی شرکت جستن و بنابراین با آن همکاری داشتن است. به همین دلیل از دیدگاه جامعه‌شناسی باید بین مشارکت به عنوان حالت یا وضع (امور شرکت کردن) و مشارکت به عنوان عمل و تعهد (عمل مشارکت) تمیز قائل شد» (بیرو، ۱۳۸۰: ۲۵۷).

از این منظر به نظر می‌رسد زنان کاربر مورد پژوهش در این تحقیق با ترویج مشارکت‌پذیری به عنوان یک ارزش در تلاش‌اند تا با ترغیب و تشویق‌های مختلف مخاطبان جهت مشارکت در امور متفاوتی چون امور مدنی و خیریه، امور اجتماعی و نیز امور سیاسی، مشارکت‌مندی را به عنوان یکی از ارزش‌های اصلی سبک زندگی خود معرفی کنند. در این روند آن‌ها از تجارب ذهنی سخن می‌گویند که برای مخاطبان آشنا است و از همین موضع است که به دنبال جلب نظر آنان به مشارکت هستند.

حفاظت از محیط زیست و توصیه به رعایت نظافت و پاکیزگی در طبیعت، حمایت از کودکان کار از طریق پست‌های آگاهی‌رسانی از نمونه فعالیت‌های مشارکت اجتماعی این زنان و تبلیغ کمپین‌های مربوط به امور خیریه و نیز برنامه‌های مؤسسات و بازارچه‌ها در این

راستا است. از جمله مشارکت‌های مدنی این زنان محسوب می‌شود. به‌علاوه مشارکت در امور سیاسی از جمله شرکت در انتخابات، به عنوان یک ارزش از سوی برخی از این زنان دانسته و با عبارات صریح و روشنی چون «سلام، رفتین رأی بدین؟» (مونا) در ساعات صبحگاهی، در روز رأی‌گیری یا عکس سلفی شب‌نم با خواهر و همسر در حوزه انتخاباتی نشان از گرایش این زنان به مشارکت سیاسی دارد.

آزاده درباره یکی از موضوعات بحث‌برانگیز انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۶، افراد را به مطالعه و تبادل اطلاعات در جهت آگاهی‌رسانی تشویق می‌کند «ازتون می‌خوام این آموزش و سند ۲۰۳۰ رو اونجور که متوجه شدین، راجع بهش خوندین و نتیجه‌گیری تون به نظر خودتون هم عاقلانه و منطقی میاد برای من و بقیه هم توضیح بدین» (آزاده).

زنان معروف اینستاگرامی از سرمایه‌نمادین بالایی برخوردارند و به همین دلیل مورد توجه دست‌اندرکاران سیاسی نیز هستند. به عنوان مثال شیرین پستی در این مورد در صفحه خود قرار داده‌است:

«جونم براتون بگه که در خدمت مدیرکل دفتر فرهنگی وزارت کار بودیم که سرورش خان رو به عنوان سفیر سخت‌کوشی و خیر جمعی انتخاب کردن. همکاری من و سرورش در این (کمپین) پروژه فرهنگی و خیر جمعی این خواهد بود که به معرفی شغل‌های مختلف، ارزش و تأثیرگذاری که این مشاغل در جامعه ما دارن پردازیم» (شیرین)

همچنین تمام زنان کاربر حرفه‌ای این تحقیق به نحوی از روز جهانی رفع خشونت علیه زنان در پست‌هایشان صحبت می‌کنند.

۲.۳.۵ مدیریت مصرف

مصرف همان‌قدر که مقوله‌ای اقتصادی است مقوله‌ای فرهنگی و اجتماعی نیز می‌باشد و از این رو نقش مهمی در سیاست هویت افراد بازی می‌کند. بورديو استدلال می‌کند که چگونه گروه‌های خاص، به‌ویژه طبقات اجتماعی-اقتصادی، از میان انواع کالاهای مصرفی، انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند. در این مطالعه می‌بینیم شبکه‌های مجازی بستری ایجاد کرده‌اند که این زنان خواه‌ناخواه شیوه خاصی از مصرف را که دارای ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه و کارکردگرایانه را در میان مخاطبان بسط دهند؛ شیوه‌ای که مدیریت فاعلانه کانون اصلی آن است. در

روزگار کنونی، رژیم‌های غذایی، سبک شخصی در مصرف تبدیل به ویژگی‌های همگانی زندگی روزمره درآمده است.

نعیمه آشکارا به عنوان طراح لباس بر سبک شخصی هر فرد تأکید دارد: فراموش نکنید که شما آزادی که هر چه دوست دارید بپوشید. تا وقتی که شما ست لباس خود را دوست داشته باشید، نظر دیگران چه اهمیتی دارد؟

«یکی از توصیه‌های جدی در زمینه مد داشتن استایل شخصی است. استایل شخصی همان‌طور که از نام آن پیداست به سلیقه شخصی هر فرد در لباس پوشیدن ارتباط دارد و می‌تواند اسپرت، مینیمال، خانمانه، راحتی، دانشجویی و ... باشد» (نعیمه)

مصرف غذا و پوشاک از جمله مهم‌ترین فعالیت‌های اجتماعی است که به عنوان مؤلفه‌ای مهم ذیل مقوله عادات غذایی و سبک زندگی افراد مطرح می‌شود. زنان مورد پژوهش با پرداختن به عادات روا یا ناروای غذایی زنان بر حسب دوره زندگی از جمله بارداری، شیردهی و امثال آن در حقیقت با مؤلفه مهم دیگر سبک زندگی آن‌ها یعنی تناسب اندام، بُردار مثبتی در مختصات الگوهای سبک زندگی ترسیم می‌کنند که حامل توضیحاتی آگاهی‌بخش است. برخی از آن‌ها با توجه به زمینه تخصصی خود پیشنهادهایی دارند. بطور مثال مونا و شبنم که به شکلی تخصصی به ورزش می‌پردازند رژیم‌های غذایی خاصی ارائه می‌دهند. معرفی محصولات غذایی از جمله «دتاکس واتر»، «برنج قهوه‌ای» و رژیم‌های غذایی همچون خام گیاهخواری از جمله این اطلاع‌رسانی‌ها است که زنان کاربر حرفه‌ای ما بدان پرداخته‌اند.^۳ معرفی وعده‌های غذایی کم کالری و طرز پخت و تهیه آن‌ها تلاشی در جهت تنظیم و الگودهی عادات غذایی از سوی این زنان است. توجه به عادات غذایی کودکان از طریق معرفی کتب راهنما، گام دیگری در راستای شکل‌دهی به سبک زندگی خانواده محسوب می‌شود.

دومین بعد مصرف، مصرف انرژی و مواد و مشتمل بر معرفی روش‌ها و راهبردهایی به منظور بهینه‌سازی انواع و اشکال مختلف انرژی است. صرفه‌جویی، جلوگیری از هدر رفتن مواد و انرژی، ممانعت از ایجاد هزینه‌های مازاد در این راستا و مدیریت دورریزها از جمله روش‌های مدیریت مصرف محسوب می‌شود.

شیرین درباره پرهیز از اسراف و مدیریت مصرف علاوه بر نکوهش، پیشنهادهایی دارد: «شما حتماً شنیدین که میگن پیشگیری بهتر از درمانه؟ بیاین مواظب باشیم خودمون، خانوادمون و اجتماعمون آلوده به ویروس اسراف نشه. این ویروس خانمانسوزه و بی

رحمه، شخصیت فردی و زندگی ما رو تخریب می‌کنه. همه ما می‌تونیم با مراقبت و دقت تو نحوه و میزان مصرف‌مون از گسترش این آلودگی جلوگیری کنیم ... هر کدبانوی با خرد و هنرمندی برای جلوگیری از اسراف و متعادل نگه‌داشتن مصرف خانوادش ترفندهای جادویی و رندانه خاص خودش رو داره. سفره‌هام رو با مواد ساده قابل دسترس و سعی می‌کنم با هرچه تو خونه داریم درست کنم و فقط چیدمان و ظروف شاید چشم نوازش کنه... معمولاً پنیر و زیتون، خیار و گوجه‌های باقی‌مانده رو سالاد یونانی درست می‌کنم و همراه شام خورده میشه... راستی چند وقت پیشا هم طرز تهیه دلمه از برنج اضافه مونده مهمونی رو گذاشته بودم» (شیرین).

نعیمه نیز از تغییر لباس از جمله تبدیل شلوار جین به دامن یا تزئین لباس‌های قدیمی برای استفاده مجدد صحبت می‌کند و پیشنهادهایی را مطرح می‌کند.

تفکیک زباله یکی دیگر از اشکال مدیریت دورریزها است: شیرین با درج «در ضمن ما تو خونمون تفکیک زباله داریم و به محیط زیست اهمیت میدیم» به توضیح مقوله‌بندی زباله می‌پردازد.

۶. جمع‌بندی

برخلاف گذشته امروز زنان ایرانی فرصت و اقبال زیادی در بروز و نمود خود به عنوان یک کنشگر اجتماعی یافته‌اند و امکان آن را دارند تا از شبکه‌های مجازی برای بیان عمومی و مفصل روایت زندگی زنانه خود استفاده کنند. آن‌ها از کنش ارتباطی علاوه بر تبادل پیام برای نشان دادن سیاست هویتی و سبک زندگی کمک می‌گیرند. آسیب‌هایی همچون ناامنی در فضای مجازی^۱ یا عدم احساس امنیت زنان در فضای مجازی^۲ که در تحقیقات گذشته به آنها پرداخته شده کم‌تر جلوه می‌کنند و یا فضای مجازی صرفاً دارای کارکرد سرگرم‌کننده برای زنان نیست بلکه آنان همچون کاربران حرفه‌ای، قواعد کنش ارتباطی در فضای مجازی را می‌دانند و از مجال ایجاد شده برای تبادل معنا با جمع کثیری بهره می‌گیرند. برخورداری از سرمایه فرهنگی، ذوق هنری و نیز هیجان ایجاد روابط اجتماعی متکثر خصوصاً با هم‌جنسان در کنار توانایی انتقاد (حتی به خود) به آنان کمک می‌کند تا از فضای اینستاگرام برای صورت‌بندی و عرضه آگاهی و ارزش‌ها بهره‌گیرند؛ ارزش‌هایی که گاه شیوه مطلوب تفکر و کنش را در جامعه ترویج می‌سازد و به عنوان راهنمایی در انتخاب و

تحقق نقش‌ها عمل می‌کند، گاه نظم موجود را به چالش می‌کشد و گاه با آفرینش نظمی جدید همبستگی به ارمغان می‌آورد.

این شبکه‌ها علاوه بر منافع کم و بیش اقتصادی که عاید صاحب صفحه، یا در مواردی امور خیریه می‌کند، نوعی جریان‌سازی در فضای غیررسمی اما مسلط زنانه ایجاد می‌کنند. تعداد دنبال‌کنندگان تنها مؤید این امر نیست. بلکه صفحات همه زنان مورد مطالعه و مشابهان آنها بر روی مخاطب عام گشوده، امکان تبادل پیام را داشته و در چارچوب نظرات هر پست به خلق معانی و ایده‌ها در جهان عیان منجر می‌شود. اینستاگرام زنان را در موقعیت «خود-ارتباط جمعی» قرار می‌دهد و انتشار ایده‌ها و معانی را در ابعاد وسیع تسهیل می‌کند. درحالی‌که فضای رسانه‌های جمعی و رسمی بر حسب سیاست‌های فرهنگی، به چهره‌ها و کنش‌ها و نظرات مشخصی اجازه پخش می‌دهد، این زنان با ظاهر دلخواه خود (محجبه و یا با پوشش آزاد و بدون پوشش مرسوم) خلوت زنانه خود را بر حسب معیارهای اخلاقی پذیرفته‌شده و نه بر حسب معیارهای فرهنگی بر حسب ظاهر و پوشش مرسوم بروز می‌دهند. بنا به گفته کستلز، زنان در نشر تصاویر و محتوا نوعی خودآفرینی در محتوا، خودنظارتی در نشر محتوا، و خودانتخابی در پذیرش را دنبال می‌کنند و در عین حال آزادی عمل خود را در انتخاب سبک زندگی در چارچوب قواعد به رخ می‌کشند. با پابندی به ارزش‌های مادری و همسرمداری سبک‌های جدیدی از روابط عاطفی در خانواده ایرانی را نشان می‌دهند که نسبت به گذشته برابرگرایانه‌تر و زن‌مدارتر است. با این حال جهان اجتماعی روزمره آنان بعنوان یک جهان بین‌الذهانی تحت سیطره ساختارهای از پیش موجود، حاوی ارزشهای مسلط جنسیتی است که در آن مردان جایگاه ویژه و البته بالادستی دارند. این زنان از مدخل ارزش‌های محوری چون خانواده‌گرایی و حفظ روابط و تعلقات مربوطه از جمله تعهد به همسر و فرزندان به خودآفرینی می‌پردازند. این مهم از امور ساده و روزمره‌ای چون چیدن سفره یا میز غذا گرفته و یا همراهی کودکان تا بیان روش‌ها و تکنیک‌های خاص خانه‌داری و فرزندپروری مشهود است. با این همه هدف این پژوهش کشف ارزش‌های محوری این زنان در ارتباط با سبک زندگی بود؛ ارزش‌های مستتری که بطور شورانگیزی دارای جذابیت‌های برخاسته از لایه‌های طبقه متوسط رو به بالا و بالا بوده و به‌منزله دعوتی برای سایر زنان به‌ویژه زنان جوان طبقه متوسط محسوب می‌شود.

همچنان که آمد و به تأسی از مبانی پدیدارشناسانه شوتس می‌توان ارزش‌های محوری آنان را در سه ساحت دسته‌بندی کرد: الف- بازاندیشی، زنانگی، اراده به تغییر و تلاش جهت برخورداری از سرمایه فرهنگی به عنوان ارزش‌های دنیای فردی آنان ب- همسررداری، باورهای برابرخواهانه شوهر و مادری به عنوان ارزش‌های دنیایی مایی و ج- مشارکت‌پذیری و مدیریت مصرف به عنوان ارزش‌های دنیایی آن‌هایی این زنان شناخته شد. به وضوح می‌توان دید هرچند ارزش‌ها تباری دیرین دارند اما در معنا با تغییرات گاه محتوایی و گاه منشی، امکان زندگی لذت‌بخش و شوق‌انگیز برای آنان را فراهم آورده و از این جهت خصلتی خودانتخابی به سبک زندگی آنان می‌دهند. درعین حال به نظر می‌رسد این پژوهش توانسته با نشان دادن اهمیت شبکه‌های مجازی زنان نظر علاقه‌مندان را برای مطالعات آتی از زوایای متفاوت بر اساس نوع نگاه، کمیت و کیفیت متون اینستاگرامی زن نوشته جلب کند.

پی‌نوشت‌ها

۱. رضایی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه خود درباره ساخت خود زنانه در فیس بوک مدعی‌اند: برخلاف کلیشه‌های جنسیتی رایج که زنان را احساساتی، مطیع، منفعل، وابسته و جذاب نشان می‌دهد آنان به شیوه‌های مختلف خود را فعال، مستقل، قدرتمند و متقصد شرایط اجتماعی موجود نشان می‌دهند.
۲. نتایج تحقیقی نشان می‌دهد: «تجربه‌های مشارکتی زنان در امور خانوادگی بدون اعمال قدرت یک جنبه از سوی مردان، عرصه را برای افزایش قابلیت‌های آنها به منظور مشارکت هر چه بیشتر در اجتماع فراهم آورده است. بطوریکه مردان واگذاری حدی از قدرت مطلقه خود را در خانواده به زنان کاملاً پذیرفته و خود نیز در امور داخلی خانه که بطور سنتی مخصوص زنان بود، مشارکت فعال دارند» (ساروخانی و دودمان، ۱۳۹۴: ۱۰۷)
۳. بطور مثال دیتاکس از سوی نعیمه، شیرین و مونا در پست‌های مجزا معرفی شده‌اند.
۴. مورد بررسی در تحقیق «چالش‌های تعامل اجتماعی زنان ایرانی در فضای مجازی (از دید زنان فعال در فضای مجازی)» نوشته امیرمسعود امیرمظاهری، اعظم ایرانشاهی (۱۳۸۹).
۵. «مسائل اجتماعی زنان در اینترنت» نوشته اعظم راورداد (۱۳۸۴).

زنان از سبک زندگی می‌گویند؛ مطالعه ارزش‌های محوری در صفحات ... ۱۷۱

کتاب‌نامه

- افشار، سیمین. میرمحمدتبار، سیداحمد. پیرحیاتی، نرگس. اقبالی، سمیه (۱۳۹۵). «شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت شخصی مدرن دختران و زنان شهر تهران». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. فصل پاییز، دوره بیست و سوم، شماره ۳ (پیاپی ۸۷)، صص ۱۵۷-۱۳۷
- امیرمظاهری، امیرمسعود. ایرانشاهی، اعظم. (۱۳۸۹). چالش‌های تعامل اجتماعی زنان ایرانی در فضای مجازی (از دید زنان فعال در فضای مجازی). فصلنامه مطالعات رسانه‌ای. فصل بهار، دوره پنجم، شماره ۸، صص ۹۵-۱۱۸
- باتلر، جودیت (۱۳۸۵). معضل جنسیتی، امین قضاوی، تهران: پچواک.
- برگر، پ. ال. ب. و هاسترفید، ک. (۱۳۸۱). ذهن بی‌خانمان، نوسازی و آگاهی، محمد ساوجی، تهران: نی.
- تنهایی، ابوالحسن، (۱۳۹۱). بازشناسی تحلیلی نظریه‌های مدرن جامعه‌شناسی؛ مدرنیته در گذار، تهران: نشر علم.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم، نشر نی.
- راوودراد، اعظم. گیشنیزجانی، گلنار. (۱۳۹۶). «گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای کاربران ایرانی شبکه اجتماعی اینستاگرام». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. فصل تابستان، دوره سوم، شماره ۱۰، صص ۳۰۴-۲۵۹ (۶۶ صفحه)
- راوودراد، اعظم. (۱۳۸۴). «مسائل اجتماعی زنان در اینترنت». فصلنامه ارتباطات و فرهنگ. فصل بهار، دوره دوم، شماره ۲، صص ۷۳-۹۲
- رشیدی، صادق. صبورتزاد، زهرا. (۱۳۹۴). «ستارگان سینما و هویت آنلاین؛ مطالعه نشانه‌شناختی بازسازی مفهوم ستارگی پس از اینترنت (مطالعه موردی تصاویر منتشر شده در اینستاگرام الناز شاکردوست)». مطالعات رسانه‌های نوین. فصل پاییز، دوره اول، شماره ۳، صص ۲۰۰-۱۶۵
- رضایی، محمد. خلیلی اردکانی، محمدعلی. ظابطیان، بهرنگ. (۱۳۹۴). «حیات فیس‌بوکی در ایران: ساخت خود زنانه در فیس‌بوک». مجله مطالعات رسانه‌های نوین. فصل بهار، دوره اول، شماره ۱، صص ۵۹-۴۶ (۱۳ صفحه)
- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۸). آناتومی جامعه، شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جرج. (۱۳۸۱). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ ششم، تهران: نشر علمی.
- زنجان‌زاده، هما. (۱۳۳۷). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی عمومی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- ساروخانی، باقر. دودمان، لیلیا. (۱۳۹۴). «ساختار قدرت در خانواده و تاثیر آن بر مشارکت اجتماعی در شهر شیراز». مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. دوره اول، پیش شماره اول، صص ۱۲۹-۱۰۵

سیاسی راد، فرزانه. بیچرانلو، عبدالله. (۱۳۹۶). «الگوی به کارگیری راهبردهای سواد حریم خصوصی آنلاین؛ مطالعه موردی کاربران دختر اینستاگرام». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. فصل پاییز، دوره دهم، شماره ۳۹، صص ۱۵۱-۱۲۵

سیف‌اللهی، سیف‌اله. شاطری، پروانه. (۱۳۹۴). «نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی (مورد مطالعه: دختران و زنان دانشجوی دانشگاه های تهران در سال ۱۳۹۲)». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. فصل بهار، دوره هشتم، شماره ۲۶، صص ۴۴-۲۷

کریمی منجرمویی، یزدان. فرهمند، مهناز. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه بین فناوری‌های نوین ارتباطی و بازاندیشی هویت دینی جوانان شهر تهران». فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق). فصل پاییز، دوره ۱۲، شماره ۱، صفحات ۸۰-۵۹

گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۰). پیامدهای مدرنیته. ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ ششم، تهران: نشر مرکز. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ناصر توفیقیان، تهران: نی.

مجیدی قهرودی، نسیم. آذری، فاطمه. (۱۳۸۹). «بررسی نقش اینترنت در ارتقای جایگاه زنان». پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. پاییز و زمستان، دوره اول، شماره دوم، صص ۱۰۹-۸۷

موید حکمت، ناهید (۱۳۹۵). سرمایه فرهنگی، درآمدی بر رویکرد نظری و روش‌شناسی بیوردیو، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

Adams, M. (2006) Hybridizing Habitus and Reflexivity: Towards an understanding of Contemporary Identity? *Sociology*, No. 40 (3), P511-528.

Allan, S. (2007). "Citizen journalism and the rise of Mass Self-Communication: Reporting the London bombings". *Global Media Journal*, 1(1), 1-20.

Borgatta, Edgar & Marriell. *Encyclopedia of Sociology*, New York: Macmillan.

Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Feather, Norman. (1975) *Value in Education and Society*.

García-Montes, J. M., Caballero-Munoz, D., & Perez-Alvarez, M. (2006). "Changes in the self resulting from the use of mobile phones". *Media, Culture & Society*, 28(1), 67-82

Julien, H. (2008). Content analysis. *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*, 2, 120-122.

Levinson, P. (2009). *New media*. Boston: Allyn & Bacon.

Mckee, J. (1969). *Introduction to Sociology*, Holt Rinehart & Winston Inc.