



Research Paper

Multi-layered lifeworld and digital agency: An analysis of identity construction among woman from Khurchan village on Instagram

Zahra Maher^{1*}, Zahra Rahbar²

Received: Mar. 16, 2026; Accepted: Aug. 2, 2026

ABSTRACT

This qualitative study, employing a descriptive phenomenological approach, explores the lived experiences of rural women in their engagement with the Instagram platform. The primary objective is to understand the mechanisms through which these women construct, represent, and redefine their social identities at the intersection of digital agency and local structural constraints. Data were collected through semi-structured interviews with 15 women from the village of Khurchan, all of whom maintained active and public Instagram accounts, and were analyzed using Colaizzi's seven-step phenomenological method. The findings revealed an overarching theme of "multi-layered existence between local traditions and digital life," organized into seven main categories: digital lifeworld as an arena of agency and self-fulfillment; emotional and psychological tensions within a comparative space; boundary-setting, privacy, and digital ethics; networking, activism, and social bonding; the tension between individual agency and technological determinism; parental and gender role tensions in the digital age; and Instagram as a realm of escape and comfort. The results indicate that rural women of Khurchan, navigating the interplay between place-bound traditional structures and globalized digital logic, are crafting a paradoxical "multi-layered existence." Through practical wisdom and digital agency, and via complex processes of identity reflexivity, impression management, and livelihood strategizing, they are not only redefining their identity projects but also negotiating and reconstructing the rules of engagement within this emerging arena. The study underscores the necessity of understanding these complexities for any context-sensitive and inclusive policymaking aimed at bridging the digital divide and empowering rural women.

Keywords: Instagram, digital identity, rural Women, phenomenology, multi-layered lifeworld, Khurchan Village

1. Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran

✉ z.maher@ltr.ui.ac.ir

* Corresponding Author

2. M.A. Student in Strategic Management and Culture, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran

✉ z.rahbar@ltr.ui.ac.ir



INTRODUCTION

This study investigates how rural women construct and redefine their social identity on Instagram, with a case study of the village of Khurchan. Over the past two decades, image-centric social networks have created a dual space for Iranian women: on one hand, enabling digital agency and escaping traditional stereotypes, and on the other, generating tensions arising from social surveillance and harmful comparisons. Despite extensive research on urban women, the lived experience of rural women has been less explored. The village of Khurchan in eastern Isfahan, with its traditional structure, dense kinship ties, and local scrutiny, provides a distinct context for encountering Instagram's individualistic logic. The central question is what strategies rural women employ to manage the tension between digital openness and local norms and to redefine their identity, and what emotional and social consequences this process entails for them.

PURPOSE

the present study seeks to address the fundamental question of what complex strategies rural women in Khurchan employ to construct, display, and redefine their social identity on Instagram, and how this process shapes their lived experience at the intersection of digital agency and local structural constraints.

METHODOLOGY

This qualitative study employed a descriptive phenomenological approach (Colaizzi, 1978) to explore the lived experiences of women in the rural community of Khurchan regarding their presence on Instagram. Fifteen participants were selected through purposive sampling with maximum variation and continued until theoretical saturation was achieved. Data were collected via semi-structured interviews lasting between 60 and 120 minutes and were analyzed using Colaizzi's seven-step method. The principle of epoche was rigorously observed throughout all phases of the research process.

Table 1. Demographic Characteristics of the Interviewees

Row	age	Marital Status	Occupational Status	Educational Level
1	38	Married	Homemaker	Undergraduate Student in Psychology
2	45	Married	Homemaker	Fifth Grade (Elementary)
3	32	Single	Salesperson of Cosmetic and Hygienic Products	Bachelor's Degree in Management
4	38	Divorced	Hairdresser/Beautician	Junior High School Diploma (Cycle)
5	32	Single	Artificial Flower Maker	High School Diploma (Experimental Sciences)

Row	age	Marital Status	Occupational Status	Educational Level
6	34	Single	Homemaker	High School Diploma (Experimental Sciences)
7	36	Married	Homemaker	High School Diploma (Experimental Sciences)
8	39	Married	Homemaker	Bachelor's Degree in Economics
9	32	Married	Homemaker	Undergraduate Student in Law
10	34	Married	Homemaker	High School Diploma (Humanities)
11	44	Married	Leather Worker	Junior High School Diploma (Cycle)
12	25	Single	Teleworker/Remote Worker	Bachelor's Degree in Literature
13	26	Married	Homemaker	High School Diploma (Humanities)
14	32	Single	Employed at a Marketing Company	Bachelor's Degree in Business Administration
15	40	Married	Homemaker	Bachelor's Degree in Accounting

FINDINGS

The present study aimed to identify the strategies employed by women in the rural community of Khurchan on Instagram for the formation, presentation, and recognition of the self. The data analysis led to the identification of seven main categories, which can be formulated under the overarching theme of "Multi-layered Existence at the Intersection of Local Traditions and Digital Life." The findings indicate that Instagram has become a digital lifeworld for the participants, enabling agency and self-actualization. Through reflexive self-exploration, digital entrepreneurship, the construction of hybrid identities, and the aesthetic reconfiguration of lifestyle, these women transition from passivity to active agency. However, this space simultaneously intensifies emotional and psychological tensions; persistent social comparison with idealized lifestyles gives rise to relative deprivation, the devaluation of everyday achievements, and the erosion of personal agency. In response to virtual openness, the women exhibit cautious agency through intelligent boundary-setting and privacy management. By curating their digital impact, safeguarding the sacred boundaries of the body, protecting themselves against symbolic threats such as the "evil eye," and exercising discretion in the market of distrust, they preserve their dignity and values. Instagram also provides a platform for networking and social bonding; through translocal collective activism, the gradual acquisition of legitimacy within the family, and the creation of an economy of hope, the women enhance their social capital.

Nevertheless, their presence in the digital sphere constitutes an arena of tension between individual agency and technological determinism. While the women exercise critical reflexivity to resist algorithmic steering, they remain constrained by



Iranian Cultural Research

Abstract



infrastructural limitations (e.g., VPN dependency, unstable internet connectivity) and local normative pressures. Tensions surrounding parenting and gender roles are also prominent: the women oscillate between adopting modern child-rearing practices and worrying about the negative impacts of virtual spaces on their children, as well as between pursuing digital activities and meeting the expectations of husbands and sons who prefer them to remain at home. Ultimately, Instagram evolves into a realm of escape and solace—a sanctuary for retreat from monotony and loneliness, offering a substitute for the existential voids of everyday life.

Table 2. Thematic Structure of the Study: Categories and Core Category

Core Category	Main Categories	Sub-categories
Multilayered Living at the Intersection of Local Traditions and Digital Life: The Tension of Agency, Identity Re-reflection, and Livelihood Strategizing in the Performative Realm of Instagram	Agency in the Digital Lifeworld (Active Agency and Self-actualization)	Self-exploration and Reflective Self-actualization
		Transformation of Lifestyle Patterns and Flourishing of Socio-economic Agency
		Construction of Hybrid and Fragmented Identities
		Applied Aesthetics and Lifestyle Recreation
	Emotional and Psychological Tensions in the Comparative Space (Erosion of the Self)	The Anguish of Marginality and Feelings of Deprivation
		Inverted Display and Erosion of Worth
		Self-Suspension and Temporal Captivation
	Boundary-setting, Privacy Protection, and Ethics in the Digital Space (Cautious Self-management)	Boundary-setting Strategies and Safeguarding the Performative Sphere
		Emergence of Moral-Religious Boundaries and Self-preservation
		Protective Measures against Invisible Harms (Evil Eye / Envy)
		Cautious Representation in the Distrustful Commercial Field
	Networking, Agency, and Social Bond-seeking (Expansion of Ties and Legitimation)	Emotional Bond-seeking and Collective Agency
		The Process of Social Acceptance: From Resistance to Gaining Legitimacy
		Economy of Hope: Creating Livelihood and Economic Networking
	The Tension between Individual Agency and Technological Determinism (Negotiation and Reflexivity against Structure)	Critical Reflexivity and Informed Selection
		Struggle with Algorithmic Determinism and Infrastructural Constraints
	Tensions of Parental and Gender Roles in the Digital Age (Role Conflict)	Structural Self-sacrifice and Self-forgetfulness
		Physical and Normative Constraints on Agency
	Instagram as a Realm of Escape and Comfort (Restorative and Compensatory Function)	Psychological Sanctuary for Escaping Everyday Routines
		Filler of the Meaning-giving Void and Prevention of Feelings of Emptiness

CONCLUSION

Findings indicate that women in the rural community of Khurchan leverage Instagram to realize their digital agency through self-actualization, entrepreneurship, and the construction of hybrid identities. Their lifeworld manifests the duality of Giddensian structuration; local structures (gender norms, kinship surveillance) and technological structures (algorithms, unstable infrastructures) operate simultaneously as both constraining and enabling forces. Far from being passive, these women employ strategies such as digital boundary-setting, privacy preservation, and audience management—in line with Goffman's dramaturgical theory—and thereby emerge as reflexive actors who not only reproduce but also gradually transform existing structures. For them, Instagram serves both as an arena for self-fulfillment and livelihood, and as a focal point of social comparison and psychological pressure. Their experience diverges from that of urban women; the intimacy of rural social relations subjects digital practices to immediate and direct scrutiny. Overall, their digital lifeworld is multilayered, paradoxical, and structurally embedded, with their agency being constituted through the everyday negotiation of social rules.

NOVELTY

This study provides a unique phenomenological insight into the Instagram identity work of rural Iranian women, moving beyond urban-centric research. It introduces the concept of a “paradoxical multi-layered lifeworld,” where women navigate the tension between digital agency and the intensive social surveillance of rural kinship structures.

Conflict of Interest

No conflict of interest declared by the authors.

Funding

This research received no financial support from any governmental, private, or non-profit organizations.

AI Use Disclosure

“In the process of writing this article, the AI tool Consensus was used solely to assist with the initial search for sources, improve writing, and better organize the literature review section. However, the final selection of sources, verification of their credibility, data analysis, interpretation of findings, and the formulation of the article’s scientific content were carried out entirely by the authors. The full responsibility for the accuracy, originality, and ethical considerations of the article also rests with the authors.”



Iranian Cultural Research

Abstract



BIBLIOGRAPHY

- Aghapouri, J., & Ahmadi, A. (2021). The representation and reconstruction of ethno-national identity on social media by Kurdish women in Rojhelat, Kurdistan-Iran. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, 33(2), 171-192. <https://doi.org/10.1111/sena.12351>
- Alimohammadi, A., Atef-Vahid, M. K., & Mortazavi, S. S. (2024). Psychopolitics and Instagram: A Qualitative Study of the Psychic Life of Iranian Women Micro-Celebrities on Instagram. *Australian Feminist Studies*, 39(121), 332–353. <https://doi.org/10.1080/08164649.2025.2454208>
- Asgharpour Masouleh, A. R., & Davari, H. (2021). Semiotics of consumer identity among high-audience Iranian users of Instagram social network. *Resaneh (Media Quarterly)*, 33(2), 171-192. <https://doi.org/10.22034/bmsp.2021.279716>
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. *Social Media + Society*, 4(4), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>
- Berger, P., & Luckmann, T. (2024). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (F. Majidi, Trans.; 5th ed.). Tehran, Iran: Entesharat-e Elmi va Farhangi.
- Caldeira, S., De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2020). Between the mundane and the political: Women's self-representations on Instagram. *Social Media + Society*, 6(3), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305120940802>
- Chau, D., & Lee, C. (2017). Discursive construction of identities in a social network–educational space: Insights from an undergraduate Facebook group for a linguistics course. *Discourse Context & Media*, 18(4), 31-39.
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it. In R. S. Valle & M. King (Eds.), *Existential-Phenomenological alternatives for psychology*, Oxford University Press, 6, 48–71.
- Crab, I. (2002). *Social Theory* (A. Mokhber, Trans.). Tehran, Iran: Nashr-e Agah.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). Gendered visibility on social media: Navigating Instagram's authenticity bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983–5004. <https://doi.org/10.32376/3f8575cb.3f03db0e>
- Einifar, M., & Kosari, M. (2020). How Iranian women express themselves through social media photos: A case study of Instagram. *Journal of Cyberspace Studies*, 4, 1–26. <https://doi.org/10.22059/jcss.2020.289643.1040>
- Garousi, S., Saeedi, M., & Banshosseinpour, A. (2025). Iranian women with disabilities: Self-representation on Instagram. *Journal of Social Sciences*, 18(3), 135-160. <https://doi.org/10.22034/jss.2025.2041649.1861>

- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Polity Press.
- Giddens, A. (1999). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration* (H. Mortazavi, Trans.). Tehran, Iran: Nashr-e Ney.
- Giddens, A. (2008). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (N. Mofaghian, Trans.; 5th ed.). Tehran, Iran: Nashr-e Ney.
- Goffman, E. (2007). *Stigma* (M. Kianpour, Trans., 1st ed.). Tehran, Iran: Nashr-e Markaz.
- Hurley, Z. (2019). Imagined affordances of Instagram and the fantastical authenticity of female Gulf-Arab social media influencers. *Social Media + Society*, 5(1), 1-16. <https://doi.org/10.1177/2056305118819241>
- Hurley, Z. (2021). Reimagining Arab women's social media empowerment and the postdigital condition. *Social Media + Society*, 7(2), 1-14. <https://doi.org/10.1177/20563051211010169>
- Jafari, A., & Farajzadeh, Gh. (2024). The role of mass and social media in the construction of national identity among high school students: A phenomenological study. *Resaneh (Media Quarterly)*, 35(1), 83-102. <https://doi.org/10.22034/bmsp.2023.343626.1806>
- Karimi, B., Delavar, A., & Farhangi, A. A. (2021). Instagram in the lived experience of its users. *Resaneh (Media Quarterly)*, 16 (55), 21-34.
- Karimian Talkhouncheh, N., Sadr Arahami, N., Hamidian, A., & Mostafavi Kahangi, F. (2023). The role of Instagram social network in the formation of citizenship identity: A case study of citizens of Isfahan. *New Media Studies*, 9(33), 455-492. <https://doi.org/10.22054/nms.2022.67251.1382>
- Khazraee, E., & Novak, A. (2018). Digitally mediated protest: Social media affordances for collective identity construction. *Social Media + Society*, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305118765740>
- Kivisto, P. (2025). *Key Ideas in Sociology* (M. Sabouri, Trans., 16th ed.). Tehran, Iran: Nashr-e Ney.
- Krylova-Grek, Y. M. (2022). Mass media as a factor influencing the concept's semantic field. *Signo*, 47(88), 65-72. <https://doi.org/10.17058/Signo.v47i88.17383>
- Maher, Z., Zakeri Nasrabadi, Z., & Kheirollahi, P. (2025). Analyzing the experience of rural women regarding divorce in the context of cultural changes in the village: A case study of three villages in eastern Isfahan. *Iranian Journal of Cultural Research*, 18(3), 97-129. <https://doi.org/10.22035/jicr.2025.3450.3695>
- Nikjoo, A., Markwell, K., Nikbin, M., & Hernández-Lara, A. (2021). The flag-bearers of change in a patriarchal Muslim society: Narratives of Iranian solo female travelers on Instagram. *Tourism Management Perspectives*, 38(100817), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100817>



Iranian Cultural Research

Abstract



- Rahbari, L. (2019). Pushing gender to its limits: Iranian women bodybuilders on Instagram. *Journal of Gender Studies*, 28, 591–602. <https://doi.org/10.1080/09589236.2019.1597582>
- Rahbari, L., Longman, C., & Coene, G. (2019). The female body as the bearer of national identity in Iran: A critical discourse analysis of the representation of women's bodies in official online outlets. *Gender, Place & Culture*, 26, 1417–1437. <https://doi.org/10.1080/0966369x.2018.1555147>
- Ritzer, G., & Goodman, D. (2011). *Modern Sociological Theory* (Kh. Mirzaei & A. Lotfizadeh, Trans.; 1st ed.). Tehran, Iran: Jame'ehshenasan.
- Shafie, L. A., Nayan, S., & Osman, N. (2012). Constructing identity through Facebook profiles: Online identity and visual impression management of university students in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 134–140.
- Strelitz, L. (2008). Biography, media consumption, and identity formation. *Journal of Media Studies*, 4(2), 63–82.
- Toktarbekova, L., Zhandossova, S., & Bektenova, M. (2025). Kazakh women's visual religious identity and Islamic agency on Instagram. *Pharos Journal of Theology*. 106(3). <https://doi.org/10.46222/pharosjot.106.3041>
- Yang, H.-G., & Fatimah, T. S. (2023). Social identity construction in digital communities: A case study on social media users in Indonesia. *International Journal of Public Health Science*, 1(4), 221–227. <https://doi.org/10.38035/ijphs.v1i4.730>
- Zahrani, D., Barzian, A., Sharifzadeh, R., & Khorasgani, A. (2025). The collective construction of the hijab controversy in Iran through the agency of the Instagram camera. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. *Journal of Religion Media and Digital Culture* 14(1),68-95, <https://doi.org/10.1163/21659214-14010001>



مقاله پژوهشی

زیست چندلایه و عاملیت دیجیتال: تحلیل برساخت هویت زنان روستای خورچان در اینستاگرام

زهرا ماهر^{۱*}، زهرا رهبر خورچانی^۲

دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵؛ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۱۱

چکیده

پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و روش پدیدارشناسی توصیفی، به واکاوی تجربه زیسته زنان روستایی در مواجهه با پلتفرم اینستاگرام پرداخته است. هدف اصلی، درک سازوکارهای برساخت، نمایش و بازتعریف هویت اجتماعی آنان در تقابل میان عاملیت دیجیتال و محدودیت‌های ساختاری محلی است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ زن روستای خورچان که دارای حساب کاربری فعال و عمومی در اینستاگرام بودند، گردآوری و با روش هفت مرحله‌ای کلایزی تحلیل شد. یافته‌ها به شناسایی مقوله کلان «زیست چندلایه در میانه سنت‌های محلی و زندگی دیجیتال» انجامید که شامل هفت مقوله اصلی است: عاملیت و خودشکوفایی، تنش‌های عاطفی و روانی، مرزبندی و اخلاق دیجیتال، شبکه‌سازی و کنشگری، تقابل عاملیت فردی با جبر فناورانه، تنش‌های نقش‌های جنسیتی و والدگری، و اینستاگرام به‌عنوان قلمرو گریز و آسایش. نتایج نشان می‌دهد زنان روستایی در میانه دوگانگی سنت و مدرنیته، با بهره‌گیری از خرد عملی و عاملیت دیجیتال، هویت خود را بازاندیشی کرده و قواعد تعامل در فضای مجازی را مذاکره می‌کنند. آنان هم‌زمان از اینستاگرام برای توانمندسازی، معیشت و پیوندجویی اجتماعی بهره می‌برند و با چالش‌های روانی، فرهنگی و ساختاری مواجه‌اند. این پژوهش بر ضرورت توجه به پیچیدگی‌های هویت‌سازی در بسترهای دیجیتال برای طراحی سیاست‌های فراگیر و حساس به زمینه در حوزه توانمندسازی زنان روستایی و کاهش شکاف دیجیتال تأکید دارد.

کلیدواژه‌ها: اینستاگرام، هویت دیجیتال، زنان روستایی، پدیدارشناسی، زیست چندلایه، روستای خورچان، نظریه ساخت‌یابی

۱. استادیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
z.maher@ltr.ui.ac.ir ✉

* نویسنده مسئول

۲. کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی فرهنگ، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
z.rahbar@ltr.ui.ac.ir ✉

۱. مقدمه و بیان مسئله

در دو دهه اخیر، گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، به ویژه ظهور و نفوذ فراگیر شبکه‌های اجتماعی، بنیان‌های سنتی زندگی اجتماعی و فردی را دستخوش تحولاتی ژرف کرده است. این دگرگونی‌ها، مرزهای پیشین زمان و مکان را درنور دیده و اشکال نوینی از ارتباط، تعامل و بازنمایی خویشتن را ممکن ساخته‌اند (گیدنز، ۱۳۸۷). در این میان، شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور مانند اینستاگرام، به دلیل تکیه بر قابلیت‌های بصری و تعاملی، به یکی از کانونی‌ترین عرصه‌های برساخت، نمایش و بازاندیشی^۱ هویت در جوامع معاصر تبدیل شده‌اند. این پلتفرم‌ها نه تنها به رسانه‌ای برای اشتراک‌گذاری تجارب روزمره بدل گشته‌اند، بلکه صحنه‌ای پیچیده و چندلایه را فراهم می‌آورند که در آن، کاربران در فرایندی مداوم و بازتابی به کار بر روی خود می‌پردازند و روایت‌های متکثری از کیستی خویش را خلق و عرضه می‌کنند (زهرانی و همکاران، ۲۰۲۵؛ اینفار و کساری^۲، ۲۰۲۰، ۵). در بافت جامعه ایران، اینستاگرام برای زنان به فضایی دوگانه و پارادوکسیکال بدل شده است. از یک سو، این پلتفرم امکان‌هایی بی‌سابقه برای عبور از کلیشه‌های سنتی، ابراز فردیت، نمایش دستاوردها و مشارکت در گفتمان‌های اجتماعی گسترده‌تر را فراهم آورده است (نیکجو و همکاران، ۲۰۲۱؛ رهبری، ۲۰۱۹، ۵۹۱). مطالعات متعدد نشان می‌دهند زنان ایرانی از طریق انتشار تصاویر زندگی روزمره، فعالیت‌های حرفه‌ای، سفرهای انفرادی و حتی بازتعریف نمادین پوشش و بدن خویش، در حال خلق روایت‌های جدید و چندوجهی از زن بودن هستند که در تقاطع سنت و مدرنیته قرار دارد (خزرائی و نوواک^۳، ۲۰۱۸). این فعالیت‌ها را می‌توان شکلی از عاملیت دیجیتال^۴ تفسیر کرد؛ یعنی توانمندی کنشگران برای اقدام هدفمند و تأثیرگذار در فضای مجازی، حتی در دل محدودیت‌های ساختاری (زهرانی و همکاران، ۲۰۲۵).



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۷۸

دوره ۲۰، شماره ۳
پاییز ۱۴۰۶
پیاپی ۷۹

1 Reflexivity

2. Einifar & Kosari

3. Khazraee & Novak

4. Digital agency



از سوی دیگر، این فضا محل بروز و تشدید تنش‌ها، نظارت‌های اجتماعی و مقایسه‌های مخرب نیز هست. زنان، به ویژه در جوامع بسته‌تر، همواره با امکان قضاوت، انگ‌زنی و نادیده گرفتن حریم خصوصی مواجهند (آقاپوری و احمدی، ۲۰۲۱). همزمان، مواجهه مداوم با نمایش ایده‌آل‌شده و اغلب ویرایش‌شده زندگی دیگران، می‌تواند به احساس کم‌ارزشی، محرومیت نسبی و فرسایش عزت نفس بینجامد (دافی و هاند^۱، ۲۰۱۹، ۴۹۸۵). بنابراین، حضور در اینستاگرام برای زنان ایرانی، همواره نوعی کشمکش پیچیده و مداوم است: کشمکش بین عاملیت فردی و ساختارهای اجتماعی، بین گشودگی برای دیده‌شدن و ضرورت محافظت از حریم، و بین الهام‌گیری از الگوهای جدید و رنج ناشی از مقایسه‌های اجتماعی مخرب.

اگرچه ادبیات پژوهشی فزاینده‌ای به بررسی نقش اینستاگرام در زندگی زنان ایرانی پرداخته است، اما عمق یک شکاف جغرافیایی-تجربی در این حوزه غیرقابل انکار است. بخش عمده این مطالعات بر بافت‌های شهری، زنان تحصیل‌کرده، جوانان یا سلبریتی‌ها متمرکز بوده‌اند (کریمی و همکاران، ۱۴۰۰، ۲۲؛ جعفری و فرج‌زاده، ۱۴۰۳). در مقابل، تجربه زیسته زنان روستایی، به عنوان گروهی که در حاشیه گفتمان‌های اصلی توسعه دیجیتال و رسانه‌ای قرار دارند، کمتر مورد توجه پژوهشی عمیق و بوم‌شناسانه قرار گرفته است.

این درحالی است که زیست جهان روستایی، با ویژگی‌های منحصر به فردی چون همبستگی اجتماعی قوی، هنجارهای سنتی پایدار، تقسیم کار جنسیتی مشخص، نظارت خانوادگی و محلی فشرده، و رابطه مستقیم با اقتصاد معیشتی و طبیعت، زمینه اجتماعی کاملاً متمایزی را شکل می‌دهد (آقاپوری و احمدی، ۲۰۲۱).

ورود پلتفرمی مانند اینستاگرام با منطق ذاتی خود که بر خودابرازی فردی، مصرف‌نمادین، نمایش سبک زندگی و جذب توجه استوار است، به این زیست جهان سنتی، بدون شک میدان بی‌همتایی از تقابل، تنش، سازگاری و مقاومت ایجاد می‌کند. سؤال



اساسی این است: زنان روستایی، در میانه این دو نظام هویت‌ساز متقابل (سنت محلی و دیجیتال جهانی)، چگونه هویت اجتماعی خود را می‌سازند، بازنمایی می‌کنند و بازتعریف می‌نمایند؟ آنان با چه استراتژی‌های خلاقانه‌ای محدودیت‌های ساختاری (خانوادگی، اقتصادی، هنجاری) را دور می‌زنند یا با آنها مذاکره می‌کنند؟ و پیامدهای عاطفی، روانی و اجتماعی این مواجهه برای آنان چیست؟ پاسخ به این پرسش‌ها، نه تنها شکاف موجود در ادبیات را پر می‌کند، بلکه درکی غنی‌تر و واقع‌بینانه‌تر از پویایی‌های پیچیده سنت در عصر دیجیتال و عاملیت در حاشیه ارائه می‌دهد.

روستای خورچان در شرق استان اصفهان، به عنوان میدان این پژوهش، نمونه‌ای بارز از چنین منطقه مرزی است. این روستا در آستانه مواجهه دو نظام هویت‌ساز قرار دارد: از یک سو، ساختارهای سنتی ریشه‌دار در پیوندهای خویشاوندی، نقش‌های جنسیتی کمابیش ثابت (همسر، مادر، خانه‌دار)، مشاغل محلی و ارزش‌های جمع‌گرا، هویت زنان را در چارچوبی مکان‌محدود و مبتنی بر تداوم شکل می‌دهند. از سوی دیگر، اینستاگرام به مثابه پلتفرمی تصویرمحور و فرامحلی، با تکیه بر خودابرازی فردی، مصرف نمادین، کارآفرینی دیجیتال، پیروی از ترندهای جهانی و جستجوی مشروعیت در نگاه «دیگری گسترده»، الگویی نوین و سیال از هویت‌سازی را عرضه می‌کند که بر تغییر، انتخاب و پروژه‌سازی فردی تأکید دارد.

روستای خورچان از توابع شهرستان اصفهان در بخش جلگه واقع شده و در اقلیم گرم و خشک قرار دارد. ساختار اقتصادی و اجتماعی این روستا، بر پایه کشاورزی، دامداری و شبکه‌های خویشاوندی استوار بوده است و الگوی معیشت خانوارها به چرخه‌های فصلی تولید وابسته است.

بافت روستایی در این پژوهش صرفاً یک محدوده جغرافیایی نیست، بلکه یک زمینه اجتماعی معنادار است که شیوه کنش، خودابرازی و هویت‌یابی زنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در روستای خورچان، روابط اجتماعی اغلب بر پایه آشنایی‌های چهره‌به‌چهره، پیوندهای خویشاوندی و نظارت غیررسمی شکل می‌گیرد. همین نزدیکی اجتماعی



سبب می‌شود که کنش‌های فردی، از جمله کنش‌های دیجیتالی، به سرعت در معرض داوری خانواده، خویشاوندان، همسایگان و اجتماع محلی قرار گیرد. بنابراین، حضور زنان در اینستاگرام در چنین فضایی تنها به معنای استفاده از یک رسانه جدید نیست، بلکه نوعی ورود به عرصه‌ای است که در آن مرز میان امر خصوصی و عمومی، امر فردی و جمعی، و خواست شخصی و انتظار اجتماعی به طور مداوم بازتعریف می‌شود.

از سوی دیگر، زندگی روستایی معمولاً با تداوم پررنگ‌تر برخی هنجارهای جنسیتی و انتظارات سنتی از زنان همراه است. نقش‌هایی مانند همسری، مادری، مراقبت از خانواده، حفظ آبرو و رعایت حدود رفتاری، در بسیاری از بافت‌های روستایی همچنان معیارهای مهم داوری درباره زنان محسوب می‌شوند. در نتیجه، زنان روستایی در فضای دیجیتال، نه تنها با منطق پلتفرم و نگاه کاربران ناشناس مواجه‌اند، بلکه باید نگاه نزدیکان و اجتماع محلی را نیز در نظر بگیرند. این وضعیت باعث می‌شود خودابرازی دیجیتال آنان با احتیاط، مرزبندی، انتخاب‌گری و مدیریت تأثیر همراه باشد (ماهر، ۱۴۰۴، ۹۸).

تمرکز این پژوهش بر زنان روستای خورچان از این جهت اهمیت دارد که بخش قابل توجهی از مطالعات مربوط به هویت دیجیتال، تجربه زنان را عمدتاً در زمینه‌های شهری بررسی کرده‌اند. در حالی که زنان روستایی در موقعیتی متفاوت قرار دارند؛ زیرا عاملیت آنان در بستری شکل می‌گیرد که در آن خانواده، خویشاوندی، عرف محلی، آبرو و نظارت اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌تری در تنظیم رفتار روزمره دارند. بنابراین، مطالعه زنان روستایی امکان فهم این نکته را فراهم می‌کند که فناوری‌های دیجیتال چگونه در زمینه‌ای سنتی‌تر و متراکم‌تر از نظر روابط اجتماعی، به ابزار بازتعریف هویت، مذاکره با محدودیت‌ها و گشودن فضاها برای کنش تبدیل می‌شوند.

این پژوهش درصدد پاسخ به این پرسش است که زنان روستای خورچان از چه استراتژی‌های پیچیده و چندلایه‌ای در اینستاگرام برای برساخت، نمایش و بازتعریف هویت اجتماعی خویش استفاده می‌کنند و این فرایند چگونه تجربه زیسته آنان را در تقاطع عاملیت دیجیتال و محدودیت‌های ساختاری محلی شکل می‌بخشد؟ آنان از چه

راهبردهای هوشمندانه‌ای برای مدیریت تنش ذاتی بین گشودگی دیجیتال و سنت‌های فرهنگی-اجتماعی بهره می‌گیرند؟ و در نهایت، این تعامل پیچیده چگونه بر درک آنان از خود، روابط خانوادگی، موقعیت اجتماعی و آرزوهای فردی‌شان تأثیر می‌گذارد؟ بررسی این مسئله نه تنها تصویری واقع‌بینانه از پیچیدگی‌های زندگی زنان در حاشیه پیشرفت دیجیتال ارائه می‌دهد، بلکه می‌تواند به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و ارتباطی حساس به زمینه و همچنین تقویت عاملیت و امنیت روانی کاربران زن در مناطق روستایی یاری رساند.

۲. پیشینه پژوهش

تحقیقات گسترده‌ای به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی، به ویژه اینستاگرام، بر بازتعریف هویت و عاملیت زنان در بافت‌های گوناگون پرداخته‌اند. در زمینه هویت مصرفی و نمایش خود، پژوهش اصغرپور ماسوله و داوری (۱۴۰۰) با به‌کارگیری روش نشانه‌شناسی تفسیری بر روی پست‌های کاربران پر مخاطب ایرانی اینستاگرام در یک بازه شش‌ماهه، دو الگوی غالب هویت‌یابی را به صورت مصرف‌گرایی بازاندیشانه و مصرف‌گرایی مستقیم شناسایی کرد. این مطالعه نشان داد که حتی در اشکال متفاوت بازنمایی خود، مصرف به عنوان محوری اساسی در برساخت هویت دیجیتال ایرانیان عمل می‌کند. مطالعه پدیدارشناسانه کریمی و همکاران (۱۴۰۰) با کاوش تجربه زیسته جوانان تهرانی، نشان داد که اینستاگرام بیش از آنکه صرفاً فضایی برای هراس از اثرات منفی باشد، به شیوه جدیدی از دیدن و دیده شدن تبدیل شده است.

در سطح هویت جمعی و شهروندی، پژوهش کریمیان طالخونچه و همکاران (۱۴۰۲) بر روی مردم اصفهان نشان داد که اینستاگرام به‌طور مستقیم بر مؤلفه‌های هویت شهروندی، از جمله آگاهی از حقوق شهروندی، اولویت منافع جمعی بر فردی و وفاداری ملی تأثیرگذار است. این مطالعه، شبکه‌های اجتماعی را یکی از مهم‌ترین ابزارهای نمود یافتن اثرات جهانی شدن و ایجاد عرصه‌ای وسیع از اطلاعات و معنا دانست.





مطالعات بین‌المللی نیز بر پیچیدگی برساخت هویت در فضای دیجیتال تأکید دارند. چاو و لی^۱ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با عنوان برساخت استدلالی هویت‌ها در فضای شبکه‌های اجتماعی نشان دادند که کاربران در گروه‌های اجتماعی-آموزشی، از ابزارهایی مانند شکلک‌ها (استیکرها) برای بیان احساسات و نمایش هویت‌های متنوع و چندگانه خود استفاده می‌کنند. همزمان، شفی و همکاران^۲ (۲۰۱۲) در تحقیق بر روی پروفایل‌های فیسبوک دانشجویان مالزیایی دریافتند که هویت آنلاین آنان تحت تأثیر عواملی مانند ناامنی، ادراک همتایان (همتا‌دراکی) و خودارتقای شکل می‌گیرد و از طریق ارزش‌های اجتماعی، ارتباطات و جستجوی محبوبیت، به طور مداوم بازسازی و بازاندیشی می‌شود. پژوهش استرلیتز^۳ (۲۰۰۸) نیز با عنوان مصرف رسانه و شکل‌گیری هویت، با رویکردی انتقادی استدلال می‌کند که نباید مصرف رسانه‌ای را به تنهایی در مرکز فرایندهای هویت‌سازی قرار داد، بلکه باید رابطه رسانه و فرهنگ را به عنوان تعاملی پیچیده میان فرهنگ به مثابه تجربه زیسته و فرهنگ به مثابه نمایش در نظر گرفت. این دیدگاه توسط کریلوا-گرک^۴ (۲۰۲۲) تقویت می‌شود که در پژوهشی نشان داد رسانه‌ها ابزاری بسیار قدرتمند برای دستکاری مفاهیم و تأثیرگذاری بر جهان‌بینی مخاطبان هستند و حتی می‌توانند در دوره‌های کوتاه، دیدگاه افراد را نسبت به رویدادهای جاری دگرگون کنند. مطالعه یانگ و فاطیما^۵ (۲۰۲۳) با عنوان برساخت هویت اجتماعی در جوامع دیجیتال نیز بر نقش محوری رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به هویت اجتماعی از طریق سه فرایند طبقه‌بندی اجتماعی، شناسایی اجتماعی و مقایسه اجتماعی تأکید کرد و به چالش‌هایی مانند قطبی‌شدن گروهی و فشارهای ناشی از الگوریتم‌ها اشاره نمود.

1. Chau & Lee
2. Shafie & Osman
3. Strelitz
4. Krylova
5. Yang & Fatimah



در کانون خاص هویت، جنسیت و عاملیت زنان در اینستاگرام، مجموعه غنی از مطالعات به جامعه ایران پرداخته‌اند. اینفار و کساری^۱ (۲۰۲۰) با تمرکز بر عکس‌های منتشرشده توسط زنان ایرانی نشان دادند که آنان چگونه از طریق محتوای بصری، روایت‌های شخصی و نمایش زندگی روزمره، هویت‌های متنوع و چندوجهی خود را خلق می‌کنند که درک بهتری از تجربیات فردی‌شان فراهم می‌آورد. نیکجو و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای بر روی روایت‌های مسافران زن ایرانی، استدلال کردند که مستندسازی سفرهای انفرادی در اینستاگرام، نمونه‌ای بارز از مقاومت فعالانه علیه ساختارهای جنسیتی سنتی است که به افزایش خودآگاهی و تحول فردی منجر می‌شود. رهبری (۲۰۱۹) نیز در پژوهشی بر روی بدن‌سازان زن ایرانی در اینستاگرام، نشان داد که این پلتفرم چگونه به فضایی برای به چالش کشیدن مرزهای جنسیتی تبدیل شده است. از نگاهی کل‌نگرتر، خزرانی و نوواک^۲ (۲۰۱۸) اینستاگرام را بستری برای اعتراض دیجیتال و ساخت هویت جمعی تحلیل کرده‌اند و به کمپین‌هایی مانند آزادی به عنوان مصادیقی از کنشگری جمعی زنان اشاره نموده‌اند. زهرانی و همکاران^۳ (۲۰۲۵) نیز با بررسی مجادلات حول حجاب در اینستاگرام ایرانی، به نقش فعالانه این فضا در بازتولید و تغییر معانی اجتماعی-سیاسی مرتبط با بدن زن پرداخته‌اند.

این یافته‌ها در بافت‌های دیگر جوامع مسلمان نیز تکرار شده‌اند. توقتاربکوا و همکاران^۴ (۲۰۲۵) در مطالعه زنان قزاق نشان دادند که اینستاگرام چگونه به عرصه‌ای برای بازتعریف هویت دینی تصویری و کسب عاملیت اسلامی تبدیل شده است. به طور مشابه، بولچ و پرامیانتی^۵ (۲۰۱۸) بر ساخت ایده‌آل زن مسلمان را در صفحه اینستاگرام «هیجابرزها» در اندونزی تحلیل کردند. هرلی^۶ (۲۰۲۱، ۲۰۱۹) نیز در

1. Einifar & Kosari

2. Khazraee & Novak

3. Zahrani, Barzian, Sharifzadeh & Khorasgani

4. Toktarbekova, Zhandossova & Bektenova

5. Baulch & Pramianti

6. Hurley



تحقیقات خود بر روی زنان عرب، مفهوم فراديجیتال^۱ و تصور امکانات^۲ اینستاگرام را برای بازتعریف هویت و توانمندسازی بررسی کرده است. مطالعه کالدیریا و همکاران^۳ (۲۰۲۰) نیز با عنوان بین روزمرگی و سیاسی بودن: بازنمایی خود زنان در اینستاگرام به این پرداخت که زنان چگونه از این فضا برای نمایش همزمان امور پیش پا افتاده و مواضع سیاسی خود استفاده می کنند.

آقاپوری و احمدی (۲۰۲۱) در پژوهش خود بر بازنمایی هویت قومی توسط زنان کرد در روزگلات نشان دادند که شبکه های اجتماعی علی رغم محدودیت ها، فضایی برای بازسازی هویت فراهم می کنند. آنها خاطرنشان می سازند که زنان روستایی نیز با دسترسی تدریجی به فناوری، وارد عرصه تولید محتوا می شوند، اما همزمان با موانع منحصربه فردی مانند کنترل خانوادگی شدیدتر، قضاوت جمعی و ترس از انگ زنی مواجه اند. با این حال، نگاه انتقادی دافی و هاند^۴ (۲۰۱۹) یادآور می شود که فضای شبکه های اجتماعی می تواند به بازتولید کلیشه های جدید یا ایجاد تعهد به اصالت بینجامد که خود فشار روانی جدیدی بر کاربران، به ویژه زنان، وارد می کند.

مطالعات انجام شده در بستر جامعه ایران نشان می دهند که اینستاگرام برای زنان صرفاً فضایی برای حضور رسانه ای نیست، بلکه بستری برای خودبازنمایی، بازتعریف هویت و مدیریت فشارهای اجتماعی و روانی است. برای مثال، علی محمدی و همکاران (۲۰۲۴) نشان دادند که حضور زنان ایرانی در اینستاگرام با ابعاد روانی خودنمایی، دیده شدن و مواجهه با فشارهای اجتماعی پیوند دارد. همچنین، گروسی و همکاران (۲۰۲۵) نشان دادند که این فضا می تواند امکانی برای بازساخت هویت و ارائه تصویری متفاوت از خود در برابر محدودیت ها و انگ های اجتماعی فراهم کند.

1. Hyperdigital
2. Imagination of possibilities
3. Caldeira, De Ridder & Van Bauwel
4. Duffy & Hund



با وجود غنای مطالعات فوق، شکاف عمده و تعیین کننده‌ای در ادبیات پژوهش مشهود است: تقریباً هیچ مطالعه تجربی مستقیم، عمیق و متمرکزی بر روی تجربه زیسته و فرایند برساخت هویت دیجیتال زنان یک روستای خاص ایران، وجود ندارد. در مقابل مطالعات متعدد درباره شهرنشینان، داده‌های مربوط به روستائیان، به ویژه در حیطه‌هایی مانند تنوع سبک زندگی و مقاومت جنسیتی، بسیار اندک است. پژوهش‌های اندک مرتبط با روستا به طور کلی به چالش‌هایی مانند نظارت اشاره کرده‌اند، اما تحلیل جامع و زمینه‌مندی از نحوه تعامل پویا و پارادوکسیکال لایه‌های هویتی (محلی، قومی، مذهبی، جنسیتی، ملی و جهانی) در بستر یک پلتفرم بصری مانند اینستاگرام ارائه نداده‌اند. همچنین، سازوکارهای دقیق تحقق عاملیت دیجیتال در دل محدودیت‌های ساختاری شدید (خانوادگی، عرفی، اقتصادی) و اینکه این عاملیت چگونه خود را در قالب زیست چندلایه روزمره متجلی می‌سازد، در یک بافت روستایی مشخص به صورت ناشناخته باقی مانده است.

نوآوری متمایز این پژوهش در آن است که برای نخستین بار، با تمرکز میدانی ویژه بر جامعه زنان روستای خورچان در شرق اصفهان، به انجام مطالعه‌ای عمیقاً کیفی درباره تجربه زیسته آنان در اینستاگرام می‌پردازد. این پژوهش نه تنها شکاف جغرافیایی-موضوعی آشکار در ادبیات را پر می‌کند، بلکه با ارائه تحلیلی غنی و طبقه‌بندی شده از سازوکارهای برساخت هویت و عاملیت در یک بافت روستایی مشخص، درک نظری ما از پویایی‌های سنت دیجیتال شده و مدرنیته محلی شده را تعمیق بخشیده و الگویی برای مطالعات آتی در سایر مناطق مشابه فراهم می‌آورد.

۳. مبانی نظری

پژوهش حاضر برای تحلیل پویایی‌های پیچیده برساخت هویت زنان روستای خورچان در فضای اینستاگرام، از تلفیق سه چارچوب نظری مکمل و قدرتمند بهره می‌گیرد. این



سه گانه تحلیلی-شامل نظریه «ساخت یابی»^۱ آنتونی گیدنز^۲ (۱۳۸۷)، «نظریه نمایشی» اروینگ گافمن^۳ (۱۳۸۶) و نظریه «برساخت اجتماعی واقعیت»^۴ برگر و لاکمن^۵ ابزاری جامع برای واکاوی این پدیده از سطح کلان ساختاری و فردی شدن تا سطح خرد کنش متقابل و فرایندهای جامعه پذیری فراهم می آورد.

گیدنز (۱۹۸۴) در نظریه ساخت یابی^۶ با نقد دوگانه انگاری های رایج (عاملیت/ساختار، ذهنیت/عینیت، خرد/کلان)، مفهوم «دوگانگی ساختار»^۷ را مطرح می سازد. ساختارهای اجتماعی نه صرفاً محدودیت هایی بیرونی، بلکه در عین حال، منابع و قواعدی توانمندساز هستند که کنش درون و از طریق آن ها امکان پذیر می گردد. به بیانی ساختارها هم وسیله (رسانه) و هم نتیجه کنش های اجتماعی محسوب می شوند (گیدنز، ۱۳۷۸، ۳۱-۳۳). تأمل گری، به عنوان ویژگی بنیادین مدرنیته متأخر (گیدنز، ۱۹۹۱)، هسته پروژه هویت بازاندیشانه را شکل می دهد.

بنابراین نظریه ساخت یابی با تأکید بر پیوند قواعد و منابع (ساختار) و کنش تأمل گرانه (عاملیت)، چارچوبی برای تحلیل زیست چندلایه به مثابه محصولی پویا از تعامل این دو ساحت فراهم می آورد (کیویستو، ۱۴۰۴، ۲۵۰-۲۵۵). در تحلیل گیدنز مدرنیته متأخر، هویت داده ای ثابت و انتسابی نیست، بلکه پروژه ای بازاندیشانه است که فرد ناگزیر آن را به صورت فعال، انتخاب گرانه و مستمر می سازد، بازسازی می کند و روایت می نماید (گیدنز، ۱۳۸۷، ۲۴-۲۷).

در این فرایند، رسانه های جمعی و به ویژه شبکه های اجتماعی نقشی محوری و دوگانه ایفا می کنند. از یک سو، آنان به ارائه چارچوب های تجربه و سبک های زندگی

1. Structuration
2. Anthony Giddens
3. Erving Goffman
4. The Social Construction of Reality
5. Berger & Luckmann
6. Structuration theory
7. Duality of Structure



ممکن می‌پردازند و گزینه‌های هویت‌سازی را به نحو بی‌سابقه‌ای گسترش می‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۷، ۳۲). از سوی دیگر، رسانه‌ها با تشدید فرایندهای جدایی‌افتادگی^۱ (جدا شدن روابط اجتماعی از زمان و مکان‌های خاص) و ازجاکنده شدن^۲ (خارج شدن روابط از زمینه‌های محلی تعامل) فرد را در معرض منابع نمادین جهانی و نگاه دیگری گسترده قرار می‌دهند (کیویستو، ۱۴۰۴). این امر، به گفته گیدنز، هم می‌تواند به احساس اضطراب، پوچی و بحران هویت بینجامد و هم امکان انتخاب و خلاقیت در بر ساخت خود را به طور بی‌سابقه‌ای افزایش دهد (گیدنز، ۱۳۸۷، ۳۰-۳۲). بنابراین، این چارچوب به ما کمک می‌کند تا کنش زنان را نه به عنوان امری تصادفی، بلکه به عنوان بخشی از یک پروژه آگاهانه هویت‌سازی در شرایط مدرنیته بازاندیشانه درک کنیم.

برای تحلیل نحوه عملیاتی شدن این پروژه هویتی در سطح عینی و تعاملات خرد روزمره از نظریه نمایشی گافمن (۱۳۸۶) و مفهوم مدیریت تأثیر در صحنه دیجیتال^۳ بهره گرفته می‌شود. گافمن (۱۳۸۶) با تشبیه زندگی اجتماعی به یک اجرای نمایشی، استدلال می‌کند که افراد در تعاملات خود همچون بازیگرانی عمل می‌کنند که در صحنه‌های اجتماعی مختلف، با به کارگیری آگاهانه راهبردهای مدیریت تأثیر، در پی ارائه تصویری خاص و مطلوب از خود به مثابه اجراکننده نقش به مخاطبان هستند (ریتزر و گودمن، ۱۳۹۰، ۳۲۸). وی میان جلوی صحنه^۴ (فضای عمومی و تنظیم‌شده نمایش)، پشت صحنه^۵ و خارج از صحنه (جایی که افراد نقشی متفاوت دارند) تمایز قائل می‌شود (کرایب، ۱۳۸۱، ۱۱۲).

پرو فایل اینستاگرام، نمونه آرمانی یک جلوی صحنه دیجیتال است. این فضا بستری کامل برای تحلیل فرایندهای نمایشی و مدیریت خود در عصر دیجیتال فراهم می‌سازد.

1. Time-space distancing
2. Disembedding
3. Goffman's Dramaturgy: Impression Management in Digital Settings
4. Front stage
5. Back stage



زنان مورد مطالعه در این صحنه، با دقت و حساب‌گریزی خاص، نمایش هویت خویش را کارگردانی می‌کنند. این کارگردانی شامل انتخاب هوشمندانه محتوا (عکس، ویدیو، کپشن)، تنظیم دقیق حریم خصوصی، مدیریت شبکه ارتباطی (فالوورها و فالوینگ‌ها) و کنترل واکنش‌ها (لایک، کامنت) است. آنان با ایجاد تمایز میان خود شخصی/خانوادگی (پشت صحنه) و خود حرفه‌ای/عمومی (جلوی صحنه)، مرزهای دیجیتال خود را تعیین و از سرمایه نمادین (آبرو) در برابر ریسک‌های فضای عمومی محافظت می‌کنند.

برگر و لاکمن (۱۴۰۳، ۵) در نظریه برساخت اجتماعی واقعیت استدلال می‌کند که واقعیت اجتماعی - و از جمله هویت فردی - امری ذاتی، پیشا اجتماعی یا صرفاً ذهنی نیست، بلکه محصول فرایند پویا و دیالکتیکی است که از طریق کنش متقابل انسان‌ها ساخته و نهاده می‌شود. در این پژوهش، اینستاگرام به عنوان یک حوزه نمادین نوظهور در نظر گرفته می‌شود که این فرایندهای برساخت را تسهیل، تسریع و پیچیده می‌سازد. زنان خورچان ابتدا هنجارها، امیال و الگوهای عرضه‌شده در این پلتفرم را درون‌سازی می‌کنند (درونی کردن کارآفرین زن موفق). سپس، با برون‌سازی فعالانه و انتشار محتوا، این ذهنیت را در عرصه عمومی پلتفرم عینیت می‌بخشند و آن را به نمایش می‌گذارند. سرانجام، بازخوردهای دریافتی (لایک، کامنت، فروش)، کسب درآمد ملموس و به دست آوردن مشروعیت تدریجی در خانواده و محله، به عینیت‌یابی و تثبیت این هویت نوین به عنوان بخشی از واقعیت غیرقابل انکار زندگی اجتماعی و خودپنداره درونی‌شده آنان منجر می‌شود.

به بیانی چارچوب تحلیلی این پژوهش بر تلفیق سه نظریه ساخت‌یابی گیدنز (۱۳۸۷)، رویکرد نمایشی گافمن (۱۳۸۶) و برساخت اجتماعی واقعیت برگر و لاکمن (۱۴۰۳) استوار است. این سه نظریه در کنار یکدیگر امکان تحلیل چندسطحی برساخت هویت دیجیتال زنان روستای خورچان در اینستاگرام را فراهم می‌کنند. در سطح کلان، نظریه ساخت‌یابی گیدنز هسته اصلی تحلیل را تشکیل می‌دهد.



براساس مفهوم دوگانگی ساختار، زنان روستایی هم تحت تأثیر ساختارهای سنتی، جنسیتی، اقتصادی و فناورانه قرار دارند و هم از طریق کنش‌های خود می‌توانند این ساختارها را بازتولید یا دگرگون کنند. و عاملیت تأمل‌گر و هویت بازاندیشانه توضیح می‌دهد که چگونه زنان در مواجهه با اینستاگرام، روایت تازه‌ای از خود و جایگاه اجتماعی‌شان می‌سازند.

در سطح خرد، نظریه نمایشی گافمن چگونگی اجرای این عاملیت را در فضای دیجیتال روشن می‌کند. اینستاگرام به مثابه صحنه‌ای تعاملی عمل می‌کند که زنان در آن با مدیریت تأثیر، تفکیک جلو صحنه و پشت صحنه، و کنترل مرزهای حریم خصوصی، تصویری گزینشی و معنادار از خود ارائه می‌دهند.

نظریه برساخت اجتماعی واقعیت برگر و لاکمن نیز پیوند میان این کنش‌های فردی و پیامدهای اجتماعی آن‌ها را توضیح می‌دهد. کنش‌های تکرارشونده زنان در اینستاگرام، در فرایند برون‌سازی، عینیت‌یابی و درون‌سازی، به تدریج به الگوها، هنجارها و واقعیت‌های اجتماعی تازه‌ای تبدیل می‌شوند.

بنابراین، این چارچوب نشان می‌دهد که هویت دیجیتال زنان روستای خورچان نه صرفاً محصول انتخاب فردی است و نه نتیجه مستقیم ساختارها؛ بلکه در پیوند میان عاملیت، نمایش روزمره و برساخت اجتماعی واقعیت شکل می‌گیرد.

۴. روش تحقیق

این مطالعه با اتخاذ رویکرد کیفی و با به‌کارگیری روش پدیدارشناسی توصیفی^۱ طراحی و اجرا شده است. هدف این روش، فهم و توصیف ژرفانگرانه تجربه زیسته افراد از یک پدیده خاص است. در این پژوهش، از این چارچوب برای کشف و تحلیل ادراکات، معناسازی‌ها و تفسیرهای زنان از تجربه حضور، کنشگری و هویت‌یابی اجتماعی در فضای پلتفرم اینستاگرام استفاده شده است.

1. Descriptive phenomenology



میدان پژوهش، روستای خورچان در استان اصفهان و جامعه آماری، کلیه زنان ساکن کاربر اینستاگرام است. مشارکت‌کنندگان بر اساس معیارهای زن بودن، سکونت در خورچان، دارا بودن یک حساب کاربری فعال و عمومی در اینستاگرام، انتشار مستمر محتوای مرتبط با زندگی، فعالیت‌ها، مشاغل، فرهنگ یا دغدغه‌های روستایی و رضایت آگاهانه برای مشارکت در پژوهش انتخاب شدند.

داده‌های این پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. برای هدایت مصاحبه‌ها از یک راهنمای مصاحبه اولیه مبتنی بر اهداف پژوهش استفاده گردید که محورهای اصلی بحث را تعیین می‌کرد. این راهنما در حین فرایند جمع‌آوری داده‌ها و با ظهور سؤالات یا مفاهیم جدید، انعطاف‌پذیر بود و اصلاح و تکمیل شد. هر مصاحبه به‌طور متوسط بین ۶۰ تا ۱۲۰ دقیقه به طول انجامید و با اجازه مشارکت‌کننده ضبط و سپس برای تحلیل، کلمه به کلمه پیاده‌سازی شد.

برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری هدفمند^۱ با رعایت حداکثر تنوع^۲ استفاده شد. معیارهای تنوع شامل مواردی مانند سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، وضع و نوع فعالیت در اینستاگرام بود. فرایند نمونه‌گیری و مصاحبه تا دستیابی به اشباع نظری^۳ ادامه یافت؛ یعنی تا جایی که مصاحبه‌های جدید، داده معنادار جدیدی به یافته‌های پیشین اضافه نکردند. براین اساس، حجم نهایی ۱۵ نفر تعیین گردید.

برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، از روش تحلیل کلایزی^۴ (کلایزی، ۱۹۷۸) استفاده شد که منجر به شناسایی، استخراج و توصیف مقولات، درون‌مایه‌ها^۵ و الگوهای معنایی شکل‌دهنده به تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان شد.

1. Purposive sampling
2. Maximum Variation
3. Theoretical Saturation
4. Colaizzi
5. Themes

به منظور رعایت اپوخه^۱ در تمام مراحل تحقیق تلاش شد با آگاهی از پیش فرض ها و تمایلات و با تعلیق قضاوت، توصیفی وفادار به تجربه مشارکت کنندگان ارائه دهد.

جدول ۱. مشخصات شرکت کنندگان در پژوهش

ردیف	سن	وضعیت تاهل	وضعیت فعالیت	تحصیلات
۱	۳۸	متاهل	خانه دار	دانشجوی کارشناسی روانشناسی
۲	۴۵	متاهل	خانه دار	پنجم ابتدایی
۳	۳۲	مجرد	فروشنده محصولات آرایشی بهداشتی	لیسانس مدیریت
۴	۳۸	مطلقه	آرایشگر	سیکل
۵	۳۲	مجرد	گل سازی	دیپلم تجربی
۶	۳۴	مجرد	خانه دار	دیپلم تجربی
۷	۳۶	متاهل	خانه دار	دیپلم تجربی
۸	۳۹	متاهل	خانه دار	لیسانس اقتصاد
۹	۳۲	متاهل	خانه دار	دانشجوی کارشناسی حقوق
۱۰	۳۴	متاهل	خانه دار	دیپلم انسانی
۱۱	۴۴	متاهل	چرم دوزی	سیکل
۱۲	۲۵	مجرد	دورکاری	لیسانس ادبیات
۱۳	۲۶	متاهل	خانه دار	دیپلم انسانی
۱۴	۳۲	مجرد	شاغل در شرکت بازاریابی	لیسانس مدیریت بازرگانی
۱۵	۴۰	متاهل	خانه دار	لیسانس حسابداری



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۹۲

دوره ۲۰، شماره ۳
پاییز ۱۴۰۶
پیاپی ۷۹

۵. یافته ها

سؤال اصلی این پژوهش عبارت بود از زنان روستای خورچان از چه استراتژی هایی در اینستاگرام برای شکل دهی، نمایش و شناخت «خود» استفاده می کنند؟ در پاسخ به این سؤال، پس از کدگذاری توصیفی، تفسیری و تبیینی فایل های صوتی، هفت دسته کد تبیینی (مقوله اصلی) شناسایی شد که در جدول شماره (۲) مشاهده می شود:

جدول ۲. استراتژی‌های زنان برای شکل دهی نمایش و شناخت خود

مقوله کلان	مقولات اصلی	مقولات فرعی
زیست چندلایه در میانه سنت-های محلی و زندگی دیجیتال: کشمکش عاملیت، بازاندیشی هویتی و تدبیر معیشت در قلمرو نمایشی اینستاگرام	عاملیت در زیست جهان دیجیتال (کنشگری فعال و خودشکوفایی)	خوداکتشافی و خودشکوفایی بازتابی
		دگرگونی الگوهای زیستی و شکوفایی عاملیت اقتصادی-اجتماعی
		برساخت هویت‌های ترکیبی و چندپاره
		زیبایی‌شناسی کاربردی و بازآفرینی سبک زندگی
	تنش‌های عاطفی و روانی در فضای مقایسه‌ای (فرسایش خویشتن)	رنج بودن در حاشیه و احساس محرومیت
		نمایش وارونه و فرسایش ارزشمندی
		تعلیق خود و ربوده‌گی زمان.
	مرزبندی، حریم‌داری و اخلاق در فضای دیجیتال (مدیریت محتاطانه خود)	راهبردهای مرزبندی و پاسداری از حریم نمایشی
		پدیداری حریم اخلاقی-مذهبی و خودنگهداری
		تدبیرهای محافظتی در برابر آسیب‌های نامرئی (چشم‌زخم)
		بازنمایی محتاطانه در میدان تجاری بی‌اعتماد
	شبکه‌سازی، کنشگری و پیوندجویی اجتماعی (گسترش پیوندها و مشروعیت‌یابی)	پیوندجویی عاطفی و کنشگری جمعی
		فرایند پذیرش اجتماعی: از مقاومت تا کسب مشروعیت.
		اقتصاد امید: آفرینش معیشت و شبکه‌سازی اقتصادی.
	تقابل عاملیت فردی با جبر فناوریانه (مذاکره و خردورزی در برابر ساختار)	خردورزی نقادانه و گزینش آگاهانه
		کشمکش با جبر الگوریتمی و محدودیت‌های زیرساختی.
اینستاگرام	تنش‌های نقش والدگری و جنسیتی در عصر دیجیتال (کشمکش نقش‌ها)	فداکاری ساختاری و فراموشی خود
		محدودیت‌های فیزیکی و هنجاری بر عاملیت
	اینستاگرام به مثابه قلمرو گریز و آسایش (کارکرد ترمیمی و جبرانی)	پناه‌گاه روانی برای گریز از روزمرگی
		پرکننده خلأ معنابخش و پیشگیری از احساس پوچی



پیش از ورود به مقوله‌های اصلی، باید تأکید کرد که تجربه زنان مشارکت‌کننده از اینستاگرام، تجربه‌ای جدا از زندگی روزمره روستایی آنان نبود. روایت‌ها نشان می‌داد که بسیاری از تصمیم‌های مربوط به حضور در فضای دیجیتال، از جمله نوع عکس،



موضوع پست، میزان آشکارسازی زندگی شخصی، انتخاب دنبال‌کنندگان و حتی زمان استفاده از اینستاگرام، تحت تأثیر ملاحظات خانوادگی و محلی قرار داشت. در واقع، زنان هنگام کنش در اینستاگرام هم‌زمان به دو نوع مخاطب می‌اندیشیدند: مخاطب ناشناس فضای مجازی، و مخاطب نزدیک و آشنای روستا که می‌توانست کنش دیجیتال آنان را در زندگی روزمره تعبیر و داوری کند.

۵-۱. مقوله اصلی اول: زیست‌جهان دیجیتال به مثابه عرصه عاملیت و خودشکوفایی

برای زنان روستای خورچان، اینستاگرام فراتر از یک ابزار ارتباطی ساده یا سرگرمی صرف عمل می‌کند؛ این پلتفرم به یک زیست‌جهان دیجیتال معناساز و فعال تبدیل شده است. این مفهوم به فضایی اجتماعی-نمادین اشاره دارد که در آن کنشگران نه تنها حضور فیزیکی دارند، بلکه معنا می‌سازند، رابطه برقرار می‌کنند و هویت خویش را در تعامل با دیگران و قواعد این عرصه باز می‌آفرینند. در این زیست‌جهان، زنان از وضعیت نسبتاً انفعالی و گیرافتاده در نقش‌های سنتی تعریف‌شده (همچون همسر، مادر و خانه‌دار) عبور کرده و به کنشگرانی خودبنیاد و پروژه‌ساز مبدل می‌شوند. این فضا با شکستن مرزهای جغرافیایی و فرهنگی روستا، امکان بازاندیشی در مورد کیستی، آرزوها و جایگاه اجتماعی را برای آنان فراهم می‌آورد. این گذار از بودن تحمیلی به بودن آفریننده، در چهار مؤلفه کلیدی زیر تجلی یافته است:

خوداکتشافی و خودشکوفایی بازتابی: اینستاگرام مانند آینه‌ای از خودهای ممکن عمل می‌کند. زنان با مواجهه مداوم با محتوای آموزشی، انگیزشی و الگوهای موفقیت دیگر زنان، درگیر فرایند عمیقی از بازاندیشی و مرور خویش می‌شوند. این مواجهه، افق‌های تازه‌ای از قابلیت‌ها و مسیرهای رشد شخصی را به روی آنان می‌گشاید و انگیزه‌ای برای تحول و تلاش بیشتر ایجاد می‌کند. یکی از مشارکت‌کنندگان به وضوح نقش الهام‌بخشی اینستاگرام در فرایند خودشکوفایی بازتابی را بیان می‌کند:

شاید بشه گفت با دیدن زن‌های موفق منم بیشتر به تلاش کردن رو میارم و اصلا به خاطر همین این روزا بیشتر متمرکز شدم روی کارم (مصاحبه‌شونده شماره ۱۴).

دگرگونی الگوهای کنشی و ظهور عاملیت اقتصادی-اجتماعی: حضور در این زیست جهان دیجیتال، زنان را از مصرف کنندگان منفعل محتوا به تولیدکنندگان و کنشگران فعال اقتصادی و اجتماعی تبدیل می کند. یکی از ملموس ترین نمودهای این عاملیت نوپدید، ورود به عرصه کارآفرینی دیجیتال و فروش محصولات محلی است. زنان با استفاده از قابلیت های بصری اینستاگرام، سرمایه های فرهنگی و هنری بومی (مانند صنایع دستی) را به کالاهایی نمادین و قابل عرضه در بازاری فرامحلی تبدیل می کنند که نه تنها منبع درآمدی جدیدی ایجاد می کند، بلکه حس توانمندی و تأثیرگذاری اجتماعی را در آنان تقویت می نماید. تجربه یکی از زنان گویای این تحول است:

چون من عکس قالی های بافته شده خودم و دوستانم رو می داشتم، چندتا طرفدار پیدا کرد و آدرس گرفتن اومدند روستا و خرید کردند (مصاحبه شونده شماره ۲).

برساخت هویت های ترکیبی و چندپاره: زنان خورچان در میانه دو جهان به ظاهر متعارض، در حال ساختن هویت هایی سیال، انعطاف پذیر و موقعیت مند هستند. آنان لزوماً هویت سنتی ریشه دار در روابط خویشاوندی و نقش های جنسیتی را به کلی رها نمی کنند، بلکه آنرا با هویت های نوین دیجیتال درهم می آمیزند. این ترکیب بندی هویتی نشان می دهد که زیستن در میانه سنت های محلی و زندگی دیجیتال، امری قطب بندی شده و حذفی نیست، بلکه می تواند به خلق فرم های تازه بینجامد. سخن یکی از زنان تلفیق نقش سنتی با مهارت های نوین (تولید محتوا) را توضیح می دهد:

من نمایندگی محصولات... دارم و تو اون زمینه فعالیت می کنم... کارمون اینجوریه که ما تولید محتوا می کنیم و ویژگی محصولات توضیح می دیم (مصاحبه شونده شماره ۳).

زیبایی شناسی کاربردی و بازآفرینی سبک زندگی: اینستاگرام با ارائه بی پایان ایده، سلیقه و استانداردهای زندگی، به منبع قدرتمندی برای تغییر ذائقه و الهام گیری در حیطه های روزمره تبدیل شده است. زنان تحت تأثیر محتوای نمایش داده شده، استانداردهای زیبایی شناختی خود را در عرصه هایی چون دکوراسیون داخلی، آشپزی، مهمان داری و حتی پوشش ارتقا می دهند. این زیبایی شناسی منجر به بازآفرینی بخش هایی از سبک



زندگی روزمره می‌شود و حس نشاط و خلاقیت در امور به ظاهر پیش‌پاافتاده را تقویت می‌کند. یکی از زنان به این تأثیر اشاره می‌کند:

قبل از اینستاگرام هر چیزی می‌دیدم توی مغازه بود با چندتا مدل محدود اما الان از هر چیزی هزار مدل دارم می‌بینم... الان بدون تزیین و سفره‌آرایی حس می‌کنم یه چیزی واقعاً کمه (مصاحبه‌شونده شماره ۱۵).

در مجموع، اینستاگرام برای زنان روستای خورچان به یک زیست‌جهان دیجیتالی پویا و معنابخش بدل گشته است که مسیر تحول از انفعال به عاملیت، از یکنواختی به تکثر، و از ایستایی سنتی به پویایی بازاندیشانه را هموار می‌سازد.

اگرچه این مسیر، خالی از تنش و دوگانگی نیست، اما در کلیت خود، بستر بی‌بدیلی برای شکوفایی شخصیت فردی، بروز توانمندی‌های اجتماعی و خلق اشکال نوین معیشت و هویت فراهم می‌آورد. این فرایند، تجسم عینی مفهوم هویت به مثابه پروژه در نظریه گیدنز است، پروژه‌ای که این‌بار در تقاطع جذاب و پیچیده سنت روستایی و امکانات جهان دیجیتال پیش برده می‌شود.

۵-۲. مقوله اصلی دوم: تنش‌های عاطفی و روانی در فضای مقایسه‌ای

در کنار جنبه‌های توانمندساز، اینستاگرام برای زنان روستای خورچان صحنه‌ای را می‌گشاید که در آن مقایسه اجتماعی مخرب به تجربه‌ای روزمره و فرساینده بدل می‌شود. مواجهه مستمر با بازنمایی‌های ایده‌آل‌شده و اغلب یک‌سویه از زندگی دیگران، بستر مناسبی برای تشدید احساس عقب‌ماندگی، حسرت و کم‌ارزشی فراهم می‌آورد که پیامد آن، تحلیل تدریجی عزت نفس و ایجاد یک فرسایش روانی مستمر است. این پدیده در سه بعد کلیدی تجلی می‌یابد.

رنج حاشیه‌نشینی و تشدید محرومیت نسبی: زنان در تقابل دائمی با تصاویر فربه از رفاه، موفقیت و امکان‌های به نمایش گذاشته شده در اینستاگرام، فقدان‌ها و محدودیت‌های عینی زندگی خود در بافت روستایی را با شدتی مضاعف و دردناک درک می‌کنند. در اینجا، اینستاگرام نه پنجره‌ای به فرصت‌های جهان، که آینه‌ای



بزرگنمایی کننده از کمبودها است. این حس، ریشه در موقعیت حاشیه‌ای جغرافیایی و اقتصادی آنان دارد و توسط پلتنفرم تشدید می‌شود. به گفته یکی از زنان:

وقتی توی اینستاگرام زندگی بقیه رو می‌بینم می‌گم کاش شرایط زندگیم طوری بود که می‌تونستم به مقداری هزینه می‌کردم به دوره‌ای خیلی خوب شرکت می‌کردم یا با آدمای با کلاس و موفق رفت و آمد می‌کردم (مصاحبه‌شونده شماره ۱۰).

این بیان، نشان‌دهنده حسرت، آگاهی از محرومیت از سرمایه فرهنگی و اجتماعی لازم برای تحرک و پیشرفت است.

نمایش وارونه و فرسایش ارزشمندی در میدان قیاس اجباری: این فضا با تعریف و تبلیغ استانداردهای یکدست موفقیت، زیبایی و سبک زندگی مطلوب، به یک میدان قیاس اجباری تبدیل می‌شود که در آن معیارهای سنجش از بیرون تحمیل می‌گردد. در برابر این چارچوب‌های تحمیلی، دستاوردهای مبتنی بر واقعیت زندگی روستایی (خانه‌داری، هنرهای دستی، نقش مادری) ناقص، ناکافی و عقب‌مانده جلوه می‌کنند. این تحریف نمادین منجر به بی‌ارزش‌شماری فعالیت‌های روزمره و در نهایت، تهدید حس ارزشمندی ذاتی زنان می‌شود. شدت این فرسایش روانی در اعماق گفته یکی از زنان دیده می‌شود:

از وقتی از اینستاگرام استفاده می‌کنم حس می‌کنم اصلاً من انسان نیستم (مصاحبه‌شونده شماره ۱۳).

ربودگی زمان، تعلیق خود و فرسایش عاملیت: اینستاگرام با طراحی مهندسی‌شده برای جلب و حفظ حداکثر توجه، زنان را در گرداب بی‌پایان مشغولیت به زندگی دیگران غرق می‌کند. آنان ساعت‌های متمادی را در پرسه‌زنی (اسکرول) بی‌هدف در «اکسپلور» می‌گذرانند، غافل از آن که زمان و انرژی روانی خود را که می‌توانست صرف پروژه‌های شخصی، یادگیری یا تعامل واقعی شود، از دست می‌دهند. این فرایند منجر به احساس تهی‌شدگی و پشیمانی می‌شود و عاملیت موثر زنان را در دنیای واقعی تضعیف و برنامه‌های فردی را به تعلیق می‌کشاند. یکی از زنان می‌گوید:

اینستاگرام یک بدی که داره اینه که وقتی تو اکسپلور می‌ری زمان از دستت در می‌ره و متوجه نمی‌شی (مصاحبه‌شونده شماره ۱۰).



۵-۳. مقوله اصلی سوم: مرزبندی، حریم‌داری و اخلاق در فضای دیجیتال

در برابر گشودگی ظاهری فضای مجازی، زنان خورچان با درکی موقعیت‌مند و اخلاقی، مرزهای دیجیتال خود را فعالانه و هوشمندانه طراحی می‌کنند. این مرزبندی، ریشه‌دار در بافت فرهنگی-مذهبی و واقعیت اجتماعی روستا، نه واکنشی منفعلانه از سر ترس، بلکه انتخابی آگاهانه و استراتژیک برای حفظ کرامت، آبرو، ارزش‌های دینی و آرامش درونی است. این فرایند که نمایی از «عاملیت محتاطانه» است، در چهار بعد به‌هم‌پیوسته متجلی می‌شود.

مدیریت تأثیر و پاسداری از حریم نمایی: زنان با تفکیک سلسله‌مراتبی خود شخصی، خود خانوادگی و خود حرفه‌ای، راهبردهای ظریفی برای کنترل قلمرو نمایش خود به‌کار می‌گیرند. با پرهیز از لایک محتوای حساس، محدود کردن فالوورها به آشنایان مورداعتماد و بلاک کاربران مزاحم، بیشتر به‌عنوان مصرف‌کنندگان پنهان عمل می‌کنند تا از قضاوت و کنجکاوی ناخواسته در امان بمانند. در اعتراف یکی از زنان آشکار است:

اصلاً نمی‌خواستم لایک کنم که بقیه بفهمن من اینو دیدم... همیشه دوست دارم چراغ خاموش برم جلو (مصاحبه‌شونده شماره ۳).

بازتعریف حریم مقدس: برای بسیاری از این زنان، مرزبندی فراتر از یک احتیاط اجتماعی، به یک تکلیف اخلاقی و دینی درونی‌شده تبدیل می‌شود. بدن و تصویر آن به مثابه حریمی مقدس تلقی می‌گردد که پاسداری از آن در برابر نگاه «نامحرم»، جزئی لاینفک از هویت دینی و وظیفه خانوادگی آنان است. این ارزش‌ها به حدی نهادینه شده‌اند که حتی در فقدان نظارت مستقیم بیرونی نیز به‌طور خودانگیخته رعایت می‌شوند. یکی از زنان می‌گوید:

من نمی‌تونم با اون شیوه‌هایی که بقیه توی اینستاگرام... عکس می‌ذارن از خودم عکس بذارم... به خاطر حساسیت خانواده‌م به محرم و نامحرم من هیچ وقت از خودم عکس نمی‌داشتم (مصاحبه‌شونده شماره ۴).

محافظت در برابر تهدیدات نامرئی: لایه دیگری از این مرزبندی، معطوف به تهدیدات فرهنگی-نمادین نامرئی مانند چشم‌زخم، حسد و طعن است. نگرانی از این که نمایش



موفقیت و دارایی، برکت زندگی را از بین ببرد یا موجبات بدگویی و رشک دیگران را فراهم آورد، تأثیر عمیقی بر خودنمایی دیجیتال آنان دارد. در نتیجه، آنان از وسوسه نمایش بی‌پروای دستاوردها چشم‌پوشی می‌کنند تا هم از «انگشت‌نما» شدن اجتناب ورزند و هم مطابق با باورهای رایج عمل کنند. به این ترتیب، مرزبندی تنها واکنش به فشار بیرونی نیست، بلکه بخشی از منطق درونی کنشگر است.

همسرم با فعالیتیم موافقه... اما بازم خیلی همه چیو نمی‌ذارم... اینجوری حس امن‌تری دارم چون انگشت‌نما نمی‌شم (مصاحبه‌شونده شماره ۱)

بازنمایی محتاطانه در بازار بی‌اعتماد: این منطق محتاطانه به عرصه فعالیت اقتصادی نیز تسری می‌یابد. در فضای مجازی که اعتماد کالایی نادر و شکننده است، زنان موفقیت کسب‌وکار خود را در گرو تبدیل ارتباطات مجازی به شناخت محلی و تعامل چهره‌به‌چهره می‌دانند. در این میدان، صداقت در نمایش محصول، شفافیت و تأکید بر اصالت، راهبردهایی کلیدی برای جلب اعتماد به شمار می‌روند. شبکه‌های اجتماعی مجازی اغلب به‌عنوان پلی برای فعال‌سازی شبکه‌های اجتماعی واقعی و محلی عمل می‌کنند. تجربه عملی یکی از زنان این امر را تأیید می‌کند:

اون خانم منو شناخت و... اومد خونمون برای اندازه‌گیری... این خیلی خوب بود که خودش نزدیک بود و اومد اندازه گرفت (مصاحبه‌شونده شماره ۶).

۴-۵. مقوله اصلی چهارم: شبکه‌سازی، کنشگری و پیوندجویی اجتماعی

اینستاگرام برای زنان روستای خورچان، قلمرویی فراتر از یک فضای فردی گشوده است؛ عرصه‌ای که در آن امکان خلق، تقویت و فعال‌سازی پیوندهای اجتماعی جدید فراهم می‌آید. این فضا مرزهای فیزیکی و انزوای ناشی از موقعیت جغرافیایی را درنور دیده و بستری برای شبکه‌سازی هدفمند، کنشگری جمعی و پیوندجویی عاطفی-اقتصادی ایجاد می‌کند. این فرایند، که خود شکلی از عاملیت جمعی است، در ابعاد مکملی تجلی می‌یابد که هر یک بر ساختن سرمایه اجتماعی و مشروعیت بخشیدن به حضور فعال زنان در فضای عمومی تأکید دارند.



یکی از برجسته‌ترین وجوه این شبکه‌سازی، پیوندجویی عاطفی و کنشگری جمعی فرامحلی است. زنان از طریق مشارکت در کمپین‌های اجتماعی مجازی (مانند کمپین‌های مرتبط با تغییر قوانین یا مسائل زنان)، و با ابزارهایی مانند کامنت‌نویسی هماهنگ و هشتگ‌سازی، نه تنها صدای جمعی خود را تقویت می‌کنند، بلکه احساس تعلق به جامعه‌ای بزرگ‌تر و هدفمند را تجربه می‌کنند. یک مشارکت‌کننده با شرح فرایند مشارکت در یک کمپین تغییر قانون می‌گوید:

برنامه‌ریزی می‌کردند و هممون تا جایی که وقتش رو داشتیم می‌رفتیم زیر پست‌های اینستاگرام... حرف می‌زدیم... بعد ما می‌رفتیم کامنت می‌داشتیم تا بالاخره فراگیر بشه و به یه جایی برسه (مصاحبه‌شونده شماره ۲).

یکی از فرایندهای پیچیده، کسب تدریجی مشروعیت و تبدیل مقاومت به پشتیبانی در شبکه‌های نزدیک، به‌ویژه خانواده است. زنان با پایداری در برابر واکنش‌های اولیه منفی (بی‌توجهی، تمسخر یا مخالفت) و اثبات سودمندی و بی‌خطری فعالیت خود، به تدریج روابط قدرت را بازتعریف کرده و حق خود را برای حضور فعال در فضای دیجیتال تثبیت می‌کنند. این دستیابی به سرمایه نمادین مشروعیت درون ساختارهای سنتی اقتدار، به احساسی درونی از حقانیت و تأثیرگذاری مثبت می‌انجامد. این نقل‌قول، پایداری عاملیت فردی را در برابر ساختارهای محدودکننده محلی نشان می‌دهد:

من تا حد توانم سعی کردم شرایط سخت خونه و روستامون باعث نشن که من از اهداف و فعالیتیم دست بردارم (مصاحبه‌شونده شماره ۲).

در بعد عینی‌تر، اینستاگرام به بستری حیاتی برای اقتصاد امید و آفرینش معیشت دیجیتال تبدیل شده است. زنان با فروش محصولات محلی و تبدیل مهارت‌های سنتی (قالی‌بافی، صنایع دستی) به سرمایه نمادین و اقتصادی در بازاری فرامحلی، شبکه‌های اقتصادی غیررسمی مؤثری خلق می‌کنند. این «اقتصاد امید»، اگرچه با احساس محرومیت نسبی در قیاس با الگوهای تجمل‌گرایانه و ترس از شکست است، اما افقی از استقلال مالی و ارزش‌آفرینی شخصی را می‌گشاید. سخن یک مشارکت‌کننده گویای این گذار از انزوا و داشتن تریبون است:



قبل از داشتن اینستاگرام هیچ آشنایی با فضای بیرون نداشتم... فقط محدود به روستای خودمون بودم اما بعدش کم‌کم فهمیدم آدم‌ها چطور فعالیت می‌کنند... دلهره و ترسم ریخت... الان یک فضا و تربونی برای بروز دادن و درآمد خودم دارم (مصاحبه‌شونده شماره ۵).

۵-۵. مقوله اصلی پنجم: تقابل عاملیت فردی با جبر فناورانه

حضور زنان روستای خورچان در اینستاگرام، صحنه‌ای پیچیده از تعامل و تقابل دائمی بین عاملیت فردی و ساختارهای فناورانه مسلط را به نمایش می‌گذارد. آنان در عین بهره‌گیری فعال از امکانات پلتفرم، از محدودیت‌ها و جبرهای نهفته در دل این فناوری آگاهند. این آگاهی دوگانه، عاملیت دیجیتال آنان را نه به صورت خطی، بلکه در قالب مذاکره‌ای پیچیده و تنش‌زا با عواملی همچون وابستگی به زیرساخت‌های ناپایدار (مانند فیلترشکن) و سلطه الگوریتم‌های جهت‌دهنده شکل می‌دهد. این مقوله در دو بعد تجلی می‌یابد:

خردورزی نقادانه و گزینش آگاهانه: استیلای نسبی بر ابزار: زنان در برابر محتوا و منطق الگوریتم، با خودآگاهی و اراده فعال، تجربه دیجیتال خود را هدایت می‌کنند. این خردورزی استراتژیک و آینده‌نگر، شامل ارزیابی پیامدها، انطباق با ارزش‌های شخصی و توجه به واقعیت زندگی است. سنگ‌بنای آن، تمایز میان خودهای گوناگون (واقعی، ایده‌آل، نمایشی) و شناخت دقیق محدودیت‌ها و فرصت‌هاست. از این منظر، اینستاگرام منبعی بالقوه است که با فیلتر فعال محتوا، می‌توان آن را در خدمت یادگیری، ارتباط‌سازی و درآمدزایی به کار گرفت. این نگرش در گفته یکی از زنان مشهود است:

من به این تجربه رسیدم چیزی رو که ببینی یا دنبال کنی روت اثر می‌ذاره... شاید اونی نیست که تو می‌خوای پس من همیشه سعی میکنم همینی که خودم انتخاب کردم رو می‌بینم (مصاحبه‌شونده شماره ۸).

این گزاره نشان‌دهنده مقاومت آگاهانه در برابر جهت‌دهی الگوریتم و تلاش برای تصاحب مجدد توجه و کنش خویشتن است.

کشمکش ساختاری: عاملیت در محاصره جبر الگوریتمی و محدودیت‌های زیرساختی: در سوی دیگر عاملیت دیجیتال، محدودیت‌های ساختاری قدرتمندی قرار دارد: جبر



الگوریتمی که با منطقی ناپیدا، جریان اطلاعات، دیده شدن و شکل گیری روابط را هدایت می کند؛ و محدودیت های زیرساختی و اجتماعی نظیر دسترسی ناپایدار به اینترنت، نیاز به فیلترشکن، کمبود وقت و منابع، و بار سنگین مسئولیت های خانوادگی و هنجارهای محلی. در نتیجه، تجربه دیجیتال زنان آمیزه ای از کشمکش، تعلیق و گاه درماندگی است. تقابل خواست فردی برای تغییر و بیان خود با دیگری بزرگ الگوریتم و واقعیت مادی زندگی روستایی، تنشی زیسته میان آرزو و امکان، تصویر ایده آل و واقعیت روزمره، و صدای شخصی و سکوت تحمیل شده پدید می آورد که تعارضات درونی (احساس عقب ماندگی، دوگانگی لذت یادگیری و اضطراب ناکامی) را نیز برمی انگیزد. یکی از مشارکت کنندگان این تقابل را چنین بیان می کند:

بزرگ ترین مشکلم اینه که زمان ندارم... مشکل اینه که چرا اینستاگرام اون چیزی که خودش می خواد رو به من نشون میده. از اینکه همش فکر می کنم این یه هوش مصنوعیه که داره به ما جهت میده حس بدی دارم (مصاحبه شونده شماره ۸).



۵-۶. مقوله اصلی ششم: تنش های نقش والدگری و جنسیتی در عصر دیجیتال

اینستاگرام صحنه بروز تنش های قدیمی و جدید در نقش مادری و همسری است. از یک سو، آنان با مشاهده محتوای آموزشی، روش های تربیتی مدرن تری می آموزند و سعی می کنند مادران بهتری باشند. از سوی دیگر، نگران تأثیر منفی فضای مجازی بر فرزندان خود هستند و گاه در کنترل استفاده آنها احساس ناتوانی می کنند. همچنین، فعالیت آنها در اینستاگرام گاه با مقاومت همسران یا پسران مواجه می شود که ترجیح می دهند آنان در نقش سنتی خود در خانه باقی بمانند. اینستاگرام هم می تواند ابزار توانمندسازی باشد و هم عامل تشدید انتظارات سنتی. برای مثال در تجربه زنان خورچان، فداکاری نه تنها یک انتخاب، بلکه ساختاری از هستی مادری است که در فضای دیجیتال نیز امتداد می یابد. این فداگری در قالب فراموشی خود و اولویت دائمی فرزندان ظهور می کند.

زود درگیر بچه شدیم اصلاً یادم رفت آرزو هام را (مصاحبه شونده شماره ۱).

محدودیت نیز در تجربه این زنان، هم فیزیکی (جغرافیایی، مالی) و هم هنجاری (جنسیتی، خانوادگی) است. زیست جهان زنان روستای خورچان در تقاطع امر سنتی (نقش های جنسیتی و والدگری) و امر دیجیتال (اینستاگرام) قرار دارد.

پسرام نمی دارن مثل بقیه خانم هایی که تو اینستا دیدم کار کنم. می گن تو باید تو خونه باشی و ما وقتی می آییم تو نیستی احساس بدی داریم و خونمون بی انرژی (مصاحبه شونده شماره ۴).

۷-۵. مقوله اصلی هفتم- اینستاگرام به مثابه قلمرو گریز و آسایش

برای بسیاری از زنان خورچان، اینستاگرام بیش از هر چیز یک پناهگاه است؛ فضایی برای فرار موقت از مشغله های روزمره، تنهایی یا یکنواختی زندگی روستایی. تماشای محتوای زیبا، طنز، احساسی یا الهام بخش به آنان آرامش می دهد و روحیه شان را تغییر می دهد. در این قلمرو، آن ها می توانند بدون قید و بندهای زندگی واقعی، کمی آسوده شوند، بخندند، یاد بگیرند و حتی خود ایده آل تری را تصور کنند. اینستاگرام در این معنا، یک مکان ذهنی برای استراحت و تجدید قواست.

اگر اینستاگرام نبود خیلی حوصلم سر می رفت... حداقل روزی دو تا سه ساعت توی اینستا می گذروم و متوجه گذر زمانم نمی شوم... اگر نبود خیلی سخت وقتم می گذشت و احتمالاً افسرده می شدم (مصاحبه شونده شماره ۱۵).

این گفته به روشنی نشان می دهد که اینستاگرام جاگزینی برای خلأ معنا بخش در زندگی روزمره است. گوینده نه فقط برای سرگرمی، بلکه برای پر کردن زمان تهی و جلوگیری از فروافتادن در احساس پوچی و افسردگی به این فضا پناه می برد. در این بیان، اینستاگرام همچون سدی در برابر جریان ملال آور زمان عمل می کند، و کاربر را در حالتی از غرق شدگی آگاهانه نگه می دارد.

۸-۵. مقوله کلان: زیست چندلایه در میانه سنت های محلی و زندگی دیجیتال: کشمکش

عاملیت، بازاندیشی هویتی و تدبیر معیشت در قلمرو نمایشی اینستاگرام

این مقوله، هسته اصلی تجربه زنان خورچان در مواجهه با اینستاگرام است: زندگی آنان در لایه های درهم تنیده سنت و مدرنیته، واقعیت و نمایش، عاملیت و جبر جریان دارد.





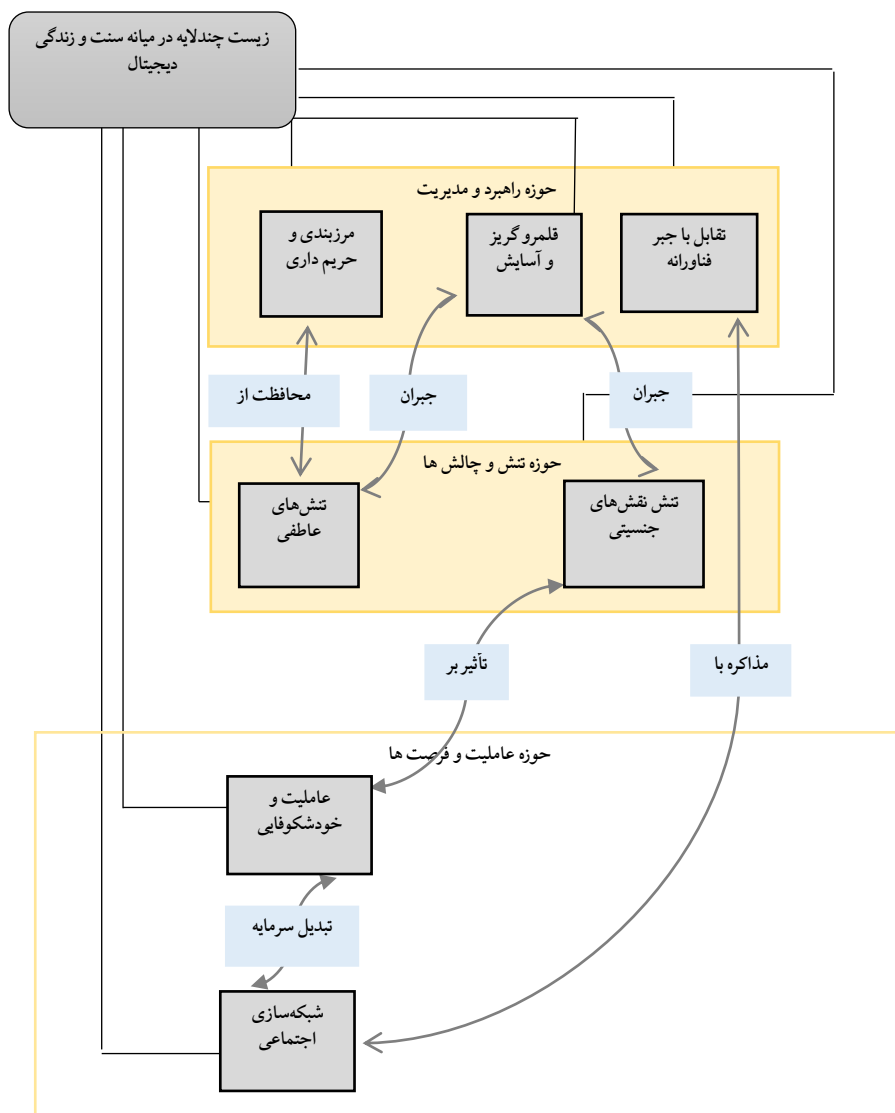
اینستاگرام صحنه‌ای است که در آن زنان به‌گونه‌ای فعال و انتقادی به بازان‌دیشی هویت، بازتعریف نقش‌ها و تدبیر معیشت می‌پردازند.

از سویی، ابزاری است برای فراتر رفتن از نقش‌های سنتی، یادگیری، کسب‌وکار و صدایابی (عاملیت دیجیتال)؛ از سوی دیگر، این عاملیت در دل جبرهای تکنولوژیک (الگوریتم، فیلترشکن)، اجتماعی (خانواده، هنجارها) و اقتصادی (محدودیت مالی، دسترسی نابرابر) شکل می‌گیرد. زیست آنان رقصی پرتنش میان خواستن دیده‌شدن برای پیشرفت و ترس از قضاوت ناشی از شکستن هنجارهاست.

این زیست چندلایه به بازان‌دیشی پیوسته هویتی (گیدنز) می‌انجامد: زنان هم تصویر خود ایده‌آل را می‌بینند و هم تصویری مقایسه‌شده و کم‌ارزش را. هویت آنان سیال، موقعیتی و چندپاره می‌شود؛ گاه مادری سنتی، گاه فروشنده‌ای مدرن و گاه دانشجویی مشتاق.

اینستاگرام همچنین به عرصه‌ای حیاتی برای تدبیر معیشت بدل شده است: بازاری برای فروش محصولات، ویرینی برای هنر دستی و کلاسی برای آموزش مهارت‌ها. اما این اقتصاد نمایشی با تناقضاتی همراه است: تعادل میان ارزش‌های اخلاقی و الزامات بازار، و میان خانواده و فعالیت در پیج.

در مجموع، زیست این زنان نمونه‌ای از زندگی در منطقه‌ای مرزی است؛ جایی که سنت و دیجیتال، عاملیت و ساختار، نمایش و معیشت در هم می‌آمیزند و زیست جهانی پیچیده، پویا و مملو از امکان و تنش می‌سازند. آنان نه منفعلند و نه کاملاً مسلط، بلکه با تدبیر، انتخاب آگاهانه و بازان‌دیشی دائم، مسیر خود را در این قلمرو نمایشی می‌سازند.



شکل ۱. زیست چندلایه زنان روستایی در اینستاگرام: برساخت هویت در مرز سنت های محلی و زندگی دیجیتال

۶. بحث و نتیجه گیری

نتایج این پژوهش حکایت از شکل گیری زیست چندلایه و پارادوکسیکال در منطقه مرزی سنت محلی و دیجیتال جهانی دارد.



زنان با امکانات اینستاگرام، عاملیت دیجیتال خود را در قالب خودشکوفایی بازتابی، کارآفرینی اقتصادی و بر ساخت هویت‌های ترکیبی (سنتی- مدرن) محقق می‌سازند که عینیت بخشیدن به پروژه هویت بازاندیشانه گیدنز است.

زیست‌جهان آنان تجلی عینی دوگانگی ساختار (گیدنز، ۱۹۸۴) است. ساختارهای اجتماعی ریشه‌دار در بافت محلی (هنجارهای جنسیتی، نظارت خویشاوندی و تقسیم کار مبتنی بر نقش‌های مادری و همسری) و ساختارهای فناورانه پلتفرم (اعم از الگوریتم‌های جهت‌دهنده، وابستگی به زیرساخت‌های ناپایدار و منطق ذاتی خودبررسی و مصرف نمادین)، نه صرفاً به مثابه زنجیره‌ای محدودکننده، بلکه به عنوان منابع و قواعدی دوگانه عمل می‌کنند. این ساختارها از جهتی، دامنه گزینه‌های قابل تصور و کنش‌های ممکن را برای زنان محدود می‌نمایند (از طریق ترس از داغ ننگ، خودسانسوری و احساس محرومیت نسبی ناشی از مقایسه)؛ اما از جهتی دیگر، همان ساختارها با فراهم آوردن منابع نمادین نوین (الگوهای موفقیت، دانش‌های تازه، شبکه‌های فرامحلی)، امکان ظهور اشکالی بدیع از عاملیت را میسر می‌سازند (گیدنز، ۱۳۷۸، ۴۲).

از سوی دیگر، زنان خورچان به عنوان کنشگرانی تأمل‌گر (گیدنز، ۱۹۹۱)، صرفاً مجریان منفعل قواعد نیستند. آنان با بهره‌گیری از خرد عملی^۱ خود، دست به گزینش و مذاکره می‌زنند. به عنوان مثال، راهبردهای مرزبندی و حریم‌داری را می‌توان نه انفعال در برابر هنجارهای سنتی، بلکه بازتولید خلاقانه و تفسیر موقعیت‌مند آن هنجارها در بستری نوین تلقی کرد. به همین ترتیب، کنشگران با خلق اقتصاد امید و شبکه‌سازی اقتصادی- اجتماعی، منابع تازه‌ای (اعم از مادی و نمادین) را وارد ساختار اقتصادی- اجتماعی روستا می‌کنند و به این ترتیب، به‌طور بالقوه به دگرگونی تدریجی آن یاری می‌رسانند. این همان دیالکتیکی است که گیدنز (۱۹۸۴، ۱۹۹۱) در قالب تأمل‌گری و نظارت مستمر کنشگران بر کنش خود و پیامدهای ناخواسته آن تبیین می‌کند. در نتیجه، زیست



چندلایه آنان، نمونه‌ای گویا از این دیالکتیک است: زنان هم‌زمان درون و برون ساختارها قرار دارند؛ کنش‌های روزمره‌شان ساختارها را بازتولید می‌کند، اما همین کنش‌ها، بسته به میزان تأمل‌گری و بهره‌گیری از منابع، به بازتعریف و تغییر تدریجی قواعد و منابع می‌انجامند.

نظریه نمایشی گافمن (۱۳۸۶) به پرسش زنان چگونه خود را در اینستاگرام به نمایش می‌گذارند و از حریم خود محافظت می‌کنند؟ پاسخ می‌دهد. زنان، به عنوان اجراکنندگانی آگاه، با تفکیک حریم شخصی، خانوادگی و حرفه‌ای (پشت صحنه، صحنه میانی، جلوی صحنه)، سلسله‌مراتبی از افشاسازی را رعایت می‌کنند؛ با پرهیز از لایک و محدود کردن مخاطب، به شکل مصرف‌کنندگان پنهان عمل می‌نمایند تا از قضاوت در امان بمانند؛ و با نمایش حساب‌شده موفقیت‌ها، از ترس «چشم‌زخم» محافظت می‌کنند. این یافته‌ها پژوهش‌هایی مانند کریمی و همکاران (۱۴۰۰) را که اینستاگرام را صرفاً عرصه‌ای برای دیدن و دیده شدن می‌دانند، بسط و پیچیده می‌سازد. برای زنان حاشیه‌نشین، دیده شدن هم‌زمان حامل مزیت و تهدید است و مدیریت این ریسک، بخش بزرگی از کار دیجیتال آنان را تشکیل می‌دهد.

در مجموع، مرزبندی دیجیتال برای زنان خورچان، پاسخی خلاقانه و چندلایه به تناقض بین گشودگی مجازی و محدودیت‌های فرهنگی-اجتماعی محیط واقعی است. این رفتار در چارچوب مدیریت تأثیر گافمن، اینستاگرام را صحنه‌ای عمومی می‌داند که نیازمند کارگردانی دقیق برای نقش مطلوب است و هم‌زمان شکلی از مقاومت روزمره در برابر منطق بی‌مرز و افشاساز پلتفرم محسوب می‌شود. یعنی اینستاگرام هم فرصت و هم تهدیدآمیز است و حفظ حریم پیچیده، چالشی دائمی برای عاملیت این زنان است. این فرایند، نه انفعال، بلکه نمایشی از سوژگی تدبیرگرایانه در دل ساختارهای محدودکننده است.

سرانجام، نظریه برساخت اجتماعی (برگر و لاکمن، ۱۴۰۳) نیز این فرایند را در چرخه دیالکتیکی برون‌سازی، عینیت‌یابی و درون‌سازی ترسیم می‌کند: زنان ابتدا



هنجارهای دیجیتال (مثل الگوی زن کارآفرین) را درون‌سازی می‌کنند، سپس با برون‌سازی نسخه‌ای بازطراحی‌شده از خود، آن را به عرصه عمومی می‌کشانند و نهایتاً از طریق درآمد، بازخورد و مشروعیت، به عینیت بخشی هویت نوین می‌رسند. این به پرسش پژوهش‌هایی چون اصغرپور و داوری (۱۴۰۰) در مورد مصرف‌گرایی پاسخ می‌دهد، اما مصرف‌گرایی را در بستری معیشتی بازتعریف می‌کند: نمایش سلیقه، نه بازی صرف نمادین، بلکه ابزاری حساب‌شده برای جلب اعتماد و تمایز در بازار است و مصرف دیجیتال به عاملیت اقتصادی بدل می‌شود.

مقایسه نتایج پژوهش با تحقیقات قبلی نیز بیانگر نکات ارزشمندی است. یافته‌های مربوط به شبکه‌سازی و کنشگری جمعی، نتایج پژوهش‌های پیشین (خزرائی و نوواک، ۲۰۱۸؛ رهبری، ۲۰۱۹) را تأیید و بسط می‌دهد. اینستاگرام به زنان خورچان امکان می‌دهد با ایجاد پیوندهای ضعیف فرامحلی، از روستا فراتر روند؛ مشارکت در کمپین‌ها، عاملیت جمعی را تقویت و مقاومت محلی را مشروعیت می‌بخشند. همچنین اقتصاد امید از طریق فروش محصولات محلی، مصداق اقتصاد غیررسمی دیجیتال و مقاومت معیشتی است و شکاف پژوهشی درباره درآمدزایی دیجیتال زنان روستایی را پر می‌کند.

پژوهش، ذات پارادوکسیکال تجربه دیجیتال برای زنان حاشیه‌نشین را آشکار می‌سازد: اینستاگرام هم عرصه خودشکوفایی، شبکه‌سازی و معیشت است و هم کانون مقایسه‌های مخرب، فرسایش روانی و اتلاف وقت. این یافته، هشدار پژوهشگرانی چون دافی و هاند (۲۰۱۹) را در مورد بازتولید کلیشه‌ها و فشارهای نو در فضای مجازی، در بافتی تازه تأیید می‌کند. همزمان، مقوله اینستاگرام به مثابه قلمرو گریز کارکرد ترمیمی و جبرانی آن را نشان می‌دهد و نگاه یک‌سویه به رسانه را (صرفاً آسیب‌زا یا صرفاً توانمندساز) به چالش می‌کشد.

یافته‌ها نشان می‌دهد عاملیت دیجیتال زنان روستای خورچان را نمی‌توان همسان با تجربه زنان شهری دانست. هرچند هر دو گروه از اینستاگرام برای خودابرازی، ارتباط،



سرگرمی، یادگیری و اقتصاد استفاده می‌کنند، اما معنای این کنش‌ها در بستر روستایی متفاوت است. در شهر، ناشناسی نسبی، تنوع سبک‌های زندگی و فاصله اجتماعی بیشتر، امکان آزمون هویت‌های گوناگون را فراهم می‌آورد؛ اما در روستا، نزدیکی روابط، شناخت متقابل و پربرنگی شبکه‌های خویشاوندی باعث می‌شود کنش دیجیتال فرد، فوراً به موضوع قضاوت و تفسیر اجتماعی بدل شود.

بنابراین، تفاوت زنان روستایی و شهری نه در خود استفاده از اینستاگرام که در بستر اجتماعی و پیامدهای آن است. زنان خورچان همان ابزارها، فرم‌ها و الگوهای بازنمایی رایج در فضای دیجیتال را به کار می‌گیرند، اما ناگزیرند این الگوها را با انتظارات خانواده، عرف محلی و حساسیت‌های جنسیتی سازگار کنند. از این منظر، اینستاگرام برای آنان هم‌زمان عرصه گشودگی و محدودیت است: از یک سو امکان دیده شدن، ارتباط‌گیری و بازتعریف خود را می‌دهد و از سویی، آنان را در معرض شکل‌های تازه‌ای از داوری، مقایسه و کنترل قرار می‌دهد.

یافته‌ها با نظریه ساخت‌یابی گیدنز همخوان است؛ ساختار روستایی نه تنها مانع، بلکه هم‌زمان محدودکننده و امکان‌بخش است. هنجارهای محلی، فرهنگ آبرو و نظم جنسیتی، مرزهای کنش دیجیتال را تعیین می‌کنند، اما همین محدودیت‌ها زنان را به راهبردهای خلاقانه‌ای چون مدیریت مخاطب، گزینش‌گری در خودنمایی، تفکیک فضای خصوصی و عمومی، و استفاده محتاطانه از اینستاگرام سوق می‌دهند. بدین ترتیب، عاملیت زنان نه بیرون از ساختار، بلکه درون آن و از طریق مذاکره روزمره با قواعد اجتماعی شکل می‌گیرد.

یافته‌ها هم بر شباهت و هم بر تفاوت تجربه زنان روستایی با شهری دلالت دارند. گسترش اینستاگرام الگوهای خودابرازی، مصرف رسانه‌ای، مقایسه اجتماعی و نمایش سبک زندگی را تا حدی به هم نزدیک کرده و مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را کمرنگ نموده است. اما این همسانی ظاهری به معنای یکسانی زمینه اجتماعی نیست؛ زنان روستایی همین الگوها را در فضایی با قضاوت اجتماعی نزدیک‌تر، شبکه خویشاوندی



پررنگ‌تر و هنجارهای جنسیتی الزام‌آورتر به کار می‌گیرند. بنابراین، هرچند فرم استفاده مشابه است، معنای اجتماعی و پیامدهای آن در بافت روستایی متفاوت است؛ دیجیتالی شدن الگوهای هویتی مشترک ایجاد می‌کند، اما تجربه آنها همچنان وابسته به زمینه اجتماعی و محلی است.

یافته‌ها نشان داد اینستاگرام برای زنان خورچان فراتر از سرگرمی، فضایی برای بازتعریف خود، دیده‌شدن، یادگیری، شبکه‌سازی، درآمدزایی و عاملیت اجتماعی است؛ اما هم‌زمان مقایسه، محرومیت، فشار روانی و تعلیق خواسته‌ها را نیز تقویت می‌کند. زیست دیجیتال آنان چندلایه است و عاملیت فردی در تعامل دائمی با محدودیت‌های خانوادگی، جنسیتی، فرهنگی و فناورانه شکل می‌گیرد. اینستاگرام هم عرصه گریز از روزمرگی و تولید امید است و هم میدان مذاکره بر سر هویت، حریم و نقش‌ها. بنابراین سیاست‌گذاری نباید صرفاً بر دسترسی فنی متمرکز باشد، بلکه باید شامل آموزش سواد رسانه‌ای، حمایت اجتماعی و تقویت کنشگری دیجیتال باشد.

برای بهره‌گیری سازنده از ظرفیت‌های فضای دیجیتال در زندگی اجتماعی و اقتصادی زنان روستایی، لازم است سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌ای بر مجموعه‌ای از اقدامات به‌هم‌پیوسته متمرکز شود. توانمندسازی اقتصادی از طریق ایجاد پلتفرم‌های بومی برای فروش مستقیم محصولات، آموزش سواد دیجیتال و مهارت‌های تولید محتوا و بازاریابی اخلاق‌مدار، و نیز فراهم‌سازی زیرساخت اینترنت پرسرعت از گام‌های اساسی در این مسیر است.

در کنار آن، ارتقای سواد رسانه‌ای و توجه به سلامت روانی-اجتماعی از جمله آموزش شیوه تشخیص محتوای ایده‌آل‌سازی‌شده، تقویت نگاه انتقادی به الگوریتم‌ها، تولید محتوای واقعی از زندگی روستایی و ایجاد فضاهای امن گفت‌وگو و مشاوره برای زنان اهمیت بسیاری دارد. تقویت شبکه‌سازی و شکل‌دهی گروه‌ها و کانال‌های امن برای تبادل تجربه، همیاری و کنشگری جمعی، و برگزاری رویدادهای مجازی میان تولیدکنندگان روستایی و بازارهای شهری می‌تواند زمینه‌ساز گسترش فرصت‌ها باشد.

تداوم پژوهش‌های میدانی برای پایش تغییرات هویتی و اثربخشی مداخلات، همراه با مستندسازی و انتشار روایت‌های موفقیت زنان روستایی در عرصه دیجیتال، نیز نقشی مهم در تولید دانش بومی و الهام‌بخشی نسل‌های آینده خواهد داشت.

سپاسگزاری

این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت راهبردی فرهنگ در دانشگاه اصفهان بوده است.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ‌گونه تعارض منافی در خصوص این پژوهش وجود ندارد.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

در فرایند نگارش این مقاله، از ابزار هوش مصنوعی Consensus صرفاً برای کمک به جست‌وجوی اولیه منابع، بهبود نگارشی و تنظیم بهتر بخش پیشینه پژوهش استفاده شده است. با این حال، انتخاب نهایی منابع، بررسی اعتبار آن‌ها، تحلیل داده‌ها، تفسیر یافته‌ها و تدوین محتوای علمی مقاله به‌طور کامل توسط نویسندگان انجام شده است. مسئولیت کامل صحت، اصالت و ملاحظات اخلاقی مقاله نیز بر عهده نویسندگان است.





اصغریور ماسوله، احمدرضا؛ داوری، حدا (۱۴۰۰). نشانه‌شناسی هویت مصرفی در میان کاربران پرمخاطب ایرانی شبکه اجتماعی اینستاگرام. فصلنامه رسانه، ۳۳(۲)، ۱۷۱-۱۹۲.
<https://doi.org/10.22034/bmsp.2021.279716>

برگر، پیتر؛ و لوکمان، توماس (۱۴۰۳). ساخت اجتماعی واقعیت: رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت (ترجمه فرزاد مجیدی، چاپ پنجم). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

جعفری، علی؛ فرج‌زاده، غلامعی (۱۴۰۳). نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت ملی دانش‌آموزان دوره متوسطه: یک مطالعه پدیدارشناسی. فصلنامه رسانه، ۳۵(۱)، ۸۳-۱۰۲.

ریتزر، جرج، و گودمن، داگلاس (۱۳۹۰). نظریه جامعه‌شناسی مدرن (ترجمه خلیل میرزایی و عباس لطفی‌زاده، مترجمان؛ چاپ اول). تهران: جامعه‌شناسان.

کریمی، بهزاد؛ دلاور، علی، و فرهنگی، علی اکبر (۱۴۰۰). اینستاگرام در تجربه زیسته کاربران. مطالعات رسانه‌ای، ۱۶(۵۵)، ۲۱-۳۴.

کریمیان طالخونچه، نجمه؛ صدرارحامی، نفیسه؛ حمیدیان، اکرم؛ و مصطفوی کهنکی، فرحناز (۱۴۰۲). نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی: مورد مطالعه شهروندان شهر اصفهان. مطالعات رسانه‌های نوین، ۹(۳۳)، ۴۹۲-۴۵۵.
<https://doi.org/10.22054/nms.2022.67251.1382>

کرایب، یان (۱۳۸۱). نظریه اجتماعی (ترجمه علی مخبر). تهران: نشر آگه.
کیویستو، پیتر (۱۴۰۴). اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی (ترجمه منوچهر صبوری، چاپ شانزدهم). تهران: نشر نی.

گافمن، اروینگ (۱۳۸۶). داغ‌نگ (ترجمه مسعود کیانپور، چاپ اول). تهران: نشر مرکز.
گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). ساخت‌یابی جامعه: کاوشی در باب ساخت‌یابی و ساختار اجتماعی (ترجمه حسن مرتضوی). تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید (ترجمه ناصر موفقیان، مترجم؛ چاپ پنجم). تهران: نشر نی.

ماهر، زهرا؛ ذاکری نصرآبادی، زهرا؛ و خیراللهی، پگاه (۱۴۰۴). واکاوی تجربه زنان روستایی از طلاق در بستر تغییرات فرهنگی روستا: مطالعه موردی سه روستا در شرق اصفهان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۸(۳)، ۹۷-۱۲۹.
<https://doi.org/10.22035/jicr.2025.3450.3695>



- Aghapouri, J., & Ahmadi, A. (2021). The representation and reconstruction of ethno-national identity on social media by Kurdish women in Rojhelat, Kurdistan-Iran. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, 33(2), 171-192. <https://doi.org/10.1111/sena.12351>
- Alimohammadi, A., Atef-Vahid, M. K., & Mortazavi, S. S. (2024). Psychopolitics and Instagram: A Qualitative Study of the Psychic Life of Iranian Women Micro-Celebrities on Instagram. *Australian Feminist Studies*, 39(121), 332-353. <https://doi.org/10.1080/08164649.2025.2454208>
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. *Social Media + Society*, 4(4), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>
- Caldeira, S., De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2020). Between the mundane and the political: Women's self-representations on Instagram. *Social Media + Society*, 6(3), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305120940802>
- Chau, D., & Lee, C. (2017). Discursive construction of identities in a social network-educational space: Insights from an undergraduate Facebook group for a linguistics course. *Discourse Context & Media*, 18(4), 31-39.
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it. In R. S. Valle & M. King (Eds.), *Existential-Phenomenological alternatives for psychology*, Oxford University Press, 6, 48-71.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). Gendered visibility on social media: Navigating Instagram's authenticity bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983-5004. <https://doi.org/10.32376/3f8575cb.3f03db0e>
- Einifar, M., & Kosari, M. (2020). How Iranian women express themselves through social media photos: A case study of Instagram. *Journal of Cyberspace Studies*, 4, 1-26. <https://doi.org/10.22059/jcss.2020.289643.1040>
- Garousi, S., Saeedi, M., & Bانشosseinpour, A. (2025). Iranian women with disabilities: Self-representation on Instagram. *Journal of Social Sciences*, 18(3), 135-160. <https://doi.org/10.22034/jss.2025.2041649.1861>
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Polity Press.
- Hurley, Z. (2019). Imagined affordances of Instagram and the fantastical authenticity of female Gulf-Arab social media influencers. *Social Media + Society*, 5(1), 1-16. <https://doi.org/10.1177/2056305118819241>
- Hurley, Z. (2021). Reimagining Arab women's social media empowerment and the postdigital condition. *Social Media + Society*, 7(2), 1-14. <https://doi.org/10.1177/20563051211010169>

- Khazraee, E., & Novak, A. (2018). Digitally mediated protest: Social media affordances for collective identity construction. *Social Media + Society*, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305118765740>
- Krylova-Grek, Y. M. (2022). Mass media as a factor influencing the concept's semantic field. *Signo*, 47(88), 65-72. <https://doi.org/10.17058/Signo.v47i88.17383>
- Nikjoo, A., Markwell, K., Nikbin, M., & Hernández-Lara, A. (2021). The flag-bearers of change in a patriarchal Muslim society: Narratives of Iranian solo female travelers on Instagram. *Tourism Management Perspectives*, 38(100817), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100817>
- Rahbari, L. (2019). Pushing gender to its limits: Iranian women bodybuilders on Instagram. *Journal of Gender Studies*, 28, 591-602. <https://doi.org/10.1080/09589236.2019.1597582>
- Rahbari, L., Longman, C., & Coene, G. (2019). The female body as the bearer of national identity in Iran: A critical discourse analysis of the representation of women's bodies in official online outlets. *Gender, Place & Culture*, 26, 1417-1437. <https://doi.org/10.1080/0966369x.2018.1555147>
- Shafie, L. A., Nayan, S., & Osman, N. (2012). Constructing identity through Facebook profiles: Online identity and visual impression management of university students in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 134-140.
- Strelitz, L. (2008). Biography, media consumption, and identity formation. *Journal of Media Studies*, 4(2), 63-82.
- Toktarbekova, L., Zhandossova, S., & Bektenova, M. (2025). Kazakh women's visual religious identity and Islamic agency on Instagram. *Pharos Journal of Theology*. 106(3). <https://doi.org/10.46222/pharosjot.106.3041>
- Yang, H.-G., & Fatimah, T. S. (2023). Social identity construction in digital communities: A case study on social media users in Indonesia. *International Journal of Public Health Science*, 1(4), 221-227. <https://doi.org/10.38035/ijphs.v1i4.730>
- Zahrani, D., Barzian, A., Sharifzadeh, R., & Khorasgani, A. (2025). The collective construction of the hijab controversy in Iran through the agency of the Instagram camera. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. Journal of Religion Media and Digital Culture 14(1), 68-95, <https://doi.org/10.1163/21659214-14010001>

