

(مقاله پژوهشی)

گفتمان‌های دین رسانه‌ای شده‌ی زنانه در اینستاگرام فارسی

محمدجواد غلامرضا کاشی^۱، زهرا اردکانی فرد^{۲*}

چکیده

شبکه‌های اجتماعی امکانی برای ظهور و شنیده شدن صداهایی است که پیش از این امکانی برای پدیدار شدن نداشتند. در این مقاله، نشان داده‌ایم که یکی از فرصت‌های پدیدآمده توسط شبکه‌های اجتماعی، ظهور دین زنانه است. زنان پیش از این کمتر امکان صحبت کردن از دین- در مقام وعظ، نصیحت، تبیین و تفسیر- را داشتند، اما از طریق این شبکه توانسته‌اند به‌طور گسترده درباره‌ی دین و باورهای دینی خود تولید محتوا کنند. دین زنانه البته یک‌سخت و صدا نیست. صوفی از دین به روایت زنان وجود دارد. اما می‌توان این‌همه را در یک تابلو مشاهده کرد و براساس نقاط مشترک میان آن‌ها از ظهور فرصتی تازه در جامعه‌ی ایران سخن گفت. نشان داده‌ایم که بیانگری زنان در حیات دینی به مدد رسانه‌های جدید، نهاد سنتی دین را در یک موقعیت تازه قرار داده است. به‌رغم چالش‌هایی که برای آن فراهم کرده، فرصت‌هایی بی‌بدیل برای تداوم آن پدید آورده است. در همان حال، در تعدیل و ممانعت از گسترش فضای دین‌ستیزی ایفای نقش کرده و بسیاری از غایبات مطلوب روشنفکران دینی را در عمل تحقق بخشیده است. این تحقیق به بررسی دین رسانه‌ای شده‌ی زنانه، که در اینستاگرام تولید می‌شود، می‌پردازد و گفتمان‌های موجود در روایت‌های زنان ایرانی از دین را توصیف و تحلیل می‌کند. برای این منظور پنج صفحه اینستاگرامی با استفاده از روش تحلیل گفتمان فرکلاف بررسی شده‌اند. نتایج از وجود یک ساختار زنانه‌ی دینی خبر می‌دهند که با سه شاخصه‌ی جست‌وجوی تک‌بودگی، به زندگی و تولید آموزه‌های تازه در حوزه‌ی دین تشخیص گفتمانی فراخوان پیدا می‌کند.

کلیدواژه‌ها

اینستاگرام، بیانگری، تحلیل گفتمان، دین، دین رسانه‌ای شده، دین رسانه‌ای شده‌ی زنانه، دین زنانه، زبان رسمی دین.

javadkashi@gmail.com

z.ardekani@gmail.com

۱. دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۲۱

مقدمه

رسانه‌های اجتماعی به‌منزله اشکال جدید و آزادتر رسانه‌ها امکان شنیده‌شدن صداهای متفاوتی را ایجاد کرده‌اند؛ صداهایی که پیش از این مستقیماً امکان بروز و شنیده شدن نداشته‌اند. زنان به دلیل نقش‌های جنسیتی سنتی که برای آن‌ها تعریف شده اغلب در حوزه خصوصی و در خانه تعریف شده‌اند. آن‌ها حضوری کم‌رنگ در حوزه عمومی داشته (بهرامی برومند، ۱۳۹۹: ۱۴) و کمتر دیدگاه‌ها و آرایشان در مورد موضوعات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مطرح می‌شده است. اما رسانه‌های شدن نقش‌های سنتی زن و مرد را تغییر می‌دهد. با ادغام سیستم‌های اطلاعاتی در رسانه‌های الکترونیکی تغییر در برداشت‌ها از جنسیت رخ داده است (میروویتز^۱، ۱۹۸۶: ۱۸۸). از این رو، زنان امروز از امکان برابری که رسانه‌های اجتماعی جدید برای خودابرازی به آن‌ها داده استفاده می‌کنند تا بتوانند مسائل و دیدگاه‌های خود را ارائه کنند. طبق آمار سایت statista، در ژانویه ۲۰۲۱ زنان ۵۰/۸ درصد کاربران شبکه اینستاگرام را تشکیل می‌دهند (استاتیستا^۲، ۲۰۲۱). شبکه اینستاگرام به‌منزله یک رسانه بصری که تمرکز آن بر زندگی روزمره، هویت و سبک زندگی است با علایق زنان سازگار است و آن‌ها در این رسانه حضوری پررنگ دارند. در ایران نیز، مانند اغلب کشورهای جهان، زنان سهم بیشتری از تعداد کاربران اینستاگرام را به خود اختصاص داده‌اند (کلاته، ۱۳۹۹).

دین نیز اغلب صدایی مردانه داشته است. موعظه‌گران، سخنرانان، شارحان، مفسران و فقیهان همگی مرد بودند و کمتر روایت زنان از دین بر منابر رسمی و رسانه‌های اصلی دین شنیده شده است. اما رسانه‌های دیجیتال جدید، که ساختارهای قدرت را متفاوت با ساختارهای قدرت سنتی شکل می‌دهند، به زنان امکان بیان روایت‌ها و آرای دینی‌شان را داده‌اند. افزایش رسانه‌ای شدن دین می‌تواند نقش سنتی زنان را، که اغلب در نهادهای سنتی مانند کلیساها، مساجد و کنیسه‌ها نادیده گرفته می‌شد، تغییر دهد و امکانات آن‌ها برای ارائه دین در فضاهای عمومی را افزایش دهد (لووهیم^۳، ۲۰۱۶).

از این رو، رسانه‌های جدید، مانند اینستاگرام، وضعیت تازه‌ای هم برای زنان و هم برای دین رقم زده‌اند. دین در عصر شبکه‌های اجتماعی متأثر از رسانه و جنسیت دچار تغییرات و چالش‌هایی است. در این موقعیت، با نوعی دین رسانه‌ای شده، که از سوی زنان روایت، عرضه و در حوزه عمومی توزیع می‌شود، مواجهیم. در این تحقیق، به دنبال کشف، توصیف و تحلیل گفتمان‌های موجود در روایت‌های دینی زنان ایرانی در رسانه‌های جدید هستیم تا از این طریق به فهم تغییرات و مختصات دین در شرایطی که دین رسانه‌ای و زنانه شده است دست یابیم.

1. Meyrowitz
2. statista
3. Lövheim

این تحقیق پاسخ به دو سؤال را برعهده دارد: گفتمان‌های دین رسانه‌ای شده‌ی زنانه در اینستاگرام فارسی کدام است؟

چارچوب نظری

در این مقاله، با ارتباط میان دو تحول در حوزه‌ی دین سروکار داریم: رسانه‌ای شدن و زنانه شدن دین. چارچوب مفهومی ما باید نسبت میان این دو را مطالعه کند. صاحب‌نظران تأثیر رسانه‌ای شدن دین بر کم‌وکیف نهادها و باورهای دینی را چطور ارزیابی می‌کنند و از آنچه در این زمینه تولید شده چه امکانی برای تحلیل و ارزیابی تحولات ناشی از رسانه‌ای شدن دین در ایران به دست خواهد آمد.

رسانه‌ای شدن دین به تازگی مورد توجه مطالعات رسانه‌ای قرار گرفته است. سؤال اصلی در این زمینه عبارت است از: دین در فضای رسانه بیانگر تحولی در مسیر تحولات نهادهای سنتی دین است یا اینکه شبکه‌های مجازی خود بسترساز مسیری تازه برای تجربه‌ی حیات دینی به شمار می‌روند؟ پاسخ به این سؤال سرشت زنانه شدن دین در فضای رسانه را بیان می‌کند. استیگ هاروارد از تحول نهادهای سنتی دینی سخن می‌گوید. به همین واسطه نیز، نام نظریه خود را رسانه‌ای شدن دین نهاده است؛ درحالی‌که استوارت هوور (۲۰۰۶) به گشوده شدن بستری تازه و بی‌ارتباط با دین اشاره دارد و نظریه خود را رسانه‌ای شدن معنا خوانده است. از منظر هاروارد، رسانه‌ای شدن دین بخشی از فرایند تدریجی سکولار شدن جامعه مدرن است، زیرا به تضعیف نهادهای دینی می‌انجامد و فاعلان تازه را جایگزین سلسله‌مراتب نهادی دین تاریخی می‌کند. آیین‌ها، عبادات، عزاداری و جشن‌ها، همگی، فعالیت‌هایی هستند که پیش‌تر بخشی از دین نهادینه شده محسوب می‌شدند، اما اکنون تا حدودی به تصاحب رسانه‌ها درآمده‌اند. برای به دست آوردن درکی جامعه‌شناختی از نقشی که رسانه‌های مدرن در دین ایفا می‌کنند، تأکید بر این مسئله حائز اهمیت است که رسانه‌ها فقط به بازنمایی و گزارش مسائل دینی نمی‌پردازند، بلکه ایده‌ها و اقتدار نهادهای مذهبی را تغییر می‌دهند (هاروارد، ۱۳۹۹: ۱۵۸-۱۵۹). به نظر استیگ هاروارد رسانه‌ای شدن دین نوع تازه‌ای از دین نیست، بلکه وضعیت جدیدی است که در آن قدرت تعریف دین و عمل به آن تغییر کرده است (همان: ۲۴). رسانه تنها مجرای نیست که چیزی از طریق آن ظهور کند، بلکه خود آن نیز می‌تواند تغییراتی در محتوا به وجود آورد و درواقع رسانه مبتنی بر فرهنگی است که در جامعه وجود دارد و از طریق آن فرهنگ، دین را بازتولید می‌کند (فرهنگی و جامع، ۱۳۸۹: ۱۵۴). رسانه‌ها به عنوان کانال‌ها، زبان‌ها و محیط‌ها باعث ایجاد تغییرات در مقدار، محتوا و جهت پیام‌های دینی در جامعه می‌شوند و درحالی‌که بازنمایی دین را تغییر می‌دهند، اقتدار نهادینه شده‌ی ادیان را به چالش می‌کشند و جایگزین می‌کنند؛ لذا از منظر هاروارد دین نمی‌تواند جدا از رسانه‌ها مطالعه شود.

دین نهادی است که از طریق فرایند «رسانه‌ای شدن»، به طور فزاینده‌ای از منطبق حاکم بر رسانه‌ها تأثیر می‌گیرد (هاروارد^۱، ۲۰۰۸). رسانه‌ها از طریق فرایند رسانه‌ای شدن در چند سطح بر دین اثر می‌گذارند و آن را تغییر می‌دهند. آن‌ها بر اقتدار نهاد دینی، محتوای نمادین روایت‌های دینی، باور و اعمال دینی تأثیر می‌گذارند. هاروارد با بهره‌بردن از نظریه جاشوا میروویتز، سه شیوه مختلف تأثیرپذیری دین از رسانه‌ها را مطرح می‌کند:

۱. رسانه به مثابه زبان: در نظر گرفتن رسانه‌ها به مثابه زبان بیانگر آن است که دین بر اساس گونه‌های فرهنگ عامه چارچوب‌بندی می‌شود. دین از طریق زبان فرهنگ عامه در رسانه‌ها هر چه بیشتر به سمت سرگرمی و تأمین علایق مصرف‌کننده متمایل شده است و به‌طور کلی رهیافت‌ها از دین شخصی‌تر شده است.

۲. رسانه به مثابه محیط: در این حوزه، توجه بر نهادهای رسانه‌ای مختلف و رابطه آن‌ها با دین خواهد بود؛ مثلاً مطبوعات چاپی موجب اشاعه اندیشه‌های علمی در جامعه شدند و نظارت کلیسا بر دسترسی افراد به متون دینی را تضعیف کردند. در حالی که رسانه‌های شبکه‌ای علاوه بر نقش تأمین اطلاعات، هم‌زمان به مهم‌ترین راویان خود جامعه نیز تبدیل شده‌اند.

۳. رسانه به مثابه مجرا: در این موضع، رسانه‌ها توزیع‌کننده انواع مختلف بازنمایی‌های دینی هستند. از این طریق، رسانه‌ها به منبعی مهم از اطلاعات و تجربه‌های مربوط به دین بدل می‌شوند. به‌طور کلی رسانه‌ها سه نوع مختلف دین را توزیع می‌کنند: رسانه دینی، روزنامه‌نگاری درباره دین و دین معمولی و عادی (هاروارد، ۲۰۱۵: ۱۳).

استوارت هوور معنای مذهبی را به‌منزله نوع خاصی از معنای فرهنگی در نظر می‌گیرد. او با بیان اینکه دین آن‌گونه که در نگاه سنتی تلقی می‌شود محدود به رویدادهای مقدس نیست، دین را بخشی از فرهنگ می‌داند که تصویر قابل قبولی از نظام حاکم بر هستی ارائه می‌دهد. بنابراین، دین و فرهنگ تفکیک‌ناپذیرند (لوندبی^۲، ۲۰۱۲: ۲۳۰) و به‌طور خاص بحث درباره دین دیجیتال به توجه اساسی به دین در پرتو فناوری دیجیتال نیاز دارد. زمانی که اعمال مذهبی و فرهنگ دیجیتال باهم مواجه می‌شوند، فضای سوم پدید می‌آید و این زمینه سیال و ترکیبی به منطبق‌های جدید و ظهور اشکال جدیدی از ساخت معنا نیاز دارد. دین دیجیتال یک حوزه فرهنگی متمایز عمل مذهبی را نشان می‌دهد که منحصر به فرد است، اما با اشکال دیگر دین مغایر نیست. بنابراین این‌گونه فهم از دین دیجیتال این امکان را برای کارشناسان فراهم می‌آورد که با در نظر گرفتن این مسئله که اعمال مذهبی آنلاین بیان ضروری دین در فرهنگ معاصر است، گفتمان‌های پیشین که به دین آنلاین نگاهی ساده دارند و آن را صرفاً به‌منزله نوآوری رخ داده در فضای رسانه‌ای تلقی می‌کنند، کنار گذاشته شود (کمبل^۳، ۲۰۱۳: ۴). با

1. Hjarvard
2. Lundby
3. Campbell

توجه به حوزه در حال رشد رسانه‌های دیجیتال شخصی در فرایندهای ساخت معنای زندگی روزمره نسبت به سایر رسانه‌های موجود، رسانه‌های دیجیتال جدید می‌توانند سبب تغییر رفتار افراد و حتی شکل‌گیری رفتار باشند (سیف‌علی و فهیمی‌فر، ۱۳۹۷).

کم‌وکیف بحث جنسیت و دین یا زنانه‌شدن دین در فضای رسانه از دو رویکرد یادشده تبعیت می‌کند. اگر سخن از سکولارشدن دین در فضای رسانه است، زنان عاملان اقتدارزدایی از سازمان‌های سنتی دین به حساب می‌آیند. اما اگر دیدگاه هوور مدنظر باشد، دین زنانه در فضای رسانه سنخ تازه‌ای از تجربه معنوی را گشوده‌اند. تحولات جهانی گاهی با الگوی نخست و گاه با الگوی دوم تطابق دارند. گاه واقعیت را باید ترکیبی از هر دو دانست. در این پژوهش، باید وضعیت ایران را موضوع مطالعه قرار دهیم و با وضعیت‌های یادشده نسبت‌سنجی کنیم.

ارتباط میان جنسیت و دین در تلاش‌های نظری فمینیست‌ها ریشه دارد. آن‌ها اعتقاد داشتند موضوع جنسیت و دین باید مورد توجه خاص قرار گیرد و فهم عادت‌ها و نمادهای دینی بدون توجه به تجربه متکی بر جنسیت زنان و مردان امکان‌پذیر نیست. آن‌ها بر این باورند که ادیان نهادهایی قدرتمندند که نقش‌های جنسیتی را در جامعه شکل می‌دهند. نه تنها چگونگی شرکت زنان و مردان را در فعالیت‌های مذهبی تعریف می‌کنند، بلکه نقش‌های جنسیتی اختصاص داده‌شده به آن‌ها را در جامعه نیز مشروعیت می‌بخشند و تقویت می‌کنند. بنابر تعابیر فمینیستی، ادیان عموماً برای حمایت از دیدگاه‌های پدرسالارانه جامعه درباره نقش‌های زنان و مردان به کار گرفته می‌شوند و از تبعیض علیه زنان بر پایه جنسیت حمایت می‌کنند. بر همین اساس، انتقاد از ادیان سنتی برای درک و بررسی رابطه دین و جنسیت یکی از مسائل مهم مطالعات دینی و اجتماعی از سوی فمینیست‌هاست (هاروارد، لووهیم، ۲۰۱۲: ۳۲).

مطالعات انجام‌شده در دنیای غرب نشان می‌دهند زنان تمایل پیدا کرده‌اند درباره ادیان فکر کنند، آموزه‌های آن را ارزیابی و روابط موجود در آن‌ها را نقد و بررسی کنند. وودهد (۲۰۰۳) بیان می‌کند زنان خداوند را موجودی بخشنده، مهربان و دوست‌داشتنی می‌دانند و دین خود را مبتنی بر نوعی روابط عاشقانه و دوستانه درک می‌کنند و براساس همین روابط نیز کنش‌های اجتماعی خود را انجام می‌دهند. از این رو یکی از جنبه‌های رویکرد فمینیستی در حوزه الهیات، ارائه نوعی تجسم زنانه از حکمت الهی است. فمینیست‌ها ویژگی‌های زنانه خداوند را مفاهیمی الهام‌بخش برای زنان معاصر می‌دانند (وودهد^۱، ۲۰۰۳: ۷۸-۷۹). یکی از رویکردهای جدیدی که از سوی فمینیست‌ها در حوزه الهیات مطرح شده، ایده «زنانه‌شدن دین» است. در این دیدگاه، بیش از اینکه خداوند جبار و قهار باشد، مظهر عشق و مهربانی است. زنانه‌شدن دین موجب تغییر نقطه ثقل ادیان به سوی حوزه‌های عاطفی است. روابط غیر ابزاری نظیر عشق، حقیقت و محبت را قوت می‌بخشند. به تعبیر اندیشمندان در آیین مسیحیت باورهای قهرآمیز و زورمندانه

جای خود را به اندیشه‌های صلح‌طلبانه زنان و مبتنی بر نمادهای ارتباطی داده است. زنانه‌شدن دین می‌تواند عناصر به‌ظاهر ناسازگار در آیین مسیحیت، دنیای مدرن و سایر اشکال دینی را با حربه عشق و محبت به یکدیگر مرتبط کند. همچنین، زمینه‌ساز ظهور متنوع‌تر و منعطف‌تر ادیان در دنیای معاصر می‌شوند (موحد، ۱۳۸۶: ۲۵۷). فمینیست‌های ذات‌گرا، که بر تفاوت‌های ذاتی مردان و زنان و درعین‌حال برتری اخلاقی- فرهنگی زن بودن به‌منزله یک روش زندگی تأکید دارند، منتظر حیات مجدد اسطوره عصری طلایی هستند که در آن مادرسالاری حاکم بوده است (وودهد، ۲۰۰۳: ۳۲۹-۳۳۰). همچنین، بر این باورند که با مرتبط‌ساختن تاریخ، فرهنگ و زیست‌شناسی با یکدیگر عصر جدیدی مبتنی بر محوریت ارزش‌های زنان و آمیختگی آن‌ها با طبیعت ظهور می‌کند؛ دینی تازه مبتنی بر الهه‌های زنانه که سازگار با ارزش‌های زیست‌محیطی خواهد بود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۳۹-۲۴۰).

داگلاس (۱۹۷۸) مفهوم زنانه‌شدن دین امریکایی را در ارتباط با مسئله خصوصی‌شدن دین توضیح می‌دهد. وی بیان می‌کند زنانه‌شدن نه به خصوصی‌شدن، بلکه با خانگی‌شدن همانند است. از رسمیت افتادن کلیساها در امریکا به محدودشدن قلمروی فعالیتشان به قلمروی خصوصی و خانگی منجر شد. باعث شد زنان عاملان عمده در این قلمرو شدند و مسیحیت متناسب با کارکردها و نیازهای اجتماعی تازه بازسازی شد. داگلاس استدلال می‌کند این مسئله به «احساساتی‌شدن» دین منجر شده است. توسعه ایده زنانه‌شدن دین نه برحسب خصوصی‌شدن، بلکه برحسب «ارتباط» امکان‌پذیر است. زنانه‌شدن دین می‌تواند روابط غیرابزاری مبتنی بر عشق، صداقت و توجه به دیگری را قوت ببخشد. شواهد زیادی وجود دارد که زنان و حتی مردان گرایش دارند دین را برحسب توانایی‌اش در حفظ و اعتباربخشیدن به اشکال «رابطه غیرابزاری» مورد ارزیابی و تأمل قرار دهند. حتی در اغلب اوقات، دین حقیقی را با همین مفاهیم تعریف می‌کنند (موحد، ۱۳۸۶: ۱۵۱-۱۵۲). در مطالعه اوزوراک، زنان اذعان کرده‌اند که خدمت به دیگران جزئی اساسی از عمل دینی است. وارنر در پژوهش خود دریافت یکی از ویژگی‌های مهم دین برای مخاطبانش توانایی آن در حفظ اجتماع محلی و همچنین فراهم‌آوردن شکل خاصی از سرمایه اجتماعی بود. این شکل رو به افزایش دین عاطفی، ارتباطی و زنانه است (همان: ۱۶۳).

زنانی که در نهادهای اولیه آموزش، کار و غیره جایگاهی برای خود دست و پا کرده‌اند و تحت عنوان برابری با مردان کار می‌کنند، گرایش زیادی به اشکال مساوات‌طلبانه‌تر دین دارند. بیشتر ادیان جهان جناح‌های لیبرالی دارند که نه تنها تمایز شدیدی میان خدا و انسان، مردان و زنان و والدین و فرزندان قائل نمی‌شوند، بلکه این سلسله‌مراتب را بیش از پیش کمرنگ می‌کنند. چنین ادیانی گرایش‌های انسان‌دوستانه‌ای دارند، هم به این معنا که بر ارزش موجودات انسانی و پیوند طبیعی و ذاتی انسان با خدا تأکید می‌کنند و هم به این معنا که به

جای تأکید بر آنچه انسان‌ها را از یکدیگر متمایز می‌کند، بر ویژگی‌های مشترک همه‌ی موجودات انسانی تأکید دارند. هر دو ممکن است برای زنان بسیار مطلوب باشد: مورد اول به این دلیل که حرمت آن‌ها را به گونه‌ای بالا می‌برد که ادیانی که فقط به تأیید الوهیت مردان می‌پردازند قادر به انجام آن نیستند. دوم اینکه به این دلیل که به آن‌ها اجازه می‌دهد در موقعیتی برابر با مردان رقابت کنند. به علاوه، اشکال لیبرال دین به شدت اخلاقی و ارتباطی هستند. اعمال خیرخواهانه، به‌ویژه کمک به هم‌نوع، مهم‌تر از اصول جزئی دین در نظر گرفته می‌شود. لذا چنین ادیانی تنش کمتری بین دین و دیگر قلمروهای حوزه‌ی حیات مدرن، به‌ویژه برای زنان، ایجاد می‌کنند.

روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق، برای انجام‌دادن تحلیل از روش تحلیل گفتمان فرکلاف استفاده شده است. گفتمان از دیدگاه فرکلاف دربردارنده‌ی متن و شناخت‌های اجتماعی تولید و تفسیر متن است. فرکلاف گفتمان را در سه سطح بررسی می‌کند: ۱. گفتمان به‌مثابه‌ی متن؛ ۲. گفتمان به‌مثابه‌ی اعمال گفتمانی و کنش متقابل میان تولید و تفسیر متن؛ ۳. گفتمان به‌مثابه‌ی زمینه‌ی متن به معنای روابط کنش‌های گفتمانی و بسترهای اجتماعی، سیاسی، تاریخی و فرهنگی است (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۹۶-۱۶۸). به همین ترتیب، الگوی سه‌لایه‌ی فرکلاف برای تحلیل گفتمانی جنبه‌های ذیل را دربرمی‌گیرد: اول جنبه‌ی «متن» که تحلیل زبان‌شناختی و تحلیل بینامتنی را شامل شده و گفتار، نوشتار، نمادهای بصری یا ترکیبی از همه‌ی این موارد را دربردارد. جنبه‌ی دوم «کردار گفتمانی» که شامل تولید و مصرف متون می‌شود و جنبه‌ی سوم «کردار اجتماعی» که ابعاد سیاسی و فرهنگی هر رویداد ارتباطی را دربرمی‌گیرد (فرکلاف، ۱۹۹۵). او سه مرحله‌ی توصیف، تفسیر و تبیین را برای تحلیل گفتمان انتقادی مطرح می‌کند. تحلیل در مرحله‌ی اول به برجسبدهی ویژگی‌های صوری متن اکتفا می‌کند و متن را به‌مثابه‌ی یک شیء در نظر می‌گیرد و در مرحله‌ی دوم، تحلیل گفتمان به تحلیل فرایندهای شناختی شرکت‌کنندگان و تعامل بین آن‌ها می‌پردازد. مرحله‌ی تبیین نیز ارتباط میان رویدادهای اجتماعی (تعاملات) با ساختارهای اجتماعی را بیان می‌کند.

برای این منظور در چارچوب روش‌شناسی فرکلاف می‌توان از ابزارهای گوناگونی برای تحلیل استفاده کرد. در این مقاله، در سطح توصیف از بررسی واژگان دال بر معانی ارزشی، تعیین جملات کانونی و در سطح تفسیر از نظم گفتمانی و میان‌متنیت (میان‌گفتمانی) و در سطح تبیین از نظریات اجتماعی استفاده کرده‌ایم.

برای اعتبارسنجی داده‌ها در پژوهش‌های تحلیل گفتمان می‌توان از روش «انسجام» استفاده کرد. به این معنا که از مدعاهای تحلیل انتظار می‌رود گفتمانی منسجم را تشکیل دهند و بخش‌های مختلف تحلیل باهم هماهنگ باشند (جلیلی، ۱۳۹۲: ۲۰۸). در این تحقیق، تلاش

شده گفتمان‌های منسجمی از دین رسانه‌ای شده زانه ارائه شود و این یافته‌ها بتواند به نمایی کلی از این امر دست یابد. راه دیگر تعیین اعتبار تحلیل گفتمان «سودمندی» آن تحلیل است. به هنگام ارزیابی سودمندی یک تحلیل بیشتر به توان تبیینی آن چارچوب تحلیلی از جمله توان ارائه تبیین‌های جدید توجه می‌شود (همان). این تحقیق نیز سعی کرده تبیین‌هایی نو درباره دین زانه‌شده در بستر رسانه‌های جدید در ایران ارائه کند. «شفافیت» داده‌ها نیز در زمینه اعتباربخشی به یافته‌ها مفید است، لذا مدعیات باید به گزیده‌ها و نقل‌قول‌ها از متن بررسی شده پیوند یابد (همان). این امر نیز در گزارش یافته‌های این تحقیق لحاظ شده و نقل‌قول‌ها و بخش‌هایی از متن دقیقاً ذکر شده است.

نمونه‌گیری

نمونه‌گیری در اینستاگرام، برخلاف شبکه اجتماعی مانند توئیتر که براساس هشتگ می‌توان در آن سرچ کرد و جامعه آماری تحقیق را به دست آورد، بیشتر بر جست‌وجو و پرس‌وجوهای فردی برای یافتن جامعه آماری مبتنی است. برای این منظور و جست‌وجوی نمونه‌ها، پژوهش‌گر در صفحه اینستاگرامی شخصی خود از مخاطبان خواست صفحات اینستاگرامی زانی را که در حوزه دین می‌نویسند معرفی کنند. تعداد ۷۳۲ نفر در این درخواست مشارکت و صفحاتی را معرفی کردند که پس از بررسی صفحات معرفی شده، موارد تکراری و غیرمرتبط حذف شدند و ۷۳ صفحه کاملاً مرتبط با موضوع تحقیق به دست آمد. این ۷۳ صفحه اینستاگرامی، که صاحبان آن زنان بودند و با رویکرد دینی می‌نوشتند، به‌عنوان جامعه هدف تحقیق در دسترس قرار گرفت. سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند با استراتژی حداکثر گونه‌گونی^۱ انتخاب نمونه انجام شد. پنج نمونه که سیاق آن‌ها با یکدیگر بیشترین تفاوت را داشت به‌عنوان نمونه‌های تحقیق انتخاب شدند. در انتخاب نمونه علاوه بر استراتژی حداکثر اختلاف یا گونه‌گونی، از معیار فالوئر^۲ (دنبال‌کننده) بیشتر نیز استفاده شد. افراد با فالوئر زیاد در اینستاگرام اینفلوئنسر^۳ نامیده می‌شوند. اینفلوئنسرها افراد تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی هستند که قدرت اثرگذاری بر مخاطبانی را که آن‌ها را دنبال می‌کنند دارند (اردکانی‌فرد و رضوی‌زاده، ۱۴۰۰: ۶۸). در این تحقیق، زنان اینفلوئنسر یا تأثیرگذار که در حوزه دین فعال‌اند به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. مشخصات این نمونه‌ها در جدول ۱ نشان داده شده است. تعداد دنبال‌کننده‌های این صفحات مربوط به زمان انجام تحقیق است.

-
1. maximum variation
 2. follower
 3. influencer

جدول ۱. مشخصات نمونه‌ها

ردیف	آدرس صفحه اینستاگرام	تعداد دنبال‌کننده
۱	Zeinab_mahboobi	۴۴,۶ هزار
۲	Mehrnaz.fathi	۲۵,۲ هزار
۳	mahdieh_almhm	۴۸,۵ هزار
۳	moonlight.remo	۱۹,۱ هزار
۵	fatemedadashi	۲۱,۶ هزار

یافته‌ها

جاشوا میروویتز رسانه‌های جدید را بستر به صحنه آمدن زبان‌های بیانگر مخاطبانی می‌داند که پیش‌تر امکان ظهور نداشته‌اند. زبان دین در ایران، مانند همه‌ی جوامع دیگر، با سیطره‌ی جهان مذکر نهادینه شده بود. آنچه بود با سیاست و ایدئولوژی‌های قرن بیستم نیز ترکیب شد و سرشت مذکر فهم استعاره‌ها و مفاهیم دینی را مضاعف کرد. ایدئولوژی‌های مدرن، به‌خصوص در قرن بیستم، با فهمی غایت‌مدار از جامعه، امکان تأسیس یوتوپیاها در همین دنیا، سازماندهی اردوگاهی اجتماع سیاسی و تصویری سراسر متعهد از حیات اجتماعی همراه بودند. آرمان‌های بزرگ در عرصه‌ی سیاست زمان را خطی می‌کرد و همه‌چیز را در جهت پیشبرد غایات تاریخی موجه پنداشت. فرد به یک لحظه در یک فرایند تاریخی از پیش طراحی شده تبدیل شد و زمان با ریتمی حماسی و پیش‌رونده از ظهور چشم‌اندازهای آرمانی خبر داد. حاصل تخفیف و تحقیر زندگی روزمره و خصلت زنانه آن بود. دین، همانند دیگر موارث تاریخی، به هیزماهای یک لوکوموتیو پیش‌رونده تبدیل شد و زنان این فرصت را نداشتند تا نیاز به حراست، تداوم، انطباق با منطق زندگی و طبیعت را زبانی کنند و در جهت تقلیل فشار آن روایت مردانه عمل کنند. در یک وضعیت فرضی طبیعی، زبان با تجربه‌زیسته‌ی فردی و جمعی درمی‌آمیزد. آنچه گفته و شنیده می‌شود، در نسبت با تجربه‌های ملموس و زیسته است. اما در وضعیت واقعی، زبان با ساختارهای قدرت در نسبت قرار می‌گیرد و بخشی از تجربه‌های زیسته فاقد قدرت بیانگری باقی می‌مانند. در چنین وضعیتی، ذهنیت عام اجتماعی توسط ساختارهای زبانی درهم‌تافته با قدرت اشغال می‌شود و نسبت زبان با بخش‌های مهمی از تجربه‌های زیسته از دست می‌رود؛ اتفاقی که مولد وضعیتی شکننده است. زبان قدرت ارتباطی خود را از دست می‌دهد و به ساختاری بیرونی، بیگانه، شیئیت‌یافته و شکننده تبدیل می‌شود؛ اتفاقی که در سال‌های جدید میان زبان رسمی تبلیغات سیاسی و دینی در ایران روی نموده است. سخن به جای آنکه شنیده شود، مقاومت ایجاد می‌کند. به جای آنکه وضعیتی ارتباطی پدید آورد، مولد گسیختگی و جدایی است.

رسانه‌های جدید وضعیتی تازه پدید آورده‌اند. بخش‌هایی از تجربه‌های فاقد قدرت بیانگری فرصتی برای ظهور و بیانگری پیدا کرده‌اند. مهم‌ترین مصداق این سخن زنان‌اند. زنان، با

بهره‌گیری از فرصت فضاهای مجازی، زبان را در پیوند با تجربه‌های زیسته جنسیتی خود دگرگون کرده‌اند و از غلظت فضای تک‌ذهنی زبان دین کاسته‌اند. نکته جالب توجه در این زمینه، فقدان یک فضای تقابل رادیکال با ساختارهای رسمی کلام دین است. چنان‌که مشاهده خواهیم کرد، حضور زنان در فضای مجازی، تا جایی که به حوزه دین مرتبط می‌شود، شامل تداوم، گفت‌وگو و تولید فضای گسترش و غنای ساختارهای زبانی موجود است، نه امحا و انکار تام آن. این در حالی است که گشودگی فضای مجازی، در سایر موارد، مولد تقابل‌های رادیکال با زبان دین و سیاست شده است. با توجه به یافته‌های پژوهش، صفحات متعلق به زنان در حوزه دین را می‌توان به سه گروه تقسیم کرد: تداوم‌بخش زبان رسمی، گشودن بسترهای تازه بیانگری و در گفت‌وگو با زبان رسمی دین.

در تداوم زبان رسمی

بخشی مهم از صفحاتی که زنان در فضای مجازی گشوده‌اند تداوم‌بخش زبان رسمی است. این روایت براساس صفحه اینستاگرامی «فاطمه داداشی» انجام شده است. او همسر شخصیتی روحانی است و مطابق با بسیاری از محتواهای تولیدشده، با ساختارهای کلام اسلام سیاسی مطابقت تام دارد. اگر به پست‌های سیاسی‌اش اکتفا شود، به طور کامل با همراهی دین و سیاست موافقت دارد، «منطبق کردن شرایط فعلی بر شرایط زمان ائمه» یکی از مبانی اوست و از اصل «کافی بودن قوانین دین برای اداره جامعه» حمایت می‌کند. جملات کلیدی پست‌های وی عبارتند از: «قوانین و احکام اسلامی صحیح و کافی‌اند»، «احکام صادره از حکومت فعلی مطابق احکام دینی اسلامی است»، «مخالفت با احکام صادره حکومتی مخالفت با قوانین و احکام دینی است»، با استناد به این جملات، می‌توان محتواهای تولید شده توسط او را کاملاً مطابق با ساختارهای زبان رسمی به حساب آورد. جدول ۲ جملات کانونی سه پست^۱ وی را به نمایش گذاشته است:

جدول ۲. مرحله توصیف نمونه اول

شماره پست	واژگان دال بر معانی ارزشی	جمله کانونی
پست شماره ۱	دشمنی با قصاص- هشتگ اعدام نکنید- حیات	کسانی که هشتگ اعدام نکنید می‌زنند، با اصل قصاص و حیات دشمنی می‌کنند.
پست شماره ۲	هم‌سطح شدن با مخاطب- جذب حداکثری	برای آنکه حکومت اسلامی جذب حداکثری بکند، باید با مخاطب هم‌سطح شود.
پست شماره ۳	تحلیل سیاسی- امیرالمومنین(ع)	همان‌طور که در زمان امامان افراد با نداشتن تحلیل سیاسی امام را مظلوم کردند، الان هم برای جلوگیری از این مسئله باید تحلیل سیاسی داشت.

۱. post: هر عکس یا ویدئویی که در اینستاگرام آپلود شود، یک پست اینستاگرام محسوب می‌شود.

به نظر می‌رسد که نگارنده دین را در پیوند با سیاست تعریف می‌کند. پیش‌فرض او آن است که اقدامات حکومت براساس دین و احکام دینی است که افراد باید با قدرت تحلیل تاریخی و سیاسی آن را درک کنند. به‌طور کلی، می‌توان گفت این گفتمان به دنبال خلق سوژه‌ای است که درک درستی از دین سیاسی دارد و حکومت اسلامی را تبلور احکام دینی و قرآنی می‌داند. سوژه‌ای که سیاست را از مسیر دین فهم می‌کند. آیا از شواهد یادشده می‌توان استنباط کرد که نظم کلامی او کاملاً تداوم‌بخش کلام رسمی است؛ به‌طوری که جنسیت در آن بلاموضوع است؟ واقع این است که چنین نیست. نقش‌آفرینی جنسیت از همان معرفی سایت تمایزات خود را خواسته یا ناخواسته بارز می‌کند. در معرفی خودش می‌نویسند: «یه مامان/ فیزیک‌خواننده فلسفه‌خوان/ پرسش‌گر بی‌امان/ و آنچه نیستم همان/ دانشگاه علامه طباطبایی» معرفی می‌کند. ممکن است تعبیری نظیر پرسش‌گر بی‌امان و آنچه نیستم همان، کلیشه‌های متعارف به نظر برسند، اما مطالعه پست‌هایش بیانگر آن است که عبارات ذکرشده از حد کلیشه‌های متعارف فراترند. در پرتو جوانب زنانه کلامش می‌توان معنای «پرسش‌گر بی‌امان و آنچه نیستم همان» را بهتر دریافت.

ساختارهای مذکر کلامی با شاکله‌های روان‌شناختی زنان ناسازگارند. بنابراین، مولد خواست تمایز در میان آنان خواهند شد. تأکید بر ناهمسانی محوری فوق‌العاده قدرتمند در محتوای کلامی اوست. هر جا که بیان ایشان به زندگی روزمره نزدیک می‌شود، سوژه تمایزخواه نگارنده قوت بیشتری نیز پیدا می‌کند. جملاتی نظیر «هر انسانی با ویژگی‌های منحصر به فرد خلق شده و قرار نیست همه انسان‌ها مسیری واحد طی کنند»، «ما میان انبوهی از موقعیت‌های اطرافمان گم شده‌ایم»، «تعریف کردن رسالتی واحد برای انسان‌ها اشتباه است»، این خصیصه در کلام وی، در فهم حوزه سیاست نیز مؤثر می‌افتد؛ به‌طوری که مولد یک سوژه تلویحاً انتقادی از کلام رسمی در میان پست‌های سیاسی‌اش می‌شود: «حکومت اسلامی باید جذب حداکثری داشته باشد.» بر این مبنای دعوت به پذیرش کثرت در جامعه اسلامی یکی از مضامین تکراری اوست. اوج این خواست تمایز در پستی بارز می‌شود که گزارش مصاحبه‌ای احتمالاً کاری است:

دیروز جایی مصاحبه داشتم. مصاحبه‌کننده ازم پرسید: الگوی شما تو زندگی کیه؟ گفتم خودم...! مصاحبه‌کننده که انگار جا خورده بود گفت یعنی چه خودت؟ پدر، مادر، معلم، دوست، و... گفتم کسی بیرون از خودم نمی‌تونه الگوی من باشه. چون هیچ‌کس شرایط و روحیاتی که من دارم رو نداره... چون همه باهم فرق داریم... مصاحبه‌گر پرسید پس چطوری ایدئال تعریف می‌کنی؟ گفتم ایدئال برای من اینه که بهترین خودم باشم...

این خودبودگی الزاماً با مفهوم ذره‌باورانه فردی معادل نیست. می‌توان از آن استنباط کرد که نگارنده در ساختار کلام مذکری که به آن تعلق خاطر دارد، در همان حال احساس بیگانگی نیز می‌کند. بنابراین، در تکاپوی خواست تمایز و تفاوت در ساختاری است که چندان با مقتضیات این خودبودگی سازگاری نمی‌کند.

گشودن بستری تازه برای بیانگری

دومین شیوه ظهور دین زنانه با گسیختگی از نظم رسمی کلام دینی روی می‌دهد. دین در این سنخ از ظهور، به نحوی کاملاً فردی روزمره ظهور می‌کند. با گفتمان دینی مسلط به‌ندرت وارد درگیری یا گفت‌وگو می‌شود. داعیه اجتماعی و سیاسی درباره دین ندارد. دین را صرفاً نوعی معنویت آرامش‌بخش تلقی می‌کند که قرار است زندگی فردی و خانوادگی را بهبود ببخشد. این الگوی ظهور دین زنانه با دین سنتی و زنانه در نسبت است، اما درعین حال با آن، این‌همان نیست. دین سنتی زنانه صبغه طولانی تاریخی دارد. زنان ایرانی بیشتر متعلق به حوزه خصوصی بوده‌اند و دین را نیز بیشتر به صورت خصوصی و خانگی تجربه کرده‌اند. در خانه‌های خود مناسک دینی به جا آورده‌اند، کسب معنویت و آرامش کرده‌اند و فرزندان خود را تربیت کرده‌اند. آنچه اینک به‌مثابه دینی زنانه ظهور کرده است، از ذخایز این دین تاریخی بهره برده است، اما درعین حال از آن فاصله نیز دارد و به این معنا ارزش بررسی در حوزه عمومی دارد. نمونه‌های زیادی بودند که به این گفتمان تعلق داشتند. با توجه به شاخص تعداد دنبال‌کنندگان، صفحات «مه‌رناز فتحی»، «مه‌دیه علمیمحمدی» و «moonlight.remo» بررسی شد. ابتدا سه پست از صفحات ذکرشده مطالعه شد که به‌منزله متنی واحد تحلیل می‌شود. مشخصات عام این نحله دین‌داری را برحسب این سه پست عرضه خواهیم کرد، آن‌گاه برای بررسی تمایزات و ویژگی‌های خاص آن، صفحه خانم مه‌دیه علمیمحمدی در محور بررسی ما جای خواهد گرفت. واژگان، دال‌ها و جملات کانونی مطابق آنچه در جدول ۳ دیده می‌شود در متن‌ها حضور داشتند. واژگان متون بیانگر یک نظام ارزشی هستند که در آن دین به‌طور کلی در کنار زندگی، کودکی و دنیا قرار می‌گیرد. لذا در توصیفی کلی باید گفت که این گفتمان «دین» را در کنار «زندگی» مفصل‌بندی می‌کند. که زندگی در آن به معنای زندگی روزمره انسانی و شامل مراحل مثل کودکی و بزرگسالی است.

جدول ۳. مرحله توصیف نمونه‌های دوم، سوم و چهارم

شماره پست	واژگان دال بر معانی ارزشی	جمله کانونی
پست شماره ۱ از صفحه Mehnaz.fathi	زندگی- معنویات	هر روز دعا و زیارت روز را برای معنویت و تغییر زندگی انجام دهید.
پست شماره ۲ از صفحه mahdieh_almhm	کودکی- دین	از بازی و هدیه برای خوشایند کردن دین برای کودک استفاده کنیم.
پست شماره ۳ از صفحه moonlight.remo	دنیاوی سرد- پیامبر خوبی‌ها	پیامبر و امام زمان می‌توانند ما را از دنیاوی بی‌روح و سرد نجات دهند.

مؤلفه‌های یادشده در این سنخ از دین‌داری برجستگی دارند، اما نباید دچار این خطا شویم که گویا صفحات ذکرشده برای تبلیغ این سنخ از دین راه‌اندازی شده‌اند. آنچه در این صفحات

اولویت دارند، زندگی روزمره است. هرچه این صفحات بیشتر به دختران جوان تعلق داشته باشد، بیشتر دل‌مشغول زیبایی، عشق و امید است. جهان زندگی دخترانه، زندگی به‌مثابه همسر و مادر، جهات کثیری دارد که مفاهیم و مناسک دینی به آن غنا می‌بخشند.

صفحه خانم علی‌محمدی در این زمینه جالب توجه است. مشاهده صرف تصاویر، مثل بسیاری دیگر از صفحات دختران جوان، مملو از تصاویر خودش است. به جز چند مورد معدود - تابلوی الله، تصاویری از قرآن و گنبد امام رضا(ع) - بقیه به تصاویر خود و خانواده‌اش اختصاص یافته است. روح کلی حاکم بر پست‌های او را می‌توان در یک جمله خلاصه کرد: «من زندگی را دوست دارم. ضعف حقیقی من همین است. به حدی دوستش دارم که از آنچه جز خود زندگی است هیچ تصویری ندارم.» این جمله ذیل یکی از عکس‌های پیچش آورده شده است و بیانگر روح کلی حاکم بر صفحه اوست. در میان نشانگان دینی صفحه بیش از همه خداست که حضور دارد. در مواردی از عشق به امام رضا(ع) و احترام به امام حسین(ع) نیز می‌توان نشان گرفت. اما تک‌تک موارد ذکر شده در خدمت غنابخشیدن به زندگی است که فراخوان شده‌اند.

به خدمت زندگی بردن دین، یکی از شاخصه‌های دین زنانه است، اما الگوی دین زنانه خانم علی‌محمدی به بیرون از خانه بی‌اعتنا نیست. در میان ۱۳۹ پست ایشان می‌توان به چند پست معدود اشاره کرد که بیانگر گفت‌وگوی این سنخ از دین‌داری با پیرامون است؛ پیرامونی که دین زنانه خانم علی‌محمدی در گفت‌وگوی با آن شکل گرفته است، دین سیاسی جاری در فضای عام کشور از یک‌سو و فشار اجتماعی معطوف به پشت‌کردن به حیات دینی است. در مجموعه پست‌ها از ادبیاتی به کلی متمایز از ادبیات دین رسمی سخن می‌گوید. هیچ اشاره‌ای به شریعت نیست. نماز و عبادات خود را به هیچ‌روی به وظایف متشرعانه نسبت نمی‌دهد. نوع لباس و آرایش و خنده و دست‌به‌دست بودنش با همسر بیرون از قواعد مرسوم و متعارف تبلیغات رسمی است. برای مردم تنها «شادی و رفاه و آرامش» طلب می‌کند. در همان حال، خانم علی‌محمدی خود را رویاروی کسانی می‌بیند که احساسات و زندگی دینی او را به سخره می‌گیرند. بخشی از جدال درونی او به مبارزه با فشار چشم‌ها و داوری‌های دیگران به‌واسطه نماز خواندن و پوشش موها معطوف است. در یکی از پست‌ها می‌خوانیم: «به خاطر ترس از نگاه دیگران مدت‌ها هیچ‌کس نمی‌دونست نماز می‌خونم. هیچ‌کس جز خودش. پنهانی می‌خوندم توی مسجد و نمازخونه مترو و نمازخونه دانشگاه.»

تلاش برای حراست الگویی از دین زنانه در شرایط فشار ناشی از دین رسمی و فضای ضد دینی، همان چیزی است که دین زنانه نسل جوان را از دین سنتی زنان متمایز می‌کند. مادران این نسل برای حراست از دینی که با زندگی روزمره در نسبت بود، مجبور به جدال نبودند. دین آن‌ها نسبتی با موقعیت خاص آن‌ها در زاویه خانه داشت. اما این نسل از یک دین در خدمت زندگی دفاع می‌کند که هم از فضای سیاسی فاصله‌گذاری می‌کند، هم از فشار ناشی از مقاومت

در مقابل دین سیاسی. این سنخ از دین‌داری مستلزم تولید جزیره‌ای از آرامش در طوفان حوادث بیرونی است. بنابراین، تا جایی که می‌تواند خود را از گزند بیرون در امان نگاه می‌دارد. ایمان و تعلقات دینی در این سنخ از دین‌داری به همین کار آمده‌اند: حراست از یک جزیره آرامش. ذیل یکی از پست‌های خانم علیمحمدی می‌خوانیم: «در این روزگار، که ما بیش از هر چیز به امید و ایمان احتیاج داریم، مگذار ناامیدی روزنی به اندازه سر سوزنی در قلبت پیدا کند و از آنجا هجوم بیاورد. امید را برای روزهای بد ساخته‌اند و چراغ را برای تاریکی. خدا امان اهل زمین است.»

مخاطبان این گفتمان اغلب زنان مذهبی (خانه‌دار یا شاغل) با تحصیلات متوسط رو به پایین یا زنان غیرمذهبی میانه‌رو با تحصیلات متوسط‌اند که به دنبال آرامش و حال خوب در زندگی هستند. آن‌ها تقریباً در اکثر موارد در کامنت‌ها با متن همراهی و آن را تحسین می‌کنند و تعارض بسیار کمی با متن یا نویسنده متن دیده می‌شود؛ مثلاً مخاطب «yh6486sm» برای مهرناز فتاحی در کامنتی می‌نویسد: «آرامشی به من می‌دید که هیچ کس نداده، عاشقتونم.»

گفت‌وگو با دین رسمی

این سنخ از ظهور دین زنانه متأثر از دیدگاه‌های نواندیشی دینی و همچنین اندیشه فمینیست‌های مسلمان است. این گروه از زنان کاملاً با گفتمان مردانه و مسلط دینی وارد چالش، گفت‌وگو و در اغلب موارد نقد می‌شوند. آن‌ها خودشان عمدتاً دین‌دار و مذهبی محسوب می‌شوند، دین را عنصری راهگشا در زندگی انسان پذیرفته‌اند و به دنبال پاسخ به ابهامات جنسیتی در حوزه دین‌اند. علت این تناقضات و نارسایی‌های دین در عصر حاضر در رابطه با مسئله زنان را به دلیل غلبه دیدگاه‌های مردانه در فهم و تفسیر دین در طول تاریخ می‌دانند. به لزوم و ضرورت حضور دیدگاه‌های زنانه برای بازنگری در رویکردها و تفاسیر دینی قائل‌اند. انتقادات خود را علاوه بر تفاسیر مردانه (یا ضد زن) از دین به قوانین و احکام فقهی نیز معطوف می‌کنند. بیشترین نقد این زنان در ایران به فقه و قوانین حقوقی منبعت از فقه است. بخش زیادی از محتواهای آن‌ها به تبیین نابرابری‌های موجود در فقه و بررسی ریشه‌های قرآنی و حدیثی آن‌ها معطوف می‌شود. با استفاده از ادله عقلی و قرآنی یا رجالی به ایجاد تردید در این احکام می‌پردازند یا آن‌ها رد می‌کنند. بسیاری از قوانین را و احکام را ناشی از بی‌اطلاعی فقیه از زیست زنانه و شرایط زنانه می‌دانند و به لزوم حضور زنان مجتهد در این عرصه تأکید دارند تا دیدگاه‌ها و شرایط زنانه بیشتر مورد توجه قرار بگیرد.

صفحه «زینب محبوبی» روایت‌گر سنخ نخست است. او خود را مستندساز، مقاله‌نویس و مجری تلویزیون معرفی کرده است. در حال حاضر در یونان زندگی می‌کند و در صفحه‌اش درباره موضوعات دینی می‌نویسد. وی مادر سه فرزند و به موضوعات حوزه زنان علاقه‌مند است.

برای تحلیل این صفحه، چهار پست انتخاب و موضوع تحلیل واقع شد. آن جنبه از معانی ارزشی که بیش از همه در آثار فرکلاف مورد توجه واقع شده، این است که چگونه تفاوت‌های ایدئولوژیک بین متون در بازنمایی‌های مختلفی که از جهان ارائه می‌دهند در واژگان آن‌ها رمزگذاری می‌شود. با بررسی واژگان دال بر معانی ارزشی که سه پست بررسی شده به آن‌ها پرداخته بودند، دال‌ها و جملات کانونی که در جدول ۴ دیده می‌شود به دست آمد. این کلمات، که بیانگر نظام ارزشی هستند و مفاهیم خاص خود را تولید می‌کنند، در مرکز این متن به‌منزله عناصر مفصل‌بندی متن قرار دارند.

جدول ۴. مرحله توصیف نمونه پنجم

شماره پست	واژگان دال بر معانی ارزشی	جمله کانونی
پست شماره ۱	معانی متعدد و جدید	قرآن به‌منزله مهم‌ترین منبع فقهی دارای معانی متعدد و جدید است.
پست شماره ۲ (ادامه پست ۱)	نظام انتخابی ارزشی فردی	با توجه به تعدد معنا و آرا در مباحث دینی فرد انتخاب می‌کند کدام معنا را بپذیرد.
پست شماره ۳	پیامبر(ص) / حضور زنان در کنار مردان	زنان در جنگ‌های پیامبر(ص) در کنار مردان حضور داشتند.
پست شماره ۴	حکم شرعی / آموزه‌های مردسالاری	از بخش مردانه آیه حجاب به علت آموزه‌های مردسالار غفلت شده است.

متن برای بیان گفتمان مورد نظر خودش از استراتژی‌های گفتمانی متعددی استفاده کرده است. از تعدد قرائت‌ها و معانی قرآن، از حضور زنان در جنگ‌های پیامبر(ص) و از ابعاد مردانه مورد غفلت واقع شده‌ی آیه حجاب می‌گوید تا کلیشه‌های جنسیتی را که با عنوان دین درباره زنان مطرح شده مورد تردید و پرسش قرار دهد. متن این کار را با انتخاب موضوعات و مباحث مورد مناقشه زنان مانند بحث خلقت زن، حجاب و حضور زنان در عرصه‌های نظامی انجام می‌دهد. علاوه بر انتخاب موضوع به‌عنوان استراتژی گفتمانی، از شیوه بیان استدلالی نیز در متون استفاده شده است. استدلال‌های منطقی و عقل سلیمی که به زبانی ساده، غیرعلمی و غیردینی بیان می‌شود؛ به این معنا که متن با وجود آنکه سیاقی منطقی و مستدل دارد، اما زیاد از کلمات علمی یا حتی اصطلاحات دینی خاص استفاده نمی‌کند. اما ماهیت استدلال آن‌ها درون‌دینی است و منطق استدلالی خود را با استناد و بر پایه آیات قرآن بنا می‌کند.

به این صورت، متن با توجه به استراتژی‌هایش، مخاطبان عام مذهبی جوان به‌خصوص زنان و حتی مردان را با خود همراه می‌کند. همچنین، متن به دنبال آن است که از این مخاطب سوژه‌های مورد نظر و مطلوب خود را بسازد. این سوژه‌ها همانا دین‌دارانی آگاه‌تر به دین است که نگاهی برابرتر و غیر مردسالار به زنان داشته باشند.

با این توضیحات، مشخص می‌شود که این متن سازمان معنایی‌اش را روی «قرائت‌ها و

معانی متعدد و مورد غفلت دین درباره زنان» قرار می‌دهد. لذا متن به صورت روشن، تک‌روایتی بودن در حوزه دین، باورهای مصطلح و رایج و دیدگاه‌هایی را که زنان را از عرصه اجتماعی کنار می‌گذارند طرد می‌کند و استدلال‌هایی در مقابل آن‌ها ارائه می‌کند. این گفتمان بیش از همه در مقابل گفتمان دین سنتی قرار می‌گیرد و آن را به چالش می‌کشد، زیرا دین سنتی قرائتی از دین در حوزه زنان را ارائه می‌دهد که با شرایط کنونی امروز چندان سازگار نیست و پاسخ‌گوی مسائل زنان نیست. لذا گفتمان زنان نواندیش دینی، نقص‌ها و نکات مورد غفلت در گفتمان دین سنتی را با روشی استدلالی و درون‌دینی گوشزد می‌کند و از این منظر به تضعیف گفتمان دین سنتی مبادرت می‌ورزد. در واقع می‌توان گفت که گفتمان رقیب او گفتمان دین سنتی است. در این نظم گفتمانی، دین سیاسی نیز حضور دارد، اما گفتمان زنان نواندیش دینی در مواجهه با این گفتمان سکوت اختیار می‌کند؛ مگر در مواردی که بین دین سنتی و دین سیاسی اشتراک وجود داشته باشد، مثل مسئله حجاب. در این موارد نیز، روی سخن او باز هم با دین سنتی است نه دین سیاسی.

گفتمان مهم دیگری که در این نظم گفتمانی وجود دارد، گفتمان فمینیستی است که گفتمان ذکرشده مرزهای خودش را با آن حفظ و سعی می‌کند به آن نزدیک نشود. در عین حال که در برخی از اهداف با گفتمان فمینیستی همراه و همسوست، در روش خود از روش‌های فمینیستی و منطق استدلال‌های فمینیستی مثل اعتقاد به برساخت اجتماعی و تاریخی بودن جنسیت استفاده نمی‌کند، بلکه از استدلال‌های درون‌دینی و استناد به آیات و شواهد تاریخی برای اثبات موضوعات مورد توجه خود استفاده می‌کند؛ مثلاً در مسئله مواجهه با مردسالاری که فمینیسم نیز آن را مورد توجه قرار می‌دهد، این گفتمان ورود پیدا می‌کند اما با استناد به آیه ۳۰ سوره نور آن را رد می‌کند و می‌نویسد: «... درحقیقت ما برای آیه اول، که درباره مردان است، قدمی برداشته‌ایم، بلکه خود را در آموزه‌ها و تابوهای مردسالارانه که از گذشته در فرهنگمان رسوخ کرده غرق کرده‌ایم...»

تبیین و تفسیر یافته‌ها

در الگوی فرکلاف تفسیر به نسبت میان معانی و بسترهای گفتمانی می‌پردازد و تبیین معانی را به بسترهای اجتماعی و فرهنگی و سیاسی نسبت می‌دهد. امکانی فراهم می‌کند تا متن در پرتو بستر عینی شناخته شود و در همان حال بسترهای عینی نیز در پرتو متن بازاندیشی شوند. در این بخش مقاله، این دو سطح را در هم می‌آمیزیم و تصویر سه‌گانه یادشده از دین زنانه را در یک تابلو بررسی می‌کنیم.

دین زنانه در سه چهره یادشده از امکان ظهور فضایی تازه میان دو فضای گفتمانی متعارض و مطلق‌گرا خبر می‌دهد. این دو در محیط دین زنانه حاضرند. یکی برحسب قواعد شریعت

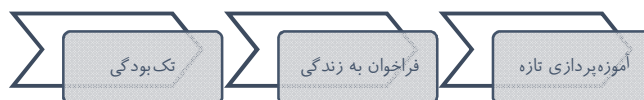
آرزوی تحقق تصویری یکسان‌شده و همسان از جامعه‌ی سیاسی دارد. شریعت در فضای این آرزو دستاویز تولید اجتماعی از افراد همسان‌سازی‌شده و تسلیم است. زنان با پوشش و تبعیت از قواعد شریعت، نماد تام و تمام جامعه‌ای سراسر و وفادار را تولید می‌کنند. به این معنا مسئله‌ی زنان بیش از آنکه مسئله‌ای متشرعانه باشد، مسئله‌ای سیاسی است. گفتار دیگر گفتاری برانداز و ستیزنده با گفتار اول را تولید کرده است. این گفتار آرزوی جامعه‌ی سیاسی عاری از دخالت دین در سر می‌پروراند. نماد و رانه‌ی تحقق این آرزو نیز دوباره زنان‌اند. زنان هرچه بیشتر از پوشش اسلامی سر باز زنند، تحقق یک جامعه‌ی سیاسی عاری از حضور دین را نوید می‌دهند. در این روایت نیز مسئله‌ی زنان بیش از آنکه با آزادی زنان در نسبت باشد، نماد و رانه‌ی یک جامعه‌ی سیاسی سراسر متفاوت است. میان دو گفتار یادشده، هیچ سازش و توافقی در کار نیست. هر یک هستی خود را در عدم دیگری می‌جوید. زنان در میدان این رویارویی دستاویز ستیز فزاینده‌ی آن‌ها هستند. در فضای تنازع میان آن دو گفتار سیاسی، زنان حیاتی منفعل دارند. قرار است به‌مثابه‌ی سوژه‌های عاری از صدا و سخن نماد این یا آن نظم کلامی باشند. اما رسانه‌های جدید و گشوده‌شدن امکان ظهور زنان در فضای مجازی، آن‌ها را از موقعیت انفعالی بیرون آورده و امکانی برای فاعلیت به آن‌ها عطا کرده است. در موقعیتی که زن دستاویز ستیز میان دو کلان‌روایت ستیزنده در عرصه‌ی سیاست و فرهنگ است، گفتار زنانه در حوزه‌ی دین هر دو را به میدانی تازه فراخوان می‌کند.

سه الگوی یادشده را می‌توان از جهاتی صداهای متفاوت قلمرویی گفتمانی دانست. آنچه آن‌ها را به‌رغم تفاوت مشابه می‌کند، خصلت زنانه‌شان است. صدای نخست در کنار روایت رسمی هستی شخصی خود را طلب می‌کند. پرسش‌گر است و جذب و هضم در یک ساختار صرف کلامی نمی‌شود. تعارض جاری در نمونه‌ی نخست از تحولات چهار دهه جامعه‌ی ایران خبر می‌دهد. ساختارهای کلامی انقلاب زمانی شکل گرفت که در جامعه‌ی ایرانی، زنان حضوری ضعیف در حیات اجتماعی و فرهنگی داشتند. به همین دلیل می‌توان ساختار کلامی گفتار انقلابی را مردانه تلقی کرد. اما طی چهار دهه‌ی اخیر، با فرایند پرشتاب زنانه‌شدن جامعه‌ی ایرانی مواجهیم. حضور روزافزون زنان در فضاهای آموزشی، قوت گرفتن نقش آن‌ها در ساحات گوناگون فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و از همه مهم‌تر تحولات تکنولوژیک اطلاعاتی و ارتباطی جامعه‌ی ایرانی را زنانه کرده است. در چنین وضعیتی، ساختارهای کلامی مردانه در بازتولید اجتماعی و فرهنگی‌شان دست به گریبان بحران‌اند. آن‌ها حتی برای پیوند با مخاطبان طرفدار خود در میان زنان، نیازمند بازآفرینی ساختار کلامی خود هستند. الگوی کلامی نخست، بیانگر آن است که اگر هم زنان جذب نظم گفتمان رسمی شوند، نسبت به جایگاه تکینه‌ی خود پرسش‌گرند.

الگوی دوم سراسر زنانه است و مستقل از ساختارهای کلامی مستقر، بستری تازه و مستقل برای بیانگری گشوده است. در فضایی متفاوت با دوگانه‌های دین سیاسی و سکولاریسم،

ارزش‌های دینی را به خدمت بازتولید ارتباطات صمیمانه، عاشقانه و امیدبخش برده است. این شاخصه‌ها همان وجوهی هستند که در میدان تنازعات کلامی در عرصه سیاست مغفول مانده‌اند. آنچه در این فضای گفتاری گشوده و چشمگیر است، همان شاخصه‌هایی است که زنان هم‌نوا با گفتار رسمی را دستخوش احساس بیگانگی در فضای گفتمان رسمی می‌کند. الگوی دوم، در همان حال که دین سیاسی‌شده را به بازگشت به زندگی فراخوان می‌کند، از گفتار سکولار هم اعتبارزدایی می‌کند. سکولاریسمی که در شرایط ضعف گفتارهای رسمی، با اصل دین و اعتقادات دینی می‌ستیزد، در رویارویی با دین زنانه از نبرد بازمی‌ماند.

الگوی اول و دوم، جوانب حسی و عاطفی دین زنانه را باز نمود می‌دهند. اما الگوی سوم امکانی برای بیانگری در ساختارهای زبان علمی و منطقی می‌گشاید. می‌تواند برای آنچه صرفاً در الگوی اول و دوم به شکل تصویری، دغدغه‌های وجودی، عاطفی و شاعرانه ظهور کرده، بعدی عقلانی، تاریخی، کلامی و الهیاتی بگشاید. حتی در زمینه فقهت و احکام متشرعانه نیز ظهور کند. الگوی سوم، حد نهایی بلوغ کلام و دین زنانه را بازتاب می‌دهد. به اعتبار این سه‌گانه می‌توانیم دین زنانه را واجد سه رکن اساسی قلمداد کنیم: جست‌وجوی تک‌بودگی، فراخوان به زندگی و تولید آموزه‌های تازه در حوزه دین. این سه‌گانه عرصه ستیز و سازش میان دین و مدرنیته را در وضعیتی به کلی تازه قرار می‌دهد.



تصویر ۱. ارکان دین رسانه‌ای شده زنانه

دین زنانه در شرایط امروزی ایران، از حد یک صدای ضعیف و در حاشیه فضای رسمی عبور کرده است. خصیصه درخور توجه دین زنانه متمایل نبودن آن به تولید یک ضد روایت است. در فضای تنازعات سیاسی، زبان صرفاً به خدمت ساختن دوگانه‌های روایت مسلط و ضد روایت ستیزنده به کار بسته می‌شود. اما هنگامی که از خصلت مردانه به خصلت زنانه سیر می‌کند، از دوگانه‌سازی‌های آشتی‌ناپذیر عرصه سیاست فاصله می‌گیرد و به فرصتی برای پیوند تبدیل می‌شود. با اطمینان می‌توان گفت هرچه تعارضات سیاسی در جامعه ایران بیشتر به سمت بن‌بست عملی پیش روند، مجال قدرت‌یابی روایت زنانه از سیاست و دین بیشتر فراهم می‌شود. قدرت‌یابی دین زنانه با بن‌بست تجربه تنازعات پایان‌ناپذیر و کم‌نتیجه عرصه سیاسی ایران هم‌زمان است. همچنان که پیش از این اشاره کردیم، بافت جامعه ایران هر روز بیش از پیش زنانه

می‌شود و با نظم‌های کلامی صرفاً مردانه می‌گسلد. دین زنانه به مشخصات یادشده، فرصتی تازه برای حیات دین از یک‌سو و برقراری نسبت میان افق سنت و مدرن از سوی دیگر است.

نتیجه‌گیری

در بخش نظری این مقاله، به اختلاف‌نظر هاروارد و استوارت هورر اشاره کردیم. هاروارد زنانه‌شدن دین در فضای رسانه را بخشی از فرایند سکولاریزاسیون برمی‌شمرد. درحالی‌که استوارت هورر بر این باور بود که دین زنانه صرفاً صدا و امکان بیانی تازه در کنار همان ترتیبات پیشین حیات دینی است و به پیچیدگی آن می‌افزاید. مقاله ما اگرچه شواهدی برای اثبات‌نظر هاروارد تولید کرده، درمجموع نظریه استوارت هورر را بیشتر منطبق با شرایط ایران می‌داند. دین زنانه امکان بیانگری پیدا کرده و این امکان وضعیت دین‌داری در جامعه ایران را در موقعیتی تازه قرار داده است. دین زنانه نهادی شده را تضعیف نمی‌کند. اما با توجه به آنکه امکان تازه‌ای برای فهم و تجلی دین می‌گشاید، میدان‌های تازه‌ای برای سازش و ستیز می‌گشاید.

دین نهادی‌شده در یک‌صد سال گذشته قبل از همه تحت فشار رویکردهای روشنفکرانه‌ای بود که با سلاح مرجعیت علم به ستیز با آموزه‌های سنتی برآمده بودند. متناسب با این میدان بود که تلاش برای تطبیق آموزه‌های دینی با دستاوردهای علم مدنظر قرار گرفت. پس از آن، ایدئولوژی‌های سیاسی از راه رسیدند. نهاد رسمی روحانیت در ایران گاهی خود را ناگزیر از انطباق آموزه‌های دینی با بنیادهای آزادی‌خواهانه لیبرال می‌دید و گاه برای انطباق با آموزه‌های سوسیالیستی و چپ تلاش می‌کرد. در همه این تلاش‌ها محور منازعات باورها و عقاید بود. منازعات منحصر به آن بود که در انبان دین گوه‌رهایی هست که از رقابت با مکاتب جدید عقب نمی‌ماند. جدال یک‌صدساله میان دین رسمی و سنت‌های روشنفکری هیچ‌گاه به سرانجام روشنی نرسید. سنت‌گرایان همچنان از بی‌نیازی دین به آموزه‌های دنیای جدید دفاع کردند و روشنفکران از انکار یا ضرورت بازسازی دین سخن گفتند. پس از تجربه چهل‌ساله جمهوری اسلامی نیز، این جدال‌ها به همان سیاق تداوم دارد. حاصل این افزایش روزافزون شکاف میان نهاد سنتی روحانیت و روایت‌های روشنفکرانه از دین است. آنچه در عمل روی نموده، ظهور یک تجزیه فرهنگی عمیق در جامعه ایرانی است. بهای این عمل آن است که هرچه پیش‌تر رفته‌ایم، نهاد سنتی روحانیت در تولید موج‌های تازه فکری در بستر اجتماعی عقیم‌تر ظاهر شده است و لاجرم خود را به قلمرو مناسک دینی منحصر ساخته است. متقابلاً روشنفکران دینی نیز که آموزه‌های سنتی را نقد کرده‌اند در حلقه گروهی خاص در جامعه محصور مانده‌اند و در ایجاد یک فضای جمعی حیات دینی ناکام مانده‌اند. آن‌ها کم‌وبیش در عرضه گفتارهای انتقادی موفق عمل کرده‌اند، اما خلق و ایجابی متناسب با شرایط تازه فراهم

نکرده‌اند. حاصل این نزاع، گسترش فضایی نیهیلیستی در فضای اجتماعی و فرهنگی است. مقصود از فضای نیهیلیستی، فقدان قلمرویی مشترک برای امکان‌پذیر شدن گفت‌وگو و تولید و ابداع افق‌های تازه فکری است.

بیانگری زنان در حوزه دین، به قول هوور، صحنه را تغییر داده است. چالشی تازه برای نهاد سنتی دین فراهم شده است. اگر سه صدای دین زنانه را در یک تابلو قرار دهیم، بیش از آنکه سخن از آموزه‌های تازه و مدرن باشد، همه‌چیز به یک هشدار بنیادی تحویل می‌شود مبنی بر آنکه دین از جایگاه بنیادی خود، که همانا در نسبت بودن با منطق متعارف زندگی است، گسیخته شده است. گویی به نهاد سنتی دینی هشدار می‌دهد که حفرة بزرگی در این نهاد تاریخی پدیدار شده و آن فقدان نسبت با زندگی است. ورود به حوزه‌های سیاسی به‌ظاهر دین را به صحنه عمل برده است، اما حقیقت ماجرا آن است که نهاد دین را از ریشه‌هایی که از آن بالیده گسیخته است. دین زنانه به یک معنا به‌یادآورنده آنی است که از دست رفته و در همان حال پدیدآورنده امری تازه است. زنانه‌بودن صدای دین تازگی دارد، اما در همان حال یادآور ریشه‌های ازدست‌رفته است. دین در فرم تاریخی و پیشینش به‌واسطه ارتباط پیچیده با زندگی روزمره تداوم یافته است. انقطاع از این قلمروی بنیادین زندگی تداوم تاریخی آن را با مخاطره جدی روبه‌رو کرده است. دین زنانه همان‌قدر که با واسطه مطالباتی نظیر برابری حقوقی، آزادی پوشش و ارتباطات اجتماعی با موازین شریعت‌مدار نهاد سنتی می‌ستیزد، در حیات روزمره خود باورها و ارزش‌ها و مناسک دینی را با منطقی ازدست‌رفته بازسازی و حیاتی دوباره به آن عطا می‌کند. به این معنا، الگوی زنانه دین از جهاتی تهدیدهای تازه به میدان آورده است، اما به واسطه این تهدیدها نباید از فرصت‌هایی که برای بازتولید دین سنتی فراهم کرده غفلت کرد.

دین زنانه در همان حال برای تلاش‌های روشنفکرانه در حوزه دین نیز فرصتی بی‌بدیل و تاریخی است. زنان در الگوهای بیانگری خود امر پیشین را به نحوی بدیع در امر نو نشانده‌اند. کاری که نواندیشان دینی به مدد آموزه‌های تازه در صدد انجام بوده‌اند زنان در عمل آن را به مقصود رسانده‌اند. الگوی زنانه بیان دینی، شریعت را از کانون فهم حیات دینی بیرون برده است و عشق، امنیت، امید به زندگی و بعد معنوی بخشیدن به آنات متعارف زندگی از مشخصات دین زنانه است. این بازنشانی دین در وضعیت تازه از عهده تلاش‌های صرفاً فکری و فلسفی برآمدنی نبود. حملات روشنفکرانه به دین از موضع ایدئولوژی‌های مدرن لیبرال یا چپ، نهاد دین را در موضع تدافعی انداخت. بیانگری زنانه در عرصه دین، بیش از آنکه تهدیدآمیز ظهور کند، مولد فرصت‌های تازه است. اگرچه برای احراز این فرصت‌ها تغییر برای دین سنتی اجتناب‌ناپذیر است، می‌توان نتیجه گرفت ظهور بیانگری زنانه در حوزه دین پلی برای عبور و مرور میان قلمرو دین و حیات مدرن آفریده است و از این حیث می‌توان از آن به‌منزله فرصتی تازه برای همبستگی اجتماعی یاد کرد.

منابع

- اردکانی فرد، زهرا؛ رضوی زاده، نورالدین (۱۴۰۰). «زنان تأثیرگذار اینستاگرامی؛ زنانگی بازنمایی شده در صفحات زنان اینفلوئنسر ایرانی»، *زن در فرهنگ و هنر*، س ۱۳، ش ۱، ص ۶۵-۹۰.
- بهرامی برومند، مرضیه (۱۳۹۹). *از زنان پرده‌نشین تا بدن‌های رام*، تهران: لوگوس.
- سایت کلاته (۱۳۹۹). «آمار کاربران اینستاگرام در کشورهای مختلف جهان». <https://www.kalaateh.com/instagram-user-statistics-in-different-countries>
- سیف‌علی، سمیرا؛ فهیمی‌فر، علی اصغر (۱۳۹۷). «رویکردهای مسلط نظری در مطالعات دین و رسانه‌های جدید»، *مطالعات بینارشته‌ای ارتباطات و رسانه*، دوره اول، ش اول.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل انتقادی گفتمان*، تهران: طبع و نشر.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات*، ج اول، ترجمه احمد علی قلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ جامع، رقیه (۱۳۸۹). «رسانه و دین»، فصل‌نامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، س ۱۱، ش ۱۴۷-۱۸۲.
- موحد، مجید؛ کایدان، میثم (۱۳۸۶). *جنسیت و جامعه‌شناسی دین*، شیراز: آوند اندیشه.
- هاروارد، استیگ (۱۳۹۹). *رسانه‌ای‌شدن فرهنگ و جامعه*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- Digital religion: Understanding CAMPBELL, H. A. (2013). religious practice in new media worlds. Routledge Press.
- Fairclough, N. (1995). Critical discourse analysis. London: Longman.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change. In Northern Lights 2008. Vol. 6, 9-26. Bristol: Intellect Press.
- Hjarvard, Stig & Lövheim, Mia. (2012). Mediatization and Religion. Nordic Perspectives. Nordicom.
- Hjarvard, S. (2012). Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion. In S. Hjarvard, & M. Lövheim (Eds.), Mediatization and Religion: Nordic Perspectives (PP 21-44). Göteborg: Nordicom.
- Hjarvard, S. (2015). Mediatization and the changing authority of religion. Media, Culture & Society, 38(1), PP 8-17.
- Hoover, S.M. (2006). Religion in the Media Age. London: Routledge.
- Lövheim, Mia. (2011) YOUNG WOMEN'S BLOGS AS ETHICAL SPACES, Information, Communication & Society, 14:3, PP 338-354.
- Lövheim, M. (2016). Mediatization: analyzing transformations of religion from a gender perspective. Media, Culture & Society, 38(1), PP 18-27.
- LUNDBY, K. (2012). Theoretical frameworks for approaching religion and new media. Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds, Routledge Press.
- Meyrowitz, J. (1986). No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior. New York: Oxford University Press.
- Statista. (2021). Instagram: distribution of global audiences 2021, by gender. <https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagram-worldwide-gender>
- Woodhead L (2012) Introduction. In: Woodhead L and Catto R (eds) Religion and Change in Modern Britain. London; New York: Routledge, PP 1-33.

- Woodhead L (2009) The Muslim veil controversy and European values. Swedish Missiological Themes 97: PP 89–105.
- Woodhead L(2003). Feminism and the sociology of religion: from gender-blindness to Endeared difference. The Blackwell companion to sociology of religion. (Ed) Richard K. Fenn, Blackwell Publishing, PP 67-84