

زنان و کنش‌گری در رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: صفحه فیس‌بوکی «آزادی یواشکی زنان»)

حامد طالبیان^{۱*}، سارا طالبیان^۲

چکیده

«آزادی یواشکی زنان» نام یکی از صفحات مشهور فیس‌بوک به زبان فارسی است که خواستار اعتراض به حجاب اجباری و تظاهرات برای آزادی پوشش زنان در ایران است. اساس ایجاد این صفحه و فعالیت‌های آن به‌منزله «جنبشی اجتماعی» توصیف شده است و بعضی از رسانه‌های غربی ادعا می‌کنند این صفحه یک جنبش اجتماعی موفق برای زنان ایرانی است و سکویی جدید خواهد بود که زنان ایران تصویری جدید از هویتشان ارائه کنند. در این مقاله، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی نمونه‌ای هدفمند از عکس‌ها و شرح عکس‌هایی که از طرف کاربران ایرانی ارسال و در این صفحه فیس‌بوکی منتشر شده است، این ادعا بار دیگر به پرسش کشیده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که برخلاف برخی از هیجان‌های موجودی که در بعضی از رسانه‌ها و انجمن‌های حقوق بشری غربی درباره شکل‌گیری یک جنبش اجتماعی جدید در میان زنان از طریق این صفحه وجود دارد، نمی‌توان آن را یکی از مصداق‌های جدید جنبش اجتماعی زنان در ایران محسوب کرد. در پایان، چنین نتیجه‌گیری شده است که این صفحه اگرچه ظرفیت سازمان‌دهی یک جنبش اجتماعی واقعی را ندارد، مثال کاملاً مناسبی برای مفهوم «کنش‌گرمایی» است.

کلیدواژگان

جنبش‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی، فیس‌بوک، کنش‌گرمایی، کنش‌گری.

۱. هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات htalebian@ricac.ac.ir
۲. کارشناس ارشد رسانه و ارتباطات جهانی دانشگاه هلسینکی sara.talebian@helsinki.fi
تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۳/۳۱

مقدمه

«آزادی یواشکی زنان»^۱ نام یکی از صفحات فارسی فیس‌بوک است که خواستار اعتراض به حجاب اجباری و نشان‌دادن تمایل زنان به آزادی پوشش در ایران است. کارزار آزادی یواشکی زنان در سال ۲۰۱۴ با یک صفحه فیس‌بوکی آغاز شد که زنان ایرانی درون کشور را به برداشتن حجاب و پست کردن عکسی بدون روسری از خود ترغیب می‌کرد [۱۵]. مسیح علی‌نژاد، مؤسس این صفحه، فعالیت‌های آنلاینش را با انتشار عکسی بدون روسری از خود آغاز کرد. مسیح علی‌نژاد روزنامه‌نگار سابق مطبوعات ایرانی است که اکنون در نیویورک زندگی می‌کند و فعال حقوق زنان محسوب می‌شود. او در نخستین شرح عکسی که برای عکس خود در این صفحه منتشر کرد، حس سرخوشی و آزادی نداشتن روسری را بیان و از زنان ایران درخواست کرد که عکس‌هایی بدون روسری در مکان‌های عمومی در ایران بگیرند و آن‌ها را همراه با شرح عکس برای این صفحه بفرستند تا منتشر شود.

تأسیس و فعالیت این صفحه از روزهای نخست همچون «جنبشی اجتماعی» ترسیم شده است. آن‌گونه که در خود این صفحه فیس‌بوکی و صفحات بی‌مرتبط با آن شرح داده می‌شود، «آزادی یواشکی زنان» یک «جنبش آنلاین اجتماعی» برای اعتراض به قانون حجاب اجباری در ایران معرفی شده است [۱۸]. «آزادی یواشکی زنان» در فیس‌بوک بسیاری از زنان و همچنین مردان را به خود جذب کرد و در عرض یک سال بیش از ۷۶۰ هزار دنبال‌کننده^۲ جمع کرد [۱۹]. این صفحه همچنین توجه بین‌المللی پیرامون مسئله حقوق زنان در ایران را نیز به خود جلب کرد. گاردین، یکی از نخستین رسانه‌هایی که به آزادی یواشکی زنان واکنش نشان داد، نوشت که کمپین موفق شده، زیرا جنبشی اجتماعی به وسیله زنان و برای زنان است [۱۰]. یکی از معدود مقاله‌های دانشگاهی درباره این جریان بحث کرد که «آزادی یواشکی زنان» صفحه‌ای فیس‌بوکی است که زنان تلاش می‌کنند در آن هویتی متفاوت از چیزی که از طریق سنت‌ها و قانون‌ها^۳ به ارث رسیده است، به نمایش بگذارند [۹].

در این مقاله، درباره این موضوع بحث خواهیم کرد که برخلاف هیجان‌زدگی‌های بعضی از رسانه‌های غربی و انجمن‌های حقوق بشری درباره خلق یک جنبش اجتماعی جدید برای زنان ایران، نمی‌توان به «آزادی یواشکی زنان» همچون یک جنبش سیاسی و اجتماعی ضد دولت و قانون حجاب اجباری در ایران توجه کرد. اشاره به این موضوع ضروری است که مطالعه اینکه چه کسانی در این صفحه فعال‌اند یا چگونه، با چه هدف و انگیزه‌ای و در چه زمینه اجتماعی به فعالیت می‌پردازند، محور اصلی فهم عمیق این جریان سایبری است. با وجود این، از آنجا که چنین مطالعه‌ای مستلزم برنامه‌ریزی زمانی گسترده برای به کار گرفتن رویکردهای مختلف و

1. my stealthy freedom
2. follower
3. traditions & rules

روش‌های پژوهش گوناگون، به‌ویژه مصاحبه، است، در این مقاله فقط بر محتوای عکس‌ها و شرح عکس‌های منتشرشده در این صفحه متمرکز شده‌ایم. براساس ویژگی‌ها و الگوهای اصلی فعالیت در فیس‌بوک و به‌طور خاص ویژگی‌های صفحه «آزادی یواشکی زنان» به همراه مطالعه محتوای عکس‌ها و شرح عکس‌ها، تأکید کرده‌ایم که این صفحه فیس‌بوکی نه‌تنها ظرفیت سازمان‌دهی یک جنبش اجتماعی واقعی ضد حجاب اجباری را ندارد، که می‌تواند مثال مناسبی برای مفهومی جدید با عنوان «کنش‌گرمایی»^۱ باشد.

مرور ادبیات: فناوری، جنبش و رسانه‌های اجتماعی

تولد رسانه‌های اجتماعی شناخته‌شده انگیزه‌ای قابل قبول برای بسیاری از عاشقان فناوری بود تا به ایده تعیین‌گرایی فناورانه^۲ و آرمان‌گرایی فناورانه^۳ بازگردند. بسیاری ادعا می‌کردند که در عصر جدید رسانه‌های اجتماعی، مردم قطعاً به یکدیگر متصل خواهند شد و آماده تا برای تحولات سیاسی و اجتماعی بسیج شوند.

کاستلز ضمن دفاع از ایده‌های فناوری‌محور، درباره قدرت انقلابی اینترنت و فناوری‌های شبکه‌ای در جنبش‌های اجتماعی سخن می‌گوید. او استدلال می‌کند که اینترنت سکوی رایانشی^۴ اصلی برای مباحثه را فراهم می‌کند و به‌منزله قدرت‌مندترین سلاح سیاسی در خدمت مردم قرار گرفته است. گسترش بسیج سیاسی فوری با استفاده از تلفن‌های همراهی که از اینترنت نیز پشتیبانی می‌کنند، دارد چشم‌انداز سیاست را تغییر می‌دهد [۲]. شیرکی استدلال می‌کند از آنجا که افراد بیشتری ابزارهای ساده اجتماعی را اقتباس می‌کنند و از آنجا که این ابزارها ارتباطات پرسرعتی را میسر می‌کنند که در حال افزایش نیز است، سرعت فعالیت‌های گروهی نیز افزایش پیدا می‌کند. به گفته او، به دلیل آنکه این ابزارهای جدید امروزه سختی شکل‌دادن به گروه را شکلی بدون دردسر بخشیده‌اند، شاهد انفجار تجربه‌هایی هستیم که با گروه‌های جدید داریم و حتی شاهد انفجار در شکل‌گیری انواع گروه‌های جدید هستیم [۱۶]. علاوه بر این، هاوارد و دیگران استدلال می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی نقشی مرکزی در به وجود آوردن مباحث سیاسی بازی می‌کنند و این گفت‌وگوها درباره دموکراسی و حقوق مدنی را در توئیتر، فیس‌بوک یا یوتیوب افزایش داده است. به گفته او، این گفت‌وگوها اغلب مقدمه‌ای برای اعتراض خیابانی است [۸].

در مقابل، منتقدانی همچون مانتردی و پاستیل بحث می‌کنند که مطالعه مجموعه‌ای از فناوری‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای که وارد بازی می‌شوند، کافی نیست؛ به جای آن باید با برقرار کردن پیوندی تاریخی و انتقادی، روابط گسترده‌تر سیاسی-فناورانه‌ای را رصد کرد که محاط بر

1. slacktivism
2. technological determinism
3. technological utopianism
4. platform

کلیت جامعه عمل می‌کنند [۱۱]. آنچه در مطالعات و ارزیابی‌ها گم شده، شواهدی برای این موضوع است که چگونه معترضان، رسانه‌های اجتماعی و اینترنت را به کار می‌برند؛ هنگامی که رویدادها در زمان واقعی رخ می‌دهند؛ همان‌طور که در بسیاری از رویکردهای انتقادی درباره قدرت انقلابی رسانه‌های اجتماعی مانند مطالعات توفکسی درباره ترکیه و مصر به این موضوع توجه می‌شود [۲۳].

علاوه بر این، گریادو پرسشی بسیار حیاتی و مهم درباره نقش رسانه‌های اجتماعی در جنبش‌ها و مخالفت‌های اجتماعی پیش کشیده است. رسانه‌های اجتماعی در کنار فعالیت‌هایی بدیهی چون «تعیین تاریخ‌ها»^۱ و «افتتاح گروه‌ها»^۲، واقعاً چه روش‌هایی را ایجاد می‌کنند که معترضان از طریق آن سازماندهی یا مشارکت‌کنندگان از طریق آن بسیج شوند؟ او استدلال می‌کند که رسانه‌های اجتماعی همچون فناوری‌های ارتباطی قدیمی‌تر از طریق سازماندهی کنش‌ها به جنبش‌های اجتماعی و سیاسی خدمت می‌کنند، اما نمی‌توانند بدون دیگر عوامل ضروری اجتماعی و سیاسی خالق یک جنبش باشند. برای مثال، براساس نظریه فرصت سیاسی^۳، آگاهی پیدا کردن نسبت به امکان سرپیچی، استحکام سازمانی و وجود فرصت برای کنش سیاسی مؤلفه‌های حیاتی همه شکل‌های جنبشی هستند [۶]. همان‌طور که کریگان و دیگران شرح می‌دهند، زمانی که حس جمعی بی‌عدالتی از طرفی با رهبری کارآمد و قوی و منابع کافی پیوند پیدا کند و از طرف دیگر، نظام سیاسی موجود در مواجهه با چالش آسیب‌پذیر باشد، یک جنبش اجتماعی می‌تواند ایجاد شود تا چالشی مشخص را ترویج کند و تحولی اجتماعی را به جلو براند. بر این اساس، رسانه‌های اجتماعی حتی از جمله ملزومات بنیادی شکل‌گیری جنبش اجتماعی نیستند و در بهترین حالت، فقط وسیله‌های جدیدی برای بسیج مردم و هماهنگی برای کنش‌های معین فراهم کرده‌اند [۴].

چارچوب نظری: مفهوم کنش‌گرمایی موروزف^۴

یکی از انتقادها به قدرت اینترنت و به‌ویژه قدرت رسانه‌های اجتماعی در کمک به مخالفت و جنبش اجتماعی، این انتقاد بارز است که استدلال می‌کند حتی اگر اینترنت باعث فعال‌شدن شهروندان شود، به دلیل آنکه این فعالیت‌ها هیچ اثری بر نتایج سیاسی در جهان واقعی ندارد، در نتیجه روش اینترنتی، روشی بی‌معناست [۱۷]. برای مثال، مالکوم گلاذول، که استدلالش را می‌توان در فرمول یکی از دیوارنگاری^۵‌های قاهره خلاصه کرد که می‌گوید: «انقلاب را نمی‌توان

1. fixing dates
2. opening groups
3. political opportunity

۴. Morozov: اوگنی موروزف نویسنده و پژوهش‌گر بلاروس تبار و ساکن امریکاست که کارکردها و پیامدهای سیاسی و اجتماعی فناوری‌های نوین ارتباطی را مطالعه می‌کند.

5. Graffiti

توییت کرد»، بحث می‌کند که کنش‌های سیاسی رادیکال نیازمند پیوندهای قدرت‌مند است، درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی در بهترین حالت پیوندهای ضعیف^۱ را ممکن می‌کنند و در نتیجه برای فعالیت انقلابی نامناسباند [۶]. او استدلال می‌کند که پیوندهای ضعیف و فقدان مسئولیت‌پذیری و تعهد مانع آن می‌شود که جنبش‌ها و وقایع درون رسانه‌های اجتماعی، تبدیل به جنبش‌های واقعی در جهان واقعی برای تغییر شوند.

موروزف، به‌عنوان یکی از متفکران انتقادی، درباره «کنش‌گرمایی» به‌مثابه نتیجه عمده رابطه میان رسانه‌های اجتماعی و مخالفت‌های سیاسی و اجتماعی سخن گفته است. او با قدرت خطر کنش‌گرمایی یا کنش‌گری افراد طفره‌رو را گوشزد کرده است. به گفته موروزف، این مفهوم، به‌طور عام، به کنش‌هایی ارجاع می‌دهد که به‌سادگی صورت می‌گیرند، اما برای ایجاد کردن حس خوب در مشارکت‌کنندگان درباره خودشان مؤثرترند تا رسیدن به اهداف سیاسی از پیش تعیین شده [۱۳].

فرد کلارک و دووینگ اوزارد^۲ در سال ۱۹۹۵ از واژه «کنش‌گرمایی» استفاده کردند که مخفف‌شده کنش‌گری طفره‌زن^۳ یا کنش‌گری افراد طفره‌رو است. کنش‌گری به‌طور کلی به مجموعه فعالیت‌های سازمان‌یافته و متشکل در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و محیط زیستی اطلاق می‌شود که هدف اصلی آن، ایجاد تعادل یا تغییر در زمینه‌های مختلف است. آن‌ها با استفاده از مفهوم «کنش‌گرما» یا «فرد طفره‌رو» به فعالیت‌های پایین به بالای جوانان اشاره کردند که در مقیاسی کوچک و فردی تأثیر بسیار اندکی بر جامعه می‌گذارد. کنش‌گرمایی می‌تواند بیان‌های دیگری مانند پوشیدن لباس‌هایی که دارای شکل‌های متنوعی از پیام‌های سیاسی است (مانند مانتوها یا تی‌شرت‌های حاوی پیام‌های انتقادی) یا خال‌کوبی این پیام‌ها و نوشتن آن‌ها روی وسایل حمل‌ونقل، پیوستن به گروه‌های فیس‌بوکی یا مشارکت در تحریم‌های کوتاه‌مدت مانند «روز تحریم خرید» یا «ساعت زمین» داشته باشد [۳].

از نظر موروزف، کنش‌گرمایی همان «حس خوب کنش‌گری» است که اثر سیاسی و اجتماعی ندارد، اما «توهم داشتن اثری معنادار بر جهان» را به وجود می‌آورد بدون آنکه مطالبه‌ای بیشتر از پیوستن به گروهی فیس‌بوکی داشته باشد [۱۲]. موروزف [۱۳] به این ایده حمله می‌کند که انتشار فناوری ارتباطی ساخت ایالات متحده، به صورت خودکار برای هر گوشه از

۱. ties weak: پیوندهای میان‌فردی رابطه‌های حاوی اطلاعات میان افراد هستند که ممکن است در سه شکل ضعیف، قوی و غایب نمود پیدا کنند. پیوندهای اجتماعی ضعیف اگرچه عامل اصلی تشکیل ساختار در شبکه‌های اجتماعی هستند و اطلاعات نوآورانه را در میان افراد منتقل می‌کنند، قدرت نفوذ و اثرگذاری کمی دارند و به همبستگی و انسجام گروهی منجر نمی‌شوند؛ موضوعی که برای تشکیل گروه‌های کنش‌گر ضروری است.

2. Fred Clark & Dwinght Ozard

3. Slacker Activism

جهان دموکراسی به بار می‌آورد. او نگاه‌های خوش‌بینانه به فناوری را نقد می‌کند. این نگاه‌ها از این ایده پشتیبانی می‌کنند که «فناوری به مردمی که سال‌ها حکام اقتدارگرا بر آن‌ها ستم کرده‌اند، این قدرت را می‌بخشد که به شکل اجتناب‌ناپذیری طغیان کنند و خودشان را از طریق پیامک، فیس‌بوک، توئیتر یا با هر ابزار دیگری در سال‌های آتی بسیج کنند» [۱۳، ص ۹۱].

کم‌خطر بودن و آسان بودن از ویژگی‌های مهم کنش‌گرنمایی است. درحالی‌که کنش‌گران و افراد فعال در جنبش‌های سیاسی و اجتماعی در فضای واقعی، همواره در خطر مواجهه برخورد‌های فیزیکی با مخالفان و برخورد‌های امنیتی از سوی حاکمیت‌ها هستند، هیچ‌خطر فیزیکی جانی و امنیتی کنش‌گرنمایان را تهدید نمی‌کنند. کنش‌گرنمایی در اغلب موارد راحت و بی‌دردسر از پشت صفحه نمایش‌گر رایانه‌ها و تلفن‌های همراه اتفاق می‌افتد و کنش‌گرنماها، که معمولاً از حایل محافظتی گمنامی نیز برخوردارند، از هرگونه برخورد یا خطر جانی و امنیتی در امان‌اند. ویژگی گمنامی موجب می‌شود که فشارها و هنجارهای گروهی کمترین تأثیر را بر کنش‌گرنماها داشته باشد.

در بحث مقایسه کنش‌گری و کنش‌گرنمایی، یادآوری این نکته ضروری است که تفاوت‌های میان کنش‌گری و کنش‌گرنمایی در یک طیف به‌هم‌پیوسته و وسیع قابل‌ارزیابی است. برای مثال، امروزه به دلیل ضریب نفوذ اینترنت، بیشتر کنش‌گران از فضای مجازی، رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی بیشتر و افزایش اثربخشی فعالیت‌های خود استفاده می‌کنند. بنابراین، استفاده صرف از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای تفکیک کنش‌گری از کنش‌گرنمایی کافی نیست. همچنین، برخی پژوهش‌ها [۱۵] نشان می‌دهد که در برخی موارد شمار به‌نسبت درخور توجهی از کنش‌گرنمایان و فعالان فضای مجازی در صورتی که شانس حضور در فعالیت‌های کنش‌گرانه سیاسی و اجتماعی را داشته باشند، بیشتر از افراد عادی ممکن است در این چنین فعالیت‌ها و رویدادهایی شرکت کنند.

سیندی لئونارد برای ارزیابی و تفکیک مصادیق کنش‌گری و کنش‌گرنمایی، دو متغیر اصلی مشارکت و فناوری را پیشنهاد می‌دهد [۱۱]. براساس دستگاه مختصات پیشنهادی او، کنش‌گری و کنش‌گرنمایی براساس میزان مشارکت افراد در رویدادها و فعالیت‌های واقعی و میزان استفاده از فناوری برای انجام‌دادن عمل سیاسی و اجتماعی قابل تشخیص است. بر این اساس، افرادی که مشارکت بالایی در فعالیت‌های واقعی کنش‌گرانه دارند، اما به صورت سنتی از فناوری‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی آنلاین کمتر استفاده می‌کنند، کنش‌گران سنتی محسوب می‌شوند. افرادی که در فعالیت‌های کنش‌گرانه حضور جزئی و موردی دارند و از فناوری‌های آنلاین نیز برای مشارکت در امور مرتبط استفاده نمی‌کنند، کنش‌گران منفعل هستند. در مقابل، افرادی که به‌طور مشابه درگیری و مشارکت چندانی در فعالیت‌های کنش‌گرانه و جنبش‌های واقعی ندارند اما در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ویدئوهای

کنش‌گران را دوباره به اشتراک می‌گذارند، می‌پسندند^۱ و در گروه‌های سیاسی و اجتماعی مختلف عضو می‌شوند اما مشارکت اجتماعی اندکی در فعالیت‌های آنلاین یا آفلاین دارند، کنش‌گرها هستند. کنش‌گران آنلاین، کنش‌گران عصر فناوری‌های ارتباطی هستند؛ کسانی که در رویدادهای سیاسی و اجتماعی شرکت می‌کنند، خودشان فعالیت سیاسی و اجتماعی آنلاین و آفلاین دارند و از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی هم به‌مثابه ابزاری برای افزایش اثربخشی فعالیت‌های خود استفاده می‌کنند.



شکل ۱. پیوستار دوبعدی کنش‌گری

الگوی لئونارد چارچوب نظری و مفهومی مناسبی را برای تشخیص و تفکیک مصادیق کنش‌گری آنلاین^۲ و منفعل^۳ و کنش‌گرنمایی ارائه می‌دهد. امروزه، استفاده‌های اطلاعاتی و کاربردی از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید برای آگاهی‌رسانی، افزایش مشارکت، هماهنگی، تعریف اهداف، راهبردها، اقدام‌های علمی در فضای واقعی و... به بخشی تفکیک‌ناپذیر

۱. در اصطلاح رایج به این فعالیت «لایک‌زدن» گفته می‌شود، اما از آنجا که بنا به نسخه فارسی فیس‌بوک واژه انگلیسی «like» به «پسندیدن» ترجمه شده است، به منظور فارسی‌نویسی این فعالیت مجازی نیز به صورت مصارع ساده از مصدر پسندیدن ترجمه شده است.

2. online activism
3. passive activism

در هر نوع فعالیت کنش‌گرانه تبدیل شده است و کنش‌گری سنتی بدون استفاده از فناوری را به حاشیه رانده است، اما هر نوع کنش‌گری با استفاده از فناوری الزاماً به معنای کنش‌گری فعال با اهداف واقعی و نتایج ملموس نیست. با استفاده از پیوستار دوبعدی شکل ۱، نه تنها امکان تمایز میان کنش‌گری و کنش‌گرنمایی ممکن می‌شود، که می‌توان با در نظر گرفتن مفاهیم کنش‌گری آنلاین و کنش‌گری منفعل، فعالیت‌ها و نمونه‌هایی را که در میانه این دو پیوستار قرار می‌گیرند و مصداق هیچ‌یک از دو مفهوم کنش‌گری سنتی و کنش‌گرنمایی نیستند، از یکدیگر تشخیص داد.

روش انجام پژوهش

همان‌گونه که پیش از این اشاره شد، «آزادی یواشکی زنان» به‌منزله جنبشی اجتماعی فهم شده که اعتراض به حجاب اجباری در ایران را هدف گرفته است و طرفدار آزادی پوشش زنان است. این صفحه نخستین بار در فیس‌بوک ایجاد شد تا عکس‌های بدون حجاب از زنان ایرانی منتشر کند و به رویدادهای اعتراضی ضد حجاب اجباری کمک کند. در ادامه، زمانی که مسیح علی‌نژاد، بنیان‌گذار و مدیر این صفحه، به‌عنوان خبرنگار، شروع به کار در برنامه تلویزیونی صدای امریکا کرد، این صفحه شروع به باز نشر محتوای خبری درباره زنان ایران و مطالب مرتبط با آن کرد. اکثر اخبار و گزارش‌هایی که روی این صفحه منتشر می‌شود، اخبار غیررسمی درباره مسائل و موضوعات زنان در ایران است و همیشه نگاهی منفی به حوزه حقوق زنان در ایران را بازتاب می‌دهد. تحلیل‌ها، تفسیرها، نظرهای شبیه به مردم کوچه و بازار و دیگر مطالب معمولاً کوتاهی نیز که در ادامه این اخبار فرعی و غیررسمی روی صفحه منتشر می‌شود، معمولاً بازتاب‌دهنده نگاهی شبه‌انتقادی است که گاه مطالبات سیاسی ناممکن و نامتعارفی را به لحاظ بین‌المللی نیز مطرح می‌کند (مانند درخواست از فدریکا موگرینی برای اعلام موضع مخالفت با حجاب اجباری یا برداشتن حجاب در سفر به ایران در جریان سفر او به ایران برای ادامه مذاکرات درباره پرونده هسته‌ای ایران). بنابراین، صفحه «آزادی یواشکی زنان» در فیس‌بوک نه تنها هرگز کارکرد یک صفحه خبری را نداشته است، که استانداردهای لازم خبری و تفسیری مانند بی‌طرفی و تازگی را نیز ندارد.

از آنجا که مهم‌ترین کارکرد و هدف تعیین‌شده برای این صفحه انتشار عکس‌هایی بدون روسری از شهروندان عادی ساکن در ایران است، مرور دقیق محتوای این صفحه فیس‌بوکی و تحلیل عکس‌ها و شرح عکس‌ها می‌تواند توصیف واقع‌گرایانه‌تری درباره این صفحه و معنای فعالیت‌هایش به دست دهد. با توجه به جنبش‌های اجتماعی که فقط در رسانه‌های اجتماعی، و نه در جهان واقعی، وجود دارند و با استفاده از ویژگی‌های کنش‌گرنمایی به‌منزله مفهومی مرتبط و تفسیرکننده، تحلیل بارزترین ویژگی‌های «آزادی یواشکی زنان» را هدف گرفته‌ایم و آن را با ویژگی‌های عمده مفهوم «کنش‌گرنمایی» مقایسه کرده‌ایم. نمونه‌ای از ۵۰ پست و

وضعیت^۱ در این صفحه فیس‌بوکی با کمک تحلیل محتوای کیفی تحلیل و مضامین و ویژگی‌های عمده و مشترک این پست‌ها استخراج شده است. سپس این مضامین و مشخصه‌ها با ویژگی‌های مفهوم کنش‌گرنمایی مقایسه شده است. این نمونه‌ها با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند و همه عکس‌ها از میان عکس‌هایی انتخاب شده که کاربران عادی، به‌ویژه شهروندان زن ساکن ایران، برای صفحه ارسال کرده‌اند. دوره زمانی انتخاب عکس‌ها در فاصله زمانی شهریور ۱۳۹۳ تا شهریور ۱۳۹۴ برگزیده شده‌اند چون در این ۱۲ ماه صفحه بالاترین حجم فعالیت خود را داشته است.

یافته‌های پژوهش: فعالیت‌های ساده یواشکی نه کنش‌گری واقعی

کنش‌گرنمایی مجموعه فعالیت‌هایی است که فقط به رسانه‌های اجتماعی محدود می‌شود [۱۷]؛ [۱۳]. علاوه بر این، کنش‌گرنمایی با دو مشخصه سطح مشارکت پایین برای رسیدن به اهداف و در مقابل استفاده زیاد از فناوری شناخته می‌شود [۱۱]. «آزادی یواشکی زنان» تنها صفحه‌ای فیس‌بوکی است بدون آنکه نشانه‌ای از همراه شدن با این جنبش و ترویج آن در محیط واقعی و عینی در اخبار و آمار وجود داشته باشد. از سال ۲۰۱۴ که مسیح علی‌نژاد این صفحه را بنیان گذاشته است، هیچ نوع تجمع، تظاهرات، اعتراض یا مخالفتی ضد حجاب اجباری در جهان واقعی ایرانی گزارش نشده است.^۲

براساس گزارش جهانی اینترنت، تعداد دقیق کاربران فیس‌بوک در ایران، به دلیل فیلتر بودن این رسانه اجتماعی، مشخص نیست. سازمان‌های بین‌المللی و ملی گزارش‌های غیررسمی درباره مصرف و نفوذ فیس‌بوک در ایران منتشر کرده‌اند که در آن تعداد کاربران ایرانی فیس‌بوک متفاوت و بین ۱۰ تا ۱۲ میلیون تخمین زده می‌شود [۷]. درحالی‌که بعضی از گزارش‌ها کاربران را ۱۰ میلیون اعلام کرده‌اند، علی‌جنتی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۴، یعنی هنگام اوج فعالیت این صفحه، گفته که تعداد کاربران فعال فیس‌بوک بین ۴ تا ۴٫۵ میلیون نفر است [۲۰]. درحالی‌که به نظر نمی‌رسد این آمار در فاصله سال‌های ۱۳۹۴ و سال‌های بعد تغییر محسوس کرده باشد، ۴ تا ۱۰ میلیون کاربر، اقلیت محدودی در مقایسه با حدود ۸۰ میلیون جمعیت ایران است. همچنین، آخرین آمار کاربران این صفحه فیس‌بوکی در

1. status

۲. بنا به مدل نظری (تصویر ۱) در قسمت اول این بخش با مرور اخبار و آمار ضریب نفوذ اینترنت اطمینان حاصل شده است که مشارکت زیاد بدون استفاده از فناوری (بدون آنکه در فضای مجازی یا فیس‌بوک منعکس شود) انجام نگرفته است و می‌توان تا حد زیادی اطمینان حاصل کرد که کنش‌گری ساده به معنای رایج آن رخ نداده است. در ادامه، با بحث بیشتر و تأییدشدن وجود دو نوع دیگر «کنش‌گری آنلاین» و «کنش‌گری منفعل»، نشان داده شده است که نوع فعالیت در این صفحه از نوع «کنش‌گرنمایی» است. بدین ترتیب هدف از این قسمت آغازین مطالعه تأثیرات واقعی این صفحه بر زنان ایران به‌ویژه در درازمدت نیست و مرور اخبار فقط با هدف پاسخ به پرسش پژوهش انجام گرفته است.

تاریخ ۲۴ اردیبهشت ۱۳۹۶، یک میلیون و ۲۴ هزار و ۷۳۸ کاربر اعلام شده است که در برآورد خوش‌بینانه حدود ۱/۴ کاربران فیس‌بوک و برآورد بدبینانه ۱/۱۰ تا ۱/۱۲ کاربران فیس‌بوک است. علاوه بر این، آمار و رکوردی درباره تعداد کاربران زن در میان اقلیت فیس‌بوکی فعال و غیرفعال در این صفحه وجود ندارد.

بدین ترتیب، در حالی که سابقه‌ای از شکل‌گیری جنبشی اجتماعی در جهان واقعی برای اعتراض مشخص به حجاب اجباری در سال‌های اخیر وجود ندارد و حتی سابقه هیچ نوع کنش اعتراضی واقعی در جهان واقعی به حجاب اجباری در سال‌های اخیر گزارش نشده است، حتی اگر تنها عامل مؤثر را تعداد کاربران این صفحه در نظر بگیریم، نمی‌توان استدلالی درباره تأثیر یا حضور واقعی این صفحه فیس‌بوکی در جهان واقعی به‌منزله جنبشی اعتراضی حتی از سوی خود دنبال‌کنندگان این صفحه ارائه داد. علاوه بر این، در حالی که تعداد کاربران فعال و غیر فعال این صفحه در مقایسه با کل کاربران فیس‌بوک و نیز کل کاربران فیس‌بوک در مقایسه با جمعیت ایران ناچیز است، در اصل تأثیرگذاری و حضور آنلاین این صفحه فیس‌بوکی تردیدهای جدی‌تری نیز به وجود می‌آید. به همین ترتیب، بدیهی است که مطالعه پیامدهای سیاسی و اجتماعی فعالیت‌های این صفحه در جهان واقعی نیز بی‌مورد محسوب می‌شود.

به عبارت بهتر، براساس مدل لئونارد [۱۱] نمی‌توان از فعالیت‌های این صفحه فیس‌بوکی با عنوان کنش‌گری (ساده) یاد کرد به همین دلیل ساده که هیچ نوع سابقه‌ای از مشارکت بالا، چه به صورت آنلاین چه به صورت آفلاین، از طریق این صفحه گزارش نشده است. علاوه بر این، با توجه به اینکه اخبار و گزارش‌هایی مبنی بر اهدای کمک مالی، برگزاری محافل خصوصی و... نیز گزارش نشده است، می‌توان تا حد زیادی تأیید کرد که کنش‌گری منفعل نیز رخ نداده است.

علاوه بر این، با توجه به اینکه تاکنون (۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۶) مواردی همچون درخواست حمایت مالی، امضای نامه سرگشاده یا طومار در مخالفت با حجاب اجباری، درخواست عضویت در برنامه‌های آموزشی و آگاهی‌رسانی و...، چه در این گروه چه در فضای واقعی، گزارش نشده است، می‌توان چنین نتیجه گرفت که کنش‌گری در این صفحه از نوع کنش‌گری آنلاین هم نیست زیرا استفاده کامل و همه‌جانبه از همه ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل اینترنت در معنای عام و رسانه‌های اجتماعی (فیس‌بوک) در معنای خاص انجام نگرفته است. بنابراین، بنا به تعریف، نوع کنش‌گری در این صفحه فیس‌بوکی را باید از نوع «کنش‌گرمایی» تفسیر کرد.

در ادامه، برای تأیید بیشتر ویژگی‌های کنش‌گرمایی در این صفحه فیس‌بوکی باید بتوانیم ویژگی‌های مختلف کنش‌گرمایی را که در ادبیات نظری به آن اشاره شده است، بنا به روش پژوهش در عکس‌ها و شرح عکس‌های برگزیده این صفحه استخراج کنیم. در جدول ۱ مهم‌ترین ویژگی‌های یافته‌شده در شرح عکس‌های برگزیده صفحه «آزادی‌های یواشکی» فهرست شده است. گزاره‌های این جدول بنا به قاعده تحلیل محتوای کیفی استنتاجی دسته‌بندی و با ویژگی‌های کنش‌گرمایی تطبیق داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های عمده شرح عکس‌های صفحه «آزادی‌های یواشکی زنان»

ویژگی	شرح عکس
کنش‌گری القای حس خوب	تقریباً در همه نمونه شرح عکس‌های تحلیل‌شده، مفاهیم و جملاتی درباره‌ی علیه حجاب اجباری، فعالیت برای لغو قانون حجاب و اعتراض علیه فقدان آزادی پوشش در ایران عنوان شده است. از این‌رو، فرستندگان عکس برای صفحه «آزادی‌های یواشکی» از حس خوب کنش‌گر بودن و فعالیت سیاسی و اجتماعی در اعتراض به حجاب بهره‌مند شده و آن را در شرح عکس‌های خود بیان کرده‌اند.
تأکید بر فعالیت در فضای مجازی	در بیشتر شرح عکس‌ها، این مفهوم بیان شده است که فعالیت در این صفحه فیس‌بوکی روزی به تغییر قانون حجاب اجباری منجر خواهد شد. هیچ اشاره، درخواست یا دعوتی برای فعالیت علیه حجاب اجباری در فضای واقعی و برگزاری رویداد، تجمع یا نشست اعتراضی در شرح عکس‌ها دیده نمی‌شود.
لذت‌فروری	در شرح عکس‌ها، لذت از نداشتن حجاب، آزادی پوشش و نداشتن روسری بر سر به اشکال متفاوتی بیان شده است. در بسیاری از عکس‌ها این احساس لذت فردی با اشاره به فواصل زمانی کوتاه برداشتن روسری در مکانی دور از دیگران، گرفتن عکس و در ادامه اشتیاق برای انتشار آن در این صفحه بیان می‌شود.
کمترین میزان تلاش برای تأیید	شرح عکس‌ها در بسیاری از موارد حاوی اشتباه‌های نگارشی، ویرایشی و حتی املایی است. نوشته‌ها کوتاه و جمله‌بندی‌ها ناقص و محاوره‌ای است. به عبارت بهتر، نحوه نگارش این متون، ابتدایی، غیر حرفه‌ای و به لحاظ دستوری و ادبی بی کیفیت است.
گمنامی	در شرح عکس‌ها، هیچ نام و نشانی از فرستنده عکس یا از سوژه درون عکس وجود ندارد. هویت فرستنده همواره نامعلوم است و سوژه یا سوژه‌های قابل مشاهده در عکس‌ها گمنام‌اند. علت گمنام بودن ترس از پیامدهای امنیتی این فعالیت ذکر شده است؛ درحالی‌که همه این افراد نه کنش‌گران سیاسی و اجتماعی که شهروندان عادی هستند و تاکنون گزارشی از برخورد امنیتی یا قضایی با این افراد منتشر نشده است.
هیجانی و احساسی بودن	نوشته‌ها در شرح عکس‌ها عمدتاً حاوی گزاره‌های احساسی، عاطفی و هیجانی است. هیچ استدلال منطقی قانونی، حقوقی، دینی، فقهی، سکولار، فمینیستی، لیبرال و... برای رد حجاب اجباری به کار برده نشده و گزاره‌ها به لحاظ محتوایی تا حد زیادی تکراری و مشابه است. این نوشته‌ها معمولاً بیانگر خشم و اعتراض فردی افراد از حجاب اجباری است اما خشم از یک دیگری مشخص (دولت، اسلام، قانون یا غیره) یا مقاومت در برابر گروه یا نهادی مشخص در این پست‌ها به چشم نمی‌خورد.

شرح عکس‌ها به ساده‌ترین حالت و با نظمی مشابه به یکدیگر نوشته شده‌اند. مرور ۵۰ شرح عکس انتخاب‌شده به‌عنوان نمونه نشان می‌دهد که شرح عکس‌ها تقریباً به شکلی نوشته شده‌اند که واکنش عاطفی خوانندگان را جلب کنند و بر آن تأثیر بگذارند. بسیاری از آن‌ها روی حس خوب بدون روسری بودن و لذت شخصی خود افرادی که در عکس‌ها دیده می‌شوند تأکید کرده‌اند. در اکثر موارد، به‌طور مشخص هیچ مطالبه درخور توجهی برای یک جنبش سیاسی و اجتماعی ضد حجاب اجباری یا فراخوانی جدی برای انجام کنشی مشخص به منظور سازماندهی افراد برای مخالفت، چه به‌صورت آنلاین چه به‌صورت آفلاین، وجود ندارد.

از میان این ویژگی‌ها، گمنامی مسئله‌ای حیاتی در جریان «آزادی یواشکی زنان» است. در همه ۵۰ نمونه عکس و شرح عکس، نام و هویت مشارکت‌کنندگان پنهان باقی مانده است و در اکثریت قریب به اتفاق موارد به حساب کاربری صاحب عکس اشاره‌ای نشده است. علاوه بر این، در میان ۱۶ نمونه از ۵۰ نمونه ما، یعنی در ۳۲ درصد موارد، قاب‌بندی عکس به گونه‌ای انجام گرفته که چهره بدون روسری زنان مبهم و غیر قابل تشخیص باشد. علی‌نژاد ادعا می‌کند: «زنان بسیار شجاع هستند زیرا عکس‌هایشان را روی فیس‌بوک پست کرده‌اند که براساس قانون ایران ممنوع است... آن‌ها در مسیری هستند که با خطر دستگیری از سوی مقامات همراه است» [۱]. به‌رغم اغراق درباره ریسک انتشار عکس‌های بدون حجاب، گمنامی برای کاربران حاشیه امنی به همراه آورده است که بیرون از هر ریسک قابل تصور در زندگی واقعی یا مجازی است. براساس گزارش‌های مختلف، دولت ایران تجهیزات نظارت بر اینترنت را پس از اعتراض‌های بعد از برگزاری انتخابات در سال ۲۰۰۹ در اختیار دارد [۵؛ ۱۴؛ ۲۲]، اما از سال ۲۰۱۴ تاکنون، هیچ گزارشی منتشر نشده است که کاربر یا مشارکت‌کننده‌ای در صفحه «آزادی یواشکی زنان» با هیچ نوع ریسک دستگیری و برخورد قضایی روبه‌رو شده باشد.

در کنار نکته یادشده، گمنامی سبب می‌شود که جریان «آزادی یواشکی زنان» ناتوان از متشکل کردن مردم در شکل‌دادن به جنبش سیاسی یا اجتماعی واقعی و محتمل در آینده باشد. در حالی که مردم در گردهمایی‌های رسانه‌ای و اجتماعات اجتماعی آنلاین ناشناس باقی می‌مانند، به خاطر ریسک‌های متعددی که معترض واقعی بودن با خود به همراه دارد، هیچ نوع احساس مسئولیت یا تعهد به مشارکت در جهان واقعی و در نسخه کف خیابانی آن، که ضرورت جنبشی اجتماعی با پیامدهای اجتماعی و سیاسی واقعی است، احساس نخواهند کرد. در این مسیر، تاحدودی قابل پیش‌بینی است که زنانی که اعتراض خودشان را به حجاب فقط در فیس‌بوک و با اطمینان خاطر از گمنامی نمایش می‌دهند، کمتر احتمال دارد که در یک مخالفت یا جنبش اجتماعی واقعی مشارکت کنند اگرچه برخی از پژوهش‌ها آمادگی بیشتر این افراد برای شرکت در اعتراض‌ها و جنبش‌های اجتماعی را در آینده میان‌مدت و درازمدت تأیید می‌کنند [۱۵].

ویژگی‌های کلی عکس‌های منتشرشده در این صفحه نیز تا حدود زیادی با ویژگی‌های شرح عکس‌ها مطابقت دارد. با وجود سادگی، سهولت و امنیت تقریباً تضمین‌شده فعالیت‌های یواشکی به دور از چشم تیزبین مردم در حوزه عمومی، عکس‌های صفحه بدون استفاده از تکنیک عکاسانه حرفه‌ای یا ویژه برای ارائه معنا یا ارزشی مشخص، به ساده‌ترین و راحت‌ترین شکل ممکن گرفته شده‌اند. بسیاری از عکس‌ها فقط در یک قاب نوعی و با قالبی ساده برداشته شده‌اند و زنی بدون روسری را در مرکز قاب نشان می‌دهند که معمولاً تنها ویژگی‌اش پوشش مرسوم کوچکی و خیابان، اما بدون روسری است و در تعداد معدودی از موارد روسری‌اش را به سمت آسمان بالا برده است.

زمینه قاب عکس معمولاً بافتی خالی یا سفید، جنگل، خیابان، ساحل و... است. به جز طبیعت بکر یا محیط شهری خلوت، سوژه دیگری نه در قاب عکس قابل مشاهده است نه انتظار می‌رود که فرد یا افرادی شاهد این تظاهرات در هنگام عکس‌برداری باشند.

در برآوردی کلی، می‌توان گفت که حتی سرنخی از تلاش برای ساختن روایتی جایگزین از طریق عکاسی در مقابل تصور جریان غالب از حجاب وجود ندارد که ممکن است حمایت افراد مذهبی از آزادی پوشش را جلب کند. حس خوب بدون روسری بودن در عکس‌ها، تنها حسی موقتی و شخصی با انگیزه کسب لذتی شخصی بر مبنای عقاید شخصی کاربر مبنی بر لزوم آزادی پوشش است، نه تظاهراتی اجتماعی برای بسیج اجتماعی با انگیزه و هدفی سیاسی و اجتماعی برای مطالبه تغییر قوانین مصوب موجود یا به چالش کشیدن تصور کلیشه‌ای و غالب درباره حجاب از طریق برنامه‌های آگاهی‌رسانی آنلاین مانند برگزاری گروه‌های بحث و مطالبه یا برنامه‌های یادگیری آنلاین.

در جدول ۲ ویژگی‌های دیگر مرتبط با مفهوم کنش‌گر نمایی آمده است که اشتراک زیادی با ویژگی‌های شرح عکس‌ها (جدول ۱) نیز دارد.

جدول ۲. ویژگی‌های عمده عکس‌های «آزادی‌های یواشکی زنان»

ویژگی	عکس
تقریباً در همه عکس‌های جمع‌آوری شده، سوژه عکس لبخند به لب دارد، خوشحال است و احساس غرور، هیجان و لذت از عکس گرفتن بدون حجاب در عکس دیده می‌شود.	تقریباً در همه عکس‌های جمع‌آوری شده، سوژه عکس لبخند به لب دارد، خوشحال است و احساس غرور، هیجان و لذت از عکس گرفتن بدون حجاب در عکس دیده می‌شود.
عکس‌های ارسالی به صفحه همه فاقد هرگونه تکنیک عکاسی، نورپردازی حرفه‌ای و قاب مناسب هستند. در برخی عکس‌ها، حتی کیفیت تصویر به شدت پایین است و اصول ابتدایی عکاسی رعایت نشده است. این موضوع امکان خوانش ثانوی این عکس‌ها در راستای نوعی مطالبه اجتماعی یا سیاسی را منتفی می‌کند.	عکس‌های ارسالی به صفحه همه فاقد هرگونه تکنیک عکاسی، نورپردازی حرفه‌ای و قاب مناسب هستند. در برخی عکس‌ها، حتی کیفیت تصویر به شدت پایین است و اصول ابتدایی عکاسی رعایت نشده است. این موضوع امکان خوانش ثانوی این عکس‌ها در راستای نوعی مطالبه اجتماعی یا سیاسی را منتفی می‌کند.
در بیشتر عکس‌های تحلیل شده، هویت سوژه عکس قابل تشخیص نیست. عکس‌ها یا از پشت سر یا از نیم‌رخ گرفته شده یا فاصله سوژه با دوربین آن قدر زیاد است که تشخیص چهره سوژه به آسانی ممکن نیست.	در بیشتر عکس‌های تحلیل شده، هویت سوژه عکس قابل تشخیص نیست. عکس‌ها یا از پشت سر یا از نیم‌رخ گرفته شده یا فاصله سوژه با دوربین آن قدر زیاد است که تشخیص چهره سوژه به آسانی ممکن نیست.
قاطبه عکس‌های تحلیل شده در فضاهای خلوت و به دور از چشم دیگران گرفته شده است. در بیشتر عکس‌ها، به جز سوژه اصلی عکس، فرد دیگری دیده نمی‌شود و بسیاری از عکس‌ها در مکان‌هایی دور از محیط شهری و پر رفت و آمد تهیه شده است.	قاطبه عکس‌های تحلیل شده در فضاهای خلوت و به دور از چشم دیگران گرفته شده است. در بیشتر عکس‌ها، به جز سوژه اصلی عکس، فرد دیگری دیده نمی‌شود و بسیاری از عکس‌ها در مکان‌هایی دور از محیط شهری و پر رفت و آمد تهیه شده است.

نکته درخور توجه اصلی درباره عکس‌های منتشر شده در این صفحه، صفت اصلی «آزادی یواشکی زنان» است که این جریان خود را با آن معرفی کرده است: صفت «یواشکی» بودن. این صفت در واقع صفت بسیار مناسبی است. با مطالعه تجربی عکس‌های نمونه، که در صفحه «آزادی یواشکی زنان» منتشر شده است، مشاهده می‌شود که همه آن‌ها در مکان‌هایی گرفته شده‌اند که هیچ‌کس دیگری در اطراف سوژه عکس وجود ندارد. مکان‌ها، از جنگل‌ها و مزارع دوردست و سرسبز گرفته تا بخش‌های بسیار خلوت سواحل، کوچه‌های دورافتاده و خیابان‌های

کوچک و باریک متفاوت است. گرفتن عکسی بدون روسری کاملاً ساده است وقتی که هیچ‌کس دیگری نمی‌تواند ببیند چه کاری انجام می‌دهید. در نتیجه، زنان ایرانی در زمان‌های خلوت به مکانی خلوت رفته، یواشکی چند عکس بدون روسری گرفته و هشتگ آزادی یواشکی را روی آن‌ها گذاشته‌اند. اما چه کسی واقعاً شاهد تظاهرات یا نمایشی ضد حجاب اجباری بوده است؟ (تظاهرات به معنای تحت‌اللفظی و اخص کلمه (ظاهر کردن، نمایان کردن، بروز دادن) آن‌طور که مطالبه اصلی این صفحه عنوان شده است). نه دولت یا طرفداران قانون حجاب اجباری، نه حتی اکثریتی از مردم عادی، که فقط کاربران فیس‌بوک شاهد این تظاهرات آنلاین در جهان مجازی هستند. چه در فرایند گرفتن عکس‌ها چه در صفت نام این صفحه، یواشکی، آشکارا هیچ سرنخی برای اعتراض به چیزی در جهان واقعی یا تلاش برای اعمال هیچ نوع فشاری برای تأثیرگذاری بر قانون حجاب اجباری و محدودیت‌های آزادی پوشش وجود ندارد. این تنها نمایش یواشکی و آسان کاربران صفحه برای کاربران صفحه است و همین موضوع به استفاده زیاد از فناوری و اغراق‌های فناورانه درباره اهمیت و نفوذ این صفحه را موجب می‌شود.

اگرچه بسیاری از رخدادها اعتراضی در رسانه‌های اجتماعی موفق به برگزاری تظاهرات واقعی در جهان واقعی نمی‌شوند، بعضی استدلال می‌کنند که جریان‌های اجتماعی سایبری و رسانه‌مبنا کارکردهای حیاتی دارند زیرا فهم جدیدی از مفاهیم کهنه ارائه می‌دهند و کلیشه‌ها را می‌شکنند. در رابطه با این ایده، استدلال‌های متعددی وجود دارد که «آزادی یواشکی زنان» تصویرهای کلیشه‌ای موجود درباره زنان ایرانی را شکسته و عقاید موجود درباره حجاب را به چالش کشیده است. برای مثال، کریمی استدلال می‌کند که این صفحه به زنان ایرانی اجازه داده است در مقابل تکالیف تحمیلی مانند قوانینی که به اصطلاح هنجارها و رفتارهای استاندارد شمرده می‌شوند، هویت‌های خاص خودشان را بسازند [۹].

با وجود این، باید اشاره کرد که زمانی طولانی پیش از تأسیس این صفحه، بسیاری از زنان ایران عکس‌های بدون روسری در صفحات فیس‌بوکی خود منتشر می‌کردند. در واقع، از نخستین روز استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ایران، بسیاری از عکس‌های بدون روسری در این فضا آپلود شده و تصویر زنان ایرانی بدون روسری، به‌ویژه برای کاربران فیس‌بوک، تصویری دیده‌نشده، نامتعارف یا عجیب و غریب نیست. فضای بینا فرهنگی فیس‌بوک و فناوری زیرساختی آن، که مبتنی بر در معرض دید قرار دادن افراد است، اجتماعات مختلف معمولاً بینا فرهنگی و بین‌کشوری در فیس‌بوک، عکس‌های پروفایل زنان بدون روسری، عکس‌های مهمانی‌های خانگی و جشن‌ها با حضور زنان دارای روسری یا بدون آن، و به‌طور کلی عکس‌هایی از زنان ملل مختلف با پوشش‌های مختلف فراتر یا فرورتر از حجاب رسمی اجباری در ایران را قابل رؤیت کرده است. علاوه بر این، سال‌هاست که زنان ایرانی دارند عقاید کلیشه‌ای و تفکرات سخت‌گیرانه درباره حجاب را با انواع گوناگونی از پوشش، مدهای مختلف و روسری‌های رنگی چروکیده می‌شکنند؛ زمانی حتی بسیار دورتر از زمان تأسیس یک صفحه در فیس‌بوک.

در پایان، با ارجاع به خیال‌کنش‌گری و حس خوب شخصی افراد از این خیال که در مفهوم «کنش‌گرنمایی» خلاصه شده است، کاذب‌ترین و گمراه‌کننده‌ترین نکته درباره این صفحه آن است که می‌توان تا حد زیادی از این استدلال دفاع کرد که از زمان آغاز فیس‌بوک یا به‌طور کلی، نسل متأخر رسانه‌های اجتماعی، بسیاری از کاربران زن «آزادی یواشکی زنان»، در حال انتشار عکس‌های بدون روسری از خود در صفحات مختلف بوده‌اند، اما اکنون تفاوت در این است که می‌توانند از این حس نیز لذت ببرند که دارند کنشی اعتراضی نیز صورت می‌دهند. این موضوع را می‌توان با مرور شرح عکس‌هایی تأیید کرد که کاربران غرورشان از انتشار عکس‌های خود را بیان می‌کنند و شعارهای مشابهی را درباره تغییر حجاب اجباری فریاد می‌زنند، اما چیزی در جهان واقعی تغییر نکرده است؛ اکثریت بزرگی از زنان ایرانی حتی اگر بیننده و خواننده مطالب این صفحه باشند، هیچ سرخ شخصی ندارند که شاید به کمک آن درباره امکان تغییر ذهنیت خود درباره حجاب بیندیشند و نشانه‌های مختلفی درباره این موضوع وجود دارد که دولت و دیگر نهادهایی که بالقوه ممکن است نسبت به این صفحه حساسیت داشته باشند، حتی نگران موجودیت چنین صفحه‌ای در فیس‌بوک نیستند.

با توجه به این نکته که در معرض عکس‌های بدون حجاب زنان ایرانی قرار گرفتن عمری به درازای شکل‌گیری وب دارد، در پایان می‌توان چنین گفت که بازنمایی‌های رسانه‌ای در این صفحه حتی اگر از ویژگی‌های کنش‌گری نیز برخوردار شود، الزاماً نقشی پررنگ و بی‌واسطه در تحولات فرهنگی و اجتماعی ایران در آینده نخواهد داشت. بازنمایی رسانه‌ای الزاماً و ضرورتاً به تحولی فرهنگی و اجتماعی منجر نخواهد شد، زیرا کنش متقابل عوامل متداخل و عینی مختلفی چون جنسیت، طبقه، سرمایه‌های نمادین، دولت و... نیز نقش ایفا می‌کنند و دست کم دسترسی گفتمانی و عینی به محتوای فضای مجازی از مسیر چنین عواملی می‌گذرد؛ چه برسد به محتوای ساده و فاقد روایت پست‌های کاربران در صفحه «آزادی یواشکی زنان» که بیش از همه از ویژگی‌های کنش‌گرنمایی نه کنش‌گری پیروی می‌کند.

نتیجه‌گیری

صفحه فیس‌بوکی «آزادی یواشکی زنان» به‌خوبی با مفهوم «کنش‌گرنمایی» سازگار است؛ جریان محدود در رسانه‌های اجتماعی که هیچ اثر سیاسی یا اجتماعی معنادار بر جهان واقعی ندارد. این صفحه فیس‌بوک از ویژگی‌های عمده کنش‌گرنمایی در محتوا، عکس و شرح عکس‌ها برخوردار است. فقط در فضای سایبر وجود دارد و به دلیل پیوندهای ضعیف بین کاربران و گمنامی، هیچ قدرت یا تأثیری در برقراری جنبشی سیاسی یا اجتماعی ضد حجاب اجباری ندارد. همه عکس‌ها و شرح عکس‌ها به ساده‌ترین و راحت‌ترین حالت خود تولید شده است و نوعی از فعالیت را بازنمایی می‌کنند که به‌سادگی قابل اجراست. عکس‌هایی که در صفحه

منتشر شده، از طرفی اکثراً یواشکی در مکان‌های خلوت و بدون وجود هیچ ریسک واقعی گرفته شده است و از طرف دیگر به لحاظ تکنیک‌های عکاسانه ضعیف، بی‌کیفیت و فاقد معنایی هدفمند، برانگیزاننده و چالش‌برانگیز است. به همین شکل، شرح عکس‌ها فقط واکنش‌های عاطفی را جلب می‌کند و هیچ بحث جدی و دارای اهمیتی درباره ضرورت اعتراض به حجاب اجباری، تغییر قانون یا به چالش کشیدن عقاید کلیشه‌ای و غالب مطرح نمی‌کند. کنش‌گری در این صفحه فیس‌بوکی را بیش از همه با دو عنصر مشارکت پایین (چه آنلاین چه آفلاین) و استفاده زیاد و اغراق‌آمیز از فناوری ارتباطی می‌توان شرح داد که ویژگی‌های اصلی «کنش‌گر نمایی» بنا به تعریف است.

«آزادی یواشکی زنان» حتی هیچ خط قرمز و کلیشه‌ای درباره حجاب را نشکسته است. به این دلیل ساده که تصور کلیشه‌ای درباره حجاب مدت‌ها قبل شکسته شده است. این صفحه اما سبب می‌شود که کاربران احساس خوبی درباره خودشان داشته باشند. مشارکت در «آزادی یواشکی زنان» راهی امن و ایمن برای زنان عادی تدارک می‌بیند تا از داشتن توهم فعال یا کنش‌گر حقوق زنان بودن لذت ببرند، بدون آنکه الزامی برای فعالیت یا تلاشی واقعی در جهان واقعی وجود داشته باشد. به عبارت بهتر، کنش‌گری در این صفحه فیس‌بوکی نه از نوع فعال است که نیازمند سطح مشارکت بالاست، نه از نوع سنتی و منفعل که نیازمند بروز عینی همراه با استفاده پایین از فناوری است.

برای نتیجه‌گیری نهایی باید گفت که به‌رغم ادعاهای مثبتی که درباره «آزادی یواشکی زنان» وجود دارد و این صفحه فیس‌بوکی را به‌منزله جنبشی مؤثر یا نوع بارزی از کنش‌گری برای حقوق زنان در ایران می‌ستایند، به این جریان نمی‌توان به‌مثابه جنبشی سیاسی یا اجتماعی علیه حجاب اجباری توجه کرد؛ اگرچه شاید از طریق سازوکاری مانند برساخت هویت خاص زنانه در تحولات درازمدت اجتماعی نقشی داشته باشد. این تنها جریان کنش‌گر نمایی در فضای مجازی^۱ و رسانه‌های اجتماعی است که سبب می‌شود کاربران حس خوبی درباره خودشان داشته باشند اما طبیعت و ماهیت جنبش اجتماعی و سیاسی را ندارد، نمی‌تواند هیچ فشاری به دولت ایران درباره تغییر قوانین اعمال کند یا گروهی از زنان را به تغییر نگرش درباره حجاب برانگیزد. بدین ترتیب، این صفحه ناتوان از بسیج کردن کاربران برای یک جنبش واقعی اجتماعی و سیاسی علیه حجاب اجباری در آینده، چه به صورت آفلاین چه به صورت آنلاین، است.

کسانی که این عکس‌ها را در این صفحه فیس‌بوکی می‌بینند، چیزی بیش از آنچه قبل از آن در پروفایل‌های شخصی خود و در عکس‌های فیس‌بوک دیده‌اند، پیدا نمی‌کنند. اما به کمک فیس‌بوک، جمع محدود و اندکی از ایرانیان مخالف با حجاب اجباری خرسندند که دارند در اعتراضی اجتماعی شرکت می‌کنند و بعضی از ایرانیان، در مهمانی‌ها و گردهمایی‌ها، حالا حتی

1. cyber space

دیگر می‌توانند خودشان را فعال یا کنش‌گر حقوق بشر معرفی اما هیچ‌یک هیچ تأثیر واقعی و ملموس بر جامعه یا بر فقدان آزادی پوشش زنان در ایران نخواهند داشت. حس خوب کنش‌گرنمایی اگرچه ممکن است ارضای نیاز و انگیزه‌ای شخصی را تسهیل کند، بزرگ‌ترین خطر برای هر نوع کنش‌گری در جهان واقعی یا مجازی برای اهداف سیاسی و اجتماعی عینی است و باید گفت که رسانه‌های اجتماعی، تا آنجا که نتایج تجربی محدود این پژوهش تأیید می‌کند، برخلاف ادعاهای پرطمطراق طرفداران فناوری‌زده رسانه‌های اجتماعی، فقط خطر کنش‌گرنمایی را تقویت می‌کنند. اگرچه تعمیم چنین ادعایی به کلیت رسانه‌های اجتماعی نیازمند پژوهش‌های آتی، گردآوری شواهد تجربی بیشتر و پاسخ به استدلال‌های مخالفی است که از تأثیرات ضمنی، ناملموس و درازمدت این فعالیت‌ها دفاع می‌کنند، از تجربه قاهره و یافته‌های این پژوهش می‌توان چنین استنباط کرد که «جنبش اجتماعی زنان توییت‌کردنی نیست».

منابع

- [1] Carpenter, J. (16 May 2014). Iranian women shed hijabs for 'Stealthy Freedoms' Facebook page, <https://www.washingtonpost.com/blogs/she-the-people/wp/2014/05/16/iranian-women-shed-hijabs-for-stealthy-freedoms-facebook-page/>
- [2] Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1(2), 38-266.
- [3] Christensen, H. (3 November 2011). Political activities on the internet: slacktivism or political participation by other means, <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3336/2767>
- [4] Cragun, R., Cragun, D., et al, (2006). *Introduction to Sociology*. Blacksleet River.
- [5] Fildes, J. (11 February 2010). MEPs condemn Nokia Siemens 'surveillance tech' in Iran, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8511035.stm>
- [6] Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets; Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- [7] Global Internet Report. (2015). Mobile Evolution and Development of the Internet, http://www.internet-society.org/globalinternetreport/assets/download/IS_web.pdf
- [8] Howard, P., Duffy, A., Freelon, D. & et al. (2011). Opening closed regimes what was the role of social media during the Arab spring, Seattle, WA: University of Washington.
- [9] Karimi, S. (2015). Iranian Women's Identity and Cyberspace: Case study of Stealthy Freedom, *journal of social science studies*, 2(1). 221-233.
- [10] Khan, O. (1 September 2014). Iranian women dare to unveil, <http://guardianlv.com/2014/05/iranian-women-dare-to-unveil/>

- [11] Leonard, C. (2009). In Defense of "Slacktivism", <https://bayercenter.wordpress.com/tag/activism-continuum/>
- [12] Monterde, A. & Postill, J. (2013). Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. In G. Goggin & L. Hjorth (Eds.), *Routledge Companion to Mobile Media*. London: Routledge.
- [13] Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of internet freedom* (1st Ed.). New York: Public Affairs.
- [14] Morozov, E. (23 November 2010). The brave new world of slacktivism, *Foreign Policy*, http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism.
- [15] Philips, K. (2014). Young adults are slacktivists, and that's a good thing, <https://uwaterloo.ca/canadian-index-wellbeing/blog/post/young-adults-are-slacktivists-and-thats-good-thing>
- [16] Reporters sans frontières (RSF). (25 September 2014). "Iran." The Enemies of Internet.
- [17] Sreberny, A. (2015). "Women's Digital Activism in a Changing Middle East", *International Journal of Middle East Studies*, 47, PP 357-361.
- [18] Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without*. US: Penguin Press.
- [19] Shulman, Stuart W. (2005). "The Internet still might (but probably won't) change everything: Stakeholder views on the future of electronic rulemaking", *Journal of Law and Policy for the Information Society*, 1(1), PP 111-145.
- [20] *The Guardian*, (12 May 2014). Iranian women post pictures of themselves without hijabs on Facebook, <http://www.theguardian.com/world/2014/may/12/iran-women-hijab-facebook-pictures-alinejad>.
- [21] *The Guardian*, (24 February 2015). Iranian woman wins rights award for hijab campaign, <http://www.theguardian.com/world/2015/feb/24/iranian-woman-wins-rights-award-hijab-campaign>.
- [22] The Tabnak, (14 January 2014). The Statistics of Iranian Users on Facebook, <http://www.tabnak.ir/fa/news/371369/>
- [23] Tofekci, Z. & Wilson, C. (2012). "Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations from Tahrir Square", *Journal of Communication*, 62, PP 363-379.
- [24] United Nations (UN). (2014). Human Rights Council. Summary Prepared by the Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights in Accordance with Paragraph 15 of the Annex to Human Rights Council Resolution 5/1 and Paragraph 5 of Annex to Council Resolution 16/21.