

# گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای کاربران ایرانی

## شبکه اجتماعی اینستاگرام

اعظم راوودراد\* ، گلنار گیشنیزجانی\*\*  
تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۶/۶/۲۰

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش شناخت چگونگی باز-نمود بدن رسانه‌ای کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام است؛ و ارائه تصویری طبقه‌بندی‌شده از انواع تیپ‌هایی که توسط کاربران برای باز-نمود بدن رسانه‌ای به کار گرفته شده است. مقصودی که تلاش شد از رهگذر پاسخ‌گویی به سه سؤال اصلی محقق شود؛ این سؤالات عبارت‌اند از: ۱- الگوهای غالب باز-نمود بدن رسانه‌ای در عکس‌های شخصی کاربران ایرانی اینستاگرام چیست؟ ۲- کاربران ایرانی اینستاگرام از چه استراتژی‌ها و تکنیک‌هایی برای باز-نمود بدن رسانه‌ای استفاده می‌کنند؟ ۳- هدف از به‌کارگیری هر یک از این استراتژی‌ها و تکنیک‌ها چیست؟ به‌منظور دست‌یابی به پاسخ‌هایی مستدل برای پرسش‌های مطرح‌شده از سه مفهوم اساسی که رویکرد نمایشی گافمن را شکل می‌دهند و دیدگاه‌های باتلر پیرامون اجرای جنسیتی بهره گرفتیم. بر

ravadrad@ut.ac.ir

geshnizjani.gol@ut.ac.ir

\* استاد علوم ارتباطات دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

\*\* کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران.

این اساس، چگونگی اجرا، باز-نمود بدن و مدیریت تأثیرگذاری کاربران مورد تحلیل قرار گرفت.

با استفاده از روش مردم‌نگاری مجازی و بکارگیری الگوی ارائه شده توسط سادبک مشتمل بر سه تکنیک مصاحبه، مشاهده مشارکتی و خوانش محتوای مجازی، داده‌های لازم گردآوری و سپس تحلیل شدند. بر همین مبناء، ضمن حضور طولانی مدت در اینستاگرام، اشتراک‌گذاری عکس و فعالیت در این شبکه، با ۲۶ کاربر مصاحبه نیمه ساخت یافته عمیق انجام شد؛ و محتوای تولیدی آن‌ها در قالب عکس<sup>۱</sup> و متن مورد تحلیل قرار گرفت. عملیاتی سازی سه تکنیک سادبک در میدان مطالعه، نشان از وجود سه تیپ بدنی اجتماعی، نمایشی و زیباشناختی در اینستاگرام داشت؛ تیپ‌هایی که هر یک به زیرمجموعه‌هایی کوچک‌تر تقسیم می‌شوند.

**واژه‌های کلیدی:** اینستاگرام، بدن رسانه‌ای، اجرا، باز-نمود

## مقدمه

ارائه روایتی بصری از خود و هویت سوژه‌ها یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و کارکردهای عکس‌ها است. در میان تمام مؤلفه‌های هویتی که درون یک عکس به نمایش گذاشته می‌شود چهره و ژست‌های بدنی بیش از هر چیزی جلب نظر می‌کند. به همین دلیل سهم قابل توجهی از باز-نمود خود<sup>۲</sup> در عکس‌ها به بدن اختصاص می‌یابد. نمایش بدن از خلال عکس‌ها کارکردی اجتماعی به آن می‌بخشد؛ چراکه مواجهه دیگران با

---

۳- به دلیل برخی محدودیت‌های موجود و باهدف حفظ حریم شخصی کاربران مشارکت‌کننده و پیشگیری از هرگونه سوءبرداشت، تنها آن عکس‌هایی برای درج در این مقاله انتخاب شدند که مغایرتی با شئون و چارچوب‌های اجتماعی و فرهنگی نداشته باشند. به همین دلیل، تعداد قابل توجهی از عکس‌های اشتراک‌گذاری شده کاربران از دایره انتخاب حذف شدند. در واقع، عکس‌های موجود لزوماً بهترین و شاخص‌ترین نمونه از دسته‌ای که به آن تعلق دارند نیستند.

## 2. Self re-presentation

سوژه‌های درون عکس‌ها موجب شکل‌گیری تصویری کلی از آن‌ها می‌شود؛ این تصویر چیزی نیست جز مجموعه‌ای از مؤلفه‌های هویت‌ساز به نمایش درآمده درون عکس. اگرچه این ویژگی عکس‌ها از دیرباز نظر محققان را به خود جذب کرده است؛ ولی آنچه امروز بعدی جدید به عکس‌ها می‌بخشد اشتراک‌گذاری آن‌ها در بسترهای مجازی و تعاملی، یعنی سایت‌های شبکه اجتماعی<sup>۱</sup> از جمله اینستاگرام است.

این اهمیت از آنجا ناشی می‌شود که مخاطبان این قبیل شبکه‌های اجتماعی مجازی بافاصله گرفتن از یک تولیدکننده صرف و قرار گرفتن در جایگاه تولیدکننده-مصرف‌کننده<sup>۲</sup> قدرت معنا بخشی و اثرگذاری پیدا کرده‌اند. مخاطبان این شبکه‌ها نوعی کنشگر ارتباطی هستند که با بهره‌گیری از ویژگی‌ها و قابلیت‌های اینستاگرام آنچه را می‌بینند تأیید، انکار یا تشدید می‌کنند. در فضایی همچون اینستاگرام نه تنها بدن خصوصیات ویژه‌ای پیدا می‌کند بلکه نوعی دگردیسی در نحوه مواجهه افراد با بدنشان پدید می‌آید. امکان ارائه تصاویری متفاوت و گاه متناقض از بدن در اینستاگرام با تصویر این مؤلفه هویتی در عالم واقع، ما را بر آن داشت تا در پژوهش حاضر نگاهی به انواع تیپ‌های بدنی و الگوهای زیباشناختی حاکم بر بدن در این شبکه اجتماعی داشته باشیم.

## طرح مسئله

بر مبنای آنچه گفته شد، در مقاله حاضر سعی شده است تا شناختی از الگوها، استراتژی‌ها، تکنیک‌ها و اهداف باز-نمود بدن در اینستاگرام ارائه گردد. این مسئله از آن حیث حائز اهمیت است که با گذر از عصر آنالوگ به دیجیتال، عکس‌ها کارکردهای چندگانه‌ای به خود گرفته‌اند. کارکردهایی که تا حد بسیاری متأثر از ورود به عصر وب

---

1. Social network sites  
2. Producer

۲ است؛ زیرا در محیط وب ۲ کاربران با فضای آزادی روبه‌رو هستند که علاوه بر تولید محتوا، فرصت تعمیم و اشتراک‌گذاری نیز برای آن‌ها فراهم می‌شود (کریبر و مارتین، ۱۳۹۰).

بر این اساس، اینستاگرام به‌عنوان یک بستر ارتباطی جدید که از ترکیب فناوری‌های دیجیتال، تلفن‌های هوشمند و اینترنت شکل گرفته است؛ نه تنها فرصت تولید و اشتراک‌گذاری عکس را در اختیار کاربران خود قرار داده است بلکه سهم مهمی در روند تحولات گونه‌های مختلف عکاسی به‌ویژه عکاسی شخصی<sup>۱</sup> داشته است. باید گفت عکاسی شخصی با وجود پیشینه طولانی‌مدتی که دارد، در زمان انقلاب تلفن‌های همراه و به دنبال آن انقلاب تلفن‌های هوشمند، رنگ و بوی دیگری به خود گرفت (مری<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸).

«تلفن‌های هوشمند عکس را به پدیده‌ای همه‌زمانی و همه مکانی بدل کردند و تغییراتی اساسی در کنش‌ها و شیوه‌های عکاسی به وجود آوردند» (Keep, 2014: 141).  
با این حال، ویژگی‌ها و پیشرفت‌های فناوری‌ها تنها یک‌سوی ماجرای تحولات ماهیتی عکس‌هاست؛ زیرا به موازات چنین تغییراتی، عکاسی شخصی به لحاظ کارکردی هم دگرگونی‌های بنیادینی به خود دید. ون‌دایک<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، در توضیح مهم‌ترین تحول پیش‌آمده در این زمینه می‌گوید: «در سال‌های اخیر شاهد آن بوده‌ایم که کاربری خانوادگی این عکس‌ها به تدریج کاهش و کاربری فردی آن‌ها افزایش یافته است؛ عکس‌ها از ابزاری برای یادآوری به وسیله‌ای برای ایجاد ارتباط تبدیل شده‌اند، وسیله‌ای که دیگر نه تنها برای اشتراک‌گذاری خاطره‌ها، بلکه برای اشتراک‌گذاری تجارب به کار می‌روند».

---

1. Personal Photography

2. Murray

3. Van Dijk

به‌زعم هریسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) دوربین‌های امروزی ابزاری برای شکل‌دهی به خود و عکس‌های آن‌ها نوعی خودزیست‌نگاره تصویری هستند که هر فرد از خلال آن‌ها به بیان علایق، سلايق، طبقه اجتماعی و دیگر مقولات گره‌خورده با فردیتش از جمله بدن می‌پردازد. زمانی که از بدن به‌عنوان یک ماده هویت‌ساز یاد می‌کنیم، همواره باید به این امر توجه داشته باشیم که «بدن ظرفی با توانایی‌ها و خصوصیات ثابت نیست؛ بلکه در جریان عمل و در تعامل با دیگران پیوسته آفریده و بازآفریده می‌شود و تکوین می‌یابد» (ادیبی سده و جلالی، ۱۳۹۲: ۱۹).

«فائل شدن چنین نقشی برای بدن منجر به رویارویی ما با اجراکنندگانی<sup>۲</sup> می‌شود که نه‌تنها خود را به‌واسطه بدن‌هایشان تعریف می‌کنند؛ بلکه از طریق بدن به نمایش موارد خواستنی که نوعی ترجمان سبک زندگی آن‌ها به حساب می‌آید مشغول می‌گردند» (Negrin, 2008: 14). نکته حائز اهمیت این است که اساساً، صحبت از نقش بدن در شکل‌گیری خود اجتماعی زمانی میسر می‌شود که امکان حضور و نمود تن یافته<sup>۳</sup> در یک بستر ارتباطی برای فرد مهیا گردد و این همان نقطه تلاقی عکس، بدن و سایت شبکه اجتماعی است.

در واقع، «بسترهای ارتباطی از این دست بیش از هر عرصه دیگری در زندگی کارکردی نمایشی دارند، نمایشی که همچون صحنه زندگی واقعی تا حد زیادی بر خصلت تن یافتگی<sup>۴</sup> استوار است» (Cover, 2012: 179). از همین روی می‌توان گفت بخشی عمده‌ای از کردارهای آنلاین کاربران اینستاگرام بر پایه خصلت تن یافتگی بنا شده است. از طرف دیگر، به‌واسطه افزایش نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی مردمان امروز، تجارب تن یافته انسان عصر حاضر تا حد زیادی حاصل فناوری‌های ارتباطی است. بخشی از این تفاوت از آنجا ناشی می‌شود که ما در

---

1. Harrison  
2. Performer  
3. Embodied  
4. Embodiment

اینستاگرام با بدنی رسانه‌ای<sup>۱</sup> روبه‌رو هستیم که نه با خصلت‌های فیزیکی بلکه با ویژگی‌های مجازی تعریف می‌شود. بدنی که وجود هم‌زمان مجازهای کثیر در دنیای سایت‌های شبکه اجتماعی و رسانه‌گری شناخت واقعیت آن را دشوار کرده است (ون‌لون<sup>۲</sup>، ۱۳۹۱).

به دنبال انتقال بسیاری از وجوه زندگی امروز از محیط آفلاین به آنلاین، بدن انسان که همیشه با خصلت فیزیکی شناخته می‌شد نیز دگرگون شده است و گونه‌ای جدید از تن یافتگی را مقابل چشم ما قرار داده است. شناخت این شکل جدید از تن یافتگی پیش از هر چیز به دلیل پیوند جدانشدنی بدن با هویت فرد اهمیت دارد. از طرف دیگر، حضور تعداد قابل‌توجهی از کاربران ایرانی که اجرای تن یافته در اینستاگرام برای آن‌ها اولویت دارد، تصویری از تعریف جامعه از بدن ایده‌آل ارائه می‌دهد؛ چراکه کاربران در این فضا فرصت دارند تا فارغ از چارچوب‌ها، فشارها و اجبارهایی که جریان رسمی و حاکمیت به آن‌ها تحمیل می‌کند، با آزادی بیشتری بخشی مهم از هویت خود را به نمایش بگذارند.

اگرچه کارکردهای بدن رسانه‌ای برای کاربران در اینستاگرام از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ ولی اولین قدم برای درک این تفاوت‌ها، شناخت الگوها و تیپ‌های بدنی مختلفی است که به‌واسطه وجود شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام فرصت باز-نمود پیدا کرده‌اند. بر این مبنا و برای ارائه تصویری روشن از شمایل این مؤلفه هویتی در اینستاگرام؛ در ادامه به سه پرسش اساسی پاسخ داده می‌شود:

۱- الگوهای غالب باز-نمود بدن رسانه‌ای در عکس‌های شخصی کاربران ایرانی اینستاگرام چیست؟

۲ - کاربران ایرانی اینستاگرام از چه استراتژی‌ها و تکنیک‌هایی برای باز-نمود

بدن رسانه‌ای استفاده می‌کنند؟

۳- هدف از به‌کارگیری هر یک از این استراتژی‌ها و تکنیک‌ها چیست؟

---

1. Mediated body  
2. Van Loon

## مبانی نظری

### رویکرد نمایشی گافمن

رسیدن به درکی درست از رویکرد نمایشی گافمن جز از طریق پرداختن به سه مفهوم اصلی مطرح‌شده توسط او یعنی: اجرا، نمود خود<sup>۲</sup> و مدیریت تأثیرگذاری<sup>۳</sup> امکان‌پذیر نیست. به عقیده وی: «اجرا را می‌توان به‌عنوان تمام فعالیت‌های یک فرد مشخص تعریف کرد که در یک مناسبت مشخص به هر شکلی هر یک از مشارکت‌کنندگان دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد» (گافمن، ۱۳۹۲: ۲۶). هر اجرا دربرگیرنده نوعی نمای شخصی<sup>۴</sup> است که به دو بخش قیافه<sup>۵</sup> و منش<sup>۶</sup> تفکیک می‌شود (همان).

«زمانی که فرد در مقابل دیگران ظاهر می‌شود، معمولاً فعالیت خود را با نشانه‌هایی درمی‌آمیزد تا حقایق تأیید آمیزی را که ممکن است در غیر این صورت ناپیدا یا مبهم باقی بمانند را به شکلی نمایشی برجسته کند و مورد تأیید قرار دهد» (همان: ۴۲). این امر از آنجا ناشی می‌شود که اجراکنندگان تمایل به انتقال برداشتی از خود دارند که به چندین روش ایده آل سازی شده است.

نکته قابل‌ذکر در تعریف گافمن از اجرا، آگاهانه پنداشتن تمام کنش‌های اجراکنندگان است؛ این در حالی است که در صحنه‌های نمایش اجتماعی از جمله سایت‌های شبکه اجتماعی نمی‌توان کلیه کردارهای کاربران را برنامه‌ریزی‌شده و آگاهانه پنداشت؛ زیرا تعاملی بودن سایت‌های شبکه اجتماعی گاهی شرایط را به سمتی پیش می‌برد که کاربران بدون برنامه‌ریزی و خودآگاهی پیشین، در گونه‌ای از کردارهای رسانه‌ای شریک شوند. مسئله‌ای که در دیدگاه‌های باتلر<sup>۷</sup> (۱۹۹۰) پیرامون اجرا مورد تأکید قرار می‌گیرد.

- 
1. Presentation
  2. Self- Presentation
  3. Impression management
  4. Personal front
  5. Appearance
  6. Manner
  7. Butler

برای باتلر (۱۹۸۸) اجرا فرایندی دائمی است که نمی‌توان ویژگی ناخودآگاهی، را از آن گرفت، اجراهایی سیال و متغیر که خصلتی طبیعی و ذاتی ندارند و درون بسترهای اجتماعی شکل می‌گیرند. همین مسئله، اجرا را به یکی از پیچیده‌ترین و چالش‌برانگیزترین مفاهیم بسترهای نوین ارتباطی بدل کرده است، بستری نمایشی که در آن فرد با خود مجازی شده، شبکه‌ای شده و به دنبال آن بدنی مجازی شناخته می‌شود.

زمانی که افراد، درگیر اجرا در فضای واقعی یا مجازی می‌شوند، به دنبال آن هستند که شکلی ایده‌آل از خود را به دیگران نشان دهند. گافمن (۱۹۵۹) چنین پدیده‌ای را نمود خود می‌نامد. آنچه در اینجا اهمیت دارد توجه به تفاوت بستر مورد بحث در رویکرد گافمن و پژوهش حاضر است. همان‌طور که مشخص است، مقصود وی از نمود خود کلیه کنش‌هایی است که در جریان زندگی روزمره و تعاملات چهره به چهره افراد با یکدیگر شکل می‌گیرد؛ درحالی که صحبت از تعامل و حضور رسانه‌ای مستلزم وجود یک واسطه است. به همین علت، در اینجا ضمن توجه به نمود خود و ویژگی‌هایی که گافمن برای این مفهوم قائل می‌شود، از لفظ باز-نمود خود استفاده می‌شود. «این انتخاب از آن حیث است که رسانه‌های جدید صرفاً منعکس‌کننده واقعیات جهان نبوده بلکه سازنده واقعیات جهان نیز هستند» (ون‌لون، ۱۳۹۱: ۱۱۸).

«در رویکرد نمایشی کلید مواجهه با نقش‌ها و روابط اجتماعی به دست بدن داده می‌شود؛ زیرا بدن واسطه‌ای است میان هویت فردی و هویت اجتماعی. بدن همچون منبعی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند به طرق گوناگون و به‌منظور ساخت تصویری مشخص از خود، مدیریت شود» (Shilling, 2003: 66). آنچه در اینجا به‌عنوان خود مورد بحث قرار می‌گیرد و در کنش‌های متقابل زندگی روزمره و شیوه‌های مدیریت بدن خلق می‌شود بسیار آسیب‌پذیر است. از همین روی، گافمن (۱۳۹۲) از مفهومی



به‌عنوان مدیریت تأثیرگذاری یاد می‌کند. مفهومی که با ایجاد تمایز میان رفتارهای جلو‌صحنه<sup>۱</sup> و پشت‌صحنه<sup>۲</sup> معنا می‌یابد.

همچون گافمن، جودیت باتلر (۱۹۹۰) نمایشی بودن خود و هویت را از وجهی دیگر مورد توجه قرار داده است. وی هویت را نه امری طبیعی و ثابت بلکه اکتسابی دارای معنا می‌داند. در این معنا، جنسیت نوعی اجرا است و چگونگی آن مبتنی بر جامعه و فرهنگ در یک لحظه تاریخی خاص است. باتلر نظریه نمایشی خود را با رویکردی جنسیتی توضیح می‌دهد: «ایده زنان و مردان به‌منزله خویش‌ن‌های واحد و متضاد با یکدیگر، توهمی است زاده اجراهای مکرر جنسیتی. درست همان‌گونه که می‌آموزیم زبان را بسته به موقعیت استفاده کنیم، می‌آموزیم که به‌گونه‌ای نقش‌های خود را اجرا کنیم که یاد گرفته‌ایم» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۶۷).

به همین دلیل، صحبت در مورد بدن‌های زنانه و مردانه به امری ذاتی و طبیعی اشاره ندارد؛ زیرا بدن‌های ما بخشی از یک اجرا هستند، اجرایی که دائماً به نمونه‌های پیشین خود استناد می‌کند (باتلر، ۱۹۸۸). بر اساس گفته‌های باتلر، می‌توان این‌چنین استدلال کرد که عکس‌ها بخشی از چگونگی اجرا و برساخته شدن سوژه‌هایشان به شکلی فردی و جمعی هستند. «تفاوت دو رویکرد موجود به اجرا در این است که گافمن چگونگی تعامل میان خود موجود و آگاه با جهان را شرح می‌دهد و باتلر به فرایند در حال تکوین و مستمر بروز خود اشاره دارد» (Van House, 2009: 1083).

### بازنمود خود در سایت‌های شبکه اجتماعی

آنچه که گافمن در مورد نمود خود می‌گوید تنها به ارتباطات چهره به چهره محدود نمی‌شود، چرا که به استدلال اندیشمندان معاصر، هویت و خود در هر دو بافت واقعی و مجازی، آفلاین یا آنلاین ماهیتی نمایشی دارند. تغییر جهت پژوهش‌های

- 
1. Front region
  2. Back region

انجام شده در این حوزه و توجه به قالب رسانه‌های جدید نشان از آن دارد که رسانه‌هایی از این دست به کاربران اجازه می‌دهند که از فرصت نمایش بافاصله خود به طرق گوناگون استفاده کنند. افزایش تجهیزات بیانی در شبکه‌های اجتماعی در کنار استفاده از ابزارهای چندرسانه‌ای موجود در پلتفرم‌های شبکه‌ای، این امکان را به کاربر می‌دهد که کنترل بیشتری بر فاصله میان پشت و جلوصحنه داشته باشد (پاپاچاریسی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲).

در واقع، سایت‌های شبکه اجتماعی زمینه تحقیقاتی مهمی برای مطالعه شیوه‌های مدیریت تأثیرگذاری و باز-نمود هستند؛ زیرا این شبکه‌ها ابزارهای متنوعی دارند که ظرفیت مدیریت تأثیرگذاری را گسترش می‌دهند (بوید و الیسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). افزایش قابلیت کاربر برای باز-نمود خود و مدیریت تأثیرگذاری از رهگذر امکانات فنی موجود در ارتباطات کامپیوتر واسط، همان چیزی است که در الگوی کارکردهای فرا شخصی<sup>۳</sup> والتر<sup>۴</sup> بیان شده است. بر این اساس، «قابلیت ویرایش محتوای به اشتراک گذاشته شده، بهره‌مندی از زمان نامحدود پیش از اشتراک‌گذاری برای هر چه نزدیک‌تر کردن محتوا به تصویر ایده‌آل ذهنی، کردارهای عامدانه و آگاهانه کاربر در این شکل از ارتباط، ناچیز بودن احتمال اشتراک‌گذاری محتوای بدون اختیار و در نهایت افزایش تمرکز و کنترل تولیدکننده بر محتوای مورد نظر، امکان مدیریت تأثیرگذاری را قوت می‌بخشد» (Walter, 2007: 2541-2542).

عکس‌های به اشتراک‌گذاری شده در اینستاگرام مثال عینی آن چیزی هستند که در باب باز-نمود خود گفته شد؛ زیرا عکس‌ها همان نمود صادر شده مورد نظر گافمن هستند. در واقع، هر عکس حکم اجرایی را دارد که سخت می‌توان بدون بدن و ظاهر تصویری از آن داشت. اجرایی آنلاین و مجازی که در تعریف فرد از مؤلفه‌های باز-نمود

- 
1. Papacharissi
  2. Boyd & Elison
  3. Hyperpersonal affordances
  4. Walter

خود که مهم‌ترین آن بدن است تغییر ایجاد می‌کند. به دیگر بیان، تعامل انسان با فناوری در دوران مختلف شیوه باز-نمود او را دستخوش تغییر کرده است. همین امر موجب گشته در عصر حاضر با خود و بدنی رسانه‌ای شده در این شبکه‌ها مواجه باشیم.

### روش تحقیق

در مطالعه پیش روی برای پرداخت صحیح و عمیق به موضوع پژوهش و دستیابی به پاسخ سؤالات مطروحه رویکرد کیفی اتخاذ شده است. با توجه به زمینه مطالعه از میان طیف گسترده روش‌های کیفی، مردم‌نگاری مجازی و الگوی سادبک<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) برای گردآوری داده‌های مورد نظر انتخاب شده‌اند. در الگوی پیشنهادی وی داده‌ها از سه طریق گردآوری می‌شوند: مشاهده آنلاین، مصاحبه آفلاین یا آنلاین و تحلیل مواد تکمیلی.

بنا بر استدلال سادبک، مردم‌نگاری که تنها بر پایه پژوهش آنلاین یا مشاهده صورت بگیرد با وجود آن که دریچه‌ای از اطلاعات نوین را به سمت محقق می‌گشاید که امکان دسترسی به آن‌ها در فضای واقعی مهیا نیست؛ اما نگاهی ژرف و چندبعدی برای توصیف و تفسیر آنچه در میدان می‌گذرد به محقق نمی‌دهد. این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که مشاهده صرف چه در فضای آنلاین و چه آفلاین نمی‌تواند اصلی‌ترین هدف مردم‌نگاری که همانا توصیف پرمایه<sup>۲</sup> است را تأمین کند. به همین منظور، در پژوهش حاضر ضمن حضور طولانی‌مدت در میدان پژوهش و مشاهده نحوه فعالیت کاربران، با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند، با ۲۶ مطلع بزرگسال مصاحبه نیمه ساخت‌یافته عمیق صورت گرفت. منظور از مطلع کاربرانی هستند که ویژگی‌های لازم برای شرکت در مصاحبه از جمله: سابقه عضویت بیش از یک سال در اینستاگرام،

---

1. Sadebak  
2. Depth description

اشتراک‌گذاری حداقل ۵۰ عکس، غلبه باز-نمود تن یافته به اشکال مختلف در عکس و عکاسی صرف با دوربین تلفن همراه را داشته باشند.

علاوه بر این، بخش دیگری از یافته‌های تحقیق به واسطه خوانش محتوای مجازی تولیدی توسط کاربران به دست آمد. «از آنجایی که یکی از مشخصه‌های بنیادین مردم‌نگاری توصیف پرمایه است» (Geertz, 1997: 6-7)، کار تحلیل داده‌ها با توصیف پرمایه آغاز و در نهایت برای کشف لایه‌های مکنون در یافته‌ها به توضیح مفصل ختم گشت. برای محقق ساختن این هدف از تحلیل تفسیری به‌عنوان بازوی کمکی ورود به دنیای معانی عمیق‌تر اطلاعات موجود، استفاده شده است. اطلاعات جمعیت‌شناختی مطلعینی که حاضر به شرکت در مصاحبه شده‌اند در جدول ۱ بدین شرح است:

لازم به ذکر است که، «از تفسیر برای گشودن رمز معانی درون عکس‌ها استفاده می‌شود؛ زیرا تفسیرها به‌مثابه بیان استنباط‌های مفسر از موضوع و مضمون عکس هستند» (برت<sup>۱</sup>، ۱۳۸۰: ۵۴). از میان انواع تفسیرهای موجود، تأکید بر تفسیر نشانه‌شناسانه، تلاش برای فهم چگونگی معنای عکس‌ها و تأکید بر ژست‌ها است. ذکر این نکته ضروری است که در تفسیرهای ارائه شده هرکجا لازم باشد به ارتباط میان عکس، شرح عکس و نظرات کاربران پرداخته شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی مطلعین مشارکت‌کننده

| ردیف | نام کاربر | سن | تحصیلات                             | شغل           | نوع مصاحبه | وضعیت تأهل |
|------|-----------|----|-------------------------------------|---------------|------------|------------|
| ۱    | امیررضا   | ۲۲ | دانشجوی کارشناسی عمران              | -             | تلفنی      | مجرد       |
| ۲    | حسام      | ۲۸ | دانشجوی دکتری مهندسی عمران          | مهندس عمران   | تلفنی      | مجرد       |
| ۳    | حسنا      | ۲۷ | کارشناسی علوم سیاسی                 | -             | تلفنی      | مجرد       |
| ۴    | زهرا      | ۲۶ | دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات | خبرنگار       | حضور       | متاهل      |
| ۵    | سحر       | ۲۷ | دانشجوی کارشناسی ارشد معماری        | -             | حضور       | متاهل      |
| ۶    | سعید      | ۲۸ | کاردانی روان‌شناسی                  | آزاد          | تلفنی      | مجرد       |
| ۷    | سما       | ۲۳ | دانشجوی کارشناسی گرافیک             | -             | تلفنی      | مجرد       |
| ۸    | سوگند     | ۲۲ | کارشناسی معماری                     | -             | حضور       | مجرد       |
| ۹    | شبنم      | ۳۲ | کارشناسی ریاضی                      | مربی ورزش     | تلفنی      | متاهل      |
| ۱۰   | شیرین     | ۳۰ | کارشناسی متالورژی                   | مربی بدن‌سازی | تلفنی      | مجرد       |
| ۱۱   | علی       | ۲۹ | کارشناسی سینما                      | گرافیک        | حضور       | مجرد       |
| ۱۲   | علی       | ۲۴ | دیپلم                               | -             | تلفنی      | مجرد       |
| ۱۳   | فریناز    | ۲۶ | کارشناسی معماری                     | مسئول فروش    | حضور       | مجرد       |
| ۱۴   | مجید      | ۳۴ | کاردانی تربیت بدنی                  | مربی بدن‌سازی | تلفنی      | مجرد       |

|    |        |    |                                     |              |       |       |
|----|--------|----|-------------------------------------|--------------|-------|-------|
| ۱۵ | محمد   | ۲۹ | کارشناسی عکاسی                      | عکاس         | تلفنی | مجرد  |
| ۱۶ | مرجان  | ۲۹ | کارشناسی ارشد گردشگری               | پذیرش هتل    | حضور  | مجرد  |
| ۱۷ | مریم   | ۳۰ | کارشناسی زبان روسی                  | -            | تلفنی | متأهل |
| ۱۸ | مهسا   | ۲۵ | کاردانی کامپیوتر                    | آرایشگر      | تلفنی | مجرد  |
| ۱۹ | نازنین | ۲۴ | دانشجوی کارشناسی مهندسی شیمی        | -            | تلفنی | مجرد  |
| ۲۱ | نازنین | ۲۶ | دانشجوی کارشناسی کامپیوتر نرم‌افزار | -            | حضور  | مجرد  |
| ۲۱ | نرگس   | ۲۷ | کارشناسی معماری                     | کارشناس فروش | تلفنی | مجرد  |
| ۲۲ | نغمه   | ۲۵ | دانشجوی کارشناسی ارشد مرمت بنا      | -            | تلفنی | مجرد  |
| ۲۳ | نینا   | ۳۵ | کارشناسی علوم ارتباطات              | نویسنده      | تلفنی | متأهل |
| ۲۴ | وحید   | ۳۱ | کارشناسی حسابداری                   | حسابدار      | تلفنی | مجرد  |
| ۲۵ | هادی   | ۲۹ | کارشناسی گرافیک                     | کارتونیست    | حضور  | مجرد  |
| ۲۶ | یاسر   | ۳۲ | کاردانی عکاسی                       | عکاس         | تلفنی | مجرد  |

### تحلیل یافته‌ها

همان‌طور که پیش از این توضیح داده شد، شناخت انواع الگوهای زیبایی‌شناختی یا تیپ‌های بدنی در کنار تکنیک‌ها و اهدافی که مطلعین برای به تصویر کشیدن بدن خود به کار می‌گیرند هدف اصلی این پژوهش است. تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده منجر به شناسایی سه تیپ بدنی در میان گروهی از کاربران ایرانی اینستاگرام گشت. این سه

تیپ بدنی عبارت‌اند از: بدن اجتماعی<sup>۱</sup>، بدن نمایشی<sup>۲</sup> و بدن زیباشناختی<sup>۳</sup>.



نمودار ۲: تیپ بدن نمایش

نمودار ۱: تیپ بدن اجتماعی

### بدن اجتماعی

داگلاس<sup>۴</sup> بدن را متنی فرهنگی می‌داند که ضمن انعکاس ارزش‌های فرهنگی، دل‌مشغولی‌ها و اضطراب‌های یک فرهنگ خاص، تجلی عینی نیز به آن‌ها می‌بخشد. برای او بدن نماد و مدلی از جامعه است که می‌تواند شاخصه‌ای قابل‌مشاهده برای نظام‌های اجتماعی باشد (شیلینگ، ۲۰۰۵). مبتنی بر این تعریف، زمانی که از تیپ بدنی اجتماعی صحبت می‌کنیم مقصودمان گونه‌ای از باز-نمود بدن رسانه‌ای در اینستاگرام است که با عرف اجتماعی فاصله چندانی ندارد.

- 
1. Social body
  2. Performative body
  3. Aesthetic body
  4. Douglas

هر چند کاربرانی که در این دسته قرار می‌گیرند، قابل اشتقاق به دو زیرمجموعه کوچک‌تر هستند؛ ولی اجرای هیچ‌یک را نمی‌توان خارج از عرف و برهم زننده نظم اجتماعی قلمداد کرد. تیپ بدن اجتماعی، شکلی از اجرای مجازی را نمایندگی می‌کند که نه تنها با اجرایی ملاحظه‌کارانه از دردهای احتمالی پیشگیری می‌کند؛ بلکه امکان شناختی نسبی از باورهای رایج و مورد توافق در خصوص چگونگی باز-نمود بدن رسانه‌ای را فراهم می‌آورد.

### • بدن آشکار

برای توضیح آنچه با عنوان بدن آشکار نام‌برده می‌شود، نیازی به کنکاش و جستجوی فراوان نیست. کافی است به سراغ صفحات کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام برویم و نگاهی به عکس‌های شخصی آن‌ها داشته باشیم. عکس‌هایی که غالب اوقات باهدف ثبت خاطره، به تصویر کشیدن یک لحظه دل‌انگیز، مطلع ساختن دیگران از آنچه در حال وقوع است یا خبر از تغییری در موقعیت کاربر گرفته و در فضای مجازی به اشتراک گذاشته می‌شوند. عکس‌هایی که اگرچه اشتباهات فاحش زیبایی‌شناختی در آن‌ها دیده نمی‌شود؛ ولی به لحاظ تکنیکی و فرمی شیوه‌ای خاص را دنبال نمی‌کنند. عمده ویژگی‌های این عکس‌ها را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:



نمودار ۳: مشخصات کلی عکس‌های کاربرانی با بدن آشکار



این عکس‌ها با وجود تمام تفاوت‌هایی که دارند، در یک نکته یعنی حضور جسمانی کاربر مشترک هستند. اهمیت این موضوع در صحبت‌های علی (۲۹ ساله، گرافیکست) مورد اشاره قرار می‌گیرد:

«وقتی می‌خوام به عکسی را بذارم اینستا دقت می‌کنم که خودم توی عکس چه طوری افتادم، پیش اومده که جایی با دوستانم رفتیم یا به کاری کردیم خیلی خوش گذشته و واقعاً دلم می‌خواست عکسش را بذارم اینستا ولی به خاطر این که سر و وضعم هم‌چنین خوب نبوده نداشتم».

البته این تنها نگاه کاربر نیست که موجب سنگینی کفه ترازو یک عکس به سمت مؤلفه قیافه می‌شود؛ بلکه دیدگاه‌های سایر کاربران هم حکایت از آن دارد که قیافه بیش و پیش از دیگر عناصر موجود در یک عکس به چشم آن‌ها می‌آید. گواه این مطلب مجموعه نظرات و بحث‌هایی است که پیرامون یک عکس شکل می‌گیرد، دیدگاه‌هایی که بیشتر چهره و پوشش کاربر را مورد توجه قرار داده‌اند تا عواملی از قبیل: موقعیت عکس، رخداد خاطره‌انگیزی که در آن لحظه خاص اتفاق افتاده است و یا حتی شرح عکس.

نظر به آنچه تاکنون گفته شد، عنصر قیافه مهم‌ترین مؤلفه‌ای است که کاربران حتی به هنگام اشتراک‌گذاری عکس‌هایی که هدفشان نمایش ویژگی‌های ظاهری و فیزیکی نیست به آن دقت می‌کنند. در واقع، صاحبان عکس‌های این‌چنینی بدون آنکه به نمایش گذاشتن اجرایی بدون نقص از بدن را دنبال کنند، استراتژی‌های مدیریت تأثیرگذاری را به شیوه‌ای دنبال می‌کنند که عکس به اشتراک گذاشته‌شده تا حد ممکن به خود ایده‌آل آن‌ها نزدیک باشد.

در چنین فرایندی به‌خوبی می‌توان ردپای دیدگاه‌های گافمن در خصوص مدیریت تأثیرگذاری را جست، با این تفاوت که کاربر به هنگام انتخاب ژست ایستادن، نوع نگاه به دوربین و زاویه عکاسی همیشه به شکل آگاهانه‌ای عمل نمی‌کند و

انتخاب‌های او به هنگام اجرا، ریشه در بستر نمایشی و فرهنگ حاکم بر آن دارد و زائیده اجراهای مکرر جنسیتی است. برای شناخت چگونگی بازنمود عنصر قیافه، نگاهی به ویژگی سه جزء اصلی تشکیل‌دهنده آن یعنی چهره، پوشش و جلوه‌های بصری خواهیم داشت. یافته‌های به‌دست‌آمده حکایت از آن دارد که این دسته از کاربران هنگام اشتراک‌گذاری عکس‌ها از نظر پوشش محدودیت‌هایی برای خود قائل می‌شوند. همین مسئله موجب بروز ویژگی‌های مشترکی در این عکس‌ها می‌شود.



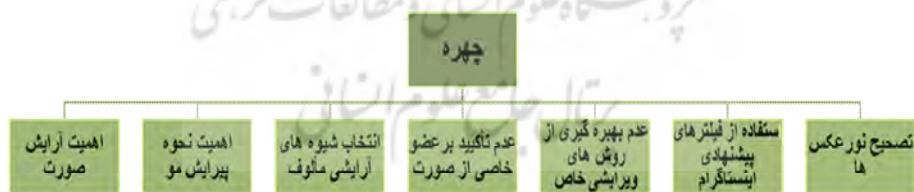
پوشش غالب در عکس‌های کاربرانی با باز-نمود بدنی آشکار



نمودار ۴: عناصر مشترک در نحوه پوشش کاربرانی با بدن آشکار

دیگر عنصر قابل اهمیت به هنگام تحلیل مؤلفه قیافه، چهره افراد و دست‌کاری‌های ویرایشی است که روی عکس‌های خود اعمال می‌کنند. در این بخش هم مانند تصمیم‌گیری برای پوشش کردار اغراق شده‌ای از هیچ کاربری نمی‌بینیم و همه چیز بر دنبال کردن مسیری دارای چارچوب، آشنا و متعارف دلالت دارد. اگرچه، تمام مصاحبه‌شوندگان به این نکته اذعان کرده‌اند که در انتخاب عکس تلاش دارند موردی را انتخاب کنند که صورتشان بهترین حالت ممکن را داشته باشد و در اصطلاح رایج خوب افتاده باشند؛ ولی این میل آن‌ها را به سمت کرداری خارج از قاب و آنچه تا به امروز انجام نداده‌اند نمی‌کشاند.

دایره تمایل به عادی نگه‌داشتن مؤلفه‌های نمایشی تنها به آرایش صورت و حالت مو منحصر نمی‌شود و حتی به ویرایش عکس‌ها نیز نفوذ می‌کند. به همین دلیل، عکس‌های کاربران این تیپ بدنی با وجود آنکه عاری از تغییر و دست‌کاری نیستند؛ ولی نشان از تلاش خاصی برای تأکید بر یک بخش خاص از صورت، کم‌رنگ کردن آنچه در پس‌زمینه عکس وجود دارد برای نمود بیشتر و استفاده از ابزارهای ویرایشی کمی تخصصی‌تر برای مخفی کردن بخش‌هایی و بهتر نشان دادن بخش‌های دیگر به چشم نمی‌آید. چگونگی باز-نمود چهره در این دسته از کاربران را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:



نمودار ۵: عناصر مشترک نحوه نمود چهره کاربرانی با بدن آشکار

دیگر مؤلفه قابل تحلیل در این بخش منش یا همان ژست و موقعیت بدنی کاربران مقابل دوربین است. بارزترین ویژگی این مؤلفه پیروی از اصل در محدوده چارچوب‌ها حرکت کردن است؛ چارچوب‌هایی که می‌توانند با حدود رسمی تعریف‌شده قدری فاصله داشته باشند ولی با تعریف عرفی و آنچه که در جماعت‌های کوچک‌تر مردمی پذیرفته شده است تقابلی ندارند. دسته‌جمعی بودن، تفاوت میان زنان و مردان در زمینه سطح تماس بدنی و انتخاب شیوه‌ای متفاوت توسط آن‌ها از نکات قابل توجه منش این دسته از کاربران است. ژست‌هایی که به تعبیر باتلر تا حدود زیادی ریشه در تکرار نمایش‌های جنسیتی دارد. مهم‌ترین ویژگی‌های این مؤلفه عبارت‌اند از:



نمودار ۶: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود مؤلفه منش در کاربرانی با بدن آشکار

#### • بدن پنهان

همان‌طور که پیش‌ازین گفته شد، در اینستاگرام ما با شکل دیگری از باز-نمود بدن مواجه هستیم که با وجود قرار گرفتن در ذیل تیپ بدنی اجتماعی، مشخصه‌هایی کاملاً متفاوت از هم‌گروه خود دارد. در واقع، آنچه موجب می‌شود که این دو شکل از باز-نمود بدن در یک گروه قرار بگیرند انطباق آن‌ها با استانداردهای فرهنگی رایج، عرفی و قابل‌پذیرش در سطح جامعه است. استانداردهایی که گاهی هم از آنچه که ارزش‌های رسمی جامعه است فاصله دارد اما این فاصله اختلال یا الم‌شنگه‌ای در روند اجرای فرد ایجاد نمی‌کند. آنچه که در مشاهده عکس‌های این گروه از کاربران

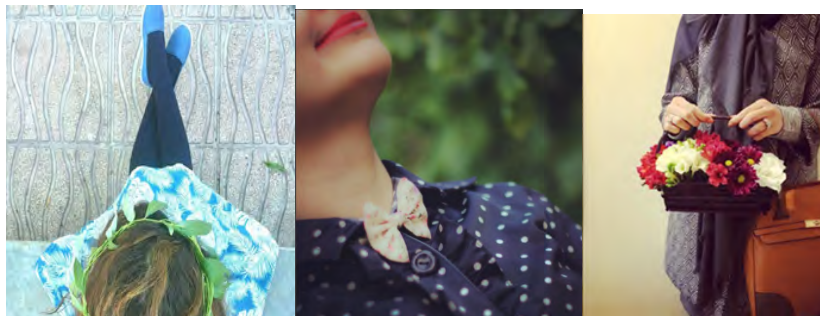
جلب توجه می‌کند تکرار برخی تکنیک‌های عکاسی برای نیل به هدف پنهان‌سازی است، تکنیک‌هایی که به کاربر کمک می‌کند وجه ناشناختگی خود را حفظ کند.



نمودار ۷: مشخصات کلی عکس‌های کاربرانی با بدن پنهان

در این گروه با عکس‌هایی مواجه می‌شویم که به ظاهر، بدن در ترکیب‌بندی آن‌ها نقش مرکزی ایفا نمی‌کند؛ اما اگر پوسته ماجرا را بشکافیم متوجه خواهیم شد که برای خود کاربران معنابخش‌ترین عنصر در عکس، بدنشان است، هرچند تلاش می‌کنند که به‌انحاء مختلف از اشاره مستقیم به آن اجتناب کنند و اجرا را به‌گونه‌ای پیش ببرند که در اولین مواجهه با عکس، برای دیگر مؤلفه‌ها اولویت قائل شویم. در واقع، اجرای این افراد گزینشی است از زندگی روزمره آن‌ها که نه تنها با عرف بلکه با تعریف‌های رسمی هم انطباق دارد و موجب برپا شدن الم‌شنگه نمی‌شود. انتخابی که گاه از باورهای مذهبی و قائل بودن به مرزهای تعیین شده برای پوشش ناشی می‌شود و گاه ناشی از انتخاب افراد برای ایجاد حسی از ناشناختگی و ارائه تصویری از اموری است که فرد دوست دارد دیگران در جریانش قرار بگیرند؛ موردی که در حین صحبت‌های سحر (۲۷ ساله، معمار) مورد اشاره قرار می‌گیرد:

«خب، من قطعاً از نظر پوشش یکسری محدودیتایی برای خودم دارم ولی این محدودیتا به خاطر اعتقاد به حجاب نیست یه مسئله کاملاً شخصی؛ چون فکر می‌کنم اینستاگرام جای این نیست که کل زندگیت و خودت را بذاری پشت ویتترین».



پوشش غالب در عکس‌های کاربرانی با بدن‌های پنهان

آنچه در این عکس‌ها خودنمایی می‌کند، تأکید کاربران بر لباس‌ها و نوع پوشش است. اگرچه کاربر با بهره‌گیری از تکنیک‌های عکاسی مختلف، انتخاب قاب‌ها و جلوه‌های بصری برای هم‌وزن ساختن عناصر مختلف تلاش می‌کند؛ اما تحلیل عمیق‌تر عکس‌ها نشان می‌دهد که در بسیاری مواقع بار معنایی عکس بر دوش لباس کاربر است، پوشش‌هایی که همیشه در تن کاربر دیده می‌شوند و نشانی از ذوق و سلیقه او هستند. در نهایت این عنصر از مؤلفه قیافه برای کاربرانی که تصویری کامل از صورت و بدنشان به اشتراک نمی‌گذارند واجد ویژگی‌های مشترکی است:



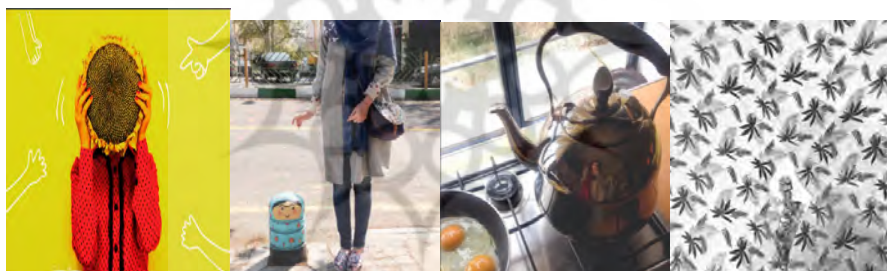
نمودار ۸: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود پوشش کاربرانی با بدن پنهان

دیگر عنصر مهمی که در هنگام تحلیل مؤلفه قیافه مورد توجه قرار می‌گیرد چهره است، عنصری که در اینجا خاصیت یگانه‌ای به خود گرفته است و آن پنهان‌سازی است. در واقع، کاربران در عکس‌هایی از این قبیل تلاش می‌کنند به طریقی از نشان

دادن چهره کامل، واضح و قابل تشخیص خود اجتناب کنند. به همین دلیل، زمانی که می‌خواهیم از ویژگی‌های مشترکی که این بخش کاربران هنگام به تصویر کشیدن چهره خود به کار می‌برند صحبت کنیم، مقصود نشانه‌های مشهود در صورت آن‌ها نیست؛ بلکه هدف استراتژی‌هایی است که آن‌ها برای پنهان ساختن چهره خود به کار می‌گیرند.



نمودار ۹: تکنیک‌های پنهان‌سازی چهره



تکنیک‌های کاربران برای پنهان‌سازی چهره

پس از بیان استراتژی‌های پنهان‌سازی صورت به سراغ نشانه‌های مؤلفه‌های منش در این گروه از کاربران می‌رویم، مؤلفه‌ای که طبیعتاً همچون دیگر عناصر گفته‌شده از اصل پنهان‌سازی تبعیت می‌کند. بر همین اساس، ما با عکس‌هایی مواجه هستیم که در هیچ‌کدام از آن‌ها کاربر تصویری کامل از بدن خود در یک نمای نزدیک یا حتی متوسط ارائه نمی‌دهد؛ اما آنچه محتوای به اشتراک گذاشته‌شده توسط این دسته افراد را حائز اهمیت می‌کند حضور بخشی از بدن در عکس‌هاست، بخشی که به‌عنوان یکی از عناصر

اصلی وجود خود را اثبات کرده است. زهرا (۲۶ ساله، خبرنگار)، یکی از کاربرانی که عکاسی را به شکل نیمه حرفه‌ای دنبال می‌کند و به شکلی عامدانه این شکل از نمود بدنی را برگزیده است در این خصوص می‌گوید:

«راستش من وقتی می‌خوام عکس بگیرم خیلی برام مهمه که بین بخش‌های مختلف عکس از نظر زیباشناسی هماهنگی وجود داشته باشه، دوست ندارم که عکسام یه سوژه تنها داشته باشن. به خاطر همینم ترجیح می‌دم موقع عکاسی چندتا چیز کنار هم بذارم و خیلی هم دوست دارم که حس زنده بودن و زندگی را منتقل کنم».



نمونه عکس‌هایی که در آن‌ها تنها بخشی از بدن به تصویر کشیده است



نمودار ۱۰: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود مؤلفه منش کاربرانی با بدن پنهان

آنچه که مشخص است، این گروه از کاربران در زمان به تصویر کشیدن بدن عامدانه قسمت‌هایی از وجود تن یافته خود را حذف و قسمت‌هایی را ظاهر می‌سازند، انتخابی که در خدمت همان ایده اصلی گافمن یعنی ارائه تصویری از یک خود ایده‌آل



است. با این تفاوت که برای بعضی از کاربران رسیدن به چنین تصویری در گرو حذف و پنهان‌سازی ارادی جنبه‌هایی از زندگی و کنار هم گذاشتن اجزائی است که دوست داریم با دیگران به اشتراک بگذاریم. فرایندی که گافمن از آن به‌عنوان مصرف سری<sup>۱</sup> یاد می‌کند، مفهومی که متضمن نوعی از وانمود کردن (در برابر فریفتن) است. بدین معنا، کاربر دست به انتخاب گونه‌ای از اجرا می‌زند که برای او مزایایی در پی داشته باشد.

### بدن نمایشی

به استناد آنچه گافمن می‌گوید: «استراتژی‌های مدیریت تأثیرگذاری و کنش اجراکنندگان بر اصول اجرای تئاتری بنانهاده شده است» (گافمن، ۱۳۹۲: ۷). عملی و عینی ساختن این اجراها مستلزم بهره‌گیری درست و بجا از تجهیزات بیانی است، دراین‌بین امید اجراکننده بیش از هر چیزی به امکاناتی است که بدن در اختیارش قرار می‌دهد؛ چراکه بدن ماده‌ای است قابل‌کنترل که نه‌تنها می‌تواند نوع برقراری تعامل با دیگران را تعیین کند؛ بلکه قابلیت خیره کردن چشم‌ها به سمت اجراکننده را نیز دارد (واسکول و وانینی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶).

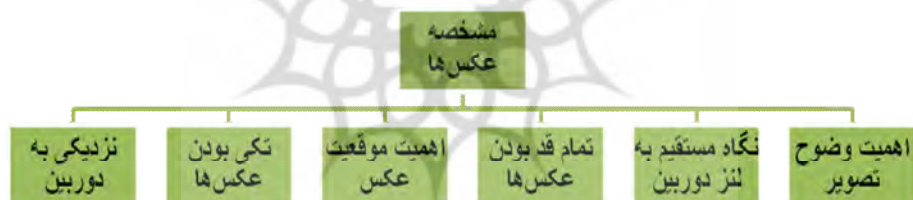
در اجراهایی که اجراکننده سهم قابل‌توجهی برای بدن قائل می‌شود و به‌نوعی شالوده اجرای خود را بر اساس تجهیزات ظاهری خود قرار می‌دهد ما با نوعی از بدن مواجه هستیم که می‌توانیم آن را بدن‌نمایشی بخوانیم. هرچند در این نوع از اجراها تمرکز و تأکید اجراکنندگان می‌تواند بر وجهی خاص از بدن باشد و همین وسعت اختیارات در مدیریت بدن منجر به آن می‌شود که هنگام مشاهده اجرایی با محوریت بدن با اشکال متنوعی مواجه شویم. توصیف و تفسیر این تیپ از بدن در دو زیرگروه بدن ورزیده و بدن اغواگر سرچشمه گرفته از همین مسئله است.

---

1..Secret consumption  
2. Waskul & Vannini

### ● بدن ورزیده<sup>۱</sup>

همان‌طور که از نام این زیرگروه برمی‌آید، این شکل از اجرا بر اساس باز-نمود بدنی قوی، تنومند و عضلانی بنانهاده شده است. این سبک از باز-نمود بدن اغلب مورد توجه افرادی است که به صورتی حرفه‌ای ورزش، به‌ویژه بدن‌سازی را دنبال می‌کنند یا آن‌هایی که ورزش به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی‌شان تبدیل شده است. اهمیت این موضوع برای کاربران تا حدی است که در قسمت بیوگرافی اینستاگرام علاوه بر اسم شخصی در مورد رشته ورزشی که دنبال می‌کنند، وزن و قدشان اطلاعاتی را منتشر می‌کنند؛ چرا که برای آن‌ها ورزشکار بودن حتی اگر در زمره حرفه‌ای‌ها محسوب نشوند مؤلفه‌ای مهم در تعریف خودشان است. در اینجا، هیچ‌کدام از کاربران از امکان خصوصی کردن صفحه استفاده نکرده‌اند، تصمیمی که امکان بیشتر دیده شدن را برای آن‌ها فراهم می‌کند.



نمودار ۱۱: مشخصات کلی عکس‌های کاربرانی با بدنی ورزیده

در این عکس‌ها کاربر باهدف دیده شدن بدن خود به شکلی ناخواسته دست به حذف یا کاهش سهم دیگر مؤلفه‌های موجود در عکس زده است. به همین دلیل، از تمام عناصر در راستای باز-نمود هر چه بیشتر بدن استفاده می‌شود. امری که در انتخاب نوع و نحوه پوشش کاربران به‌خوبی قابل‌تشخیص است. به نظر می‌رسد. شیرین (۳۰)

1. Trained body

ساله، مربی ورزش) ضمن آنکه به پوشش ورزشی اهمیت ویژه‌ای می‌دهد در خصوص نحوه انتخاب لباس‌هایش می‌گوید:

«بین من با همون لباسی که برای ورزشم می‌پوشم عکس می‌گیرم اصولاً خیلی علاقه‌مند شورتکای ورزشی خیلی کوتاه نیستم؛ ولی در کل این که لباسم حتماً پوشیده باشه خیلی اهمیتی نداره برام، چون من ورزشکارم و یه ورزشکار حرفه‌ای که سر تا بدنش را نمی‌پوشونه موقع عکس گرفتن».



نمونه عکس‌هایی از پوشش غالب کاربران با بدن‌های ورزیده

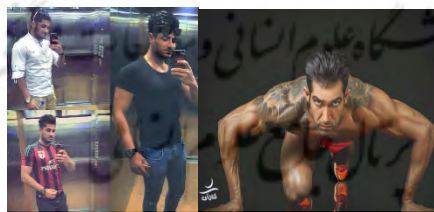


نمودار ۱۲: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود پوشش کاربران با بدن‌های ورزیده

به هنگام توصیف و تفسیر دیگر بخش مؤلفه قیافه یعنی، چهره، با موضوعی خلاف پیش ذهنیت و تصورات قالبی مواجه می‌شویم و آن بی‌توجهی نسبی کاربران

به‌ویژه زنان نسبت به چگونگی باز-نمود چهره است؛ «این در حالی است که به اذعان لوبرتون در میان اندام‌های انسانی، چهره بیشترین تراکم از بالاترین ارزش‌ها را در خود گرد می‌آورد» (لوبرتون، ۱۳۹۲: ۱۰۳). در عکس‌های هر دو کاربر زن این گروه ما عکس‌هایی را می‌بینیم که در آن‌ها توجه خاصی به آرایش چهره و پیرایش مو نشده است؛ حتی حالت و موقعیت چهره در مقابل دوربین نشان از برنامه‌ریزی یا طراحی خاصی برای این بخش ندارد. این شکل از حضور را می‌توان نوعی تلاش برای حرکت در جهت خلاف باورهای رایج در جامعه تلقی کرد؛ چراکه زنان از آرایش چهره و بهتر نشان دادن آن به نفع باز-نمود بیشتر مؤلفه اصلی عکس صرف‌نظر کرده‌اند.

عدم محوریت آرایش صورت و پیرایش مو توسط زنان در شرایطی اتفاق می‌افتد که به نظر می‌رسد مؤلفه چهره برای مردان اهمیت بیشتری دارد. در میان عکس‌های به اشتراک گذاشته‌شده توسط سه مصاحبه‌شونده مرد، هیچ عکسی دیده نمی‌شود که در آن با مویی کمی آشفته یا صورتی اصلاح‌نشده مواجه باشیم؛ حتی زاویه قرارگیری صورت و نوع نگاه به شکلی است که اغلب مطابق با تصور ذهنی کاربر از ایده‌آل‌ترین حالت صورتش دارد. باین‌حال تمهیدات در نظر گرفته شده به هنگام عکاسی، مانع از آن می‌شود که صورت در کانون عکس قرار بگیرد.



نمونه تصاویری که نحوه چهره این گروه از کاربران را نمایندگی می‌کنند



نمودار ۱۳: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود چهره کاربرانی با بدن ورزیده

این که گفته می‌شود، دیگران در مواجهه با چنین عکس‌هایی بیش از هر عنصر دیگری حتی چهره توجهشان معطوف بدن می‌شود دو دلیل عمده دارد. طبیعتاً نظرات درج شده و بحث‌های شکل گرفته حول هر عکس نشان‌دهنده برجسته‌ترین نکته آن در منظر دیگران است؛ دیدگاه‌هایی که در صفحات این دسته از کاربران اغلب در ستایش شرایط بدن، قدرت جسمانی، تلاش و درخواست کمک و راهنمایی برای رسیدن به موقعیتی جسمانی شبیه کاربر است. در واقع، به‌ندرت می‌توان دیدگاه‌های را یافت که به امر دیگری مانند: لباس یا چهره اشاره کرده باشند. علاوه بر این، با وجود آنکه بدن این کاربران در بسیاری از عکس‌ها پوشیدگی کاملی ندارد و حتی برخی اندام‌های آن‌ها به‌وضوح دیده می‌شود، معدود نظرات توهین‌آمیزی را می‌توان در صفحات این افراد یافت؛ موضوعی که مصاحبه‌شوندگان هم به آن اذعان داشتند.



دو نمونه از نظرات کاربران در مورد عکس‌های مجید و شیرین که تمام آن‌ها در خصوص تعریف و تمجید از بدن و تلاش این دو است.

پس از مؤلفه چهره، سراغ اصلی‌ترین، مهم‌ترین و آنچه که کل عکس را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد یعنی منش می‌رویم. کاربران این گروه چه زن و چه مرد سعی دارند تا به اشکال مختلف آنچه که از منظر خودشان نقطه قوت وجود تن یافته‌شان محسوب می‌شود را به تصویر بکشند. بدین منظور آن‌ها ژست‌هایی را انتخاب می‌کنند که بتوانند به واسطه آن بخش یا عضو مورد نظرشان را متمایز سازند، ژست‌هایی که اغلب برگرفته از اعمال ورزشکاران در مسابقات زیبایی‌اندام است. با این تفاوت که در اینستاگرام کاربر از قدرت انتخاب برای این که دیگران چه بخشی از بدن او را ببینند و چه بخشی از نظرشان پنهان بماند برخوردار است.

دیگر نکته مشترک میان تمام کاربرانی که در این گروه جای می‌گیرند، اشتراک‌گذاری عکس‌هایی در حین ورزش کردن است. راهبردی که کاربران برای باز-نمود بیشتر قدرت و توان فیزیکی خود به کار می‌گیرند عکاسی درون باشگاه است. این

ترکیب از یک سو اثرگذاری عکس را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر نشان از اهمیت موقعیت عکس برای این کاربران دارد، موقعیتی که معنایی و رای یک باشگاه ورزشی ساده را دارد و گویی به بخشی از وجود آن‌ها بدل شده است. به نظر می‌رسد، کاربرانی که در این دسته قرار می‌گیرند در ارتباط با چنین فضایی است که بدن خود را می‌شناسند و توان فیزیکی و قدرت بدنی در باشگاه و در کنار وسایل ورزشی است که برای آن‌ها معنا پیدا می‌کند.



نمونه عکس‌هایی که کاربران لحظات ورزش خود را ثبت کرده‌اند



نمودار ۱۴: عناصر مشترک در باز-نمود مؤلفه متش کاربرانی با بدن ورزیده

### • بدن اغواگر<sup>۱</sup>

در این گونه از اجراها، نه تنها بدن به عنوان اصلی‌ترین عنصر، نمایش را به خود اختصاص می‌دهد بلکه بر حضور اندام‌هایی خاص از آن تأکید می‌شود، اندام‌هایی که اگرچه بالقوه دارای جاذبه جنسی هستند ولی نحوه به تصویر کشیدن آن‌هاست که

1. Provacative body

موجب بارز شدن چنین ویژگی‌ای می‌شود. بر این اساس، زمانی که از بدن اغواگر صحبت می‌کنیم مقصودمان آن دسته کاربرانی هستند که به هنگام اجرا بیش از هر چیز به نمایشی بی‌پرده از زیبایی‌هایی بدنشان متکی هستند. به همین دلیل، در صفحات شخصی این دسته از کاربران با تصاویری مواجه هستیم که گاه حتی به شکل اغراق گونه‌ای تلاش شده است تمامی بدن یا اندامی خاص در محوریت عکس قرار بگیرد.



نمودار ۱۵: مشخصات کلی عکس‌های کاربرانی با بدنی اغواگر

بنا بر موارد یادشده، یکی از مهم‌ترین مشخصه‌های کاربران این گروه تمایل به عکس سلفی است. به نظر می‌رسد، کاربران در این شیوه از عکاسی به دریافتی جدید از بدنشان می‌رسند، بدنی که در آن واحد سوژگی و ابژگی را تجربه می‌کند. «به هنگام سلفی گرفتن، نوع ارتباط کنشگر با بدنش تغییر می‌کند و همین امر موجب افزایش حس تن یافتگی او می‌شود. در واقع، سلفی ثبت لحظه‌ای است که فرد بیشترین ارتباط ممکن با بدن خویش را دارد. در این ارتباط قدرت فرد برای مدیریت بدنش و چگونه به نظر رسیدن آن تا حد بسیاری افزایش می‌یابد و همین مسئله لذت بیشتری نصیب او می‌کند؛ زیرا او در جایگاهی قرار دارد که می‌تواند روایتی کاملاً شخصی از وجود تن یافته خود ارائه کند» (Iqani & Schroeder, 2015: 8).

افزون بر درک فرد از بدن خود، این میزان از محبوبیت سلفی مرهون امکان‌پذیری همه‌زمانی و همه مکانی آن است. به دیگر بیان، پیشرفت‌های فناورانه در گوشی‌های تلفن همراه هوشمند و افزایش کیفیت دوربین‌ها امکان عکس گرفتن سریع را فراهم



کرده است، عکس‌هایی که به لطف افزایش دسترسی به اینترنت به سرعت قابل اشتراک‌گذاری هستند. به علاوه، برای ثبت سلفی نیاز به وجود شخص دیگری نیست و اراده و خواست فردی کافی است تا عکسی در لحظه به ثبت برسد. یکی دیگر از عمده دلایلی که کاربران را به این شیوه از عکاسی سوق می‌دهد کمک به بهتر دیده شدن است. سلفی‌ها راهی هستند برای نمایش بهتر و دقیق‌تر از آنچه که می‌خواهیم دیده شود.



نمودار ۱۶: عمده دلایل روی آوردن به عکاسی سلفی

بنابراین، ما با مجموعه عکس‌هایی مواجه هستیم که در بسیاری از آن‌ها چهره کاربر به وضوح دیده می‌شود؛ البته تصویر کامل چهره در میان این دسته از کاربران تنها به عکس‌های سلفی منحصر نمی‌شود و چگونگی آرایش چهره و پیرایش مو امر حائز اهمیتی برای آن‌ها است. به همین دلیل، هیچ عکسی در صفحات این پنج کاربر دیده نمی‌شود که چهره در آن حضور داشته باشد ولی به نحوه آرایش آن و باز-نمودش در فضای مجازی فکر نشده باشد.

تمایل به ارائه تصویری بهتر از چهره به واسطه آرایش و ویرایش عکس تنها در میان زنان دیده نمی‌شود؛ اگرچه به واسطه استانداردهای فرهنگی رایج در خصوص زیبایی، آرایش کردن نوعی کنش زنانه تلقی می‌شود ولی عکس‌های به اشتراک گذاشته‌شده توسط کاربران نشان از آن دارد که این موضوع برای مردان به مسئله‌ای

قابل اهمیت تبدیل شده است. اهمیتی که می‌توان در هر دو غالب آرایش و ویرایش مشاهده کرد. همان‌طور که چهره مهم‌ترین اندام بدن در تعریف خود می‌باشد در فضای مجازی هم عاملی مهم در جذب دیگران محسوب می‌شود؛ علی‌کاربر غیرشاغل و دیپلمه میزان اهمیت آرایش صورت و اصلاح مو را این چنین توضیح می‌دهد:

«طبیعتاً هر کسی سعی می‌کند عکسی را بذاره اینستا که از هر لحاظ خیلی خوب باشه.. خیلی هم برام مهمه که قیافم توی عکس چه‌طوری باشه چون فالثورهام خیلی حساسن و فوری متوجه کوچکت‌ترین تغییری می‌شن؛ برای همین توی انتخاب عکس به مدل موهام و اصلاح ریشم خیلی اهمیت می‌دم و یه چیزایی هم با این برنامه‌های ادیت عکس درست می‌کنم مثلاً پوستم را صاف و صوف می‌کنم آگه چاله چوله‌ای، لک و لوکی چیزی داشته باشه اصلاحش می‌کنم».



نمودار ۱۷: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود چهره کاربرانی با بدنی اغواگر

### بدن زیباشناختی

پیچیده‌ترین شکل از باز-نمود بدن را در این گروه از کاربران شاهد هستیم؛ زیرا در اینجا با تصویری چندپاره از بدن مواجهیم و همین مسئله شناخت ویژگی‌های آن را دشوار می‌کند. کاربرانی که در این گروه جای می‌گیرند با تکیه بر توانمندی‌هایی که در عکاسی دارند دست به خلق تصویری چندلایه می‌زنند که توصیف و تفسیر آن بر مبنای

مؤلفه‌های اساسی باز-نمود خود سخت و در مواردی امکان‌ناپذیر است. دشواری عبور از این مسیر بدان جهت است که مهارت کاربران در بهره‌گیری از فنون عکاسی و زیبایی‌شناختی، تصویری را پیش روی ما قرار می‌دهد که چیزی فراتر از ثبت تصویری کامل یا ناقص از بدن است. این موضوع بدان معنی نیست که در عکس‌های این گروه از کاربران ما با تصویری سراسر نشانه مواجه هستیم؛ چراکه کاربر تلاش دارد با گنجاندن کم‌ترین علامات ممکن نظام معنایی پیچیده‌ای را درون عکس‌های خود انعکاس دهد و برای محقق ساختن این هدف به حضور بدن در عکس‌هایش تکیه می‌کند.

هنرمندی که حالا در جایگاه کاربر اینستاگرام قرار دارد، با خرق عادت در به تصویر کشیدن بدن کلیشه‌های باب شده در فرهنگ دیداری مخاطبان را درهم می‌شکند و ذهن آن‌ها را به چالش می‌کشد. در واقع، هنر، تکنیک و مواد بصری به کمک کاربر می‌آیند تا او تصویری غیرمنتظره از بدن ارائه دهد. به نظر می‌رسد، آنچه موجب جلب و جذب دیگران به این صفحات می‌شود همین وجه غیرمنتظره بودن و تکراری نبودن عکس‌هاست. مهم‌ترین مشخصه این عکس‌ها عبارت‌اند از:



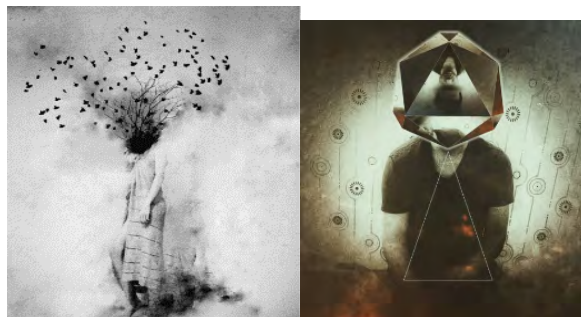
نمودار ۱۸: مشخصه کلی عکس‌های کاربرانی با بدن زیباشناختی

به دلیل وجود همین ویژگی‌ها، ما به‌عنوان مخاطب در هر بار مواجهه با صفحات این کاربران با جلوه‌ای ناشناخته از بدن مواجه می‌شویم. عکس‌های این‌چنینی محتوای بصری بدیع، به‌ظاهر نامنظم و مغشوشی هستند که ذهن را وادار به کنکاش برای درک

سطوح بالاتری از معنا می‌کنند. در اینجا بدن بدل به رسانه‌ای می‌شود که قادر به انتقال مفاهیم است، مفاهیمی انتزاعی که حالا به واسطه بدن عینیت یافته‌اند. به همین دلیل، در عکس‌های به اشتراک گذاشته‌شده توسط این کاربران شاهد نوعی از تن یافتگی هستیم که به نوعی معیارهای مألوف از تن یافتگی را زیر سؤال می‌برد و سویه‌ای کم‌تر دیده شده از بدن را پیش روی بیننده قرار می‌دهد.

این گروه از کاربران در عین تلاش برای اشتراک‌گذاری عکسی دارای معانی متکثر، برای پیشگیری از بروز الم‌شنگه و اختلال در نحوه اجرایی که برای خود انتخاب کرده‌اند، به نوشتن شرح عکس روی می‌آورند. در واقع، شرح عکس استراتژی است برای حفظ انضباط نمایشی که به موفقیت و فهمیده شدن اجرا کمک می‌کند. علاوه بر این، پنهان‌سازی صورت دیگر وجه مشترک این گروه از کاربران است. در واقع، ما با مجموعه عکس‌هایی مواجه هستیم که شمایل تقریباً کاملی از اندام‌های بدن در آن نقش بسته است؛ بدنی که امکان تشخیص صورت در آن بسیار دشوار است. **سما** کاربر گرافستی که در حال تصویرسازی شعرهای فروغ با بدنش است در این خصوص می‌گوید:

«این که من صورتم به‌طور کامل توی عکس مشخص نیست چندتا دلیل داره؛ اول این که دوست ندارم بقیه فکر کنن صرفاً به خاطر صورتم عکس گرفتم. دیگه این که وقتی صورت از توی عکس حذف می‌شه اون بدن می‌تونه متعلق به هر کسی باشه و حرفی که داری با عکست می‌زنی فقط منحصر به خودت نیست. آخر دستم این که راستش احساس امنیت نمی‌کنم، این طوری خیالم راحت‌تره چون بالاخره بعضی از عکسای من به ذره متعارف نیست.»



نمونه‌هایی از تلاش کاربران که با بهره‌مندی از هنرهای گرافیکی، تکنیک عکاسی و ظرفیت‌های فناوری تصویری ابهام‌گونه و دارای تکثر معانی از بدن خود ساخته‌اند.

بنا بر آنچه گفته شد، احاطه بر فنون عکاسی، ابزارهای ویرایشی و اصول زیبایی‌شناختی منجر به آن شده که تنوع و گوناگونی بیشتری را در عکس‌های اشتراک‌گذاری شده توسط این گروه شاهد باشیم. در واقع، این گروه از کاربران با وجود اشتراک در تأکید بر بدن، هر یک منشی جداگانه را پیش‌گرفته‌اند؛ منش‌هایی که با وجود تمام تفاوت‌ها در چند نکته اساسی دارای مشابهت‌هایی هستند.



نمودار ۱۹: عناصر مشترک در نحوه باز-نمود مؤلفه منش کاربران با بدن زیباشناختی



این گروه از کاربران در یک ویژگی بسیار مهم که گافمن آن را رازآلودی<sup>۱</sup> می‌خواند مشترک هستند. به عقیده او اگر ما ادراک و دریافت را شکلی از تماس و ارتباط بدانیم، کنترل چیزی که دریافت می‌شود، کنترل ارتباطی است که حاصل می‌شود. محدود کردن و تنظیم کردن آنچه از خود نشان می‌دهیم، محدود کردن و تنظیم فرایند نمایش است و اعمال آن به بازیگر آزادی عمل می‌دهد که تصویر مطلوبش را بسازد. این شیوه نوعی تمهید تدافعی است برای جلوگیری از باز-نمود اموری که در صورت مواجه نزدیک دیگران با آنها ناپدید می‌شوند (گافمن، ۱۹۵۹). موضوعی که در صحبت‌های محمد (۲۹ ساله، کارشناس عکاسی) مورد اشاره قرار می‌گیرد:

«من همیشه توی عکاسی از شنا کردن در مسیر آب فراری بودم. موقعی هم که تصمیم گرفتم از بدنم عکس بگیرم نو بودنش از همه چی برام مهم‌تر بود. به نظرم همین ناآشنا بودن باعث جذابیت می‌شه».



نمودار ۲۰: دلایل گرایش کاربران به رازآلودی

## 1. Mystification

## نتیجه‌گیری

هم‌زمان با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی و به دنبال آن رشد و گسترش شبکه‌های عکس محور همچون اینستاگرام، بحث کارکردهای اجتماعی عکس بیش‌ازپیش مورد توجه قرار گرفت. در این میان چگونگی به نمایش درآمدن عناصر هویت‌ساز انسان به نقطه کانونی موضوعات مرتبط با عکس و شبکه‌های اجتماعی مجازی بدل شد. در چنین شرایطی نحوه باز-نمود بدن به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه هویت‌ساز انسان اهمیت بسیاری پیدا می‌کند. به همین منظور، در مقاله حاضر تلاش شد با بهره‌گیری از رویکرد نمایشی گافمن و سه مفهوم اساسی مدنظر او یعنی: اجرا، نمود خود و مدیریت تأثیرگذاری، چگونگی حضور جسمانی کاربران ایرانی اینستاگرام مورد مطالعه قرار بگیرد. برای دستیابی به تحلیل دقیق‌تر و نگاهی جامع‌تر به موضوع، از دیدگاه‌های جودیت باتلر پیرامون اجرای جنسیتی نیز به‌تناسب استفاده شد.

افزون بر این، مجازی بودن بستر مطالعه ما را به مباحث مرتبط با باز-نمود خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی رهنمون کرد. بر این اساس، زمانی که از ارتباط انسان با کامپیوتر و چگونگی فعالیت او در فضاهایی مانند اینستاگرام صحبت می‌شود؛ نمود خود که مفهومی مرکزی برای گافمن است به باز-نمود خود بدل می‌شود. به همین دلیل، آنچه در اینجا مورد مشاهده، مطالعه و سپس تحلیل قرار گرفت باز-نمود بدن در اینستاگرام است. برای نیل به اهداف پیش‌بینی‌شده، رویکرد کیفی، روش مردم‌نگاری مجازی و الگوی پیشنهادی سادبک مشتمل بر سه تکنیک: مشاهده مشارکتی، مصاحبه و تحلیل محتوای مجازی مورد استفاده قرار گرفت.

با تکیه بر امکاناتی موجود در این نوع از روش تحقیق، سه تیپ بدنی میان بخشی از کاربران اینستاگرام شناسایی شد. در واقع، تکرار برخی الگوها و شیوه‌های مواجهه با بدن توسط کاربران مختلف آن‌ها را بدل به تیپ‌هایی از بدن کرده است که می‌توان برای هر یک خصوصیات و ویژگی‌های منحصربه‌فردی قائل شد. اگرچه نمی‌توان ادعا کرد، یک کاربری لزوماً و صرفاً با یک تیپ بدنی شناسایی می‌شود؛ چراکه امکان دارد

ذائقه و سلیقه او در نمود بدن حالتی رفت و برگشتی داشته باشد و برای به تصویر کشیدن بدنش از شیوه‌های مختلفی استفاده نکند. با این حال نمی‌توان تأکید کاربران بر استراتژی خاصی را انکار کرد. به موجب این امر در نهایت می‌توان شیوه باز-نمود بدن هر یک از مشارکت‌کنندگان این پژوهش را ذیل یکی از این تیپ‌های بدنی جای داد.

جدول ۲: الگوهای باز-نمود بدن در عکس‌های شخصی به اشتراک گذاشته توسط کاربران

اینستاگرام

| تیپ‌های بدنی | مشخصات تیپ‌ها  |
|--------------|--|
| اجتماعی      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم تأکید صرف بر بدن</li> <li>• انطباق با استانداردهای فرهنگی رایج در خصوص بدن</li> <li>• رعایت برخی ملاحظات اجتماعی و مذهبی</li> <li>• در پیش گرفتن استراتژی‌ها و تکنیک‌های ملاحظه‌کارانه</li> <li>• حافظ نظم موجود</li> </ul>   |
| نمایشی       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• محوریت تام و تمام بدن</li> <li>• عدم الزام به رعایت استانداردهای فرهنگی رایج در خصوص بدن</li> <li>• عدم رعایت ملاحظات اجتماعی و مذهبی</li> <li>• عدم در نظر گرفتن استراتژی‌ها و تکنیک‌های ملاحظه‌کارانه</li> <li>• برهم زنده نظم موجود و چالش‌برانگیز</li> </ul>  |
| زیباشناختی   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• محوریت تام و تمام بدن</li> <li>• عدم الزام به رعایت استانداردهای فرهنگی رایج در خصوص بدن</li> <li>• عدم رعایت ملاحظات اجتماعی و مذهبی</li> <li>• عدم در نظر گرفتن استراتژی‌ها و تکنیک‌های ملاحظه‌کارانه</li> <li>• به چالش کشیدن عادت‌های مألوف در خصوص بدن</li> <li>• الزام به اصل غافل‌گیری</li> <li>• پیچیدگی و چندمعنایی</li> </ul> |



صحبت از مشاهده سه تیپ بدنی متفاوت میان کاربران مشارکت‌کننده در اینجا، به معنای شناسایی ویژگی‌ها و صفاتی است که به تمایز این تیپ‌ها از یکدیگر منجر می‌شود. برخی از این مشخصه‌ها را می‌توان استراتژی کاربران برای باز-نمود بدن در اینستاگرام دانست. در واقع، اجرای کاربران از مسیرهای چندگانه نسبتاً ثابتی عبور می‌کند که تکنیک‌های گوناگون ابزار به‌سلامت طی کردن آن‌ها هستند. بر این اساس، استراتژی و تکنیک‌های این سه تیپ بدنی اموری قابل تشخیص و تفکیک هستند که در پس انتخاب هر یک از آن‌ها هدف و قصد خاصی نهفته است؛ جزئیاتی که تلاش شده در جدول ذیل به آن‌ها پرداخته شود. طبیعی است این استراتژی‌ها و اهداف در خصوص دایره افراد شرکت‌کننده در این پژوهش مصداق دارد و قابل‌تعمیم به کل جریانات حاضر در اینستاگرام نیست.

جدول ۳: استراتژی‌ها، تکنیک‌ها و اهداف کاربران اینستاگرام از باز-نمود بدن

| تیپ بدنی | استراتژی  | تکنیک‌ها   | اهداف   |
|----------|-----------|--|---|
| اجتماعی  | آشکارسازی | <ul style="list-style-type: none"> <li>تکثر و تنوع در عکس‌های دسته‌جمعی</li> <li>عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر مختلف در عکس</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>دیده شدن</li> <li>جذابیت بخشیدن به عکس</li> <li>ثبت خاطرات خانوادگی و دوستانه</li> </ul>   |
|          |           | <ul style="list-style-type: none"> <li>عدم توجه به تنوع فضای بصری عکس‌ها</li> <li>باز-نمود بدن به‌عنوان یک کل یکپارچه و نه‌گزینش بخشی از آن</li> <li>انتخاب نمای روبه‌رو برای نمایش تصویر تمام قد از بدن</li> <li>ویرایش عکس‌ها</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>به تصویر کشیدن ارتباطات خانوادگی و دوستانه</li> <li>مطلع ساختن دیگران از تغییرات ظاهری</li> <li>باز-نمود ضمنی سرمایه اقتصادی به‌واسطه بدن</li> </ul> |

|   |   |                   |               |
|---|---|-------------------|---------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• دیده شدن</li> <li>• حفظ حریم خصوصی</li> <li>• جان‌بخشی به عکس</li> <li>• اثبات وجود خود</li> <li>• مخفی کردن نقاط ضعف بدن</li> <li>• حضور بدن در کنار مجموعه‌ای از علاقه‌مندی‌ها و تعلقات</li> <li>• ثبت خودزیست‌نگاره تصویری</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تنوع و تکثر در فضای بصری عکس‌ها</li> <li>• برخورد گزینشی با بدن</li> <li>• مخفی کردن چهره</li> <li>• خلاقیت در به‌کارگیری عناصر تصویری مختلف</li> <li>• بدل ساختن بدن به جزئی از چیدمان عکس‌ها</li> <li>• ویرایش عکس‌ها</li> </ul>   | <p>پنهان‌سازی</p> |               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• دیده شدن</li> <li>• انگیزه‌بخشی</li> <li>• نمایش قدرت جسمانی، استقامت و پشتکار</li> <li>• نمایش توانمندی‌ها</li> <li>• ایجاد تمایز با دیگری به واسطه تأکید بر ویژگی‌های بدن</li> <li>• گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر ویژگی‌های بدن</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تنوع و تکثر پرتره‌های فردی</li> <li>• عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر مختلف در عکس</li> <li>• تأکید بر نقاط قوت بدن</li> <li>• الگوبرداری از ورزشکاران تناسب‌اندام</li> <li>• عکاسی از بدن هنگام ورزش</li> <li>• اهمیت باشگاه به‌عنوان موقعیت عکس</li> <li>• ویرایش عکس‌ها</li> </ul> | <p>ورزیدگی</p>    | <p>نمایشی</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• دیده شدن</li> <li>• القای حس برتری به واسطه تأکید بر جذابیت‌های بدن و ظاهری</li> <li>• ایجاد تمایز با دیگری به واسطه تأکید بر جذابیت‌های بدن و ظاهر</li> <li>• گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر جذابیت‌های بدن و ظاهر</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تنوع و تکثر پرتره‌های فردی</li> <li>• عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر</li> <li>• تأکید بر اندام‌ها و ژست‌های تحریک‌آمیز</li> <li>• ایستایی بدن</li> <li>• ویرایش عکس‌ها</li> </ul>  | <p>اغواگری</p>    |               |

|   |   |                      |                   |
|---|---|----------------------|-------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• دیده شدن</li> <li>• نمایش توانمندی‌های عکاسی</li> <li>• خود بیانگری به‌واسطه بدن</li> <li>• حفظ فاصله اجتماعی</li> <li>• ایجاد تمایز به‌واسطه باز-نمود تصویری متفاوت از بدن</li> <li>• ارائه تصویری پیچیده و دارای معانی متکثر به‌واسطه حضور بدن</li> <li>• گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر توانمندی در عکاسی از بدن</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تکثر و تنوع پرتره‌های فردی</li> <li>• ترکیب هنر و فناوری</li> <li>• پیچیده‌سازی و مبهم سازی بدن</li> <li>• خلاقیت در به‌کارگیری فناوری و امکانات اینستاگرام</li> <li>• در باز-نمود بدن</li> <li>• ویرایش عکس‌ها</li> </ul> | <p>زیبایی‌شناختی</p> | <p>زیباشناختی</p> |
|---|---|----------------------|-------------------|

همان گونه که دیده می‌شود، کاربران تیپ‌های بدنی مختلف با وجود استفاده از استراتژی‌ها و تکنیک‌های مختلف برای دستیابی به مقاصد جداگانه در برخی موارد دارای اشتراکاتی هستند؛ این اشتراکات در دو گزینه ویرایش عکس‌ها و دیده شدن بیش از سایر موارد خودنمایی می‌کند. تکرارپذیری این تکنیک‌ها در وهله اول نشان از تمایل کاربران برای ایجاد تغییر و دست‌کاری به‌منظور ارائه تصویری بهتر و مطلوب‌تر دارد و در مرتبه بعدی، از میل به دیده شدن و مورد توجه قرار گرفتن خبر می‌دهد. اگرچه نوع و میزان بهره‌گیری از امکان ویرایش عکس‌ها بستگی زیادی به قابلیت‌های خود کاربر دارد؛ اما ابزارها و فیلترهایی که به‌صورت پیش‌فرض در اینستاگرام تعریف شده است به تمام کاربران با سطوح مختلف آشنایی با اصول و ابزارهای ویرایشی فرصت نزدیک سازی فضای عکس به آن تصویر ایده آلی را می‌دهد. به همین دلیل، در اینجا با عکس‌ها و بدن‌های دست‌کاری شده و تغییر یافته‌ای مواجه هستیم که به‌واسطه اشتراک‌گذاری در اینستاگرام به دیده و شناخته شدن کاربر منتهی می‌شوند.

## منابع

- ادیبی سده، م و جلالی، ه. (۱۳۹۲)، مدیریت بدن و هویت ملی جوانان؛ (نمونه موردی مطالعه: جوانان شهر ساری)، *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، سال سوم، شماره ۹.
- برت، ت. (۱۳۷۹)، *نقد عکس*، ترجمه اسماعیل عباسی و کاوه میر عباسی، تهران: مرکز.
- کریبر، گ و مارتین، ر. (۱۳۹۰)، *فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید*، ترجمه: مرضیه وحدانی، تهران.
- گافمن، الف. (۱۳۹۲)، *نمود خود در زندگی روزمره*، ترجمه: مسعود کیان پور، تهران: مرکز.
- لو برتون، د. (۱۳۹۳)، *جامعه‌شناسی بدن*، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نشر ثالث.
- مهدی‌زاده، م. (۱۳۸۹)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- ون‌لون، ی. (۱۳۹۱)، *تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی*، ترجمه: احمد علیقلیان، تهران: همشهری.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer - Mediated Communication*, 13(1), 11.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal*, 40(4): 510-531.

- Cover, R. (2012). Performing and undoing identity online: Social networking, identity theories and the incompatibility of online profiles and friendship regimes. *The International Journal of Research into New Media Technologies* 18(2) 177-193.
- Geertz, C. (1977). *The Interpretation of Cultures: selected essays*. New York: Basic Books.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Harrison, B. (2002). *Photographic Visions and Narrative Inquiry*. *Narrative Inquiry* 12(1): 87-111.
- Keep, D. (2014). The liquid aesthetic of the cameraphone: Re-imagining photography in the mobile age. *Journal of Creative Technologies* (MINA Special Issue), 4, 128-146.
- Murray, S. (2008). Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture*, 7(2): pp. 147-163.
- Negrin, L. (2008). *Appearance and Identity Fashioning the body in Postmodernity*. New York: Palgrave.
- Papacharissi, Z. (2012). Without You, I'm Nothing: Performances of the Self on Twitter. *International Journal of Communication*, 6:1989-2006.
- Sade-Beck, L. (2004). Internet Ethnography: Online and Offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2): pp 45-51.
- Shilling, C. (2003). *The Body and Social Theory (second ed.)*. London: Sage.
- Shilling, C. (2005). *The Body in Culture, Technology & Society*. London: Sage.

- Van dijck, J. (2008). *Digital photography: communication, identity, memory*. Virtual Communication, 7(1): 57-76.
- Van House, N. A. (2009). *Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self*. Human-Computer Studies, 67: 1073-1086.
- Waskul, D; Vannini, P. (2006). *Body/ embodiment: symbolic interaction and the sociology of the body*. Ashgate.

