

طراحی مدل نظری پسانسان گرا برای تحلیل زنانگی در شبکه‌های اجتماعی

زهرا اردکانی فرد^۱، هادی خانیکی^۲، بهارک محمودی^۳

چکیده

تحقیقات حوزه زنان و رسانه‌های اجتماعی یکی از حوزه‌های رو به رشد در تحقیقات اجتماعی و ارتباطی در ایران و جهان است. اغلب تحقیقات پیشین انجام شده در این زمینه در ایران در پارادایم «انسان‌گرا» و با نظریات و روش‌های این پارادایم صورت گرفته است. پارادایم انسان‌گرا با محور و مرکز قرار دادن انسان، عاملیت و مادیت رسانه را نادیده می‌گیرد. رسانه اجتماعی در این پارادایم صرفاً وسیله‌ای است که بدون هیچ مداخله و تغییری بازنمایی کننده واقعیت است. در حالی که مطابق نظریات «پسانسان‌گرا» رسانه‌ها خود نیز دارای عاملیت هستند و در تعامل با عاملیت انسانها قرار می‌گیرند. لذا ما برای تحلیل دقیق و کامل‌تر پدیده‌ها نیازمند درک زنجیره‌ای از کنشگران انسانی و غیرانسانی هستیم. در رویکرد پسانسان‌گرا، زنانگی در رسانه‌های اجتماعی، یک امر پیشینی، قطعی و ثابت نیست بلکه زنانگی در این رسانه‌ها از طریق درهم تنیدگی رابطه‌ای با سایر کنشگر-شبکه‌های موجود در رسانه و از طریق نیروهای مادی-گفتمانی بصورت توأمان ساخته می‌شود. مسئله این تحقیق توسعه نظری چنین رویکردی است که بتواند پیچیدگی‌ها و پویایی ساخته شدن پدیده زنانگی را در شبکه‌های اجتماعی بهتر توصیف کند. به همین جهت پژوهش حاضر تلاش می‌کند با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی با بهره‌گیری از نظریات مطرح در پارادایم پسانسان‌گرایی شامل نظریه کنشگر-شبکه برنو لاتور، رئالیسم عاملی کارن باراد و سایبورگ دونا هاراوی، مدلی نظری را برای تحلیل پسانسان‌گرایی پدیده زنانگی در شبکه‌های اجتماعی طراحی و ارائه کند.

کلمات کلیدی: پسانسان‌گرایی، زنانگی، شبکه اجتماعی، کنشگر-شبکه، رئالیسم عاملی، سایبورگ

مقدمه

برخلاف روندهای گذشته در شکاف‌های دیجیتال جنسیتی (که اکثریت کاربران فناوری‌های جدید را مردان تشکیل می‌دادند)، وبلاگ‌ها و برخی پلتفرم‌های میکروبلاگینگ و شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام توسط زنان با استقبال بیشتری مواجه شده است (ساندار و استاوروسیتو، 2012). بطوری که زنان 43.7 درصد از کاربران فیس بوک، 41.4 درصد از تلگرام و 36.3 درصد از کاربران توییتر را تشکیل می‌دهند. همچنین بطور خاص طبق آمار سایت satista زنان 50/8 درصد کاربران شبکه اینستاگرام را تشکیل می‌دهند. در این شبکه تعداد کاربران زن بیش از کاربران مرد هستند و این درباره تمام کشورهای دنیا صدق می‌کند. لذا این شبکه نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی ماهیت و فضایی زنانه‌تر دارد و تغییرات در حوزه زنان را بیشتر و بهتر بازتاب می‌دهد. به این معنا «زنان نه تنها از فضای مجازی استقبال کرده‌اند، بلکه از آن برای مذاکره و چارچوب‌بندی مجدد خود در ساختار اجتماعی موجود استفاده کرده‌اند» (کوه پیرس، 2008 : 11). زنان از طریق رسانه‌های مجازی برای اولیت بار حوزه خصوصی را به حوزه عمومی آوردند و روایت‌های شخصی از زن‌بودگی‌شان ارائه می‌نمایند. اما این زنانگی صرفاً توسط شخص زنان ساخته نمی‌شود بلکه در پیوندی مداوم با سایر افراد حاضر در شبکه، فرهنگ غالب شبکه و ویژگی‌ها و محدودیت‌های پلتفرم ساخته می‌شود.

¹ دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، z.ardekani@gmail.com

² استاد تمام ارتباطات، دانشکده ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، hadi.khaniki@gmail.com

³ استادیار گروه روزنامه نگاری، دانشکده ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، baharak.mahmoodi@atu.ac.ir

به جهت موقعیت‌ها و امکانات نو و پیچیده‌ای که این شبکه‌ها برای زنان ایجاد کرده‌اند و پتانسیل بالایی که برای ساخت و عرضه زنانگی‌های متکثر و متنوع فراهم شده، توجه پژوهشگران متعددی هم در ایران و هم در جهان به این موضوع جلب شده است. پژوهش‌های مختلف با پرسش‌های متفاوت و از منظرهای متنوعی درصدد پاسخگویی به این پدیده و تاثیر آن بر زنان و زنانگی پرداخته‌اند. این مقاله در امتداد پژوهش‌های گذشته نویسنده در حوزه زنان و شبکه‌های اجتماعی (اردکانی فرد و رضوی زاده، 1400، اردکانی فرد و غلامرضا کاشی، 1401 و بادامچی و اردکانی فرد، 1402) با رویکرد فلسفی و نظری نو در جهت پاسخ به برخی از محدودیت‌ها و خالاهای تحقیقات پیشین و گشودن باب‌های تازه به مطالعه زنانگی در رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد.

کلیه تحقیقات پیشین انجام شده در ایران در حوزه زنان و رسانه‌های اجتماعی در پارادایم «انسان‌گرا» و با نظریات و روش‌های این پارادایم صورت گرفته است. این پارادایم زنانگی را به مثابه امری ثابت، تخت و از پیش موجود که صرفاً در رسانه بازنمایی می‌شود فرض می‌نماید و اغلب بر اساس رویکردهای زبانی و گفتمانی، گونه‌شناسی و گفتمان‌شناسی زنانگی را ارائه می‌نماید. حال آنکه زنانگی امروز که در پیوند وثیق با رسانه‌های اجتماعی می‌باشد، یک امر پیشینی، قطعی و ثابت نیست که از طریق نظریه بازنمایی آن را بتوان توصیف و تحلیل کرد بلکه زنانگی در این رسانه‌ها از طریق درهم‌تنیدگی رابطه‌ای با سایر کنشگر-شبکه‌های (لاتور، 1991) موجود در رسانه مدام «ساخته» می‌شود. به این معنا زنانگی به مثابه «امر در حال شدن» می‌باشد که از طریق نیروهای متعدد بصورت دائم در حال تغییر و ساخته شدن است. زنانگی در حال ساخته شدن نه فقط توسط عاملیت شخصی زنان بلکه در تعامل و پیوند با عاملیت رسانه‌های اجتماعی ساخته می‌شود و تغییر می‌کند. در شرایط معاصر و در پیوند با رسانه‌های اجتماعی شخصی، زنان انواع زنانگی‌های خود را خارج از الگوهای ثابت مانند دوگانه‌های «زنانگی مدرن-زنانگی سنتی» یا «زن شاغل-زن خانه‌دار» و ... می‌سازند. بلکه این زنانگی به نحو خلاقانه‌تر و ترکیبی‌تر تحت تاثیر نیروهای متعدد در رسانه‌ها شکل می‌گیرد. به این معنا با زنانگی پویا و سیالی روبرو هستیم که مدام در حال تغییر و شدن است. پارادایم انسان‌گرا در تحلیل زنانگی امکان ترسیم و تبیین این پویایی و سیالیت را نمی‌دهد، لذا رویکرد پسانسان‌گرا برای فهم زنانگی در هم تنیده با رسانه‌ی معاصر راهگشا می‌باشد.

پارادایم انسان‌گرا با محور و مرکز قرار دادن انسان، عاملیت و مادیت رسانه را نادیده می‌گیرد و طبق اصطلاح برنو لاتور رسانه صرفاً به عنوان یک «وسیله ۴» در نظر گرفته می‌شود. در حالی که مطابق نظریات «پسانسان‌گرا»^۵ در مطالعات علم و فناوری رسانه‌ها خود نیز دارای عاملیت هستند. در این دیدگاه برای درک رسانه‌های اجتماعی باید به‌طور پیوسته بین جنبه‌های فنی و اجتماعی حرکت کنیم. چرا که موضع سوژکتیویته و عاملیت صرفاً از پیش مشخص نشده‌اند، بلکه دستاوردهای رابطه‌ای هستند که افراد و چیزها را در بر می‌گیرند. به این معنا که ما نیازمند درک زنجیره‌ای از بازیگران انسانی^۶ (H) و غیرانسانی^۷ (NH) هستیم. پسانسان‌گرایی با مرکززدایی از انسان، به نقش و جایگاه غیرانسان‌ها در شکل‌گیری پدیده‌ها توجه دارد. برنو لاتور در دیدگاه پسانسان‌گرایانه خود قائل به «مشارکت افراد (عوامل انسانی)، اشیاء و فضاها (عوامل غیر انسانی)» در ساخت کنشگر-شبکه‌ها است. در این رویکرد زنانگی در نسبت با کنشگران انسانی دیگر حاضر در شبکه و همچنین کنشگران غیرانسانی مانند خود پلتفرم، الگوریتم

این اصطلاح در نظریه کنشگر-شبکه لاتور به معنای «چیزی است که معنا یا نیرو را بدون دگرگونی منتقل می‌کند»: Intermediator⁴

Posthuman⁵

human⁶

Nonhuman⁷

ها، داده‌های بزرگ، اقتصاد شبکه و غیره قرار می‌گیرد. طبق نظریه «کنشگر-شبکه‌۸» لاتور این کنشگران با یکدیگر به مذاکره پرداخته و با هم پیوند می‌یابند. در جریان این مذاکرات و پیوندهاست که پدیده زنانگی شکل می‌گیرد.

یکی دیگر از نقاط توجه رویکرد پسانسان‌گرایانه که در رویکردهای اومانستی و زبانی گذشته غائب است، توجه به مسئله مادیت است. در دیدگاه‌های انسان‌گرایانه و بازنمایی‌گرایانه توجه اصلی به زبان و گفتمان است اما پسانسان‌گرایانی مانند کارن باراد و دونا هاروای بار دیگر توجه به مادیت را در ساخت جنسیت و همچنین در ساختار رسانه مورد توجه قرار داده است. باراد (2007). بر این اساس پدیده زنانگی در بستر شبکه‌های اجتماعی بصورت پدیده‌های مادی-گفتمانی ساخته می‌شوند. فعالیت‌های زنان در رسانه‌های اجتماعی اگر بصورت یک پدیده درک شود، می‌توان گفت که از طریق اجراهای مادی-گفتمانی و بازیگران انسانی و غیرانسانی در یک شبکه تشکیل شده است که هر کدام بصورت متقابل یکدیگر را تشکیل می‌دهند (مک اینتایر، 2019: 6-7).

بر این اساس رویکردهای الهام گرفته از پسانسان‌گرایی ۹ راه را برای حرکت فراتر از مدل‌های «متن» و «خواننده» امکان پذیر می‌کند، و امکان تفکر در مورد عناصر ناهمگون مختلف در رسانه‌ها، و همچنین «درون کنش ۱۰» بین آنها را باز می‌کند (باراد، 2007). این رویکرد تلاش می‌کند پیچیدگی‌های زنانگی معاصر و سیالیت زنانگی درهم تنیده شده با رسانه را که زنان امروز با آن درگیر هستند را بهتر نشان دهد. برای این منظور تحقیق حاضر بصورت روشن به این سوال پاسخ می‌دهد که مدل نظری پسانسان-گرایانه برای تحلیل زنانگی در شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟

مرور پیشینه پژوهشی

پارادایم انسان‌گرا در مطالعات رسانه‌ای و مطالعات فرهنگی بیشتر در قالب رویکردهای زبانی ظاهر شده که طیف گسترده‌ای از پژوهش‌های حوزه بازنمایی را به دنبال داشته است. از این جهت در سالهای اخیر پژوهش‌های متعددی هم در ایران و هم در جهان در پارادایم انسان‌گرا درباره مسئله زنان در شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. در پژوهش‌های خارجی فرگوسن و دیگران (2020)، بلینسکا (2018)، کودایبرگنوا (2019) و لاک (2020) بدن زنانه ایده‌آل، بدن جهانی و هنجارهای ظاهری بدن زنانه در اینستاگرام را مورد تحلیل و بررسی قرار داده‌اند. بویوکوسوگلو (2017)، مک اینتایر (2019)، هالیدی (2020)، اورگن (2020) و ایجیری و عبدالعزیز (2019) زنانگی ایده‌آل اینستاگرامی و مادرانگی نمادین را در صفحات اینستاگرامی زنانی از کشورهای مختلف تحت مذاقه قرار داده‌اند.

در پژوهش‌های فارسی مهرپرور (1398) بازنمود زندگی روزمره در صفحات میکروسلبیتی‌های زن اینستاگرام، بیچرانلو و لاجوردی (1398) «بازنمود سبک زندگی زنان جوان ایرانی در اینستاگرام»، فروغی و بهار (1398) مطالعه‌ی اجرای جنسیت از خلال فعالیت‌های خیریه‌ی زنان در فضای مجازی، رهبر مهرپو و دیگران (1398)، اکبرزاده جهرمی و احمدی (1399) رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان، اسلامی و دیگران (1399) گونه‌شناسی زنان مشهور ایرانی در رسانه اینستاگرام، بادامچی و البرزی (1399) کرونا، بازگشت به خانه و برآمدن الگوی نوظهور زنان خانه‌دار مجازی، بیچرانلو و بوالی

⁸ Actor-network theory

⁹ Posthumanism

¹⁰ Intra-action

(1400) تصویرسازی زنان عامه از «زن بودگی» در اینستاگرام فارسی را با استفاده از استعاره های مفهومی ، فرزادمنش و دیگران (1400) بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان ایرانی ، شمسی و راودراد (1400) زندگی و زمانه زنان ایرانی در اینستاگرام ، راودراد و دیگران (1400) گفتمان غالب زنان اینفلوئنسر در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میترا شمسی (1401) نیز در رساله دکتری خود با عنوان «کنشگری فمینیستی دیجیتال در ایران: کشمکش های گفتمانی و سیاست های مشاهده پذیری» به ابعاد مختلف حضور زنان در اینستاگرام پرداخته اند . در کلیه این تحقیقات زنانگی، زنان و یا مقوله هایی مانند بدن زنانه، نقش های زنانه و ... اموری در نظر گرفته شده اند که قائم به ذات و صرفا با عاملیت زنان شکل می گیرند و در رسانه های اجتماعی صرفا بازنمایی و نشان داده می شوند. در این تحقیقات عاملیت رسانه در مذاکره، تعامل و پیوند با زنان نادیده گرفته می شود، به این معنا که رسانه و نیروهای متعددی چگونه زنانگی و زنان را دستخوش تغییرات می کند. بنابراین زنانگی به عنوان امری پویا، سیال و در حال ساخته شدن احصا و تحلیل نمی گردد.

اما در مقابل تحقیقاتی هستند که ذیل «رویکرد اجرایی پسانسان گرا» قرار می گیرند. در این رویکرد زنانگی پدیده ای است که در شبکه ای از روابط قرار دارد و از طریق در هم تنیدگی تکثری از نیروها ساخته می شود. این نیروها بر خلاف پارادایم انسان گرا که صرفا شامل سوژه ها و نیروهای انسانی می باشد، نیروهای غیر انسانی و مادیت را نیز در ساخت پدیده لحاظ می کند.

در پارادایم پسانسان گرا تابحال تنها دو پژوهش در ایران انجام شده است که البته این دو پژوهش نیز به بررسی پدیده زنانگی نپرداخته اند. بهار و بیژنی (1398) با عنوان « رسانه های اجتماعی و هویت جهانی مطالعه ی پلتفرم اینستاگرام» است که بر عاملیت خود شبکه اینستاگرام تمرکز می کند. زهرانی و دیگران (1401) در مقاله ای تحت عنوان «اینستاگاری بیش از انسان: پیشنهادی روش شناختی در تحلیل اینستاگرام در جامعه شناسی بیش از انسان» نظریه لاتور و باراد را در کنار یکدیگر به کار می گیرد تا به روشی برای تحلیل پسانسان گرا در اینستاگرام دست پیدا کند.

اما در پژوهش های خارجی موارد بیشتری وجود دارد که از رویکرد پسانسان گرا برای تحلیل زنانگی استفاده کرده اند. دوگوی (2015) در مقاله «بررسی بین پلتفرمی اجراهای هویت جنسی و جنسیتی» به مقایسه اجراهای هویتی زنان در دو پلتفرم اینستاگرام و واین از طریق نظریه کنشگر-شبکه پرداخته است. وارفیلد (2017) در «مادی سازی مجدد روش های بصری رسانه های اجتماعی از طریق مطالعه موردی سلفی ها» تجربه و احساسات زنان جوان را در لحظه گرفتن سلفی بررسی می کند. پهوا (2019) در «واسطه گیری حیا در یوتیوب سعودی: از اجرای پسا فمینیستی تا پسانسانی»، عملکرد زنان جوان سعودی در یوتیوب را از طریق تحلیل صفحه یک ولاگرمعروف بررسی می کند. او با رویکرد پسانسان گرایانه کارن باراد به نقش های رسانه ای، آنها را به عنوان دستگاه های مادی تولید و شبکه های اجرا در نظر می گیرد. مک اینتایر (2019) در «عاملیت زنانگی: خانم مصرف کننده دیجیتال در بین تعاملی» با استفاده از نظریه «اجرای پسا انسان گرایانه ۱» نقشه ای از عاملیت های «مادی-گفتمانی» زنان اینفلوئنسر را ترسیم می کند. کلارک و تورپ (2020) با استفاده از نظریه رئالیسم عاملی باراد استفاده کرده تا مشارکت مادران با فناوری های خود ردیابی مانند نرم افزار Fitbit را به عنوان پدیده های مادی-گفتمانی تحلیل کند. کرایمر (2021) نیز در «جنسیت مجازی: مادیت و طراحی رابط در رسانه های اجتماعی فراملی» رابط های رسانه های دیجیتال را به عنوان مکان های مادی اعمال و تولید جنسیت تحلیل می کند.

این پژوهش‌ها عمدتاً در قالب پژوهش‌های عملی سعی کرده‌اند با استفاده از رویکردهای پسانسان‌گرایانه نظریه پردازانی مانند لاتور و باراد پدیده‌هایی مانند زنانگی، جنسیت، هویت جنسیتی و غیره را به مثابه پدیده‌های پویا که از طریق نیروهای متعدد مادی-گفتمانی و در شبکه‌ای از کنشگران انسانی و غیرانسانی ساخته می‌شوند ببینند اما هیچ یک از آنها درصدد ارائه مدل نظری پسانسان-گرا برای تحلیل زنانگی که موضوع پژوهش حاضر است نبوده‌اند.

مبانی نظری

فلسفه پسانسان‌گرایی

اصطلاح «پسانسان‌گرایی» به مجموعه‌ای از مواضع نظری معاصر ارائه شده توسط محققان با پیشینه‌های رشته‌ای در فلسفه، مطالعات علم و فناوری، مطالعات ادبی، نظریه انتقادی، جامعه‌شناسی نظری و مطالعات ارتباطی اطلاق می‌شود. برای این گروه‌ها، پسانسان‌گرایی مجموعه‌ای از گسست‌ها را با مفروضات بنیادی فرهنگ مدرن غربی مشخص می‌کند؛ به‌ویژه راهی جدید برای درک سوژه انسانی در رابطه با جهان طبیعی. تئوری پسانسان‌گرا مدعی است که معرفت‌شناسی جدیدی ارائه می‌کند که انسان محور نیست و بنابراین بر ثنویت دکارتی متمرکز نیست. از این جهت به دنبال تضعیف مرزهای سنتی بین انسان، حیوان و فناوری است (بولتر، 2016: 1).

همانطور که از نام آن پیداست، یکی از ویژگی‌های بارز پسانسان‌گرایی، رد اومانیزم سنتی غربی است. انسان‌گرایی به‌عنوان یک پدیده‌ی تاریخی، انسان (و نه خدا) را در مرکز پروژه‌ی ادبی و فلسفی‌اش قرار داد. علم مدرن که در رنسانس آغاز شد، به دنبال دستیابی به درکی از جهان طبیعی بود که برای کشف قوانین جهانی به قدرت انسان در مشاهده و عقل وابسته بود. در تفکر دکارتی، انسان می‌توانست جهان را بررسی کند و عملکرد آن را از طریق علم توضیح دهد. این دیدگاه از انسان به عنوان یک عامل مستقل، جدا از طبیعت در عصر روشنگری شکوفا شد. محققان پسانسان‌گرا، زیست‌شناسی داروینی، اقتصاددانان مارکسیست و روانشناسی فرویدی را نشانه‌های اولیه فروپاشی این سوژه واحد عصر روشنگری می‌دانند. با این وجود، اگرچه جدایی و اعتلای انسان از جهان طبیعی با این تحولات قرن نوزدهم در زیست‌شناسی، روانشناسی و اقتصاد زیر سوال رفت اما علم پوزیتیویستی همچنان تلاش کرد تا دوگانگی سوژه-ابژه را حتی در قرن بیستم حفظ کند.

اما در نیمه دوم قرن بیستم، نظریه‌پردازان مختلف پساساختارگرا و پست‌مدرن همگی درگیر پروژه‌های جابجایی بودند. آنچه آنها در پی جابه‌جایی آن بودند، حقایق مدرنیستی یعنی مفروضات زیبایی‌شناسی کاربردی جهانی و معرفت‌شناسی معتبر جهانی بود. پساساختارگرایی به‌طور خاص تحلیل ساختارگرایانه زبان، ادبیات و فرهنگ را نقد کرد. پساساختارگرایی و پست‌مدرنیسم واکنش‌های انتقادی به آنچه به‌عنوان شیوه‌ها و سخنان کلی‌نگر دوران مدرن تلقی می‌شوند هستند. هر دو مورد، تلاشی برای به چالش کشیدن ادعاهای وحدت، سادگی یا جهان‌شمولی بود. این چالش‌ها را می‌توان زمینه‌سازی برای آنچه که حسن (1977) به عنوان «فرهنگ پسانسان‌گرا» نامیده بود، در نظر گرفت (همان: 2).

پسانسان‌گرایی، مانند پساساختارگرایی، مفروضات ذات‌گرایانه و اومانستی را که انسان‌ها را به‌عنوان مرکز تمام زندگی اجتماعی قرار می‌دهد و از زمینه‌های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی پیرامون آنها جدا می‌کند را به چالش می‌کشد. اما متفاوت از اومانیسم و پساساختارگرایی، رویکرد پسانسان‌گرا بر تمرکززدایی از انسان در تحقیقات تمرکز دارد و در نظر می‌گیرد که چگونه مادیات و گفتمان‌ها معنا را شکل می‌دهند (باراد، 2003: 822). بنابراین، برخلاف رویکرد پساساختاری که چگونگی هدایت معانی و هویت‌ها را در محدودیت‌های گفتمانی در نظر می‌گیرد، تحلیل‌های پسانسان‌گرا بر اهمیت مادیات به عنوان نیرویی زنده، فعال و مولد تأکید می‌کنند. یک تحلیل پسانسان‌گرا، جهان را به عنوان موجودات، اجسام و پدیده‌های مادی تشکیل‌دهنده می‌بیند (باراد، 2003؛ 2007).

نظریه پردازان مختلفی مانند برنو لاتور، دلوز و گاتاری، رزی برایدوتی، کارن باراد، جین بنت، دونا هاراوی و ... بر شکل‌گیری فلسفه پسانسان‌گرا تأثیر گذاشته‌اند. در این تحقیق از میان نظریه‌پردازان مختلف پسانسان‌گرایی سه نظریه که برای مطالعه زنان و رسانه‌های اجتماعی مناسب‌تر هستند انتخاب شده‌اند. این نظریات شامل نظریه کنشگر-شبکه لاتور، رئالیسم عاملی کارن باراد و سایبورگ دونا هاراوی می‌باشد.

نظریه کنشگر-شبکه برنو لاتور

نظریه کنشگر-شبکه نظریه‌ای اجتماعی و میان رشته‌ای در حوزه جامعه‌شناسی علم و فناوری است که در آن فرض بر مشارکت افراد (عوامل انسانی)، اشیاء و فضاها (عوامل غیر انسانی) است. این نظریه قدرتمندترین توصیف خود را توسط برنو لاتور به دست آورد. لاتور بر گسترش قلمرو اجتماعی با توجه به مادیات تمرکز می‌کند و در نظر می‌گیرد که چگونه عناصر ناهمگن مختلف با هم جمع می‌شوند (فاکس و آلدرد، 2017). وی در نظریه خود با نسبت دادن عاملیت به شبکه‌های رابطه‌ای گذرا (لاو، 1999: 4) یا پیوندها (لاتور، 2005: 7) هم «کنشگر» انسانی و هم غیر انسانی را مورد توجه قرار می‌دهد. این شبکه‌ها ناهمگن هستند و فراتر از آنچه که به طور سنتی «اجتماعی» تلقی می‌شود، گسترش می‌یابد و شامل «متون، دستگاه‌ها، معماری‌ها» نیز می‌شود (لاو، 1992: 379). از این منظر، زندگی اجتماعی مهندسی ناهمگونی است «که در آن تکه‌هایی از امور اجتماعی، فنی، مفهومی و متنی در کنار هم قرار می‌گیرند» (همان: 381).

نظریه کنشگر- شبکه به منزله یک هستی‌شناسی عام دو مشخصه اصلی دارد: 1- همواره از کنشگران منفرد و کنش‌های آنها آغاز می‌کند نه از ساختارهای مفروض. هیچ‌گاه با یک ساختار پیشینی کنش کنشگران را تبیین نمی‌کند بلکه به این نگاه می‌کند که کنشگران چگونه با هم شبکه می‌سازند. برای این نظریه مهم این است که چگونه چیزهایی که ما ساختارهای کم و بیش صلب می‌نامیم به دست کنشگران ساخته می‌شوند. 2- این نظریه رابطه انسان و غیر انسان را از نو تعریف و تقارنی عام میان آنها برقرار می‌کند. انسان‌ها و غیرانسان‌ها با هم جامعه را می‌سازند لذا در این نظریه اول از همه تفکیک‌های متداول طبیعی-اجتماعی فرو می‌ریزند (همان: 39).

این نظریه با رد سلطه‌انسان بر غیر انسان و بالعکس معتقد است جهان بسیار متنوع، متکثر و چندوجهی است و نمی‌توان به سادگی آن را به انسان، جامعه، جهان، اشیاء و مصنوعات تفکیک و تقسیم کرد. به طور کلی، انسان و غیر انسان همواره در حال

دادوستد با یکدیگرند. آنها خصوصیات خود را به یکدیگر می‌دهند. از این رو، لاتور با نفی جدایی ذاتی میان انسان و تکنولوژی، به چگونگی رابطه این دو با یکدیگر می‌پردازد و معتقد است «انسان و تکنولوژی، کنشگرانی هستند که همدیگر را بر می‌سازند» (لاتور، 1999: 201).

تأکید عمده در نظریه کنشگر-شبکه به شبکه‌سازی، کنشگران، ائتلاف‌ها، شبکه‌هایی که ساخته می‌شود، گفتگوها و چانه‌زنی میان کنشگران (انسان - انسان، انسان - غیرانسان) بوده و مفهوم محوری آن، «ترجمه یا مذاکره» است. آنچه این نظریه بر آن تصریح دارد این است که توانایی موجودات انسانی در تکوین شبکه‌های اجتماعی فقط به سبب تعامل آنها با عوامل هم‌نوع، یعنی انسانهای دیگر، نیست بلکه به سبب تعامل با عوامل غیرهمجنس یا غیرانسانی نیز هست (لاتور، 2005).

نظریه کنشگر-شبکه برونو لاتور از دو مفهوم مهم کنشگر ۱۲ و شبکه ۱۳ تشکیل شده است. یک کنشگر هر موجودی است که دارای کنش است و تغییر ایجاد می‌کند؛ چه انسان چه غیرانسان (لاتور 2005، 237). مفهوم کنشگر و شبکه به دو روی یک پدیده اشاره دارند و نمی‌توان آنها را جدای از یکدیگر درک کرد (لاتور، 1999: 19). زیرا این شبکه روابط است که به کنشگران انسانی و غیرانسانی قابلیت، عاملیت و قدرت می‌بخشد. در واقع، هیچ کنشگری بدون اتحاد و پیوند با سایر کنشگران نمی‌تواند کنش و تغییری ایجاد کند. از این رو، کنشگران برای رسیدن به اهداف خود همواره در حال ساختن پیوندها و شبکه‌های جدید هستند. وقتی دو یا چند کنشگر با هم اتحاد می‌یابند و پیوند برقرار می‌شود در واقع یک رخداد روی می‌دهد که امری تازه است و هر رخدادی، یک تغییر، یک امر جدید و یک تبدیل است که قابل فروکاستن به عوامل اولیه نیست. شبکه‌ها همواره در معرض ورود کنشگران و بازیگران جدید هستند. با وارد شدن هر کنشگر جدید، هم شبکه تغییر می‌کند و هم ماهیت تمام کنشگران و بازیگران بازتعریف می‌شود (مهدی زاده، 1401: 101).

در طول دو دهه اخیر، «تفکر درباره نظریه کنشگر-شبکه در مطالعات رسانه‌ای» به طور چشمگیری افزایش یافته است. لورنتس انگل و برنهارد سیگرت ۱۴ (2010) بیان می‌کنند که علیرغم تمام چالش‌های نظری، پیوند بین نظریه رسانه و کنشگر-شبکه، همگرایی‌های نظری شگفت‌انگیزی را ارائه می‌دهد (ص 10). نظریه کنشگر-شبکه به دلیل اصرار خود بر اصل تقارن تعمیم‌یافته، می‌تواند مطالعات رسانه‌ای را حساس کند تا نقش فناوری را در کنار نقش اجتماعی در نظر بگیرد. اصل تقارن تعمیم‌یافته ایجاب می‌کند که همه موجودات (انسان و غیرانسان) با روش‌های یکسان تجزیه و تحلیل و با اصطلاحات یکسانی توضیح داده شوند. از نظر کولدری ۱۵، نقطه قوت نظریه کنشگر-شبکه در این است که همیشه عاملیت را در شرایط رابطه‌ای در نظر می‌گیرد، یعنی هیچ چیز «به تنهایی» عمل نمی‌کند. در نتیجه کنشگر-شبکه دقیق‌ترین زبان را در اختیار ما قرار می‌دهد تا نحوه فرمول‌بندی جریان پیچیده رسانه‌ای را روشن نماید (کولدری، 2008).

مفهوم «شبکه» که در نظریه کنشگر-شبکه مورد استفاده قرار گرفته است نیز می‌تواند در مطالعات رسانه‌ای کمک‌کننده باشد. از زمان کاستلز نظریه‌های «جامعه شبکه‌ای» مقبولیت قابل توجهی به دست آورده‌اند. خوزه و دایک (2013) به دنبال ایده فوکو در

12 کنشگر-شبکه Act

13 Network

14 Lorenz Engell & Bernhard Siegert

15 Nick Couldry

مورد اهمیت اساسی هنجارها در ساختن نظم اجتماعی، رسانه‌ها را بر حسب هنجارهای نوظهور تحلیل می‌کند. هنجارها بر «مذاکره مداوم معنا»، یعنی همه اشکال تداعی و ساخت معنا تأثیر می‌گذارند. به گفته ون‌دایک، رسانه‌های جدید، بالاتر از همه رسانه‌های به اصطلاح اجتماعی، یک نقطه دسترسی ممتاز برای درک «فرهنگ اتصال» امروزی هستند. اگر از پیشنهاد ون‌دایک پیروی کنیم، کنشگر-شبهه‌ها را می‌توان بر اساس پرسش از هنجارهایی که فعالیت‌های وساطت را هدایت می‌کنند، بررسی کرد و نه اساساً بر اساس جستجو کنشگران و انتقال اطلاعات به معنای سنتی رسانه.

رنالیسم عاملی کارن باراد

کارن باراد یک فیلسوف-فیزیکدان فمینیست در امریکا است که برای ارائه واقعی‌تر نظریه ماتریالیسم جدید و پسانسان‌گرایی در پدیده‌ها، رویکرد مبتنی بر معرفت‌شناسی «رنالیسم عاملی» را در سال 2007 پیشنهاد می‌کند. رنالیسم عاملی، عاملیت را ویژگی یک انسان (بر اساس نظریه‌های مربوط به قدرت یا توانایی‌های مردم) یا ویژگی‌ای که اشیاء غیرانسانی دارند (بر اساس نظریه کنشگر-شبهه) نمی‌بیند. او عاملیت را «اجرا (برساخته) تغییرات تکراری ۱۶» می‌بیند (باراد، 2007: 178). عاملیت در مورد امکاناتی است که از پیکربندی مجدد فعالیت‌های مادی-گفتمانی درون کنشی به وجود آمده و به ظهور می‌رسد. همانطور که باراد (2003) بیان می‌کند، از طریق یک جریان مداوم عاملیت است که «بخشی» از جهان خود را به طور متفاوتی برای «بخش» دیگری از جهان قابل درک می‌کند و از طریق آن ساختارها، مرزها و ویژگی‌های علی محلی تثبیت و بی‌ثبات می‌شود و «پدیده‌ها به وجود می‌آیند» (باراد، 2003: 817).

بر اساس رنالیسم عاملی، دستگاهی که نظریه پردازی می‌شود باید یک چارچوب مادی-فرهنگی چند بعدی باشد. علاوه بر این، رنالیسم عاملی، توضیحی از ماهیت مادی و فرهنگی همزمان هستی‌شناسی جهان ارائه می‌دهد. گفتن اینکه چیزی به صورت اجتماعی ساخته شده است به معنای واقعی نبودن آن نیست. برعکس طبق رنالیسم عاملی، واقعیت خود مادی-فرهنگی است. مادیت بدن با ساختگی بودن آن از بین نمی‌رود زیرا واقعیت در میان جدایی ناپذیری طبیعت-فرهنگی/جهان-کلمه/فیزیکی-مفهومی/مادی-گفتمانی تشکیل می‌شود. فرهنگ جایگزین طبیعت نیست، اما چیزهای خارج از فرهنگ نیز وجود ندارند. پدیده‌ها، مادی فرهنگی هستند.

برای باراد، مادیت موجودیتی مجزا یا ایستا نیست، بلکه به صورت پویا در عمل تولید می‌شود: «نه یک چیز، بلکه یک اجرا است» (باراد، 2007: 151). همانطور که او توضیح می‌دهد، «ماده تغییر ناپذیر یا منفعل نیست. همچنین یک مکان، مرجع یا منبع پایدار برای گفتمان نیست. در عوض، این فرآیند مادی شدن است که در طول زمان تثبیت می‌شود تا اثر مرزی، ثابت و سطحی را ایجاد کند که ما آن را «ماده» می‌نامیم. بنابراین به جای تمرکز بر گفتمان و پرسیدن اینکه چگونه در جهان مادی وجود دارد، با آن ارتباط دارد یا توسط آن شکل می‌گیرد، ما بر روی اعمال تمرکز می‌کنیم و همیشه و همه جا با آن‌ها به‌عنوان مادی-گفتمانی برخورد می‌کنیم. همانطور که (باراد، 2003: 822) استدلال می‌کند، اعمال از معنا و مادیات تشکیل می‌شوند:

«رابطه بین مادی و گفتمانی رابطه‌ای متقابل است. هیچکدام در غیاب دیگری قابل بیان نیست. ماده و معنا به طور متقابل بیان می‌شوند. نه شیوه‌های گفتمانی و نه پدیده‌های مادی از نظر هستی‌شناختی یا معرفت‌شناختی مقدم نیستند. هیچ کدام را نمی‌توان بر حسب دیگری توضیح داد. هیچ یک در تعیین دیگری موقعیت ممتازی ندارند. مفهوم مادی-گفتمانی بر جدایی ناپذیری درهم تنیده گفتمان و مادیت تأکید دارد.»

در نتیجه، رویکرد رئالیستی عاملی تمایز پیشینی بین امر گفتمانی و غیرگفتمانی ایجاد نمی‌کند. در این رویکرد، نمی‌توان «مواد را محکم زیر یک لنز گفتمانی قرار داد» (هاردی و توماس، 2015)، زیرا این امر مستلزم شناسایی «عناصر»، «جنبه‌ها» یا «موجودات» مادی است که جدای از گفتمان وجود دارند. مطالعات الهام گرفته از رئالیسم عاملی از این موضع کار می‌کنند که گفتمان نمی‌تواند بدون مادی شدن وجود داشته باشد. یعنی گفتمان جدا از مصداق مادی نیست. برای مثال در گفتار، ایمیل مکتوب، سوابق رسمی یا وبلاگ آنلاین، گفتمان قبل از تولید مادی خاص خود به عنوان سخنرانی، ایمیل، رکورد یا پست وبلاگ در زمان‌ها و مکان‌های خاص وجود ندارد.

باراد (2007) در توسعه رئالیسم عاملی، از مفهوم فوکویی گفتمان استفاده می‌کند، اما پیشنهاد می‌کند که توجه بیشتری باید به نحوه کنار هم نگه داشتن معنا و ماده داده شود. به ویژه او معتقد است که نظر فوکو «درباره ماهیت مادی اعمال گفتمانی روشن نیست» (ص. 63) و بنابراین کمتر قادر است که «چگونگی گفتمان در عمل» را توضیح دهد (ص. 148). موضع او این است که گفتمان برای وجود باید به شکلی و در زمان‌ها و مکان‌های خاص تحقق یابد. برای باراد، «مادیت» موجودیتی مجزا یا ایستا نیست، بلکه به صورت پویا در عمل تولید می‌شود: «نه یک چیز، بلکه یک اجرا است» (باراد، 2007: 151). همانطور که او توضیح می‌دهد، «ماده تغییر ناپذیر یا منفعل نیست. همچنین یک مکان، مرجع یا منبع پایدار برای گفتمان نیست. در عوض، این فرآیند مادی شدن است که در طول زمان تثبیت می‌شود تا اثر مرزی، ثابت و سطحی را ایجاد کند که ما آن را «ماده» می‌نامیم. بنابراین به جای تمرکز بر گفتمان و پرسیدن اینکه چگونه در جهان مادی وجود دارد، با آن ارتباط دارد یا توسط آن شکل می‌گیرد، ما بر روی اعمال تمرکز می‌کنیم و همیشه و همه‌جا با آن‌ها به‌عنوان مادی-گفتمانی برخورد می‌کنیم.

در این رویکرد تمرکز بر مادی‌سازی است و پرسیدن این که چگونه اینها بر گفتمان تأثیر می‌گذارند، واسطه می‌شوند و با آن تعامل دارند. به این معنا که گفتمان چگونه به صورت مادی در عمل اجرا می‌شود (اینترونا، 2011). این رویکرد مادی-گفتمانی به ما می‌گوید که چگونه مادی‌سازی‌های خاص در اجرای واقعیت در عمل تفاوت ایجاد می‌کنند. شیوه‌های مادی-گفتمانی سازنده هستند، واقعیت را پیکربندی می‌کنند، یا به عبارتی دیگر، اجرایی هستند. رویکرد اجرایی توجه را بر اجرای مداوم، پویا و رابطه‌ای جهان متمرکز می‌کند. این دیدگاه بسیار متفاوت از دیدگاه متعارف بازنمایی‌گرایی است. باراد (2003) اشاره می‌کند: حرکت به سوی جایگزین‌های اجرایی برای بازنمایی‌گرایی، تمرکز را از تطابق بین توصیف‌ها و واقعیت (مثلاً اینکه آیا توصیفات منعکس‌کننده طبیعت یا فرهنگ هستند؟) به اعمال/اقدامات/کنش‌ها تغییر می‌دهد. اجرا، درک ما از واقعیت را به عنوان یک دستاورد احتمالی و عملی دوباره چارچوب‌بندی می‌کند (لاو، 2004: 137) واقعیت یک فرآیند مداوم است (هرنس، 2008؛ تسوکاس و چیا، 2002) که در عمل اعمال می‌شود. باراد بر اجرای مادی-گفتمانی تأکید می‌کند و می‌نویسد:

«بخش مهمی از گزارش اجرایی که من پیشنهاد کرده‌ام، بازنگری در مفاهیم شیوه‌های گفتمانی و پدیده‌های مادی و رابطه بین آنهاست. بر اساس یک دیدگاه واقع‌گرای عاملی، شیوه‌های گفتمانی فعالیت‌های مبتنی بر انسان نیستند، بلکه بیشتر پیکربندی‌های مادی خاص جهان هستند که از طریق آن تعیین‌های محلی مرزها، ویژگی‌ها و معانی به طور متفاوتی اعمال می‌شوند.» (باراد، 2003: 802) اجرا روشی برای درک اینکه چگونه جهان دائماً در حال ساخته شدن و پیکربندی مجدد در شیوه‌های مادی-گفتمانی است، ارائه می‌دهد.

او اضافه می‌کند: «آنچه من پیشنهاد می‌کنم رویکردی کل‌نگر نیست که در آن سوژه و ابژه در کلیت نسبی‌شده‌ی غیرسیاسی با هم متحد شوند، بلکه نظریه‌ای است که بر اهمیت مرزهای ساخته‌شده و نیز ضرورت پرسش و شکل‌دهی مجدد آن‌ها پافشاری می‌کند. درون‌کنشی که سوژه-ابژه را در بر می‌گیرد، جدایی‌های طبیعی را مشکل می‌کند، اما نه به گونه‌ای که به انحلال سریع مرزها برسد. مرزها دشمن ما نیستند. آنها برای معناسازی لازم هستند. مرزها پیامدهای مادی واقعی دارند - برش‌ها به صورت عاملی تعیین می‌شوند و پاسخگویی اجباری است.»

رئالیسم عاملی بر هستی‌شناسی غیر کلاسیک تکیه دارد. ماده ثابت و مقدم بر دلالت گفتمانی نیست، بلکه در آن است. درون‌کنش فعالیتی است که مکانیک یک عینیت تجسم یافته را تثویز می‌کند. در تلاش برای درک، ما فعالانه در واقعیت مشارکت می‌کنیم. واقع‌گرایی درباره بازنمایی یک واقعیت مستقل نیست، بلکه در مورد پیامدهای واقعی، مداخلات، امکانات خلاقانه و مسئولیت‌های درون‌کنشی در جهان است.

نظریه سایبورگ دونا هاراوی

هاراوی یکی از مهمترین صاحب‌نظران در رویکردی در مطالعات علم و فناوری است که پسانسان‌گرا ۱۷ خوانده می‌شود و قصد آن بازگشایی معنادر خوشه‌های درهم‌تنیده امر مادی به شکلی پیچیده و نو است. از نظر او رویکردهای فرهنگی در اینکه امر مادی را به صورت فضایی از خلاً بی‌معنا می‌بیند و درکی ناب از فرهنگ دارند در خطا هستند. از سوی دیگر رویکردهای طبیعت‌گرا نیز به خاطر عدم درک درآمیختگی امر طبیعی و مادی با روابط اجتماعی معیونند. او ترکیب تازه‌ای از طبیعی-فرهنگی را موضوع بررسی خود قرار می‌دهد.

سایبورگ برای هاراوی بیش از استعاره‌ای برای ادغام مشترک زیست‌شناسی و فناوری بود. هویت‌های شکسته و مناطق مرزی از انواع مختلف، مانند پل زدن بدن انسان و دیگر موجودات بیولوژیکی، مجازی و واقعی (هاراوی 1991)، گرهی درهم شکسته از واقعیت و داستان، طبیعت و فرهنگ بود که در شبکه‌های علم فناوری تعبیه شده بود. سایبورگ هاراوی انفجاری از معنا و مادیات فرهنگی درهم‌تنیده با فوریت فمینیستی سوسیالیستی است. به گفته هاراوی، اگر تفکر دوگانه در مورد طبیعت و فرهنگ غیرممکن بود، دوگانگی‌های فمینیستی دیگر مانند جنس/جنسیت نیز در کنار شخصیت سایبورگ مطرح نمی‌شدند. از این نظر، سایبورگ یک چالش فمینیستی بود، فراخوانی برای اتصال فمینیستی به زیست‌شناسی هم به عنوان علم با فناوری پیشرفته و هم به عنوان فرآیندهای مادی بدن.

تأکید هاروی بر زنانگی و مردانگی و طبیعت و فرهنگ، به‌عنوان مفاهیمی ذاتاً رابطه‌ای، نه بدیع و نه منحصر به پس‌ساختارگرایی است، بلکه بازتاب روشی است که جنسیت در دو دهه گذشته در نظریه فمینیستی تئوریزه شده است. برای فمینیست‌ها، فروپاشی دوتایی‌های سرکوبگر-طبیعت/فرهنگ، انسان/ماشین، سوژه/ابژه، ماشین/ارگانسیم، استعاره/ماده- رهایی‌بخش است. با ظهور فناوری سایبری، زنان این قدرت را به دست می‌آورند که از بدن بیولوژیکی فراتر رفته و خود را خارج از مقوله‌های تاریخی زن، دیگری و ابژه بازتعریف کنند. قوانین طبیعت و زیست‌شناسی، به عنوان مبنای تفاوت و نابرابری جنسیتی، سرانجام اقتدار خود را از دست داده‌اند. هاروی با ایده سایبورگ اساساً انسان بودن را دوباره تعریف می‌کند و توضیح می‌دهد که بطور بالقوه می‌توان در جهانی بدون دسته‌بندی‌های جنسیتی وجود داشت. از نظر هاروی، گسستن شکاف هستی‌شناختی بین موجودات زنده و مصنوعات مرده، لزوماً دوگانگی جنسیتی را به چالش می‌کشد. هاروی سایبورگ را نماد دنیای پس‌اجنسیتی می‌داند که اکنون می‌توانیم در آن زندگی کنیم.

سایبورگ به صورت درک تازه‌ای از بیولوژی، از بدنی آمیخته به تکنولوژی فراسوی دوگانه‌های پیشین بارویکردی فمینیستی متولد می‌شود. سایبورگ ترکیبی از طبیعت-فرهنگ است. اگر تمرکز قبلی بر روی بدن زنان خطر تقویت نمادگرایی سنتی زن/بدن/طبیعت و مرد/ذهن/فرهنگ را به همراه داشت، سایبورگ همه چیز را تغییر داد و بر ارتباط از قبل ایجاد شده فناوری با زنان تاکید کرد. به همین دلیل سایبورگ او دچار دو تفسیر متضاد شده است: از یکسو به نمادی از جنسیت زدایی، بدن‌زدایی و جنسیت‌های مجازی متمایز تبدیل شد و از سوی دیگر در سایبرفمینیسم نمادی از زن دیجیتال است. از طرف دیگر برخی آنرا تلاشی برای بررسی پیچیده‌تر واقعیت انضمامی مادی دانسته‌اند، ولی برخی آنرا عبور از این واقعیت به سمت یک دنیای ایده‌آل فراجنسیتی تلقی کرده‌اند (وایزمن، 2013: 94).

روش‌شناسی

این پژوهش به لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی و ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات آن، مطالعات کتابخانه‌ای و استفاده از منابع مختلف از جمله، کتب، مقالات پژوهشی خارجی و ایرانی، پایان‌نامه‌ها و رساله‌های مرتبط با موضوع می‌باشد. «تحقیقات توصیفی اغلب به کشف قوانین و ارائه مدل‌ها و نظریه‌ها می‌توانند منتهی شوند، این سخن بدین معناست که از طریق این گونه تحقیقات شناخت‌های کلی حاصل می‌شود. در این روش محقق در مرحله نخست به توصیف و فهم نظریات فعلی می‌پردازد و سپس با دسته بندی داده‌ها به مدل و پیشنهادهای خود می‌رسد و آنها را ارائه می‌کند» (باقرزاده و باقرزاده، 1400: 182). بدین معنا در این تحقیق پس از گردآوری و طبقه بندی اطلاعات، تجزیه و تحلیل آنها بطور عمده از طریق توصیف و مبتنی بر تفکر، منطق و استدلال صورت گرفته است. از نظر هدف پژوهش حاضر از نوع بنیادی و کاربردی است که از یک طرف به توسعه مبانی نظری در مطالعات شبکه‌های اجتماعی پرداخته و از طرف دیگر به ارائه مدلی نظری و نو برای تحلیل‌های پسانسان‌گرا در شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌کند. مدلی نظری نهایی مستخرج از این تحقیق قابلیت استفاده و کاربرد در سایر پژوهش‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی که مایل باشند از پارادایم انسان‌گرا عبور کرده و در پارادایم پسانسان‌گرا به تحقیق بپردازند، را دارد.

تحلیل داده‌ها

همانطور که پیشتر بیان شد رویکرد پسانسان‌گرا بر خلاف رویکرد اومان‌یستی رایج در تحقیقات پیشین، محوریت انسان و قائم به ذات بودن او را زیر سوال می‌برد. در این دیدگاه زنانگی پدیده‌ای ثابت و پیشینی نیست که صرفاً توسط کنشگران انسانی (زنان) ساخته شود بلکه زنانگی در شبکه‌های اجتماعی در نسبت با کنشگر غیرانسانی (رسانه اجتماعی) ساخته می‌شود. به این معنا رویکرد پسانسان‌گرا به مطالعه و فهم «ساخت زنانگی» در پیوند با تکنولوژی و رسانه‌ها می‌پردازد. جودی وایزمن (2013) برای این منظور از اصطلاح «هم‌ساختگی هم‌زمان جنسیت-تکنولوژی» به معنای نوعی درهم‌تنیدگی ساخت جنسیت (در اینجا بطور خاص زنانگی) با تکنولوژی (در اینجا بطور خاص رسانه‌های اجتماعی) نام می‌برد. در این معنا جنسیت و تکنولوژی دو مقوله و مفهوم مجزا نیستند بلکه در قالب یک مقوله واحد تحت عنوان «جنسیت-تکنولوژی» در ارتباطی تنگاتنگ با یکدیگر و سایر ساختارهای اجتماعی و مادی ساخته می‌شوند. هاروی با طرح مفهوم سایبورگ این درهم‌تنیدگی را در قالب پیوند انسان و ماشین بیان می‌نماید و خاطر نشان می‌کند که در فضای رسانه‌های جدید «حوزه‌های فناوری‌شده و غیرفناوری یا حوزه‌های آنالین و آفلاین، به روش‌های پیچیده‌ای با هم تالاقی می‌کنند و انسان و ماشین بطور مجازی از نظر هویت درهم آمیخته شده و در واقع ما دارای بدن و هویت‌های آمیخته به تکنولوژی هستیم». با این توضیحات رویکرد پسانسان‌گرایانه زنانگی را در عصر حاضر نه بصورت پدیده‌ای مجزا و منفرد بلکه در پیوندی درهم‌تنیده با رسانه‌های جدید بصورت مداوم «در حال ساخته شدن» می‌داند و لذا درصدد فهم و کشف این «زنانگی در هم تنیده با رسانه اجتماعی» می‌باشد. زنانگی پدیده‌ای ثابت و پایدار نیست بلکه بصورت دائم در پیوند و مذاکره با کنشگران دیگر قرار دارد، لذا پدیده‌ای دائماً در حال تغییر و در حال شدن می‌باشد. برای فهم پدیده‌ی در حال شدن و تغییر، نیاز است به تبیین و طراحی رویکردهای جدیدی که قابلیت توصیف و تحلیل این پیچیدگی‌ها را داشته باشند، پرداخت.

با توجه به مبانی نظری و پژوهشی که مطرح شد، برای طراحی مدل نظری رویکرد پسانسان‌گرا برای تحلیل زنانگی در شبکه‌های اجتماعی باید دو پیش فرض مهم در نظر گرفته شود؛ اولاً عاملیت رسانه به عنوان یک کنشگر غیرانسانی که در ساخت زنانگی موثر است، دوماً در نظر گرفتن درهم‌تنیدگی‌های نیروهای مادی و گفتمانی که در ساخت پدیده زنانگی موثر هستند. این دو پیش فرض بخصوص در نظریه لاتور و نظریه رئالیسم عاملی باراد تعریف و تعبیه شده‌اند که امکان تحلیل پدیده «زنان-رسانه» را فراهم می‌کنند. این نظریات با تعریف مفاهیمی ما را در این امر یاری می‌کنند که بتوانیم مدلی نظری طراحی کنیم. مفاهیمی که از این نظریات گرفته شده و در طراحی مدل نظری موردنظر این تحقیق استفاده می‌شود مطابق جدول زیر می‌باشد که در ادامه تعریف کوتاهی از این مفاهیم ارائه می‌گردد.

جدول 1 مفاهیم مورد استفاده از نظریات

نام نظریه	مفاهیم نظریه
1	کنشگر-شبکه «غیر انسان»، «مذاکره»، «پیوند»
2	رئالیسم عاملی «پدیده»، «نیروهای مادی-گفتمانی»
3	سایبورگ «سایبورگ»

در این مدل نظری با الهام از کارن باراد، زنانگی به عنوان یک «پدیده» در نظر گرفته می‌شود. در نظریه رئالیسم عاملی، «پدیده‌ها» عناصر دائماً متحرکی از عوامل درون‌کنشی هستند یعنی عناصر رابطه‌ای در پدیده‌هایی با مرزها، ویژگی‌ها و ساختارهای علی نامشخص. از طریق چنین اعمالی است که مرزهای افتراقی بین «انسان» و «غیر انسان»، «فرهنگ» و «طبیعت»، «اجتماعی» و «علمی» شکل می‌گیرد. پدیده‌ها سازنده واقعیت هستند. واقعیت مرکب از چیزها در خود نیست، بلکه از «چیزها» در پدیده‌ها تشکیل شده است. نکته این است که پدیده‌ها یک کل غیر دوگانه را تشکیل می‌دهند و آنها درهم‌تنیدگی‌های مادی هستند که از طریق فضا-زمان‌های جهان در هم پیچیده شده‌اند.

بر این اساس «پدیده زنانگی» در نوعی در هم تنیدگی با شبکه‌های اجتماعی از طریق درون‌کنش‌هایی که این دو با یکدیگر دارند شکل می‌گیرد. لذا همانطور که هاروی در مفهوم «سایبورگ» بیان می‌کند، آمیختگی انسان و ماشین اتفاق افتاده و انسان به موجودی درهم آمیخته با تکنولوژی و رسانه به نام سایبورگ تبدیل می‌شود. در تعاریف هاروی سایبورگ ترکیبی از طبیعت-فرهنگ است و بر ارتباط از قبل ایجاد شده فناوری با زنان تاکید دارد. او برای فراتر رفتن از تفکر مطلق گرایانه و دوگانه، مفهوم سایبورگ را مطرح می‌کند تا نشان دهد انسان و ماشین یکی شده‌اند. بر این اساس زنان و زنانگی نیز سایبورگ شده‌اند و به گفته هاروی دارای «بدن‌های آمیخته به تکنولوژی فراسوی دوگانه‌های پیشین» دارند. پدیده زنانگی سایبورگی در شبکه‌های اجتماعی به وجود آمده است که در طراحی مدل پسانسان‌گرایانه باید به این امر اهتمام لازم را داشت.

حال برای فهم نحوه ساخت پدیده زنانگی بصورت سایبورگ (یعنی زنانگی در هم تنیده با رسانه) از مفهوم «غیرانسان» لاتور استفاده می‌کنیم. در مجموعه کنشگر-شبکه، اصطلاح «غیر انسان» به عنوان یک اصطلاح برای در بر گرفتن طیف گسترده اما محدودی از موجودیت‌ها استفاده می‌شود. به عنوان مثال، لاتور (1993: 103) «چیزها ۱۸، اشیاء ۱۹ و جانوران» را تحت عنوان «غیرانسان» معرفی می‌کند. بطور کلی آنچه از این واژه مستثنی می‌شود، انسان‌ها هستند. در مدل نظری این تحقیق شبکه‌های اجتماعی به عنوان غیرانسان در نظر گرفته می‌شوند که با کنشگران انسانی (زنان) در تعامل و رابطه هستند. طبق نظریه کنشگر-شبکه غیرانسان‌ها نیز دارای عاملیت هستند و می‌توانند با کنشگران انسانی وارد مذاکره شده و بر آنها تاثیر بگذارند.

در ادامه طراحی مدل نظری باید بیان کرد که کنشگران انسانی و غیرانسانی هر دو طبق نظریه کارن باراد متاثر و متشکل از «نیروهای مادی-گفتمانی» هستند. باراد در برابر تفکر دوگانگی «ماده» و «گفتمان» مقاومت می‌کند و از «نیروهای مادی-گفتمانی» در ساخت «پدیده»‌ها نام می‌برد. او استدلال می‌کند که شیوه‌های گفتمانی، فعالیت‌های مبتنی بر انسان نیستند، بلکه پیکربندی‌های مادی (دوباره) جهان هستند که از طریق آن مرزها، ویژگی‌ها و معانی به‌طور متفاوتی اجرا می‌شوند. «ماده» یک جوهر ثابت نیست؛ بلکه «ماده در صیورت درون‌کنشی خود جوهری است یعنی یک انجام و انباشتگی عاملیت» است (باراد، 2007: 151). در نتیجه، رویه‌های گفتمانی و پدیده‌های مادی در رابطه خارجی با یکدیگر قرار نمی‌گیرند. «ماده» و «گفتمان» متقابلاً در پویایی درون‌کنشی دخیل هستند و بصورت نیروهای «مادی-گفتمانی» عمل می‌کنند (همان: 184).

18 things

19 objects

با توجه به نیروهای «مادی-گفتمانی»، باراد این امکان را فراهم می‌کند که نه تنها عاملیت جنسیتی ماده را درک کند، بلکه روش‌هایی را نیز درک کند که هویت‌های جنسیتی، در نتیجه روابط مادی-گفتمانی پدیدار می‌شوند. در این دیدگاه انسان و غیرانسان هر دو عاملیت دارند و «عاملیت» آنها در روابط پدیدار می‌شود. فعالیت‌های افراد در رسانه‌های اجتماعی اگر بصورت یک پدیده درک شود، می‌توان گفت که از موجودیت‌های درون کنشی، بازیگران انسانی و غیرانسانی در یک شبکه تشکیل شده است که هر کدام بصورت متقابل یکدیگر را تشکیل می‌دهند. چنین پدیده‌هایی هم مادی و هم گفتمانی هستند و به اشکال جدید روابط و همچنین به گفتمان جنسیتی بستگی دارد (مک اینتایر، 2020: 6-7).

بنا بر رویکرد باراد زنان و رسانه اجتماعی هر دو از در هم تنیدگی نیروهای مادی-گفتمانی تشکیل شده اند. رسانه‌های دیجیتال، از طریق صفحه نمایش، کابل و صفحه کلید؛ گوشی‌های هوشمند و دستگاه‌های GPS؛ تراکنش‌های مالی آنلاین، اشتراک‌گذاری فایل و اعتبار مجازی؛ دیجیتالی کردن آرشیوها که عناصری مادی هستند می‌توانند شیوه‌های گفتمانی که واقعیت‌های سیاسی-اجتماعی هستند را تولید می‌کنند. زنان نیز متأثر از مادیت بدن‌ها و گفتمان‌هایی که حول تعریف زنانگی برای آنها وجود دارد از طریق استفاده، مشارکت و درهم‌تنیدگی با این فناوری‌ها است که زنانگی خود را شکل می‌دهند و اساساً زن می‌شوند. باراد استدلال می‌کند «این اجرا فقط یک موضوع کلامی و گفتمانی نیست، بلکه یک عمل تجسم یافته است. بدین معنا رویکرد پسانسان گرایانه بیش از هر چیز بر اهمیت فرآیند تأکید می‌کند» (باراد، 2007).

تا به این جای مدل پدیده زنانگی در رسانه‌های اجتماعی سایبورگی است که از پیوند و رابطه کنشگران انسانی (زنان) و کنشگران غیر انسانی (شبکه اجتماعی) تشکیل شده است. هر یک از این کنشگران از طریق نیروهای مادی-گفتمانی ساخته می‌شوند. در انتهای این مدل باید از نحوه تعامل و ارتباط این کنشگران و نیروهای مختلف با یکدیگر سخن گفت. نظریه کنشگر-شبکه با دو مفهوم «مذاکره» و «پیوند» این امر را توضیح می‌دهد. طبق تعریف لاتور مذاکره یعنی کار، درگیری و فعالیت (شریف زاده، 1397: 52). «مذاکره روش ایجاد هر نوع تغییری است. بدون مذاکره با دیگر کنشگران هیچ تغییری ایجاد نمی‌شود. بنابراین هر چیزی، بقا و تغییرش محصول مذاکره است. مذاکره روشی است که ما را از جهان کنشگران غیر قابل فروکاست به جهان مفاهیم، مقولات، تفکیک‌ها باز می‌گرداند» (همان: 53). بدین معنا ما برای فهم نحوه ساخت پدیده زنانگی نیازمند کشف کلیه مذاکراتی هستیم که بین کنشگران انسانی (مانند زنان با زنان، زنان با مردان) و بین کنشگران انسانی و غیر انسانی (مانند زنان با رسانه اجتماعی یا بصورت جزئی تر زنان با الگوریتم‌های رسانه اجتماعی، زنان با داده‌های بزرگ، زنان با اقتصاد رسانه و...) در جریان است.

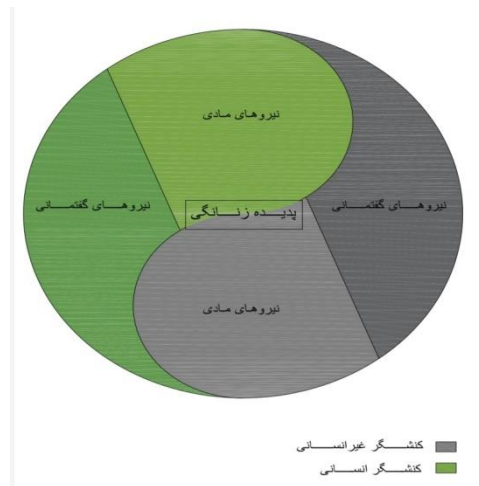
لاتور در ادامه توضیح می‌دهد که هدف از هر مذاکره ایجاد پیوند ۲۰ یا هم‌پیوند ۲۱ است. کنشگران دائماً در حال ساختن پیوندها هستند. (شریف زاده، 1397: 55). ویژگی بسیار مهم پیوندها این است که آنها ناهمگن هستند. در ایجاد هر پیوندی کنشگران متعدد و ناهمگنی در کارند. در هر پیوندی همواره کنشگران انسانی و غیرانسانی نقش دارند. در نظر لاتور پیوندی وجود ندارد که کاملاً انسانی (اجتماعی) یا کاملاً غیر انسانی باشد. ما هیچ‌گاه با اشیا یا روابط اجتماعی مواجه نیستیم. ما با زنجیره‌هایی از پیوندهای انسان و غیرانسان مواجه‌ایم (همان: 56). از خلال این پیوندهاست که پدیده ساخته می‌شود. لاتور بیان می‌کند که هر پیوندی یک

²⁰ association

²¹ assemblage

ضد پیوند دارد. کنشگران درصدد ساختن یک پیوند هستند و کنشگرانی در تلاش‌اند تا از ایجاد آن جلوگیری کنند. از این جهت پدیده زنانگی در رسانه‌های اجتماعی نیز یک پدیده پویاست که مدام در پیوندهای مختلف تغییر می‌کند و بازتعریف می‌شود. هر زمانی که یک کنشگر انسانی یا غیرانسانی جدید وارد شود، شروع به مذاکرات و پیوندهای جدید کرده، در نتیجه پدیده را دستخوش تحول می‌کند. به این معنا پدیده زنانگی در هم آمیخته با رسانه اجتماعی مدام با ورود کنشگران جدید (اعم از کنشگران انسانی و غیرانسانی) مذاکرات و پیوندهای جدیدی را برای بازسازی خود ایجاد می‌کند و بصورت سیال و پویا در حال شکل‌گیری است.

همانطور که در این توضیحات بیان شد مدل نظری پسانسان گرایانه در تحلیل زنانگی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند پویایی شکل‌گیری پدیده زنانگی را بازتاب دهد و با تجزیه و تحلیل نیروهای مادی-گفتمانی و رمزگشایی از مذاکراتی که بین کنشگران مختلف درک دقیق‌تری از فرایند شکل‌گیری زنانگی ارائه دهد. بر اساس این توضیحات نظری تحقیق حاضر مدل زیر را برای تحلیل پسانسانگرایی پدیده زنانگی ارائه می‌نماید.



شکل 1 مدل نظری تحلیل پسانسان گرای پدیده زنانگی در شبکه اجتماعی

در این مدل همانطور که مشاهده می‌شود پدیده زنانگی به مثابه یک کل واحد از درهم‌تنیدگی کنشگران انسانی و غیرانسانی ساخته شده است و هر یک از این کنشگران انسانی و غیرانسانی تحت‌تأثیر نیروهای مادی-گفتمانی هستند. نکته حایز اهمیت این است که نیروها و کنشگرانی که در شکل زیر مدلسازی شده‌اند نه بصورت مجزا بلکه بصورت درهم‌تنیده، همزمان و در نسبت با یکدیگر تجزیه و تحلیل می‌شوند و این مدلسازی صرفاً جهت ساده‌سازی در نمایش نیروها و کنشگران درگیر در پدیده‌های واسطه شده با شبکه اجتماعی طراحی شده است.

کنشگران انسانی متشکل از نیروهای مادی (بدن و زمان و فضا) و نیروهای گفتمانی (گفتمان‌های حاضر در متن و عکس‌ها) هستند. کنشگر غیرانسانی در این پژوهش شبکه اجتماعی است که دارای نیروهای مادی (قابلیت‌ها، امکانات و محدودیت‌های پلتفرم، الگوریتم‌ها، اقتصاد پلتفرم، قابلیت‌ها و امکانات تلفن همراه هوشمند، نیروهای شبکه مانند قدرت شبکه، شبکه‌بندی، شبکه‌سازی) و نیروهای گفتمانی (گفتمان‌های حاکم بر پلتفرم مانند فردگرایی، نئولیبرالیسم و...، گفتمان‌های خودابرازی ارائه شده توسط پلتفرم) می‌-

باشد. کلیه این عوامل نوعی درهم‌تنیدگی میان انسان و تکنولوژی (غیرانسان) را بوجود می‌آورد که می‌توان آن را همانند دونا هاراوی «سایبورگ» یا «انسان-تکنولوژی» یا بطور خاص «زنان-رسانه» نامگذاری کرد.

بحث و نتیجه گیری

با حضور گسترده زنان در شبکه‌های اجتماعی در دهه گذشته و امکان خودبیانگری و تعاملات متعددی که برای آنها با دیگر اعضای شبکه ایجاد شده است، شاهد شکل‌گیری و نمایش اشکال متکثری از زنانگی در شبکه‌ها هستیم. این زنانگی‌ها متکثر و متنوع نه صرفاً توسط خود زنان بلکه در شبکه‌ای از کنشگران مختلفی که با آنها در شبکه‌ها در تعامل هستند شکل می‌گیرد. لذا این زنانگی‌ها بسیار پویا، سیال و در حال تغییر هستند. محقق با تجربه پژوهش‌های متعددی در حوزه زنان و شبکه‌های اجتماعی در پارادایم انسان-گرا به خلاهایی در این رویکردها دست یافت که قادر به تحلیل پیچیدگی‌های پدیده زنانگی در هم تنیده با رسانه اجتماعی نبودند. این رویکردها پویایی و پیوسته «در حال شدن» بودن پدیده زنانگی را نادیده می‌گرفتند. بر این مبنا این تحقیق رویکرد نویی را برای تحلیل بکار برده است که بتواند این نقصان را برطرف کرده و زنانگی را بصورت رابطه‌ای درک و توصیف نماید.

برای این منظور رویکرد نظری این تحقیق با الهام از نظریات پسانسان گرایانه برنو لاتور، کارن باراد و دونا هاراوی تلاش کرد مدلی پسانسان‌گرایانه برای تحلیل زنانگی در شبکه‌های اجتماعی ارائه نماید. برای این امر این تحقیق مدل نظری خود را با مفاهیم پدیده و نیروهای مادی-گفتمانی کارن باراد، غیرانسان، مذاکره و پیوند لاتور و سایبورگ هاراوی صورت بندی کرده است. به این صورت که پدیده زنانگی بصورت سایبورگ یعنی در خلال درهم‌تنیدگی انسان و ماشین در رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. این زنانگی یک امر پیشینی و ثابت نیست که صرفاً در رسانه اجتماعی بازنمایی آن اتفاق بیافتد و از طریق رویکردهای بازنمایی‌گرایی بتوان آن را فهم یا توصیف کرد بلکه هر لحظه در حال ساخته شدن است. رسانه‌های اجتماعی به مثابه کنشگران غیرانسانی در ساخت این پدیده مشارکت می‌کنند. زنان و بطور کلی زنانگی در شبکه‌های اجتماعی در نسبت با عوامل غیرانسانی رسانه مانند پلتفرم، الگوریتم‌ها، امکانات و ... آن کنش انجام می‌دهند و تغییر می‌کنند. همچنین به بیان باراد هر یک از این کنشگران انسانی و غیرانسانی توسط نیروهای مادی-گفتمانی ساخته می‌شود.

رویکردی که این تحقیق برای فهم پدیده زنانگی بسط می‌دهد در گفتگو و پاسخ به دیدگاه‌های گذشته درباره جنسیت و زنانگی شکل گرفته است. در این رویکرد زنانگی نه فقط محصول بدن و فیزیولوژی زنانه مانند دیدگاه‌های سنتی درباره جنسیت است، نه صرفاً محصول گفتمان و اجزای گفتمانی آنطور که جودیت باتلر در نظریه اجرای جنسیت خود بیان می‌کند، بلکه زنانگی کاملاً بصورت مادی-گفتمانی توانان و رابطه‌ای بوجود می‌آید. زنانگی هم از بدن‌ها و هم از گفتمان‌ها که بصورت متقابل یکدیگر را بر می‌سازند بوجود می‌آید.

از طرف دیگر در شرایط امروز بخش زیادی از زنانگی زنان و همچنین فهم زنان از زنانگی در رسانه‌های اجتماعی از طریق فعالیت‌هایی که خودشان و سایر زنان در این شبکه‌ها دارند بوجود می‌آید و با نوعی از «زنانگی در هم آمیخته به رسانه» یا «زنانگی رسانه‌ای شده» مواجهه هستیم. آنچه در اغلب پژوهش‌هایی که در پیشینه تحقیق عنوان شد غائب است توجه به نقش و عاملیت

شبکه اجتماعی در ساخت پدیده زنانگی رسانه‌ای شده است. در حالی که بنا بر رویکرد پسانسان‌گرایانه که این تحقیق آن را اطرین نظریه لاتور توسعه می‌دهد، رسانه اجتماعی اولاً دارای عاملیت است دوماً این عاملیت در تعامل و بصورت رابطه‌ای با زنان قرار دارد. تعامل این دو عاملیت با یکدیگر است که پدیده زنانگی را می‌سازد. این رسانه اجتماعی خود نیز متشکل از نیروهای مادی-گفتمانی است که هم از مادیت رسانه مانند ابزارها، امکانات و قابلیت‌های آن تشکیل شده و هم از گفتمان‌های رایج در رسانه. رسانه بر خلاف دیدگاه‌های بازنمایی گرایانه صرفاً ابزاری برای بازنمایی زنان نیست بلکه با ویژگی‌ها و نیروهای مادی و گفتمانی خود بصورت توأمان با زنان تعامل برقرار می‌کند و وارد مذاکره می‌شود. در این مذاکرات که بین کنشگر انسانی (زنان) و کنشگر غیر انسانی (رسانه اجتماعی) رخ می‌دهد گاهی کنشگر انسانی عاملیت خود را غالب کرده و کنشگر غیر انسانی را در خدمت اهداف خود می‌گیرد، گاهی کنشگر غیر انسانی عاملیت خود را از طریق نیروهای مادی-گفتمانی شبکه بر کنشگر انسانی تحمیل می‌نماید. از خلال این مذاکرات متعدد و پیوندها و توافقاتی که در نهایت بین آنها شکل می‌گیرد زنانگی ساخته می‌شود.

منابع

- 1- اردکانی فرد، زهرا و رضوی زاده، سید نورالدین. (1400). زنان تأثیرگذار اینستاگرامی؛ زنانگی بازنمایی شده در صفحات زنان اینفلوئنسر ایرانی. زن در فرهنگ و هنر، 13(1)، 65-90.
- 2- اردکانی فرد، زهرا و غلامرضا کاشی، محمدجواد. (1401). گفتمان‌های دین رسانه‌ای شده زنانه در اینستاگرام فارسی. زن در فرهنگ و هنر، 14(3)، 397-418.
- 3- اسلامی؛ موسوی، سید هاشم؛ علی خواه، فردین. (1399). سلبریتی‌های مجازی؛ غریبه‌های آشنا در عصر رسانه‌های اجتماعی. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، 16(59)، 45-74.
- 4- اکبرزاده جهرمی، جمال الدین و احمدی، اوین. (1399). گونه‌شناسی هویت مجازی زنان کرد ایرانی در اینستاگرام. فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، 21(52)، 111-144.
- 5- بادامچی، محمدحسین و البرزی، فاطمه. (1399). کرونا، بازگشت به خانه و برآمدن الگوی نوظهور زنان خانه‌دار مجازی. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، 12(3)، 183-217.
- 6- بادامچی، محمدحسین و اردکانی فرد، زهرا. (1402). اینستاگرام و الگوی رسانه‌ای شده زن ایرانی، مطالعه‌ای از منظر سایبرفمینیسم [طرح پژوهشی، معاونت فناوری ریاست جمهوری]. تهران.
- 7- بهار، مهری و بیژنی. (2020). رسانه‌های اجتماعی و هویت جهانی، مطالعه‌ی پلتفرم اینستاگرام. مجله جهانی رسانه-نسخه فارسی، 14(2)، 53-76.
- 8- بیچرانلو، عبدالله؛ صلواتیان، سیاوش؛ لاجوردی، آریتا. (1398). بازنمود سبک زندگی زنان جوان ایرانی در اینستاگرام. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، 15(56)، 112-140.
- 9- بیچرانلو، عبدالله؛ بوالی، زهره. (1400). تصویرسازی زنان عامه از «زن بودگی» در اینستاگرام فارسی از طریق استعاره‌های مفهومی. زن در فرهنگ و هنر، 13(3)، 341-364.

- 10- خجسته باقرزاده، حسن؛ خجسته باقرزاده، کمیل. (1400). تحول مولفه‌های قدرت در عصر شبکه. مطالعات رسانه‌های نوین، 28 (4): 170-194.
- 11- ذکایی، محمد سعید، کرمی و فرزادمنش. (2020). بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان ایرانی در اینستاگرام. مطالعات رسانه‌های نوین، 6(23)، 1-52.
- 12- راوودراد، اعظم و شمسی، میترا. (1400). زندگی و زمانه زنان ایرانی در اینستاگرام: تحلیل ایدئولوژیک عکس‌های زنان در شبکه اجتماعی اینستاگرام. مطالعات رسانه‌های نوین، 7(26)، 131-170.
- 13- راوودراد، اعظم؛ ججاری، مجدی زاده، زهرا. (1400). بصری‌شدن زندگی روزمره زنان؛ گفتمان غالب زنان اینفلوئنسر در شبکه اجتماعی اینستاگرام. فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، 4(12).
- 14- رهبر مهریو، بهناز؛ رشیدی، احتشام؛ دانایی، ابوالفضل. (1398). رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان. پژوهشنامه زنان، سال 10، شماره 2.
- 15- زهرانی، داود؛ ربانی خوراسگانی، علی؛ شریف زاده، رحمان؛ قنبری برزبان، علی. (1401). اینستاگاری بیش از انسان: پیشنهادی روش شناختی در تحلیل اینستاگرام در جامعه شناسی بیش از انسان. فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، 11 (4)، 967-995.
- 16- شریف زاده، رحمان. (1397). مذاکره با اشیا. نشرنی.
- 17- شمسی، میترا. (1401). کنشگری فمینیستی دیجیتال در ایران: کشمکش‌های گفتمانی و سیاست‌های مشاهده پذیری. رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- 18- طاهری کیا، حامد. (1399). مطالعات فرهنگی میدان کوانتوم و روش پساکیفی. تهران: لوگوس.
- 19- فروغی، مریم؛ بهار، مهری. (1398). مطالعه‌ی اجرای جنسیت از خلال فعالیت‌های خیریه‌ی زنان در فضای مجازی (مورد خاص اینستاگرام). فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، 15(56)، 141-168.
- 20- مهرپرور، سمانه. (1398). بازنمود زندگی روزمره در صفحات میکروسلبریتی‌های زن اینستاگرام. مطالعات ماهواره و رسانه های جدید، 18(2)، 71-116.
- 21- مهدی‌زاده، علیرضا. (1401). بررسی و تحلیل کنش عکاسی بر اساس نظریه کنشگر-شبکه برنو لاتور. هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی، 91(3): 99-108.

22- Barad, K., Reid, R., & Traweek, S. (2000). Doing science+ culture.

23- Barad, K. (2003). Posthumanist performativity: Toward an understanding of how matter comes to matter. *Signs: Journal of women in culture and society*, 28(3), 801-831.

24- Barad, K. (2007). *Meeting the universe halfway: quantum physics and the entanglement of matter and meaning*. Durham, NC: Duke University Press.

25- Belinska, S. (2018). REPRESENTATION OF WOMAN'S BODY ON INSTAGRAM: Qualitative Content Analysis of the year 2018 posts of top fitness influencer Michelle Lewin.

26- Bolter, J. D. (2016). Posthumanism. *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*, 1-8.

27- Büyükkuşoğlu, S. (2017). Influencers on instagram Turkey: performing the 'iconic mother' and the 'iconic woman' (Doctoral dissertation).

- 28- Clark, M. I., & Thorpe, H. (2020). Towards diffractive ways of knowing women's moving bodies: A Baradian experiment with the fitbit–motherhood entanglement. *Sociology of Sport Journal*, 37(1), 12-26.
- 29- Couldry, N. (2008). Actor network theory and media: Do they connect and on what terms?. LSE Research Online.
- 30- Duguay, S. (2015, July). Is being# instagay different from an# lgbttakeover? A cross-platform investigation of sexual and gender identity performances. In *SM&S: Social Media and Society 2015 International Conference*.
- 31- Engell, Lorenz, and Bernhard Siegert. "Editorial: Medienphilosophie." *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 2(2010): 6–11.
- 32- Ferguson, Shelagh. Brace-Govan, Jan. Welsh, Bridget .(2020). Complex contradictions in a contemporary idealised feminine body project. *Journal of Marketing Management*.
- 33- Fox, N. J.; Alldred, P. (2017). *Sociology and the New materialism; Theory, Research and Action*, London, Sage.
- 34- Hassan, I. (1977). Prometheus as performer: Towards a posthumanist culture? *Georgia Review*, 31, 830–850.
- 36- Haraway, Donna . (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. Routledge.
- 37- Kraemer, J. (2021). Virtually Gendered: Materiality and Interface Design on Transnational Social Media. *Global Perspectives*, 2(1), 29701.
- 38- Kudaibergenova, Diana T. (2019). The body global and the body traditional: a digital ethnography of Instagram and nationalism in Kazakhstan and Russia. *Central Asian Survey*, 38:3, 363-380.
- 39- Latour, B. (1991). Technology is society made durable. In J. Law (Ed.), *A sociology of monsters: Essays on power, technology and domination* (pp. 103-131). London: Routledge.
- 40- Latour, Bruno. (1993). *We Have Never Been Modern*. Harvester Wheatsheaf.
- 41- Latour, Bruno (1999). "On Recalling ANT," in Law and Hassard, eds., *ActorNetwork Theory and After*. Oxford: Blackwell Publishers, pp. 15-26.
- 42- Latour, Bruno (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. New York: Oxford University Press.
- 43- Lock, J. W. (2020). Conforming to feminine norms of appearance and beauty ideals: self-inflicted objectification?.
- 44- Law, John (1992). "Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity." *Systems Practice* 5(4): 379-393.
- 45- Law, John. (1999). "After ANT: Complexity, Naming and Topology." In Hassard, J & Law, J. (ed.) *Actor-Network Theory and After*. Oxford: Blackwell Publishers.
- 46- Organ, J. (2020). *Social Media Mothering on Instagram: A Visual Analysis* (Doctoral dissertation, Nova Southeastern University).
- 47- Pahwa, S. (2019). Mediating modesty on Saudi YouTube: from postfeminist to posthuman performance. *Women & Performance: a journal of feminist theory*, 29(2), 162-178.
- 48- Petersson McIntyre, M. (2020). Agencing femininity: digital Mrs. Consumer in intra-action. *Journal of Cultural Economy*, 13(1), 54-72.
- 49- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and communication*, 1(1), 2-14.
- 50- Wajcman, Judy.(2013). *TechnoFeminism*. Wiley.

51- Warfield, K. (2017). " I set the camera on the handle of my dresser": re-matter-izing social media visual methods through a case study of selfies. *Media and Communication*, 5(4), 65-74.

Designing a post-humanist theoretical model for the analysis of femininity in social networks

Zahra Ardekanifard²², Hadi Khaniki²³, Baharak Mahmoodi²⁴

Abstract

Research on women and social media has become a rapidly expanding field in communication and media studies in Iran and globally. In Iran, however, most existing studies have been framed within a *humanist* paradigm. The humanist paradigm centers the human subject and largely overlooks the relational agencies of media and technological infrastructures. In contrast, *posthumanist* approaches theorize phenomena as emergent effects of assemblages of human and nonhuman actors. From this perspective, femininity on social media is not a stable, pre-given, purely human category inherited from the past; rather, it is continuously produced through relational entanglements with actor-networks and material–discursive forces.

The aim of this article is to advance such a theoretical orientation in order to better conceptualize the complexity and dynamics of the becoming of femininity on social platforms. Using a descriptive-analytical approach, we develop a theoretical model for posthumanist analysis of femininity in social media. The model draws on key posthumanist contributions, including Bruno Latour’s actor-network theory, Karen Barad’s agential realism, and Donna Haraway’s cyborg theory.

Keywords: post-humanism, femininity, social network, Actor-Network theory, agential realism, cyborg

²² PhD graduate in Communication Science, Allameh Tabataba’i University

²³ Professor of Communication, Faculty of Communication, Allameh Tabataba’i University

²⁴ Assistant Professor of Journalism, Faculty of Communication, Allameh Tabataba’i University

Extended abstract

Background:

Research on women and social media is one of the growing fields in social and communication studies in Iran and around the world. However, most of the studies conducted in Iran in this field have been shaped within the theoretical and methodological framework of the “humanist” paradigm. This paradigm places the human at the center of analysis and does not take into account the interactions between human agency and media agency. In contrast, in the “post-humanist” paradigm, a chain of human and non-human actors are involved in the creation of phenomena.

Purpose:

The aim of this study is the theoretical development of a post-humanist approach to better describe the complexities and dynamics of the creation of femininity in social networks. From this perspective, the phenomenon of femininity in social media is not a fixed and purely human matter inherited from the past, but rather a construct that emerges from the entanglements of actor-networks and material–discursive forces.

Method:

This study was conducted using a descriptive–analytical method, through which a theoretical model for post-humanist analysis of femininity in social networks was developed.

Findings:

The theoretical findings based on the critical review of the literature indicate that femininity in social media is the result of relational constructions and the entanglement of human and non-human agencies, and that it must be analyzed within chains of actor-networks and material–discursive forces, not as a fixed and pre-existing human subject.

Conclusion:

The proposed model is grounded in the main theories of the post-humanist paradigm, including Bruno Latour’s actor-network theory, Karen Barad’s agential realism, and Donna Haraway’s cyborg. This model can provide a theoretical foundation for post-humanist analysis of femininity in social media and open new pathways for future studies in this field.