

برساخت هویت اجتماعی و نمایش بدن (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)

۱- میلاد پوررجبی ۲- علی اکبر مجدی

چکیده

هدف این مقاله بررسی شیوه برساخت هویت از طریق مصرف بدن، مخصوصاً نمایش آن به صورت کالا، در میان دختران دانشجو است. از آنجا که بدن امروزه مرکز ثقل توجهات و به منزله یک ابزار برای رسیدن به فرصت‌ها و امتیازات اجتماعی در میان دانشجویان تعریف می‌شود نمایش آن به شدت در میان دانشجویان دختر رایج شده است، بررسی و تحلیل آن می‌تواند زوایایی نهفته این گرایش را آشکار کند. در جهان مدرن امروز مقوله برساخت هویت در بین دانشجویان خصلتی پیچیده و چندلایه به خود گرفته است.

در این مطالعه بر مبنای نمونه‌گیری نظری با ۴۵ مصاحبه عمیق و نیمه ساختارمند از دختران دانشجو مرحله مصاحبه به حد اشباع رسید. تجزیه و تحلیل محتوای مصاحبه‌ها بر مبنای تحلیل موضوعی صورت گرفت. نتایج مبین آن است که دختران دانشجو با مصرف بدن عملاً دغدغه‌ها و مسائل خود را مطرح می‌کنند. بدن ابزاری است که آنها از طریق آن زندگی خود را معنادار و هویت خویش را غنی می‌کنند. دختران دانشجو با استفاده از پوشش و لباس‌ها، به مثابه پدیده‌های جهانی، محلی‌گرایی خود را نیز ثابت می‌کردند. وجود گفتمان‌های غالب و گاه متعارض در نحوه تفسیر و قرائت فهم زندگی از سوی دانشجویان تأثیرگذار است.

کلیدواژه‌گان: بدن، هویت، محلی‌گرایی، برساخت هویت، تحلیل موضوعی.

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
- ۲- استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

Building a social identity and body display (Case Study: Students at Tehran University)

- Milad Pourrajabi ¹
- Ali Akbar Majdi ²

Abstract

The purpose of this study is to examine the way in which the identity is constructed through the body consumption, especially through the presentation of the body as a product among female students.

Since today, body is the center of attention and is a tool for achieving social opportunities and social advantages among students, its display has become widespread among female students, and its analysis can reveal the underlying angles of this tendency. In today's modern world, the concept of identity building among students has become complex and multi-layered. In this study, based on theoretical sampling, 45 deep and semi-structured interviews from the students of the stage reached the saturation stage. The analysis of the content of the interviews was based on a theoretical analysis. The results indicate that female students are practically raising their concerns and issues with body use. The body is a tool through which they make their lives meaningful and enrich their identities. Female students proved their localism as a global phenomenon, using clothing. The existence of dominant and sometimes controversial discourses is influential in interpreting and understanding the concept of life of life by students.

Keywords Body, identity, localism, identity building, thematic analysis.

PhD student, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

² Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

در طول تاریخ، حتی مجازات‌ها نیز به نوعی مجازات بدن و تحقیر آن بوده است (بوردیو، ۱۳۹۲: ۱۵۲؛ فوکو ۱۳۹۰: ۸۹؛ سوامی^۱، ۲۰۱۰). فلک کردن، زندان، تبعید، آفتابه‌های گردن‌آویز، شلاق و سنگسار بیش از آنکه نشان اجرای عدالت باشند، جنگی نابرابر بر علیه بدن بوده‌اند، بدن، حوزه‌های متعددی از نوع حجاب تا نوع جنسیت و روابط جنسی را در کنترل خود دارد؛ گستره تداوم بدن در نقش‌های مختلف از اتاق‌خواب‌های شخصی تا محیط‌های اجتماعی افراد را مجبور می‌کند تا درباره سبک و سیاق بدن خود اندیشه کنند، اغلب فهم این امر در جامعه‌شناسی به گونه‌ی است که بدن را دارای تاریخ و فرهنگ می‌دانند (گیدنز، ۱۳۸۸: ۳۲؛ وب^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). دنیای مدرن با ارائه «بدن جذاب»، مناسبات انسانی و اجتماعی را تحت تأثیر قرارداد و مسائلی از قبیل پیشرفت پزشکی، صنایع آرایشی و بهداشتی، ورزش، تبلیغات و... باعث شد، بدن به عنوان بی‌واسطه‌ترین و مستقیم‌ترین مکانی که تفاوت شکل‌های هویت را مشخص می‌کند، باشد. بدن انسان اقتضائات اجتماعی - فرهنگی خاصی دارد (هسن بیبر، کوین و زینو^۳، ۲۰۰۶؛ احمدی، ۱۳۸۶: ۶۵؛ جواهری، ۱۳۸۷: ۷۷). مناسک متعدد فرهنگی که در گذران عمر بر بدن انسان حاکم است (آداب تولد تا مرگ)، آن قدر شامل تغییرات خواهد بود که به موازات این تغییرات، نگرش فرد به خود، نوع ارتباطش با دیگران و جایگاه او در جامعه تغییر می‌کند (پوررجبی و اصغرپور^۴، ۲۰۱۹). پیامدهای این تغییرات نه تنها بر ویژگی‌های کلی جسم انسان‌ها بلکه بر اجزای بدن آن‌ها نیز دلالت‌های معنایی خاص ایجاد می‌کند. نمایش بدن اصطلاحی است که به اطوار، آرایش چهره، وضع پوشش اندام در روابط اجتماعی اشاره دارد (ون ایدین و همکاران^۵، ۲۰۱۹؛ ون دسل و دی هورور^۶، ۲۰۱۸؛ یانگ، راتنر و فازیبو^۷، ۲۰۱۴). این واژه، بیانگر این واقعیت است که فروشگاهی برای جلب مشتری و معتبر شدن از ویتترین زیبا استفاده می‌کند، بدن ما نیز همانند رسانه‌ای قادر است پیام‌های ناگفته ما را منتقل کند (جواهری، ۱۳۸۷: ۷۸). اغلب این پیام‌های ناگفته به گونه‌ی در بر ساخت هویت اجتماعی افراد نقش تعیین کننده دارند چرا که متفکران اجتماعی بدن را به منزله‌ی مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین قرارگاهی می‌دانند که می‌تواند حامل و نمایشگر تفاوت‌های شیوه‌ی زندگی و شکل‌های هویت اجتماعی باشد، این شکل‌دهی اجتماعی بدن توسط افراد معمولاً منطبق بر جایگاه طبقاتی آنان و باورها و ارزش‌های هر فرد است (ون دسل و دی هورور، ۲۰۱۸؛ جلالی پور و محمدی، ۱۳۹۴: ۲۱۷) بدن افراد مهم‌ترین بخش از هویت

¹ Swami

² Webb

³ Hesse-Biber, Quinn & Zoino

⁴ Pourrajabi and Asgharpour

⁵ Van Eeden

⁶ Van Dessel & De Houwer

⁷ Young, Ratner & Fazio

اجتماعی آنان است (کوهن^۸، ۲۰۱۰؛ ذکایی، ۱۳۸۷: ۱۰۹)، هویت اجتماعی یعنی آن بخش از تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند (ون ایدین و همکاران، ۲۰۱۹)؛ این احساس، بازتاب نگرشی است که دیگران به او می‌دهند. به بیانی دیگر، هویت اجتماعی پیوند خودبا عضویت در گروه‌های اجتماعی است (یانگ و همکاران، ۲۰۱۴؛ جعفری، ۱۳۸۷: ۷۶؛ چاوشیان، ۱۳۸۱: ۹۸). در جامعه سنتی مبنای هویت اجتماعی افراد ویژگی‌های انتسابی بود؛ اما در جوامع مدرن دو رویکرد عمده در خصوص مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی وجود دارد: در رویکرد نخست موقعیت فرد در نظام تولید، که تبلور آن در مفهوم طبقه است شالوده هویت اجتماعی است و در رویکرد جدیدتر نوع و سبک رفتار و کنش‌های مصرفی است که مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی و شالوده‌ی تمایزات اجتماعی است. در نتیجه اگر شیوه‌های زندگی یکی از چارچوب‌های اصلی سازماندهی و دخل و تصرف در هویت اجتماعی باشند آنگاه این شیوه‌های زندگی اساساً از رهگذر نمایش دائماً در حال تغییر سطوح ظاهری ایجاد می‌شوند (مان و فرگوسن^۹، ۲۰۱۵؛ آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۲: ۱۰۲)، به بیان دیگر پوشش ما در گروه‌های اجتماعی که عضو آن هستیم، متفاوت است به این دلیل که فرد خواستار معنا دهی به عادات بدنی خود در آن گروه است. وقتی این معنا وابسته به یک نظام ارزشی می‌شود، کارکرد هویت‌یابی پیدا می‌کند و به مخاطب هویت اجتماعی که از طریق بدن بوده ارائه می‌شود، این بازآفرینی و برساخت هویت اجتماعی یکی از نتایج و پیامدهای جامعه مدرن است. در دنیای مدرن ویژگی‌های ظاهری برای افراد از اهمیت بیشتری پیدا می‌کند به صورتی که افراد سعی می‌کنند، بدن و ظاهر خود را مدیریت کنند دلیل این امر، اولاً گسترش الگوهای مصرف محور است که معرف هویت افراد است (منینگ، ۱۳۸۰: ۹۷؛ بوردیو، ۱۳۹۱: ۲۱۹)، ثانیاً تصور می‌کنند که چهره و بدن‌های زیباتر دستیابی به اهداف و ایده‌آل‌های اقتصادی و اجتماعی افراد را تسهیل می‌کنند، به عبارتی این تفکر باعث خواهد شد که افراد با دید ابزاری به بدن خود نگاه کنند، از طرفی دیگر جست‌وجوهای مربوط به بدن و دغدغه‌های حول جسم، مانند لاغر شدن، قdblند شدن، خوشتیپ شدن و چاق شدن چنان در ایران بارز شده است که آمار واردات محصولات آرایشی، بهداشتی و پزشکی این کشور را به بالاترین حد ممکن خود رسانده است (بابامیری و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۵۸؛ بهار و وکیلی، ۱۳۹۰: ۳۱۹). حجم زیاد عمل جراحی زیبایی، مصرف مواد آرایشی و انواع مواد تغییردهنده بدن مانند پودرها، قرص‌ها، آمپول‌های چاق‌کننده و لاغر کننده ما را به این نتیجه خواهد رساند که اغلب افراد از وضعیت فعلی خودشان احساس خوبی ندارند و تمایل دارند هویت اجتماعی خود را به گونه‌ی در بدن خود نمایش دهند. این آمارها به تنهایی ضرورت توجه به این موضوع را توجیه

⁸ Cohen

⁹ Mann & Ferguson

می‌کنند، از این رو پژوهش حاضر به دنبال شناخت تفاوت‌هایی است که در نحوه نمایش بدن و ابراز هویت از طریق آن (پوشش، آرایش، نحوه سخن گفتن و زیورآلات بدنی)، صورت می‌گیرد.

بیان مسئله

زیبایی در تمامی فرهنگ‌ها به‌عنوان یک ارزش محسوب می‌شود و آن ممکن است به‌خودی‌خود برای بعضی از افراد خصوصاً برای زنان یک هدف باشد (بترز، ساییک و رامسر^{۱۰}، ۲۰۱۹؛ بابامیری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۲؛ راینسون^{۱۱}، ۲۰۰۳: ۴۷). صورتی زیبا، اندامی باریک و تناسب‌اندام امروزه معیاری برای زیبایی زنان محسوب می‌شود. در دوران معاصر یکی از شیوه‌های رایج برای هویت‌یابی و بازنمایی خویش، نمایش بدن است. افراد در نمایش بدن، از انواع لوازم و نمادهای ارزشمند، نه به خاطر ارزش مادی آن کالاها بلکه به دلیل ارزشمندی بدن آنها را استفاده می‌کنند، خصوصیت بارز مردم ایران توجه زیاد به بدن و ظاهرشان است. اهمیت و رواج فزاینده انتخاب افراد در گزینش وسایل موردنیاز برای مدیریت ظاهرشان، ظاهراً ناشی از فعالیت‌های است که افراد در فضای اجتماعی جوامع مدرن انجام می‌دهند (ژانگ، پیرس و چن^{۱۲}، ۲۰۱۹). از جمله رفتارهای اجتماعی که افراد و به‌خصوص جوانان سعی می‌کنند از طریق آن هویت خود را بازآفرینی و متمایز از دیگران کنند، سلیقه و ذوق آنها در مدیریت کردن ظاهر خودشان است؛ زیرا در یک جامع مصرفی نوع مدیریت بدن و ظاهر به‌عنوان نماد تمایز بخش برای افراد درک می‌شود و معنای هویتی آنان از این منظر مورد قضاوت قرار می‌گیرند (ون باول^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۲؛ پرستش و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۷). در مجموع این‌گونه می‌توان عنوان کرد که با فرارسیدن دنیای جدید، برخی از انواع نمادهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیت خاص یافته‌اند، در بسیاری از عرصه‌های فرهنگی پسامدرن، نمای ظاهری بدن تابع استانداردهای ثابت بر معیارهای سنتی است و سبک آرایش چهره و انتخاب لباس همیشه تا اندازه‌ای وسیله‌ای برای ابراز فردیت بوده است (کورنلیسن، ۲۰۱۸). باید توجه داشت که امکان استفاده از این وسایل معمولاً به‌آسانی فراهم نمی‌شده یا اصولاً مطلوب نبوده است؛ اما در دنیای امروزی نمای ظاهری بدن، به‌صورت یکی از عناصر مرکزی بازتاب هویت اجتماعی اشخاص در آمده است (فوردوولی^{۱۴} و همکاران، ۲۰۱۷)؛ بنابراین ما بیش‌ازپیش مسئول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم و هر چه فضای فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه سنتی بیش‌تر فاصله گرفته باشیم، فشار این مسئولیت را بیشتر احساس می‌کنیم (کیم و کیم^{۱۵}، ۲۰۱۹؛ نیک زاده، ۱۳۸۳: ۸۸). در این صورت است که بدن و ظواهر آن به یک اصل هویتی تبدیل شده و به‌تدریج

¹⁰ Betz, Sabik & Ramsey

¹¹ Robinson

¹² Zhang, Pearce & Chen

¹³ Van Bavel

¹⁴ Fardouly

¹⁵ Kim & Kim

ما مسئول طراحی بدن‌های خویش می‌شویم. در دوران دانشجویی، تکالیف جدیدی مانند تلاش برای آغاز روابط صمیمانه، ایجاد حس خودمختاری، شکل‌دهی یک هویت یکپارچه، گسترش مهارت‌های شناختی و عمق بخشیدن به آنها پدید می‌آید که با تکالیف دوره‌های قبل متفاوت است، در دوران تحصیل با چالش‌های جدید اجتماعی (همانند آشنایی با افراد جدید و جدا شدن از خانواده)، هیجانی (احساس دل‌تنگی، افسردگی و غم غربت) و تحصیلی (تکالیف متفاوت و انتظار) مواجه می‌شوند. ما علاوه بر تحلیل موارد بالا در پی پاسخگویی به این سؤال هستیم که چرا دانشجویان در محیط دانشگاهی برای برساخت هویت خویش به نمایش بدن روی آورده‌اند؛ برای پاسخ دادن به این قبیل سؤالات، پژوهش حاضر با انتخاب دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران به‌منزله‌ی دانشگاهی در سطح شهرستان استان تهران که اکثر دانشجویان آن از طبقه اجتماعی متوسط رو به بالا و با گرایش علمی خاص برای موفقیت در رشته موردعلاقه خودشان حاضر به پرداخت هزینه در قبال رسیدن به آرزوهای خود هستند؛ پژوهشگران این پژوهش سعی در واکاوی این بینش دارند که آیا باز بودن فضای انتخاب در زندگی دانشجو بر نحوه نمایش بدن به عنوان بازنمایی از هویت اجتماعی‌شان تأثیرگذار است؟ به‌عبارت‌دیگر این سؤال اساسی مطرح است که آیا الگوی هویت اجتماعی دانشجویان را می‌توان با نمایش بدن آنان تشخیص داد؟ پاسخ دادن به این پرسش می‌تواند ما را در درک تحولات فرهنگی و اجتماعی مان واقع‌بینانه‌تر کند.

پیشینه پژوهش

موضوع بدن زنان و پوشش آنان طی چند سال گذشته یکی از مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی در بین اندیشمندان و پژوهشگران شده است، در زمینه تصویر بدن، مدیریت بدن و پوشش بدن تحقیقات متعددی صورت گرفته است اما اکثر این تحقیقات عمدتاً به بررسی مؤلفه‌های روان‌شناختی و اهمیت آنان به‌ویژه در بین زنان پرداخته‌اند؛ کمتر تحقیقی را مشاهده می‌کنیم، که به‌صورت اختصاصی به نمایش بدن پردازد؛ به‌ویژه اینکه دانشجویان دختر را جزو جامعه آماری پژوهش مدنظر قرار دهد. در این پژوهش مابین نمایش بدن (دختران) و سازه بااهمیت دیگری در این قشر بنام هویت اجتماعی ارتباط برقرار می‌کنیم، در ادامه به ترتیب برخی از پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه را در جدول شماره ۱ موردتوجه قرار می‌دهیم.

جدول شماره ۱: مطالعات مرتبط با پژوهش

محقق / محققان	سال	عنوان پژوهش	مهم‌ترین نتایج
رایسون ^{۱۶}	۲۰۰۳	شیوه پوشش، تأثیرگذاری بدن و	دریافت که شرکت در برنامه‌های کاهش وزن با بالا رفتن جذابیت بدن رابطه دارد. زنان بیشتر آن نوع لباس‌هایی را می‌پوشند که آن قسمت از بدنشان را نشان دهد که از آن راضی

<p>هستند. (زنانی که در برنامه کاهش وزن تجاری شرکت کرده بودند) لباس‌هایی را نمی‌پوشند که آن قسمت از بدنشان را نشان دهد که از آن رضایت ندارند از طرف دیگر یافته‌های این تحقیق نشان داد که شیوه پوشش باسن و وضعیت تأهل در رابطه است. زنانی که در برنامه کاهش وزن شرکت می‌کنند از لباس‌هایی استفاده می‌کنند که ظاهر آنها را بهتر سازد و تصور آنان را از بدنشان بهبود بخشد. آنان به‌مرور که در برنامه کاهش وزن شرکت می‌کنند اگر تصور رضایت آنان از بدنشان افزایش پیدا کند با جدیت برنامه‌ها را دنبال می‌کنند و در کاهش وزن موفق‌تر عمل می‌کنند.</p>	<p>مدیریت ظاهر</p>		
<p>جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان دختر ۹۹ کالج در امریکا، بین سنین ۲۴-۱۹ سال است. ابزار پژوهش پرسشنامه بوده و نمونه آماری پژوهش نیز ۲۰۸ نفر بوده است. آنان در نتایج خود دریافتند زنان خیلی سریع یاد می‌گیرند که ظاهر خود را جهت رسیدن به ایده آل‌های فرهنگی مدیریت نمایند که نوعاً شامل تنظیم وزن و تمیز نگه‌داشتن خود جهت برآوردن هنجارهای مورد انتظار می‌باشد. چنین انتظارات فرهنگی قویاً ما را در مورد اینکه راجع به بدن خود چگونه احساسی داشته باشیم تحت تأثیر قرار می‌دهد همچنین آن میزان از مدیریت ظاهر از جمله رژیم غذایی، ورزش، استفاده از وسایل آرایشی، جراحی‌های زیبایی و انتخاب پوشش را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد، به‌علاوه نتایج یافته‌های تحقیق نشان داده که بعضی‌ها بر این باور بودند که داشتن تناسب‌اندام، بدنی باریک و ظاهری آراسته، شادی و موفقیت را به همراه خود می‌آورد. دیگر اینکه یافته‌های این پژوهش نشان داده که اغلب زنان مورد مقایسه، زمانی که خواهان اعمال قدرت یا خواهان تأثیر بر دیگران بوده‌اند، بیشتر به مدیریت ظاهر خود بها می‌دادند. در ضمن یافته‌ها حاکی از این است، زمانی تصور از خود تحت تأثیر ظاهر قرار می‌گیرد که آزمودنی‌ها خود را با افراد دیگر مقایسه می‌کردند. همچنین زمانی که این مقایسه با افرادی بود که به لحاظ ظاهر از آزمودنی‌ها بالاتر بودند تصویرها آن از خود منفی و در غیر این صورت تصویرها آن از خود مثبت بود.</p>	<p>تصور از بدن و مدیریت ظاهر</p>	<p>۲۰۰۰</p>	<p>راد و لنون^{۱۷}</p>
<p>در این مطالعه ۴۰۰ نفر به‌عنوان نمونه از دانشجویان دانشگاه ترکیه به‌طور تصادفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل و در نتیجه در جدول ارائه شد. با توجه به یافته‌ها، دیده می‌شود که عناصر رسانه‌های تصویری و چاپی بر روی انتخاب لباس دانشجویان دانشگاه ترکیه تأثیر زیادی دارد. دیده می‌شود که مجله مد و برنامه‌های رسانه‌های بصری و مدل‌های لباس در روزنامه‌ها و فایل پیوست در رسانه‌های چاپی نرخ بالایی (از تأثیرگذاری در نوع پوشش دانشجویان) را به دنبال دارد.</p>	<p>تأثیر رسانه‌های بصری و چاپی در انتخاب لباس جوانان دانشگاه‌های ترکیه</p>	<p>۲۰۱۳</p>	<p>حرم‌نکایا^{۱۸}</p>
<p>با روش پیمایش از ۸۲۵ نفر از ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر تهران انجام شد، یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که سطوح گوناگون مدیریت بدن رابط معناداری با متغیرهایی که آشکارا ریشه در فرهنگ جامعه (جنس، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دیانت و نگرش سنتی به خانواده) دارند، دارد. نتایج پژوهش نشان داد که بین مدیریت بدن و</p>	<p>بدن به‌مثابه رسانه هویت</p>	<p>۱۳۸۲</p>	<p>آزاد ارمکی و چاوشیان</p>

¹⁷ Rudd and Lennon

¹⁸ Harmanka

متغیرهای ساختاری مثل پایگاه اقتصادی و شغل رابطه معناداری وجود ندارد.			
روش این پژوهش خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده و شامل ۴۰۰ نفر از ساکنان ۱۸ سال به بالای ساکن در شهر رشت بود. نتایج این تحقیق نشان داد که بین سرمایه اقتصادی و مدیریت بدن هیچ گونه رابطه‌ای وجود ندارد. به علاوه نتایج نشان دهند آن است که سرمایه فرهنگی با مدیریت بدن رابطه معناداری دارد. همچنین بین زنان و مردان از نظر میزان اهمیت دادن به کنترل وزن خود تفاوت معناداری دیده می‌شود.	بررسی فعالیت‌های مرتبط با مدیریت بدن و هویت اجتماعی	۱۳۸۶	احمدی
در این پژوهش با روش پیمایش پژوهشگران دریافته‌اند که زنان به مدیریت بدن خود در همه وجوه آن اعم از آرایشی، مراقبت و ... اهمیت زیادی قائل هستند. همچنین بین متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار وجود دارد.	مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن	۱۳۸۷	فاتحی و اخلاصی
نوعی سنخ شناسی برای انواع تیپ‌های پوششی به دست آورد. با روش کیفی و با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق (فردی گروهی) برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. نمونه‌ها به صورت هدفمند از نوع گلوله برفی با معیار اشباع نظری ۴۲ نفر انتخاب شده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که دختران جوان از انتخاب نوع پوشش، معنای متفاوتی داشته و در مجموع نتایج حاصل از مصاحبه در قالب هشت مقوله اصلی شامل: پیروی از کلیشه‌های حجاب. هم ذات پنداری با خانواده. تغییر نشانه شناختی، تمایز خواهی، لذت زیبایی شناختی، جامعه پذیری، مقابله با ناامنی‌های اجتماعی، نگرش جنسیتی به پوشش، می‌باشد. این مقاله همچنین نگرش شبکه‌های ماهواره‌ای را از دیدگاه دختران نمونه مورد بررسی قرار می‌دهد. به ترتیب بیشترین مصرف کننده آن شامل تیپ مقاومی، تیپ عرفی، تیپ تلفیقی، اما تیپ قدسی تنها گروهی هستند که مقاومت جدی نسبت به پخش این برنامه‌ها داشته‌اند.	مصرف پوشش؛ بررسی تجربی پوشش جوانان شهر آمل	۱۳۹۵	بهار و محمودی
در این پژوهش، برای مطالعه میدانی ۴۱ زن را به صورت هدفمند انتخاب کردند و مورد مطالعه قرار دادند؛ در طی این پژوهشی دریافته‌اند که زنان مورد مطالعه کمابیش از معانی و هویت‌هایی که توسط بدنشان بازنمایی می‌شود آگاهی دارند. ولی این آگاهی همیشه با معناها و هویت‌هایی که جامعه به بدن زنانه نسبت می‌دهد. منطبق نیست و اگرچه ارزش‌های اجتماعی و کلیشه‌های جنسیتی موجود، در نحوه بازنمایی بدن این زنان نقشی کلیدی بازی می‌کند اما بهره‌مندی آنها از سرمایه اجتماعی و فرهنگی، برای آنها رویکردی نقادانه به کلیشه‌های جنسیتی فراهم می‌کند تا جایی که می‌توانند در نحوه مدیریت و بازنمایی بدن خویش آزادانه‌تر و باز اندیشانه‌تر عمل کنند.	عوامل اجتماعی، فرهنگی مؤثر بر بازنمایی هویت از طریق بدن	۱۳۹۰	رفعت جاه و سیار پور
با روش پژوهشی، پیمایش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد که به وسیله بنیون و آدامز ساخته شده بود. متغیر پایگاه هویت را می‌سنجد و با پرسشنامه دیگر، محقق ساخته متغیر ملاک یعنی مدیریت بدن، ابعاد، سطوح آن و برخی متغیرهای جمعیت شناختی را مورد سنجش قرار می‌دهد. جامعه آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز می‌باشد که بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر می‌باشد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین میزان مدیریت بدن و نوع پایگاه هویت دانشجویان تفاوت معنی داری وجود ندارد. تفاوت میزان	بررسی رابطه پایگاه هویت و مدیریت بدن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز	۱۳۹۲	علمی و باقری زنوز

مدیریت بدن در بعد بهداشتی برحسب پایگاه هویت معنی دار است.			
و با روش پیمایشی از مجموع ۶۰۰۰ دانشجوی دختر دانشگاه مازندران بر مبنای فرمول کوکران ۴۰۰ نمونه به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شد. دیدگاه‌های نظری فمینیسم سوسیال، نظریه فوکو، گیدنز و گافمن راهنمای آزمون فرضیات پژوهش می باشد، یافته های پژوهش نشان می‌دهد عوامل مستقیم مؤثر در مدیریت بدن عبارت‌اند از: مصرف گرای، فشار اجتماعی و مصرف رسانه‌ای این سه عامل ۸۳ درصد تغییرات متغیر وابسته را تعیین می‌نمایند.	مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران	۱۳۸۹	رضایی و همکاران
روش این پژوهش پیمایشی می‌باشد. جمعیت نمونه این پژوهش با استفاده از فرمول لین به میزان ۳۷۰ نفر از میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز تعیین گردید. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از تکنیک پرسشنامه و روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن و عواملی مانند درآمد، پذیرش عام، پذیرش در گروه همسالان، پذیرش سازمانی، مدگرایی، مصرف رسانه‌ای، انتظارات اجتماعی، امکانات اقتصادی و اجتماعی، مصرف گرای، کسب هویت، لذت طلبی و سبک زندگی ارتباط معنادار وجود دارد. این در حالی است که بین نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن و عواملی مانند سن، اشتغال حین تحصیل، تأهل و مقطع تحصیلی ارتباط معناداری دیده نشد.	بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن؛ مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز	۱۳۸۹	راسخ و همکاران
رابطه متغیرهای مدیریت بدن، مصرف رسانه‌ای، دینداری، پایگاه اجتماعی و اقتصادی و پذیرش اجتماعی با میزان مصرف مواد آرایشی معنادار بود. همچنین در مصرف مواد آرایشی، عامل اجتماعی مهم‌تر و تأثیرگذارتر از ویژگی‌های شخصیتی است.	عوامل اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر میزان مصرف مواد آرایشی توسط دانشجویان دختر	۱۳۹۰	بابامیری و همکاران

همان‌گونه که مشاهده گردید در اکثر پژوهش‌های مذکور، به بررسی رابطه عوامل مختلفی چون سن، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سرمایه فرهنگی، دینداری و تحصیلات و... بر مدیریت بدن پرداخته شده که نتایج حاصله نشان از رابطه مثبت و معنادار مدیریت بدن با متغیرهایی چون سرمایه فرهنگی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و تحصیلات و رابطه‌ی منفی آن با سن و دینداری دارد؛ نکته قابل تأمل در بیشتر این پژوهش‌ها این است که زنان مورد مطالعه از معانی و هویت‌هایی که توسط بدنشان بازنمایی می‌شد آگاهی داشتند آنان زیبایی را در بدن خود، همچون فرصتی تلقی می‌کردند که برای رسیدن به اهداف و مقاصد حاضر بودند بخشی از بدن خودشان را با رضایت کامل به نمایش بگذارند، برنامه‌های رسانه‌های و مدهای لباس تأثیر زیادی در انتخاب پوشش و سبک نمایش بدن آنان داشتند، بین سرمایه فرهنگی زنان با مدیریت بدن (مؤلفه‌ی از نمایش بدن) آنان رابطه معناداری وجود داشت به عبارتی عوامل مختلفی بر نمایش بدن (اطوار، آرایش چهره، وضع پوشش اندام در روابط اجتماعی) تأثیرگذار بود که از طریق رژیم غذایی، ورزش، استفاده از وسایل آرایشی، جراحی‌های زیبایی و انتخاب پوشش در این

پژوهش‌ها به آنها اشاره شده است، در ادامه لازم به ذکر است که در اینجا به مطالعه برساخت هویت اجتماعی دختران دانشجو از طریق نمایش بدن پرداخته خواهد شد، اگرچه مؤلفه‌های موجود در پژوهش‌های بالا به صورت‌های کمی و کیفی انجام پذیرفته است، اما ما در این پژوهش کیفی با استعانت از رویکرد مردم‌نگاری نمایشی^{۱۹} و نظریه گافمن^{۲۰} و سرمایه و تمایز در نظریه بوردیو کار را دنبال خواهیم کرد.

چهارچوب نظری پژوهش

بسیاری از نظریه پردازان، صاحب‌نظران و محققان علوم انسانی و اجتماعی در دهه‌های اخیر از مدیریت ظاهر و مؤلفه‌های آن در فضای مدرنیته سخن به میان آورده‌اند به گونه‌ای که در دهه‌های اخیر مباحث مدیریت بدن به طور جدی مورد توجه متفکران و نظریه پردازان علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است، توجه به مقوله بدن هم‌زمان با توجه به مفهوم خود در جامعه‌شناسی وجود دارد. در سال‌های اخیر، نظریه پردازان در این خصوص روند سریعی به خود گرفته است. این نظریه‌ها را می‌توان در چند دسته جای داد که از جمله آنها می‌توان به نظریات کنش متقابل نمادین، نظریات مدرنیست‌ها، نظریه‌های ساختارگرایانه و نظریه‌های پساساختارگرایانه اشاره کرد؛ پژوهشگران در این پژوهش از روش جدیدی به نام مردم‌نگاری نمایشی^{۲۱} استفاده کرده‌اند که با نظریه نمایشی اروینگ گافمن تکمیل و تبیین خواهد شد، اروینگ گافمن با ارائه نظریه نمایشی، از استعاره‌های تثاتری برای توصیف نمایش افراد یاری می‌گیرد. او زندگی اجتماعی را مجموعه‌ای از نقش‌های نمایشی مانند اجرای نقش در صحنه تثاتر می‌داند. به اعتقاد گافمن، از آنجایی که در رویارویی‌ها تأثیرگذاری‌های اولیه مهم هستند (گافمن، ۱۳۹۵: ۳۹) ظاهر که برای خود شخص و برای دیگران قابل‌رؤیت و نمایش است و به‌عنوان کانون توجه در برخوردهای اجتماعی قلمداد می‌شود، می‌تواند به‌عنوان نشانه‌ای برای تفسیر کنش به کار گرفته شود. به نظر او خود در رویارویی‌هایی عمومی نامعلوم است و مشارکت کنندگان باید از آن مراقبت نمایند (جلایی پور و محمدی، ۱۳۹۴: ۳۱۹) و جنبه‌ای از خود که مطلوب و مقبول دیگران باشد، به نمایش بگذارند. از این رو مراقب هستند تا ویژگی‌ها و صلاحیت‌های خود را نشان دهند و مدیریت کنند؛ از این روست که به‌زعم گافمن تکنیک‌های بدن نقش مهمی را در اینجا ایفا می‌نماید (گافمن، ۱۳۹۵: ۵۰)، چرا که کسب تکنیک‌های بدن به ما اجازه می‌دهد تا به خوبی از عهده نقشی که به ما واگذار کرده‌اند، برآیم و حرکات و اعمال بدنی خود را به‌طور دقیق و به دور از هر گونه اختلال و کاستی برای موفقیت در مسئولیت خویش به انجام رسانیم. معمولاً افراد برای ایفای نقش خود در حضور دیگران (نشان دادن هویت اجتماعی خود)، از نشانه‌هایی استفاده می‌کنند که به شیوه‌ای نمایشی، برخی از

¹⁹ Performance Ethnography

²⁰ E. Goffman

²¹ Performance Ethnography

واقعیت‌های مشخص را برجسته می‌کنند، اگر قرار است کنش فرد، یا همان نقش او، برای دیگران معنا دار باشد، باید طوری از نقش خود استفاده کند که «در جریان تعامل» بیانگر چیزی باشد که قصد دارند آن را انتقال دهد. در واقع، ممکن است فرد، یعنی اجراکننده نقش، بازیگر، کنشگر، ناچار باشد توانایی‌ها و استعداد‌های خود را نه فقط در جریان تعامل، بلکه حتی در نوع پوشش در این تعامل به نمایش بگذارد (توین^{۲۲} و همکاران، ۲۰۰۳؛ جلایی پور و محمدی، ۱۳۹۴: ۷۴) گافمن معتقد است میان اجراهای تثاتری و انواع کنش‌هایی که همه ما در اعمال روزمره و کنش‌های متقابل خود انجام می‌دهیم وجوه مشترک بسیاری وجود دارد. به نظر او کنش متقابل که بسیار شکننده است و با اجراهای اجتماعی حفظ می‌شود (گافمن، ۱۳۹۲: ۵۸؛ مینیگک، ۱۳۸۰: ۹۹).

پیر بوردیو معتقد است، بدنی که بعد از سال‌ها پوشیدگی می‌تواند خود را به عرصه نمایش عمومی در آورد به فضایی مناسب برای انواع سرمایه‌گذاری‌ها تبدیل شده است (آوالسون، تالکا و وودبارکالو^{۲۳}، ۲۰۰۵). بدن به‌عنوان یک سرمایه‌ی فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹). از نظر او طبقات اجتماعی منطبق با توجه به سرمایه‌ای که در اختیار دارند به شیوه‌های مختلفی با بدن خود برخورد می‌کنند. مراقبت‌های پزشکی و کنترل‌های عمومی بدن، رعایت رژیم‌های غذایی، ورزش، مشاوره با پزشکان و ... رفتارهایی هستند که درباره‌ی افراد متعلق به طبقات مختلف، متفاوت است (وب و همکاران، ۲۰۱۷؛ ون ایدین و همکاران، ۲۰۱۹؛ بوردیو، ۱۳۹۱: ۳۱۱). افراد طبقات بالاتر یا طبقات مرفه‌تر فرصت و شانس بیشتری برای مراقبت از بدن خود دارند، بوردیو در اثر تمایز نشان می‌دهد که سلیقه مقوله‌ای اجتماعی است و صرفاً به‌واسطه‌ی نزاع و کشمکش عاملان و کنشگران فعال می‌تواند تغییر کند و افراد طبقات اجتماعی بالاتر، توانایی این را دارند که سلیقه‌هایشان را موردپسند همگان بسازند و البته با سلیقه‌ی افراد طبقات پایین به مخالفت پردازند و بنابراین معیارهای زیبایی و تناسب طبقات بالا و نیز معیارهای زیبایی کشورهای پیشرفته مقبولیتی همگانی می‌یابد. وی در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند (کوهن، ۲۰۱۰؛ بترز و همکاران، ۲۰۱۹) که به‌صورت سرمایه فیزیکی ظاهر می‌گردد و تولید این سرمایه فیزیکی را در گرو رشد و گسترش بدن است، به‌گونه‌ای که بدن را حامل ارزش‌های در زمینه اجتماعی می‌کند؛ اصولاً می‌توان پایه دست‌کاری‌های ظاهری بدن را بصری شدن هویت در عصر مدرنیته دانست (کیم و کیم، ۲۰۱۹؛ ون باول و همکاران، ۲۰۱۲)، مدرنیته وضعیتی را فراهم کرده است که کنشگران اجتماعی می‌توانند با پویایی بیشتری در پی هویت شخصی خود بوده و از بند جامعه‌رهایی یابند.

²² Tovée

²³ Avalos, Tylka & Wood-Barcalow

بدن ما عمیقاً متأثر از ویژگی‌های بازتابندگی عصر تجدد است. این گزاره که ما فقط یک بدن داریم و باید آن را نجات دهیم (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۷؛ بهار و وکیلی، ۱۳۹۰: ۸۸)، ناتمامی بدن و نیز پروژه بودن آن برای افراد مدرن را پررنگ و با اهمیت می‌کند؛ پروژه بودن بدن متضمن این معناست که نمای ظاهری، اندازه، شکل و حتی محتویات بدن به طور بالقوه برای بازسازی در راستای طرح‌های دارنده‌ی بدن باز است. رژیم‌های غذایی مراقبت از خود تنها برای پیشگیری از بیماری نیستند بلکه علاقه‌مند به این هستند تا احساس خوبی را درباره‌ی چگونگی به نظر رسیدن بدن از نگاه خود و دیگران به وجود آورند و از این روست که در واقع هویت اجتماعی با ظاهر بدنی و ارائه‌ی خود پیوند خورده است. هر یک از ما در جریان اجتماعی شدن هویت خود را به دست می‌آوریم اما این فرایند به معنای کتمان یکتایی و فردیت انسان نمی‌باشد، هویت‌های افراد با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌شود کنترل منظم بدن از جمله ابزارهای اساسی است که شخص به وسیله آن روایت معینی از هویت فردی خود بروز می‌دهد و در عین حال «خود» نیز به طرز کم و بیش ثابتی از ورای همین روایت در معرض تماشا و ارزیابی دیگران قرار می‌گیرد و در نتیجه نمایش بدن می‌تواند به عنوان محملی برای شناسایی راهبردهای تمایز بخش گروه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

روش پژوهش

در این مطالعه برای رسیدن به اهداف و پاسخگویی به سؤالات پژوهش از رویکرد کیفی و تکنیک مصاحبه عمیق استفاده شده است. روش کیفی می‌تواند در مشاهده عمیق و جزئی سودمند باشند تا آنجا که محقق نه تنها بتواند بگوید چه چیزی رخ داده است، بلکه بگوید مشارکت کنندگان در زمینه اجتماعی خود چه احساسی دارند. ایده نمایش در پژوهش کیفی به خاطر امکانات تولیدی که دارد حتی در سطح وسیع نیز پذیرفته شده است. چارلز گروثیان^{۲۴} بیان می‌کند که نمایش فضایی اتفاقی ایجاد می‌کند تا به صورت فرآیند یادگیری انعطافی^{۲۵} موجب شناختن تجربیات، خاطرات و رویکردهای گوناگون مشارکت کنندگان شود و صحنه‌هایی برای ایجاد زمینه‌های لازم برای گفتگو متقابل درباره موضوعات پیچیده و متناقض گوناگون را به وجود آورد، در مردم‌نگاری نمایشی نمایش مشارکت کنندگان هم در صحنه نمایش و هم در زندگی واقعی با توجه به جهان فرهنگی و تجربیات زیست شده آنها مورد مطالعه قرار خواهد گرفت.

روش نمونه‌گیری در این تحقیق هم‌نوا با تحقیقات کیفی نمونه‌گیری نظری است. نمونه‌گیری نظری فرایند گردآوری داده‌ها برای تولید نظریه یا الگوی نظری می‌دانند که به وسیله آن محقق هم‌زمان داده‌ها را گردآوری،

²⁴ Charles Garoian

²⁵ Reflexive

کدبندی و تحلیل می کند و درباره نوع داده های لازم و جای پیدا کردن و محل یافتن آنها تصمیم می گیرد تا نظریه را آن طور که خود ظهور می کند، تولید کند. تعداد دقیق شرکت کنندگان (حجم نمونه) در تحقیق داده محور در حین کار مشخص می شود. فرآیند نمونه گیری نظری تا زمانی ادامه می یابد که هیچ ویژگی جدیدی ظهور نکند یا مفهوم جدیدی در خلال گردآوری داده ها خلق نشود. این سطح را اشباع نظری می خوانند. محققان طی ۴۵ مصاحبه و هم زمان با تجزیه داده ها متوجه شدند که به سطح اشباع نظری رسیده اند ولی نمونه گیری را به جهت اطمینان از درستی حجم نمونه مورد مطالعه تا ۶۰ مصاحبه ارتقاء دادند، با صدق اشباع نظری عدد ۴۵ ثابت شود. با تأیید حجم نمونه، پژوهشگران ۴۵ مصاحبه را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند، داده های گردآوری شده از طریق تحلیل موضوعی دسته بندی، سازماندهی و تحلیل شدند. این نوع تحلیل که سنگ بنای همه روش های تحلیل داده های کیفی است بر اساس اهداف و پرسش های تحقیق به جایابی داده ها و ارائه استدلال ها می پردازد و در پایان توصیفی ضخیم و داستان وار از نتایج تحقیق به دست می دهد. جامعه آماری این پژوهش نیز دختران دانشجو کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران است؛ برای تعیین انتخاب افراد نمونه ۳ معیار - عدم وجود گرایش های هم جنس خواهانه - خواستار تغییر جنسیت نباشند و همچنین مایل به مصاحبه حضوری باشند را لحاظ کردیم.

یافته های پژوهش

در این پژوهشی ۶ پرسش محوری و اساسی مرتبط با نحوه شکل گیری هویت از طریق نمایش بدن مطرح شده اند که به آنها پرداخته می شود. در جواب این پرسش کلی که «چرا با تعدد گونه های نمایش بدن مواجهیم؟» مقولات و مفاهیم متعددی استخراج شد که به نحوی مفهوم هویت اجتماعی را پوشش می دهد و در ذیل آن قرار می دهد. در این پژوهش منظور از هویت اجتماعی مقوله ای است که تحت تأثیر متغیرهای زمینه ای چون جنسیت، قومیت، درآمد خانوار، تحصیلات والدین و فرایند جهانی شدن قرار می گیرد. بدین سیاق امروزه هویت اجتماعی دانشجویان ثابت و تغییرناپذیر نیست، بلکه سیال و متغیر است. مهم ترین مسئله ای که جوانان را به خود مشغول کرده هویت است، زیرا این هویت است که موقعیت آنان را در جهان هستی مشخصی و معین می کند و به آنها می گوید که در چه وضعیتی و کجا قرار دارند. از مصاحبه ها نزدیک به ۱۴ مقوله مرتبط با برساخت هویت اجتماعی دانشجویان از طریق نمایش بدن استخراج شد که عبارت اند از: میزان نگاه کردن به بدن خود در حضور جمع یا در تنهایی، ترکیب بندی فضا و مکان در خلال پوشش، تمایز پذیری با دیگران، تأثیر لباس بر سبک زندگی و آشنا شدن با فردی از طریق پوشش محبوب هر دو طرف، مصرف آرایش برای جبران خلأ، احساس مهم بودن در خیال، ارتباط مقطع سنی با نمایش خاص، ابراز اعتراضی از طریق نمایش بدن، ارتباط با زادگاه به صورت خیالی و ذهنی از طریق نمایش مخصوصی،

ارتباط پوشش باز با کاهش مشکلات شخصی، رسیدن به حق از طریق نمایش بدن، لباس و سرپوش بر مشکلات جوانان، پوشش مختص هر نسلی، اختلاف سلیقه با والدین، این مقولات با برساخت هویت اجتماعی مرتبطاند که پاسخگویان به آنها اشاره کرده‌اند. بررسی این مقولات به ما یاری می‌رساند که نحوه برساخت هویت را به وسیله نمایش بدن بهتر درک کنیم. از این بین ۶ مقوله برحسب ضرورت و اهمیت انتخاب شده‌اند و در مباحث بعدی برای هریک از این مقولات قولی را نقل می‌کنیم و بعد از آن کلیت این مقولات را در ادامه مقوله کلی برساخت هویت بررسی می‌کنیم.

بدن و مصرف

دانشجویان در پاسخ به سؤال «معمولاً از چه نوع لباسی استفاده می‌کنید؟» ۲۳ (۵۲ درصد) نفر از پاسخگویان اظهار داشتند که از لباس (ایرانی) تقریباً پوشیده استفاده می‌کنند تا در حد عرف و هنجارهای جامعه باشند و غیرمعمول جلو نهند، ۱۲ نفر (۲۶ درصد) گفتند لباس‌های خارجی برای نمایش بدن خودشان استفاده می‌کند و ۱۰ (۲۲ درصد) پاسخگو گفتند در کنار این که از لباس خارجی استفاده می‌کنند از لباس‌های ایرانی نیز استفاده می‌کنند. آرتور میلر، نمایشنامه‌نویس مشهور آمریکایی می‌گوید: سال‌ها پیش اگر کسی حالش خوب نبود و نمی‌دانست با خود چه کند به کلیسا می‌رفت یا انقلاب می‌کرد اما امروز تو حالت بد است؟ نمی‌توانی سر دریاوری رستگاری چیست؟ برو خرید! (میلر، ۱۳۸۵: ۳۲). خرید جای سیاست و دین را گرفته است. امروز برای اثبات خودت باید به وسایلی که به تو هویت می‌دهد را دست آویز قرار دهی «جوان امروز چیزی برای نشون دادن هویت خودش نداره! مگر همین لباسی که می‌پوشه یا گوشی گرون قیمت که داره. دوستای من همه شون دنبال پول هستند» (نرگس ۲۰ ساله کارشناسی مکانیک).

عمل تولید فرهنگی تا حد زیادی بسته به ظرفیت و خلاقیت افرادی دارد محصولات و لوازم منجر به آفرینش معناهای تازه‌ای می‌شود. اگر به اشیا و تصاویر در سطح تولید انبوه صنعتی بنگریم، محصولات یا تولیداتی هستند که فقط برای نفع فردی تولید شده‌اند. «اگه لباس‌های آقای که میاد خواستگاری ایم، قشنگ و گرون نباشه من پیشنهادش رو رد می‌کنم» (مینا ۲۲ ساله کارشناسی پرستاری). وقتی محصولات وارد حوزه عمومی زندگی می‌شوند و افراد از آنها در زندگی روزمره خود استفاده می‌کنند، به لحاظ فرهنگی معنادار می‌شوند؛ آنچه توزیع می‌شود کالاهای کامل و تمام شده نیست، بلکه منابعی برای زندگی روزمره و مواد خامی است که فرهنگ عامه به وسیله آن به خود شکل می‌دهد. «همه چیز برای من در پول خلاصه می‌شه اگه بخوام تعریف کنم زندگی مدرن رو برای شما اینه که من همیشه به دور بر خودم نگاه می‌کنم تا ببینم وسایلی که با خودم دارم چقدر می‌ارزه، مثلاً کتونی که پوشیدم قیمتش چقدره» (سمانه ۱۹ ساله کارشناسی برق).

لباس پوشیدن بازگویی و توصیف وضعیت روحی، روانی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و دغدغه‌های شخصی به‌طور موقت جایگاه وجودی و معرفتی جوان را در جامعه مشخص می‌کند، به زندگی او معنا می‌دهد، در واقع هر عمل مصرفی به نوعی عمل معنا بخشیدن است «پول نداشته باشی همه بهت بی تفاوت می‌شن شما خودت با یه لباس پاره بیا دانشگاه بعدش با یه لباس شیک بیا بین اطرافیان چطور تو رو تحویل میگیرن!» (راضیه ۲۳ کارشناسی برق).

یکی از پرسش‌هایی که مطرح شد این بود که آیا با والدین خود در باب نوع پوشش اختلاف نظر دارید؟ بیشتر پاسخگویان (۸۴ درصد) بر این باورند که با والدین خود اختلاف دارند؛ یعنی یا در نوع لباس سلیقه یکسانی ندارند یا تنوع سلیقه یکدیگر را قبول ندارند. تقریباً کسان دیگر (۱۶ درصد) از آنها با والدین خود اختلاف نظر ندارند. این بدین معناست که اگر بپذیریم خصلت نمایشی در بدن جوان به نوعی یک بازنما از هویت اجتماعی او است. در این راستای، می‌توان گفت بخشی از هویت اجتماعی جوان دانشجوی بین دو نسلی (فرزندان و والدین) شکافی عمیق، به وجود آمده است.

سپیده ۲۳ ساله‌ی دانشجوی ارشد مهندسی عمران است می‌گوید: «با پدرم اختلاف نظر دارم، ولی با مادرم چندان اختلافی ندارم. اختلاف از این ناشی می‌شود که دنیای والدینم با فرهنگی که ما در آن به سر می‌بریم متفاوت است. امروز من انتخاب می‌کنم که چطور لباس بپوشم این بخش اعظمی از هویت من است». از نقل قول پیش گفته می‌توان استنباط کرد که یکی از ابزارهایی که هویت جوانان را در مقابل هویت والدینشان تعیین می‌کند، آن زمینه تاریخی و اجتماعی است که جوانان در آن به کنشگری مشغول‌اند. تاریخ‌مند بودن سلیقه انتخاب لباس برای بر ساخت و تعیین هویت فردی و جمعی مهم است، هر چند شاید این نوع سلیقه تعیین‌کننده نهایی نباشد. در واقع می‌توان گفت وضعیت اجتماعی و زیست جهانی که جوانان در آن به سر می‌برند به نوعی در تولید و پخش نوع و سبک لباس‌ها تأثیرگذار است. همچنین مصاحبه با ناهید ۲۴ ساله دانشجوی ارشد نانو نیز این نکته را تصدیق نمود: «هم پدر من و هم مادرم با نوع لباسی که من انتخاب می‌کنم مشکل دارند در عین حال من نیز هیچ‌وقت سلیقه و علائق آن نمی‌پسندم چون آنها در محیطی بزرگ شده‌اند که من آن محیط را تجربه نکرده‌ام»

بدن ارزشمند

مطالعات کلاسیک مری داگلاس نشان داد که بدن «به گویاترین شکل ممکن، نماد جامعه شده است» (بتز، ۲۰۱۹). ظاهره (۲۲ ساله کارشناسی ادبیات انگلیسی) با پوشش چادر خود که مورد مصاحبه قرار گرفته بود در مورد بدن خودش می‌گفت: «بدن من با ارزش‌ترین چیزی هست که خداوند به من داده، من این بدن خودم رو به کسی نشون نمی‌دم چون تمام ارزش یه دختر به نظرم به بدن و حفظ اون هست» در عین حال در بخشی از صحبت‌های خودش اشاره کرد: «قسمت‌های از اندام خانم‌ها باید پوشیده باشه ولی نمی‌شه گفت زن خودش رو غایم کنه» با این حال می‌

توان از رشمندی را در نظرگاه اجتماعی مشاهده کنیم بدن همان چیزی است که امر اجتماعی را به نمایش در می آورد و امر اجتماعی بدن را چارچوب مند می کند تا در عرصه رقابت های اجتماعی و فرهنگی قرار بگیرد؛ پژوهشگران در مصاحبه ها با دانشجویان در نحوه ابراز تدین دینی نسبت به مسائل تنوع گسترده را شاهد بودیم در واقع هر فرد به نوعی به مسلکی خاص ارتباط خود را با مفهوم خدا و دین نشان می داد. آیدا به ظاهر مدرن (۲۴ ساله کارشناسی ارشد معماری) که پوشیدگی برای وی اهمیت نداشت در مورد بدن خود گفت: «زیبای و جذابیت بدن من برای اینه که بتونم امکانات و فرصت های بهتری رو نسبت به دیگران زودتر کسب کنم چون خدا این نعمت رو به من داده تا من ازش استفاده کنم». «وقتی پیراهنی زیبا می پوشم یا شلواری تمیز و شیک این نشان میده که من برای خودم ارزش و احترام قائل هستم» (پسر ۲۵ ساله کارشناسی ارشد حسابداری). ممکن است اندام ها و کارکردهای بدن انسان که حاصل بازنمایی ها و ارزش های آن جامعه است از یک جامعه به جامعه دیگر، متفاوت اند. گاه حتی در یک جامعه، این بازنمایی ها و ارزش ها بنا بر طبقات اجتماعی تغییر می کنند. برای نمونه در برخی از جوامع پاها از اهمیت چندانی برخوردار نیستند زیرا در تماس با زمین هستند. این اندام ها که در پایین ترین قسمت بدن قرار گرفته اند، تجسمی از پایین ترین مقیاس ارزشی نیز هستند. نازنین ۲۳ ساله (کارشناسی ادبیات انگلیسی) بیان کرد: «پاهای من برام خیلی مهم هستن! من هر روز صبح ۲ ساعت تمام برای رسیدگی به پاهای خودم وقت می زارم». «پاهای سفید یکی از خوش بختی های دنیاست» (نیلوفر ۲۳ ساله کارشناسی کامپیوتر). «من پاهای خودم رو با پابنی که می بندم زیبا و خوشگل اش می کنم» (مهسا ۱۸ ساله داروسازی).

نمادشناسی که به ترتیب از دست ها، دندان ها یا اجزای دیگر بدن نیز مثال های دیگری هستند که جوانان اشاره کرده اند. شکم برای اکثر دانشجویان دختر سرشار از تنفر بود «من با دختر یا پسری که شکم داشته باشه نمی تونم ارتباط برقرار کنم» (مرضیه ۲۶ ساله کارشناسی ارشد زبان شناسی همگانی) همچنین دختران تا می توانستند پنهان می کردن شکم و اندام خود را در پاسخ به این سؤال که آیا شده از وسایل لاغری استفاده کنید؟ سمیرا ۲۸ ساله کارشناسی ارشد زیست مولکولی پاسخ داد: «چون دخترها همش درصدد انتخاب هستند، مجبورن که از این وسایل استفاده کنن، خود من اگر روزی یادم بره گن [کمر بند محکم که باعث پایین رفتن شکم می شود] نبندم، اون روز دانشگاه نمی یام» با توجه به اشاره ی که دانشجویان داشتند، در میان اندام های انسانی، چهره، بیشترین تراکم از بالاترین ارزش ها را در خود دارد. در چهره، احساس هویت تبلور می یابد، بازشناسی دیگری انجام و قابلیت های جذابیت تثبیت می شود و غیره «من قبل از آمدن به دانشگاه از وسایل آرایشی استفاده نمی کردم، بعد از این که امدم دیدم دخترها و پسرها همه شون آرایش می کنن من هم برای دفعه بعد کلی وسایل آرایشی خریدم الان معتقدم ارزشش رو داره» (عسل ۲۳ ساله کارشناسی ادبیات انگلیسی). «دختری که رژ و کرم نزنه به صورت خودش ارزش نگاه کردن نداره!» (سپیده ۲۷ ساله کارشناسی ارشد مکانیک). هرگونه تغییری در صورت که به چشم دیگران

نشانه‌ای از یک ضربه و زخم می‌آید، همچون یک مصیبت و گاه حتی نوعی از دست دادن هویت احساس می‌شود. این در حالی است که یک زخم حتی سخت که ردی عمیق بر یک بازو، یک پا یا شکم بر جای گذاشته باشد، چندان احساس زشتی ایجاد نمی‌کند؛ و به هیچ عنوان حس هویت را تغییر نمی‌دهد؛ اما چهره، همچون اندام جنسی (۹۰ درصد دانشجویان به اهمیت اندام جنسی خودشان اشاره کردند)، جایگاهی است که بیشترین حساسیت نسبت به آن وجود دارد و بیشترین همبستگی را با «من» دارد؛ و زمانی که یکی از این دو اندام ضربه‌ای می‌خورند، شخصیت فرد به شدت آسیب می‌بیند. تفاوت‌های بی‌نهایت در چهره افراد موضوع پرسش‌های بی‌شماری است که خود را در مفهوم آینه، چهره‌پردازی، عکاسی و غیره منعکس می‌کند. «من همیشه یک آینه کوچک توی کیفم می‌زارم» (بیش از نیمی از دختران مورد مطالعه به این نکته اشاره کردند). امروزه، دستاوردهای پزشکی و زیست‌شناسی (پیوند، انتقال خون، اندام‌های مصنوعی، دست‌کاری‌های ژنتیک، لقاح مصنوعی و غیره) راه بر عملکردهای تازه‌ای گشوده‌اند که نویدبخش آینده‌ای پربار است. این دستاوردها به بدن انسان ارزش کالایی بی‌نظیری را در برابر تقاضاهای رو به فزونی داده‌اند. «من می‌خواهم بینی خودم رو تا ۱ سال آینده عمل کنم چون واقعاً با بینی کوچک‌تر آدم‌ها خوشگل‌ترند» (مرضیه ۲۰ ساله کارشناسی حقوق؛ نسترن ۲۳ ساله کارشناسی علوم اقتصاد؛ مهسا ۱۸ ساله داروسازی). در همین مورد، با استفاده از روش مشاهده پژوهشگر دریافت کرد که دختران همواره سعی می‌کنند، لب‌های خود را به گونه‌ی آرایشی کنند تا به صورت پهن درآید با پرسش از عسل (۲۳ ساله کارشناسی ادبیات انگلیسی) وی به این نکته اشاره کرد که: «عمل پروتز (کاشت اندام مصنوعی) چه در گونه‌ها و چه در لب‌ها در جامعه مد شده دانشجویان هم این کار رو می‌کنن تا نکن عقب مونده است!». دستاوردهای پزشکی از جمله در زمینه پیوندها، امروزه مسائل اخلاقی بسیار حادی را مطرح کرده‌اند. پیامدهای انسانی این فرایندهای جدید از انسان نوعی ماده خام احتمالی می‌سازند. بدن انسانی در حال تبدیل شدن به کالاهایی همچون کالاهای دیگر هستند و یگانه چیزی که مشخصشان می‌کند، نایابی و دسترسی مشکل به آنهاست. بدن انسان همچون یک خود دیگر در برابر انسان قرار دارد؛ این بدن نشانه‌ای از انسان است.

بدن و بیان عواطف (ابراز احساسات)

در پاسخ به این سوال کلی که «وقتی حال دوست شما بد است از لباس او متوجه این امر خواهی شد؟» نزدیک به ۸۰ درصد (۳۵ نفر) از دانشجویان به این مورد اشاره کردند که «من از طرز راه رفتن او متوجه منظور او می‌شوم چه برسد به لباسی که پوشیده» (سمانه ۱۹ ساله کارشناسی برق) «من وقتی ناراحتم سعی میکنم آرام تر راه برم» (نرگس ۲۰ ساله کارشناسی مکانیک) به نظر مارسل موس، عواطف نه ناشی از روانشناسی فردی هستند و نه حاصل یک فیزیولوژی خنثی، عواطف، آن‌گونه که در بدن ظاهر می‌شوند و در رفتارها بروز می‌کنند، در واقع بازتاب‌هایی

اجتماعی هستند که خود را از طریق محتوا و شکل شان به اعضای جماعتی در موقعیت اخلاقی خاص تحمیل می کنند [۶]. مژگان ۳۱ ساله کارشناسی ارشد الکتروشمی درباره ابراز احساسات خودش گفت: «من وقتی چشم‌های خودم رو آرایش می کنم و لنز می زارم میخوام دیگران رو به خودم جذب کنم یا حداقل این که زیبایی من رو ببینن و توجه ویژه بکنند!». «وقتی لباس اسپرت می پوشم می خوام به دیگران بگم که با من راحت باشن تعارف نکن و من رو عین خودشون بدونن» (مریم ۲۱ ساله کارشناسی ادبیات انگلیسی). مارسل موس در برابر این پیش‌داوری‌های ضدونقیض که عواطف را امری فردی می‌شمارند یا امری طبیعی، بر بعد اجتماعی و فرهنگی عواطف و شکل‌گیری آنها در رفتار کنشگر تأکید دارد، افراد کاری فراتر از نشان دادن عواطف خود انجام می‌دهند؛ آنها این عواطف را به دیگران نشان می‌دهند زیرا باید چنین کنند و آنها بایان این عواطف برای دیگران و به حساب آنها، عواطف را به خود نیز نشان می‌دهند. این امر، اساساً یک امر نمادین می‌داند. «من وقتی مانتوی قرمز خودم رو می‌پوشم با این مانتو می‌خوام به دیگران انرژی بدم قطعاً این انرژی مثبت به خودم بر میگردد» (مرضه ۱۹ ساله کارشناسی حقوق).

بدن و تمایزات اجتماعی

زمانی که مسئله هویت مطرح می‌شود، بحث تمایز و تشابه با دیگری به میان می‌آید. در تحلیل این پرسش که «وقتی دوست شما لباس بدن‌نما می‌پوشد چه احساسی به شما دست می‌دهد؟» دو مقوله را از مصاحبه‌ها استخراج کردیم که با توجه به آنها متوجه شدیم که جوانان دانشجوی با پوشش باز، از لحاظ هویتی از خانواده دور می‌شوند و احساس انتخاب آزاد (هویت مستقل) بیشتری می‌کنند. «بیشتر با خواهرم یا دوستانم به خرید لباس می‌روم» (نرگس ۲۱ ساله کارشناسی کامپیوتر)، «من ترجیح می‌دهم بیشتر شبیه دوستانم لباس بپوشم» (سارا ۲۴ ساله کارشناسی ادبیات انگلیسی). در واقع در غایت هویت‌سازی، حس تعلق به گروه خاص و به تبع آن حس تمایز از گروه دیگری مطرح است. کسب هویت بدین منظور است که فرد موقعیت خود را در این زیست‌جهان مشخص کند و تمایل دارد دریابد که باید با چه کسانی احساسی راحتی و نزدیکی کند و از چه کسانی فاصله بگیرد. دوری از افراد و نزدیکی به افراد دیگر ذیل مقوله هویت جای می‌گیرد. برای نمونه سحر ۲۶ ساله دانشجوی کارشناسی گیاه‌پزشکی خاطرنشان ساخت: «رابطه من با دوستانم بهتر از پدر و مادرم هست، معمولاً بیشتر اوقات را ترجیح می‌دهم در کنار آنها باشم». درباره دوری و نزدیکی به افراد از طریق بدن، سمانه ۲۳ ساله دانشجوی کارشناسی کشاورزی افزود: «لباس باز باعث میشه تو دوستی با جنس مخالف رابطه مون به جاهای نادرست بکشه».

بدن و طبقه اجتماعی

بوردیو می‌نویسد: «بدن، آشکارترین شکل عینیت یافتن سلیقه طبقاتی است» (بوردیو، ۱۳۸۰: ۳۱۱). عادت واره‌های بدنی به معنای به صحنه در آمدن عادت واره‌های گسترده‌تری هستند که مشخص‌کننده رفتارهای خاص مجموعه

«کنشگران» یک طبقه اجتماعی هستند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹). «تا حدود زیادی‌شان و شخصیت افراد را می‌توان بالباس‌های که به تن می‌کنن شناخت» (سمانه ۲۷ کارشناسی روان‌شناسی). به همان میزانی که افراد در سلسله‌مراتب اجتماعی بالا می‌آیند که سطح تحصیلات آنها افزایش یافته و رفته‌رفته نسبتاً اهمیت کار بدنی در نزد آنها ارزش خود را به سود کار فکری از دست می‌دهد، نظام ضوابطی که بر روابط افراد با بدنشان غلبه دارد نیز تغییر می‌کند: وقتی فعالیت‌های حرفه‌ای اساساً فعالیتی فکری است که نیاز به قدرت یا مهارت‌های فیزیکی خاصی ندارد، کنشگران اجتماعی ابتدا گرایش به آن می‌یابند که وارد رابطه‌ای خودآگاهانه با بدن خود شوند و تمرین بیشتری بکنند تا بتوانند حس‌های حیاتی خود را بهتر درک کنند و به بیان آورند و افزون بر این نشاط و زیبایی، خوش شکل و شمایل بودن را در خود تقویت کنند، نه قوی بودن را «من رو تو مهمونی‌ها و جشن‌ها به عنوان دانشجو میشناسن لباس پوشیدنم قطعاً با دیگران باید فرق کنه» (الهه ۲۳ ساله کارشناسی کامپیوتر). «نوع لباس پوشیدن ما دانشجو‌ها با استادها مون خیلی فرق داره» (طاهره ۲۲ ساله کارشناسی ادبیات انگلیسی)

بدن و دنیای مدرن

ژان بودریار در میدان دستکاری نشانه‌هایی که مصرف را مشخص می‌کنند، بدن را «زیباترین شی» قابل سرمایه‌گذاری فردی و اجتماعی می‌داند (بودریو، ۱۳۹۱: ۷۸). بودریار می‌نویسد: کشف دوباره بدن، پس از یک هزاره تقوا گرایی، خود را در قالب آزادسازی فیزیکی و جنسی بدن، حضور همه جانبه آن در تبلیغات اند، فرهنگ توده‌ها یا کیش بهداشت، رژیم‌های غذایی، درمان، وسواس جوانی، شیک‌پوشی، مردانه/زنانه، آرایش، رژیم‌های غذایی، رفتارهای مقدس مرتبط با آن، اسطوره لذت که احاطه‌اش می‌کند، همه و همه گویای آن هستند که بدن به موضوع‌رهایی بدل شده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۷۶). فرد با تغییر بدن خود در آرزوی آن است که هستی‌اش را دگرگون کند؛ «من دوست دارم وقتی به دانشگاه میام یه فرد تحصیل کرده به نظر بیام» (ستاره ۲۱ ساله دانشجوی کارشناسی فلسفه غرب) اگر بدن در گذشته، سرنوشت یک شخص و هویت نامحسوس وی را تشکیل می‌داد، امروز گزاره‌ای است که همواره می‌توان بدان ظرافت بخشید و آن را از سر گرفت. میان انسان و بدنش نوعی بازی به راه می‌افتد، بازی هم در معنای متعارف این کلمه و هم به معنای نوعی همسازی و تکمیل شدن، میلیون‌ها نفر از افراد به صورتی صنعت‌گران، بدنشان را به ماده‌های بدل کرده‌اند که با خلاقیت و خستگی‌ناپذیری، از آن چیزهای مختلف می‌سازند. ظاهراً بدن به یک صنعت بی‌پایان تبدیل شده است، به‌خصوص وقتی ما با نوعی استبداد نسبت به بدن زنان روبرو هستیم که در خیال غربی، بیشتر مفهوم بدن را مجسم می‌کنند و بنابراین بیشتر به شیئی خواستنی و نه یک سوژه تبدیل می‌شوند. امروزه بازاریابان مدام نوعی شرم مبهم نسبت به بدن خود را با ظرافت بسیار تبلیغ می‌کنند. در کمتر از ده سال، کالایی شدن بدن به شکل خارق‌العاده‌ای اوج گرفته است و محصولات بی‌شمار، فنون،

نمایشگاه‌های زیبایی، پیشنهاد‌های تبلیغاتی در زمینه آرایش و جراحی‌های زیبایی و غیره را به دنبال آورده است. زنان بی هیچ دغدغه‌ای به جراحی زیبایی و در واقع جراحی برای آرایش سیمای خود روی می‌آورند تا شکل چهره، سینه و باسنشان را تغییر دهند و چربی‌های «اضافی» را حذف کنند و به این ترتیب آثار و نشانه‌های پیری را تغییر دهند یا با آنها مبارزه کنند. «وقتی همگی از وسایل آرایش استفاده می‌کنند دیگر دلیلی وجود ندارد تا من استفاده نکنم، من آگه به خودم نرسم کسی به من توجه نمی‌کند در تو زندگی یه انسان شکست خورده و منزوی میشم، در یک شرکت برای کار رفته بودم ولی به خودم نرسیده بودم مدیر اون شرکت بهم گفت آگه میخوای استخدام بشی باید آرایش غلیظ کنی بیای سر کار» (مریم ۲۶ ساله کارشناسی ارشد حسابداری) در فرانسه، اولین عمل جراحی کشیدن پوست (لیفتینگ) در حدود چهار سال پیش انجام شد؛ اما امروز هر زنی بنا بر موقعیت اقتصادی خود، از محصولات و خدماتی برای زیباسازی خویش استفاده می‌کند. «وقتی این امکان برای من هست تا جوان تر نشان داده بشم باید این کار را انجام دهم» (نسرین ۳۲ ساله کارشناسی روان‌شناسی).

وجود گفتارهای متکثر در جامعه هویت‌های متعددی را رقم می‌زند. فرد در آن واحد می‌تواند پیرو چند نوع پوشش باشد و این پابندی خصلتی چندوجهی به هویت او می‌دهد. میتوان این نوع برساخت هویت را در خلال گفتارهای متعدد «بازی هویتی» نامید. فرد همواره برای تأمل درباره خود و درون خود به وجود گفتاری نیاز دارد و این نوع وابستگی باعث به وجود آمدن هویت‌های متعدد می‌شود. گفتارها همواره در قالب کردارها، کنش‌ها، رفتارها و ساختارها باز نمود می‌یابند. قبض و بسط هر گفتاری در تاروپود جامعه به ویژگی‌های زیادی بستگی دارد؛ اینکه تا چه حد در مدار قدرت قرار دارد، به چه اندازه به منابع اقتصادی، سیاسی و نفوذی دسترسی دارد و تا چه اندازه توانایی نفوذ در لایه‌های مختلف جامعه را دارد. قاعدتاً همواره یک یا چند گفتمان خاص، گفتار مرکزی و محوری در جامعه شناخته می‌شوند و بقیه گفتمان‌ها در حاشیه قرار می‌گیرند. اینجاست که بین گفتمان‌های متعدد برای کسب جایگاه برتر در جامعه تضاد و رقابت پیش می‌آید. بی‌گمان افرادی که خاستگاه هویت آنها گفتمان خاصی است، در این کشاکش مشارکت می‌جویند و به هر وسیله‌ای سعی می‌کنند هویت گفتمانی خویش را برجسته کنند. در پایان این بخشی، دستاورد بحث تفسیر را درباره نحوه برساخت هویت اجتماعی می‌توان چنین دسته‌بندی کرد:

۱. جوانان در هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی یک دست و همگون نیستند و این ناهمگنی که محصول تاریخ و اجتماع است، در نحوه مصرف و نوع پوشش بدن دخیل است. ۲. نوعی کثرت پوشش وجود دارد که نشانه جهشی است از انحصار صرف مصرف به سمت تنوع. ۳. جوانان تحت بررسی در این تحقیق با دغدغه‌های مشترک و متمایز در این امر تفاوت دارند که منفعل و بی‌اراده نیستند. ۴. جوانان با بدن خود می‌خواهند به اهدافی چون معنا پردازی زندگی، برساخت هویت، خلاقیت در بازسازی نفس و در آخر پر کردن اوقات

فراغت برسند. ۵. جوانان از طریق بدن در عصر مردن می کوشند پیوندی دیالکتیکی بین امر محلی و امر مدرنیته برقرار کنند که وزنه این ترکیب به نفع مدرنیته گرای سنگینی می کند.

نتیجه گیری

در این مقاله برای مطالعه نحوه نمایش بدن و چرایی گسترش آن در بین دانشجویان دختر ۶ پرسش اساسی مطرح شد که زندگی دانشجویان را تحت تأثیر قرار می داد. با اتخاذ رویکرد مردم‌نگاری نمایشی و ارجاع به نظریه پردازانی چون بوردیو و گافمن متوجه شدیم که اساساً نگرش دانشجویان در اثنای نمایش بدن خودشان خنثی و بی درک نیست. آنان همواره متوجه این نکته اند که با لباس‌های خود به دیگران پیام هویت خود را منتقل کنند؛ برای انضمامی کردن این بحث، به استفاده از روش کیفی و مصاحبه نیمه ساختارمند با ۴۵ نفر از دانشجویان روی آوردیم. بعد از انجام مصاحبه و تفسیر آن به این نتیجه رسیدیم که اولاً دانشجویان، برخلاف نظریات رایج درباره نحوه نمایش بدن، به خرده فرهنگ خاصی تعلق ندارند. آنها به مد خاصی از لباس‌ها وابسته نیستند و به تبع آن شناخت اندک و کلی از مارک‌ها و جنس لباس‌ها دارند. زمانی می توان از تنوع سلیقه در نمایش بدن صحبت به میان آورد که هر سلیقه خاص متعلق به گروه خاصی باشد، درحالی که در میان دانشجویان از تنوع سلیقه لباس به معنای خرده فرهنگی آن خبری نیست؛ منظور از تنوع سلیقه بیشتر مدهای خاصی در قالب گروه‌های خاصی است. آنها به سلیقه غیر معمول از عرف دانشگاه بی اعتنا هستند، چون دانشجویانی که مورد مصاحبه قرار گرفتن هم به لباس‌های در حد عرف (مانتو، چادر، مقنعه) به تن می کنند در موقعیت‌های که لازم ببینند و هم لباس خارج از عرف (مانتوی کوتاه، مانتوی رنگی، چسبان، قسمتی از بدن در آن دیده شود) و نوع دوم رو برای دانشگاه رفتن ترجیح می دهند.

به عبارتی، بین لباس باز و لباس پوشیده، چه داخلی و چه خارجی، در رفت و آمد هستند. اساساً در جامعه معاصر ایران دانشجویان اغلب در قالب گروه‌های قومی، مذهبی و سیاسی جاگیر شده اند تا خرده فرهنگ محلی خود را با انطباق وضعیت مدرن به نمایش قرار دهند. تعداد اندکی از دانشجویان از لباس‌های غربی برای نمایش دادن بدن شان استفاده میکنند، آن هم به این دلیل که تبلیغات و تصاویر مجذوب کننده در سطح شهر در فروشگاه‌ها رایج است. دسته‌ای از دانشجویان به دلیل برجسته کردن خود و برای اینکه وانمود کنند از دیگران جلوتر هستند به این عمل دست می زنند. جوانان دانشجوی با مصرف بدن خود، با توجه موقعیتی که در آن قرار دارند، هم آن را میسازند و هم بخشی از هویت آنان توسط بدن بر ساخته می شود. در حقیقت بدن به منزله شیوه‌ی اجتماعی می‌تواند کارکردهای متعددی داشته باشد: در وهله اول بدن افراد ویژگی منحصر به فردی در بازنمایی وقایع، حوادث و وضعیت فردی و جمعی آنان ایجاد می کند. در واقع نمایش بدن فرایند بازنمایی دنیای پر از التهاب و به هم ریخته، وضعیت دانشجویان را سروسامان می‌دهد و تعریفی مجدد از دنیا به آنها ارائه می کند. در وهله دوم دانشجویان بیشتر از آنکه

بی‌اهمیت باشد به نمایش بدن دیگران آن‌ها را تجزیه و تحلیل و مهم می‌پندارند. آنان سعی میکنند خود را جای اشخاصی که آن لباس را پوشیده قرار دهند تا احساس آن را درک کند و اگر احساس خوبی پیدا کردند از آن نوع لباس بخصوص استفاده خواهند کرد.



بدن به فرد اجازه میدهد که خود را ابراز کند. دانشجویان با توجه به موضع گفتار که در آن قرار دارند بدن خود را به کار می‌گیرند. به عبارتی، برخلاف ایده‌های رایج در عصر روشنگری، دانشجویان را سوژه استعلایی خودمختاری نمی‌داند که بتوانند فراتر از زمان و مکان خود عمل کنند و لباس‌ها را بر مبنای سوژه خود بنیاد انتخاب نمی‌کنند؛ بنابراین نمی‌توان هیچ دانشجوی جوانی را سراغ گرفت که ادعا کند فارغ از هر نوع گفتمان به تفسیر و قرائت لباس می‌پوشد؛ اما این گفته برخلاف ایده‌های مکتب فرانکفورت، جوان آلت دست سرمایه داری و شرکت‌های عظیم تولیدکننده لباس نیست که صرفاً لباس را به دلخواه آنان مصرف کند، بلکه در انتخاب، مصرف و تفسیر نوع لباس در قالب گفتمان‌هایی که خود، هرچند الزاماً و به ناگزیر، انتخاب می‌کند اقدام به مصرف نمادین می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت مقاله حاضر بر این باور است که جایگاه «گفتمانی»، هم از دید سنت مطالعات فرهنگی و هم از دید مکتب فرانکفورت، پنهان مانده است و اگر بتوان در تحقیقات آتی مقوله گفتمان را در بررسی و تحلیل نحوه مصرف بدن وارد کرد، ابعاد جالب توجهی از رابطه شیوه‌های اجتماعی و گفتمانی جامعه و ژانرهای متنوع مشخص خواهد شد و نیز در کی بهتر و جامع‌تر از علت‌های پوشش‌باز در بین جوانان دانشجویی به دست خواهد آمد. دانشجویان دختر در تقاطع گفتمان‌های گوناگونی قرار دارند و در انتخاب هموار دچار کشمکش روحی و روانی می‌شوند. بدن در ترجیح‌های گفتمانی جوانان دانشجو تأثیرگذار است. دانشجویان دختر با پیش‌پنداشت‌های خاص

خود و با توجه به موقعیت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی که در آن قرار دارند، با بعضی گفتمان‌ها احساس همدلی و با بعضی دیگر احساسی دگر بودگی می‌کنند. بدن این قرابت یا دوری از گفتمان را تاحدی واضح تر می‌کند. البته ما ادعا نمی‌کنیم که بدن در نقد گفتمان حاکم یا تسهیل در گرایش به گفتمانی خاص تأثیر نهایی دارد، بلکه نمایش دادن آن متنی است که شیوه اجتماعی را بر می‌سازد و توسط آن بر ساخته می‌شود. نحوه برداشت و قرائت لباس در بین جوانان نوعی برساخت‌گرایی محسوب می‌شود. زمانی که موضوع تفسیر پیش می‌آید بدان معنی است که مخاطب یا مصرف‌کننده اراده خود را به کار گرفته است و به نوعی به برساخت‌گرایی در حیطه خود دست زده است. دانشجویان دختر با این عمل می‌خواهند ثابت کنند که هژمونی در جامعه نمی‌تواند همه امور، مناسبات و روابط قدرت را بدیهي و طبیعی جلوه دهد و از آن اسطوره بسازد، بلکه دانشجویان با تفسیر انواع کردارهای اجتماعی، از جمله لباس، می‌خواهند اعلام کنند که این روابط می‌توانست به نحوی دیگر صورت بندی شود. در این پژوهش متوجه شدیم که جوانان با ارائه اظهارنظرهای متعدد در باب بدن و نحوه مصرف آن، به صورت تلویحی، وجود گفتمان‌های متعدد و متناقض در جامعه را به خوبی لمس کرده‌اند. بدین سیاق، مصرف‌کننده جوان مشارکت‌کننده‌ای فعال است که با نمایش بدن در آفرینش معنا سهیم است.

منابع:

- احمدی، طیب (۱۳۸۶): مدیریت بدن و هویت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه گیلان.
- اسمارت، بری (۱۳۸۵): میشل فوکو، (ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوافشان)، تهران: نشر اختران.
- ایمان، محمد تقی؛ مرادی، گلرمد (۱۳۹۰): روش‌شناسی نظریه‌ی اجتماعی گافمن، فصلنامه زن و جامعه، دوره ۲، شماره ۲، صص ۵۹-۷۸.
- آزاد ارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۲): مدیریت بدن به مثابه رسانه هویت، مجله انجمن جامعه‌شناسی.
- بابامیری، محمد؛ قاسمی، داود؛ زارع، راضیه؛ عباسی، محمد (۱۳۹۲): عوامل اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر میزان مصرف مواد آرایشی توسط دانشجویان دختر فصلنامه پوست و زیبایی، دوره ۲ شماره ۴ صص ۱۹۳-۲۰۲.
- بروتن، داوید لو (۱۳۹۲): جامعه‌شناسی بدن، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، نشر ثالث.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰): نظریه کنش (دلایل عملی و انتخاب عقلانی)، ترجمه مرتضی مردیها، چاپ چهارم، تهران: نقش و نگار.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۱): تمایز (نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی)، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ دوم، تهران: نشر ثالث.

- بهار، مهری؛ محمودی، عذرا (۱۳۹۵): مصرف پوشش؛ بررسی تجربی پوشش جوانان شهر آمل، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۱۲، شماره ۴۳، صص ۸۹-۱۲۰.
- بهار، مهری؛ و کیلی، محمد رضا (۱۳۹۰): آرایش مردان و زنان و امر پست مدرن «حاد - جنسیت»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۳، شماره ۲۲، صص ۴۷-۶۶.
- پرستش، شهرام؛ بهنویی گدنه، عباس؛ محمودی، کریم (۱۳۸۷): بررسی جامعه شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان (مطالعه موردی شهر بابلسر)، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال پنجم، صص ۱۹-۴۹.
- جعفری، محمد (۱۳۸۷): قومیت و هویت اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه گیلان.
- جلالی پور، حمید رضا؛ محمدی، جمال (۱۳۹۴): نظریه های متاخر جامعه شناسی، تهران، انتشارات نی
- جواهری، فاطمه (۱۳۸۷): بدن و دلالت های فرهنگی - اجتماعی آن، فصلنامه پژوهش فرهنگی، دوره ۹، شماره ۱، صص ۳۷-۸۰.
- چاوشیان، حسن (۱۳۸۱): سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخابهای ذوقی به عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در دوره مدرنیته اخیر. پایان نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ذکاتی، محمد سعید (۱۳۸۷): جوانان، بدن و فرهنگ تناسب، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱.
- راسخ، کرامت اله؛ مبری، معصومه؛ ماجدی، سیدمسعود (۱۳۸۹): بررسی نگرش زنان نسبت به مدیریت بدن؛ مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی شیراز، فصلنامه زن و مطالعات خانواده، دوره ۳، شماره ۹، صص ۵۷-۸۱.
- رضایی، احمد؛ اینانلو، مینا؛ فکری، محمد (۱۳۸۹): مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان)، دوره ۱۲، شماره ۴۷، صص ۱۴۱-۱۷۰.
- رفعت جاه، مریم؛ سیارپور، فاطمه (۱۳۹۰): عوامل اجتماعی، فرهنگی مؤثر بر بازنمایی هویت از طریق بدن، فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، دوره ۷، شماره ۲۳، صفحه ۹۷-۱۲۴.
- ساروخانی، باقر؛ رفعت جاه، مریم (۱۳۸۳): زنان و باز تعریف هویت اجتماعی، فصلنامه جامعه شناسی ایران، سال پنجم، شماره ۲ (پیاپی ۶)، صص ۱۶۰-۱۳۳.
- علمی، محمود؛ باقری زنوز، بهارک (۱۳۹۲): بررسی رابطه پایگاه هویت و مدیریت بدن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی ایران، دوره دهم، شماره سی و هشتم.

- فاتحی، ابوالقاسم؛ اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷): مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان.
- فوکو، میشل (۱۳۹۰): پیدایش کلینیک، ترجمه یحیی امامی، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰): عصر اطلاعات، قدرت، هویت، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، طرح نو جلد ۲.
- گافمن، اورینگ (۱۳۹۲): داغ ننگ (چاره اندیشی برای هویت ضایع شده)، ترجمه مسعود کیانپور، چاپ دوم، تهران: نشر مرکز.
- گافمن، اورینگ (۱۳۹۵): نمود خود در زندگی روزمره، ترجمه مسعود کیانپور، چاپ سوم، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸): جامعه شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- مینینگ، فیلیپ (۱۳۸۰): اروینگ گافمن و جامعه شناسی نوین، ثریا کامیار، تهران: انتشارات ثارالله.
- میلر، آرتور (۱۳۸۲): مرگ فروشنده، ترجمه عطالله نوریان، تهران، نشر قطره.
- نایی، هوشنگ و حمید عبدالهیان (۱۳۸۱): تبیین قشربندی اجتماعی، نامه علوم اجتماعی.
- نیک زاده، محمد (۱۳۸۳): الگوی خرید لباس و هویت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه گیلان.
- Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. (2005). The Body Appreciation Scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, 2, 285–297.
- Betz, D. E., Sabik, N. J., & Ramsey, L. R. (2019). Ideal comparisons: Body ideals harm women’s body image through social comparison. *Body Image*, 29, 100–109.
- Cohen, E., Bernard, J. Y., Ponty, A., Ndao, A., Amougou, N., & Saïd-Mohamed, R., et al. (2015). Development and validation of the body size scale for assessing body weight perception in african populations. *PLoS One*, 10(11), e0138983.
- Cornelissen, P. L., Cornelissen, K. K., Groves, V., McCarty, K., & Tovée, M. J. (2018). View-dependent accuracy in body mass judgements of female bodies. *Body Image*, 24, 116–123.
- Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women’s everyday lives. *Body Image*, 20, 31–39.
- Harmanka, H. (2013). Effects of visual and print media on clothing preferences of Turkish university youth, the *Macrotheme Review* 2(5), A multidisciplinary journal of global macro trends.
- Hesse-Biber, S., Leavy, P., Quinn, C. E., & Zoino, J. (2006). The mass marketing of disordered eating and eating disorders: The social psychology of women, thinness, and culture. *Women’s Studies International Forum*, 29, 208–224.
- Kim, B., & Kim, Y. (2019). Growing as Social Beings: How Social Media Use for College Sports Is Associated with College Students’ Group Identity and Collective Self-esteem. *Computers in Human Behavior*.
- Lisa M. Given (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*(vol. 2), Sage Publication inc. California. USA.

- Mann, T. C., & Ferguson, M. J. (2015). Can we undo our first impressions? The role of reinterpretation in reversing implicit evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(6), 823–849.
- Overstreet, N. M., Quinn, D. M., & Agocha, V. B. (2010). Beyond thinness: The influence of a curvaceous body ideal on body dissatisfaction in Black and White women. *Sex Roles*, 63, 91–103.
- Pourrajabi, M., Asgharpour Masouleh, A. (2019). The Meaning of Money among Young Students: A Phenomenological Study. *Sociological Studies of Youth*, 10(33), 93-106.
- Robinson, R.T. (2003). Clothing Behavior, Body Cathexis, and Appearance Management of Women Enrolled in a Commercial Weight Loss Program. Partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Clothing and Textiles, Blacksburg, Virginia.
- Rudd, N A. Lennon, S J. (2000). Body image and appearance management behaviors in college women, *Clothing and Textile Research Journal*, 18(3), pp 152-162, Sage.
- Swami, V., Frederick, D. A., Aavik, T., Alcalay, L., Allik, J., & Anderson, D., et al. (2010). The attractive female body weight and female body dissatisfaction in 26 countries across 10 world regions: Results of the international body project I. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 309–325.
- Tovée, M. J., Benson, P. J., Emery, J. L., Mason, S. M., & Cohen-Tovee, E. M. (2003). Measurement of body size and shape perception in eating-disordered and control observers using body-shape software. *British Journal of Psychology*, 94, 501–516.
- Van Bavel, J. J., Swencionis, J. K., O’Connor, R. C., & Cunningham, W. A. (2012). Motivated social memory: Belonging needs moderate the own-group bias in face recognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(3), 707–713.
- Van Dessel, P., Ye, Y., & De Houwer, J. (2018). Changing deep-rooted implicit evaluation in the blink of an eye. *Social Psychological and Personality Science*, 9, 1–8.
- Van Eeden, L. M., Newsome, T. M., Crowther, M. S., Dickman, C. R., & Bruskotter, J. (2019). Social identity shapes support for management of wildlife and pests. *Biological Conservation*, 231, 167–173.
- Webb, J. B., Vinoski, E. R., Bonar, A. S., Davies, A. E., & Etzel, L. (2017). Fat is fashionable an fit: A comparative content analysis of Fatspiration and Health at Every Size Instagram images. *Body Image*, 22, 53–64
- Young, A. I., Ratner, K. G., & Fazio, R. H. (2014). Political attitudes bias mental representation of a presidential candidate’s face. *Psychological Science*, 25, 503–510.
- Zhang, C. X., Pearce, P., & Chen, G. (2019). Not losing our collective face: Social identity and Chinese tourists’ reflections on uncivilised behaviour. *Tourism Management*, 73, 71–82.