

**Abstract**

The aim of this study was to analyze the structure of factors related to body reflection in virtual networks (a case study of Iranian Instagram users) and to identify the role of people using Instagram social network in their social, theatrical and aesthetic body reflection. Research Method In the present study, a qualitative method with content analysis and interview techniques has been used.

According to the goals and characteristics of the research, in the qualitative part of the statistical population of the research, there are photos of Instagram users with more than 1000 followers (they display themselves at least 5 times during the day), of which 20 are from their page. Was analyzed. And in the quality interview section, there are 20 Instagram users in 1998

For qualitative sampling, the saturation method has been used

In analyzing the reflection of the body on the Instagram social network, the researcher found that in terms of body reflection techniques used in these types, in the social body type of detection and concealment techniques, in the body pattern, a display of exercise and seduction techniques, and in Finally, aesthetic and artificial beauty techniques have been used in the aesthetic body pattern.

**key words:** Analysis of structure, body, reflection, Instagram, virtual network

## تحلیل ساختار مرتبط با انعکاس بدن در شبکه‌های مجازی اینستاگرام

مریم فروغی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۱

نسیم مجیدی قهرودی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۵

محمد رضا رسولی<sup>۳</sup>

## چکیده

این تحقیق با هدف تحلیل ساختار عوامل مرتبط با انعکاس بدن در شبکه‌های مجازی (مطالعه موردی کاربران ایرانی اینستاگرام) و به منظور شناسایی نقش استفاده افراد از شبکه اجتماعی اینستاگرام در میزان انعکاس بدن اجتماعی، نمایشی و زیباشناختی آن‌ها صورت گرفته است. روش تحقیق در پژوهش حاضر به صورت روش کیفی با تکنیک‌های تحلیل محتوا و مصاحبه استفاده شده است.

با توجه به اهداف و ویژگی‌های پژوهش، در بخش کیفی جامعه آماری تحقیق عکس‌های کاربران اینستاگرام با دنبال‌کنندگان بالای ۱۰۰۰ نفر (در طول روز حداقل ۳ بار خود را به نمایش می‌گذارند) می‌باشد که تعداد ۶۰ عدد عکس از صفحه آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. و در بخش مصاحبه کیفی تعداد ۲۰ نفر از کاربران اینستاگرام در سال ۹۸ می‌باشند.

برای نمونه‌گیری کیفی به ترتیب از روش اشباع بهره گرفته شده است

محقق در تحلیل انعکاس بدن عکس‌ها در شبکه اجتماعی اینستاگرام دریافت که از حیث تکنیک‌های انعکاس بدن به کار برده شده در این تیپها، در تیپ بدن اجتماعی از تکنیک‌های آشکارسازی و پنهان‌سازی، در الگوی بدن نمایشی از تکنیک‌های ورزیدگی و اغواگری و در نهایت در الگوی بدن زیباشناختی از تکنیک‌های زیبایی‌شناختی و زیبایی مصنوعی استفاده گردیده است.

**واژگان کلیدی:** تحلیل ساختار، بدن، انعکاس، اینستاگرام، شبکه مجازی

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

دانشیار، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

دانشیار، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

برایان اس. ترنر، ۱۹۹۳ بنیان گذار جامعه شناسی بدن در کتاب "جامعه و بدن"<sup>۲</sup> برای اولین بار این مفهوم را بکار گرفت. او توجه به زیبایی و جوانی در رسانه های جمعه، افزایش علاقه به جوانی و تلاش برای حفظ و تداوم آن در سالهای غیر از جوانی را عوامل گسترش توجه دانشمندان به پژوهش ها در حوزه بدن به مثابه امر اجتماعی و نه صرفاً زیستی و روانی معطوف کرده است. (ادیبی سده و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۱) جامعه شناسی بدن از جامعه شناسی است که ماهیت اجتماعی جسمانیت انسان، تولید اجتماعی و ارتباطی بدن، نمایش اجتماعی و گفتمان های حاکم بر بدن بدون تعامل و پیچیده میان بدن جامعه و فرهنگ را بررسی می کند. در دنیای کنونی انسان و اندام او یک هستی زیست شناختی و روان شناختی صرف نیست، بلکه پدیده ای است که به شکل اجتماعی ساخته و پرداخته می شود. (کینگر کرگن، ۲۰۰۶: ۳)

و یکی از شاخص های نهانی و بنیان های غایی جهان اجتماعی است که در آن قرار داریم. می توان پذیرفت که داشتن بدن زیبا نشانه ارزشهای اجتماعی و تا حدودی ساز و کار قدرت و کنترل اجتماعی است. (خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۲) در هر جامعه ای بدن انسان، یک واقعیت جسمانی و یک واقعیت اجتماعی دارد. شکل، اندازه، پوشاک و زینت بدن انسان وسیله ای برای ارتباط و انتقال اطلاعات به دیگر اعضای جامعه است (ادیبی سده و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۰) با وجود این تا ربع آخر قرن بیستم مساله بدن در میان نظریه پردازان کلاسیک جامعه شناسی اهمیت چندانی نداشت. آنچه که باعث ایجاد علاقه به بدن در جامعه شناسی و ارتباطات شد تغییرات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کلیدی در اواخر قرن بیستم است. (سیدمن، ۱۳۸۶: ۱۳۵۷).

#### بیان مساله:

با افزایش اهمیت خود که از محصولات جامعه مدرن است بدن به عنوان واضح ترین و آشکار ترین حامل خود، جایگاه خاصی پیدا کرده و در زندگی و در تعاملات روزمره نقشی مهم را در عرصه خود ایفا می کند. در واقع زمانیکه نمایش بدن در شبکه های مجازی رخ می نماید می توان بدن را جنبه اساسی خود نمایشی تلقی کرد.

<sup>۱</sup>B.S.Turner  
<sup>۲</sup>The body & society.  
<sup>۳</sup>Krieger: Cregan

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 قدرت معنابخشی 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.

بر مبنای آنچه گفته شد، در پژوهش سعی بر این بوده تا شناختی از الگوها، استراتژی‌ها، تکنیک‌ها و اهداف بازنمایی 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 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).

اگرچه کارکردهای بدن رسانه‌ای برای کاربران در اینستاگرام از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ ولی اولین قدم برای درک این موارد، شناخت الگوها و تیپ‌های بدنی مختلفی است که به واسطه وجود شبکه‌های اجتماعی فرصت انعکاس بدن پیدا کرده‌اند. بر این مبنای و برای ارائه تصویری روشن از شمایل این مؤلفه هویتی در اینستاگرام؛ سعی بر این است که این پرسش اساسی در این پژوهش پاسخ داده شود که تا آنجا که تا انعکاس بدن در شبکه‌های مجازی - در این مطالعه اینستاگرام - چگونه انجام می‌گیرد؟

### سوالات تحقیق:

۱- الگوهای غالب انعکاس بدن در عکس‌های شخصی کاربران ایرانی اینستاگرام چیست؟

۲- کاربران ایرانی اینستاگرام از چه تکنیک‌هایی برای انعکاس بدن استفاده می‌کنند؟

۳- هدف از به کارگیری هر یک از این تکنیک‌ها چیست؟

### اهداف:

۱- شناخت الگوهای غالب انعکاس بدن در عکس‌های شخصی کاربران ایرانی اینستاگرام.

۲- شناخت تکنیک‌هایی کاربران ایرانی اینستاگرام برای انعکاس بدن.

۳- شناخت هدف کاربران از به کارگیری هر یک از این تکنیک‌ها.

### تاریخچه تحقیق

نخستین بار مفهومی با عنوان شبکه های اجتماعی اینترنتی با قالب امروزی در سال ۱۹۶۰، اولین بار در دانشگاه ایلوی نویز در ایالت متحده امریکا مطرح شد. پس از آن در سال ۱۹۹۷، نخستین سایت شبکه اجتماعی راه اندازی شد. این سایت به کاربرانش اجازه ایجاد پروفایلی داد به آدرس اینترنتی (SixDegrees.com) که بتوانند لیستی از دوستانشان را ایجاد کنند. البته، این سایت در این زمینه موفق نشد و بعد از سه سال متوقف شد. بعد از آن، انفجار تجارت در وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲، باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی فرنداستر ۳۲، اورکات ۳۳ و لینکداین ۳۴ شد و باعث شکوفایی وب سایت های شبکه های اجتماعی در اینترنت شد؛ و پس از این شبکه‌های اجتماعی دیگری مثل فیس بوک، تویتر و غیره ظهور کردند و این شبکه‌ها. در حال حاضر میلیون ها کاربر دارند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۵۴)

### مبانی نظری تحقیق

#### نظریه های اجتماعی، ارتباطی و فرهنگی مطالعات بدن

پیش از نیمه دوم دهه ۱۹۸۰ اغلب جامعه شناسان چه در جامعه شناسی پزشکی و چه در کتاب های عمومی جامعه شناسی، بدن را مورد توجه قرار نمی دادند، بلکه اغلب بر جوانب خارجی بدن توجه داشتند. در واقع در فضای اجتماعی، کنشگران را با هویت های فارغ از بدن مورد مطالعه قرار می دادند و در آن بدن موضوعی برای شناخت به حساب نمی آمد. (خواجه نوری، ۱۳۸۹: ۸۶)

در این رابطه برایان ترنر، در کتاب بدن و جامعه بیان می دارد که جامعه شناسی در گذشته ذهن و بدن را جدای از هم می دید و این مسئله با سنت فلسفه دکارتی رابطه داشت. بنابر این بدن در بررسی موضوع انسانی وجود نداشت، بلکه به جای آن فکر و ذهن انسان موضوع مطالعه بود. اما در سالهای اخیر بدن انسان به عنوان یک موضوع مهم مورد مطالعه جامعه شناسان و ارتباط گران معاصر قرار گرفته است. اهمیت بدن، نه تنها در تحقیقات تجربی، بلکه در تئوری پردازی های جامعه شناختی آشکار شده است.

جامعه‌شناسی بدن در چگونگی تاثیر پذیری بدن افراد از عوامل و نیروهای اجتماعی کاوش می‌کند. از دهه ۱۹۹۰ محققان به غایب بودن بدن در تئوری‌های جامعه‌شناسی اذغان داشته‌اند و از بدن به عنوان حاضری غایب در جامعه‌شناسی یاد کرده‌اند. (نوغانی، محسن، ۱۳۸۹: ۷۶)

### - رویکرد نمایشی گافمن

رسیدن به درکی درست از رویکرد نمایشی گافمن جز از طریق پرداختن به سه مفهوم اصلی مطرح شده توسط او یعنی: اجرا، نمود خود<sup>۷</sup> و مدیریت تأثیرگذاری<sup>۸</sup> امکان پذیر نیست. به عقیده وی «اجرا را می‌توان به عنوان 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>۹</sup> است که به دو بخش قیافه<sup>۱۰</sup> و منش<sup>۱۱</sup> تفکیک می‌شود (همان).

«زمانی که فرد در مقابل دیگران ظاهر می‌شود، معمولاً فعالیت خود را با نشانه‌هایی درمی‌آمیزد تا حقایق تأییدآمیزی 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 ایده‌آل‌سازی شده است.

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

<sup>۱</sup>Presentation

<sup>۷</sup>Self- Presentation

<sup>۸</sup>Impression management

<sup>۹</sup>Personal front

<sup>۱۰</sup>Appearance

<sup>۱۱</sup>Manner

«این انتخاب از آن حیث است که رسانه های جدید صرفاً منعکس کننده واقعیات جهان نبوده بلکه سازنده واقعیات جهان نیز

هستند» (ون لون، ۱۳۹۱: ۱۱۸)

قائل می شود، از لفظ باز-نمود خود استفاده می شود

### - بدن و جهانی شدن آنتونی گیدنز<sup>۱۲</sup>

گیدنز، جهانی شدن را پدیده های چندبعدی می انگارد. به باور او، جهانی شدن، جنبه ای بنیادی در پس هر یک از بعدهای گوناگون جهانی شدن است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۹۲) که فرهنگ محلی و محتوای محل زندگی را مورد تهاجم قرار داده، افراد را مجبور می کند تا به صورت بازتر، انعطاف پذیرتر و فردی تر زندگی کنند. تأثیر فردی شدن، به موازات جهان گرایی است. جهانی شدن موجب می شود تا فرهنگها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی محلی به همزیستی فرهنگها و استفاده از میراث تمدنها و فرهنگ جهانی روی آورند و بر اساس عقلانیت به سوی آموزه های استحکام جهانی، آگاهی محلی و «جهانی فکر کن و محلی عمل کن» جهت یابند. به زعم گیدنز، به دلیل پویایی جوامع امروزی، حق انتخاب و تنوع انتخاب افراد از بین تنوع مراجع در فضای جهانی به قدری وسیع است که همین امر، هویت شخصی افراد را متحول می کند و بازاندیشی هویتی را در زندگی روزمره موجب می شود؛ به گونه ای که حتی جسم افراد تحت تأثیر بازتابندگی خود است. (ادیبی و همکاران، ۱۳۷۸: ۱۰۶)

### - فوکو (بدن، قدرت، دانش)

در واقع موضوع بدن آدمی در نظریه های اخیر به ویژه با نام میشل فوکو در آمیخته است، زیرا وی اولین کسی است که پرسش از بدن را وارد علوم اجتماعی کرده است؛ یکی از انواع قدرتی که در کارهای فوکو مورد تحلیل قرار گرفته است، قدرت ناشی از جنسیت افراد جامعه است که با ارائه تعریفی از زنانگی و مردانگی موجب میشود جنسی در جامعه پست تر و جنسی فراتر جلوه کند. اندیشه محوری او در کتاب (تاریخ جنسیت) این است که آنچه در جامعه به عنوان حقیقت امر جنسی شناخته میشود در واقع بیش از نوعی اسطوره نیست. اما این اسطوره پردازی بر روابط میان آدمیان تأثیری بسزا دارد و آنان را در حلقه ای از روابط قدرت اسیر میسازد. (اباذری و حمیدی، ۱۳۸۷: ۱۷)

<sup>۱۲</sup>Giddenz

هدف مجموعه آثار فوکو درباره جنسیت یعنی تاریخ جنسیت جلد ۱: اراده دانستن، جلد ۲: کاربرد لذت، جلد ۳: نگرانی برای خود و جلد ۴: اعترافات تن توضیح فرایند تکوین و توسعه تجربه جنسیت در جوامع غربی: تلقی کرده اند (دریفوس و رابینو، ۱۳۷۹: ۵۴)

به نظر فوکو، جنسیت یک نقطه انتقال متراکم در زمینه روابط قدرت به شمار می‌آید. "سوژه جنسی" به ویژه فرایندهایی است که افراد از طریق آن‌ها خود را او می‌گویند که هدفش تعیین رژیم متشکل از قدرت / دانش / لذت است که نحوه ی مباحث درباری جنسیت بشری را در جهان ما تعیین و حفظ میکند. فوکو در این باره بررسی میکند که چگونه میل جنسی در مباحثات ما وارد میشود (ریترز، ۱۳۷۹: ۵۶۹)

#### - بری ولمن<sup>۳</sup> (تحلیل شبکه‌های اجتماعی)

از نظر ولمن، شبکه‌های ارتباطی به ویژه شبکه ارتباطی کامپیوتری واسط، پشتیبان شبکه‌های اجتماعی اند و اغلب به شکلی جدایی‌ناپذیر از یکدیگر عمل می‌کنند. به کمک شبکه ارتباطات کامپیوتر واسط، مردم در شبکه‌های اجتماعی به هم می‌پیوندند و از طریق شبکه‌های اجتماعی، مردم موقعیت‌هایشان را که به هنگام استفاده از شبکه‌های کامپیوتری در اختیار دارند، درمی‌یابند که می‌توانند بر روی برداشت ذهنی کاربران از بدنشان تأثیر بگذارند، به طوری که می‌توان گفت:

- زندگی در شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری، توان اتصال با تعداد بزرگ‌تری از گروه‌های اجتماعی را فراهم می‌آورد، در حالی که میزان گرفتار شدن در هر یک از این گروه‌ها را کاهش می‌دهد.

- زندگی در شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری، کنترل هر یک از گروه‌های اجتماعی را کاهش می‌دهد، در عین حال تعهد هر یک از گروه‌ها را نیز نسبت به تأمین یک وضعیت خوب شخصی پایین می‌آورد.

- زندگی در شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری ایجاب می‌کند که افراد به طور فعال، شبکه‌های تکه‌تکه شده را نگه دارند. با زندگی در شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری احتمال می‌رود نسبت تعامل از تعامل‌های مبتنی بر ویژگی‌های انتسابی - بدو تولد نظیر سن، جنس، نژاد و قومیت - به سمت تعاملات مبنی بر ویژگی‌های اکتسابی در طول زندگی - نظیر سبک‌های زندگی، هنجارهای مشترک و علایق داوطلبانه - سوق یابد.



- بریتون<sup>۴</sup>(۲۰۱۲) در مقاله ای تحت عنوان «تاثیرگذاری صنعت بر زیبایی زنان در جامعه» با نظرسنجی از ۱۳۷ دانشجویی که عضو فیس بوک بوده اند و با استفاده از روش گلوله برفی انتخاب شده اند و با استفاده پرسشنامه عزت نفس و رفتارهای اجتماعی به صورت آنلاین به بررسی استفاده از لوازم آرایشی و بهداشتی، رفتار و عادات شخصی کاربران و سوالات آنها در حوزه زیبایی در فضای آنلاین پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می دهد که تبلیغات نقش موثری بر مدگرایی و توجه به صنعت زیبایی زنان دارد و تبلیغات رسانه به خصوص رسانه های مجازی با ارائه تصاویر غیر واقعی از زیبایی زنان، منجر به ایجاد اضطراب، کاهش عزت نفس و احساس ناخشنودی زنان از بدن و ظاهر خویش شود و گرایش زنان را به استفاده از لوازم آرایشی افزایش می دهد به نحوی که آرایش و استفاده از لوازم آرایشی و بهداشتی در بین زنان به صورت یک عادت و هنجار تبدیل شده است. به طوری که در گزارش YWCA USA در سال ۲۰۰۸ تبلیغات رسانه منجر به ایجاد وسواس زیبایی در میان زنان و دختران آمریکایی گردید و در این سال ۷ میلیارد دلار صرف هزینه لوازم آرایشی گردید و بعد از آن برای دستیابی به زیبایی به اقدام به انواع جراحی کردند. صنعت با تغییر ذائقه زیبایی افراد انتخاب زنان در جامعه توسط مردان را نیز متاثر کرد که این امر منجر به افزایش مصرف لوازم آرایش و مصرف نمایشی و تمایل به جراحی را افزایش داد به نحوی که زنان شاغل و تحصیل کرده بر حضور در اجتماعی و موقعیت های اجتماعی بیش از بقیه از افراد از لوازم آرایشی (ریمل مژه و ابرو، خط چشم، پودر، مژه مصنوعی) استفاده می کنند و آن را جزء ملزومات می داند. بریتون در تحقیقات دریافت که مارک CoverGirl مارک تجاری مورد تایید برای استفاده از لوازم آرایشی در میان اکثر پاسخگویان می باشد که به واسطه تبلیغات و بهره مندی از فضای مجازی توانسته بازار مطلوبی برای کاربران ایجاد کند. به این ترتیب رسانه با تغییر الگوها و معیارهای زیبایی منجر به تغییر دیدگاه و رفتار افراد می شود.

- کریستن و ون وندر<sup>۵</sup>(۲۰۱۲) در مقاله ای تحت عنوان «اثرات رسانه ها بر تصویر بدن: بررسی عوامل اجتماعی و فردی موثر از تاثیرپذیری از رسانه ها» به بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه و نارضایتی از بدن و عزت نفس، ارتباط با والدین و همکاران پرداخته اند و به همین منظور با نظر سنجی از ۲۸۵ دانشجوی دروه کارشناسی به تاثیر رسانه، همگام سازی و مقایسه فرد با شخصیت های رسانه پرداخته اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که فرد وقتی در معرض رسانه ها قرار می گیرد سعی می کند خود را با ایده آل

<sup>۴</sup>Britton  
<sup>۵</sup>Kristen & Van Vonderren

۱۶۱۹

رسانه ای که مهمان بدن ظریف و لاغر است برساند و دائم بدن خویش با آن مقایسه می کند و منجر به نارضایتی وی از بدن می شود. مخاطب با مشاهد بازیگران زیبا، باریک به سوی استفاده از لباس، لوازم جانبی و محصولات تبلیغاتی گرایش پیدا می کنند و شبکه ها و رسانه های مجازی به عنوان یکی از رسانه های پرکاربرد منجر شده است که دسترسی به ایده آل ها و ارائه الگوهای مصرفی برای همه مقدور باشد و نگرش همه کاربران در مورد وضعیت ایده آل عوض شود و از یافته های دیگر تحقیق آن است که استفاده از رسانه های اجتماعی و جمعی بر روابط فردی و اجتماعی فرد تاثیر می گذارد. هرگاه فرد روابط محدودتر داشته باشد و اعتماد به نفس کمتری داشته باشد و از ایده آل رسانه به دور تر باشد روابط فردی و اجتماعی او نیز کاهش می یابد. قرار گرفتن در معرض ژانرهای خاص با پذیرش زنان جوان از لاغری به عنوان یک ارزش اجتماعی و فرهنگی در ارتباط است. فرد در این حالت برای دستیابی به انتظارات شروع به دستکاری بدن خویش به هر طریق (جراحی پلاستیک، رژیم های غذایی، استفاده از لوازم لاغزی، قرص ها، لوازم ورزشی و...) می پردازند.

محمودیان و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله ای تحت عنوان «مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری» دریافته اند رسانه ها عامل اصلی در تغییر نگرش افراد به ابعاد خانواده، فرزندآوری و مدیریت بدن است. رسانه ها این قابلیت را دارند تا با ارائه بدن های ایده آل و تعاریفی از زیبایی ظاهری، نگرش زنان نسبت به الگوهای موجود در هر فرهنگ را دستخوش تغییر قرار دهند. فرزندآوری همواره با بدن زنان در ارتباط بوده و تغییراتی زیستی و ظاهری را در بدن آنها پدید می آورد که زنان متأثر از رسانه ها برای دستیابی به بدن ایده آل کمتر حاضر به فرزندآوری می باشد تا کنترل بدن خود را حفظ کنند. یافته های تحقیق بیانگر آن است که با کنترل سن، استفاده از اینترنت و مدیریت ظاهر بدن اثر منفی و مصرف رسانه خارجی اثر مثبت بر رفتار باروری دارد و رسانه اینترنت و رسانه های خارجی بیشترین تاثیر در مدیریت زنان فرهنگی شهر یاسوج را دارد. در واقع رسانه ها به ویژه رسانه های فراملی تاثیر عمده ای بر انتخاب و تصمیم گیری های افراد دارند. به این ترتیب تصمیم گیری در ارتباط با رفتار باروری و همین طور مدیریت بدن می تواند تحت تاثیر رسانه ها تغییر کند و اشکال جدیدی از این نوع رفتارها را در جامعه اشاعه دهد. از سوی دیگر امروز زنان با اختیار و آزادی های فردی که در ارتباط با بدن خود دارند می توانند کنترل و تغییر بدن تحت تاثیر قرار دهند و از بارداریهای جلوگیری کنند. اینترنت و رسانه های خارجی از بعد تناسبی و مدیریت ظاهر بر مدیریت بدن تاثیر می گذارد که وابستگی و اعتماد به این رسانه ها نقش اساسی در پذیرش پیام و تبلیغات و تغییر نگرشی در حوزه مدیریت بدن می شود.

- قاسمی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله ای تحت عنوان «رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک با تصور بدن در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان» نشان می دهد که بین مدت زمان عضویت در فیس بوک، میزان استفاده از فیس بوک، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در فیس بوک و واقعی تلقی کردن محتوای فیس بوک با تصور بدن در میان دانشجویان دختر و پسر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین فیس بوک توانسته است تصور کاربران نسبت به بدن خود را تغییر دهد. این شبکه مجازی با تاثیرات شگرف خود باعث شده که نوجوانان نسبت به بدن خود، میزان رضایت از وضعیت بدنی خویش اهمیتی که به آن می دهند و نیز وقت و سرمایه ای که صرف آن می کنند به طور معناداری متفاوت می شود. در واقع رسانه های جدید و تکنولوژی های مدرن از جمله شبکه اجتماعی فیس بوک توانسته همه ابعاد زندگی بشری از جمله تصور ذهنی او نسبت به بدن خود را تغییر دهند. این فناوری ها با تاثیرات شگرف خود باعث می شوند که نگاه انسان نسبت به بدن خود، میزان رضایت از وضعیت بدنی خویش، اهمیتی که به آن می دهد و نیز وقت و سرمایه ای که صرف آن می کند به طور معناداری متفاوت شود. فضاهای مجازی منجر به عرضه و ابراز افراد در فضاهای مجازی گردیده که در این بین زنان و جوانان برای دستیابی به ایده آل و مورد تایید قرار گرفتن سعی می کنند خود را به ایده آلهای رسانه ای با استفاده از انواع آرایش های، اتخاذ پوشش جدید، نیمه عریانی، استفاده از پوشاک ها و لباس مارک و جدید و مدگرایی و روی آوردن به انواع جراحی زیبایی نزدیک کنند.

### چارچوب نظری پژوهش

اگر چه در پژوهش حاضر از رویکردهای چندی نظیر رویکرد نمایشی گافمن، انعکاس بدن خود در سایت های شبکه اجتماعی، بدن و جهانی شدن آنتونی گیدنز، نظریه کاشت جرج گرینر اثرات رسانه، تماشاگر پرمصرف و تئوری بری ولمن (تحلیل شبکه های اجتماعی) استفاده گردید، ولی رویکردی که بیشترین ارتباط را با مقوله انعکاس بدن در این پژوهش دارد رویکرد نمایشی گافمن و باتلر و انعکاس بدن خود در سایت های شبکه اجتماعی می باشد.

«در رویکرد نمایشی کلید مواجهه با نقش ها و روابط اجتماعی به دست بدن داده می شود؛ زیرا بدن واسطه ای است میان هویت فردی و هویت اجتماعی. بدن همچون منبعی در نظر گرفته می شود که می تواند به طرق گوناگون و به منظور ساخت تصویری مشخص از خود، مدیریت شود» (شیلینگ، ۲۰۰۳: ۶۶) آنچه در اینجا به عنوان خود مورد بحث قرار می گیرد و در کنش های متقابل

زندگی روزمره و شیوه‌های مدیریت بدن خلق می‌شود بسیار آسیب‌پذیر است. از همین روی، گافمن (۱۳۹۲) از مفهومی به عنوان مدیریت تصور از خود یاد می‌کند. مفهومی که با ایجاد تمایز میان رفتارهای نمای شخصی (جلوصحنه)<sup>۱</sup> و پشت صحنه<sup>۲</sup> معنا می‌یابد.

آنچه که گافمن در مورد نمایش 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 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 صحنه و نمای شخصی داشته باشد (پاپاچاریسی، ۲۰۱۲<sup>۹</sup>).

#### روش تحقیق

در این راستا ابتدا از روش کیفی (تماتیک) جهت مشخص شدن الگوهای غالب انعکاس بدن در عکس‌های شخصی، تکنیک‌های کاربران برای انعکاس بدن و شناسایی هدف کاربران از به کارگیری هر یک از این تکنیک‌ها در جامعه آماری مورد مطالعه (کاربران ایرانی اینستاگرام) استفاده شد، که برای این منظور از تکنیک تحلیل محتوای اسناد مرتبط (تصاویر) استفاده کردیم. داده‌های حاصل از اسناد، بوسیله نرم‌افزار MAXQDA مقوله‌بندی و کدگذاری گردید.

نمونه آماری تحقیق عکس‌های کاربران اینستاگرام با دنبال کنندگان بالای ۱۰۰۰ نفر (در طول روز حداقل ۳ بار خود را به نمایش می‌گذارند) می‌باشد، که تعداد ۶۰ عدد عکس از صفحه آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. و در بخش مصاحبه تعداد ۲۰ نفر از کاربران اینستاگرام که رشته تحصیلی آنان علوم ارتباطات است مورد بررسی قرار گرفتند.

از آن‌جا که مفاهیم در پژوهش کیفی نقش محوری دارند و معمولاً یکی از اهداف چنین پژوهش‌هایی، تحلیل نظری موضوع است، لذا نمونه‌گیری در پژوهش کیفی مفهومی یا نظری است (Strauss & Corbin; 1990:177) و معمولاً تا آن‌جا پیش می‌رود که محقق احساس کند به اشباع نظری رسیده است. یعنی گردآوری داده‌ها تا موقعی ادامه می‌یابد که افزایش اطلاعات، نتواند

<sup>۱</sup>Front region  
<sup>۲</sup>Back region  
<sup>۹</sup>Papacharissi

مفاهیم، مقوله‌ها، خرده مقوله‌ها و تنوع‌های جدید به دست دهد. تا جایی که محقق و خوانندگان پژوهش وی اطمینان یابند که چیزی از قلم نیفتاده است. (همان: ۷۲) به این ترتیب در بخش کیفی پژوهش قبل از شروع پژوهش تعداد تصاویر از کاربران مورد پژوهش به طور واضح مشخص نیست. بنابراین معیاری معرفی می‌شود که در آن رسیدن به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده به‌عنوان نقطه پایان در نظر گرفته می‌شود. این معیار در زمینه پژوهش‌های کیفی، اشباع نامیده می‌شود (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۶۷).

ابزار گردآوری این تحقیق در بخش کیفی عکس‌های کاربران ایرانی اینستاگرام و مصاحبه است.

در این تحقیق در بخش کیفی از روش نمونه‌گیری اشباع استفاده شده است، که در آن رسیدن به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده به‌عنوان نقطه پایان مد نظرمان بود، به معنای دقیق‌تر در مورد خصوصیات یک دسته یا طبقه که همان کاربران اینستاگرام با دنبال کنندگان بالا هستند به اشباع رسیدیم. برای کشف رسیدن به اشباع تکرار داده‌های قبلی، مرتباً با داده‌هایی مواجه میشدیم که تکرار می‌شدند. زمانی که در مصاحبه‌ها، حرف‌ها و نظرات مشابهی به‌طور مکرر تکرار می‌شد، به این نتیجه رسیدیم که به اشباع داده‌ها دست یافته‌ایم. با این وجود پس از آنکه احساس کردیم داده‌های بدست آمده در حال تکرار هستند چند مصاحبه تکمیلی برای تأیید این عقیده خود انجام دادیم.

### جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق عکس‌های کاربران اینستاگرام با دنبال کنندگان بالای ۱۰۰۰ نفر (در طول روز حداقل ۳ بار خود را به نمایش می‌گذارند) می‌باشد که تعداد ۶۰ عدد عکس از صفحه آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. و تعداد ۲۰ نفر از کاربران اینستاگرام با تحصیلات علوم ارتباطات در بخش مصاحبه کیفی می‌باشند.

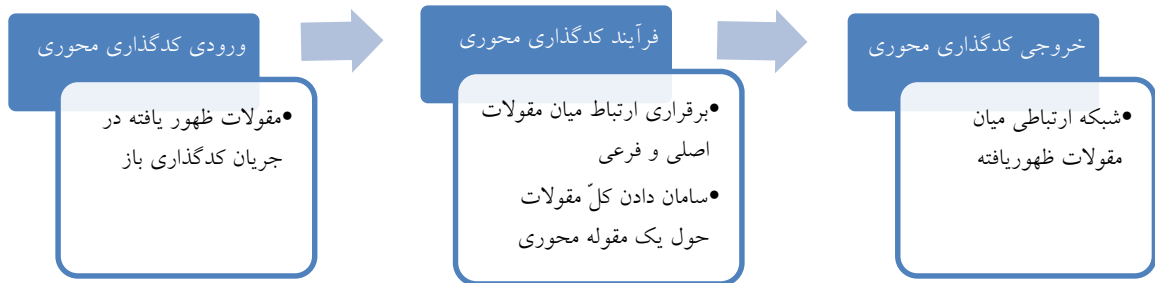
### روش توصیف و تجزیه تحلیل اطلاعات:

داده‌های حاصل از اسناد جمع‌آوری شده بوسیله نرم افزار MAXQDA مقوله‌بندی و کدگذاری گردید.

### کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری با ایجاد پیوند میان مقوله‌ها و در پی آن میان مفاهیم و داده‌ها، مقوله‌های اصلی و فرعی نمایان می‌شوند؛ بدین شکل که، یک مقوله در محور تحلیل قرار گرفته و کدگذاری مبتنی بر آن شکل می‌گیرد. این موضوع دایره پژوهش را تنگ‌تر کرده، نمونه‌برداری نظری را جهت می‌دهد. در این فرآیند علاوه بر شناسایی مقولات اصلی و فرعی، تمامی مقولات حول یک مقوله تحت عنوان «مقوله محوری» سامان می‌یابند. مقوله محوری براساس میزان تکرار در داده‌ها، توانایی ایجاد پیوند با تمام مقوله‌های اصلی با

سطح انتزاع انتخاب می‌شود. به بیان دیگر کدگذاری محوری، فرآیند ربط‌دهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌های‌شان، و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است. در این مرحله، مقوله‌ها، ویژگی‌ها و ابعاد حاصل از کدگذاری باز، تدوین شده و سر جای خود قرار می‌گیرد تا دانش فزاینده‌ای در مورد روابط ایجاد گردد.



شکل ۱: کدگذاری محوری: ورودی‌ها، فرآیند و خروجی‌ها

#### تحلیل عاملی:

به منظور بررسی اینکه چه عامل‌هایی، انعکاس بدن افراد را مورد پوشش قرار می‌دهد از تحلیل عاملی استفاده شد تا به این وسیله تعداد زیاد متغیرها و عوامل را به عامل‌هایی چند خلاصه نموده و از این طریق درک بهتری از موضوع داشته باشیم. تحلیل عاملی نامی عمومی است برای برخی از روش‌های آماری چند متغیره که هدف اصلی آن خلاصه کردن داده‌هاست. به بیان دیگر هدف اصلی تحلیل عاملی، تلخیص تعداد زیادی از متغیرها در تعداد محدودی از عامل‌ها می‌باشد به طوری که در این فرآیند کمترین میزان گم شدن اطلاعات وجود داشته باشد. این روش به بررسی همبستگی درونی تعداد زیادی از متغیرها می‌پردازد و در نهایت آن‌ها را در قالب عامل‌های عمومی محدودی دسته‌بندی کرده و تبیین می‌نماید.

جدول ۱: آماره‌های مربوط به تحلیل عاملی (۵۰ نفر)

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون بارتلت	KMO	آماره
۰/۰۰۰	۷۴۱	۱۴۰۸/۶۲۲	۰/۷۳۱	مقدار

ضریب KMO برابر با ۰/۷۳۱ و سطح معناداری بر اساس آزمون بارتلت برابر با ۰/۰۰۰ است. این مقادیر نشان می‌دهد کفایت نمونه برای انجام تحلیل عاملی در حد قابل قبولی می‌باشد و می‌توان مطمئن بود که داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب هستند. در نهایت در این تحقیق پس از انجام تحلیل عاملی ۳ گروه شناسایی شد. محقق پس از مشورت با اساتید فن و صاحب‌نظران این ۳ گروه متغیر را به شکل زیر نامگذاری کرد:

انعکاس بدن‌نمایشی

انعکاس بدن‌اجتماعی

انعکاس بدن‌زیباشناختی

یافته‌های کیفی:

جدول ۲ مربوط به الگوهای غالب، تکنیک‌های انعکاس بدن، مشخصات الگوها و اهداف

اهداف	مشخصات	تکنیک	الگوی غالب (تیپ بدنی)
دیدن شدن	تکثر و تنوع در عکس‌های دسته جمعی	آشکارسازی	اجتماعی
جذابیت بخشیدن به عکس	عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر مختلف در عکس		
ثبت خاطرات خانوادگی و دوستانه	عدم توجه به تنوع فضای بصری عکس‌ها		

<p>به تصویر کشیدن ارتباطات خانوادگی و دوستانه</p> <p>مطلع ساختن دیگران از تغییرات ظاهری</p> <p>باز-نمود ضمنی سرمایه اقتصادی به واسطه بدن</p>	<p>انعکاس بدنه عنوان یک کل یکپارچه و نه گزینش بخشی از آن</p> <p>انتخاب نمای روبه‌رو برای نمایش تصویر تمام قد از بدن</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>جذابیت بخشیدن به عکس</p> <p>ثبت خاطرات خانوادگی و دوستانه</p> <p>به تصویر کشیدن ارتباطات خانوادگی و دوستانه</p>		
<p>دیده شدن</p> <p>حفظ حریم خصوصی</p> <p>جان بخشی به عکس</p> <p>اثبات وجود خود</p> <p>مخفی کردن نقاط ضعف بدن</p> <p>حضور بدن در کنار مجموعه ای از علاقه مندی‌ها و تعلقات</p> <p>ثبت خودزیست نگاره تصویری</p>	<p>تنوع و تکرار در فضای بصری عکس‌ها</p> <p>برخورد گزینشی با بدن</p> <p>مخفی کردن چهره</p> <p>خلاقیت در به کارگیری عناصر تصویری مختلف</p> <p>بدل ساختن بدن به جزئی از چیدمان عکس‌ها</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>حفظ حریم خصوصی</p> <p>اثبات وجود خود</p> <p>مخفی کردن نقاط ضعف بدن</p> <p>حضور بدن در کنار مجموعه‌ای از علاقه‌مندی‌ها و تعلقات</p>	<p>پنهان‌سازی</p>	
<p>دیده شدن</p>	<p>تنوع و تکرار پرتره‌های فردی</p>	<p>ورزیدگی</p>	<p>نمایشی</p>



<p>انگیزه بخشی</p> <p>نمایش قدرت جسمانی،</p> <p>استقامت و پشتکار</p> <p>نمایش توانمندی‌ها</p> <p>ایجاد تمایز با دیگری به</p> <p>واسطه تأکید بر ویژگی‌های</p> <p>بدن</p> <p>گسترش دایره ارتباطات به</p> <p>واسطه تأکید بر ویژگی‌های</p> <p>بدن</p>	<p>عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر مختلف در</p> <p>عکس</p> <p>تأکید بر نقاط قوت بدن</p> <p>الگوبرداری از ورزشکاران تناسب اندام</p> <p>عکاسی از بدن در حین ورزش کردن</p> <p>اهمیت باشگاه به عنوان موقعیت عکس</p> <p>نمایش قدرت جسمانی، استقامت و پشتکار</p> <p>نمایش توانمندی‌ها</p> <p>ایجاد تمایز با دیگری به واسطه تأکید بر ویژگی‌های</p> <p>بدن</p>		
<p>دیده شدن</p> <p>القای حس برتری به واسطه</p> <p>تأکید بر جذابیت‌های بدن و</p> <p>ظاهری</p> <p>ایجاد تمایز با دیگری به</p> <p>واسطه تأکید بر جذابیت‌های</p> <p>بدن و ظاهر</p> <p>گسترش دایره ارتباطات به</p> <p>واسطه تأکید بر جذابیت‌های</p> <p>بدن و ظاهر</p>	<p>تنوع و تکرر پرتره‌های فردی</p> <p>عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر</p> <p>تأکید بر اندام‌ها و ژست‌های تحریک‌آمیز</p> <p>ایستایی بدن</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>القای حس برتری به واسطه تأکید بر جذابیت‌های</p> <p>بدن و ظاهری</p> <p>ایجاد تمایز با دیگری به واسطه تأکید بر جذابیت</p> <p>های بدن و ظاهر</p> <p>گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر جذابیت</p> <p>های بدن و ظاهر</p>	<p>اغواگری</p>	

<p>دیده شدن</p> <p>نمایش توانمندی های</p> <p>عکاسی</p> <p>خود بیانگری به واسطه بدن</p> <p>حفظ فاصله اجتماعی</p> <p>ایجاد تمایز به واسطه باز-</p> <p>نمود تصویری متفاوت از بدن</p> <p>ارائه تصویری پیچیده و</p> <p>دارای معانی متکثر به واسطه</p> <p>حضور بدن</p> <p>گسترش دایره ارتباطات به</p> <p>واسطه تأکید بر توانمندی</p> <p>درعکاسی از بدن</p>	<p>تکثر و تنوع پرتره‌های فردی</p> <p>ترکیب هنر و فناوری</p> <p>پیچیده‌سازی و مبهم‌سازی بدن</p> <p>خلاقیت در به‌کارگیری فناوری و امکانات اینستاگرام</p> <p>در انعکاس بدن بدن</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>نمایش توانمندی های عکاسی</p> <p>خود بیانگری به واسطه بدن</p> <p>ایجاد تمایز به واسطه انعکاس بدن تصویری</p> <p>متفاوت از بدن</p> <p>گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر</p> <p>توانمندی در عکاسی از بدن</p>	<p>زیبایی</p> <p>شناختی</p>	<p>زیباشناختی</p>
<p>دیده شدن</p> <p>خود بیانگری به واسطه</p> <p>ملزومات و زیورآلات</p> <p>القای تیپ برتر به واسطه تتو</p> <p>و جراحی</p> <p>تابو شکنی</p>	<p>استفاده از جراحی‌های زیبایی</p> <p>پروتز لب و صورت</p> <p>استفاده از رنگ موهای غیر متعارف</p> <p>تغییر حالت طبیعی گونه، گوش و سایر قسمت‌های</p> <p>بدنی</p> <p>استفاده از زیورآلات</p> <p>خالکوبی (تتو)</p>	<p>زیبایی</p> <p>مصنوعی</p>	

جدول بالا مربوط به الگوهای غالب (تیپ بدنی)، تکنیک، مشخصات الگوهای انعکاس بدن شده و اعداف انعکاس بدن افراد در عکس‌های اینستاگرام می‌باشد. همانطور که در جدول نیز آورده شده است از انعکاس بدن عکس‌ها و به عبارتی از بررسی محتوای عکس‌های قرار گرفته در این شبکه اجتماعی، و همچنین به کمک مصاحبه کیفی صورت گرفته، سه الگو یا تیپ عمده مشخص گردید که هرکدام از این الگوها با استفاده از تکنیک‌هایی انعکاس بدن شده و دارای مشخصاتی می‌باشند که در جدول بالا آورده شده است.

الگوهای غالب (تیپ بدنی) انعکاس بدن شده عبارت از بدن اجتماعی، بدن نمایشی و بدن زیباشناختی می‌باشند. از حیث تکنیک‌های انعکاس بدن به کار برده شده در این تیپ‌ها، در تیپ بدن اجتماعی از تکنیک‌های آشکارسازی و پنهان‌سازی استفاده گردیده است، در الگوی بدن نمایشی از تکنیک‌های ورزیدگی و اغواگری و در نهایت در الگوی بدن زیباشناختی از تکنیک‌های زیبایی شناختی و زیبایی مصنوعی استفاده گردیده است.

در ادامه و به تفکیک، الگوهای بدنی سه‌گانه با تکنیک‌های به کار برده شده و مشخصات جزئی‌تر آورده شده است.

جدول ۳ مربوط به تیپ بدنی اجتماعی با تکنیک آشکارسازی

عنوان	توضیح
مشخصه	عدم استفاده ویژه از جلوه‌های بصری عدم تغییر در اندازه قاب عکس انتخاب نمای روبرو غلبه عکس‌های دسته‌جمعی انتخاب نمای تمام قد
پوشش	انطباق با تعریف هر فرد از حریم بدن خود انتخاب لباس‌های رسمی یا مجلسی کوتاه و تنگ نبودن لباس‌ها باز نبودن لباس‌ها اهمیت تنوع در انتخاب لباس‌ها هماهنگی میان لباس‌ها انطباق با مد روز
چهره	تصحیح نور عکس‌ها استفاده از فیلترهای پیشنهادی اینستاگرام عدم بهره‌گیری از روش‌های ویرایشی خاص عدم تاکید بر عضو خاصی از صورت انتخاب شیوه‌های آرایشی مختلف اهمیت نحوه پیرایش مو

اهمیت آرایش صورت	
بی‌علاقگی به نوشتن شرح عکس	منش
عادی بودن ژست‌ها	
عدم تاکید بر اندام‌های تحریک آمیز	
عدم افراط در تماس بدنی	
عدم محدودیت در نمایش بدون پوشش بخش‌های از بدن	
اجتناب از ژست‌های تحریک آمیز	

جدول بالا مربوط به الگوی (تیپ) بدنی اجتماعی با تکنیک آشکارسازی و مشخصات انعکاس بدن شده آن در عکس‌های اینستاگرام می‌باشد.

همانطور که در جدول نیز آورده شده است از انعکاس بدن عکس‌ها و به عبارتی از بررسی دقیق‌تر محتوای عکس‌های قرار گرفته در اینستاگرام، به لحاظ ویژگی‌های موجود، در چهار زیرگروه مشخصه، پوشش، چهره و منش به تحلیل انعکاس بدن پرداختیم. که به اختصار ذیل هر زیر گروه به دو مورد اشاره می‌کنیم.

به لحاظ مشخصه، عکس‌ها دارای نمای روبرو و با عدم تغییر در اندازه قاب عکس بارگذاری شده‌اند. از نظر پوشش، انتخاب لباس‌های رسمی یا مجلسی و انطباق با مد روز بارز بود. از حیث چهره عدم تاکید بر عضو خاصی از صورت و اهمیت آرایش صورت قابل مشاهده می‌باشد و در نهایت از نظر منش بی‌علاقگی به نوشتن شرح عکس و عادی بودن ژست‌ها در این گونه تصاویر دیده می‌شود.

عکس‌های اجتماعی با تکنیک آشکارسازی اگرچه اشتباهات فاحش زیبایی شناختی در آن‌ها دیده نمی‌شود؛ ولی به لحاظ تکنیکی و فرمی شیوه‌ای خاص را دنبال نمی‌کنند.

این عکس‌ها با وجود تمام تفاوت‌هایی که دارند، در یک نکته یعنی حضور جسمانی کاربر مشترک هستند. اهمیت این موضوع را در یک نمونه از مصاحبه‌های به دست آمده نشان می‌دهیم:

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

البته این تنها نگاه کاربری 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. دایره تمایل به عادی نگه داشتن 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 ویرایش‌گر تخصصی‌تر برای مخفی کردن بخش‌هایی و بهتر نشان دادن بخش‌های دیگر به چشم نمی‌آید. 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 تعریف شده قدری فاصله داشته باشند ولی با تعریف عرفی و آنچه که در جماعت‌های کوچک‌تر مردمی پذیرفته شده است تقابلی ندارند. دسته جمعی 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.

جدول ۴ مربوط به تیپ بدنی اجتماعی با تکنیک پنهان‌سازی

عنوان	توضیح
مشخصه	<p>سوپرایمپوز بودن عکس‌ها</p> <p>سیلوئت بودن عکس‌ها</p> <p>ادغام چهره</p> <p>اهمیت آرایش صحنه</p> <p>تکی بودن عکس‌ها</p> <p>فاصله از دوربین</p>
پوشش	<p>انتخاب لباس‌های کژوال (رسمی)</p> <p>انطباق لباس‌ها با دیگر عناصر تصویر</p> <p>اهمیت ترکیب رنگ در لباس‌ها</p> <p>اهمیت تنوع در انتخاب لباس‌ها</p> <p>تنگ نبودن لباس‌ها</p> <p>پوشیده بود لباس‌ها</p>
تکنیک پنهان-سازی چهره	<p>عکاسی از زاویه‌ای متناسب با هدف</p> <p>انعکاس چهره درون اشیاء</p> <p>استتار چهره</p> <p>محو کردن چهره</p>
منش	اهمیت نوشتن شرحی مرتبط با عکس

حضور تنها بخشی محدود از بدن (عمدتاً دست و پا)	
اجتناب جدی از نمایش اندام‌های تحریک‌آمیز	
اجتناب از نمایش هرگونه ژست بدن	
اجتناب از نمایش هرگونه تماس جسمی	
عدم نمایش تصویری کامل از بدن	

جدول بالا مربوط به الگوی (تیپ) بدنی اجتماعی با تکنیک پنهان‌سازی و مشخصات انعکاس بدن شده آن در عکس‌های اینستاگرام می‌باشد.

همانطور که در جدول نیز آورده شده است از انعکاس بدن عکس‌ها و به عبارتی از بررسی دقیق‌تر محتوای عکس‌های قرار گرفته در این شبکه اجتماعی، به لحاظ ویژگی‌های موجود، در چهار زیرگروه مشخصه، پوشش، تکنیک پنهان‌سازی چهره و منش به تحلیل انعکاس بدن پرداختیم. که به اختصار ذیل هر زیر گروه به دو مورد اشاره می‌کنیم.

به لحاظ مشخصه، سوپرایمپوز بودن عکس‌ها و سیلوئت بودن عکس‌ها دیده می‌شود. از نظر پوشش، انتخاب لباس‌های کژوال (رسمی) و پوشیده بود لباس‌ها بارز بود. از حیث چهره استتار چهره و محو کردن چهره قابل مشاهده می‌باشد و در نهایت از نظر منش اهمیت نوشتن شرحی مرتبط با عکس و حضور تنها بخشی محدود از بدن در این‌گونه تصاویر دیده می‌شود

در این گروه با عکس‌هایی مواجه می‌شویم که به ظاهر، بدن در ترکیب بندی 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 به انحاء مختلف از اشاره مستقیم به آن اجتناب کنند و اجرا را به گونه‌ای 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 الم شنگه 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 جریان‌شان قرار بگیرند؛ موردی که در حین صحبت‌های یکی از مصاحبه‌شوندگان مورد اشاره قرار می‌گیرد:



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

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.

پس از بیان تکنیک پنهان‌سازی صورت به سراغ نشانه‌های مؤلفه‌های منش در این گروه از کاربران می‌رویم، مؤلفه‌ای که طبیعتاً همچون دیگر عناصر گفته شده 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 گذاشته شده توسط این دسته افراد را حائز اهمیت می‌کند حضور بخشی از بدن در عکس‌هاست، بخشی که به عنوان یکی از عناصر اصلی وجود خود را اثبات کرده است. یکی از مصاحبه‌شوندگان 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.»

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.

پس از بیان تکنیک پنهان‌سازی صورت به سراغ نشانه‌های مؤلفه‌های منش در این گروه از کاربران می‌رویم، مؤلفه‌ای که طبیعتاً همچون دیگر عناصر گفته شده 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 گذاشته

شده توسط این دسته افراد را حائز اهمیت می کند حضور بخشی از بدن در عکس هاست، بخشی که به عنوان یکی از عناصر اصلی وجود خود را اثبات کرده است. یکی از مصاحبه‌شوندگان که عکاسی را به شکل نیمه حرفه ای دنبال می کند و به شکلی عامدانه این شکل از نمود بدنی را برگزیده است در این خصوص می گوید:

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

آنچه که مشخص است، این گروه از کاربران در زمان به تصویر کشیدن بدن عامدانه قسمت هایی از وجود تن یافته خود را حذف و قسمت هایی را ظاهر می سازند.

جدول ۵ مربوط به تیپ بدنی نمایشی با تکنیک اغواگر

عنوان	توضیح
مشخصه	تکی بودن عکس‌ها اهمیت وضوح تصاویر غلبه عکاسی سلفی نزدیکی دوربین به بدن
پوشش (علت) استفاده از سلفی)	سهل الوصول بودن افزایش امکان مدیریت بدن امکان تجربه بیشتری از تزیافتگی کسب شهرت

برجسته ساختن اعضای چهره با ابزارهای ویرایشی	چهره
اهمیت وضوح تصاویر	
اهمیت مدل مو	
تاکید بر عضوی خاص از چهره	
آرایش غلیظ چهره	
ارائه تصویری کامل از چهره	

جدول بالا مربوط به الگوی (تیپ) بدنی نمایشی با تکنیک اغواگر و مشخصات انعکاس بدن شده آن در عکس‌های اینستاگرام می‌باشد.

همانطور که در جدول نیز آورده شده است از انعکاس بدن عکس‌ها و به عبارتی از بررسی دقیق‌تر محتوای عکس‌های قرار گرفته در این شبکه اجتماعی، به لحاظ ویژگی‌های موجود، در سه زیرگروه مشخصه، پوشش و منش به تحلیل انعکاس بدن پرداختیم. که به اختصار ذیل هر زیر گروه به دو مورد اشاره می‌کنیم.

به لحاظ مشخصه، نزدیکی دوربین به بدن و غلبه عکاسی سلفی دیده می‌شود. از نظر پوشش، افزایش امکان مدیریت بدن و امکان تجربه بیشتری از تزیافتگی بارز بود. و در نهایت از حیث چهره تاکید بر عضوی خاص از چهره و آرایش غلیظ چهره قابل مشاهده می‌باشد

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.

افزون بر درک فرد از بدن خود، این میزان از محبوبیت سلفی مرهون امکان پذیری همه زمانی 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 اشتراک گذاری 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 می دهد کمک به بهتر دیده شدن است. سلفی ها راهی هستند برای نمایش بهتر و دقیق تر از آنچه که می خواهیم دیده شود.

بنابراین، ما با مجموعه عکس هایی مواجه هستیم که در بسیاری از آن ها چهره کاربر به وضوح دیده می شود؛ البته تصویر کامل چهره در میان این دسته از کاربران تنها به عکس های سلفی منحصر نمی شود و چگونگی آرایش چهره و پیرایش مو امر حائز اهمیتی برای آن ها است. به همین دلیل، عکسی در صفحات بیشتر این کاربران دیده نمی شود که چهره در آن حضور داشته باشد ولی به نحوه آرایش آن و باز-نمودش در فضای مجازی فکر نشده باشد.

جدول ۶ مربوط به تیپ بدنی زیباشناختی با تکنیک زیبایی شناختی

عنوان	توضیح
مشخصه	تکی بودن عکس ها استفاده از رنگ های منوکروماتیک استفاده از گرافیک تصویری استفاده از فرم های بی قاعده
پوشش	رازآلودگی پرهیز از تکرار برانگیختن حس کنجکاوی

ناشناختگی	
عدم تاکید بر چهره غلبه اشیاء و مناظر بر چهره	چهره
استفاده ویژه از تکنیک‌های ویرایش اهمیت نوشتن شرح عکس مرتبط شکستن قالب‌های رایج ژست‌های بدن پرهیز از ژست‌های اغواگرایانه پنهان‌سازی چهره عدم محدودیت در نمایش برهنگی بدن ارائه تصویری کامل از بدن	منش

جدول بالا مربوط به الگوی (تیپ) بدنی زیباشناختی با تکنیک زیبایی‌شناختی و مشخصات انعکاس بدن شده آن در عکس‌های اینستاگرام می‌باشد. همانطور که در جدول نیز آورده شده است از انعکاس بدن عکس‌ها و به عبارتی از بررسی دقیق‌تر محتوای عکس‌های قرار گرفته در این شبکه اجتماعی، به لحاظ ویژگی‌های موجود، در چهار زیرگروه مشخصه، پوشش، چهره و منش به تحلیل انعکاس بدن پرداختیم. که به اختصار ذیل هر زیر گروه به دو مورد اشاره می‌کنیم.

به لحاظ مشخصه، استفاده از رنگ‌های منوکروماتیک و استفاده از گرافیک تصویری دیده می‌شود. از نظر پوشش، رازآلودگی و برانگیختن حس کنجکاوی بارز بود. از حیث چهره عدم تاکید بر چهره و غلبه اشیاء و مناظر بر چهره قابل مشاهده می‌باشد و در نهایت از نظر منش عدم محدودیت در نمایش برهنگی بدن و اهمیت نوشتن شرح عکس مرتبط در این گونه تصاویر دیده می‌شود.

به عنوان مخاطب در هر بار مواجه با صفحات این کاربران با جلوه ای ناشناخته از بدن مواجه می‌شویم. عکس‌های این چینی محتوای بصری بدیع، به ظاهر نامنظم و مغشوشی هستند که ذهن را وادار به کنکاش برای درک سطوح بالاتری از معنا می‌کنند. در اینجا بدن بدل به رسانه ای می‌شود که قادر به انتقال مفاهیم است، مفاهیمی انتزاعی که حالا به واسطه بدن عینیت یافته اند. به همین

دلیل، در عکس های به اشتراک گذاشته شده توسط این کاربران شاهد نوعی از تن یافتگی هستیم. که به نوعی معیارهای مألوف از تن یافتگی را زیر سؤال می برد و سویه ای کم تر دیده شده از بدن را پیش روی بیننده قرار می دهد.

این گروه از کاربران در عین تلاش برای اشتراک گذاری عکسی دارای معانی متکثر، برای پیشگیری از بروز الم شنگه و اختلال در نحوه اجرایی که برای خود انتخاب کرده اند، به نوشتن شرح عکس روی می آورند. در واقع، شرح عکس استراتژی است برای حفظ انضباط نمایشی که به موفقیت و فهمیده شدن اجرا کمک می کند. علاوه بر این، پنهان سازی صورت دیگر وجه مشترک این گروه از کاربران است. در واقع، ما با مجموعه عکس هایی مواجه هستیم که شمایل تقریباً کاملی از اندام های بدن در آن نقش بسته است؛ بدنی که امکان تشخیص صورت در آن بسیار دشوار است. یک کاربر گرافیستی که در حال تصویرسازی شعرهای فروغ با بدنش است در این خصوص می گوید:

«این که من صورتم به طور کامل توی عکسا 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 می شه اون بدن می تونه متعلق به هر کسی باشه و حرفی که داری با عکست می زنی فقط منحصر به خودت نیست. آخر دستم این که راستش احساس امنیت نمی کنم، این طوری خیالم راحت تره چون بالاخره بعضی از عکسای من یه ذره متعارف نیست.»

بنا بر آنچه گفته شد، احاطه بر فنون عکاسی، ابزارهای ویرایشی و اصول زیبایی شناختی منجر به آن شده که تنوع و گوناگونی بیشتری را در عکس های اشتراک گذاری شده توسط این گروه شاهد باشیم. این گروه از کاربران در یک ویژگی بسیار مهم که گافمن آن را رازآلودی می خواند مشترک هستند.

جدول ۷ مربوط به تیپ بدنی زیباشناختی با تکنیک زیبایی مصنوعی

عنوان	توضیح
مشخصه	تکی بودن عکس ها
	استفاده از رنگ های تند
	استفاده از گرافیک

بزرگ نمایی گرافیکی (فتوشاپ)	
عدم الزام به پوشش همه قسمت‌های بدن استفاده از لباس‌های متنوع استفاده از لباس‌های تن‌خور و چسبنده برای برجسته‌نمایی قسمت‌هایی از بدن	پوشش
استفاده از زوایای متعدد وضوح چهره نزدیکی به لنز استفاده از آرایش نوعاً غلیظ	چهره
عدم استفاده از عکس دسته جمعی و سلفی تابو شکنی استفاده از ژست‌های نامأنوس	منش

جدول بالا مربوط به الگوی (تیپ) بدنی زیباشناختی با تکنیک زیبایی مصنوعی و مشخصات انعکاس بدن شده آن در عکس‌های اینستاگرام می‌باشد. همانطور که در جدول نیز آورده شده است از انعکاس بدن عکس‌ها و به عبارتی از بررسی دقیق‌تر محتوای عکس‌های قرار گرفته در اینستاگرام، به لحاظ ویژگی‌های موجود، در چهار زیرگروه مشخصه، پوشش، چهره و منش به تحلیل انعکاس بدن پرداختیم. که به اختصار ذیل هر زیرگروه به دو مورد اشاره می‌کنیم.

به لحاظ مشخصه، تکی بودن عکس‌ها و بزرگ نمایی گرافیکی (فتوشاپ) دیده می‌شود. از نظر پوشش، عدم الزام به پوشش همه قسمت‌های بدن و استفاده از لباس‌های تن‌خور و چسبنده برای برجسته‌نمایی قسمت‌هایی از بدن بارز بود. از حیث چهره نزدیکی به لنز و استفاده از آرایش نوعاً غلیظ قابل مشاهده می‌باشد و در نهایت از نظر منش عدم استفاده از عکس دسته جمعی و تابو شکنی در این‌گونه تصاویر دیده می‌شود

در این مدل عکس‌ها 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 دستکاری شده 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. این گروه از کاربران با وجود اشتراک در تأکید بر بدن دستکاری شده، هر یک منشی جداگانه را پیش گرفته‌اند؛ منش‌هایی که با وجود تمام تفاوت‌های مشابهت هستند.

در بخش کیفی تحقیق به تحلیل انعکاس‌بند در عکس‌های کاربران ایرانی اینستاگرام پرداختیم که طبق داده‌های گردآوری شده و تحلیل یافته‌ها، الگوهای غالب، تکنیک‌های انعکاس‌بند و مشخصات الگوهای انعکاس‌بند شده را تفکیک و دسته‌بندی نمودیم. از انعکاس‌بند عکس‌ها و به عبارتی از بررسی محتوای عکس‌های قرار گرفته در این شبکه اجتماعی، سه الگو یا تیپ عمده مشخص گردید که هر کدام از این الگوها با استفاده از تکنیک‌هایی انعکاس‌بند شده و دارای مشخصاتی می‌باشند.

الگوهای غالب انعکاس‌بند شده عبارت از بدن اجتماعی، بدن نمایشی و بدن زیباشناختی می‌باشند. از حیث تکنیک‌های انعکاس‌بند به کار برده شده در این تیپ‌ها، در تیپ بدن اجتماعی از تکنیک‌های آشکارسازی و پنهان‌سازی استفاده گردیده است، در الگوی بدن نمایشی از تکنیک‌های ورزیدگی و اغواگری و در نهایت در الگوی بدن زیباشناختی از تکنیک‌های زیبایی‌شناختی و زیبایی مصنوعی استفاده گردیده است.

در ادامه و برای فهم بهتر مولفه‌ها و شاخص‌ها جدولی به تفکیک، الگوهای بدنی سه‌گانه با تکنیک‌های به کار برده شده و مشخصات جزئی‌تر آورده شده است.

جدول ۸ مربوط به الگوهای غالب، تکنیک‌های انعکاس‌بند و مشخصات الگوها



مشخصات	تکنیک	الگوی غالب
<p>تکثر و تنوع در عکس‌های دسته جمعی</p> <p>عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر مختلف در عکس</p> <p>عدم توجه به تنوع فضای بصری عکس‌ها</p> <p>انعکاس بدنه عنوان یک کل یکپارچه و نه گزینش بخشی از آن</p> <p>انتخاب نمای روبه‌رو برای نمایش تصویر تمام قد از بدن</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>جذابیت بخشیدن به عکس</p> <p>ثبت خاطرات خانوادگی و دوستانه</p> <p>به تصویر کشیدن ارتباطات خانوادگی و دوستانه</p>	آشکارسازی	اجتماعی
<p>تنوع و تکثر در فضای بصری عکس‌ها</p> <p>برخورد گزینشی با بدن</p> <p>مخفی کردن چهره</p> <p>خلاقیت در به کارگیری عناصر تصویری مختلف</p> <p>بدل ساختن بدن به جزئی از چیدمان عکس‌ها</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>حفظ حریم خصوصی</p> <p>اثبات وجود خود</p> <p>مخفی کردن نقاط ضعف بدن</p> <p>حضور بدن در کنار مجموعه‌ای از علاقه‌مندی‌ها و تعلقات</p>	پنهان‌سازی	اجتماعی
تنوع و تکثر پرتره‌های فردی	ورزیدگی	نمایشی

<p>عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر مختلف در عکس</p> <p>تأکید بر نقاط قوت بدن</p> <p>الگوپردازی از ورزشکاران تناسب اندام</p> <p>عکاسی از بدن در حین ورزش کردن</p> <p>اهمیت باشگاه به عنوان موقعیت عکس</p> <p>نمایش قدرت جسمانی، استقامت و پشتکار</p> <p>نمایش توانمندی‌ها</p> <p>ایجاد تمایز با دیگری به واسطه تأکید بر ویژگی‌های بدن</p>		
<p>تنوع و تکثر پرتره‌های فردی</p> <p>عدم توجه به چیدمان و گنجاندن عناصر</p> <p>تأکید بر اندام‌ها و ژست‌های تحریک‌آمیز</p> <p>ایستایی بدن</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p> <p>القای حس برتری به واسطه تأکید بر جذابیت‌های بدن و ظاهری</p> <p>ایجاد تمایز با دیگری به واسطه تأکید بر جذابیت‌های بدن و ظاهر</p> <p>گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر جذابیت‌های بدن و ظاهر</p>	<p>اغواگری</p>	
<p>تکثر و تنوع پرتره‌های فردی</p> <p>ترکیب هنر و فناوری</p> <p>پیچیده‌سازی و مبهم‌سازی بدن</p> <p>خلاقیت در به‌کارگیری فناوری و امکانات اینستاگرام در انعکاس بدن بدن</p> <p>ویرایش عکس‌ها</p>	<p>زیبایی شناختی</p>	<p>زیباشناختی</p>

<p>نمایش توانمندی های عکاسی خود بیانگری به واسطه بدن ایجاد تمایز به واسطه انعکاس بدن تصویری متفاوت از بدن گسترش دایره ارتباطات به واسطه تأکید بر توانمندی در عکاسی از بدن</p>		
<p>استفاده از جراحی های زیبایی پروتز لب و صورت استفاده از رنگ موهای غیر متعارف تغییر حالت طبیعی گونه، گوش و سایر قسمت های بدنی استفاده از زیورآلات خالکوبی (تتو)</p>	زیبایی مصنوعی	

#### نتیجه گیری پژوهش

همان گونه که پیش از این گفته شد، «بررسی ساختار عوامل مرتبط با انعکاس بدن در شبکه های مجازی» هدف اصلی این پژوهش است. شناخت الگوهای غالب بدنی انعکاس بدن شده در کنار تکنیک هایی که کاربران برای به تصویر کشیدن بدن خود به کار می گیرند ذیل اهداف فرعی این پژوهش می باشد.

در این تحقیق، تحلیل داده های به دست آمده از بخش کیفی پژوهش منجر به شناسایی سه الگوی بدنی در میان استفاده کنندگان ایرانی اینستاگرام گشت. این الگوهای بدنی متشکل "از بدن اجتماعی" (با تکنیک های آشکارسازی و پنهان سازی)، "بدن نمایشی" (با تکنیک های ورزیده و اغواگر) و "بدن زیباشناختی" (با تکنیک های زیبایی شناختی و زیبایی مصنوعی).

#### پیشنهادات پژوهشی:

برای شناخت و بررسی پدیده های اجتماعی، باید ابعاد گوناگون آن را مورد مطالعه قرار داده و متغیرهای بیشتری را در رابطه با مسئله مورد نظر همراه با دقت بیشتری سنجید. پژوهش های مختلف فقط می توانند ابعاد محدودی از یک مسئله را مورد بررسی قرار دهند، حال آنکه مسائل اجتماعی ابعاد گوناگون و متعددی داشته از مسائل مختلفی نیز تأثیر و تأثر می پذیرد. بنابراین برای بررسی

دقیقت و همه جانبه مفهوم انعکاس بدن و ارتباط آن با انعکاس بدن در اینستاگرام لازم است تحقیقات بیشتر و گسترده‌تری در این زمینه صورت پذیرد که در زیر به چند نمونه اشاره می‌کنیم:

۱- با در نظر گرفتن ابعاد گوناگون موضوع (انعکاس بدن و انعکاس بدن) به نظر می‌رسد لازم است تحقیقاتی صورت بگیرد که از روشهای گوناگون، بخصوص از روشهای کیفی مانند مشاهده میدانی و مصاحبه استفاده شود، تا به درک بالاتری از موضوع دست یابیم.

۲- تحقیقاتی انجام پذیرد که به تحلیل رابطه بین انعکاس بدن در جامعه‌های آماری مختلف از جمله آقایان و مردان با تحصیلات مختلف پردازد و تفاوت آنها را مورد بررسی و تحقیق قرار دهد.

۳- فراتحلیل در خصوص اقدامات صورت گرفته در زمینه انعکاس بدن برای دستیابی به شناخت دقیق و همه جانبه و در نتیجه بومی‌سازی این مفهوم انجام بگیرد.

۵- بررسی انعکاس بدن و ارائه الگوهای ایده‌آل بدنی در صفحه‌های ستارگان و افراد مشهور مانند سلبریتی‌ها و هنرمندان انجام بگیرد.

آخرین رابطه بین متغیرها مربوط به متغیر کلی انعکاس بدن می‌باشد که از ترکیب سه عنصر "انعکاس بدن اجتماعی، نمایشی و زیباشناختی" به دست آمده است.

#### منابع:

۱. آزاد ارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، "بدن به مثابه رسانه هویت". مجله جامعه‌شناسی ایران
۲. ادیبی سده، مهدی؛ علیزاده، مهستی، کوهی، کمال (۱۳۹۰). "تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در بین زنان". فصلنامه مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، سال ۹، شماره ۳، شماره ۵۹-۸۴.
۳. ابادری، یوسف؛ حمیدی، نفیسه (۱۳۸۷) جامعه‌شناسی بدن و پاره‌های مناقشات، پژوهش زنان، دوره ۶
۴. خواجه نوری، بیژن؛ روحانی، علی؛ هاشمی، سمیه (۱۳۹۰) "سبک زندگی و مدیریت بدن". فصل نامه علمی و پژوهشی جامعه‌شناسی زنان، سال ۲، شماره: ۵۴
۵. ریترز، جورج (۱۳۷۹)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده.
۶. ریترز، جورج؛ گودمن، داگلاس جی. (۱۳۹۰) نظریه جامعه‌شناسی مدرن، ترجمه: خلیل میرزایی و عباس لطفی زاده، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول

۷. دریفوس، هیوبرت؛ رایینو، پل (۱۳۷۹) میشل فوکو: فرا سوی ساختارگرایی و هرمنوتیک، ترجمه: حسین بشیریه، تهران: نشر نی.
۸. سیدمن، استیون (۱۳۸۶)، کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی تهران: نشر نی
۹. فلیک، اووه (۱۳۹۲) درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی، ۱۳۹۲
۱۰. قاسمی، وحید، عدلی پور، صمد. برندگی، بدری. (۱۳۹۳). رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک با تصور بدن در میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان (مطالعات زنان سابق) دوره دوازدهم پاییز ۱۳۹۳ شماره ۳ (پیاپی ۴۰)
۱۱. کریر، گ و مارتین (۱۳۹۰) فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید، ترجمه: مرضیه وحدانی، تهران.
۱۲. گافمن، الف (۱۳۹۲)، نمود خود در زندگی روزمره، ترجمه: مسعود کیان پور، تهران: مرکز.
۱۳. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸) تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه موفقیان، تهران.
۱۴. نوغانی، محسن (۱۳۸۹)، عوامل اجتماعی موثر بر انجام جراحی زیبایی زنان، فصلنامه مطالعات اجتماعی زنان، سال هشتم، شماره ۴، ص ۷۶
۱۵. ون لون، ی (۱۳۹۱)، تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی، ترجمه: احمد علیقلیان، تهران: همشهری.
۱۶. محمودیان، حسین. کوچانی اصفهانی، محمود. مقدس، سعید (۱۳۹۴). مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری؛ مورد مطالعه: زنان معلم یاسوج، فصلنامه راهبرد فرهنگ. دوره ۸ شماره ۳۱

۱۷. Anthony Synnot, "Truth and Goodness, Mirrors and Masks, Part I: Sociology of Beauty and Face," *British Journal of Sociology*, No. 4, V. 4, 1988, p. 611.
۱۸. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer - Mediated Communication*, 13(1), 11.
۱۹. Britton, AM (2012). The Concept of Beauty and Body Consciousness of Young Muslim Women at Higher Education in Surabaya, Indonesia. An introduction to theory and methods (3rd ed.). Boston: Allyn and Bacon. A Response Article, 19(2), 215-229
۲۰. Butler, J. (1988). *Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*. *Theatre Journal*, 40(4): 510-531.
۲۱. Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
۲۲. Chris Shilling, *Body and Social Theory* (London, Sage publication, 1993), p. 70
۲۳. Cregan, Kate. (2006). *The Sociology Of The body: Mapping the Abstraction of Embodiment*, London: SAGE Publications.
۲۴. Strauss, Anselm and Corbin, Juliet 1990 *Qualitative Analysis for Social Scientists*, Cambridge: Cambridge University Press. London: Sage
۲۵. Papacharissi, Z. (2012). Without You, I'm Nothing: Performances of the Self on Twitter. *International Journal of Communication*, 6: 1989-2006.

- ۱۶۴۷
۲۶. Cinger,k.(2006).The Sociology Of The body:Mapping the Abstraction of Embodiment ,Londen:SAGE Publications
۲۷. Kristen and Van Wendern (2012). My body-God's perfect creation or a source of discontent: the impact of faith and media consumption on body image. Katharina Ingund Brüning B(Sc) Psychology. Further significant MANOVA effects were found for BMI, faith and gender: BMI, gender, faith vs.