

بازسازی معنایی ساخت هویت شخصی پست مدرن

(مورد مطالعه: جوانان شهر بجنورد)

محسن نیازی* ، هادی افرا**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۵/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۴/۳

چکیده

در اثر گسترش نوگرایی و نوسازی در عرصه جهانی و به دنبال آن خودآگاهی‌های سرچشمه گرفته از شرایط و ویژگی‌های زندگی در جهان مدرن، درحالی که قسمت اعظم جامعه ما سنتی است، قسمی از آن مدرن و قسمی دیگر پست مدرن است. چنین وضعیتی منشأ بحران هویت و به تبع آن اهمیت یافتن موضوعات مربوط به هویت و فرآیندهای هویت‌یابی در جامعه‌شناسی شده است. از این رو پژوهش حاضر، با هدف بازسازی معنایی ساخت هویت شخصی پست مدرن جوانان شهر بجنورد از روش نظریه زمینه‌ای بهره برده است. داده‌های کیفی از طریق تکنیک مصاحبه عمیق گردآوری و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه نظریه نهایی از کدگذاری نظری استفاده شده است. براساس روش نمونه‌گیری هدفمند و نیز معیار اشباع نظری، ۲۷ نفر از جوانان در این پژوهش شرکت کردند و اطلاعات از طریق مصاحبه عمیق گردآوری و فهم و درک آن‌ها نسبت به هویت شخصی پست مدرن مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های به دست آمده با استفاده از نظریه زمینه‌ای شامل ده مقوله عمده مصرف‌محوری، نسبی‌گرایی، سیالیت، تفکر بازاندیشانه، گروه مرجع، خود بیانگر باوری، هویت‌گزینشی، رسانه‌های همگانی، رضایتمندی و سبک زندگی است. مقوله هسته این بررسی «هویت شخصی پست مدرن» است که سایر مقولات عمده را دربر می‌گیرد. نظریه زمینه‌ای به دست آمده در قالب مدل پارادایمی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: هویت شخصی، پست مدرن، سیالیت، تفکر بازاندیشانه، نظریه زمینه‌ای

niazim@kashanu.ac.ir

hadi.afra83@gmail.com

* استاد جامعه‌شناسی دانشگاه کاشان. (نویسنده مسئول).

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه کاشان.

طرح مسأله

مسأله هویت دیر زمانی است که در کانون توجه اندیشمندان و محققان جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی قرار گرفته است. اینان بر این باورند آنچه امروز «هویت» می‌خوانیم، پس از آنکه در قرن بیستم جامعه در مقیاس وسیع سر برآورد، با تغییرات اجتماعی و تاریخی همراه شد و زندگی گروهی در جوامع سنتی رو به افول نهاد، تبدیل به مسأله شد. در «جوامع سنتی» هویت شخصی در پناه هویت اجتماعی^۱ است و افراد بر اساس ویژگی‌های انتسابی، آن را کسب می‌کردند. هویت در جوامع سنتی مبتنی بر تاریخ گذشته است و از طریق نوعی نظم معنایی یکپارچه ساز که همه گروه‌های متفاوت جامعه را در برمی‌گیرد، به یکپارچگی می‌رسند. این نظم معنایی عمدتاً نظم دینی است. به عبارتی، در جوامع سنتی حوزه‌های تکوین هویت شامل خانواده، دین و محل کار بود. بر این اساس، متفکران آن دوره، سوژه را برخوردار از هویتی منسجم می‌دانستند. آنان از سوژه‌ای عاقل، آگاه و مقتدر سخن می‌گویند و آن را دارای هویتی می‌دانند که یکسان و پایدار می‌ماند. یعنی سوژه دوران روشنگری دارای هویتی ثابت و پایدار بود.

اما جوامع مدرن خصوصیتی سیال و باز دارند و هیچ‌گاه به ثبات و ایستایی اکتفا نمی‌کنند. با قبول این واقعیت، با داعیه مرگ و افول سوژه روشنگری مواجه هستیم که طی آن، دیگر نمی‌توان از انسانی با هویت ثابت سخن راند. سوژه مدرنیته، سوژه‌ای سیال است. «ریشه‌های این بحران پیش از همه به آثار فلاسفه ضد روشنگری، فردریش نیچه و مارتین هایدگر برمی‌گردد. بعدها نظریه‌پردازان پست‌مدرن، مانند ژاک دریدا ۱۹۷۸، میشل فوکو ۱۹۶۲، ۱۹۶۳، ۱۹۶۵ و ۱۹۷۵، ژان فرانسوا لیوتار ۱۹۸۴ و ریچارد رورتی ۱۹۹۹، در آثار خود بر وقوع این بحران مهر تایید زدند» (جی‌دان ۱۳۸۵: ۹). از این رو، در اثر گسترش «نوگرایی» و «نوسازی»^۲ در عرصه جهانی و به دنبال آن خودآگاهی‌های سرچشمه گرفته از شرایط و ویژگی‌های زندگی در جهان مدرن، تحولاتی در زمینه‌های فرهنگی و ساختاری روی داده است که تصورات پیشین راجع به هویت شخصی را زیر سؤال می‌برد و زمینه‌ساز فرایندهای متفاوت تکوین هویت جوانان می‌شود. استوارت هال^۳ پنج گسست یا تحول عمده در گفتمان‌های شناخت مدرن را نام می‌برد که پایان مرکزیت سوژه و سیالیت سوژه را

1. social identity
2. modernization
3. Stuart Hall

آشکار کرده‌اند. این پنج گسست عبارت‌اند از: مارکسیسم که هرگونه مفهوم «کارگزاری فردی» را کنار گذاشت و به «ساختار کنش» اهمیت بخشید. تحول بعدی در گفتمان‌های شناخت مدرن، نظریه فروید بود که در آن هویت‌ها بر پایه فرآیندهای حوزه «ناخودآگاه» شکل می‌گیرند و ناخودآگاه با منطقی متفاوت از منطق خود عمل می‌کنند و مفهوم سوژه دانا و دارای هویت واحد و ثابت را آسیب‌پذیرتر می‌کند. گسست سوم، زبان‌شناختی ساختاری سوسور است. فردیناند دوسوسور^۱ معتقد است، گرچه هویت‌ها به مسدود و متصلب شدن گرایش دارند، ولی همواره به واسطه تفاوت‌ها مختل می‌شوند زیرا تفاوت ذاتاً سیال و بستار ناپذیر است. اندیشه و آثار فوکو نیز در بی‌اعتبار شدن رهیافت مدرنیستی هویت بسیار مؤثر بودند. وی در تبارشناسی سوژه مدرن از «قدرت انضباط آفرین» سخن می‌گوید که می‌خواهد بر کل جمعیت و فرد و بدن نظارت و فرمانروایی کند. فمینیست‌ها نیز ساختگی و سیال و قدرت‌مدار بودن هویت [شخصی] را آشکار کرده‌اند. چنین برداشتی بر سیالیت، تعدد و تنوع منابع هویت‌یابی دلالت دارد (گل‌محمدی، ۱۳۸۱). بسیاری از این نظریه‌پردازان، این دوره جدید را پست‌مدرنیته، عصر جهانی و مدرنیته متأخر می‌نامند و ویژگی ممتاز آن را آزادی‌ها و آزارهای متعدد برای خود آفرینی سوژه می‌دانند.

اما این شیوه تعیین هویت انسجام و ثبات هویت شخصی را که پیش‌تر مدرنیته و سنت حفظ کرده بودند، در معرض تهدید و ناپایداری قرار داده است. از این نگاه، هویت یکی از مسائل «مدرنیته متأخر»^۲ است که نمی‌توان آن را جدای از ظهور «فردگرایی»^۳ و زوال جامعه سنتی در اثر یورش تحولات ناشی از مدرنیزاسیون، پیدایش ساخت‌های جدید مصرف و سرگرمی، جهان ساخته رسانه‌ها و وسایل ارتباط‌جمعی و دیگر فن‌آوری‌های بازتولید هویت دانست. ایران بین سنت، مدرنیته و پست‌مدرنیته گیر افتاده است. درحالی‌که قسمت اعظم جامعه ما سنتی است، قسمی از آن مدرن و قسمی دیگر پست‌مدرن است. چنین وضعیتی به دو معنا منشأ بحران هویت و به تبع آن اهمیت یافتن موضوعات مربوط به هویت و فرآیندهای هویت‌یابی در جامعه‌شناسی و گفتمان مطالعات فرهنگی شده است. منابع سنتی هویت در سطوح مختلف فردی رو به زوال‌اند، به گونه‌ای که دیگر ملجأ و پناهگاه محکمی برای هویت شخصی نیستند. از دیگر سو، به واسطه دگرگونی‌های روی داده در اوضاع و شرایط ساختاری و نهادی جامعه شاهد رشد مصرف‌گرایی و اهمیت روزافزون

1. Ferdinand de Saussure

2. late modernity

3. individualism

بصری شدن و نمایشی شدن زندگی روزمره هستیم. این عوامل باعث پارگی هویت شده‌اند. به طوری که تصورات پیشین راجع به هویت شخصی متزلزل شده است. از این منظر، هویت یکی از مسائل جامعه معاصر ایران است که جدای از کمرنگ شدن منابع سنتی هویت‌یابی و تأثیر روزافزون سرمایه‌داری و کالایی شدن بر عرصه‌های عمومی و خصوصی زندگی نیست. مجموع این عوامل نوعی آشفتگی و تشتت هویتی به وجود آورده‌اند و منابع و ابزارهای تعیین هویت را به صورت عاملی بیرونی گسترش داده‌اند.

در جامعه ایران در کنار حضور توأمان عناصری از سنت و مدرنیته که خود باعث آسیب‌های فراوانی در زمینه هویتی شده است، به واسطه جهانی شدن و از بین رفتن مرزها، متأثر از رویکرد پست‌مدرنیسم نیز هستیم. افکار پست‌مدرنیسم در جامعه‌ای که بین سنت و مدرنیته گرفتار است می‌تواند مسائلی را در زمینه هویت‌یابی شخصی به وجود آورد. زیرا پست‌مدرنیسم با تأکید بر سیالیت، نسبی‌گرایی، مصرف محوری و غیره، نقطه مقابل سنت است که بر هویت ثابت و پایدار تأکید دارد. در این بین، شکل‌گیری هویت شخصی جوانان به واسطه مواجهه با تأثیرات جهانی شدن دارای اهمیت فراوان است. زیرا در جامعه گرفتار بین مؤلفه‌های سنت، مدرنیسم و پست‌مدرنیسم، ارزش‌ها و هنجارهای پیشین دچار فروپاشی شده‌اند اما نظم جدید هم هنوز شکل نگرفته است. از این رو، پژوهش حاضر با به‌کارگیری رویکرد تفسیری، در پی بررسی ذهنیت کنشگران از هویت شخصی پست‌مدرن در بین جوانان شهر بجنورد است. بجنورد به لحاظ فرهنگی شهری سنتی محسوب می‌شود و در اغلب موارد جامعه و خانواده ارزش‌های پذیرفته شده نظام اجتماعی کلان (ارزش‌های سنتی) را به فرد القا می‌کنند. اما به واسطه تغییرات عمیق تجدد و مدرنیته متأخر بر خصوصی‌ترین تجربیات ما، شاهد اضمحلال شکل‌بندی‌های سنتی فرهنگ در بین جوانان این شهر هستیم. چنین وضعیتی باعث شده تا جوانان در منازعه‌ای مناقشه‌آمیز میان منابع هویت ساز سنتی، مدرن و پست‌مدرن گرفتار آیند که در نتیجه آن فرد در کشاکش این ارزش‌های سه‌گانه گرفتار شده است. در این شرایط ساخت هویت به ساختار شکنی و تأمل در منابع سنتی و تا حدی مدرن هویت‌یابی می‌انجامد. بنابراین، هدف اصلی، بازسازی معنایی ساخت هویت شخصی پست‌مدرن در بین جوانان شهر بجنورد است. سؤال اصلی پژوهش این است که جوانان شهر بجنورد چگونه خود را تعریف می‌کنند؟ معانی ذهنی و استراتژی‌های این عمل چگونه است و چه پیامدهایی دارد؟

پیشینه پژوهش

ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳)، در تحقیقی کمی با عنوان «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر بازتعریف هویت زنان» به بررسی عواملی می‌پردازند که زنان را به تأمل در هویت سنتی‌شان راغب می‌کند. این عوامل را به‌طورکلی در دو سطح فردی و ساختاری تقسیم‌بندی می‌نمایند. نتایج نشان می‌دهد که در تعریف مجدد هویت توسط زنان، منابع فرهنگی نقشی به‌مراتب تعیین‌کننده‌تر از منابع مادی ایفا می‌کند و موقعیت ساختاری که تأمین‌کننده منابع فرهنگی و مادی است در مجموع نقشی بیشتر از هویت شخصی درباره تعریف هویت آنان دارد.

گیتی عزیززاده (۱۳۸۴)، در پژوهشی کمی با عنوان «بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر هویت‌یابی زنان دارای مشاغل علمی تخصصی در ایران» تلاش دارد تأثیر عواملی چون سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را بر شکل‌گیری هویت فردی مدرن زنان دارای مشاغل تخصصی بررسی کند تا از این راه به میزان دستیابی افراد به شاخص‌های هویت مدرن افراد برسد. نتایج نشان‌دهنده وجود رابطه قوی بین سرمایه اجتماعی و هویت مدرن است.

سیمه شالچی (۱۳۸۴) در «بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با رسانه» به بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دانشگاه آزاد تهران پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد کسانی که میزان استفاده زیادی از رسانه داشتند نمره بالایی در هویت بازاندیشانه کسب کردند.

احمدی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران» به بررسی تأثیر استفاده از تلفن همراه بر هویت شخصی مدرن پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که استفاده‌های چند منظوره رسانه‌ای از تلفن همراه مانند گوش دادن به رادیو و موسیقی، تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت، از ویژگی‌هایی است که هویت شخصی مدرن را تقویت می‌کند و کانونی بودن فرد و خواسته‌های او را معنا می‌بخشد.

بلوردی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی میزان رشد هویت فردی مدرن در میان دختران نوجوان» به دنبال دستیابی به الگوهای جدید رشد هویت بوده است. جامعه آماری تحقیق وی را دختران نوجوان شهر تهران در مقطع پیش‌دانشگاهی تشکیل می‌دهند. نتایج نشان می‌دهد که بیشتر دختران از الگوی هویت رو به رشد پایینی برخوردارند. از بین

متغیرهای مؤثر در شکل‌گیری الگوهای هویت، سطح نگرش برابرگرایانه، میزان استفاده از رسانه و میزان تعاملات تفاهمی به ترتیب نقش بیشتری در تبیین و پیش‌بینی هویت رو به رشد مدرن دختران نوجوان داشته‌اند.

بلوردی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «رابطه مصرف و هویت» به بررسی رابطه میان الگوهای مصرف و هویت فردی پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد تمایل به مصرف زیاد در حوزه‌های بصری مانند پوشاک و آرایش در قیاس با مصرف فرهنگی، خود برجسته‌تری در میان جوانان دارد. همچنین، هر چقدر میزان پرداختن به رفتارهای مصرفی بیشتر و نگرش به مصرف مثبت‌تر باشد میزان رشد هویت مدرن نیز افزایش می‌یابد.

افشار و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت شخصی مدرن دختران و زنان شهر تهران» به بررسی تأثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر هویت شخصی مدرن دختران و زنان جوان پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین مدت زمان عضویت در فیس بوک، میزان استفاده از فیس بوک، نوع انگیزه و هدف کاربران در استفاده از فیس بوک، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران فیس بوک و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس بوک، با هویت شخصی مدرن رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

سفیری و کلانی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «تجربه زیسته جوانان در مواجهه با چالش‌های هویتی جامعه گذار» با بکارگیری رویکرد تفسیرگرایی به بررسی چالش‌های هویتی جوانان در زندگی روزمره پرداخته‌اند. از مهمترین یافته‌های این پژوهش وجود تضاد نسلی میان جوانان و نسل مسن است.

کلانی و سفیری (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تناقض‌های هویتی جوانان در کنش و واکنش با خانواده و جامعه» با استفاده از نظریه زمینه‌ای به بررسی تناقض‌هایی می‌پردازند که جوانان به لحاظ هویتی در زندگی روزمره با آنها مواجه می‌شوند. براساس نتایج، شاهد نوعی فردگرایی فزاینده به سمت هویت مدرن و تقابل بافت سنتی و تجدد در هویت پایی هستیم. مقوله محوری این بررسی انتخاب‌گری عناصر هویتی است.

لورا بونون (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان «فرهنگ‌های شهری و تولید فرهنگ شهری در میلان: هویت پست‌مدرن و تحول مد» رابطه بین لباس و هویت پست‌مدرن را بررسی کرده است. نتایج نشان می‌دهد که لباس یک فرصت برای برقراری هویت غیرانحصاری و نوعی رسانه برای انتقال هویت محسوب می‌شود.

کلی (۲۰۰۷) در رساله خود با عنوان «ساخت هویت در فیس بوک»، رابطه هویت و فیس بوک را بررسی کرده است. نتایج حاکی از آن است که افراد هویت‌های خود را در همه بخش‌های زندگی بر می‌سازند اما این برساخت، در فیس بوک به خوبی مشهود است. گراسموک (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «فیس بوک و هویت» نشان می‌دهد آگاهی‌هایی که کنشگران از حضور در فیس بوک به عنوان یک زیست جهان کسب می‌کنند، هویت جهانی افراد را شکل می‌دهد.

ریچ و شاکتر (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «هویت دبیرستان و توسعه هویت دانش آموزان» به نقش مهم مدرسه و معلم در هویت‌یابی دختران دبیرستانی تأکید می‌کنند. یافته‌های دان و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان «جامعه پست‌مدرن و فرد: ویژگی‌های پست‌مدرن» نشان می‌دهد که قرار گرفتن در معرض تکنولوژی و عقاید مادی با تکثر و تعدد خود افراد در ارتباط است.

به‌طورکلی، با وجود آن که در سال‌های اخیر موضوع هویت شخصی در وضعیت پست‌مدرن مورد توجه جامعه‌شناسان بوده است اما، در ایران در این خصوص کار پژوهشی انجام نشده است. اغلب پژوهش‌هایی که در مورد هویت انجام شده‌اند کمی هستند. در صورتی که با توجه به ماهیت موضوع، برای درک پدیده‌ای مانند هویت شخصی باید به شرایط اجتماعی و درک اعضای آن محیط توجه کرد و ذهنیت افراد را مورد بررسی قرار داد که این کار فقط با استفاده از روش‌های کیفی امکان‌پذیر است. ویژگی متمایزکننده این پژوهش نسبت به سایر پژوهش‌ها، در روش مورد استفاده (نظریه زمینه‌ای)، بافت فرهنگی مورد بررسی (بجنورد به عنوان شهری سنتی، مدرن و پست‌مدرن) و ویژگی‌های موضوع (هویت شخصی پست‌مدرن در جامعه گرفتار بین ارزش‌های سنتی، مدرن و پست‌مدرن) است. همچنین، علل و استراتژی‌های هویت‌یابی جوانان و شرایط مؤثر بر آن به صورت یک نظریه زمینه‌ای در قالب مدل پارادایمی ارائه شده است.

چارچوب مفهومی

ایده هویت پست‌مدرن در گفتمان‌های نظریه اجتماعی و نقد فرهنگی و مطالعات سیاسی و در مناقشه‌های راجع به شیوه‌های زندگی در جامعه نقش و سهم مهمی داشته و از جایگاه ویژه و درعین‌حال مناقشه برانگیزی برخوردار است. در بیشتر دستگاه‌های فلسفی، معضل هویت شخصی وجهی از مسأله عمومی‌تر و کلی‌تر ثبات و تحول به حساب می‌آید (نوذری،

۱۳۸۵: ۱۳۲). جهت بررسی مفهوم هویت شخصی از سنخ‌شناسی رایج در مطالعات جامعه‌شناسان کلاسیک و بر اساس رویکرد سه مرحله‌ای کلنر (۱۹۹۶) از مراحل گذر از هویت ماقبل مدرن به مدرن و پست‌مدرن (جدول شماره ۱) استفاده می‌شود. یکی از موضوع‌های مهم برای جامعه‌شناسان کلاسیک، سنخ‌شناسی جوامع بشری است. صرف‌نظر از اصطلاحات متفاوتی که توسط هر کدام از آن‌ها در این سنخ‌شناسی‌ها ارائه شده، همگی به نوع‌شناسی دوگانه‌ای رسیده‌اند (Abrams, 1982: 20). تقابل نوعی جامعه صنعتی در مقابل جامعه ماقبل صنعتی (جامعه سنتی) به عنوان یک سنخ عمومی (توسلی، ۱۳۸۳: ۳).

جدول ۱- مراحل گذر از هویت ماقبل مدرن به مدرن و پست‌مدرن بر اساس رویکرد سه مرحله‌ای کلنر

نوع جوامع	منبع هویت	ویژگی اجتماعی جوامع	ویژگی هویتی جوامع
سنتی (پیشامدرن)	متأثر از باورهای دینی، روابط خانوادگی و خویشاوندی	یکپارچگی	ثبات - جمعی
مدرن	ساختارهای اجتماعی قدرت	از فردگرایی به سوی جبرگرایی	بی‌ثبات
پست‌مدرن	فردیت	پراکندگی - فردگرایی	سیال - غیر ذاتی

گفتمان هویتی پیشامدرن

مارتین هایدگر معتقد است در جوامع پیشامدرن هویت «تصویری بود که از چشم خداوند یا خدایان دیده می‌شد. در این نگاه، هویت انسانی محصول یک نظام مقتدر و از پیش تعیین‌شده باورهای دینی و آیینی و اسطوره‌ای بود» (تاجیک، ۱۳۸۴: ۲۴). طی بخش عمده‌ای از تاریخ بشر، افراد همواره در زیست جهان‌هایی کم‌وبیش یکپارچه زیسته‌اند. این به معنای انکار وجود تقسیم‌کار و سایر فرآیندهای بخش‌بندی نهادی، که همواره موجب تفاوت‌هایی عمده در زیست جهان‌های گروه‌های مختلف یک جامعه واحد و یکپارچه شده‌اند، نیست. با وجود این، اکثر جوامع قدیمی در قیاس با جوامع مدرن، درجه بالایی یکپارچگی^۱ را نشان می‌دهند. به‌رغم تفاوت‌های میان بخش‌های گوناگون زندگی اجتماعی در جوامع پیشین، آن‌ها از طریق نوعی نظم معنایی یکپارچه ساز که همه گروه‌های متفاوت جامعه را در برمی‌گیرد به یکپارچگی می‌رسند. این نظم وحدت‌بخش معمولاً نظم دینی بود.

1. integration

معنای ساده این نظم برای فرد این بود که نمادهای یکپارچه‌ساز به‌طور یکسان بخش‌های مختلف زندگی روزمره‌اش را در بر می‌گرفتند. فرد، خواه در کنار خانواده یا حین انجام کار، خواه درگیر فرآیندهای عمومی یا هنگام شرکت در جشن‌ها و مراسم رسمی، پیوسته در همان جهان بود (برگر، ۱۳۸۱: ۷۳). در این نوع جوامع، هویت در اجتماعات ماقبل مدرن، اجتماعی است اما تردید یا تعارض آن را فرا نگرفته است. هویت شخصی از ثبات برخوردار است. زیرا اسطوره‌های دیرین و نظامی از نقش‌های از پیش محرز شده از طریق عضویت در گروه‌ها و اجتماعات از بیرون و به دست نظام‌های خویشاوندی و دینی، آن را تعریف و حمایت می‌کنند. اندیشه و رفتار، درون یک جهان‌بینی محدود گرفتار آمده و جهت‌گیری زندگی آینده کم‌وبیش تعیین یافته است. از این‌رو، نیازی به پرسش درباره جایگاه خود در جهان وجود ندارد.

گفتمان هویتی مدرن

در جامعه مدرن نیز همانند فرهنگ‌های ماقبل مدرن، هویت شخصی تا حدی مبتنی بر روابط می‌ماند و میزانی از ثبات خود را حفظ می‌کند. اما شاهد ناپدید شدن تدریجی چارچوب‌های شناخته‌شده سنتی و بسیار ارزشمند هستیم که مردم می‌توانستند از آن‌ها برای شناختن خود و جایگاهشان در جامعه استفاده کنند و هویت‌های شخصی و جمعی خود را با آرامش نسبی بپذیرند. منابع هویتی سنتی، ظاهراً در اثر گرایش‌هایی مانند تغییرات سریع و دامنه‌دار اجتماعات که در جوامع مدرن سرمایه‌داری به وجود آمده است، رو به افول هستند. روش‌های زندگی کردن که مدرنیته عامل آن‌هاست، به شکلی بی‌سابقه ما را از همه انواع نظم سنتی دور کرده است. دگرگونی‌های به وجود آمده توسط مدرنیته به استقرار صورت‌هایی از پیوندهای اجتماعی مدد رسانده است که جهان را درنوردیده‌اند و برخی از شخصی‌ترین و محرمانه‌ترین جنبه‌های موجودیت روزانه ما را تغییر داده‌اند. بنابراین، «یک فرایند ساده در افول هویت‌ها به وقوع پیوسته است که در آن مجموعه‌ای محدود اما مشخص از هویت‌های منسجم، کم‌کم از هم فروپاشیده و جای خود را به یک مجموعه متنوع اما بی‌ثبات از هویت‌های رقابت‌کننده داده‌اند. فرسایش هویت‌های جمعی و باثبات گذشته به فروپاشی هویت‌های شخصی نیز منجر شده است» (استریناتی، ۱۳۸۴: ۳۱۱). از این‌رو، در پی حملات شدیدی که بر پیکر ساختارهای اجتماعی سنتی وارد آمد، هر یک از افراد (عمدتاً مردان و به‌ندرت زنان) می‌بایست، مستقل از صفاتی که به‌واسطه

جایگاه سنتی یا طبیعی خود بدن‌ها متصف گشته‌اند، خود، هویت خویش را بسازند. از این حیث و با نظر به ذخایر سرشاری که فرد می‌یابد، چنین مقدر گشته که یکایک افراد، خود به جستجو، اکتساب و حتی برساختن هویت خویش برخیزند، آن‌هم در جهانی که روزه‌روز ناشناخته‌تر و تحولاتش افزون‌تر می‌شود (جی دان، ۱۳۸۵: ۱۱۵).

در بخشی از دوران مدرن که با عصر روشنگری آغاز می‌شود، مفهوم هویت برای نخستین بار با بحران مواجه می‌شود. فوکو مدرنیته را نه دوره یا زمانی خاص، بلکه نوعی نگرش (طرز تلقی) می‌داند. مدرنیته روشی در ارتباط با خودمان و دیگران و شرایط وجودی که با آن مواجهیم، آن را بازتولید می‌کنیم و متحول می‌نماییم، است (Foucaults, 1985: 153). در دوران مدرنیته هویت در متن و بطن گفتمان‌های نوین جای گرفت، مسأله‌ای به نام «فاعل شناسا» یا سوژه مطرح شد که انسان را در مرکز کهکشان قرار داد. انسان توانایی، استعداد و عقلانیت او در متن گفتمان نوین جای می‌گیرد و اصالت انسان و هویت انسانی به‌منزله یک فاعل شناسا و سوژه صورت می‌پذیرد (Kellner, 1996: 58). ظهور فردگرایی رهنمودهای نوینی شامل استقلال، اختیار و آزادی‌گزینش به همراه آورد. این ارزش‌های نوین باور را قوت بخشیدند که در شرایط زندگی در عصر مدرن، افراد باید مستقل از، اگرچه در تقابل با، شیوه‌های رفتار و اندیشه‌های برجای‌مانده از سنت‌های آبا و اجدادی دست در کار تعریف خویش‌تن برند (جی دان، ۱۳۸۵: ۱۱۴). تا جایی که میشل فوکو^۱ معتقد است انسان مدرن کسی است که می‌خواهد خود را جعل و خلق کند (فدرستون، ۱۳۸۰: ۱۹۰). مدرنیته در همان حال که پایه‌گذار بسیاری از مفاهیم دایر بر گزینش بوده است، معلومات تازه فراوانی راجع به تأثیرات شدید و گاه قیدویند آفرین طبیعت، سنت، تاریخ، نهادها و ساختارهای اجتماعی به آدمیان بخشیده است. بی‌شک هویت مدرن تا حدی انتخاب آگاهانه افراد بوده، اما درعین حال با شبکه‌ای از عوامل درهم‌تنیده اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی تعیین گردیده است.

یکی از عوامل تعیین‌بخش و بستر اصلی هویت در دوران مدرن، جایگاه فرد در درون روابط تولید است که به بهترین وجه در قالب مفهوم طبقه مارکس صورت‌بندی شده است. «تقسیم جامعه به طبقات، جهان‌بینی‌های سیاسی، اخلاقی، فلسفی و مذهبی گوناگون را پدید می‌آورد. جهان‌بینی‌هایی که روابط طبقاتی موجود را بیان می‌کنند» (کوزر، ۱۳۸۰: ۷۹). بنابراین، به عقیده مارکس طبقه جدای از این که به عنوان عامل پوشش تاریخی عمل

1. Michel Foucaults

می‌کند، به عنوان بستر اصلی شکل‌گیری ارزش‌ها و نگرش‌ها و هویت افراد نیز هست. اما با ایجاد برخی تغییرات اساسی در ساختار جوامع امروزی، پیدا کردن خطوط شباهت بین طبقه و جایگاه فرد در روابط تولید و نیز ارزش‌ها و نگرش‌ها و اعتقادات و به‌طور کلی هویت افراد، روزه‌روز مشکل‌تر می‌شود. (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۲). به‌طور کلی، جامعه‌شناسان مدرن مدعی‌اند که برخوردهای اولیه مانند برخوردهایی که در جامعه و مدرسه پیش می‌آید (فرآیند جامعه‌پذیری) باعث شکل‌گیری هویت بنیادین و نسبتاً دائمی می‌شوند که فعالیت‌های اجتماعی را طی زندگی بزرگ‌سالی تحت تأثیر قرار می‌دهد. مدرنیته با این باور سروکار دارد که رد قیدوبندهای سنت باعث پیشرفت به سمت رهایی انسان می‌شود اما ترویج حال و آینده و نفی گذشته به عنوان بنیان کنش و خود-بود، مردم را وامی‌دارد که به پرسش درباره ماهیت خویش بپردازند. از این‌رو، هویت موضوعیت می‌یابد و بدل به مسأله می‌شود (وارد، ۱۳۸۴: ۱۹۸). ساختارهای سنتی به حیات خود ادامه می‌دهند اما فکر مبنایی در هویت مدرن آن است که عوامل سنتی، اجتماعی و اقتصادی به شکل فزاینده‌ای اهمیت خود را در انتخاب سبک‌های زندگی از دست می‌دهند و انتخاب بیش‌ازپیش شخصی می‌شود. با این حال، تغییرات موجود چندان بزرگ و قابل‌توجه نیستند. آنچه محتمل‌تر است افزایش تنوع انتخاب است. پیوندها با عوامل ساختاری همچنان قوی خواهد ماند، اما تفاوت در شیوه‌ها و ابزارهای ابراز وجود افزایش خواهد یافت.

گفتمان هویتی پست‌مدرن

پست‌مدرنیسم، یک جریان مبهم و پیچیده است که در اواخر دهه ۱۹۶۰ در غرب مطرح گردید. اگرچه مبانی فکری این جریان لزوماً تنها اندیشه‌های مدرنیستی را موردحمله قرار نمی‌دهد اما اساساً می‌توان چنین ادعا کرد که پست‌مدرنیسم واکنشی علیه مدرنیسم و مبانی معرفت‌شناسی و اصول مفروضه آن بوده است. مخالفت با هرگونه معرفت‌شناسی عام و کلی و لزوم احترام به معرفت‌شناسی‌های مختلف، سیالیت و شناور بودن معنا به‌جای حاکمیت هرگونه حقیقت واحد و یکپارچه، رد و ستیز با اصول و قوانین عام‌گرایانه، تمامیت‌خواه، کلی‌نگر و مطلق‌اندیش از جمله پایه‌های فکری اندیشه‌های پست‌مدرنیستی به شمار می‌آیند. لیوتار به عنوان یکی از اندیشمندان برجسته این رویکرد، پست‌مدرنیسم را عدم ایمان به فراروایت‌ها تعریف می‌کند. از منظر وی غرب با باز کردن خود به عنوان یک فراروایت، سعی دارد تا اصول عصر روشنگری را در قالب قوانینی عام و کلی به تمام جوامع

تسری بخشد (چوپانی، ۱۳۸۸: ۱۶۷). در واقع، «پست‌مدرن را می‌توان موقعیتی معرفت‌شناختی و انتقادی دانست که تلاشی مستمر و جدی را جهت آشکار نمودن نواقص و بحران‌های مدرنیته در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به تصویر می‌کشد و درصدد است تا تجربیات جدیدی را که در چارچوب دنیای مدرن محقق نشده یا به بن‌بست رسیده، را عینیت بخشد» (اشرف نظری، ۱۳۸۵: ۱۱۸).

در پست‌مدرنیسم، بر هویت غیر ذاتی، تاریخی و سیال انسان و نیز پراکندگی و تجزیه فرد تأکید می‌شود. گفتمان پست‌مدرن هویت، سه گروه نظریه‌پرداز را پرورانده است. گروه اول نظریه‌پردازانی هستند که معتقدند پست‌مدرنیسم موجب مرکزیت زدایی از سوژه شده است. سوژه مرکزیت زدا دیگر درباره هویت خویش بر اساس تاریخ یا زمان نمی‌اندیشد. زوال مدرنیته موجب تضعیف خصوصیات ساختاری و سنگ بناهای زندگی روزمره مثل طبقه، جنسیت، نژاد، شغل، تحصیل و غیره شده است. در متن مدرنیته، احراز هویت تاندازه‌ای از طریق روح جمعی بر اساس پیوندهای خانوادگی، خویشاوندی، دین و شغل بود. اما چرخش پست‌مدرن موجب تحول ناگهانی این صور ریشه‌دار به وضعیت سیالی شده که سوژه در آن به‌طور فزاینده‌ای درگیر بازی‌های هویت‌سازی شده است. اوج‌گیری پست‌مدرنیته با تجزیه و متلاشی شدن سوژه فردی تکه‌پاره و گسسته شده است و «از هیچ ژرفا، محتوا و انسجامی که برای فرد مدرن آرمان محسوب می‌شد برخوردار نیستند» (بنت، ۱۳۸۶: ۶۴).

گروه دوم معتقدند پست‌مدرنیسم فضای سومی برای به هم بستن هویت‌هایی خلق کرده که نه دست‌وپایسته و ویژگی‌های ساختاری از پیش مقدرند و نه کاملاً خودسرانه و شناورند. این رهیافت دیالکتیکی، امکان مذاکره و توافق و تنظیم و تعدیل هویت را فراهم می‌کند و با دوری از ادعای ناپدید شدن یکسره مقوله‌های ساختاری در هویت‌یابی، معتقد است که پست‌مدرنیسم مقوله‌های ساختاری را سیال‌تر و تأمل‌پذیرتر کرده است. بنابراین در جامعه پست‌مدرن فرد در فرآیند تغییر و تعدیل در جهت «طرد یا مذاکره و چانه‌زنی با ایدئولوژی‌های دست‌وپاگیری عمل می‌کند که در مدرنیته بر تعیین و انتساب هویت‌ها حاکم بود» (بنت، ۱۳۸۶: ۶۷).

گروه سوم، ویژگی اصلی پست‌مدرنیته را قدرت یافتن سوژه فردی می‌دانند که امکان برساختن هویت‌هایی را می‌یابد که از محدودیت‌های مقوله‌های ساختاری و سنت رها شده. آزادی در مصرف نشانه آزادی در انتخاب هویت و برساختن هویت شخصی مطابق سلیقه و ترجیحات فردی است. مایک فدرستون معتقد است سوژه پست‌مدرن «فردیت و درک خود

را از سبک به‌صورت خاص بودگی ترکیب کالاها، لباس‌ها، کرد و کارها، تجربه‌ها، قیافه‌ها و حالات بدنی به نمایش می‌گذارد، ترکیب و تألیفی که آنان به‌صورت یک سبک زندگی در طرح واحدی جمع می‌آورند. باومن نیز معتقد است در یک دنیای پست‌مدرن که با تصاویر و اقلام مصرفی زودگذر و تمام‌شدنی شکل می‌گیرد هویت‌ها را می‌توان درست مانند تغییر عادت‌های خرید، عوض کرد» (بنت، ۱۳۸۶: ۶۶).

دیوید هاروی در کتاب وضعیت پسامدرنیته^۱ (۱۹۸۹) شکل جدیدی از سرمایه‌داری را با عنوان «پسامدرنیته انعطاف‌پذیر» برحسب مارکسیسم کلاسیک صورت‌بندی می‌کند. به عقیده وی این وضعیت جدید در پاسخ به نواقص و مشکلات نظام مبتنی بر تکنیک‌های فوردی تولید انبوه و کورپوراتیسم کینزی نمایان گشته است. پسامدرنیته انعطاف‌پذیر دربرگیرنده شدت یافتن تراکم فضا و فشرده‌گی زمانی- فضایی^۲ است که درواقع ویژگی آن محسوب می‌شود. زندگی اجتماعی تا حدی سرعت گرفته که فضا کاهش یافته یا به‌کلی از بین رفته است. او به تبعیت از استدلال پرنفوذ فردریک جیمسون مبنی بر این که پسامدرنیسم منطق فرهنگی سرمایه‌داری متأخر است، استدلال می‌کند که تولید فرهنگی به نحو فزاینده‌ای جذب تولید کالا شده و این امر به حساسیت زیبایی‌شناختی جدیدی منجر گردیده است. جستجوی بی‌پایان برای بازارهای جدید، تغییر سریع کالاها و دست‌کاری مدام سلیقه و عقیده مردم از طریق تبلیغات باعث ایجاد فرهنگ پسامدرنی گردیده که ویژگی آن ناپایداری و اندیشه‌های سطحی به‌جای معانی عمیق، مونتاژ، اختلاف شیوه‌ها به‌جای اصالت و بالاخره ناهمگونی، کثرت‌گرایی، ناپیوستگی و هرج‌ومرج به‌جای فرا روایت‌های عقل و پیشرفت است. به عقیده هاروی، پسامدرنیسم یک پدیده تبعی و محصول فرعی مرحله جدیدی از شیوه تولید سرمایه‌داری است که نه بر کالاهای تولیدشده بلکه بر مصرف سریع نشانه‌ها و خدمات متکی است. پسامدرنیسم هیچ‌چیز بیش از پوچی^۳ و ناپایداری^۴ نیست. با وجود حساسیتی که هاروی نسبت به ابعاد فرهنگی موضوع دارد با اتخاذ دترمینیسم اقتصادی به درون یک اقتصاد سیاسی گام می‌نهد که در آن نهادها و نشانه‌ها به گونه‌ای غیر آشکارتر در صورت‌بندی هویت و ساختن شیوه‌ها و کردارهای اجتماعی مؤثر بوده‌اند. لش و یوری بیش از کسانی که بر پسا‌فوردیسم و تخصصی شدن

1. Harvey, David. 1989. The Condition of postmodernity. Oxford, Basil Blackwell.

2. time – space

3. froth

4. evanescence

انعطاف‌پذیر تأکید می‌کنند بر مقوله مصرف به عنوان مشی برجسته در سرمایه‌داری معاصر تأکید می‌ورزند. به نظر آن‌ها مصرف و صنایع خدماتی بیش از سرمایه مالی تولید پساوردی بیانگر ویژگی‌های سرمایه‌داری غیر سازمان‌یافته بود. این امر باعث می‌شود که آن‌ها فرهنگ و ارزش سمبلیک را در مرکز تحلیل‌شان قرار دهند. به عقیده آن‌ها این وضعیت دربردارنده ظهور یک سوژه‌گی جدید و شدیداً بازاندیشانه است و این امر به‌نوبه خود، هم شناختی و هم زیباشناختی است. از لحاظ شناختی، بازاندیشی دربرگیرنده شکل‌گیری خود و نظارت بر آن از طریق تفکر در مورد اطلاعاتی است که به‌وسیله متخصصان عرضه می‌شود و از لحاظ زیباشناختی دربردارنده شکل‌گیری و تفسیر خود از طریق مصرف کالا، عقاید و تصورات است. نش و یوروی استدلال می‌کنند که برای درک سرمایه‌داری معاصر آنچه را باید بدانیم، دقیقاً این است که تا چه اندازه فرهنگ در خود اقتصاد نفوذ کرده یا به‌عبارت‌دیگر تا چه حد فرآیندهای سمبلیک نظیر یک عامل زیباشناختی و ذوقی مهم، هم بر مصرف و هم بر تولید، سایه انداخته‌اند (نش، ۱۳۸۴: ۸۳-۸۸).

با توجه به نظریات یادشده، هویت شخصی که در جوامع ماقبل مدرن در قالبی واحد و ثابت عرضه می‌شد، از جهات مختلف مورد تردید قرار گرفت و به تدریج جای خود را به هویت‌های ناپایدار و بی‌ثبات مدرن سپرد. در ادامه، فرآیند تدریجی یادشده با تحولات گسترده‌تری همراه شد و شرایطی را فراهم آورد که با عنوان وضعیت پسامدرن تعبیر می‌شود. بنا بر دیدگاه لیوتار، پست‌مدرنیسم عدم ایمان به فراواقعیت‌هاست. در وضعیت پسامدرن، هویت به‌جای آن که محو شود به امری برساخته و وابسته به مناسبات اجتماعی بدل می‌شود. بر اساس دیدگاه‌های پست‌مدرن، هویت شخصی نمودی ظاهری و جلوه‌گر است که ویژگی آن پوچی و ناپایداری و اندیشه‌های سطحی، نسبی‌گرایی، ناهمگونی، کثرت‌گرایی، مصرف‌زدگی و تأکید بر مصرف سریع نشانه‌ها، سلطه سلیقه و ترجیحات فردی، سیالیت و غیر ذاتی شدن و ظهور سوژه شدیداً باز اندیش است. این شرایط و ویژگی‌های کاملاً متکثر و متنوع و در حال تحول، منجر به ظهور هویت شخصی پست‌مدرن شده است که در عین ابهام و پیچیدگی، هم‌زمان واجد خصلت مترقیانه و ارتجاعی هستند.

روش پژوهش

تغییرات و تحولات ایجاد شده در واقعیت و تبلور آن در نظریه‌های اجتماعی، اقتضانات روش‌شناختی خاصی را در حوزه بررسی مسائل و پدیده‌های اجتماعی در پی داشته است.

تعدد و تنوع روش‌های تحقیق به ماهیت موضوع پژوهش بازمی‌گردد. هر محققی باید در هر موضوع خاصی روش مناسبی را اتخاذ نماید. با توجه به این که در این پژوهش، هدف بررسی ذهنیت کنشگران از تکوین هویت شخصی پست‌مدرن است، از رویکرد تفسیرگرایی اجتماعی و روش کیفی برای اجرای فرآیند تحقیق استفاده شده است. در واقع، هدف پژوهش کیفی فهم معنای کنش‌های متقابل، انگیزه‌ها و معنای ذهنی کنشگران است. همه فعالیت‌ها، چه به‌طور مصنوعی از بسترشان منتزع شده باشند یا در بستر خاص خودشان مورد بررسی قرار گرفته باشند، از همان ابتدا واقعیاتی هستند که از بستر جهان و توسط فعالیت‌های ذهنی برگزیده شده‌اند، در نتیجه همواره از واقعیت‌های تفسیر شده هستند و در هر دو حال، افق‌های تفسیری بیرونی و درونی در آن‌ها وجود دارد (فلیک، ۱۳۸۹: ۹۵). تحقیقات کیفی به شیوه‌های گوناگونی انجام می‌پذیرند، یکی از مهم‌ترین آن‌ها، نظریه زمینه‌ای است. هدف نظریه زمینه‌ای، تولید تئوری از خلال بررسی و مطالعه فرآیندهای اجتماعی بر اساس جمع‌آوری و تحلیل نظام‌مند داده‌ها است. بر این اساس، این پژوهش بر آن است تا با استفاده از رویکرد تفسیری، از طریق ورود به ذهنیت و نظام معنایی کنشگران، فهم جوانان از تکوین هویت شخصی پست‌مدرن را بازتولید کند.

جمعیت آماری مورد مطالعه در این پژوهش جوانان ۱۸-۳۰ سال ساکن شهر بجنورد در سال ۱۳۹۶ هستند. برای نمونه‌گیری از نمونه‌گیری نظری و هدفمند استفاده شده است. در نمونه‌گیری هدفمند، انتخاب نمونه‌ها با حداکثر نوسان و تنوع انجام می‌شود، یعنی انتخاب مواردی اندک با بیشترین تفاوت ممکن. به این وسیله دامنه نوسان و تفاوت در میدان آشکار می‌شود (فلیک، ۱۳۸۹: ۱۴۳). در این پژوهش برای تحقق این هدف و دستیابی به زوایای پنهان و تاریک پدیده، از تیپ‌های مختلف افراد مثل زن و مرد، افراد متعلق به طبقات گوناگون، باسواد و بی‌سواد، مذهبی و غیرمذهبی و غیره استفاده شده است. نمونه‌گیری نظری برخلاف سایر نمونه‌گیری‌ها که قبل از پژوهش انجام می‌گیرند، ضمن فرآیند پژوهش و بر اساس مفاهیمی صورت می‌گیرد که در خلال تحلیل آشکار می‌شوند و با نظریه در حال شکل‌گیری، تناسب دارد. هدف نمونه‌گیری نظری، به حداکثر رساندن فرصت‌ها برای مقایسه رویدادها با یکدیگر است تا تعیین شود که چگونه خصایص و ابعاد یک پدیده تغییر می‌کند. نمونه‌گیری نظری، فرآیند گردآوری داده‌ها برای نظریه‌پردازی است که از این طریق تحلیل‌گر به‌طور هم‌زمان داده‌هایش را گردآوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند و تصمیم می‌گیرد که چه داده‌هایی را در مرحله بعدی گردآوری

و آن را پیدا کند. در این شیوه، نمونه‌گیری و افزودن به اطلاعات هنگامی پایان می‌یابد که اشباع نظری یک مقوله یا گروهی از موردها حاصل آید (فلیک، ۱۳۸۹: ۱۳۹-۱۴۰). به عبارتی، با در نظر گرفتن همه عوامل پیشین، با گذشت زمان و در عین پخته‌تر شدن مقولات اولیه، به تدریج از خلق مفاهیم جدید کاسته می‌شود و نمونه‌گیری به مرحله اشباع نظری می‌رسد.

تکنیک عمده مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها در نظریه زمینه‌ای، مصاحبه عمیق است. در مرحله تحلیل، داده‌ها ابتدا ویرایش و مستندسازی می‌شوند و سپس برای تحلیل از کدگذاری نظری استفاده می‌شود. کدگذاری نظری روشی است برای تحلیل داده‌هایی که به منظور تدوین یک نظریه به روش نظریه زمینه‌ای گردآوری شده‌اند. مشاهده نیز به عنوان تکنیک مکمل برای درک و تفسیر جامع‌تر متن مصاحبه‌ها تکنیک مناسبی است (امیری، ۱۳۹۵: ۱۱). کدگذاری نظری شامل سه مرحله است؛ اولین مرحله، کدگذاری باز است و به فرآیند تحلیلی اطلاق می‌شود که طی آن، مفاهیم اولیه و سپس مقولات عمده مبتنی بر آن‌ها، شناسایی می‌شود، خصیصه‌ها و ابعادشان در داده‌ها کشف می‌شود. دومین مرحله، کدگذاری محوری است. در واقع، فرآیند اتصال مقوله‌ها به یکدیگر براساس خواص آن‌ها (زیرمقوله‌ها)، کدگذاری محوری نامیده می‌شود. زیرا در حول کدگذاری مقوله‌ای صورت می‌گیرد که مقوله‌ها را در سطح خصیصه‌ها و ابعاد، به هم مرتب می‌سازد. سومین مرحله کدگذاری، کدگذاری انتخابی است. این نوع کدگذاری فرآیند یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها در جهت خلق نظریه است. یکپارچگی موردنظر در نتیجه تعامل تحلیل‌گر با داده به وجود می‌آید و یکی از دشوارترین مراحل کار است. محقق باید در داده‌ها غرق شود و به تعمق بپردازد تا بتواند پیوند بین مقوله‌ها را یافته، آن‌ها را پالایش کرده، باهم یکپارچه کند و درنهایت، نظریه را استخراج کند (محمد پور، ۱۳۹۲: ۱۹۱).

برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد (اعتبار روایی در تحقیقات کیفی) از دو تکنیک متعارف و بسیار مرسوم استفاده می‌شود که عبارت‌اند از: ۱. تکنیک ممیزی که طی آن چند متخصص باتجربه در کار کیفی و نظریه زمینه‌ای بر مراحل انجام کار، مفاهیم و مقوله‌های به‌دست‌آمده نظارت می‌کنند. ۲. مقایسه‌های تحلیل که در آن به داده‌های خام رجوع می‌شود تا ساخت بندی نظریه با داده‌های خام مقایسه و ارزیابی شود (پور نصیری، ۱۳۹۵: ۱۴۴).

مشخصات زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان

بیش از این که به بررسی یافته‌های این مطالعه بپردازیم برای آشنایی خوانندگان، به اختصار به معرفی مشخصه‌های زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان می‌پردازیم تا خوانندگان این پژوهش درک درستی از وضعیت زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان داشته باشند.

جدول ۲- مشخصات زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان پژوهش

اشتغال		تحصیلات			سن			مشارکت‌کنندگان	
غیر شاغل	شاغل	ارشد و بالاتر	لیسانس	دیپلم و پایین‌تر	۲۷ تا ۳۰ سال	۲۳ تا ۲۶ سال	۱۸ تا ۲۲ سال		
۹	۵	۲	۸	۴	۳	۵	۶	مرد	
۱۰	۳	۱	۶	۶	۲	۶	۵	زن	
۱۹	۸	۳	۱۴	۱۰	۵	۱۱	۱۱	جمع	
۲۷		۲۷			۲۷			-	کل

همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، چهارده نفر از مصاحبه‌شوندگان مرد و سیزده نفر زن هستند، محدوده سنی مصاحبه‌شوندگان مرد بین ۱۸ تا ۳۰ سال است که از این میان شش نفر ۱۸ تا ۲۲ سال، پنج نفر ۲۲ تا ۲۶ سال و سه نفر ۲۷ تا ۳۰ سال سن داشتند. محدوده سنی زنان نیز بین ۱۸ تا ۳۰ سال است که پنج نفر ۱۸ تا ۲۲ سال، سه نفر ۲۳ تا ۲۶ سال و دو نفر ۲۷ تا ۳۰ سال سن داشتند. از نظر سطح تحصیلات، ده نفر از مصاحبه‌شوندگان دیپلم و پایین‌تر، چهارده نفر دارای لیسانس و سه نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. از بین بیست‌وهفت مصاحبه‌شونده، هشت نفر شاغل و نوزده نفر غیر شاغل هستند.

یافته‌های پژوهش

بعد از استخراج و کدبندی اطلاعات مربوط به ذهنیت کنشگران از تکوین هویت شخصی پست‌مدرن، در مرحله کدگذاری باز، ۳۵ مفهوم استخراج شد که در مرحله کدگذاری محوری در قالب ۱۰ مقوله عمده مقوله‌بندی شدند. سپس در مرحله کدگذاری انتخابی در

قالب یک مقوله هسته یعنی «هویت شخصی پست‌مدرن» ترسیم و مورد بحث قرار گرفتند. همچنین، در نظریه زمینه‌ای برخلاف روش‌های متعارف تحقیق، واحد تحلیل فرد نیست، بلکه مفاهیمی که در جریان نمونه‌گیری نظری مبتنی بر نمونه‌گیری هدفمند از افراد مورد مصاحبه به اشباع نظری رسیده‌اند، هستند. جدول ۳ مفاهیم اولیه، مقولات عمده و مقوله هسته استخراچ شده را ارائه می‌نماید.

جدول ۳- مفاهیم، مقوله‌های عمده و مقوله هسته

مقوله هسته	مقولات عمده	مفاهیم اولیه
هویت شخصی پست‌مدرن	مصرف محوری	آزادی در مصرف، لذت‌گرایی، کالاهای لوکس
	نسبی‌گرایی	تضعیف کلیشه‌های جنسیتی، تضعیف مقوله‌های ساختاری هویت‌یابی (طبقه، جنسیت و نژاد)، سنت‌گرایی، استقبال از تغییر
	سیالیت	دوستی‌های گذرا، ژست‌های بدنی، تکراری شدن ظاهر، سلطه رسانه‌ها و وبترین فروشگاه‌ها، سلیقه و ترجیحات فردی
	هویت‌گزینشی	تنوع هویت در فضاهای اجتماعی (خانه، مدرسه، محل کار، دانشگاه)، تولید روایت‌های جدید از خود
	تفکر بازاندیشانه	جراحی زیبایی، نظارت دائمی بر رفتارهای خود، گفتگوی درونی با خویش، گذشته‌نگری انتقادی، نظارت بر خود
	رضایتمندی	افزایش اعتماد به نفس، تصمیم‌گیری‌های شخصی، تأثیرگذاری
	خود بیانگر باوری	پذیرش مخاطره، تلاش برای موقعیت اجتماعی بالاتر
	نارضایتی از شیوه زندگی	ناتوانی، تأسف، سرخوردگی، ناامیدی
	گروه مرجع	شبکه‌های دوستی، همسایگان
	فضاهای ارتباطی	ماهواره، تلویزیون، اینترنت، شبکه‌های مجازی، اجتماعی شدن

در زیر به اختصار به هر یک از مقوله‌های عمده و مقوله هسته با ارجاع به درک و دیدگاه افراد مورد مطالعه، پرداخته می‌شود.

مصرف محوری

از جمله مؤلفه‌های هویت شخصی پست‌مدرن مقوله مصرف محوری است. در جامعه پست‌مدرن، نوع مصرف و ماهیت متنوع اشیاء مصرفی موجب ساخت هویت است و از آنجا

که هیچ‌گاه در نظام مصرف ثبات لازم یافت نمی‌شود، هویت‌های پایدار نیز به نابودی گراییده است. «در جامعه معاصر نوعی ناپایداری در هویت‌های ساخت گرفته، برمبنای انتخاب مصرف و نوع زندگی و به همین میزان برمبنای حرفه وجود دارد» (نش، ۱۳۸۴: ۲۷۷).

همچنان که بازار مصرف از انعطاف و پویایی بیشتری نسبت به شیوه‌های قدیمی تنظیم هویت‌ها برخوردار است، سیالیت بسیار بیشتری مشاهده می‌شود، مردم می‌توانند به‌تناوب بیشتری هویت‌های خود را تغییر دهند، آن هویت‌ها را آزمون کنند، گزینه‌های بیشتری از سوپرمارکت فرهنگی انتخاب کنند و در مقایسه با گذشته تعهد کمتری در قبال آن‌ها داشته باشند (وارد، ۱۳۸۴: ۲۰۰). در این خصوص یکی از افراد می‌گوید:

هر چیز جدیدی که به بازار می‌آید می‌خرم. مثل لباس و وسایل منزل. هر وقت که خودم بخوام می‌تونم با ابزارهای متفاوت خودم رو متفاوت کنم. فروشگاه‌ها و بیرون پر شده از این ابزارها

به باور بودریار، در جامعه پست‌مدرن هر فرد از راه اشیاء جایگاه خود را در نظم اجتماعی جستجو می‌کند. لذت‌گرایی مصرف کالاها بدون توجه به کارکرد و کاربرد عقلانی آن‌ها و صرفاً جهت ارضای احساسات است:

از خرید کردن لذت می‌برم. وقتی وارد فروشگاه می‌شوم و چیزی رو می‌خرم خیلی حس خوشایندی دارم.

اشتیاق وافر به خرید از ویژگی‌های اساسی مصرف محوری پست‌مدرن در راستای ساخت هویت‌های شخصی است. بر این اساس، خرید از سطح یک کنش ابزاری معطوف به کالا به یک کنش فی‌نفسه تغییر ماهیت داده است. یعنی، خرید اهمیت دارد نه کالایی که خریداری می‌شود. فرد خرید می‌کند چون از آن لذت می‌برد. از طریق خرید احساسی در او ایجاد می‌شود که با هر حس دیگری متفاوت است (اباذری، ۱۳۸۴: ۱۸۷).

سیالیت

هویت‌های شخصی پست‌مدرن، با بازی بی‌وقفه متون و تصاویر منعکس‌شده توسط رسانه‌ها و ویتترین فروشگاه‌ها که شالوده واقعیت روزمره در جوامع پست‌مدرن است تناسب دارند. بسیاری از کنشگران به‌منظور تطبیق ویژگی‌های بدن با الگوهای فرهنگی زیبایی چهره و

اندام منعکس شده توسط رسانه‌ها و ویتترین‌ها، اقدام به رفتارهای گاه افراطی می‌کنند. یکی از پاسخگویان در این خصوص می‌گوید:

هر روز مجلات مد و شبکه‌های فشن رو نگاه می‌کنم. سعی می‌کنم تا حد امکان از بین اونها انتخاب کنم و شبیه اونها باشم.

بازی نشانه‌ها یکی از عوامل هنجارگریزی معنایی است و در برجسته‌سازی هویت، نقش مهمی دارد. اینجا قلمرو دلالی نشانه‌هاست که دارای اهمیت است. در واقع، بازی و سیلان نشانه‌ها باعث سیالیت هویت است. با تغییر نشانه‌ها، مؤلفه‌های معنایی هویت قابل تغییر و تعبیر است و رمزگشایی نشانه‌های جدید، هویت شخصی جدید را بازتفسیر می‌کند. در این فرآیند ممکن است بعضی نشانه‌ها محو شوند و نشانه‌های جدیدی جایگزین آن‌ها گردد. در این راستا، بخشی از درک و برداشتی که از ما وجود دارد بسته به نحوه ظاهر شدن ماست، آنچه که می‌پوشیم، نحوه اصلاح موهایمان و ژستی که می‌گیریم جملگی ما را به صورت شخصیت معینی درمی‌آورند. هر لباسی که می‌پوشیم به ما هویت خاصی می‌بخشد که ما را از دیگران متمایز می‌سازد. با وجود این، نباید هیچ‌کدام از این هویت‌های عمومی را هویت ثابت خودمان در نظر بگیریم (وارد، ۱۳۸۴: ۲۲۱). در واقع، هویت پست‌مدرن، به نوعی ساخته بازی نشانه‌ها است. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های بازی نشانه‌ها، ژست‌های بدنی است. به طور کلی دیدگاه‌های نظری در باب بدن را می‌توان در دو دسته کلی طبقه‌بندی کرد: دسته اول کارکردگرایان و فمینیست‌های اولیه هستند. از دیدگاه آن‌ها مدیریت بدن به مثابه ماسکی است که خود حقیقی افراد را پنهان می‌کند و چهره‌ای غیرواقعی و دروغین از خود به نمایش می‌گذارد. این گروه معتقدند که باید به بدن طبیعی و خود حقیقی برگشت. دسته دوم پساساختارگراها و فمینیست‌های پست‌مدرن هستند که اساساً ذات‌گرایی خود را زیر سؤال می‌برند و ادعای بدن طبیعی و خود واقعی را رد می‌کنند. از نظر آن‌ها آنچه هست، همان نمود افراد در قالب آرایش یا هر چیز دیگر است. به نظر آن‌ها، ورای نمود یا ماسک‌های افراد چیزی برای شناخت وجود ندارد (حمیدی، ۱۳۸۷: ۲۲۳-۲۲۴). در دوران مدرنیته به علت پاره شدن هویت از طرفی و همچنین ویژگی‌هایی از قبیل بصری شدن و زیبایی‌شناختی شدن زندگی روزمره، صورت ظاهری همه جنبه‌های زندگی مهم شده است که در آن ظواهر و نمادهای تصویری هر چیز، اهمیتی قطعی می‌یابند و منبع اساسی تعیین معنا می‌شوند. یکی از این امرهای بصری مؤثر در برساختن

هویت شخصی، بدن مادی و فیزیکی فرد است. بدن محملی برای ساختن دوباره هویت دستخوش آشفتگی و ازهم‌گسیخته فرد است. یکی از افراد در این زمینه می‌گوید:

موهام رو فشن درست می‌کنم چون در این مدل مو راحت‌ترم. آرایش صورت خیلی خوبه، من خیلی بهش اهمیت میدم، چون با آرایش انسان زیباتر میشه، زیبا که باشی خیلی بهت توجه می‌کنن، من ریشامو هر روز می‌تراشم، زیر ابرو هام رو برمی‌دارم، کرم می‌مالم، دور چشم سرمه می‌کشم چون این جواری چشم‌ها درشت‌تر به نظر میان.

شکی نیست که در زمانه ما، هویت بدل به مسأله شده است گرچه هنوز به‌طور کامل فرایندهای هویت‌سازی سنتی از هستی ساقط نشده‌اند، اما با تیره‌وتار شدن حدود و ثغور خود افراد و جابجا یا نابود شدن شکل‌هایی که سابقاً هویت بر آن‌ها تکیه می‌زد، اکنون هم هویت و هم فرآیندهای هویت‌سازی بی‌ثبات گشته‌اند. بدین ترتیب نمایش دادن و خودآرایی به‌صورت مجموعه‌ای از انگاره‌ها و تصاویر که رابطه‌ای اجتماعی میان آدمیان برقرار می‌کنند، بدل به یکی از مهم‌ترین منابع هویت‌سازی شده است. بنابراین، کل معنا به خود فرد وابسته نیست، بلکه روند شکل‌گیری آن به مناسبات اجتماعی نیز وابسته است. یکی دیگر از افراد در این زمینه می‌گوید:

چاقی مضره و زیبایی هم خیلی خوبه، اولش من خیلی چاق بودم، خجالت می‌کشیدم بیرون برم، برام خیلی سخت بود، بعدش به پیشنهاد یکی از دوستانم تصمیم گرفتم باشگاه برم، الان نه ماهه که باشگاه میرم، تأثیرش خیلی زیاد بوده، باور نمی‌کردم این قدر مؤثر باشه. بدن مناسب باعث شده اعتماد به‌نفسم بالا بره، بیرون با خیال راحت راه میرم، اندام مناسب باعث میشه همه دید خوبی نسبت به من داشته باشند. روش‌های دیگه‌ای هم برای کاهش وزن بود مثل تغذیه، اما رژیم گرفتن سخته و هزینه‌اش هم زیاده، اما ورزش هم کم‌هزینه است و هم برای سلامتی خیلی خوبه.

همان‌گونه که گیدنز می‌گوید کنترل منظم بدن یکی از ابزارهای اساسی است که شخص به‌وسیله آن‌ها روایت معینی از هویت شخصی را محفوظ می‌دارد و درعین حال «خود» نیز به طرز کمی‌وبیش ثابت از ورای همین روایت در معرض تماشای دیگران قرار می‌گیرد.

تفکر بازاندیشانه

بازاندیشی، فرآیند تعریف و بازتعریف خود از طریق مشاهده و تأمل در اطلاعات درباره مسیرهای ممکن زندگی است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۴۴). دگرگونی بنیادی که بر جوامع امروزی تأثیرگذار است، گسترش دامنه بازاندیشی اجتماعی است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۷). کار بازاندیشی ایجاد شرایط تسهیل‌کننده برای گذارهای تاریخی است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۷۶). ظهور سوژه باز اندیش باعث می‌شود کنشگر مدام همه جوانب زندگی خود را مورد سؤال قرار دهد و هم‌زمان پاسخی برای آن‌ها بیابد:

خیلی وقت‌ها، وقتی که تنها هستم در مورد خودم فکر می‌کنم، این که من چطوری باید باشم، چطوری لباس بپوشم، چطوری حرف بزنم، چطوری راه برم، اصلاً چکار بکنم که از خودم راضی باشم و بقیه هم از من راضی باشن. خیلی پیش اومده بر اساس اتفاقاتی که برام پیش اومده تصمیم گرفتم خیلی چیزها رو عوض کنم.

هویت شخصی افراد بر اساس روایت خاصی از «خود» آن‌ها ساخته می‌شود، زمانی که خود متصور و دلخواه فرد با آنچه در واقعیت وجود دارد متفاوت باشد، هویت شخصی زیر ضربات سختی از سوی خودش و دیگران نابود می‌شود. چنین هویت شخصی از هم‌گسیخته باعث از هم‌پاشیدگی امنیت وجودی می‌شود:

...من در مورد این که چه شخصیتی داشته باشم خیلی فکر می‌کردم این که چه جوری خودم را بسازم که تو جامعه مهم باشم. دوران بچگی و نوجوانی واقعاً کاری جز درس خواندن ازم بر نمی‌اومد. درس خوندم و از کلاس‌مون فقط من دانشگاه قبول شدم. جایی که زندگی می‌کردم با این قبولی احساس ارزش می‌کردم. اما وقتی که دانشگاه وارد شدم چیزای زیادی رو دیدم روابط دختر و پسر، اعتقادات در مورد دانشجوها، شغل. این‌ها باعث شد چیزی که فکر می‌کردم با واقعیات جور در نیاد. سعی کردم شیوه‌ام را عوض کنم، دنبال زیبایی رفتم تا ... احساس رضایت کنم. بنابراین شروع کردم به پوشیدن شلوارهای جین، تی‌شرت و چیزای دیگر ...

نسبی‌گرایی

پست‌مدرنیست‌ها بر این باورند که از هیچ‌کدام از فراروایت‌ها قطعیت حاصل نمی‌شود. به نظر این‌ها، از آنجاکه هیچ حقیقتی وجود ندارد هیچ‌گونه امکان قضاوتی نیز در مورد گفتار و اعمال گروه‌های مختلف وجود ندارد. پست‌مدرنیسم در مقابل شیفتگی مدرنیسم نسبت به قطعیت هویت، علاقه‌مند به غیریت، تفاوت و بی‌هویتی است. لیوتار معتقد است؛ جامعه پست‌مدرن نه‌تنها یکپارچه نیست، بلکه هزارتویی با پیچیدگی روزافزونی از گفتگوهای متقاطع است. لیوتار جامعه را در قالب بازی‌های زبانی و به‌مثابه مجموعه‌ای از فعالیت‌های زبانی که هر یک قواعد، قراردادهای و اهداف منحصربه‌فرد خود را دارند، توصیف می‌کند (سیدمن، ۱۳۹۲: ۲۲۸). هر انسان ادراکی از خویشتن خویش دارد که مجموعه این تصورات هویت شخصی او را تشکیل می‌دهند. در دوران اخیر هویت شخصی به‌شدت از منابع هویت‌ساز سنتی خود رها شده و با توجه به ویژگی‌های جدید معنا می‌یابد. در این معنا فرد به خودمختاری و استقلال وجود دست می‌یابد. از این‌رو، هویت، فردی است و با تلاش خود فرد حاصل می‌شود، یکی از افراد می‌گوید:

کاری ندارم که دین چی میگه، خانواده چی می‌خواد و ... دوست دارم اون چیزی باشم که خودم دوست دارم و ازش لذت می‌برم. باید خودم از ظاهرم خوشم بیاد و راضی باشم.

چرخش پست‌مدرن، موجب تحول ناگهانی صور ریشه‌دار هویت به وضعیت سیال تازه‌ای شده است که در آن افراد، با بیگانه شدن از پیوندها و علقه‌های اولیه‌ای که روزی موجودیت فرهنگی روزمره آن‌ها را شکل می‌داد، به‌طور فزاینده‌ای خودخواه و خودنگر می‌شوند. بنابراین، یکی از نتایج اصلی پست‌مدرنیسم به کرسی نشاندن دلبخواهی بودن همه ارزش‌هاست، از جمله ارزش‌هایی که مقوم مقوله‌های منزلت و تشخص در جامعه مدرن بودند (بنت، ۱۳۸۶: ۶۵-۶۶). زوال مدرنیته موجب تضعیف خصوصیات ساختاری و سنگ بناهای زندگی روزمره مثل طبقه، جنسیت و نژاد که افراد خودشان و روابط خود با دیگران را بر اساس آن‌ها درک می‌کردند، شده است (بنت، ۱۳۸۶: ۶۴).

یکی از نشانه‌های حذف مقولات سنتی هویت‌یابی و نشانه خود نسبی‌گرایی، تضعیف کلیشه‌های جنسیتی است. کلیشه یا تصویر قالبی به معنای مجموعه باورهایی است درباره این که زن یا مرد بودن به چه معنا است. کلیشه‌ها دربرگیرنده اطلاعاتی درباره ظاهر جسمانی، نگرش‌ها، علایق، صفات روانی، روابط اجتماعی و نوع شغل هستند (علمی، ۱۳۸۸: ۵۸). کلیشه‌های جنسیتی، مجموعه‌ای از باورهای ذهنی هستند که مبنای نگرش فرهنگی

و اجتماعی به مفهوم جنسیت^۱ قرار می‌گیرند. به عبارتی، وجود این کلیشه‌ها باعث می‌شود که ویژگی‌های خاصی به‌طور جداگانه به زنان/ مردان تعلق بگیرد، به گونه‌ای که چنین مشخصاتی به لحاظ «خاص بودگی»^۲ ویژه تنها یک جنس تلقی شوند:

خونواده‌ام همیشه منو مجبور می‌کنن تا چادر سرم کنم. می‌گن دختر این جوری باحیا و وقار هستش. خودم استفاده از چادر رو اصلاً دوست ندارم، دوست دارم لباس‌های تنگ بپوشم، آرایش کنم، لباس‌های رنگ روشن بپوشم. مثل بقیه دوستانم. بر عکس خونوادم دوست دارن چادری باشم ...

از جمله مؤلفه‌های دیگر نسبی‌گرایی، سنت‌گرایی است. سنت‌گرایی تغییرات کوچک و معمولی در زندگی و پدید آوردن شیوه‌های نوین برای گذران روزگارمان است. به عبارتی، با سنت‌های گذشته مخالفت می‌شود و به ارزش‌های مدرن و نو بیشتر توجه می‌شود:

با این حرف که باید هر چی خونودات، دین و ... بهت می‌گن باشی، موافق نیستم، الان دیگه گذشته اون زمانی که نظر خودت مهم نبود. من خودم با توجه به سلیقه خودم و اطرافیانم باید تصمیم بگیرم که چجوری باشم ... در واقع، منظور از سنت‌گرایی، مخالفت با سنت‌های گذشته و روی آوردن به ارزش‌های مدرن و نو است (امیری، ۱۳۹۵: ۱۴).

خودبیانگر باوری

بیانگرباوری، میل و ظرفیت برای به فعلیت رساندن هویت‌های شخصی است، بیانگرباوری کسی است که خود پست‌مدرن دارد. در بیانگرباوری، خودها از منابع و سرچشمه‌هایی ساخته می‌شوند که وابسته به مکان (محلی/ جهانی) و زمان خاص (حال/ آینده) هستند که گروهی خاص در آن قرار دارند. بر اساس مفهوم جامندی معنای ویتگنشتاین، معنا از مکان درون یک بازی زبانی خاص ناشی می‌شود و واژگان ذاتی وجود ندارد و خود در درون گفتمان‌ها ساخته می‌شود که برخی توسط دیگران تهیه می‌شوند و از نو عمل می‌کنند، اما برخی خود تولیدند (گیبینز، ۱۳۸۱: ۹۱). در واقع، اینجا هدف از ساخت هویت شخصی،

1. gender
2. specific

چیزی است که هستیم و می‌خواهیم بشویم، نه تقلید و نسخه‌برداری از آنچه مطابق رسم و قواعد است. در این رابطه یکی از افراد می‌گوید:

دوست دارم خودم باشم، یعنی اون چیزی که دوست دارم، نه این که مجبور باشم چیزی باشم که خانواده می‌گن، دین میگه، عرف میگه و ...

بنابراین، بیانگراوری رویکرد افراد پست‌مدرنی است که در تلاش‌اند تا هویت جدیدی برای خود تعریف کنند و طبق آن جهان خود را سروسامان دهند و رفتار خویش را دگرگون سازند. مردمی که دوست دارند برای خودشان باشند، کسانی که زندگی‌شان را سفر کشف و روایتی از خود می‌بینند (گیبنز، ۱۳۸۱: ۹۲). بیانگراوران همواره درصدد یافتن روش‌های جدید ساخت هویت‌اند. در این رابطه یکی از افراد می‌گوید:

دوست دارم همیشه روش‌های جدید بودن رو امتحان کنم. از تکراری بودن و این که خیلی از اوقات به یک شکل باشی بیزارم. دوست دارم همیشه در حال تغییر باشم. یعنی هر دفعه که منو می‌بینن قشنگ تغییرات و تفاوت‌ها رو احساس کنن.

همچنین، تلاش برای دستیابی به موقعیت اجتماعی بالاتر در فضای اجتماعی مهم‌ترین مؤلفه بیانگراوری است. بیانگر باوران هرچند دست به ذخیره منابع ضروری برای تحقق و بیان خود می‌زنند، اما، توجه آن‌ها بیشتر معطوف به انباشت سرمایه فرهنگی است. بورديو معتقد است: «عينيت يابى سرمایه فرهنگی به شکل مدارک و مدارج آموزشی یک‌راه خنثی کردن خواصی است که ناشی از این است که این سرمایه متجسد با جسم فرد حدودمرز یکسان دارد. این عینیت یابی چیزی است که موجب تفاوت بین سرمایه خودآمخته که هر آن ممکن است زیر سؤال برده شود و یا حتی تعاملات افراد طبقه اشرافی که با سود نامشخص و با نوسان همراه است از یک‌سو و سرمایه فرهنگی مستظهر به مدارج آموزشی و امتیازات ضمانت شده و از نظر رسمی مستقل از شخص حامل، از سوی دیگر است. با احراز مدارک تحصیلی، فلان گواهینامه صلاحیت فرهنگی که به لحاظ فرهنگی به صاحبش ارزشی متعارف، دائمی و قانوناً ضمانت شده اعطا می‌کند، این کیمیاگری اجتماعی یک نوع سرمایه فرهنگی به بار می‌آورد که در قبال حاملش و حتی در قبال سرمایه فرهنگی‌ای که در برهه خاصی از زمان عملاً در اختیار دارد از استقلال نسبی برخوردار است» (بورديو، ۱۳۸۴: ۱۴۶). بسیاری از افرادی که متعلق به طبقات اجتماعی پایین‌تر هستند، تنها راه حرکت عمودی و رو به بالا در هرم طبقات اجتماعی را تحصیلات

می‌دانند و از این طریق تلاش می‌کنند تا جایگاه اجتماعی خودشان را ارتقا دهند. یکی از افراد در این رابطه می‌گوید:

علاقه زیادی به درس خواندن دارم و دوست دارم تا دکتری بخونم، چون تنها خواندن و بیشتر فهمیدن به من آرامش و شخصیت می‌دهد، این‌جوری احساس می‌کنم فرد موفق و مهمی هستم ...

احراز مدرک تحصیلی به عنوان سرمایه‌ای فرهنگی، برای صاحبان آن این امکان را به وجود می‌آورد که با دیگران و باهم مقایسه و حتی مبادله شوند. به طوری که صاحبان این صلاحیت‌ها دارای چنان شأن و منزلتی هستند که در مقایسه با کسانی که دارای این صلاحیت‌ها نیستند، یا در سلسله مراتب پایین‌تری هستند، هویت منسجم‌تر و باثبات‌تری را دارند.

گرچه قبل از دوران مدرنیته نگاه انسان‌ها به زیبایی و ظاهر بر اساس معیارهای سنتی بود اما واقعیت امر این است که گرایش به زیبایی به مرحله ظاهرپرستی و خودنمایی رسیده است. جوانان و نوجوانان به تبع گرایش‌ها و اقتضای سنی خود با صرف هزینه‌های گزاف و قبول عواقب جسمی، روانی و حتی جانی درصدد کسب سهم بیشتری از زیبایی و به دنبال زیباتر شدن هستند (دانش، ۱۳۹۵: ۶۳). در این خصوص پاسخگوی دیگری می‌گوید:

خیلی مهمه که ظاهر زیبایی داشته باشی، آگه زیبا باشی همه می‌پذیرن، اعتمادبه‌نفست بالا میره. منم برای این که زیبا باشم حاضرم هر کاری بکنم. زیبایی شخصیت میاره ... حتی آگه لازم باشه جراحی زیبایی هم انجام می‌دهم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

نارضایتی از شیوه زندگی

شیوه زندگی را می‌توان مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد. چون نه تنها نیازهای جاری او را بر می‌آورند بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران متجسم می‌سازند (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۲۰). تغییرات شتابان در جوامع معاصر شیوه‌های زندگی را هم متأثر ساخته است. به طوری که دیگر شیوه‌های زندگی سنتی مسیر زندگی در دوران معاصر را مشخص نمی‌کنند. از جمله پیامدهای این وضعیت احساس بی‌قدرتی است. احساس

بی‌قدرتی حالتی است که فرد احساس بی‌اختیاری می‌کند و قادر نیست محیط اجتماعی خود را متأثر سازد. در این حالت فرد احساس می‌کند که هیچ‌گونه اختیاری از خود ندارد و قادر به تحت تأثیر قرار دادن محیط اجتماعی خود نیست. چنین فردی خدا شدیدی را در زندگی خود احساس می‌کند که همیشه او را به تکاپو خواهد انداخت:

... راستش از اول این جور نبودم. من از یه خانواده سنتی‌ام، اما با چیزهایی که پدر و مادرم میگن یه جورایی بیرون راحت نیستم. فکر می‌کنم مثل شلخته‌هام، بقیه یه جور یه نگاه می‌کنن. واسه آینه که آرایش می‌کنم. از اولش این قدر غلیظ نبود، بعدش یه جورایی احساس کردم باید بیشتر آرایش کنم تا خوشکل تر شم. یواش یواش برام راضی‌کننده نیست، نمی‌دونم، وقتی بهش فکر می‌کنم کدوم خوبه کدوم بده، بیشتر اوقات حس خوبی ندارم، دو دلم. واقعاً نمی‌دونم در مورد من چی فکر می‌کنن...

تعقیب جهت‌گیری خاصی در زندگی فردی به تغییراتی در هویت شخصی فرد منجر می‌شود. این امر به دلیل این واقعیت است که شیوه زندگی درباره انتخاب است. همه افراد فرصت‌های یکسانی برای انتخاب شیوه زندگی‌شان ندارند اما هیچ‌کس هم بدون انتخاب نیست. این فرآیند در مدرنیته شروع به تغییر کرد و در پست‌مدرنیته سرعت آن شتاب گرفته است (گیبینر، ۱۳۸۴: ۱۰۵). مردم امروزه از قیدوبند الگوهای سنتی زندگی رها شده‌اند:

دیگر الان مثل قدیم‌ها نمی‌شود زندگی کرد. برای زندگی در شرایط الان لازم است که تغییر کنی.

مردم درباره زندگی‌شان در محیط‌هایی که به سرعت در حال تغییرند تصمیم می‌گیرند و با تعداد فزاینده‌ای از گزینه‌ها یا حق انتخاب‌ها مواجه‌اند:

در زمان ما با توجه به نوع زندگی و دیدگاهی که داریم می‌شود خود را تغییر داد. باید این کار را بکنیم تا راحت‌تر زندگی کنیم. برای این که در زندگی شاد باشیم و از زندگی لذت ببریم باید خودمان را عوض کنیم.

در وضعیت پست‌مدرن افراد تلاش می‌کنند بر اساس شیوه زندگی خودشان، هویت شخصی را طوری بسازند که مهیج و لذت‌بخش باشد.

رضایتمندی

تغییرات ناشی از هر عملی می‌تواند رضایت یا عدم رضایت در پی داشته باشد. میزان رضایتمندی می‌تواند ناشی از برآورده شدن انتظارات باشد. در این باره یکی از افراد می‌گوید:

از وضعیت الانم راضی هستم، کاش زودتر ورزش رو شروع می‌کردم. ورزش ظاهرم را خیلی بهتر کرده است. برای بهتر شدن آرایش هم می‌کنم، لباس‌هاست متنوع هم می‌پوشم ...

عدم رضایتمندی از هویت یا خود، می‌تواند تأثیر نامناسبی بر میزان اعتماد به نفس افراد داشته باشد و از لحاظ روحی و روانی آن‌ها را در وضعیت نامناسبی قرار دهد. یکی از افراد در این رابطه می‌گوید:

وقتی که اندام خوبی نداشتم دید مثبتی در مورد خودم نداشتم، نمی‌تونستم به راحتی با بقیه ارتباط برقرار کنم، یا وقتی تو یه جمع صحبت می‌شد همیشه استرس این‌رو داشتم که کسی چیزی بگه که برای من خوشایند نباشه. به این خاطر می‌ترسیدم راحت بین بقیه دوستانم برم، حتی فامیل‌هامون.

در واقع، افراد پست‌مدرن یاد می‌گیرند تا تنوع هویت‌ها و اجتماعات همپوش که بعضی سنتی و بعضی ساختگی هستند را دست‌کاری و با یکدیگر همساز کنند ... وفاداری‌های متکثر، مولد بهزیستی اجتماعی و روانی‌اند (گیبینز، ۱۳۸۱: ۹۶).

هویت‌گزینی

اندیشمندان پساتجددگرا و فمینیست‌های پست‌مدرن با به کار گرفتن کلمه برساخته درباره هویت، این عقیده را مطرح کرده‌اند که هویت معنایی ثابت و جوهری ندارد، بلکه با مجموعه‌ای از روابط اجتماعی افراد معنا می‌یابد و بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به فرد دارند. طبق این دیدگاه، هویت‌ها ناپایدار و سیال‌اند و انسان‌ها تحت شرایط فرهنگی، جغرافیایی و تاریخی و تحت تأثیر عوامل تصادفی، هویت‌هایی می‌یابند (رفعت‌جاه، ۱۳۸۸: ۵۶). یکی از افراد می‌گوید:

قرار نیست همیشه یک‌جور باشی، تغییر هم لازمه، بعضی وقت‌ها باید خودت رو تغییر بدی تا بتونی راحت‌تر باشی.

بدین معنا، تصویر از خود، تحت تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی در حال تغییر مداوم است و نمی‌توان تعریف ثابتی از هویت شخصی ارائه داد. بنابراین، تمام مرزهایی که

تاکنون مرز هویت‌سازی بودند، شکننده و نیازمند بازتعریف مستمر هستند. یکی دیگر از افراد در این خصوص می‌گوید:

تو این زمونه نمی‌تونی همیشه تکراری بمونی، حتی آگه دوست نداشته باشی باز هم مجبوری مدام خودت رو تغییر بدی. آگه این‌جوری نباشی بهت میگن عقب مونده و خیلی چیزهای دیگه. پس مجبوری یه آدم ثابت و تکراری نباشی، به قول معروف به‌روز باشی تا بقیه، دوستان، آشنایان، تو رو بپذیرن ...

باومن در کتاب عشق سیال، سیالیت و ناپایداری خارق‌العاده پیوندهای انسانی، احساس ناامنی حاصل از این ناپایداری و امیال متضاد ناشی از این احساس مبنی بر تحکیم پیوندها و درعین‌حال سست نگه‌داشتن آن‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد (باومن، ۱۳۸۴: ۱۱). این نوع هویت، در عین مزایایی که دارد همراه با ترس همیشگی از عدم پذیرش است. در قرن جدید، هویت به سبب عوامل مختلف چندگانه و متکثر شده و از اجزای گوناگونی تشکیل و ترکیب می‌شود. در واقع، قرن بیستم شاهد پیدایش انواع ایدئولوژی‌های هویت‌ساز بود. در تاریخ دو قرن اخیر ایران نیز با ورود تجدد، هویت دستخوش تغییرات شگرف گشت و عناصر هویت‌ساز غربی، آن را به هویتی مرکب مبدل ساخت. جوان امروز در فضایی متنوع و چندوجهی سرگردان است و در فضای اجتماعی تعریف خاص خودش را از منابع هویت‌ساز دارد. در این شرایط فرد به تکثر و چندگانگی هویتی دچار می‌شود. فضای اجتماعی دارای ساختی سلسله‌مراتبی بر پایه تمایزها و تفاوت‌هاست. فضای اجتماعی همچون یک کلیت در قالب شماری میدان‌های فعالیت متفاوت سازمان‌یافته است. بورديو فضای اجتماعی را برآیند حوزه‌هایی می‌داند که آن‌ها را میدان می‌نامد و معتقد است هر یک از این میدان‌ها شرایط بازی، موضوعات و منافع خاص خود را دارند. فضای اجتماعی به این ترتیب ساخته می‌شود که عاملان و گروه‌های اجتماعی بر اساس حجم و میزان سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی با برخی افراد اشتراکاتی می‌یابند و با برخی دیگر فاصله پیدا می‌کنند (بورديو، ۱۳۸۱: ۳۳). در این رابطه یکی از افراد می‌گوید:

مجبورم در موقعیت‌های مختلف یک‌جور خاص باشم، مثلاً وقتی با خانواده هستم باید یه جوری لباس بپوشم و رفتار کنم که به من اعتراض نکنن. ولی وقتی با دوستانم تو دانشگاه و بیرون هستم اونجوری هستم که خودم دوست دارم و با دوستانم یکی میشم.

از دید بوردیو، نوع رابطه و موقعیت یک میدان بسته به دسترسی هر یک از افراد به کالاها یا سرمایه‌ای است که در آن میدان بر سر آن کشمکش است. چنین افرادی در نقش‌ها و موقعیت‌های بی‌شمار احساس راحتی می‌کنند و می‌توانند از خودشان انعطاف نشان دهند.

گروه مرجع

گروه مرجع در جریان تصمیم‌گیری‌ها، کنش‌ها و نگرش انسان‌ها در جامعه، به‌ویژه برای جوانان نقش بسزایی دارد. گروه مرجع شامل افراد یا گروه‌هایی است که مبنای قضاوت و ارزیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند:

این برای من خیلی مهم است که بین دوستانم مهم باشم و من رو قبول داشته باشند. دوست ندارم دوستانم با نیشخند با من برخورد کنند. این هم خیلی مهم هستش که دوست داشته باشی.

گروه‌های مرجع ارزش‌ها و باورهایی را به دیگران القا می‌کنند و معیارهایی را برای این که فرد خود را محک بزند در اختیار کنشگران قرار می‌دهند:

برای این که بین دوستانم مورد پذیرش قرار بگیرم باید یکسری معیارها را رعایت کنم، اگر بخواهیم تنها نباشیم باید رفتار و فرهنگ دوستان را بپذیریم.

فضای ارتباطی

اهمیت فضاهای ارتباطی از قبیل فرآیند اجتماعی شدن و خصوصاً رسانه‌های همگانی در وضعیت پسادرن به‌اندازه‌ای است که بودریار استدلال می‌کند ما در عصر فرا واقعیت زندگی می‌کنیم. منظور بودریار از فرا واقعیت این است که رایانه‌ای شدن، تکنولوژی ارتباطات و رسانه‌ها باهم از طریق تولید تصاویر و مدل‌هایی از واقعیت که به‌طور روزافزونی جای خود واقعیت را می‌گیرند، به تجربه بشری شکل می‌دهند:

چیزهایی که در تلویزیون و ماهواره می‌بینی بهت می‌گن که برای به‌روز بودن باید خودت را چطوری بسازی.

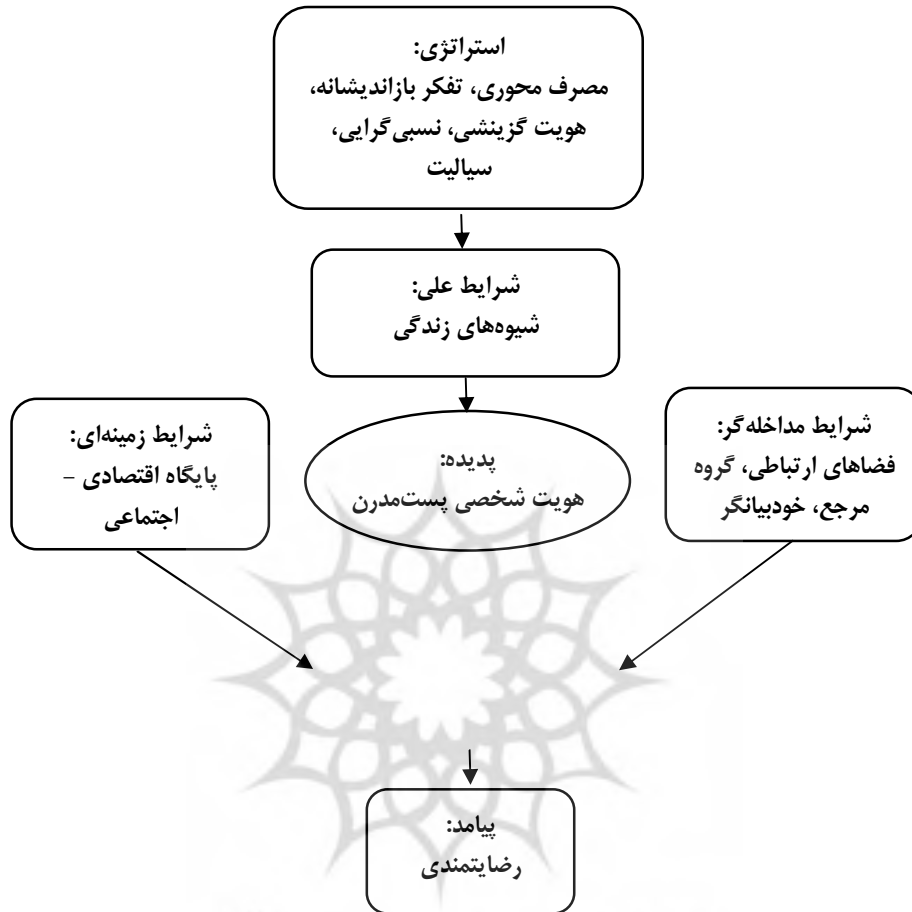
فضاهای ارتباطی به فرآیند معنایابی کمک می‌کنند. در جهانی که به‌طور روزافزونی پیچیده‌تر می‌شود و در جایی که حوادث و رخدادها دور دست بسیار پراهمیت می‌شوند،

بیشتر ما برای معنی کردن جهان به رسانه‌های همگانی متکی شده‌ایم. آن‌ها دستور کاری برای ما تعیین می‌کنند که درباره چه چیزی فکر کنیم (گیبینز، ۱۳۸۴: ۷۴).
قبلاً که ماهواره نبود از جایی خبر نداشتی. اما الان وضعیت فرق می‌کند، از کل دنیا خبر داری، می‌دانی چه اتفاقی در حال رخ دادن است.

«زمانی که جامعه پذیری به شکل فراگیری از طریق رسانه‌های جهانی و به طور فزاینده‌ای از طریق اینترنت صورت می‌گیرد، توانایی و خواست دولت - ملت‌ها برای کنترل بر جامعه‌پذیری، رو به تحلیل می‌رود» (گیبینز، ۱۳۸۴: ۸۲). بنا بر عقیده متفکران پست‌مدرن، ما در دوران فرا واقعیت زندگی می‌کنیم که در آن مرزهای واقعیت و توهم محو شده‌اند. در جهانی که در آن تصاویر، واقعی‌تر از خود واقعیت به نظر می‌رسند.

نتیجه‌گیری

برای تشریح شرایط، فرآیندها و پیامدهای هویت شخصی پست‌مدرن و درک جهت‌گیری ذهنی از هویت شخصی پست‌مدرن در جامعه مورد مطالعه، از مدل پارادایمی زیر (شکل ۴) استفاده شده است. این مدل یک ابزار تحلیلی برای تحلیل‌گران است تا به این وسیله بتوانند فرآیندها و ساختارها را به یکدیگر پیوند دهند. بسترها و شرایط مختلفی بر نحوه شکل‌گیری هویت تأثیرگذار هستند و با توجه به مقولات عمده به‌دست‌آمده، می‌توان گفت که «مفهوم هویت شخصی پست‌مدرن»، مقوله‌ای است که محقق می‌تواند توسط آن نظم موجود بین مفاهیم و مقولات را کشف کند. با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده، ۱۰ مقوله عمده به‌دست‌آمده است که عبارت‌اند از: مصرف محوری، نسبی‌گرایی، سیالیت، تفکر بازاندیشانه، گروه مرجع، خود بیانگر باوری، هویت‌گزینشی، فضاهای ارتباطی، رضایتمندی و سبک زندگی. از میان این مقولات به مقوله هسته «هویت شخصی پست‌مدرن» دست یافتیم. هویت شخصی همان خود است که شخص آن را به عنوان بازتاب زندگی‌نامه‌اش می‌پذیرد. تغییرات ایجاد شده در شیوه تکوین هویت شخصی، دارای یکسری شرایط و بسترهاست و در نتیجه فرآیندهای خاصی حاصل می‌شود که بیشتر آن‌ها از عناصر مدرنیته متأخر هستند. ورود عناصر مدرنیته متأخر منجر به تغییراتی در سبک زندگی افراد و نگرش آن‌ها شده است و از آنجا که سبک زندگی و هویت شخصی به هم وابسته‌اند، تغییر در هر یک، باعث تغییر در دیگری می‌شود. همچنین، شیوه جدید تکوین هویت شخصی، نتایج خاصی نیز به همراه می‌آورد.



شکل ۴- مدل پارادایمی نظریه زمینه‌ای

بر اساس مدل پارادایمی پژوهش حاضر، ابتدا شرایط علی بر پدیده موردنظر، یعنی «هویت شخصی پست‌مدرن» تأثیر می‌گذارند. شرایط علی در پژوهش حاضر عبارتند از: شیوه زندگی. علاوه بر شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر هم هویت‌یابی شخصی پست‌مدرن را تحت تأثیر قرار می‌دهند. شرایط زمینه‌ای عبارتند از: پایگاه اقتصادی و جنسیت. شرایط مداخله‌گر که می‌تواند منجر به تشدید یا تخفیف شکل‌گیری پدیده شود عبارتند از فضاهای ارتباطی، گروه مرجع و خودبیانگر باوری. در نهایت، کنشگران با

استفاده از استراتژی‌های کنش/کنش متقابل (مصرف محوری، تفکر بازاندیشانه، هویت‌گزینشی، سیالیت و نسبی‌گرایی) دست به ساخت هویت شخصی پست‌مدرن می‌زنند. از پیامدهای عمده عمل، رضایتمندی است.

بر اساس مقوله هسته، جوانان مورد مطالعه به شیوه‌ای متفاوت از گذشته در مورد هویت شخصی می‌اندیشند و عمل می‌کنند. حتی تعدادی از افراد، به نقد چارچوب‌های سنتی هویت‌بخش پرداخته‌اند و آن را با توجه به شرایط جدید زندگی در مدرنیته متأخر بازتفسیر می‌کنند. بر اساس دیدگاه این افراد، هویت شخصی پست‌مدرن پدیده‌ای ثابت نیست که صرفاً تحت تأثیرات بیرونی ساخته شود، بلکه بر اساس روایت خاصی از خود باطنی آن‌ها ساخته و پرداخته می‌شود که برحسب بازتاب نهادهای اجتماعی مدرن مورد تجدید نظر مداوم قرار می‌گیرد. خط داستان حاکی از تغییر در عناصر هویت‌ساز جوانان در وضعیت پست‌مدرن است. همان‌گونه که مدل پارادایمی نشان می‌دهد شیوه زندگی عامل مهم در فرآیندهای هویت‌سازی است. با قدرت یافتن سوژه فردی و روی آوردن به ارزش‌های مدرن و نو، شیوه‌های نوینی برای هویت‌سازی مطرح می‌شود. در عصر مدرنیته متأخر بیش از هر زمان دیگری انسان‌ها با منابع هویتی بی‌شماری مواجه‌اند که باعث دگرگونی در هویت سنتی و پیدایش هویت‌های شخصی چندگانه و سیال شده است. به واسطه تغییرات شتابان زندگی روزمره در مدرنیته متأخر، عوامل ساختار بخش سنتی از قبیل طبقه و قومیت اهمیت‌شان را در وضعیت پست‌مدرن از دست داده‌اند. این امر باعث شده است تا کنشگران به‌طور فزاینده‌ای از وضعیت موجود سرخورده باشند و بر مبنای علایق و سلیق فردی دست به انتخاب بزنند. از این‌رو، تعقیب شیوه زندگی خاصی در زندگی روزمره منجر به تغییراتی در هویت‌سازی شخصی می‌شود.

پایگاه اقتصادی-اجتماعی عامل زمینه‌ای در پژوهش حاضر است که بر فرآیند هویت‌سازی تأثیرگذار است. زمینه نشانگر یک سلسله شرایط خاصی است که در آن استراتژی‌های کنش/کنش متقابل صورت می‌گیرند. پایگاه اقتصادی اجتماعی عامل زمینه‌ای مؤثری در هویت‌سازی شخصی پست‌مدرن محسوب می‌شود، به طوری که می‌تواند موجبات تعویق یا تسریع در بازی‌های هویت‌سازی را فراهم آورد. شرایط مداخله‌گر به‌مثابه بستری عمل می‌کند که باعث تخفیف یا تشدید استراتژی‌ها می‌شوند. فضاهای ارتباطی، گروه مرجع و خودبیانگر باوری از عوامل مداخله‌گر مؤثر در هویت‌سازی شخصی پست‌مدرن هستند. کنشگران در فرآیند شکل‌گیری نگرش‌ها و کنش‌هایی که انجام می‌دهند بسیار

متأثر از گروه‌هایی هستند که در آن‌ها عضو هستند. درواقع، کنشگر از طریق معیارهایی که گروه در اختیار او قرار می‌دهد دائماً در حال محک زدن خویشتن خویش است. خودبیانگر باوری نیز در فرآیند هویت‌سازی شخصی در وضعیت پسامدرن عامل مداخله‌گر مهمی محسوب می‌شود. خودبیانگر باوران همواره درصدد یافتن روش‌های جدید ساخت هویت‌اند. اینجا هویت درون‌گفتمان‌ها ساخته می‌شود و از یک بازی زبانی خاص ناشی می‌شود. بنابراین، هویت شخصی تقلید و نسخه‌برداری از رسوم کهن و قواعد نیست، چون هیچ‌چیز ثابتی وجود ندارد. فضاهای ارتباطی از شرایط علی مداخله‌گر برای هویت شخصی پست‌مدرن هستند. این فضاها به‌مثابه شیوه تبادل‌نظر فرهنگی عمدتاً کنشگر را برمی‌انگیزانند تا درباره این موضوع که می‌خواهند چه کسی باشند یا چه کسی بشوند، تفکر کند. این تجربه شناختی و فرهنگی که به‌واسطه فضاهای ارتباطی کسب می‌شود عامل بسیار مهمی برای هویت‌سازی است. استراتژی‌ها، راهبردهای ایجاد شده برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده تحت شرایط مشاهده شده خاص است. این استراتژی‌ها هم معطوف به خود است و هم معطوف به رفتار متقابل سایرین.

مصرف‌محوری، تفکر بازاندیشانه، هویت‌گزینشی، سیالیت و نسبی‌گرایی استراتژی‌هایی هستند که کنشگر در وضعیت پسامدرن از آن‌ها بهره می‌برد تا به هویت شخصی خویش سامان دهد. در جامعه پسامدرن، به‌واسطه ناپایداری که وجود دارد، مصرف و ماهیت متنوع اشیاء مصرفی منجر به ساخت هویت شخصی می‌شود که مطابق با این وضعیت است. درواقع، همچنان که مصرف انعطاف‌پذیرتر و پویاتر می‌شود، فرد می‌تواند هویت‌های خود را تغییر دهد، آزمون کند و گزینه‌های بیشتری را برای هویت‌سازی انتخاب کند. همچنین، کنشگران از طریق تفکر بازاندیشانه همه جوانب هویتی خود را مورد بازاندیشی قرار می‌دهند و هم‌زمان پاسخی برای آن در نظر می‌گیرند. درواقع، هویت شخصی در پرتو اطلاعات حاصله راجع به آن‌ها مدام بررسی می‌شود و شکل تازه‌ای به خود می‌گیرد. در نتیجه سرشتش به‌طور اساسی تغییر می‌کند. به علت پیدایش انواع ایدئولوژی‌های هویت‌ساز، هویت چندگانه و متکثر است. به عبارتی، فضاهای ناهمگون سبب چندپارگی هویت هستند. این فضاهای متکثر و متفاوت و فضاهایی که افراد در آن خود را با عناوین واحد تعریف نمی‌کنند و درعین حال به‌طور ناخودآگاه درگیر ارتباطی مداوم با آن هستند، از عوامل اصلی هویت‌گزینشی محسوب می‌شوند. این شرایط به ایجاد و تحکیم ذهنیت‌های جدید منجر خواهد شد که همگی بر اساس شناختی مبهم از دیگری و فرهنگ تعریف

می‌شوند. سیالیت از ابزارهای اساسی است که در مدرنیته متأخر، کنشگر به‌وسیله آن روایت معینی از هویت شخصی خویش بر می‌سازد و آن را در معرض تماشای دیگران قرار می‌دهد. به عبارتی، نحوه ظاهر شدن ما، یعنی آنچه که می‌پوشیم، ژست‌هایی که می‌گیریم، بخشی از درک و برداشت ما و دیگران را از خود ما شکل می‌دهند. بر پایه نسبی‌گرایی، باورها و عقاید نسبی هستند و به افراد مختلف و جوامع مختلف وابسته‌اند. به عبارتی، افراد مختلف معیارهای متفاوتی را برای هویت‌سازی خود پذیرفته‌اند. این معیارها می‌توانند گاهی اوقات در تضاد با معیارهای افراد دیگر باشند. در یک جامعه پست‌مدرن هیچ اصل عینی و بدون تغییری وجود ندارد.

در رویکرد پست‌مدرن، هویت یابی دستخوش تحولی تاریخی شده است. به طوری که هویت دیگر از درونی‌سازی و به هم آمیزی نقش‌های اجتماعی مایه نمی‌گیرد، بلکه متأثر از صورت‌های بیرونی دلالت است. همزمان، در فرآیند فردی شدن، دلبستگی فرد به زیست‌جهان کلی رو به افول است. این شرایط تاریخی ویژه امکانات متکثری را نسبت به دوران قبل در اختیار فرد قرار می‌دهد تا روایتی جدید از خود خویش ارائه دهد. فرد پست‌مدرن از طریق انباشت منابع هویت‌ساز در پی کسب رضایت آنی از خود خویش است. فرد معاصر، میان انبوهی از ارزش‌های سنتی و قدرت‌های هژمونیک گرفتار شده است که از طریق جامعه‌پذیری به او انتقال یافته‌اند. در عین حال، کثرت عناصر و ارزش‌های هویتی مدرنیته نیز بر او فشار می‌آورد. در نتیجه، جوانان در انتخاب الگوهای هویتی خویش در معرض تضاد و دوگانگی قرار می‌گیرند و ناگزیر از میان این ارزش‌های گاه متضاد دست به انتخاب می‌زنند که در نتیجه آن، هویت سیال و ناپایدار است و کنشگر تحت شرایط و عوامل تصادفی و گذرا هویت می‌یابد. فرد پست‌مدرن می‌آموزد بین تنوع کثیری از منابع هویت‌ساز که بعضی سنتی و بعضی مدرن و پست‌مدرن هستند هارمونی ایجاد کند. این خودها به واسطه ظهور فناوری‌های جدید بازاندیشانه هستند و فرد متأثر از فضاهای ارتباطی، گروه‌های مرجع و خودبیانگرباوری هویت‌های شخصی سیال، نسبی و گزینشی را به نمایش می‌گذارند. بنابراین، هویت معنای ثابتی ندارد بلکه با مجموعه‌ای از روابط اجتماعی معنا می‌یابد. به عبارتی، هویت متأثر از عوامل فرهنگی و اجتماعی در حال تغییر دائم است و نمی‌توان تعریف ثابتی از آن ارائه داد.

جامعه پست مدرن مملو از نشانه‌هاست. هویت‌ها در وضعیت پسا مدرن، به واسطه مصرف آبرژه‌ها و انگاره‌های تولید انبوه شده^۱ ساخته می‌شوند. از این رو، سوژه فردی زمانی که امکان برساختن هویت‌هایی را می‌یابد تا حدودی از محدودیت‌های مقوله‌های ساختاری و سنت رها شده است. آزادی در مصرف، نشانه آزادی در انتخاب هویت و برساختن هویت شخصی مطابق سلیقه و ترجیحات فردی است. سوژه پست‌مدرن فردیت و درک خود را از هویت به صورت ترکیب و تألیفی از خاص بودگی کالاها، لباس‌ها، تجربه‌ها، قیافه‌ها و حالات بدنی به نمایش می‌گذارد. در واقع، هویت‌سازی به صورت روزافزون با آنچه می‌خریم ارتباط یافته است. ما امروزه با استفاده از کالاها به عنوان علائمی دال بر فردیت و همبستگی، هویت‌های خود را می‌سازیم. پیامد این شرایط، نوعی هویت بازاندیشانه، سیال، نسبی، شدیداً مصرف محور است که فرد در فضاهاى اجتماعى متفاوت باید دست به گزینش بزند. این وضعیت منجر به نوعی رضایتمندی آنی است. رضایتمندی ناشی از برآورده شدن انتظارات هویتی است. افراد در چهارچوب نظم تعاملی درباره هویت‌های خود چک‌وچانه می‌زنند و با بسیج کردن مهارت‌های تعاملی خود در درون روال‌های موقعیتی، تصویری از خودشان به دیگران ارائه می‌کنند تا مورد پذیرش آنان قرار گیرد.

بنابراین، پست‌مدرنیسم فضای سومی برای هویت‌یابی خلق کرده که نه دست‌وپابسته ویژگی‌های ساختاری از پیش مقدرند و نه کاملاً خودسرانه و شناورند. این رهیافت دیالکتیکی، امکان مذاکره و توافق و تنظیم و تعدیل هویت را فراهم می‌کند و با دوری از ادعای ناپدید شدن یکسره مقوله‌های ساختاری در هویت‌یابی، معتقد است که پست‌مدرنیسم مقوله‌های ساختاری را سیال‌تر و تامل‌پذیرتر کرده است. بنابراین در جامعه پست‌مدرن فرد در فرآیند تغییر و تعدیل در جهت طرد یا مذاکره و چانه‌زنی با ایدئولوژی‌های دست‌وپاگیری عمل می‌کند که در مدرنیته بر تعیین و انتساب هویت‌ها حاکم بود.

منابع

- ابادری، یوسف؛ عباس کاظمی. (۱۳۸۴). رویکردهای نظری خرید: از جامعه‌شناسی تا مطالعات فرهنگی. **فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۵.
- استراوس، آنسلم؛ جولیت کوربین. (۱۳۸۵). **اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها**. ترجمه: بیوک محمدی. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۴). **نظریه‌های فرهنگ عامه**. ترجمه: ثریا پاک‌نظر. نشر گام نو.
- اشرف نظری، علی. (۱۳۸۵). پست‌مدرنیسم و هویت سیاسی. **فصلنامه مطالعات ملی**، سال هفتم، شماره ۳.
- امیری، سمانه؛ احمدرضا اصغر پور ماسوله. (۱۳۹۵). ظهور دین‌داری‌گزینشی در میان دختران جوان شهر مشهد. **مجله علوم اجتماعی** دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان.
- باومن، زیگموند. (۱۳۸۴). **عشق سیال: در باب ناپایداری روابط انسانی**. ترجمه: عرفان ثابتی، نشر ققنوس.
- برگر، پیتر و دیگران. (۱۳۸۱). **ذهن بی‌خانمان: نوسازی و آگاهی**. ترجمه: محمد ساوجی. نشر نی.
- بنت، اندی. (۱۳۸۶). **فرهنگ و زندگی روزمره**. ترجمه: لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان. نشر اختران.
- بوردیو، پی.یر. (۱۳۸۱). **نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی**. ترجمه: مرتضی مردیها، انتشارات نقش و نگار.
- بوردیو، پی.یر. (۱۳۸۴). **شکل‌های سرمایه در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه**. گردآوری کیان تاج‌بخش، ترجمه: افشین پاک‌باز و حسن پویان، نشر شیرازه.
- پور نصیری، ثریا؛ داریوش بستانی. (۱۳۹۵). کندوکاو کیفی پدیده جراحی زیبایی بینی. **مجله علوم اجتماعی** دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۴). انسان مدرن و معمای هویت. **فصلنامه مطالعات ملی**، سال ششم، شماره ۱.
- توسلی، غلام عباس؛ قاسمی، یار محمد. (۱۳۸۳). "هویت‌های جمعی و جهانی‌شدن". **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۴. زمستان.
- جی دان، رابرت. (۱۳۸۵). **نقد اجتماعی پست‌مدرنیته: بحران‌های هویت**. ترجمه: صالح نجفی. نشر پردیس.
- چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در مدرنیته اخیر. **پایان‌نامه دکتری**، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- چوپانی، یدالله. (۱۳۸۸). پدیده جهانی‌شدن فرهنگ‌ها. **فصلنامه سیاست دانشکده حقوق و علوم سیاسی**، شماره ۳ دوره ۳۹.
- حمیدی، نفیسه. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای مناقشات. **مجله زن در توسعه و سیاست**، دوره ۶، شماره ۴.
- دانش، یونس. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی زیبایی بین دانشجویان دختر در دانشگاه هرمزگان. **فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی**، دوره ۱، شماره ۲.
- رفعت جاه، مریم؛ نرجس مسرور. (۱۳۸۸). **تأملی در هویت زن ایرانی**، انتشارات دانشگاه تهران.

- سیدمن، استیون. (۱۳۹۲). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی*. ترجمه: هادی جلیلی، نشر نی.
- علمی، محمود؛ سارا الیاسی. (۱۳۸۸). عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی. *مجله جامعه‌شناسی*، سال اول، شماره دوم.
- فدرستون، مایک. (۱۳۸۰). *زیباشناختی کردن زندگی روزمره*. ترجمه: مهسا کرم پور. فصلنامه ارغنون، شماره ۱۹، فرهنگ و زندگی روزمره ۱.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۹). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه: هادی جلیلی، نشر نی.
- کوزر، لیوئیس. (۱۳۸۰). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. ترجمه: محسن ثلاثی. انتشارات علمی.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱). *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت*. تهران: نشر نی.
- گیبینز، جان. (۱۳۸۱). *سیاست پست‌مدرنیته*. ترجمه: منصور انصاری، انتشارات گام نو.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). *پیامدهای مدرنیته*. ترجمه: محسن ثلاثی، نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه: ناصر موفقیان. نشر نی.
- محمد پور، احمد. (۱۳۹۲). *صد روش*. جلد اول، انتشارات جامعه‌شناسان.
- نش، کیت. (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی‌شدن، سیاست و قدرت*. ترجمه: محمدتقی دل‌فروز. انتشارات کویر.
- نودری، حسینعلی. (۱۳۸۵). نگاهی تحلیلی به روند تحول مفهوم هویت در قالب‌های سه گانه هویت سنتی، مدن و پست مدرن. *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۲.
- وارد، گلن. (۱۳۸۴). *پست‌مدرنیسم*. ترجمه: قادر فخر رنجبری و ابوذر کرمی. نشر ماهی.
- احمدی، ثریا؛ سیدمحمد مهدی زاده؛ سیدوحید عقیلی. (۱۳۸۸). تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران. *مجله پژوهش‌های ارتباطی*. (پژوهش و سنجش)، دوره ۱۶، شماره ۴.
- افشار، سیمین؛ سیداحمد میرمحمدتبار؛ نرگس پیرحیاتی؛ سمیه اقبالی. (۱۳۹۵). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت شخصی مدرن دختران و زنان شهر تهران. *مجله پژوهش‌های ارتباطی*، دوره ۲۳، شماره ۸۷.
- سیمه شالچی. (۱۳۸۴). بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با رسانه. *پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی*، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ساروخانی، باقر و مریم رفعت جاه. (۱۳۸۳). عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در باز تعریف هویت اجتماعی زنان. *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، دوره ۲، شماره ۱.
- عزیززاده، گیتی. (۱۳۸۴). بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر هویت بآبی زنان دارای مشاغل علمی - تخصصی در ایران. *پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی*
- بلوردی، زهیر مصطفی؛ محمد عبداللهی. (۱۳۹۰). بررسی میزان رشد هویت فردی مدرن در میان دختران نوجوان شهر تهران. *فصلنامه مطالعات زنان*، سال ۹، شماره ۱.
- سفیری، خدیجه؛ سمیه کلانی. (۱۳۹۵). تجربه زیسته جوانان در مواجهه با چالش‌های هویتی جامعه‌گذار. *فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران*، دوره ۷، شماره ۱.

- کلانی، سمیه؛ خدیجه سفیری. (۱۳۹۶). تناقض‌های هویتی جوانان در کنش و واکنش با خانواده و جامعه. *فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران*، دوره ۸، شماره ۱.
- بلوردی، زهیر مصطفی؛ سجاد مرادی؛ منصور عرب. (۱۳۹۳). رابطه مصرف و هویت. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره ۸، شماره ۲.
- Abrams, P. (1982). *Historical Sociology*. Open Book. Publishing. Itd. England.
- Foucault, M. (1985). *Archeology of Knowledge*. London: Tavistock.
- Kellner, D. (1996). *Television, Advertises and the Construction of Postmodern Identity*. London Rutledge Publication.
- Grasmuck, S. (2009). Facebook and Identity. *Journal of ComputerMediated Communication*, Vol. 15, No. 2, Pp. 158-188.
- Kelley, F. (2007). *Face-Time: The Construction of Identity on Facebook*. London: Wadsworth.
- Rich, Y., & Schachter, E. P. (2012). *High school identity climate and student identity development*. Contemporary Educational Psychology, v37 n3.
- Dunn, T. & Castro, A. (2012). *Postmodern society and the Individual: The structural characteristics of postmodern society and how they Shape who we Think we Are*. Social Science Journal, n 5.
- Bovone, L. (2006). Urban style cultures and urban cultural production in Milan: Postmodern identity and the transformation of fashion. *Poetics Journal*, Volume 34, Issue 6.