



Original Research Paper

The Unconscious Formation of Body Transformation in the Shadow of the Publicization of Privates: A Case Study of the Role of Instagram in the Event of Women Life Freedom

Hamed Taheri kia^{1*}

¹ Assistant professor, Department of Communication and Cyber Studies, Institute for Social and Cultural Studies, Tehran, Iran

Abstract

Received: Dec. 25, 2024

Accepted: Mar. 10, 2025

In postrevolutionary Iran, the politics of producing space was grounded in organizing space according to the requirements of the religious law. The transformation of the *Iranian nation* into the *Shiite ummah* through the 1979 Revolution generated the need to create religiously sanctioned spaces aimed at removing vice from the public sphere and promoting devout religious practice. A clear example of this is hijab, which women are required to observe in Islamic public space based on the dichotomy of *mahram* and *non-mahram*. However, with the emergence of the social network Instagram, it became possible to share visual situations in which women were unveiled, making the state of being without hijab in private space publicly visible. This led to the formation of a collective visual habit of seeing unveiled Iranian women and transformed this habit into a visual unconscious shaped by the entanglement of society with digital technology. Within the collective unconscious of Instagram users, seeing the unveiled body of Iranian women has become habitual, and at the very least, user profiles have contributed to normalizing such habituation. The primary aim of the present article is to examine this particular function of Instagram, which became radically activated during the *Woman, Life, Freedom* movement. The theoretical framework employed in this article is grounded in posthumanism and is rhetoric-centered, with rhetoric conceived as critique. According to the findings, Instagram has created an expansive public sphere in which the private unveiled body has been transformed into a public unveiled body. The collective visual experience of the public unveiled body on Instagram has cultivated a visual unconscious of bodily transformation within Iranian culture.

Keywords: Instagram, Hijab, Body, Event, Women life freedom

* Corresponding Author ✉ Kia.erhut@iscs.ac.ir ☎ +98 912 945 1772 🆔 0000-0002-9963-3515

Cite to this article:

Taheri Kia, H. (2025). The Unconscious Formation of Body Transformation in the Shadow of the Publicization of Privates: A Case Study of the Role of Instagram in the Event of Women Life Freedom. *Digital Socio-Cultural Studies*, 1(1), 25-48. doi:10.22035/scds.2025.5571.1010 https://www.scds.ir/article_546.html



© The authors retain the copyright and all publication rights. Full access to the article is freely available under the Creative Commons CC BY 4.0 license. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



مقاله پژوهشی

خصوصی‌های عمومی شده و شکل‌گیری ناخودآگاه دگرگونی بدن؛ مطالعه موردی نقش اینستاگرام در رخداد «زن، زندگی، آزادی»

حامد طاهری کیا^{۱*}

۱ عضو هیئت علمی موسسه مطالعات فرهنگی اجتماعی

چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۹

در ایران پس‌انقلاب، سیاست تولید فضا، مبتنی بر سامان‌دهی به فضای شرعی بود. گذار «ملت ایران» به «امت شیعی» به‌واسطه انقلاب ۱۹۷۹، ضرورت ایجاد فضاهای شرعی با هدف زدودن منکر از صحن عمومی اجتماع و رواج عمل دینی و مؤمنانه را به‌وجود آورد. نمونه آشکار این مسئله، حجاب است که زنان باید در ملأعام اسلامی برپایه دوگانه محرم و نامحرم، رعایت کنند. اما با معرفی شدن شبکه اجتماعی اینستاگرام، امکان به‌اشتراک‌گذاری موقعیت‌های تصویری از بی‌حجابی فراهم شد که حجاب‌ناداشتن در فضای خصوصی را به‌صورت عمومی نمایش می‌داد؛ از این‌رو، شکلی از عادت دیداری جمعی از دیدن زنان ایرانی بی‌حجاب به‌وجود آمد و به ناخودآگاه دیداری برآمده از تنیدگی جامعه با فناوری دیجیتال، تبدیل شد. در ناخودآگاه جمعی مصرف‌کنندگان اینستاگرام، دیدن بدن بی‌حجاب زن ایرانی به یک عادت تبدیل شده است و در کمترین حالت، پروفایل‌ها چنین عادت‌واره‌ای را رواج داده‌اند. هدف اصلی مقاله حاضر، بررسی چنین کارکردی از اینستاگرام است که در رخداد «زن، زندگی، آزادی» به‌شکل رادیکالی فعال شد. چارچوب نظری به‌کاررفته در این مقاله، مبتنی بر پسانسان‌گرایی و رتوریک‌محور است. رتوریک، به‌مثابه نقد در نظر گرفته شده است. براساس نتایج به‌دست‌آمده، اینستاگرام فضای عمومی گسترده‌ای را ایجاد کرده که بدن خصوصی بی‌حجاب به بدن عمومی بی‌حجاب تبدیل شده است. تجربه جمعی دیداری بدن عمومی بی‌حجاب در اینستاگرام، ناخودآگاه دگرگونی بدن را در فرهنگ ایرانی پرورش داده است.

کلیدواژه‌ها: اینستاگرام، بدن، رخداد، حجاب، «زن، زندگی، آزادی»

۰۰۰۰۰۰۰۲-۹۹۶۳-۳۵۱۵ +۹۸۹۱۲۹۴۵۱۷۷۲ Kia.erhut@iscs.ac.ir 

* نویسنده مسئول

چگونه به این مقاله استناد کنیم:

طاهری کیا، حامد (۱۴۰۴). خصوصی‌های عمومی شده و شکل‌گیری ناخودآگاه دگرگونی بدن؛ مطالعه موردی نقش اینستاگرام در رخداد «زن، زندگی، آزادی». فصلنامه مطالعات فرهنگی اجتماعی دیجیتال، ۱(۱)، ۲۵-۴۸. doi:10.22035/scds.2025.5571.1010
https://www.scds.ir/article_546.html

© نویسندگان ۱۴۰۴. دسترسی به متن کامل مقاله بر اساس قوانین کپی‌رایت کامنز CC BY 4.0 آزاد است و اجازه استفاده مجدد، توزیع و تکثیر بدون محدودیت را می‌دهد، به شرط آن‌که به‌درستی به مقاله اصلی استناد شود. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



مقدمه

در تاریخ فرهنگ ایران، همواره مسئله تفکیک فضای خصوصی و عمومی مطرح بوده و معماری تاریخی ایران نیز اهمیت ویژه این مسئله را نشان می‌دهد؛ برای مثال، بر روی درهای قدیمی، کوبه‌هایی وجود داشت که تفکیک نر و ماده بودند. کوبه‌های روی لنگه در راست، صدای بم و کوبه‌های روی لنگه در چپ، صدای زیر می‌دادند که زدن هریک برای اهالی درون خانه نشان می‌داد که جنسیت فرد بیرون در، چیست. این اقدام برای این بود که چنانچه مردی در را بکوبد، زن درون خانه، حجابش را رعایت کند؛ بنابراین، آنچه از بیرون (فضای عمومی) به درون خانه (فضای خصوصی) وارد می‌شود، حاوی نقش جنسیتی است و دوگانه محرم و نامحرم را رقم می‌زند.

حتی با کشف حجاب در برنامه مدرنیزاسیون رضاشاه، اگرچه فضای عمومی، دوگانه محرم/نامحرم را از دست داد، اما درون خانه‌ها، همچنان دوگانه محرم/نامحرم رعایت می‌شد. نمونه این ویژگی را می‌توان در فیلم فارسی دوران پهلوی دوم مشاهده کرد. در ژانر فیلم‌ها فارسی، مردان همچنان در مورد محارم خود غیرت دارند و برای دفاع از آن‌ها دعوا می‌کنند و چاقو می‌کشند (Naficy, 2011, p.300). نمونه آشکار این مورد را در فیلم «قیصر» نیز می‌توان مشاهده کرد که نقش اول فیلم برای دفاع از آبروی ریخته‌شده خواهرش بر اثر تجاوز یک مرد نامحرم، دست به چاقو می‌برد و انتقام می‌گیرد.

پس از انقلاب ۱۹۷۹، دوگانه فضای عمومی و خصوصی، در قالب جدید و متفاوتی فراتر از دوگانه محرم/نامحرم طبقه‌بندی شد (Tāheri Kiā, 2020). حکومت اسلامی با پیاده کردن قوانین اسلامی، ارزش‌های متفاوتی را بر دوش دو فضای عمومی و خصوصی قرار دارد و برآیند این سیاست، ساخت مفهوم ملأعام اسلامی بود. پیاده شدن ملأعام اسلامی، جلوه‌گاه امت اسلامی-ایرانی بود و نباید ارزش‌های اندرونی به بیرونی نفوذ کند؛ بنابراین اگر در بین این دو فضای اندرونی و بیرونی، فضای میانی یافت شود که آن‌ها را به یکدیگر پیوند بزند، آنگاه ملأعام اسلامی در چه موقعیتی قرار خواهد گرفت؟ این پرسش، کلیتی از فضاهای میانی گوناگون را دربر می‌گیرد که ورود ایران به وضعیت دیجیتال و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی از ذیل این پرسش می‌توان به مسئله تبدیل کرد. به این ترتیب، شبکه اجتماعی اینستاگرام به مثابه فضایی میانی، بین فضای اندرونی و بیرونی در فرهنگ ایران پس‌انقلاب، چگونه عمل کرده است؟ هنگامی که به مسئله حجاب در قالب دوگانه محرم/نامحرم و فضای خصوصی/ملأعام اسلامی می‌پردازیم، شبکه تصویرمحور اینستاگرام چه نقشی را بازی کرده است؟ این پرسش اصلی مقاله حاضر است که می‌توانیم با تمرکز بر آن، به نقش اینستاگرام در رخداد «زن، زندگی، آزادی» برسیم. هدف اصلی

پژوهش حاضر، در نظر گرفتن اینستاگرام به مثابه فضای میانجی است که ارزش‌های درونی را به فضای بیرونی تبدیل کرد و موجب ایجاد تغییر در ملأعام اسلامی شد؛ بنابراین، رخداد «زن، زندگی، آزادی» را در ایران در وضعیت دیجیتال بررسی خواهیم کرد.

۱. پیشینه پژوهش

در باره اینستاگرام و حجاب، پژوهش‌های پرشماری در جهان اسلام انجام شده است. یکی از مسائل مورد بررسی در پژوهش‌های مربوط به جهان اسلام، مسئله فشن حجاب بوده است. نقش اینستاگرام در بروز و گسترش و مصرف فشن حجاب، از پدیده‌هایی است که بدن زنان را در مرز بین حجاب و بدن جذاب نگه داشته است (Mohamad & Hassim, 2019; Hardiyanto et al., 2020; Alikhāh & Mohammadzadeh, 2022; Amirbeik et al., 2022). در پیوند بین اینستاگرام و حجاب فشن، مسئله نمایش بدن با حجاب در اینستاگرام، موضوع دیگری برای پژوهش درباره ماهیت و شیوه‌های نمایش حجاب در این فضا بوده است (Kurniawati et al., 2019; Ruqaiyyah,; Mahanani et al., 2019; Karakavak & Özbölük, 2022; Kausar, 2019) همچنین، موضوع تأثیر اینستاگرام بر چگونگی حجاب خارج از اینستاگرام و در زندگی روزمره مورد توجه پژوهشگران بوده است (Nematifar & Safooraei Parizi, 2019). این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که چگونه اینستاگرام در دنیای اسلام، در چگونگی نمایش بدن زنان در تصویر، تحول ایجاد کرده است (Taher et al., 2021; Baulch & Pramiyanti, 2018). در نتیجه، گویی این شبکه اجتماعی برای جهان اسلام، شکل متفاوتی از رویارویی بین سنت دینی و مدرنیته را رقم زده است که محوریت آن، بدن زن و آمیختگی آن با فناوری است (Pramiyanti, 2019).

در زمان رخداد «زن، زندگی، آزادی»، شبکه‌های اجتماعی، نقش ویژه‌ای در تولید و چرخش اطلاعات داشتند. داریوش ایزدی ۱۲ و استفانی درایدن ۱۳ (2024) و یاسمین رضایی ۱۴ (2024) از جمله نویسندگانی بوده‌اند که موضوع نشانه‌های تولید شده و چرخش یافته در رخداد ۲۰۲۲ را مطالعه و بررسی کرده‌اند. یاسمین رضایی، پیوند خلاقانه فناوری دیجیتال و رخدادهای ۲۰۲۲ (خلاقیت‌های زبانی شکل گرفته در بستر شبکه‌های اجتماعی) را بررسی کرده و داریوش ایزدی، جریان تولید و چرخش نشانه‌ها را در راستای تولید هویت سیاسی معرفی می‌کند. از جمله مهم‌ترین نشانه‌ها در رخداد ۲۰۲۲، مسئله آشکارگی و بریدن موها در مقام اعتراض بود (Navarro & Peres-Neto, 2023)؛ بنابراین، ایده دیجیتال فمینیسم (Mehan, 2024) ما را به هدف اصلی مقاله نزدیک می‌کند تا رخداد ۲۰۲۲ را به جای بررسی در حد وقوع یک رخداد، به فرایندی از جریان‌های دگرگونی در جامعه ایران تبدیل کنیم. مجموعه‌ای از نیروها که به

تولید رخداد ۲۰۲۲ منجر شدند، تا پیش از آن در جامعه ایران حضور داشتند (Fadaee, 2024). تولید فضا برای شکل‌گیری فرایند دگرگونی‌ها (Alami Fariman & Hakiminejad 2024)، موجب طرح فضای اینستاگرام، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای تولید و جریان فرایندهای دگرگونی می‌شود که در مورد فرایند دگرگونی موقعیت زنان ایرانی، اهمیت زیادی دارد (Azad, 2023). جریان می‌تو یکی از اصلی‌ترین فضاهای تولید صدای اعتراضی زنان در شبکه‌های اجتماعی بود (Sadeghipouya, 2023; Yaghoobi et al., 2024). براین اساس، تولید فضا برای ایجاد کنش تحول‌خواهی، پیش از آنکه در رخداد ۲۰۲۲ آشکار شده باشد، دارای ریشه‌های تاریخی است (Moghaddam, 2024) و ازهمین‌رو، تبارشناسی رخداد ۲۰۲۲ در فضای اینستاگرام اهمیت ویژه‌ای دارد.

آنچه پژوهش حاضر را از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌کند، تحلیل کارکردی از اینستاگرام در ایران است که جمعیت آماده‌شکل‌دهی به رخداد طغیان تن را پرورش داده است. در این مقاله، کارکرد اینستاگرام در پیوند با رخداد «زن، زندگی، آزادی»، پیش از وقوع آن بررسی کرده‌ایم؛ بنابراین، به پیش از رخداد «زن، زندگی، آزادی» بازگشته‌ایم تا بررسی کنیم که اینستاگرام برای موقعیت بدن انسانی ایرانی چه نقشی را بازی کرده است.

۲. روش پژوهش

مقاله حاضر در قالب پارادایم پسانسان‌گرایی انجام شده است که براساس آن تعریف دوباره‌ای از ماهیت نیروهای شکل‌دهنده اجتماع ارائه و بررسی می‌شود. ماهیت پدیده اجتماعی، مبتنی بر شبکه‌ای از روابط درهم‌تنیده انسانی و غیرانسانی است (Clough, 2009, p.49). با نقد دوگانه مدرن سوژه/ابژه، مفهوم عاملیت پررنگ می‌شود. عاملیت، ویژگی نیروهای انسانی و غیرانسانی است. عاملیت، قدرت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری است؛ بنابراین، پدیده‌ها، شبکه‌ای از پیوندها (Barad, 2007, p.3) و نیروهای انسانی فقط یکی از عوامل شکل‌گیری پدیده‌های اجتماعی هستند. براین اساس، اینستاگرام نیروی غیرانسانی‌ای است که مدعی خواهیم شد، بر نیروهای انسانی ایران پسانقلاب در راستای دگرگون‌سازی پدیده فضا برپایه دوگانه محرم/نامحرم تأثیر گذاشته است.

پژوهش حاضر، پژوهشی نظری-تحلیلی است که تلاش می‌کند در میان لایه‌هایی از نظریه‌ها و داده‌ها حرکت کند و در حین حرکت، امکان ایجاد تفکر درباره رخداد را فراهم کند. همه‌چیز در حال نوشتن است که شکل می‌یابد و به‌پیش می‌رود و هرچه متن به‌پیش می‌رود، ایده‌ها درون همدیگر تنیده می‌شوند تا شبکه‌ای از روابط برای آشکارسازی موقعیت موردنظر، پدید آید؛ از این رو، مقاله

حاضر، رتوریک‌محور است و رتوریک را به‌مثابه نقد (Posselt & Hetzel, 2023) معرفی می‌کند. براین‌اساس، این مقاله فاقد چارچوب نظری است؛ زیرا، یک نظریهٔ مشخص را به‌عنوان چارچوب به‌رسمیت نمی‌شناسد؛ ازاین‌رو، از مفهوم پیش‌درآمد نظری استفاده شده است که زمینهٔ ورود به بحث را فراهم می‌کند و قدرت تبیین‌کنندگی کلیت تحلیل را ندارد. در تحلیل مبتنی بر پیش‌درآمد نظری، چارچوب نظری پژوهش در فرایند پژوهش شکل می‌گیرد و نمی‌توان برای آن چارچوب مشخص از پیش تعیین‌شده‌ای در نظر گرفت.

۳. پیش‌درآمد نظری

فوکو در پژوهش‌های خود دربارهٔ جامعهٔ مدرن، به شیوه‌ای از حکومت‌مندی (Foucault, 2009, p.243) مبتنی بر هنر حکومت کردن بر جمعیت رسیده است. حکومت کردن بر جمعیت، به ایجاد سامانه‌های قدرت (Agamben, 2009, p.1) منجر می‌شود که وظیفهٔ آن‌ها، نظارت بر وضعیت جمعیت است. هدف از نظارت بر وضعیت جمعیت، پرورش و تربیت (Foucault, 1997) سوژهٔ حقوقی (Foucault, 2007, p.88) و قانونمداری است که بتواند از فرهنگ مدرن دفاع کند. فوکو، جامعهٔ نظارتی‌ای را معرفی می‌کند که در آن، فضاهای بسته با قابلیت نظارت بر جمع شکل می‌گیرند.

دلوز (1992) فضاهای بسته را در جامعهٔ نظارتی با امکان‌های نظارت بر جمعیت به‌گونه‌ای می‌بیند که برای گذار از یک فضا به فضای دیگر، باید از یکی بیرون آمد و به دیگری وارد شد (مانند خروج از مدرسه و ورود به بیمارستان). منظور دلوز از اشاره به نقش دیوارها در تقسیم‌بندی فضا، ایجاد موقعیت‌های نظارتی با هدف جلوگیری از تخطی از قانون است.

قدرت در جامعهٔ نظارتی، مبتنی بر توان جلوگیری است. رخداد، نباید رخ دهد و جامعهٔ نظارتی، موقعیتی سلبی و نفی‌کننده دارد (Chul Han, 2015, p.8). قدرت جلوگیری، با تکیه بر عدم رخداد برهم‌زنندهٔ قانون، ارزش‌های تاریخی، و آشفتگی، در امتداد وضعیت تاریخی عمل می‌کند (Massumi, 2007). اما در برابر قدرت جلوگیری، قدرت پیشگیری (Parisi & Goodman, 2011, p.164) معرفی می‌شود که مربوط به موقعیت جامعه در وضعیت دیجیتال است.

دلوز (1992) هنگام تبیین ماهیت جامعه در وضعیت دیجیتال، از مفهوم «جامعهٔ کنترلی» استفاده می‌کند. جامعهٔ کنترلی، دورهٔ جدیدی از تاریخ است که فضاها در آن، مانند جامعهٔ نظارتی، بسته نیستند، بلکه درهم‌تنیده‌اند. فضاها مانند پنجره‌هایی هستند که بر روی یکدیگر گشوده می‌شوند و از هم تأثیر می‌گیرند و تأثیر می‌گذارند. در جامعهٔ کنترلی، رخدادها امکان وقوع دارند، اما از آن‌ها پیشگیری می‌شود.

قدرت در جامعه کنترلی از نوع پیشگیری است. رخدادها رخ می‌دهند، اما کنترل می‌شوند؛ به بیان روشن‌تر، قدرت پیشگیری موجب می‌شود که جنبه‌های مخاطره‌آمیز رخدادها کنترل شود. در جامعه کنترلی، کنش خلاقانه برای تغییر موردتوجه قرار می‌گیرد و دگرگونی به بخشی از ماهیت جامعه در حال حرکت تبدیل می‌شود (Han, 2015, p.8). در این دگرگونی است که رخدادها مجال رخ دادن پیدا می‌کنند و هدف از کنترل رخدادها، بهره‌گیری از آن‌ها و پیشگیری از رخدادهای مخرب است؛ بنابراین، جامعه در وضعیت دیجیتال، از نوع جامعه کنترلی است که نیروهای غیرانسانی، سخت‌افزارها، نرم‌افزارها، زبان الگوریتم، و هوش مصنوعی در پیوند با نیروهای انسانی، شبکه‌ای از روابط را ایجاد کرده‌اند (Yoon, 2021, p.5).

در جامعه شبکه‌ای، فضاها به صورت شبکه‌ای شکل می‌یابند و درون آن‌ها، اطلاعات، تولید شده و جریان می‌یابد. جریان اطلاعات، فضاها را درهم‌تنیده می‌کند و آن‌ها از یکدیگر تأثیر می‌گیرند. امکان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری در شدتی بالا، در نتیجه چرخش اطلاعات در میان فضاها، فراهم می‌شود. در وضعیت تأثیر، ریتمی از تغییرات در میان فضاها جریان می‌یابد و سبب تولید موتور حرکت فضاها می‌شود. جامعه در وضعیت دیجیتال، جامعه‌ای ریتمیک است (Tāheri Kiā, 2021, p.54) و حرکت در مفهوم تغییر موقعیت پدیده‌های اجتماعی، ماهیت جامعه کنترلی در وضعیت دیجیتال را شکل می‌دهد. در نتیجه، جامعه ایران در وضعیت دیجیتال در جایگاه جامعه کنترلی قرار می‌گیرد؛ براین اساس، جامعه نظارتی ایران در وضعیت دیجیتال با ماهیت جامعه کنترلی تنیده شده و درگیری فضایی پیدا کرده است. درگیری فضایی در جامعه ایرانی، برآمده از اصل دوگانه محرم/نامحرم در تولید فضاهای عمومی و نظارت بر آن‌ها است؛ اما در وضعیت دیجیتال، ارزش‌های ایران پسانقلابی دگرگون شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. تولید فضای محرم/نامحرم

در دوران پهلوی، خیابان به محلی برای نمایش زرق و برق‌های زندگی مدرن تبدیل شده بود (Nematollahi & Sayyad, 2025). تبلیغات تلویزیونی و مجله‌ها در آن دوران، نشان‌دهنده انواع کالاهای مصرفی غربی در ایران بود (شکل شماره ۱). فضای عمومی شهر، پذیرای حضور ترکیب جنسیتی‌ای از مردان و زنان ایرانی بود که مسئله رعایت محرم/نامحرم در پوشش، نه یک مسئله و برنامه حکومتی، بلکه شکلی از سبک زندگی مردم و برآمده از ارزش‌های تاریخی فرهنگی آن‌ها بود. برپایه این سبک زندگی، رعایت دوگانه محرم/نامحرم در پوشش، به یک انتخاب فردی تبدیل شده بود.

شکل شماره ۱) تصویری تبلیغاتی را نشان می‌دهد که جلوه‌ای از زندگی مصرفی در دوران پیش از انقلاب است که حتی در سال نخست پیروزی انقلاب ۱۹۷۹، همچنان بر روی مجله‌ها دیده می‌شد (مجله سپیدوسپاه، ۸ تیر ۱۳۵۸).

مسئله اختیاری (انتخابی) بودن سبک زندگی با رشد فردیت مدرن و پرورش ارزش‌های خصوصی همراه بود که در تغییر فضاهای خصوصی خانه‌ها قابل پیگیری است. فضاهای درون خانه‌ها از زمان پهلوی اول به سوی خصوصی‌سازی فضا برای افراد خانه حرکت کرد که از مهم‌ترین ویژگی‌های آن، تفکیک فضا و به‌وجود آمدن اتاق‌های خواب بود. خصوصی‌سازی درون خانه به خصوصی‌سازی میدان تصویری و صوتی انجامید. فضای خصوصی از زیر نگاه اعضای دیگر خانواده محفوظ است و تا حد امکان از ورود صداهای دیگر و خروج صدا حراست می‌کند (Sheikhakbaria et al., 2022, p.91).



شکل شماره ۱: نمونه‌ای از تبلیغات پیش از انقلاب

اما از انقلاب ۱۹۷۹ به این سو، مسئله رعایت محرم/نامحرم، ویژگی نهفته‌ای برای سامان‌دهی به تکرر سبک‌های زندگی ایرانیان در فرهنگ روزمره داشت. محرم/نامحرم، ریشه‌های تاریخی در فرهنگ و هنر ایران داشت و به‌عنوان کاتالیزور کارآمدی برای گذر از سبک زندگی مصرفی غربی ایرانی به سوی سبک زندگی مؤمنانه اسلامی به کار رفت. افزون‌براین، دوگانه محرم/نامحرم، دارای ریشه‌ای اسلامی بود و برجسته کردن این ویژگی در راستای تشکیل امت اسلامی، بسیار کارساز و بااهمیت بود.

به این ترتیب، دوگانه محرم/نامحرم، به سرعت برای شکل‌دهی به ریخت امت مسلمان شیعی به کار گرفته شد و میدان پیاده کردن آن، صحن عمومی جامعه بود که به ملأعام اسلامی معروف شد. ملأعام اسلامی، جلوه‌گاه ورود ایران از دوره پهلوی به دوره اسلامی بود و در جابه‌جایی موقعیت تاریخی دوگانه محرم/نامحرم اهمیت ویژه‌ای داشت. دوگانه محرم/نامحرم باید از حوزه اختیار شخصی و ارزش‌های سبک زندگی به اجبار قانونی و ارزش عمومی جابه‌جا می‌شد که یک جابه‌جایی با تضمین بالا برای ساخت امت اسلامی بود.

در حکومت اسلامی، قانون عرفی با دستورات دینی آمیخته شده و قانون‌دستور را شکل داده‌اند. قانون آمیخته با دستور است، اما دستور می‌تواند قانون نباشد. دستورات اسلامی، بدون تبدیل شدن به قانون همچنان دستور هستند، اما اجرای آن‌ها به ایمان، اعتقاد، و ارزش‌های شخصی بستگی دارد. در دوران پهلوی، دین اسلام به قانون تبدیل نشده بود و تنها وجه دستوری داشت، اما با تشکیل حکومت اسلامی، امکان تبدیل دستورات دینی به قوانین فراهم شد؛ در نتیجه، دوگانه محرم/نامحرم از حوزه حقوق شخصی خارج و به حوزه حقوق عمومی گسترش یافت.

با وارد شدن دوگانه محرم/نامحرم به حوزه حقوق عمومی در ملأعام اسلامی، این قانون‌دستور تصویب شد که میدان دیداری حوزه عمومی موظف است از تفکیک دوگانه محرم/نامحرم پیروی کند (Delāvari et al., 2020, p.126) و پیروی نکردن از آن، خلاف قانون‌دستور است؛ بنابراین، هنگامی که بدن زنان (بر پایه دوگانه محرم/نامحرم) از نگاه نامحرم پوشانده شود، سریع‌ترین، کارسازترین، و مهم‌ترین گام برای شکل‌دهی به ملأعام اسلامی برداشته می‌شود.

اگر در دوره پهلوی، تفکیک فضا به نفع حقوق خصوصی بود، در دوره حکومت اسلامی، تفکیک فضای خصوصی، به سود حقوق جمعی امت اسلامی عمل می‌کرد. تفکیک فضای محرم از نامحرم و مردانه از زنانه، در راستای تولید فضای عمومی بر پایه اصل عدم آمیختگی جنسیتی بود. زمانی که دستور دینی عدم آمیختگی جنسیتی، به قانون تبدیل شد، ملأعام اسلامی گسترش یافت. اما آیا ایجاد فضای جدید به تغییر در وضعیت تفکیک جنسیتی نمی‌انجامد؟ چه فضایی می‌تواند دوگانه محرم/نامحرم را در

قالب یک حرکت عمومی به‌چالش بکشد؟ پاسخ به این دو پرسش را باید در ظهور وضعیت دیجیتال جست‌وجو کرد.

۴-۲. وضعیت دیجیتال، ورای فضای محرم/نامحرم

وضعیت دیجیتال، جغرافیای متفاوتی را به‌وجود آورده است که مبتنی بر حضور نیروهای غیرانسانی (نرم‌افزارها، سخت‌افزارها، زبان الگوریتم، و هوش مصنوعی) است. این وضعیت، مبتنی بر حساب کاربری است و جمع شدن حساب‌های کاربری به تولید جمعیت حساب‌های کاربری یا جمعیت دیجیتالی می‌انجامد. افزایش تعداد حساب‌های کاربری به ایجاد شبکه‌های اجتماعی انجامیده است و در این شبکه‌ها، فضای خصوصی نمی‌تواند عمومی نباشد و فضای عمومی با از دست رفتن فضاهای خصوصی-ماهیت خود را از دست می‌دهد.

حساب کاربری در فضای مجازی، اگر هیچ دنبال‌کننده‌ای نداشته باشد و هیچ‌کسی را هم دنبال نکند، کارایی خود را از دست می‌دهد. جمعیت دیجیتالی در شبکه‌های اجتماعی زمانی فعال می‌شود که حساب‌های کاربری دیگر را دنبال کنند و توسط دیگر حساب‌های کاربری هم دنبال شوند. دنبال شدن و دنبال کردن، نیازمند تولید و چرخش اطلاعات است. تولید و چرخش اطلاعات موجب می‌شود که دنبال‌شونده، اطلاعاتی را برای اشتراک‌گذاری با دنبال‌کننده تولید کند.

در جامعه اشتراکی اطلاعاتی موجود «من‌اطلاعات» وجود دارد. من‌اطلاعات، موقعیتی است که نیروی انسانی و غیرانسانی با یکدیگر پیوند می‌یابند و قالبی از قدرت عاملیت را شکل می‌دهند. من‌اطلاعات دارای قدرت عاملیت توانمندشده به‌کمک ماشین است. من‌اطلاعات در جغرافیای شبکه‌ای زیست می‌کند و اطلاعات، نیروی پیونددهنده حساب‌های کاربری به یکدیگر است. هنگامی که یک حساب کاربری، اطلاعاتی را تولید نمی‌کند و به‌چرخش نمی‌گذارد، گویی جسدی بی‌روح درون جغرافیای دیجیتال است؛ بنابراین، باید به‌روز شد و اطلاعاتی را تولید کرد و به اشتراک گذاشت (Chun, 2016).

براین اساس، جامعه ایران در اواخر دهه هشتاد با آمدن فیس‌بوک به دوره تاریخی جدیدی از جمعیت وارد شد و آن شکل‌گیری جمعیت دیجیتالی بود. البته تا پیش از ایجاد فیس‌بوک، جامعه ایران در قالب وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی ابتدایی مانند یاهو۳۶۰، جمعیت دیجیتالی (Abdolāhian & Yahy, 2011) را شکل داده بود. در این میان، وبلاگ‌ها نقش بسزایی در تجربه‌های ابتدایی درباره تولید و چرخش اطلاعات داشتند و موجی از وبلاگ‌نویسی به‌ویژه در حوزه مسائل اجتماعی و سیاسی پدید آمد (Rahimi, 2008). نعمت‌الله فاضلی، جامعه‌شناس و یکی از وبلاگ‌نویسان فعال در دهه ۲۰۰۱، در مصاحبه‌ای چنین می‌گوید:

تا پیش از نوشتن وبلاگ، نوشتن آن قدرها در ذهن من مهم نبود.... جهان مجازی وبلاگ، اولین تأثیری که روی من گذاشت، این بود که نوشتن را در من برجسته و پراهمیت کرد.... تا پیش از وبلاگ‌نویسی برای من نوشتن، صرفاً ابزاری برای انتقال ایده‌ها و داده‌ها بود؛ اما وبلاگ نوشتن به من آموخت که نوشتن، همان اندیشیدن هست (Quoted from Taheri Kia, 2022).

در اینجا، فاضلی به تولید و چرخش اطلاعات در قالب نوشتن اشاره می‌کند. وی که موقعیت آکادمیک دارد و نوشته‌هایش در قالب آکادمیک بوده است، از تجربه جدیدی از نوشتن در وبلاگ‌ها یاد می‌کند. نوشتن در وبلاگ‌ها، فاضلی را در موقعیت جدیدی از کنشگری قرار داده و در واقع، او در آن دوره، موقعیت جدید من‌اطلاعات را تجربه کرده است. جامعه من‌اطلاعات در وضعیت دیجیتال ایران در حال شکل‌گیری بود و با ورود به شبکه اجتماعی فیس‌بوک، به سرعت گسترده شد؛ تاجایی که در رخداد ۲۰۰۹، شاهد عاملیت فیس‌بوک در تولید و چرخش اطلاعات درباره این رخداد اجتماعی و سیاسی بودیم (Elson, 2012; Hajdu, nd). علاوه بر این، زنان ایرانی در فیس‌بوک جریان‌های اعتراضی به حجاب را شکل داده بودند (Basmechi, Barnes, & Heydari, 2022). با پررنگ شدن نقش عاملیت شبکه‌های اجتماعی و برآمدن جمعیت من‌اطلاعات، برای نخستین بار تجربه فیلترینگ یا منع ورود به جغرافیای دیجیتال برای مهار جمعیت من‌اطلاعات با فیلتر شدن شبکه اجتماعی فیس‌بوک در جریان رخداد ۲۰۰۹ (Rahimi, 2012, p.63) تجربه شد.

با ورود به دهه ۲۰۱۰ و گسترده شدن استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند و دسترسی به فناوری اینترنت همراه، جمعیت من‌اطلاعات به شبکه اجتماعی جدیدی وارد شد که برخلاف وبلاگ‌ها و فیس‌بوک، تولید اطلاعات در آن مبتنی بر عکس بود. شبکه اجتماعی اینستاگرام براساس عکس موجب شد که دوربین‌های تلفن همراه، کارکرد تازه‌ای را برای ماشین تلفن همراه تعریف کنند (Hjorth & Pink, 2013). شبکه اجتماعی اینستاگرام، به ایجاد حساب‌های کاربری‌ای دامن زد که می‌بایست از چیزی عکس تهیه کنند. به بیان روشن‌تر، زندگی روزمره ایرانی و انسان درون آن، به طرح بزرگی برای عکاسی کردن تبدیل شد.

در زمان عکاسی آنالوگ، حریم محرم/نامحرم در آلبوم‌های عکس همچنان حفظ می‌شد. هنگامی که خانواده‌ها برای دیدن آلبوم‌های عکس خانوادگی جمع می‌شدند، تأکید می‌شد که فلان آقا این صفحه‌ها را نبیند؛ زیرا، نامحرم است. تصویر حاصل از عکاسی آنالوگ به عین واقعیت تعبیر می‌شد و بدن یک زن در عکس همانند بدنش در واقعیت بیرون عکس بود که نامحرم نباید آن عکس را می‌دید؛ بنابراین،

فرهنگ دیداری در ایران پس‌انقلاب براساس دوگانهٔ محرم/نامحرم سامان یافته بود. نامحرم بودن برای مردان در چشمان و برای زنان در کلیت بدنشان تعریف می‌شود. در ملاءعام اسلامی، کلیت بدن زنان نباید در معرض دید مرد نامحرم قرار بگیرد.

اما جامعهٔ ایران در دههٔ ۲۰۱۰ به سرعت وارد وضعیت دیجیتال شد و ظهور اینستاگرام، پنجرهٔ جدیدی را در فرهنگ دیداری ایران وارد شده به وضعیت دیجیتال گشود (Abdollahyan & Keshavarzian 2020). اینستاگرام به فضای میانه‌ای بین فضای خصوصی و عمومی تبدیل شد که ظهورش در جغرافیای دیجیتال امکان‌پذیر بود. این شبکه، فضایی را برای ظهور جمعیت دیجیتالی رقم زد که فراتر از دوگانهٔ محرم/نامحرم عمل می‌کرد. برای نخستین بار پس از انقلاب ۱۹۷۹، جامعهٔ ایران شاهد ظهور جمعیتی بود که فضا را خارج از تقسیم‌بندی محرم/نامحرم تجربه می‌کرد.

لازمهٔ عضویت در شبکهٔ اجتماعی اینستاگرام، تولید اطلاعات در قالب عکس و به‌اشتراک گذاشتن آن است. برای این کار، ابزار بسیار دم‌دستی‌ای هم به‌وجود آمد که همان دوربین تلفن همراه بود. تلفن‌های همراه در واقع، دوربین‌های همراهی بودند که انسان ایرانی را مجهز به عکاسی کردن در هر زمان و موقعیتی کرده بودند. نیروی غیرانسانی تازه‌ای به نیروی انسانی ایرانی افزوده شده بود که می‌توانست زندگی روزمره‌اش را به فایل‌های تصویری قابل‌اشتراک تبدیل کند. دوربین‌های تلفن‌های همراه، عکس‌های دیجیتالی‌ای را تهیه می‌کردند که به‌جای اینکه بر روی کاغذ عکاسی باشند، به‌شکل فایل، درون حافظهٔ تلفن‌های همراه ضبط می‌شدند.

در عکاسی دیجیتال، کافی است که عدسی دوربین را به‌سوی موضوع، نشانه بروید و سپس، دکمه را بزنید تا کار تمام شود و عکس در اختیار شما قرار گیرد (Hjorth & Pink, 2013, p.42). در فاصلهٔ زمانی کوتاهی فرهنگ دیداری با موج انبوهی از عکس‌ها روبه‌رو شد که نه‌تنها برای ذخیره کردن بر روی حافظهٔ تلفن‌های همراه، بلکه برای به‌اشتراک گذاشتن آن‌ها بر روی شبکهٔ اجتماعی اینستاگرام تولید شده بودند. عکس گرفتن برای اشتراک‌گذاری و نه ذخیره کردن، موقعیت جدیدی در فرهنگ دیداری ایران بود.

با چنین موجی از تولید و اشتراک‌گذاری عکس، وارد دورهٔ فرافرهنگ دیداری شده‌ایم. برپایهٔ دیدگاه چول هان (Han, 22) که فرافرهنگ را دورهٔ فرهنگ بیشتر می‌داند، دورهٔ فرافرهنگ دیداری، دورهٔ بیشترتصویری‌شدن و بیشترعکاسانه‌شدن و بیشترعکس‌گرفتن در ایران است. در فرافرهنگ دیداری، افزون‌بر موقعیت‌های زندگی روزمره، انسان ایرانی، بدن خود را به موضوعی برای تولید فایل‌های عکاسانه تبدیل کرد. انبوهی از عکس‌ها تولید شدند که انسان ایرانی از خودش و دیگری گرفته بود و همگی آمادهٔ

انتشار بودند. بدن انسان ایرانی، که در دوگانهٔ محرم/نامحرم محصور شده بود، از جایگاه تاریخی‌اش برکنده و به موقعیت جدیدی در فرهنگ دیداری پرتاب شد.

در فرهنگ دیداری جدیدی که در نتیجهٔ ظهور اینستاگرام به وجود آمد، جایگاه تاریخی دو پدیده دگرگون شد: (۱) چشم مرد ایرانی؛ (۲) بدن زن ایرانی. عکس گرفتن به مثابه دیجیتالیزه کردن خود و زندگی روزمره نیاز به چشم‌های خیره‌ای داشت که نظاره‌گر تئاتر تصویری کردن خود در صحنهٔ اینستاگرام باشد. تئاتر تصویری کردن خود، که هر فرد ایرانی‌ای می‌توانست بازیگر آن باشد، را باید وسوسه‌ای دانست که جمعیت دیجیتالی ایرانی اینستاگرام درگیر آن شده بود. اجرای تصویری خود نزد دیگران، به قدرت بیانگری خود دامن زد.

اجرای خود نزد دیگران، به بیانگری بدن انسان ایرانی انجامید. بیانگری بدن، موقعیت نشان دادن آن در شکل‌ها، حالت‌ها، فضاها، و زمان‌های گوناگون است. بدن‌هایی که با هر پست اینستاگرامی، شکل، حالت، فضا، و زمان متفاوتی را به نمایش می‌گذارند و چشم‌های خیرهٔ نظاره‌گران را همچنان در جریان بیانگری‌های بدن در قالب عکس نگه می‌دارند. غفاری (۲۰۲۰) در مقاله‌ای نشان داده است که چگونه مردان ایرانی در برابر عدسی دوربین دیجیتال، تمایل جدیدی به بدن‌نمایی پیدا کرده‌اند و اینستاگرام، فضای پرده برداشتن از این تمایل مردانه را فراهم کرده است. اما عکاسی دیجیتال، مانند عکاسی آنالوگ - که آلبوم‌های خانوادگی را شکل می‌داد. نیست (Kāmran, 2019). عکاسی دیجیتال، فایل قابل دستکاری با انواع اپلیکیشن‌ها است که به بازنمایی آنچه در برابر دوربین است، وفادار نیست (Han, 2017, p.64)؛ بنابراین، انسان ایرانی برای روی صحنه بردن بدن خود در اینستاگرام به بیانگری دستکاری‌شده روی آورد. بیانگری دستکاری‌شده، بدن ایرانی را پیوسته به موقعیت دیداری اغواگرانه‌تری تبدیل می‌کرد که چشم جمعیت دیجیتال ایرانی را بیشتر به خودش خیره نگه می‌داشت. برای نخستین بار در جامعهٔ پس‌انقلابی، بدن ایرانی بیش از هر زمان دیگری در میان جمعیت و فضای عمومی دیده می‌شد (Rafati, 2021).

به روی صحنه رفتن بدن‌های ایرانی در اینستاگرام، فراتر از دوگانهٔ محرم/نامحرم عمل می‌کرد. زنانی که در اینستاگرام، حساب کاربری داشتند، این امکان را به دست آوردند که بدون حجاب بدن، تصویری از خود را در برابر چشم جمعیت دیجیتالی به روی صحنه ببرند. بدن زنان، یا به شکل محدود برای جمعیتی مشخص یا به صورت گسترده برای عموم جمعیت دیجیتالی، به روی صحنه می‌رفت؛ تاجایی که اجرای تصویری بدن به کسب‌وکاری برای بعضی از زنان تبدیل شد. این گروه از زنان، دنبال‌کنندگان زیادی پیدا کردند و به اینفلوئنسرهایی تبدیل شدند که توانایی گرفتن تبلیغات را به دست آوردند. ایجاد

صفحه‌های مدلینگ برای زنان ایرانی و مدل‌های زن ایرانی، از موقعیت‌های دیگر برآمده از روی صحنه رفتن بدن زن ایرانی بدون حجاب در برابر چشمان خیره جمعیت دیجیتال بود.

با دگرگون شدن جایگاه تاریخی بدن زن ایرانی، چشمان مرد ایرانی نیز از حریم جایگاه تاریخی‌اش جدا و وارد موقعیت جدیدی شد. مرد ایرانی، نظاره‌گر روی صحنه رفتن بدن بدون حجاب زن ایرانی بود و آن چشمانی که نباید به بدن زن نامحرم خیره شود، دچار دگرگونی شد. چشمان مرد ایرانی در میان جمعیت دیجیتال، به بدن بدون حجاب زن ایرانی خیره شده بود که دیگر دغدغه پایبندی به دوگانه محرم/ نامحرم را نداشت. عکاسی، بیشتر از بدن بدون حجاب زنان، به موقعیت چشمان خیره مرد ایرانی دامن می‌زد. با گسترده شدن مصرف اینستاگرام و ریشه دواندن فرهنگ دیداری دیجیتال‌ای که به وجود آمده بود، چشمان مرد ایرانی و بدن زن ایرانی بیش از پیش به فرارفتن از دوگانه محرم/ نامحرم عادت می‌کردند و این عادت جدید، برآمده از فناوری دیجیتال و زیستن در وضعیت دیجیتال بود.

ناخودآگاه، جمعیت دیجیتال ایران به فناوری تولید تصویر از بدن خود و دیدن تصویر بدن دیگری عادت کرده بود. جمعیت دیجیتال ایران، دچار ناخودآگاه فناورانه (Clough, 2000) شده بود که ناخودآگاه جدیدی برای جمعیت دیجیتال ایران بود. ناخودآگاه انسان ایرانی، که باید از نفوذ قانون‌دستورات دینی سرشار باشد، وظیفه مدیریت احساسات و امیال را برای درپیش گرفتن زیست مؤمنانه به عهده دارد. امت اسلامی، ایمان به پیاده کردن سیاست‌های اسلامی را برپایه ناخودآگاه اسلامی رقم می‌زند. اما هنگامی که ناخودآگاه فناورانه به ناخودآگاه جمعیت دیجیتال درون امت اسلامی تبدیل می‌شود، آنگاه امیالی که قرار بود در ناخودآگاه اسلامی کنار گذاشته شوند، بیدار و به صحن عمومی جامعه وارد می‌شوند.

ناخودآگاه فناورانه جمعیت دیجیتال ایران، به تبدیل کردن زندگی روزمره به فایل‌های تصویری، بیانگری تصویری از خود، و نمایش بدن و به‌کار انداختن چشم برای دیدن بدن انسان ایرانی در موقعیت‌های گوناگون، دچار شده بود. هرچه زمان بیشتری از فعال شدن این ناخودآگاه فناورانه در دیداری کردن بدن انسان ایرانی می‌گذشت، جمعیت دیجیتال به دیدن بدن انسان ایرانی بیشتر عادت می‌کرد؛ عادت‌ی که دیدن بدن زنان بدون حجاب، قسمت بااهمیتی از آن را شکل می‌داد.

از این‌رو، هنگامی که به رخداد «زن، زندگی، آزادی» می‌رسیم، در موقعیتی از زمان و فضای تاریخی ایستاده‌ایم که جمعیت دیجیتال، فضای عمومی خود را برای نمایش بی‌حجاب بدن پیدا کرده و ناخودآگاهش در راستای نمایش و دیدن چنین بدنی، پذیرای ارزش‌های متفاوتی شده است. در چنین موقعیت تاریخی‌ای است که نبرد بر سر حضور بدن بی‌حجاب در فضای ملاءعام اسلامی توسط جمعیت دیجیتال به یک رخداد فراگیر و شدید تبدیل می‌شود. جمعیت دیجیتال، پدیده‌ای است

که در موقعیت‌های زندگی روزمره، جاری می‌شود (Mendelson, 2023) و با جمعیت‌های خارج از فضای اینستاگرام درمی‌آمیزد. تنیدگی جمعیت حساب‌های کاربری اینستاگرامی با جمعیت بیرون از اینستاگرام، بر ورود ارزش‌های جدید بدن به زندگی روزمره و شهر و ملأعام اسلامی تأثیر می‌گذارد (Akbari et al., 2020). مصداق مهم چنین ادعایی چنین ادعایی، برپا شدن پلیس گشت ارشاد است. پلیس گشت ارشاد، حاصل ورود موقعیت‌های جدیدی از بدن زنان به ملأعام اسلامی است که باید از میدان دیداری شهر دور شوند. در موارد دیگری، مطرح کردن مسئله دختران ساپورت‌پوش توسط علی مطهری در مجلس (Asr-e Iran, 2014)، برخورد با مانته‌های جلو باز (Eqtesādnews, 2022)، و بازداشت مانکن‌های زن اینستاگرامی (Khabar Online, 2016) از نمونه‌های ورود ارزش‌های بدن بی‌حجاب جمعیت دیجیتالی به ملأعام اسلامی است.

به بیان روشن‌تر، رخدادهای «زن، زندگی، آزادی» را باید طغیان ناخودآگاه جمعی برای انتقال نمایش و دیدن بدن بدون حجاب از فضای دیجیتال به فضای ملأعام اسلامی دانست. اما باید توجه داشت که پیش از این رخداد، با گسترش شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه در دهه ۲۰۱۰، دیدن متفاوت بدن آمیخته با تاتوها (Afrasiabi & Sariati Nasb, 2020)، پیرسینگ‌ها، لباس‌های مد روز، و بدن در تناسب اندام ورزشی در ملأعام اسلامی تجربه شده بود. همچنین، افزون بر فضاهای مجازی، فضاهای دیگری ایجاد شده بودند که امکان ظهور این بدن متفاوت را فراهم می‌کردند. مجتمع‌های تجاری، از مهم‌ترین فضاهای شهری برای آشکار شدن بدن متفاوت دختران و پسران پرسه‌زن (Kāzemi, 2022)، و توره‌های گردشگری، از اصلی‌ترین مکان‌ها برای تجربه حضور بدن‌های مختلط پسر و دختر (Musavi, 2022) به‌شمار می‌آمدند. همه این موارد، نشان می‌دهند که چگونه با درهم‌تنیدگی فضای دیجیتالی و فضاهای شهری، جمعیت متفاوتی ورای ارزش‌های دوگانه محرم/نامحرم شکل گرفته بود.

شبکه اجتماعی اینستاگرام، قسمتی از جمعیت ایرانی را به دیدن بدن بی‌حجاب عادت داد و این عادت، وارد مناسبات زندگی روزمره در ملأعام اسلامی شد. چشمان مرد ایرانی باید از دیدن بدن زن نامحرم برحذر داشته می‌شد؛ گویا در رویارویی با بدن زن نامحرم باید حجابی بر روی چشمان مرد ایرانی قرار می‌گرفت. چشمان باحجب‌و‌حیای مردان در پیوند با بدن باحجب‌و‌حیای زنان، ملأعام اسلامی را شکل می‌داد. اما ارائه تصویری از خود برای جمعیت دیجیتالی خیره به تصاویر، امکان ظهور شبه‌بدن بی‌حجاب زنان را برای شبه‌چشم بی‌حجاب مردان فراهم کرد.

بدن در عکس دیجیتال، در موقعیت شبه‌بدن است و نه بدن بیرون از عکس و چشمانی که شبه‌بدن بی‌حجاب را می‌بینند در موقعیت شبه‌چشم بی‌حجاب مردان هستند تا چشمی مردانه که بدن بی‌حجاب

زنان را بیرون از تصویر در مقابلش می‌بیند. اما با تولید شبه‌بدن‌های بی‌حجاب در تصاویر دیجیتال اینستاگرامی، تمایل به نزدیک کردن بدن بیرون از عکس به درون عکس، گسترش و رشد پیدا کرد. تمایل به آشکار کردن بدن بی‌حجاب در ملأعام به پیروی از تصاویر بدن‌های بی‌حجاب اینستاگرامی امکانی را برای تولید ناخودآگاه جمعی در عادت کردن به مسئله بدن زن بی‌حجاب و چشمان بی‌حجاب مردانه برای دیدن آن فراهم می‌کرد.

به این ترتیب، جمعیتی که در رخدادهای «زن، زندگی، آزادی» شرکت کرد، آمادگی بالایی برای نهایی کردن دیدن بدن بی‌حجاب زن ایرانی در ملأعام داشت. فرارفتن از دوگانه محرم/نامحرم در ناخودآگاه جمعی بسیاری از ایرانیان تمرین شده بود. گسترش ابعاد حضور بدن بی‌حجاب در ملأعام، نشانه فراگیر شدن تمایل ناخودآگاه جمعی ایرانیان به فرارفتن از دوگانه محرم/نامحرم در ملأعام است. جمعیتی که چنین آمادگی‌ای نداشته باشد، نمی‌تواند یک‌باره رخدادی طولانی و گسترده را در مبارزه برای گذر از حضور بدن بی‌حجاب زن در ملأعام از سر بگذراند.

نتیجه‌گیری

هدف اصلی مقاله حاضر، بررسی پاسخ این پرسش بود که «جمعیت رخدادهای «زن، زندگی، آزادی» چگونه به سرعت و به گونه‌ای فراگیر در عرصه ظهور بدن زن بی‌حجاب فعال شد و این مطالبه را ادامه داد؟» آیا جمعیتی را می‌توان متصور شد که بدون انباشت و تورم تمایل و خواسته‌ای در زیر پوستش قادر باشد در یک بزنگاه تاریخی، پوست خود را بشکافد و آن تمایل را به طغیان مطالبه‌گری تبدیل کند؟ و اگر پاسخ به این پرسش منفی است، پس «در کدام فرایند تاریخی، جمعیت ایران، به مثابه جمعیت امت اسلامی، که زیست اجتماعی‌اش باید منطبق با ارزش‌های دینی باشد، تجربه حضور بدن زن بی‌حجاب در ملأعام و دیدنش را تمرین کرده بود؟» «کدامین فضای عمومی در ایران پساانقلابی می‌توانست شکل بگیرد که امکان حضور بدن زن بی‌حجاب و دیدنش در آن فراهم شود؟»

این پرسش‌ها بسیار مهم‌تر از این است که بپرسیم، «رخدادهای «زن، زندگی، آزادی» چگونه شکل گرفت؟» ما به پرسش‌های بدیعی نیاز داریم تا این رخداد بدیع را درک کنیم. پاسخ به این پرسش‌ها ما را به موقعیت‌هایی می‌رساند که به آن‌ها بی‌توجه بوده‌ایم. پاسخ ما به این پرسش‌ها، فرایند شکل‌گیری ناخودآگاه فناورانه در جمعیت ایران از اواخر دهه ۲۰۰۰ و سپس، رشد گسترده آن در دهه ۲۰۱۰ تا امروز است. ناخودآگاه فناورانه، حاصل درهم‌تنیدگی نیروهای انسانی با نیروهای غیرانسانی است. درهم‌تنیدگی نیروهای انسانی و غیرانسانی، جریانی از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری را بین آن‌ها برقرار می‌کند. در جریان

تأثیرگذاری‌ها، موتور محرک جامعه به‌راه می‌افتد. در این پژوهش، نقش فناوری را در تولید گونه‌تازه‌ای از انسان ایرانی در دوران ایران پساانقلابی و امت اسلامی بررسی کرده‌ایم. درهم‌تنیدگی نیروی انسانی و غیرانسانی، به ایجاد پسای انسان ایرانی^۱ در امت اسلامی منجر شده است. انسان ایرانی در قالب امت اسلامی مبتنی بر آبردوگانه حرام/حلال شکل گرفته است و پسای انسان ایرانی از این دوگانه فرامی‌رود. دوگانه حرام/حلال به ساخت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، و اقتصادی ایران انجامیده است که تولید فضا در امت اسلامی هم از آن سرچشمه می‌گیرد. دوگانه محرم/نامحرم از زیرمجموعه‌های آبردوگانه حرام/حلال است که کارکرد آن، تولید فضا در امت اسلامی است. فضای ملاعام اسلامی، به‌مثابه اصلی‌ترین محل تجلی حکومت اسلامی و جاری شدن قانون‌دستورات اسلامی، برپایه دوگانه محرم/نامحرم شکل گرفته است.

دوگانه محرم/نامحرم، مبتنی بر دیده نشدن بدن زن بی‌حجاب توسط چشمان مرد نامحرم است. بدن زن نامحرم و چشمان مرد نامحرم نباید در فضای امت اسلامی با یکدیگر برخورد کنند. تفکیک فضای محرم/نامحرم از این حکم دینی برمی‌خیزد. نظارت بر فضا در امت اسلامی ایران مبتنی بر عدم آمیختگی فضای محرم/نامحرم با یکدیگر است. اما از اواخر دهه ۲۰۰۰ و با ورود به دهه ۲۰۱۰، فضای جدیدی برپایه فناوری دیجیتال شکل گرفت که محیطی را برای حضور جمعیت فراتر از دوگانه محرم/نامحرم فراهم کرد.

شبکه اجتماعی فیس‌بوک، در اواخر دهه ۲۰۰۰، بنیان‌های تجربه تشکیل جمعیتی در یک مکان دیجیتالی را برای جامعه ایران فراهم کرد. در دهه ۲۰۱۰، تلفن‌های همراه هوشمند وارد زندگی مردم شدند. این تلفن‌ها به دوربین‌های عکاسی مجهز بودند و با ورود آن‌ها خدمات اینترنت همراه نیز گسترش یافت؛ بنابراین، زمینه‌های ظهور شبکه اجتماعی اینستاگرام در ایران فراهم شد. تلفن‌های همراه هوشمند، درگاهی برای ورود به شبکه اجتماعی اینستاگرام شدند و حساب‌های کاربری روزافزونی در این شبکه اجتماعی ایجاد شد.

شبکه اجتماعی اینستاگرام برپایه بارگذاری عکس کار می‌کند و این امر، سبب مصرف تلفن‌های همراه به‌مثابه دوربین‌های دیجیتال همراه شد. میل برای به‌تصویر کشیدن خود و دیداری کردن زندگی روزمره در برابر چشم‌های خیره‌نظاره‌گران به ایجاد انبوهی از فایل‌های تصویری انجامید. فایل‌های تصویری به بخشی از زندگی روزمره ایرانیان در امت اسلامی تبدیل شدند. عکس‌های دیجیتالی، قسمتی از

۱. پساانسان ایرانی اشاره به نوعی جدید از موجودیت انسان ایرانی است که دیگر فقط در مفهوم نیروی بشری دینی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه در تنیدگی با نیروهای غیر بشری فناوری به موجودیتی دو رگه، در تفاوت با موقعیت ماهیتی قبلیش، تبدیل می‌شود.

نیروی غیرانسانی هویت‌بخش برای انسان ایرانی را تشکیل می‌دادند و میل به بیانگری تصویری در بین جمعیت دیجیتال ایران شدت گرفت. گردش تصاویر در بین جمعیت دیجیتال اینستاگرام، به پیوند خوردن آن‌ها با یکدیگر انجامید؛ زیرا، جمعیت دیجیتال، پیرامون تولید و چرخش تصویر، در یکدیگر تنیده شده بودند.

برای جمعیت دیجیتال اینستاگرام، بدن، موقعیتی برای تولید تصویر دیجیتال بوده است و میل به نمایش بدن در اینستاگرام، دیگر برپایهٔ دوگانهٔ حرام/حلال عمل نمی‌کرد؛ بلکه ورای دوگانهٔ محرم/نامحرم بود و در میان قسمتی از جمعیت ایران تجربه می‌شد. بدن زن بی‌حجاب و چشمان مرد نامحرم، درهم‌تنیده شده و ناخودآگاه جدیدی در میان جمعیت ایران در حال شکل‌گیری بود.

موقعیت بدن بی‌حجاب در برابر چشمان نامحرم، برآمده از موقعیت ایران در وضعیت فناورانه و شکل‌گیری موجودیت‌های جدیدی از پدیده‌های اجتماعی است. در وضعیت دیجیتال، پدیده‌ها به جریان‌های اطلاعاتی تبدیل می‌شوند و چرخش پیدا می‌کنند. تبدیل شدن به اطلاعات و دریافت آن‌ها در موقعیت‌های گوناگون، به شدت‌گیری تأثیرگذاری منتهی می‌شود. هنگامی که زن ایرانی، بدن خود را در موقعیت‌های مختلف به اطلاعات تصویری تبدیل می‌کند، قدرت تأثیرگذاری و جلب‌توجه را به‌دست می‌آورد. در وضعیت دیجیتال، جلب‌توجه، به‌عنوان سرمایهٔ ارزشی عمل می‌کند.

در مکان اینستاگرام، زن ایرانی بدن خود را بدون حجاب با مخاطرهٔ کمتری به‌نمایش می‌گذارد و مرد ایرانی با شرم کمتری به آن خیره می‌شود. مخاطره‌ها و شرم‌ها که بر فضای ملاءام اسلامی حاکم است، در مکان اینستاگرام از بین می‌روند و بیانگری بدن زن ایرانی در قالب تصاویر دیجیتال، در مکانی ورای مخاطره‌ها در برابر چشمان مرد ایرانی ورای شرم‌ها، به‌نمایش درمی‌آید. تجربهٔ دگرگونی وضعیت ارزش‌های تاریخی حجاب بدن زن، ورای دوگانهٔ محرم/نامحرم در مکان اینستاگرام، نه با حضور مستقیم بدن، بلکه با ایجاد تصاویر دیجیتال از آن به‌دست آمد.

زن ایرانی برای نخستین‌بار در مکان اینستاگرام و در میان تصاویر دیجیتال، از طریق بدن بدون حجاب خود، اضطراب فرا رفتن از دوگانهٔ تاریخی محرم/نامحرم را رقم زد. دیگر مردان، نامحرم نبودند و دیدن زن بی‌حجاب را ورای نامحرم بودن تجربه می‌کردند. این تجربه در طول دههٔ ۲۰۱۰ به‌اندازهٔ کافی گسترش یافت؛ به‌گونه‌ای که وارد ناخودآگاه جمعی شد و جامعهٔ ایران به آن عادت کرد. بدن عادت‌کرده به بی‌حجابی و چشمان عادت‌کرده به دیدن بدن بی‌حجاب، از مکان اینستاگرام، خارج و وارد مناسبات زندگی روزمره و فضای شهری شد. تا پیش از رخداد «زن، زندگی، آزادی»، جمعیت دیجیتال در موقعیت‌های گوناگون زندگی روزمره و به شکل‌های مختلفی در حال تمرین حضور بدن بی‌حجاب و

چشمان ناظر بر این بی‌حجابی بود.

عادت به حضور بدن بی‌حجاب و چشمان ناظر بر آن، در ناخودآگاه فناورانه انسان ایرانی در تنیدگی با فناوری دیجیتال شکل گرفت. رخداد «زن، زندگی، آزادی» نمود طغیان ناخودآگاه فناورانه جمعی به خودآگاه جمعی در ملأعام اسلامی بود؛ بنابراین، بدن‌های بی‌حجاب و چشمان ناظر بر آن، در میدان رخداد «زن، زندگی، آزادی» نه بدن و چشمانی به یک‌باره پیداشده از دل جمعیت، بلکه حاصل سال‌ها زیستن در جریان‌های زندگی روزمره در مکان‌های درون و بیرون اینستاگرام بوده‌اند. رخداد به یک‌باره پدیدار شدن جریان‌های درون زندگی روزمره به تعبیر آصف بیات. ویژگی انباشت ایده‌ها، ارزش‌ها، رفتارها، و مادیت زندگی است که در بزنگاهی سر برمی‌آورند. او حضور جریان‌های متکثر زندگی را در قالب «سازگاری برهم‌زننده» (Bayat, 2023, p.120) توصیف می‌کند. سازگاری برهم‌زننده، موقعیتی است که نیروهای اجتماعی با شرایط، به‌گونه‌ی سازگاری مقاومتی پیوند می‌خورند و توان برهم‌زنندگی را به‌دست می‌آورند. به‌همین سبب، هنگامی که به مسئله‌ی جریان‌های متفاوت زیستن زنان در زندگی روزمره رجوع می‌کنیم، می‌توانیم به موقعیت زنان عربستانی نزدیک شویم (Le Renard, 2014) که در آنجا جریان‌های زندگی روزمره‌ی زنان، به انباشتی از ایده‌های تحول‌خواهی انجامید.

افزون بر این، اینستاگرام را نمی‌توان بین دو مفهوم کارکردی «عامل» یا «تسهیلگر» رخداد ۲۰۲۲ در نظر گرفت؛ بلکه ورای این دو مفهوم، می‌توان برای آن از مفهوم «نیرو» استفاده کرد. رخداد ۲۰۲۲، حاصل کارکرد مجموعه‌ای از نیروهای گوناگون بود که یکی از آن‌ها، نیروی اینستاگرام بود. به بیان روشن‌تر، هریک از این نیروها، تاحدی بر رخداد ۲۰۲۲ تأثیرگذار بودند. همچنین، مقاله‌ی حاضر، در پی نادیده گرفتن این مجموعه از نیروها نیست، اما بر برجسته‌سازی کارکرد نیروی اینستاگرام در مقام یک نیروی غیرانسانی تأکید دارد. با توجه به شبکه‌ای دیدن ماهیت رخداد ۲۰۲۲، تمایز سنتی بین فضای مجازی و واقعی برای مقاله‌ی حاضر موضوعیت ندارد. در اینجا، فضا، متأثر از نیروهای فضای مجازی و غیرمجازی است که آبرضا می‌تواند مفهوم کارآمدی برای توضیح آن باشد. آبرضا، حاصل درهم‌تنیدگی فضای مجازی و غیرمجازی است. فضای مجازی بر فضای غیرمجازی تأثیر می‌گذارد و برعکس، از آن نیز تأثیر می‌پذیرد. جریانی از رفت‌وآمد بین تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بین این دو فضا جاری می‌شود و همین امر، سبب درهم‌تنیدگی آن‌ها می‌شود و آبرضا، حاصل این درهم‌تنیدگی است؛ از این‌رو، رخداد ۲۰۲۲ در یک آبرضا رخ داده است.

References

- Abdollahian, V., & Yahyaei, S. (2011). A semiotic analysis of images of Iranian lifestyle: Studying visual self-reflection of Iranian users in Yahoo 360 social media. *Journal of Culture-Communication Studies*, 15(47), 119–149. [In Persian]
- Abdollahyan, H., & Keshavarzian, H. (2020). A semiotic analysis of symbolic actions of Iranian Instagram users. In *Media culture in transnational Asia: Convergences and divergences* (pp.214–228). Rutgers University Press.
- Afrāsīābi, H., & Šariati Nasb, T. (2020). Representation of the meaning and experience of tattoo by young women. *Journal of Sociological Cultural Studies*, 3(33), 25–48. [In Persian]
- Agamben, G. (2009). *What is an apparatus?* Stanford University Press.
- Akbari, S., Jafari, A., & Soltani Far, M. (2020). The role of virtual social networks on body management of Tehran citizens. *Revista Conrado*, 16(72), 234–241.
- Alami Fariman, M., & Hakiminejad, A. (2024). Woman, life, freedom: Revolting space invaders in Iran. *European Journal of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/13675494241268101>
- Alikhah, F., & Mohammadzadeh, H. (2022). On modern chadori girls: The emergence of the “3 in 1 generation”. *Journal of Sociology of Culture and Art*, 2(11), 28–46. [In Persian]
- Amirbeik, M., Maseudi, H., & Shadlou, N. (2022). Typology of constructing women’s religious identity with emphasis on coverage in the social network Instagram. *Journal of Women’s Studies*, 13(41), 1–35. <https://doi.org/10.30465/ws.2021.32079.3076> [In Persian]
- Asr-e Iran. (2014). Display of images of women wearing leggings in parliament. <https://www.asriran.com/fa/news/342366> [In Persian]
- Azad, C. (2023). Instagram as a tool of ‘social navigation’: Women’s soccer in the Islamic Republic of Iran—Between censorship and (R)evolution. *Soccer & Society*, 25(2), 240–255. <https://doi.org/10.1080/14660970.2023>
- Babak, R. (2008). *The politics of the Internet in Iran*. In *Media, culture and society in Iran: Living with globalization and the Islamic state*. Routledge.
- Barad, K. (2007). *Meeting the universe halfway: Quantum physics and the entanglement of meaning and matter*. Duke University Press.
- Basmechi, F., Barnes, D., & Heydari, M. (2022). Hashtag activism: Tactical maneuvering in an online anti-mandatory hijab movement. *Sociological Spectrum*, 42(1), 18–39.
- Bayat, A. (2023). Revolution without revolutionaries: Making sense of Arab Spring (A. Sadeqi & R. Art). Shirazeh. [In Persian]
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. *Social Media + Society*, 4(4), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2056305118802017>
- Chun, W. H. K. (2016). *Updating to remain the same: Habitual new media*. MIT Press.
- Clough, P.T. (2000). *Autoaffection: Unconscious thought in the age of technology*. University of Minnesota Press.
- Clough, P.T. (2009). The new empiricism: Affect and sociological method. *European Journal of Social Theory*, 12(1), 43–61.
- Delavari, A., Kazemi, A., & Vahab Nazarian, S. M. (2020). *Everyday life and political conflict in Iran after the Islamic*

- Revolution: From 11 February 1979 to 2 June 1981. *Journal of Research Letter of Political Science*, 4(60), 97–142. [In Persian]
- Deleuze, G. (1992). Postscript on the societies of control. October, 59, 3–7.
- Elson, S. B., Yeung, D., Roshan, P., Bohandy, S. R., & Nader, A. (2012). Background on social media use in Iran and events surrounding the 2009 election. In *Using social media to gauge Iranian public opinion and mood after the 2009 election* (pp.11–22). RAND Corporation. <http://www.jstor.org/stable/10.7249/tr1161rc.10>
- Eqtesādnews. (2022). New dress code guidelines in Iran: Short and open-front mantles banned. /fa/tiny/news-497867 [In Persian]
- Fadaee, S. (2024). Woman, life, freedom movement: Dynamics of a movement in progress. *Social Movement Studies*, 1–6. <https://doi.org/10.1080/14742>
- Foucault, M. (1997). *Discipline and punishment: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). Vintage Books.
- Foucault, M. (2007). *Security, territory, population: Lectures at the Collège de France, 1977–1978* (G. Burchell, Trans.). Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (2009). *Security, territory, population: Lectures at the Collège de France, 1977–78*. Palgrave Macmillan.
- Ghaffari, R. (2020). Beyond martyrs and mullahs: Transformations of gender roles and identities among Tehran middle-class men. <https://politicalscience.ceu.edu/article/2020-12-01/beyond-martyrs-and-mullahs-transformations-gender-roles-and-identities-among>
- Golzard, V., & Miguel, C. (2021). Negotiating intimacy through social media: Challenges and opportunities for Muslim women in Iran. In *Iranian romance in the digital age: From arranged marriage to white marriage* (pp.111–124). I.B. Tauris.
- Hajdu, S. (n.d.). ReTweet: How Green Movement youth used new media to mobilize in Iran. https://anthropology.nd.edu/assets/435488/hajj Dusierra_1_.pdf
- Han, B.-C. (2015). *The burnout society* (E. Butler, Trans.). Stanford University Press. (Original work published 2010)
- Han, B.-C. (2017). *In the swarm*. MIT Press.
- Han, B.-C. (2022). *Culture and globalization* (D. Steuer, Trans.). Polity Press.
- Hardiyanto, N., Perera, H., & Kusdibyo, L. (2020). Customer purchase intentions on hijab fashion: The role of social media marketing Instagram and product quality. *International Journal of Applied Business Research*, 2(2), 138–148.
- Hjorth, L., & Pink, S. (2013). New visualities and the digital wayfarer: Reconceptualizing camera phone photography and locative media. *Mobile Media & Communication*, 2(1), 40–57.
- Izadi, D., & Dryden, S. (2024). Woman/Life/Freedom: The social semiotics behind the 2022 Iranian protest movement. *Discourse, Context & Media*, 60, 100803. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2024.100803>
- Kāmṛān, A. (2019). The study of the signs of absence in the history of family photos of Iran. *Journal of [Title]*, 15(56), 169–195. [In Persian]
- Karakavak, Z., & Özbölük, T. (2022). When modesty meets fashion: How social media and influencers change the meaning of hijab. *Journal of Islamic Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/IJIMA-03-2022-0087>
- Kauser, R. (2019). Exploring the self-presentation of female Muslims, who wear the hijab, on the social networking site 'Instagram' (Unpublished undergraduate dissertation). Manchester Metropolitan University.

- Kāzemi, A. (2022). Wandering and everyday life in Iran. *Farhang-e Jāvid*. [In Persian]
- Khabar Online. (2016). Details on the arrest of 8 individuals in the case of Iranian clothing models on Instagram: Localization of modeling inspired by Kim Kardashian. <https://www.khabaronline.ir/news/537047> [In Persian]
- Le Renard, A. (2014). *A society of young women: Opportunities of place, power, and reform in Saudi Arabia*. Stanford University Press.
- Mahanani, P.A. R., & Chairani Putri, R. (2019). Representation and negotiation of women Syar'i hijab Shaff Hijrah community through Instagram. *KnE Social Sciences*, 3(20), 297–309. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i20.4943>
- Massumi, B. (2007). Potential politics and the primacy of preemption. *Theory & Event*, 10(2). <https://muse.jhu.edu/article/218091>
- Mehan, A. (2024). Digital feminist placemaking: The case of the “Woman, Life, Freedom” movement. *Urban Planning*, 9. <https://doi.org/10.17645/up.7093>
- Mendelson, E. A. (2023). Sensemaking and public intimacy on TikTok: How viral videos influence interpersonal relationships offline. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448231112345>
- Moghaddam, R. (2024). The roots of the revolutionary women's movement in 2022 in Iran. *Journal of Middle East Women's Studies*, 20(1), 132–140. <https://doi.org/10.1215/15525864-10961860>
- Mohamad, S. M., & Hassim, N. (2019). Hijabi celebrification and hijab consumption in Brunei and Malaysia. *Celebrity Studies*, 12(3), 498–522.
- Musavi, S. J. (2022). Mixed tourism groups are not allowed to camp. <https://www.isna.ir/news/1401051108258> [In Persian]
- Nemati Far, N., & Safoorai Parizi, M. M. (2019). Investigating the effect of social networks on hijab with an emphasis on the religiosity dimensions: Case study of female users of Instagram social networking. *Religion & Communication*, 1(55), 335–362.
- Nematollahi, J., & Sayyad, A. (2025). Displaying modern life: Experiencing the promises, desires, and perils of Mohammad Reza Pahlavi's Tehran through window-shopping in Crossroad of Events (1955), Mr. Naive (1971), and Under the Skin of Night (1974). *Iranian Studies*, 58(2), 277–291. <https://doi.org/10.1017/irn.2025.8>
- Naficy, H. (2011). *A social history of Iranian cinema*, Vol.2. Duke University Press.
- Navarro, C., & Peres-Neto, L. (2023). “Hair for freedom” movement in Iran: Interreligious dialogue in social media activism? *Religions*, 14(5), 602. <https://doi.org/10.3390/rel14050602>
- Parisi, L., & Goodman, S. (2011). Mnemonic control. In J. Potts (Ed.), *Beyond biopolitics: Essays on the governance of life and death* (pp.163–176). Duke University Press.
- Posselt, G., & Hetzel, A. (2023). Rhetoric as critique: Towards a rhetorical philosophy. *Theory, Culture & Society*, 40(3), 41–61.
- Pramiyanti, A. (2019). *Being me on Instagram: How Indonesian hijabers reframed the nexus of piety and modernity* (PhD Thesis). Queensland University of Technology.
- Rafati, F., Dehdashti, N., & Sadeghi, A. (2021). The relationship between Instagram use and body dissatisfaction, drive for thinness, and internalization of beauty ideals: A correlational study of Iranian women. *Feminist Media Studies*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1955582>

- Rahbari, L. (2019). Pushing gender to its limits: Iranian women bodybuilders on Instagram. *Journal of Gender Studies*, 28(5), 591–602.
- Rahimi, B. (2008). The politics of the Internet in Iran. In *Media, culture and society in Iran: Living with globalization and the Islamic state*. Routledge.
- Rahimi, B. (2012). The sacred in fragments: Shi'i Iran since the 1979 revolution. In *Iran from theocracy to the Green Movement* (pp.55–78). Palgrave Macmillan.
- Rezai, Y. (2024). Performing Iran online: Digital poetics and feminist activism in the Woman Life Freedom movement. *Journal of Gender Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/09589236.2024.2386058>
- Sadeghipouya, M. (2023). Sexual violence, MeToo, and Iranian lesbians' censored voices. In *The #MeToo Movement in Iran* (pp.123–134). <https://doi.org/10.5040/9780755647286.ch-008>
- Sheikhakbari, N., Soheili, J., & Armaghan, M. (2022). The influence of modernistic lifestyle on privacy in extrovert houses of the First Pahlavi period: Tehran. *Armanshahr*, 14(37), 75–93. [In Persian]
- Tāheri Kiā, H. (2020a). Iran besueie jomhuri-e Islami [Iran towards the Islamic Republic]. *Naqd-e Farhang*. [In Persian]
- Tāheri Kiā, H. (2020b). The system of knowledge in the digital condition. Institute for Cultural and Social Studies. [In Persian]
- Tāheri Kiā, H. (2021). The digital condition and the popularization of social sciences through social media pages. Employer, Institute for Cultural and Social Studies. [In Persian]
- Taher, A., El-Banna, D. O., El Dine, N. A., & Hamdy, N. (2021). Veiled on Instagram? Representation of veiled versus non-veiled women in Western and Egyptian Instagram posts. *Journal of Interactive Advertising*, 21(3), 306–314. <https://doi.org/10.1080/15252019.2021.2002742>
- Yoon, H. (2021). Digital flesh: A feminist approach to the body in cyberspace. *Gender and Education*, 33(5), 578–593.