

## تحلیل تماتیک رفتارهای بدنی در بین دختران و زنان تهرانی

سلیمان پاکسرشت<sup>۱</sup>، حاتم حسینی<sup>۲</sup>، مینا اینانلو<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۱/۳/۱۶، تاریخ تایید: ۹۱/۷/۲

### چکیده

بررسی حاضر حول این سؤال اساسی سامان یافته است که افراد چگونه و چه معانی‌ای به رفتارهای بدنی خود الصاق می‌کنند؟ اهمیت این بررسی کیفی از آن روست که غالب بررسی‌های صورت گرفته داخلی در چارچوب این برنامه‌ی پژوهشی، مدیریت بدن را از موضعی بیرونی و با تمرکز صرف بر فراوانی بروز رفتارهای بدنی و تبیین آن به واسطه‌ی عوامل فردی و اجتماعی کاویده‌اند و در نتیجه تکثر معنایی این رفتارها و مدیریت آن‌ها از منظر کنشگران بررسی نشده است. نتایج حاصل از این بررسی کیفی که با استفاده از مصاحبه‌ی عمیق با ۲۷ نفر از دختران و زنان ۲۰ تا ۳۴ ساله تهرانی و با بهره‌گیری از تحلیل تماتیک انجام شده است حاکی از آن است که سه سبک مدیریت بدن بر اساس معانی اطلاق شده به رفتار بدنی و بروز عملی رفتارهای بدنی قابل تشخیص است که عبارتند از: مدیریت هویت‌محور، مدیریت ارزش‌محور و مدیریت نظم‌محور.

واژگان کلیدی: بدن، مدیریت بدن، تصوّر از بدن، رفتار بدنی، سبک‌های مدیریت بدن.

s\_pakseresht@yahoo.com

Hatam.Hoseini@gmail.com

Inanloo\_mina@yahoo.com

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه بوعلی سینا.

۲. استادیار جمعیت‌شناسی دانشگاه بوعلی سینا.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی.

## مقدمه و طرح مسأله

در هر جامعه‌ای خواه سنتی، یا مدرن و با هر درجه‌ای از پیچیدگی، همواره امکانات و لوازمی برای متمایز شدن اقشار و گروه‌های اجتماعی از یکدیگر وجود دارد. متمایز شدن به خلق معانی و شکل‌گیری هویت‌ها می‌انجامد و کنشگران از طریق اشراف، درونی و طبیعی کردن همین معانی ذهنی و مرزهای هویتی است که روابط اجتماعی خود را سامان می‌دهند. در مسیر تحول جوامع تعداد هویت‌های اجتماعی و ابزارهای بازنمایی این هویت‌ها تکثر می‌پذیرد و به تناسب پیچیدگی جوامع، الگوهای بازنمایی هویت‌ها و مهارت‌های این بازنمایی پیچیده‌تر می‌شوند. سبک‌های زندگی محصول مهارت کنشگران در بازنمایی هماهنگ هویت‌های اجتماعی در فرصت‌های مصرف فرهنگی هستند. به عبارت دیگر سبک‌های زندگی محصول معانی فرهنگی است که افراد برای بیان متمایز بودگی خود به فرصت‌های مختلف مصرف فرهنگی الصاق می‌کنند و خود مطابق آن عمل می‌کنند.

به مرور زمان پدیده‌ها و رفتارهایی که می‌توانسته‌اند موضوع این معنابخشی و به تبع آن ایجاد تمایز اجتماعی قرار گیرند متنوع‌تر شده است. بدن و رفتارهای بدنی یکی از عرصه‌های متعدد مداخله و تولید معنا در دنیای مدرن به شمار می‌رود.

کنترل بر بدن و توجه به ترکیب، تزئین و هیبت ظاهری و بیرونی آن ابزاری است که به کنشگران اجتماعی امکان می‌بخشد روایت مشخصی از هویت شخصی را حفظ کرده و آن را در معرض تماشای دیگران قرار دهند. معیارها و استانداردهای جامعه و ایده‌آل‌های معرفی شده در رسانه‌ها و یا دیگر عوامل اجتماعی‌کننده، تصویر ذهنی از وضعیت جسمانی افراد در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد و ارزیابی افراد از قضاوت‌های هنجاری نسبت به ویژگی و شاخص‌های فیزیکی بدن‌شان، بر رضایت یا نارضایتی آن‌ها نسبت به آن تأثیر می‌گذارد (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵۹). به بیان گیدنز مدیریت بدن به مثابه عرصه‌ای که گزینش‌گری انسان مدرن را به نمایش می‌گذارد هم موجب تمایزبخشی و هم راهی برای وانمودسازی تعلق گروهی، پایگاهی و شغلی است.

ظرفیت بدن و رفتارهای بدنی برای حمل این داده‌های اجتماعی سبب شده است تا محققان اجتماعی در چند دهه‌ی اخیر به الگوهای مدیریت بدن علاقه‌مند شوند و برنامه‌ی پژوهشی مشخصی پیرامون این موضوع شکل گیرد. انسان‌شناسان، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان فراخور نیازهای تحلیلی خود اقدام به تولید و تحلیل داده‌های مرتبط با رفتارهای بدنی کرده‌اند. در حوزه‌ی جامعه‌شناسی، گرایش غالب در مطالعه‌ی مدیریت بدن معطوف به تحلیل رفتارهای بدنی از موضع بیرونی بوده و مدیریت بدن با تکیه بر مجموعه رفتارهای از پیش تعیین شده

بدنی که تصورات بدنی، هویت‌یابی و تمایزبخشی افراد را به نمایش می‌گذارند، مورد بررسی قرار گرفته است.

مطالعات داخلی صورت گرفته در این حوزه نیز به خوبی موید توجه محققان به صورت‌های کمی رفتارهای بدنی بوده است و در بهترین حالت این مطالعات توانسته‌اند میزان و درجه‌ی مدیریت بدن را در جوامع آماری خود مطالعه کنند از جمله این مطالعات می‌توان به پژوهش‌های آزادارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، چاوشیان (۱۳۸۱)، جزایری (۱۳۸۳)، پهلوان‌زاده، مقصودی و قضاوی (۱۳۸۴)، ژیانپور (۱۳۸۶)، پرستش و همکاران (۱۳۸۷)، فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷)، عنایت و مختاری (۱۳۸۸)، ضیاءپور (۱۳۸۹)، موحد، غفاری نسب و حسینی (۱۳۸۹)، رضایی، اینانلو و فکری (۱۳۸۹) و ابراهیمی، بهنوئی و ضیاءپور (۱۳۸۹) اشاره کرد. این مطالعات اساساً سعی کرده‌اند تا الگوی رفتاری از قبل تعیین‌شده را در قالب رفتار بدنی مطالعه کنند و با اتخاذ موضع بیرونی نسبت به تحلیل این موضوع، فرایندهای معنایی، تولید و تغییر این الگوها مورد توجه قرار نگرفته است. یافته‌های کلی چنین بررسی‌هایی مانند ارتباط سطوح گوناگون مدیریت بدن با متغیرهایی چون (جنس، سن، تحصیلات، سرمایه‌ی فرهنگی، دین و نگرش سنتی به خانواده)، ارتباط پایگاه اقتصادی- اجتماعی و مصرف‌رسانه‌ای با مدیریت بدن، گرایش بیشتر زنان به مدیریت بدن و... بیشتر متأثر از همین رویکرد بیرونی به رفتارهای بدنی است. بررسی حاضر برای دستیابی به وجوه معنایی رفتارهای بدنی درصدد است موضعی تفسیری و درونی نسبت به این رفتارها اتخاذ کرده و با مطالعه‌ی کیفی این رفتارها، نقش کنشگران و عاملیت آن‌ها را در تولید و بازتولید الگوهای مدیریت بدن شناسایی و تحلیل کند.

از جمله محدود بررسی‌هایی که در موضوع بدن با این رویکرد انجام شده، بررسی آزادارمکی و غراب (۱۳۸۷) است که در آن دریافت از بدن در فرهنگ عامه بررسی شده است. محققان بررسی مورد نظر به این نتیجه رسیده‌اند که افراد مورد مصاحبه سه نگرش به بدن دارند. بدن به مثابه طبیعت، بدن به مثابه رسانه و بدن به مثابه منبع هویت، الگوهایی هستند که به واسطه‌ی آن‌ها، افراد بدن خود را درک می‌کنند و متناسب با آن هم رفتار می‌کنند. رویکرد تفسیری در تحلیل به محقق اجازه می‌دهد تا مقوله‌ی مدیریت بدن را به مثابه‌ی رفتاری که نه تنها در درجه بلکه در نوع و کیفیت نیز تفاوت می‌پذیرد مورد بررسی قرار دهد. این موضع تحلیلی تلاش می‌کند تا تنوع موجود در رفتارهای بدنی را با توجه به معانی مندرج در آن‌ها و فرایندهای شکل‌گیری و تقویت و بازتولید آن‌ها در متن زندگی فردی و اجتماعی افراد مطالعه کند و به این سوال پاسخ دهد که چه الگوها یا سبک‌هایی از رفتارهای بدنی را می‌توان تشخیص داد که از حیث معانی و بروز، با یکدیگر تفاوت داشته باشند، بررسی حاضر در راستای تقویت و اعمال این موضع تحلیلی اخیر در مطالعات مدیریت بدن انجام شده است و قصد دارد

رفتارهای بدنی را از حیث تم‌ها و معانی مرکزی آن‌ها بررسی کرده و تلاش کند تا بر همین اساس الگوهایی از الصاق معنا به رفتارهای بدنی را شناسایی کند.

### رویکردهای نظری به مدیریت رفتارهای بدنی

تا دهه‌ی ۱۹۸۰، موضوع بدن و رفتارهای بدنی حوزه‌ای مغفول در مطالعات جامعه‌شناسی به شمار می‌رفت. تمرکز بر وجوه غیرمادی و غیرجسمانی بدن موجب شده بود تا بدن به عنوان عرصه‌ای برای کنش‌گری و خلق معنا به کلی از دید آنان پنهان بماند. به بیان براین ترنر، این طور به نظر می‌رسید که بین دو بخش ذهن و بدن در اندیشه دوتالیسم دکارتی تعاملی وجود ندارد و این دو موضوع را می‌توان منفک و جدا از هم مطالعه کرد. اما در دهه‌ی ۱۹۹۰ با تلاش‌های افرادی چون براین ترنر رشته‌ای با عنوان جامعه‌شناسی بدن شکل گرفت. از این زمان بود که موضوع بدن و رفتارهای بدنی در متن موضوعاتی چون جامعه و فرهنگ مصرفی، مورد توجه محققان اجتماعی قرار گرفت.

در حقیقت از دهه ۱۹۹۰ خلاء عدم توجه به وجوه عینی و قابل تحلیل رفتارهای بدنی توسط جامعه‌شناسان احساس شد و معلوم شد که جامعه‌شناسی از دستگاه‌های مفهومی و نظری برای شنیدن و تحلیل صداهای بدنی برخوردار نیست و این وضعیت با اهمیت روزافزون و محوریت بدن در فرهنگ مصرفی جامعه‌ی مدرن تناسبی ندارد.

جامعه‌شناسی بدن به عنوان محصول واکنش جامعه‌شناسان به این خلاء تحلیلی، به چگونگی تأثیرپذیری بدن از عوامل و نیروهای اجتماعی می‌پردازد. به مانند تحولات نظری و اجتماعی منتهی به شکل‌گیری سایر برنامه‌های پژوهشی در جامعه‌شناسی، توجه به موضوع بدن نیز در آرای محققان و جامعه‌شناسان متعلق به نحله‌های نظری مختلف و انسان‌شناسان قابل پیگیری است. در ادامه و به منظور هدایت نظری پژوهش حاضر به معرفی رویکردهای نظری مختلف جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان به موضوع بدن و رفتارهای بدنی خواهیم پرداخت.

گافمن بر این باور است که خود<sup>۱</sup> افراد بوسیله‌ی نقش‌هایی که در موقعیت‌ها اجرا می‌کنند شکل گرفته و معنا پیدا می‌کند. به باور او افراد در کنش‌های متقابل می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد و بدن در این میان نقش اساسی دارد. به طوری که از دید او عاملان بدنی رای جمع‌کن‌هایی هستند که با توسل به همه‌ی روش‌های علامت‌دهی اجتماعی سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند و این عاملان بدنی معرف‌های تجسدیافته منش و منزلت‌اند که می‌تواند توسط دیگر کنش‌گران مورد تفسیر قرار گیرند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۵۵).

1. Self

ترنر نیز توجه تجاری و مصرفی به بدن را به عنوان نشانه‌ای از زندگی خوب و شاخصی از سرمایه‌ی فرهنگی در جوامع مدرن و پسا صنعتی در نظر می‌گیرد که این خود به توجه به زیبایی بدن، به انکار بدن سالخورده، طرد مرگ و بر اهمیت ورزش و متناسب‌بودن بدن در جوامع منجر شده است. او مسئله‌ی نظم را برای هر تئوری اجتماعی اساسی‌ترین مسئله دانسته و بر این موضوع که چگونه نظم جامعه‌ای خاص از طریق انضباط بدن بوجود آمده است، متمرکز می‌شود. وی در این ارتباط یک تیپولوژی از انواع تعامل بدن و نظم اجتماعی ارائه می‌کند و معتقد است نظم اجتماعی از رهگذر رفتارهای بدنی به شیوه‌هایی چون بازتولید، ریاضت‌کشی، نظارت و بازنمایی، تولید می‌شود (ترنر، ۱۳۸۱: ۳۱۳).

الیاس نیز در مطالعه‌ی تاریخی خود با عنوان فرایند متمدن شدن (۱۹۳۹)، تاریخ رفتار و رفتار متمدنانه را با مراجعه به کتاب‌های آداب و تشریفات از اواخر قرون وسطی تا قرن نوزدهم دنبال می‌کند. به اعتقاد او، جوامع به دنبال متمدن شدن<sup>۱</sup> خصلت خود انضباطی را به آدم‌ها تحمیل می‌نماید و افراد در دوره‌های اخیر به واسطه‌ی افزایش خودآگاهی به لزوم مراقبت از خود پی می‌برند و برای نشان دادن تمایز میان خود متمدن و خود طبیعی و حیوانی، به معاینه و مراقبت خود و نیز دیگران توجه نشان داده‌اند و اینجاست که "شخصیت و فرهنگ دست در دست یکدیگر حرکت می‌کنند" (جانسون، ۲۰۰۰: ۲۵۱).

بورديو هدف مدیریت بدن را اکتساب منزلت، تمایز و یا پایگاه می‌داند. وی در تحلیل خود از بدن به کالایی شدن بدن در جوامع مدرن اشاره می‌کند که بصورت سرمایه‌ی فیزیکی ظاهر می‌گردد. بورديو تولید سرمایه‌ی فیزیکی را در گرو رشد و گسترش بدن می‌داند، به گونه‌ای که بدن حامل ارزش در زمینه‌های اجتماعی می‌گردد. از نظر بورديو، بدن به عنوان شکل جامعه‌ی سرمایه‌ی فیزیکی دربردارنده‌ی منزلت اجتماعی و اشکال نمادین متمایز است. تبدیل سرمایه‌ی فیزیکی در واقع به معنای ترجمه و تفسیر حضور بدنی بر حسب اشکال گوناگون سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) در میدان کار، فراغت و... می‌باشد. او با در نظر گرفتن بدن به عنوان سرمایه‌ی فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد (شیلینگ، ۱۹۹۳: ۱۲۷).

از نظر گیدنز این کوتاه‌بینانه است که بدنسازی و آراستگی خویشتن را صرفاً به عنوان تأثیرات بازتابی تبلیغات تجاری مورد تفسیر قرار دهیم. بلکه واقعیت این است که ما امروزه نسبت به گذشته بیش از پیش مسئول طراحی بدن‌های خویش هستیم و هر چه محیط فعالیت‌های اجتماعی ما از جامعه‌ی سنتی بیش تر فاصله گرفته باشد فشار این مسئولیت را بیش تر احساس می‌کنیم. امروزه در جامعه‌ی

مدرن پرداختن به بدن بیش از گذشته نمادگر هویت انسان‌ها شده است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۹۰). فوکو نیز در کتاب‌های تولد درمانگاه، مراقبت و تنبیه<sup>۱</sup> و تاریخ جنسیت<sup>۲</sup> به بحث درباره بدن پرداخته است که در کتاب اول به بحث در این باره پرداخت که مرگ خود آغاز معرفت نسبت به جسد و نسبت به مرض شد و در کتاب بعدی خود معتقد است که این روابط قدرت است که بدن را مطیع ساخته و آن را به انقیاد در می‌آورد و از لحاظ سیاسی، اقتصادی مقید می‌سازد و در کتاب سوم خود سکسوالیته<sup>۳</sup> را عاملی می‌داند که سبب توجه به بدن شد و معتقد بود آن به منزله معیار انضباط‌ها و اصل سامان‌دهی‌ها عمل می‌کند که از یک سو به انضباط درآوردن بدن مربوط است و از سوی دیگر با تمام انرژی‌هایی که تولید می‌کند منجر به سامان‌دهی جمعیت‌ها می‌شود. بر همین اساس سکسوالیته در سده‌ی ۱۹ به درون‌مایه‌ی عملیات سیاسی و دخالت‌های اقتصادی دولت‌ها بدل شد و از این طریق به تولید مثل یا جلوگیری از آن انجامید (فوکو، ۱۳۹۰: ۱۶۷).

اما از جمله اندیشمندان انسان‌شناسی نیز می‌توان به مارسل موس<sup>۴</sup> اشاره کرد که در مقاله‌ی تکنیک‌های بدن پیوند میان تکنیک‌های بدن و نظام‌های اجتماعی را نشان داده و با استفاده از مفهوم عادت‌واره مختص بودن فعالیت‌های بدنی و جسمانی را به یک فرهنگ و جامعه نشان می‌دهد. به اعتقاد موس تکنیک‌های بدنی تکنیک‌های قابل انتقال و آموختنی از طریق پروسه اجتماعی یادگیری‌اند به طوری که هر نوع عملی نقش یادگیری را نشان می‌دهد (لچت، ۱۳۷۸: ۵۹). در حوزه‌ی مطالعات فرهنگی نیز می‌توان به افرادی مانند شیلینگ و فدرستون اشاره کرد، برای شیلینگ (۱۹۹۳) بدن در فرهنگ معاصر به عنوان یک پروژه ناتمام تعریف شده است یعنی فضایی است برای خود شکوفایی مستمر. در جایی دیگر شیلینگ هم مانند ترنر معتقد است که بدن معاصر در حالی که یک برساخته‌ی اجتماعی است، اما در هاله‌ای از ابهام و عدم قطعیت است. در واقع بدن پروژه‌ای است همراه با هویت‌های فردی اما درون چهارچوب جهانی از ریسک و ناامنی. به نظر فدرستون (۱۹۹۱: ۱۷۴) فزونی و تفوق تصاویر بصری در فرهنگ مصرفی باعث افزایش اهمیت نمایش و ظاهر بدن گشت. نگاه کردن به بدن، حالات بدن، پوشاک و نحوه آراستن امروزه اهمیت بسیاری یافته است. این تغییرات از سوی فدرستون تحت عنوان ایده خود نمایشی که بر اهمیت اساسی نمایش و مدیریت ابراز تاکید دارد برجسته گشت. به طور کلی می‌توان گفت در حوزه‌ی جامعه‌شناسی رابطه‌ی بدن و جامعه به واسطه‌ی اهمیت رو به رشد جامعه‌ی مدرن و رشد مصرف‌گرایی که با خود ارزش‌هایی چون فردگرایی، سبک‌های

1. Discipline and punish: the birth of the prison
2. The history of sexuality
3. Sexuality
4. M, Mauss

زندگی خاص، متمایز بودن و داشتن هویت‌های جدید و متعاقب آن توجه خاص بر بدن را به همراه آورده‌اند مورد تحلیل قرار می‌گیرد. از نظر انسان‌شناسان فرهنگ در قالب آموزش، تعلیم و تربیت، آداب و رسوم و تابوها در توجه انسان‌ها بر بدن مؤثر بوده است، چه بسا در هر فرهنگی تکنیک‌های بدنی خاصی به افراد آموزش داده می‌شود و از آن‌ها انتظار می‌رود به نحو خاصی لباس بپوشند و یا غذا بخورند و... اما محققان مطالعات فرهنگی بیشتر متأثر از معرفت‌شناسی فمینیستی به بدن پرداخته‌اند. از این دیدگاه مقصّر اصلی بیگانگی از بدن، نظام مصرفی سرمایه‌داری غربی معرفی می‌شود که ترویج‌کننده‌ی نارضایتی زنان از بدن خویش و هزینه برای خرید کالاها و خدماتی است که این نقیصه را جبران می‌کند.

### روش تحقیق

بررسی حاضر به روش کیفی و با استفاده از ابزار مصاحبه‌ی عمیق با ۲۷ نفر از دختران ۲۰ تا ۳۴ ساله تهرانی گردآوری شده است. روش نمونه‌گیری مورد نظر در این پژوهش از نوع نظری بوده، یعنی تلاش شده است که سبک‌ها بر اساس موقعیت‌های کنشی عام که تفاوت در رفتارهای بدنی در بین آن‌ها مورد انتظار است شناسایی شوند.

رویه‌ی تحلیل داده‌های گردآوری شده، تحلیل موضوعی یا تماتیک است که از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش تحلیل داده‌های کیفی به ویژه در مردم‌نگاری و یا در تحلیل داده‌های متنی مصاحبه‌ای است. به این ترتیب که از طریق استقرای تحلیلی، داده‌های مصاحبه‌ای در ارتباط با معانی غالب رفتارهای بدنی در آن‌ها طبقه‌بندی شده و بر اساس آن‌ها الگوهای معنابخشی به رفتارهای بدنی شناسایی شده است. نحوه طبقه‌بندی و کدگذاری داده‌های مصاحبه‌ای نیز اینگونه انجام شده است که ابتدا در هر مصاحبه عبارات، توضیحات، جملات و اشاراتی را که به نوعی حکایت از تلاش افراد مورد مصاحبه برای متفاوت کردن و نامیدن روش‌های خود در مدیریت بدن و توضیح رفتارهای بدنی بود استخراج شده و سپس بر اساس مقوله‌های معنایی مشترک گروه‌بندی شده‌اند و در نهایت بر اساس وجوه مشترک عبارات گروه‌بندی شده در هر کدام از مقولات و طی فرایندی سلسله‌مراتبی، تم‌های مرتبط و سپس تم‌های اصلی و در نهایت تم‌های مرکزی شناسایی شده‌اند.

### یافته‌های تحقیق

بر اساس مصاحبه‌های صورت‌گرفته با دختران و زنان جوان مورد بررسی در ارتباط با تنوع رفتارهای بدنی و انگیزه‌های ایشان برای مدیریت بدن و معنایی‌ای که به این رفتارهای بدنی در متن و جریان طبیعی زندگی آنان می‌توان الصاق کرد، سه الگوی تیپیک مدیریت بدن در بین

آنان قابل شناسایی است. در هر کدام از این الگوها و سبک‌های مدیریت بدن، معنای غالب و هدایت‌گر رفتارهای بدنی متفاوت بوده و طی فرایند خاصی توسعه یافته و بازتولید می‌گردد. البته تفکیک الگوهای مدیریت بدن به معنای آن نیست که هر فرد الزاما از یک الگوی معنابخشی به رفتارهای بدنی تبعیت می‌کند، چون در عمل افراد به بیش از یک الگوی معنابخشی به مدیریت بدنشان ممکن است گرایش داشته باشند. تفکیک این الگوها بیشتر برای مقاصد تحلیلی و شناسایی معانی قابل الصاق به رفتارهای بدنی صورت گرفته است و شناسایی این معانی برای توضیح فرایندهای منتهی به شکل‌گیری الگوهای مختلف مدیریت و مداخله در بدن سودمند خواهد بود. در ادامه به معرفی مشخصات هر کدام از الگوهای یادشده و تظاهرات رفتاری آن‌ها خواهیم پرداخت.

#### الف) مدیریت هویت‌محور بدن

تصور از بدن به مثابه رسانه معرفی الگوی خاصی در معنابخشی به رفتارهای بدنی است که در رفتارهای بدنی بیش از هر چیز توانایی حمل داده‌ها یا پیام‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد. این دیدگاه در مدیریت بدن رفتارهای بدنی را دارای معانی و پیام‌هایی که دارای مخاطب هستند معرفی می‌کند. بسته به اینکه چه نوع پیامی در رفتارهای بدنی کدگذاری شده باشد مخاطبان آن هم متفاوت هستند. در واقع در تحلیل این رفتارهای بدنی و این سبک مدیریت بدن می‌توان شیوه‌ی رمزگذاری پیام‌ها در رفتار بدنی، پیام رمزگذاری شده، مخاطبان پیام و واکنش‌های آنان به این پیام‌ها را شناسایی و مورد تفکیک قرار داد.

بدن در چنین سبکی قادر است داده‌ها و پیام‌های هویتی را حمل کند. یعنی در واقع هویت‌های مختلفی بدین واسطه امکان بروز پیدا می‌کنند. اینکه چه نوع هویتی و چگونه در رفتارهای بدنی رمزگذاری می‌شود جای تحلیل دارد. مثلا اینکه داده و هویت جنسیتی چگونه در رفتار بدنی تجلی پیدا می‌کند و ظواهر و تجلیات آن چیست؟ قابل تحلیل است. وقتی رفتار بدنی حامل داده‌های هویت طبقاتی یا اجتماعی باشد تجلیات آن نیز متفاوت خواهد بود و به عنوان مثال قیمت و ارزش در نوع رفتارهای انتخابی برای مدیریت بدن اهمیت پیدا می‌کند. به تناسب، هویت‌های دیگر نیز در این رفتارهای بدنی می‌توانند خود را معرفی کنند.

بنابراین با توجه به اینکه کدام سویه‌ی هویتی برای فرد دارای تعیین‌کنندگی باشد، تجلیات و ظواهر بدن و نوع و کیفیت و میزان توجه بدان نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. چه بسا ممکن است افراد ضمن برخورداری از هویت جنسیتی اما بیشتر به هویت طبقاتی خود بها بدهند، بنابراین با توجه به اهمیتی که هر یک از این ابعاد می‌توانند برای فرد داشته باشند بدن و شکل ظاهری آن نیز مورد دست کاری قرار می‌گیرد. اموری مانند تناسب اندام، رژیم غذایی، جراحی



پلاستیک و... همگی در حکم ابزارهایی شناخته می‌شوند که افراد در جهت نمایش هویت مدنظر خود از آن‌ها استفاده می‌کنند. مطابق یافته‌ها، به طور کلی این سبک مدیریت بدن بر محور اولویت و یا تعامل هویت‌های مختلف جنسیتی، قومی، طبقاتی و مقاومتی شکل می‌گیرد و کنشگران در این سبک می‌کوشند از رفتارهای بدنی به مثابه رسانه، برای انتقال و انتشار داده‌های هویتی و تعیین مرزهای هویتی استفاده کنند.

هویت جنسیتی اشاره بر نقش‌های جنسیتی یعنی زنانگی‌ها و مردانگی‌ها دارد. اینکه افراد چه تصویری از خود به عنوان یک زن یا مرد در ذهن دارند و این تعریف از زن یا مرد در ذهنیت آن‌ها چگونه حاصل شده و دیگران چگونه در شکل‌گیری این ذهنیت‌ها تأثیر داشته‌اند جای بحث دارد، کنشگران اجتماعی بر اساس نوع باور و تفکری که از خود به عنوان یک زن یا مرد دارند و نیز رضامندی یا نارضامندی از هویت‌های جنسیتی از پیش تعیین شده، به شکل خاصی بر ظاهر و اندام خود توجه می‌نمایند. برای برخی از افراد بروز و بیان هویت جنسیتی در رفتارهای بدنی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و شاید تنها منطق و معنای قابل اطلاق به رفتارهای بدنی قلمداد شود. دستکاری بدن با معانی و پیام‌های جنسیتی موجب بروز رفتارهای بدنی خاصی می‌شود. اهمیت جنسیت و هویت جنسیتی یا واکنش به هویت جنسیتی از پیش تعیین شده بخشی از پیام‌هایی است که از طیفی از رفتارهای بدنی در این سبک قابل استخراج است. در زیر گزیده‌ای از مصاحبه‌های انجام شده آمده است که به خوبی نقش هویت جنسیتی را در مدیریت رفتارهای بدنی نشان می‌دهد.

«تمیزی، آراستگی، آرایش، ظرافت به نظر من تنها مخصوص زن‌هاست» (دختر، ۲۰ ساله).

«به نظر من ما زن‌ها باید تمیز باشیم، خوب به خودمون برسیم، آرایش کنیم. من ژنده پوشی، نامرتب گشتن، شلخته گشتن رو هیچ وقت برای یه دختر درست نمی‌دونم. باز اگر مردا بخوان اینجوری باشن اشکال نداره چون انقدر درگیر کار و زندگی هستن که وقتی ندارن، ولی به نظر من این چیزها برای یه زن مهم و خوبه» (دختر، ۲۵ ساله).

همانگونه که در عبارات فوق مشهود است، از نگاه مصاحبه‌شوندگان بخشی از معانی قابل الصاق به رفتارهای بدنی، جنسیتی هستند. به این معنی که افراد با رفتارهای بدنی خود درصدد معرفی هویت جنسیتی یا واکنش به الگوهای تعریف هویت جنسیتی جامعه بر می‌آیند. این هویت جنسیتی به طور ساده نشان دادن زن یا مرد بودن نیست. بلکه اعلام ترجیحات خاصی در چستی زنانگی و مردانگی و مشخصه‌های رفتاری آن‌هاست. در واقع افراد در این الگو اصرار دارند تلقی خاصی از هویت جنسیتی را در رفتارهای خود بروز دهند. به همین دلیل رفتارهای

بدنی به هنگام حمل این داده‌های بدنی دارای انسجام خاصی هستند و نوعی وحدت در بین آنها قابل مشاهده است.

« سعی می‌کنم لباس‌های تمیز و شیک بپوشم، اکثراً دوست دارم لباس‌های رنگ روشن بپوشم، چون فکر می‌کنم رنگ روشن برای دخترهای جوون خوبه، اکثراً هم تیپ اسپرت دارم» (دختر، ۲۰ ساله).

« اکثراً مانتو می‌پوشم، احساس می‌کنم مانتو جمع و جورتر و لاغرتر نشونم میده و سعی می‌کنم صورتم همیشه حداقل یه کرم ضد آفتاب داشته باشه» (دختر، ۲۵ ساله).

استفاده از رنگ‌های خاص، پوشش‌های متفاوت با تلقی رایج از رفتارهای بدنی مربوط به یک جنس در این الگو درصدد القای انسجام و وحدت پیش گفته در رفتارهای بدنی است. نکته ی مهم در تلقی بدن به مثابه ابزار و رسانه‌ی انتقال پیام جنسیتی در این الگو، قصد و نیت کنشگر در الصاق پیام‌های جنسیتی خاص به رفتارهای بدنی است که متفاوت از تلقی و یا انتظار رایج از بایدهای اجتماعی این رفتارهاست. بنابراین می‌توان پیام رمزگذاری شده در این رفتارها را بیان تفاوت در متن تفاوت قلمداد کرد. به این معنی که کنشگران در این رفتارهای بدنی می‌خواهند علاوه بر تفاوت جنسیتی، تفاوت در نوع خاص پیام جنسیتی نهفته در رفتار بدنی نیز روشن شود. پیامی که به مخاطبان، نوع خاصی از تلقی جنسیت را در نزد فرد اعلام می‌کند. به عبارت دیگر رفتارهای بدنی درصدد بیان مرزهای هویتی در درون جنسیت‌ها هستند و نه بین آن‌ها.

یکی دیگر از پیام‌هایی که در رفتارهای بدنی کنشگران رمزگذاری می‌شود، پیام‌های قومی است. گاهی رفتارهای بدنی ابزار و رسانه‌ی بیان تعلقات قومی افراد هستند. مرزهای قومی همانگونه که در سایر عناصر و رفتارهای فرهنگی مشهودند، در رفتارهای بدنی نیز قابل پیگیری هستند. با اینکه به نظر می‌رسد این مرزها بویژه در زمینه‌ای چون رفتارهای بدنی که الگوهای عام و حتی جهانی در آن‌ها در حال بروز و توسعه است، در حال کمرنگ شدن هستند. با این وجود بسیاری از کسانی که هویت قومی را به نوع خاصی از رفتارهای بدنی پیوند می‌دهند.

« به نظر من ترک‌ها آرایش، مو بیرون ریختن، پوشیدن لباس‌های کوتاه و حرف زدن با نامحرم‌ها رو دوست ندارند » (دختر، ۲۸ ساله).

« براساس اون چیزی که خودم تجربه کردم خیلی از خانواده‌های ترک برخلاف خانواده‌های دیگه دوست ندارند و لنگ و باز باشند یا خودشونو به دیگران بخوان نشون بدن » (دختر، ۲۵ ساله).

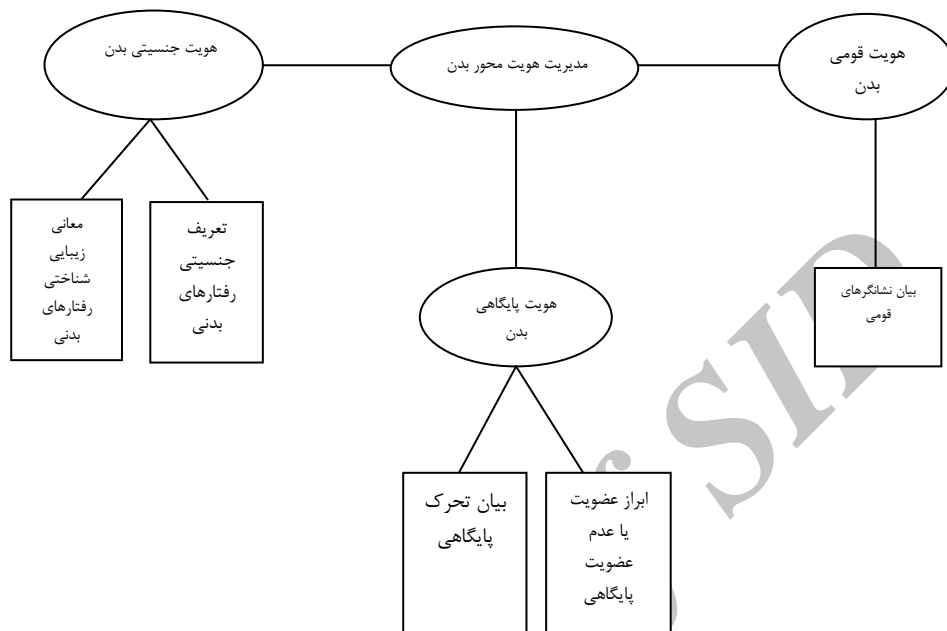
علاوه بر هویت‌های جنسیتی و قومی، هویت‌های طبقاتی و اجتماعی نیز می‌تواند در رمزگذاری

رفتارهای بدنی مورد استفاده قرار گیرد. مدیریت بدن برای نمایش جایگاه طبقاتی، موضوعی است که در مورد آن در حوزه‌های جامعه‌شناسی مصرف و بدن زیاد بحث شده است. طبقه یا جایگاه طبقاتی به شیوه‌های مختلفی می‌تواند رفتارهای بدنی را تحت تأثیر قرار دهد. به طور طبیعی فرصت‌های مادی افراد برای مدیریت بدنشان مستقیماً تابع جایگاه طبقاتی آن‌هاست و از طرف دیگر گرایش عامی وجود دارد که مدیریت بدن را به افراد عضو طبقات بالا و متوسط پیوند بزند. گرایشی که در تولید و عرضه محصولات تقلبی مارک‌دار هویداست. اما آنچه این سبک مدیریت بدن بر اساس هویت طبقاتی و اجتماعی را متمایز می‌کند تمایل به بروز آن در همه‌ی طبقات اجتماعی و گروه‌های اجتماعی است. در واقع کنشگران در این نوع مداخله در بدن اصرار دارند جایگاه اجتماعی و طبقاتی خود را که الزاماً از حیث اقتصادی یا اجتماعی بالا محسوب نمی‌شود، در رفتارهای بدنی بروز دهند. عبارات زیر در همین ارتباط از مصاحبه‌های اطلاع‌رسانان استخراج شده است.

« به نظر من هر کسی با نحوه توجه به خودش سطح زندگی خانوادگی‌اشو نشون میده؛ مثلاً لباس‌های کهنه پوشیدن یا شلخته گشتن برای آدم‌هایی هست که وضعیت زندگی خوبی ندارند » (دختر، ۲۷ ساله).

« به نظر من جراحی زیبایی مخصوص ثروتمندهاست نه برای ماهایی که از اقشار پایین یا متوسط جامعه هستیم، پولدارها هر کاری که دلشون بخواد انجام میدن » (دختر، ۲۸ ساله).

به طور کلی در تحلیل سبک مدیریت بدن به مثابه رسانه، دانش و آگاهی اجتماعی فرد از مرزهای هویتی مهم اهمیت زیادی دارد. هویت‌ها همانگونه که در سایر رفتارهای فردی و اجتماعی خصلت تعیین‌کنندگی دارند، می‌توانند رفتارهای بدنی کنشگران را هم تحت تأثیر قرار دهند. باید توجه داشت که در این سبک مدیریت بدن اصراری مبنی بر تولید رفتارهای بدنی هویت‌مدار دیده می‌شود که موقعیت‌های مختلف بروز رفتار در تغییر آن تأثیری ندارند. به عبارت دیگر کنشگران اصرار دارند که با بروز مجموعه‌ی رفتارهای بدنی خاصی در موقعیت‌های مختلف، تعلق هویتی و از آن بالاتر برداشت خاص و حتی بازسازی‌شده خود را از چیستی این هویت را به نمایش بگذارند. بدن در این سبک رسانه‌ای است متحرک که مخاطبانش باید از پیام‌های عرضه شده در آن مطلع شوند.



تصویر شماره ۱: نقشه‌ی تماتیک سبک مدیریت هویت محور بدن

#### ب) مدیریت ارزش محور بدن

این سبک مدیریت بدن محصول الگویی در معنابخشی به رفتارهای بدنی است که در آن بدن عرصه و میدانی برای سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌ی بدنی در این الگو اهمیتی اساسی دارد. افراد با بدن خود به گونه‌ای رفتار می‌کنند که نتایج و آثاری را دریافت کنند. این الگوی معنابخشی به رفتارهای بدنی مستلزم آگاهی عملی کنشگر به آثار فردی و اجتماعی رفتارهای بدنی است. او طی فرایندهای جامعه‌پذیری، نقش بدن و رفتارهای بدنی را در روابط اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی دریافته و در مورد استراتژی مداخله در بدن خود با توجه به اولویت‌ها و ترجیحات فردی در میدان‌های کنشی مختلف دست به انتخاب می‌زند.

این الگوی معنابخشی به رفتارهای بدنی کاملاً بر ایده‌ی کنش معقول<sup>۱</sup> در نزد کنشگر مبتنی است. او به اهمیت و جایگاه رفتارهای بدنی در موقعیت‌های کنشی مختلف و برای حصول نتایج و آثار مطلوب آگاه است و استراتژی مداخله در بدن را برای حصول بیشترین و بهترین نتایج مورد انتظار انتخاب می‌کند. در واقع در این سبک اهمیت بدن ناشی از امکان سرمایه‌گذاری در آن است.

کنشگر در کنار سایر منابع و سرمایه‌هایی که از آن‌ها برخوردار است، توانمندی‌ها، مهارت‌ها و

ویژگی‌های جسمی و فیزیکی را نیز در زمره‌ی منابع و ابزارهای قابل استفاده برای مدیریت اهداف زندگی فردی و اجتماعی خود در نظر می‌گیرد. دستیابی به موقعیت‌ها و فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی و تامین امنیت فردی مهمترین معانی به شمار می‌روند که افراد دارنده‌ی این سبک مدیریت بدن به رفتارهای بدنی خود الصاق می‌کرده‌اند.

یکی از موقعیت‌هایی که در آن اطلاق این معنا به رفتار بدنی رایج است، موقعیت‌های شغلی است. بویژه در آن دسته از مشاغلی که به نوعی ارتباط بیشتری به مقولاتی چون سلامتی، زیبایی و... دارند این الگو از معنابخشی به رفتارهای بدنی رایج‌تر است.

کنشگران به خوبی به این موضوع واقف هستند که با دستکاری مؤثر در بدن خود می‌توانند موفقیت بیشتری در موقعیت‌های شغلی و اقتصادی پیدا کنند. برای برخی از افراد مورد مصاحبه، بدن و رفتار بدنی حکم ویتروینی را می‌توانست داشته باشد که سایر افراد می‌توانستند مهارت‌ها یا توانایی‌هایی آنان را در مداخله در بدن مشاهده کرده و به آن گرایش پیدا کنند. در عبارات زیر این گرایش در مدیریت رفتارهای بدنی مشهود است.

« شغل من آرایشگری هست و مرتب بودن و تمیز بودن رو جذب مشتری خیلی تأثیر داره، بخاطر همین سعی می‌کنم همیشه، تمیز و مرتب باشم یا به خودم برسیم. حتی‌الامکان تو محیط کاری سعی می‌کنم همیشه آرایش کرده باشم»  
(دختر، ۲۸ ساله).

« من چون مربی ایروبیک هستم ظاهرم و اندامم می‌تونه هم در جذب مشتری و هم در روحیه شاگردام تأثیر داشته باشه، بخاطر همین خودم هم سعی می‌کنم تناسب انداممو حفظ کنم» (دختر، ۳۲ ساله).

نکته‌ی مهم در ارتباط با دستکاری و مدیریت بدن با در نظر داشتن وجه و معنای سرمایه‌گذاری محدود به موقعیت شغلی یا کاری باقی نمی‌ماند و به سایر موقعیت‌های رفتاری نیز تسری پیدا می‌کند. به نوعی می‌توان گفت سوگیری ناشی از ملاحظات موقعیت‌های شغلی و اجتماعی در مدیریت بدن در سایر موقعیت‌ها نیز بازتولید می‌شود.

از جمله معانی دیگری که در این سبک مدیریت بدن، بر رفتارهای بدنی بار می‌شود، تحقق اهداف زیبایی‌شناختی است. اگر چه مفهومی مانند زیبایی‌شناسی حامل بار معنایی فلسفی می‌باشد و می‌تواند دایره‌ی مفاهیم بسیاری را شامل شود اما آنچه در این سبک می‌گنجد مشتمل بر الگوهای رفتاری افراد است که جنبه فیزیکی و جسمانیت بدن در آن بسیار حائز اهمیت است. دستیابی به زیبایی چهره، تناسب اندام و... از جمله ویژگی‌های چنین هدفی می‌باشد که به گونه‌ای بر رفتارهای بدنی افراد نیز منعکس گردیده و آن‌ها را وادار به کاربرد استراتژی‌هایی از قبیل انواع وسایل آرایش، انواع جراحی زیبایی، لیپوساکشن‌ها و باشگاه‌های

تناسب اندام کرده است. در واقع بدن در چنین سبکی در قالب نوعی طبیعت و جسمانیت منعکس می‌گردد، یعنی امری که بر ظواهر مبتنی است و برخورداری از ظاهر زیبا، جذاب و متناسب و... از جمله مشخصه‌های رفتاری مربوط به آن اهداف می‌باشد. پاسخ‌های عده‌ای از مصاحبه‌شوندگان می‌تواند گویای چنین اهدافی باشد.

« به خاطر اینکه زیبا بشم از وسایل آرایش استفاده می‌کنم » ( دختر، ۳۴ ساله).

« به خاطر اینکه زیبا بشم دوست دارم به خودم از همه لحاظ برسیم » ( دختر، ۲۷ ساله).

معانی زیبایی‌شناختی متوتب بر رفتارهای بدنی می‌توانند جهت‌گیری‌های فردی یا جمعی داشته باشند. هنگامی که این رفتارها با محوریت کسب فواید و آثار فردی صورت می‌گیرد، کنشگر با بدن خود به مثابه دارایی که مدیریت آن می‌تواند منجر به کسب آرامش یا لذت درونی فرد شود، رفتار می‌کند.

« من به خاطر خودم دوست دارم آرایش کنم نه دیگران، دوست دارم خودم از خودم لذت ببرم » (دختر، ۲۴ ساله).

« من تمیز گشتن و مرتب بودنو به نوع احترام نسبت به خودم می‌دونم، برای من دیگران مهم نیستند » (دختر، ۲۰ ساله).

امانت دانستن بدن و تحقق سلامتی دو معنای فردی دیگری است که در این سبک مدیریت بدن به رفتارهای بدنی الصاق می‌شود. بدن برای پاره‌ای از افراد مورد مصاحبه، موهبتی اعطا شده از جانب خالق بوده که حفظ و نگهداری آن ضروری است و تحقق چنین تکلیفی مستلزم برخی مداخلات در بدن است. سلامتی و آرامش نتیجه‌ای است که افراد در چنین الگویی انتظار دارند که از مدیریت خاص خود بر بدن عایدشان شود. بنابراین در اینجا نیز بدن حکم سرمایه‌ای نیازمند مراقبت و نگهداری را دارد.

« به نظر من بدن امانتی هست که خدا بهمون داده و باید ارزش مراقبت کنیم » (دختر، ۲۷ ساله).

« به خاطر نشاط و سلامتی پیاده روی میرم » (دختر، ۲۵ ساله).

جهت‌گیری‌های جمعی در رفتارهای بدنی با محوریت معانی زیبایی‌شناختی بر دانش روزمره کنشگران در فواید و آثار زیبایی و تناسب اندام در روابط اجتماعی مبتنی است. کنشگران در متن زندگی روزمره به شناختی از نقش بدن در روابط اجتماعی دست می‌یابند و لذا بخشی از توانایی و مهارت خود را در مدیریت موقعیت‌های اجتماعی در جهت منافع خود، با مدیریت خاص رفتارهای بدنی خود اعمال می‌کنند. در عبارات زیر وجود و تأکید بر چنین شناختی در نزد افراد مصاحبه‌شونده آشکار است.

« به نظر من زیبایی باعث میشه تو به هر چی که می‌خوای برسی مثلاً وقتی مغازه میری فروشنده اول به اونیه که زیبا و قشنگ هست نگاه می‌کنه ببینه اون چی می‌خواد » (دختر، ۲۸ ساله).

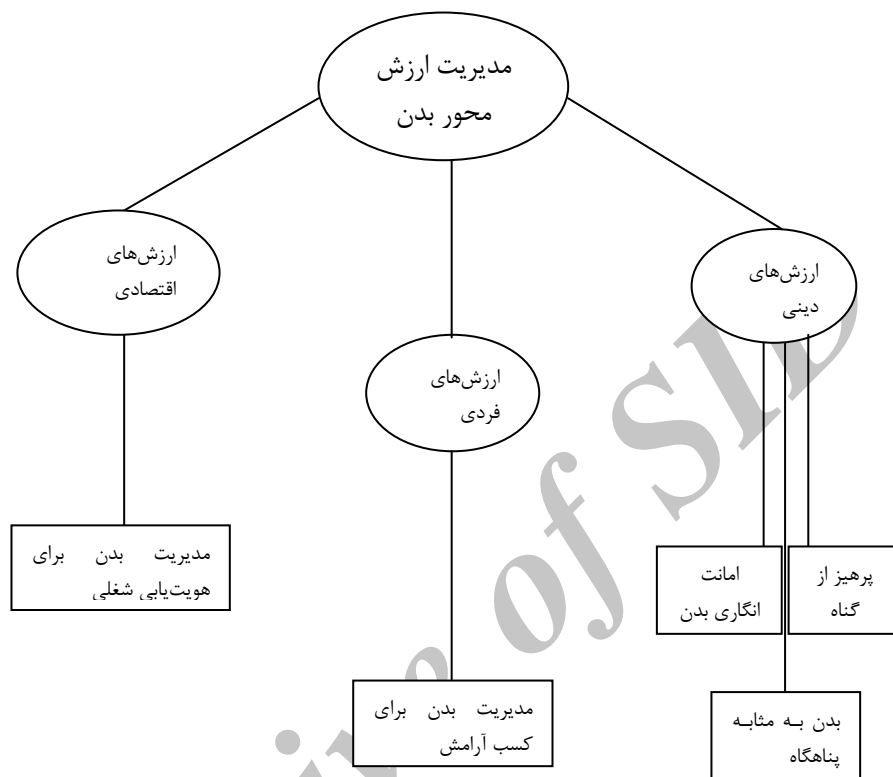
« به خاطر همین از اون روز به بعد برای اینکه تو کارا موفق بشم خودمو آرایش می‌کردم » (دختر، ۲۴ ساله).

یکی دیگر از معانی مترتب بر مدیریت بدن در این سبک کسب امنیت فردی و خانوادگی در پرتو شیوه‌ی خاصی از مداخله در بدن است. کنشگر زن دریافته است که پوشش و آرایش افراد در جامعه و توسط سایر کنشگران و بویژه کنشگران مرد تحلیل و تفسیر می‌شود و الگوهای خاصی از مداخله در بدن زنانه می‌تواند امنیت او را در جامعه و روابط اجتماعی به مخاطره بیاندازد. بر پایه‌ی این دانش که در متن موقعیت‌های کنش زندگی روزمره حاصل شده است، کنشگران با انتخاب نوع خاصی از مداخله در بدن، مانع الصاق معانی و انگیزه‌هایی به رفتارهای زنانه خود می‌شوند که می‌تواند امنیت فردی و خانوادگی آن‌ها را با مشکل مواجه کند. استفاده از آرایش ملایم یا حجاب از جمله‌ی این نوع مداخله‌ی هدفمند و سرمایه‌گذارانه در بدن قلمداد می‌شود.

« دوست ندارم نامحرم‌ها به من نگاه کنن، جامعه پر از آدم‌های گرگ شده، دوست دارم تو جامعه امنیت داشته باشم، نمی‌خوام مرتکب گناه بشم » (دختر، ۲۵ ساله).

« برای اینکه تو جامعه امنیت داشته باشم و از نگاه‌های هیز و آلوده در امان باشم وقتی چادر نمی‌پوشم احساس می‌کنم یه چیز کمه » (دختر، ۳۵ ساله).

به طور کلی بدن در این سبک از مدیریت بدن، رفتارهای بدنی توان ایجاد سود و زیان فردی و اجتماعی را دارند و از این رو مدیریت آن از اهمیت زیادی برخوردار است. دانش مربوط به چگونگی مداخله در بدن با اهداف فردی و اجتماعی آموخته است و محصول جامعه‌پذیری در اجتماعی است که جنسیتی شدن امور فرایندی دائمی و قابل درک است. برای عده‌ای بدن سرمایه و ودیعه‌ای است که باید از آن مراقبت کرد و برای عده‌ای دیگر بدن سرمایه‌ای است که می‌توان آن را مصرف کرد. در هر صورت آثار و نتایج فردی و اجتماعی بر مدیریت بدن در این سبک مترتب است.



تصویر شماره ۲: نقشه‌ی تماتیک سبک مدیریت ارزش محور بدن

### ج) مدیریت نظم محور بدن

مدیریت بدن به مثابه‌ی ابزار ایجاد نظم و همنوایی بیانگر جنبه‌ای دیگر از معنابخشی به رفتارهای بدنی می‌باشد که در آن مدیریت بدن با مقوله‌ی همنوایی و پذیرش اجتماعی ارتباط پیدا می‌کند. موضوع اساسی در این سبک امکان مصرف بدن در موقعیت‌های کنشی مختلف است. بدن در این سبک مدیریت بدن ظرفیت دستکاری دارد تا دارنده‌ی آن را واجد پذیرش اجتماعی کند. این پذیرش اجتماعی بر پایه‌ی هنجارهای بدنی ویژه‌ی موقعیت‌های کنشی مختلف مورد داوری قرار می‌گیرد. تنوع موقعیت‌های کنشی که در هر کدام هنجارهای خاصی در مدیریت رفتارهای بدنی رایج است سبب می‌شود بدن برای کنشگر متقاضی عضویت و پذیرش اجتماعی، حکم ابزاری را داشته باشد که در تأمین این اهداف انعطاف‌پذیری دارد. در واقع آنچه در این سبک مدیریت بدن مهم است وضعیت انفعالی کنشگر در انتخاب صورت‌های رفتار بدنی است. بدین معنی که او ابتدا هنجارهای مترتب بر رفتارهای بدنی در موقعیت‌های کنشی مختلف را شناسایی و تحلیل کرده و سپس بر اساس پایبندی به هنجارهای مذکور



رفتارهای بدنی خود را مدیریت می‌کند. به طوری که این رفتارها منتهی به طرد و عدم پذیرش نشود.

تأمین همنوایی و نظم و کسب پذیرش اجتماعی همواره منوط به کسب اطلاع در مورد معیارها و ضوابطی است که در هر موقعیتی برای داوری در مورد بهنجار بودن یا نابهنجار بودن یک رفتار بدنی یا شیوه‌ی خاصی از مدیریت بدن است. به عبارت دیگر برای تحقق همنوایی از طریق مدیریت بدن، کنشگر باید داده‌های دقیقی در مورد اقتضات رفتار بدنی در موقعیت‌های مختلف و یا معیارهای قضاوت کنشگران آن میدان دربارهی رفتار بدنی موجه و قابل قبول داشته باشند. بنابراین به طور کلی می‌توان گفت دو الگوی مدیریت بدن را می‌توان در این سبک قرار داد.

الگوی اول مدیریت تقلیدی بدن و الگوی دوم مدیریت موقعیت‌مندانه‌ی بدن. در ادامه مشخصات هر کدام از این دو الگوی معنابخشی به رفتارهای بدنی را در بین افراد مورد مصاحبه واکاوی خواهیم کرد.

مطابق داده‌های گردآوری و تحلیل شده از زنان و دختران مورد مطالعه، دیگران مهم در هدایت رفتارهای بدنی اهمیتی اساسی دارند. دستکاری و مداخله در بدن چه از حیث انگیزه و چه به لحاظ فرم و محتوی همواره نیازمند مرجع و الگوست. افراد ممکن است شخصیت خاص هنری، سینمایی و یا... را به عنوان مرجع خود در مدیریت بدن و رفتارهای بدنی انتخاب کنند و در واقع سعی کنند خود را هر چه بیشتر شبیه او کنند. گروه مرجع رفتارهای بدنی می‌تواند افراد مختلفی باشد. نکته‌ی مهم در این ارتباط این است که در هر دوره‌ی زمانی و متأثر از فضای رسانه‌ای و تبلیغاتی حاکم، افراد مختلفی به عنوان مرجع تقلید رفتارهای بدنی مطرح می‌شوند. عبارات زیر بخشی از داده‌های حاکی از اهمیت الگوها در مدیریت بدن است.

«من عاشق اوریل هستم، همیشه دوست داشتمم شبیه اون باشم، همیشه مثل

اون تیپ بزنم و به خودم و به موهام برسیم که الان همه این‌ها برام تبدیل به عادت شده» (دختر، ۲۰ ساله).

«احساس می‌کنم اندام جنیفر لویز خیلی قشنگه، فکر می‌کنم به خاطر اندامش

هست که خیلی مشهور و معروفه منم دوست دارم تا شبیهش باشم تا همه بگن

اندامش خیلی قشنگه» (دختر، ۳۰ ساله).

نکته‌ای که در اینجا توضیح آن ضروری است، استنباط تمایل به همنوایی از رفتارهای تقلیدی مدیریت بدن به شیوه‌ای است که در بالا به آن اشاره کردیم. تحلیل دقیق‌تر انگیزه‌های تقلید رفتارهای بدنی حاکی از آن است که افراد مورد مصاحبه به دلیل اینکه تصور می‌کنند محتوا و مشخصات مدیریت بدن فرد مرجع منجر به تغییر سلاقی زیبایی‌شناختی جوانان و معیارهای

آنان برای تعریف زیبایی یا تناسب اندام شده است و به همین دلیل پذیرش اجتماعی این الگو زیاد است، اقدام به مداخله در بدن خود بر اساس آن می‌کنند. به عبارت دیگر افراد طی ارتباط خود با محیط اجتماعی این الگوها را شناسایی و درک می‌کنند و به عنوان یک استراتژی برای مقبول واقع شدن و همنوایی با دیگران، از این الگوها برای مدیریت بدن خود استفاده می‌کنند.

«احساس می‌کردم چون کسی هست که نه تنها من بلکه خیلی از دوستانم ازش

خوششون میومد پس منم می‌تونم وقتی مثل اون بشم شخصیت محبوبی بشم»

( دختر، ۲۷ ساله).

«لوپز شخصیت محبوب خیلیاست. کسیه که خیلیا دوستش دارن و دوست دارن

مثل اون باشن» ( دختر، ۳۰ ساله).

اما به شیوهی دیگری نیز مدیریت بدن می‌تواند با هدف کسب همنوایی اعمال شود. به طور طبیعی افراد در طول شبانه‌روز در موقعیت‌های مختلفی قرار می‌گیرند. این موقعیت‌ها شامل مجموعه‌ای از فضاهای رسمی و غیر رسمی کنش هستند که هر یک اقتضات و هنجارهای خاصی را در ارتباط با بدن‌ها دارند. افراد به محض تفکر به حضور در این فضاهای اجتماعی، بلادرنگ به الگوها و هنجارهای بدنی فکر می‌کنند که به مثابه جزئی از قواعد کنش و یا پذیرش اجتماعی مطرح بوده و در نتیجه در مورد شیوهی رفتار بدنی موجه و رایج در هر فضای اجتماعی تصمیم می‌گیرند. در واقع بخش مهمی از تفاوت فضاهای اجتماعی در طبقه‌بندی آن‌ها به فضاهای رسمی و غیررسمی، اداری و غیراداری و... به استراتژی‌های حضور بدنی و مدیریت بهنجار بدن در آن‌ها ارتباط دارد. افراد مورد بررسی توجه به اقتضات محیطی و فضاهای اجتماعی را به عنوان یکی از شرایط تعیین‌کننده در فرم و محتوای مدیریت بدن مورد تأکید قرار داده‌اند.

« من هر جایی برم با توجه به اون موقعیت رفتار می‌کنم اگر همه آرایش کرده

باشن من هم آرایش می‌کنم و اگر آرایش نکرده باشن منم آرایش نمی‌کنم»

( دختر، ۳۴ ساله).

« من کارمند پژوهشکده... هستم، اینجا قانونه که همه زن‌ها و دخترها باید

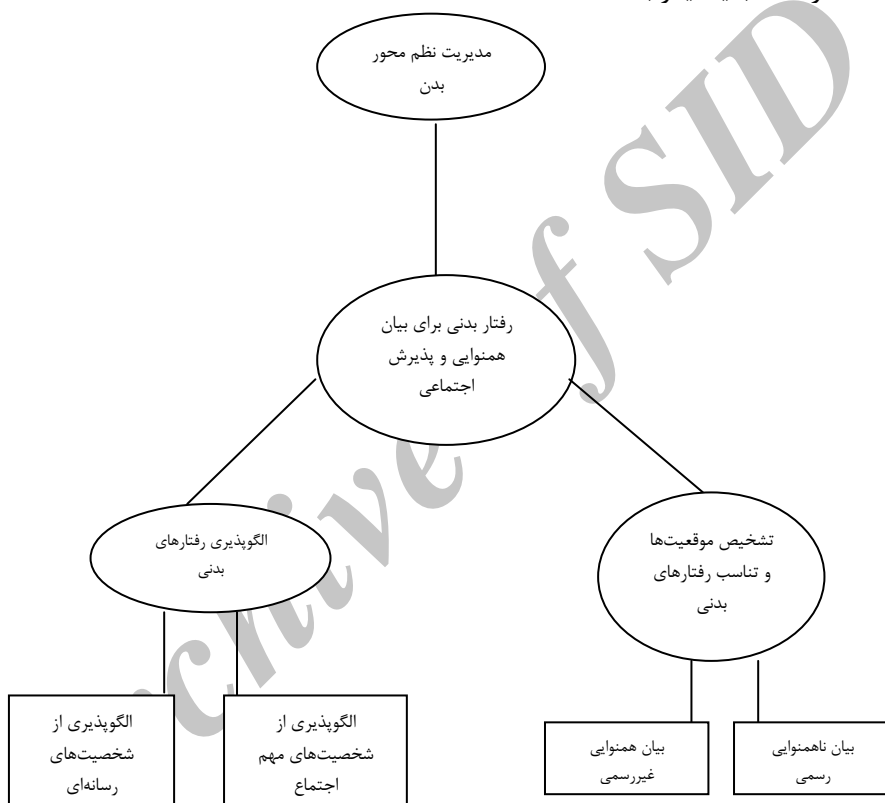
چادری باشن، آرایش زیادی نداشته باشن، همه بلا استتینا باید چادری باشن چه

کسانی که از بیرون میان و چه کسانی که اینجا کار می‌کنن منم چون کارم

اینجاست ناچارم چادری باشم» ( دختر، ۳۴ ساله).

باید توجه داشت که این الگوی معنابخشی به رفتار بدنی که قصد آن جلب همنوایی است با الگوی دیگری که در سبک بدن به مثابه رسانه مورد اشاره قرار گرفت تفاوت دارد. در حالی که مدیریت بدن به قصد بیان و اعلام مرزهای هویتی در سبک بدن به مثابه رسانه، کاملاً فعالانه و

به قصد اثرگذاری است و از آن مهمتر دارای وحدت در فرم و محتوی است و در مقابل توقعات دیگران مقاوم است، مدیریت بدن در این سبک به قصد همنوایی است و لذا منفعلانه و دارای تکرار از حیث فرم و محتواست. افراد به اقتضائات محیطی به قصد جلب همنوایی و پذیرش اجتماعی پاسخ می‌دهند و چه بسا رفتارهای بدنی در موقعیت‌ها و فضاهای اجتماعی مختلف به شدت در تضاد با یکدیگر باشند.



تصویر شماره ۳، نقشه‌ی تماتیک سبک مدیریت نظم محور بدن

### نتیجه‌گیری

مدیریت بدن به عنوان مداخله‌ای معنادار در بدن از حیث اجتماعی اهمیت زیادی دارد. این که بدن امروزین به میدانی برای خلق و انتقال معانی، شکل‌گیری و بازتولید هویت‌ها و مبادله تبدیل شده است، ارمغان مدرنیته‌ی متأخر است که بر گزاره‌ی هستی‌شناسانه‌ای در باب آشتی ذهن و بدن استوار شده است. هرچند روایت مسلطی در تحلیل آثار همگون ساز فرهنگ مصرفی و رسانه‌های جمعی مدرن در پروژه‌ی بدن وجود دارد که مطابق آن بدن‌ها به سوی

تشابه هر چه بیشتر پیش می‌رود، اما بررسی حاضر بر روایت دیگری استوار است که در متن این همگونی و تشابه در بدن‌ها، بر تلاش‌های خلاقانه‌ی کنشگران برای انتساب معانی متعدد و بعضاً بدیع به رفتارهای بدنی تاکید می‌کند. مطابق این رویکرد، تحلیل مدیریت بدن نه با تقلیل آن به پیروی از مجموعه‌ای از الگوها، بلکه با دریافت آن به مثابه‌ی عرصه‌ای برای خلق معانی مقدور است. بررسی حاضر با تکیه بر این موضع در تحلیل رفتارهای بدنی، از طریق مصاحبه با دختران و زنان تهرانی، سه الگوی کلی در معنادهی به رفتارها و مدیریت بدنی را شناسایی کرده است.

مدیریت هویت‌محور، که در بررسی‌های دیگری چون (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱، آزاد ارمکی و غراب، ۱۳۸۷) نیز به عنوان کارکرد بدن به آن اشاره شده است، محصول مداخله‌ی فعالانه برای ترسیم مرزهای هویتی است.

هویت‌های جنسی، طبقاتی و قومی و حتی سیاسی می‌توانند بدن‌ها را به عنوان محمل خود مورد استفاده قرار دهند. یافته‌های بررسی حاضر نشان داد که این سبک مدیریت بدن در بین جوانان رایج است. این سبک در واقع مقوم مواضع صاحب‌نظرانی چون شیلینگ، گیدنز و گافمن است که منابع درونی در خلق و بازتولید هویت مدرن را به مراتب با اهمیت‌تر از منابع بیرونی مانند تاریخ و نقش‌های اجتماعی می‌دانند. اما بیش از همه نگاه مصرفی به بدن در مدیریت ارزش‌محور بدن تجلی پیدا می‌کند. مدیریت بدن به مثابه کنشی معقول که سرمایه‌گذاری در بدن را خواه از طریق حفظ آن به عنوان یک امانت الهی و خواه صرف آن به مثابه‌ی سرمایه‌ای مصرفی، ابزاری برای تحقق اهداف مطلوب می‌انگارد، مشخصه‌ی الگوی دوم در معنادهی به رفتارهای بدنی است. بدن در اینجا به جای آنکه هویت سوژه را بازسازی کند، در راستای تحقق اهداف ارزشمند فردی و اجتماعی مصرف می‌شود. بنابراین به بیشترین میزان تحت تأثیر الگوی تعریف هدف و وسیله است. مدیریت بدن در اینجا نوعی مدیریت و جلب ارزش است.

این ارزش می‌تواند صبغهی دینی یا اقتصادی یا حتی سیاسی داشته باشد. در سومین الگوی مدیریت بدن که مدیریت نظم‌محور نامگذاری شده است، برقراری نظم و هم‌نوایی و جلب پذیرش اجتماعی است که اهمیت مرکزی دارد. به این صورت که کنشگر با سود بردن از دانش مربوط به اقتضانات موقعیت‌های مختلف در ظهور و بروز بدن‌ها، یا معیارهای قضاوت‌های دیگران، از مداخله در بدن برای جلب رضایت، ایجاد هم‌نوایی و پذیرش اجتماعی و در نهایت تقویت نظم هنجاری استفاده می‌کند. این نوع مدیریت بدن خواه به شکل تقلیدی و یا شدیداً تابع موقعیت‌ها، با هدف جلب موافقت صورت می‌گیرد و از این حیث که کاملاً منفعلانه است و فاقد خلاقیت، از دو الگوی قبل متمایز می‌شود.

کاملاً روشن است که تفکیک رویکردهای به مداخله در بدن و مدیریت آن به معنای آن نیست

که به همین سادگی نیز می‌توان افراد را در این سه الگو طبقه‌بندی کرد. الگوها و سبک‌های سه‌گانه، تم‌های اصلی معانی قابل‌الصاق به رفتارهای بدنی هستند که کنشگران در مورد استفاده از آنها دائماً تصمیم می‌گیرند و به ظرایف و مهارت‌های آن آشنا هستند. شاید هم مناسب‌تر آن باشد که مدیریت بدن را به مدیریت معانی قابل‌اطلاق به رفتارهای بدنی فرد در میدان‌های کنشی مختلف تعبیر کنیم.

Archive of SID

## منابع

- آزادارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱) « بدن به مثابه رسانه هویت»، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران، دوره چهارم، شماره ۴.
- آزادارمکی، تقی و ناصرالدین غراب (۱۳۸۷) «بدن و هویت»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۴، شماره ۱۳.
- ابراهیمی، قربانعلی و بهنویی، عباس (۱۳۸۸) « سرمایه‌ی فرهنگی و مدیریت ظاهر و جوانان مطالعه موردی دختران و پسران شهر بابلسر»، پژوهش زنان، دوره ۸، شماره ۳.
- ترنر، برایان (۱۳۸۱) شرق‌شناسی پست مدرنیسم و جهانی شدن، ترجمه غلامرضا بیاتی، تهران: انتشارات نشر فرهنگ گفتمان و مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.
- پرستش، شهرام، بهنویی، عباس و محمودی، کریم (۱۳۸۷) « بررسی جامعه شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان (مطالعه موردی شهر بابلسر)»، فصلنامه‌ی علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال پنجم، شماره ۲۰.
- پهلووان زاده، سعید، مقصودی، جهانگر و قضاوی، زهرا (۱۳۸۴) « رضایت از تصویر ذهنی بدن و شاخص توده بدن در نوجوانان (مطالعه موردی دبیرستان‌های شهر اصفهان)»، دو فصلنامه‌ی تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۳، شماره ۱.
- جزایری، شیرین (۱۳۸۳) « عوامل روان‌شناختی اقدام به انجام عمل زیبایی در سنین ۲۰ تا ۳۰ سال»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- چاوشیان تبریزی، حسن (۱۳۸۱) « سبک زندگی و هویت اجتماعی، مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره‌ی اخیر مدرنیته»، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- رضایی، احمد، اینانلو، مینا و فکری، محمد (۱۳۸۹) «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران»، مطالعات راهبردی زنان، سال دوازدهم، شماره ۴۷.
- ژیانپور، مهدی (۱۳۸۶) « بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر انجام جراحی‌های زیبایی در شهر اصفهان»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی اصفهان.
- عنایت، حلیمه و مختاری، مریم (۱۳۸۸) «نظریه‌ی مبنایی جامعه‌پذیری دوران کودکی و تصور بدنی زنان: بررسی زنان تحت عمل جراحی زیبایی بینی در شهر شیراز»، مطالعات روان‌شناختی اجتماعی زنان، سال ۷، شماره ۱.
- فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷) « مدیریت بدن و رابطه‌ی آن با پذیرش اجتماعی بدن مطالعه‌ی موردی زنان شهر شیراز»، مطالعات راهبردی زنان، سال یازدهم، شماره ۴۱.
- فوکو، میشل (۱۳۹۰) مراقبت و تنبیه: تولد زندان، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، نشر نی: تهران.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- لویز؛ خوزه و اسکات؛ جان (۱۳۸۵) *ساخت اجتماعی*، ترجمه حسین قاضیان؛ تهران؛ نشرنی.
- لپت، جان (۱۳۷۸) *پنجاه متفکر بزرگ معاصر: از ساختارگرایی تا پسامدرنیته*، ترجمه محسن حکیمی، انتشارات خجسته: تهران.
- ضیاپور، آرش (۱۳۸۹) « بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر مدیریت بدن: مطالعه موردی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر گیلانغرب»، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه مازندران.
- موحد، مجید، غفاری نسب، اسفندیار و حسینی، مریم (۱۳۸۹) « آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان»، پژوهش زنان، دوره ۸، شماره ۱.
- Johanson, T (2000), *Social Psychology of the Body*. London: Sage
- Featherstone, M. (1991), *Consumer Cultural and Postmodernism*, London: Sage
- Shilling, C. (1993), *The Body and Social Theory*. London, Thousand Oaks, CA and NewDelhi: Sage.

Archive of SID