



Original Research Paper

# Instagram and a possibility for the production of an aware crowd inside/outside of the university

Hamed Taheri Kia<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Assistant Prof., Institute for Social and Cultural Studies, Tehran, Iran

## ARTICLE INFO

Received: May 22, 2022

Reviewed: May 23, 2022

Revised: July 11, 2022

Accepted: July 16, 2022

## KEYWORDS

Instagram

Politic

University

Image

Student

\* Corresponding Author

[Kia.erhut@iscs.ac.ir](mailto:Kia.erhut@iscs.ac.ir)

☎ +21 22570777

## How to Cite this article:

Taheri Kia, H. (2022). Instagram and a possibility for the production of an aware crowd inside/outside of the university. *University Studies*, 1(1), 153-181.

## URL:

[http://www.ijsu.ir/article\\_417.html](http://www.ijsu.ir/article_417.html)

## Copyright:

© The Authors. This is an open access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license

## ABSTRACT

**Background and Objectives:** The production and circulation of information are significant features of the information era. The production and circulation of information are systems for shaping the truth, and knowledge and affecting feelings. Information is like a force that strikes history so as to make a new shape out of it. The information era in the digital situation is a different period of the information society. By releasing and circulating information in the digital situation, the collective consciousness has the capacity to receive information. Receiving information provides the possibility of transformations in conditions of historical life. Hence, the main claim of the article is that student political movements and interactions in the university have been revolutionized by the production and circulation of information in social networks. Contrary to Persian research, there are several English types of research about the role of social networks in the formation of political collective consciousness and political movements. The main object of the article is to analyze the effects of Instagram on students' political movements and student's union demands.

**Methods:** This article is in the paradigm of post-humanism. In the paradigm of post-humanism the process of problematization and analysis is related to production of creative writing that is able to emphasize and reveal the agency of nonhuman forces. Also, this article is a post-qualitative method. Data has been gathered from 19 Instagram pages of student political organizations and guilds. Instagram posts were selected by considering their forms and concepts. There was a theoretical sampling, and then samples as analytic positions were employed.

**Findings:** By entering social networks, student political organizations and guilds have found a network matter. Due to the networking of political organizations and guilds, they have gained wide audiences. Wide audiences from inside and outside of the university are the most significant feature that student political organizations and guilds have achieved. This article explains that content production on Instagram has introduced a new form of political activity. Student political organizations and guilds, by producing posters, photos, and images about their political activities and programs, are raising awareness about the political state of the society of Iran. In this stage, the target of raising awareness is the Iranian public. Further, student guilds produce photos and images about student union demands. Despite student political organizations, for student guilds, the production of the information is just for the society of students. Consequently, the growth of visualizing the political activities and events and sharing the university widely with the population inside and outside of the university is the result of the networking matter of student political organizations and guilds. Therefore Iranian university is more under consideration by the Iranian public.

**Conclusion:** Production and circulation of information about events, ideas, and programs by student political organizations and guilds have resulted in the production of collective consciousness for the digital population. Production and circulation of the information provide possibilities for turning student collective consciousness into political actions in the physical geography of the university. The rise of hyper-space has ensued from the entanglement of digital and physical geography. In the hyper-space of the university, the population of students is more politically aware and they try more to make changes in the university situation. Moreover, for student organizations, Instagram has developed the visualization of politics, the theatrical rationality for the production of political positions, and gallerization of the politics.



## فصلنامه مطالعات دانشگاه

Homepage: <http://www.jous.ir>



### مقاله پژوهشی

## اینستاگرام و امکانی برای تولید جماعت آگاه درون/ بیرون دانشگاه

حامد طاهری کیا\*

<sup>۱</sup> استادیار گروه مطالعات ارتباطات و فضای مجازی، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۱            تاریخ داور: ۱۴۰۱/۰۳/۰۲            تاریخ اصلاح: ۱۴۰۱/۰۴/۲۰            تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۲۵</p> <p><b>واژگان کلیدی</b>            اینستاگرام            سیاست            دانشگاه            تصویر            دانشجو</p> <p>* نویسنده مسئول            Kia.erhut@icsac.ir            ۰۲۱-۲۲۵۷۰۷۷۷ ①</p> <p><b>چگونه به این مقاله ارجاع دهیم:</b>            طاهری کیا، حامد (۱۴۰۱). اینستاگرام و امکانی برای تولید جماعت آگاه درون/ بیرون دانشگاه. فصلنامه مطالعات دانشگاه، ۱(۱)، ۱۵۳-۱۸۱.</p> <p><b>کپی‌رایت:</b>            © نویسندگان / دسترسی به متن کامل مقاله براساس قوانین کپی‌رایت کامنز 4.0 CC BY آزاد است.</p>	<p><b>پیشینه و اهداف:</b> تولید و چرخش اطلاعات سازوکاری است که به شکل‌گیری حقیقت و آگاهی و تأثیرگذاری بر احساسات کمک می‌کند. نشر و چرخش اطلاعات در وضعیت دیجیتال، آگاهی جمعی ظرفیت دریافت اطلاعاتی را دارد که امکان تغییر در وضعیت تاریخی زندگی را مهیا می‌کنند. بر این اساس، جنبش دانشجویی و فعل و انفعال سیاسی دانشجویان در دانشگاه با تولید و چرخش اطلاعات به واسطه شبکه‌های اجتماعی دچار تحول شده است. هدف اصلی این مقاله بررسی موقعیت تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام، به مثابه‌ی فضایی برای تولید اطلاعات بر پایه‌ی تصویر، بر جنبش دانشجویی است.</p> <p><b>روش:</b> این مقاله در پارادایم پسانسان‌گرایی انجام شده است. در پارادایم پسانسان‌گرایی، روش پرداختن به مسئله به شیوه‌ای است که تولید نوشتار خلاقانه برای نشان دادن عاملیت نیروهای غیرانسانی اهمیت می‌یابد. همچنین، مقاله در روش پساکیفی انجام شده است. داده‌ها از ۱۹ صفحه‌ی اینستاگرامی تشکل‌های سیاسی و صنفی دانشجویی جمع‌آوری شده‌اند. پست‌های صفحات، با توجه به شکل و مضامینی که داشتند، نمونه‌گیری نظری و سپس نمونه‌ها به مثابه‌ی موقعیت‌های تحلیلی انتخاب شدند.</p> <p><b>یافته‌ها:</b> این مقاله نشان می‌دهد که تولید محتوا در شبکه اجتماعی اینستاگرام قالبی جدید از کنش سیاسی را تعریف کرده است. تشکل‌های سیاسی و صنفی دانشجویی با تولید پوسترها، عکس‌ها، و تصاویر مختلف از فعالیت‌های سیاسی خود اطلاع‌رسانی و درباره وضعیت سیاسی جامعه‌ی ایران آگاهی بخشی می‌کنند، با این توجه که این شکل از آگاهی بخشی هدفش عموم جامعه ایران است. تشکل‌های صنفی دانشجویی هم با انتشار تصاویر و عکس‌های مختلف درباره خواسته‌های صنفی دانشجویی اطلاع‌رسانی می‌کنند با این تفاوت که جامعه هدف دریافت اطلاعات دانشجویان دانشگاه هستند. در مجموع، ماهیت شبکه‌های تشکل‌های سیاسی و صنفی دانشجویی به هرچه دیداری شدن سیاست و اشتراک پیدا کردن دانشگاه به طور گسترده با دورن و بیرون دانشگاه منجر شده و دانشگاه را به موقعیتی قابل توجه برای دیگران تبدیل کرده است.</p> <p><b>نتیجه‌گیری:</b> تولید و چرخش اطلاعات درباره‌ی رخدادها، دغدغه‌ها و برنامه‌ها توسط تشکل‌های سیاسی و صنفی دانشجویی، به تولید آگاهی جمعی برای جماعت دیجیتالی منجر می‌شود. تولید و چرخش اطلاعات امکان‌های تبدیل آگاهی جمعی به کنش را در جغرافیای فیزیکی دانشگاه فراهم می‌آورد. تنیدگی جغرافیای دیجیتال و جغرافیای فیزیکی به ایجاد فضا در دانشگاه منجر شده است که در آن جمعیتی با تحولات آگاهی به‌دنبال تحول در وضعیت دانشگاه هستند. از سوی دیگر، برای تشکل‌های دانشجویی، اینستاگرام به بصری شدن سیاست، ایجاد عقلانیت‌نمایشی برای تولید موقعیت سیاسی، و نگارخانه‌ای شدن سیاست نتیجه شده است.</p>



## ۱. مقدمه

مسئله‌ی تغییرات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی همواره با تغییرات مادی اجتماع همراه بوده است. وضعیت مادی اجتماع مجموعه‌ای درهم پیچیده از نیروهای انسانی و غیرانسانی است که آن‌ها شرایط زیستن در زندگی اجتماعی را ممکن می‌کنند. در این میان، تغییرات تکنولوژی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که وضعیت مادی اجتماع را مشخص می‌کند. تغییرات تکنولوژی به ایجاد تغییرات اجتماعی می‌انجامد (Rutsky, 1999) و تاریخ زندگی اجتماعی را وارد دوره‌های مختلف می‌کند.

ورود به دوره‌ی تاریخی تکنولوژی دیجیتال، بر اساس تغییرات تکنولوژیکی‌ای که در چگونگی زندگی اجتماعی ایجاد کرد، موجب شکل‌گیری شرایط جدیدی از وضعیت مادی شد. وضعیت دیجیتال را باید دوره‌ای متفاوت از وضعیت تاریخی مادیت اجتماع دانست که در آن ماشین بیش از هر دوره‌ای با نیروهای انسانی تنیده شد (Haraway, 2000). «تندگی» مفهومی است که ما آن را در تمایز با مفاهیمی مانند «ترکیب» و «پیوند» قرار می‌دهیم. در مفهوم تندگی، ماهیتی از پدیده معرفی می‌شود که خارج از روابط امکان‌پذیر شدن را ندارد (Barad, 2014). پس وضعیت دیجیتال را باید تندگی نیروهای انسانی و غیرانسانی دانست که در میان آن‌ها، امکان‌پذیر شدن پدیده‌ها وجود دارد. در وضعیت دیجیتال، پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی به‌شکلی متفاوت از دوران پیشادigital ظهور می‌کنند، زیرا آن‌ها تنیده شده با تکنولوژی دیجیتال و نظام ارتباطی برآمده از آن هستند. برای مثال، بسیاری از تغییرات سیاسی و جنبش‌های اجتماعی، بر اساس مفهوم تندگی زندگی اجتماعی با تکنولوژی دیجیتال قابل تبیین هستند. بدین سان، وقتی به سراغ جنبش‌های دانشجویی ایران در وضعیت دیجیتال می‌رویم، باید آن را در چگونگی تندگی اش با تکنولوژی دیجیتال در نظر بگیریم. در این مقاله، ما به دنبال جست‌وجوی فهم موقعیت تندگی جنبش دانشجویی معاصر ایران با تکنولوژی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی هستیم. بنابراین، پرسش اصلی این است که شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام توسط تشکل‌های سیاسی و صنفی دانشجویان برای شکل دادن به آگاهی جمعی در میان دانشجویان چگونه کارکرد<sup>۱</sup> پیدا می‌کند؟

## ۲. پیشینه‌ی تحقیق

در زمینه‌ی اینترنت و دانشگاه ایرانی، پژوهش‌های مختلفی انجام شده است. این پژوهش‌ها سعی کرده‌اند تا از دریچه‌های گوناگون به ماهیت و کارکرد اینترنت در زمینه‌ی دانشگاه توجه کنند. اما کارها به‌صورت آماری

۱. لازم به ذکر است که مفهوم کارکرد به سازوکار طراحی الگوریتمی اینستاگرام اشاره ندارد. منظور از کارکرد قدرت و ظرفیت عاملیت و تأثیرگذاری تکنولوژی اینستاگرام در پیوند با نیروهای انسانی برای شکل دادن به موقعیت‌های اجتماعی است.

انجام شده‌اند و ما فقط با بررسی روابط متغیرها روبه‌رو هستیم. به بیانی، ماهیت و کارکرد اینترنت به اندازه‌گیری‌هایی مانند سنجش نگرش دانشجویان به اینترنت (لویه و لویه، ۱۳۸۸)، میزان دسترسی به اینترنت، نوع استفاده از اینترنت (بهار و حاجی محمدی، ۱۳۸۶؛ قادری، ۱۳۹۶؛ امام‌جمعه‌زاده و دیگران، ۱۳۹۲؛ تولایی و همکاران، ۱۳۹۶)، جنسیت و اینترنت (ساروخانی، توسلی و سیدعربی‌نژاد، ۱۳۸۷؛ غفوری و روددشتی، ۱۳۸۹)، تأثیر اینترنت بر کنش‌های سیاسی (حسین‌زاده، موالی‌زاده و مرادیان، ۱۳۹۴؛ هرسیچ و همکاران، ۱۳۹۲) و یا استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر روابط اجتماعی و هویت (ریبسی و محمدزاده یزد، ۱۳۹۱؛ افشاریان، ۱۳۹۶؛ مصلحی نیک و حاجیانی، ۱۳۹۵؛ مهدی‌زاده و ابراهیمی، ۱۳۹۲؛ بابایی‌فرد و شرقی، ۱۳۹۳؛ کاروانی، ۱۳۹۷؛ گیویان و ناصرآبادی، ۱۳۸۸) دانشجویان تقلیل یافته است. این پژوهش‌ها سعی نکرده‌اند تا با رویکرد آماری خود برای ماهیت و کارکرد اینترنت مفهوم‌سازی کنند و توسط آن‌ها اینترنت را در حوزه‌ی دانشگاه مسئله‌مند نمایند.

در آثار خارجی هم، در مسئله‌ی اینترنت و تکنولوژی دیجیتال، بیشتر به مباحث آموزش و یادگیری در دانشگاه می‌پردازند (Williamson, 2017؛ Perrotta, 2020؛ Bayne & Gallagher, 2021) و این می‌تواند به سبب تفاوت‌های ساختاری پیوند دانشگاه و سیاست در کشورهای دیگر باشد که همانند ایران دخالت حکومت در دانشگاه وجود ندارد. اما درباره‌ی مسئله‌ی سیاست در وضعیت دیجیتال آثار متفاوتی وجود دارند که به نقش رسانه‌های ارتباطی دیجیتال، اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی و جنبش‌های اجتماعی و سیاسی پرداخته‌اند.

زانگ و همکاران به رفتار مصرف‌کنندگان اطلاعات می‌پردازند که در موقعیت‌های کنش سیاسی، در هنگام تولید و پخش اطلاعات، چگونه اطلاعات جبهه‌های مخالف را فیلتر می‌کنند (Zhang et al, 2022). لَن و همکاران هم به پیوند انگیزه‌های متفاوت استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌پردازند که بر افزایش اشتراک‌گذاری اطلاعات سیاسی و در عمل به تسریع مشارکت‌های سیاسی منجر می‌شود (Lane et al, 2017). در وضعیت دیجیتال، شکل‌گیری مفهوم اسطوره‌ای «ما» اهمیت ویژه‌ای می‌یابد؛ گویی امکان تازه‌ای برای تولید آن فراهم آمده است که کولدرای آن را در مفهوم کنش‌های سیاسی جمعی با توجه به شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کند (Couldry, 2015). البته، درباره‌ی بهار عربی و مسئله‌ی جنبش‌های اجتماعی و سیاسی در خاورمیانه، آثار پژوهشی مختلفی کار شده است (طاهری‌کیا، ۱۴۰۰؛ Khalil, 2012؛ Smidi & Shahin, 2017؛ Sumiala & Korpiola, 2017؛ Halverson et al, 2013). در این آثار، نقش تولید و جریان اطلاعات و اهمیت تأثیرگذاری آن‌ها بر ایجاد جنبش اجتماعی بهار عربی و گسترش جغرافیای اعتراضی به‌واسطه‌ی دسترسی به اطلاعات مخابره‌شده از انقلاب بهار عربی بررسی می‌شوند.





درباره‌ی وضعیت دیجیتال، اینترنت و جنبش‌های اجتماعی در ایران هم کارهای متفاوتی انجام شده است. علی‌مردانی و میلان صحبت از وضعیت فضای مجازی در دوره‌ی حوادث ۸۸ می‌کنند که چگونه از آن زمان به بعد و با حمایت‌هایی که هیلاری کلینتون، وزیر خارجه‌ی وقت دولت آمریکا، از نقش اینترنت در اطلاع‌رسانی وقایع آن سال داشت، فضای مجازی هرچه بیشتر و گسترده‌تر به ادبیات جنگ نرم و سایبری کشیده شد (Alimardani and Milan, 2018). همچنین، بالدینو و گولد به جریان شکل‌گیری فناوری اطلاعاتی جدید در ایران و رویکرد سیاستی که به آن شده است می‌پردازند (Baldino & Goold, 2014). نویسندگان با بررسی چند شبکه‌ی مجازی، مانند توئیتر و فیس‌بوک، و پیوند آن با حوادث ۸۸، درصد مشخص کردن سیاست‌های رویارویی جمهوری اسلامی با آن‌ها هستند.

در این میان، گلکار مسئله‌ی استفاده از اینترنت به‌مثابه‌ی ابزاری برای رهایی سیاسی را در استفاده‌ی دانشجویان و جنبش دانشجویی از اینترنت دنبال می‌کند و در تلاش است تا تاریخچه‌ای از فعالیت دانشجویان در فضای مجازی در قالب وبلاگ‌های فارسی بدهد. او صحبت از «خیابان سیاسی» جدیدی می‌کند که به‌واسطه‌ی فضای مجازی برای جنبش دانشجویی ایجاد شده است (Golkar, 2015: 75). آن‌چه پیرامون تاریخچه‌ی استفاده از فضای مجازی به‌مثابه‌ی خیابانی برای سیاست یاد می‌شود، همواره در پیوند با وبلاگ‌ها و شروع فعالیت آن‌ها قرار دارد. مسرت امیرابراهیمی نیز وبلاگ را در تغییر هویتی که در زنان ایجاد کرده است دنبال می‌کند. او به‌دنبال برداشت‌های سنتی از زنان در قالب حجاب است که چگونه در فضای مجازی به چالش کشیده شده و از اسطوره‌ی «دختر خوب» تخطی می‌شود. همچنین، در بررسی تاریخی درباره‌ی فضای مجازی در ایران، امیرابراهیمی به‌دنبال چگونگی حضور طبقه‌ی متوسط ایرانی در وبلاگ‌های فارسی است و در این فرایند، حتی به سراغ طلاب و زنان مذهبی فعال در وبلاگ‌ها می‌رود (Amir-Ebrahimi, 2008).

در پژوهش‌های انجام‌شده پیرامون زنان و فضای مجازی، با توجه به محدودیت‌های زنان در ایران، همواره بخش کنشگری آنان از منظر فراتر رفتن از سنت‌های اجتماعی ایران پررنگ بوده است. برای مثال، حاجینی روی نمایش خود در فیس‌بوک میان ایرانیان کار کرده است (Hajini, 2013). او به وضعیت ویژه‌ی زنان به‌مثابه‌ی کنشگرانی که مرزهای سنت را در می‌نوردند می‌پردازد. همین‌طور، کوو در پژوهشش به فعالیت‌های مسیح علی‌نژاد در خارج از ایران درباره‌ی تشویق زنان به برداشتن حجاب و نقشی که در این میان فضای مجازی دارد اشاره می‌کند (Koo, 2016).

اما شاید طهماسبی بیرجانی یکی از متفاوت‌ترین مقاله‌ها را پیرامون کنشگری زنان ایرانی در فضای مجازی انجام داده است (Tahmasebi-Birgani, 2019). او فضای مجازی را امکانی می‌داند که زنان معمولی هم می‌توانند به کمپین‌های فضای مجازی ملحق شوند و گونه‌ای از کنشگری برای آنان

ممکن می‌شود که در جایی بیرون از فضای مجازی امکان‌پذیر نیست. فضای مجازی امکان شکل دادن به سوژه‌ی سیاسی را برای زنان معمولی و بالا بردن خودآگاهی در میان آن‌ها به وجود می‌آورد.

### ۳. روش پژوهش

این مقاله درباره‌ی کارکردهایی است که اینستاگرام و تصاویر آن در جنبش‌های دانشجویی دارند. بنابراین، مسئله‌ی عاملیت تکنولوژی یا نیروهای غیرانسانی به میان می‌آید که بر نیروهای انسانی تأثیرگذارند. از این رو، مقاله در پارادایم پسانسانگرایی (Braidotti, 2006) قرار می‌گیرد. در پارادایم پسانسانگرایی، روش پرداختن به مسئله به شیوه‌ای است که تولید نوشتاری که بتواند عاملیت نیروهای غیرانسانی را نشان دهد، اهمیت می‌یابد<sup>۱</sup>. بر این اساس، روش پساکیفی (طاهری‌کیا، ۱۴۰۰) معرفی می‌شود که در آن داده‌ها آن‌قدر فشرده نمی‌شوند تا ماهیت منحصر به فردشان از بین برود. برخلاف آن، در روش کیفی، داده‌ها به کد تبدیل می‌شوند و آن‌قدر فشرده می‌شوند تا در اشتراک با دیگر کدها، درون یک دسته‌بندی مشخص قرار بگیرند.

هر کد می‌تواند موقعیت تحلیلی ویژه‌ای را معرفی و میدان تحلیلی را درون متن باز کند که در این مرحله، دیگر کدها در اشتراک با آن قرار بگیرند. بنابراین، در این مقاله، ما به سراغ صفحات اینستاگرام شکل‌های دانشجویی و صنفی دانشگاه‌های مختلفی رفتیم. از آن‌جا که مقاله‌ی حاضر از دل پژوهش بیرون آمده است، بازه‌ی زمانی جمع‌آوری داده‌ها مربوط به سال ۱۳۹۶ است. البته، باید در نظر داشت که شکل‌های دانشجویی و صفحات اینستاگرام آن‌ها همچنان فعال هستند و کارکردهای اینستاگرام برای آن‌ها تغییری نپذیرفته‌اند. داده‌های مقاله‌ی حاضر از ۱۹ صفحه‌ی اینستاگرامی جمع‌آوری شده‌اند. پست‌های صفحات، با توجه به شکل و مضامینی که داشتند، نمونه‌گیری نظری و سپس نمونه‌ها به مثابه‌ی موقعیت‌های تحلیلی انتخاب شدند. موقعیت‌های تحلیلی با خلق مفاهیمی همراه هستند که برای نامیدن و معرفی موقعیت جدیدی از شناخت سازوکار پدیده به کار می‌روند.

#### جدول ۱. عنوان شکل‌هایی که صفحات اینستاگرام آن‌ها بررسی شده است.

انجمن اسلامی دانشگاه صنعتی اصفهان	انجمن اسلامی دانشگاه شهرکرد	انجمن اسلامی دانشجویان ترقی‌خواه دانشگاه امیرکبیر	انجمن اسلامی دانشگاه امیرکبیر
انجمن اسلامی دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه تهران	انجمن اسلامی دانشگاه بیرجند	انجمن فرهنگ و سیاست دانشگاه زنجان	انجمن اسلامی دانشگاه بوعلی
انجمن اسلامی دانشگاه سمنان	انجمن اسلامی دانشگاه صنعتی کرمانشاه	انجمن اسلامی دانشگاه صنعتی اصفهان	انجمن اسلامی دانشگاه مستقل دانشگاه هرمزگان
صفحه‌ی کمپین نجات دانشگاه	شورای صنفی دانشگاه هرمزگان	مجمع اسلامی دانشگاه سمنان	انجمن اسلامی دانشگاه شیراز

۱. در پارادایم پسانسانگرایی، ما هستی پدیده را بر اساس فلسفه‌ی درون جریان (immanence) (طاهری‌کیا، ۱۴۰۰) تعریف می‌کنیم. در فلسفه‌ی درون جریان نیرویی جدا افتاد و بالاتر و از پیش تعیین‌کننده بر موقعیت پدیده نیست، بلکه شبکه‌ای از نیروها در کارند و همگی ظرفیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری دارند. در این هستی‌شناسی، به نقد محوریت نیروهای انسانی پرداخته می‌شود و عاملیت نیروهای غیرانسانی برای فهم وضعیت زندگی به رسمیت شناخته می‌شود.



#### ۴. چارچوب نظری

وضعیت دیجیتال و امکان تولید اطلاعات در شکل دادن به حقیقت‌های معاصر اهمیت دارد. حقیقت‌های معاصر را می‌توان در برابر «رژیم‌های حقیقت» فوکو قرار داد (فوکو، ۱۹۸۰: ۱۳۳). رژیم‌های حقیقت برآمده از سازوکار گفتمان‌ها با به‌کارگیری تکنولوژی دانش و قدرت هستند. اما حقیقت‌های معاصر به جریان‌هایی از حقیقت‌ها اشاره دارد که مختص به جامعه‌ی اطلاعاتی هستند. جامعه‌ی اطلاعاتی درباره‌ی شدت تولید، نشر و چرخش اطلاعات است. معادل واژه‌ی اطلاعات (Information) است که از inform می‌آید. معنای ریشه‌ای مفهوم inform به شکل یا حالت دادن می‌رسد. به عبارتی، Information می‌تواند به چیزی یا موقعیتی شکل دهد (Clough, 2008) و باید آن را به مثابه‌ی نیرویی در نظر گرفت که بر موقعیتی فرود می‌آید و به آن شکل می‌دهد.

جریان‌های اطلاعاتی بر موقعیت‌های پدیده‌ها تأثیر می‌گذارند (طاهری کیا، ۱۴۰۰) و درباره‌ی آن‌ها اطلاعات تولید می‌کنند. اطلاعات آن چیزی است که درباره‌ی پدیده صادق است و اطلاعات مبتنی بر معیار درست/نادرست سنجیده می‌شود. بنابراین، جریانی از اطلاعات درست و نادرست در پی شکل دادن به موقعیت‌های پدیده‌ها در وضعیت تاریخی هستند و جریانی از حقیقت‌های ممکن را به راه می‌اندازند که انحصارطلبی گفتمان‌ها در تولید رژیم‌های حقیقت را به چالش می‌کشند. دوره‌ی پساحقیقت (Samayoa & Nicolazz, 2017) اشاره به شدتی از جریان‌های اطلاعات برای تولید حقیقت درباره‌ی زندگی معاصر است. با شکسته شدن انحصار رژیم‌های حقیقت، امکان بروز حقیقت‌های معاصر پدید آمده است که درباره‌ی زندگی معاصر تولید اطلاعات می‌کنند و اطلاعات را نشر می‌دهند. پس نیروهای انسانی فعال شده‌اند که در تیدگی با ماشین، می‌توانند حقیقت‌های معاصر را درباره‌ی موقعیت خودشان تولید و نشر دهند، آن‌گونه که سبب به چالش کشیدن رژیم حقیقت تاریخی بشوند. برای مثال، به کار گرفتن تلفن‌های همراه و تولید اطلاعات صوتی، تصویری و متن نوشتاری، امکان‌های فراگیر تبدیل کردن رخدادهایی زندگی معاصر به اطلاعات و نشر آن‌ها را نشان می‌دهند.

به تبعیت از دلوز (Deleuze, 1992)، ما از مفهوم «تقسیم‌پذیر»<sup>۱</sup> به جای «فردیت»<sup>۲</sup> استفاده می‌کنیم. مفهوم فردیت درباره‌ی دوران پیشادیتال است که فردیت به موقعیت تقسیم‌ناپذیری پدیده باز می‌گردد، درحالی‌که در وضعیت دیجیتال، هر فردیتی می‌تواند در قالب تولید انواع فایل‌های اطلاعاتی و مخابره کردن و به اشتراک گذاشتن آن‌ها خودش را تقسیم‌پذیر کند. پس به‌واسطه‌ی تکنولوژی دیجیتال امکان‌های بیانگری به وجود آمده است که هر موقعیتی می‌تواند در نسبت با وضعیت تاریخی‌اش،



1. Dividual  
2. Individual

درباره‌ی اکتونش تولید اطلاعات کند. با توجه به موقعیت بیانگری، جیلسپای شبکه‌های ارتباطی دیجیتال را در مفهوم سکو دنبال کند (Gillespie, 2010: 351). او مفهوم سکو را در شکل‌های مختلف معنایی آن جست‌وجو می‌کند و در نهایت، سکو با مفهیمی مانند مکانی برافراشته، مسطح و قابل دسترسی پیوند می‌خورد که قرار گرفتن بر روی آن‌ها با انگیزه‌های بیانگرانه دارای اهمیت می‌شود.

از این رو، فرهنگ در وضعیت دیجیتال حالتی دورگه (Clothier, 2005: 48) بین ارگانسیم و ماشین دارد که امکان‌های جدیدی از تولید حقیقت و قدرت بیانگری را رقم زده‌اند. پس وقتی به سراغ جنبش دانشجویی ایران در وضعیت دیجیتال می‌رویم، با موقعیت‌های مفهومی مانند فرهنگ دورگه، تقسیم‌پذیری، حقیقت‌های معاصر، بیانگری و جریان‌های تولید و نشر اطلاعات مواجه خواهیم بود.

#### ۴-۱. تشکل‌های سیاسی و بصری شدن سیاست

یکی از مهم‌ترین راه‌های ارتباطی تشکل‌های سیاسی با یکدیگر و کلاً فضای دانشگاه، از طریق اینستاگرام و تلگرام است. اینستاگرام محل بارگذاری تصاویری است که برای آن توضیحاتی را می‌نویسند، و تلگرام فرصتی است تا به دو شیوه راه‌های ارتباطی خود را گسترش دهند: ۱. درست کردن گروه‌های تلگرامی مخصوص اعضای تشکل‌ها تا بتوانند در هر زمان و مکانی با یکدیگر در ارتباط باشند؛ ۲. کانال‌های ارتباطی که طیف وسیعی از دانشجویان را شامل می‌شوند تا تشکل‌ها سیاسی و صنفی برنامه‌ها و اخبارها را به اشتراک بگذارند. در فضای اینستاگرام، که بر اساس اشتراک عکس است، تشکل‌های سیاسی دانشجویی، به‌طور معمول، سه نوع استفاده از آن می‌کنند: ۱. بارگذاری عکس‌هایی که مربوط به تابلوی اعلانات تشکل و پوسترهای برنامه‌ها می‌شوند؛ ۲. بارگذاری عکس‌هایی که جنبه‌ی ایدئولوژیک دارند؛ و ۳. بارگذاری عکس‌هایی که ویژگی خبری دارند. در کارکرد اول، اینستاگرام به‌مثابه‌ی تابلوی اعلانات مجازی کار می‌کند. تابلوی اعلانات برای تشکل‌های سیاسی دارای اهمیت فراوانی است، زیرا موقعیت محلی و مکانی را در دانشگاه برای اطلاع‌رسانی عمومی از اخبار و فعالیت‌های تشکل ایجاد می‌کند (طاهری کیا، ۱۳۹۶).



پردانجمن اسلامی امیرکبیر  
«هفته‌های روحانی (۳)»  
#سه‌سال انتظار تحقق یک وعده  
تو با #خبر هفته باقی است  
آورد مشترک انجمنهای اسلامی عضو دفتر تحکیم وحدت و دیگر تشکلهای انقلابی  
ادامه دارد  
@AnjomanEslami\_AUT 413 6:57 PM

شکل ۱. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه امیرکبیر با گرایش اصول‌گرایی (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۰)





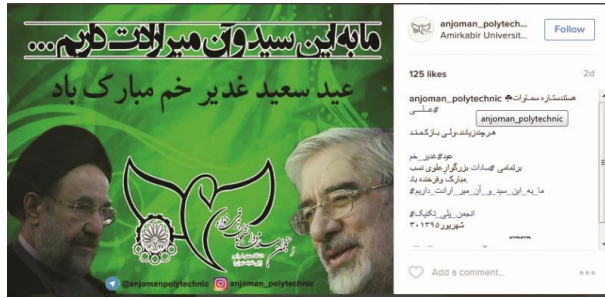
بنابراین، تشکل‌های سیاسی مطالب‌تابلوی اعلانات را بر روی شبکه‌های مجازی هم قرار می‌دهند. چنین رویکردی سبب می‌شود تا علاوه بر دیوارهای دانشگاه، دیوارهای فضای مجازی هم اعلام‌کننده‌ی رویکردهای سیاسی تشکل‌ها باشند. دانشجویانی که در فضای دانشگاه با تابلوهای اعلانات برخورد نمی‌کنند، با ورود به فضای مجازی، می‌توانند اطلاعاتی را که برای آنان عرضه می‌شوند، تجربه کنند. بنابراین، حتی در موقعیت عدم‌حضور در دانشگاه یا تعطیل بودن آن، باز همچنان می‌توان در معرض تابلوهای اعلانات قرار گرفت.

اما برای تشکل‌های سیاسی، اینستاگرام به نمایش آنلاین بُردها محدود نمی‌شود، بلکه جنبه‌ی ایدئولوژیک نیز پیدا می‌کند. تشکل‌ها اعتبار و هویت سیاسی خود را بر اساس تقسیم‌بندی‌های اردوگاه‌های قدرت در نظام حاکم به دست می‌آورند. بنابراین، یکی از دال‌هایی که همواره با آن خود را بازنمایی می‌کنند، استفاده از تصاویر شخصیت‌ها و نشانه‌های سیاسی مهم و تاریخی متعلق به هر کدام از این اردوگاه‌های قدرت است. برای مثال، انجمن اسلامی دانشگاه امیرکبیر، که دارای گرایش اصول‌گرایی و حزب‌اللهی است، از تصاویری استفاده می‌کند که نمایانگر ارزش‌هایی مانند شهادت، دفاع و بسیج هستند (شکل ۲).



شکل ۲. صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه امیرکبیر با گرایش اصول‌گرایی  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۳۰)

چنین تصاویری کمک می‌کنند ارزش‌های تشکل‌ها جنبه‌ی بصری پیدا کنند. به بیانی دیگر، باید از بصری شدن ارزش‌های سیاسی تشکل‌های دانشجویی نیز یاد کرد. در همین راستا، به مناسبت عید غدیرخم، انجمن اسلامی دانشجویان ترقی‌خواه دانشگاه امیرکبیر تصویری را به نمایش می‌گذارد که نشان‌دهنده‌ی خاتمی و میرحسین موسوی، از چهره‌های شناخته‌شده‌ی اردوگاه اصلاحات هستند (شکل ۳). تصویرسازی‌ها همراه با متنی هستند که در مقام تفسیرکننده‌ی تصویر نمایان می‌شوند.



شکل ۳. صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشجویان ترقی خواه دانشگاه امیرکبیر  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۸/۰۸)

بنابراین، صفحه‌ی اینستاگرام جلوه‌گر نمایش‌های ایدئولوژیک از شخصیت‌ها و دال‌های سیاسی است که به‌واسطه‌ی آن‌ها، جهت‌گیری سیاسی تشکل‌ها فهمیده می‌شود. نشانه‌های ارزش‌های سیاسی شناخته‌شده در اردوگاه‌های قدرت حکومتی در تصاویر اینستاگرامی تشکل‌ها هم ظاهر می‌شوند و به اشتراک در می‌آیند. دانشجویانی که دنبال‌کننده‌ی این صفحات هستند، در برابر این تصاویر قرار می‌گیرند و به‌نوعی با دال‌های سیاسی ایدئولوژیک پیوند دوباره می‌یابند یا آن‌ها را نقد می‌کنند. بنابراین، تشکل‌ها به‌واسطه‌ی اطلاعات تصویری که تولید می‌کنند، فردیشان را در میان جماعت آنلاین تقسیم و تکثیر می‌دهند. اما در بخش سوم استفاده از تصاویر اینستاگرام، باید به نمایش تصاویری اشاره کرد که به اخبار، رخدادها و موضوعات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌پردازند. برای مثال، انجمن ترقی خواه دانشگاه امیرکبیر در صفحه‌ی اینستاگرام خود تصویری از پدیده‌ی مخرب زیست‌محیطی ریزگردها نمایش داده است (شکل ۴). تصویر به‌همراه متنی است که بار توصیفی و نقادانه به تصویر می‌دهد. تشکل سیاسی سعی دارد تا فاجعه‌ی اجتماعی و زیست‌محیطی را بین دنبال‌کنندگان به اشتراک بگذارد. اشتراک‌گذاری این خبر بر آگاهی و احساسات جماعتی آنلاین مخاطب این صفحه تأثیر می‌گذارد.



شکل ۴. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن ترقی خواه دانشگاه امیرکبیر  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۵/۱۲/۳۰)



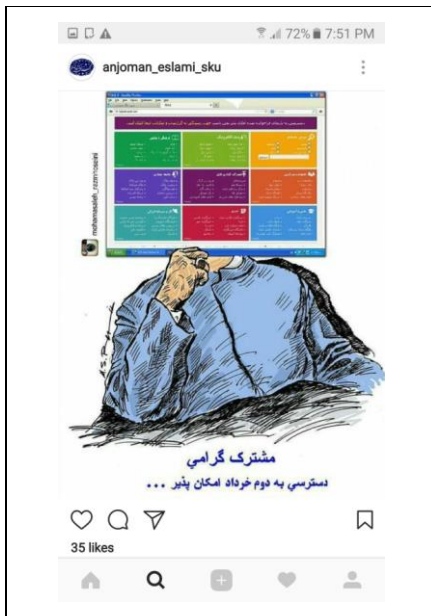
فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۶۱

اینستاگرام و امکانی برای تولید جماعت ...

بر این اساس، شبکه‌ی اینستاگرام جنبه‌ی بصری شدن فعالیت‌های تشکل‌های سیاسی است. آن‌ها دنبال‌کنندگانی با عقاید و رویکردهای سیاسی مختلف دارند. اینستاگرام امکانی را فراهم می‌آورد تا هر تشکل اطلاعاتی را تولید کند که تصور می‌کند توسط تشکل دیگری فیلتر می‌شود. اطلاعات تولیدشده وقتی دریافت می‌شوند و چرخش پیدا می‌کنند، به ایجاد حقیقت‌های معاصر منجر می‌شوند. هر تشکل به واسطه‌ی دنبال‌کنندگانش حقیقتی را تولید می‌کند و به مبارزه با حقیقت‌های تولیدشده توسط تشکل رقیب می‌رود.

نمادها و شخصیت‌های سیاسی متعلق به اردوگاه‌های سیاسی به تصویر تبدیل می‌شوند و با اشتراک آن‌ها، ایدئولوژی و باورهای تشکل‌های سیاسی مشاهده‌پذیرتر می‌شود. برای مثال، در شکل ۵، انجمن اسلامی شهرکرد تصویری از زندان سیاسی را آورده و این تصویر با تکنیک تصویرسازی موتاژ همراه است. دوزندانی سیاسی در کنار هم قرار گرفته‌اند و تصاویر قبل و بعد از آن‌ها، به‌همراه جمله‌ای که بر زیر آن آورده شده، در تلاش است تا شکلی از بیان تصویری و تأثیر بر آگاهی سیاسی را ایجاد نماید.



شکل ۵ و ۶. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه شهرکرد

(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۵/۰۷/۱۲)

حتی گاهی بصری شدن سیاست در فضاهای مجازی شکل تصویرسازی می‌گیرد. برای نمونه، شکل ۶ چهره‌ی خاتمی را با صفحه‌ی مجازی فیلترینگ در اینترنت نشان می‌دهد و با شعاری که در

پایین آن آورده است، اشاره به مطالبه‌ی تشکل‌های سیاسی اصلاح‌طلبان برای نشان دادن چهره‌ی خاتمی دارد. اما همین نوع از تصویرسازی را می‌توان در انعکاس دادن خبرهای فعالیت تشکل‌های سیاسی دنبال کرد. در شکل ۷، تصویری از دانشجویان معترض آمده است و در حاشیه‌ی آن نشان‌تمامی تشکل‌هایی که بیانیه‌ای اعتراضی را امضا کرده‌اند، آورده شده است. تصویر مربوط به خبرسانی در زمینه‌ی فعالیت تشکل‌های سیاسی همسو و هم‌جهت با یکدیگر پیرامون موضوعی سیاسی در کشور است. بنابراین، فعالیت‌های تشکل‌ها به شکل‌ها و شیوه‌های مختلف تصویرسازی می‌شوند.



شکل ۸. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه امیرکبیر (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۰)



شکل ۷. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه صنعتی اصفهان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۰)

در نتیجه، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تشکل‌های سیاسی تولید تصویر از فعالیت‌هایشان است. به بیانی دیگر، بدون تولید تصویر، دیگر نمی‌توان توجیهی برای داشتن صفحه‌ای سیاسی در شبکه‌ی مجازی اینستاگرام داشت. عدم تولید تصویر به از دست دادن دنبال‌کنندگان منجر می‌شود. برای مثال، از جماعت اعتراضی دانشجویی که برای کشته شدن مسلمانان میانمار جلوی سازمان ملل جمع شده بودند، عکس گرفته می‌شود و بر روی صفحات اینستاگرام بعضی از تشکل‌ها به نمایش درمی‌آید (شکل ۹). لازمه‌ی عکس‌برداری از چنین لحظاتی نشان‌دهنده‌ی عقلانیت نمایشی برآمده از پدیده‌ی اینستاگرام است.



عقلانیت نمایشی سیاست را به نگارخانه تبدیل می‌کند و به عبارتی، باید از «نگارخانه‌ی سیاست» یاد کرد. شکل ۱۰ دقیقاً چنین وضعیتی را به نمایش می‌گذارد. تشکل‌های سیاسی مستقل دارای اتحادیه‌ای با همین عنوان هستند. در اینستاگرام صفحه‌ای ایجاد شده است با اسم «نگارخانه‌ی مستقل» که اشاره به پوشش دادن عکس‌هایی دارد که از تشکل‌های سیاسی مستقل به دست می‌آید. این همان عقلانیت نمایشی است و این عقلانیت بر اساس ضرورت ایجاد و حفظ کردن جماعت آنلاین است که صفحه و مطالب آن را دنبال می‌کنند. ایجاد جماعت آنلاینی برای تشکل‌های سیاسی سرمایه‌ی فرهنگی و اجتماعی است.



شکل ۱۰. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام نگارخانه‌ی مستقل

(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۰۷)



شکل ۹. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه بوعلی سینا

(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۱)

جماعت آنلاین دنبال‌کنندگان اخبار و رخدادهایی هستند که تشکل‌های سیاسی آن‌ها را به نمایش می‌گذارند. این اخبار را می‌توان به دسته‌های اخبار صنفی دانشگاه، اطلاع‌رسانی فعالیت‌ها، و اخبار رویدادهای اجتماعی و سیاسی تقسیم‌بندی کرد. شکل ۱۱ تصویر اعتراض به پولی شدن و کالایی شدن نظام آموزش در ایران است و در کنار آن، شکل ۱۲ بیرون آمدن شماره‌ی جدید نشریه را اطلاع‌رسانی می‌کند. اما در شکل ۱۳ با تصویری روبه‌رو هستیم که خبر از معضل فرهنگی می‌دهد. تشکل‌های سیاسی به‌واسطه‌ی تصویری کردن مسائلی که به آن‌ها علاقه‌مندند، در حقیقت، در حال ساخت تصویری از خود برای جماعت آنلاین هستند.



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۶۴

دوره ۱، شماره ۱

پاییز ۱۴۰۱

پیاپی ۱



شکل ۱۲. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه بیرجند (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۱۱)

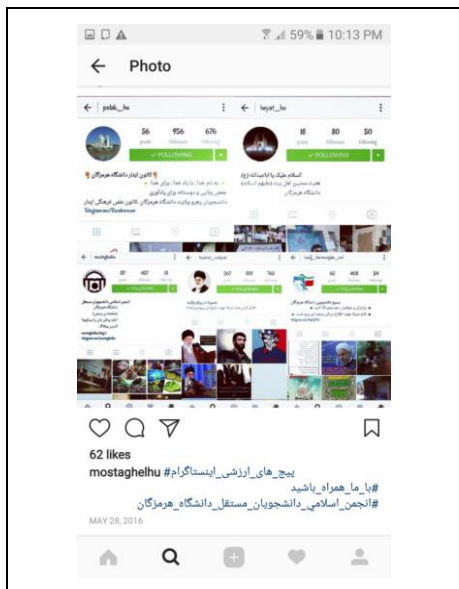


شکل ۱۱. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن فرهنگ و سیاست دانشگاه زنجان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۱۱)



از این رو، عقلانیت نمایشی سبب می‌شود تا با هر چه بیشتر نگارخانه‌ای شدن سیاست، تشکل سیاسی ماهیتی تصویری پیدا کند. جماعت آنلاین تشکل سیاسی را از میان تصویری که تولید می‌شود می‌شناسد. تشکل‌های سیاسی به عبارتی همچون «تصویر تولید می‌کنم پس هستم» نزدیک می‌شوند. این مسئله تا حدی است که صفحه‌ی اینستاگرام یکی از تشکل‌های سیاسی صفحات دیگری را معرفی می‌کنند که در راستای ایدئولوژیی مشترک تولید تصویر می‌کنند (شکل ۱۴).

در شکل اطلاعاتی که تشکل‌های سیاسی تولید و معرفی می‌کنند و به اشتراک می‌گذارند، امکانی برای پرورش ذائقه‌های سیاسی به وجود می‌آید. برای نمونه، در شکل ۱۵، صفحه‌ی یکی از تشکل‌های سیاسی در گرایش‌های اصلاح‌طلبی خبر از نمایش فیلمی می‌دهد که از لحاظ مضمون، به اندیشه‌های سیاسی آن‌ها نزدیک‌تر است. اما تشکل دیگری که دارای گرایش‌های اصول‌گرایی است، خبر نمایش فیلمی را تصویری می‌کند که نشان‌دهنده‌ی ارزش‌های اعتقادی آن‌ها است (شکل ۱۶). در نتیجه، جماعت آنلاین دارای ذائقه می‌شود و چیزهایی برای آن به تصویر درمی‌آیند که نشانی از ارزش‌های ایدئولوژیک دارند.



شکل ۱۴. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی  
مستقل دانشگاه هرمزگان  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۱۵)



شکل ۱۳. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی  
دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه تهران  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۱۵)



شکل ۱۶. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی  
دانشگاه امیرکبیر  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۱۲)



شکل ۱۵. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی  
دانشگاه صنعتی اصفهان  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۱۲)



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۶۶

دوره ۱، شماره ۱  
پاییز ۱۴۰۱  
پیاپی ۱

در فرایند تولید اطلاعات تصویری، تشکل‌ها به‌مثابه‌ی ماشین تصویرسازی عمل می‌کنند. آن‌ها حتی تاریخ را هم توسط تصویر بازایی می‌کنند. از آن‌جا که تشکل‌های سیاسی هویت و اعتبار سیاسی را از تقسیم‌بندی‌های اردوگاه‌های قدرت حکومتی می‌گیرند، تشکل‌ها در تلاش هستند تا تاریخ را با تقسیم‌بندی تاریخی هر یک از اردوگاه‌های قدرت بفهمند و به نمایش بگذارند. تشکلی که بر اساس ارزش‌هایش همچنان مطالبه‌گر اجرای عدالت و روشن شدن حقایق در مورد رخداد ۱۸ تیر ۷۸ است، تاریخ را با نشان دادن روزنامه‌ای در آن برهه‌ی تاریخی نشان می‌دهد (شکل ۱۷). حتی این مسئله تا جایی پیش می‌رود که برای بیان هرچه بهتر وقایع تاریخی، دست به استفاده از تکنیک مونتاژ تصویری می‌زنند. شکل ۱۸ تصویری مونتاژشده از خبر روزنامه‌ها و درگیری‌های خیابانی است تا هرچه تأثیرگذارتر بتوان روایتی از تاریخ را به تصویر کشید.



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۶۷

اینستاگرام و امکانی برای تولید جماعت ...



شکل ۱۸. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام مجمع اسلامی دانشگاه امیرکبیر (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۳۰)



شکل ۱۷. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه شریف (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷)

روایت‌سازی از تاریخ نه‌فقط از میان تصاویر، بلکه با آوردن جملاتی تفسیری در پیرامون آن تکمیل می‌شود. جمله و تصویر در کنار هم قرار می‌گیرند تا برای جماعت آنلاینی تولید آگاهی کنند. تولید آگاهی در بخشی که تاریخ واکاوی می‌شود، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. تصویر



شخصیت‌های تاریخی دوباره مرور می‌شوند (شکل ۱۹، ۲۰) و جملات به تفسیر مجدد آن‌ها کمک می‌کند. بصری‌سازی تاریخ تلاشی برای زنده کردن تاریخ است. برای زنده شدن تاریخ باید آن را دید، و این مسئله‌ای است که در شبکه‌ی مجازی اینستاگرام امکان‌پذیر می‌شود.



شکل ۲۰. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی هنر اصفهان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۴)



شکل ۱۹. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه صنعتی کرمانشاه (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۴)



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۶۸

دوره ۱، شماره ۱  
پاییز ۱۴۰۱  
پیاپی ۱

با توجه به آن‌چه از کارکرد تصویر و نگارخانه‌ای شدن سیاست در فضای مجازی گفته شد، مسئله‌ی بسیار مهم‌تری وجود دارد و آن امکان استفاده از شبکه‌های اتصالاتی بر روی تصویر است. وقتی تصویری در صفحه‌ی اینستاگرام بارگذاری می‌شود، گزینه‌ای فعال می‌شود به اسم تگ<sup>۱</sup> که در بین کاربران اینستاگرام به «تگ کردن» مشهور است. به وسیله‌ی این گزینه، می‌توان اسم صفحه‌ی کسی را بر روی تصویر فعال کرد و با کلیک کردن بر روی آن، از صفحه و تصویری که بر روی آن قرار داریم، به صفحه‌ای که به آن ارجاع داده شده است برویم.

وقتی تشکل‌های سیاسی تصویری را بارگذاری می‌کنند و اسم کسی را بر روی آن تگ می‌کنند، امکان گذار از موقعیت ایستادن بر روی صفحه‌ای برای رفتن به صفحه‌ای دیگر امکان‌پذیر می‌شود. با

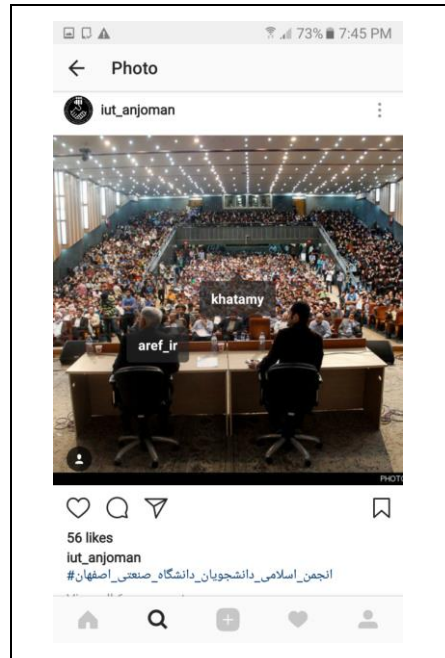
1. Tag

توجه به ماهیت سیاسی صفحه‌های اینستاگرام شکل‌های سیاسی، تگ‌هایی که بر روی تصویر می‌شوند، بیشتر به صفحات سیاسی ارجاع می‌شوند. برای مثال، شکل ۲۱ تصویر جلسه‌ای است که توسط تشکلی سیاسی برگزار شده است. بر روی تصویر، محل تگ‌هایی از آدرس صفحات شرکت‌کنندگان وجود دارد که با کلیک بر روی آن به صفحات آنان رهنمون می‌شویم. چنین جابه‌جایی‌ای سبب جابه‌جایی جماعت آنلاین از صفحه‌ای به صفحه‌ای دیگر می‌شود.

جماعت آنلاین در اینستاگرام در حرکت از صفحه‌ای به صفحه‌ای دیگر است. اما آنچه در صفحات تشکلی‌های سیاسی شکل می‌گیرد، جابه‌جایی ایدئولوژیک است. در بیشتر مواقع، هر تشکلی به صفحاتی ارجاع می‌دهد که دارای سویه‌های ایدئولوژیک مشترک هستند. پس شبکه‌ای از صفحات متداخل تودرتو به وجود می‌آید. نمونه‌ی چنین تداخلی را می‌توان بر روی شکل ۲۲ مشاهده کرد. چنین ارجاعی جماعت آنلاین را با طیف وسیعی از فعالان سیاسی آشنا می‌کند و روابط دامنه‌دار را به نمایش می‌گذارد؛ روابطی که سیاست را به نگارخانه‌ای از روابط تبدیل می‌کند.



شکل ۲۲. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه سمنان  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷)



شکل ۲۱. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه صنعتی اصفهان  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷)

عقلانیت نمایش، بصری شدن ارزش‌ها، به تصویر درآوردن ایدئولوژی، و در نهایت نگارخانه‌ای شدن سیاست، همگی اشاره به جماعت آنلاینی دارند که باید برای آن تولید تصویر کرد و بعد از آن تصاویر تبدیل به اخبار، گزارش و بازخوانی تاریخی می‌شوند. در این جا، با تولید هر تصویر و بازگذاری آن، ذهنیت و نگاه خیره‌ی جماعت آنلاین فراخوانده می‌شوند. ایمان به وجود جماعت آنلاین وقتی آشکار می‌شود که تشکل‌ها برای آن‌ها از طریق تصاویر مسابقه طراحی می‌کنند.

همان‌طور که در شکل ۲۳ دیده می‌شود، تشکل سیاسی با گرایش اصول‌گرایی، که بر اساس جریان قالب اردوگاه محافظه‌کاران منتقد گفت‌وگوهای هسته‌ای و برجام بودند، تصویری را انتخاب کردند. سپس بر اساس آن جماعت آنلاین را فراخواندند و موضوعی را بر اساس تصویر برای مسابقه پیشنهاد دادند. از جماعت آنلاین خواسته می‌شود تا در مورد موضوع فکر کنند و پاسخ‌ها را بفرستند. سیاست در این جا بعد از تصویری شدن تبدیل به موضوعی برای مسابقه و رقابت می‌شود. تصویر برای یک مسابقه طراحی شده است و این راهکاری برای جای دادن ارزش‌های و ایدئولوژی در تصویر است. جماعت آنلاین در خلال فکر کردن درباره‌ی موضوع تصویر، در واقع، ارزش‌های خود را بر اساس تصویر بازخوانی می‌کند. رقابت بر سر تصویری ایدئولوژیک جماعت آنلاین را با تصمیمی ایدئولوژیک مواجه می‌کند که شرکت کند یا نکند. ایجاد موقعیت تصمیم‌گیری ایدئولوژیک برای جماعت آنلاین، بیش از هر چیز، برای تشکل‌های سیاسی مهم است.



شکل ۲۳. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی

دانشگاه شیراز

(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۳۰)

اما پدیده‌ی اینستاگرام در ایجاد جماعت آنلاین دانشجویی محدود به تشکل‌های سیاسی نیست، بلکه در سطحی گسترده، انجمن‌های صنفی نیز از آن استفاده می‌کنند. بنابراین، در ادامه، فعالیت‌های صنفی در فضای اینستاگرام را بررسی می‌کنیم.

#### ۲-۴. شوراهای صنفی و بصری شدن حقوق دانشجویی

فعالیت‌های صنفی در فضای اینستاگرام همانند تشکل‌های سیاسی ابعاد مختلفی دارند. اما تفاوت عمده بر سر نبود تسلط ارزش‌های ایدئولوژیک بر روی تصاویری است که بارگذاری می‌شوند. فعالیت‌های صنفی بر روی مسائل حقوقی دانشجویان تمرکز دارند و تلاشی برای دفاع از حقوق دانشجویان دانشگاه هستند. بنابراین، صفحه‌ی شورای‌های صنفی موقعیتی برای بصری شدن حقوق دانشجویی است.

تلاش برای ساخت تصویر مسئله‌ای است که برای فعالیت‌های بصری تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی باید در نظر داشت. آن‌ها نیت ساخت تصویر دارند، زیرا می‌دانند جماعتی آنلاین را حول خود دارند. به همین سبب است که وقتی در زمینه‌ی مسائل دانشگاه فعالیت می‌کنند، در آن واحد به دنبال خلق تصویر هم هستند. در شکل ۲۴، دانشجویان فعال صنفی وقتی برای بررسی مسائل دانشگاه به سراغ مدیر مربوطه می‌روند، برای پوشش دادن خبر عکاسی هم می‌کنند. ضرورت به تصویر کشیدن موقعیت‌ها همان عقلانیت‌نمایی برای مستند کردن هر چه بیشتر مسئله است. پس پیگیری حقوق دانشجویی در قالب بصری شدن به تولید و گردش اطلاعات درمی‌آید و ایجاد آگاهی را ممکن می‌کند.



شکل ۲۵. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام شورای صنفی دانشگاه هرمزگان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷)



شکل ۲۴. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام انجمن اسلامی دانشگاه سمنان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷)

بصری شدن نمایندگان احقاق حقوق دانشجویی را باید در شکل ۲۵ جست و جو کرد. نماینده‌ی دانشجویان برای پیگیری مسائل دانشجویی دانشگاه به سراغ معاونت دانشجویی وزارت علوم می‌رود. اما برای این که بشارت پیگیری امور را بدهد، از برگه‌ی ملاقات عکاسی می‌کند و در شبکه‌ی اینستاگرام شورای صنفی به نمایش می‌گذارد. جماعت آنلاین اعتماد می‌آورد که کارها در حال پیگیری هستند و اعتماد با استناد به عکس ایجاد می‌شود. در نتیجه، آن چه برای جماعت آنلاین حول حقوق و مسائل صنفی دانشجویی وجود دارد، داشتن اعتماد به نمایندگان خود است.

در روابط بین جماعت آنلاین، با استفاده از تکنولوژی دیجیتال و شبکه‌های ارتباطی، اطلاعات تولید و تکثیر می‌شوند. بنابراین، تولید و چرخش و مصرف اطلاعات امکان پدید آمدن جماعت‌های آنلاین دانشجویی را فراهم می‌کند و سبب می‌شود تا فضای دانشجویی و مسائل پیرامون آن خارج از مکان و زمان دانشگاه، همچنان جریان داشته باشند. در شکل ۲۶، تصویری از اعتراض دانشجویی به وضعیت غذا است. اعتراض دانشجویان به غذای دانشگاه توسط عکس وارد شبکه‌ی ارتباطی و تبدیل به اطلاعات درباره‌ی یک رخداد می‌شود. اطلاعات بین دانشجویانی که در دانشگاه حضور نداشتند می‌چرخد و چرخش اطلاعات جماعت دانشجویی را آگاه می‌کند. جماعت آنلاین دنبال‌کنندگان جریان اطلاعات هستند و بنابراین خود بخشی از همین اطلاعات می‌شوند.<sup>۱</sup>

بر این اساس، اینستاگرام تولید اطلاعات می‌کند (شکل ۲۷) و دانشجویان آگاهی پیدا می‌کنند و این اطلاعات برای شکل دادن به جماعت آنلاین مطلع است. تولید جماعت مطلع قدرت شوراهای صنفی برای بسیج کردن توده‌های دانشجویی برای دفاع از حقوق دانشجویی است. به بیانی دیگر، اینستاگرام در تولید فضای حق به دانشجو کارکرد پیدا کرده است. فضای حق به دانشجو فضای تولید اطلاعات، چرخش آن و در نهایت تولید جماعت مطلع است، و تمام این‌ها در یک فرافضا ایجاد می‌شود. فرافضا به تیدگی جغرافیای فیزیکی و دیجیتال اشاره دارد که چطور دغدغه‌های جغرافیای فیزیکی به جغرافیای دیجیتال منتقل می‌شود و جماعت آنلاین را مطلع می‌کند و فردای آن روز، جماعت مطلع در حیات دانشگاه بر سر دغدغه‌های ایجاد شده صحبت می‌کنند.

۱. مهارت‌های تولید و جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت به مهارت استراتژیک جماعت آنلاین در شبکه‌ی مجازی منجر می‌شود. مهارت‌های استراتژیک استفاده از امکانات اینترنت برای ایجاد دغدغه، بسیج احساسات، اشتراک خبر و پیدا کردن راه‌حل است (رحیمی و دیگران، ۱۳۹۵: ۹۱). در پژوهش رحیمی و دیگران (۱۳۹۵: ۱۰۰)، ۵۵ درصد کاربران اینترنت طرفدار تلگرام و ۳۴ درصد علاقه‌مند به اینستاگرام بودند. این مسئله وقتی پررنگ‌تر می‌شود که مهارت استفاده از تلگرام و اینستاگرام بیشترین مهارت استفاده از اپلیکیشن‌های تلفن‌های همراه هستند (رحیمی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۱۳).



شکل ۲۷. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام شورای صنفی دانشگاه هرمزگان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۳۰)



شکل ۲۶. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام مجمع اسلامی دانشگاه سمنان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۷)



اما قبل از اینستاگرام و تلگرام، فرافضا در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک تشکیل شده بود. برای مثال، در دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، دانشجویان در صفحه‌ی فیس‌بوک شبکه‌ی اجتماعی را ایجاد کرده بودند که در حقیقت کمپینی با نام «کمپین تشویق استادان دانشکده‌ی علوم اجتماعی علامه طباطبایی به مطالعه» بود (شکل ۲۸). این کمپین درخواست داشت تا اساتید علوم اجتماعی دانشگاه علامه به‌روز باشند و مطالعه کنند، زیرا این جزو حقوق دانشجویی است. به همین سبب، مشاهده می‌کنیم که برای به دست آوردن چنین حقی، نیاز دارند تا جماعتی مطلع را حول آن تشکیل دهند. اما این جماعت نیاز به تولید و چرخش اطلاعات و اخبار دارد؛ پس تنها فضای مناسب برای این هدف، در آن زمان، شبکه‌ی اجتماعی مجازی فیس‌بوک است. در پژوهشی که تاهری کیا انجام داده است، دانشجویی ایجادکننده‌ی این صفحه در فیس‌بوک می‌گوید:

من یک پیج ساختم توی فیس‌بوک مال دو سال پیش که خیلی رونق داشت: پیج «کمپین تشویق استادان دانشکده‌ی علوم اجتماعی علامه طباطبایی به مطالعه‌ی بیشتر». اون جا نقداً خودمون رو به استاد می‌نوشتیم و سیصد و خرده‌ای عضو داره. فضاش خوابید، چون فضای فیس‌بوک خوابید؛ ولی تا یک مدت فعال بود. مثلاً ما جلسه گذاشتیم تو پارک جمع شدیم. این پارک روبه‌روی دانشکده خیلی

استراتژیکه. مثلاً همین کمپینی که ما تشکیل می‌دیم، می‌گیم پارک روبه‌روی دانشکده جمع شید. یا اصلاً رفاقتا اون‌جا شکل می‌گیره (طاهری‌کیا، ۱۳۹۶: ۲۲۳).



شکل ۲۸. صفحه‌ی ایجادشده در فیس‌بوک  
از طرف دانشجویان فعال دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۵/۲/۸)



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۷۴

دوره ۱، شماره ۱  
پاییز ۱۴۰۱  
پیاپی ۱

همان‌طور که مشخص است، یک دانشجو می‌تواند با ایجاد صفحه‌ای در فضای مجازی روابطی را ایجاد کند که این روابط حساسیت‌برانگیزند و می‌توانند دغدغه‌های مشترک ایجاد کنند (طاهری‌کیا، ۱۳۹۸) و همچنین جماعتی آنلاین با دغدغه‌های مشترک را گرد هم آورند. بنابراین، مشخص است که چگونه دغدغه‌های جغرافیای فیزیکی و جغرافیای دیجیتال یک فرافضا را شکل می‌دهند، زیرا مسائل زندگی در جغرافیای فیزیکی به دغدغه‌های جغرافیای دیجیتال تبدیل می‌شوند. جماعتی که حول دغدغه‌ای در جغرافیای فیزیکی شکل می‌گیرد، حاصل تولید دغدغه و چرخش اطلاعاتی است که در جغرافیای دیجیتال شکل گرفته‌اند.

دغدغه‌های زندگی در جغرافیای فیزیکی به شکل‌های مختلف در جغرافیای دیجیتال تبدیل به اطلاعات تصویری می‌شوند، از پوستر، عکس و اطلاعیه گرفته تا عکاسی از نامه‌ها و دستورالعمل‌ها. در شکل ۲۹، نمایندگان دانشجویان تصویری از نامه‌ی خود ایجاد می‌کنند تا جماعت آنلاین بتواند در جریان امور قرار بگیرد. نامه دست‌به‌دست چرخش پیدا می‌کند و آن دیگر نامه‌ای صرف نیست، بلکه سندی حاوی اطلاعات است. همچنین، در شکل ۳۰، نامه‌ای از هیئت امنای دانشگاه مبنی بر تعیین

میزان هزینه‌ی غذاهای دانشجویی است. تصویر نامه دیگر ابلاغیه‌ای بر روی برگ کاغذ نیست، بلکه تبدیل به سندی حاوی اطلاعات شده است که در بین جماعت آنلاین می‌چرخد و در هنگام دیده شدن جماعتی مطلع را به وجود می‌آورد.



شکل ۳۰. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام شورای صنفی دانشگاه هرمزگان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۲)



شکل ۲۹. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام شورای صنفی دانشگاه هرمزگان (تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۷/۲۳)

بنابراین، در اینستاگرام همه‌چیز تصویر می‌شود؛ تصویرهایی که جماعت‌های مطلع را توسط تصاویر شکل می‌دهند. دغدغه‌ها ایجاد می‌شوند و در فضای آفلاین به نمایش درمی‌آیند. اینستاگرام صحنه‌ی نمایش دغدغه‌ها است. جماعتی آنلاین دنبال‌کننده‌ی نمایش اطلاعات بر روی اینستاگرام است و در نهایت شبکه‌ای به وجود می‌آید که محصول آن شکل‌گیری فرافضاها در دانشگاه است. فرافضا فضازمانی است که جمعیتی مطلع از موضوعی، وقتی آگاهی‌اش را از جغرافیای دیجیتال به دست آورده است، در یک جغرافیای فیزیکی با یکدیگر تعامل می‌کنند. تعامل جماعت مطلع با فضای پیرامون جغرافیای فیزیکی دارای درجه‌ای از شدت تبدیل شدن آگاهی به کنش برای تأثیرگذاری بر وضعیت موجود است.



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۷۵

اینستاگرام و امکانی برای تولید جماعت ...



برای نمونه، پیرامون انتخاب وزیر علوم در دولت دوازدهم، در دانشگاه یک فرفضای گسترده شکل گرفت. وزیر علوم در دولت حسن روحانی با تأخیر معرفی شد. بعد از کشمکش‌های فراوان، سرانجام منصور غلامی، رئیس وقت دانشگاه بوعلی همدان، برای این سمت منتخب شد. اما بلافاصله خبرهایی از سوی تشکل‌های دانشجویی انتشار یافت که به برخوردهای سلیقه‌ای با فعالیت‌های سیاسی و صنفی دانشجویی در دانشگاه بوعلی تحت ریاست غلامی اشاره داشتند<sup>۱</sup>. همین مسئله دغدغه‌ای تازه را در بین فعالان دانشجویی، که کمپین نجات دانشگاه را به راه انداخته بودند، ایجاد کرد.

صفحه‌ی اینستاگرام و تلگرام کمپین «نجات دانشگاه» پوسترهایی را به اشتراک می‌گذاشت که نشان‌دهنده‌ی حرکت دانشجویان برای برپایی تجمع اعتراضی در دانشگاه‌های خود بودند (شکل ۳۱). پوسترهای فراخوان اعتراضات از دانشگاه تهران و دانشگاه شهید بهشتی تا دانشگاه شهرکرد را فرامی‌گرفت. سپس، در دانشگاه جماعت‌های اعتراضی شکل می‌گرفت و آگاهی جمعی، که در جغرافیای دیجیتال به وجود آمده، در جغرافیای فیزیکی دانشگاه تبدیل به کنش اعتراضی می‌شد.



شکل ۳۱. عکس از صفحه‌ی اینستاگرام کمپین نجات دانشگاه  
(تاریخ مراجعه: ۱۳۹۶/۰۸/۱۰)

پوسترها پیغامی را مخابره می‌کنند و آن این است: طنین صدای اعتراض در راه است. پوسترها تولید اطلاعات می‌کردند و به چرخش درمی‌آمدند و با تأثیر بر آگاهی جمعی، منجر به تولید جماعت اعتراضی می‌شدند. برای کنش اعتراضی درون جغرافیای دانشگاه، باید در جایی خارج از مرزهای

۱. تجمع دانشجویان در اعتراض به گزینه‌ی پیشنهادی وزارت علوم (۱۳۹۶/۰۸/۰۱). تاریخ اخذ مطلب ۱۳۹۶/۰۸/۰۵  
<http://www.alef.ir/news/3960801240.html>

دانشگاه ابتدا آگاهی و دغدغه شکل بگیرد و اطلاعات باید چنان چرخش پیدا کنند تا بتوانند احساس مشترک را ایجاد کنند.

## ۵. نتیجه گیری

در این مقاله، ما به دنبال جست و جوی موقعیتی در جنبش دانشجویی معاصر ایران بودیم که به واسطه‌ی تئیدگی با تکنولوژی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، موقعیت متفاوتی را پیدا کرده است. برای این منظور، شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام، از آن‌جا که در زمان انجام پژوهش هنوز فیلتر نشده و دارای عمومیت بالایی بود، انتخاب شد. صفحات اینستاگرام شکل‌های سیاسی دانشجویی چندین دانشگاه بررسی شدند. حجم بالای تصاویر بارگذاری شده در شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام نشان می‌دهد که فعالیت‌های شکل‌های دانشجویی وارد دوره‌ی اطلاعات یا جامعه‌ی اطلاعاتی شده است.

تکنیکی موقعیت جنبش دانشجویی در زمانه‌ی تئیدگی آن به تکنولوژی تولید اطلاعات، مخابره‌ی آن و ایجاد تأثیرگذاری در سطح وسیعی از دریافت‌کنندگان نمودار می‌شود. تئیدگی با ماشین موقعیتی تکنیک در تاریخ جنبش دانشجویی ایران است که با آگاهی تولید اطلاعات مواجه شده است. تولید اطلاعات برای مخابره کردن توسط شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام ما را با واسطه‌های متفاوت دیگری مانند تلفن‌های همراه و دوربین‌های آن، اپلیکیشن‌های ویرایش تصویر، نرم‌افزارها و اینترنت همراه در کنار مهارت برای تولید تصاویرها و پوسترها درگیر می‌کند. فناوری اطلاعات در میان جنبش دانشجویی گسترده شده و سواد دیجیتال را در میان آن‌ها به وجود آورده است.

در میان داده‌هایی که بررسی شد، انواع مختلف تکنیک‌های تولید تصویر، مناسبت‌هایی که تصاویر برای آن‌ها تولید می‌شوند، گزارش‌های تصویری، و حتی مبارزه با شکل رقیب از طریق تصویر معرفی شدند. تمامی این موقعیت‌های تصویری به ایجاد عقلانیت نمایشی و نگارخانه‌ای شدن سیاست منجر شده است. عقلانیت نمایشی برای تصویر کردن سیاست، به واسطه‌ی اینستاگرام، در تاریخ جنبش دانشجویی، کارکرد دیگر هم دارد و آن بُردن فضاهای عرضه‌ی سیاست توسط شکل‌های سیاسی به فرافضا است.

در پژوهشی که طاهری‌کیا (۱۴۰۱) درباره‌ی تکوین سوژه‌ی سیاسی در دانشگاه انجام داده است، نشان داده می‌شود که چگونه سامانه‌های نظارتی درون و بیرون دانشگاه تلاش دارند تا فعالیت‌های جنبش‌های دانشجویی محدود به فضا و جغرافیای دانشگاه باقی بماند و چیزی فراتر از آن نرود. اما درهم‌تئیدگی فعالیت‌های دانشجویی با ماشین و تکنولوژی اطلاعات و تأثیرگذاری عاملیت نیروهای غیرانسانی، مانند تلفن‌های همراه و اینستاگرام، موجب شده است تا موقعیتی شبکه‌ای برای میدان



سیاست دانشجویی به وجود آید که ظرفیت مخابره کردن و بُردن خودش به فرافضای دانشگاه را به وجود آورد. خارج از فضای دانشگاه، میلیون‌ها مخاطب می‌توانند شاهد فعالیت‌های جنبشی سیاسی درون سالن‌ها، اتاق‌ها و حیاط دانشگاه باشند و نه تنها صدای آن‌ها، بلکه تصویر آن‌ها را ببینند. موقعیت جنبش دانشجویی وارد وضعیت پسانساکرایی به مفهوم گذار از نقش عامل‌های صرف انسانی برای تولید میدان سیاست شده است.



فصلنامه مطالعات دانشگاه

۱۷۸

دوره ۱، شماره ۱  
پاییز ۱۴۰۱  
پیاپی ۱

## منابع

- افشاریان، ندا (۱۳۹۶). «پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر بر اساس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی». پژوهش‌های ارتباطی، ۲۴(۸۹): ۱۴۷-۱۲۱.
- امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد؛ ابراهیمی‌پور، حوا؛ ملکان، مجید و محموداوغلی، رضا (۱۳۹۳). «رابطه‌ی مصرف اینترنتی و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان». رفاه اجتماعی، ۱۴(۵۵): ۳۱۴-۲۹۱.
- بابایی‌فرد، اسدالله و شرقی، خدیجه (۱۳۹۳). «اینترنت، هویت و زندگی روزمره‌ی دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور و آزاد اسلامی رامسر». جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۵(۲): ۳۶-۱.
- بهار، مهری و حاجی‌محمدی، علی (۱۳۸۶). «دانشجویان دانشگاه تهران و استفاده اینترنت: مطالعه‌ی بهره‌وری و خرسندی». مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۳(۱۰): ۱۸۶-۱۶۳.
- تولایی، روح‌الله؛ صباغی، زهرا و نظامی، نوید (۱۳۹۵). «شناسایی و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی». تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۰(۳): ۱۷۵-۱۵۳.
- حسین‌زاده، علی‌حسین؛ موالی‌زاده، الهه و مرادیان، کمال (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر اینترنت بر گرایش سیاسی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)». توسعه اجتماعی، ۹(۲): ۶۲-۴۷.
- رحیمی، بابک؛ کرمانی، حسین؛ علی‌حسینی، زهره و مشکینی، محمد مهدی (۱۳۹۵). «رابطه‌ی استفاده از تلفن همراه هوشمند و شکاف دیجیتالی در شهر تهران». مطالعات رسانه‌های نوین، ۲(۷): ۸۵-۱۱۸.
- ریبعی، علی و محمدزاده یزد، فرشته (۱۳۹۲). «آسیب‌شناسی فضای مجازی؛ بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان». راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۲(۶): ۶۰-۴۳.
- ساروخانی، باقر؛ توسلی، غلامعباس و سیدعربی‌نژاد، عزیزه (۱۳۸۷). «تأثیر فضاهای مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر با تأکید بر اینترنت». پژوهش‌نامه‌ی علوم اجتماعی، ۲(۱): ۱۵۲-۱۳۱.
- طاهری‌کیا، حامد (۱۳۹۶). «حیات سیاسی بُردها در دانشگاه: بررسی پدیده‌ی عاملیت در بُردهای تشکل سیاسی دانشجویان». مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۳(۴۷): ۱۵۲-۱۲۳.
- طاهری‌کیا، حامد (۱۳۹۸). «رژیم احساسات و تولید امر سیاسی: شکل‌گیری سوژه‌ی سیاسی در دانشگاه». در: عواطف در جامعه و فرهنگ ایران. تهران: آگاه، صص ۴۵۶-۴۲۳.
- طاهری‌کیا، حامد (۱۴۰۰). روش پساکیفی، میدان کوانتوم و مطالعات فرهنگی. تهران: لوگوس.
- طاهری‌کیا، حامد (۱۴۰۱). وضعیت دیجیتال و نظام دانش. تهران: مؤسسه‌ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- طاهری‌کیا، حامد (زیر چاپ). تکوین سوژه‌ی سیاسی در دانشگاه پساانقلابی. تهران: گام نو.
- قادری، سیدطاهر (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر اینترنت بر مهارت تفکر انتقادی دانشجویان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی ایران با تأکید بر دانشگاه‌های مازندران». مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی، ۳(۳/۱): ۱۱۶-۱۰۱.





- کاروانی، عبدالطیف (۱۳۹۷). «تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان». مطالعات علمی، ۱۹(۲): ۱۲۸-۱۱۳.
- گیویان، عبدالله و غلامی ناصرآبادی، احمد (۱۳۸۸). «سرمایه‌ی اجتماعی شبکه و اینترنت: بررسی ویژگی‌های ساختاری و کارکردی و تعاملی کاربران دانشجو از اینترنت». رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۵(۸): ۵۷-۳۴.
- میرغفوری، سید حبیب‌الله و شفیع‌ی رودپشتی، میثم (۱۳۸۲). «تجزیه و تحلیل شکاف جنسیتی در کاربری اینترنت دانشجویان؛ مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه یزد». پژوهش‌نامه‌ی زنان، ۱(۲): ۱۴۹-۱۲۷.
- مصلحی نیک، فائزه و حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر فضای مجازی بر همدلی اجتماعی دانشجویان». راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱(۶): ۲۵۳-۲۳۰.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد و ابراهیمی، سعید (۱۳۹۳). «نقش رسانه‌های جدید در روابط اجتماعی دانشجویان با تأکید بر اینترنت (مطالعه‌ی موردی: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه تهران)». مطالعات رسانه‌ای، ۹(۲۴): ۱۳۷-۱۵۰.
- ملکان، مجید؛ رهبر قاضی، محمود؛ ابراهیم‌پور، حوا؛ و هرسیچ، حسین (۱۳۹۲). «بررسی رابطه‌ی فضای مجازی با مشارکت سیاسی: مطالعه‌ی موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان». جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۴(۴): ۲۲۶-۲۱۱.
- یوسفی لویه، وحید و یوسفی لویه، مجید (۱۳۸۸). «سنجش گرایش دانشجویان نسبت به اینترنت». مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، ۲(۴۲): ۱۳۷-۱۱۷.
- Alimardani M. & Milan S. (2018). "The Internet as a Global/Local Site of Contestation: The Case of Iran". In: *Palgrave Studies in Globalization, Culture and Society*. London: Macmillan, pp. 171-192.
- Amir-Ebrahimi, M. (2008). "Transgression in Narration: The Lives of Iranian Women in Cyberspace". *Middle East Women's Studies*, 4(3): 89-115.
- Baldino, D. & Goold. J. (2014). "Iran and the Emergence of Information and Communications Technology: The Evolution of Revolution?". *Australian Journal of International Affairs*, (68)1: 17-35.
- Barad, B. (2014). "Diffracting Diffraction: Cutting Together-Apart". *Parallax*, 20(3): 168-187.
- Bayne, S. & Gallagher, M. (2021). "Near Future Teaching: Practice, Policy and Digital Education Futures". *Policy Futures in Education*, 19(5): 607-625.
- Braidotti, R. (2006). "Posthuman, All too Human towards a New Process Ontology". *Theory, Culture & Society*, 23(7-8): 197-208.
- Clothier, I. M. (2005). "Created Identities: Hybrid Cultures and the Interne". *Convergence*, 11(4): 44-59.
- Clough, P. T. (2008). "The Affective Turn: Political Economy, Biomedica and Bodies". *Theory, Culture & Society*, 25(1): 1-22.
- Couldry, N. (2015). "The Myth of 'Us': Digital Networks, Political Change and the Production of Collectivity". *Information, Communication & Society*, 18:6: 608-626.
- Deleuze, G. (1992). "Postscript on the Societies of Control". *October*, 59: 3-7.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge*. trans by C. Gordon., L. Marshall, J. Mepham. & K. Soper. New York: Pantheon Books.



- Gillespie, T. (2010). "The Politics of Platforms". *New Media & Society*, 12(3): 347–364.
- Golkar, S. (2015). "Student Activism, Social Media and Authoritarian Rule in Iran". in Irving Epstein (ed.). *The Whole World is Texting Youth Protest in the Information Age*. Rotterdam: Sense Publication, pp. 61-81.
- Grossberg, A. (2010). *Cultural Studies in the Future Tense*. Durham and London: Duke University Press.
- Hajin, M. (2013). "Seeking Personal Autonomy Through the Use of Facebook in Iran". *Sage Open*, January-March: 1–13.
- Halverson, J. R.; Ruston, S. W. & Trethewe, A. (2013). "Mediated Martyrs of the Arab Spring: New Media, Civil Religion, and Narrative in Tunisia and Egypt". *Journal of Communication*, 63: 312–332.
- Haraway, D. (2000). "A Cyborg Manifesto: Science, Technology and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century". in: *The Cybercultures Reader*. New York: Routledge, pp. 291-324.
- Khalil, J. F. (2012). "Youth-Ggenerated Media: A Case of Blogging and Arab Youth Cultural Politics". *Television & New Media*, 14(4): 338– 350.
- Koo, G. (2016). "To be Myself and Have My Stealthy Freedom: The Iranian Women's Engagement with Social Media". *Revista de estudios internacionales mediterráneos*, (21): 141-157.
- Lane, D. S.; Kim, D. H.; Lee, S. S.; Weeks, B. E. & Kwak, N. (2017). "From Online Disagreement to Offline Action: How Diverse Motivations for Using Social Media Can Increase Political Information Sharing and Catalyze Offline Political Participation". *Social Media + Society*, 3(3): 1–14.
- Le Bon, G. (2002). *The Crowd*. New York: Dover Publication.
- Muldoon, J. (2014). "Lazzarato and the Micro-Politics of Invention". *Theory, Culture & Society*, 31(6): 57–76.
- Perrotta, C. (2020). "Platform University: Learning Analytics and Predictive Infrastructures in Higher Education". *Research in Education*, 0(0): 1–19.
- Rutsky, R. L. (1999). *High Techne: Art and Technology from the Machine Aesthetic to the Posthuman*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Samayoa, A. S. & Nicolazzo, Z. (2017). "Affect and/as Collective Resistance in a Post-Truth Moment". *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 30(10) 988-993.
- Smidi, A. & Shahin, S. (2017). "Social Media and Social Mobilisation in the Middle East: A Survey of Research on the Arab Spring". *India Quarterly*, 73(2): 196–209.
- Sumiala, J. & Korpiola, L. (2017). "Mediated Muslim Martyrdom: Rethinking Digital Solidarity in the Arab Spring". *New Media & Society*, 19(1): 52–66.
- Tahmasebi-Birgani V. (2017). "Social Media as a Site of Transformative Politics: Iranian Women's Online Contestations". in: *Iran's Struggles for Social Justice*. London: Palgrave Macmillan, pp. 9-28.
- Williamson, B. (2017). "Learning in the 'Platform Society': Disassembling an Educational Data Assemblage". *Research in Education*, 98(1): 59–82.
- Zhang, X.; Lin, W. Y. & Dutton, W. H. (2022). "The Political Consequences of Online Disagreement: The Filtering of Communication Networks in a Polarized Political Context". *Social Media + Society*, 8(3): 1–14.